観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７年７月３０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	一般社団法人　摩周湖観光協会	
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 北海道川上郡弟子屈町	
所在地	北海道川上郡弟子屈町摩周３丁目３番１号　釧路圏摩周観光文化センター２階	
設立時期	平成１１年３月３１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	１４人【常勤４人（正職員３人・出向等１人）、臨時職員１０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） ㈲渡辺体験牧場	（一社）摩周湖観光協会長や㈲渡辺体験牧場代表取締役、全国体験牧場協議会長、摩周湖農業協同組合役員を歴任。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。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（ＣＭＯ：チー	（氏名） 秋山　一夫「専従」 （出身組織名） 弟子屈町役場	弟子屈町役場に４０年勤務。平成元年度から平成５年度までは観光商工課長として、観光、商工行政を担当し、新型コロナにおける経済対策や国立公園満喫プロジェクトの推進などに取り組んだ。 役場勤務の経験から、町内の経済状況や人脈に明るく、令和６年４月に役場から出向し、参事として勤務。令和７年３月末で役場を退職してプロパー職員と

様式１

フ・マーケティング・オフィサー ※必ず記入すること		なり、協会業務及び DMO 業務全般、マーケティング業務を所管している。
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） 河原　宏「専従」 （出身組織名） 株式会社西武・プリンスホテルワールドワイド	株式会社西武・プリンスホテルズワールドワイド職員として、屈斜路プリンスホテルに 25 年間勤務。国内旅行業務取扱管理者資格や北海道観光マスター資格を有し、ホテル内においてフロントやバンケット、雇用管理、営業等さまざまな業務に携わる。ホテル勤務時代に培った幅広い人脈と経験が強みである。令和６年度までは地域活性化起業人として出向し、(一社)摩周湖観光協会にて勤務していたが、令和７年３月末で退職。同年４月から協会のプロパー職員となり、財務責任者として勤務する。 国際的な持続可能な観光地に関する基準 GSTC の認定する Professional Certificate in Sustainable Tourism 資格を有する。 水のカムイ観光圏観光地域づくりマネージャー。
各部門（例：旅行商品の造成･販売）の責任者（専門人材）	（氏名） 嶋戸　健祐 （出身組織名） 地域経済活性化支援機構 (REVIC)	北海道旅客鉄道株式会社で旅行商品開発、宣伝、旅客流動・収入分析、着地観光開発担当等を経て、両備ホールディングス株式会社にてフェリーカンパニー事業責任者として事業再生に貢献。グループ年間表彰制度にて 2019 年 CEO 賞、2020 年副会長賞を受賞。2020 年 11 月 REVIC 入社し北海道案件を担当。現在、株式会社弟子屈町振興公社の代表取締役会長に就任し地域活性化に取り組む。また、（一社）摩周湖観光協会の副会長も兼任する。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	北海道川上郡弟子屈町 ・観光商工課（観光行政及びマーケティング） ・環境生活課（環境行政及び地域公共交通） ・建　設　課（社会資本整備）	
連携する事業者名及び役割	● 水のカムイ観光圏協議会（広域連携、マーケティング、インバウンドプロモーション） ※ NPO 法人阿寒観光協会まちづくり推進機構、(一社)釧路観光コンベンション協会、釧路市と弟子屈町にて構成。 ● てしかがえこまち推進協議会(観光地域づくりの推進、エコツーリズム推進全体構想の運用)事務局 ● ひがし北海道自然美への道 DMO（広域連携、マーケティング、プロモーション、地方における高付加価値なインバウンドモデル事業事務局） ● 地域経済活性化支援機構（REVIC）(経営支援) ● ㈱弟子屈町振興公社(滞在プログラム企画、特産品開発・販売) ● 阿寒摩周国立公園川湯地域運営協会（自然保護、環境整備） ● 弟子屈町商工会(中小企業経営指導)	

<table>
<tr><td></td><td>
● 摩周湖農業協同組合(農業振興・特産品開発)
● (一社)みちえき摩周直売会（特産品販売）
● 川湯温泉旅館組合(宿泊)
● 摩周温泉旅館組合(宿泊)
● 川湯温泉料飲店組合(飲食)
● 弟子屈町地域公共交通活性化協議会(二次交通)
● 阿寒バス㈱(二次交通)
● JR 北海道(二次交通)
● ㈲摩周ハイヤー(二次交通)
● NPO 法人てしかがトレイルクラブ(トレイルの維持管理、外来種駆除)
● 北海道東トレイル運営事務局(トレイルの維持管理、情報発信)
● 釧路川源流域ネットワーク（アクティビティ）
</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>
「てしかが地域戦略会議」の開催
（概要）
住民主体の観光を基軸としたまちづくり団体「てしかがえこまち推進協議会」の構成団体を中心に、(一社)摩周湖観光協会が事務局を務める会議体。弟子屈町、㈱弟子屈町振興公社、摩周湖農業協同組合、弟子屈町商工会、弟子屈町教育委員会、弟子屈町自治会連合会、阿寒摩周国立公園川湯地域運営協会、川湯温泉旅館組合、てしかが郷土研究会、弟子屈町地域公共交通活性化協議会、(一社)みちえき摩周直売所、NPO 法人てしかがトレイルクラブ、釧路川源流域ネットワークの各団体が地域の意思決定を図る場として活用。
【該当する登録要件】②
</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>
下記「実施体制の概要」で示す通り、てしかが地域戦略会議が「観光地域づくりに関する意識啓発・参加促進」の取組を推進し、弟子屈町独自の仕組みであり、住民主体の協議会であるてしかがえこまち推進協議会の枠組みの中で連動を進めていく。

・住民主体の部会の開催、勉強会　等
・エコツーリズムの推進
・てしかがスタイルのエコツーリズム推進全体構想の運用
</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>
● 弟子屈町観光情報サイト「弟子屈なび」の管理運営事業
※弟子屈町の観光情報の発信プラットフォームであり、町内の飲食店、宿泊、体験(アクティビティ)、イベント等の情報に加え、弟子屈町の持続可能な観光地域づくりに関する取り組みについても発信している。
● 観光協会オウンドメディア SNS（Instagram、Facebook、Twitter）管理運営事業
● 全国各地での観光素材説明会、商談会
※札幌、東京、大阪等の旅行会社やメディアへ紹介宣伝、誘致を行う。
● 台湾でのプロモーション活動
● 旅行雑誌、フリーペーパー、新聞、ネット情報(PR-times)等での情報発信
● 各種 MAP、パンフレット(多言語含む)の発行及び配布
● 摩周湖・屈斜路湖の結氷動画の制作
</td></tr>
</table>
</td></tr>
</table>

	● ふるさと納税の取扱い（宿泊券・アクティビティ等）及び旅先納税の運営
受入環境の整備	● 観光案内所運営業務（町内 3 か所） ● レンタサイクル事業（町内 3 ヵ所） ● 地域公共交通　周遊バスきっぷ事業（弟子屈えこパスポート） ● 水のカムイ観光圏協議会にて、訪日外国人誘客に向けたセミナーを開催 ● 北海道東トレイルへの協力 ● 各種研修会の実施 ● 地域限定旅行業の取得
観光資源の磨き上げ	● 川湯温泉を象徴する源泉のエリアを散策できる施設の整備(川湯岩盤テラス) ● 川湯温泉のブランディング（インタープリテーションブックの制作・ロゴマークキャッチコピー等の制作） ● アトサヌプリトレッキングツアーの主催（エコツーリズム推進全体構想を活用した認定ガイドツアー） ● アトサヌプリライトアップ及び川湯マルシェの開催 ● 川湯ビジターセンターに、針葉樹をテーマとしたコンセプトショップの運営 ● 各団体との連携によるイベントの協力・情報発信

【定量的な評価】

・サイト解析による「弟子屈なび」閲覧数:821,941PV
・SNS　Instagram「lake_mashu」のフォロワー数：3,503
・SNS　Facebook「一般社団法人 摩周湖観光協会」のフォロワー数：2,884
・SNS　Ｘの「lake_mashu」のフォロワー数：3,649
・アトサヌプリトレッキングツアー申込人数：233 名（R6 年度実績）

様式１

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】** （一社）摩周湖観光協会が推進役となり、メンバーには、行政、宿泊業団体、飲食業者のみならず、交通事業者、文化財、国立公園、アクティビティ、農業、商工業等、多様な関係者が参画する官民が密接に連携した運営を実施。 **【実施体制図】**

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

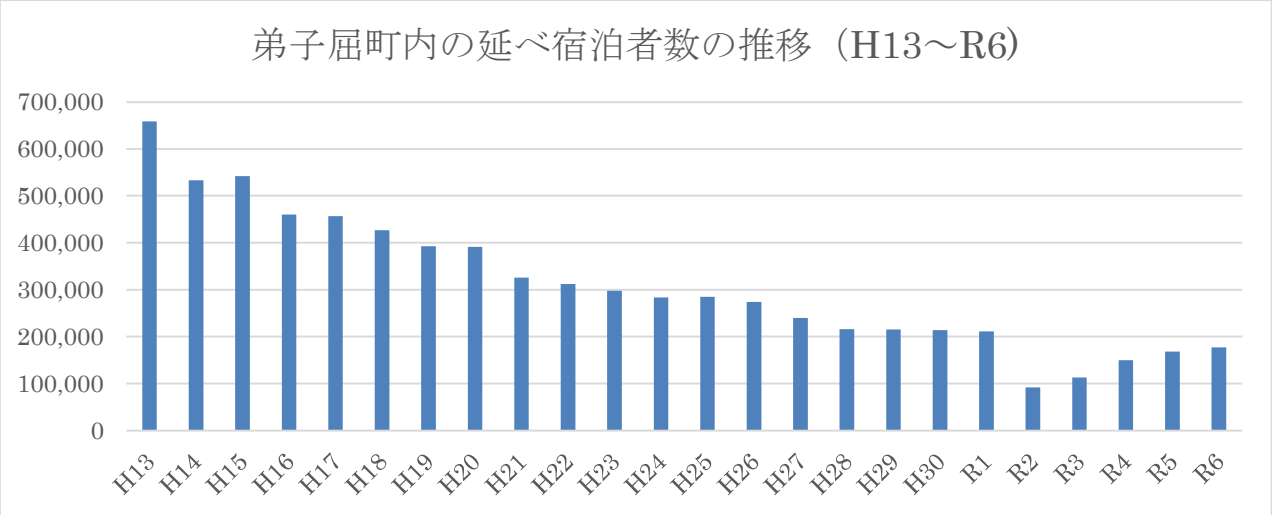
【区域の範囲が分かる図表を挿入】

【区域設定の考え方】

阿寒摩周国立公園の５６％を有する弟子屈町は、日本最大のカルデラ地形であり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、今なお噴煙あげる硫黄山(アトサヌプリ)を持つ。本公園は、11 市町村により構成されているが、弟子屈町の占める割合や、ひがし北海道の中心に位置する立地から、区域は地域単体で行うことが望ましいと考える。
また、平成 27 年度に「水のカムイ観光圏～釧路湿原・阿寒・摩周～」として周辺地域での広域連携も出来ていることから、広域周遊へのアプローチも行いつつ、このエリア最大の魅力である、自然や文化、生活、観光面において一元化されたアプローチは地域単独で行うことが望ましいと考える。

【観光客の実態等】

※設定区域における観光客入込客数、延べ宿泊者数、消費額等を踏まえて記入すること。



上記の表は、弟子屈町全体の宿泊者数の推移である。最も宿泊者数が多かったのは、平成 3 年度の 73 万人で、その後、平成 13 年度まで緩やかに減少し、宿泊施設の休業が増えてきた当該年度以降から、加速度的に減少している。要因としては、平成前半は団体客を中心に単価を低く設定して、数を入れることで運営してきたのが、団体から個人に旅行形態が変わる中、施設の老朽化対応や改修などの投資が出来ず、休業を余儀なくされている。
令和 2 年度は、コロナ禍で 10 万人を切るほどまで減少したが、徐々に回復してきており、一棟貸しなど新たな宿泊施設の開業予定や休業したホテルを買い取って再開する動きが出てきている。
入込客数は、宿泊客数に比べて大きく変動がなく、堅調に推移している。

【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】

●アトサヌプリトレッキングツアー

2000 年に、落石事故により立ち入り禁止になっていたアトサヌプリ（硫黄山）だが、てしかがスタイルのエコツーリズム推進全体構想を活用して、一定の条件を満たした認定ガイドによる限定ツアーが 2020 年よりスタートした。ツアー料金の一部は、自然保護、整備に充てられ、持続可能なエコツアーとしても注目されている。それらの仕組みが評価されて、2023 年第 18 回エコツーリズム大賞を受賞している。

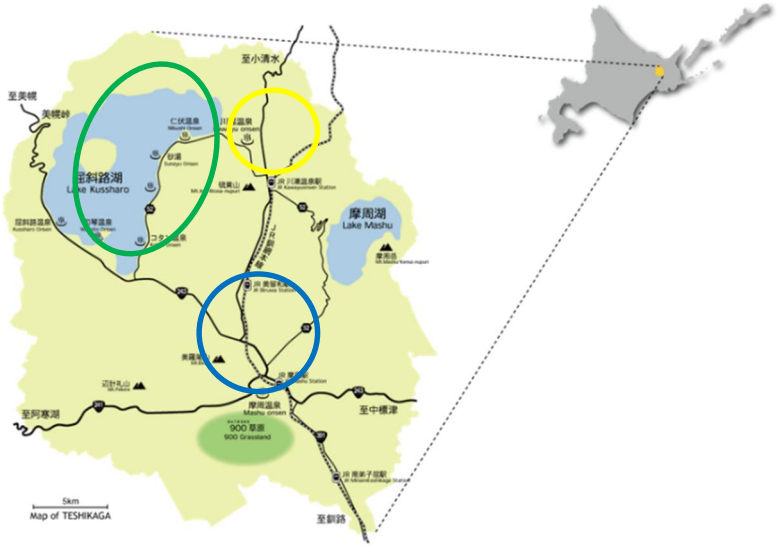
●ONSEN・ガストロノミーウォーキング

国内有数の強酸性である川湯温泉を拠点に、温泉、食、文化歴史を堪能できるイベントである。特に、冬の川湯温泉は-30℃近くまで冷え込む中、街中を流れる「温泉川」を中心に、市街のいたる場所で樹氷やダイヤモンドダストが発生。北海道の冬を満喫できるイベントである。

●川湯温泉ナイトタイムコンテンツ
　川湯温泉は、強酸性の温泉が川となって流れている。街に隣接する森は、アカエゾマツが群生する動植物の豊かなエリアである。温泉川沿いを中心に、温泉街を散策できる遊歩道を整備し、夜は神社などとともにライトアップを実施している。また、晩秋初冬の閑散期対策として、アトサヌプリライトアップ事業を期間限定で実施している。

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

摩周エリア：
ホテル・旅館 5 施設、
ペンション・民宿他　8 施設
貸別荘コテージ一棟貸し 1 施設
川湯エリア：
ホテル・旅館 7 施設、
ペンション・民宿他　3 施設
貸別荘コテージ一棟貸し 4 施設
屈斜路エリア：
ホテル・民宿　11 施設、
ペンション　4 施設
貸別荘コテージ一棟貸し 4 施設
その他エリア、
ペンション・民宿 11 施設
貸別荘コテージ一棟貸し 1 施設



計 59 施設

　弟子屈町の宿泊分布としては、大きく３つのエリアに分けることができる。
　摩周エリアは、道の駅もあることから、入込客数は多い。川湯エリアは、温泉が魅力的であり、湯治に用いられることから、長期滞在含め宿泊客が多い。屈斜路エリアにおいては、アウトドアの楽しめる屈斜路湖がある為、キャンプ利用など夏季の需要は高い。一棟貸しの宿やゲストハウスが増えてきている。

【利便性：区域までの交通、域内交通】
・釧路空港：車で約 75 分
・女満別空港：車で約 70 分
・中標津空港：車で約 50 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（網走から川湯温泉）：4 本　摩周から釧路：6 本
　　上り（釧路から川湯温泉）：5 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 1 往復
　　美留和線（摩周営業所－大鵬相撲記念館）：1 日 6 便
　　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：1 日 6 往復
タクシー会社　1 件

【外国人観光客への対応】

- 令和 2 年度の外国人観光客の述べ宿泊者数は 410 人で、コロナ禍のなか前年度の 6 分の 1 に迄減少した。令和 6 年度の宿泊延べ数は、21,113 人でコロナ禍以前まで回復してきている。国籍地域別は、東アジア、中華圏が最も多い状況で、2024 年に実施したアドベンチャートラベルワールドサミットの影響もあり欧米人の訪問が目立ってきている。
- 各観光案内施設には、英語対応が可能な職員を優先採用するとともに、スマートフォンの翻訳機能などを活用して対応している。
- Wi-Fi については、町内の集客スポットはおおよそ整備されている。
  【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（屋外及び摩周湖カムイテラス内)、JR 摩周駅（屋内)、JR 川湯温泉駅（屋内)、屈斜路湖砂湯園地（屋外)、屈斜路コタン地区（屋外）
  民間事業者・施設においても、大規模ホテルはロビー階のみならず客室も整備が進んでいる。
- 免税店については、大型ドラックストア及び摩周湖カムイテラス・硫黄山ＭＯＫＭＯＫベースまで拡大されている。
- パンフレットについては英語、簡体字、繁体字、ハングルが揃っている。WEB サイトは英語に対応。英語以外の多言語案内表示等については今後検討。

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。	アンケート調査を自主事業として実施。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	各宿泊施設からの報告を集計。
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。	アンケート調査を自主事業として実施。
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。	アンケート調査を自主事業として実施。
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。	グーグルアナリティクスを活用して実施。
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。	アンケート調査を自主事業として実施。

収集するデータ	収集の目的	収集方法
観光客の満足度（訪日外客含む)、リピーター率	地域に対する顧客の満足度やリピートを把握	主要集客スポットにおける聞き取り調査、留め置き調査を実施
観光客の消費額（訪日外客含む）	地域内での旅行消費額の把握	主要集客スポットにおける聞き取り調査、留め置き調査を実施
観光入込客数、延べ宿泊者数	観光入込、宿泊実績の検証	行政と連携し、施設等から集計

４．戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

弟子屈町は町の面積のおよそ 3 分の 2 が阿寒摩周国立公園に含まれ、摩周湖、硫黄山、屈斜路湖などを擁する自然に恵まれた観光と農業が基幹産業である。

町を訪れる観光客の入込数は、2015 年から横ばい成長が続き、コロナ禍で一時落ち込んだが、ほぼ横ばいである。それに対して、宿泊客数は減少傾向にあり日帰り旅行者が増えていると考えられる。また、観光客の動向としては、摩周エリアに訪れる客が最も多く、つづいて川湯エリア、屈斜路エリアとなっている。摩周エリアは日帰り客が多く、川湯、屈斜路エリアは宿泊客を含む割合が高いがいずれも減少傾向にある。

2020 年に世界中にパンデミックを引き起こした新型コロナウィルス感染症は、弟子屈町の観光産業にも大きな影響を及ぼした。しかし、密から疎へ、都会から自然の中へ、人々のライフスタイルや価値観が大きく変容したことは、大きな転換点と考えている。

2016 年に策定された「てしかがスタイルのエコツーリズム推進全体構想」は、地域ならではの特色を活かした観光として、エコツーリズムを推進するための地域の指針を示している。更に、2022 年 4 月に、世界基準の持続可能なガイドライン(JSTS-D)を導入した観光振興計画を策定し、豊かな自然や人々の暮らしを守り続ける「弟子屈町らしい持続可能な観光」地域づくりを推進する為に、地域一丸となって課題解決に取り組んでいる。特に、観光地としての宿泊者数の増加や単価を上げる取組み、働き手の確保や住居問題、町民の Civic Pride の醸成などの様々な課題に関して、（一社）摩周湖観光協会（DMO）が中心となり、主要経済団体と連携することとしていく。

また、阿寒摩周国立公園として満喫プロジェクトに取り組んでおり、特に川湯温泉街は、廃業したホテルの解体や新たなホテルの進出、魅力ある施設整備、ブランディングに取組んでいる。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み（Strengths） ● 町域の 65%が阿寒摩周国立公園に属し、自然が豊か ● 道東周遊の拠点として長期滞在しやすい ● 3 つの空港が利用可能 ● 北海道初の「エコツーリズム推進全体構想」認定地域である。 ● 豊富なアクティビティ ● JSTS-D を中心に据えた「弟子屈町観光振興計画」を施行 ● 地域の行政・民間事業者の連携 ● 国立公園満喫プロジェクトに選定	弱み（Weaknesses） ●宿泊者数が年々減少している ●廃業施設が増加 ●周遊モデルが確立されていない ●高付加価値なコンテンツの不足、ブランド力不足 ●特産品や名産品が少ない ●観光集客が夏季に集中 ●二次交通が不便 ●ランニングコストのかかる施設規模
外部環境	機会（Opportunity） ● サステナブルな旅行先を求める旅行者の増加 ● コロナ禍の旅先として密にならないアウトドアの体験や宿泊先に対するニーズが増加 ● ワーケーションやテレワークの普及により長期滞在のニーズが増加 ● 国立公園満喫プロジェクトの推進 ● 北海道での ATWS2023 による欧米人の増加	脅威（Threat） ●JR 釧網線の赤字による廃線や廃駅の危機 ●全国各地で持続可能な観光への関心が高まり、競合デスティネーションが増加 ●高速道路の整備が進み、道央圏へのアクセスが向上したことにより、近隣市町村からの旅行者が減少 ●人口減少、少子高齢化 ●コロナ禍の長期化がもたらした地域経済へのダメージ

	● 高速道路の整備が進み、道央圏からのアクセスが向上 ● 空港民営化 ● 新たなホテルの進出	●観光投資増加による乱開発 ●噴火等の自然災害

※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
首都圏及び海外の FIT（SIT 層及び ET 層）で、50 代を中心としたハイエンド～ラグジュアリ層

〇選定の理由
滞在満足度、来訪意向調査の分析及び地域の強みを検証した結果、世界有数の透明度を誇る摩周湖、日本最大の屈斜路カルデラ等のポテンシャルを最大限に活かすために「道東が生んだ自然の神秘」をコンセプトとして策定している。このコンセプトから、弟子屈町のターゲットは、自然やアウトドアアクティビティを好み、SDGs にも関心の高い SIT 層（※1）及び ET 層（※2）と設定している。SIT 及び ET 層の中でも、既存の顧客は 50 代を中心としたハイエンド～ラグジュアリ層であるが、現在弟子屈町内でこれらのクラスに対応する新規宿泊施設の開業が相次いでいることからも、今後もこれらの層は主要なターゲットと位置付けられる。
（※1：SIT 層＝Special Interest Traveler　特定の趣味を旅の主目的とする旅行者で、探求心や制覇欲求の強い層）
（※2：ET 層＝Educated Traveler 異文化好奇心を持つ旅慣れた知的旅行者。海外旅行市場が成熟した欧米諸国に多く、中長期の滞在による異文化交流を好む層）

〇第２ターゲット層
首都圏及び海外の FIT（SIT 層及び ET 層）で、20～30 代を中心としたミドル～ハイエンド層

〇選定の理由
第１ターゲット層と同様、道東の自然を好み、SDGs やサステナブルツーリズムに関心の高い層のうち、20～30 代の比較的若い層を新規の顧客としてターゲット設定している。現在、弟子屈町内でも整備や延伸が進められているロングトレイルや、エコツアーへの関心が高く、北海道で推進しているアドベンチャートラベルの旅行者として想定されている方々とも重なる。

〇取組方針
引き続き「弟子屈町観光振興計画」に基づき、持続可能な観光地域づくりを推進していくとともに、Green DestinationsTOP100 への登録維持を目指す。また、非動力での移動手段の整備や、ここならではの文化体験などを実施できるような整備を進める。またこれらの体験が可能であることを分かりやすく伝えるプロモーションも重要である。

〇第３ターゲット層
国外～国は規定しないが FIT（SIT 層及び ET 層）

〇選定の理由
第１ターゲット層と同様、北海道の自然を好み、SDGs やサステナブルツーリズムに関心の高い層を顧客としてターゲット設定している。現在、弟子屈町内でも整備や延伸が進められているロングトレイルや、エコツアーへの関心が高く、北海道で推進しているアドベンチャートラベルの旅行者を想定。
※社会環境の変化に関心があり、知的好奇心を満たす旅を求める国内外個人旅行客
〇取組方針
第２ターゲットの取組方針と同様に、持続可能な観光地域づくりを推進する。また、従来から釧路市観光コンベンション協会等と VJ 地方連携事業としてプロモーション活動、セールスコール、ファムツアーを実施してきたが、引き続きこの連携の枠組みの中で活動を実施していく予定である。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	『行きたいまちへ、生きたいまちへ。』 １、自然と人の共生をバランスよくつづけよう ２、再発見した弟子屈の魅力を訪れた人々につたえよう ３、守ることと遺すことで弟子屈の価値を次世代につなごう ４、挑むことと生みだすことで新しい弟子屈の価値をつくろう
②コンセプトの考え方	北海道で唯一エコツーリズム推進全体構想が認定されている地域であり、地域の自然観光資源を守ることへの意識が強いことが魅力である。 火山によって生成された湖や、山、温泉など自然に恵まれた地域だからこそ、一度きりではなく、何度でも来たくなるような地域を目指す。 また、人口減少に歯止めをかける為にも関係人口や交流人口を増やしていく観点からも、住民の Civic Pride を醸成することで、移住定住へつながっていくと考える。 　観光においても SDGs の関心が高くなってきており、サステナブルなエリアとして取り組んでいくことで、インバウンド再開時には欧米からの訪日も多く見込める。

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。	てしかが地域戦略会議、合同専門部会、各部会、ＨＰ
	(一社)摩周湖観光協会が推進役となり、半年に１度程度の頻度で「てしかが地域戦略会議」を開催し、地域の方向性の決定や関係団体の役割の明確化を行う。 合同専門部会を年 6 回程度の頻度で開催することで、各々の進捗を把握するとともに、合意形成の場としても活用していく。
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、リピーター率などマーケティング調査を積極的に活用し、評価・検証を行い、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する。本年度は特に観光庁の補助事業を活用して実施する。また、CRM などの活用においても、前向きに検討し進めていく。
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	（一社）摩周湖観光協会が中心となり、推し Word やハッシュタグを統一することや、プロモーション展開をすることで、観光客にとって情報を取りやすい環境を整える。また、「弟子屈なび」を入口に観光情報が集約させる。

※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（百万円）	目標	3,930	5,565	6,095	6,095	6,095	6,095
		(90)	(690)	(690)	(690)	(690)	(690)
	実績	5,958	7,704	8,771			
		(114)	(1,195)	(1,407)			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	150.0	210	230	230	230	230
		(3.0)	(23.0)	(23.0)	(23.0)	(23.0)	(23.0)
	実績	149.7	168.2	176.5			
		(1.9)	(16.6)	(21.1)			
●来訪者満足度（%）	目標	25.0	28.5	28.5	28.5	28.5	28.5
		(22.5)	(23.0)	(23.0)	(23.0)	(23.0)	(23.0)
	実績	18.5	27.8	21.7			
		(34.6)	(35.3)	(35.0)			
●リピーター率（%）	目標	67.0	67.0	67.0	67.0	67.0	67.0
		(10.5)	(10.5)	(10.5)	(10.5)	(10.5)	(10.5)
	実績	67.7	67.4	65.4			
		(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】

これまでは、宿泊などの「数」を追って対策をとってきたが、数だけでなく、高付加価値な旅行を提供して、質、単価に着目するため、旅行消費額をメインの目標設定として中心に据え、併せて「この地で生きるように」何度も訪れていただく観光地を目指すことから、延べ宿泊者数、来訪者満足度も指標としている。なお、町全体の観光推進ビジョンである弟子屈町観光振興計画の現計画は、2025 年度が最終年度であり、2026 年度以降の指標は 2025 年度中に改訂する予定である。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

居住地と観光目的地までの距離が遠いほど、観光地での消費額は高くなるが、当地のインバウンド旅行者数は横ばいと見込み、2026 年頃まで国内観光の需要が高いことから、旅行消費額は横ばいを見込む。

●延べ宿泊者数

新型コロナウィルスからの回復により、2026 年頃までは、インバウンド市場は以前に戻り、さらに当地においてもその先は拡大していくものと考えている。国内客に関しては、2020 年度を底地として増加傾向にあると考える。2025 年度は、2019 年度時点まで回復するように予測している。

●来訪者満足度
「大変満足」と回答する観光客の回答率を上げていく。滞在環境を整えること、ここでしかできない体験への紹介など、素地はある為、徐々に上げていくことを目指して進める。

●リピーター率
ひがし北海道への来訪は、北海道への来訪回数が複数回ある観光客に選ばれる傾向にある為、リピーター率は比較的高いと考えている。ここから更にリピーター率を引き上げるためには、来訪者の欲求に確実に応えるコンテンツの磨き上げが必要になる為、観光振興計画に沿って進める。

（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
●住民満足度（%）	目標	47	48	50	50	50	50
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	42	51	51			
		(-)	(-)	(-)			
●温泉ランキング（位）	目標	45	40	35	30	30	30
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	59	70	55			
		(-)	(-)	(-)			
● Web サイトアクセス状況	目標	330,000	330,000	340,000	352,000	352,000	352,000
		(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)
	実績	374,659	434,300	821,941			
		(-)	(-)	(-)			

※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】
観光地域づくりを進め、住民主体の活動を充実させるために、住民の評価が必要と考えた。また、誰が見ても良くわかりやすい指標やＤＸ化の指標も必要と考え、取り入れた。

【設定にあたっての考え方】
●住民満足度
行政が実施する、抜き打ちで選定した町民 1000 人のアンケートにて集計。「住みやすいまちかどうか」の質問に関して、「大変満足」及び「満足」で回答する割合を KPI とする。コンセプトである、“生きたいまち”になる為に必要な要素であると考えている。

●●温泉ランキング
観光経済新聞が実施する「にっぽんの温泉 100 選」の順位を KPI としている。全国の温泉地より順位がつくことで、分かりやすい指標であること、順位があがることでの住民の Civic Pride の醸成にもつながると考えている。

●Web サイトアクセス状況

様式１

町の観光ポータルサイトとして情報発信の中核を担うため、来訪者に求められる情報の集約をしている。中でもアクセス数が最も多いのが「摩周湖ライブカメラ」の閲覧となり、四季折々の景観を多くの方が見ているため来訪意識の醸成に寄与している。

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（具体的に記入すること）	
2022（Ｒ４）年度	（円） 129,869,892	（円） 【町等からの補助金】 【町から受託事業収入】 【会費収入】 【収益事業収入】 【その他】	 82,403,001 38,316,865 4,766,500 3,424,415 959,111
2023（Ｒ５）年度	（円） 100,704,985	（円） 【町等からの補助金】 【町から受託事業収入】 【会費収入】 【収益事業収入】 【その他】	 46,167,175 42,709,274 5,093,500 6,677,266 57,770
2024（Ｒ６）年度	（円） 110,146,153	（円） 【町等からの補助金】 【町から受託事業収入】 【会費収入】 【収益事業収入】 【その他】	 42,446,000 53,932,058 4,968,355 8,339,764 459,976
2025（Ｒ７）年度	（円） 122,550,000	（円） 【町等からの補助金】 【町から受託事業収入】 【会費収入】 【収益事業収入】 【その他】	 36,500,000 76,367,000 4,933,000 4,040,000 710,000

様式１

2026（Ｒ８） 年度	（円） 111,550,000	（円） 【町等からの補助金】 25,500,000 【町から受託事業収入】 76,367,000 【会費収入】 4,933,000 【収益事業収入】 4,040,000 【その他】 710,000
2027（Ｒ９） 年度	（円） 111,550,000	（円） 【町等からの補助金】 25,500,000 【町から受託事業収入】 76,367,000 【会費収入】 4,933,000 【収益事業収入】 4,040,000 【その他】 710,000

（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４） 年度	（円） 124,464,092	（円） 【一般管理費】 9,282,755 【観光宣伝事業費】 19,935,563 【受入対策事業費】 2,188,953 【観光イベント事業費】 3,055,693 【収益事業費】 2,683,508 【受託事業費】 19,625,992 【感染症対策】 42,985,578 【その他事業】 24,706,050
2023（Ｒ５） 年度	（円） 92,353,018	（円） 【一般管理費】 19,678,157 【観光宣伝事業費】 12,395,993 【受入対策事業費】 3,278,984 【観光イベント事業費】 2,356,017 【収益事業費】 3,717,992 【受託事業費】 19,323,619 【感染症対策】 2,921,524 【その他事業】 28,680,732
2024（Ｒ６） 年度	（円） 97,444,500	（円） 【一般管理費】 24,617,708 【観光宣伝事業費】 13,799,215 【受入対策事業費】 6,053,860 【観光イベント事業費】 428,286 【収益事業費】 4,874,010

様式１

		【受託事業費】	18,222,421
		【DMO 推進費】	7,356,388
		【その他事業】	22,092,612
2025（Ｒ７） 年度	（円） 122,550,000	 【一般管理費】 【観光宣伝事業費】 【受入対策事業費】 【観光イベント事業費】 【収益事業費】 【受託事業費】 【DMO 推進費】 【その他事業】	（円） 34,670,000 14,400,000 1,400,000 2,900,000 3,080,000 20,000,000 30,500,000 15,600,000
2026（Ｒ８） 年度	（円） 111,550,000	 【一般管理費】 【観光宣伝事業費】 【受入対策事業費】 【観光イベント事業費】 【収益事業費】 【受託事業費】 【DMO 推進費】 【その他事業】	（円） 34,670,000 14,400,000 1,400,000 2,900,000 3,080,000 20,000,000 30,500,000 4,600,000
2027（Ｒ９） 年度	（円） 111,550,000	 【一般管理費】 【観光宣伝事業費】 【受入対策事業費】 【観光イベント事業費】 【収益事業費】 【受託事業費】 【DMO 推進費】 【その他事業】	（円） 34,670,000 14,400,000 1,400,000 2,900,000 3,080,000 20,000,000 30,500,000 4,600,000

（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

弟子屈町独自の観光財源として、入湯税や宿泊税の導入を検討しているため、関係機関との意見交換等を丁寧に行い財政の方針を決めていく。現在のところ、2027 年 4 月に何らかの財源増加の導入を目指して協議を進めていく。

また、受託事業の収益拡大による既存の財政基盤の拡大を図ること、新規コンテンツ整備・造成、販売や、既存コンテンツの付加価値化による収益の拡大を図る。

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（地域 DMO）と連携し、持続可能な観光地域づくりに取り組んでおりますので、今後も人材派遣、運営費の支援等の財政出動、地域づくり法人への観光事業の委託業務の発注等様々な分野において、強力な支援を確約します。

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】

当ＤＭＯは、釧路市の釧路ＤＭＯ、阿寒ＤＭＯと「水のカムイ観光圏協議会」を構成し、月に数回の頻度で事務局との連携、年に数回のマネージャー会議、幹事会、事務局会議を開催し、広域観光連携を推進するなかでそれぞれの役割分担を明確にして取り組んでいる。

連携内容としては各々のコンテンツを盛り込んだツアー造成、共通のポータルサイト構築そしてトラベルマートの参加等により合同プロモーション活動を展開している。

ひがし北海道自然美への道ＤＭＯでは、道東広域に関わる観光推進で全体コーディネートの役割を担い、特に経験価値マーケティングデータから読み解く地域イメージ戦略を作成。また、2 次交通の運行として「ひがし北海道エクスプレスバス」や「ひがし北海道ネットワークバス乗り放題パス」を実施している。

【区域が重複する背景】

従来より本町は管内中核都市である釧路市と定住自立圏構想協定を締結しており、観光分野のみならずあらゆる分野で連携を図ってきた経緯がある。

また、釧路市の釧路湿原国立公園、釧路市の阿寒湖地区と本町に跨る阿寒摩周国立公園と二つの国立公園を有し、また公共交通においてもＪＲ釧網線で結ばれている。

これらの地理的、行政的そして歴史的背景により重複する利点を観光分野に活用している。

【重複区域における、それぞれの DMO の役割分担について】

毎年、ＫＰＩの把握を目的とした調査業務をエリア毎に分担して実施している他、情報共有・発信については共通のポータルサイトをベースに展開している。重複区域の共通情報はフィードバックに務めている。

【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】

今後においても従来同様に、更には工夫と改善を加えることにより観光、公共交通、環境保全で効率的、効果的な活動が推進され、ＳＤＧｓ、ＧＳＴＣのコンセプトを実行していく可能性も大きいものと考える。

様式１

１０．記入担当者連絡先

担当者氏名	秋山　一夫
担当部署名（役職）	一般社団法人摩周湖観光協会（参事）
郵便番号	０８８－３２０１
所在地	北海道川上郡弟子屈町摩周３丁目３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

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　弟子屈町
担当者氏名	守屋　憲一
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
ＦＡＸ番号	０１５－４８２－２６９０
Ｅ－ｍａｉｌ	kankou1@masyuko.or.jp

都道府県･市町村名	北海道　弟子屈町
担当者氏名	佐々木　章丞
担当部署名（役職）	観光商工課　課長補佐兼観光振興係長
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
ＦＡＸ番号	０１５－４８２－２６９０
Ｅ－ｍａｉｌ	kankou1@masyuko.or.jp

（登録）【地域DMO】一般社団法人摩周湖観光協会

様式2

記入日：　令和7年7月30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】
　北海道川上郡弟子屈町
【設立時期】　平成11年3月31日
【設立経緯】
　1999年に社団法人摩周湖観光協会として活動を開始し、2016年に候補法人へ登録。2022年に効果的な観光地経営を行うことを目的に、地域DMOとして登録。
【代表者】　渡辺隆幸
【マーケティング責任者（CMO）】　秋山一夫
【財務責任者（CFO）】　河原　宏
【職員数】　14人（常勤4人（正職員3人・出向等1人）、非常勤10人）
【主な収入】
補助金42百万円、受託事業54百万円、収益事業8百万円（R6年度決算）
【総支出】
事業費72百万円、一般管理費25百万円（R6年度決算）
【連携する主な事業者】
弟子屈町商工会、川湯温泉旅館組合、阿寒バス

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（百万円）	目標	3,930（90）	5,565（690）	6,095（690）	6,095（690）	6,095（690）	6,095（690）
	実績	5,958（114）	7,704（1,195）	8,771（1,407）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	150.0（3.0）	210（23.0）	230（23.0）	230（23.0）	230（23.0）	230（23.0）
	実績	149.7（1.9）	168.2（16.6）	176.5（21.1）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	25.0（22.5）	28.5（23.0）	28.5（23.0）	28.5（23.0）	28.5（23.0）	28.5（23.0）
	実績	18.5（34.6）	27.8（35.3）	21.7（35.0）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	67.0（10.5）	67.0（10.5）	67.0（10.5）	67.0（10.5）	67.0（10.5）	67.0（10.5）
	実績	67.7（18.2）	67.4（19.8）	65.4（25.7）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
①首都圏及び海外のFIT（SIT及びET層）で、50代を中心としたハイエンド～ラグジュアリ層
②同FITの20～30代を中心としたミドル～ハイエンド層
③海外～国は規定しないがFIT（SIT及びET層）
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
国立公園に立地する観光地として、ここでしかできない体験価値を提供し、持続可能な観光地として選ばれる地域づくりを進める。
【観光地域づくりのコンセプト】
『行きたいまちへ、生きたいまちへ。」

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】
・川湯温泉を象徴する岩盤テラス
・アトサヌプリトレッキングツアー
・川湯温泉ブランディング
【受入環境整備】
・観光案内所運営業務
・レンタサイクル事業
・地域公共交通周遊バスきっぷ事業
・訪日外国人受入整備事業
・北海道東トレイルへの協力
【情報発信・プロモーション】
・観光情報サイト「弟子屈なび」の管理運営
・SNS（Facebook、Instagram、X）を活用した情報発信
・全国各地、台湾での商談会参加、プロモーション
【その他】
・観光振興計画の運用
・事業者の取組支援