

釧路市観光振興ビジョン

前期（H19～H21）事業進捗状況の確認結果について

釧路市観光振興ビジョンは、2007年度から概ね10年程度を目標に取り組んでいる、釧路市の観光振興のための指針です。その実現に向け、前期、中期、後期の3期間（それぞれ3年程度）に区切って進捗状況の確認を行いながら、社会状況や旅行・観光の動向に応じて柔軟な姿勢で取り組んでいくことが重要としております。

前期3年（H19～H21）が終了したため、進捗状況についてそれぞれの事業者が確認等を行い、今般その結果を取りまとめましたので公表いたします。

釧路市産業振興部観光振興室

釧路市観光振興ビジョン前期(H19~H21)事業進捗状況の確認結果について

※期間 → H19-H21(前期3年)、H22-H24(中期3年)、H25-H28(後期4年)

分野	戦略	施策	短期重点プロジェクト	主な事業名	事業内容	実績・成果	課題	今後の取組	担当課
観光産業育成分野	1 食の魅力づくり戦略	① 食を楽しむ魅力的な空間づくり	●	岸壁炉端の営業	MOO前エプロン仮設テント内で炉端営業(5月~10月)	売上高 ・H19:4,268万円 ・H20:5,152万円 ・H21:4,562万円	市民利用の増加及び観光客比率の層確保が急務	接客サービスの向上	
				早朝魚河岸ツアー&朝食プラン	秋鮭の水揚げ見学後、旬の秋鮭チャンチャン焼き朝食(9/1~10/月上旬)	エージェントセールスによる旅行商品化 ・H16より継続需要有 ・H19:21名 ・H20:8名 ・H21:246名	団体人数調整業務。受入数1日50名まで	旅行エージェントセールス強化	河畔公社/釧路協
		② 食材の域内調達率の向上		○くしろ食財の日 ○地産地消くしろネットワーク	地産地消くしろネットワークによる地産地消の推進	○「くしろ食財の日」事業 ・H20:92店舗 ・H21:80店舗 ○学校給食への地場産品(農水畜産物)の利用拡大 ○出前講座 ・H20、H21各2回開催 ○教育ファーム推進事業 ・H20、H21各1回開催	○「くしろ食財の日」事業の効果が実績値として見えない ○参加店舗の意識に温度差がある ○「くしろ食財の日」事業の事務局機能の民間への移行検討	事業の継続	市産業推進室
		③ 地域の食の魅力を支える人材育成		地場食材の魅力を支える人材育成	○ふるさと給食の実施 ○出前講座の実施 ○料理教室の開催	○ふるさと給食 ・H20、H21小・中学校各1回実施 ○出前講座 ・H20 2回実施 ○料理教室 ・H20、H21各1回開催	特になし	事業の継続	市産業推進室
	④ 地場食材を活かした加工品の開発		地場食材を活かした加工品開発	○釧路ししゃもフェアにおける創作料理の開発 ○ししゃも弁当研究開発	釧路ししゃもフェアにおける創作料理 ・H20 65種類 ・H21 135種類	担い手不足	事業の継続	市産業推進室	
	2 MICE産業育成戦略	① MICE関連産業の実態・実績把握	●	大会等開催調査	開催予定の大会規模調査	開催実績 ・H19:17,754人 ・H20:28,249人 ・H21:25,083人	開催情報公開による市民啓発	イベントカレンダー制作	市観光振興室/公立大学
				MICE開催効果把握	MICE経済波及効果調査	H19港湾協会総会(766名参加) ・経済波及効果額42,730千円	経済波及調査は難易度が高い作業のため、継続実施は困難	消費満足度調査の継続実施	市観光振興室/公立大学
				シンポジウム等開催	関連団体(合併地域含)等の勉強会・シンポジウム開催	H19職員対象勉強会(26名参加)、H19関連団体対象シンポジウム(50名参加)	新産業のため、シンポジウム開催等だけでは、関係者(市民含)の認知度が低い	事業継続による取組の醸成	市観光振興室/公立大学
		② MICE誘致のセールスツール作成		HP・パンフレット制作	商談用の誘致パンフレット制作	H20パンフレット制作。H21HP制作	ページ数が限られており、詳細な支援情報まで掲載できない	HP上に支援ツール(PDF)を掲載して詳細情報を提供	市観光振興室/釧路協
				検討会議設立	市内関連団体による釧路市MICE検討会議設立	H20に17団体による検討会議設立	加盟業種毎によっては直接メリットがない業種あり	開催プランニング提案により、地元企業活用打診	市観光振興室/釧路協
		③ MICE誘致計画の策定		マーケティング戦略策定	○外部調査期間に委託契約(H21-H22)を実施 ○釧路市の特性を活かした誘致対象団体DB作成及び商品開発 ○実践的研修付き企業訪問商談等	H21より2年間の委託契約であり、専門講師による商談、コンサルによるDB作成中	事業実施途中であり、検証不可	事業実施途中であり、検証不可	市観光振興室
		④ アフターMICEの充実		アフター商品の造成	釧路の特性、参加団体のメリット等に着眼した商品造成を実施し、差別化を図る	H21に生態系保全及び企業CSR商品のプランニング実施(サリガニ防除ツアー)	商品化に伴う担い手不足	プロタイプ(試作)商品の造成	市観光振興室
				着地型旅行プログラム開発(阿寒地区)	専任ガイドによる、体験プログラムの開発	阿寒湖体験トレッキング ・湖岸園地コース 12回 ・スキー場展望コース 12回 ・滝口トレッキングコース 12回	ツアーガイド継続雇用。旅行商品の企画開発と流通	阿寒湖温泉の秋の森と湖を歩く「阿寒湖ウォーカース2010」を実施	阿寒行政/阿寒協会

分野	戦略	施策	短期重点プロジェクト	主な事業名	事業内容	実績・成果	課題	今後の取組	担当課
観光産業育成分野	3 釧路ブランド構築戦略	① 地場産品の品質保持・管理の仕組みづくり		地場食材ブランド化事業(ししゃも)	○ししゃも特性調査 ○釧路ししゃも基準づくり	○釧路ししゃもの基準の決定(塩分2%以下、水分75%以下など) ○釧路地域ブランド推進委員会による釧路ししゃも製品の登録	○認証機関の設置 ○地域団体商標の登録申請	地域団体商標登録に向けた勉強会等	市産業推進室
		② 釧路ブランドとしての認証とラベリング		地場食材ブランド化事業(ししゃも)	釧路ししゃもブランドロゴの作成、各種PR媒体の作成	ロゴ、シール、ポスター、PRのぼり、パッケージ製作	ブランド、認証、ロゴ等の管理	事業の継続	市産業推進室
		③ 釧路市民と観光客に向けた釧路ブランドの 프로모ーション	地場食材ブランド化事業(ししゃも)	地場食材ブランド化事業(ししゃも) ・釧路ししゃもフェア ・市内、道内・外での試食販売会の開催・物産展への参加 ・釧路空港での試食販売会	地場食材ブランド化事業(ししゃも) ・首都圏・札幌の物産展での試食販売、パイヤーとの商談会 ・日本記念日協会認定「釧路ししゃもの日(11月7日)」制定 ・釧路ししゃもフェア参加店(H20 33店、H21 59店)	地場食材ブランド化事業(ししゃも) ・釧路ししゃもフェア実行委員会による自主運営 ・試食販売会や物産展参加等の取り組みの継続 ・販路開拓、拡大	地場食材ブランド化事業(ししゃも) ・釧路ししゃもフェア ・市内、道内・外での試食販売会の開催・物産展への参加	市産業推進室	
			異国の森ブランド化事業(阿寒地区)	異国の森ブランド化に向けた 프로모ーション等の実施	○H19東京アウトドアフェスティバル参加 ○H20異国の森プロジェクトin阿寒の開催	ブランド化の推進と強化及びICT対応強化と有効活用	地域ブランド化推進及び広域連携による地域ブランド力強化	阿寒行政/阿寒協会	
		アイヌブランド化事業(阿寒地区)	アイヌブランド化に向けたキャンペーン等の実施	○H19イオマンテキャンペーン等の実施(2回) ○イオマンテ等イベントセールスの実施	ブランド化の推進と強化及びICT対応強化と有効活用	地域ブランド化推進及び広域連携による地域ブランド力強化	阿寒行政/阿寒協会		
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	地場食材ブランド化事業(ししゃも)	○釧路ししゃもフェア ○市内、道内・外での試食販売会の開催 ○物産展出展	首都圏・札幌の物産展での試食販売	○試食販売会や物産展参加等の取り組みの継続 ○販路開拓、拡大	○釧路ししゃもフェア ○市内、道内・外での試食販売会の開催・物産展への参加	市産業推進室			
観光まちづくり分野	4 魅力的な地域づくり戦略	① 自然環境資源の持続的な活用	環境に配慮した観光ツアー造成	釧路市の特徴でもある自然系観光資源を環境に配慮した観光ツアーとしての活用	H21に生態系保全及び企業CSR商品のプランニング実施(サリガニ防除ツアー)	インタープリター(ガイド)養成、環境保護ガイドライン等未着手	プロトタイプ(試作)商品の造成により観光と環境の共生を図る	市観光振興室	
			前田一步園私有地の観光振興活用の検討(阿寒地区)	H22より立入規制エリア活用検討	前期未実施	自然環境に配慮した立入人数の設定	阿寒湖温泉の秋の森と湖を歩く「阿寒湖ウォークス2010」を実施	阿寒行政/阿寒協会	
			着地型旅行プログラム開発(阿寒地区)	専任ガイドによる、体験プログラムの開発	阿寒湖体験トレッキング ・湖岸園地コース 12回 ・スキー場展望コース 12回 ・滝口トレッキングコース 12回	ツアーガイド継続雇用。旅行商品の企画開発と流通	阿寒湖温泉の秋の森と湖を歩く「阿寒湖ウォークス2010」を実施	阿寒行政/阿寒協会	
		② まちなかのにぎわいづくりと既存施設の魅力づくり	観光施設と連携した賑わい創出各種ソフト事業	社会資本整備事業(補助事業)を軸とした各種ソフト事業の企画立案	H21に既存観光施設指定管理者と会議を実施し、H22事業着手予定	補助事業はH22まで、H23以降のソフト継続は未定	H22に各種事業を実施して、事業検証を図る	市観光振興室	
		③ 交通インフラとサイン類の充実	各種ルートパンフレットの製作	地域毎(表情多彩等)・広域(ひがし北海道ガイドマップ)のルートパンフレットを製作	行政・協会・広域団体でのルートパンフレットは充実	サイン(他言語含)設置は整備遅れあり	事業の継続	行政/協会他	
④ 釧路らしさを感じさせる景観の整備	写真コンテスト(景観全般・夕日等)	釧路市の景観を可視化し、市民に地元愛着の醸成を図る	景観全般(新聞社)・夕日(JC)の各写真コンテスト実施	景観ポイント発掘が観光事業と連動していない	釧路夕日の景観ポイントを整理し、観光資源として開発	新聞社/JC			
観光まちづくり分野	5 広域連携強化戦略	① 各エリアの位置づけの明確化	地域毎観光コンセプトの設定	観光事業全般における地域毎コンセプト浸透させるため、まず事業毎(例:MICE事業等)で可能であれば設定	例えばMICEでは、開催地区(旧釧路)・アフター地区(旧阿寒)・ツール開発(旧音別)等地域コンセプトを設定し、事業を通して地域コンセプト醸成を図る	現状釧路市(旧1市2町)における観光事業に対する認識の相違を把握するが、居住住民を含めコンセプト浸透には時間を要する。以前からの継続事業は、新たに設定をするのは困難	○地域コンセプト設定事業については、事業継続で浸透を図る ○今後も地域コンセプトを意識した事業企画を心がける	行政/協会他	
			② エリア相互の連携と補完	ぐる得パスポートの製作	釧路管内地域毎の観光・食情報及びクーポン活用による集客誘発を図る	○H8スタンプラリー ○H16-H18根室と連携 ○H19以降釧路管内	運転資金及び商品化に伴う観光事業者の不足	事業の継続	釧路観光連盟
		③ 潜在的な魅力の発掘と観光活用	産業観光プログラム開発	地域産業を観光資源として価値を見出し、ツアー造成を図る	近代化産業遺産を巡る雄別炭鉱跡地散策等知的好奇心をくすぐるツアーは好評	プランニングに伴う開発スタッフ及び商品化に伴う担い手不足	音別地域の林業を題材予定	行政/協会他	
			くしろ海底力モニターツアー	地域産業を観光資源として価値を見出し、ツアー造成を図る	H21水産施設見学・SL乗車等モニターツアーを実施(経産省事業)	体験観光メニューが不足(モニター結果)	水産加工体験の盛り込み	行政/協会他	
		④ 東北北海道全体での広域連携	ひがし北海道観光事業開発協議会	東北北海道の官庁・協会・事業者を中心に旅行エージェントを対象にプロモーション等実施	旬の観光素材を担当者が関東・関西会場で直接プレゼンテーションを実施、エージェントには好評	有益な商談であるが、1地域当たりのPR時間が少ない	コンパクトプレゼンテーションへの取組	広域各組織	
釧路本線活用推進協議会事業	釧路本線周辺地域を中心に広域的な事業展開実施に向けてH21設立	設立直後のため、検証不可	設立直後のため、不明	今後の協議による	広域各組織				

分野	戦略	施策	短期重点プロジェクト	主な事業名	事業内容	実績・成果	課題	今後の取組	担当課		
観光まちづくり分野	6 人材育成戦略	① まちづくり団体の発掘とネットワーク化	●	観光まちづくり市民ネットワーク事業	個人・団体に観光情報配信(地域イベント参加等)により観光の視点からまちづくり参加を醸成	登録数 ・H20登録数23団体・個人 ・H21登録数32団体・個人	参加者の主体的取組がない	情報内容充実及び定期的な情報提供	市観光振興室		
				丹頂の里ネットワーク会議設立(阿寒地区)	丹頂の里エリア観光系企業・行政等が地域振興に関する情報交換を実施	○観光拠点づくりの検討 ○特産品開発の研究 ○観光客誘致活動の実施 ○ツアーメニュー開発の検討	特になし	○特産品開発と情報発信の実施 ○丹頂の里のPR活動 ○ツアー誘致活動の実施	阿寒行政/阿寒協会		
		② おもてなし精神の醸成		タンチョウ折鶴製作事業	道東を代表する特別天然記念物「タンチョウ」の折鶴を市民に折ってもらい、観光客へのおもてなし精神の醸成を図る	○折紙依頼 ・H20:321千 ・H21:320千 ○観光誘客事業での活用 ・H20:407千 ・H21:201千 ※配置～公共交通機関、観光施設等	パック製品も含めて観光事業多種に「ハルティ」として活用。低価格であるが、人気もある。「ハルティ」としては定着したため、観光事業毎に工夫が必要	可能であれば、事業毎に内容物変更・追加	市観光振興室		
				花いっぱいプロジェクト(阿寒地区)	住民主体の花を活かした修景と育苗供給システムの構築等	○温泉街への植栽実施 ○園芸市の開催 ○フワワマスター講習会への参加	阿寒湖温泉の景観と環境に配慮した種苗の選定	○温泉街への植栽実施 ○園芸市の開催 ○フワワマスター講習会への参加	阿寒行政/阿寒協会		
		③ 観光関連事業者の意識改革		観光講座の開催	市民総観光案内人の養成(例年2月ぐらい実施)	参加人数 ・H19:34名 ・H20:42名 ・H21:32名	参加数増及び観光ガイドの育成に結びつける仕組み作り	事業の継続	釧観協		
		④ 人材育成プログラムの整備		くしろ検定実施	地域一丸となっておもてなしの心を醸成し、ホスピタリティの気持ちを伝える設えを整える。地域魅力の再発見及び、的確な観光ガイドが可能な人材の育成	○第1回くしろ検定 H21.2.15 ・出席者252名(申込)、 受験者242名、 合格者212名 ○第1回くしろ再発見セミナー H21.1.31 ・受講者141名 ○第2回くしろ検定 H22.2.7 ・出席者235名(申込)、 受験者229名 ○第2回くしろ再発見セミナー H22.1.24 ・受講者55名	事業費の確保、持続可能な収益性の向上、検定合格者のインセンティブ・活躍の場の創出、他の検定、研修等との連携	受験者も多く、可能であれば継続	会議所		
						着地型旅行プログラム開発(阿寒地区)	H21年度より3年間の委託契約で5名を雇用しツアーガイド教育訓練等を実施	自然環境等フィールド調査指導。調査データの収集・蓄積によるデータベース化	ツアーガイド継続雇用。旅行商品の企画開発と流通	ニューツーリズム旅行商品の企画開発	阿寒行政/阿寒協会
		システム構築分野	7 観光情報発信戦略	① 新生・釧路市としての観光イメージの確立		HPリニューアル	多様化する観光ニーズ・観光施策の情報を発信	H21協会・行政と会議を実施。HP関係で双方連携しながらの実施は初の試み	観光客・エージェント(協会)、施策情報公開・市民(行政)として区分をしているが、財源等の諸問題により、完全な住分けはできない	未処理案件については、双方HP次回更新時に再協議実施予定	市観光振興室/釧観協
						イベントカレンダー	催しを中心とした情報の早期発信により来釧を誘発	以前より市民ニーズは高く、且つMICE誘致販促ツール(継続的DM)としての活用は費用対効果は高い	事業未実施のため、検証不可	H22事業化予定	
				② 多様なマーケットに応じた情報提供		国内誘致・着地パンフレット	多様化するマーケット(ジャンル別観光市場)に応じて製作・販売促進を実施	誘致用は視覚イメージ・コスト削減に内容変更	web非対応	ネット社会対応のため、web対応検討	市観光振興室/釧観協
4言語パンフレット/H18	中国語(簡体/繁体)、ハングル、英語の4言語はインバウンド全般対応可能					web非対応		ネット社会対応のため、web対応検討			
修学旅行手引/H14	全国旅行エージェントよりニーズ有り					窓口がワンストップ化されていない		事業の継続			
MICE誘致パンフレット/H20	PCO・AGTのニーズに応えるため、毎年マイナーチェンジを実施					支援ツール等掲載しきれない情報の提供方法		開催支援ツール及びafterMICE情報をweb対応とし、パンフ&webの併用で商談対応予定			
③ 釧路の旬を活かした情報発信				ラムサール観光レビ/H18	旬の食材や動植物の見ごろ時期(月)をエリア毎に掲載	旅行エージェント及び学習意欲の高い観光客のニーズ有り	動植物・食以外の旬情報提供	コンベンション・イベント情報の提供	市観光振興室		
				④ 観光情報提供体制の充実	HPリニューアル	多様化する観光ニーズ・観光施策の情報を発信	H21協会・行政と会議を実施。HP関係で双方連携しながらの実施は初の試み	観光客・エージェント(協会)、施策情報公開・市民(行政)として区分をしているが、財源等の諸問題により、完全な住分けはできない	未処理案件については、双方HP次回更新時に再協議実施予定	市観光振興室/釧観協	
幣舞観光ガイドステーション設置/H18	通常の観光案内に加え、その場で街中観光散策を実施				市街地宿泊施設エリア内に設置されて立地条件が良く、専門ガイドの街中観光もできるため観光客より好評価 ・H18:3,752人 ・H19:16,139人	施設利用は数値化されているが、ツアーメニュー・告知手法・利用件数等データが無く、検証できない状況	ツアー等の利用状況データ化	市観光振興室			
阿寒湖まりむ館(観光インフォメーションサービス)の整備(阿寒地区)	各種観光案内業務、宿泊・道路情報の提供				来館者数 ・H21:9,265人 (内外国人 269人)	ツアーガイド継続雇用	外国人(欧州・東アジア)観光客案内業務充実	阿寒行政/阿寒協会			

分野	戦略	施策	短期重点 プロジェクト	主な事業名	事業内容	実績・成果	課題	今後の取組	担当課						
システム構築分野	8 観光データ整備戦略	① 基礎的な観光統計類の整備		観光入込客数調査	道内統一手法により実施 ・流入地点調査 ※設定観光地点の利用者数を元に算出 ・観光地点調査 ※公共交通の利用者数を元に算出	以前より継続的に実施している事業であり、観光客入込の経年変化を把握できる	膨大な事務量から、大中規模都市は流入地点調査を採用するが、観光地点調査と比較すると調査精度が低い。北海道内適用の調査手法であり、全国比較は困難	現調査は道内統一手法であり、単独変更ができず、現状維持。全国比較は、国が統計基準統一化を実施予定であり、確定後釧路市も実施予定	釧路・阿寒・音別各地区の観光統計課						
				訪日外国人宿泊者数調査	宿泊施設に対する照会										
		② 経済波及効果調査の実施	●	観光消費経済波及効果分析の実施	観光産業分析用釧路市産業連関表をベースに観光客・観光事業者に対して調査を実施	2009(H21)釧路市観光客域内消費に対する経済波及効果の積算及び施策効果シミュレーション等により、今後の観光施策実施に伴う基礎資料及び観光関連事業者の事業推進を誘発	本観光振興ビジョン期間内では有効な観光指標と成り得るが、一定期間経過後に、改定調査を実施する必要がある	視覚的に調査結果をまとめたリーフレットを製作し、観光産業推進のために、啓発ツールとして活用予定	市観光振興室/公立大学						
										MICE毎消費・満足度調査/H19	大会毎及び施設毎に満足度(消費)調査を実施	MICE事業運営及び各施設毎の運営に対して戦略決定材料となる ・H19より毎年	H19-20公立大学、H20-21委託契約により事業を実施したが、予算がなければ継続実施ができない	調査手法を継承し、行政による継続実施予定	市観光振興室/釧路協
		③ 来訪者満足度調査の実施	●	ホスピタリティ調査/H20	大会毎及び施設毎に満足度(消費)調査を実施	MICE事業運営及び各施設毎の運営に対して戦略決定材料となる ・H20展望台/鶴公園/MOO/JR/空港 ・H21展望台	各施設毎に取り組んでいる様子だが、情報財産のため一部非公開団体があり、共有・公開が困難	保留	市観光振興室/釧路協						
										阿寒湖温泉外国人観光客満足度調査(阿寒地区)	阿寒湖温泉主要宿泊施設におけるアンケート調査の実施	MICE事業運営及び各施設毎の運営に対して戦略決定材料となる ・H19年度(夏・秋実施)サンプル数173件	定期的な調査の実施	国際観光地に資する調査の実施	阿寒協会
		④ データを活用した観光政策の立案		各事業・施設毎のデータ活用	①～③までのデータを次年度各企画会議にて活用	各事業に関わる関係者に周知し、各位現状把握している。施設運営には施設内にて共有	一部非公開情報もあり、すべての情報結果を完全公開すると、調査協力を得られない団体がある	本事業に関わる民間団体は自社の収益に関わる情報もあるため、活用方法は現状維持の方向性	市観光振興室他						
		9 観光推進体制刷新戦略	① 産・学・官・市民の連携による観光地マネジメントの実現	事業毎マネジメントの取組(MICE検討会議)	H20に産・学・官の連携によりMICE検討会議(事務局:行政・協会)を設立し、参加者は各々の立場で同事業に関わっている	○参加団体の利益に直結する仕組み作りが、産業定着に結びつく視点で活動を展開している ○成功事例とともに行政内意識醸成の誘発を図る	○あくまで、個別事業毎のマネジメントであり、観光事業全般ではない ○他新規事業立案時には、趣旨を意識しながら推進する事が必要	観光事業全般マネジメントでは、MICE事例等で成功実績の積み重ねが、多種事業に影響を与えると考え	市観光振興室他						
	② 観光関連組織の改革									観光関連組織間事業説明会議の実施	H19より毎年、釧路・阿寒地区の4団体観光関連組織(行政・協会)での事業会議を実施	各観光系事業の取組について互いに把握でき、且つ連携を図る事業の事前打合せも兼ねるのが利点	組織構造の相違(協会・財団・NPO)や地域観光事業者・住民との関わり(行政)から、早期組織統合は困難	会議を継続し、継続的な情報共有を図る	行政/協会(釧路・阿寒)
	③ 政策の評価と見直し									各期推進状況確認事務	同ビジョンの各期(前期:H19-21、中期:H22-24、後期:H25-28)終了後に、確認(前期・中期)及び評価(後期)事務を実施	今回(前期)初実施のため、検証不可	今回(前期)初実施のため、検証不可	今回(前期)初実施のため、検証不可	市観光振興室他
	④ 観光目的の安定的な独自財源の検討									観光系財源(行政・協会)の検討	現状、行政の一般財源及び補助事業による観光施策を実施しているが、継続的・良質なサービス提供を図るための安定的財源確保の検討が必要	行政・協会の体質改善に向けての意見交換を実施	観光系組織(行政・協会)の運営構造等にも波及することから、長期化が予想される	組織運営や安定的財源をテーマとした議論を増やす必要がある	行政/協会他

※ 各戦略(施策)毎の主な事業については、モデル事業として設定しております。

※ 担当課 : 河畔公社→(株)釧路河畔開発公社、釧路協→(社)釧路観光協会、広域各組織→行政・民間等観光系各組織全般、公立大学→釧路公立大学地域経済研究センター
: 阿寒行政→釧路市阿寒町行政センター観光商工課、阿寒協会→NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構