観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年　７月２４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	（一社）釧路観光コンベンション協会	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 北海道釧路市、北海道弟子屈町	
所在地	北海道釧路市幸町 3 丁目 3 番地	
設立時期	平成 5 年 3 月 8 日	
事業年度	4 月 1 日から翌年 3 月 31 日までの 1 年間	
職員数	10 名【常勤 10 人（正職員 5 人 嘱託等 4 人 臨時 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） ※必ず記入すること	（氏名） 藤井　芳和	（氏名） （一社）釧路観光コンベンション協会　会長として地域の様々なパイプを有し、地域のリーダー役として在任期間中様々な取組みで成果を挙げている。 「水のカムイ観光圏」の補助事業代表者
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・オフィサー ※必ず記入すること	（氏名） 細川　悟志「専従」	（氏名） 細川　悟志「専従」 服飾販売の勤務を経て（一社）釧路観光コンベンション協会に入社。 長年、観光誘致施策に専念し、コンテンツの企画・造成・販売に能力を発揮している。 （観光地域づくりマネージャー）
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） 米道　直雄「専従」	（氏名） 金融機関(釧路信組)の勤務を経て（一社）釧路観光コンベンション協会に入社。 総務業務全般に高い能力を有する。 （観光地域づくりマネージャー）
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	釧路市観光振興室（観光プロモーション・マーケティング） 釧路市阿寒観光振興課（観光プロモーション・マーケティング） 弟子屈町観光商工課（観光プロモーション・マーケティング）	

様式１

<table>
<tr><td></td><td>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）、弟子屈町建設課（社会資本整備）、環境生活課（環境保全・公共交通）、農林課（農業振興）、まちづくり政策課（地域づくり・国際交流）、弟子屈町教委（アイヌ民俗資料館）</td></tr>
<tr><td>連携する事業者名及び役割</td><td>NPO 法人阿寒観光協会まちづくり推進機構・阿寒アドベンチャーツーリズム㈱（着地型旅行商品・ツアーガイド）・（一社）摩周湖観光協会（ふるさと名物の開発・着地型旅行商品）</td></tr>
<tr><td>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</td><td>（該当する要件）
DMO を中心として観光地域づくりを推進するため、官民 34 団体から構成する水のカムイ観光圏協議会を中心に事業の実施体制を構築する。また、下部組織として幹事会を設置し、具体的な企画立案・実行については各地区に観光地域づくりマネージャーを配置する。
（概要）
関係者会議（2020 年度より新たな設定とする。従来のプラットフォームマネージャ―会議に当たる）等を開催し、取組事業進捗状況の把握、マーケティングの分析、地区別の調整、人材育成などを行う。その活動を幹事会に報告し、承諾を得る。幹事会は最高意思決定機関として年 2 回以上開催し、これを受けて年度総会を行う。</td></tr>
<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>年 1 回、地域住民・観光事業者への啓発を目的としたセミナーを開催
※令和 6 年度は 1 回開催（R7･2･26）
阿寒摩周国立公園が 2024 年 12 月 4 日に国立公園の指定から 90 周年を迎え、同年 10 月には「北海道東トレイル」が開通した情勢を踏まえ「阿寒摩周国立公園 90 周年～国立公園誕生秘話」と題したセミナーを開催した。</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td>【活動の概要】
<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>2024 年度 プロモーション事業
・JNTO Web Magazine による情報発信
・SNS 投稿</td></tr>
<tr><td>受入環境の整備</td><td>2024 年度 AT エキスパート育成講座
ATWS2023 開催を受けて、AT で稼ぐ為に必要なスキルを習得する「AT エキスパート育成講座」並びに「特別セミナー」を開催（2024 年 11 月 28 日～29 日、12 月 17～18 日 全 2 回）</td></tr>
<tr><td>観光資源の磨き上げ</td><td>2024 年度 コンテンツ造成事業
観光圏観光地域づくりマネージャーを対象としたモニターツアーを実施し、助言、指導のもと、当地の課題を収集。</td></tr>
</table>
国内外の観光プロモーションや教育旅行誘致、MICE 事業の取組み、イベントの開催、ガイド人材研修などを実施。また当協会は旅行業第 3 種を取得登録しており、着地型旅行商品の代理販売を行っている。また JNTO 認定カテゴリーⅡの外国人観光案内所となっている。</td></tr>
</table>

	また、平成 25 年度より、観光圏における「観光地域づくりプラットホーム」として活動し、水のカムイ観光圏における戦略策定、マーケティングのほか、各種事業を実施している。 **【定量的な評価】** 令和 6 年度、観光客入込数は約 5,312.9 千人（対前年比 108.7%）、宿泊延べ数は約 1,472.3 千人（対前年比 104.5%）と前年に比べ微増。一方インバウンド（当地域は主に台湾、中国が中心）の宿泊延べ数は約 1668.5 千人(対前年比 121.9%)となり、どちらも前年度に引き続き回復傾向を見せた
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】** 行政、宿泊業者、飲食業者のみならず、交通事業者、農業者など多様な関係者が参画する水のカムイ観光圏協議会を組織し実施。 そのプラットホームとして、（一社）釧路観光コンベンション協会が事業代表を担う。なお、実施に当たっては、阿寒は NPO 阿寒観光協会まちづくり推進機構、弟子屈は摩周観光協会がそれぞれ地域での事業を担いつつ、エリア全体の統括は（一社）釧路観光コンベンション協会行う体制を整備している。 **【実施体制図】** （実施体制図）別紙　図 1－1 （マネジメント実施体制）別紙　図 1－2

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】

別紙　図 2－1、図 2－2

【区域設定の考え方】

H22 年、釧路市、弟子屈町の 1 市 1 町は「釧路湿原・阿寒・摩周観光圏」を形成し、平成 27 年には「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。

当圏域内には 2 つの国立公園が有り、マリモを有する阿寒湖からの阿寒川、日本最大のカルデラ湖である屈斜路湖から流れ出る釧路川はタンチョウが生息する釧路湿原を潤し太平洋へと注ぎ釧路市民の生活・産業の根幹をなしており、湖、川、海で繋がる一体性をもった圏域となっている。

また、縄文時代の遺跡からは先住民族（アイヌ）の生活様式が発見され、阿寒湖畔や屈斜路湖畔、釧路川や阿寒川沿いなど各地に小さなコタンが点在していた。

明治以降は、全国から豊富な自然資源を求め、様々な産業「鉱業（硫黄・石炭）、林業、工業（製紙業）、漁業、農業等」を起こすため入植しアイヌと共に開拓してきた。

阿寒湖温泉地区には北海道最大のアイヌコタンがあり、ユネスコ世界無形文化遺産として登録された「アイヌ古式舞踊」や川湯摩周地区には「屈斜路コタンアイヌ民俗資料館」ある。

こうした自然、歴史、文化、生活、観光面においても一体性を有しており、地域 DMO として候補登録した NPO 法人阿寒観光協会まちづくり推進機構、（一社）摩周観光協会、両地区の行政と緊密な連携をとり、釧路地区、阿寒地区、川湯・摩周地区の 3 つの滞在促進地区の観光地域づくりにおいて一体的な取組みをしている。

【観光客の実態等】

当エリアは釧路市・弟子屈町の行政区域であり、観光地として釧路湿原・阿寒湖・摩周湖が存る。エリア内の令和 6 年度観光客入込数は 5,312.9 千人であり前年比 108.7%と増加した。また、令和 6 年度延べ宿泊数は 1,472.3 千人であり前年比 104.5%と僅かに増加した。外国人延べ宿泊数は、前年比 121.9%の増となった。平成 30 年度対比にして入込・宿泊客延べ数ともに 8 割まで回復した。円安傾向によるものか、海外についても 9 割ほどまで回復した。

特性として釧路地域は夏場の冷涼な気候から長期滞在者数は全道 1 位であり、1～3 ヶ月の長期滞在者が全国各地から避暑生活を送っている。

【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】

自然： 当エリアには希少で貴重な自然と生態系をもつ２つの国立公園（釧路湿原国立公園と阿寒摩周国立公園）が存在している。釧路湿原国立公園は日本最大のカルデラ湖である屈斜路湖（阿寒摩周国立公園内）から流れ出る釧路川とその支流を抱き、釧路湿原の広さは日本最大である。アイヌ語で「湿原の神」と称され、国の特別天然記念物に指定されているタンチョウなどの水鳥をはじめ多くの野生生物の貴重な生息地となっている。阿寒摩周国立公園は阿寒・摩周・屈斜路の 3 つのカルデラ地形を基盤とした、火山と森と湖が織りなす豊かな原始的景観を有する国立公園である。阿寒湖には国の特別天然記念物に指定されている阿寒湖のマリモが生息し、摩周湖は世界有数の透明度を誇るカルデラ湖である。　　★*「透明度」は水質指標の一つ。*

歴史・文化： 当エリアには地区ごとに個性と多様性に富む先住民族（アイヌ）文化が存在する。特に阿寒地区には北海道最大の阿寒湖アイヌコタンがあり、ユネスコ世界無形文化遺産として登録されたアイヌ古式舞踊がある。また、川湯摩周地区の「屈斜路コタンアイヌ民俗資料館」には縄文時代の発掘資料や地元アイヌの生活の様子などの資料が収集、展示されている。
文学では明治 41 年、歌人石川啄木が新聞記者として赴任した釧路において数多くの歌を残し、釧路市内には歌碑が 27 基存在している。また、釧路市ゆかりの作家である原田康子の「挽歌」、直木賞作家の桜木紫乃の「ターミナル」「ホテルローヤル」など映像化された作品のロケ地も数多く、原田康子の文学碑は釧路市街と川湯温泉に存在している。

生活・商業施設： 釧路市街地には多くの国の地方支部局（運輸支局、開発建設部、地方環境事務所、地方裁判所、地方検察所、地方法務局、日本銀行釧路支店）が所在し大型商業施設を有し行政上経済業上、東北海道の中心都市である。また、道東の医療拠点ともなっており、釧路市街地を中心として当エリアの生活圏が形成され、釧路市を中心とする「釧路市・弟子屈町定住自立圏形成に関する協定」を両町で取り交わしている。

スポーツ、イベント：釧路市は小学校から高校、職域までアイスホッケーが盛んであり、施設環境が整っているため全国からの合宿が盛んである。また、夏場の気候が冷涼であるため大学野球の合宿等も行われている。
イベントにつては 9 月に釧路市で行われる「釧路大漁どんぱく」（食・ステージイベント・花火等）は東北海道最大の集客数となっている。阿寒湖温泉地区では北海道中からアイヌ民族が集まるイベントとして「まりも祭り」が開催され、アイヌ語のあいさつ「イランカラプテ」を普及させるキャンペーンを展開している。阿寒、川湯・摩周温泉地区では冬期間地域特性をいかしたイベントとして「阿寒湖氷上フェスティバル」が開催され、多くの観光客を引きつけている。
また、道東自動車道（高速道路）が令和 6 年 12 月 20 日に阿寒 IC－釧路西 IC が開通し、道央圏や新千歳空港からの定速性、定時性、速達性等が確保され、アクセスが容易になり当エリアの潜在的強化が期待できる。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

宿泊施設は釧路地区、阿寒地区、川湯・摩周地区に集約されている。
釧路市街地は主に都市型ホテルが多く存在し、阿寒湖温泉、川湯・摩周温泉地区は旅館形式が多い。

・釧路市街地　　：39 施設　3,035 部屋　　最大宿泊数　4,864 人
・阿寒地区　　：21 施設　1,293 部屋　　最大宿泊数　5,264 人
・川湯･摩周温泉地区　：44 施設　　944 部屋　　最大宿泊数　3,296 人

【利便性：区域までの交通、域内交通】

釧路市街地は空路、陸路、鉄路、航路の交通結節点としてのゲートウェイとなっている。
空路は首都圏や道央圏と結ばれ、陸路は高速道路の供用開始により、道央圏からマイカーや北海道のハブ空港である、新千歳空港からのインバウンド送客の定時性・速達性が可能となった。
また、鉄路は道央圏と結ばれ大量輸送が可能となっている。航路は大型客船が釧路港を寄港地としており、多くの外国人が訪れている。
域内交通は、釧路市街地・阿寒湖温泉地区、阿寒湖温泉・川湯温泉地区間はそれぞれバス交通で結ばれ、釧路市街地・川湯温泉地区は JR が主交通を担っている。陸路交通は釧路、阿寒、弟子屈・川湯地区はそれぞれ国道や道道で結ばれ車での移動が容易である。

【外国人観光客への対応】

令和 6 年度の外国人宿泊延数は釧路地区 147,393 人、川湯温泉地区 21,113 人となった。各国インバウンドの渡航も回復傾向がみられ、全ての地区において、前年より大幅に改善した。
地域連携 DMO 地区内では、Wi-Fi 整備を進め、道路案内標識や観光施設の多言語表示化に努めている。
観光パンフレット等については、多言語化を進めプロモーションや招聘事業に活用しているが、財源的な問題から改定時の遅れがある。
釧路地区の釧路観光コンベンション協会（ｶﾃｺﾞﾘｰⅡ）と NPO 阿寒観光まちづくり推進機構（同Ⅰ）、摩周湖観光協会（同Ⅰ）は JNTO 認定の「外国人観光案内所」を取得している。
各地区の主要宿泊施設や観光施設には外国人対応スタッフを配置している。

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	圏域内の旅行･観光における消費実態を明らかにし、旅行･観光施策の基礎資料のため	夏と冬に実施している、主要観光施設での国内外の観光客への満足度調査（対面ヒアリング）により収集
延べ宿泊者数	圏域内における観光客の宿泊旅行の実態を把握するため	エリア内宿泊拠点毎の宿泊者数を、各行政機関を経由し収集している
来訪者満足度	来訪者の圏域内での観光の実態、満足度とニーズ把握、長期滞在に向けた課題抽出	夏と冬に実施している、主要観光施設での国内外の観光客への満足度調査（対面ヒアリング）により収集
リピーター率	宿泊を伴う旅行実態を把握するため	夏と冬に実施している、主要観光施設での国内外の観光客への満足度調査（対面ヒアリング）により収集
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。	実施していない。

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

水のカムイ観光圏を構成する釧路市・弟子屈町ともに人口減少が続いている。産業に関しても釧路市はその基幹産業であった石炭産業、水産業、製紙業いずれもが右肩下がりの状況にある。また弟子屈町では、町の観光拠点である川湯温泉において旅館の廃業が続いている。
しかしながら川湯温泉は摩周湖･屈斜路湖･硫黄山に代表される観光のポテンシャルが高く、町独自の再生の取組も始まっている。一方釧路市においては、観光宿泊拠点の阿寒湖温泉で誘客の取組が進行中であり、市街地においてはそういった管内の取組を一元的に発信すると共に 訪れた旅客に対しワンストップ窓口機能を充実させることで、街なかへの誘客を加速させ、観光圏全域への誘客と外貨獲得を推進しうる可能性を秘めている。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	**強み（Strengths）** ・特別天然記念物（タンチョウ・まりも） ・2 つの国立公園 ・国立公園 2 つをつなぐ川（釧路川） ・地域特性の海産物（サンマ・イカ・シシャモ・サケ等） ・アイヌ文化	**弱み（Weaknesses）** ・国内拠点（東京･大阪等）並びに道央圏からも遠距離にある ・2 次交通の利便性が十分とは言えない ・国際化対応の人材不足 ・多言語標記（案内所・サイン） ・受入れ環境整備（WIFI 等）が十分とは言えない
外部環境	**機会（Opportunity）** ・冷涼な気候 ・四季がはっきりしている。(特にインバウンド目線) ・冬の SL、夏のノロッコ号の存在 ・フィッシングが盛ん	**脅威（Threat）** ・オホーツクの流氷･知床国立公園、十勝のスイーツやロケ地（朝ドラ）等周辺の強力な観光素材を競素材とせず、相乗効果をあげられるようにする必要がある。

※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

〇第１ターゲット層
欧米豪（アメリカ・イギリス・オーストラリア等）

〇選定の理由
当エリアは釧路湿原と阿寒摩周の２つの国立公園を有する大自然の宝庫で、欧米豪の訪日外国人旅行者は、当エリア（釧路・阿寒・弟子屈）が有する、①自然と②アクティビティと③アイヌ文化（異文化交流）に対してひときわ関心が高い。

三つの魅力ある観光資源を体感できる当エリアは、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。
また、近くには自然遺産の知床や羅臼・根室等日本最大級の野鳥観察地も広がっており、湿原にはタンチョウ、森にはシマフクロウ、水辺にはオオハクチョウ、川には、オオワシ・オジロワシ等、野鳥の楽園となっており、バードウォッチング発祥の地イギリス、現在のアメリカもこれを楽しむ人も多い。
ここだけにしか存在しない自然とアクティビティと異文化を体感できる場所として、訪日外国人旅行者の中でもその価値を理解し、それに見合う対価を支払う欧米豪をターゲットとした。

〇取組方針
自然や歴史に高い関心がある欧米豪層のニーズを的確に捉え、既存プログラムの磨き上げや新規プログラムの開発、アドベンチャーツーリズムエリアとしての地位確立を目指す。
また、最近定着しつつあった釧路港へのクルーズ船入港（令和元年度実績 16 隻）も、コロナ禍の影響により令和 3 年度は入港 2 隻となったが、令和 6 年度は 12 隻入港し、需要も回復しつつある。引き続き欧米からの観光客に対し、再訪意向に繋がるよう情報発信を行う。
加えて、エリア内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、ガイドの育成等の受入環境を整備し魅力ある滞在地域づくりを進める。
更に、関係者の合意形成とマーケティング戦略に基づく観光地域づくりに取り組む。

〇ターゲット層
アジア（台湾・中国ほかシンガポール･マレーシア･タイ等)、

〇選定の理由
現在、コロナ禍から回復基調にあり、中国・台湾・香港と、当地においては変わりなく重要なエリアで、安定した入込がありリピーターも多い。
特に台湾はインバウンド宿泊数の構成比で令和 5 年度にも 4 割を占めており特に重要である。
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、特にシンガポールを含むアジアは、当エリアでも伸び率が高く今後も増加が期待できる。

〇取組方針
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。

〇ターゲット層
国内都市圏旅行者

〇選定の理由
取組課題としての重要度＝欧米豪であり、現在柱となっているアジア系をおろそかにすることも出来ないが、最大来訪者数は国内であり、陸上移動の可能な道内を除くと、長期滞在需要や航空の直行便が存在する関東並びに関西圏からの来客の維持･向上が重要と考える。
特に関西圏はＬＣＣの就航によりこれまでより身軽な旅行スタイルの来訪が増えている。

〇取組方針
当エリアの大自然を体感できる滞在コンテンツの磨き上げと、地域の自然を活かしたアウトドア体験の推進。広域連携による新たなルート提案をはじめ、広域周遊ニーズに対応した情報発信。

※上記ターゲット国の選定については、釧路市および弟子屈町における入込客数調査を根拠に設定している。

以下、令和 6 年度の入込実数を記載する。

釧路市街宿泊客延数

国別	中国	韓国	台湾	香港	シンガ	マレーシア	タイ	英	米	豪	その他	計
R6 年度	14,256	3,200	9,353	2,623	2,111	815	1,087	697	2,640	1,250	4,635	30,020
R5 年度	10,223	2,062	6,204	3,981	1,420	432	737	244	971	455	3,383	9,833
前年比	139%	155%	151%	66%	149%	189%	147%	286%	272%	275%	137%	305%
R6 年度 構成比	47.5%	10.7%	31.2%	8.7%	7.0%	2.7%	3.6%	2.3%	8.8%	4.2%	15.4%	100.0%

阿寒地区宿泊客延数

国別	中国	韓国	台湾	香港	シンガ	マレーシア	タイ	英	米	豪	その他	計
R6 年度	13,280	1,529	51,562	9,206	5,650	2,195	937	867	2,586	2,586	15,625	106,023
R5 年度	7,102	5,182	44,078	9,493	6,161	2,863	612	175	2,419	2,419	12,515	93,019
前年比	187%	30%	117%	97%	92%	77%	153%	495%	107%	107%	125%	114%
R6 年度 構成比	12.5%	1.4%	48.6%	8.7%	5.3%	2.1%	0.9%	0.8%	2.4%	2.4%	14.7%	100.0%

弟子屈町宿泊客延数

国別	中国	韓国	台湾	香港	シンガ	マレーシア	タイ	英	米	豪	その他	計
R6 年度	2,872	1,150	8,089	1,299	1,278	303	436	269	1,037	531	3,410	20,674
R5 年度	1,717	968	6,726	1,593	1,178	169	228	279	653	382	2,745	16,638
前年比	167%	119%	120%	82%	108%	179%	191%	96%	159%	139%	124%	124%
R6 年度 構成比	13.9%	5.6%	39.1%	6.3%	6.2%	1.5%	2.1%	1.3%	5.0%	2.6%	16.5%	100.0%

釧路市・弟子屈町 合計

国別	中国	韓国	台湾	香港	シンガ	マレーシア	タイ	英	米	豪	その他	計
R6 年度	30,408	5,879	69,004	13,128	9,039	3,313	2,460	1,833	6,263	4,367	23,670	169,364
R5 年度	19,042	8,212	57,008	15,067	8,759	3,464	1,577	698	4,043	3,256	18,643	139,769
前年比	160%	72%	121%	87%	103%	96%	156%	263%	155%	134%	127%	121%

R6 年度 構成比	18.0%	3.5%	40.7%	7.8%	5.3%	2.0%	1.5%	1.1%	3.7%	2.6%	14.0%	100.0%

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	地域の特徴:当該地域は「水のカムイ観光圏」として認定され「水のカムイと出会える旅へ」をブランドコンセプトとしている。
②コンセプトの考え方	釧路～阿寒～弟子屈エリアには、国立公園が 2 つ存在し、国の特別天然記念物のタンチョウやマリモが生息している。また、阿寒湖、屈斜路湖から流れ出る阿寒川、釧路川は釧路湿原を潤し釧路市民の産業や生活に欠かせない水である。先住民族は自然界のカムイ（神）からの恩恵を享受してきた思想を受け継ぎ、阿寒湖畔には北海道内最大のアイヌコタン（生活空間）が存在している。 当エリア内の水の循環、自然景観、野生生物、食等他地域にはない「宝」である観光資源が存在していると言える。 3 地区にはそれぞれ 3,000 人～5,000 人前後の宿泊収容力があり、特に釧路市街地は陸路、鉄路、空路の交通結節点である。当エリア外においても近距離で空路、陸路が発達し、移動を容易にさせている。

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。	総会（年１回）、幹事会（年約２回）、関係者会議（マネージャー・行政合同）（１～２か月に１回）
	総会においては事業報告、ＫＰＩの達成状況などを各関係者に報告している。また、事業の実施に当たっては幹事会、マネージャー・行政を含めた会議を実施し、情報共有を行っている。
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	地域連携 DMO が策定するプロモーション戦略に基づき、欧米豪地域、東アジア地域、東南アジア地域に向けた地域一体的なプロモーションの実施や招聘事業を行い、体験を通した他の地域にはない観光魅力を発信する。 また、圏域観光の充実とブランディングを進めるため、空港や JR の駅等の一次交通が集約する、釧路を拠点としたアドベンチャーツーリズムの推進、外国人観光案内所としてのワンストップ窓口の充実、海外向けの観光情報発信やポータルサイトの構築・充実を図る。 　更に、ターゲット国に対するデジタルプロモーションの展開により、各エリアの魅力を効果的に発信していく。

様式１

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	地域連携 DMO 地区内では、Wi-Fi 整備を進め、道路案内標識や観光施設の多言語表示化に努めている。 飲食店のメニュー多言語化は協会ＨＰに主要な食材・調理法・料理名の英・中（繁･簡）・韓表記例をアップし見本として貰った。また一部の希望店にはメニューの翻訳に直接協力も行った。（別途「ぐるナビ」システム利用による各店メニューの多言語化を仲立ち） 観光パンフレット等については、多言語化を進めプロモーションや招聘事業に活用しているが、財源的な問題から改定時の遅れがある。 釧路地区の釧路観光コンベンション協会（ｶﾃｺﾞﾘｰⅡ）と NPO 阿寒観光まちづくり推進機構（同Ⅰ）、摩周湖観光協会（同Ⅰ）は JNTO 認定の「外国人観光案内所」を取得している。 各地区の主要宿泊施設や観光施設には外国人対応スタッフを配置している。

※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	38.2	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	1,737.8	1,519.6	1,571.2	1,624.4
		(294.1)	(294.1)	(294.1)	(155.3)	(164.6)	(174.5)
	実績	1,395.4	1,406.2	1,472.3			
		(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	59.4	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

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７年４月からの第３期５年間の整備計画認定を受け、新たに５ヵ年のＫＰＩを再設定。主に新型コロナウイルス感染症の感染症法上の位置づけが５類に移行され、行動制限が解除された令和５年度の実績数値を基準として設定され、地域連携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
Ｒ４～６年度の数値は、実績値が上回ったため、Ｒ６年度以降の観光圏第３期整備計画より新たに数値を見直し、Ｒ５年度を基準として目標値を設定した。

●延べ宿泊者数
Ｒ４～６年度は新型コロナの影響を鑑みていない目標であったため、実績値は大幅に下回った。Ｒ７よりＲ５年度数値を基準として下方に見直した。

●来訪者満足度・リピーター率
令和５年度を基準とし、上昇傾向で目標値を設定した。

（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
●Ｗｅｂサイトアクセス数（回）	目標	142,000	144,000	146,000	80,000	88,000	94,000
		（ － ）	(11,000)	(12,000)	(40,000)	(45,000)	(50,000)
	実績	33,407	58,369	69,187			
		(10,816)	(28,898)	(33,605)			

※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】
●観光庁の方針に従い、全国観光圏推進協議会により、KPI 等の設定を行っている。

【設定にあたっての考え方】
●宿泊施設の稼働率（R2 年度以降調査中止）
平成 25 年度の実績 50%（釧路･阿寒･弟子屈の各地区平均）に基づき算出。
※平成 25 年度の宿泊者数 1,456,708 人÷年間最大宿泊人数 2,912,969 人×100
これをベースに平成 27 年度目標を 55%に設定。
平成 32 年度目標を 65%とし、各年度で段階的に増加させる目標とした。

●滞在プログラム参加者数（R2 年度以降調査中止）
当エリアを満喫するためのプレミアムモデルコースを設定
このエリアでしか体感できないプレミアムツアーという位置づけで、個人旅行客を対象とし目標を設定。
初年度を平成 28 年度として 76 人、平成 29 年度を 138 人とし、以後各年度約 15%増加させる目標を設定。ただし外国人数は平成 29 年度で目標を大きく上回った為、以降上方修正。
しかし平成 30 年度は集客が伸びず、さらに 31 年度(令和元年度)は釧路エリアの対象プログラム内容変更と、阿寒エリアではＮＰＯ阿寒が体験プログラムの直接運営から撤退した為、令和 2 年度以降は行わない。(来訪者調査の中での質問のみ)

●滞在プログラム参加者満足度（R2 年度以降調査中止）
初年度を平成 28 年度とし 23%、以後各年度約 3.5%増加させる目標を設定
参加者数同様 令和 2 年度以降は実施しない。

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

様式１

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４） 年度	14,923 千円	【国からの補助金】 89 千円 【市町村からの補助金】 7,892 千円 内訳：釧路市 4,937 千円 弟子屈町 705 千円 7 団体基礎負担金 350 千円 観光団体負担金 1,900 千円 【独自事業】 5,360 千円 内訳：国立公園プログラム造成 3,760 千円（環境省） ＡＴ商品造成事業 1,600 千円（機構） 【繰越金】 1,582 千円
2023（Ｒ５） 年度	28,241 千円	【国からの補助金】 145 千円 【市町村からの補助金】 19,763 千円 内訳：釧路市 16,697 千円 弟子屈町 816 千円 7 団体基礎負担金 350 千円 観光団体負担金 1,900 千円 【独自事業】 6,000 千円 内訳：観光コンテンツ造成支援事業 6,000 千円（観光庁） 【繰越金】 2,333 千円
2024（Ｒ６） 年度	9,799 千円	【国からの補助金】 58 千円 【市町村からの補助金】 8,580 千円 内訳：釧路市 5,543 千円 弟子屈町 787 千円 7 団体基礎負担金 350 千円 観光団体負担金 1,900 千円 【繰越金】 1,161 千円
2025（Ｒ７） 年度	13,216 千円	【国からの補助金】 116 千円 【市町村からの補助金】 11,897 千円 【繰越金】 1,203 千円
2026（Ｒ８） 年度	10,991 千円	【国からの補助金】 116 千円 【市町村からの補助金】 9,672 千円 【繰越金】 1,203 千円
2027（Ｒ９） 年度	10,991 千円	【国からの補助金】 116 千円 【市町村からの補助金】 9,672 千円 【繰越金】 1,203 千円

（２）支出

様式１

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４） 年度	14,922 千円	**【事業費】　11,896 千円** ＜滞在プログラム開発＞　1,870 千円 ＜プロモーション等＞ 欧米豪ＳＮＳ投稿 183 千円 ＪＮＴＯ会費 300 千円 ＜観光圏バス阿寒摩周号運行＞　739 千円 ＜マーケティング調査＞ 来訪者満足度調査 1,763 千円 ＜地域づくりセミナー＞　114 千円 ＜VJTM＞　13 千円 ＜全国観光圏連携・人材育成＞626 千円 ＜ＵＤＪ全国会議情報発信＞ 69 千円 ＜国際化対応整備＞ Wi-Fi 整備･通信費等 859 千円 ＜独自事業＞ 国立公園自然体験プログラム　3,760 千円（環境省） ＡＴ商品造成　1,600 千円（機構） **【その他管理運営費等】固定費・事務局費 1,540 千円** **【次年度繰越】　1,486 千円**
2023（Ｒ５） 年度	14,922 千円	**【事業費】　25,033 千円** ＜滞在プログラム開発＞　682 千円 ＜プロモーション等＞ 欧米豪ＳＮＳ投稿 821 千円 Youtube 広告 1,045 千円 ＪＮＴＯ会費 300 千円 ＜観光圏バス阿寒摩周号運行＞　722 千円 ＜マーケティング調査＞ 来訪者満足度調査 1,775 千円 ＜地域づくりセミナー＞　140 千円 ＜全国観光圏連携・人材育成＞628 千円 ＜ＵＤＪ全国会議情報発信＞ 69 千円 ＜国際化対応整備＞ Wi-Fi 整備･通信費等 2,592 千円 ＜ＡＴ推進事業＞10,259 千円 ＜独自事業＞ 観光コンテンツ造成支援事業　6,000 千円（観光庁） **【その他管理運営費等】固定費・事務局費 2,047 千円**

		【繰越金】1,161 千円
2024（Ｒ６） 年度	**9,799 千円**	**【事業費】7,194 千円** ＜滞在プログラム開発＞　305 千円 ＜プロモーション等＞ 欧米豪ＳＮＳ投稿　183 千円 ＪＮＴＯ記事掲載 1,540 千円 ＪＮＴＯ会費 300 千円 ＜観光圏バス阿寒摩周号運行＞　600 千円 ＜マーケティング調査＞ 来訪者満足度調査 1,787 千円 ＜地域づくりセミナー＞　30 千円 ＜全国観光圏連携・人材育成＞402 千円 ＜ＵＤＪ全国会議情報発信＞ 69 千円 ＜国際化対応整備＞ Wi-Fi 整備･通信費等 1,978 千円 **【その他管理運営費等】固定費・事務局費 1,403 千円** **【次年度繰越】1,202 千円**
2025（Ｒ７） 年度	**13,216 千円**	**【事業費】　11,831 千円** ＜滞在プログラム開発＞　400 千円 ＜プロモーション等＞ 欧米豪ＳＮＳ投稿　800 千円 ＪＮＴＯ会費 300 千円 モンベルフェア出展 580 千円 ＰＲツール 400 千円 ＜観光圏バス阿寒摩周号運行＞　700 千円 ＜マーケティング調査＞ 来訪者満足度調査 1,859 千円 ＜地域づくりセミナー＞　150 千円 ＜全国観光圏連携・人材育成＞1,029 千円 ＜ＵＤＪ全国会議情報発信＞ 69 千円 ＜国際化対応整備＞ Wi-Fi 整備･通信費等 5,544 千円 **【その他管理運営費等】固定費・事務局費 1,320 千円** **【予備費】　65 千円**
2026（Ｒ８） 年度	**10,991 千円**	**（令和７年度予算 － 一部 Wi-fi 整備・通信費等分）**
2027（Ｒ９） 年度	**10,991 千円**	**（令和７年度予算 － 一部 Wi-fi 整備・通信費等分）**

（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

安定的な運営資金確保のための施策
１．着地型旅行商品、滞在型プログラムの商品化、販売。レンタサイクル事業。物販（オリジナル商品の開発･販売、地域土産品の販売）
２．地域連携ＤＭＯが釧路市から指定管理を受けている、釧路市観光国際交流センターを活用した収益事業の創出や釧路市湿原展望台の受入体制強化による収入源の確保。
３．その他、自主財源確保に向けて、取組事業を推進中
４．自治体による財政支援

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

北海道及び釧路市、弟子屈町は、（一社）釧路観光コンベンション協会を当該都道府県及び市町村における（地域連携ＤＭＯ）として登録したいので、（一社）釧路観光コンベンション協会とともに申請いたします。

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）

【他の地域連携ＤＭＯや地域ＤＭＯとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】

●協議会は設けておりませんが、ＤＭＯ阿寒観光協会まちづくり推進機構とは水のカムイ観光圏として連携しており、ひがし北海道自然美への道ＤＭＯは会員である釧路市の構成員として会議等に参加し、相互の取り組みを理解のうえ連携しております。

【区域が重複する背景】

●当地域は他地域の地域連携 DMO に比べ、先発して設置されており、重複している現状については特段関与するものではない。

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】

当ＤＭＯについては釧路市・弟子屈町の行政エリアを軸として活動しており、上述のひがし北海道自然美への道ＤＭＯについては、より広域的な区域でのインフラ整備等を構築している。

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

当ＤＭＯとしては、２地域に集中し、密度の濃い活動を行うため、効率的な活動を行える。

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	内間木　伸也
担当部署名（役職）	一般社団法人釧路観光コンベンション協会　DMO 推進室　係員
郵便番号	085-0017
所在地	釧路市幸町 3 丁目 3 番地
電話番号（直通）	0154－31－1993
ＦＡＸ番号	0154－31－1994
Ｅ－ｍａｉｌ	uchi@kushiro-kankou.or.jp

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	大廣　兼司
担当部署名（役職）	北海道経済部観光局観光振興課観光地づくり係（係長）
郵便番号	060-8588
所在地	北海道札幌市中央区北３条西６丁目
電話番号（直通）	011―231―4111（011―204―5303）
ＦＡＸ番号	011―232―4120
Ｅ－ｍａｉｌ	ohiro.kenji@pref.hokkaido.lg.jp

都道府県･市町村名	釧路市
担当者氏名	阿部　謙一
担当部署名（役職）	釧路市産業振興部観光振興室（観光振興監 兼 室長）
郵便番号	085-8505
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	kenichi.abe@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	085-0467
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

様式１

Ｅ－ｍａｉｌ	futoshi.sugisaki@city.kushiro.lg.jp

都道府県･市町村名	弟子屈町
担当者氏名	鶴田　裕樹
担当部署名（役職）	弟子屈町観光商工課観光振興係（係長）
郵便番号	088-3292
所在地	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
ＦＡＸ番号	015-482-5669
Ｅ－ｍａｉｌ	masyuko1@masyuko.or.jp

様式１

図１－１　実施体制の全体像

地域連携 DMO（＝観光地域づくりプラットホーム）は一般社団法人釧路観光コンベンション協会が担い、各地域の特定非営利活動法人阿寒観光協会まちづくり推進機構、一般社団法人摩周湖観光協会を統括する。
地域連携ＤＭＯ（観光地域づくりプラットフォーム）が中心となり、観光圏協議会や行政と連携して進めていく。

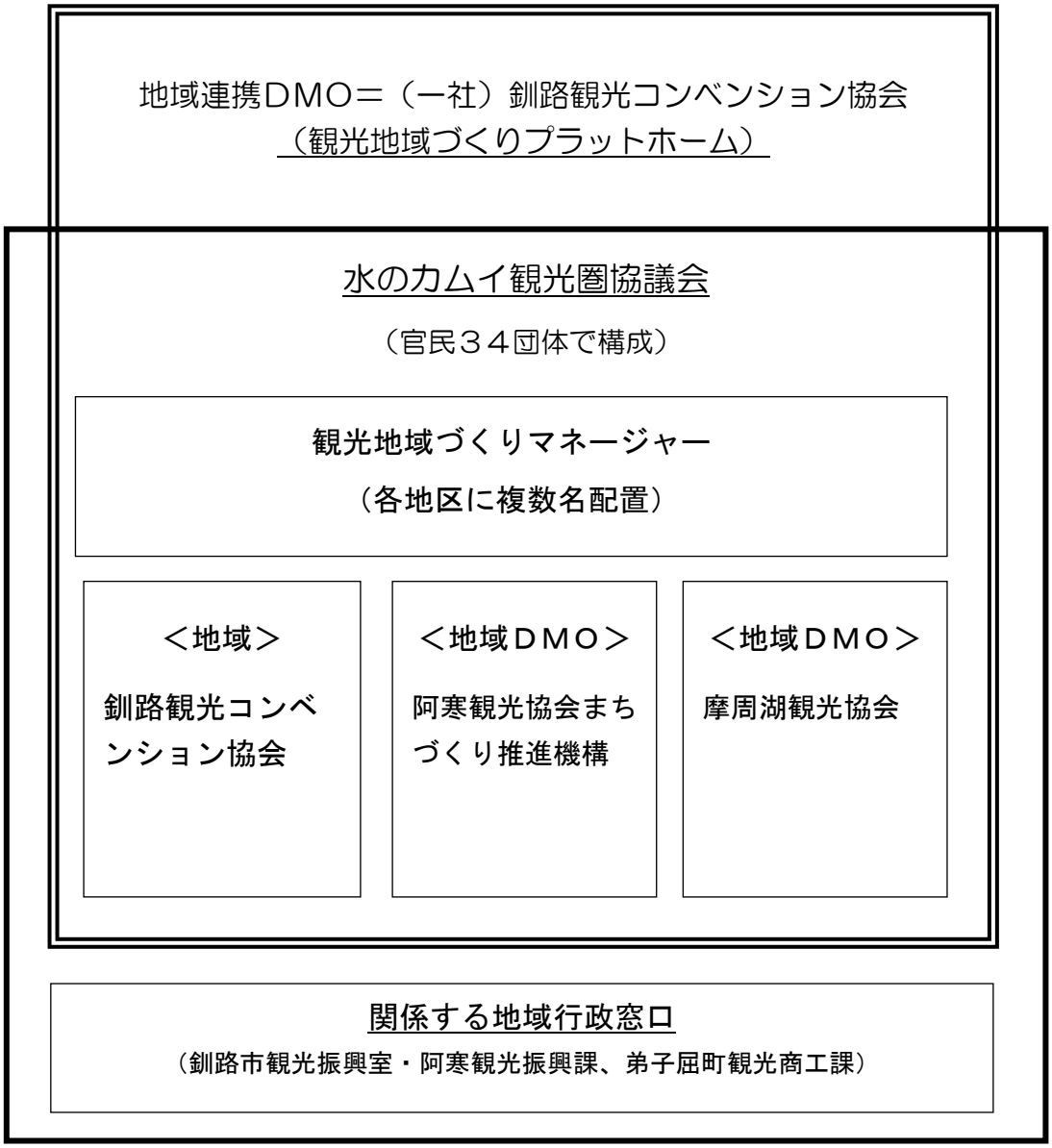


図１－２

マネジメント実施体制

実施体制	観光地域づくりプラットホームの実施体制 ①観光地域づくりマネージャー　７名（観光協会、圏域内事業者等） ②観光地域づくりプラットホームの組織名 一般社団法人釧路観光コンベンション協会 ※観光地域づくりプラットホーム実施体制 地域連携ＤＭＯ（一般社団法人釧路観光コンベンション協会） 水のカムイ観光圏観光地域づくりプラットホーム 水のカムイ観光圏観光地域づくりマネージャー （３滞在促進地区） ☆釧　路：３名 ☆阿　寒：３名 ☆川湯・摩周：３名 ※３滞在促進地区～「釧路」「阿寒」「川湯・摩周」

様式１

図２－１　圏域図

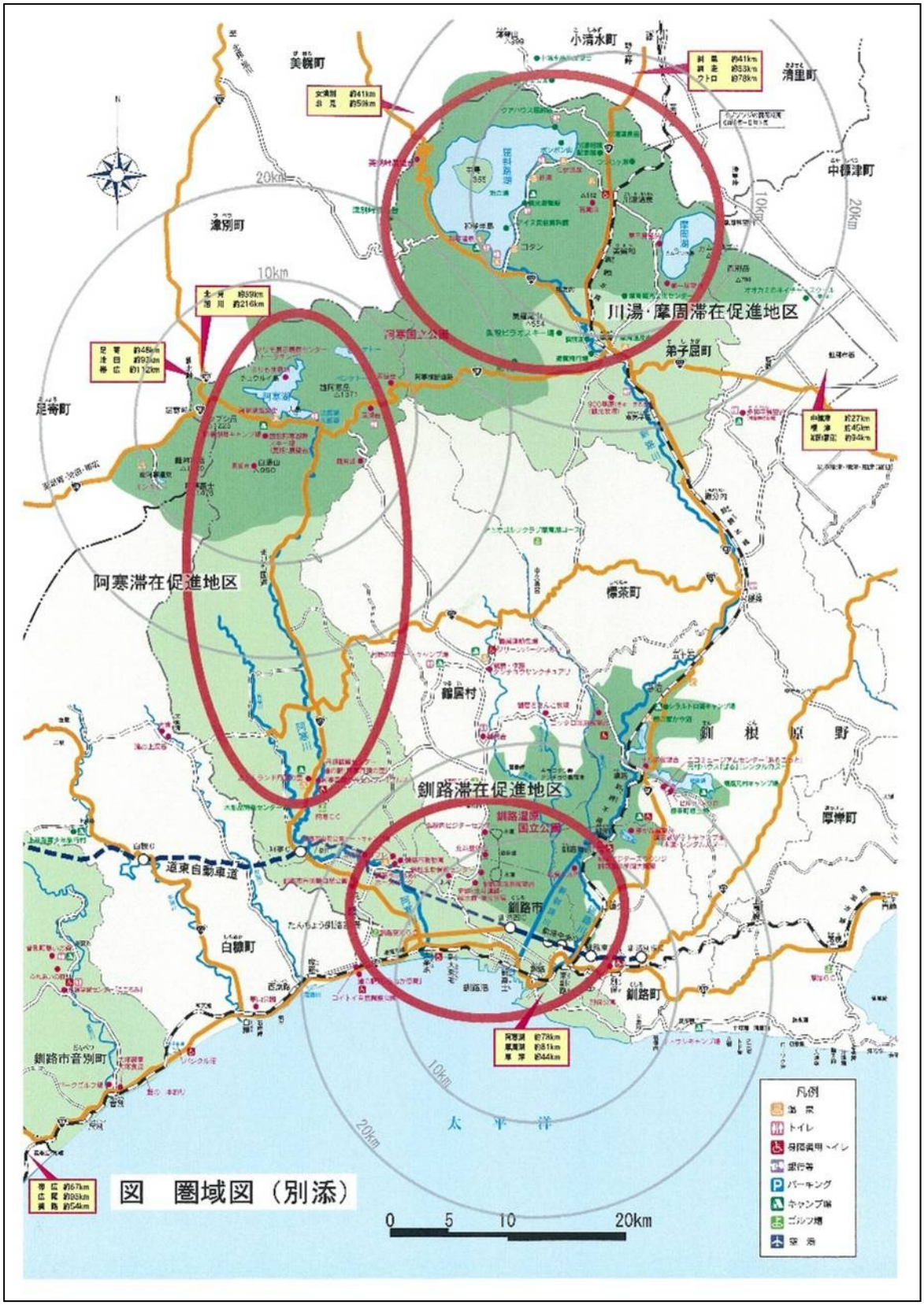
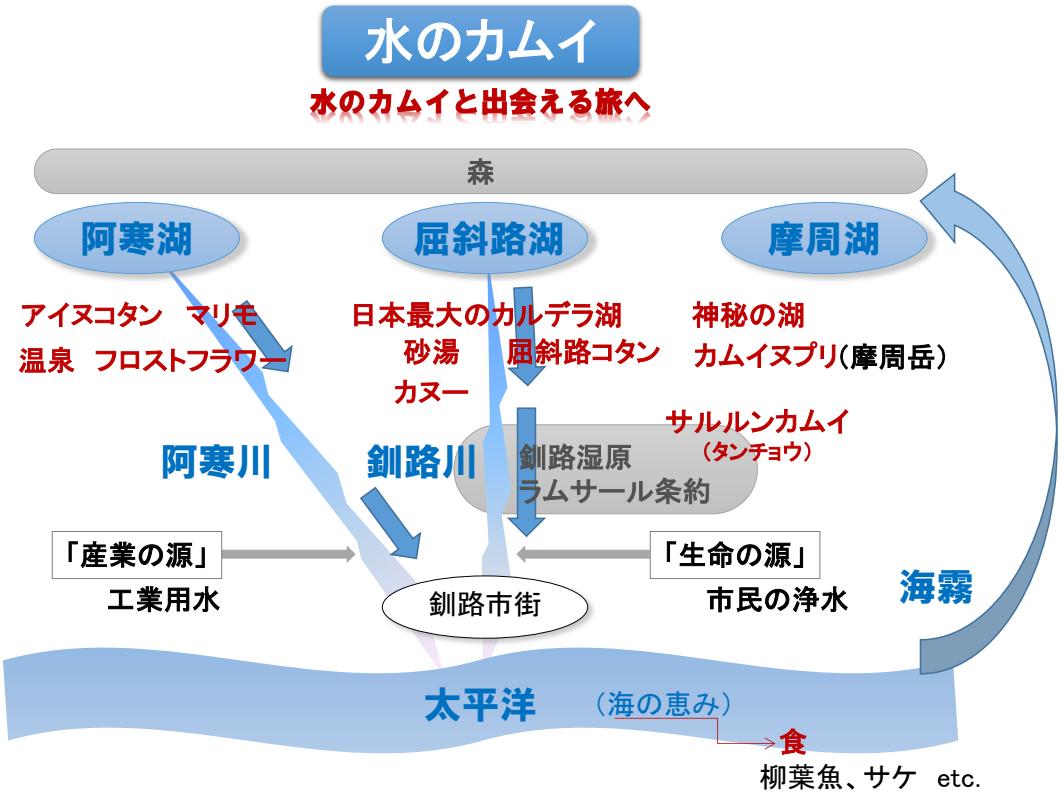

川湯・摩周滞在促進地区
阿寒滞在促進地区
釧路滞在促進地区
美幌町
小清水町
清里町
津別町
中標津町
弟子屈町
足寄町
標茶町
鶴居村
釧路市
釧路町
白糠町
釧路市音別町
厚岸町
道東自動車道
太平洋
10km
20km
凡例
図　圏域図（別添）
0　5　10　20km

図２－２

当観光圏の「水」による繋がりと、水のカムイによりもたらされた様々な恵み



[当エリアの「水の循環」、「水の七変化」]

（登録）【地域連携DMO】一般社団法人　釧路観光コンベンション協会

様式2

記入日：　令和7年7月24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、弟子屈町
【設立時期】 平成25年4月1日
【設立経緯】
③地域の観光協会がDMOに移行
【代表者】 藤井　芳和
【マーケティング責任者（CMO）】 事務局次長　細川　悟志
【財務責任者（CFO）】 事務局次長　米道　直雄
【職員数】 常勤10人 （正職員5人 嘱託等4人 臨時1人）
【主な収入】
国からの補助58千円、市町からの補助8,580千円（R6年度決算）
【総支出】
事業費　7,194千円、一般管理費　1,403千円（R6年度決算）
【連携する主な事業者】
NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構
一般社団法人 摩周湖観光協会

KPI（実績・目標）

※（ ）内は外国人に関するもの。

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（50.5）	38.0（50.8）	38.2（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）	1,737.8（294.1）	1,519.6（155.3）	1,571.2（164.6）	1,624.4（174.5）
	実績	1,395.4（45.8）	1,406.2（138.2）	1,472.3（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 ）	59.4（19.8）	59.4（25.7）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
第1ターゲット層：欧米豪（英・独・米・豪州等）、国内富裕層（個人旅行者）
第2ターゲット層：アジア圏（台湾・中国・香港ほか東南アジアまで）
第3ターゲット層：国内都市圏（関東・関西圏）

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
・既存プログラムの磨き上げや新規プログラム　の開発、滞在プログラムの磨き上げ、アドベンチャーツーリズムエリアとしての地位確立
・2つの国立公園との連携（釧路湿原国立公園、阿寒摩周国立公園）

【観光地域づくりのコンセプト】
「水のカムイ観光圏」のエリアでの雄大で多様な自然、その自然と共生してきた歴史文化を、来訪者の方々に五感で体感していただくことをコンセプトとする。

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・拠点型周遊ルート（滞在プログラム）造成を始めとする連泊滞在を促進するコンテンツ開発

【受入環境整備】
・インバウンドをターゲットとするHPの運営
・英語対応の予約システム運営
・観光コンシェルジュの運営
・アドベンチャートラベルガイド人材育成

【情報発信・プロモーション】
・欧米豪デジタルプロモーション JNTO 記事掲載 、SNS投稿
・台湾 プロモーション
・シンガポール プロモーション
・タイ プロモーション、FAMツアー