

# 第二期 釧路市観光振興ビジョン

(平成 29～38 年度)

平成 29 年 3 月

釧路市



## はじめに

本市は北海道の東に位置し、「阿寒国立公園」と「釧路湿原国立公園」の2つの国立公園を有する全国的にも珍しい都市です。原始的な自然環境の中で生息する「阿寒湖のマリモ」や釧路湿原に生息する「タンチョウ」は国の特別天然記念物にも指定され、アイヌ民族の自然と共生する文化も息づいているなど、本市で継承されてきた自然文化は、日本はもとより世界をも魅了する可能性を備えています。

さらに、本市は、北海道を代表する温泉地である阿寒湖温泉が国立公園内に立地するとともに、ひがし北海道の都市観光の拠点となる釧路市街地が国立公園に隣接して立地するなど、観光の魅力となる要素の質の高さと多様性の両面において、全国的にも恵まれた環境にあると言えます。

本市では、平成17年の合併後に市の観光の方向性を示す「釧路市観光振興ビジョン」を策定しています。同ビジョンでは、観光を市のリーディング産業と位置づけるとともに、市が目指すべき観光の将来像を掲げ、戦略・施策を明示しました。ビジョン策定後は、これに基づいて様々な事業や調査、更には国の施策に対しても積極的に取り組んできました。その結果、近年「水のカムイ観光圏整備実施計画」、「広域観光周遊ルート形成計画」が認定され、また「観光立国ショーケース」の対象地域として全国で3つしかない地域の一つに、さらに「国立公園満喫プロジェクト」の対象地域として8つの国立公園の一つに阿寒国立公園が選ばれました。我が国の観光における釧路市への期待や関心は、ビジョン策定時より格段に高まっています。

このたび「釧路市観光振興ビジョン」の計画期間が終了することから、この10年間の釧路市の環境変化、そして、観光旅行市場の変化（インバウンドの増加等）、社会経済環境の変化等を踏まえて、平成29年度を初年度とする「第二期 釧路市観光振興ビジョン」を策定しました。

同第二期ビジョンでは、釧路市における観光振興を“産業振興”の柱、“地域創生”の柱と位置づけ、釧路市の観光が目指す将来像として『みんなが担う、みんなが育てる観光産業により持続可能な自立型の地域経済の実現を目指します』を掲げています。また、目標数値は、これまでに行った調査や釧路市の政策の理念—『域内循環』、『外から稼ぐ』—を踏まえて、「経済波及効果」を基準年次の2倍（約500億）にすることを掲げています。本市は、この実現に向けて、9つの戦略のもと40の施策を推進するとともに、ビジョンの進捗管理を行い、“世界一級の観光地”となることを目指して観光地域づくりに取り組んでまいります。

本ビジョン策定にあたりましては、検討委員会の委員の皆様、ワーキング部会、コアワーキング部会のメンバーの皆様をはじめとして、これまで貴重なご意見、ご指導をいただきました市内外の皆様に心より感謝を申し上げます。



## 第二期 釧路市観光振興ビジョン 目次

第1章 釧路市における観光振興の意義と役割	1
（1）世界及び我が国における観光の位置づけ	1
（2）地域における観光振興の効果と観光政策／産業の特性	7
（3）釧路市が観光振興に取り組む意義と役割	9
（4）第二期釧路市観光振興ビジョン策定の意味と策定プロセス	16
第2章 釧路市の観光を取り巻く現状と課題	17
（1）釧路市の観光の現状	17
（2）第一期ビジョンの評価	31
（3）第二期ビジョン策定に向けた課題	32
第3章 釧路市の観光が目指す姿と方向性	33
（1）釧路市の観光の将来像	33
（2）目標年次と目標数値の考え方	35
（3）標的とする市場	38
第4章 将来像の実現に向けた観光戦略と施策	39
（1）釧路市の観光戦略の体系	39
（2）戦略推進にあたっての視点	40
（3）戦略と具体的施策・事業のイメージ	41
第5章 エリア・ゾーン別観光振興の方向性	65
（1）広域での観光振興	66
（2）釧路市内の観光振興	68
第6章 計画推進及びその管理	75
（1）各主体の役割と推進体制	75
（2）推進スケジュールと計画管理	77
＜参考資料＞	
1. 第二期釧路市観光振興ビジョン策定に向けた体制と検討経緯	79
（1）検討委員会及びワーキング部会並びにコアワーキング名簿	79
（2）第二期釧路市観光振興ビジョン策定に向けた検討経緯	81
2. 各種計画で設定された観光振興に関する目標数値	82



## 第1章 釧路市における観光振興の意義と役割

釧路市民が一体となって観光振興を行っていくにあたり、観光振興は釧路市にとってどのような意義、意味を持つか。また、釧路市にとって観光振興に取り組むことは市民の暮らしにどのように寄与するのかについて共通認識を持つ必要があります。

ここではまず、世界及び日本、地域における観光振興の位置づけを観光客側（需要側）、観光客受入側（供給側）の双方の視点から明らかにした上で、釧路市の地域振興における観光の意義と役割をこれまでの釧路市の政策展開や調査研究活動及びその結果を用いて示します。そして、観光振興を推進していく上でのビジョンの存在意義と重要性、ビジョンを継続策定する意義をあわせて整理します。

### （1）世界及び我が国における観光の位置づけ

#### ■ 世界的規模で拡大する観光産業と高まる観光産業の経済効果

世界的規模で観光産業の経済規模が拡大しており、その効果が大きくなっています。21世紀の観光産業は世界規模で経済を牽引するリーディング産業<sup>1</sup>となることが大きく期待されており、観光産業を世界水準に引き上げる可能性があるとも言えます。

世界旅行ツーリズム協会（WTTC）の調査によると、平成23年の観光産業の直接効果は約2兆ドル、間接効果と波及効果を合わせると約6.3兆ドルでした。直接効果は、世界のGDPの約2.8%、間接効果と波及効果を合わせると約9.1%を占めており、全産業における観光産業の位置づけは高いと言えます〔図1-1〕。平成38年には、約11兆ドル規模になることが予測されています〔図1-2〕。また、平成23年の就業人口は関連産業も合わせると2.8億人にもものぼり、平成38年には約3.7億人に拡大することが予測されています。

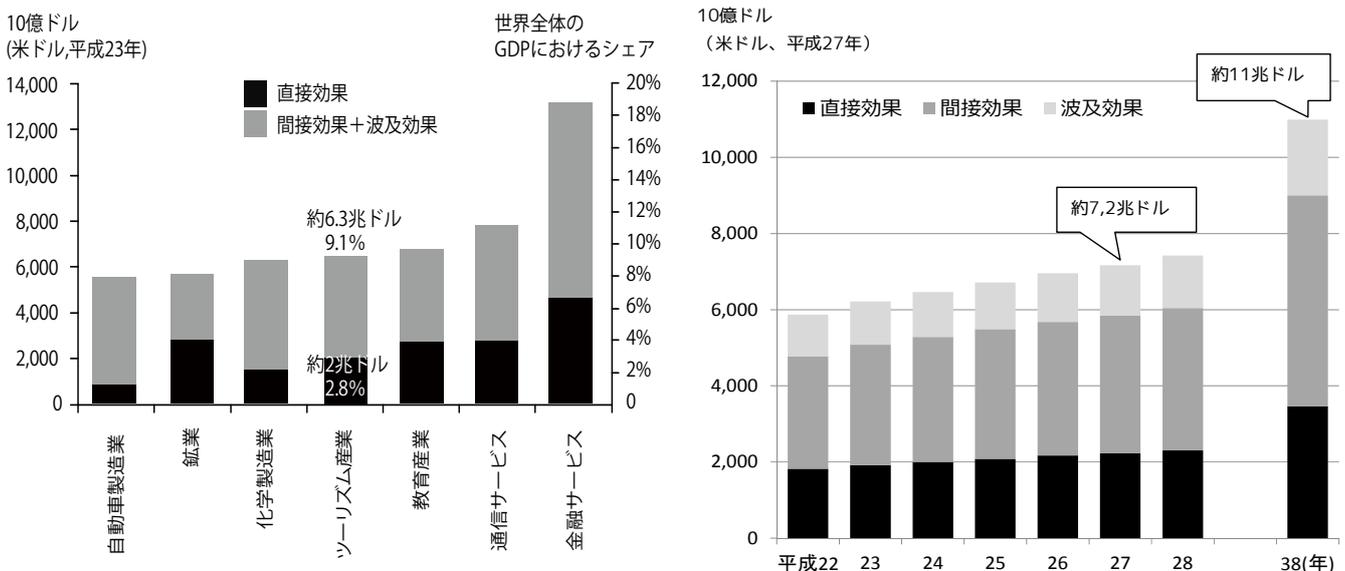


図1-1 世界のGDPに占める観光産業の経済波及効果(平成23年) 図1-2 観光産業の経済波及効果(平成27年)と予測値(平成28, 38年)

出典：(左)「Benchmarking Travel & Tourism's economic impact against other sectors」(平成24年4月、WTTC)  
 (右)「Travel & Tourism ECONOMIC IMPACT 2016 WORLD」(WTTC)

<sup>1</sup> 国や地域の経済成長の牽引車的役割を担う産業。(大辞林 第三版)

## ■ ヨーロッパ、アジア・太平洋の国際観光旅行市場が大きく成長する見込み

国連世界観光機関（UNWTO）の長期予測によると、国際観光客到着数（1泊以上の訪問客）は、平成22年に9.4億人でしたが、平成32年には14億人、平成42年には18億人に達すると予測されています。到着数が最も多いのはヨーロッパで、今後も増加が見込まれています。二番目に多いのは、平成12年時点では米州（北米・中南米）ですが、平成22年時点でアジア・太平洋が追い抜いており、さらに拡大して平成42年には2.6億人に達すると見込まれています [図1-3]。

世界的規模で成長する観光旅行市場、特にヨーロッパ、アジア・太平洋の観光旅行市場をどのように捉え、またその市場に対して今後どのように訴求し、その市場成長力を取り込んでいくかが地域においては重要となります。

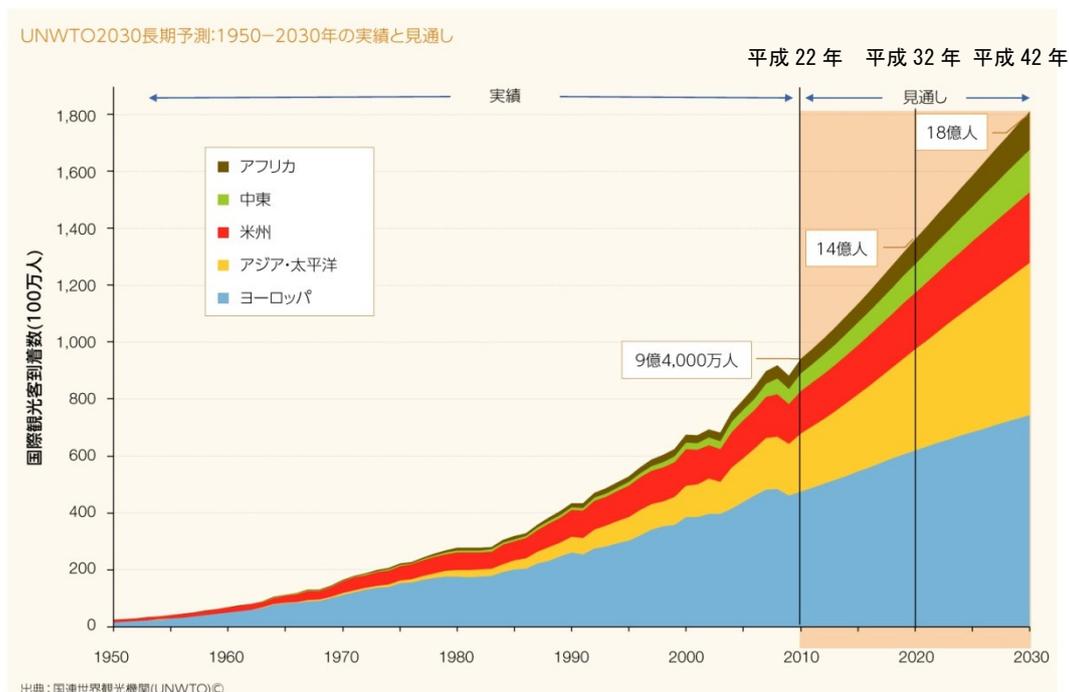


図1-3 国際観光客到着数の推移

出典: 「UNWTO Tourism Highlights 2016 Edition 日本語版」、p.14 に一部加筆

## ■ 国内観光旅行市場は縮小、訪日外国人旅行市場は人数、観光消費額ともに増加傾向

観光庁の調査によると、わが国の旅行消費額の規模は、平成27年は24.8兆円であり、その内訳は、日本人国内宿泊旅行が15.8兆円、日本人国内日帰り旅行が4.6兆円、日本人海外旅行が1.0兆円、訪日外国人旅行等が3.5兆円でした [図1-4]。

このうち日本人国内旅行市場は、今後減少していくことが見込まれています [図1-5]。そうした中、訪日外国人旅行市場はその人数、観光消費額ともに増加傾向にあり、成長市場と捉えられています。その観光消費額は、14.1%と総観光消費額に占める割合はまだ小さいものの、重視していく必要があります [図1-6]。訪日外国人旅行者の関心や行動、国・居住地別の違い等を踏まえて、外国人目線での地域資源の掘り起こしや磨き上げ、周辺地域との広域連携等が今後必要となってきます。

なお、参考までに、世界における我が国の国際観光客到着数は、平成27年は16位で、アジ

アの中では、中国が1位、タイが2位で日本は5位です [図 1-7]。

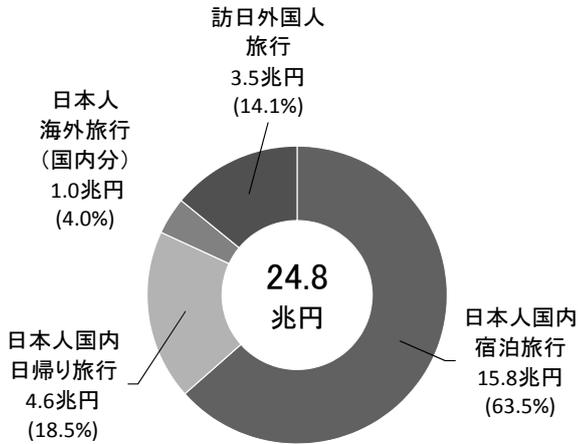


図 1-4 平成 27 年の旅行消費額

出典：「観光・旅行消費動向調査 2015」(観光庁)

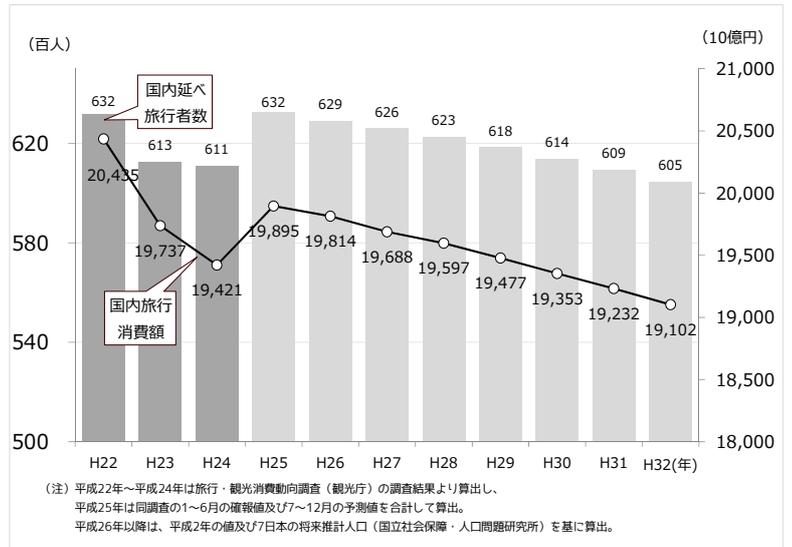


図 1-5 国内延べ旅行者数及び国内旅行消費額の予想

出典：「交通政策審議会観光分科会 第 22 回」(観光庁)

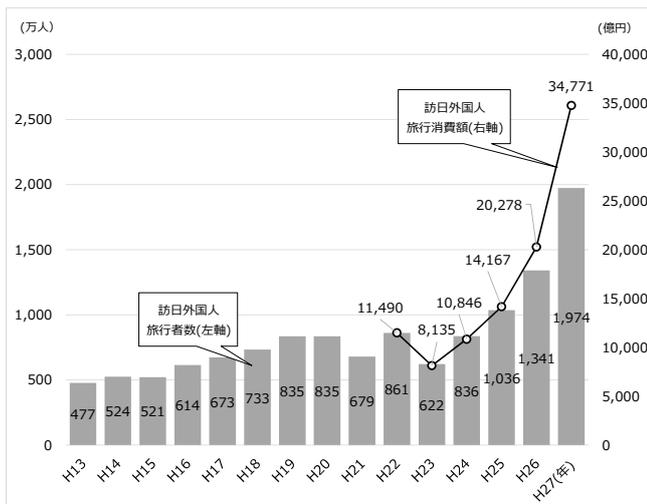


図 1-6 訪日外国人旅行者数とその消費額の推移

出典：「訪日外客数」(日本政府観光局 (JNTO) 及び「観光・旅行消費動向調査」(観光庁) より

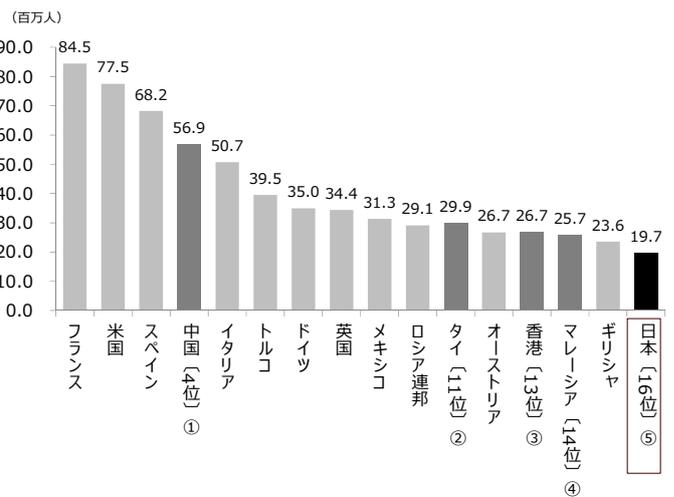


図 1-7 世界各国における国際観光客到着数の順位 (平成 27 年)

出典：「UNWTO Tourism Highlights, 2016 Edition」

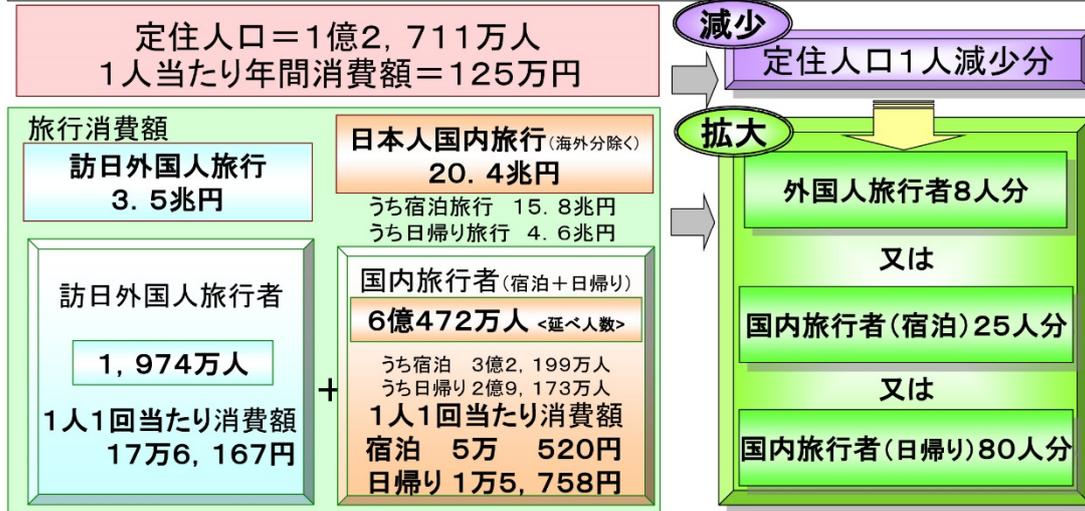
■ 交流人口の獲得により地域経済の規模を維持し、地域の暮らし・活力を保持

観光庁の資料 (平成 27 年) によると、定住人口 1 人当たりの年間消費額は、旅行者の消費に換算すると、外国人旅行者 8 人分、又は国内宿泊旅行者 25 人分、又は国内日帰り旅行者 80 人分に該当します [図 1-8]。

我が国の総人口は平成 22 年に減少に転じ、今後も減少傾向が続くことが見込まれます。人口減少に伴い内需も縮小することが見込まれる中で、地域外から交流人口を獲得しその消費によって経済規模を維持することで、地域住民の暮らし・活力を保っていくことが今後ますます重要となっており、観光はそのための有効な手段として捉えられています。

# 観光交流人口増大の経済効果(2015年)

定住人口1人当たりの年間消費額(125万円)は、旅行者の消費に換算すると外国人旅行者8人分、日本人国内旅行者(宿泊)25人分、日本人国内旅行者(日帰り)80人分にあたる



●定住人口は2015年国勢調査、人口速報集計結果(総務省)、定住人口1人当たり年間消費額は2015年家計調査(総務省)による。●旅行消費額の訪日外国人旅行は訪日外国人消費動向調査(2015年)より算出、国内旅行は旅行・観光消費動向調査(2015年)より算出。●訪日外国人旅行者はJNTO(2015年)発表数値、国内旅行者は旅行・観光消費動向調査(2015年)より算出。●訪日外国人旅行者1人1回当たり消費額は訪日外国人消費動向調査(2015年)、国内旅行者(宿泊/日帰り)1人1回当たり消費額は旅行・観光消費動向調査(2015年)より算出。●定住人口1人減少分に相当する旅行者人数は、定住人口1人当たり年間消費額を訪日外国人旅行者又は国内旅行者1人1回当たり消費額で除したものの。(※観光庁資料)

図 1-8 観光交流人口増大の経済効果 (平成 27 年)

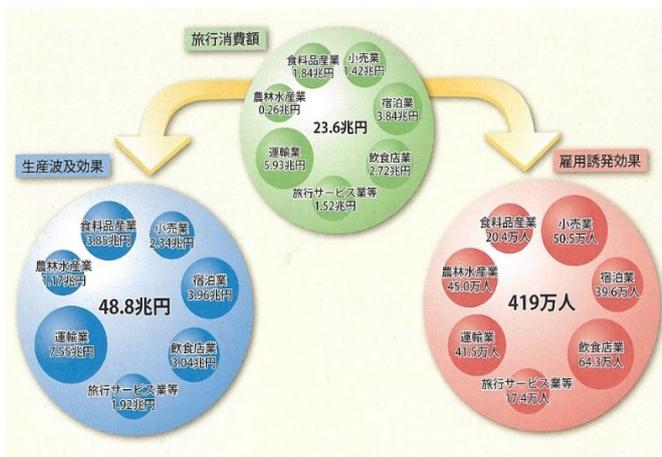
出典：観光庁資料

## 旅行消費の特性—幅広い産業に経済効果を直接的・間接的にもたらす

観光庁の調査によると、平成 25 年の旅行消費 23.6 兆円がもたらす経済効果は、間接的な効果を含めると、生産波及効果が 48.8 兆円(国民経済計算 産出額の 5.3%)、付加価値効果が 24.9 兆円(名目 GDP の 5.2%)、雇用効果が 419 万人(全国就業者数の 6.5%)、税収効果が 4.3 兆円(国税+地方税の 5.1%)と推計されています[図 1-9、表 1-1]。

観光客の国内での旅行消費は、観光産業のみならず幅広い産業に直接的・間接的に経済的な効果をもたらしていることを意識して観光振興に取り組むことが重要です。

表 1-1 経済波及効果の推移



旅行諸費額	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年
合計	22.4兆円	22.5兆円	23.6兆円	22.5兆円
-日本人宿泊旅行	15.1兆円	15.3兆円	15.8兆円	14.3兆円
-日本人日帰り旅行	4.9兆円	4.4兆円	4.8兆円	4.5兆円
-日本人海外旅行(国内消費分)	1.3兆円	1.4兆円	1.4兆円	1.4兆円
-訪日外国人旅行	1.0兆円	1.3兆円	1.7兆円	2.2兆円

波及効果	平成23年	平成24年	平成25年	平成26年
生産波及効果	46.4兆円	46.7兆円	48.8兆円	46.7兆円
付加価値誘発効果	23.7兆円	23.8兆円	24.9兆円	23.7兆円
雇用誘発効果	397万人	399万人	419万人	394万人
税収効果	4.0兆円	4.1兆円	4.3兆円	4.5兆円

図 1-9 旅行消費が日本国内にもたらす産業別経済効果 (平成 25 年)

出典：「平成 27 年度 観光白書」(観光庁)

注：上記は、UNWTO が定める基準に則った数値

出典：「旅行・観光産業の経済波及効果に関する調査」(観光庁)

## ■ 観光立国を目指す国の観光政策の進展—観光庁の設置、観光圏整備法の制定

平成 14 年 2 月、首相の国会施政方針演説において、観光振興が初めて取り上げられて以来、観光は我が国経済の活性化にとって欠かすことのできない重要な政策となっています。「開かれた観光大国」を目指した国土交通省による「グローバル<sup>2</sup>観光戦略」など国を挙げて総合的な戦略が提案され、平成 15 年 7 月には「観光立国行動計画」が策定されました。平成 18 年 12 月には「観光立国推進基本法」が成立し（平成 19 年 1 月施行）、観光立国の実現は 21 世紀の日本の経済社会の発展のために不可欠な国家的課題と位置づけられ、同年 6 月には「観光立国推進基本計画」も閣議決定されました。

平成 20 年 1 月には、「観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する法律（観光圏整備法）」が閣議決定され、これまで競合していた近隣観光地が新たに連携及び補完して広域的な観光圏を形成し、地域の活性化を図ることが試みられました<sup>3</sup>。同年 10 月には「観光庁」も創設され、「観光」による地域の活性化・地域振興が国の支援のもとに進められています。その後、平成 22 年 6 月に閣議決定された「新成長戦略～「元気な日本」復活のシナリオ～」では、「観光立国・地域活性化戦略」が 7 つの戦略分野の一つに位置づけられました。

## ■ 地方創生に向けた一連の動きが加速—まち・ひと・しごと本部の設置、創生総合戦略の策定

人口急減・超高齢化という我が国が直面する大きな課題に対し政府一体となって取組み、各地域がそれぞれの特徴を活かした自律的で持続的な社会の創生を目的に、まち・ひと・しごと創生本部が平成 26 年 9 月に設置されました。同年 11 月には「まち・ひと・しごと創生法」が制定され、内閣官房まち・ひと・しごと創生本部事務局と内閣府地方創生推進事務局とが両輪となって、地方創生の推進に向けて施策が取組まれています。

政府は今後 5 か年の政府の施策の方向性を明示する「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を同法の規定に基づき策定しました（平成 26 年 12 月に閣議決定）。「総合戦略についてその実施状況の総合的な検証を定期的に行うこと」も規定されており、その検証に資するよう、基本目標は数値目標を伴ったものとなっています。そして、個別の施策には、KPI<sup>4</sup>と呼ばれる指標が設定されています。同法は、地方公共団体に対しても「地方版総合戦略」の策定を努力義務として課しており、その後全国で「地方人口ビジョン」と「地方版総合戦略」が策定されました。平成 26 年より地方創生関連交付金が創設され、地方の自主的・主体的な取組で先導的なもの、そして KPI の設定と PDCA サイクル<sup>5</sup>を組み込み、従来の「縦割り」を越えた取組が支援されています。

<sup>2</sup> 世界的な規模であるさま。また、全体を覆うさま。包括的。（デジタル大辞泉）

<sup>3</sup> 観光圏整備法に基づく「観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する基本方針」が平成 24 年 12 月に改正されています。改正の内容は、（1）一体的・継続的に観光地域づくりを実施するための観光圏の区域の設定／（2）関係者の役割分担の明確化及び連携の促進／（3）滞在促進地区を中心とした観光圏内の滞在・回遊の促進／（4）地域住民も一体となった観光地域づくりの推進等についてです。（観光庁公式ホームページより）

<sup>4</sup> 重要業績評価指標。Key Performance Indicator の略で、企業/事業戦略の実行経過と目標達成度（パフォーマンス）を的確かつ定量的・可視的に測定・評価するために設定する基準指標のことを指します。（一般社団法人日本ビジネスプロセス・マネジメント協会公式ホームページより）

<sup>5</sup> 計画（Plan）→実施（Do）→評価（Check）→改善（Action）の略で、この流れで実行し、次の計画や事業の改善に活かす考え方を指します。

## ■ 国の政策における観光の位置づけの更なる高まり

地方創生の一連の動きの中で、国の政策における観光の位置づけはさらに高まっています。

### ● 明日の日本を支える観光ビジョン

政府は、訪日外国人旅行者数 2,000 万人の目標達成が視野に入ってきたことを踏まえ、次の時代の新たな目標を定めるとともに、必要な対応の検討を行うため、平成 28 年 3 月に「明日の日本を支える観光ビジョン」を決定しています。同ビジョンでは、観光先進国への 3 つの視点として「視点 1.観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に」「視点 2.観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に」「視点 3.すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に」が掲げられています [図 1-10]。

また、これまでの 3 年間の成果を踏まえて、新たな目標数値として、「訪日外国人旅行者数」は平成 32 年に 4,000 万人、平成 42 年に 6,000 万人、「訪日外国人旅行消費額」は平成 32 年に 8 兆円、平成 42 年に 15 兆円が掲げられました。

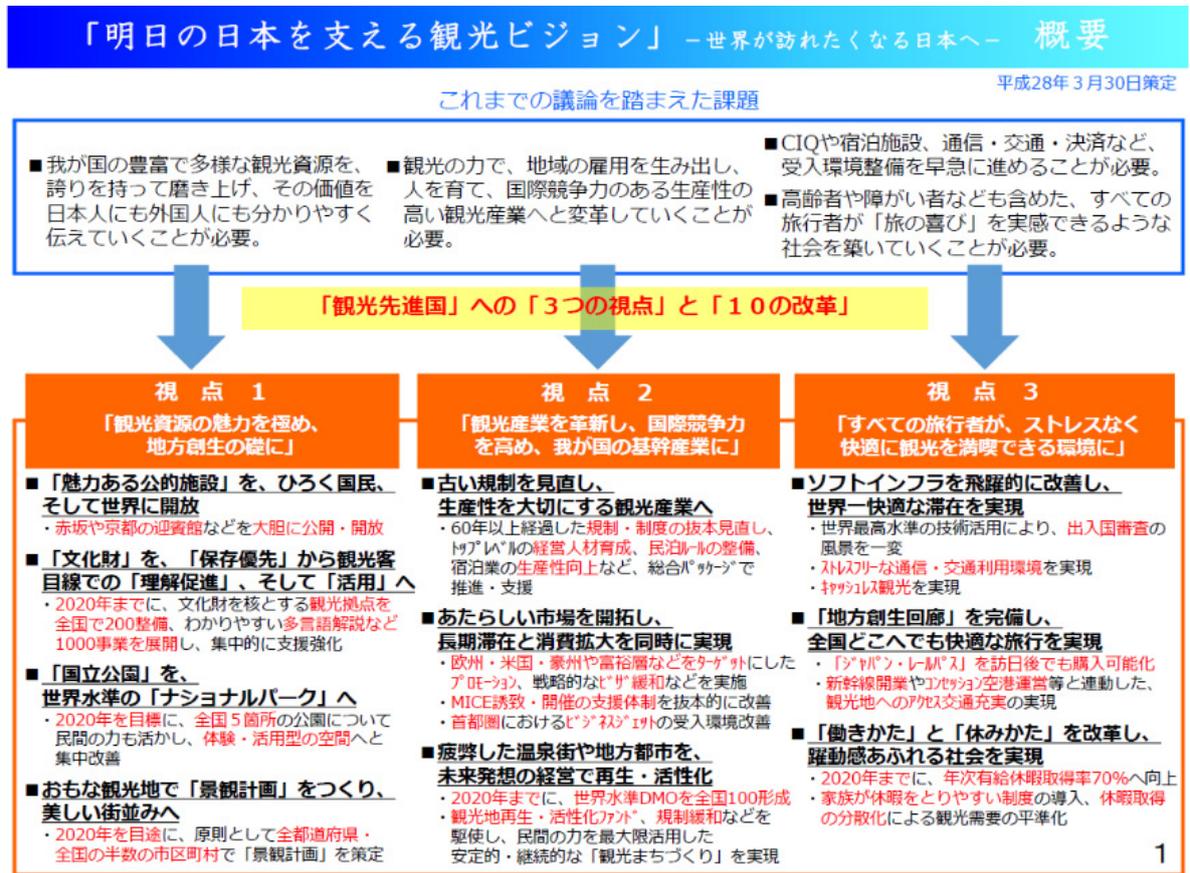


図 1-10 明日の日本を支える観光ビジョン 概要

出典：首相官邸ホームページより

(2) 地域における観光振興の効果と観光政策／産業の特性

■ 観光振興は地域に多様な効果をもたらし、地域社会・経済の活性化に寄与

地域において観光振興に取り組むことで得られる効果は広範に及び、主に経済的效果と社会的効果の2つに大別できます [図 1-11]。経済的效果は、既存産業の活性化、観光に関連した新規産業の立地や雇用機会の拡大、それに伴う住民所得の増大などです。一方、社会的効果は、住民と観光客との交流、観光を足がかりにした新規定住者の増加、地域イメージの向上、社会基盤の充実などです。観光振興は、地域の総合的な取組みに関わるものであり、「住んでよし、訪れてよし」のまちづくりを意識することによって、観光振興が与える効果は多岐に及ぶことになります。

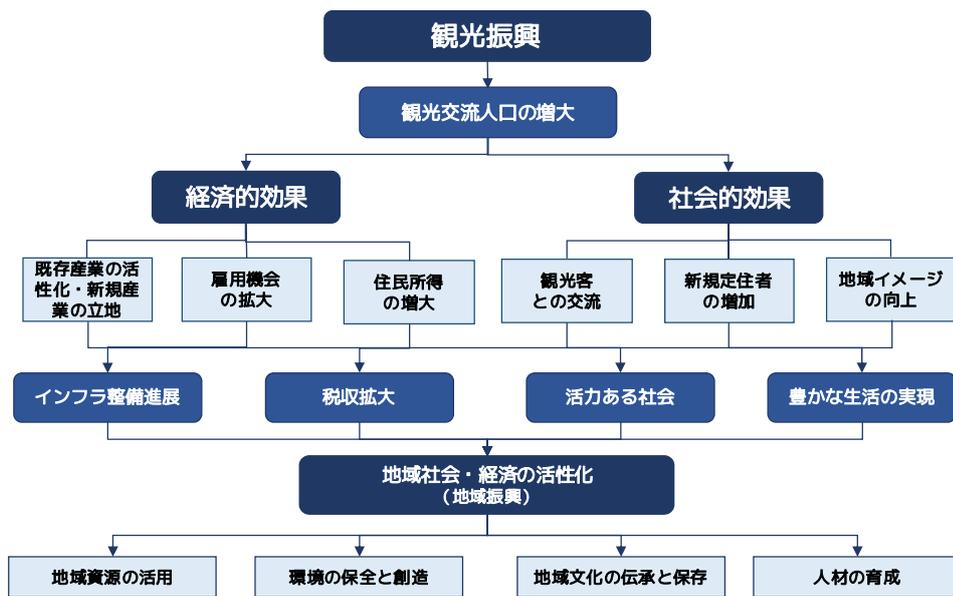


図 1-11 観光振興が地域に及ぼす効果  
出典：(公財) 日本交通公社

■ 観光政策は、多様な人々の関与や様々な分野との連携、調整が求められる高度な複合政策

産業面だけでなく政策の面から見ても、観光は横断的・複合的な性格が強いです。地域で展開される幅広い分野の政策と関連しているため [図 1-12]、従来の部門別の体制では推進することが難しい側面を持ちますが、各取組み主体がそれぞれに期待される役割を果たし、地域が一丸となって観光振興に取り組むことができれば、その政策的な効果は多方面に波及することになります。

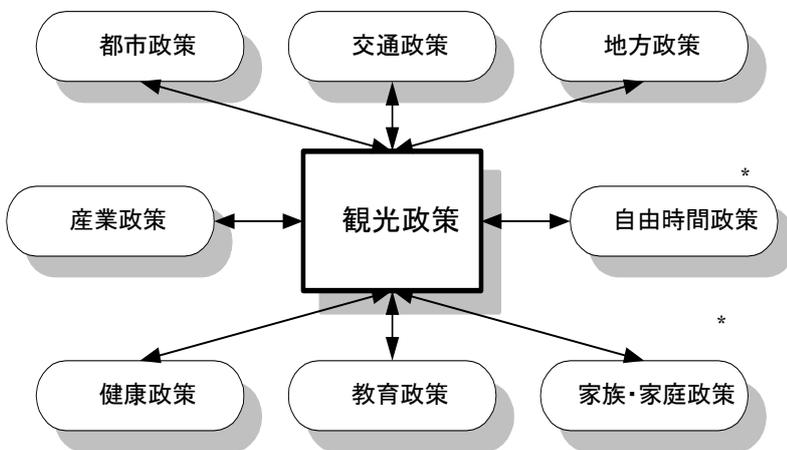


図 1-12 観光政策と関わりのある各種政策

出典：(公財) 日本交通公社

\*自由時間政策…昭和 40 年代後半に始まる労働や教育の余りの時間 (=余暇時間) を対象とする「余暇開発政策」に対して、そのような発想で時間を捉えることが適さない時代となり、平成 11 年に、国民一人ひとりのライフスタイルを創造するための手段として時間を積極的に捉え、国民がライフスタイルを選択できる環境を整備する政策として提案されたもの。(「時間とは幸せとは」(財余暇開発センター編より))

\*家族政策…家族の経済的ならびに社会的な状況の改善のために、家族の形成に影響を及ぼす様々な措置のこと (世界大百科事典 第 2 版等をもとに整理)

■ 観光産業は、幅広い多様な産業が関連してはじめて成り立つ地域総合産業

観光の産業としての側面に注目すると、以下の3点が特徴といえます。

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、地域経済の自立にとって大きな役割を果たす。
2. 宿泊、飲食、交通をはじめとした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 [図 1-13]。
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。

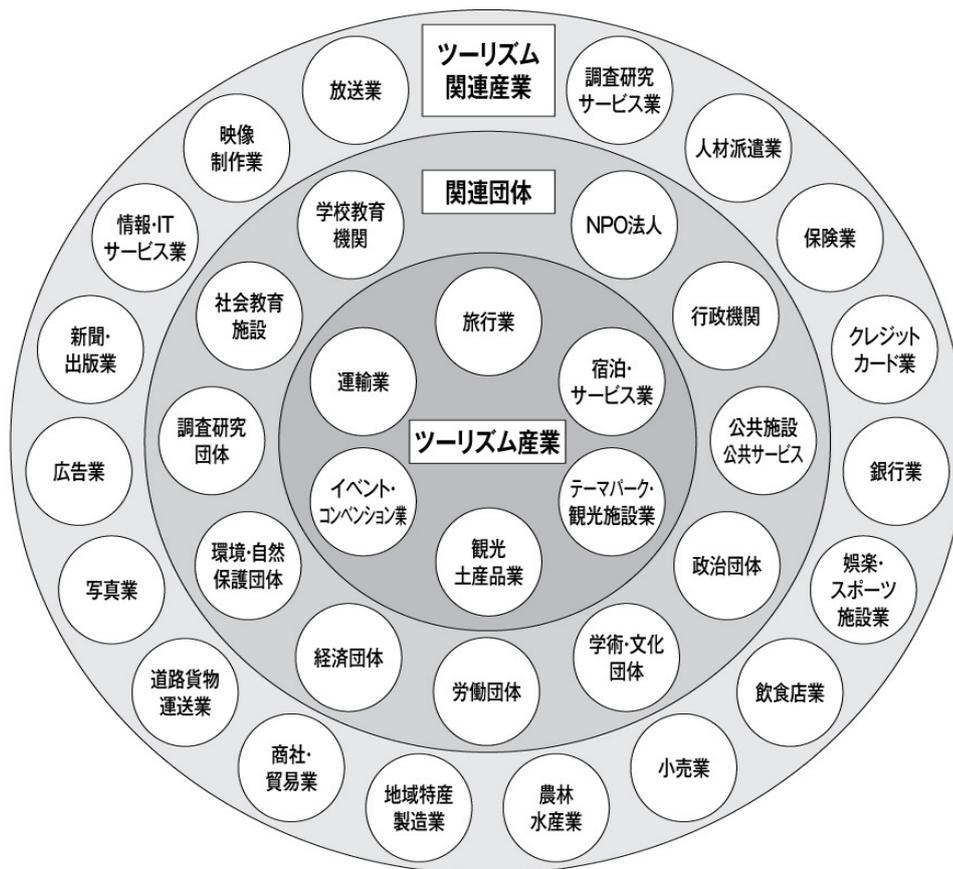


図 1-13 ツーリズム産業の範囲

出典：「数字で見る観光 2012」（社）日本観光振興協会）、p.15

### (3) 釧路市が観光振興に取り組む意義と役割

「釧路市観光振興ビジョン」策定から約10年が経過したことから、釧路市の社会経済環境の変化や、その後の調査研究活動を踏まえた上で、釧路市が観光振興に取り組む意義を改めて提示します。

以下、平成19年3月に策定したビジョンを「第一期釧路市観光振興ビジョン（以下、第一期ビジョン）」、そして、今回改定するビジョンを「第二期釧路市観光振興ビジョン（以下、第二期ビジョン）」と称することとします。

#### 【釧路市における主な社会経済環境の変化】

##### ■ 釧路市の総人口減少に伴う地域経済活動の規模が縮小

釧路市は、昭和55年の227,234人をピークに人口が減少し、平成22年は181,169人で、30年間で約20%減少しています〔図1-14〕。今後も人口減少に伴い経済活動の規模は縮小していくことが見込まれます。

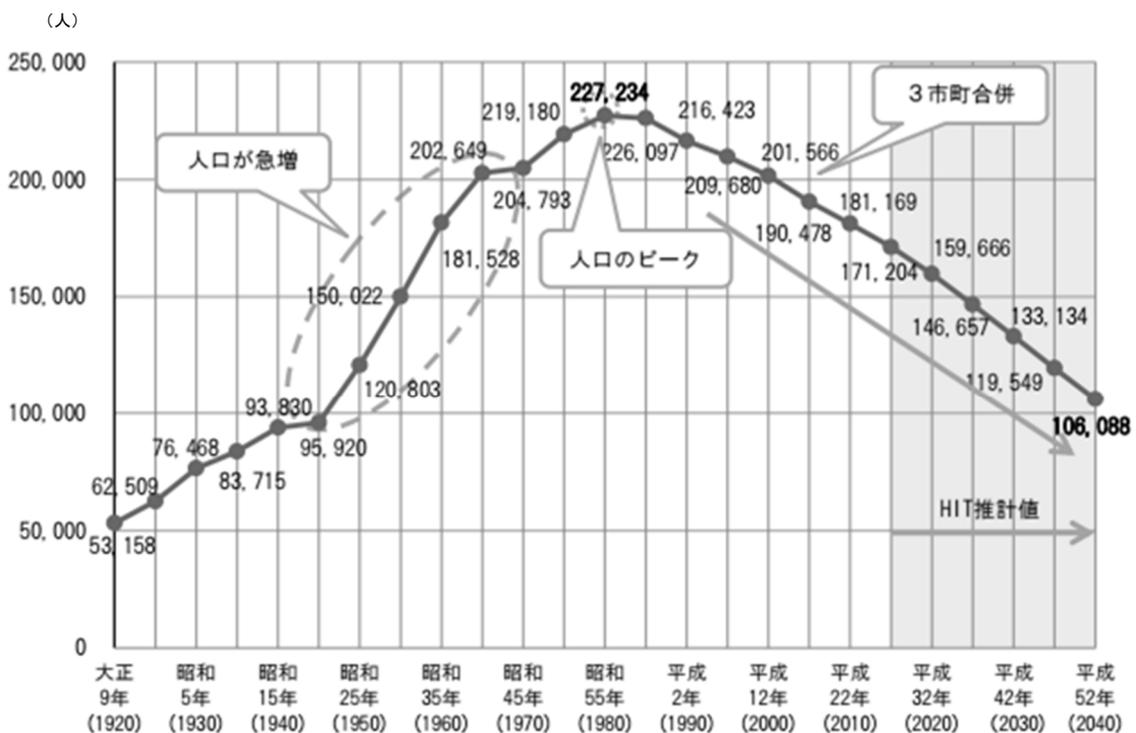


図1-14 総人口の推移と将来推計

出典：「釧路市まち・ひと・しごと創生総合戦略」（釧路市）、p.5

注：HITは（一社）北海道総合研究調査会の略称であり、その調査会による推計値

## ■ 基幹産業を取り巻く環境変化と産業別就業者数の減少

釧路市は水産業、石炭産業、紙・パルプ産業の基幹産業を中心に大きな発展を遂げてきましたが、釧路市を取り巻く環境は大きく変化している状況にあります。釧路市で従事する就業者数は、昭和55年に102,017人でありましたが、平成22年には79,175人にまで減少しました。漁業環境の悪化による第1次産業と炭鉱の合理化等の影響による第2次産業の減少がみられ、なおかつ、近年は、卸・小売業・飲食店業等を中心とした第3次産業も減少している状況にあります〔表1-2〕。

表1-2 釧路市に常住する産業（大分類）別15歳以上就業者数の推移

産業(大分類)	昭和55年	昭和60年	平成2年	平成7年	平成12年	平成17年	平成22年
総数	102,017	100,533	99,555	100,838	94,799	85,542	79,175
A 農業, 林業	1,905	1,634	1,593	1,359	1,146	1,139	1,099
うち農業	1,356	1,194	1,203	1,056	933	963	932
B 漁業	2,968	2,547	2,171	1,634	1,195	962	818
C 鉱業, 採石業, 砂利採取業	3,334	3,480	2,668	2,023	1,586	559	418
D 建設業	13,180	11,698	11,501	12,596	11,744	8,917	7,133
E 製造業	11,928	11,018	11,174	10,911	9,917	7,997	7,257
F 電気・ガス・熱供給・水道業	835	820	750	764	681	522	480
G 情報通信業	…	…	…	…	…	801	648
H 運輸業, 郵便業	…	…	…	…	…	…	6,118
I 卸売業, 小売業	…	…	…	…	…	17,356	14,552
J 金融業, 保険業	3,251	3,433	3,610	3,515	3,000	2,468	2,128
K 不動産業, 物品賃貸業	…	…	…	…	…	…	1,109
L 学術研究, 専門・技術サービス業	…	…	…	…	…	…	1,999
M 宿泊業, 飲食サービス業	…	…	…	…	…	5,878	5,533
N 生活関連サービス業, 娯楽業	…	…	…	…	…	…	3,347
O 教育, 学習支援業	…	…	…	…	…	3,571	3,386
P 医療, 福祉	…	…	…	…	…	8,362	9,610
Q 複合サービス事業	…	…	…	…	…	1,047	551
R サービス業(他に分類されないもの)	…	…	…	…	…	…	5,301
S 公務(他に分類されるものを除く)	4,295	4,282	4,318	4,517	4,199	3,985	3,927
T 分類不能の産業	14	97	273	396	57	2,324	3,761
(再掲) 第1次産業	4,873	4,181	3,764	2,993	2,341	2,101	1,917
第2次産業	28,442	26,196	25,343	25,530	23,247	17,473	14,808
第3次産業	68,688	70,059	70,175	71,919	69,154	63,644	58,689
(構成比) 第1次産業	4.8	4.2	3.8	3.0	2.5	2.5	2.4
第2次産業	27.9	26.1	25.5	25.3	24.5	20.4	18.7
第3次産業	67.3	69.7	70.5	71.3	72.9	74.4	74.1

出典：釧路市公式ホームページ「市政情報＞統計＞各種統計調査＞国勢調査」より

## 【釧路市の政策における観光振興の位置づけと展開】

### ■ 釧路市の政策における観光振興の位置づけ — 『域内循環』『外から稼ぐ』

#### ●リーディング産業としての観光

平成 17 年に合併により新生・釧路市が誕生し、平成 19 年 3 月に第一期ビジョンを策定しました。第一期ビジョンは、釧路市、阿寒町、音別町が合併した後に、釧路市と釧路公立大学地域経済研究センターが行った共同プロジェクトの成果を発展させて策定したものです。

第一期ビジョンでは、観光政策が今後の地域の活性化という面においてのみならず地域産業政策にとっても重要な認識のもと、観光振興を釧路市の“産業再生”の柱、釧路市民と観光客双方のための“地域再生”の柱として位置づけ、新生・釧路市観光が目指す将来像として『みんなが担う、みんなが育てる観光産業を根付かせ、持続可能な自立型の地域経済を目指す』ことを掲げました。合併直後の釧路市で 3 市町が一体的に政策を進める上で、観光は重要な切り口にもなりました。

第一期ビジョンにおいて、観光をリーディング産業と位置づけた背景としては、2000 年代初めから全国に先駆けて、観光客による消費活動が地域に及ぼす経済的な効果を、釧路市で総体的に把握し、産業としての観光の実態を科学的に分析する調査研究を積み重ねてきたことが挙げられます。釧路市単独の地域産業関連表を作成し、地域産業全体の中での観光産業の実態と今後の可能性など観光消費を地域経済の安定的かつ自立的な発展に結びつけていくための戦略を探ってきました。その中で、観光消費を地域経済の安定的な発展に結び付けていくためには、域内循環を高めていくことが大切、という認識が徐々に浸透していきました。こうした考えや姿勢は、その後の釧路市の産業政策や地域政策全体の基調ともなっています。

#### ●「都市経営」の視点

釧路市では、平成 24 年に「都市経営」の視点を持って、地域の限られた資源を社会経済情勢の変化に即応して柔軟かつ重点的に投資し、市民が豊かさを感じることができる成長戦略を構築する基盤づくりとして「釧路市都市経営戦略プラン」を策定し、そのうち独自の政策を展開するために「都市経営」の理念と政策展開の方向を示した「政策プラン」において、『域内循環』と『外から稼ぐ』をキーワードに、域外から取り込んだ財を域内で循環させながら域内の需要を高めていくというコンセプトを掲げ、様々な取組を進めています。

また、この理念は、平成 27 年に人口減少社会に立ち向かい持続可能なまちづくりを進めるために策定した「釧路市まち・ひと・しごと創生総合戦略」にも継承されています。

さらに、平成 27 年 10 月には、『市民が主体のまちづくり』を実現するための基本的なルールとして「釧路市まちづくり基本条例」が施行され、「市民の力」を活かしたまちづくりを進めています。

釧路市の政策における観光振興の位置づけ

新・釧路市誕生

平成17年10月

釧路市まちづくり基本条例  
平成27年10月、釧路市

『市民が主体のまちづくり』を  
実現するための基本的なルール

釧路市総合計画  
平成20年3月、釧路市

【目標像】自然とまちの魅力が  
賑わいを創り 活力みなぎる  
環境・交流都市『釧路』

釧路市都市経営戦略プラン  
平成24年2月、釧路市

- 財政健全化推進プラン（平成22年）
  - 市役所改革プラン（平成23年）
  - 政策プラン（平成24年）
- 選択と集中による「4つのビジョン」と「7つの重点分野」
- 【ビジョン】
- 1：地域資源の価値を高め域内循環させる地域経済／2：地域を担う人材の育成と雇用／3：みんなが安心して暮らせる都市づくり／4：世界に開き東北道をつなぐ戦略的拠点都市
- 【7つの重点分野】
- 1 地域資源を守り、生かす／2 域内循環を加速させる／3 外から稼ぐ／4 外から取り入れる／5 人材育成と雇用づくり／6 安心して暮らせる都市づくり／7 拠点都市づくり

釧路市まち・ひと・しごと  
創生総合戦略  
平成27年12月、釧路市

【目指す都市像】未来への「希望」  
輝くひがし北海道の拠点・くしろ

【最優先課題】「域内循環」と「外から稼ぐ」取組の推進などにより、力強い経済基盤を構築し雇用の創出などを図り、親になる世代を確保して急激な人口減少に歯止めをかけます。

【重点戦略】「『わかもの』の希望がかなうまち・くしろ」を目指します／「『女性』の希望がかなうまち・くしろ」を目指します／「すべての人の『住み続けたい』という希望がかなうまち・くしろ」を目指します／「『来たい・住みたい』と思えるまち・くしろ」を目指します

第一期 釧路市観光振興ビジョン

平成19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“産業再生の柱”としての観光振興
- 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

- ①既存の地域産業活性化に向けて観光産業がその一端を担うことができる
- ②従来の市町村間の“競合”から“連携・補完”へと意識、施策の転換を図ることができる
- ③温泉地再生の全国的事例となった阿寒湖温泉地区での取組みをよりスムーズに全市展開していくことができる
- ④観光と関連する様々な産業との連携を強化し、観光に対する市民意識の醸成を図ることができる
- ⑤これからの釧路市観光を先導していくための推進体制の変革を図ることができる

【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』

第二期 釧路市観光振興ビジョン

(平成29-38年度)  
平成29年3月、釧路市

「釧路温泉・阿寒・  
摩周観光圏整備実施  
計画」の策定・認定  
(平成22年4月28日)

「水のカムイ観光  
圏整備実施計画」  
の策定・認定(平  
成27年4月10日)

広域観光周遊ルート形成  
計画「アジアの宝 悠久  
の自然美への道 ひがし  
北・海・道」の認定(平成  
27年6月12日)

観光立国ショーケースに  
選定(平成28年1月29日)  
\*金沢市・長崎市とともに

国立公園満喫プロジェクトの  
先行的・集中的に取り  
組む地域に選定(平成  
28年7月25日)  
\*8国立公園のうちの一つ

地域観光の経済効果分析と地域自立型産業  
への展開に向けての研究(平成14年～)  
釧路公立大学地域経済研究センター  
財団法人日本交通公社

釧路市観光産業の発展(に向けての  
経済効果に関する調査研究  
平成22年7月、  
釧路市・釧路公立大学地域経済研究センター

図 1-15 釧路市の政策における観光振興の位置づけ

## ■ 釧路市経済を支える観光産業—観光消費による経済波及効果、雇用創出効果—

釧路公立大学地域経済研究センターの研究（平成 21 年）では、釧路市の来訪客が市内で消費した金額を合計すると年間 211 億円、ここから市外に流出した分を除くと、釧路市内の産業が直接得た金額は 163 億円となります。これは、市内総生産の 1.3%を占めます。さらに波及効果も含めると、観光消費が釧路市にもたらす経済波及効果は 254 億円。付加価値ベースでは 131 億円と推計され、これは平成 18 年度の市内総生産の 2.1%に相当します。また、雇用面では、観光消費額 211 億円からおおよそ 1,300 人の雇用機会が生まれたと推計されます。更に、釧路市内の幅広い産業への波及効果まで含めると、全体でおおよそ 1,900 人の雇用誘発効果が生じており、釧路市内の全産業の従業員数の 2.3%に相当します [図 1-16、表 1-3]。

各産業により直接効果及び波及効果の規模やその構成は異なりますが、宿泊業や飲食店のみならず、従来の観光産業だけではなく、金融・保険・不動産、電気・ガス・水道、建設業、漁業、医療など、幅広い産業に経済効果、雇用効果もたらしています [図 1-16]

釧路市にとって観光産業は、釧路市経済を支える重要な輸出産業であり、リーディング産業としてさらに育てていくことが重要です。

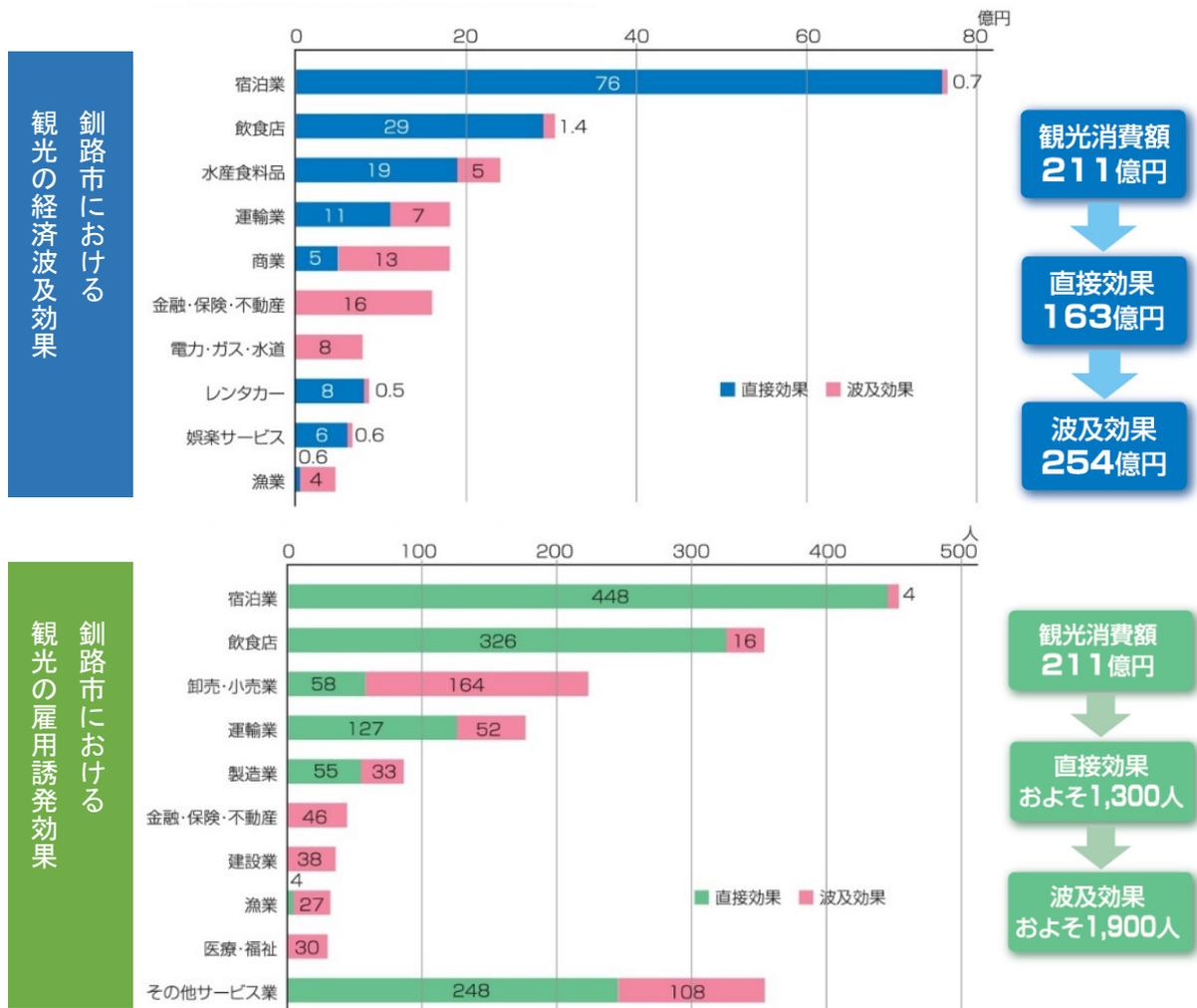


図 1-16 産業別に見る釧路市の観光の経済波及効果（上）、雇用誘発効果（下）

出典：「釧路市の持続的発展に向けての観光産業の役割」釧路市・釧路公立大学地域経済研究センター、平成 22 年 7 月、pp.5-6 より

表 1-3 釧路市における観光振興の経済波及効果（平成 21 年） 単位: 億円

	直接効果	波及効果(家計迂回除く)	波及効果(家計迂回含む)
観光消費額	211.12	-	-
生産波及効果 (乗数)	163.07	216.70 ( 1.33)	254.49 ( 1.56)
付加価値効果 (乗数)	79.10	109.53 ( 1.38)	131.07 ( 1.66)
雇用誘発効果 (乗数)	1,270	1,623 ( 1.28)	1,888 ( 1.49)

釧路市 市内総生産(名目) (平成 18 年度市民経済計算)	6,215.21
市内総生産に占める 観光産業の付加価値の割合	1.3%

出典：「釧路市観光産業の発展に向けての経済効果に関する調査研究 報告書」平成 22 年 3 月、釧路公立大学地域経済研究センター、p.7

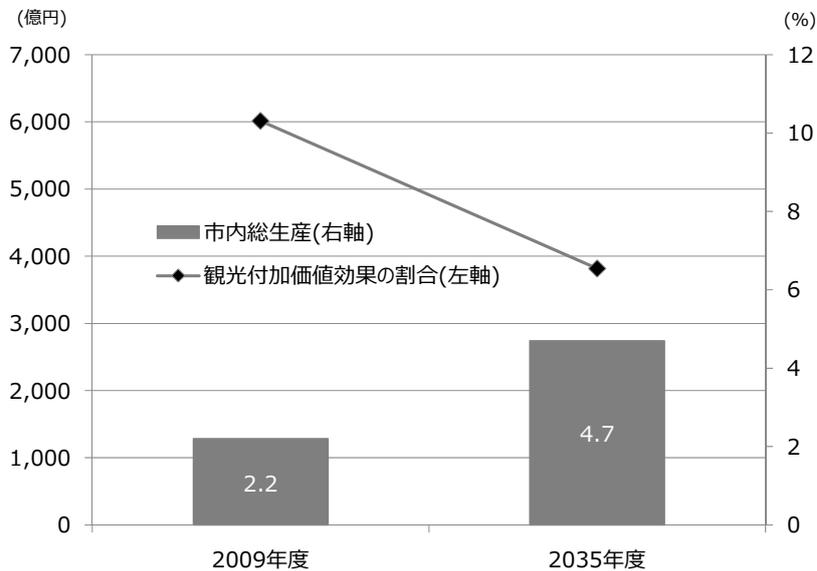


図 1-17 市内総生産に占める観光付加価値効果の割合(予測値)

出典：「釧路市観光産業の発展に向けての経済効果に関する調査研究 報告書」平成 22 年 3 月、釧路公立大学地域経済研究センター、p.7

【コラム】釧路市における観光の政策効果シミュレーション

平成 21 年に以下の 3 つのシナリオを設定して、その観光政策の効果についてシミュレーションを行っています。独自の地域産業連関表という政策ツールを自ら作成して観光政策の質を改善、向上させてきたのが釧路市の観光政策の特徴と言えます。

図 3 つの政策効果シミュレーションの結果



出典：「釧路市の持続的発展に向けての観光産業の役割」釧路市・釧路公立大学地域経済研究センター、平成 22 年 7 月、p.7

## ■ 釧路市が観光振興に取り組む2つの柱“産業振興の柱”“地域創生の柱”

第一期ビジョン策定から約10年が経過し、釧路市の社会経済環境の変化や、その後の釧路市の調査研究活動及び政策の展開等を踏まえて、改めて釧路市が観光振興に取り組む意義と役割を次のように定めます。

### 釧路市が観光振興に取り組む意義と役割

#### ◆ 釧路市における“産業振興の柱”としての観光振興

- 地域の産業はダイナミックに変化していきます。従って、常に新しい産業の創出を意識する必要がありますが、その柱として観光に期待が集まっています。
- 釧路市では、観光を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これまで以上に積極的に進めます。
- 観光客の消費を通じて域外から財を稼ぎ、それを域内で循環させながら域内での消費と投資を高め、付加価値を創出していき、幅広い産業間での連携を通じて新しい観光産業を育成します。

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

- 観光振興は、外から訪れる観光客のためだけに行われるものではありません。
- 多様で魅力ある地域の自然、歴史、文化にさらに磨きをかけ観光資源として育成し、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なる魅力的な地域づくりを通して、釧路市の地域創生を図ることに観光振興のもう一つの意義があります。

#### (4) 第二期釧路市観光振興ビジョン策定の意味と策定プロセス

##### ■ 地域が一体となって取り組むための共通指針

釧路市において、観光振興を“産業振興の柱”、“地域創生の柱”としていくためには、地域が一体となった観光政策を推進することが必要であり、皆が方向性を合わせてより効果的な観光振興を進めていくためには、これまで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ります。またその実現に向けては、体系的かつ計画的な政策展開が必要であり、その後の状況変化を踏まえて、観光振興ビジョン（以下、ビジョン）を策定（改定）することが重要です。

第二期ビジョンは、このような要請に応え、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、その担い手や取組のスケジュール（＝目標の実現に向けたシナリオ）と併せて示しています。

##### ■ ビジョンの位置づけと策定プロセス

第二期ビジョンは、市が進めるまちづくりの指針である「釧路市まちづくり基本構想」（計画期間 平成30年度～）に先行して策定されるものであり、同構想における観光部門について具体的な方針を示すものです。

第二期ビジョン策定にあたっては、第一期ビジョン策定時より、より広範な関係者に意見を求めながら議論を行いました。外部有識者を含む検討委員会及びワーキング部会<sup>6</sup>に加えて、釧路市及び観光推進組織<sup>7</sup>の実務担当者によって構成されるコアワーキング部会<sup>6</sup>の3つの会議体を設置し議論を行いました。また、具体的な作業の実施にあたっては、関係者に対して適宜照会や調整等を行い、より計画の実現性や実効性を高める工夫を行いながら策定を進めました（詳細は81頁の参考資料1の（2）を参照）。

<sup>6</sup> 特定の問題の調査や計画の推進のため設けられた部会、作業班のことを本ビジョン策定では、ワーキング部会と呼んでいる。更に、核となる実務担当者によって構成される部会をコアワーキング部会と呼んでいる。（デジタル大辞泉をもとに整理）

<sup>7</sup> 第二期ビジョンでは、観光協会などの民間組織を観光推進組織、宿泊業、飲食店・小売業などを観光事業者と呼びます。

## 第2章 釧路市の観光を取り巻く現状と課題

「第1章 釧路市における観光振興の意義と役割」を踏まえ、これからの釧路市の観光の方向づけを行うために必要な基礎的情報の整理と第一期ビジョンの評価を行い、ビジョン改定に向けた課題を整理します。

### (1) 釧路市の観光の現状

釧路市の観光の実態を把握するにあたり、釧路市の観光の状況と釧路市の観光を取り巻く環境の2つから整理を行います。

#### 1) 釧路市の観光の状況

##### ■ 地域の特徴 — 「阿寒国立公園」と「釧路湿原国立公園」2つの国立公園をもつまち —

阿寒湖と釧路湿原という性格の異なる優れた自然環境に囲まれた釧路市は、2つの国立公園<sup>8</sup>とラムサール条約<sup>9</sup>登録湿地を擁しているという点において、全国でも有数な自然環境に恵まれた地域です。

また、このように恵まれた自然環境の中に北海道を代表する温泉地である阿寒湖温泉が立地し、さらにひがし北海道の都市観光の拠点となる釧路市街地が隣接しています。観光の魅力要素の質の高さと多様性の面において、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。



図2-1 釧路市の立地環境

注：以降、行政区域について述べる場合、原則次のおりとしします。現在の釧路市全域を示す場合は「釧路市」、旧1市2町それぞれを示す場合は、「釧路地区」「阿寒地区」「音別地区」と表記します。(第5章では、広域的な視点や各地域の役割等を勘案してエリア・ゾーンを設定しています)。ただし、前後の文脈から先の表記を使用していない箇所もあります。

<sup>8</sup> 阿寒国立公園（昭和9年指定）と釧路湿原国立公園（昭和62年指定）の2つを指します。

<sup>9</sup> 正式名「特に水鳥の生息地として国際的に重要な湿地に関する条約」のことで、水鳥の生息地として国際的に重要な湿地及びそこに生息・生育する動植物の保全を促し、湿地の適正な利用を進めることを目的に制定された条約です。

## 【二つの国立公園】

### ●阿寒湖

阿寒国立公園は、公園区域の大部分が亜寒帯性の針葉樹林を中心とする天然林に被われ、国立公園の中でも原始的な姿を有しているといわれています。阿寒国立公園の基盤は、千島火山帯の活動によってできた阿寒・屈斜路・摩周の3つのカルデラ地形です。公園は大きく、阿寒地域と川湯地域の2つのエリアに分けることができます。

阿寒地域は、雄阿寒岳・雌阿寒岳やその周辺に広がる阿寒湖、水の色が季節によって変化する五色沼のオンネトーなどで構成され、阿寒湖の地形・湖底の状況・波動環境等によって育まれる阿寒湖のマリモが存在します。川湯地域は、世界有数の透明度を誇る摩周湖や、周囲の峠や山から一望できる屈斜路湖等で構成されます<sup>10</sup>。

### ●釧路湿原

釧路湿原国立公園は、北海道東部を流れる釧路川とその支流を抱く日本最大の釧路湿原及び湿原を取り囲む丘陵地からなります。タンチョウをはじめ多くの動植物の貴重な生息地となっています。

釧路湿原は、一時期湿原面積の減少や乾燥化が進みましたが、地元の研究者や自然保護団体が、湿原の価値を見直すための運動を続けた結果、その価値が国際的に認められ、昭和55年に日本で最初のラムサール条約登録湿地となり、7年後には国立公園に指定されました。



<阿寒湖>



<空中から見た釧路湿原>

## 【二つの特別天然記念物】

### ●阿寒湖のマリモ

阿寒湖のマリモは、昭和27年に国の特別天然記念物に指定されています。他国では丸いマリモの生息地が消滅していく中、住民によるマリモ返還運動や保護活動、周辺森林などの環境保全活動、マリモの研究の積み重ねによって、阿寒湖は世界で唯一の大型球状マリモ生育地となっています。その希少性などから世界自然遺産登録に向けた動きもあります。

<sup>10</sup> 環境省公式ホームページをもとに作成。釧路湿原も同様。

## ●釧路のタンチョウ

釧路湿原国立公園には、タンチョウが生息しており、昭和27年には、「釧路のタンチョウ及びその繁殖地」として国の特別天然記念物にも指定されています。

タンチョウは、アイヌ語で「サルルンカムイ（湿原の神）」と呼ばれ、一時は絶滅寸前の状況となっていましたが、人工給餌や人工繁殖など地元の手厚い保護活動により、現在は約1,500羽となり、その生息域も道東地域に広がりつつあります。阿寒丹頂の里エリアにある阿寒国際ツルセンターでは、冬期に200羽ものタンチョウが集い、隊をなして飛び、舞い降りる様子が見られます。



<マリモ展示観察センター>



<タンチョウの飛翔>

## 【アイヌ文化】

### ●阿寒湖アイヌコタン

北海道最大の「阿寒湖アイヌコタン（集落）」には、先住民族であるアイヌ民族の思想である「自然との共生」を体感することができる、我が国初のアイヌ古式舞踊専用劇場「阿寒湖アイヌシアターイコロ」などが存在します。



<アイヌコタン全景>



<まりも祭り マリモを送る舟>

■ 釧路市全体・3地区の観光入込総数—市全体としては増加、3地区によってその状況は異なる

● 入込総数、日帰り客数・宿泊客数の推移

釧路市の入込総数は、平成11年の470万人をピークにその後減少傾向にありましたが、平成23年以降は増加に転じています。日帰り客数、宿泊客数はともに平成11年がピークで、入込総数と同様に平成23年以降は増加に転じています。

地区別に見ると、釧路地区は、釧路市と同様に入込総数、日帰り客数、宿泊客数ともに、平成11年をピークにその後、減少、横ばいの状況が続きましたが、平成23年以降に大幅に増加し、平成27年には入込総数はこれまで最も多い304万人を記録しています。一方、阿寒地区の宿泊客数は平成27年には59万人泊であり、ピーク時の100万人泊の約半分ほどになっています。平成26年には、釧路地区が阿寒地区の宿泊者数を上回るようになりました。

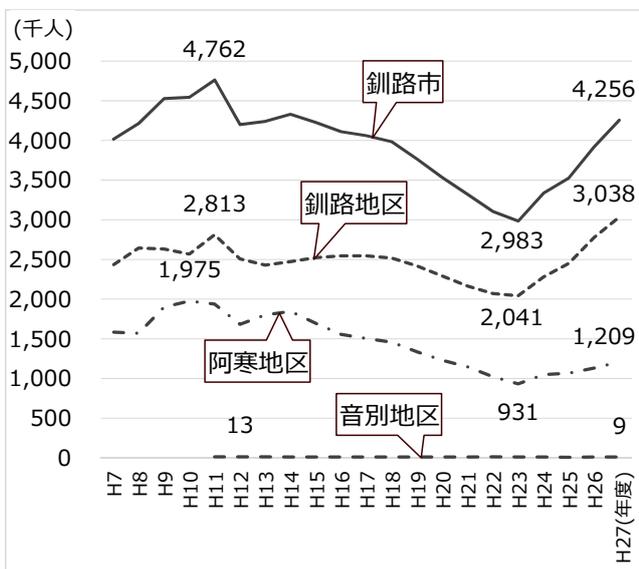


図 2-2 入込総数の推移

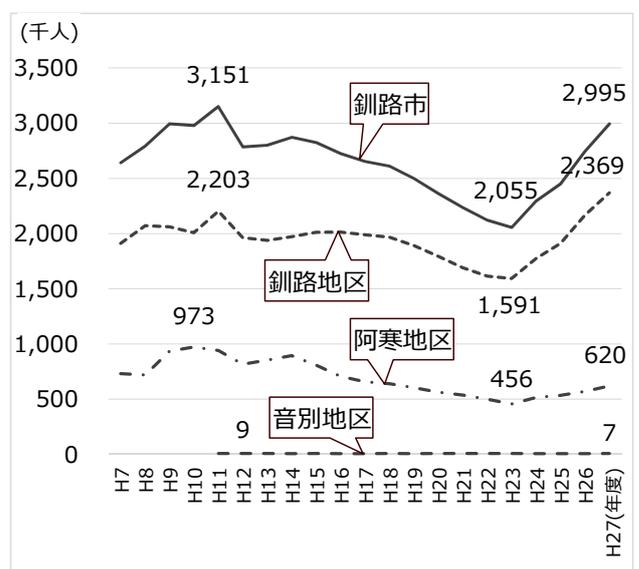


図 2-3 日帰り客数の推移

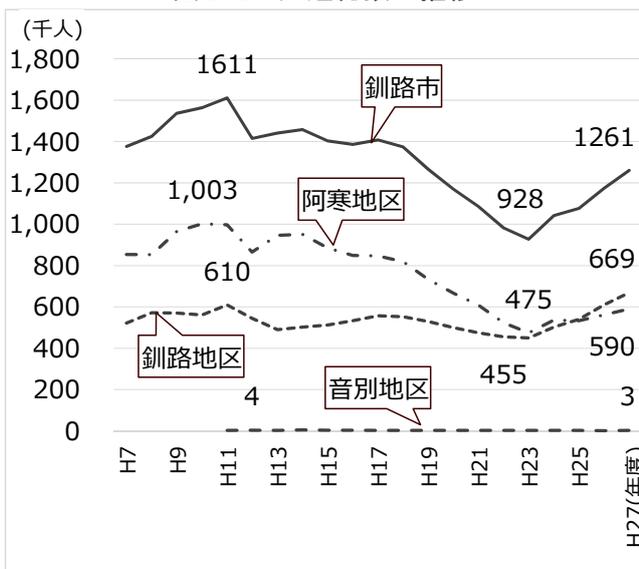


図 2-4 宿泊客数の推移

### ● 3 地区の道内客・道外客の推移

釧路地区を訪れる観光客のうち、道内客の割合が 69.6%で、道外客の割合が 30.4%とこれまでと同様に道内客が中心となっています。

これに対し阿寒地区は、以前は道外客の割合が道内客の割合より高い状況にありましたが、平成 21 年を境に道内客数と道外客数が逆転し、道内客数のほうが多くなっています。道内客数はそれほど大きな変化はありませんが、道外客は 134 万人から 53 万人と約 4 割まで減少しています。

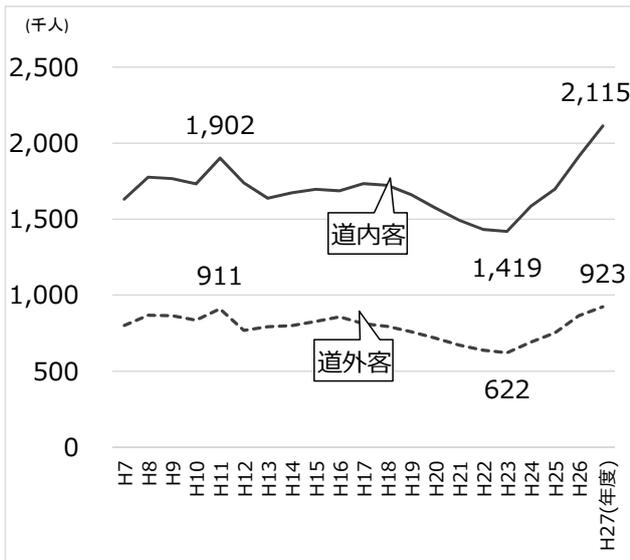


図 2-5 釧路地区の道内客・道外客の推移

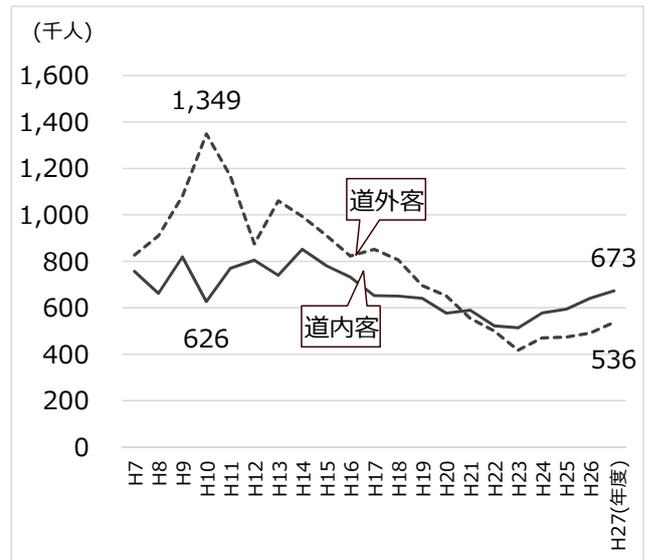


図 2-6 阿寒地区の道内客・道外客の推移

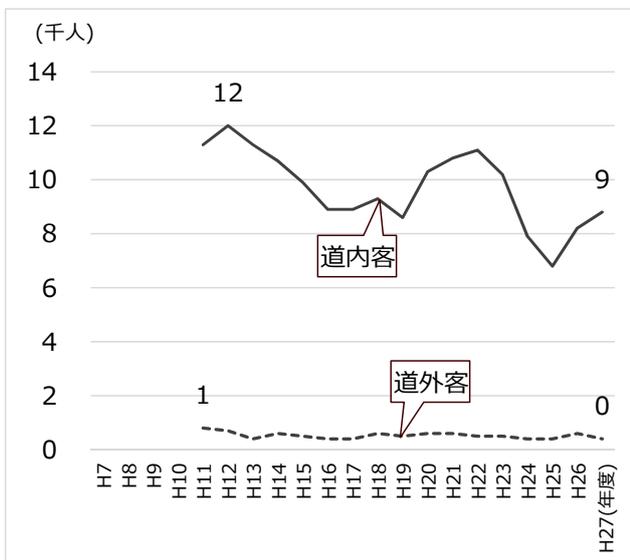


図 2-7 音別地区の道内客・道外客の推移

■ 訪日外国人旅行者・インバウンド -10年で2.6倍、台湾が過半数を占める

● 釧路市の訪日外国人延べ宿泊客数の推移

釧路市の訪日外国人延べ宿泊客数は、平成19年には55,637人だったものが、平成23年の東日本大震災の影響で一時40,156人まで下がりましたが、平成27年には142,547人となり約10年間で2.6倍に増加しています。[図2-8]。

● 国・居住地別シェア

国・居住地別のシェアは、平成27年度を見ると、アジア圏が大半を占めています。台湾が過半数を超え最も多く、中国、香港、シンガポールなどが続きます。台湾は一時減少傾向にありましたが、平成23年以降は急増しています。また中国市場も同様に急増しています[図2-8]。

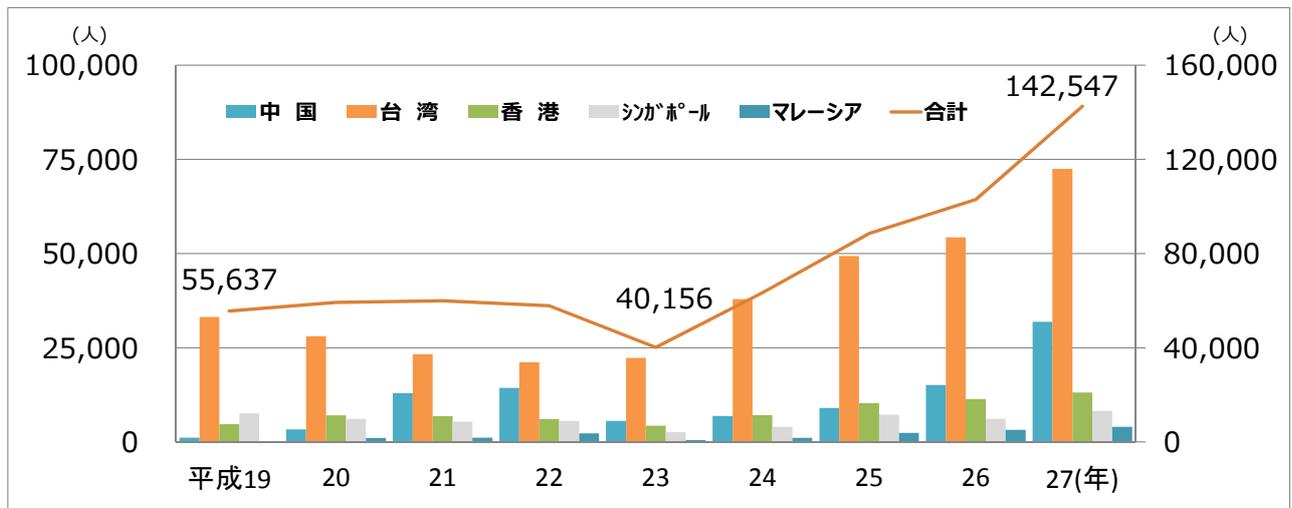


図 2-8 訪日外国人延べ宿泊客数の推移

■ 交通（陸・海・空ネットワーク）- 釧路空港発着便の提供座席数の減少、高速道路の整備

● 陸の交通 - 高速道路の開通による移動時間の短縮

高速道路の整備が進んだことで、札幌市からの移動時間が短縮されました。

国土交通省北海道開発局釧路開発建設部で整備を進めてきた道東自動車道(白糠IC~庶路IC~阿寒IC)と釧路外環状道路(釧路西IC~釧路中央IC~釧路東IC)が平成28年3月に開通したことにより、釧路市内に高速道路が到達し、札幌市-釧路市間は4時間半で移動できるようになりました。また、釧路市-釧路町間も混雑する市街地を通らず円滑に移動できるようになりました[図2-9]。

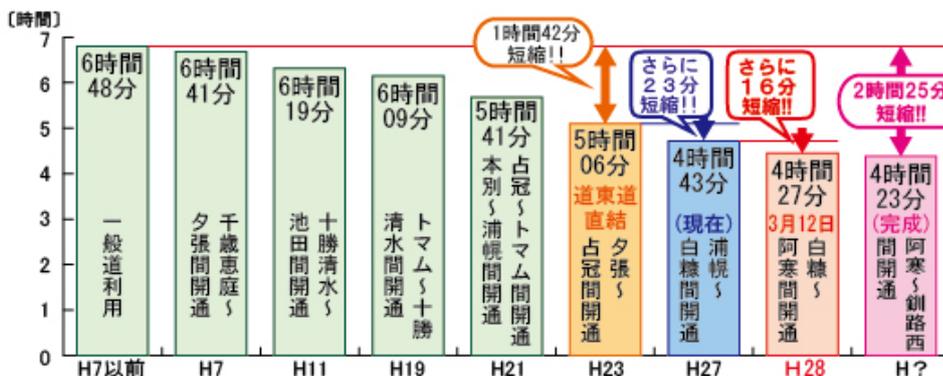


図 2-9 釧路-札幌間の道東自動車道開通による時間短縮効果の推移

出典：釧路市公式ホームページ

\*1 算出根拠：H22道路交通センサス(夏期)、浦幌IC~釧路西IC及び夕張IC~占冠IC間の旅行速度は70km/hで算出。

\*2 阿寒IC~釧路西IC間の開通時期は未定です。

### ●海の交通 —クルーズ船寄港回数の増加

釧路市に寄港するクルーズ船の数及び乗降客数は、一部増減はあるものの、直近5年間で見ると全体として増えてきており、特に外国船籍については、規制緩和などで増加が著しい状況です。平成23年には外国船の寄港数は無い状況でしたが、平成27年には5隻、そして平成28年には10隻が入港しました [図 2-10]。

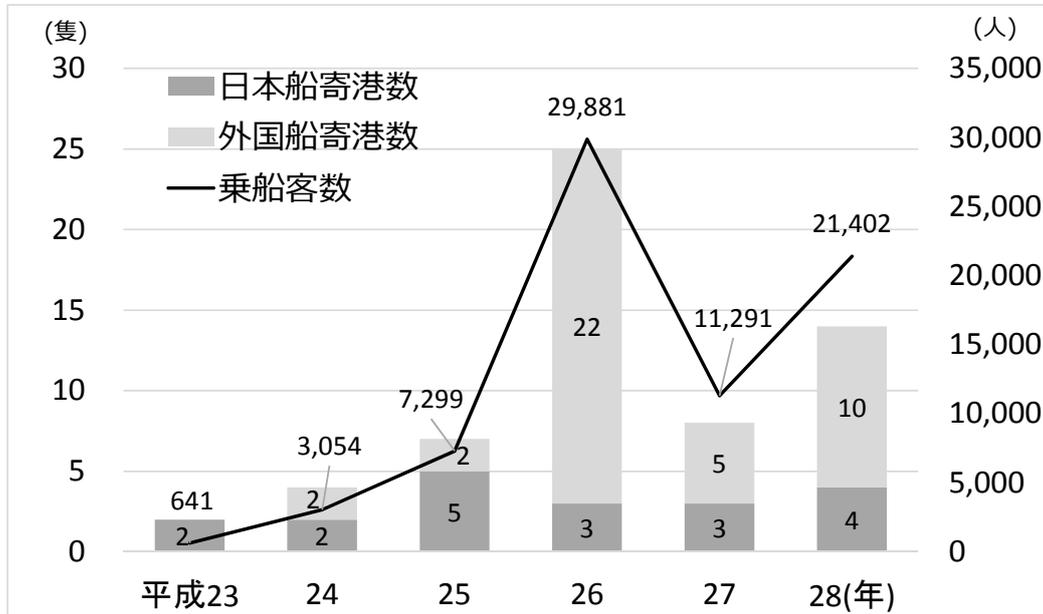


図 2-10 クルーズ船寄港回数の推移

出典：「釧路市観光立国ショーケースに関する要望書」（釧路市）等より作成

### ●空の交通—たんちょう釧路空港着便・提供座席数

釧路空港着便の提供座席数は、平成25年は平成12年に比べると約25万人分が減少しています。そのうち羽田空港発では約9万人分が減少しています [図 2-11]。

平成23年で減少に歯止めがかかり、その後は少しずつ増加しています。釧路空港の利用客数を見ると、平成24年以降増加が続いており、平成24年は63.7万人でしたが、平成27年には68.5万人となっています [図 2-12]。

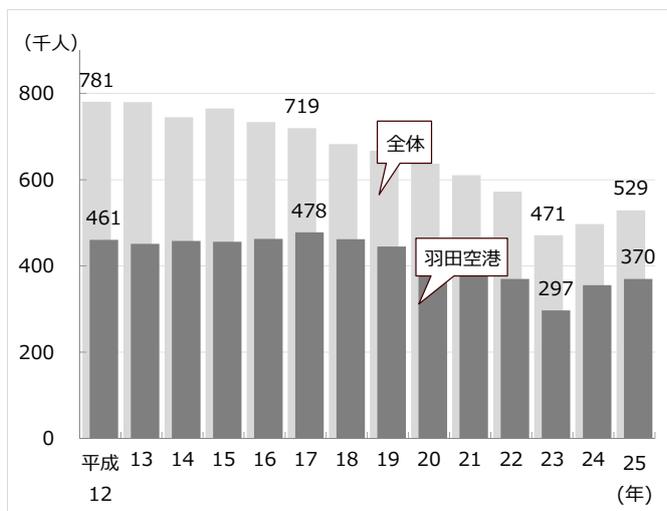


図 2-11 釧路空港着便・提供座席数の推移

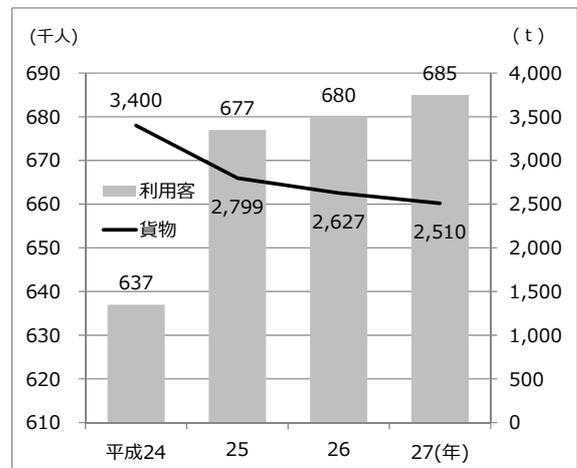


図 2-12 釧路空港利用状況

出典：図 2-10 と同じ

## ■ 観光消費単価、釧路産商品の購入実態－釧路市で平均3万円を消費

平成21年の釧路市における観光客が消費した金額（一回あたりの来訪における一人当たりの観光消費単価）は、宿泊客は年間平均29,627円、日帰り客は8,956円と推計されています〔表2-1〕。

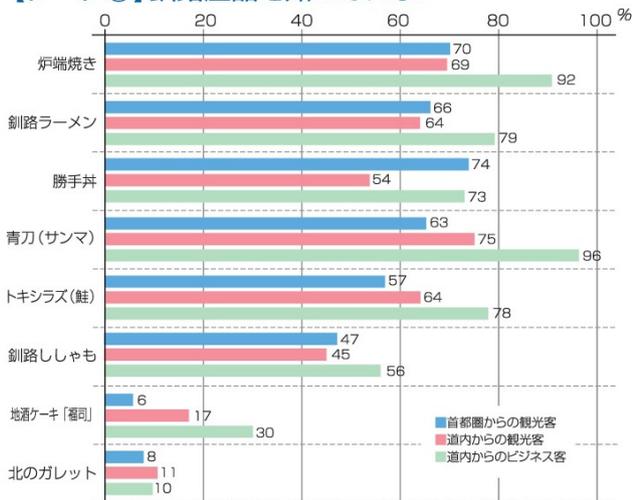
釧路産品の認知度、購入経験は、「首都圏からの観光客」及び「道内からの観光客」に比べて「道内からのビジネス客」がともに高い傾向にあります。〔図2-13〕。

表2-1 釧路市における旅行形態別・四半期別の客数、単価、消費額

平成21年(2009年)		1-3月	4-6月	7-9月	10-12月	年間合計
宿泊客	宿泊客数(人回)	147,504	137,970	196,416	146,853	628,743
	観光消費単価(円/人回)	28,752	28,752	31,552	28,752	29,627
	観光消費額(億円)	42.41	39.67	61.97	42.22	186.28
日帰り客	日帰り客数(人回)	35,664	36,163	39,175	27,196	138,198
	観光消費単価(円/人回)	8,956	8,956	8,956	8,956	8,956
	観光消費額(億円)	3.19	3.24	3.51	2.44	12.38
通過客	通過客数(人回)	28,356	43,062	70,514	33,148	175,080
	観光消費単価(円/人回)	7,119	7,119	7,119	7,119	7,119
	観光消費額(億円)	2.02	3.07	5.02	2.36	12.46

出典：「釧路市観光産業の発展に向けての経済効果に関する調査研究 報告書」釧路公立大学地域経済研究センター、平成22年3月、p.9

【データ①】釧路産品を知っている？



【データ②】釧路産品を購入したことがある？

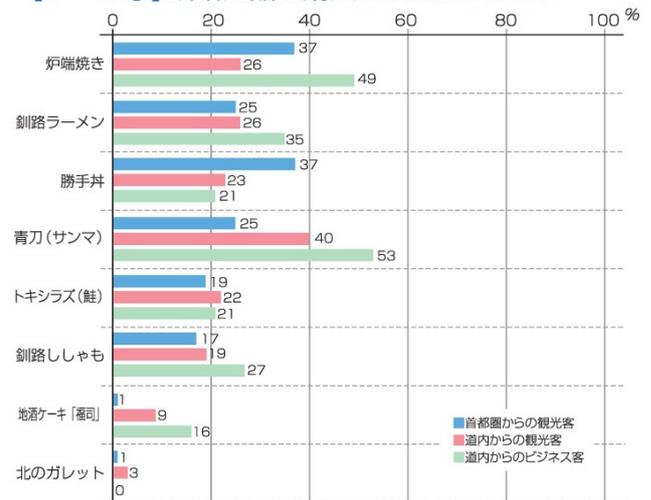


図2-13 釧路産品の認知度および購入経験率(客層別)

出典：「釧路市の持続的発展に向けての観光産業の役割」釧路市・釧路公立大学地域経済研究センター、平成22年7月、p.9

## ■ 観光推進組織 一市・広域・地区、それぞれの観光推進組織が徐々に成長

釧路市の観光を担う主な組織としては、釧路市、一般社団法人釧路観光コンベンション協会、NPO 法人阿寒観光協会まちづくり推進機構があります。釧路市の観光を取り巻く環境が大きく変化する中で、市・広域・地区のそれぞれの観光推進を担う組織が相互に連携し影響を受けながら成長しています。主な組織の概要を整理すると以下のとおりです。

### ● 釧路市

釧路市役所において観光に関連する部署は多岐にわたりますが、観光振興に関する業務を主に担うのは釧路市産業振興部の観光振興室と阿寒観光振興課です。釧路市は広大な面積を有する地域性から、主な観光振興地区を釧路地区、阿寒地区に分け、それぞれに室と課を配置しています。そして、両部署を結び付け釧路市全体の観光政策を推進するために、平成 24 年度には産業振興部に観光振興監を設置しました。

また、釧路市では、地域固有の課題に対応するために阿寒町行政センターと音別町行政センターを設置しています。両行政センターの地域振興課も、観光振興に関連する業務を行っています。

### ● 一般社団法人釧路観光コンベンション協会

一般社団法人釧路観光コンベンション協会（旧社団法人釧路観光協会、平成 25 年 4 月 1 日法人移行登記）は、釧路地区における国内外の幅広い観光客誘致、受入れに取組んでおり、国際会議観光都市として認定された釧路市において MICE 誘致を積極的に展開し、アフター MICE などでも阿寒湖温泉との連携を深めています。第 2 種旅行業に登録（平成 23 年）し、地域の魅力を伝える着地型旅行商品を提供しています。また、釧路市観光国際交流センターや釧路市湿原展望台、観光案内所の運営も担っています。

さらに水のカムイ観光圏（28・30 頁参照）においては、観光地域づくりプラットフォームとして地域の拠点になると共に認定観光圏整備事業者として釧路市及び弟子屈町 35 団体の広域連携による観光地域づくりに取組み、観光圏における地域連携 DMO<sup>11</sup>候補法人（27 頁参照）としての役割を担っています。

### ● NPO 法人阿寒観光協会まちづくり推進機構

NPO 法人阿寒観光協会まちづくり推進機構は、住民主体による観光まちづくり計画「阿寒湖温泉再生 2010（現、阿寒湖温泉・創生計画 2020）」の推進を目的として、観光とまちづくりの一体的な推進のため観光協会とまちづくり協議会を統合し設立した組織です（平成 17 年 1 月）。

阿寒湖温泉地区で 10 年以上にわたり観光まちづくりに取組み、地域連携 DMO 候補法人である釧路観光コンベンション協会とも連携して取組を実施しています。機構内に旅行事業部を創設し第 3 種旅行業者登録を活かした着地型旅行業にも取組むなど、観光地域づくりとともに地域資源の高付加価値化も図っています。また、国設阿寒湖畔スキー場等の運営も担っていま

<sup>11</sup> DMO とは Destination Management / Marketing Organization の略。観光物件、自然、食、芸術・芸能、風習、風俗など当該地域にある観光資源に精通し、地域と協同して観光地域作りを行う法人のこと。（JTB 総合研究所公式ホームページより）

す。平成 27 年 4 月からは新たに入湯税の税率引上げ（超過課税）分を財源とする「釧路市観光振興臨時基金」<sup>12</sup>を活用した観光地域づくりにも取り組んでいます [図 2-14]。

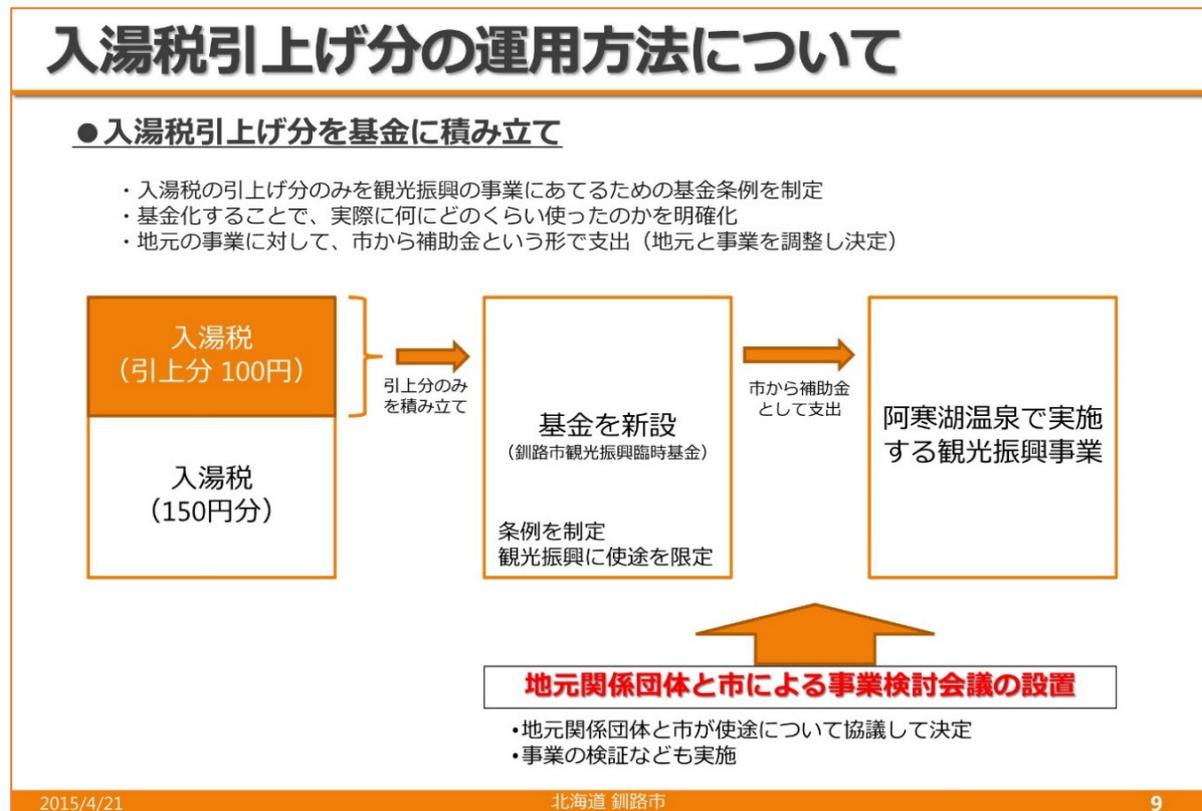


図 2-14 入湯税引き上げ分の運用方法について

なお、一般社団法人釧路観光コンベンション協会、NPO 法人阿寒観光協会まちづくり推進機構は、観光庁が創設した「日本版 DMO 候補法人登録制度」に登録されています（平成 28 年 5 月）。その制度の概要は、次頁のとおりです。

<sup>12</sup> 釧路市観光振興臨時基金条例（平成 26 年 12 月 11 日制定）に基づき設置。

## <日本版DMO候補法人登録制度>

地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、その役割を果たす「日本版DMO」を今後全国各地域において形成・確立し、これを核とした観光地域づくりを行うことが目指されています〔図2-15〕。平成27年11月には「日本版DMO候補法人登録制度」が創設され、平成28年11月現在、全国で111法人が登録されています。釧路市では、地域連携DMO候補法人として「一般社団法人釧路観光コンベンション協会」が、地域DMO候補法人として「NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構」が平成28年5月に登録されました。

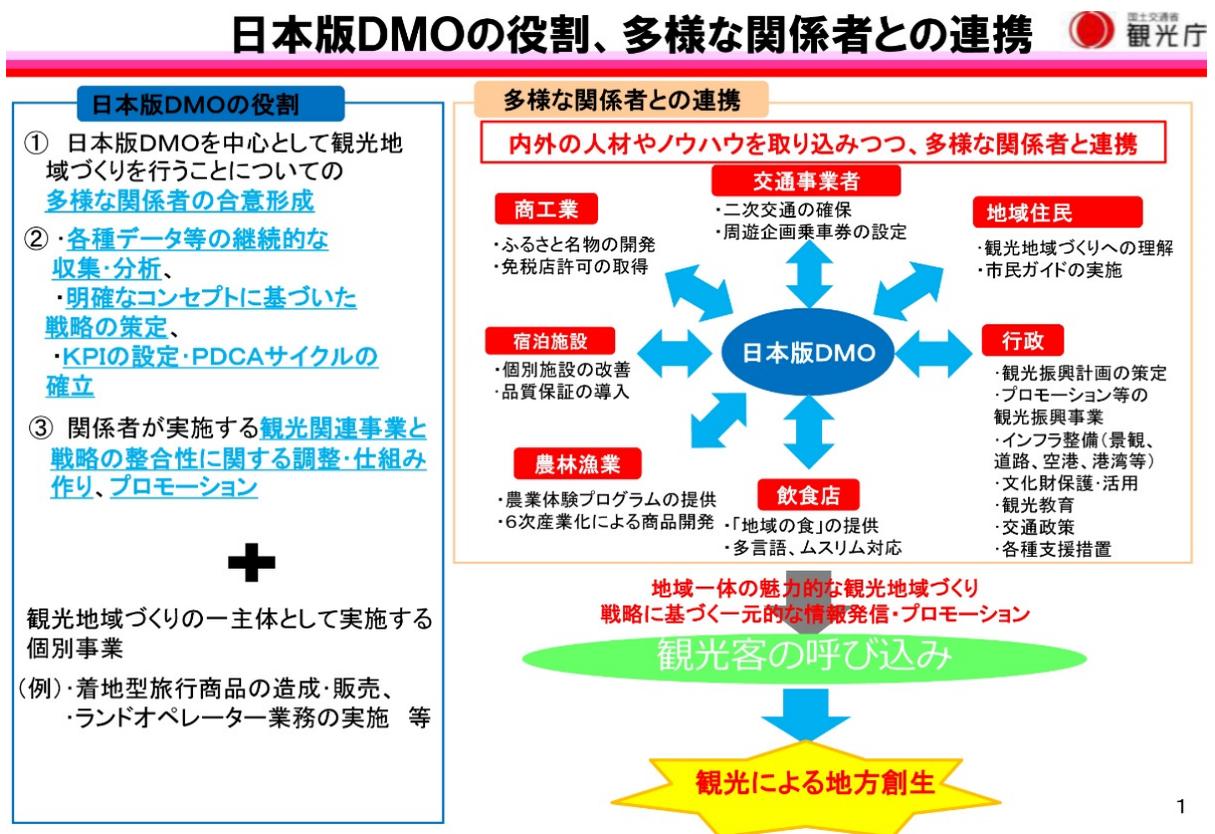


図 2-15 日本版 DMO の概要

出典：観光庁資料

## 2) 釧路市の観光を取り巻く環境

### ■ 社会経済環境 ー世界規模の経済危機、大規模な自然災害の発生、節目となる出来事の新規発生

第一期ビジョン期間中に起こった釧路市の観光に影響を与えた環境変化としては、世界規模の経済危機、大規模な自然災害の発生などがあります。

- ーリーマン・ショックに至る世界的金融危機（平成 20 年 9 月 15 日）
- ーグローバル経済におけるアジア地域の台頭
- ー高速交通網の整備～国際線旅客ターミナル・LCC 専用ターミナル、新幹線の整備が促進
- ー外国為替市場の変動～リーマン・ショック以降の円高基調、安倍政権発足後の円安基調
- ー東日本大震災（平成 23 年 3 月 11 日）／御嶽山噴火（平成 26 年 9 月 27 日）／熊本地震（平成 28 年 4 月 14 日～）など

そして、第二期ビジョン期間中の出来事、動きとしておさえておくべき事項として、

- ーアイヌ民族博物館の整備（白老町ポロト湖畔での国立のアイヌ民族博物館(仮称)  
・国立民族共生公園(仮称)の整備（～平成 32 年）
- ーオリンピック・パラリンピック東京大会の開催（平成 32 年）

を意識していく必要があります。

さらに現在進行形で起こっている変化としては、ICT 環境の変化、人工知能の進歩、ビッグデータの活用、最高峰最先端の技術の導入などが挙げられます。今後の観光政策の方向性を検討するにあたっては、こうした変化を想定しておく必要があります。

### ■ 国、地域の観光政策等 ー釧路市への期待の高まり

#### ～観光圏整備計画や広域観光周遊ルート形成計画・観光立国ショーケース・国立公園満喫プロジェクト～

観光立国の実現に向け、国の観光政策が年々強化されており、その中で釧路市に対する期待が高まっています。釧路市は、取り組むべき成長産業として特に「観光」に力を入れるために、国の施策にも積極的に取り組んできました。その結果、「水のカムイ観光圏整備実施計画」（平成 27 年 4 月）、「広域観光周遊ルート形成計画」（同年 6 月）が認定され、また全国で金沢市・長崎市とともに「観光立国ショーケース」に選定されました（平成 28 年 1 月）。さらに、「国立公園満喫プロジェクト」の対象地域として 8 つの国立公園の一つにも選ばれました（同年 7 月）  
[表 2-2]。

各取組の概要は、以下のとおりです。釧路市としては、こうした好機をいかに地域で受け止め、活かしていくかが重要になります。

#### ●観光圏整備計画・実施計画

観光圏は、自然・歴史・文化等において密接な関係のある観光地を一体とした区域であって、区域内の関係者が連携し、地域の幅広い観光資源を活用して、観光客が滞在・周遊できる魅力ある観光地域づくりを促進するものです。観光庁は、観光圏整備法に基づき、観光圏整備実施計画を認定するとともに、各種法律の特例や補助制度等により観光圏の形成を支援し、国際競

争力の高い魅力ある観光地域づくりを推進しています。平成 28 年 11 月現在、改正された「観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する基本方針」に基づく観光圏として、13 の観光圏整備実施計画が認定されています。

釧路市は、弟子屈町と連携して釧路湿原・阿寒・摩周を「観光圏」として一体化を進めてきており、平成 22 年 4 月には「釧路湿原・阿寒・摩周観光圏整備実施計画」が、平成 27 年 4 月には「水のカムイ観光圏整備実施計画」が認定されました。

### ●広域観光周遊ルート形成計画

観光庁では、平成 27 年度から、テーマ性・ストーリー性を持った一連の魅力ある観光地域をネットワーク化し、訪日外国人旅行者の滞在日数に合わせた広域観光周遊ルートを形成することにより、訪日外国人旅行者の地方の周遊の促進による地域の活性化を図る事業を進めています。平成 28 年 11 月現在、11 の広域観光周遊ルート形成計画が認定されています。

釧路市を含む広域観光周遊ルート計画「アジアの宝悠久の自然美への道ひがし北・海・道」は、平成 27 年 6 月に認定されました。ひがし北海道の四季折々の大自然、景観、食等を活用し、富裕層をターゲットに誘客を図るとともに、道央圏に集中したインバウンド（訪日外国人旅行者）を呼び込むこととされています。

### ●観光立国ショーケース

また、観光庁は「日本再興戦略 改訂 2015」（平成 27 年 6 月閣議決定）に基づき、訪日外国人旅行者を地方へ誘客するモデルケースを形成する取組である「観光立国ショーケース」として、北海道釧路市、石川県金沢市、長崎県長崎市の 3 都市が平成 28 年 1 月に選定されました。3 都市における観光資源の磨き上げ、ストレスフリー<sup>13</sup>の環境整備、海外への情報発信などの取組に対して、関係省庁が連携した施策を集中投入することにより、多くの訪日外国人旅行者に選ばれる、観光立国ショーケースの形成を図ることとされています。

釧路市では、「Super Fantastic KUSHIRO 世界トップクラスの自然に抱かれ、自然との共生文化を体感するカムイの休日」を目指すべき目標像とし、ここだけにしか存在しない“自然”と“自然共生思想”との一体的体感空間でのプレミアムプログラム<sup>14</sup>によって、欧米豪・アジア圏の富裕層市場の獲得を成功させ、さらなる高みを目指すこととしています。

### ●国立公園満喫プロジェクト

「明日の日本を支える観光ビジョン」<sup>15</sup>に基づき、環境省では、日本の国立公園を世界水準の「ナショナルパーク」としてのブランド化を図ることを目標に、「国立公園満喫プロジェクト」を実施することとしています。訪日外国人を惹きつける取組を計画的、集中的に実施する国立公園として、釧路市を含む「阿寒国立公園」をはじめ、8 カ所の国立公園<sup>16</sup>が平成 28 年 7 月に選定されました。そこでの成果を全国の国立公園に展開し、平成 32 年までに訪日外国人数の国立公園利用者数を 1,000 万人にすることとされています。

<sup>13</sup> ストレスがないこと。精神的緊張や体の不調がなく、穏やかであること。（デジタル大辞泉より）

<sup>14</sup> 上質な体験のこと。

<sup>15</sup> 第 1 章（1）の 6 頁参照。

<sup>16</sup> 阿寒国立公園、十和田八幡平国立公園、日光国立公園、伊勢志摩国立公園、大山隠岐国立公園、阿蘇くじゅう国立公園、霧島錦江湾国立公園、慶良間諸島国立公園。

先導的モデル公園において、①上質で自然と調和した宿泊・滞在拠点の整備とそれらを中心とした自然景観の徹底した改善、②大自然の中に身を置き体感できるよう大胆な利用の拡大に向けた取組を各省連携で進めることとされています。

表 2-2 釧路市の国の施策への取組

名称	省庁/ 認定日	エリア	目的
観光圏整備計画・ 実施計画 「水のカムイ観光圏」 (※新観光圏)	観光庁 平成 27 年 4 月 10 日	北海道釧路 市、弟子屈 町(釧路湿 原・阿寒・ 摩周)	自然・歴史・文化等において密接な関係のある釧路湿原・阿寒・摩周を「観光圏」として一体化し、魅力ある観光地域の形成を図る。
広域観光周遊ルート 形成計画 「アジアの宝 悠久の自然美への道 ひがし北・海・道」	観光庁 平成 27 年 6 月 12 日	富良野地 区、十勝川 温泉地区、 知床地区、 釧路地区等	ひがし北海道の四季折々の大自然、景観、食等を活用し、富裕層をターゲットに誘客を図る。道央圏に集中したインバウンド(訪日外国人旅行者)の呼び込みも目的としている。
観光立国 ショーケース	観光庁 平成 28 年 1 月 29 日	北海道釧路 市	観光資源の磨き上げ、ストレスフリーの環境整備、海外への情報発信などの取り組みに対して、関係省庁が連携した施策の集中投入により支援し、2020 年までに観光立国ショーケースの形成を図る。
国立公園 満喫プロジェクト	環境省 平成 28 年 7 月 25 日	阿寒国立公 園	世界水準の「ナショナルパーク」としてのブランド化を図り、2020 年までに国立公園の訪日外国人利用者数 1,000 万人を目指す。先導的モデル公園において①上質で自然と調和した宿泊・滞在拠点の整備とそれらを中心とした自然景観の徹底した改善、②大自然の中に身を置き体感できるよう大胆な利用の拡大に向けた取組を各省連携で進める。

## （２）第一期ビジョンの評価

第二期ビジョン策定に向けて、第一期ビジョン計画期間中の取組実態、関係者の見方、捉え方をここでは整理します〔図 2-16〕。計画期間中の評価方法を整理した上で、第一期ビジョンで掲げた方向性、内容に対しての実施状況の評価を行います。評価にあたっては、第一期ビジョン期間中に、事業の主体として関わった官民の関係者に対するヒアリング調査の結果や、設置した検討委員会やワーキング部会にて挙げられた意見などを踏まえて整理しています。

### ●評価の方法

第一期ビジョンでは、計画期間を前期、中期、後期の 3 期に区分し、各期末に進捗状況の確認と評価を実施しました。第一期ビジョン期間中に行った評価は、主に事業評価です。評価対象は、9 つある各戦略に位置づけられたモデル事業としました。評価結果は、誰でも情報にアクセスし閲覧できるようホームページ上で公開しています。

### ●評価の結果

第一期ビジョン期間中は、ビジョン策定時には想定されてなかった社会経済環境の変化（リーマン・ショック、自然災害など）や観光旅行市場の変化（インバウンドの急増など）などが生じました。新たに生じた急激な変化への対応が幾度か求められましたが、第一期ビジョンで掲げた目標像や戦略（分野）は概ね現在の釧路市の観光においても通用するとの意見が挙げられました。戦略（分野）は同じであっても、釧路市の観光が置かれた環境やその変化を読み取り、取組の視点・切り口を変化させることが必要との意見も挙げられました。

また、ビジョンの進捗管理・計画評価については、ビジョン策定の経緯や背景などに対する理解を継続すること、環境変化に応じて内容の見直しを行うことなど、意見が挙げられました。

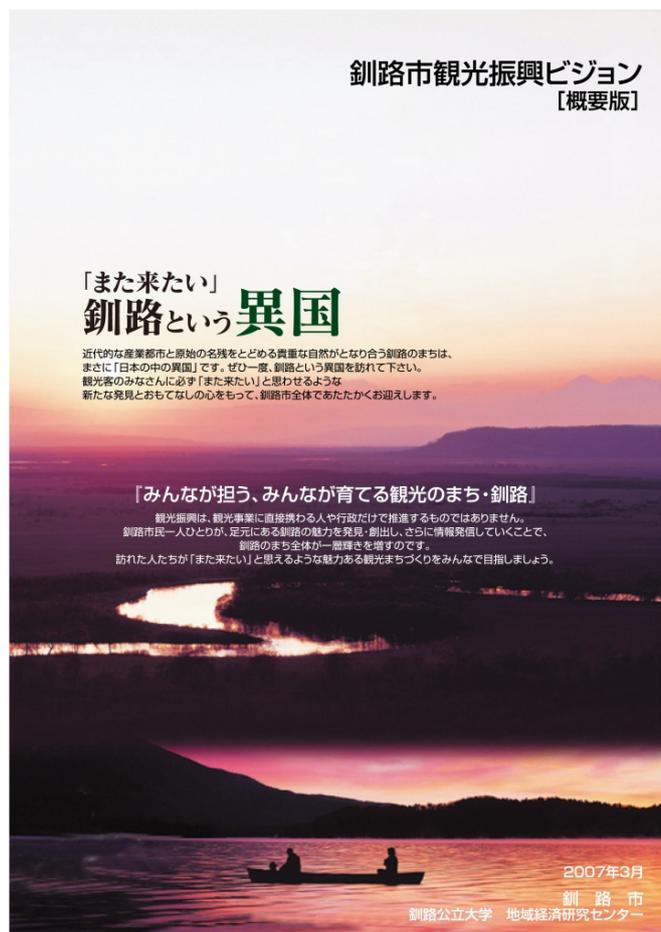


図 2-16 釧路市観光振興ビジョン概要版

### (3) 第二期ビジョン策定に向けた課題

第一期ビジョン期間を振り返り、第二期ビジョンを策定にするにあたっての課題を整理します。

#### ●第二期ビジョン策定の方向性

第一期で示した将来像や目標、戦略（分野）は、現在にも通用することから、第二期ビジョンは、概ね第一期ビジョンの体系を受け継ぐものとし、戦略に位置づけられた事業は継続させていくものとします。ただし、社会経済環境の変化や観光旅行市場の変化、内外の政策の系譜を踏まえて取組内容を質的に変化させて展開することが重要という認識で、ビジョンを描いていく必要があります（世界水準・世界を意識した取組の質の転換など）。

また、策定後のビジョンの推進・管理を想定して、多様な主体との情報共有や他の分野との連携をこれまで以上に積極的に行うこと、第一期ビジョンの計画推進・管理の状況を踏まえ、指標の設定とPDCAサイクルのもとで計画を推進していくことが不可欠です。また、観光を取り巻く環境の変化は従来より非常に早くなっていることから、第二期ビジョン期間中に見直しの機会を設け、その中で事業継続の可否に関する判断も行うなどの対応が求められます。

#### ●重視すべき分野

第二期ビジョンで重視すべき取組分野としては、近年の環境変化を踏まえて、国際観光地形成に向けた取組（インバウンドへの対応、滞在型観光地への変革など）や広域連携、地域資源の魅力（観光施設や食など）の向上などです。

また、今後の人口減少及びそれに伴う労働力の減少を考慮しつつ、上記の重視すべき分野において取組を展開するために、観光振興に関する専門性・人材育成を強化していくことが重要です。

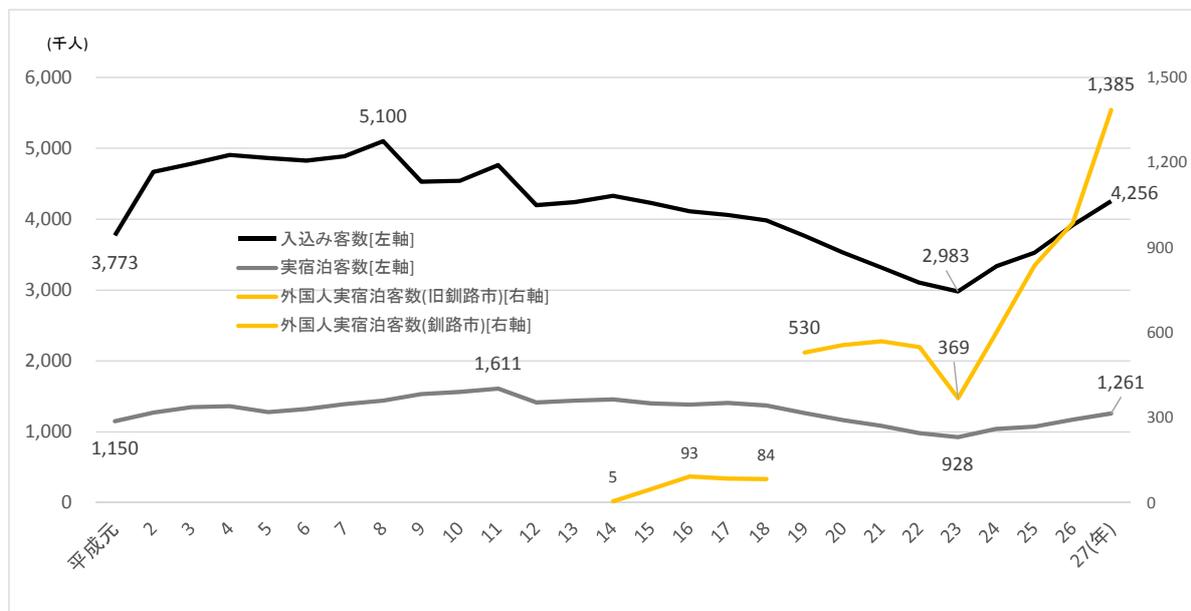


図 2-17 釧路市の入込み客数、実宿泊客数、外国人実宿泊客数の推移

出典：北海道観光入込客数調査報告書 \*外国人実宿泊客数は釧路市より提供  
平成 14・18 年は、旧釧路市のみの数値。平成 19 年以降は、合併後の釧路市全体の数値。

### 第3章 釧路市の観光が目指す姿と方向性

釧路市の観光が中長期的視点から目指す姿と方向性を示します。釧路市の観光の将来像を提示した上で、目標年次と目標数値の考え方、さらに目標達成に向けて標的とする市場イメージも提示します。

#### (1) 釧路市の観光の将来像

独自の気候・風土と阿寒湖や釧路湿原など原始的な自然環境を有する釧路市は、我が国でも誇るべき立地特性を備えています。こうした地域資源を最大限に活用しつつも、資源管理などを通じて環境に配慮し、持続可能な観光地づくりを行っていくことは、2つの国立公園を有する観光地としても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た上で産業間と地域間の連携を進めて持続可能な自立型の地域経済の実現を目指していくとともに、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・釧路を実現します。

#### 【釧路市の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により

持続可能な自立型の地域経済の実現を目指します』

この将来像を実現するために、次のメッセージを発信します。

<メッセージ>

①地域住民に対しては…

**『みんなが担う、みんなが育てる観光のまち・釧路』**

観光は、観光事業に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、釧路の魅力創出に向けた実践をすることで、釧路のまち全体が一層輝きを増すのです。誇りと愛着を持てる魅力あるまちに育てる観光まちづくりをみんなで目指しましょう。

②地域の事業者に対しては…

**『観光によって幅広い産業が元気になるまち・釧路』**

観光は、幅広い産業の存在、そして連携によって成り立つ複合産業です。裾野の広い産業であるということを今一度理解し、認識することにより、自らが率先して観光を発展、成長させることで共に成長し、それにより幅広い産業が元気になるまちを事業者皆さんで築いていきましょう。

③釧路を訪れる観光客に対しては…

**『また来たい、釧路という異国』**

近代的な産業港湾都市のすぐ背後に原始の名残をとどめる自然を擁する釧路のまちは、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。必ず「また来たい」と思わせるようなおもてなしを持って、市民があたたかくお迎えします。

## (2) 目標年次と目標数値の考え方

- 計画の目標年次—平成 29 年度から概ね 10 年程度
- 指標と目標数値—経済波及効果 基準年次の 2 倍(約 500 億)\*

### 〔目標の方向性〕

釧路市民みんなで観光振興を担い、来訪客数、消費単価、それぞれを増やして観光消費額を高めるとともに、みんなが観光客の来訪による恩恵を受けられるよう域内調達率を向上させ、経済波及効果を基準年次の 2 倍に高めることを目指します。

\* 基準年次—平成 21 年 観光消費額 211 億円、経済波及効果 254 億円

\* 既存計画で掲げられた数値目標と平成 21 年度の推計値、各指標の方向性をもとに設定

第二期ビジョンは、今後、釧路市が目指すべき観光の将来像とともに、その目標を実現するための戦略等を示すものです。計画の目標年次は平成 29 年度から概ね 10 年後とし、ここでは、目標達成度を測定するための指標の考え方と目標数値について示します。

まず、指標設定の考え方については、釧路市では第一期ビジョンにおいて、今後の観光振興に欠かせない視点として「量から質へ」の転換が必要との認識のもと、全国に先駆けて「量」を把握する指標から「質」を評価する指標を重視する方向に転換しました。そのために、量だけでなく、「顧客満足」(来訪者にいかに満足してもらったか)などの観光の「質」を把握できる統計を整備<sup>17</sup>し、観光客の声を踏まえた上で今後の適切な改善策を講じてきました。

また、地域における観光消費額と経済波及効果を推計して、市民に対して観光振興の意義を具体的に提示し、観光に対する地域内の理解促進も図ってきました。推計された数値は、地域において客観的に議論、検討を進める指標としての役割を果たすということも地域で認識されるようになりました。

以上のような第一期ビジョンで示した考え方やその後の取組及びその成果、そして第 1 章でも述べたその後の釧路市の政策の理念—『域内循環』、『外から稼ぐ』—を踏まえて、第二期ビジョンでは、目指す姿として掲げる「釧路市の持続可能な自立型の地域経済の実現」に向けて「経済波及効果」を最重要指標として設定することとします。釧路市としてこれらを高めていくことが重要となります。

### 【最重要指標】

#### 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観光客数、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。

これまで重視してきた「量から質へ」という考え方を引き続き継承しつつ、来訪客数、一人当たりの消費単価などの指標をそれぞれ個別に達成度合いを測定・

<sup>17</sup> 第一期ビジョンでは、9 つの戦略の一つとして「観光データ戦略整備(戦略 8)」を位置づけました。この戦略に基づき、科学的な調査研究等をさらに進め、より質の高い観光政策の形成、展開を図りました。

評価するのではなく、多様な主体が関与して行う総合的な取組の結果を示す指標として、「経済波及効果」を最重要指標として設定します。

また、第一期と同様に科学的、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などを継続的に進めていきます。調査にあたっては、これまでと同様に、雇用誘発効果も併せて調査します。

## 〔経済波及効果の推計にあたって必要となるデータ〕

### ①観光客数－

観光客数のカウントについては、入込総数、日帰り客数、宿泊客数を調べます。特に消費額の大きい宿泊客の数に関する統計を正確、かつ詳細（発地、月別、外客、消費、泊数等）に調査します。その際には、全国観光統計基準に基づいて調査地点や対象施設の精査などを実施します。

### ②消費単価－

消費単価については、次のページで示す顧客満足度等の調査と合わせて、費目別、属性別に分析することが大切です。観光客の移動は釧路市内に留まらないことから、消費場所も併せて調査します。

なお、①観光客数に②消費単価を乗じることで、「観光消費額」が推計されます。

### ③域内調達率－

観光消費を地域経済の安定的な発展に着実に結びつけていくためには、域内循環を高めていくことが重要です。最新の各種データから地域産業連関表を用いて分析します。

#### 〔コラム〕観光の経済波及効果について

観光の経済波及効果とは、地域内に訪れた観光客が、地域内で観光消費を行い、その観光消費された金額のうち、どの程度が地域経済に影響を及ぼしたのかを金額で表したものと言える。簡単には、観光客数（実数）に1人あたりの消費単価、域内調達率を乗じたものである。

$$\text{経済波及効果} = \text{観光客数 (実数)} \times \text{消費単価} \times \text{域内調達率}$$

観光の経済波及効果をより大きくしていく場合、その因数である「観光客数（実数）」「消費単価」「域内調達率」をより大きくしていくことが必要である。観光客数ばかり追い求めても、消費額単価や域内調達率が低ければ、十分な経済波及効果を得られない。どの因数を大きくしていくのかは、地域の観光特性や立地条件、産業構造によって総合的に判断し、適した観光施策をとっていくことが望ましい。

出典：『観光地経営の視点と実践』（公財）日本交通公社（本文に合わせて用語の一部を修正）

また、経済波及効果の推計に必要な上記データに加えて、以下のデータも測定していきます。

### 顧客満足度－

釧路市を訪れた観光客の満足度を調べるため、顧客満足度等の調査を実施します。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、今後の釧路市の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。

### 泊数－

国内総人口が減少する中で一人当たりの旅行回数が増加しない限り、その絶対数は減少することが予想されます。そうした状況下では、国内旅行者はもとより訪日外国人旅行者も含めて釧路市内での一人当たりの滞在日数、ここでは宿泊数を増やしていくことが観光消費の向上にとっては大切です。

以上で設定した指標については、最重要指標を高めることを第一に意識し、その構成要素である各データに関しても各数値を高めていく方向を目指します [図 3-1]。また、目標数値への到達度合いを測定・評価し、必要に応じて見直しも検討します。

なお、指標に基づき観光の実態を測定し観光政策に結び付けていくためには、数値及びその変化の背後にある具体的な活動などを調査することが重要です。数値の測定とあわせてその調査、分析にも努めます。

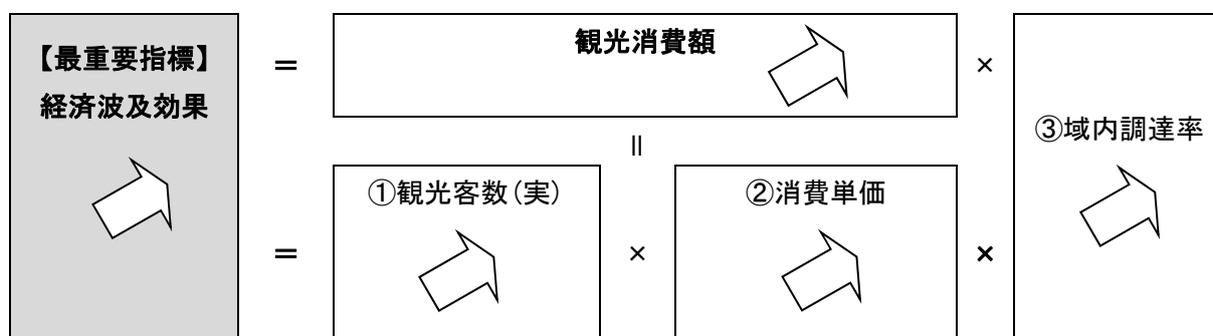


図 3-1 設定した指標及び目標数値の方向性

注：すでに策定された計画において掲げられている指標及び目標数値については、「参考資料 2.各種計画で設定された観光振興に関する目標数値」を参照。上記図中の矢印は、それらを踏まえたときに導かれる方向性。

### (3) 標的とする市場

市場に関しては、社会経済環境の変化が早い今日においては、その構成比が変化することも想定されますが、大きく既存市場と新規開拓市場に分けて考えます。

#### ●既存市場

従来から獲得している対象市場としては、主に国内市場と近年成長著しい海外市場（インバウンド）があります。国内市場に関しては、宿泊客と日帰り客のうち、宿泊客を重視します。その上で、シェアの大きい首都圏市場と近年その数を伸ばしている道内市場の獲得を狙います

[図3-2]。その他、観光旅行市場全体の縮小を勘案して、地域全体への効果の高い、釧路市での滞在泊数や来訪回数の多い来訪者、消費単価の高い観光客も重視していきます。

海外市場（インバウンド）に関しては、釧路市への来訪実績があり、成長市場である東アジア

からの観光客を引き続き獲得していきます。

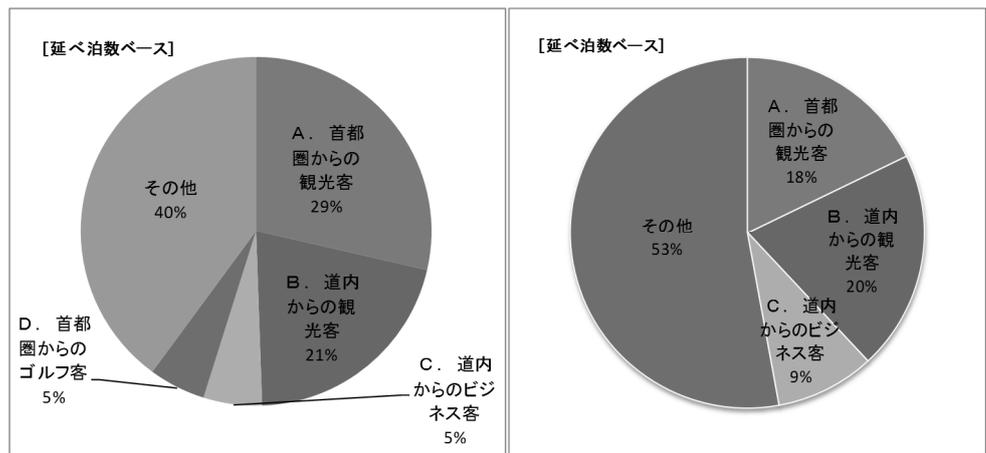


図3-2 居住地別・来訪目的別（延べ宿泊）  
 <左：夏期宿泊客> <右：秋期宿泊客>

#### ●新規開拓市場

国際情勢や為替相場等の海外市場（インバウンド）特有のリスクマネジメント<sup>18</sup>も視野に入れた上で新たな市場の開拓を行っていきます。新たに獲得していく対象市場としては、世界のエリア別観光客到着数の増加や、日本及び釧路市への来訪実態等を勘案して設定します。依然として経済発展が著しいアジア圏の新興国等を視野に入れつつ、文化に関心を示すことが見込まれる欧米豪圏、特に富裕層（潜在的有望顧客）

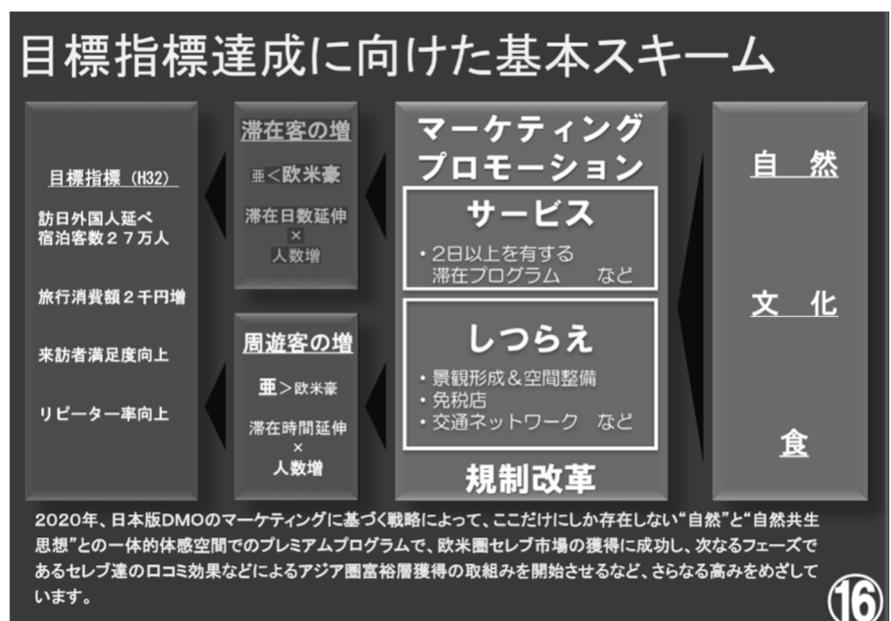


図3-3 観光立国ショーケースにおける旅行形態と標的とする市場の考え方

出典：「観光立国ショーケース 釧路市の観光立国戦略」、p. 16

<sup>18</sup> 経営活動に生じるさまざまな危険を、最少の費用で最小限に抑えようとする管理手法。危機管理。危険管理。リスク管理。(デジタル大辞泉)

## 第4章 将来像の実現に向けた観光戦略と施策

将来像の実現に向けた観光戦略と施策については、目標数値の達成に向けて、戦略推進にあたっての視点を明確にし、実現のための戦略と施策を体系的に提示すること、そして関係主体相互で共有していくことが重要です。

### (1) 釧路市の観光戦略の体系

釧路市の観光の将来像を実現するための戦略を推進するにあたって、3つの視点－「視点① 世界一級の観光地を目指して競争力向上を図る」、「視点② 観光消費の拡大及び域内循環の強化を通じて地域経済を活性化する」、「視点③ 多様な担い手が役割分担のもとで活動を推進する」－を意識します。

戦略では、観光を地域のリーディング産業として位置づける「観光産業育成分野」、釧路市民と観光客双方に魅力的なまちづくりを進めていくための「観光まちづくり分野」、今後の釧路市の観光を進めていく上で基礎となる「観光インフラ構築分野」の3つの分野を設定します。さらに分野ごとに3つの戦略を示し、目標像の実現に向けて実施すべき項目を掲げます[図4-1]。

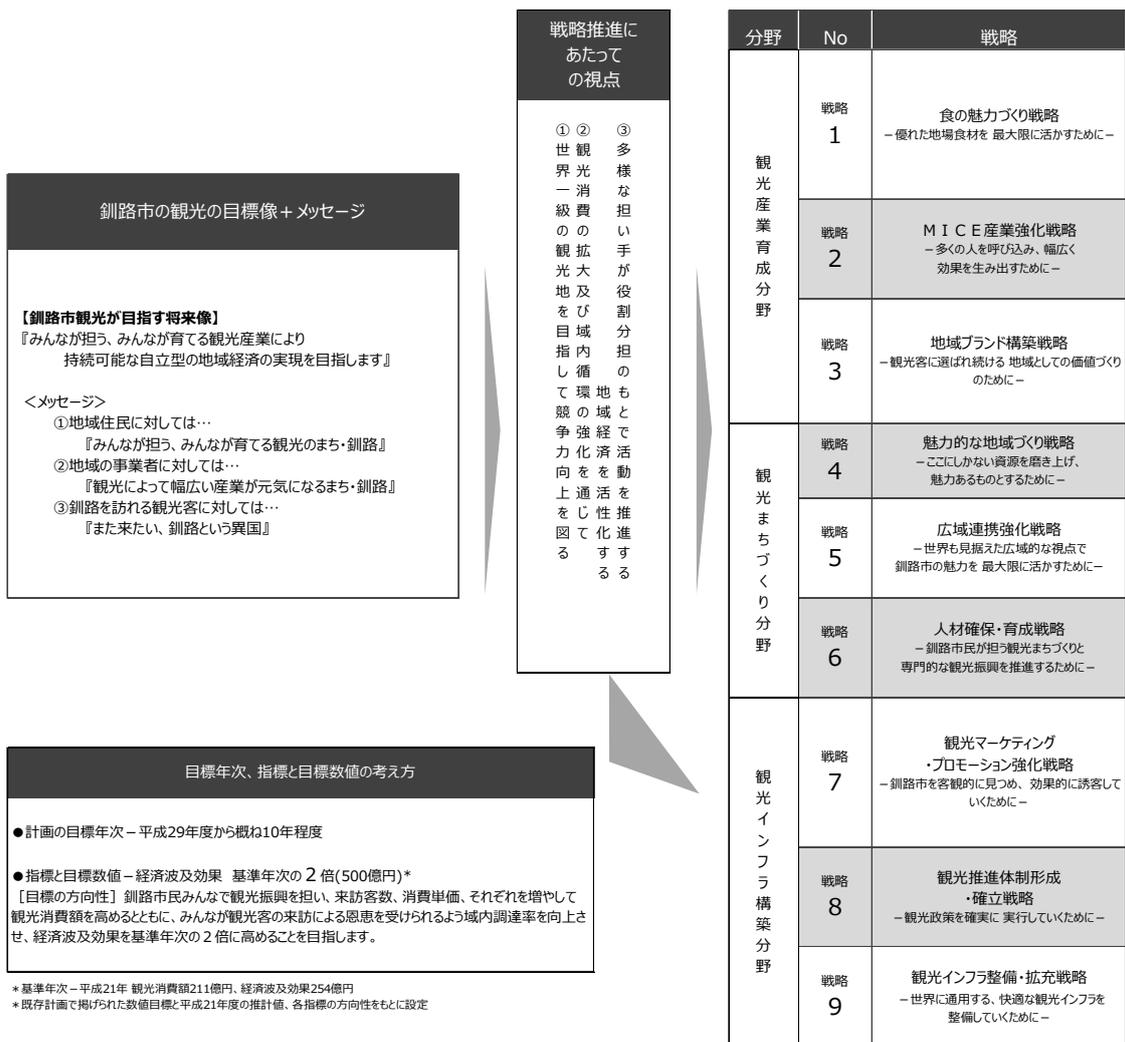


図4-1 釧路市の観光戦略の体系

## (2) 戦略推進にあたっての視点

釧路市の観光を取り巻く地域内外の環境は、ここ数年で大きく変化しています。戦略の推進にあたり、以下の3つの視点を意識して、取組の質・切り口を転換させていきます。

### 視点① 世界一級の観光地を目指して競争力向上を図る

国内の成熟した観光旅行市場への対応に加えて、インバウンドの誘致、獲得をより意識したとき、釧路市は国内の観光地のみならず、海外の観光地とも競争していくことが求められます。世界レベルでの地域間競争を勝ち抜くためには、地域の総合的・総体的な魅力や商品・サービスを世界水準にまで引き上げ「世界一級の観光地」となる必要があります。

近年は、国内外からの釧路市の自然、歴史、文化に対する関心が高まりつつあることから、観光圏整備計画や広域観光周遊ルート形成計画、観光立国ショーケース、国立公園満喫プロジェクトなど進行する計画・事業と密接に連動させながら競争力向上を図っていくことが重要です。

### 視点② 観光消費の拡大及び域内循環の強化を通じて地域経済を活性化する

観光を地域経済の安定的な発展に結びつけ、自立的な地域経済の確立を目指すためには、観光客の消費を維持、拡大させ『外から稼ぐ』とともに、産業間連携、地域連携を通じて域内での財の循環を促進、強化させる視点が重要です。国内外の観光客のニーズを深く的確に精査し、来訪した観光客が消費したくなる商品・サービスの創出や、消費を促すような滞在環境の整備など観光客の消費喚起、拡大に向けて総合的に取り組んでいくことが重要です。また、観光消費を着実に地域経済に結びつけるためには、原材料購入等により域外に流出していた資金を域内に還元させ『域内循環』を高めていくことが不可欠です。

### 視点③ 多様な担い手が役割分担のもとで活動を推進する

世界一級の観光地を目指して競争力向上を図り、観光消費の拡大及び域内循環の強化を通じて地域経済を活性化するためには、多様な担い手が釧路市の観光に対して関心を持ち、理解し、関与していくことが大切です。

ただし、市内の人口減少及び高齢化の進展に伴い、担い手も減少していくことが予想されることから、多様な担い手が共通のビジョンのもとで役割分担を行い、活動を推進していくという視点が必要となります。

### (3) 戦略と具体的施策・事業のイメージ

先の3つの視点のもと、将来像の実現に向けて実施すべき3つの分野に設定した9つの戦略及び各戦略ごとの具体的施策を掲げます [表 4-1]。

表 4-1 9つの戦略と具体的施策

分野	No	戦略名	具体的施策(40)
観光産業育成分野	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—	①食材の域内調達の促進 ②地場食材を活かした加工品の開発 ③食を楽しむ魅力的な空間づくり ④地域の食の魅力を担う人材育成 ⑤食の高付加価値化 ⑥食の品質維持・管理の仕組みづくり
	戦略2	MICE産業強化戦略 —多くの人を呼び込み、幅広く効果を生み出すために—	①MICE関連産業の実態・実績把握 ②グローバルMICE誘致の推進 ③MICE誘致・開催促進 ④ユニークベニュー・プレ／ポストツアー(アフターMICE)等の充実
	戦略3	地域ブランド構築戦略 —観光客に選ばれ続ける地域としての価値づくりのために—	①地場産品の差別化 ②観光・サービス産業の高付加価値化 ③地域の特色を活かした誘客・滞在促進 ④地域イメージの醸成 ⑤観光地としての危機管理
観光まちづくり分野	戦略4	魅力的な地域づくり戦略 —ここにしかない資源を磨き上げ、魅力あるものとするために—	①潜在的な魅力の発掘と観光活用 ②自然環境資源を持続的に活用できるナショナルパークの整備 ③自然と共生する「アイヌ文化」を体感できる歴史文化交流ゾーンの整備
	戦略5	広域連携強化戦略 —世界も見据えた広域的な視点で釧路市の魅力を最大限に活かすために—	①観光圏や釧路管内、ひがし北海道における広域連携 ②広域観光における滞在プログラムの構築 ③北海道全体での広域連携 ④エリア相互の連携と補完
	戦略6	人材確保・育成戦略 —釧路市民が担う観光まちづくりと専門的な観光振興を推進するために—	①人材の発掘と確保 ②人材育成プログラムの整備 ③おもてなし精神の醸成 ④観光関連事業者の意識改革
観光インフラ構築分野	戦略7	観光マーケティング・プロモーション強化戦略 —釧路市を客観的に見つめ、効果的に誘客していくために—	①基礎的な観光統計類の整備 ②調査を通じたデータの取得、分析 ③データを活用した観光政策の立案 ④観光情報発信体制の充実 ⑤多様なマーケットに応じた情報発信及び誘客プロモーション ⑥釧路の“旬”を活かした情報発信
	戦略8	観光推進体制形成・確立戦略 —観光政策を確実に実行していくために—	①DMOの形成・確立 ②産・官・学・市民の連携による観光地マネジメントの実現 ③安定的な観光財源の確保 ④政策の評価と見直し
	戦略9	観光インフラ整備・拡充戦略 —世界に通用する、快適な観光インフラを整備していくために—	①まちなかのにぎわいづくり ②観光施設、文化・スポーツ施設の魅力づくり ③“陸・海・空”交通インフラ&ネットワーク整備 ④ユニバーサル&ストレスフリー環境整備

## 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—

#### 【戦略の狙い】

観光客が旅行をする際には食が大きな魅力になっており、中でも地場食材や地元の名物料理に対する期待が高いといわれます。北海道は全般的に「食べ物が美味しいところ」というイメージを持たれていますが、釧路市は海産物や酪農製品をはじめとして、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のアピールすることが可能です。また、地場食材と食文化を積極的に活用して観光客に提供することは、観光客側の期待に応えるだけでなく、地域への経済波及効果という側面からも大きな意味を持っています。それは、地元で生産された食材が地元で消費され、域内での循環型経済の実現につながるからです。

釧路市の強みである食にあらためて注目して、食材の域内調達率を高めていくとともに、その魅力、付加価値を高めていくために、加工品に地場食材を活用することや食を楽しむ魅力的な場所をつくっていきます。また、生産者や料理人など食を提供する側の意識向上にも取り組めます。

#### 【具体的施策】

##### ①食材の域内調達の促進

「域内調達率」とは、おおまかに言えば、産業に必要となる原材料のうち、どれだけの割合で地域内（ここでは釧路市内）から仕入れているかという数値のことです。原材料の仕入れの際に同じ量のモノとお金が動くのであれば、域内調達率が高いほど釧路市内での循環型経済の実現に近づきます。

特に観光客が原材料の仕入れ先を気かけ、地元産の原材料を使用していることがプラスに評価される顕著な例が、飲食メニューに使用される食材です。また、食料品を含む各種土産品の原材料についても、同様のことが言えます。

ここでは、域内調達率を高めて地域産業の活性化を進めるため、「地元産」を意識した食材の域内活用を図ります。そのために、市内の既存の取組も踏まえて食材を中心とする地産地消の体制づくりを進め、食の産地ならではの強みを活かし、域内調達率向上に資する取り組みを図ります。

#### 具体的事業のイメージ

- 生産者・流通事業者などで構成される「地産地消ネットワーク」による地産地消活動の推進
- 地元企業と連携した地産地消のPR

##### ②地場食材を活かした加工品の開発

釧路市は優れた食材の生産地であるがゆえに、「素材としての魅力」（品質、鮮度など）の優位性で勝負している側面が強く、それを活かした加工品開発の面では、さらに魅力づくりを進める余地が大きいと言えます。また釧路市に限らず、道内の食材は「北海道産」としてひとく

くりにされてしまうことも多く、製品から明確な地域イメージが連想されにくいという悩みもあります。

こうした現状を踏まえ、地場食材を活用し、観光客にとって魅力的で、また地域側にとっては製造・販売を通じて高い付加価値を得られる加工品開発を推進します。結果として釧路市名物として購買意欲を喚起し、市内での買い物の楽しみの創出と、加工製品を通して質の高い食材をPRすることにもつながります。

**具体的事業のイメージ**

- 地元食材を活用した食の魅力づくり
- 地域資源の普及と商品化
- 地場産品の商品開発や人材育成等の支援

### ③食を楽しむ魅力的な空間づくり

食事をする際には、料理の味や見た目だけではなく、食べる場所の雰囲気や食べるまでの過程が重要な意味を持ちます。例えば、食事場所から見える風景や、食事提供のサービスと言った要素です。これらに配慮した食事場所の整備に取組み、特に農場や牧場、港周辺など、食材生産と関連の深い空間の活用を進めていきます。あわせて食にまつわる様々な体験型メニューなどの掘り起こしが必要です。このように食を楽しむ空間づくりに力を入れることで、食事の付加価値を高めていきます。

**具体的事業のイメージ**

- 釧路「自然」・「食」くつろぎ農村空間づくり
- 食の魅力を活かした体験型メニューの造成
- 外国人観光客に配慮したサービスや魅力の向上



＜和商市場の勝手井＞



＜釧路川リバーサイドの岸壁炉ばた＞

### ④地域の食の魅力を担う人材育成

魅力ある食を提供していくためには、食に関わる主体が釧路市の食材や加工品に誇りを持ち、域内で消費していくという意識を持つことが大切です。まずは食材の生産者、加工事業者、料理の提供者など、関係者間にこのような意識を浸透させるための取組を行います。また、将来も含めてこの地域の食の魅力を担保していくため、地域内の地産地消や食育に関する取組と連携しつつ、市民も含めて地場食材を見直す取組を行っていきます。



## 戦略2. MICE産業強化戦略

—多くの人を呼び込み、幅広く効果を生み出すために—

### 【戦略の狙い】

「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することを目指した交流産業です。大規模イベントの実施や会議開催は、一時的とは言え地域への来訪者の大幅増が期待できるとともに、会議開催に際して需要の高まる様々な関連産業に大きな波及効果を与えます。加えて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。

釧路市は、「ラムサール条約第5回締約国会議」（平成5年6月）、「第1回日中韓観光大臣会合」（平成18年7月）、「東アジア・オーストラリア地域フライウェイ・パートナーシップ会議」（平成27年1月）など、世界規模の国際会議の開催実績を持っており、この経験は周辺他地域と比較して大きな優位性と言えます。この蓄積を活かし、世界から多くの人を呼び込み、幅広く効果を生み出すために、更なる受入れ体制の整備やMICEの誘致・開催促進、ユニークベニューやプレ/ポストツアー（アフターMICE）<sup>19</sup>の充実などに積極的に取り組むことで、MICEに関連する産業の活性化を図ります。

### 【具体的施策】

#### ①MICE関連産業の実態・実績把握

釧路市は上で触れた三つの国際会議を始めとして、コンベンション<sup>20</sup>の誘致・開催に取り組んできた実績を持ちます。こうした実績に加え、受け入れ体制（会場、開催規模、交通面の対応、宿泊施設の確保など）や、MICEに関連する産業を詳細に把握しておくことで、今後のMICE産業推進につなげていくための課題抽出や情報発信源として活用します。

更に、MICE産業に関連する他産業への協力や意識醸成を図るための情報発信ツールや情報媒体の作成・配布を行い、地域内の産業間での連携をより一層強化していきます。

具体的事業のイメージ

- MICE体制の強化

#### ②グローバルMICE誘致の推進

国際的なMICE誘致競争が激化する中、海外競合国・都市との厳しい誘致競争に打ち勝つために、今後、釧路市としてどのようにMICEを誘致していくのか、どのように受け入れるのかについて共通認識を持つために、基礎的な実態把握を行います。そして、MICEマーケティング戦略の高度化、MICE誘致能力・体制の強化、受入環境の整備等に取り組むためのグローバルMICE誘致推進に向けて、体制づくりに取り組みます。

具体的事業のイメージ

- グローバルMICE体制づくり

<sup>19</sup> ユニークベニューやプレ/ポストツアー（アフターMICE）については、次ページの本文及び脚注を参照。

<sup>20</sup> 集会。また、政治・社会団体などの代表者会議。博覧会や見本市などの大規模な催しなど。（デジタル大辞泉より）

### ③MICE誘致・開催促進

現在でもコンベンション関連情報は発信されており、今後もMICEの誘致・開催を進めていくためには引き続き積極的・戦略的なプロモーションが必要になります。そのためにも、釧路市内で把握した受け入れ態勢の実態をもとに、様々なMICEの開催形態に対応したプランを提案できるような素地をつくります。その上で、ホームページ、パンフレットの活用や、各種団体を対象としたプロモーションを行い、MICE開催地として魅力的な釧路市をアピールします。

#### 具体的事業のイメージ

- MICE誘致・開催の支援
- スポーツMICEの誘致推進

### ④ユニークベニュー・プレ/ポストツアー（アフターMICE）等の充実

MICE開催に合わせて、歴史的建造物や博物館や劇場、公的空間等の“特別な場所”＝ユニークベニュー（Unique Venue）で会議やレセプションを開催することにより“特別な体験”を創造し、特別感や地域特性を演出して魅力を印象づけていきます。例えば、国立公園の自然環境の中でレセプションを開催する等、釧路らしいユニークベニューを創出していきます。

また、MICEをきっかけとして釧路市を訪れた方々に、「もう少しゆっくり滞在したい」、「今度はプライベートで訪れたい」と思ってもらうためにも、少ない時間でどれだけ釧路市の楽しみや魅力を伝えるかが重要になります。会議やイベントの前後に、また、同伴者に釧路市を楽しんでいただくためにも、配偶者プログラムやテクニカルビジット（Technical Visit）<sup>21</sup>など、MICE参加者向けのプレ/ポストツアー<sup>22</sup>（アフターMICE）等を充実させていきます。

#### 具体的事業のイメージ

- MICE受入の支援
- アトラクション・ユニークベニュー・アフターMICEの開発と提案



＜観光国際交流センターでの国際会議の風景＞



＜会議開催に伴うアフターMICE＞

<sup>21</sup> 先進技術を学びに行く視察旅行のこと。産業視察だけでなく、行政視察も含まれる。（JTB 総合研究所ホームページより）

<sup>22</sup> 会議開催前（プレコンフェレンス）或は閉会后（ポストコンフェレンス）に計画された、会議出席者及び同伴者のための旅行。（JNTO ホームページより）

## 戦略3. 地域ブランド構築戦略

—観光客に選ばれ続ける地域としての価値づくりのために—

### 【戦略の狙い】

鉏路市には、ここにしかない自然環境や歴史・文化や、質の高い食材、地場産品等地域内外にアピールできる地域資源が数多くあります。しかし、国内外の有名な観光都市のように「鉏路」という単語自体に観光客が魅力を感じるほど、地域の魅力が市場側には十分に伝わっていないという状況にあります。

鉏路市が観光客に選ばれ続ける地域となるためには、観光産業のイノベーション<sup>23</sup>に取組み、施設やサービス面で競争力を高めていくことはもちろんですが、「鉏路」と聞いて具体的なイメージを思い起こしてもらえるよう、地域ブランドを構築していく必要があります。近年の長期滞在の取組により認知度が高まっている「涼しい鉏路」はその一例と言えます。

こうした地域ブランドの構築と、それを支える地場産品をはじめとする様々な資源を商品化し、地域ならではのものへと差別化を図ることで、国内外から選ばれ続ける価値を持った地域づくりを進めます。

### 【具体的施策】

#### ①地場産品の差別化

地域に眠っていた資源を利活用した商品開発を行い、地場産品の商品化を進めることで鉏路の地域資源を有効に活用していきます。また、商品に地域ならではの付加価値を加えることで差別化を図り、鉏路市の強みをアピールしていきます。

##### 具体的事業のイメージ

- 地場産品を活用したふるさと納税 PR
- 地域材利活用の推進

#### ②観光・サービス産業の高付加価値化

国内の成熟した旅行市場や、海外の観光地との競争に対応していくために、経営、施設の維持管理、現場の運営、後背部門の業務などにおけるイノベーションを促進し、それらを通じて観光・サービス産業の高付加価値化を図っていきます。ハード、ソフトの両面において改善、拡充を図るとともに、必要に応じて滞在に資する、生活サービスも含めた施設の整備や企業の誘致なども検討していきます。

##### 具体的事業のイメージ

- 富裕層向けのサービスの研究

<sup>23</sup> イノベーションとは、革新、あるいは技術革新の意。企業活動において、従来とまったく異なる非連続的な発想や技術の導入によって、それまでになかった問題解決の手法を生み出すことを指す。(グロービス・マネジメント・スクール公式ホームページより)

### ③地域の特色を活かした誘客・滞在促進

釧路市にしかない自然環境、歴史・文化、そして産業に関する情報を、観光客の居住地（以下、発地）、観光客が来訪する地域（以下、着地）、それぞれで充実させ、釧路の魅力を最大限に伝え、観光客の誘客や滞在の促進に結び付けていきます。

発地に対しては、地域イメージを強く印象づけ来訪意欲を喚起する情報を、着地においては、多くの人々が訪れる場所・施設で戦略的に情報を発信し、地域イメージを市場に対して強く印象付けていきます。発信内容としては、観光面でこれまで着目されてきた地域資源や市場が抱く観光地としてのイメージのみならず、より幅広い資源や施設、環境等を活かしながら誘客プロモーションを行っていきます。涼しい夏やスギ・ヒノキの花粉が観測されず、花粉症の方が過ごしやすい冬～春など、特色ある気候も発信できる材料の一つです。

#### 具体的事業のイメージ

- 長期滞在の推進
- 合宿・研究等の誘致促進



<長期滞在ガイドブック>

\*くしろ長期滞在ビジネス研究会の取組



<長期滞在者向けの見学会の様子>

### ④地域イメージの醸成

地域イメージを構成する素材、資源、商品、技術等を保存、継承していくとともに、地域に住む住民一人ひとりがそれらを有する価値を深く認識し、地域内外に対して的確に発信していくことが重要です。そのために、市民に対する情報発信や資源に触れられる機会を積極的に設けて、地域イメージを維持・管理していきます。

#### 具体的事業のイメージ

- 釧路の歴史・文化など知識を底上げする「くしろ検定」の実施
- 釧路の魅力発信サポーターの育成

### ⑤観光地としての危機管理

観光客が安全で安心して過ごせるように体制や仕組みを整備していきます。自然災害や人災による事故など様々な事態を想定して、日ごろから準備、訓練をしておくことが大切です。例えば、道の駅など、地域の拠点となる既存施設とは、防災の観点から連携を図っていくことが重要です。

また、来訪者への対応だけでなく、様々な危機が発生した際にその影響を最小限に止め、早期に事業、産業を回復させるための方策を検討すること等も考えられます。

#### 具体的な事業のイメージ

- 大規模自然災害に備えた計画の策定
- 観光客向け緊急時対応体制の構築



<雌阿寒岳火山防災ガイドブック>

<観光まちづくり分野>

## 戦略4. 魅力的な地域づくり戦略

—ここにしかない資源を磨き上げ、魅力あるものとするために—

### 【戦略の狙い】

全国でも極めて稀な2つの国立公園を有する都市である釧路市は、貴重な自然環境資源を後世に残していく使命も担っています。かけがえのない地域資源のもとで地域文化が育まれてきたからこそ、現在の釧路市の観光が成り立っていることを改めて認識し、資源の持続的な活用と周辺と一体となった面的整備を促進することで保全と活用に取組み、地域住民、観光客、自然環境資源が共存し続けられる魅力ある地域づくりを実現します。

### 【具体的施策】

#### ①潜在的な魅力の発掘と観光活用

世界に誇る釧路市固有の自然、歴史、文化を核に観光振興を進めていくのはもちろん、地元の人だけが知る、もしくは地元の人でも気づいていない潜在的な資源を掘り起こし、PRを行っていきます。そのために、まずは地域に出向き、地域を知るための機会を設けます。その上で、改めてどのような資源があるのかを認識し、今後の活用方を市民自身で考えていきます。地域の産業を活用した体験観光や、マイナスのイメージで捉えられていた冬季間の活用など、観光の対象としてそれほど注目されてこなかった資源の発掘と活用の方策を検討します。

また、長期滞在客の増加やインバウンドの来訪増加により、地域の人だけがこれまで利用していた施設、例えば、こども遊学館や図書館などの社会教育施設や、地域でのコミュニティ活動も釧路市の魅力の一つになり得ることから、客層の変化及びリピーターの獲得を意識して取組を行っていきます。

#### 具体的事業のイメージ

- 自然や歴史等地域資源の磨き上げ
- 釧路で楽しむガイドツアープログラムの造成と情報発信



<こども遊学館>



<中央図書館開館予想図>

## ②自然環境資源を持続的に活用できるナショナルパークの整備

二つの国立公園をはじめとして本市に残る優れた自然環境を後世にわたって保護、継承するとともに、その適正かつ持続可能な利用を図り利用者に自然や文化を体験してその価値を理解してもらうことが重要です。そのための環境整備を行い、世界のナショナルパークに相応しい個性的なまちなみ景観と空間を一体的に整備するとともに、多様な来訪者に対応する体制整備、アクティビティの充実なども図っていきます。

### 具体的事業のイメージ

- 阿寒湖と周辺湖沼群の世界自然遺産登録の推進
- 阿寒国立公園・釧路湿原国立公園に関する環境整備
- 個性的なまちなみ景観整備



<阿寒国立公園>



<釧路湿原国立公園>

## ③自然と共生する「アイヌ文化」を体感できる歴史文化交流ゾーンの整備

阿寒地区は、その雄大な自然環境はもとより、我が国の先住民族であるアイヌの文化を体験できる場としても、世界各地から訪れる人々を魅了するものと考えられます。アイヌの文化をより体系的に伝えられるよう、自然などに配慮した地域です。アイヌの文化を体系的に伝えるために、自然や文化に配慮して周辺環境の整備を行うとともに、アイヌアートの収集や展示、アイヌ文化の継承者の育成など行っていきます。

### 具体的事業のイメージ

- アイヌ文化のトータルブランド化
- アイヌ文化展示の魅力向上
- アイヌ文化の情報発信



<阿寒湖アイヌシアターイコロ>



<アイヌ民族の木彫り>

## 戦略5. 広域連携強化戦略

—世界も見据えた広域的な視点で釧路市の魅力を最大限に活かすために—

### 【戦略の狙い】

釧路市には、自然環境や社会環境、加えてこれまでの観光への取組状況も含め、多様な地域（第5章を参照）が含まれています。こうした地域の特性を踏まえた上で、観光における各地域の役割分担を明確にします。これまで持っていなかった魅力を相互に補完し合い、しっかりと連携を取ること、そして、国内はもとより世界から訪れる旅行者の視点で、広域的な釧路市の位置づけを改めて捉えることで、釧路市の魅力を最大限に活かす観光政策を進めていくことが重要です。さらに、釧路市内だけにとどまらず、周辺の質の高い自然資源を有する地域とも連携強化を図ることで、ひがし北海道の観光拠点を目指します。

### 【具体的施策】

#### ①観光圏や釧路管内、ひがし北海道における広域連携

釧路市内においての連携に加え、質の高い自然資源を有する隣接地域や釧路管内及び根室管内、ひがし北海道全体を意識した連携を進めていくことは、他地域を訪れた観光客を釧路市に誘致することにもつながります。また、高速道路の開通などの環境変化や観光圏整備、広域観光周遊ルートの形成、十勝や網走をはじめとした広域圏を意識した効果的なマーケティングを行っていくことが必要となります。ひがし北海道全体の観光分野のリーダーとして、釧路市が率先してこれからの観光産業に期待される役割や観光による地域活性化の考え方、豊かな自然環境を活かした観光振興のあり方など、釧路市の観光の理念となる考え方を連携する地域と共有し、広域的な観光エリアとしてのブランド力を高めます。また、ひがし北海道内における各地域と情報共有し、観光客に提供できる体制を整えることで、ひがし北海道における釧路市の観光拠点としての機能を強化します。

#### 具体的事業のイメージ

- ひがし北海道における空港連携による海外観光客の誘致
- ひがし北海道における広域観光周遊ルートの推進
- 周辺自治体との連携の推進
- 釧路市・弟子屈町における水のカムイ観光圏の推進

#### ②広域観光における滞在プログラムの構築

観光客が地域で滞在するために、滞在に資する生活サービスに加えて、滞在プログラム、アクティビティなど地域をより深く知り体験し時間を過ごすための仕組みを、近隣市町村をはじめとした周辺地域と連携しながら構築していきます。例えば、バードウォッチングやカヌー、フィッシングなども滞在を進める上でのプログラムとして捉えられます。

釧路市は、2つの国立公園をはじめ、自然環境資源が大きな魅力要素となっていることから、こうした地域資源を維持し、観光産業との共存を図ることにおいて、プログラムやガイドは非常に重要な意味を持ちます。

具体的事業のイメージ

- 釧路市・弟子屈町における水のカムイ観光圏の推進（再掲）



<冬の釧路川カヌー下り>



<阿寒湖滝口の紅葉>

### ③北海道全体での広域連携

北海道は、国内のみならず訪日外国人旅行者からも選ばれる観光地となっています。釧路市は、北海道内の中核都市として他の道内中核都市（札幌・旭川・函館・帯広・北見）と連携し、観光客の誘客、プロモーションなどの観光事業を共同で取り組んでいきます。

具体的事業のイメージ

- 道内中核都市観光連携協議会の推進

### ④エリア相互の連携と補完

各エリアの観光施策といっても、全ての地域が集客に力を入れる訳ではなく、集客拠点で消費される食材の供給機能や、情報の発信機能など、様々な役割があります。例えば、釧路市街地エリアにない酪農製品を山花公園・阿寒丹頂の里エリアや音別エリアから供給し、阿寒湖温泉エリアにない農作物を釧路市街地エリアや音別エリアから供給する、また、釧路市街地エリアにきた観光客を阿寒湖温泉エリアや音別エリアに誘致するなど、地域が相互に連携し、補完していくことで、釧路市が一体となった観光体制が実現します。

具体的事業のイメージ

- エリアを越えた地域資源の活用
- 一元的な情報発信の構築

## 戦略6. 人材確保・育成戦略

### — 釧路市民が担う観光まちづくりと専門的な観光振興を推進するために —

#### 【戦略の狙い】

訪れる人、地域に住んでいる人双方にとって魅力的な観光地を実現するためには、観光事業者をはじめ、民間企業、市民、行政など多様な主体が観光の場に関わる必要があります。さらに、各取組主体の役割を明確にし、それぞれが役割を果たすことにより、様々な場面においてホスピタリティ<sup>24</sup>の高い観光を提供することができます。地道な人材育成を行い、意欲を高め満足度を向上させることで、結果的に釧路市が一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ことができます。

さらに、今後も増加が見込まれる訪日外国人旅行者を獲得し、世界からの旅行者を受け入れるために、接遇等を行う人材の確保、育成に加えて、ガイドや観光分野における専門的な知見や知識に基づいて観光振興を推進する人材も確保、育成していきます。

#### 【具体的施策】

##### ①人材の発掘と確保

釧路市内では、観光、まちづくり、環境、文化など、様々な分野で活動している組織・団体があり、それぞれ多様な取組を進めています。こうした取組を釧路市の観光において積極的に位置づけるためにも、活躍の場を広げてもらえる環境づくりを行います。お互いに情報を交換したり、協力体制を築いたりすることができるような関係構築の機会を提供するとともに、その中で地域内外の新たな人材の発掘などを行い、人材確保に努めます。

##### 具体的事業のイメージ

- DMO体制強化のための専門人材の配置<sup>25</sup>
- 釧路の歴史・文化など知識を底上げする「くしろ検定」の実施（再掲）

##### ②人材育成プログラムの整備

観光に従事する職種は幅広く、市民全員が観光に対する理解を深めていく必要があります。人材育成の取組としては現場での実践や勉強会などの実施が行われていますが、子供から大人までを視野に入れたプログラムを独自に整備し、今後の釧路市の観光を担っていく人材の育成を行います。観光関連事業者をはじめ、地域住民や学生など様々な主体の育成を行うとともに、ホスピタリティ向上のためのプログラムなども整備していきます。

また、ガイドの育成を行うとともに、観光分野における専門人材の育成にあたっては、大学や研究機関、先進地域との連携などを通じて段階的に人材の育成を行っていきます。

##### 具体的事業のイメージ

- ネイチャーガイド等の人材確保・育成
- 釧路の魅力発信サポーターの育成（再掲）

<sup>24</sup> 心のこもったもてなし。手厚いもてなし。歓待。また、歓待の精神の意。（国土交通省ホームページより）

<sup>25</sup> DMOの体制については、詳しくは59頁「戦略8-①DMOの形成・確立」参照。

### ③おもてなし精神の醸成

観光地では、観光事業者はもちろんのこと、市民一人ひとりが観光客を迎える主体となります。そして、接した人の印象が地域の印象にもつながり、顧客満足度の向上、リピーター客の増加、釧路市のイメージアップにつながります。釧路市民の誰もが快くお客様を迎え入れ、「我々が釧路市の観光を支えている」という認識を持ってもらうためにも、研修会の実施やパンフレットなどの啓発活動を進め、おもてなし精神の醸成を図ります。

#### 具体的な事業のイメージ

- 国内外の旅行者へのおもてなし向上に向けた講座等の実施
- おもてなし能力向上のための外国語講座の実施

### ④観光関連事業者の意識改革

観光は多様な主体や産業により成り立つ総合産業ですが、観光関連事業者が観光のプロとして、高い観光意識を持ち、他産業を主導していく必要があります。特に、ホテルや飲食店、観光施設、商店など、観光客が必ず立ち寄る施設での受け入れ体制はもちろんのこと、そうした事業者同士が連携をとりながら、様々な取組を率先して行うために、定期的な会合や勉強会などを実施していきます。

#### 具体的な事業のイメージ

- 各種団体における定期的な勉強会等の開催



<ガイドツアーの様子>



<勉強会の開催>

## 戦略7. 観光マーケティング・プロモーション強化戦略

### —釧路市を客観的に見つけ、効果的に誘客していくために—

#### 【戦略の狙い】

釧路市では、顧客満足度や観光による経済波及効果など、質を把握できる統計を複合的に整備し、客観的なデータに基づく取組を進めてきました。

今後は、こうした取組を継続するとともに、客観的なデータに基づくマーケティング<sup>26</sup>を行い、市場及び観光客に的確に情報を届け地域の宣伝、販売促進活動に結びつくようなプロモーション<sup>27</sup>へと取組みの質を転換させていきます。そのために、釧路市の情報をきちんと把握し、様々なマーケットに発信できるような体制づくりを行います。その上で、発地側、着地側両面に対して情報発信を行い、春季、冬季観光の充実や、リピーターの確保などを図ります。

#### 【具体的施策】

##### ①基礎的な観光統計類の整備

釧路市として統一的な観光統計の整備を行うとともに、地域の特性と市場が異なる3地区の特色を踏まえて、3地区ごとの統計を継続して把握し、地域ごとの観光政策に反映させていきます。既存統計データ等の一元的な情報集約、管理を進めるとともに、全国観光統計基準に基づいて調査地点や対象施設の精査などを実施します。

##### 具体的事業のイメージ

- 観光統計調査の実施（観光入込客数・訪日外国人宿泊客数・修学旅行実績など）

##### ②調査を通じたデータの取得、分析

釧路市が作成している産業連関表を活用し、観光による経済波及効果の実態を引き続き把握していく必要があります。これにより、実態の見えにくい観光の経済的な効果を数字として表すことができ、関係他産業も含めた観光への取組みの意識を高めていくことにつながります。

また、リピーター獲得や観光産業の質向上に向け、顧客満足度等調査も引き続き行っていきます。

##### 具体的事業のイメージ

- 経済波及効果調査の実施
- 外国人観光客満足度等調査の実施

<sup>26</sup> 顧客ニーズを的確につかんで製品計画を立て、最も有利な販売経路を選ぶとともに、販売促進努力により、需要の増加と新たな市場開発を図る企業の諸活動。（デジタル大辞泉）

<sup>27</sup> 消費者に製品やサービスを認識させ、購買へと誘導するための活動のこと。（マーケティング用語集）

### ③データを活用した観光政策の立案

データは、釧路市の観光の実態を客観的に表すものであるとともに、データを複合的に分析することで様々な課題が見えてきます。まずは、充実させたデータを有効活用するためにも、データから導き出される現状と課題を整理します。その上で、観光に関わる様々な主体間（行政、観光推進組織、観光事業者、民間企業、大学など）で共有することにより、現状に対する意識を向上させ、今後の釧路市の観光の方策を主体的に検討していきます。今後においては、例えば、訪日外国人旅行者の占める割合などを把握し、地域の状況を確認しながら進めていくなどが考えられます。

なお、観光に関するデータの整備・拡充及びその公開、そして、データ取得、分析に係るシステムの整備等が進んでいることから、必要に応じてそれらを活用し進めていきます。

#### 具体的事業のイメージ

- 観光統計やマーケティングに基づく観光政策や戦略等の策定

### ④観光情報発信体制の充実

観光関連の情報発信の仕組みなどは地域ごとに異なりますが、観光客のニーズや行動を考慮して、統一的な情報把握と情報発信が求められます。観光客の行動段階（旅まえ、旅なか、旅あと）に適した情報を、多様な情報媒体（ホームページ、SNS<sup>28</sup>等）の中から適切を選んで活用し、観光客に対して必要な情報を届けられるよう、まずは、各地域が共通してそろえる基本情報の統一化を図るとともに、各地域オリジナルの情報をきちんと共有できるネットワーク体制を整えます。さらに、地域の情報を、釧路市内の観光案内所<sup>29</sup>及び各所で提供することによって、各地域へ誘客できる仕組みづくりを行っていきます。

#### 具体的事業のイメージ

- SNS や映像等を活用した地域の情報発信
- 観光案内所の機能強化



<阿寒湖まりむ館 観光インフォメーションセンター>



<たんちょう釧路空港 観光案内所>

<sup>28</sup>ソーシャル・ネットワーキング・サービス(social networking service)の略。人同士のつながりを促進・支援する、の Web サイト及びネット上でのコミュニティ提供サービス。

<sup>29</sup> 釧路市内には 6 箇所の観光案内所があります（釧路市観光国際交流センター、釧路駅釧路市観光案内所、たんちょう釧路空港釧路市観光案内所、フィッシャーマンズワーフMOO、幣舞観光ガイドステーション、阿寒湖まりむ館）。そのうち釧路市観光国際交流センター、釧路駅釧路市観光案内所、たんちょう釧路空港釧路市観光案内所、フィッシャーマンズワーフMOO、阿寒湖まりむ館の 5 か所は JNTO 認定外国人観光案内所となっています。

## ⑤多様なマーケットに応じた情報発信及び誘客プロモーション

釧路市内でも、特に釧路市街地エリアと阿寒湖温泉エリアでは、団体客、個人客、ビジネス客やコンベンション客、インバウンド（外国人観光客）など、来訪形態が多様であるとともに、マーケットにより必要となる情報も異なります。マーケティング調査結果等を踏まえて、外国語対応パンフレットの整備やMICE客向けの情報発信など、多様なマーケットに的確に伝わる情報を備え、戦略的に釧路市の魅力を伝えていきます。プロモーションを効果的に展開するためにも、ネットワークづくりも意識して行っていきます。また、釧路市は医療体制が充実しており、旅行者が安心して滞在できるよう、周辺観光地を含めた医療機関情報などを的確に発信していきます。

### 具体的事業のイメージ

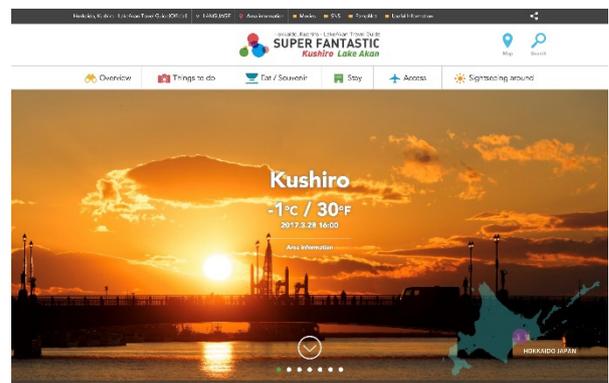
- 戦略的な国内外観光客の誘致活動
- MICE誘致・開催の支援（再掲）

## ⑥釧路の“旬”を活かした情報発信

釧路市における時期（季節、月）による入込の変動や、同一時期における各地域での入込の変動の違いを解消し、需要を平準化するために、特定の時期にしか体験できない食材や魅力などを発掘し、観光活用していきます。また、入込の変動に違いのある地域同士がイベントやプロモーションで連携を図り、滞在等に結び付けられるよう、“旬”な情報をタイミングよく発信していきます。

### 具体的事業のイメージ

- SNS や映像等を活用した地域の情報発信（再掲）
- クルーズ観光客に向けた観光情報の発信



<ホームページのトップ画面（左：日本語）（右：外国語）>

## 戦略 8. 観光推進体制形成・確立戦略

### －観光政策を確実に実行していくために－

#### 【戦略の狙い】

これまで観光の中心的役割を担ってきた行政や観光事業者に加え、今後は民間事業者、市民など多様な担い手が観光に関わっていくことが求められます。さらに、その中核的な役割も行政から観光協会をはじめとする観光推進組織へと移っていくことで、より柔軟性のある観光施策を展開することが可能になります。市内に所在する各観光推進組織も、合併後の連携の実態を踏まえて効果的な観光推進体制を関係者と確立し、釧路市全体を視野に入れた広域的な計画の推進をより可能にしていきます。

#### 【具体的施策】

##### ①DMOの形成・確立

世界に通用する資源を有する釧路市において持続可能な観光産業を営むために、変化する観光客のニーズを捉え、マーケティングを駆使して戦略を策定し、世界の観光地との競争に勝つことのできる観光地域づくりを推進していきます。

そのために、釧路市では、行政と観光推進組織（DMO）が、市域や観光客の流動、地域－広域の複層するエリア等を勘案して、各主体の役割やそれぞれのエリアでの観光推進体制を意識しながら連携を強化していきます。そして、多様な関係者との合意形成やデータに基づく明確なコンセプトに基づいた戦略の策定、計画を推進する体制を構築、KPI の設定・PDCA サイクルの確立などを行っていきます。

DMO が広域で中心的な役割を担う場合は、マーケティングや戦略策定、全体の調整や合意形成等を行い、地域で中心的な役割を担う場合は、地域資源の磨き上げやワンストップ窓口のオペレーティングの基礎を受け持つなど、効率的・効果的な推進のため役割分担を皆で協議し実践しながら確立していきます。

#### 具体的事業のイメージ

- DMO 体制強化のための専門人材の配置（再掲）
- 観光統計やマーケティングに基づく各種戦略の策定、施策・事業の展開
- PDCA サイクルによる事業の推進

##### ②産・官・学・市民の連携による観光地マネジメントの実現

観光に関わる組織は、産業界、行政、教育機関に加え、市民が中心となった地域活動団体など多岐に渡ります。さらに、それぞれが独自に活動するのではなく、各主体の特性を活かした役割を担うことが必要になります。例えば、行政は方向性を示し、産業界や市民は具体的施策を実施し、教育機関は人材育成、人材提供やデータ分析を行うなど、産・官・学・市民による強力な連携体制を構築した上で、地域のマネジメント<sup>30</sup>を実現します。

<sup>30</sup> マネジメントとは、計画－組織－統制の一連の活動。（流通用語辞典）

#### 具体的事業のイメージ

- 産・官・学・市民の連携体制の検討・推進

### ③安定的な観光財源の確保

観光施策を推進していくためには、安定的な財源が必要になります。当市では、観光を目的とした財源の自主的な確保に向けて取組み、入湯税率の引き上げを行いました。この入湯税率の引き上げによる財源確保の仕組みは先駆的なものであり、地域外からも高く評価されるものとなっています。また、地域が独自に運用できるような仕組みも併せて構築したことにより、観光振興が着実に進展しています。今後も引き続き、安定的な財源確保の取組みを検討するとともに、税の導入の前提として求められる「観光地としての質の高さ」を追究し、観光客の方々喜んで税を払っていただけるようなサービス提供など、自主的な観光財源を活用した取組を強化していきます。

#### 具体的事業のイメージ

- 入湯税の超過課税による観光財源の確保

### ④政策の評価と見直し

ビジョンの計画期間は約10年間とし、計画内容の優先順位を整理し、順序立てて計画を推進していきます。それにより、「いつ」「何を」すればビジョンが実現するのかイメージしやすくなるとともに、確実な計画の推進につながります。また、各期ごとに目標達成度合いをチェックする仕組みとして、PDCA（計画：plan、実行：do、評価：check、改善：act）サイクルを導入することで、品質の維持・向上及び継続的な改善活動を可能にします。

#### 具体的事業のイメージ

- 第二期釧路市観光振興ビジョンに基づく事業の推進
- PDCAサイクルによる事業の推進（再掲）

## 戦略9. 観光インフラ整備・拡充戦略

－世界に通用する、快適な観光インフラを整備していくために－

### 【戦略の狙い】

世界から来訪した観光客が快適かつ安全安心に観光できるよう、その滞在に資するまちなかや既存施設、そして玄関口となる“陸・海・空”交通インフラを整備し、利便性を向上させていくことが重要です。また、障がい者や外国人を含む多様な人々も快適に滞在し観光できるユニバーサルデザイン<sup>31</sup>・ストレスフリー<sup>32</sup>化を進めていきます。

なお、観光地は、域外から訪れる観光客にとっては非日常的な魅力を持つ土地ですが、一方で地域住民にとっては大切な日常生活の場です。釧路市を訪れる人、釧路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、「住んでよし、訪れてよし」のまちづくりの考え方に立ち、双方の立場に配慮したハード、ソフト両面から環境の整備を行っていきます。

### 【具体的施策】

#### ①まちなかにぎわいづくり

人々が集まって暮らし働く「まちなか」には、生活に関わる様々な施設が立地するほか、地域に根ざしたコミュニティも存在し、普段から多様な活動が行われています。飲食施設や宿泊施設も集積しており、「まちなか」は市民のみならず観光客の多様なニーズを満たす可能性を持った場所とも言えます。市民の暮らしの豊かさを充実させていく上でも、「まちなか」の更なる魅力向上が期待されるところです。

ここではまず、「まちなか」の基盤整備を図ることで、市民及び観光客からの評価のレベルアップを図ります。釧路市を強くイメージづけるような、市街地・温泉街等の景観や、歩いて楽しい街路、拠点となる施設等の整備に向けて取組を行うとともに、併せて、魅力的な店舗誘致や各ブロックを活用したイベント開催等に対する支援を行い、「まちなか」のにぎわい創出を行います。

#### 具体的事業のイメージ

- 拠点施設を中心とした「まちなか」の魅力づくり
- 個性的なまちなみ景観整備（再掲）

#### ②観光施設、文化・スポーツ施設の魅力づくり

釧路市で長期滞在される客層の増加やインバウンドの増加などにより、例えば、博物館や動物園などの文化施設や、スポーツ施設などの既存の施設の価値が見直されています。こうした既存施設・資源の見直しを図り、ハード・ソフトの両面での魅力づくりを進めることにより、再生を図ります。

<sup>31</sup> あらかじめ、障がいの有無、年齢、性別、人種等にかかわらず多様な人々が利用しやすいよう都市や生活環境をデザインする考え方。（障害者基本計画より）

<sup>32</sup> 29 頁の注 13 を参照。

具体的事業のイメージ

- 観光施設、文化・スポーツ施設の機能向上・充実



<博物館>



<釧路市湿原展望台>

③ “陸・海・空” 交通インフラ&ネットワーク整備

国内はもとより世界から来訪者を迎える空港や駅といった玄関口の利便性やサービスを充実させるとともに、道の駅やバスターミナルなどの交通拠点となる場所・施設、そしてそれらを結ぶ道路などを整備していきます。また、釧路市と国内外を結ぶ交通アクセス（一次交通）や地域内の交通アクセス（二次交通）、観光案内サイン等も併せて整備していきます。

交通インフラや交通ネットワークは、その整備状況や利用状況、また外部環境によって施設の置かれる環境が変化することから、周辺地域との関係や広域的な位置づけを意識しつつ、多くの人々が利用する場所として多面的・複合的な機能を意識しながら運営、整備を進めます。

具体的事業のイメージ

- 交通拠点の充実・強化
- 二次交通の維持・強化



<耐震旅客船ターミナルに寄港する旅客船>



<たんちょう釧路空港>

#### ④ユニバーサル&ストレスフリー環境整備

高齢者や障がい者、外国人など、移動や情報の取得、言葉に制約などを抱える人々も含めたあらゆる人々にとって優しい地域となるために、ハード、ソフト両面においてユニバーサルデザインを進めるとともに、情報アクセス環境（例えば、Wi-Fi）や決済環境（例えば、クレジットカード支払い・ATM・両替機能拡充等）、その他環境整備（例えば、トイレ整備、多言語対応、遊歩道等）においてストレスフリーとなるような環境整備を行っていきます。国内外のより多くの人々に快適で豊かな時間を過ごしてもらうために、安全安心な観光地の形成を目指します。

##### 具体的な事業のイメージ

- 公共施設等における各種環境整備
- 民間事業者が行う各種環境整備への支援



<サイン類の多言語化>



<Wi-Fiの整備>



## 第5章 エリア・ゾーン別観光振興の方向性

各エリア・ゾーン（以下、エリアと略す）によって、観光に対する取組み方は様々です。それぞれのエリアの地域特性や実情を踏まえ、魅力アップを図ることが重要であり、各エリアの強みを活かした地域づくりを進めていくことが、釧路市全体の魅力向上にもつながっていきます。

釧路市のエリア別観光振興の方向性を、これまでの釧路市の観光振興の取組や、観光客（インバウンド等）の変化等を踏まえて提示します。まずは、国内外の観光客が抱く地域イメージや観光行動という観点から捉えた時の釧路市の位置づけとエリア別観光振興のイメージを提示します。続いて、釧路市内のエリア別観光振興イメージを、観光客の具体的な行動や地域の観光まちづくりなどの活動を踏まえて、広域拠点となるエリア、他町村にまたがる2つの国立公園ゾーン、広域拠点を補完するエリアの三つの大きな区分に分類し、それぞれのエリア別観光振興の方向性を提示します〔表 5-1〕。

表 5-1 釧路市のエリア別観光振興のイメージ

区分	広域での観光振興	釧路市内の観光振興
図	<p>広域観光周遊ルート アジアの宝悠久の 自然美への道 ひがし北・海・道</p> <p>水のカムイ観光圏 ～釧路湿原・阿寒・摩周～</p>	<p>阿寒国立公園ゾーン</p> <p>阿寒湖温泉エリア</p> <p>阿寒地区</p> <p>釧路湿原国立公園ゾーン</p> <p>山花公園・阿寒丹頂の里エリア</p> <p>釧路地区</p> <p>釧路市街地エリア</p> <p>音別地区</p> <p>音別エリア</p>
設定エリア	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 広域観光周遊ルート アジアの宝悠久の自然美への道ひがし北・海・道</li> <li>● 水のカムイ観光圏 ～釧路湿原・阿寒・摩周～</li> </ul>	<p>&lt;広域拠点となる2つのエリア&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 釧路市街地エリア</li> <li>● 阿寒湖温泉エリア</li> </ul> <p>&lt;他町村にまたがる2つの国立公園ゾーン&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 阿寒国立公園ゾーン</li> <li>● 釧路湿原国立公園ゾーン</li> </ul> <p>&lt;広域拠点を補完する2つのエリア&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 音別エリア</li> <li>● 山花公園・阿寒丹頂の里エリア</li> </ul>

## (1) 広域での観光振興

### ●広域観光周遊ルート

#### アジアの宝悠久の自然美への道ひがし北・海・道

#### Hokkaido - Route to Asian Natural Treasures

人と自然の織りなすデザイン。超自然が生んだ奇跡の絶景。  
この道を旅する時の醍醐味は、めくるめく風景、  
大地から海への食に至るまで、どこまでも続くコントラスト。  
世界でここだけのプライムロードひがし北・海・道。

#### 【エリアの概況】

“広域観光周遊ルート”は、交通アクセスなどをネットワーク化し、外国人の訪日を動機づけるための取組で、釧路市が含まれる道東区域は、平成27年6月12日に「アジアの宝悠久の自然美への道ひがし北・海・道」として認定されています。

当エリアは、雄大で美しい田園風景や大自然・極上の食など憧れの訪問地・北海道のイメージそのもので富裕層をターゲットに誘客を図ることとしています。

#### 【位置づけと方向性】

“広域観光周遊ルート”の取組は、関連する自治体やDMO、関連団体、民間企業などで構成する『プライムロードひがし北・海・道』推進協議会が、ターゲット（アジア・欧米の富裕層）の誘客に向けたプロモーションや整備を行っています。

釧路市は広域観光拠点地域を担い、取組の中では、モデルコースを紹介しており、釧路市の釧路湿原や阿寒湖などが重要な構成ルートになっています。

楽しむ・みどころ 基本情報 出発にあたって おすすめモデルコース ひがし北海道での移動 宿泊施設

### ROUTE 01

7日間 冬のひがし北海道 大自然の奇跡・ひがし北海道3つ星 街道から大雪山・雪と戯れる

ルート 新千歳空港→阿寒湖温泉、網走、川湯温泉、網走、ウトロ温泉、道根湯温泉、富良野	主な観光スポット 阿寒湖、阿寒湖際シルセンターグループ、網走温泉歴史館、釧路湖、湧物園、定山院、オホーツク観光館、知床五湖、ウトロ温泉、道根湯温泉、北の大滝の夕景、富良野スキー場	最適な季節 冬
---	--	------------

日程 1 2 3 4 5 6 7

ルートマップ

1日目  
新千歳空港 → 阿寒湖温泉

図 5-1 『アジアの宝悠久の自然美への道ひがし北・海・道』オフィシャルWEBサイト（『プライムロード ひがし北・海・道』推進協議会）

## ●水のカムイ観光圏 ～釧路湿原・阿寒・摩周～

### 「水のカムイと出会う旅へ」

Explore the spirit of KAMUY, Deity of water

～釧路湿原・阿寒・摩周～

「水のカムイ」によってもたらされた雄大で多様な自然、  
そしてその自然と共生してきた歴史文化との出会い

#### 【エリアの概況】

“観光圏”は、自然、歴史、文化等において関連する観光地が一体となって、観光客が滞在・周遊できる魅力ある観光地域づくりを促進する取組で、釧路市は平成 27 年 4 月 10 日に「水のカムイ観光圏～釧路湿原・阿寒・摩周～」として認定されています。

当エリアは、3つのカルデラ湖（阿寒湖、摩周湖、屈斜路湖）を有し、さらに阿寒湖から流れる阿寒川、屈斜路湖から流れる釧路川は、このエリアの産業・生活の根幹を支えています。

また、2つの国立公園（阿寒国立公園・釧路湿原国立公園）を有するエリアは国内で他にはなく、身近に野生の動物（タンチョウ、ワシ、白鳥、エゾシカなど）と遭遇することができる、雄大で多様な自然を有しています。

#### 【位置づけと方向性】

当観光圏は、観光協会など観光地域づくりプラットフォームが中心となり、「水のカムイと出会う旅へ」をコンセプトにした滞在プログラムの充実を図り、国内外の観光客に対し、プロモーションや受入環境整備を行っています。

釧路市は主たる滞在促進地域として、釧路市街地と阿寒湖温泉が設定されており、各地域を周遊するための滞在拠点を担っています。



<タンチョウ>



<阿寒湖のマリモ>

## (2) 釧路市内の観光振興

### <広域拠点となる2つのエリア>

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一大観光エリアの形成を図ります。

#### ●釧路市街地エリア

### —豊かな海、大地に囲まれた道東のグルメタウン—

#### 【エリアの概況】

多くの宿泊施設や飲食施設が集積している釧路駅から幣舞橋にかけての区域を“釧路市街地エリア”とします。

当エリアは、ひがし北海道有数のコンベンション機能を持ち、観光客や食材が集まるなど、都市観光に強みがあること、釧路湿原国立公園などの優れた自然資源が隣接していることに特徴があります。

#### 【位置づけと方向性】

食の楽しみを中心として都市に滞在する魅力を提供できるエリアと位置づけます。

MICE誘致も積極的に進め、ユニークベニューやプレ/ポストツアー(アフターMICE)等を通して阿寒湖温泉エリアとの連携を強めます。

また、市域内で生産された豊富な食材や世界三大夕日などの観光資源を活かした釧路ならではのグルメや観光を楽しめるエリアとし、「もう一泊したくなる」都市として魅力強化を図り、「何度訪れても、いつ訪れてもおいしい釧路」を目指します。

当エリアは、住民、観光客、食材などが集まる拠点でもあり、釧路市内で最もにぎわいのあるエリアであるため、北大通周辺のにぎわいづくりやユニバーサル&ストレスフリーエリアの整備、フィッシャーマンズワーフMOOなど既存施設の活性化がより一層求められます。



<釧路発祥の炉ばた>



<フィッシャーマンズワーフMOOと夕焼け>

## ●阿寒湖温泉エリア

### —世界に誇る森と湖、そして温泉～阿寒湖でゆっくり滞在・のんびり温泉—

#### 【エリアの概況】

湖、森林、山岳と多様なフィールドに囲まれた阿寒湖とその周辺を“阿寒湖温泉エリア”とします。

当エリアは、北海道の温泉地として知名度が高く宿泊客も多く、温泉以外にも阿寒湖でのフィッシング、カヌー、トレッキング、スキーなど多様なアクティビティを提供していることが特徴です。

#### 【位置づけと方向性】

住民が中心となり、平成 14 年に「阿寒湖温泉再生プラン 2010」、さらに平成 23 年には「阿寒湖温泉創生計画 2020」を策定し、地域が一体となってハード、ソフトの両面で世界に誇る魅力ある国際観光地づくりに取り組んでいます。

ここにしか存在しない原始的な自然に触れ、アイヌ文化等の自然共生思想に親しむことができる地域を目指します。

増加する個人客への対応や宿泊客の滞在時間の増加などの課題があるため、滞在化に向けた仕組みづくりや釧路地域などの食材を積極的に活用し、食の魅力アップを図ります。



＜阿寒湖温泉の露天風呂＞



＜冬のアイヌコタン＞

## ＜他町村にまたがる2つの国立公園ゾーン＞

2つの国立公園をもつまち・釧路市にとって、受け継がれてきた自然環境を保護しつつ活用して後世に残していくためには、他町村との連携が不可欠です。それぞれの国立公園が有する魅力を磨き上げ、国内はもとより世界からの外国人観光客も訪れる、世界水準のナショナルパークとして認知されるゾーン形成を目指します。

## ●阿寒国立公園ゾーン

### －火山と森と湖が織りなす原生自然を堪能する・阿寒国立公園－

#### 【ゾーンの概況】

火山と森と湖が織りなす広大な景観を有する阿寒国立公園の区域を“阿寒国立公園ゾーン”とします。

当ゾーンは、現在も噴気活動を続ける火山性の山々、それらを包むように広がる天然林、山麓には阿寒湖、摩周湖、屈斜路湖に代表されるカルデラ湖が点在しており、阿寒湖のマリモは特別天然記念物に指定されています。

その豊かな自然の中で希少種を含む多くの野生動植物が生まれ、公園内の各地で、それぞれ特徴的な温泉が湧出しています。

公園内にはアイヌコタンがあり、アイヌの伝統文化が伝承継承されています。

また、季節ごとに利用者のニーズに応じた登山やトレッキング、森林散策、ドライブ、カヌー、釣り、スキー、キャンプ、温泉浴など様々な利用が進められています。

#### 【位置づけと方向性】

阿寒湖のアイヌ文化と自然共生など、その深い魅力を味わえるような体験型プログラムへの参加はまだ少ない状況にあります。

「スピリチュアル」、「エキゾチック」、「異文化志向」、「伝統・文化」といったものに深く興味を持っている欧米人などが訪れる場として、自然環境の利用と保全のバランスが取れた自然と人の暮らしが調和する阿寒らしい先進的なゾーンを目指します。



＜アイヌ古式舞踊 鶴の舞＞



＜雄阿寒岳と釣り人＞

## ●釧路湿原国立公園ゾーン

### －観光を通じたワイズユースの先進地・釧路湿原－

#### 【ゾーンの概況】

日本国内最大でラムサール条約登録湿地に指定されている湿原を有する釧路湿原国立公園の区域を“釧路湿原国立公園ゾーン”とします。

釧路湿原は、特別天然記念物であるタンチョウなどの水鳥を始め、多くの野生動物の生息地として、世界的に見ても貴重な資源であると同時に、カヌーやホーストレッキングが楽しめるなどのアクティビティに優れ、釧路市のイメージを構成する貴重な要素となっています。

#### 【位置づけと方向性】

「釧路＝釧路湿原」のイメージがある一方で、展望施設から湿原を遠望するだけで通過してしまう観光客も多く、その深い魅力を味わえるような体験型プログラムへの参加がまだ少ない状況です。

多くの観光客が訪れる国立公園の中でも、自然環境の利用と保全のバランスが取れたワイズユースの促進を図る先進的なゾーンを目指します。



<サテライト展望台>



<乗馬による湿原散策>

## ＜広域拠点を補完する2つのエリア＞

市民の憩いの場としての機能を持つとともに、長期滞在型観光客の受け入れを行います。また、広域拠点となるエリアへの食材や人材などを供給する、観光の重要な担い手として位置づけます。

### ●音別エリア

#### －訪れる1人ひとりのためのプライベートフォレスト－

##### 【エリアの概況】

釧路市の西部に位置する音別区域を“音別エリア”とします。

当エリアは、広大な森林や牧場など、北海道らしい雄大な風景が広がっています。

“釧路市街地エリア”や“阿寒湖温泉エリア”では見ることのできない海岸線とのコントラストも美しく、北海道らしい大地の自然が味わえるエリアであるといえます。

##### 【位置づけと方向性】

ふき紙、エミューオイル<sup>33</sup>、キクイモ<sup>34</sup>、山菜など特産品が充実しており、豊富な森林資源も活用しつつ、特定の少数マーケットに向けた「知る人ぞ知る」、「プライベート感覚豊かな空間」を求めるコア層が訪れるエリアを目指します。

また、当エリア内で生産された農産物や開発される商品を釧路市全域で活用していきます。



＜音別新八景「尺別の丘からの眺望」＞



＜ふき紙体験講習会の様子＞

<sup>33</sup> エミューは、オーストラリアに生息している走鳥類(飛べない鳥)の一種で、そのオイルは人の皮脂成分に極めて近く親和性が高いもので、保湿にも優れています。

<sup>34</sup> キク科の多年草。高さ1.5～3メートル。茎・葉に粗い毛がある。葉は長楕円形。秋、黄色の大きな頭状花を開く。地下茎は塊状でイヌリンを含み、食用、またはアルコール・果糖の原料にもなります。また、イヌリンには…血糖値上昇を抑える働きがあり、健康食品としても注目を浴びています。

## ●山花公園・阿寒丹頂の里エリア

### ー子供から大人まで市民も観光客も楽しめる憩いの立ち寄りエリアー

#### 【エリアの概況】

釧路市動物園や山花温泉リフレなどが集積した区域と阿寒国際ツルセンターや温泉宿泊施設赤いベレーを中心とした区域を“山花公園・阿寒丹頂の里エリア”とします。

当エリアは、釧路空港や阿寒 IC などが位置しており、釧路市への空と陸の玄関口となっています。

また、“釧路市街地エリア”と“阿寒湖温泉エリア”の中間地点に位置し道の駅もあることから、立ち寄りやすい観光拠点であるとともに、動物園やキャンプ場といった施設の特徴から市民も利用しやすいエリアであるともいえます。

#### 【位置づけと方向性】

釧路市民、特に家族連れのためのレクリエーションと地域の特性を活かした体験型プログラムの需要等に応えるエリアを目指します。

また、釧路市の空の玄関口として、空港利用者はもちろんのこと、市民や高速道路及び道の駅を利用する観光客も楽しめるようなソフト面での魅力づくりも進めます。



＜山花温泉リフレ＞



＜道の駅阿寒丹頂の里＞

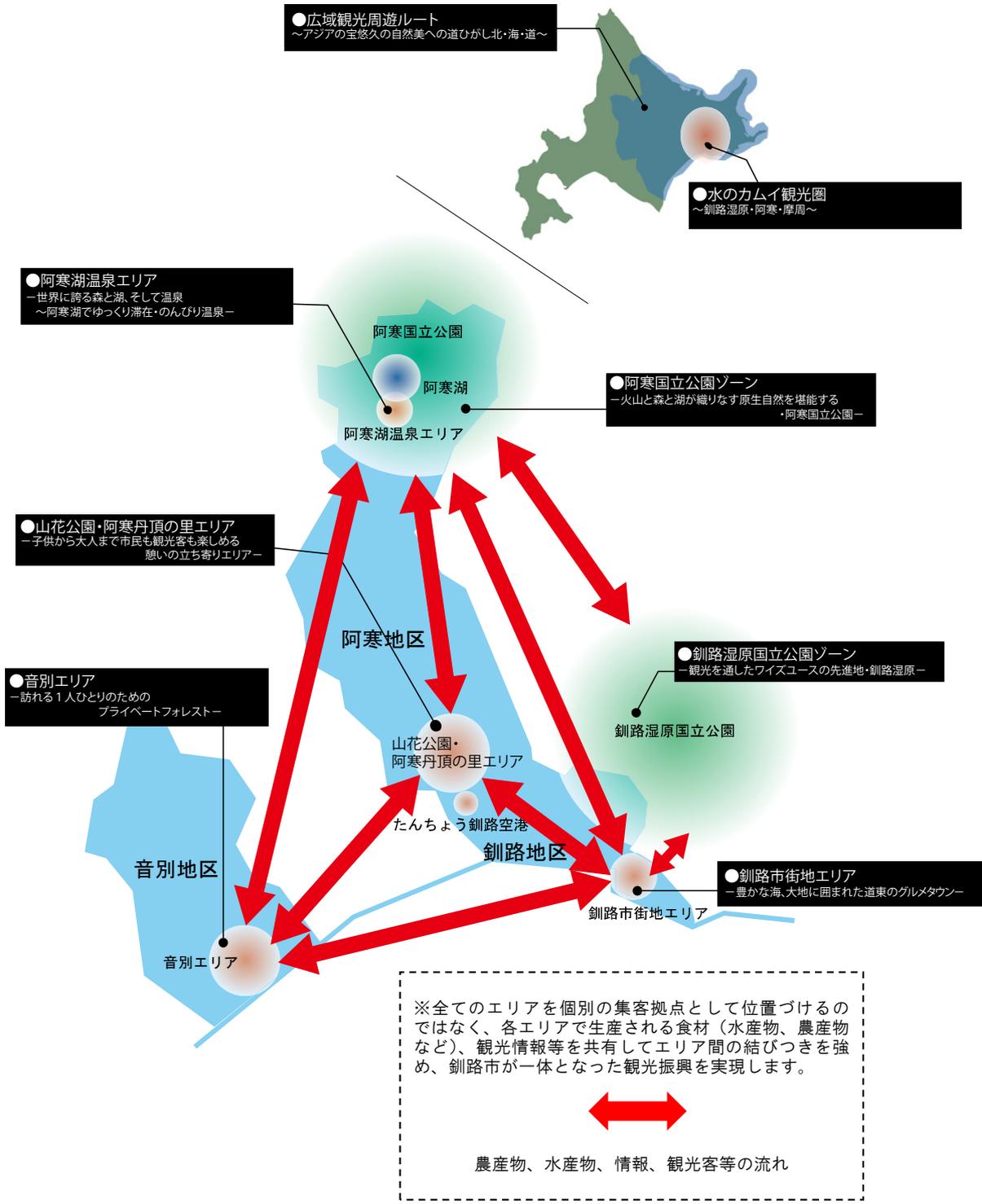


図 5-1 釧路市内のエリア・ゾーン別観光振興の方向性

## 第6章 計画推進及びその管理

釧路市の観光振興の計画の着実な推進に向けて各主体の役割とその推進体制を明確化するとともに、計画推進にあたってのスケジュールと計画管理の方法を提示します。

### (1) 各主体の役割と推進体制

観光は行政、観光推進組織（DMO）、関連事業者、地域住民など幅広い担い手により支えられて成り立つ産業です。当ビジョンを着実に推進するためには、行政、観光推進組織（DMO）のもと、各主体がどのような役割を担うのか、役割分担を明確にする必要があります。適切な役割分担の中で一人ひとりがそれぞれの役割を果たすことによって、初めて釧路市が一体となった観光振興が実現されます。

これまで本市では、「みんなが担う、みんなが育てる観光のまち・釧路」を目標に掲げて取り組んできました。行政、観光推進組織（DMO）、観光事業者だけでなく、観光産業以外の関連事業者・団体、地域住民や住民団体、大学等の教育・研究機関など、幅広い主体が取組の担い手として関わりながら進めていくことが重要です。各主体の主な役割を整理すると以下のとおりとなります。

#### ●地域住民・住民団体の役割

自らが暮らす地域の自然、歴史、文化、産業に触れ理解を深め、その持続的な発展及び継承に努めるとともに、一人ひとりがそれらを地域内外の人々に発信し、おもてなしの心を持って観光客を迎えることが大切です。

#### ●観光推進組織（DMO）の役割

地域固有の資源を活かし、観光に関わる多様な主体と連携して観光魅力の創出やイベント等を実施します。活動にあたっては、従来の取組みを通じて得た知見、知識を活かしていくのは勿論のこと、専門性を高め、科学的な観光（マーケティング等）を推進していきます。

#### ●観光事業者の役割

観光客と接する一つひとつの機会を大切に、現場で観光客のニーズの把握に努め、そして、関係者と連携しながら時代に対応した質の高いサービス・商品を観光客に提供していきます。また、市内及び周辺地域の関連事業者等と原材料の購入や新たな産業、商品・サービスの創出等において連携を深め、域内循環による経済波及効果を高めることが大切です。

#### ●関連事業者・団体の役割

商工業者、交通事業者、農林漁業者、環境事業者などが、それぞれの立場から釧路市の観光に参画し、観光関係者と連携しながら、新たな魅力づくりや仕組みづくりを行うことが重要です。

#### ●教育・研究機関の役割

次世代の観光を担う人材を育成するとともに、専門的見地から効果的な観光振興に関する調

査・研究を行う必要があります。

### ●行政の役割

関連団体や民間事業者と連携して、釧路市の魅力の発信や地域の特色を活かした事業を創出するために、計画推進の総合的な調整役・管理役を担います。また、各主体に対して的確な支援を行い、各主体が自律的に活動できるように支援していきます。

また、ビジョンの推進にあたっては、市内関係者だけではなく、観光客の行動などを意識して市外の関係者とも連携して取組を行っていく必要があります。釧路市では、図のような観光推進体制のもと、多様な主体が有機的に連携して効果的かつ効率的に取組を展開していきます。

[図 6-1]。

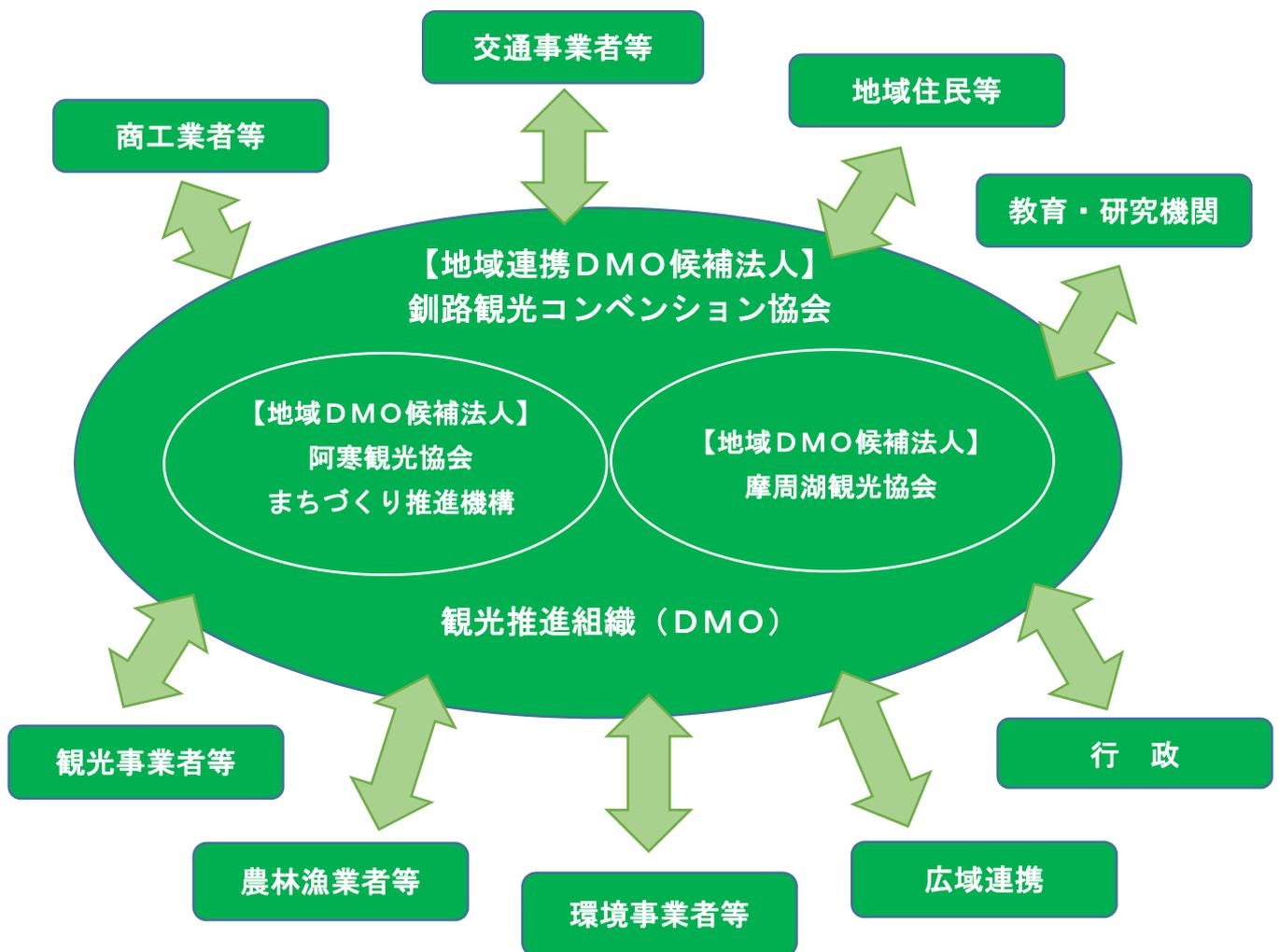


図 6-1 釧路市の観光推進体制及び広域観光推進体制のあり方

## (2) 推進スケジュールと計画管理

第二期ビジョンは、平成 29 年度から概ね 10 年程度を目標に取り組んでいく、釧路市の観光振興のための指針です。その実現に向けた推進スケジュールとして、計画期間を前期（平成 29～平成 32 年度：4 年）、中期（平成 33～35 年度：3 年）、後期（平成 36 年～平成 38 年：3 年）の 3 期に区切って進捗状況の確認、検証・評価を行い、社会経済環境の変化や旅行・観光の動向を勘案して適宜見直しを行いながら柔軟な姿勢で取り組めます〔表 6-1〕。

前期は、平成 32 年に開催される東京オリンピック・パラリンピック時期に照準を合わせ、事業を展開していきます（観光立国ショーケースとして位置づけられた事業など）。中期、後期は、前期の実施状況を顧み、戦略・施策に基づく具体的な事業を立案し展開していきます。

計画の推進・管理にあたっては、多様な関係者との情報共有を常に意識して進めます。評価・検証などの作業は、関係者の協力のもと主に行政と DMO が連携して進めることとします。釧路市の行政評価等とも連動させつつ、目標達成に向けて計画全体の見直し・改善を行い、効率的かつ効果的な計画の推進及びその管理を行っていきます。

基本となる PDCA サイクルの周期は、上記で述べた期間区分（3 期）に合わせることで、各種調査の実施や測定された数値の解釈などは、外部の専門家や第三者組織などの意見を踏まえながら、関係者で協議して判断を行い、その結果を計画や実働に反映させていきます。各個別事業の推進にあたっては、各主体が必要に応じて各事業内容に相応しい目標を設定し、関係者と情報共有を図りながら事業を逐行します。

なお、事業の企画・立案は、市内それぞれの地域性や関係者の意向に留意し、各事業の位置づけ、重みづけを行いながら限られた資源を適切に配分、利活用し計画を推進していきます。また、評価・検証作業は、施策、事業により推進のスピードや事業着手時の取組状況が異なることなどにも留意して行います。施策によっては、前期で事業が終了することもあり、また、時期によっては、他の施策に比べて事業数が多い、少ないなど濃淡が出ることもあります。計画の推進・管理にあたっては、こうした事柄を関係者で共有し共通認識を醸成しながら進めていきます。

表 6-1 第二期 釧路市観光振興ビジョンの計画期間

前期	中期	後期
平成 29～平成 32 年度	平成 33～35 年度	平成 36 年～平成 38 年
(4 年間)	(3 年間)	(3 年間)



<参考資料>

1. 第二期釧路市観光振興ビジョン策定に向けた体制と検討経緯

(1) 検討委員会及びワーキング部会並びにコアワーキング名簿

●検討委員会

役 職	所 属	氏 名
委員長	北海道大学公共政策大学院特任教授（釧路市顧問・元釧路公立大学学長）	小磯 修二
委員	釧路市長	蝦名 大也
	東洋大学国際観光学科 准教授	矢ヶ崎 紀子
	一般社団法人釧路観光コンベンション協会 会長	中山 勝範
	NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構 理事長	大西 雅之
	釧路市総合政策部長	岡本 満幸
	釧路市産業振興部長	秋里 喜久治
	釧路市阿寒町行政センター長	古川 幸男
	釧路市音別町行政センター長	諏訪 信哉
	公益財団法人日本交通公社理事・観光政策研究部長	梅川 智也
アドバイザー	観光庁観光戦略課長	舟本 浩
事務局	釧路市産業振興部観光振興監	高玉 雄司
	釧路市産業振興部観光振興室長	三富 尚孝
	釧路市産業振興部観光振興室長補佐	石田 貴志
	釧路市産業振興部阿寒観光振興課長	秋葉 薫
	釧路市産業振興部観光振興室 専門員	赤井 寛和
	釧路市産業振興部観光振興室 主任	石崎 申悟
	釧路市産業振興部阿寒観光振興課 専門員	天内 武範
	公益財団法人日本交通公社観光政策研究部 主任研究員	守屋 邦彦
	公益財団法人日本交通公社観光政策研究部 主任研究員	後藤 健太郎
DMO 候補法人	一般社団法人釧路観光コンベンション協会 専務理事	田中 正
	NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構 専務理事	山下 晋一
オブザーバー	北海道運輸局釧路運輸支局首席運輸企画専門官	山崎 貴志

●ワーキング部会

役職	所属	氏名
座長	北海道大学公共政策大学院特任教授（釧路市顧問・元釧路公立大学学長）	小磯 修二
メンバー	釧路市総合政策部都市経営課長	菅野 隆博
	釧路市産業振興部観光振興監	高玉 雄司
	釧路市産業振興部観光振興室長	三富 尚孝
	釧路市産業振興部観光振興室長補佐	石田 貴志
	釧路市産業振興部阿寒観光振興課長	秋葉 薫
	釧路市産業振興部阿寒観光振興課 専門員	天内 武範
	釧路市阿寒町行政センター地域振興課 高速道阿寒活性化主幹	佐藤 正寿
	釧路市阿寒町行政センター地域振興課 課長補佐	平山 康則
	釧路市音別町行政センター地域振興課 専門員	小綿 博喜
	一般社団法人釧路観光コンベンション協会 事務局次長	米道 直雄
	NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構 専務理事	山下 晋一
事務局	釧路市産業振興部観光振興室 専門員	赤井 寛和
	釧路市産業振興部観光振興室 主任	石崎 申悟
	公益財団法人日本交通公社理事・観光政策研究部長	梅川 智也
	公益財団法人日本交通公社観光政策研究部 主任研究員	守屋 邦彦
	公益財団法人日本交通公社観光政策研究部 主任研究員	後藤 健太郎

●コアワーキング

役職	所属	氏名
有識者	北海道大学公共政策大学院特任教授（釧路市顧問・元釧路公立大学学長）	小磯 修二
市役所	釧路市総合政策部都市経営課長補佐	厚海 洋幸
	釧路市総合政策部都市経営課主査	河面 真平
	釧路市産業振興部観光振興監	高玉 雄司
	釧路市産業振興部観光振興室長	三富 尚孝
	釧路市産業振興部観光振興室長補佐	石田 貴志
	釧路市産業振興部観光振興室長補佐	鈴木 紀子
	釧路市産業振興部阿寒観光振興課長	秋葉 薫
	釧路市産業振興部阿寒観光振興課 専門員	天内 武範
DMO 候補法人	一般社団法人釧路観光コンベンション協会 事務局長	福永 光昭
	一般社団法人釧路観光コンベンション協会 事務局次長	米道 直雄
	一般社団法人釧路観光コンベンション協会 誘致推進課長	細川 悟志
	NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構 専務理事	山下 晋一
	NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構 事務局次長	石丸 幸雄
事務局	釧路市産業振興部観光振興室 専門員	赤井 寛和
	釧路市産業振興部観光振興室 主任	石崎 申悟
	公益財団法人日本交通公社理事・観光政策研究部長	梅川 智也
	公益財団法人日本交通公社観光政策研究部 主任研究員	守屋 邦彦
	公益財団法人日本交通公社観光政策研究部 主任研究員	後藤 健太郎



## 2. 各種計画で設定された観光振興に関する目標数値

### ●釧路市まち・ひと・しごと創生総合戦略(釧路市)

	単位	平成26年度
延べ宿泊客数	万人	129
釧路空港乗降客数	万人	67.3
長期滞在者数	人	854
スポーツ合宿誘致件数	件	33*
国際、全国大会開催件数		9

出典：「釧路市まち・ひと・しごと創生総合戦略」北海道釧路市 平成27年12月

平成31年度
157
74.6
1200
45
15

### ●釧路市 観光地域での観光立国のショーケース化提案書(釧路市)

	単位	2015年 (平成27)	2020年 (平成32)
訪日外国人延べ宿泊客	人	102,978	272,754
外国人旅行者旅行消費額	円	25,000	27,000
外国人旅行者来訪者満足度 (大変満足)	%	20%	22%
外国人旅行者リピーター率	%	20%	22%

出典：「1-3. ショーケース化に向けた目標(観光地域での観光立国のショーケース化提案書(様式1))」p10より作成

取組	評価指標 及び単位	2015年 (平成27年度)	2016年 (平成28年度)	2017年 (平成29年度)	2018年 (平成30年度)	2019年 (平成31年度)	2020年 (平成32年度)
(a) 日本版DMO(候補)による訪日外国人旅行者マーケティング調査分析の実施	外国人旅行者来訪者満足度(大変満足): %	20	20	21	21	22	22
(b) SNSを活用した外国人ニーズ調査事業の実施	外国人旅行者来訪者満足度(大変満足): %	20	20	21	21	22	22
(c) 地域の宝“自然”“文化”を活かしたエコツア等の滞在プログラムの企画開発・提供および継続的なブラッシュアップの実施	外国人旅行者旅行消費額: 円 外国人旅行者リピーター率: %	25,000 20	25,000 20	26,000 21	26,000 21	27,000 22	27,000 22
(d) 地域の自然を活かしたアウトドアスポーツツーリズムの推進	外国人旅行者リピーター率: %	20	20	21	21	22	22
(e) 自然の恵みに感謝する「伝統の食文化」等を活かした地域性あふれるおもてなしの実施	外国人旅行者来訪者満足度(大変満足): %	20	20	21	21	22	22
(f) 広域連携による新たなルート提案等をはじめ、Wi-Fi環境整備や2次交通ネットワークの構築、多言語化等の外国人旅行者受入環境整備、広域周遊ニーズに対応した情報発信による顧客創造・獲得の推進	外国人旅行者リピーター率: %	20	20	21	21	22	22

出典：「4. 評価指標及び数値目標(観光地域での観光立国のショーケース化提案書(様式1))」p22より作成

### ●水のカムイ観光整備計画(観光整備協議会)

<主たる滞在促進地区合計一年間>	単位	27年度	28年度	29年度	30年度	31年度
来訪者満足度[大変満足]	%	18.2(20)	18.2(20)	18.7(21)	18.7(21)	19.2(22)
旅行消費額	千円/人	23(25)	23(25)	24(26)	24(26)	25(27)
のべ宿泊数	千人泊	1,490.0(96)	1,490.0(97)	1,505.0(98)	1,505.0(99)	1,520.0(100)
リピーター率	%	58.7(20)	58.7(20)	60.0(21)	60.0(21)	61.0(22)

出典：「4. 観光整備計画の目標 ① 目標値「水のカムイと出会う旅へ」Explore the spirit of KAMUY, Duty of water～釧路湿原・阿寒・摩周～水のカムイ観光整備計画平成27年3月 北海道釧路市・弟子屈町」, p9より作成

### ●日本版DMO形成・確立計画 (一般社団法人釧路観光コンベンション協会)

	単位	27年(度)	28年(度)	29年(度)	30年(度)	31年(度)	32年(度)
旅行消費額	千円/人	36.0(31.7)	37.9(33.6)	39.8(35.5)	41.9(37.6)	45.7(39.7)	46(40)
延べ宿泊者数	千人泊	1,620.1(135.1)	1,675.7(157.5)	1,734.4(184.6)	1,797.4(216.2)	1,867.7(251.9)	1,940.7(293.5)
来訪者満足度(大変満足)	%	23.3(14.8)	23.5(15.1)	23.8(15.8)	24.2(16.7)	24.5(17.7)	25.8(18.8)
リピーター率	%	60.2(9.0)	60.6(9.2)	61.0(9.5)	61.4(9.7)	61.8(10.0)	62.2(10.2)
宿泊施設の稼働率(人)	%	55(15)	60(15)	60(20)	63(20)	63(25)	65(25)
滞在プログラム参加者数	人	( )	76(4)	138(16)	160(25)	184(36)	211(51)
滞在プログラム参加者満足度	%	( )	23.0(24.5)	23.8(23.7)	24.7(24.7)	25.7(25.7)	26.0(26.0)

※滞在プログラム 主に釧路・阿寒・弟子屈の3地区を周遊する滞在プログラムを企画。季節に応じたコースを実施し、そのプログラムに参加された方に満足度を調査する。  
出典：「6. KPI(実績・目標)(1)必須KPI」日本版DMO形成・確立計画 一般社団法人釧路観光コンベンション協会」, p8より作成

### ●日本版DMO形成・確立計画 (NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構)

	単位	27年(度)	28年(度)	29年(度)	30年(度)	31年(度)	32年(度)
旅行消費額(内は外国人)	千円/人	34.0(30.0)	34.5(30.5)	35.0(31.0)	36.0(32.0)	37.0(33.0)	37.5(33.5)
延べ宿泊者数	千人	604.9(104.1)	629.1(122.6)	654.2(144.5)	680.4(170.2)	707.6(200.5)	720.0(226.0)
来訪者満足度(大変満足)	%	23.0(15.0)	23.2(15.2)	23.5(15.5)	23.7(15.7)	24.0(16.5)	24.3(16.8)
リピーター率	%	63.0(9.0)	63.5(9.2)	64.0(9.5)	64.5(9.7)	65.0(10.0)	65.5(10.3)

出典：「6. KPI(実績・目標)(1)必須KPI」日本版DMO形成・確立計画 NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構」, p11より作成

第二期 釧路市観光振興ビジョン  
(平成 29～38 年度)  
平成 29 年 3 月  
発行：釧路市  
担当：産業振興部観光振興室  
〒085-8505  
北海道釧路市黒金町 7 丁目 5 番地  
電話：0154-23-5151 (代表)  
HP <http://www.city.kushiro.lg.jp>