

(特非)阿寒観光協会まちづくり推進機構関係

資料4-1 (特非)阿寒観光協会まちづくり推進機構資料

資料4-2 DMOの取組状況に関する調査 回答

資料4-3 日本版DMO形成・確立計画

ご説明資料

阿寒DMOにおける人材・財源確保等 経営資源改革へのチャレンジ

2018年12月20日

NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構
(阿寒DMO)



内容

- I. 阿寒DMOの概要
- II. 阿寒DMOの人材強化の取り組みと課題
- III. 阿寒観光DMOの収支構造改革と課題
- IV. インバウンド受け入れ環境整備の取り組みと課題

参考資料

- 1. 入湯税超過課税観光振興事業事例
- 2. 観光立国ショーケースに向けた重要施策



I. 阿寒DMOの概要

1. 国の観光立国施策の対象地域としての役割

(1) 観光立国ショーケース

選定都市：**釧路市(釧路・阿寒)**、金沢市、長崎市

インバウンド倍増計画(2016年12万人→2020年25万人)

(2) 国立公園満喫プロジェクト(世界に通用するナショナルパーク化)

34の国立公園から8国立公園を選定

阿寒摩周国立公園(北海道で唯一の選定国立公園)

2. 「基盤整備」の段階から 「2020年の目標の達成」に向けた取組の加速

「**マネジメント・マーケティング戦略を担う DMO**」と、
「**中核プロジェクトの推進を担う DMC（事業会社）**」
の両輪体制で、加速度的な事業推進を図る

- 世界にアピールする自然との共生を重視したアドベンチャーリズムとそれに寄り添う先住民文化を中核としたプロジェクトの推進
- ATTAと連携して欧米豪富裕層に対応した高付加価値化、高品質化

阿寒湖温泉の観光地経営(エリアマネジメント)体制

観光立国ショーケースとして、「訪日外国人旅行者を地方へ誘客する」地域づくりを事業面で牽引し、最終的な目標である「稼げる地域づくり」を実現するために、新たな事業創出/持続可能な運営組織を設立

観光地づくりの全体管理・非営利事業の推進

【地域DMO】

NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構

戦略立案・管理

- ・阿寒湖温泉創生計画2020の実施・進捗管理
- ・DMO推進(マネジメント、マーケティング・プロモーション戦略の立案・実施・進捗管理)
- ・観光立国ショーケース、阿寒摩周国立公園満喫プロジェクト、広域周遊ルート等の国の観光施策の実施・進捗管理

事業運営

- ・誘客宣伝
- ・イベント
- ・まちづくり(国際化推進、商店街活性化、花いっぱいプロジェクト、まりも倶楽部等)
- ・アイヌ文化推進、アイヌシアター支援
- ・インフォメーションセンター運営
- ・スキー場運営

稼げる地域づくりに向けた個別収益事業の推進

【阿寒DMC】

阿寒アドベンチャーツーリズム株式会社

- ・「稼げる地域」を先導する会社(ビジネスモデルの創出・継続、雇用・人口増への拡大、行政に頼りきらないDMOの財源創出)
- ・阿寒湖温泉の価値の最大化(阿寒湖温泉の魅力を「最大限高く評価する顧客」とのマッチング。高付加価値型のアドベンチャーリストをターゲットにした事業創出)
- ・観光立国ショーケース、国立公園満喫プロジェクトの推進に、事業面から貢献する会社(国際的ブランド力向上に資する事業、国内・国外からの誘客と地域消費向上に資する事業、滞在化を促進する事業)

釧路市
(観光振興室等)

国等の事業

- <国・探択事業>
- 「観光立国ショーケース(観光庁)」
 - 「日本版DMO(観光庁)」
 - 「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(観光庁)」
 - 「国立公園満喫プロジェクト(環境省)」
 - 「水のカムイ観光圏(観光庁)」
 - 「地域中核企業創出・支援事業(経済産業省北海道経産局)」
 - 「インキュベーター事業(観光庁)」
 - 「商店街活性化事業(経済産業省)」

- <北海道>
- ・経済部観光局
 - ・北海道観光振興機構/「(仮称)広域ユークラ街道構想」等
- <釧路市>
- ・観光振興室、阿寒観光振興課等
 - ・釧路地域のアイヌ伝統的生活空間(イオル)再生事業

(一社)釧路観光
コンベンション協会
(地域連携DMO)

(一社)
摩周湖観光協会
(地域DMO)

(一財)前田一歩園財団

阿寒湖温泉旅館組合

阿寒アイヌ工芸協同組合
(アイヌコタン・イコロ)

阿寒湖漁業協同組合

阿寒商店街組合

阿寒湖温泉の観光関連企業・団体

阿寒湖温泉連合町内会

釧路市 阿寒観光振興課

独立採算可能な新事業創出・持続的運営

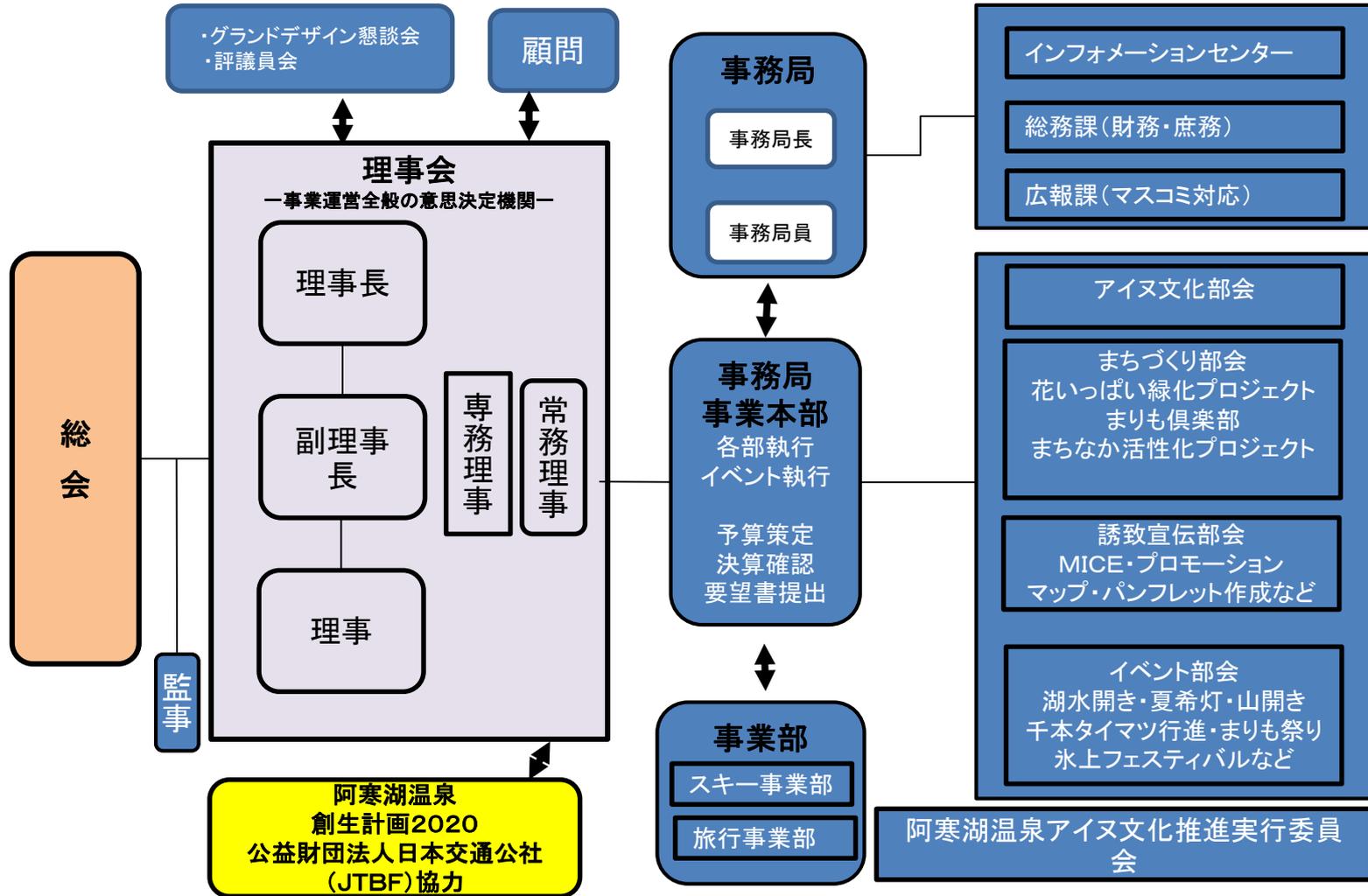
● 阿寒ルミナ(仮称)推進事業

- ・阿寒ルミナ(仮称)企画・開発・運営
- ・阿寒ルミナ関連事業

● アドベンチャーツーリズム推進事業

- ・AT高付加価値滞在プログラム開発
- ・AT事業ワンストップ窓口業務
- ・広域連携アドベンチャーツーリズム推進事業

阿寒観光協会まちづくり推進機構 組織図





LAKE AKAN
阿寒DMO

阿寒アドベンチャーツーリズム株式会社（阿寒DMC）

(1) 設立 2018年4月2日

(2) 資本 4億円

(3) 主要業務

阿寒ルミナ企画開発運営

アドベンチャーツーリズム滞在プログラム造成、販売

阿寒湖温泉地域アドベンチャーツーリズム ワンストップ窓口業務

広域連携アドベンチャーツーリズム事業（釧路、摩周・弟子屈、知床、網走）他）





LAKE AKAN

阿寒DMO

II 阿寒DMOの業務運営体制の強化と課題

1. 観光地経営を担うDMO化による業務内容の変化への対応

イベント対応業務中心から観光地経営のための高度な企画・調整業務へ変化

⇒人材要件の高度化と人件費負担の増加への対応

⇔DMO財務基盤の脆弱さ

→ 地方創生交付金、釧路市補助金、民間企業協力で人材強化

⇒ 外のアドバイザーより組織内での業務遂行当事者としての実行力が

重要 → 補助制度の見直しの必要性



II 阿寒DMOの業務運営体制

2. 高度な専門人材、マネジメントの受け入れ環境整備

(1) 高度な専門人材、マネジメント人材の処遇がプロパー職員の処遇と大きく開きができることについての組織内における緩和措置、環境整備

① 人事賃金制度が異なる企業・組織からの出向者の活用 **(実施)**

② 人事賃金制度の見直し

イベント中心のフラットな人事賃金制度から業績評価に重きを置いた人事賃金制度への移行 **(実施)**

③ 定期昇給、業績リンク賞与、退職金などについても、民間企業、官公庁と同様の長期雇用を重視した採用競争力もある水準、仕組みへの見直し **(財源の確保が課題)**



II 阿寒DMOの業務運営体制

3. 高度な専門人材、マネジメントの受け入れ環境整備

(2) 労働条件、住環境などの受け入れ環境整備

① 高度な専門人材、マネジメント人材が定着できる組織としての休日数、労働時間の労働条件の見直し・改善**(実施)**

(6休日/4週→8休日/月、8時間/日→7時間20分/日)

② 地方においては住環境が経年化も進む中で都会の住環境とはと快適性に大きな隔たりがあり、住環境整備は良材確保に重要。

→**所得制限など入居者資格要件を緩和した公営住宅建設予定(2020年)**

(3) ホテル、旅館、飲食店、物販店などのDMO組織の会員組織の経営者に対する人事賃金制度見直し、労働条件の改善、高度な専門人材、マネジメントの処遇についての理解促進**(実施)**



Ⅲ. 阿寒DMOの収支構造改革の対応と課題

1. 収支構造 2017年度決算概数

収入:2億5,260万円

DMO会費収入:3,100万円、補助金等:1億5300万円、スキー場収入:5,000万円、
旅行事業収入:1,000万円、雑収入等:860万円

費用:2億5000万円

事業費:2億800万円、管理費:4,200万円

収支

正味財産増減:260万円

売上高純利益率:1.03% (大変収益性が低く、内部留保ができない状況)

2. 貸借対照表

資産:1億970万円、流動負債:8,780万円、正味財産:2,200万円

負債比率:80% (極めて短期借入に依存しており、キャッシュフローが厳しい状況)



Ⅲ. 阿寒DMOの収支構造改革の対応と課題

3. 財務的課題

- (1) 安定的な観光振興事業推進のための財源の確保 → 入湯税超過課税で対応
- (2) 人材と財源は「鶏と卵の関係」、良材の確保には財源の確保が不可欠
 - ① 高度な専門人材、マネジメント人材の長期的な雇用のための首都圏レベルの高額な人件負担にはDMOの長期的な財務基盤整備が不可欠
 - ② 出向者は即戦力、出向者による高度な自社専門人材、マネジメント人材の養成には時間を要することから、国、地方自治体からの短期的な補助・支援だけではない長期的な取り組みが不可欠。
 - ③ 組織の収益基盤構築において、そのノウハウを持つ高度な専門人材、マネジメント人材の配置は不可欠



Ⅲ. 阿寒DMOの収支構造の課題と対応

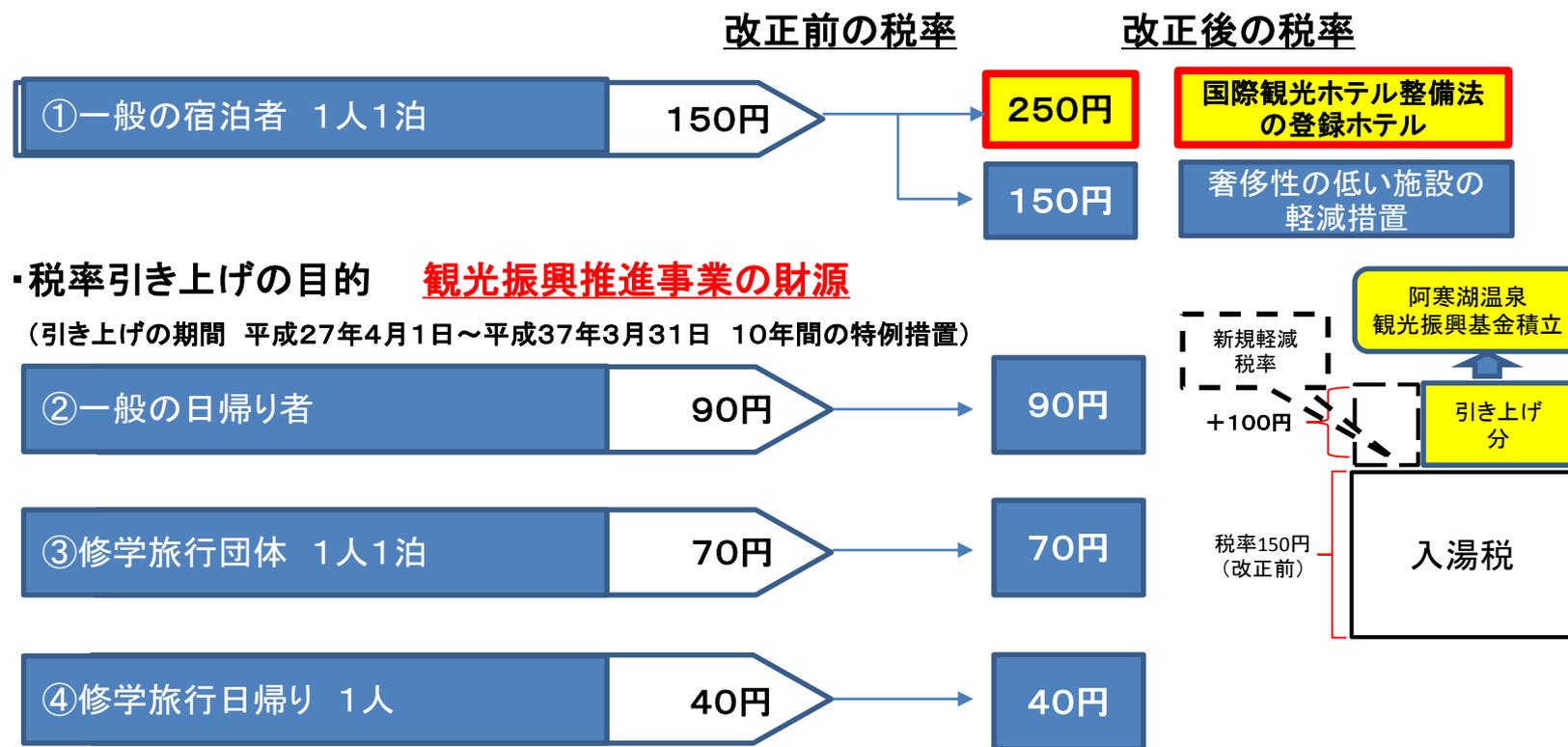
4. 財務基盤整備のための対応

- (1) 観光振興事業に安定的な財源として**入湯税超過課税**に基づく観光振興臨時基金を活用
- (2) 地方創生交付金、釧路市補助を活用したDMO推進人材の確保
- (3) 民間企業との連携に基づくDMO推進人材の確保
- (4) DMO収益基盤整備、財務体質改善のためのDMC「阿寒アドベンチャーツーリズム株式会社」の設立・出資
- (5) 民間企業、官公庁などのOB人材の活用(専務理事、事務局長)
- (6) 安定的な収益事業への取り組み(阿寒ルミナ、イコロエボリューション他)

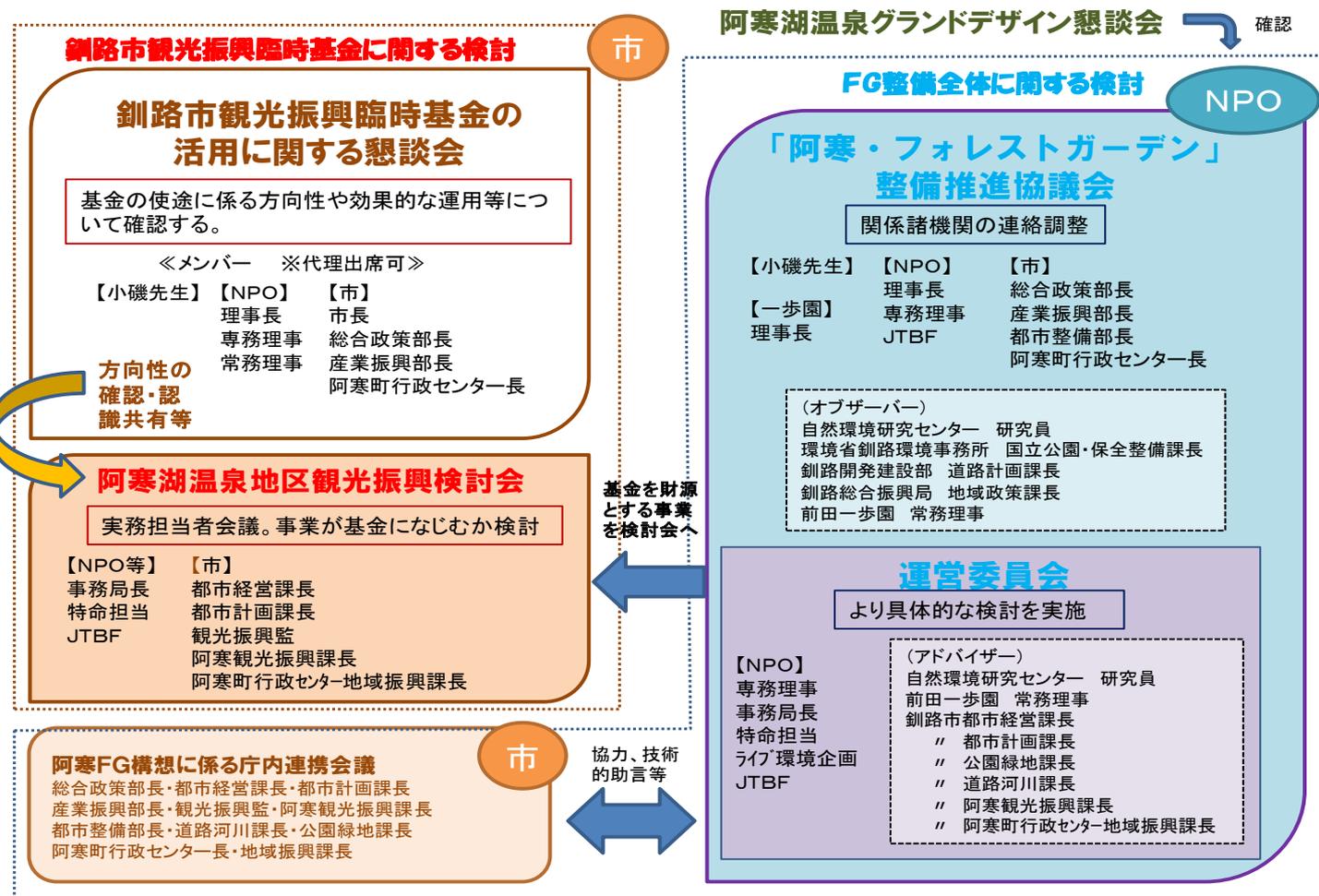


5. 導入した入湯税超過課税の仕組み

入湯税の税率引き上げ(平成27年4月1日改正)



6. 入湯税超過課税についての会議体



7. 入湯税超過課税：観光振興臨時基金を活用した観光振興事業内容

入湯税超過課税収入： 45,000千円～48,000千万円/年

1 国際観光地環境整備事業

- フォレスト・ガーデン(FG)整備事業
 - ・国際観光地にふさわしい表玄関の整備
 - 第1期 駐車場整備(120台)完了
(2018年8月)
 - 第2期 湖へ続くサクラ並木道の整備
- インバウンド受け入れ環境整備事業
 - ・インバウンド対応「案内板」整備事業
 - ・インバウンド対応「WiFi」整備事業
- まちなか活性化事業
 - ・景観改善支援事業(空き店舗対策・店舗
改装資金支援等)
 - ・アイヌシアターイコロ レボリューション
 - ・まちなかアイヌアートギャラリーの整備
 - ・花いっぱい運動推進事業

2 おもてなし事業

- 観光おもてなし推進事業
 - ・「まりも家族コイン」推進事業
 - ・観光客のまちなか周遊促進のための
無料循環バス「まりむ号」の運行サー
ビスの提供
 - ・アイヌデザインを基調にした雨傘、外套
の制作、ホテル・商店への配置、観光
客への貸出による街歩きの促進

IV. インバウンド受け入れ環境整備の取り組みと課題

1. WiFi整備

アイヌコタン、商店街メイン通り、湖岸エリア、スキー場を中心にすでにWiFi整備を実施
(観光振興臨時基金、水のカムイ観光圏事業)
今後、フォレストガーデン駐車場のWiFi整備を実施予定。

2. Uni-voiceの拡大

WiFi整備のできない阿寒摩周国立公園内エリアでの観光情報提供のため、環境省がUni-voiceを活用した案内看板、パンフレットを制作

IV. インバウンド受け入れ環境整備の取り組みと課題

3. 多言語化対応

(1) 多言語案内版の整備

(観光振興臨時基金)、(水のカムイ観光圏事業)

(2) 観光パンフレット、ガイドマップ、アイヌ文化解説、飲食店メニューにおいて英語、中国語繁体字、中国語簡体字の4か国語対応を実施(水のカムイ観光圏事業など)

課題: ① ネイティブチェックを推進しているが、まだ不十分

② 多言語化対応の対象言語をどこまで拡大するのか、方向性の確認。
パンフ、ウイスラーでは英語のみの表示

IV. インバウンド受け入れ環境整備の取り組みと課題

4. インバウンドストレスフリーのためのキャッシュレス化の推進

以下の3種類の決済を阿寒湖温泉全体で利用可能とすることで、欧米豪、アジア、中国からのインバウンド、国内旅客に対するストレスフリーを実現する。

(1) 中国インバウンド対応： Wechatpay、Alipayの決済展開

(2) インバウンド、国内旅客対応： クレジットカード決済展開

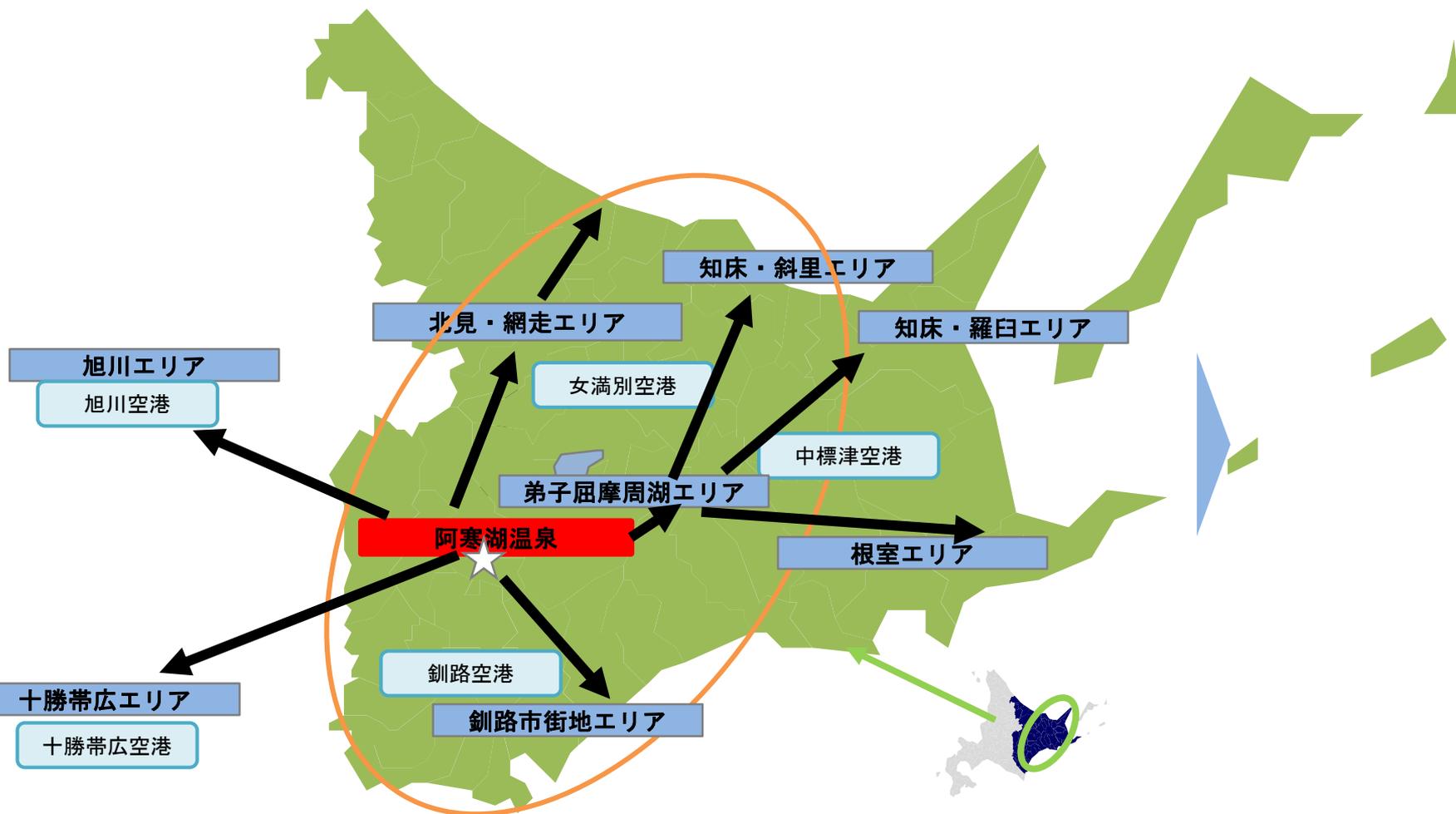
(3) 国内旅客対応： 電子マネー決済展開

IV. インバウンド受け入れ環境整備の取り組みと課題

5. 二次交通の整備(ハブ アンド スポークス化)と三次交通との連携強化

- (1) 長期滞在、AT広域周遊化の基盤として、現在脆弱な東北海道の路線バス、都市間バス、エアポートライナーなどの二次交通を道東各地域へのアクセスが便利な阿寒湖バスターミナルで交差させ、すべて乗り換えを可能とするハブ アンド スポークを形成することで線から面への二次交通網の転換を行い、インバウンドの利便性向上を行う。
- (2) バスターミナルにレンタカー、レンタバイク、乗り合いタクシーなどを併設させ、三次交通との緊密な連携を可能とする。(阿寒バスターミナル構想)

5. 阿寒湖温泉を地域特性を活かした二次交通の整備 (ハブ アンド スポークス化)



阿寒湖温泉 → 弟子屈40km、北見65km、釧路市街地72km、網走85km、知床斜里100km、
帯広120km、知床羅臼150km、根室150km、旭川220km、

IV. インバウンド受け入れ環境整備の取り組みと課題

6. AT滞在プログラム・ガイド品質保証の確立

- ①ATTAの安全品質管理基準・体制に準拠した日本語版のマニュアル作成、配布
- ②信頼されるATTAブランドの高付加価値な日本版滞在プログラムの開発、ガイドの育成
課題: 広域で連携してAT事業を推進していくための東北海道、北海道への横展開。

7. アドベンチャートラベルワールドサミット(ATWS)の北海道誘致によるアドベンチャーツーリズムの国際拠点としての基盤整備とブランド化

- ①ATWS誘致の先駆けとなるATTAのアドベンチャーウィークの北海道誘致
- ②継続的にATTAのアドベンチャーコネクトの開催(すでに札幌2回開催)
- ③ATWS誘致の前提となる広域での40の滞在プログラムの開発
- ④世界の800名~1000名のAT旅行エージェント、メディアの受け入れ体制整備

IV. インバウンド受け入れ環境整備の取り組みと課題

8. 先進国際観光地が取り組み始めたATTAが重視するオーバーツーリズムによる観光地破壊の防止、復興

インバウンド旅客数→インバウンド消費経済効果へのシフト

9. サステナビリティの観点からATTAが取り組みを強化しているプラスチック問題対応

①マイボトル化の推進→事業者負担

②水の補給装置の配置：ロンドンヒースロー空港、台北松山空港

参考資料1 <観光振興基金活用事例>

(1)「森の駅－阿寒・フォレスト・ガーデン」構想の概要とその後の整備状況

○概要

土地利用のコンセプトと基本方針

強いリーダーシップの下、住民懇談会、ランドデザイン懇談会、土地利用検討会において議論を重ね、阿寒湖温泉の長年の地域課題の解決のために、計画対象地を以下のように活用することとした。

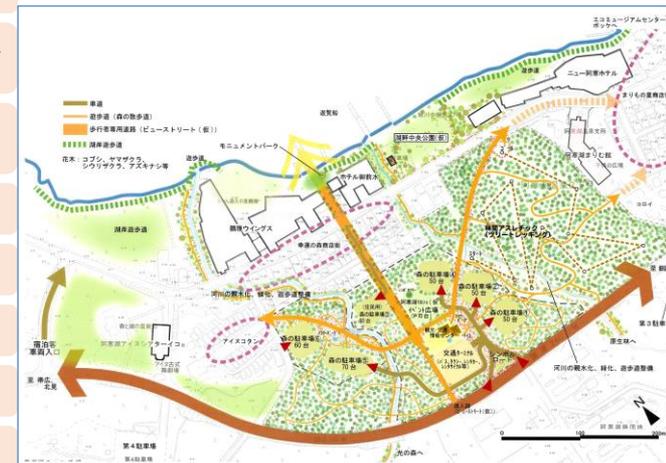
「森の駅－阿寒・フォレスト・ガーデン(仮)」

→①阿寒湖温泉の玄関 ②阿寒の森と花木の復元 ③地域主導

- ・“阿寒の美しい自然を子孫に残す”という「一步園」の精神を生かす
- ・“自然の恵みに感謝しつつ、自然と共存する”という「アイヌ」の精神を生かす

1. 「跡地」の土地利用は、隣接地を含め、一体的な整備を行う。
2. 阿寒湖温泉の玄関口として、国立公園内にふさわしい自然環境に配慮した日帰り駐車場やバスターミナル等の交通拠点とする。
3. 阿寒湖温泉の玄関口として、観光情報や交通情報、温泉街の情報等を提供する情報発信拠点とする。
4. 既存の湖畔駐車場代替地とアイヌコタン駐車場を確保する。
5. 「跡地」から阿寒湖を感じられるビスタを確保する。
6. 観光客と住民の双方が利用できる機能を持った空間として整備する。
7. 収益性のある機能の導入を検討する。
8. 住民参加、地域主導型の事業推進を図る。

図 将来土地利用構想案



参考資料1 <観光振興基金活用事業例>

(2) 阿寒湖温泉アイヌコタン店舗改装支援事業



1. 目的

アイヌコタンにおいて、空き店舗の有効活用及び新規出店者の支援策として、新たに出店する事業者に対し支援金を交付することで、新規事業者の経済的負担の軽減の他、アイヌコタン内の景観遺児、他事業者との店舗の調和等を図り空き店舗の減少及びアイヌコタンの賑わいを目的とする。

2. 支援要件

- ① 新規に店舗を出店し事業を行う事業者で改装費用がかかる事業者
- ② アイヌ工芸協同組合が規定する景観規程に適合すること
(自然素材の導入、木材や煉瓦の使用、景観に配慮した色彩等の他アイヌデザインを取り入れたもの)

支援の枠組み

支援金上限
80万円

20万円
20万円
20万円
20万円



出店事業者

- 店舗携帯
- 事業内容
- 店舗図面
- 改装前写真
- 見積り

個人負担（自己資金）
25%

阿寒観光協会 入湯税
(景観改善支援事業)
25%

アイヌ工芸協同組合
(調整委員会)
25%

寄付金
25%

(8)

参考資料1 <観光振興臨時基金活用事業例> (3) 無料循環バス「まりむ号」運行

- 定員34人
- 午前7時～午後9時まで毎日無料運行
- 観光客・地元住民が無料で利用
- 社内で阿寒湖温泉Pビデオ放映
- 社内に無料Wi-Fi設置
- 社内にアイヌアートデザイン展示
- 季節に応じて運行ルート変更
(夏季:滝口・阿寒川、冬季:スキー場)



参考資料1 <観光振興臨時基金活用事例>

(4) 阿寒アイヌシアター「イコロ」エボリューション

アイヌ伝説をストーリーとしたデジタルアートとアイヌ舞踊のコラボレーション

2019年3月カットオーバー予定(経済産業省補助事業、釧路市補助事業)



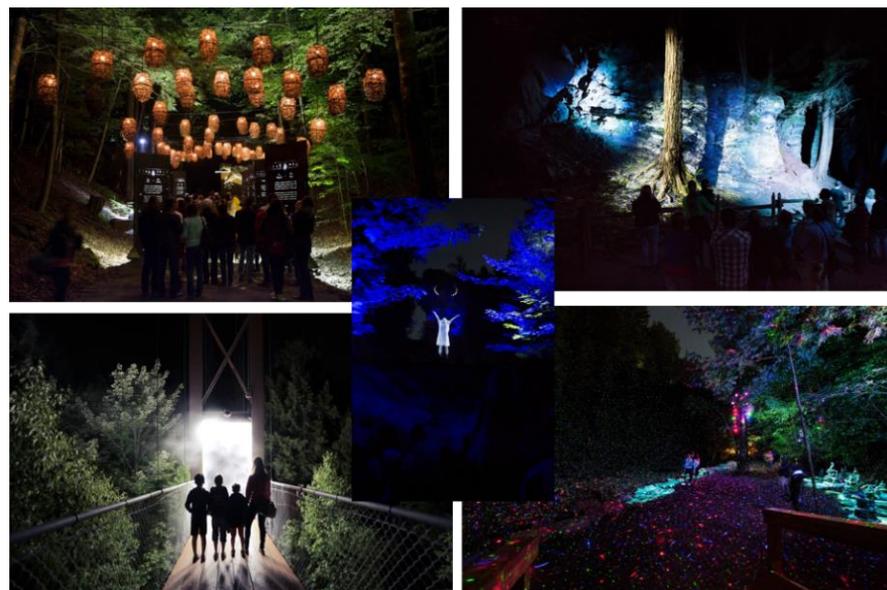
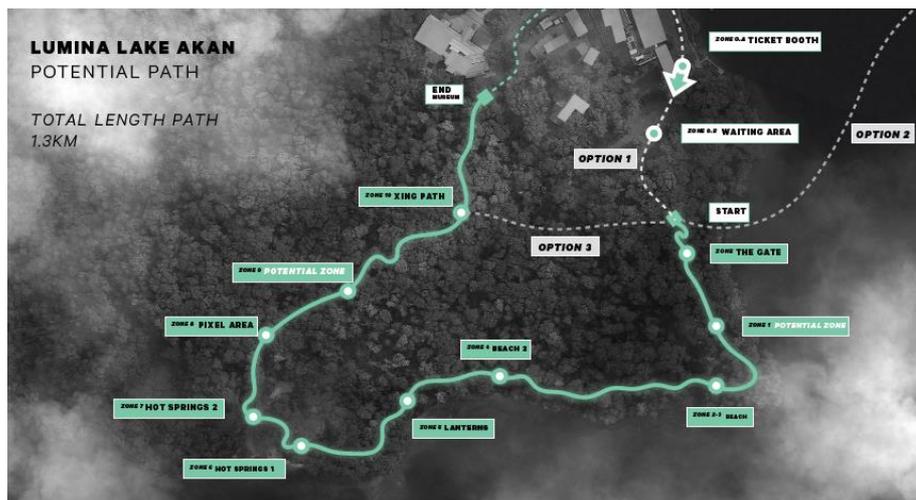
参考資料2

観光立国ショーケースに向けた重要施策

(1) 夜の国立公園の森でのデジタルアートプロジェクト「阿寒ルミナ」(仮称)

2019年7月～

夜の国立公園の森を舞台にアイヌの神話等をベースとしたアイヌの神々からの「自然との共生の大切さ」をメッセージとして体感する屋外デジタルアートプロジェクト「阿寒ルミナ(仮称)」の展開、収益の一部を森の保護活動に寄付



参考資料2

観光立国ショーケースに向けた重要施策

(2)「世界唯一のマリモの自然生息地」 プレミアム・ガイドツアー

- 阿寒湖の住民が世界で唯一阿寒湖にしか生息していないマリモを長年守り続けてきたフィロソフィーと歴史、その結果として生存し続けているという「マリモの奇跡」を世界へ発信。
- 世界自然遺産登録への取り組み推進。
- マリモの生存の奇跡と守り続ける活動の大切さを体験する、マリモの生息に影響を与えないように充分配慮した「マリモ生息地を訪れる体験プログラム」を企画・実施予定。
- 収益の一部をマリモ保護活動に寄付



参考資料2

観光立国ショーケースに向けた重要施策

(3) 阿寒パロコロプロジェクト

「パロコロ」とはアイヌ語でおしゃべりな人、住民の一人一人がキャストとして地域のよさを発信(おしゃべり)

- 自然との共生の精神を背景に、高い芸術性を有している我が国の先住民族であるアイヌ民族の文化、アートの磨き上げ・進化。
- 欧米豪のアドベンチャーツーリストの「異文化への知的好奇心」を満たすことができる和人とアイヌ民族が共生する街全体の特別な異日常空間としての見える化。
- まちなかアートミュージアム構想。
- 阿寒流接客術「阿寒パロコロスタイル」展開
- 観光協会ユニフォーム、おもてなしベンチコート、おもてなし傘の製作
- FMラジオ「パロコロあかん」放送
- BEAMSのfennicaとのコラボレーション



参考資料2

観光立国ショーケースに向けた重要施策

(4) 阿寒アイヌシアター「イコロ」エボリューション

アイヌ伝説をストーリーとしたデジタルアートとアイヌ舞踊のコラボレーション

2019年3月カットオーバー予定(経済産業省補助事業、釧路市補助事業)

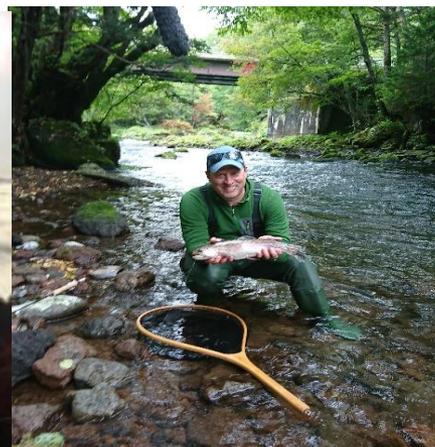


参考資料2

観光立国ショーケースに向けた重要施策

(5) 国際的に高品質・高付加価値なATガイドツアー

- 国立公園満喫プロジェクトにおいて整備された白湯山登山道、ボツケ遊歩道、造成予定の滝口までの遊歩道、フライフィッシングスポットなどを活用したATプログラムの開発とブランディング。
- 森の案内人に認定されたガイドのみが立ち入ることができる「光の森」、「湖北の森」を活用した高付加価値ATプログラムのブランディング。
- 国際的な山岳リゾートにふさわしいスノーリゾート整備



阿寒DMO補助事業一覧表

事業名	補助主体	2017年度	2018年度
阿寒DMO推進体制強化事業	総務省・釧路市	24,000,000	24,000,000
阿寒DMO人材住居確保事業	総務省・釧路市	750,000	
阿寒湖温泉滞在観光地づくり事業	釧路市	3,000,000	
日本財団「わがまち基金」商業観光産業活性化事業(3カ年)	日本財団	10,000,000	
阿寒エアポートライナー運行事業	空港環境整備協会 釧路市	17,000,000	
文化芸術振興補助金 アイヌの伝統文化を活用した阿寒湖温泉活性化事業	文化庁	11,530,000	12,000,000
地域文化資源活用空間創出事業	経済産業省・釧路市		104,750,000
二次交通整備実証実験事業	空港環境整備協会 釧路市		12,620,000
グルメライドツアー造成事業	経済産業省・釧路市		4,000,000
カムイモシリ・アイヌモシリ事業	JETRO		10,000,000
DMO事業費補助	釧路市	11,088,000	11,088,000
DMO運営補助	釧路市	27,950,000	27,950,000
スキー場指定管理料	釧路市	15,364,000	15,364,000

■ DMOの取組状況に関する調査に対する回答

DMOの名称	阿寒観光協会まちづくり推進機構		
対象区域	阿寒湖温泉地域		
所在地	釧路市阿寒町阿寒湖温泉2丁目6-20		
設立日	2004年7月1日	区分(該当に○)	広域連携 地域連携 地域

<質問項目①>

・対象区域の自治体等が策定した観光振興計画(当該地域の観光振興を目的として策定された計画であって、観光振興をその内容の一部とする計画・ビジョン等を含む)がありますか。当該計画において、DMOは具体的にどのような役割を担うこととされていますか。

<回答>

釧路市では、平成29年3月に「第二期釧路市観光振興ビジョン」を策定。計画の目標年次を平成29年度から概ね10年程度とし、目標は「経済波及効果を基準年次(平成21年)の2倍(約500億円)としております。本ビジョンにおいては、当市に所在している2つのDMO組織について、観光推進組織として、地域、広域連携DMOとして「観光地経営」の舵取り役の機能を持って、観光振興ビジョンの目標達成に向けた各種の取組(プロモーション、マネジメント、マーケティング等)の役割を担うことを位置付けております。

【第二期釧路市観光振興ビジョン 抜粋】

●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。

<質問項目②>

・対象区域の自治体等における地域自らを客観的に把握するための基礎的な取組(宿泊統計等各種統計や多言語案内等の受入環境の整備等)について、DMOの立場からどのようにご覧になっていますか。自治体等に期待する点、改善点等があれば具体的にお聞かせください。

<回答>

観光客入込調査、観光客動向調査等のデータ分析や多言語化・Wi-Fi整備などの受入環境整備などについては、市とDMO組織が連携して分析や整備を進めているところであり、共通の認識に立った方針で整備等に取り組んでおります。DMO法人が持つ戦略と行政が策定する観光振興ビジョンとの整合性も図りつつ、実際の誘客や環境整備に努めております。

<質問項目③>

・観光協会や商工会議所等既存組織とDMOの行う事務・事業との役割分担が明確になされていますか。また、観光協会をベースとして発足したDMOの場合、どのような段取りで現在の組織・事業内容に至ったのか、これまでの観光協会の事務・事業と異なる点は具体的にどのようなものをお聞かせください。

<回答>

当DMOの場合には阿寒観光協会と観光まちづくり協議会が2004年から統合し、現在の形態になってきており、地元のホテル、商店主が主体となってそれぞれ理事となり、まちづくり部会、アイヌ部会、誘致宣伝部会、イベント部会といった組織を運営していく中で、まちづくりと観光プロモーション活動を総合的に行ってきております。商工会につきまちは経済産業省の管轄の下に各事業主の事業運営のサポートを行ってきており、景観整備事業においては入湯税と経済産業省の補助事業の組み合わせにより、より円滑に推進をしてきております。キャッシュレス化につきましても商工会と阿寒DMOが共同で各商店主に対して説明会の開催等を行ってきており、こうしたDMOと商工会の緊密な連携はこれからも観光地域づくりにおいて重要であると認識しております。

<質問項目④>

・貴DMOが地域で果たすべき役割・仕事について、現在の役割・仕事の内容と、今後必要になってくるだろうとお考えの役割・仕事内容をお聞かせください。

<回答>

観光立国ショーケース、国立公園満喫プロジェクトの対象地域のDMOとして現在重点的に取り組んでおりますのは、に国際的なアドベンチャーツーリズムの拠点づくりと先住民文化であるアイヌ文化に彩られた異日常空間の創出であり、そのための戦略作りと具体的な施策の策定が重要と認識しております。これまで観光協会におきましてはプロモーションが主体となっている面があり、構想段階ではそれなりの長期計画を策定し、取り組んできているものの、実施フェーズでのきめ細かい計画策定、実施については不慣れな部分があり、より改善が求められる状況にありました。しかしながら、総務省の地域創生交付金を活用し、それぞれの分野をJTBからと電通からの出向者を配置することで、その出身母体からの支援も含め、マーケティング、戦略作り、具体的な施策の策定、実施、進捗管理、改善策の策定・実施という役割が果たせるようになってきた経緯があります。役割を認識し、具体化し、策定した計画を円滑に実施していくためには経験を有する専門人材の配置が不可欠であり、そうした人材を配置するだけのDMOでの財源の確保が重要であり、全国のDMOに共通する課題であると認識しております。

<質問項目⑤-1>

・対象区域内で観光振興に関する多様な主体間の調整が必要となった場合、その合意形成プロセスにおいて、DMOはどのような役割を果たしていますか。例えば、自治体の観光部局以外との連携をDMOが担っているか、宿泊事業者、観光施設事業者などの民間事業者との連携をどのように行っているか等についてできる限り具体的な取組事例をお聞かせください。また、その際に課題と感じていらっしゃる点、特に留意されていること等についてお聞かせください。

<回答>

DMOの対象地域内における観光振興につきましては、DMOが主体となって、DMOの構成会員であるホテル、観光事業者、商店事業主との緊密な連携の下に、各部会を通して、合意形成を行っております。現在取り組んでおります阿寒ルミナ、イコロバージョンアッププロジェクトにつきましては、JTBコミュニケーションデザイン社、JTB総研等の協力を得つつ、各ホテル、観光事業者に対して、適宜説明会を実施して、進捗状況を共有化しつつ、進めてきております。阿寒ルミナの場合には、地主である前田一步園、環境省と連携して、プロジェクトメンバーとしてその内容の詳細について意見交換をしながら合意形成を行ってきており、カナダのモメントファクトリーに対しても意見交換結果を踏まえた国立公園における制約を考慮したコンテンツ制作とすべく調整を行っております。またイコロのバージョンアップにつきましてもアイヌ文化部会、アイヌコタンの皆さんと内容の詳細についてコンセプト形成も含め意見交換をしつつ、専門家のアドバイスをいただきながら、作り上げてきており、着実に合意形成がなされていると認識しております。

<質問項目⑤-2>

・DMOの活動を地域で認知していただくための具体的な取組みについてお聞かせください。特に地域住民や資金の提供元の団体(自治体、会員等)に対する説明や対話はどのように行っていますか。また、その際に課題と感じていらっしゃる点、特に留意されていること等についてお聞かせください。

<回答>

現在阿寒DMOとして取り組んでおりますアドベンチャーツーリズムの拠点づくり、阿寒ルミナ、アイヌシアターバージョンアップ、阿寒パロコロプロジェクト等の重要な施策におきましては、国、自治体などの行政機関も含め各ホテル、商店事業主などの関係者を当初よりプロジェクトメンバーとして位置づけ、それぞれが計画の当事者として各プロジェクトに参画しており、その活動の中で具体的な取り組み内容、進捗状況の確認がなされています。また資金補助をいただいている自治体にもオブザーバーとして参加いただき、情報の共有を進めております。併せて、理事会、総会においてその取り組み内容を詳細に資料として添付し情報共有するとともに、計画の承認をいただいております。

<質問項目⑤-3>

・対象区域にある他の「広域連携DMO」、「地域連携DMO」、「地域DMO」と事務・事業の重複等がないように具体的な調整をどのように行っていますか、その際に課題と感じていらっしゃる事、特に留意されていること等についてお聞かせください。

<回答>

阿寒DMOとして現在取り組んでいるアドベンチャーツーリズム拠点づくりにおいては広域での多様な滞在プログラムづくりがATWS誘致という観点からも大変重要であり、釧路、弟子屈・摩周湖、阿寒湖各地域の連携は大変重要であると認識しております。釧路観光コンベンション協会が釧路地域を直轄管理するとともに阿寒DMO、摩周DMOと緊密に連携しつつ、地域連携DMOとしてとりまとめを行っており、大きく重複しているところはないと認識しております。水のカムイ観光圏の取りまとめ役から地域連携DMOとして地域DMOの取りまとめ役として北海道運輸局との調整をさせていただいており、判りやすい仕組みに移行していると認識しております。具体的には観光庁のインキュベーター事業として阿寒、釧路、弟子屈、知床を周遊するATWS誘致を視野に入れたプレミアムアドベンチャー滞在プログラムを開発し、11月24日～12月1日までの期間にATTAが選抜したアドベンチャー旅行エージェント3社に対して、知床地域、行政も含めた広域連携でFAMトリップを実施し、その結果をフォローアップしていく予定です。

<質問項目⑥-1>

・地域がDMOを通じて実現しようとしているビジネスモデル(旅行者の体験・滞在により地域の経済循環を生み出す仕組み)は具体的にどのようなものでしょうか。KPIはどのような考え方で設定し、どのように活用していますか。また、観光庁に届け出ているKPIのほか、独自で設定しているものがあれば、具体的にお聞かせください。

<回答>

現在、ATTAと連携して国際的なアドベンチャーツーリズムの拠点づくりに取り組んでいる中で、ターゲットは欧米豪の富裕層として位置づけ、こうしたターゲットが満足いただける高い品質のツアーを造成すべく現在取り組んでおります。欧米豪の富裕層が満足いただける品質水準を達成した時には、台湾・中国をはじめとするアジアの富裕層、日本国内の富裕層にも当然満足いただけるものになっていると認識しております。ATTAと連携している中で、現在の世界的な取り組みとしてプラスチック問題への対応がサステナビリティの観点から重要であると認識しており、先進観光地となっていく上においてはマイボトルの推進等、不可欠な取り組みであると強く認識しております。併せて観光地を破壊する恐れのあるオーバーツーリズムにつきましてもATTAは大変重要視しており、健全な観光地として維持発展していくためには阿寒DMOとしても重要な課題と強く認識した上で、宿泊人数の増加についてきめ細かく観光地としての健全性確保のための許容範囲に入っているのか常に検証をしていくことが大変重要であると考えております。ATTAのアドベンチャーネクストを開催したヨルダンでは当初より宿泊者数の増加は求めておらず、単価向上を最大の目的として取り組んでおり、開催後は6倍の単価向上となったという報告をいただいております。「モノ」から「コト」に旅の目的が変化している中で、アドベンチャーツーリズムの拠点となることはこの「コト」に大きく比重を変えるということであり、この「コト」と位置付けるアドベンチャーツーリズムの拠点づくりはその地域にもたらされる飲食、宿泊、滞在プログラムなどの収入による経済波及効果はとて大きいと認識しております。こうした観点からKPIの見直しが必要であると認識しており、今後行政とも調整をしていく所存です。

<質問項目⑥-2>

・ビジネスモデルが来訪者の経験価値向上を高めるための具体的な取組みにまで落とし込まれていますか。取組主体、取組内容、スケジュール、評価等の一連のプロセスについてDMOが全体を把握できる仕組みとなっていますか。

<回答>

阿寒DMO、DMC(阿寒アドベンチャーツーリズム株式会社)はJTB総研の支援をいただきながら、長期的な共通戦略を立案しており、その中のスケジュールに基づいてATWS誘致も含めたアドベンチャーツーリズムの拠点づくり、阿寒ルミナの展開、イコロのバージョンアップ、阿寒湖温泉地区をアイヌ文化をベースとした異日常空間の創出等の各プロジェクトを取り組み主体を明確にした上で推進しており、その進捗管理をDMOとして行っております。(添付資料:阿寒DMO、DMCの概要)

<質問項目⑥-3>

・ビジネスモデルの構築、実行に際して、課題と感じていらっしゃる点、特に留意されていること等についてお聞かせください。

<回答>

北海道運輸局、北海道経済産業局、釧路市との緊密な連携の下に、阿寒DMOとして観光立国ショーケース目標を達成すべく取り組んでおります。東北北海道の場合には鉄道の路線が少なく、少しずつ強化してきてはいますがバス路線網もまだまだ弱い面があり、レンタカーに依存している傾向が強いと認識しております。えてしてレンタカーがあるからいいではないかという乱暴な結論が出ることはありますが、日本人が海外で運転をしたいと思わないようにインバウンドも公共交通がないから不承不承レンタカーを使用しているという現実に即した認識をする必要があると考えております。そうした地域環境の中で、阿寒バスターミナル構想を阿寒DMOとして志向しており、都市間バス、路線バス等の阿寒湖を通過するバスの阿寒バスセンターでの乗降をすべて可能とするとともに、東北北海道においてほぼ釧路、北見、網走、弟子屈、知床といった各地から近いという阿寒湖温泉地域の地理的な特性を活かし、東北北海道の二次交通のハブアンドスポークを形成するとともに、このハブを阿寒バスターミナルに置き、阿寒湖に行けばも道東の各地域に乗り換えていけるようにすることで、インバウンドを中心としたFITの利便性向上を図ることができると認識しております。併せてこのターミナルには短時間の利用が可能なレンタカー、乗り合いタクシーなどを配置することにより、交通の要衝地として旅行者の更なる利便性向上を図ることができると認識しております。

<質問項目⑦-1>

・DMOの財源や人材の確保についての現在の具体的な取組状況をお聞かせください。その際、課題と感じていらっしゃる点、特に留意されていること等についてもお聞かせください。

<回答>

地域創生交付金と釧路市からの補助金を活用したJTB、電通からの高度な専門人材の配置により、観光立国ショーケースに向けた戦略的な取組みが円滑に行われていると認識しております。しかしながら、現在2年間の期間限定という制約がある中で、こうした支援措置の延長は必要であると認識しております。また地元において高度な専門人材、マネジメント人材の採用、養成は大変難しく、長期的な取組みが必要なことから、まず民間大手企業からの出向者により基盤構築を長期的に行った上で、地元人材への業務移行を図っていくことが現実的であると認識しております。こうした長期的な人材育成と体制移行を行っていくためにはこれを支える財源の確保が必要であり、こうした観点からの国、自治体による補助制度はとても重要な役割を果たすと考えております。

<質問項目⑦-2>

・DMOの財源をはじめとする経営資源のあり方はどのようにあるべきとお考えですか。予算制約がないと仮定した場合の理想と現状との対比という形でできる限り具体的にお聞かせください。

<回答>

DMOとして安定財源を確保していくためには、DMOにおける収益事業基盤の整備が重要であり、この財務基盤の構築が喫緊の課題であると認識しております。阿寒DMOの場合にはNPO法人であるため、収益事業を中心として展開には限界があることから、収益事業を担うDMC(阿寒アドベンチャーツーリズム株式会社)を設立し、この会社を中心となって収益基盤構築を果たそうとしております。地元での資金調達では限度があり、民間大手資本の協力、出資をえることで、より強い財務基盤を構築することができるかと認識しております。阿寒DMCの場合にはJTB、地元旅館組合、日本航空、日本政策投資銀行等から4億円規模の出資をいただいております。今後の強い財務基盤構築に向け、阿寒ルミナ事業、アドベンチャーツーリズム事業を主な収益基盤事業として認識し取り組んでおります。また経営資源として重要な人的資源につきましては、収益基盤構築のためにも重要な要素であり、できれば長期的には自社雇用していくことが望ましいのですが、その養成には長期の高度な経験、知識が必要であり、その年収レベルも相当程度高くなければ長期的に雇用することは難しいのが現実であります。高度な専門人材やマネジメント人材の確保し即戦力として活躍いただくためには、民間大手企業との緊密な連携の下に出向者を出していただくことがより現実的であると認識しております。また現在、観光立国ショーケースに対するDMOが主体となって進めている事業に対して釧路市役所職員により構成されるサポートチームの支援をいただいております。これも有効に機能しております。

<質問項目⑦-3>

・DMOの財源確保の観点で、国や自治体に求める役割や機能をどのように考えていらっしゃいますか。具体的にお聞かせください。

<回答>

経営資源のところでも記載させていただきましたが、財務基盤構築と高度専門人材、マネージメント人材の確保が全国のDMOの共通の課題であると認識しております。この財務基盤構築にはまず優秀な高度な専門人材、マネジメント人材による長期的なビジネスモデルの構築が不可欠であると認識しております。そのためには今回阿寒DMOとして活用させていただいている地方創生交付金と釧路市の補助による民間大手企業からの出向者の活用が大変有効に機能していると考えております。地方では住環境整備の課題が多いなかで、高度な専門人材、マネジメント人材を自力で長期的に確保することは難しい面があることから、安定的な財務基盤の構築の達成までは民間大手企業からの出向者を誘致するための財源として国や自治体の補助金を活用させていただくことは大変重要であると考えております。特に阿寒ルミナ、アイヌシアターイコロバージョンアップには多大な投資が必要なため、国、自治体からの補助は円滑に実施していくためには大変大きな役割を果たしていると認識しております。

日本版DMO形成・確立計画

1. 日本版DMOの組織

申請区分	広域連携DMO・地域連携DMO 地域DMO	
日本版DMO候補法人の名称	NPO 法人阿寒観光協会まちづくり推進機構	
マーケティング・マネジメント対象とする区域	北海道釧路市	
所在地	北海道釧路市	
設立時期	平成 17 年 7 月 6 日	
職員数	10 人	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者） ※必ず記入すること	（氏名） 大西 雅之 （出身組織名） 鶴雅ホールディングス（株）	NPO 法人阿寒観光協会まちづくり推進機構理事長として、観光振興とまちづくりを一体として推進してきた実績を持つ観光カリスマである。また、「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」有識者委員として、観光立国政策における次の時代の新たな目標設定や必要な対応について提言などを行っている。
各種データの分析・収集等（マーケティング）の責任者（専門人材） ※必ず記入すること	（氏名） 山下 晋一「専従」 （出身組織名） 日本航空（株）	NPO 法人阿寒観光協会まちづくり推進機構専務理事として、JAL 台湾支店長等の経験で培ったマーケティングについての高い知見と能力を持つ。
旅行商品開発・販売、事業計画策定	（氏名） 大澤 幸博「専従」 （出身組織名） （株）JTB	JTB で長年培ってきたマーケティングから着地型商品化、観光戦略までの幅広い知識・経験を有し、DMO 推進部長兼旅行事業部長として当機構の商品開発・販売、および DMO 事業計画づくりを担う。
プロモーション事業	（氏名） 早川 尊朗「専従」 （出身組織名） （株）電通	電通で培ってきたプロモーションの知識・経験を有し、当機構のプロモーションの役割を担う。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	釧路市産業振興部阿寒観光振興課（観光振興）、釧路市道路河川課（社会資本整備）、環境保全課（環境保全・国立公園）、都市計画課（都市整備・まちづくり）、観光振興室（観光振興・湿原展望台・フィッシャーマンズワーフMOO）、商業労政課（商業振興）、産業推進室（地域ブランド化）、農林課（農業振興）、市民協働推進課（長期滞在・国際交流）、港湾空港振興課（空港利用促進・クルーズ客船誘致）、阿寒地域振興課（観光振興）、阿寒市民課（国立公園）、釧路市教委（動物園・丹頂鶴自然公園・阿寒国際ツルセンター・博物館）	

(別添) 様式 1

<p>連携する事業者名及び役割</p>	<p>(一社) 釧路観光コンベンション協会 (地域連携 DMO) (一社) 摩周湖観光協会 (広域観光連携、滞在プログラム企画) (一財) 前田一步園財団 (自然保護、阿寒湖温泉地区の温泉土地所有) 阿寒湖温泉旅館組合 (宿泊サービス改善) 阿寒アイヌ工芸協同組合 (滞在プログラム企画、アイヌ文化の発信) 阿寒観光汽船(株) (滞在プログラム企画、スキー場事業) 阿寒バス(株) (アクセス改善) (一財) 自然公園財団阿寒湖支部 (滞在プログラム企画) (株) 阿寒町観光振興公社 (特産品開発、滞在プログラム企画) 阿寒町商工会 (特産品開発) 釧路空港ビル(株) (空港受け入れ体制、滞在プログラム企画) (株) ツーリズムてしかが (滞在プログラム企画) (公財) 日本交通公社 (コンサルティング)</p>
<p>官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み</p>	<p>(該当する要件) ① 地域の多様な関係者によって組織し、理事など日本版 DMO の意思決定に関与できる立場で参画し、合意形成を行っている。 ④ 外部有識者による第三者評価組織である「グランドデザイン懇談会」や、地域のウェルカムゾーンを整備する阿寒フォレストガーデン整備計画の推進のための行政や有識者などによる「阿寒・フォレストガーデン」整備推進協議会、「阿寒・フォレストガーデン」運営委員会などにより、関係者の合意形成を有効に行なっている。また、各部会を運営し、その中で各種事業の合意形成を図っている。</p>
<p>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</p>	<p>アドベンチャーツーリズムコンテンツの発掘や商品化、アイヌ文化を基軸としたまちづくり等、住民参加型のワークショップを定期的で開催している。</p>
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>(活動の概要) 平成 14 年より地域住民が主体となって「阿寒湖温泉再生プラン 2010」を策定するとともに、同 16 年には「阿寒観光協会」と「阿寒湖温泉まちづくり協議会」を統合し、NPO 法人阿寒観光協会まちづくり推進機構 (以下、機構) を発足させ、観光振興と観光まちづくりを一元化し、インバウンド需要の取り込みを含めた地域一体となった観光まちづくりを推進してきた。 現在、更なる 10 年計画「阿寒湖温泉創生計画 (ビジョン) 2020」を策定し、この計画の中で「観光」と「地域づくり」の 7 つの基本戦略と基本戦略に対する 22 施策を明確化し取り組んでいる。5 年目を迎えた平成 27 年 11 月には、前半 5 年間の KPI に対する PDCA を行い、その結果に基づき 27 年度からの後半 5 年間の計画修正を実施している。</p> <p>・ 7 つの基本戦略と 22 の施策 基本戦略 1. 阿寒湖温泉の「顔」となる玄関づくりによって観光構造を革新する 施策 1. 阿寒湖温泉の玄関口を明確にする 施策 2. 歩きたいまち、巡ってみたいくなるまちを目指す 基本戦略 2. 国際水準の快適な空間とおもてなしの「質」を高める 施策 3. 快適な湖畔空間をつくる 施策 4. 外国人対応と、ホスピタリティの向上を図る 施策 5. まちなか・温泉街の魅力を高める 施策 6. 気持ちの良いトイレ空間を提供する</p>

	<p>基本戦略3. アイヌ文化を活かし、まちづくりに生かす 施策7. アイヌ文化を再構築する 施策8. アイヌコタンとアイヌシアターの一体的な魅力向上を図る 施策9. 付加価値の高い“モノづくり”を推進する 施策10. アイヌ文化を生かした環境にやさしい温泉地をめざす</p> <p>基本戦略4. コンテンツを強化して、滞在化を図る 施策11. 阿寒の自然を活用した豊富な活動メニューを提供する 施策12. 多様な宿泊・滞在施設への転換を図る 施策13. 「のんびり阿寒」をテーマにプログラムやキャンペーンでの滞在時間の延長を図る</p> <p>基本戦略5. 観光統計を充実させ、適切な情報発信と戦略的なプロモーションを展開する 施策14. 観光客の実態をきちんと把握し、地域戦略を立てる 施策15. 地域戦略に基づく情報発信とプロモーションを行なう 施策16. 広域観光を推進し、阿寒湖温泉のポテンシャル、拠点性を高める多様な宿泊・滞在施設への転換を図る</p> <p>基本戦略6. 安心して住み続けられるまちにする 施策17. 安定的な雇用環境をつくる 施策18. 生活居住環境を改善する</p> <p>基本戦略7. 阿寒湖温泉の未来を築く観光人材と組織を強化する 施策19. 阿寒湖温泉の未来を築く人材を育成する 施策20. 阿寒湖温泉が一丸となって観光まちづくりに取り組めるようにする 施策21. 安定的な観光まちづくりの組織づくりを行なう 施策22. 長期的な視野に立ち、常にフィードバックしながら計画的に観光まちづくりを進める</p> <p>また、平成27年には釧路市と弟子屈町の35団体で構成する「水のカムイ観光圏」が国の認定を受け、当機構は阿寒地域の観光地域づくりプラットフォームとして、釧路地域や川湯・摩周地域と連携して観光圏整備事業を積極的に推進するとともに、同年、同じく国に認定された「広域観光周遊ルート」においても、拠点宿泊地域の一つとして積極的に連携し、事業を推進している。</p> <p>さらに平成28年1月、釧路市は「観光立国ショーケース」に選定されたことから、2020年に向けて、国の施策の集中投下を得、観光立国のモデル都市をめざした観光資源の磨き上げやストレスフリー環境整備などの取組を進める中核組織として、当機構が地域DMOとなって、地域連携DMO（釧路観光コンベンション協会）等と連携して推進していく。</p> <p>また平成28年7月には「阿寒国立公園」が国立公園満喫プロジェクトの対象国立公園の認定を受け、2020年に向けて、ステップアッププログラム2020を策定し、遊歩道の整備、多言語対応など質の高い利用環境を提供する施設整備等を進めつつ、世界に通用するナショナルパークとすべく取り組んでおり、当機構も環境省との緊密に連携して推進していく。</p> <p>その上、阿寒地区における本格的な訪日外国人旅行者施策として、2005年の国の観光ルネサンス事業を機として、外国語堪能な地域住民による「阿寒湖温泉VJCS」創設などによる外国人旅行者の受入環境整備やおもてなし向上に取り組み、「第1回日中韓観光大臣会合」の開催などの実績や認知度等を着実に積み上げ、2012年には「訪日外国人旅行者の受入環境整備に係る地方拠点」にも選定され、一層の外国人旅行者受入環境整備等を推進してきた。</p>
--	--

(別添) 様式 1

	<p>当機構の収益基盤となる自主事業としては、釧路市からの指定管理を受けたスキー場運営(売上規模 5000 万円/平成 29 年度)、着地型商品の企画・販売をする旅行事業(売上規模 1100 万円/平成 29 年度)を行なっている。</p> <p>併せて、観光まちづくりのための財務基盤整備として 2015 年度より釧路市が開始した入湯税超過税分を原資とする「観光振興臨時基金」を財源として、フォレストガーデン整備をはじめ、阿寒湖温泉無料循環バス「まりむ号」の運行や、商店街活性化のための「まりも家族コイン」の運用など、長期計画に基づく各種の観光まちづくりを実施している。</p> <p>この阿寒フォレストガーデン整備は、基本戦略 1『阿寒湖温泉の「顔」となる玄関づくりによって観光構造を変革する』に位置づけられた施策であり、ウエルカムゾーンとしての機能を有した国際観光地阿寒湖温泉のエントランスゲートとして計画的に整備を進めていく。</p> <p>(定量的な評価)</p> <p>当機構がマーケティング等を行う区域の宿泊拠点となる阿寒湖温泉の平成 29 年度における延べ宿泊者数は 609 千人であり、そのうち外国人旅行者は 123 千人であり、前年比約 13%の増加となっている。</p>
実施体制	<p>(実施体制の概要)</p> <p>宿泊業などの観光関連産業をはじめ、森林管理業や漁業、交通、金融など地域の多様な関係者による、総会、理事会、事務局、アイヌ文化部、まちづくり部、誘致宣伝部、イベント部、スキー事業部、旅行事業部からなる当機構は、地域 DMO として、地域住民が主体となって策定した阿寒湖温泉の観光地域づくりビジョンに基づく、観光地経営の視点を持った観光地域づくりを推進している。</p> <p>2017 年度より、2 名の高度専門人材を配置、旅行事業部内にアドベンチャーツーリズム推進グループを設置する等、体制の強化を図っている。</p> <p>また、外部有識者による第三者評価組織である「ランドデザイン懇談会」や、地域のウエルカムゾーンを整備する阿寒フォレストガーデン整備計画の推進のための行政や有識者などによる「阿寒・フォレストガーデン」整備推進協議会、「阿寒・フォレストガーデン」運営委員会などにより、多様な関係者との合意形成を推進していく。</p> <p>さらに、旅行業第 3 種の登録している当機構旅行事業部が、地域 DMO として、滞在型等の着地型旅行商品の企画・販売を行ない、国内外への観光プロモーションを実施していくとともに、JNTO 認定カテゴリー I の外国人観光案内所も運営していく。尚、2018 年 4 月に DMC を設立し、今後、高単価高付加価値のアドベンチャーツーリズム商品の企画・販売を行っていく。</p> <p>(実施体制図)</p> <p>別添①②</p>

2. 日本版DMO候補法人がマーケティング・マネジメントする区域



(別添) 様式 1

【区域設定の考え方】

観光圏の対象エリアが大変広範囲であるため、住民主体のきめ細やかな観光地域づくり、観光地経営の効率的な推進とともに、地域密着型旅行業の取組による地域ならではの滞在プログラムの企画開発などが効率的かつ有効に推進することが可能となることから、エリアを3つに区分し、このうち当機構は「水のカムイ観光圏」同様に、阿寒地区を区域としている。

なお、エリアは区分しつつも、当機構は、観光圏エリアを区域とする地域連携 DMO 候補法人として登録申請を行う（一社）釧路観光コンベンション協会等との緊密な連携によって、一元的な窓口機能の発揮や、わが国の顔となるブランド観光地域をめざした観光地域づくりなどを推進していく。

【観光客の実態等】

平成 23 年から平成 29 年までの入込状況

	宿泊者数（千人）	内訪日外国人旅行者（千人）
平成 23 年	475	32
平成 24 年	570	54
平成 25 年	570	75
平成 26 年	582	88
平成 27 年	600	123
平成 28 年	586	109
平成 29 年	609	123

訪日外国人旅行者（人泊）の国別を分析すると

台湾 61,421（49.6%）

中国 24,797（20.1%）

香港 11,143（9.0%）

欧米豪 3,248（2.6%）※ロシア除く

となっており、全体として訪日外国人の時期は春節を迎える 2 月が圧倒的に多い。

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

大自然が特徴的な阿寒湖温泉では、自然、文化、スポーツ、イベントを実施している

（自然体験）

・着地型旅行（個人旅行者のみ）

平成 26 年度実績 1,312 人

平成 27 年度実績 1,464 人

平成 28 年度実績 1,194 人

平成 29 年度実績 697 人

（文化体験）

・アイヌシアターイコロ入館者数

平成 26 年度実績 54,323 人

平成 27 年度実績 51,300 人

平成 28 年度実績 55,622 人

平成 29 年度実績 59,591 人

・まりも祭り

平成 26 年度実績 11,000 人

平成 27 年度実績 9,000 人

平成 28 年度実績 9,000 人

平成 29 年度実績 9,500 人

(別添) 様式 1

(スポーツ)

- ・ スキー場利用者数
平成 26 年度実績 236,340 人
平成 27 年度実績 260,693 人
平成 28 年度実績 260,693 人
平成 29 年度実績 217,822 人
- ・ スキー大会数
平成 27 年度実績 3 回 (FIS ゴールドウィンカップ阿寒スラローム大会等) 576 人
平成 28 年度実績 5 回 (全日本ジュニアスキーアルペン技術系回転等) 880 人
平成 29 年度実績 6 回 (全日本スキー選手権大会アルペン競技等) 1,231 人

(イベント)

- ・ 阿寒湖まりも夏希灯 7/1～8/31
平成 27 年度実績 7,471 人
平成 28 年度実績 7,174 人
平成 29 年度実績 8,070 人
- ・ 千本タイマツ～マリモの護り火～ 9/1～10/28
平成 27 年度実績 3,500 人
平成 28 年度実績 3,000 人
平成 29 年度実績 2,900 人
- ・ 阿寒湖氷上フェスティバル ICE・愛す・阿寒「冬華美」 2/1～3/13
平成 27 年度実績 25,000 人
平成 28 年度実績 23,800 人
平成 29 年度実績 16,950 人

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

- ・ 旅館、ホテル、民宿等の合計 20 施設、宿泊収容力：約 5,100 人/日

【利便性：区域までの交通、域内交通】

- ・ 釧路空港：車で約 50 分
- ・ JR 釧路駅：車で約 90 分
- ※北海道横断自動車道根室線・阿寒 IC が平成 28 年 3 月に開通
- ・ 開通後 阿寒 IC：車で約 40 分

区域までの交通

- ・ 釧路市内：路線バス 4 月～5 月：3 本 6 月～10 月：4 往復 11 月～3 月：3 往復
- ※当機構が運営主体となる阿寒エアポートライナーの運行を本年度 7 月から開始。
- ・ 域内交通：阿寒湖温泉無料循環バス「まりむ号」 1 時間 1～2 本

【外国人観光客への対応】

- ・ 平成 29 年度の外国人宿泊延べ数は阿寒地区 123,423 人であり、台湾からの宿泊が多い。
- ・ Wi-Fi 整備については、観光圏整備事業、広域観光周遊ルート整備事業により、商店街、アイヌコタン、アイヌシアターイコロなど屋外でのサービス提供を行なうとともに、交通拠点となるバスセンターや、バス車中でのサービス提供も実施してきているが、遊歩道など十分とは言えないエリアもあり、継続的に拡充していく必要がある。
- ・ 阿寒地域では、案内標識、パンフレット等の多言語化を進めてきており、ホテルでの英語、中国語等の外国人スタッフの配置も積極的に実施しており、飲食店でのメニューの多言語化も現在進めている。しかしながら、まだ十分とは言えない状況であり、今後更に多言語対応を進めていく必要がある。
- ・ 免税取り扱いについてはホテルを中心に主要商店において実施しているが、専用機器の導入等による所要時間の短縮などが課題となっている。

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
Web サイトのアクセス状況	地域に対するお客様の関心度や各種施策の効果等を把握するため。	エリアゲート(地域コンテンツ管理・販売システム)等を活用して入手。
旅行消費額	経済効果の検証	釧路市や水のカムイ観光圏で実施する調査にてデータ収集する。
延べ宿泊者数	宿泊実績の検証	釧路市や水のカムイ観光圏で実施する調査にてデータ収集するほか、宿泊施設からの月別・国別等の宿泊実績を収集する。
顧客来訪満足度	お客様の満足度検証	釧路市や水のカムイ観光圏で実施する調査にてデータ収集する。 なお、今後自主事業として実施するガイドツアーのアンケート調査による参加者属性や改善提案を収集する。
リピーター率	満足度の高いリピーターの実態検証	釧路市や水のカムイ観光圏で実施する調査にてデータ収集する。 なお、今後自主事業として実施するガイドツアーのアンケート調査による参加者属性や改善提案を収集する。

4. 戦略

(1) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<ul style="list-style-type: none"> ○ここだけにしかない“自然”(阿寒湖、オンネトー、雌阿寒岳、雄阿寒岳、阿寒湖温泉)と、ここだけにしかない“自然共生思想”の一体的体感 ○数多くの欧米豪の富裕層を顧客とするアドベンチャーツーリズムを誘致することができる阿寒湖のもつポテンシャル ○外国人の興味関心が高い阿寒摩周国立公園やアイヌ文化(阿寒湖アイヌコタン、アイヌ古式舞踊、アイヌクラフト、アイヌシアターイコロ)、国の特別天然記念物「タンチョウ」「阿寒湖のマリモ」、結氷する湖、フロストフラワーなど水の変化、国設スキー場 ○「観光立国ショーケース」や「国立公園満喫PJT」等を担う観光地域づくり組織 ○積極的な広域連携 ○観光地域づくりのための新たな財源確保 	<ul style="list-style-type: none"> ○多国籍化への対応が十分とは言えない ○マーケティングに基づく戦略策定・事業実施等の充実強化が必要 ○二次交通が十分とは言えない ○WEBでの ONESTOP 化が十分とは言えない ○医療体制の強化が十分とは言えない

(別添) 様式 1

外部環境	<ul style="list-style-type: none"> ○インバウンドの増加予測 ・円安等による日本インバウンドブームの継続 ・2020年オリンピック・パラリンピックの開催 ・2019年ラグビーワールドカップの開催 ・ラグジュアリー層に広まりつつある自然・健康志向に伴う健康づくりに対するニーズ ○阿寒ICの開通 ○道内主要空港(千歳、函館、旭川)の飽和状態 ○釧路空港へのLCCの就航 ○釧路空港の民営化 	<ul style="list-style-type: none"> ○道央圏への集中に加え、北海道新幹線の開業による道南への観光客シフト ○釧路空港の国際線対応の強化が十分とは言えない
------	---	---

(2) ターゲット

<ul style="list-style-type: none"> ○ターゲット層 欧米豪、香港・シンガポール等のアジア富裕層、国内富裕層（FIT） ※特にアドベンチャーツーリズム嗜好者
<ul style="list-style-type: none"> ○選定の理由 ・2020年度「観光立国ショーケース」の目標達成に向け、現在の中心市場である台湾・中国を維持しつつ宿泊数や消費の向上を図るために、約49兆円と見込まれる欧米を中心としたアドベンチャーツーリズム市場からの需要獲得を狙う。 当エリアが持つここだけにしかない自然や文化、特に先住民文化であるアイヌ文化にひととき高い関心を示すのは欧米圏であり、その中でも特に富裕層を潜在的有望顧客として、阿寒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による特別なおもてなしによって顧客獲得と旅行消費の増大が見込める市場である。 そこで、アドベンチャーツーリスト・滞在顧客が見込める欧州・北米に加え、所得が高く自然・文化体験を好む豪州・香港・シンガポールの市場をターゲットとした。 ○取組方針 ・「関係者の合意形成」「マーケティングに基づく戦略策定」「関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関するマネジメント」を実施し、官民連携など多様な連携によって以下の観光地域づくりに取り組み、「観光立国のショーケース」化を推進していきます。 ※観光資源の発掘・磨き上げ、ストレスフリーの環境整備、海外への情報発信 ・日本版DMO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 ・専門人材2名を配置し、よりの確なマーケティング戦略、ブランディング戦略の策定とこれらの戦略に基づいた取り組みの実施 ・地域の宝“自然”“文化”を活かしたアドベンチャーツーリズムなど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 ・アドベンチャーツーリズムなどを支えるガイドの育成と多言語対応力の向上 ・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 ・広域連携による新たなルート提案等をはじめ、Wi-Fi環境整備や二次交通ネットワークの構築等の外国人旅行者受け入れ環境整備、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 ・国際的に通用する観光リゾート地域を目指した観光まちづくりの推進と欧米豪の富裕層をはじめとするインバウンドの長期滞在に対応した地域資源の発掘・磨き上げ、飲食の多様化・拡充による泊食分離等の推進 ・「住んでよし、訪れてよし」の実現のためのユニバーサルデザインの推進とインフラ整備

(3) コンセプト

① コンセプト	アドベンチャーツーリズムの聖地を目指す。 ※「Super Fantastic Kushiro 世界トップクラスの自然に抱かれ、自然と共生文化を体感するカムイの休日」
② コンセプトの考え方	“手つかずの原始の大地”の象徴である阿寒摩周国立公園において、原始の森林やわが国の宝である特別天然記念物“タンチョウ”、“阿寒湖のマリモ”を保護してきた住民の歴史と文化に裏打ちされた世界トップクラスの自然に抱かれながら、アイヌ民族の自然と共生する文化を体感できる、世界でも唯一無二の休日（バカンス）をお過ごしいただくことができる「観光立国ショーケース」に相応しいポテンシャルをしっかりと磨き上げ、それぞれの国民性、多種多様なニーズや旅行目的などに的確に対応したおもてなしを可能とし、お客様に満足していただけるよう取り組んでいく。

5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有	マーケティング戦略、プロモーション戦略策定のための方向性ととりまとめについては、NPO 法人阿寒観光協会まちづくり推進機構の理事会や総会等で、関係者への浸透を図った。
観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築	観光客の満足度調査（訪日外客含む）やガイドツアー参加者アンケート等を通じて、観光客の反応をモニタリングし、その分析結果を旅行事業部（アドベンチャーツーリズム推進グループやガイド事業担当者等）をはじめ、誘客宣伝部会等の関係機関と共有し、サービスの維持・向上を検討する体制を構築している。 また、阿寒 DMO の理事には商工会、商店街組合、旅館組合の長も含まれており、産業界側へのフィードバックや改善提案を図る体制も構築している。
一元的な情報発信・プロモーション	「誘致宣伝部会」においては宿泊施設、商店街組合等が共同で行う情報発信・プロモーションを議論・決定している。特に、2017 年度からはキャラバンなどの実施から、デジタルマーケティングへの移行を計画しており、実施効果の検証まで含めた PDCA サイクルの実施を含めた実施を図っている。 また、「世界が認めるアドベンチャーツーリズムの聖地」に向けたマーケティング（アドベンチャーツーリズムコンテンツ開発、ブランディング、プロモーション等）として、旅行事業部を中心に、特に訪日外国人富裕層、国内アドベンチャーツーリストに絞り、アドベンチャーツーリズム推進グループを設置し、付加価値の高いガイドツアーの創出、Web サイトでの予約機能を設けた情報発信、アドベンチャーツーリズムの国際展示会への出展（アドベンチャートラベルサミット（2017 アルゼンチン））等を図っている。

6. KPI (実績・目標)**(1) 必須KPI**

指標項目	単位	平成 27 年 (度)	平成 28 年 (度)	平成 29 年 (度)	平成 30 年 (度)	平成 31 年 (度)	平成 32 年 (度)
●旅行消費額	千円 /人	61.4 (77.2)	37.9 (40.7)	31.9 (65.0)	43.0 (64.5)	43.5 (67.5)	44.0 (70.0)
●延べ宿泊者数	千人	599.9 (122.5)	586.1 (109.0)	615.8 (123.4)	680.4 (175.0)	707.6 (212.0)	720.0 (250.0)
●来訪者満足度	%	23.7 (36.1)	12.9 (17.6)	18.0 (21.6)	23.7 (25.7)	24.0 (26.5)	24.3 (27.0)
●リピーター率	%	55.7 (9.4)	52.2 (23.0)	48.9 (12.2)	64.5 (10.5)	65.0 (12.5)	65.5 (13.0)

※年次及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

平成 28 年 3 月の国による訪日外国人数等の目標の引き上げに伴い、水のカムイ観光圏の目標を見直し新たに設定したことに合わせて、目標数値を修正した。また、観光立国ショーケースや国立公園満喫 PJT 等の国策と連動した取組みを推進し、各 KPI を改善し続けることを目標とした。また、毎年実績が出そろった時点で分析結果を踏まえて、KPI 見直しの検討を行っているが、見直しのタイミングは、原則、目標を実績が 2 年連続で上回った時点とするが、分析結果から即時の見直しが妥当と判断された際はこの限りではない。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

見直した観光圏の目標を適用した。平成 28 年度実績の 110%強を平成 29 年度の目標とし、その後平成 31 年度までを各年度約 1.01 倍上昇とする目標とした。高付加価値商品を造り続けることにより、消費額増につなげる。尚、年度の振れ幅の大きい数字であり、過去のトレンドから目標値を決めているので、単年度の数値の見直しは行っていません。

●延べ宿泊者数

観光立国ショーケースの目標を適用した。訪日外国人の延べ宿泊者数は国の指針に基づき、平成 27 年度実績の約 2 倍を平成 32 年度の目標値として設定。夜のコンテンツ開発を行い、宿泊者増につなげる。

●来訪者満足度

見直した観光圏の目標を適用した。過去のアンケート調査の平均値及び、平成 27 年度夏期に行ったアンケート調査の結果を踏まえ上方修正した。

尚、訪日旅行者満足度については、平成 27 年度実績が既に目標値を上回っているため、平成 27 年度実績を元に数値を見直している。

●リピーター率

見直した観光圏の目標を適用した。まだ来訪したことのない観光客を誘致することに主眼を置き、より観光地の魅力を高めるとともに、滞在プログラム等の魅力が来訪者等から伝わることにより、その後リピーター率が向上していくと考えており、リピーター率の向上は長期的な視野で取組むこととしている。

訪日外国人リピーター率は平成 27 年度の目標値に達していない状況であるが、「明日の日本を支える観光ビジョン」にならぬ、平成 32 年度の目標値を 13%とし、その過程として平成 31 年度の数値をこれまでの 10%から 12.5%とする。

また、初来訪に主眼を置く観点から平成 30 年度から数値を上積みする。

尚、年度の振れ幅の大きい数字であり、過去のトレンドから目標値を決めているので、単年度の数値の見直しは行っていません。

(別添) 様式 1

(2) その他の目標 (今年度中に目標を設定)

指標項目	単位	平成 27 年 (度)	平成 28 年 (度)	平成 29 年 (度)	平成 30 年 (度)	平成 31 年 (度)	平成 32 年 (度)
●滞在プログラムの参加者数		()	()	()	()	()	()
●滞在プログラム参加者の満足度		()	()	()	()	()	()
●平均滞在日数		()	()	()	()	()	()

※項目及び年次・目標数値の設定にあたっての検討のプロセス及び考え方

【検討の経緯】

阿寒湖温泉の課題は平均宿泊日数が 1.05 泊ということである。要は、夕方到着し、翌日別の場所に移動されてしまう方が多いのが現状である。この課題解決には、昼間の過ごし方の提案が不可欠である。

【設定にあたっての考え方】

- 滞在プログラムの参加者数
商品数の拡充により、参加者数増につなげるための目標を設定 (検討中)。
- 滞在プログラム参加者の満足度
高付加価値商品の拡充とガイディング内容の充実により、参加者の満足度向上を目指すための目標を設定 (検討中)。
- 平均滞在日数
上記の取組みにより、3 人に 1 人が 2 泊以上して頂くことを目指す (設定目標検討中)。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

(1) 収入

年度	総収入(円)	内訳
28年度(実績)	210,388,795	収益事業収入 72,092,947円 会費収入 29,719,354円 寄付金収入 2,026,586円 その他収益 4,579,538円 国・市からの補助金 10,197,0375円
29年度(実績)	252,845,411	収益事業収入 62,353,307円 会費収入 31,046,219円 寄付金収入 763,518円 その他収益 4,934,897円 国・市からの補助金 153,747,470円
30年度(見込み)	「29年度収入と同等額を見込む」	
31年度(見込み)	「29年度収入と同等額を見込む」	
32年度(見込み)	「29年度収入と同等額を見込む」	

(別添) 様式 1

(2) 支出

年度	総支出(円)	内訳
28年度(実績)	212,732,695	事業費人件費 30,333,455円 事業費その他経費 144,612,312円 管理費人件費 29,229,873円 管理費その他経費 8,557,055円
29年度(実績)	250,175,228	管理費人件費 30,206,291円 管理費その他経費 11,957,747円 事業費人件費 46,266,607円 事業費その他経費 161,744,583円
30年度(見込み)	「29年度支出と同等額を見込む」	
31年度(見込み)	「29年度支出と同等額を見込む」	
32年度(見込み)	「29年度支出と同等額を見込む」	

(3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

安定的な運営資金としては、釧路市が造成した入湯税の超過税分を原資とする「観光振興臨時基金」を財源とする仕組みを構築している。
しかし、上記財源のみでは、既存 DMO の取り組みを維持するのが精いっぱいであり、新たな魅力開発、商品化等への投資ができないのが現状である。
そこで、今後のあらたな投資財源を確保するためにも、既存事業の見直しを進めるとともに、宿泊につながる夜の森を舞台としたナイトフィールドミュージアム事業やマリモ自然観察ツアー、白湯山ガイドツアー、その他アドベンチャーツーリズムコンテンツの開発・商品化等を、「収益事業となりえるビジネスモデル」としての確立を目指す DMC を設立した。

8. 日本版 DMO 形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

釧路市は、NPO 法人阿寒観光協会まちづくり推進機構を地域 DMO として登録したいので NPO 法人阿寒観光協会まちづくり推進機構とともに申請します。

9. 記入担当者連絡先

担当者氏名	山下 晋一
担当部署名(役職)	専務理事
所在地	釧路市阿寒町阿寒湖温泉 2 丁目 6 番 20 号
電話番号(直通)	(0154) 67-3200
FAX 番号	(0154) 67-3024
E-mail	yamashita@lake-akan.com

(別添) 様式 1

10. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	釧路市
担当者氏名	石田 貴志
担当部署名 (役職)	釧路市産業振興部観光振興室 (室長補佐)
所在地	釧路市黒金 7 丁目 5 番地
電話番号 (直通)	0154-31-4549
FAX 番号	0154-31-4203
E-mail	takashi.ishida@city.kushiro.lg.jp

都道府県・市町村名	釧路市
担当者氏名	秋葉 薫
担当部署名 (役職)	釧路市産業振興部阿寒観光振興課 (課長)
所在地	釧路市阿寒町阿寒湖温泉 2 丁目 6 番 20 号
電話番号 (直通)	0154-67-2505
FAX 番号	0154-67-2839
E-mail	kaoru.akiba@city.kushiro.lg.jp

法人名: NPO法人 阿寒観光協会まちづくり推進機構 「Super Fantastic Kushiro 世界トップクラスの自然に抱かれ、自然と共生文化を体感するカムイの休日」

【区域】北海道釧路市阿寒町

【設立時期】2004年7月6日

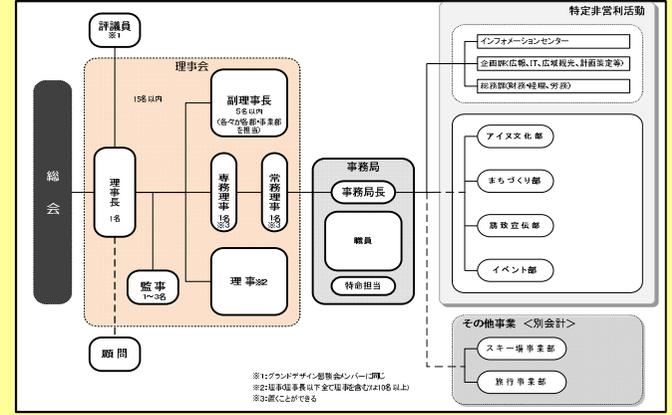
【代表者】大西雅之

【マーケティング責任者】山下晋一

【職員数】10名

【連携する主な事業者】釧路観光コンベンション協会

(表: 実施体制)



(表: KPI(実績・目標))※()内は外国人に関するもの

	28年(度)	29年(度)	30年(度)	31年(度)	32年(度)
旅行消費額	37.9 (40.7)	31.9 (65.0)	43.0 (64.5)	43.5 (67.5)	44.0 (70.0)
延べ宿泊者数	586.1 (109.0)	615.8 (123.4)	680.4 (175.0)	707.6 (212.0)	720.0 (250.0)
来訪者満足度	12.9 (17.6)	18.0 (21.6)	23.7 (25.7)	24.0 (26.5)	24.3 (27.0)
リピーター率	52.2 (23.0)	48.9 (12.2)	64.5 (10.5)	65.0 (12.5)	65.5 (13.0)

ストレスフリーに関する取組

- ・ストレスフリーの環境整備として、二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け入れ環境整備
- ・広域連携によるWi-Fi環境整備
- ・国立公園横断ロングトレイル整備
- ・外国人にも障害者にもやさしい生活空間整備のための長期滞在機能整備・強化

ナショナルパークに関する取組

- ・保護と利用促進が両立するモデル公園をめざした完全ユニバーサルデザイン化(バリアフリー化、多言語化対応、最新式トイレの導入等)
- ・「世界最高峰の遊歩道」整備
- ・再生エネルギー活用や野生鳥獣保護のための無電柱化
- ・マリモ展示観察センターの整備



アイヌ文化発信に関する取組

- ・世界唯一の「アイヌアートミュージアム」の整備
- ・「アイヌユーカラ劇」など舞台芸術作品のブラッシュアップ
- ・「阿寒アイヌコタン」における自然と共生する歴史文化交流のテーマパーク整備
- ・オリンピック・パラリンピック文化プログラム認定を受け、国内外へアイヌ文化を強力に発信

おもてなし品質向上に関する取組

- ・観光立国のショーケースであり、東北道の観光拠点の玄関口となるフォレストガーデンの整備
- ・空き店舗対策の推進
- ・商店街の景観整備
- ・長期滞在、泊食分離に向けた多様な飲食店の積極的な誘致
- ・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