

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和6年7月30日

修正日：令和6年12月5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・ <u>地域DMO</u>	
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	17人【常勤6人（正職員2人・出向等4人）、臨時職員11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（CM	（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39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月から役場から出向し、参事として事務方の統括を行っている。

○：チーフ・マーケティング・オフィサー ※必ず記入すること		
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 弟子屈町地域活性化起業人	株式会社西武・プリンスホテル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。現在は財務責任者として出向し、(一社)摩周湖観光協会にて勤務をする。 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：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は、氏名の右横に「専従」と記入すること	(氏名) 青木 夏奈「専従」 (出身組織名) 弟子屈町地域おこし協力隊	株式会社 JR 四国ホテルズにて接客業務に携わり、2016 年度開催の JR グループ接客コンテストにてグランプリを獲得。お客様へのホスピタリティやニーズを掴む能力を習得。 その後西日本放送株式会社 (RNC ラジオ) にてラジオ番組の企画・制作・ディレクション・パーソナリティ・リポーター・イベント司会業務を経てエンターテインメントの創造や音声編集スキルを取得。 また、バス添乗員の実務経験などお客様に寄り添い、旅を楽しんで頂くためのサポート力を身につけ、インスタグラムにてショート動画を発信するとともに、グーグルアナリティクスによるサイト分析に取り組んでいる。
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に経営人材として派遣され、同社の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） ● 地域経済活性化支援機構（REVIC）（経営支援） ● (株)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） ● 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） ● 弟子屈町地域公共交通活性化協議会（二次交通） ● 阿寒バス(株)（二次交通） ● JR 北海道（二次交通） ● (有)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） ● 釧路川源流域ネットワーク（アクティビティ）
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	「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、(株)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
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	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

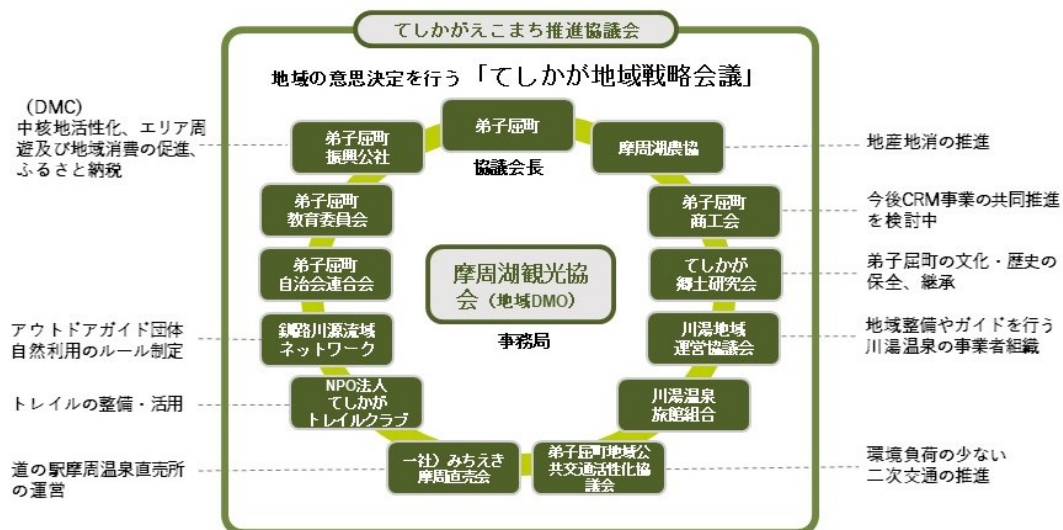
法人のこれまでの活動実績	【活動の概要】	
	事業	実施概要
	情報発信・プロモーション	● 弟子屈町観光情報サイト「弟子屈なび」の大規模リニューアル及び管理運営事業 ※弟子屈町の観光情報の発信プラットフォームであり、町内の飲食店、宿泊、体験(アクティビティ)、イベント等の情報に加え、弟子屈町の持続可能な観光地域づくりに関する取り組みについても発信している。 ● 観光協会オウンドメディア SNS (Instagram、Facebook、Twitter) 管理運営事業 ● 首都圏での観光素材説明会、商談会 ※札幌、東京、大阪の旅行会社やメディアへ紹介宣伝、誘致を行う。 ● 台湾でのプロモーション活動 ● 各種 MAP、パンフレットの発行及び配布 ● 摩周湖・屈斜路湖の結氷動画の制作
	受入環境の整備	● 観光案内所運營業務（町内 3 か所） ● レンタサイクル事業（町内 4 か所） ● 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 ● 多言語パンフレットの制作、配布 ● 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	観光資源の磨き上げ	● 川湯温泉のブランディング（温泉水の殺菌効果実証） ● 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） ● 川湯の森ナイトミュージアム及び森のマルシェ開催（図鑑の森のライトアップ等） ● ONSEN ガストロノミーウォーキングの開催 ● 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（アカエゾマツの精油やウッドチップ、書籍、玩具等を販売）
	【定量的な評価】 ・ サイト解析による「弟子屈なび」閲覧数:276400PV ・ SNS Instagram「lake_mashu」のフォロワー数：2,531 ・ SNS Facebook「一般社団法人 摩周湖観光協会」のフォロワー数：2,866 ・ SNS Xの「lake_mashu」のフォロワー数：2,882 ・ アトサヌプリトレッキングツアー申込人数：172 名（R5 年度実績） ・ 旅行会社・メディアへの商談件数：40 社（札幌、東京、大阪）	

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】

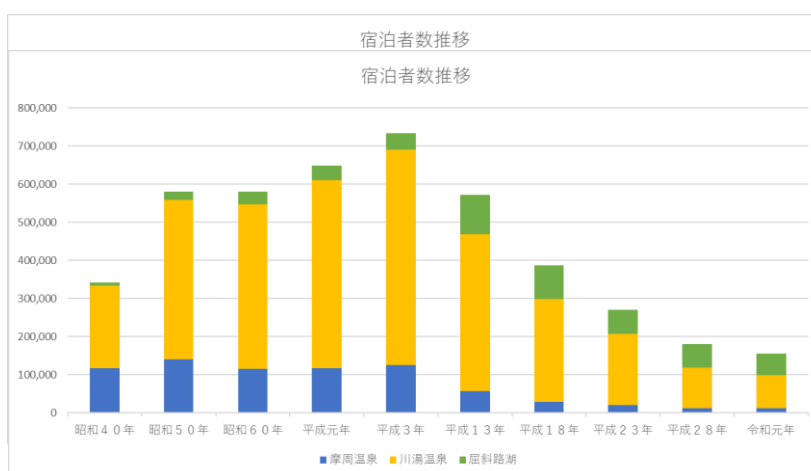


【区域設定の考え方】

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】



左記表は、宿泊者数の推移を表している。平成3年(約30年前)は、73万人の宿泊客が来ていたが、コロナ前である令和元年は、21万人に減少し、約30年で50万人強の宿泊客が減少している現状である。また、弟子屈町内でも摩周地区、川湯地区、屈斜路地区で分けてあるが、黄色が示す川湯地区の減少が大きく影響している。

【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。

●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。

●川湯の森ナイトタイムコンテンツ

川湯温泉街に隣接する森は、アカエゾマツが群生する動植物の豊かなエリアである。期間限定で「ナイトミュージアム」をコンセプトに、北海道ならではの植物や、鳥のカービングなどを用いて、ライトアップすることで、森全体をミュージアムに見立てた夜の滞在を楽しめるコンテンツである。

【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 4 施設、
ペンション・民宿他 8 施設

川湯エリア：

ホテル・旅館 8 施設、
ペンション・民宿他 5 施設、

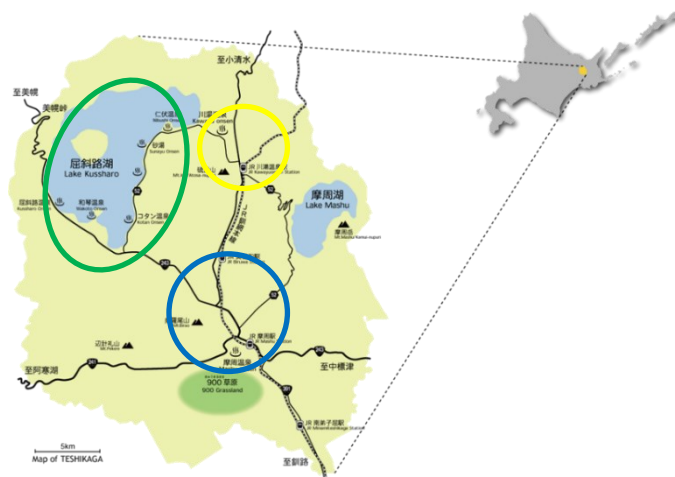
屈斜路エリア：

ホテル・旅館 11 施設、
ペンション・民宿 5 施設

その他エリア、

ペンション・民宿 9 施設

計 50 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。(上記、観光客の実態使用グラフ同様区分)

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、長期滞在を含め宿泊客が多い。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。

【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）：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 1 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 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 に急減した。国籍地域別は、東アジア、中華圏が最も多い状況。
- 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中国系旅行会社と契約し、各観光案内所や宿泊施設、飲食店等で活用
- 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段階的に進んでいる。

- 免税店については、大型ドラッグ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、タイ語とほぼ揃っている。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順次整備する予定。

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ターを把握	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。

町を訪れる観光客数は、2015 年から横ばい成長となっている。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、摩周エリアを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イルス感染症は、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取組みや、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。

(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 ● 地域DMO	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 ● ワーク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の開催 ● 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	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 ● 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

○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	
○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、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）	
○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	
○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。 ○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。	
○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）	
○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者 ○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。 JSTS-D ロゴマークの取得を進め、サスティナブルツーリズムを進めている地域であることを周知していく
------------	---

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4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。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。

6. K P I（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K P I

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
●旅行消費額 (百万円)	目標	3,120 (-)	3,930 (90)	5,565 (690)	6,095 (690)	6,095 (690)	6,095 (690)
	実績	3,370 (6.2)	5,958 (114)	7,704 (1,195)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	120.0 (-)	150.0 (3.0)	210 (23.0)	230 (23.0)	230 (23.0)	230 (23.0)
	実績	113.1 (0.2)	149.7 (1.9)	168.2 (16.6)			
●来訪者満足度 (%)	目標	23.0 (22.0)	25.0 (22.5)	28.5 (23.0)	28.5 (23.0)	28.5 (23.0)	28.5 (23.0)
	実績	17.4 (38.1)	18.5 (34.6)	27.8 (35.3)			
●リピーター率 (%)	目標	66.5 (10.5)	67.0 (10.5)	67.0 (10.5)	67.0 (10.5)	67.0 (10.5)	67.0 (10.5)
	実績	73.6 (23.8)	67.7 (18.2)	67.4 (19.8)			

※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。

【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と考えることから、2026年頃まではインバウンド市場の減少、国内観光の需要が高いことから、旅行消費額は落ち込むと考える。しかし、インバウンド市場が復活した後は、消費額も2019年頃（コロナ前）までは比較的早い段階で戻ると考えている。

●延べ宿泊者数

新型コロナウイ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年ごろまでには、2019年度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、2025 年に 30%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		2021 (R 3) 年度	2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度	2024 (R 6) 年度	2025 (R 7) 年度	2026 (R 8) 年度
●住民満足度 (%)	目標	45 (-)	47 (-)	48 (-)	48 (-)	50 (-)	50 (-)
	実績	43 (-)	42 (-)	51 (-)			
●温泉ランキン グ(位)	目標	50 (-)	45 (-)	40 (-)	35 (-)	30 (-)	30 (-)
	実績	59 (-)	59 (-)	70 (-)			
●Web サイト アクセス状況	目標	321,960 (-)	330,000 (-)	330,000 (-)	340,000 (-)	352,000 (-)	352,000 (-)
	実績	338,880 (-)	374,659 (-)	434,300 (-)			

※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

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）
2021（R3） 年度	97,473,733（円）	【町からの補助金】 68,764,000（円） 【町から受託事業収入】 22,769,500（円） 【会費収入】 4,354,500（円） 【収益事業収入】 1,437,569（円） 【その他】 148,164（円）
2022（R4） 年度	129,869,892（円）	【町等からの補助金】 82,403,001（円） 【町から受託事業収入】 38,316,865（円） 【会費収入】 4,766,500（円） 【収益事業収入】 3,424,415（円） 【その他】 959,111（円）
2023（R5） 年度	100,704,985（円）	【町等からの補助金】 46,167,175（円） 【町から受託事業収入】 42,709,274（円） 【会費収入】 5,093,500（円） 【収益事業収入】 6,677,266（円） 【その他】 57,770（円）
2024（R6） 年度	79,000,000（円）	【町からの補助金】 32,000,000（円） 【町から受託事業収入】 36,417,000（円） 【会費収入】 5,237,000（円）

		【収益事業収入】 【その他】	4,540,000 (円) 806,000 (円)
2025 (R 7) 年度	79,000,000 (円)	【町からの補助金】 【町から受託事業収入】 【会費収入】 【収益事業収入】 【その他】	32,000,000 (円) 36,417,000 (円) 5,237,000 (円) 4,540,000 (円) 806,000 (円)
2026 (R 8) 年度	79,000,000 (円)	【町からの補助金】 【町から受託事業収入】 【会費収入】 【収益事業収入】 【その他】	32,000,000 (円) 36,417,000 (円) 5,237,000 (円) 4,540,000 (円) 806,000 (円)

(2) 支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）	
2021（Ｒ３） 年度	90,006,475（円）	【一般管理費】	11,670,549（円）
		【観光宣伝事業費】	6,614,473（円）
		【受入対策事業費】	943,698（円）
		【観光イベント事業費】	518,413（円）
		【収益事業費】	1,927,491（円）
		【受託事業費】	14,613,462（円）
		【感染症対策】	39,110,487（円）
		【その他事業】	14,607,902（円）
2022（Ｒ４） 年度（実績）	124,464,092（円）	【一般管理費】	9,282,755（円）
		【観光宣伝事業費】	19,935,563（円）
		【受入対策事業費】	2,188,953（円）
		【観光イベント事業費】	3,055,693（円）
		【収益事業費】	2,683,508（円）
		【受託事業費】	19,625,992（円）
		【感染症対策】	42,985,578（円）
		【その他事業】	24,706,050（円）
2023（Ｒ５） 年度	92,353,018（円）	【一般管理費】	19,678,157（円）
		【観光宣伝事業費】	12,395,993（円）
		【受入対策事業費】	3,278,984（円）
		【観光イベント事業費】	2,356,017（円）
		【収益事業費】	3,717,992（円）
		【受託事業費】	19,323,619（円）

		【感染症対策】	2,921,524 (円)
		【その他事業】	28,680,732 (円)
2024 (R 6) 年度	79,000,000 (円)	【一般管理費】	21,920,000 (円)
		【観光宣伝事業費】	13,800,000 (円)
		【受入対策事業費】	800,000 (円)
		【観光イベント事業費】	4,200,000 (円)
		【収益事業費】	2,680,000 (円)
		【受託事業費】	21,000,000 (円)
		【その他事業】	14,600,000 (円)
2025 (R 7) 年度	79,000,000 (円)	【一般管理費】	21,920,000 (円)
		【観光宣伝事業費】	13,800,000 (円)
		【受入対策事業費】	800,000 (円)
		【観光イベント事業費】	4,200,000 (円)
		【収益事業費】	2,680,000 (円)
		【受託事業費】	21,000,000 (円)
		【その他事業】	14,600,000 (円)
2026 (R 8) 年度	79,000,000 (円)	【一般管理費】	21,920,000 (円)
		【観光宣伝事業費】	13,800,000 (円)
		【受入対策事業費】	800,000 (円)
		【観光イベント事業費】	4,200,000 (円)
		【収益事業費】	2,680,000 (円)
		【受託事業費】	21,000,000 (円)
		【その他事業】	14,600,000 (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

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。

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1本で結ばれている。

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が、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する。

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	masyuko1@masyuko.or.jp

都道府県・市町村名	北海道 弟子屈町
担当者氏名	白石 奈津美
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
FAX番号	015-482-2690
E-mail	kankou1@masyuko.or.jp

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】 17人(常勤6人(正職員2人・出向等4人)、非常勤11人)

【主な収入】

補助金 46百万、収益事業 7百万、委託事業 43百万(R5年度決算)

【総支出】

事業費 73百万円、一般管理費 19百万円(R5年度決算)

【連携する主な事業者】

(株)弟子屈町振興公社、阿寒摩周国立公園川湯地域運営協会

KPI(実績・目標)

記入日: 令和6年7月30日

※()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 (百万円)	目標	3,120 (-)	3,930 (90)	5,565 (690)	6,095 (690)	6,095 (690)	6,095 (690)
	実績	3,370 (6.2)	5,958 (114)	7,704 (1,195)	—	—	—
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	120.0 (-)	150.0 (3.0)	210 (23.0)	230 (23.0)	230 (23.0)	230 (23.0)
	実績	113.1 (0.2)	149.7 (1.9)	168.2 (16.6)	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	23.0 (22.0)	25.0 (22.5)	28.5 (23.0)	28.5 (23.0)	28.5 (23.0)	28.5 (23.0)
	実績	17.4 (38.1)	18.5 (34.6)	27.8 (35.3)	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	66.5 (10.5)	67.0 (10.5)	67.0 (10.5)	67.0 (10.5)	67.0 (10.5)	67.0 (10.5)
	実績	73.6 (23.8)	67.7 (18.2)	67.4 (19.8)	—	—	—

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～ラグジュアリー層

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】

- ・アトサヌプリトレッキングツアー
- ・川湯温泉の殺菌効果の検証
- ・川湯ビジターセンターにおけるコンセプトショップ運営

【受入環境整備】

- ・観光案内所運營業務
- ・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
- ・地域限定旅行業の取得

【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
- ・湖の結氷についての動画制作
- ・都市圏(札幌・東京・大阪)、台湾での商談会参加、プロモーション

【その他】

- ・地域計画、DX計画の運用
- ・事業者の取組支援

