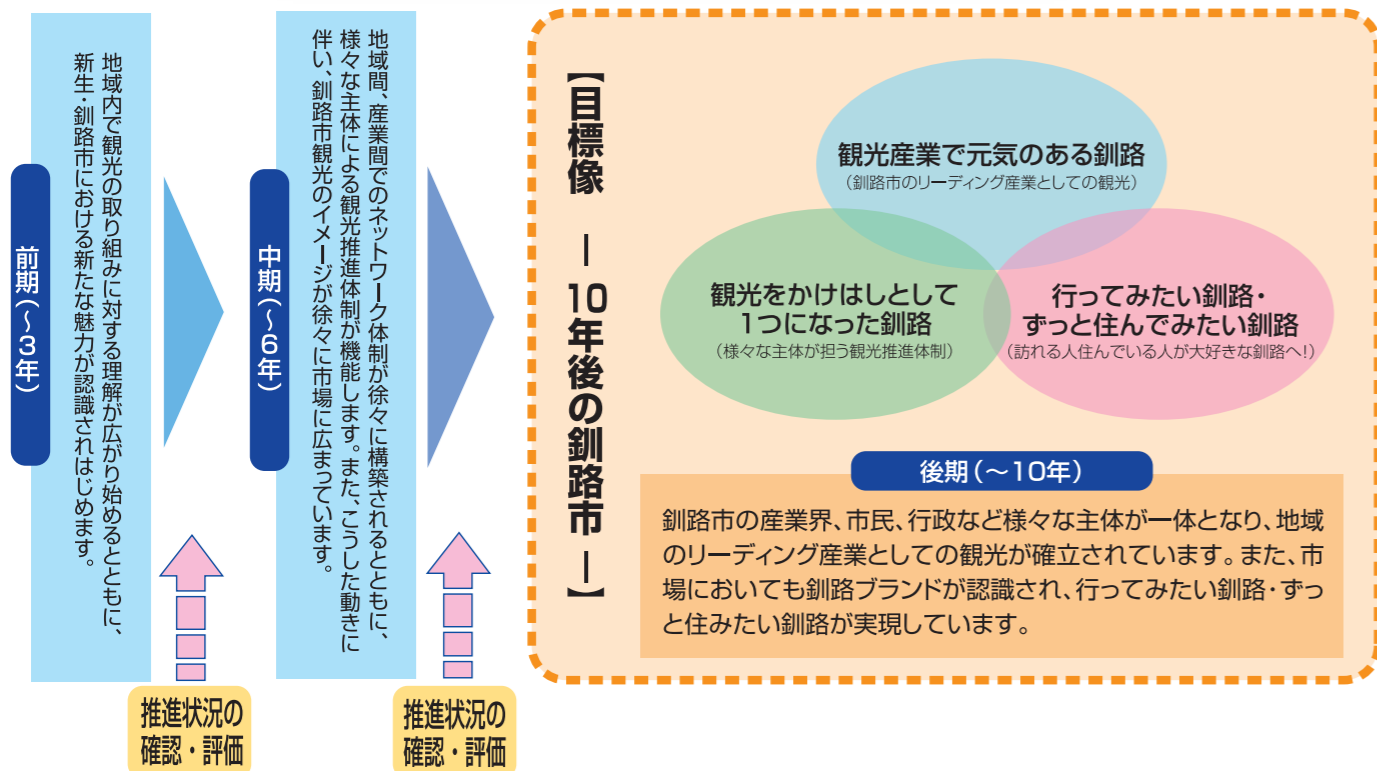


# ビジョン展開のイメージ

『みんなが担う、みんなが育てる観光産業を新生・釧路市に根付かせ、持続可能な自立型の地域経済を目指します』



## ビジョンの策定

釧路市観光振興ビジョンの策定作業については、平成18年度における釧路市と釧路公立大学地域経済研究センターの共同研究プロジェクトとして実施しました。地域経済研究センターでは長年にわたって観光産業が地域の資源を生かした自立産業として展開していくための実証的な研究を積み重ねてきており、それらの成果を生かしながら釧路市と一緒にビジョンの策定にあたりました。

ビジョンの策定にあたっては、釧路市長をはじめ地元のメンバーと幅広い学識専門家により構成される釧路市観光振興ビジョン検討委員会を設置して審議、検討を行うとともに、その下に地元の若手実務メンバーも加わったワーキンググループを置いて精力的に検討を重ねてきたところです。

なお、ビジョン策定作業には、平成12年度から継続的に地域経済研究センターと共同研究に取り組んできた財団法人日本交通公社が事務局として参加しました。

### <検討委員会メンバー>

- 座長 小磯 修二 (釧路公立大学教授、地域経済研究センター長)
- 委員 伊東 良孝 (釧路市長)
- 原 重一 (原重一観光研究所 主宰)
- 野口 智子 (ゆとり研究所 所長/NPOスローライフ・ジャパン 事務局長)
- 真野 洋介 (東京工業大学大学院 社会理工学研究科 社会工学専攻 助教授)
- 佐藤 悦夫 (社団法人釧路観光協会 会長)
- 大西 雅之 (NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構 副理事長)
- 川村 利明 (市橋建設株式会社 代表取締役社長)
- 近藤 信治 (株式会社釧路丸水 代表取締役社長)
- 石森 亮 (日本政策投資銀行 北海道支店長)
- 梅川 智也 (財団法人日本交通公社 研究調査部長)
- 本吉 俊久 (釧路市阿寒町行政センター長)
- 紅林 昌宏 (釧路市音別町行政センター長)
- 小林 強 (釧路市経済部長)

平成19年3月  
釧路市観光振興ビジョン<概要版>  
お問い合わせ/釧路市(経済部観光振興室)  
〒085-8505 北海道釧路市黒金町7丁目5番地 ☎0154-23-5151 (代表)  
釧路公立大学地域経済研究センター  
〒085-8585 北海道釧路市芦野4丁目1番1号 ☎0154-37-5325

# 釧路市観光振興ビジョン [概要版]

## 「また来たい」 釧路という異国

近代的な産業都市と原始の名残をとどめる貴重な自然がとなり合う釧路のまちは、まさに「日本の中の異国」です。ぜひ一度、釧路という異国を訪れて下さい。観光客のみなさんに必ず「また来たい」と思わせるような新たな発見とおもてなしの心をもって、釧路市全体であたたかくお迎えします。

### 『みんなが担う、みんなが育てる観光のまち・釧路』

観光振興は、観光事業に直接携わる人や行政だけで推進するものではありません。釧路市民一人ひとりが、足元にある釧路の魅力を発見・創出し、さらに情報発信していくことで、釧路のまち全体が一層輝きを増すのです。訪れた人たちが「また来たい」と思えるような魅力ある観光まちづくりをみんなで目指しましょう。

2007年3月

釧路市  
釧路公立大学 地域経済研究センター

# 釧路市における観光振興への期待と意義

## ●世界のリーディング産業としての期待

全世界の観光産業の規模は世界のGDPの10.7%に相当(2001年)しており、2011年までに年平均3.6%の成長が予測されています。また、観光産業に関する就業人口は2億706万人と予測されています。このように、社会的にみて観光振興への期待がますます高まっています。

## ●観光振興が地域に及ぼす2つの効果

観光振興が地域に及ぼす影響は、

既存産業の観光的な活用・観光に関連した新規産業の立地や雇用機会の増大、それに伴う住民所得の増大などに代表される

### 経済的効果

住民と観光客との交流、観光を足がかりにした新規住民者の増加、地域イメージの向上、社会基盤の充実などに代表される

### 社会的効果

の2つに大別することができます。

## ●観光産業の3つの特性

特に産業としての観光に注目すると、

- 1 地域外からの来訪者に対してサービスを提供して対価を得ることから、地域経済自立にとって大きな役割を果たすこと
- 2 宿泊、飲食、交通をはじめとして裾野の広い多様な業種から構成されており、波及効果によって関連するその他の産業の活性化にもつながること
- 3 様々な地域資源を活用することで成立しており、地場産業としての役割を持つこと

の3点が特徴といえます。

## <釧路市における観光振興の意義>

今、釧路市が観光振興に取り組む意義は以下の2点に整理されます。

### ●釧路市における“産業再生の柱”としての観光振興

釧路市では、観光を新たな地域のリーディング産業として位置づけ、既存の他産業との連携をより積極的に進めます。新しい観光産業を育成することによって、新生・釧路市の産業再生を図ります。

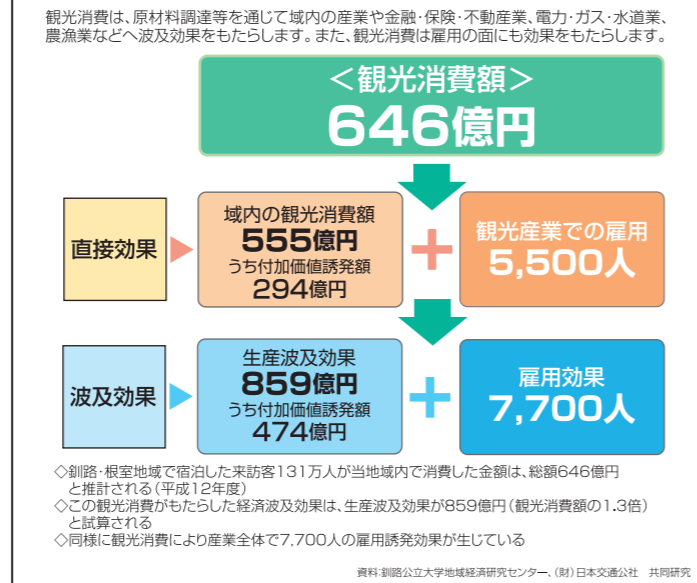
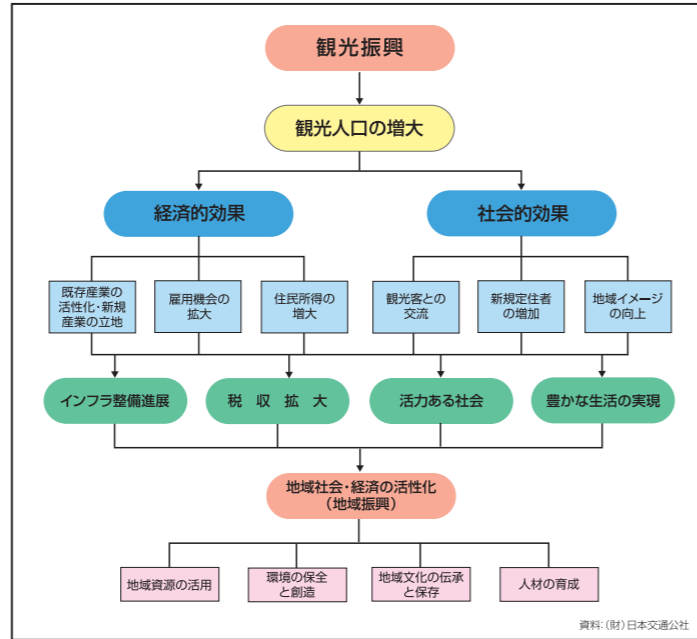
### ●釧路市民と観光客の双方のための“地域再生の柱”としての観光振興

多様で魅力ある地域の観光資源にさらに磨きをかけ、観光ニーズの高度化に持続的・永続的に対応していくとともに、住む人、訪れる人の双方にとって心地良く魅力的な地域づくりを通して、新生・釧路市の地域再生を図ります。

# 釧路市観光振興ビジョンの位置づけ

新生・釧路市では、様々な観点から合併による相乗効果を最大限に引き出すことが期待されており、それは観光に関しても変わりありません。そのために、ここまで触れたような社会的に見た観光の意味や、現在の釧路市における観光振興の意義を踏まえ、これからの釧路市が目指すべき観光の将来像を描くことが必要になっています。

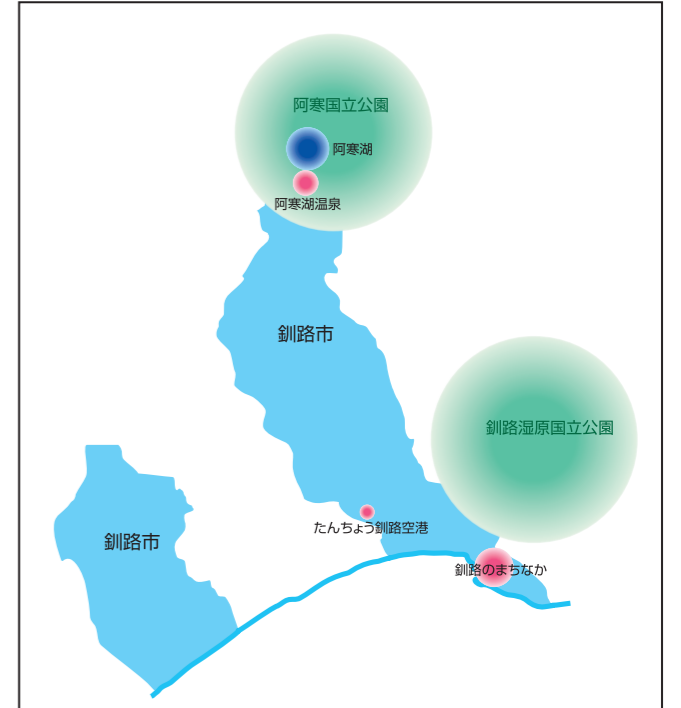
釧路市観光振興ビジョンは、このような要請に応え、新生・釧路市が目指すべき姿(=目標像)を示すとともに、目標達成のために採るべき原則的な方針(=戦略)と具体的に着手すべき事柄(=具体的施策)について、その担い手や取り組みのスケジュール(=目標の実現に向けたシナリオ)とあわせて示すものです。



# 釧路市観光の現状

## ①立地環境

釧路市は、複数の国立公園とラムサール条約登録湿地を有している、全国でも数少ない地域です。こうした環境の中に北海道を代表する温泉地である阿寒湖温泉や、都市観光の拠点となる釧路のまちが隣接しています。観光の魅力要素の質の高さと多様性の面において、新生・釧路市は全国的にも恵まれた立地環境にあると言えます。

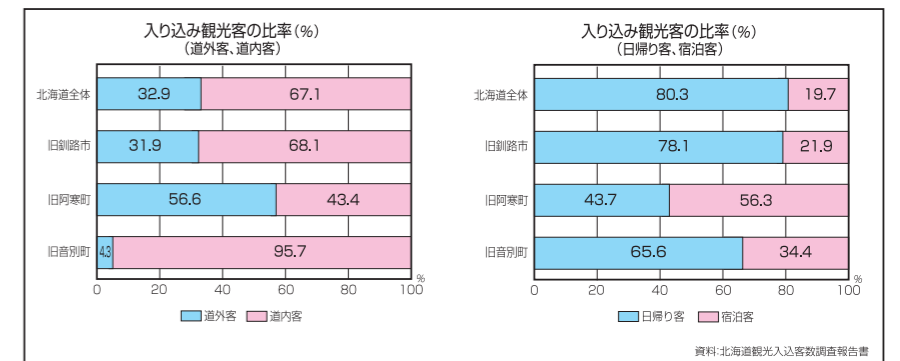


## ②観光客の特性(入り込みの経年変化と月別変動)

釧路市の入り込み客は、旧釧路市で250万人前後、旧阿寒町では160万人前後で推移していますが、平成17年度は旧釧路市、旧阿寒町、旧音別町を合わせて406万人となりました。月別で見ると、旧釧路市は5月から8月までにかけて入り込みが上昇し、8月からは再び減少に向かうといった傾向です。旧阿寒町は、年間を通して変化の幅が少ないものの、最も少ない4月から上昇し、10月にピークを迎えます。

## ③観光客の特性(入り込み客の特性)

平成17年度に旧釧路市を訪れた観光客のうち、道内客が68.1%、道外客の割合が31.9%であり、この比率は北海道全体でみた数値(道内客: 67.1%/道外客: 32.9%)とほぼ同じです。これに対し、旧阿寒町では道外客が56.6%で、道内客の割合が43.4%であり、道外客が半数以上を占めます。逆に道外客の少ない旧釧路市では宿泊率も21.9%と低くなりますが、道外客が多い旧阿寒町では宿泊率も56.3%と高くなっています。



# 釧路市観光の課題

### ①観光産業に関する課題

多彩な食の魅力など、釧路ならではの素材を観光面で十分に活かしていくことが大切です。そのためには観光が様々な産業から成り立っている総合産業であるとの意識を醸成し、産業間で連携を図っていくことが必要です。

### ②ホスピタリティに関する課題

釧路市を訪れたお客様に「来てよかった」と思ってもらえることが重要です。そのためには、市民1人ひとりが「おもてなしの心」を意識して、釧路市全体としてのホスピタリティを育てていくことが重要です。

### ③地域資源の活用と保全に関する課題

合併により、釧路市は今まで以上に幅広い地域資源の魅力を持ることになりました。これまで観光への取り組みをあまり意識してこなかった地域も含めて、魅力を発掘・再発見していくことが課題です。

### ④イメージ構築に関する課題

豊かな自然環境や食材など釧路市が抱える多くの魅力が地域イメージに結びついていません。釧路市の地域資源の魅力をきちんと伝え、まずは釧路市に行ってみようと思わせるようなイメージを確立することが必要です。

### ⑤滞在魅力、滞在時間に関する課題

全体的に観光客の滞在時間が短い傾向があります。市内での宿泊の魅力アピールすることや、心地よく滞在できる空間として魅力アップを進めることで、観光客の滞在時間増加を図ることが課題です。

### ⑥情報提供に関する課題

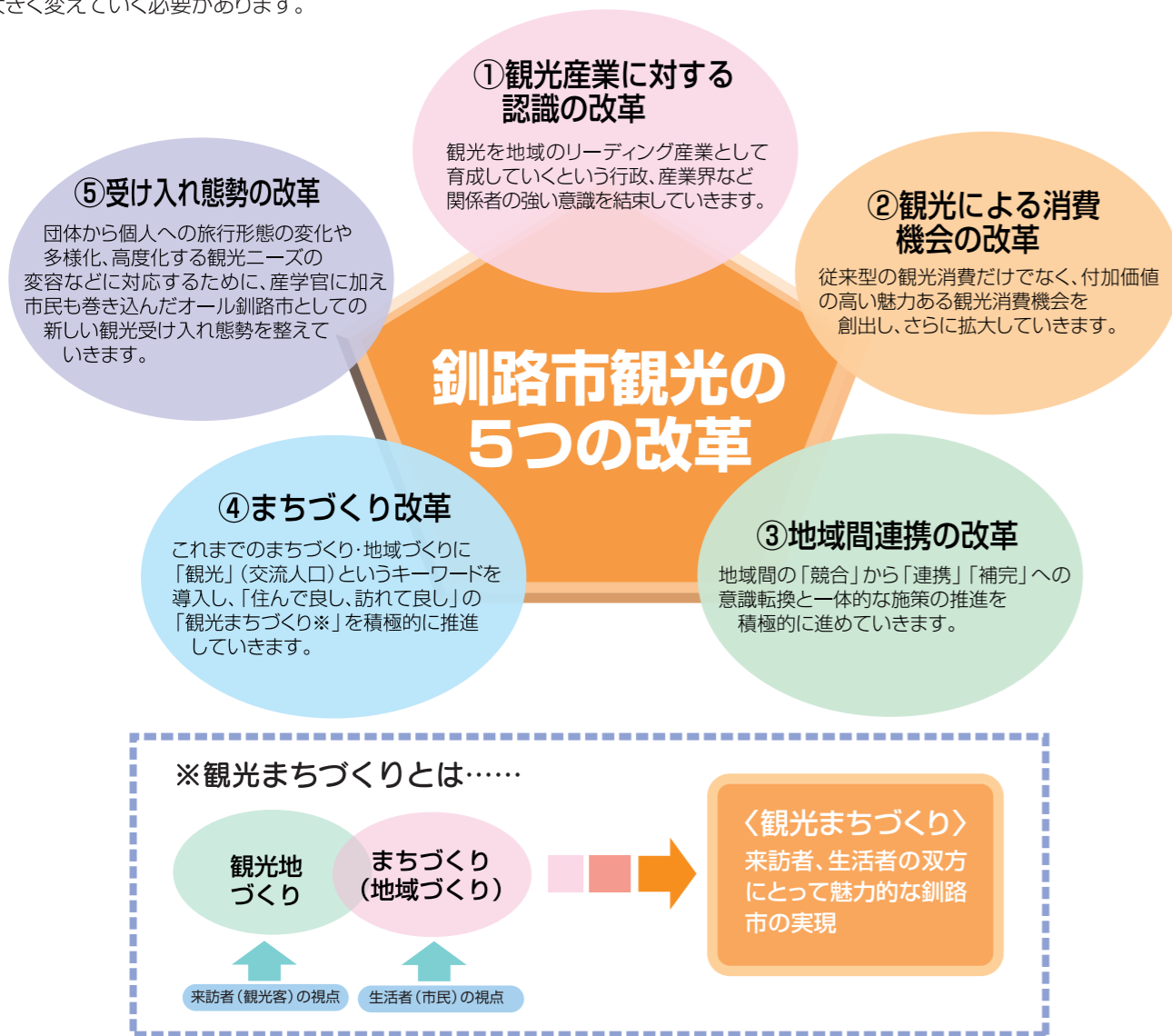
多様化する観光客のニーズに十分対応しきれず、釧路市の魅力をまだ十分に情報発信できていません。観光客の立場に立ち、必要な情報を認識し、積極的に提供していくことが重要です。

### ⑦合併効果に関する課題

合併をきっかけとして、観光振興による社会的・経済的な効果を釧路市全体で共有していくことが重要です。新生・釧路市を1つに結びつけるかけはしとして観光振興を明確に位置づけ、市内各地域間の連携を強化していくことが必要です。

# 釧路市観光の変革の方向と釧路市の基本姿勢

釧路市観光の現状と課題をふまえ、これからの釧路市観光を活性化させていくためには、以下に示すように、これまでの観光振興の手法を大きく変えていく必要があります。



## 釧路市の行政としての基本姿勢

- ①釧路市総合計画との連携に当たっての姿勢**  
観光振興ビジョンの方向性に則った事業を、釧路市総合計画の実施計画に位置づけることで、総合計画体系に観光振興ビジョンを反映させます。
- ②事業化に当たっての姿勢**  
限られた資本を効果的に投下するために、経済効果を主な根拠として施策の優先度を決め、事業化に当たっては効果の最大化を図ります。

- ③産学官の役割を明確にした取り組みの姿勢**  
産学官各々の役割を明確にし、観光振興における取り組みの調整を図ります。
- ④市民参加の促進に当たっての姿勢**  
事業化に当たっては市民参加の可能性について、常に意識します。
- ⑤産業創出に当たっての姿勢**  
事業化に当たっては、事業者や市民団体との連携の中で、観光に関係するさまざまな産業の振興、創出の可能性について、常に意識します。

# 釧路市観光の目標像

## 【新生・釧路市観光が目指す将来像】

『みんなが担う、みんなが育てる観光産業を新生・釧路市に根付かせ、持続可能な自立型の地域経済を目指します』

近代的都市と原始の自然がとなり合う立地特性を最大限に活用しつつ、資源管理などを通じて環境に配慮し、持続可能な観光まちづくりを行っていくことは、2つの国立公園とラムサール条約登録湿地を有する地域として重要な意味を持ちます。また、観光産業を地域のリーディング産業と位置づけて産業界との連携と地域間の連携を進めていくとともに、釧路市民全員が関わる観光推進体制を確立することで、「住んでよし、訪れてよし」の地域づくりを進めていきます。その結果、市民一人ひとりが輝き、活気のある観光のまち・釧路が実現します。この将来像のもと、釧路市民のみなさんと観光客のみなさん、それぞれに向けて以下のメッセージを発信します。

- 釧路市民のみなさんへ……『みんなが担う、みんなが育てる観光のまち・釧路』
- 観光客のみなさんへ……『また来たい、釧路という異国』

## 「質的目標」と「量的目標」の考え方

これまでの観光振興では、地域への入り込み客をいかに増やすかという「量」に重点を置いてきましたが、これに加えて今後の観光振興に欠かせないのが「量から質へ」の転換という視点です。観光の「質」とは、その地域を訪れた来訪者にどれだけ満足してもらったかという「顧客満足度」や、来訪者が地域内でどのくらい消費したかという「観光消費額」などに注目し、これらを高めていこうというものです。

新生・釧路市では、観光の「質」を高めていくことを第一に考え、観光客の声をふまえた適切な施策展開を図っていきます。そのため、観光の「質」を把握するための統計を整備します。また、「量」に関する基礎データである入り込み客数についても「全国観光統計基準」に基づいて正確な数値を把握することが急務となります。

## ●計画の目標年次—2007年から概ね10年程度

### ●質的目標

#### 顧客満足度

釧路市を訪れた観光客の満足度を恒常的に把握するため、顧客満足度調査を実施します。さらに調査結果をもとに今後必要となる政策の検討などを行い、今後の釧路市観光の質を向上させていくための指標として有効に活用します。

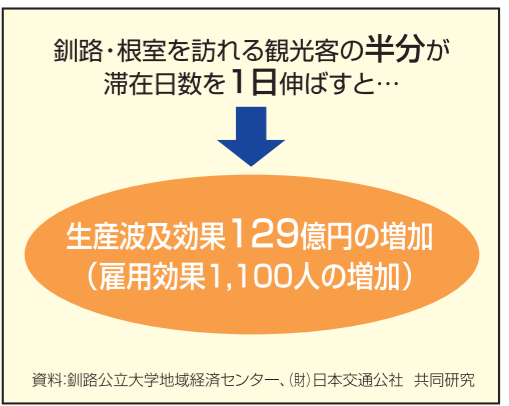
#### 観光消費額と経済波及効果

観光消費を地域の経済発展に結びつけていくためには、①来訪客数、②消費単価、③域内調達率の3つの要素がバランスよく上昇していくことが大切です。それらを科学的、実証的に把握、分析し、適切な政策を展開していくために、観光消費の実態把握と地域産業連関表による経済波及効果分析を継続的に進めていきます。

### ●量的目標

#### 観光入込み客数

入り込み観光客数のカウントについては、まずは宿泊客数の統計を正確、かつ詳細(発地、月別、外客、消費、泊数等)に把握することが必要です。その際には、全国観光統計基準に基づいて調査地点を精査し、旧3市町が共通の手法でデータを把握します。



観光産業育成分野

観光まちづくり分野

システム構築分野

戦略 1

## 食の魅力づくり戦略

—優れた地場食材を最大限に活かすために—

釧路市が優れた食材の生産地であることを活かして、道内でも独自の食の魅力アピールし、地場食材を積極的に活用して観光客に提供することによって、地域への経済波及効果や、域内での循環型経済の実現を目指します。

戦略 2

## マ イ ス MICE産業育成戦略

—新たな視点で交流産業を育成するために—

過去の世界規模の国際会議の開催実績を活かし、さらなる受入れ体制の整備やアフターコンベンションの充実などに取り組み、新たな交流産業の活性化を図ります。

戦略 3

## 釧路ブランド構築戦略

—観光客に選ばれ続ける価値づくりのために—

市場側に十分伝わっていない釧路市の魅力を活かすために、質の高い個別の地域資源のブランド化の推進と付加価値の向上、個々の製品ブランド化を行い、「急がずに、本物だけ」を重視した釧路市観光のブランド構築を目指します。

戦略 4

## 魅力的な地域づくり戦略

—観光客、釧路市民双方にとって居心地の良い空間を実現するために—

釧路市を訪れる人、釧路市に住んでいる人双方にとって魅力的な地域を実現するため、双方の立場に配慮したハード、ソフト両面からの空間を築き上げ、地域住民、観光客、自然環境資源が共存した魅力ある空間を実現します。

戦略 5

## 広域連携強化戦略

—新しく加わった魅力を最大限に活かすために—

広域合併した新生・釧路市には多様な地域が含まれ、新しく加わった魅力を最大限に活かした観光政策を進めます。さらに、周辺の質の高い自然資源を有する地域とも連携をとることで、東北海道の観光拠点を目指します。

戦略 6

## 人材育成戦略

—釧路市民が担う観光まちづくりのために—

釧路市が丸となって観光を推進していくための土台と、市民自身が生き生きと活躍する元気な釧路市を実現するために、地道な人材育成を行います。

戦略 7

## 観光情報発信戦略

—釧路市の魅力を的確に発信するために—

釧路市の情報発信体制づくりを行い、その上で着地側、発地側両面における情報提供の充実を図り、春季、冬季観光の充実や、リピーターの確保をねらいます。

戦略 8

## 観光データ整備戦略

—今後の釧路市観光を考えていくために—

従来の「量」を重視した統計や、市町村ごとに異なる統計であることから客観的判断が困難であることを踏まえ、今後は「質」を把握できる統計を複合的に整備することによって、より現実的な釧路市観光の立案を目指します。

戦略 9

## 観光推進体制リフレッシュ戦略

—観光客に選ばれ続ける価値づくりのために—

今まで行政別に運営されていた観光組織が、合併をきっかけに新体制を確立することにより、新生・釧路市全体を視野に入れた広域的な計画の推進を可能にします。

戦略 1

# 食の魅力づくり戦略 —優れた地場食材を最大限に活かすために—

## ①食を楽しむ魅力的な空間づくり

・農場・牧場や港周辺の食材生産と関連の深い風景を活かした食事場所の選定や、食にまつわる体験メニュー提供など、食を楽しむ場所としての魅力を高めています。

## ②食材の域内調達率の向上

・釧路市内で生産される質の高い地元食材を使った料理を積極的に提供して、観光客の満足度を高めるとともに、地域の経済にも貢献します。

## ③地域の食の魅力を担う人材育成

・食材生産者、加工事業者、料理の提供者、さらには市民が意識を共有し、観光客に魅力的な釧路の食を提供するための素地を作ります。

## ④地場食材を活かした加工品の開発

・地場の食材を使って新しい加工品の開発に取り組み、釧路市の食の魅力をお土産の面からもPRします。



取り組み事例  
「地産地消くしろネットワーク」は、消費（地場産品と地元のサービスの積極的な愛用）、生産（地域の資源と知恵の活用）、人材（地域に根ざした人材ネットワークの拡大）に重点を置いた活動を行っており、地域が一体となって地産地消に取り組んでいくための中核的な推進組織を目指しています。

戦略 2

# マ イ ス MICE産業育成戦略 —新たな視点で交流産業を育成するために—

## ①MICE関連産業の実態・実績把握

・釧路市がこれまでコンベンションに取り組んだ実績について調査し、過去のノウハウを今後に生かすために地域内で意識と情報の共有を図ります。

## ②MICE誘致のセールスツール作成

・MICE誘致を積極的に進めていくためのツールとなるホームページやパンフレットを作成し、釧路市の情報発信の一環として活用して行きます。

## ③MICE誘致計画の策定

・釧路市としてMICEに取り組んでいく上での基本方針と具体的な施策について検討し、それに基づいて戦略的にMICE産業を育成していきます。

## ④アフターMICEの充実

・MICEをきっかけに訪れた方々に釧路市の様々な魅力を知ってもらうため、MICE参加者に対する情報発信やプログラム提供を進めていきます。

※MICEとは、Meeting、Incentive、Convention、Exhibition/Eventの略で、国際交流を戦略的に推進し国際競争力を確保しようという新たな交流産業です。大規模イベントの実施や会議開催は、来訪者の大幅増が期待できるとともに、様々な関連産業に大きな波及効果を与えます。



取り組み事例  
2006年7月、阿寒湖畔で第1回日中韓観光大臣会合が開催されました。MICEを推進することで、釧路市の名前が全世界に情報発信され、知名度が向上するという利点もあります。

戦略 3

# 釧路ブランド構築戦略 —観光客に選ばれ続ける価値づくりのために—

## ①地場産品の品質保持・管理の仕組みづくり

・地場産品について適切な管理を行い、安定的に優れた品質を保持、提供できるような仕組みを構築します。

## ②釧路ブランドとしての認証とラベリング

・高い品質を保持している地場産品を釧路ブランドとして認証、統一したラベルのもとに市場に対してアピールして、釧路市の地域イメージ浸透の足がかりにします。

## ③釧路市民と観光客に向けた釧路ブランドのプロモーション

・ブランド認証、ラベリングとあわせて、これらの地場産品を釧路市民、観光客の双方に対して認知してもらうためのプロモーションを行います。

## ④釧路ブランドのPRと組み合わせた地域への誘客キャンペーン

・釧路ブランドの産品の中から、釧路市内でしか手に入らないもの、釧路市にないと味わえないものを選び、釧路市観光の魅力要素としてアピールします。



取り組み事例  
質の高い水産物が水揚げされる釧路市では、釧路ブランド産品の確立に向けた動きが盛んです。中でも「くしろ鯨ブランド研究会」は、釧路の鯨の商品化・ブランド化を図るとともに、鯨食文化の普及を目的として設立されました。これまでに、鯨料理レシビの募集や、イベントでのPR、冊子づくりなどが行われ、釧路市内における鯨肉の利用が高まっています。

**戦略4 魅力的な地域づくり戦略** —観光客、釧路市民双方にとって居心地の良い空間を実現するために—

**①自然環境資源の持続的な活用**

・釧路市の大切な観光資源である優れた自然環境を持続的に活用していくため、観光の現場で自然環境への負荷を減らす取り組みを進めます。

**②まちなかのにぎわいづくりと既存観光施設の魅力づくり**

・既存施設の活性化とイベントの創出により、観光客にも釧路市民にも魅力的なまちなかの賑わいをよみがえらせます。

**③交通インフラとサイン類の充実**

・観光客、釧路市民双方の移動しやすさの両立と、場所のわかりやすさに重点を置いて、交通網ならびに交通サイン類の充実を図ります。

**④釧路らしさを感じさせる景観の整備**

・釧路市観光をより印象的なものにするため、釧路市らしい景観の整備を進めるとともに、景観を楽しむための手段・場所の充実を図ります。



取り組み事例  
幣舞橋周辺の釧路川の様子ですが、釧路市のイメージを形成する上で重要な要素となるポイントを絞り、「釧路市らしい」景観を意識した魅力づくりを進めていくことが期待されます。

**戦略5 広域連携強化戦略** —新しく加わった魅力を最大限に活かすために—

**①各エリアの位置づけの明確化**

・合併した各地域の特性に配慮して、それぞれの地域が目指す将来的な姿を明確にした上で新生・釧路市としての観光の推進を図ります。

**②エリア相互の連携と補完**

・新生・釧路市が観光振興に取り組む上で各地域がそれぞれの特性を活かしながらお互いに足りない部分を補い、連携して取り組んでいきます。

**③潜在的な魅力の発掘と観光活用**

・釧路市民だけが知っている楽しみや、これまで観光客が見向きもしなかったものにも目を向け、釧路市の新しい観光魅力として活かしていきます。

**④東北北海道全体での広域連携**

・東北北海道全域と広く連携して、全国の旅行者に対するアピール力をより強化するとともに、東北北海道の中での中核的な観光拠点としてアイデンティティを発揮していきます。



取り組み事例  
北海道では、寄り道を目指したくなる沿線の魅力づくりを目指したシーニックバイウェイの推進を行っており、「釧路湿原・阿寒・摩周シーニックバイウェイ」が2006年11月に新たに加わりました。国道240号線(釧路～阿寒)や同391号線(釧路～標茶)などがルートに含まれており、今後は広域での連携体制を構築する手段としても注目されています。

**戦略6 人材育成戦略** —釧路市民が担う観光まちづくりのために—

**①まちづくり団体の発掘とネットワーク化**

・釧路市内で観光に結びつく活動をしている市民団体や個人を発掘・評価するとともに、そのネットワーク化によって、これからの釧路市観光を担う大切な主体として育てます。

**②おもてなし精神の醸成**

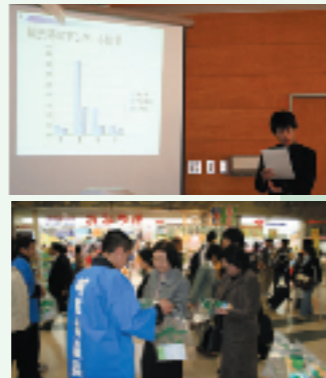
・市民一人ひとりが釧路市の観光を支えているという認識を共有し、観光客を温かく迎え入れる素地をつくっていきます。

**③観光関連事業者の意識改革**

・直接観光客とふれあう機会が多い観光関連事業者を中心に、釧路市観光の中核を担うプロフェッショナルとしての意識改革を進めていきます。

**④人材育成プログラムの整備**

・学校教育、社会教育、企業研修などさまざまな場面を活用し、観光に携わる人材を育てるプログラムを充実させます。



取り組み事例  
阿寒湖中学校では、平成18年度の総合的な学習の時間から阿寒湖温泉地区の活性化に関する研究を行っています。1年生から3年生の生徒が観光客を対象にアンケート調査を行い、課題と考察結果について発表しました。また、修学旅行で札幌駅構内にて阿寒湖PR活動を行っています。生まれ育った阿寒湖のよさをPRするとともに、ふるさとに自信を持つことをねらいとした活動であり、生徒にとって貴重な体験の場となっています。

**戦略7 観光情報発信戦略** —釧路市の魅力を的確に発信するために—

**①新生・釧路市としての観光イメージ確立**

・新しい釧路市のイメージ形成を図るとともに、それを活用して観光客誘致を積極的に進めます。

**②多様なマーケットに応じた情報提供**

・団体客、個人客など観光客側の特性に応じて、的確できめ細かな釧路市観光の情報を提供していきます。

**③釧路の“旬”を活かした情報発信**

・季節限定性の高い情報などを重視し、今しか味わえない釧路市の魅力についての情報を提供していきます。

**④観光情報提供体制の充実**

・釧路市内部での情報把握と共有化を進め、新しい釧路市が一体となって情報発信を進める体制を築きます。



米国・ヨセミテ国立公園のビジターセンター

取り組み事例  
レンジャーが利用者の疑問に答える他、日替わりで実施されるガイドプログラム等の情報も提供。利用者側もこれらの「生きた情報」を求め、積極的にビジターセンターを訪れます。釧路市でも観光客に対して旬の情報を提供する仕組みづくりが期待されます。

**戦略8 観光データ整備戦略** —今後の釧路市観光を考えていくために—

**①基礎的な観光統計類の整備**

・観光に関連する基本的なデータを正確に把握し、釧路市観光の現在の姿を科学的に把握するための基礎を固めます。

**②経済波及効果調査の実施**

・観光が地域の経済に及ぼす影響の大きさを把握して、関連他産業も含めた観光への意識向上につなげます。

**③来訪者満足度調査の実施**

・釧路市を訪れた観光客がどれだけ満足したのかを数字で把握して、今後の釧路市観光の質を高めるためのデータとして活用します。

**④データを活用した観光政策の立案**

・基礎的なデータやそれに基づいた分析を通して、釧路市観光が次に何をすべきか、科学的・戦略的に検討していきます。



釧路公立大学地域経済研究センターと(財)日本交通公社との共同研究の成果

取り組み事例  
釧路公立大学地域経済研究センターでは、地域の観光に関する様々な研究を行ってきました。今後はこうした研究に加え、釧路市観光の量と質を正確に把握することで、確実な観光政策の立案に結びつけていきます。

**戦略9 観光推進体制リフレッシュ戦略** —観光政策を確実に実行していくために—

**①産・学・官・市民の連携による観光地マネジメントの実現**

・産業界、教育・研究機関、行政、市民活動団体など、多岐にわたる取り組み主体が連携することによって、釧路市の観光をよりよい姿に導いていきます。

**②観光関連組織の改革**

・新しい釧路市が一体となって観光に取り組んでいく上で相応しい観光推進組織を築いていきます。

**③政策の評価と見直し**

・ビジョンに基づく取り組みの進み具合と効果を定期的にチェックし、必要に応じて見直ししながら目標を実現していきます。

**④観光目的の安定的な独自財源の検討**

・観光を目的とした独自財源を自主的に導入して効果的に運用し、観光施策を進めていくことを検討します。

釧路市観光振興ビジョン検討委員会の様子

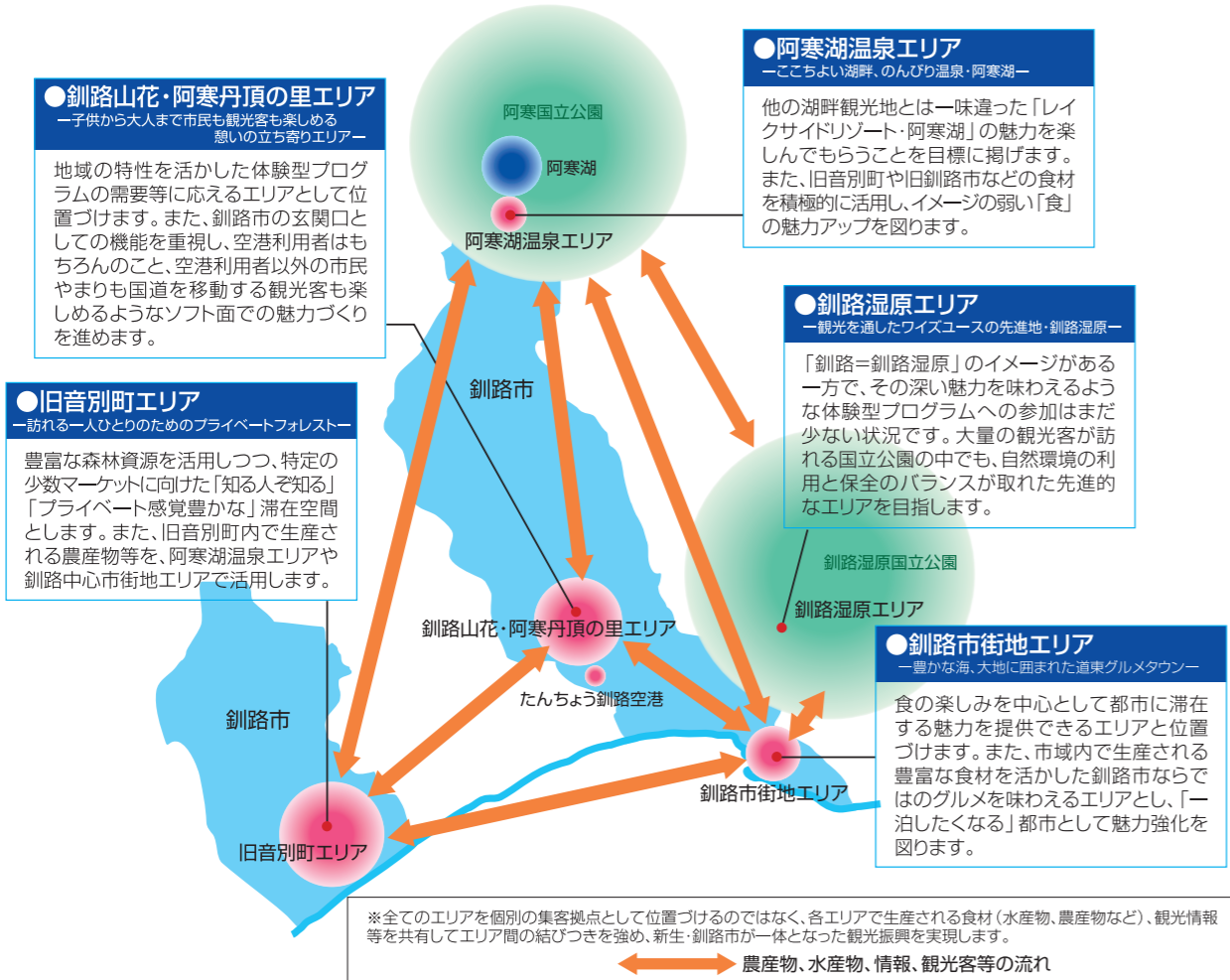


取り組み事例  
釧路市観光振興ビジョン検討委員会では、新生・釧路市の方向性や具体的な施策などが話し合われました。また、地元の観光に携わる実務者によって構成されるワーキンググループも設置し、釧路市で活動する市民団体などの情報収集等を行いました。

# エリア別観光振興のイメージ

釧路市では、観光振興の面から3つのコアエリア（釧路市街地エリア、阿寒湖温泉エリア、釧路湿原エリア）と2つのサブエリア（旧音別町エリア、釧路山花・阿寒丹頂の里エリア）を設定します。コアエリアに関しては、観光客の集客拠点として、人材、食材、情報など、観光に関する様々な要素が集積するエリアと位置づけ、まちなか、自然、温泉が一体となった多彩な魅力を持つ観光エリアの形成を図ります。

サブエリアに関しては、市民の憩いの場としての機能を持つとともに、長期滞在観光客の受け入れを行います。また、コアエリアへの食材や人材などの供給をすることで、観光の重要な担い手として位置づけます。



# 短期重点プロジェクト

## 観光まちづくり分野

**●まちづくり団体の発掘とネットワーク化**  
戦略6-①

当ビジョン策定の経緯でWGメンバーが着手した、地元活動団体の掘り起こし作業の成果も活かし、これら団体同士のネットワーク形成に向けた取り組みに着手します。

## 観光産業育成分野

**●食を楽しむ魅力的な空間づくり**  
戦略1-①

食材生産者と観光事業者の商談会や地域食材のブランド化、新規メニューの開発など、食の魅力づくりに向けた地元関係者の取り組みが進んでいることを受け、食を楽しむ空間の魅力アップに着手します。

## ●MICE産業の実態・実績把握

戦略2-①

国レベルでの取り組みが加速している現状も踏まえ、釧路市内でのこれまでのMICE関連の実績と、産業の実態把握を行います。

## システム構築分野

**●経済波及効果調査の実施**  
戦略8-②

釧路市のリーディング産業として重要な位置づけとなる観光産業が、釧路市にどのような経済効果を及ぼしているのか、常に把握できるような仕組みづくりを行います。

## ●来訪者満足度調査の実施

戦略8-③

釧路市観光の質を向上させるためにも、釧路市を訪れた観光客の満足度を常に把握できるような仕組みづくりを行います。

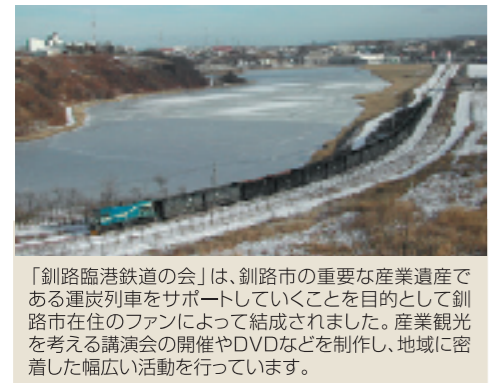
当ビジョンで掲げる戦略と施策には、資金や労力の問題から取り組みやすいものとそうでないものがあります。また、そのような難易度によらず、すぐにでも取り組むべき重要な施策など、性格の異なる項目が含まれます。したがって、取り組みやすさに加えて、目標を達成するために「今すべきこと」を吟味した上で施策を進めていきます。

# みんなで育てる釧路市の観光まちづくり

—市民一人ひとりが釧路市観光の担い手になるために—

## ①釧路市を知ろう

良く知っているようで知らないのが、自分が住んでいるまちのことです。合併して多くの魅力が加わった釧路市を、もう少し深く知ってみませんか。思いもよらない、新しい発見があるはずですよ。



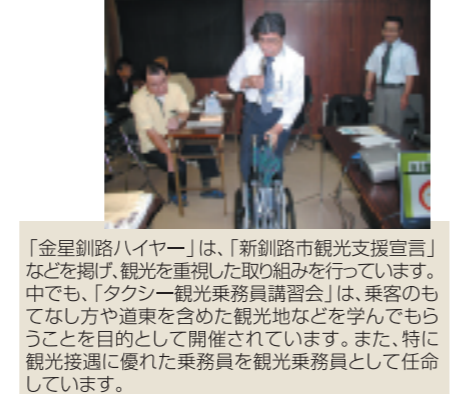
## ②釧路市の素材を活かそう

身のまわりにありふれている資源や、釧路市ならではの素材はありませんか。身近にあるものを活用して、様々な楽しみ方を考えてみましょう。



## ③観光客を温かい心で迎えよう

「釧路市に来てよかった」と思っていただけのためにも、「困っている方を見かけたら声をかける」、「オススメの場所を教えてください」など、みんなで温かく観光客を迎えましょう。



## ④観光客を受け入れる舞台づくりをしよう

住んでいる人、訪れる人の双方が「居心地がいい」と思えるまちをつくるためにも、身近な場所の魅力づくりをしてみましょう。



## ⑤釧路市の魅力を伝えよう

自分が知っている釧路市の魅力、そして新たに知った魅力を、身近にいる人や釧路市外に住んでいる人などに伝えましょう。



## ⑥観光まちづくりに参加しよう

釧路市では、様々な市民活動団体が観光の場面で活躍しています。自分の好きなこと、得意なことがある人は、できることから行動を起こしてみたいはかがでしょうか。また、すでに活動している団体のぞいてみてはいかがでしょうか。

