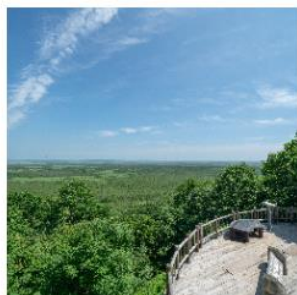
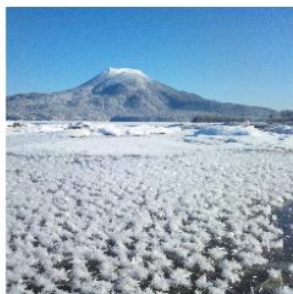


第二期

# 釧路市観光振興ビジョン中間見直し

－概要版－



# 釧路市が観光振興に取り組む意義と役割

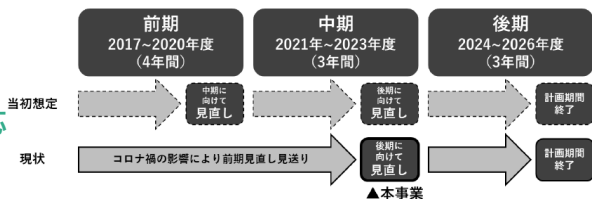
## ▶ 釧路市観光振興ビジョンとは

- ・ 釧路市は、「阿寒摩周」「釧路湿原」の2つの国立公園やラムサール条約登録湿地をはじめとする豊かな自然などを有し、早くから環境に配慮した取組を推進しています。
- ・ そうした中、平成18(2006)年度に観光振興において「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「第一期釧路市観光振興ビジョン」\*1を策定しました。
- ・ 同ビジョンに基づく取組がスタートして10年目である平成28(2016)年度には、上記ビジョンを改定し「第二期釧路市観光振興ビジョン」を策定しました。「域内循環\*2」「外から稼ぐ」を踏まえ、目標達成度を把握する最重要指標を「経済波及効果」と設定し、その目標を基準年次\*の2倍(約500億円)としました。

\*平成21(2009)年釧路公立大学地域経済研究センター調査結果では観光消費による経済波及効果は254億円。その後「平成23(2011)年釧路市産業連関表」における域内調達率を用いて推計した平成29(2017)年の釧路市経済波及効果調査では、経済波及効果は422億円であった。

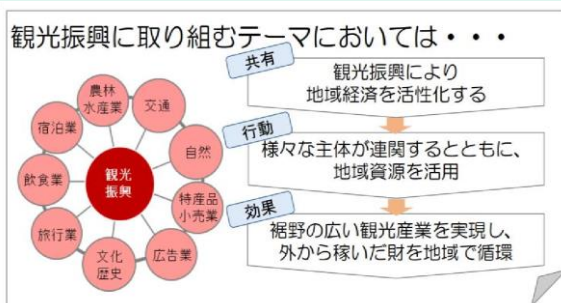
## ▶ ビジョン中間見直しの背景・必要性

- ・ 第二期ビジョンでは、計画期間(平成29(2017)～令和8(2026)年度)を3期に区切って進捗状況の確認、検証・評価を行い、計画見直しを行うこととしています。計画中期においては、ビジョンの検証・評価に加え、社会経済環境の変化や旅行・観光の動向を勘案して「ビジョン中間見直し」を行い、計画後期に向けた「具体的な戦略や観光施策の方向性」を定めることとしていました。
- ・ 特に、観光を取り巻く環境は、令和2(2020)年以降の新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、**計画策定当初から大きく変容**しています。また、現在は計画期間の中期を迎えており、第二期ビジョン進捗状況の確認、検証・評価を行う必要がある一方で、**先行きが不透明な状況が見込まれる**ことから、第二期ビジョンの中間見直しを令和4(2022)年度から令和5(2023)年度の2カ年にわたって行うことで、**刻々と変化する情勢への対応**を図ります。



## ▶ 釧路市における観光振興の位置づけ

- ・ 釧路市観光振興ビジョンは、釧路市が目指すまちづくりを実現するための最上位指針である「釧路市まちづくり基本構想」(平成30(2018)～令和9(2027)年度)の分野別における個別計画です。同構想では、目指すべきまちづくりの理念・コンセプトとして「域内連関\*」を掲げています。  
\*地域内の様々な主体がテーマを共有し、それぞれの強みや地域資源を生かしながら、付加価値の創造や地域課題の解決に向けて行動する考え
- ・ 同構想では、観光は裾野の広い業種から構成され、地域への経済波及効果が大きいことから「**地域のリーディング産業**」と位置付けたうえで、市民一人ひとりや多様な担い手の観光に対する理解と関与を促し、**観光消費の拡大と域外から稼いだ財の域内での循環の強化などを図り、観光産業の育成を進める**ことが重要としています。



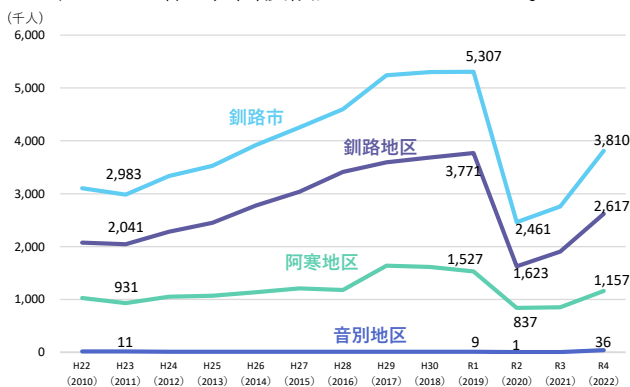
\*1当ビジョンでは、平成19年3月に策定したビジョンを「第一期釧路市観光振興ビジョン」(以下、第一期ビジョン)、そして、現行ビジョンを「第二期釧路市観光振興ビジョン」(以下、第二期ビジョン)と称することとする。

\*2域内循環…市民や企業が必要なモノを、なるべく地元企業から購入・調達することで、地元企業の収益を支え、お金の循環を促し、地域経済全体の財の流出を防止し、地域経済の体力を蓄えていくこと。さらに、お金の循環に加えて、消費者のニーズに対応することで、生産者の成長にもつながる取り組み。

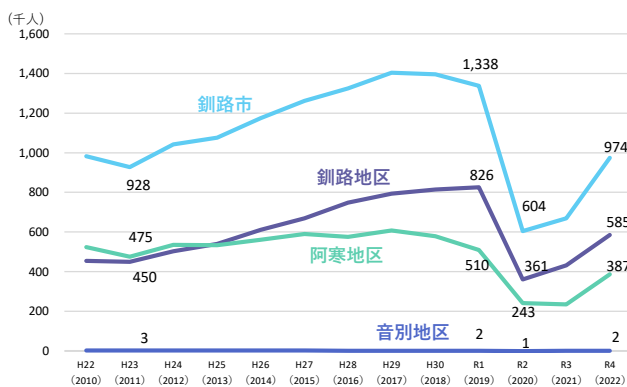
# 釧路市の観光を取り巻く現状

## 釧路市の観光入込客数

- ✓ 釧路市の入込総数は、令和元(2019)年度では530.7万人でしたが、令和2(2020)年度は新型コロナウイルス感染症の拡大の影響で246.1万人に減少し、令和4(2022)年度は381.0万人（令和元(2019)年度比71.8%）となりました。入込総数の対前年比を地区別にみると、令和4(2022)年度の釧路地区は前年比38%増、阿寒地区は前年比36%増と、回復傾向がみられました。
- ✓ 宿泊客数は、釧路市全体では平成29(2017)年度の140.3万人以降はやや減少傾向であり、令和2(2020)年度のコロナ禍には更に大きく減少しましたが、令和4(2022)年度には97.4万人まで回復しました。宿泊客数の対前年度比を地区別にみると、令和4(2022)年度の釧路地区は前年比35%増、阿寒地区は前年比64%増と、回復傾向がみられました。



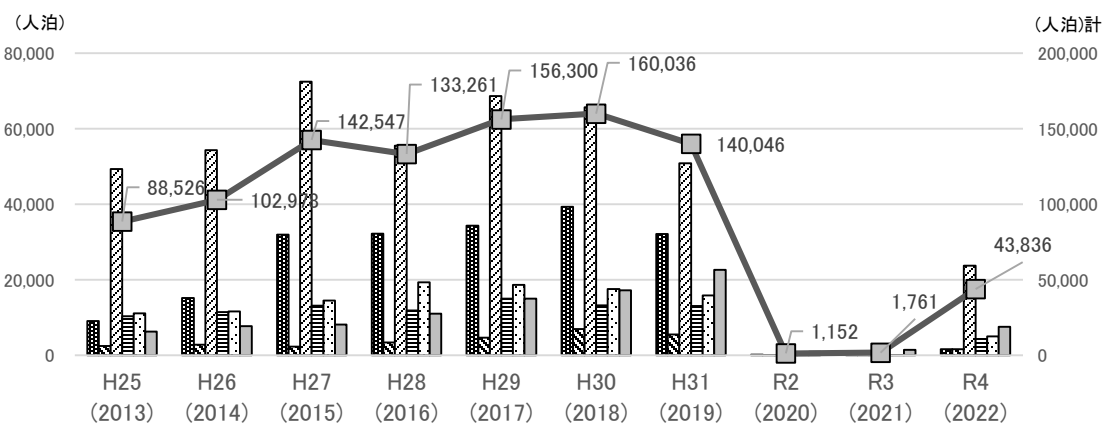
▲ 入込客数の推移



▲ 宿泊客数の推移

## 釧路市の訪日外国人延べ宿泊客数

- ✓ 釧路市の訪日外国人延べ宿泊客数は、平成27(2015)年度から13~16万人程度で推移し、コロナ禍には1,152人まで減少しましたが、令和4(2022)年度においては43,836人まで回復しています。国・居住地別のシェアは、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、香港などが続きます。コロナ禍以降の回復においても、台湾が牽引している状況です。



\* 国別 中国 韓国 台湾 香港 シンガポール・マレーシア・タイ ヨーロッパ・アメリカ・オーストラリア・その他 計

▲ 訪日外国人延べ宿泊客数の推移

## 国、地域の観光政策等 - 釧路市への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、令和2年4月）、「広域観光周遊ルート形成計画」（平成27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」（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）。令和5年3月には、「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくりモデル観光地」として、ひがし北海道エリアが選定されました。



# 観光消費による経済波及効果の意義

- 第二期ビジョンでは、経済波及効果を基準年次の2倍(約500億円)とすることを目標に、様々な観光施策を進めています。
- 令和5年度経済波及効果調査結果を見ると、観光消費が釧路市にもたらす経済波及効果は約470億円と推計され、市内の幅広い産業への波及効果まで含めると、全体でおよそ3,908人の雇用誘発効果に相当します。
- 観光産業において、地元産の仕入率を増やすといった「域内循環」を心掛けることで、観光消費による地域経済への更なる波及効果が期待されます。



▲ 経済波及効果調査結果（令和5年度）釧路市

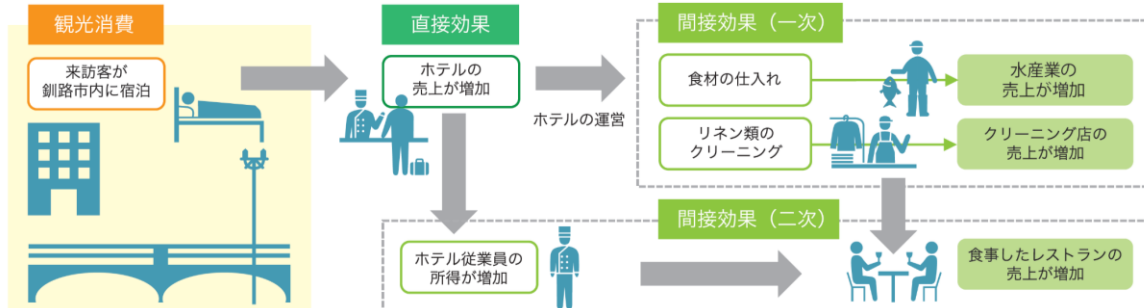
## 〔コラム〕幅広い産業に波及する観光消費

宿泊施設を例にすると、宿泊施設で食事を提供する場合、食材を仕入れる小売業、さらに小売業は水産業などから仕入れを行っています。また、施設を運営するためには、水道光熱費も発生するため、電気・ガス・熱供給・水道業にも波及します。

観光消費は観光関連産業だけでなく、幅広い産業に波及する裾野の広い産業であるといえます。

※釧路市がアドベンチャートラベルや高付加価値化を推進する理由の一つに、地場製品の消費など地域の雇用や所得向上への貢献が重視され、幅広い経済効果が見込まれる点が挙げられます。

### ▼ 観光消費による経済波及効果のイメージ図（宿泊を例として）



## ▶ 釧路市を訪れる観光客による経済波及効果アップシミュレーション

今回の調査では、期待していた活動として「食・グルメ」を挙げる人が全体の半数を超え、数ある活動の中で最も選択率が高く、釧路産食材に割増料金を支払ってもよい人の割合が全体の6割弱と「食」への期待が大きいことが確認されました。こうした現状を踏まえ、食材の域内調達率を高め、来訪者の半数程度が割増料金を支払うと仮定して、以下のとおりシミュレーションを行いました。

食材の域内調達率が**10%増\***

日本人宿泊客数の50%（約29万人）が  
飲食費15%（約**1,400円**）増（人回）

外国人宿泊客数の50%（約7千人）が  
飲食費15%（約**2,000円**）増（人回）

組み合わせると...

生産波及効果約 **18** 億円増  
付加価値効果約 **8** 億円増  
雇用誘発効果 **110** 人増

\*：釧路市産業連関表の中から食料品に関係する「農業」「漁業」「と畜・肉・酪農」「水産食料品」「その他の食料品」「飲料」の自給率を現状から10%増と仮定して推計。

# 釧路市の観光が目指す姿と目標

## ▶ 釧路市観光の将来像と3つのメッセージ

### 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

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特異な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地元産の食材や産品を積極的に活用するなど「域内循環」を高めることで、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の確立を進め「住んでよし、訪れてよし」の地域づくりに取組みます。

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。

## ▶ 釧路市観光の目標像 + 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』

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』

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』

## ▶ 目標年次と目標数値の考え方

■ 計画の目標年次平成29(2017)年度から概ね10年程度

■ 指数と目標数値経済波及効果 基準年次の2倍(約500億)\*

\* 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

### 最重要指標

経済波及効果

経済波及効果

= 観光客数(実数)

× 消費単価

× 域内調達率

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、多様な主体が関与して行う総合的な取り組み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。

## ▶ 標的とする市場

【国内市場】 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。

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が多い来訪者、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)】 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。

既存市場

国際情勢や為替相場等の海外市場特有のリスクマネジメント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。

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、特に富裕層の顧客獲得と観光消費額の増大を図ります。

新規開拓市場

## ▶ 戦略推進に当たって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

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。

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させる

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、地域連携を通じて地域内での財の循環を促進、強化させる視点が重要です。

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

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。

## ▶ 釧路市の観光を取り巻く環境変化

- 令和2（2020）年の新型コロナウイルス感染症拡大による環境変化に加え、国の新たな観光立国推進基本計画（2023年3月）の策定など刻々と変化する情勢を踏まえ、釧路市の観光振興における「量から質への」転換や「持続可能な観光まちづくり」をはじめ、「経済波及効果を高める観点」で計画の検証を行い、目標達成に向けた戦略・施策を展開していきます。
- 第二期ビジョンの中間見直しでは、第二期ビジョン策定以降に重要となった新たな視点（サステナブルツーリズム、ワーケーション、観光地DX、アドベンチャートラベル、観光地再生・高付加価値化、観光レジリエンスの向上など）を踏まえ、「中間見直しにおける新たな視点・キーワード」として整理し、第二期ビジョンの9つの戦略体系に位置付ける「40の施策」について見直しを図ります。

## ▶ 中間見直しにおける新たな視点・キーワード

経済波及効果を高める観光施策（観光振興ビジョン）

### 1. 持続可能な観光まちづくり

#### 1-① サステナブルツーリズム

- 釧路市におけるサステナブルツーリズム（持続可能な観光）の推進  
2つの国立公園（釧路湿原・阿寒摩周）や特別天然記念物（マリモ、タンチョウ）、アイヌ文化の伝統等、貴重な資源の保護と利用の両立を意識した、地域住民、観光客、自然環境資源等が共存し続けられる魅力ある地域づくりを推進

#### 1-② ワーケーション・テレワーク

- 市街地の都市型ワーケーション、阿寒湖温泉地区のリゾート型ワーケーションによる誘客を推進

#### 1-③ 観光地DX

- 観光客の属性・ニーズ、消費行動等の把握 ● 観光データの地域内共有 ● 旅行者や観光産業の利便性や生産性の向上

### 2. 観光地再生・高付加価値化

#### 2-① アドベンチャートラベル

- アドベンチャートラベルのブランド構築と多様なコンテンツの造成、ガイドの育成 等

#### 2-② 地域一体となった面的な観光地再生

- 釧路川リバーサイドエリア、阿寒湖温泉エリア等における、宿泊、飲食、観光施設、ガイド等の連携による面的な観光拠点化

#### 2-③ 高付加価値化

- 体験型観光を重視したコンテンツ造成・販売による高付加価値化

### 3. 地場産品の魅力向上

#### 3-① 地場産品の魅力向上

- 「地場食材（水産・農作物等）」「地場産品（アイヌ工芸、富貴紙等）」の域内調達率や付加価値の向上、地場産品の商品化

#### 3-② 販路強化

- ふるさと納税制度を通じた地場産品や体験コンテンツの情報発信・提供、市内の道の駅やマルシェ等の拠点施設での地場食材・地場産品を使用したメニューや商品の開発、販売強化

#### 3-③ 事業者間の交流の活性化

- 地場産品の安定供給に向けた官民ネットワークや一次産業の基盤強化等

### 4. 安全・安心な観光地づくり

#### 4-① 観光レジリエンスの向上

- 災害発生時の旅行者の安全確保や観光地への影響を軽減させる、足腰の強い観光産業の構築

### 5. 観光財源の確保

### 6. 体制（担い手）の整備、労働力の確保

# 第二期釧路市観光振興ビジョン戦略の体系

## ▶ 釧路市の観光の将来像を実現するための3つの分野、9つの戦略、40の施策

### 観光産業育成分野

#### 戦略

##### 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－

#### 施策

- ①地場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地場産品や体験商品等の差別化
- ②観光・サービス産業の利便性や生産性の向上（観光地DXの推進等）
- ③地域の特色を活かした誘客・滞在促進
- ④事業者間の交流の活性化

#### 戦略

##### 戦略4 魅力的な地域づくり戦略

－ここにしかない資源の保護と利用の両立など、魅力的で持続可能かつ発展性のある観光地域となるために－

#### 施策

- ①アドベンチャートラベルや高付加価値化の推進
- ②潜在的な魅力の発掘と観光活用
- ③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
- ④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

#### 戦略

##### 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－

#### 施策

- ①観光統計整備及び調査を通じたデータの取得、分析
- ②データを活用した観光政策の立案
- ③観光情報発信体制の充実
- ④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
- ⑤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の強化
- 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
- ⑤観光地としての危機管理

##### 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地域一体となった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

### 観光まちづくり分野

### 観光インフラ構築分野

※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。



# 将来像の実現に向けた観光戦略と具体的施策

## 観光産業育成分野

### 戦略

#### 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

地場食材の域内調達率や付加価値を高めるために、地場食材を加工品に活用していくとともに、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みます。

#### 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

世界規模の国際会議の開催経験を活かし、更なる受入れ体制の整備やMICE<sup>\*3</sup>の誘致・開催促進、ユニークベニュー<sup>\*4</sup>やプレ/ポストツアー<sup>\*5</sup>（アフターMICE）の充実などに積極的に取り組みます。

#### 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

地場産品や体験商品等の普及に向けた販売・PR強化や、ワーケーション<sup>\*7</sup>への対応を行うとともに、観光地DX<sup>\*8</sup>の推進や事業者ネットワークの強化等、受入基盤の強化を行うことで、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。

### 施策

##### ①地場食材の域内調達の促進

域内調達率を高め、地域で生産される食材が観光客及び市民に普及されることで、地元産を意識した食材の域内活用を図ります。

##### ②地場食材を活かした加工品の開発

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。

##### ③食を楽しむ魅力的な空間づくり

食材生産と関連の深い空間の活用を進めていくとともに、併せて食にまつわる様々な体験型メニューなどを掘り起していきます。

##### ④地域の食の魅力を支える人材育成

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。

##### ⑤食の高付加価値化

地域内外に対して、食に関する情報発信を行うとともに、道の駅やマルシェ等の拠点施設でのメニューや商品の開発、販売を強化するなど、釧路でしか得られない食体験を提供することで、食の高付加価値化を図ります。

##### ⑥食の品質維持・管理の仕組みづくり

釧路地域特有の料理や食の付加価値向上を図るため、地場産品の品質の維持管理を徹底化していきます。

##### ①MICE関連産業の実態・実績把握

コンベンションの誘致・開催実績に加え、受け入れ体制や、MICEに関連する産業を詳細に把握し、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。

##### ②グローバルMICE誘致の推進

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。

##### ③MICE誘致・開催促進

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。

##### 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開催に合わせてユニークベニューにも取り組みます。また、配偶者プログラムやテクニカルビジット<sup>\*6</sup>など、MICE参加者向けのプレ/ポストツアー（アフターMICE）等を充実させていきます。

##### ①地場産品や体験商品等の差別化

地場産品の普及に向けた販売・PRを強化し、地域ならではの体験コンテンツの企画開発や販売等を推進します。また、商品に地域ならではの付加価値を加え差別化を図り、釧路市の強みをアピールします。

##### ②観光・サービス産業の利便性や生産性の向上（観光地DXの推進等）

観光地における面的なDX推進等によって、旅行者の利便性向上や周遊促進、観光産業の生産性向上、観光地経営の高度化などを図ります。

##### ③地域の特色を活かした誘客・滞在促進

釧路市の自然環境（涼しい環境や遊歩できる環境等を含む）、歴史・文化、産業に関する情報を伝え、ワーケーション・テレワークのニーズにも訴求し、観光客の誘客や長期滞在の促進に結び付けていきます。

##### ④事業者間の交流の活性化

地場産品の安定供給に向けた官民ネットワークや一次産業の基盤強化を行い、地元企業から調達を図ることで域内循環を促進します。

\*3MICE…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

\*4ユニークベニュー…歴史的建造物、文化施設や公的空間等で、会議・レセプションを開催することで特別感や地域特性を演出できる会場のこと（観光庁HPより）

\*5プレ/ポストツアー…会議開催前、あるいは閉会后に計画された、会議出席者及び同伴者のための旅行（UNTO HPより）

\*6テクニカルビジット…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（JTBC総合研究所HPより）

\*7ワーケーション…英語のWork（仕事）とVacation（休暇）の合成語。リゾート地や地方部など、普段の職場とは異なる場所で働きながら休暇取得を行うこと。あるいは休暇と併用し、旅先で業務を組み合わせる滞在のこと。仕事主体と休暇主体の2つの概念が存在する（JTBC総合研究所HPより）

\*8DX…Digital Transformation（デジタルトランスフォーメーション）の略で、AIやIoTなどの先端的なデジタル技術の活用を通じて、デジタル化が進む高度な将来市場においても新たな付加価値を生み出せるよう従来のビジネスや組織を変革すること（独立行政法人情報処理推進機構報告書より）



## Ⅰ 観光まちづくり分野

### 戦略

### 施策

#### 戦略4 魅力的な地域づくり戦略

ここにしかない資源の保護と利用の両立など、魅力的で持続可能かつ発展性のある観光地域となるために—

##### 戦略の狙い

近年、サステナブルツーリズム<sup>\*9</sup>（持続可能な観光）を推進する動きが活発化する中、貴重な資源の保護と利用の両立など、周辺と一体となった面的整備を促進し、地域住民、観光客、自然環境資源等が共存し続けられる魅力ある地域づくりを実現します。

#### 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

世界から訪れる旅行者の視点で、広域的な釧路市の魅力を活かす観光政策を進め、ひがし北海道の観光拠点を目指します。

#### 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

多様な主体がそれぞれの役割を果たすことにより、ホスピタリティの高い観光を提供します。また、世界からの旅行者を受け入れるために、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。

#### ①アドベンチャートラベルや高付加価値化の推進

観光消費の拡大と付加価値の向上を図るため、アドベンチャートラベル<sup>\*10</sup>（A T）の聖地としてブランドの構築を進め、さらに高付加価値旅行者の獲得に向けた取組みを行います。

#### ②潜在的な魅力の発掘と観光活用

地元の人も気づいていない潜在的な魅力の発掘を行うとともに、地域住民や従業員等も釧路市を楽しめるよう、資源の磨き上げを行います。

#### ③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

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。

#### ④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

我が国の先住民族である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を行います。

#### ①観光圏や釧路管内、ひがし北海道における広域連携

ひがし北海道全体の観光分野のリーダーとして、釧路市観光の理念となる考え方を連携する地域と共有しながら、広域的な観光エリアとしてのブランド力を高めます。

#### 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の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過ごすための仕組みを構築していきます。

#### ③北海道全体での広域連携

釧路市は、北海道内の中核都市として他の道内中核都市と連携して、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組んでいきます。

#### ④エリア相互の連携と補完

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、地域が相互に連携し、補完していきます。

#### ①人材の発掘と確保

観光・サービス産業等における人材不足への対応も視野に入れ様々な分野で活動している組織・団体の活躍の場を広げてもらえる環境づくりを行います。

#### ②人材育成プログラムの整備

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、専門人材の育成にあたっては大学や研究機関、先進地域と連携し、段階的に人材の育成を行います。

#### ③おもてなし精神の醸成

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、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。

#### ④観光関連事業者の意識改革

観光のプロとしての観光関連事業者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。

\*9サステナブルツーリズム…訪問客、業界、環境および訪問客を受け入れるコミュニティのニーズに対応しつつ、現在および将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光(国連世界観光機関(UNWTO)HPより)

\*10アドベンチャートラベル…アクティビティ・自然・文化体験の3要素のうち、2つ以上で構成される旅行(Adventure Travel Trade Association(ATTA)より)。一般的な観光旅行よりも現地での長期滞りが見込まれ、観光消費額も大きい傾向となるため、地域への経済効果が大きい点が特徴(JNTO HPより)

## ■ 観光インフラ構築分野

### 戦略

#### 戦略7 観光マーケティング・プロモーション強化戦略

ー 釧路市を客観的に見つけ、効果的に誘客していくためにー

#### 戦略の狙い

客観的なデータに基づくマーケティングを行い、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を行っていきます。

#### 戦略8 観光推進体制形成・確立戦略

ー 観光政策を確実に実行していくためにー

#### 戦略の狙い

民間事業者、市民など多様な担い手との連携を深めます。また、観光推進組織による観光推進力の強化や観光地としてのレジリエンス<sup>11</sup>向上に向けた施策を展開します。

#### 戦略9 観光インフラ整備・拡充戦略

ー 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ー

#### 戦略の狙い

世界から来訪した観光客が快適に観光できるよう、地域一体となったまちなかのにぎわいづくりや既存施設の再生を図るとともに、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きます。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>13</sup>・ストレスフリー<sup>14</sup>化を進めていきます。

\*11レジリエンス…「しなやかさ」「強靱さ」と訳されることが多い。予測不能かつ多様なリスクに直面することの多い観光地にとっては注目すべき概念

\*12DMO…「デスティネーション・マネジメント(Destination Management)および「デスティネーション・マーケティング」(Destination Marketing)を担う、観光による地域振興の司令塔組織

\*13ユニバーサルデザイン…あらかじめ、障害の有無、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(障がい者基本計画)

\*14ストレスフリー…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)

### 施策

#### ①観光統計整備及び調査を通じたデータの取得、分析

観光統計の継続的な把握や観光による経済波及効果の実態把握を行うとともに、リピーター獲得や観光産業の質向上に向けた顧客満足度等調査を行います。

#### ②データを活用した観光政策の立案

観光に関わる様々な主体間で、観光データやこれに基づく課題を共有し、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。

#### ③観光情報発信体制の充実

基本情報の統一化を図り、各地域独自の情報を共有できるネットワーク体制を整え、市内観光案内所及び各所で提供することを通じて、各地域へ誘客できる仕組みをつくっていきます。

#### ④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

マーケティング調査結果等を踏まえて、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。

#### ⑤釧路の“旬”を活かした情報発信

時期(季節、月)や同一時期における市内各地域での入込の変動の違いを解消するために、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。

#### ①DMO<sup>12</sup>の強化

広域において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組織としての機能や体制を強化します。

#### ②産・官・学・市民の連携による観光地マネジメントの実現

産業界、教育・研究機関、行政、市民活動団体など、多岐にわたる取組主体がそれぞれの特性を活かす連携体制を構築した上で、地域のマネジメントを実現します。

#### ③安定的な観光財源の確保

観光振興を目的とした財源の自主的な確保に向けて、入湯税の引き上げの継続を行うとともに、その他の安定的な財源の導入の検討や研究など、安定的な財源確保の取組みを推進します。

#### ④政策の評価と見直し

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。PDCA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。

#### ⑤観光地としての危機管理

非常時における観光客向けの情報提供や避難誘導体制の構築、観光関連施設との連携を強化し、観光客が安全で安心に過ごせるように体制や仕組みを整備していきます。

#### ①地域一体となったまちなかのにぎわいづくり

「まちなか」の滞在環境の整備を進め賑わいを喚起し、飲食や体験を促進することを通じて面的な観光地としての再生を図ることで、市民及び観光客の満足度の向上を図ります。

#### ②観光施設、文化・スポーツ施設の魅力づくり

博物館や動物園などの文化施設や、スキー場をはじめとしたスポーツ施設などの既存施設の価値を見直し、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更なる活性化を図ります。

#### ③「陸・海・空」交通インフラ&ネットワーク整備

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、交通アクセス、観光案内サイン等も併せて整備していきます。

#### ④ユニバーサル&ストレスフリー環境整備

ハード、ソフト両面においてユニバーサルデザイン化を進めるとともに、デジタル技術を必要に応じて導入しながら、情報アクセス環境や決済環境、その他環境整備を行い、ストレスフリーで快適に観光できる環境を整えていきます。

# 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、観光に対する取組方法は様々です。それぞれのエリアの地域特性や実情を踏まえ、観光魅力の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魅力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以下のとおり提示します。

## 国立公園満喫プロジェクト

### 阿寒摩周国立公園

- 「阿寒摩周国立公園満喫プロジェクトステップアッププログラム2025」に基づき、ひがし北海道におけるA.Tの推進などにより、インバウンド利用、長期滞在利用を推進する取組を進めています。
- 公園内のトレイルを充実させることで、点在する観光スポットを短い滞在時間で周遊するスタイルから、長期滞在をしながらゆっくりと国立公園の自然を満喫するスタイルへの転換を図っています。

### 阿寒湖温泉エリア

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

- 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のできる地域を目指します。
- 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。

### 山花公園・阿寒丹頂の里エリア

#### 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

- 釧路市民や観光客の憩いの場、そして体験の場として、動植物の観察をはじめ、温泉、食、キャンプといった自然豊かな地域資源を活用した魅力の創出を図り、滞在時間の長いエリア形成を目指します。
- 釧路市の玄関口として、空港と高速道路を利用する市民や観光客に、休憩の場や地場産品メニュー等を提供し、安全・安心に楽しんでもらえる魅力ある地域づくりを進めます。

### 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・食の魅力発信

- ふき、キクイモ、しいたけ、山菜などの充実した特産品や、広大な森林など手つかずの自然が多く残る良さを求める人が、ゆっくり滞在することができるエリアを目指します。
- 当エリア内で生産された農作物や開発される商品を釧路市全域で活用し、地場食材を活かした食の魅力づくりを進めます。

### 水のカマイ観光圏

#### 釧路湿原・阿寒・摩周

- 「水のカマイと出会う旅へ」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。

### 阿寒摩周国立公園ゾーン

#### 火山と森と湖が織りなす原生自然を堪能する・阿寒摩周国立公園

- 「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。

### 釧路湿原国立公園ゾーン

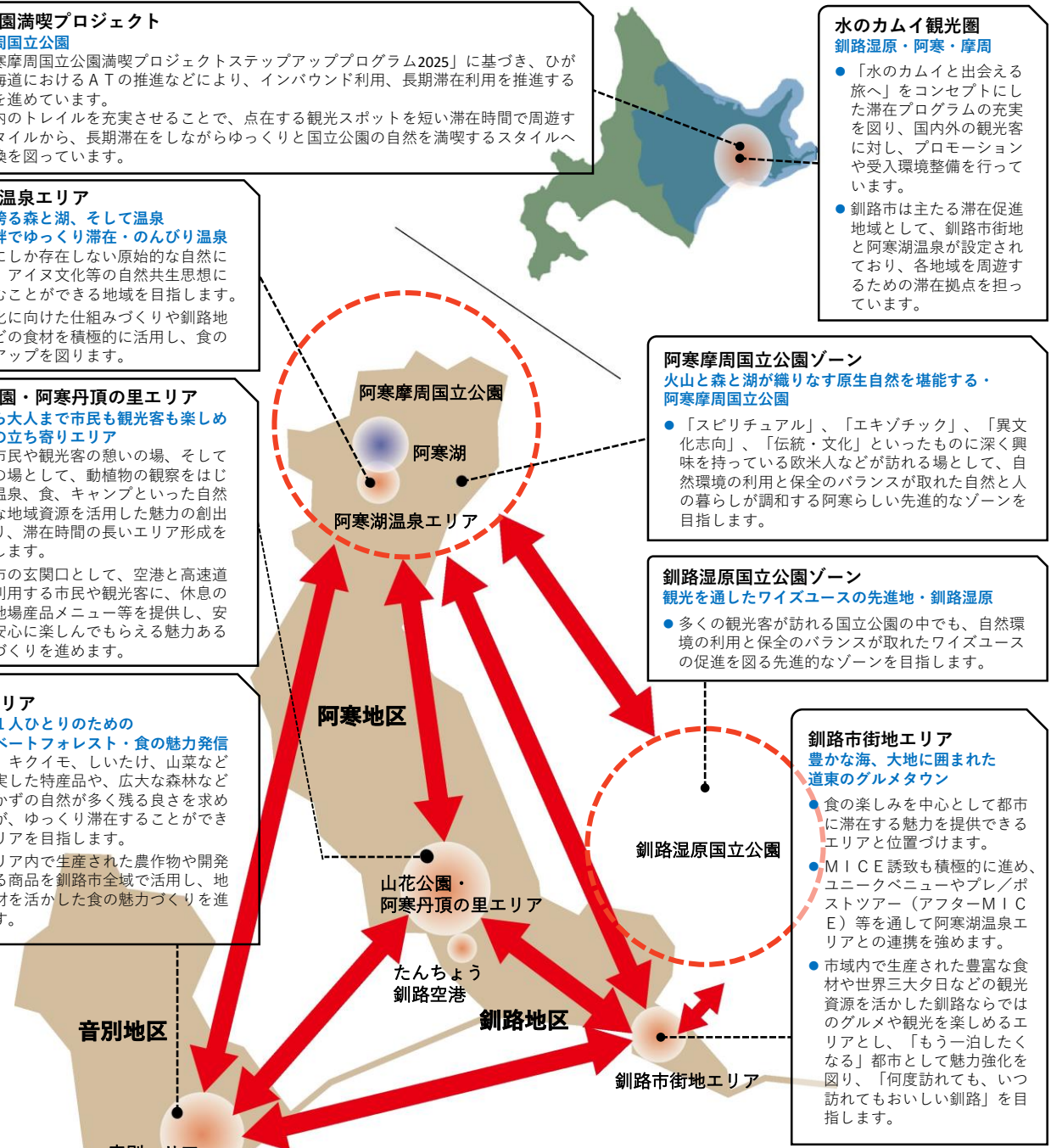
#### 観光を通じたワイズユースの先進地・釧路湿原

- 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。

### 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

- 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。
- 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。



※ 全てのエリアを個別の集客拠点として位置づけるのではなく、各エリアで生産される食材（水産物、農産物など）、観光情報等を共有してエリア間の結びつきを強め、釧路市が一体となった観光振興を実現します。

農産物、水産物、情報、観光客等の流れ

「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。（山花公園・阿寒丹頂の里、音別エリア）

「広域拠点となる2つのエリア」  
観光客の集客拠点として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、阿寒湖温泉エリア）

「他町村にまたがる2つの国立公園ゾーン」  
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。（釧路湿原国立公園、阿寒摩周国立公園ゾーン）

図 釧路市内のエリア・ゾーン別観光振興の方向性



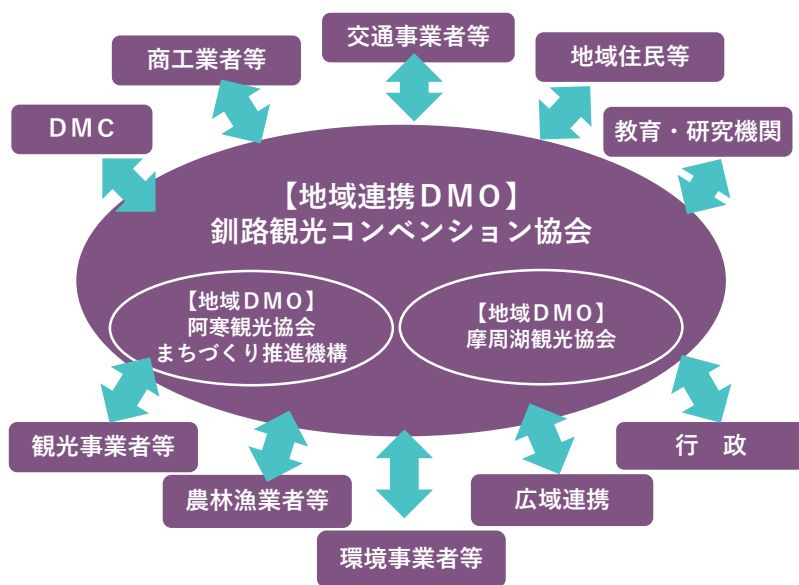
# 計画の推進及びその管理

## ▶各主体の役割分担と推進体制

観光は行政、観光推進組織（DMO）、地域特化型旅行会社（DMC）、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。

行政、観光推進組織（DMO）、地域特化型旅行会社（DMC）、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。

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内外の関係者が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。



## 〔コラム〕国内各地域で進む宿泊税の導入

法定外目的税である宿泊税は、観光振興の財源として、東京都や大阪府、京都市、金沢市、福岡県、福岡市、北九州市、長崎市のほか、道内では倶知安町において既に導入されています。

コロナ禍から観光客が回復する中、北海道をはじめ、札幌市など複数の市町村において宿泊税を導入する動きが本格化しています。

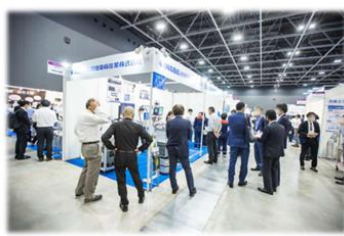
当市では、本ビジョンの戦略8「③安定的な観光財源の確保」において、観光振興を進めるための持続的・安定的な財源確保の必要性を位置付け、平成27(2015)年から全国に先駆けて入湯税の引き上げに取り組み、阿寒湖温泉地区における観光振興を推進してきております。

今後においては、北海道などの動向を注視しながら、宿泊税の導入など全市的な観光振興のための財源確保策を検討することが必要とされております。

## ▼福岡市の宿泊税の活用事例（令和3年度）



美術館前のデジタルサイネージ



マリンメッセ福岡B館で開催された展示会の様子



地域資源を活用した滞在コンテンツの造成



リモート観光案内(福岡空港国内線)

## 第二期 釧路市観光振興ビジョン中間見直し（令和6年3月）

発行：釧路市 担当：産業振興部観光振興室  
阿寒観光振興課

〒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 <https://www.city.kushiro.lg.jp>