

釧路市観光振興ビジョン

中期（H22～H24）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。

中期3年（H22～H24）が終了したため、進捗状況についてそれぞれの所管課が確認等を行い、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

銚路市観光振興ビジョン事業進捗状況の確認結果(中期H22~H24)

中期H22~H24分

分野	戦略	施策	主な事業名	事業内容	実績・成果	前期の課題	前期の課題への対応状況	中期の課題・評価	後期への取組	担当課		
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前エブi仮設テント内で炉端営業(5月~10月) MOO氷まつり時の寒風炉ばた営業	売上高 H22:5,224万円 H23:5,004万円 H24:5,503万円	市民利用の増加及び観光客リピーター層確保が急務	旅行商品に組み込まれるなどリピーター層の誘客が進んでいる。	旅行会社訪問による継続的な働きかけを実施	事業の継続	河野公社	
		②	食材の域内調達率の向上	〇くしろ食財の日	〇くしろ食財の日	〇くしろ食財の日による地産地消の推進	〇くしろ食財の日」事業 H22:92店舗、H23:91店舗、 H24:103店舗 〇学校給食への地産品の利用拡大 〇小学生における農作業体験の支援 H22:1回、H23:1回、H24:1回 〇定住自立圏協定による地産品普及促進事業 H24~	〇「くしろ食財の日」事業の効果が実績値として見えづらい 〇参加店舗の意識に温度差がある 〇「くしろ食財の日」事業の事務局機能の民間への移行検討	〇H22より、くしろ食財の日キャンペーンや絵画コンクールを実施しており、キャンペーンの応募総数や絵画作品の応募数を実績値とした。 〇様々な視点から、「くしろ食財の日」事業の事務局機能の民間への移行を検討中	〇くしろ食財の日」事業の民間移行等の検討 〇銚路管内が相互連携した取組の強化 〇銚路管内の地産品をPRする場の創設	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	〇ふるさと給食の実施 〇学校給食での根拠牛乳スポット提供 H22:8校、H23:9校、H24:10校 〇出前講座の実施 H22:2回、H23:1回、H24:3回 〇食育出前講座の開催 H24:3回	〇ふるさと給食 一学校給食課で実施 〇学校給食での根拠牛乳スポット提供 H22:8校、H23:9校、H24:10校 〇出前講座の実施 H22:2回、H23:1回、H24:3回 〇食育出前講座の開催 H24:3回	〇ふるさと給食 食への感謝や郷土への理解を深めるとともに給食献立の多様化・充実に向けて地産品を活用する地産地消を積極的に進める必要がある。 (※中期確認において、再整理して追記したもの)	〇ふるさと給食 地産品を活用する地産地消を積極的に進める観点から、地元生産者、流通業者等からなる「地産地消くしろネットワーク」を活用し、学校給食課に対し、地産品の情報提供に努めた。	〇ふるさと給食 既に提供した給食献立の定着を図ることや地産品を活用した新たな給食献立の導入等を通して、食への感謝や郷土への理解を深める。 〇新たな講座教育の開催	関係機関等への積極的な情報提供	市産業推進室	
		④	地場食材を活かした加工品の開発	〇地場食材を活かした加工品開発	産学官で連携し、地域資源を活かした新商品の開発を促す	〇エソシカ肉の新商品開発支援 H22:1点、H23:1点、H24:1点 〇スケッチダラを活用した新商品開発支援 H23:1点 〇銚路ししゃもを活用した新商品の開発	担い手不足	公設試やアドバイザーによる技術支援や補助金等の紹介を行うことで担い手企業の支援を行った。	〇売れる新商品の開発 〇新商品を販売する場の創設	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 H22:28,026人、H23:21,558人、 H24:29,710人	開催情報公開による市民啓蒙	MICEカレンダーの作成	電子媒体を活用した情報の効果的周知	事業の継続	市観光振興室	
		MICE開催効果把握	MICE消費・満足度調査	H24満足度78%	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	経済波及調査に替わる消費満足度調査の実施	サンプル数の拡大・満足度の向上	事業の継続	市観光振興室			
		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	H22関連団体対象セミナー開催	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	関係団体に対する勉強会を開催	地域社会へ向けたMICE産業への理解、認知の促進	事業の継続	市観光振興室			
		MICE誘致のセールストूल作成	HP・パンフレット制作	高談用の誘致パンフレット制作	H22:23・24:HP継続・パンフレット作成	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	内容を精査し、詳細な支援情報を掲載	〇顧客へより効果的に訴える情報掲載の形の検討 〇ページ数の増	事業の継続	市観光振興室/創観協		
②	MICE誘致のセールストूल作成	検討会議運営	市内関連団体による銚路市MICE検討会議運営	H22関連団体対象セミナー開催	加盟業者によっては直接リフトがない業種あり	加盟業者については直接リフトがない業種あり	加盟業者に対するMICEとの関わりを検討	受入態勢充実のための検討会議の活性化	開催プランニング提案により、地元企業活用打診、情報交換	市観光振興室/創観協		
③	MICE誘致計画の策定	マーケティング戦略策定	〇外部調査機関に委託契約(H21-H22)を実施 〇銚路市の特性を活かした誘致対象団体データベース作成及び商品開発 〇実践的研修付き企業訪問商談等	観光C協会とデータベースの共有化を図り活用	事業実施途中であり、検証不可	データベースの完成、活用	データベースは常に更新を要するものであり、外部調査機関でなければ困難	DBの活用	市観光振興室			
④	アフターMICEの充実	アフター商品の造成	銚路の特性、参加団体のリフト等に着目した商品造成を実施し、差別化を図る	H22コールメイン入坑体験、H24福司清造見学 他	商品化に伴う担い手不足	ガイド育成による商品造成	多様化する顧客ニーズに対応する新商品の造成	事業の継続	市観光振興室/創観協			
3	銚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、トキシラス)	〇ししゃも特性調査 〇銚路ししゃも基準づくり 〇銚路定置トキシラス基準づくり	〇地域団体商標「銚路ししゃも」登録 〇銚路ししゃも基準見直し 〇銚路定置トキシラスの基準作成 〇銚路地域ブランド推進委員会による銚路ししゃも製品の登録	〇認証機関の設置 〇地域団体商標の登録申請	〇認証機関設置については、銚路総合振興局にて検討中 〇地域団体商標は取得済み	地域団体商標の管理規定作成	〇認証機関の設置	市産業推進室	
		②	銚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、トキシラス)	銚路ししゃも、銚路定置トキシラスのブランドの作成、各種PR媒体の作成	ロ、シール、ホスター、PRのほり、パッケージ製作	ブランド、認証、ロ等の管理	担い手企業において実施中	ブランド、認証、ロ等の管理	事業の継続	市産業推進室	
		③	銚路市民と観光客に向けた銚路ブランドの 프로모シ ョン	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プロモーション等の実施	〇首都圏・札幌の物産展での試食販売、ハイヤーとの商談会 〇銚路ししゃもフェア参加店(H22:58店、H23:104店、H24:50店) 〇トキまつり開催 〇銚路ブランドフェア開催(H24)	地場食材ブランド化事業(ししゃも) ・銚路ししゃもフェア実行委員会による自主運路 ・試食販売会や物産展参加等の取り組みの継続 ・販路開拓、拡大に向けて取組を実施中	〇銚路ししゃもフェア実行委員会は自主運営済み 〇試食販売会、物産展参加等の取り組みについては、担い手企業を中心として実施中 〇販路開拓、拡大に向けて取組を実施中	〇市内、道内・外での試食販売会や物産展参加等の取り組みの継続 〇販路開拓、拡大	〇市内、道内・外での試食販売会の開催・物産展への参加 〇銚路ししゃもフェア 〇トキまつり開催 〇銚路ブランドフェア開催	市産業推進室	
		④	銚路ブランドの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、トキシラス)	〇銚路ししゃもフェア 〇和商トキまつり 〇市内、道内・外での試食販売会の開催 〇物産展出展	〇銚路ししゃもフェア開催 〇道内外のイベント参加による試食販売会開催 〇首都圏・札幌の物産展での試食・販売	〇試食販売会や物産展参加等の取り組みの継続 〇販路開拓、拡大	〇試食販売会、物産展参加等の取組については、担い手企業を中心として実施中 〇販路開拓、拡大に向けて取組を実施中	〇担い手企業を中心とした試食販売会や物産展参加等の取り組みの継続 〇販路開拓、拡大	〇銚路ししゃもフェア 〇トキまつり開催 〇市内、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	

分野	戦略	施策	主な事業名	事業内容	実績・成果	前期の課題	前期の課題への対応状況	中期の課題・評定	後期への取組	担当課
観光まちづくり分野	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	地域ガイドによる着地型ツアーの環境配慮(ザリガニ防除ツアー)	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	ガイド造成によるツアー実施	PR周知方法、申込方法の多様化	新たな商品の造成に取り組み、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	一步園・森の案内人認定制度創設と運用、案内人同行限定ツアープログラムの開発等	自然環境に配慮した立入人数の設定	自然環境に配慮した立入人数の設定	立入人数の制限	事業の継続	阿寒観光振興課/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。	販売プログラム数 H22:4プログラム H23:24プログラム H24:30プログラム	ツアーガイド継続雇用、旅行商品の企画開発と流通	ツアーガイドが地域で独立開業や継続雇用されている。 ○阿寒観光協会旅行事業部が創設され、滞在プログラムや旅行商品の企画開発と流通の体制整備がなされている。	多様化する顧客ニーズへの対応と流通	阿寒観光協会旅行事業部による旅行商品の質的充実強化やWEB予約の取扱いなど	阿寒観光振興課/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	各種観光行事の実施	港まつり、くしろ市民北海道盆踊り、冬まつり等	港まつり H22 484,286 H23 411,558 H24 238,189 くしろ市民北海道盆踊り H22 33,750人、H23 30,460人、H24 33,000人 冬まつり H22 190,000 H23 123,400 H24 82,500	補助事業はH22まで、H23以降の7/7は継続は未定	冬まつりについては、補助を活用して事業実施	事業予算の確保	事業の継続
	③ 交通インフラとサイン類の充実	各種ルートマップの製作	地域毎(表情多彩等)・広域(ひがし北海道ガイドマップ)のルートマップを製作。	多言語マップ、ヒヤリマップの作成	サイン(多言語含)設置は整備進めあり	道路関係の整備については要望実施	引き続き関係先へ要望	○事業の継続 ○道東道白糠・阿寒IC開通に向けた整備	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。	釧路の夕日フォトコンテストの実施	景観ポイント発掘が観光事業と連動していない	釧路の『夕日』10倍感動ガイド作成	多様な夕日等景観情報発信	撮影スポットを紹介する情報誌の作成等	行政他
		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	地域毎コンセプト達成の浸透及び地域間での連携	例えばMICEでは、開催地区(旧釧路)・アプラー地区(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浸透を図る	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	以前からの継続事業については、新たに設定することは困難であるが、MICEにおいては引き続きコンセプト浸透を図る	各エリアの位置づけのほか、エリア全体での事業連携及び拡大も必要	○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。 ○各エリアの位置づけのみならずエリア間での事業連携の実施	行政/協会他
			② エリア相互の連携と補完	ぐる得バスホールの制作	釧路管内地域毎の観光・食情報及びWi-Fi活用による集客誘発を図る	OH8スタンプラリー OH16-H18積置と連携 OH19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	観光事業者の協力により制作	事業の継続	観光事業者の協力が引き続き必要
	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	H22くしろ産業見学ツアーの実施等	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	ガイド造成によるツアー実施	新たな着地型旅行商品の造成	事業の継続	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	H22コルマイン、H24福司海底カプラーの実施	体験観光メニューが不足(モニター結果)	ガイド造成によるツアー実施	新たな着地型旅行商品の造成	事業の継続	行政/協会他	
		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	一步園・森の案内人認定制度創設と運用、案内人同行限定ツアープログラムの開発等	自然環境に配慮した立入人数の設定	自然環境に配慮した立入人数の設定	立入人数の制限	事業の継続	阿寒観光振興課/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。	販売プログラム数 H22:4プログラム H23:24プログラム H24:30プログラム	ツアーガイド継続雇用、旅行商品の企画開発と流通	ツアーガイドが地域で独立開業や継続雇用されている。 ○阿寒観光協会旅行事業部が創設され、滞在プログラムや旅行商品の企画開発と流通の体制整備がなされている。	多様化する顧客ニーズへの対応と流通	阿寒観光協会旅行事業部による旅行商品の質的充実強化やWEB予約の取扱いなど	阿寒観光振興課/阿寒協会	
④ 東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アローション等実施	旬の観光素材を担当者が道央圏・関東会場で開催7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	限られた時間で効果的なPRを実施	国内のほか海外への展開	事業の継続	広域各組織		
	釧路観光振興協議会	釧路観光振興協議会を中心とした広域的な事業展開実施に向けてH21設立	フォトコンテスト、臨時列車の運行等事業実施	設立直後のため、不明	フォトコンテスト、臨時列車の運行等事業実施	さらなる広域的な連携の推進	事業の継続	広域各組織		
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	H22登録数36団体・個人 H23登録数38団体・個人 H24登録数35団体・個人	参加者の主体的取組がない	登録者に対する定期的な情報の提供を実施	参加者の主体的取組	引き続き、情報内容充実及び定期的な情報の提供	市観光振興室		
	丹頂の里プロジェクト委員会	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	○H24阿寒丹頂の里地域振興ビジョン作成 ○渾身・渾身型ツアー客受入体制の整備 ○自然体験の観光ツアーメニュー開発の検討 ○道東道阿寒インターチェンジ開通に向けた受け入れ体制の準備・検討	建物の老朽化及び観光客入込の減少傾向のなか阿寒丹頂の里地域内には一つ一つの素材は良くもそれを活かす方法や情報を発信する取組がなかった。 (※中期確認において、再整理して追記したもの)	阿寒丹頂の里プロジェクト委員会を設立し地域振興ビジョンを策定したことにより、丹頂の里7年祭をはじめ、丹頂記念事業、冬冬体験イベント、阿寒IC開通に向けて研修会を行うなど民間主導の取組により体験メニューの整備が行われた。	阿寒丹頂の里に3時間滞在・滞在できるような体験メニュー作りや魅力ある観光拠点施設の整備・地域の特産品発掘を継続	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	H22:30千(153人7団体) H23:20千(90人3団体) H24:20千(78人3団体) ○観光誘客事業での活用 H22:30千、H23:20千、H24:20千 ※配置→公共交通機関、観光施設等	バック製品も含めて観光事業多様に活用し、低価格であるが、人気もある。ハルティとしては差落したため、観光事業毎に工夫が必要	MICE/ハルティとして、裏面にタンチョウ折鶴折り手ホラテープにMICE情報を記載	タンチョウ折鶴折り手ホラテープについては市民に浸透	事業の継続	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	阿寒湖温泉の景観と環境に配慮した種苗の選定	阿寒湖温泉の景観と環境に配慮した種苗の選定に向けた取り組みを継続している	H27阿寒IC開通を見据えた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	阿寒観光振興課/阿寒協会	
③ 観光関連事業者の意識改革	観光講座の開催	市民総覧案内人の養成(例年2月ぐらい実施)	参加人数H22:37名、H23:29名、H24:18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	受講者からガイドとして活躍する人も出てきている	参加数増及び観光ガイドの育成	事業の継続	観光協		
	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取組を整える。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。(平成22年度より初級編・上級編の検定開始)	○平成22年度くしろ検定 H23.2.6 初級(申込)195人(申込)51人 ○平成22年度くしろ再発見セミナー H23.1.16 36名受講 ○平成23年度くしろ検定 H24.2.5 初級(申込)127人、上級(申込)25人 ○平成23年度くしろ再発見セミナー H24.1.22 29名受講 ○平成24年度くしろ検定 H25.2.17 初級(申込)134人、上級(申込)51人 ○平成24年度くしろ再発見セミナー H25.1.27 58名受講	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	H22より初級編・上級編の検定を実施	検定合格者のインセンティブ・活躍の場の創出等	事業の継続	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	ツアーガイドが地域で独立開業や継続雇用されている。 ○阿寒観光協会旅行事業部が創設され、滞在プログラムや旅行商品の企画開発と流通の体制整備がなされている。	新たな着地型旅行プログラムの開発	人材育成は事業期間満了につき終了。ただし、着地型旅行プログラム開発については継続実施	阿寒観光振興課/阿寒協会		

分野	戦略	施策	主な事業名	事業内容	実績・成果	前期の課題	前期の課題への対応状況	中期の課題・評価	後期への取組	担当課	
システム構築分野	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	H23市及び観光協会ホームページリニューアル	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、完全な区分けはできない	H23市及び観光協会のホームページリニューアルを多様化する観光情報を発信	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、さらなる区分けの精査必要	事業の継続	市観光振興室/観光協	
			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客を誘発	MICEカレンダーの作成	事業未実施のため、検証不可	MICEカレンダーの作成	利用者が見やすいカレンダーの作成	事業の継続	市観光振興室	
		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	webへの対応	安定した供給の確保	クルーズ船に対応した情報提供	市観光振興室/観光協	
			4言語パンフレット		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	webへの対応	各言語別パンフレットの作成	事業の継続	市観光振興室/観光協	
			修学旅行ガイド		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	観光C協会主体で事業実施している	〇各施設における7ルギーに対する対応、認識の向上 〇手引きの見直し	手引きの更新	市観光振興室/観光協	
			MICE誘致パンフレット		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	内容を精査し、詳細な支援情報を掲載	顧客へ効果的に訴える情報掲載の形を模索	パンフ&webの併用で高対対応予定	市観光振興室/観光協	
		③ 釧路の旬を活かした情報発信	ラムサール観光レシビ	旬の食材や動植物の見ごころ(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	内容の見直し、充実の検討	情報の更新・拡充の検討	内容の更新	市観光振興室	
			HP情報発信	多様化する観光ニーズ・観光施策の情報を発信	H23から新HPが稼働。ツイッターやフェイスブック、ブログも実施	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、完全な区分けはできない	H23市及び観光協会のホームページリニューアルを多様化する観光情報を発信	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、さらなる区分けの精査必要	ニッチツーリズム分野での情報量増	市観光振興室	
		④ 観光情報提供体制の充実	常盤観光ガイドステーション設置	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。 H22: 5,681人 H23: 5,209人 H24: 4,908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	一部ツアーについて、利用状況のデータ収集実施	ツアーメニューの周知方法の検討	事業の継続	市観光振興室	
			阿寒湖まりむり館(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 ・H22: 32,428人 (内外国人 943人) ・H23: 31,690人 (内外国人 901人) ・H24: 32,869人 (内外国人 1,018人)	ツアーガイド継続雇用	〇ツアーガイドが継続雇用されている	広域観光情報ニーズへの対応	他の観光案内所との連携の育成・強化	阿寒観光振興課/阿寒協会	
			基礎的な観光統計類の整備	観光入込客数調査 ・流入地点調査 ※公共交通の利用者数を元に算出 ・観光地点調査 ※設定観光地点の利用者数を元に算出 訪日外国人宿泊者数調査 宿泊施設に対する照会	道内統一手法により実施 ・流入地点調査 ・公共交通の利用者数を元に算出 ・観光地点調査 ※設定観光地点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	調査方法については、道及び観光庁の基準に基づき実施	調査精度向上のため、調査地点の見直しを検討	事業の継続	市観光振興室/阿寒行政/普別行政	
		② 経済波及効果調査の実施	MICE開催効果把握	MICE消費・満足度調査	H24満足度78%	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	経済波及調査に替わる消費満足度調査の実施	サンプル数の拡大・満足度の向上	事業の継続	市観光振興室	
			③ 来訪者満足度調査の実施	MICE開催効果把握	MICE消費・満足度調査	H24満足度78%	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の実施ができない	経済波及調査に替わる消費満足度調査の実施	サンプル数の拡大・満足度の向上	事業の継続	市観光振興室/観光協
				ホスピタリティ調査	大会毎及び施設毎に満足度(消費)調査を実施	H22にて終了	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有り、共有・公開が困難	各団体の調査協力のもと情報を収集精査し情報を公開	引き続き、各団体から調査協力が得られるよう調整	事業の継続	市観光振興室
			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。	H22～24釧路温泉・阿寒・摩周観光圏滞在満足度&来訪意向調査の実施	定期的な調査の実施	定期的な調査を継続実施している	調査を参考とした観光客のおもてなし体制の整備	釧路温泉・阿寒・摩周観光圏滞在満足度及び来訪意向調査の実施	阿寒観光振興課/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以降活用	各関係者へ情報の提供	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	各団体の調査協力のもと情報を収集精査し情報を公開	引き続き、各団体から調査協力が得られるよう調整	事業の継続	市観光振興室			
観光推進体制リフレッシュ戦略	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	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	H22関連団体対象セミナー開催	〇あくまで、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 〇他新規事業立案時には、趣旨を醸成しながら推進する事が必要	一部実績はあるが、MICE検討会議にとどまっておらず観光事業全般には至っていない	観光事業全般への波及	MICE事例等での積み重ねによる観光事業全般への波及	市観光振興室		
	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	H22に釧路・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	H24より観光振興監のポストが新設され、広域的な視野により統括	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	組織の統合は困難であるが、適宜連絡調整を図っている	H24より観光振興監のポストが新設され、さらなる意思疎通が図られるようになった	適宜情報交換の実施	行政		
	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。	前期ビジョンの検証実施	今回(前期)初実施のため、検証不可	前期ビジョンの検証実施	検証結果を基にしたビジョンの推進	中期の検証、全体総括	市観光振興室		
	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	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	観光C協会が国内旅行業資格を取得し、着地型旅行商品を販売している	観光系組織(行政・協会)の運営構想等にも波及することから、長期化が予想される	観光C協会が国内旅行業資格を取得	継続した安定的財源確保の検討	入湯税のあり方についての検討	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。