

共同研究

ビジョン  
「阿寒湖温泉・創生計画2020」  
＜後期計画＞2016～2020 改訂版

2018年3月

発行：特定非営利活動法人  
阿寒観光協会まちづくり推進機構

企画・編集：公益財団法人 日本交通公社

この「阿寒湖温泉・創生計画2020＜後期計画＞」は、特定  
非営利活動法人阿寒観光協会まちづくり推進機構と公益  
財団法人日本交通公社の「共同研究」という体制のもとで  
策定したものです。

# 阿寒湖温泉

ision 2020

## 創生 ビジョン 計画 2020

＜後期計画＞

| 2016～2020 |

改訂版

2018年3月

特定非営利活動法人  
阿寒観光協会まちづくり推進機構

「世界に誇る  と 、そして 」

～阿寒湖畔でゆっくり滞在・のんびり温泉～

日本を代表する  
〈レイクサイドスパリゾート〉  
を目指して



## はじめに

わがまち・阿寒湖温泉の最初の将来ビジョンは、2000年から2カ年をかけて策定した“みんなで考え、みんなで実行するプラン”『阿寒湖温泉再生プラン2010』（以下「2010プラン」）でした。この計画は3カ年毎の評価・見直しを得て、目標年である2010年を迎えました。そしてその次に策定したのが、現在の『阿寒湖温泉・創生計画2020』（以下「ビジョン2020」）です。「2010プラン」期間中の観光まちづくりの取り組みを総括し、新たな10年間に踏み出すための指針となる将来ビジョンとして策定されました。

「2010プラン」のうち、住民や民間レベルで出来ることはほぼ一通り実現出来ました。これからは、釧路市をはじめ関連する省庁と連携を強化し、また阿寒湖周辺の地権者であり一帯の自然環境を長年に渡り維持してきた（一財）前田一步園財団と共存しつつ、新しい阿寒湖温泉を創り上げて行くことが重要と考えます。

「ビジョン2020」は、2011年3月に発生した東日本大震災の影響で、正式に完成したのは同年7月でした。それからほぼ5年が経過し、2015年4月には、10年来の念願であった入湯税を活用した観光まちづくりの独自財源を確保することが出来ました。これは全国的にも注目される画期的な出来事です。この安定的な財源を活用する新しいステージに向けて見直しを行ったのが、この「ビジョン2020<後期計画>」です。

その後1、2年の間に新しい観光圏事業である「水のカムイ観光圏」構想の承認、全国7カ所の一つとして認定を受けた「ひがし北海道広域周遊観光ルート」、さらに全国3都市の一つとして指定された「観光立国ショーケース」など阿寒湖温泉の国際観光地への発展に向けた政府支援が相次ぎ、さらに「阿寒アドベンチャーツーリズム（株）」の設立や「(仮) アイヌアートギャラリー」の整備など具体的なプロジェクトが進みつつあります。

これらを活用し、地域が一丸となって本・後期計画の実現に取り組んで参ります。これまで以上に緊張感を持って進めて参りますので、関係各位のご指導、ご鞭撻を賜りたく、よろしくご理解、ご協力のほどお願い申し上げます。

2018年3月

特定非営利活動法人 阿寒観光協会まちづくり推進機構

理事長 大西 雅之  
副理事長 松岡 尚幸  
副理事長 西田 正男  
副理事長 小林 一之  
副理事長 山浦 祥治  
副理事長 小林恵美子  
専務理事 山下 晋一

# 目次

contents

## はじめに

1. 「阿寒湖温泉・創生計画2020<前期計画>」	
期間中5年間の動向と評価	1
(1) 15年間の変化と現状認識	1
(2) 阿寒湖温泉に対する評価	7
(3) 「阿寒湖温泉・創生計画2020<前期計画>」の評価	17
2. 「阿寒湖温泉・創生計画2020<後期計画>」	22
(1) 社会経済環境の変化の方向性	22
(2) 基本的方向と基本理念（コンセプト）	24
(3) 2020年の目指すべき姿と目標数値	25
(4) 阿寒湖温泉のグランドデザイン	27
(5) 7つの基本戦略と施策の体系	30
(6) 戦略の具体化—57のプロジェクトと20の重点プロジェクト	34
①基本戦略1 国際観光地に向けた「リーディング・プロジェクト」を強力に推進する	
②基本戦略2 アイヌ文化を積極的にまちづくりに生かし、個性化・差別化を図る	
③基本戦略3 国際水準の快適な空間づくりと質の高いおもてなしを提供する	
④基本戦略4 阿寒湖温泉の特性をアピールするコンテンツ開発と滞在化を図る	
⑤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	
⑥基本戦略6 雇用を確保し、安心して住み続けられるまちにする	
⑦基本戦略7 阿寒湖温泉の未来を担う観光人材の育成と組織を強化する	
3. 「創生計画2020<後期計画>」の実現のために	41
<メッセージ> — 「マイタウン・阿寒湖温泉」に向けて！	44
参考資料1：「阿寒湖温泉・創生計画2020<前期計画>」の進捗状況	47
参考資料2：阿寒湖温泉地区観光振興臨時基金の長期計画	50
参考資料3：阿寒湖温泉・15年間の観光まちづくりの評価	54

# 1 「阿寒湖温泉・創生計画2020<前期計画>」 期間中5年間の動向と評価

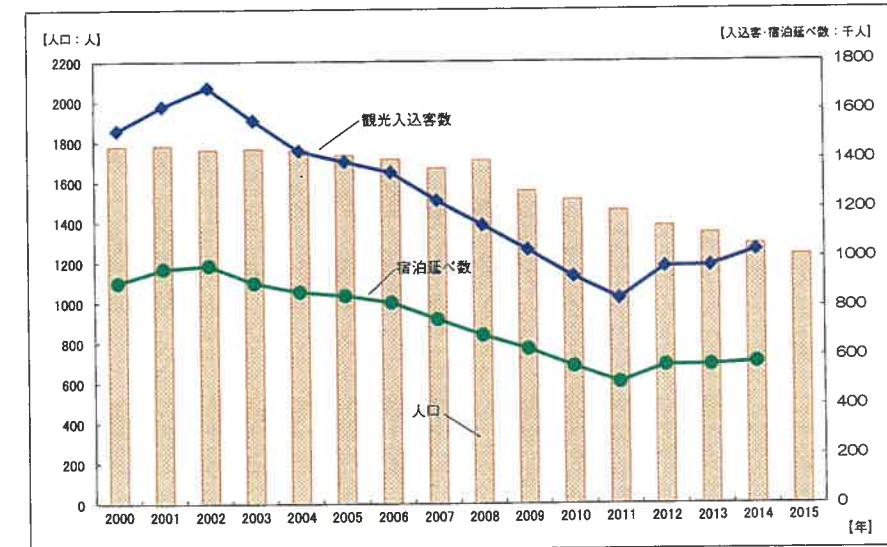
## (1) 15年間の変化と現状認識

阿寒湖温泉で観光まちづくりが始まって15年が経過しました。その間の主な変化を整理します。

### ① 観光客、宿泊客の変化

- ・阿寒湖温泉の観光入込客、宿泊延べ数ともに2002年度をピークに減少傾向にありましたが、東日本大震災が起こった2011年度を底に増加に転じ、入込客は震災前（2009年度）の水準に戻りました。とは言え、観光客の発地が変わってきており、2009年度に比べて道外客は2014年度には11%減少しており、入込客数は道内客等の増加で補われています（図-1、表-1）。
- ・四半期別シェアは、15年間で夏（7-9月）期の入込客が減少しており、シーズンが秋・冬期へシフトしています（表-1）。

図-1 阿寒湖温泉の人口と観光入込客数の推移



資料：釧路市観光統計、住民基本台帳

表-1 阿寒湖温泉・観光客15年間の変化

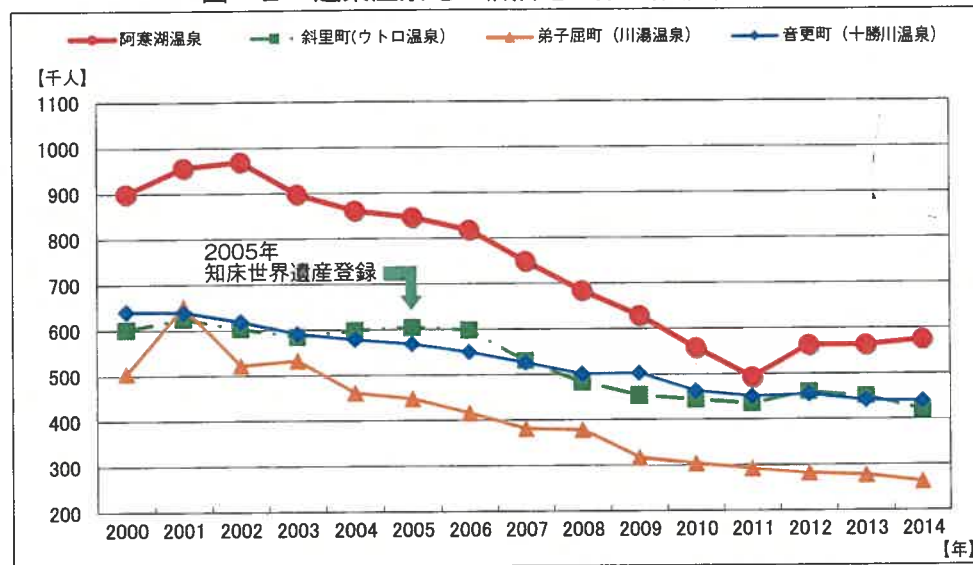
(千人)	2000年	→	2009年	→	2014年
観光入込客	1,520	<b>32% ↓</b>	1,032	<b>0% ↓</b>	1,030
道外客	800	<b>37% ↓</b>	501	<b>11% ↓</b>	445
道内客	720	<b>26% ↓</b>	530	<b>10% ↑</b>	585
宿泊延べ数	900	<b>30% ↓</b>	630	<b>9% ↓</b>	575
日帰り客	666	<b>36% ↓</b>	428	<b>11% ↑</b>	473
四半期別シェア		→		→	

資料：釧路市観光統計



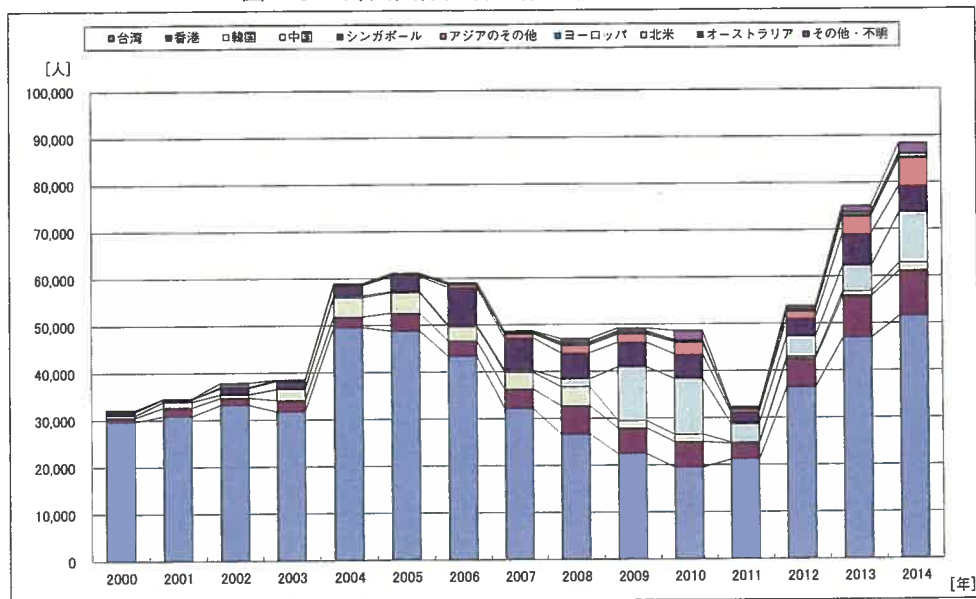
- ・道東の宿泊拠点である阿寒湖温泉ですが、宿泊延べ数の減少率は周辺温泉地に比べて大きくなっています。しかし、東日本大震災（2011年度）を境に入込を回復させた阿寒湖温泉と比較し、周辺温泉地は減少傾向から抜け出ていません（図-2）。
- ・阿寒湖温泉がV字回復した要因の一つは、外国人観光客の受入があります。外国人観光客は変動が大きいことも事実ですが、2011年度の3万人強から2014年度は9万人弱と2.8倍伸びました。台湾の1位は15年間変わりません。近年は中国、香港の増加が目立っています（図-3）。

図-2 道東温泉地・宿泊延べ数の推移(実数)



資料：釧路市観光統計、北海道観光入込客数調査報告書

図-3 外国人観光客の推移(旧阿寒町地区)

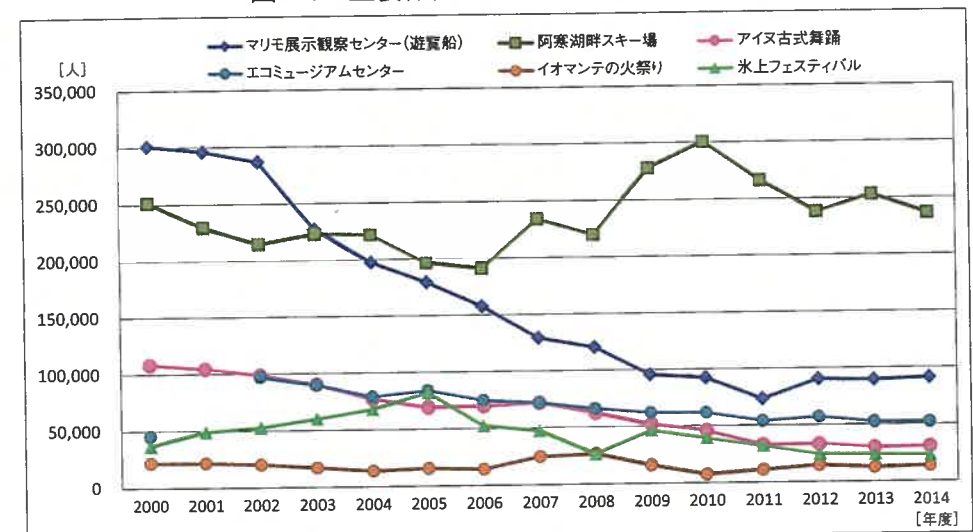


資料：釧路市観光統計

## ② 観光施設、宿泊施設の変化

- ・主な観光施設、イベントのうち2000年度から2014年度の間に入込客が大きく減少したものは、マリモ展示観察センター（遊覧船乗船数に同じ、70%減）、アイヌ古式舞踊（72%減）の二大観光施設で、かつて団体客が中心であった時代に隆盛を誇った施設です。エコミュージアムセンターもピークの2002年度から見ると46%減、氷上フェスティバルもピークの2005年度から見ると72%減となっています（図-4）。
- ・一方、スキー場は（特非）阿寒観光協会まちづくり推進機構が指定管理者となって以降、もっとも大きな集客施設として、入込客数は減少していません（図-4）。
- ・宿泊施設の収容力は、この15年間で6,416人から5,056人へと大幅に減少しています。2015年には大規模旅館1館が閉鎖し、温泉街から離れてはいるものの久しぶりに1館新規開業しました（表-2）。

図-4 主要観光施設の入込客数の推移



資料：釧路市観光統計

表-2 阿寒湖温泉宿泊収容力の推移(大規模旅館のみ)

	2001	2007	2010	2012	2015	
客室数	ニュー阿寒ホテル	370	391	370	370	
	遊久の里鶴雅	241	261	261	360	360
	阿寒ビューホテル	228	228	閉館		
	ホテルエメラルド	206	206	206	閉館に合併	
	ホテル御前水	161	161	161	159	161
	ホテル阿寒湖荘	97	97	97	98	97
	阿寒の森ホテル花ゆう香	91	92	92	95	92
	阿寒ロイヤルホテル	90	90	80	78	閉館
	阿寒観光ホテル(01年度)→廊の座(07年度)	70	25	25	25	25
	ラビスタ阿寒川					64
計	1,554	1,551	1,292	1,185	1,169	
収容人員	ニュー阿寒ホテル	1,531	1,592	1,531	1,531	1,531
	遊久の里鶴雅	1,228	1,145	1,145	1,634	1,634
	阿寒ビューホテル	550	550	閉館		
	ホテルエメラルド	912	912	912	閉館に合併	
	ホテル御前水	732	732	732	700	732
	ホテル阿寒湖荘	435	435	435	466	435
	阿寒の森ホテル花ゆう香	392	400	400	419	400
	阿寒ロイヤルホテル	350	350	320	320	閉館
	阿寒観光ホテル(01年度)→廊の座(07年度)	286	164	164	164	164
	ラビスタ阿寒川					160
計	6,416	6,280	5,639	5,234	5,056	

資料:(特非)阿寒観光協会まちづくり推進機構及び各施設の公式HP



### ③ 住民の変化

- ・人口は、この15年間で1,780人から1,236人へ544人30%減少、世帯数は845世帯から674世帯へ171世帯20%減少しました。特に2010年から2015年の5年間は274人、99世帯と減少が加速しました。宿泊施設の閉館による“働く場”の消失が大きく影響しているものと推察されます(表-3)。
- ・丁町別に人口の推移を見ると、最近では5丁目と6丁目の減少が目立ちます。逆に2丁目と3丁目の人口は増加しました(図-5)。
- ・阿寒湖温泉の定住割合を見ると、2010年に阿寒湖温泉に居住している人のうち、2005年から阿寒湖温泉に居住している人は69%と、全国平均77%に比べ低くなっています。移住者は道内(=同一都道府県)からの割合が全国平均より高くなっています(表-4)。
- ・事業所数の推移を見ると、2000年から2015年の15年間で、旅館数20軒→14軒(内大規模旅館9軒→7軒)に、土産品店は35軒→23軒に、飲食店は22軒→11軒に減少しました(表-5)。

表-3 阿寒湖温泉・15年間の変化(人口)

	2000年	→	2010年	→	2015年
人口(人)	1,780	15%↓	1,510	18%↓	1,236
世帯数	845	9%↓	773	13%↓	674

資料:住民基本台帳

表-4 阿寒湖温泉居住者の定住割合

	人	%	全国平均
阿寒湖温泉常住者	1,583	100.0%	100.0%
現住所	1,093	69.0%	77.2%
国内	469	29.6%	22.3%
自市区町村	232	14.7%	11.5%
道内他市区町村	193	12.2%	5.1% <sup>a</sup>
他都道府県	44	2.8%	5.7% <sup>b</sup>
国外	15	0.9%	0.5%
5年前の常住地「不詳」者	6	0.4%	-

平成22年(2010)国勢調査結果(釧路市HPより)  
<sup>a</sup>: 同都道府県内から    <sup>b</sup>: 他都道府県から

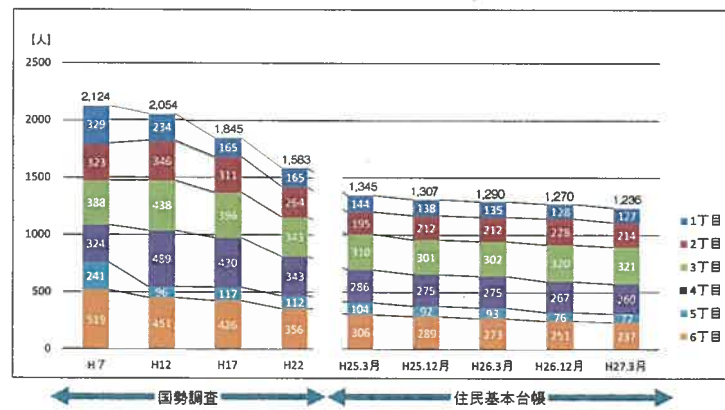
表-5 事業所数の推移

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ホテル・旅館	20	19	19	19	17		21	21	19	17	16	16	15	15	14	14
大規模旅館※1	9	9	9	9	8		9	9	9	8	8	8	7	7	7	7
上記以外	11	10	10	10	9		12	12	10	9	8	8	8	8	7	7
民宿	2	2	2	2	2		3	3	2	2	2	2	2	2	2	2
一般企業	29	29	30	30	29		27	27	30	30	29	31	30	29	31	31
うち民宿業兼	2	2	2	2	2		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
土産品店	35	35	34	34	31		30	30	33	27	26	27	25	25	25	23
貸家業	2	1	1	1	1		0	1	1	1	0	0	0	0	0	0
旅客運輸業	2	2	2	2	2		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
理美容業	3	3	3	3	3		2	3	2	2	2	2	2	2	1	1
阿寒アイヌ工芸協同組合	18	19	18	18	18		18	20	19	18	13	13	13	13	13	13
飲食店組合	22	22	21	21	21		17	17	17	15	13	13	11	11	12	11
うち民宿業兼	2	2	2	2	2		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

※1 ニュー阿寒、鶴雅、エメラルド、御前水、阿寒湖荘、ビュー、花ゆう香、ロイヤル、麗の座

資料:(特非)阿寒観光協会まちづくり推進機構会員名簿より  
業種別会員数(阿寒湖温泉地区のみ)

図-5 阿寒湖温泉・丁町別人口の推移



### ④ 「ビジョン2020<前期計画>」期間中(2011~2015年度)の動向

2011年度から2015年度の5年間に起きた、阿寒湖温泉及び全国の旅行・観光に関する動向を表-6にまとめました。その中で特筆すべき事項は次の通りです。

- ・2011年3月11日の東日本大震災と福島第一原発事故により、国内の旅行自粛ムードとインバウンドが減少し、観光業界は大きな痛手を受けました。そのような中、阿寒湖温泉では8月に2020年を目標とした「阿寒湖温泉・創生計画2020<前期計画>」を策定しました。
- ・2012年3月に、観光立国推進基本計画(2007年閣議決定)が改訂されました。

表-6 阿寒湖温泉を取り巻く5年間の変化(2011~2015年度)

年度	阿寒湖温泉での動き	旅行・観光動向
2011	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「阿寒湖植栽マニュアル」作成(未配布)</li> <li>・「阿寒湖温泉・創生計画2020&lt;前期計画&gt;」の策定</li> <li>・ミシュラングリーンガイド改訂版で阿寒湖が三つ星を獲得</li> <li>・「阿寒湖畔集団施設地区再整備基本構想」(環境省)策定</li> <li>・行こカーパスポート、まる遊チケット販売開始</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・九州新幹線全線開通</li> <li>・3.11東北地方太平洋沖地震(・東京電力福島第一原発で炉心溶融、建屋損壊等)</li> <li>・テレビのアナログ放送終了</li> <li>・平泉、世界文化遺産に登録</li> <li>・なでしこジャパンW杯優勝</li> </ul>
2012	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ホテルエメラルドと鶴雅の経営一体化</li> <li>・「森の駅-阿寒・フォレスト・ガーデン(仮)」構想策定</li> <li>・アイヌシアター(イコロ)オープン(人形劇の制作)</li> <li>・「阿寒観光ブランド協議会」設立</li> <li>・当機構で旅行事業部を立ち上げ、着地型ガイドツアー商品を本格的に販売</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光立国推進基本計画の改訂</li> <li>・東京スカイツリー開業</li> <li>・ロンドンオリンピック(・衆院選で自民党圧勝、第2次安倍内閣)</li> </ul>
2013	<ul style="list-style-type: none"> <li>・景観委員会設立(釧路市都市計画課)</li> <li>・交通実態調査(北海道開発局)</li> <li>・Tシャツアート展開催</li> <li>・(特非)阿寒湖のマリモ保護会認証</li> <li>・観光圏ポータルサイト予約システム開始</li> <li>・アーカイブ事業(~2014、環境省)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・イランクラブキャンペーン開始(北海道)</li> <li>・ICカード乗車券相互利用開始</li> <li>・富士山、世界文化遺産登録</li> <li>・和食がユネスコ無形文化遺産に登録</li> </ul>
2014	<ul style="list-style-type: none"> <li>・阿寒国立公園指定80周年。</li> <li>・湖畔中央~まりもの里棧橋付近までの遊歩道完成</li> <li>・「釧路地域イオル再生事業計画案」策定</li> <li>・第1回イコロ民俗芸能フェスティバル開催</li> <li>・世界自然遺産登録を目指す活動</li> <li>・イベント夏希灯を開始</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>(・消費税8%)</li> <li>・「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」策定</li> <li>・サッカーW杯ブラジル大会</li> <li>・エボラ出血熱の感染拡大</li> <li>・御嶽山噴火</li> <li>・富岡製糸場の世界文化遺産登録</li> <li>・地方創生本部(内閣府)の設立</li> </ul>
2015	<ul style="list-style-type: none"> <li>・入湯税を活用した「阿寒湖温泉地区観光振興基金」の設立</li> <li>・基金を活用した無料循環バス、まりも家族コイン、「森の駅-阿寒・フォレスト・ガーデン」推進事業などがスタート</li> <li>・「水のカムイ観光圏」の認定</li> <li>・ロイヤルホテルの閉鎖</li> <li>・「カムイの湯 ラピスタ阿寒川」開業</li> <li>・「ひがし北海道広域周遊観光ルート」の認定</li> <li>・地域おこし協力隊制度によるガイド養成開始</li> <li>・店舗のリニューアル制度実施</li> <li>・まりも湯広場整備着手</li> <li>・エコミュージアム~ボッケまでの遊歩道整備</li> <li>・「観光立国ショーケース」の認定</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2015」策定</li> <li>・北陸新幹線開業</li> <li>・地方創生加速化交付金による地方支援</li> <li>・「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」設置</li> <li>・中国人旅行者の爆買い</li> <li>・知床世界自然遺産登録10周年記念イベントの実施</li> <li>・道東自動車道「阿寒IC」開通</li> <li>・北海道新幹線開業</li> </ul>

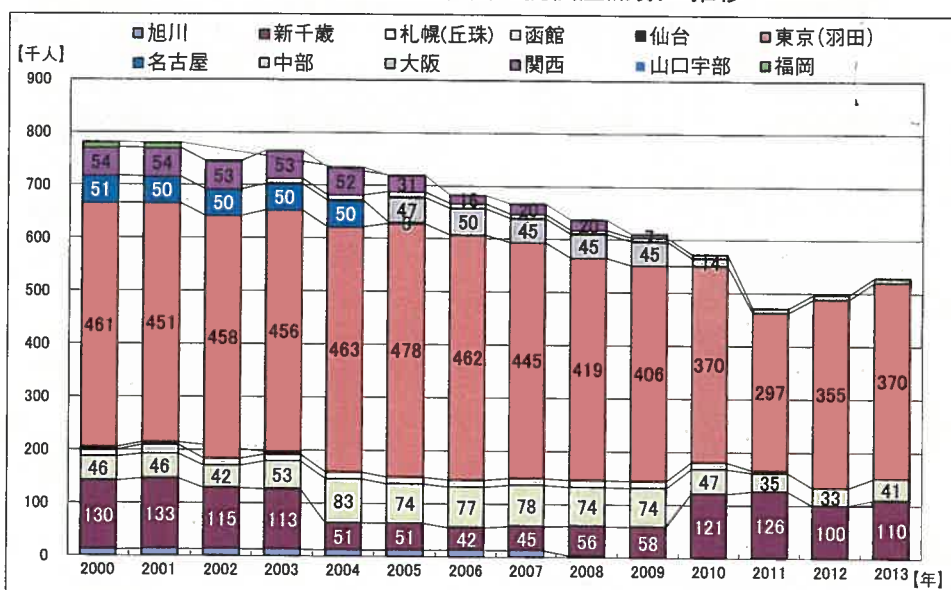
出典:(公財)日本交通公社作成



- ・同年9月に「2020年オリンピック・パラリンピック東京大会」が決定したことを踏まえ、同年以降「観光立国実現に向けたアクション・プログラム2014」「同2015」が発表され、国が推進していくべき事業が示されました。
- ・さらに、2015年「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」(議長：首相)が設置され、地方創生の柱として観光、特にインバウンドが一気にクローズアップされました。

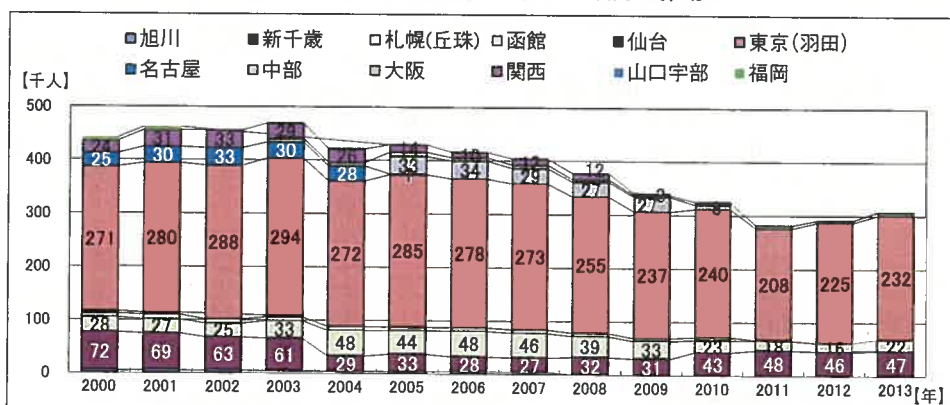
一方、釧路空港の輸送力と実績を見ると、東日本大震災のあった2011年に大幅に落ち込み、徐々に増加はしていますが、2013年現在回復はしていません。また、2011年に函館便も無くなり、釧路空港の定期航路は東京と札幌(新千歳及び丘珠)のみになりました(図-6、7)。

図-6 釧路空港着便・提供座席数の推移



資料:「航空輸送統計年報」国土交通省

図-7 釧路空港着便・輸送実績の推移



資料:「航空輸送統計年報」国土交通省

## (2) 阿寒湖温泉に対する評価

阿寒湖温泉に対する評価を観光客、住民、さらに観光まちづくりのキーマンの3つの視点から整理します。

### ① 観光客による評価

以下の2件の観光客満足度調査

(A) 温泉まちづくり研究会による「観光客来訪者調査」

(B)「釧路湿原・阿寒・摩周観光圏滞在満足度&来訪意向調査」

の分析から、阿寒湖温泉に対する観光客の評価をまとめました。

- ・道外客より道内客の方が多く、リピーター率は60%である。
- ・連泊(2泊客)は1割程度であるが、他の5温泉地に比べると高い。
- ・宿泊客の60%以上が翌日の午前中に阿寒湖温泉を発ってしまっている。
- ・宿泊施設に対する満足度は高く、76%の宿泊客が「旅館でゆっくり」過ごしている。
- ・ネットによる宿泊予約の比率が年々高まっており、2012年度に50%を超え、2014年度には70%を超えている。
- ・阿寒湖温泉の総合満足度は、「大変満足」(17.3%)と「満足」(40.7%)との合計で58.0%であった。阿寒湖温泉を含めた周辺のエリアでは、60~70%であった。

(A)「観光客来訪者調査」(温泉まちづくり研究会、事務局:(公財)日本交通公社)

表-7 調査の概要(阿寒湖温泉のみ)

調査目的	来訪者の属性や旅行の形態を把握するとともに、温泉地の満足度や再来訪意向を把握し、温泉地の満足度向上やリピーターの増加につなげるための資料とする。
調査手法	宿泊施設において配布・回収
調査期間	2012年4月~2013年3月
調査対象地域	温泉まちづくり研究会参加の6温泉地(阿寒、草津、鳥羽、有馬、由布院、黒川)
調査対象者	宿泊客
<b>主な調査結果(阿寒湖温泉のみ)</b>	
■居住地	①北海道 59.3%、②東京都 7.8%(1都3県(東京、神奈川、埼玉、千葉) 19.0%)
■性別	女性 57.6% > 男性 41.5%
■年代	①50代 23.4%、②40代 21.7%、③60代 19.8%、④30代 15.1%
■同行者	①夫婦 36.6%、②大人家族 22.9%、③子供連れ家族 19.3%
■来訪経験	①初めて 38.3%、②5回目以上 26.3%、③2回目 16.6%
■前回来訪	①1年未満 17.8%、②5年以上前 11.2%
■宿泊曜日	平日 55.4% > 休前日 22.2% > 休日 18.5%
■泊数	1泊(82.2%)中心。2泊(12.7%)は6温泉地の中では多い
■到着時刻	15:00~17:00台で 64.1%
■出発時刻	09:00~11:00台で 64.4%

(B)「釧路湿原・阿寒・摩周観光圏滞在満足度 & 来訪意向調査」

表-8 調査の概要

■手配方法	①インターネットの宿泊予約サイト32.9%、②旅行会社の店舗21.2%、③宿泊施設ホームページ12.9% ★ネット販売比率：50.4%（前年35.7%）
■選択理由	①宿泊施設の魅力52.9%、②温泉の質の魅力34.6%、③食事の魅力30.2%
■過ごし方	①旅館でゆっくり76.1%、②温泉街の散策30.0%
■全体満足度	<p>・「大変満足」17.3%+「満足」40.7%=58.0%（前年62.7%）</p>
■項目別満足度	<p>①宿泊施設「大変満足35.9%+満足35.6%」→71.5% ②温泉街の雰囲気・景色「大変満足17.1%+満足36.6%」→53.7% ③温泉街の人の対応・サービス「大変満足15.6%+満足25.1%」→40.7%</p> <p>&lt;参考&gt; 阿寒湖温泉以外の5温泉地の項目別満足度（大変満足+満足） 草津：①宿泊施設64% ②雰囲気・景色59% ③対応・サービス41% 鳥羽：①宿泊施設57% 有馬：①宿泊施設70% ②雰囲気・景色54% ③対応・サービス40% 由布院：①宿泊施設78% ②雰囲気・景色59% ③対応・サービス46% 黒川：①宿泊施設74% ②雰囲気・景色65% ③対応・サービス55%</p>
■再来訪意向	「大変そう思う」37.6%
■連泊意向	「大変そう思う」27.6%
■友人へ紹介したい	「大変そう思う」32.0%
□（参考値）消費額	・宿泊費20,774円、交通費6,005円、飲食費2,892円、土産4,862円 ・その他4,106円 *総額26,367円 / *ツアー料金：77,336円

	冬期	夏期
調査期間	2015年1、2月	2015年8月
調査地	釧路（釧路地区宿泊施設）、阿寒（阿寒湖温泉宿泊施設及び観光施設）、川湯・摩周（宿泊施設、観光施設、観光案内所）	釧路（釧路地区観光施設、釧路空港）、阿寒（阿寒湖温泉観光案内所）、弟子屈（観光施設）
■主な調査結果		
■旅行の動機	①美しい自然を見る、②温泉に入る、③美味しいものを食べる	①自然景観を見る、②美味しいものを食べる、③温泉に入る
■旅行先選定で重要な情報源（「大変重要」比率）	①地域や施設の公式Webサイト 32.2% ②旅行雑誌・ガイドブック 26.6% ③その他Webサイト（ニュースサイト、宿泊予約サイト等）23.6% ④家族や友人知人からの紹介・推奨 18.9% ⑤テレビ 13.3%	—
■宿泊施設や交通機関の予約方法	①宿泊予約系Webサイト（じゃらん、楽天トラベル等）22.6% ②宿泊施設のWebサイト 22.3% ③航空・鉄道会社のWebサイト 16.3% ④旅行会社の店頭 14.6% ⑤旅行会社のWebサイト 11.0% →ネット販売比率72.2%	—
■現地活動中に重要な情報源（「大変重要」比率）	①パンフレット、フリーペーパー 24.3% ②旅行雑誌・ガイドブック 23.6% ③地域や施設の公式Webサイト・SNS 21.9% ④観光案内所 19.6% →紙媒体&生情報も重要	—
■総合満足度	<p>・「大変満足」21.6%+「満足」42.2%=63.8%</p> <p>道内容：「大変そう思う」20.5%+「そう思う」40.6%=61.1% 道外（1都3県*）客：「大変そう思う」34.4%+「そう思う」38.0%=72.4% *東京、神奈川、埼玉、千葉 道外（1都3県以外）客：「大変そう思う」35.0%+「そう思う」30.1%=65.1%</p>	<p>道内容：「大変そう思う」20.5%+「そう思う」40.6%=61.1% 道外（1都3県*）客：「大変そう思う」34.4%+「そう思う」38.0%=72.4% *東京、神奈川、埼玉、千葉 道外（1都3県以外）客：「大変そう思う」35.0%+「そう思う」30.1%=65.1%</p>
■良かった施設・場所	—	摩周湖55票、阿寒湖（温泉、宿泊施設含む）47票、釧路湿原27票
■来訪者の居住地	①北海道41.5%、②東京13.0%、③神奈川6.6%	①北海道42.6%、②東京16.1%、③神奈川5.8%

資料：2014、2015年度（公財）日本交通公社



## ② 住民による評価（その1）……住民アンケート結果

### 1) 調査の概要

- 調査対象：阿寒湖温泉住民 20歳以上（但し有職者は20歳未満も含む）
- 調査目的：「阿寒湖温泉・創生計画（ビジョン）2020」3年間の取り組みを総括し、次の中期計画策定に向けた、住民の観光まちづくりに対する意見の集約
- 調査期間：2013年11月～2014年2月
- 配布・回収方法：町内会を通じて配布、及び当機構職員が大手ホテルに配布。記入・封筒密閉後、当機構職員が回収。
- 回収数：293人、有効回答数282人（男性63%、女性35%）人口に対する回収数の割合21.7%

### 2) 調査結果の概要

#### ■観光まちづくりに対する評価

- ・「ビジョン2020」(2013年度調査)の認知度は35.1%と、46.4%（2010年度調査）から減少しました。「2010プラン」の認知度46.3%（2004年度調査）と61.4%（2007年度調査）に比べやや低くなっています。（図-8）。
- ・（特非）阿寒観光協会まちづくり推進機構（以下、「当機構」）の活動に対しては、「高く評価できる」14.2%、「一部評価できる」29.1%と43.3%が評価していますが、「どちらともいえない」38.3%の割合が最も高くなっています。また、「2010プラン」計画期間に比べ評価がやや減少し、「どちらともいえない」が増加しています（図-9）。

図-8 阿寒湖温泉の長期計画に対する認知度

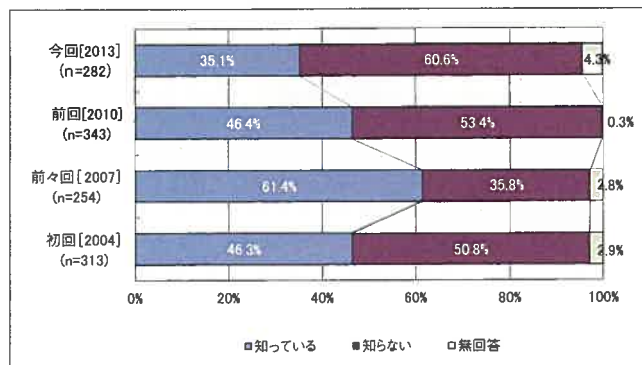
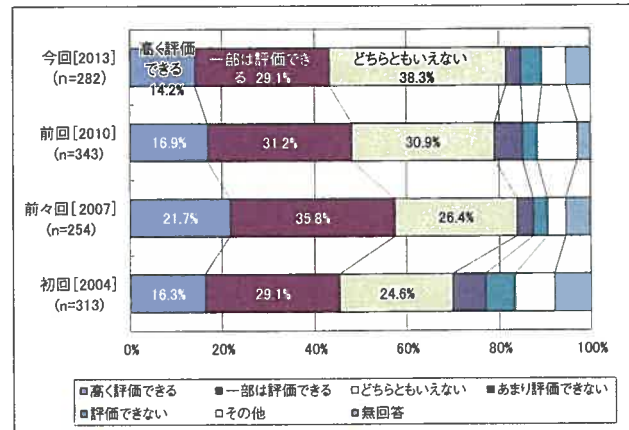


図-9 (特非)阿寒観光協会まちづくり推進機構の活動に対する評価



#### ■阿寒湖温泉の地域資源・魅力についての評価

- ・住民にとって最も気の休まる場所は、「ボッケ遊歩道（森のこみち、湖のこみち）」56.0%、「ボッケ」54.6%、「阿寒湖（滝口、遊覧船、氷上含む）」54.3%です。
- ・逆に、最もよそよそしさを感じる場所は「森と湖の美術館」30.1%、次いで「前田公園」23.0%です。
- ・親戚知人・お客様へお勧めできる場所は、「ボッケ遊歩道（森のこみち、湖のこみち）」と「阿寒湖（滝口、遊覧船、氷上含む）」が69.1%、「ボッケ」が68.1%と高く、「気の休まる場所」と関連しています（図-10）。
- ・また、阿寒湖温泉を魅力的な観光地と思っているかどうかについては、「とてもそう思う」17.6%、「そう思う」40.1%と半数以上が魅力的だと思っています。

#### ■これまでの阿寒湖温泉の変化

- ・2000年頃に比べて最も変化を感じている点は、「外国人観光客が増え、賑やかになった」42.9%です。次いで「阿寒湖が新聞やテレビに出る回数が増えた」41.8%、「以前より花が多く美しいまちになった」31.2%です。しかし、2010年度調査に比較すると、それぞれ約20ポイントずつ下がっており、やや変化を感じづらくなっています。

#### ■観光まちづくりへの参加機会

- ・住民が活躍できる機会や仕組みについて、「ある」との回答は19.5%（「ない」15.6%）に留まり、「わからない」53.5%と過半数がどのように観光まちづくりに参加すればよいか分かりづらくなっています。

#### ■これからの観光まちづくりについて

- ・「ビジョン2020」の実現に向けて、住民が最も実現して欲しいと思っていることは、「生活居住環境を改善する」80.9%と「歩きたいまち、美しいまちを目指す」80.5%です。「まちなか・商店街の魅力を高める」75.9%と「阿寒の自然（湖、マリモ、山、森等）を活用した豊富なメニューを提供する」75.2%が続きます（図-11）。
- ・「森の駅-阿寒・フォレスト・ガーデン」構想について、「検討していることは知っている」は45.0%でしたが、「構想の内容を知っている」は6.4%に留まり、「知らない」が35.8%を占めています。
- ・住民の合意形成の進め方については、「観光まちづくりの進捗状況を常に情報公開してほしい」が41.8%、次いで「気楽な講演会やイベントを開催し、誰もがまちづくりに参加しやすい雰囲気やきっかけを作してほしい」34.4%、「若者が発言・行動できる具体的なプロジェクトを盛り込んでほしい」29.8%となっています。

図-10 阿寒湖温泉の気の休まるどころ

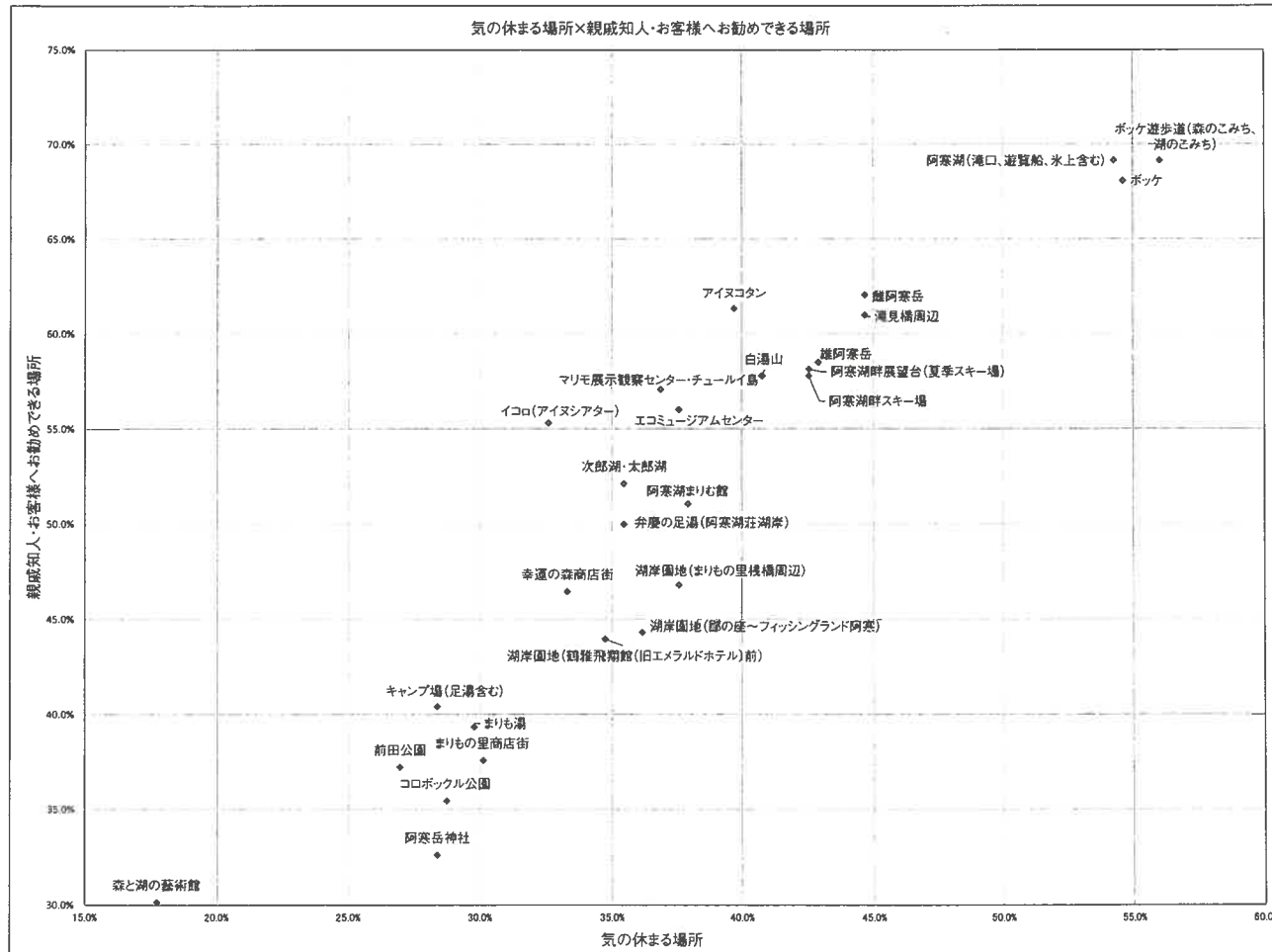
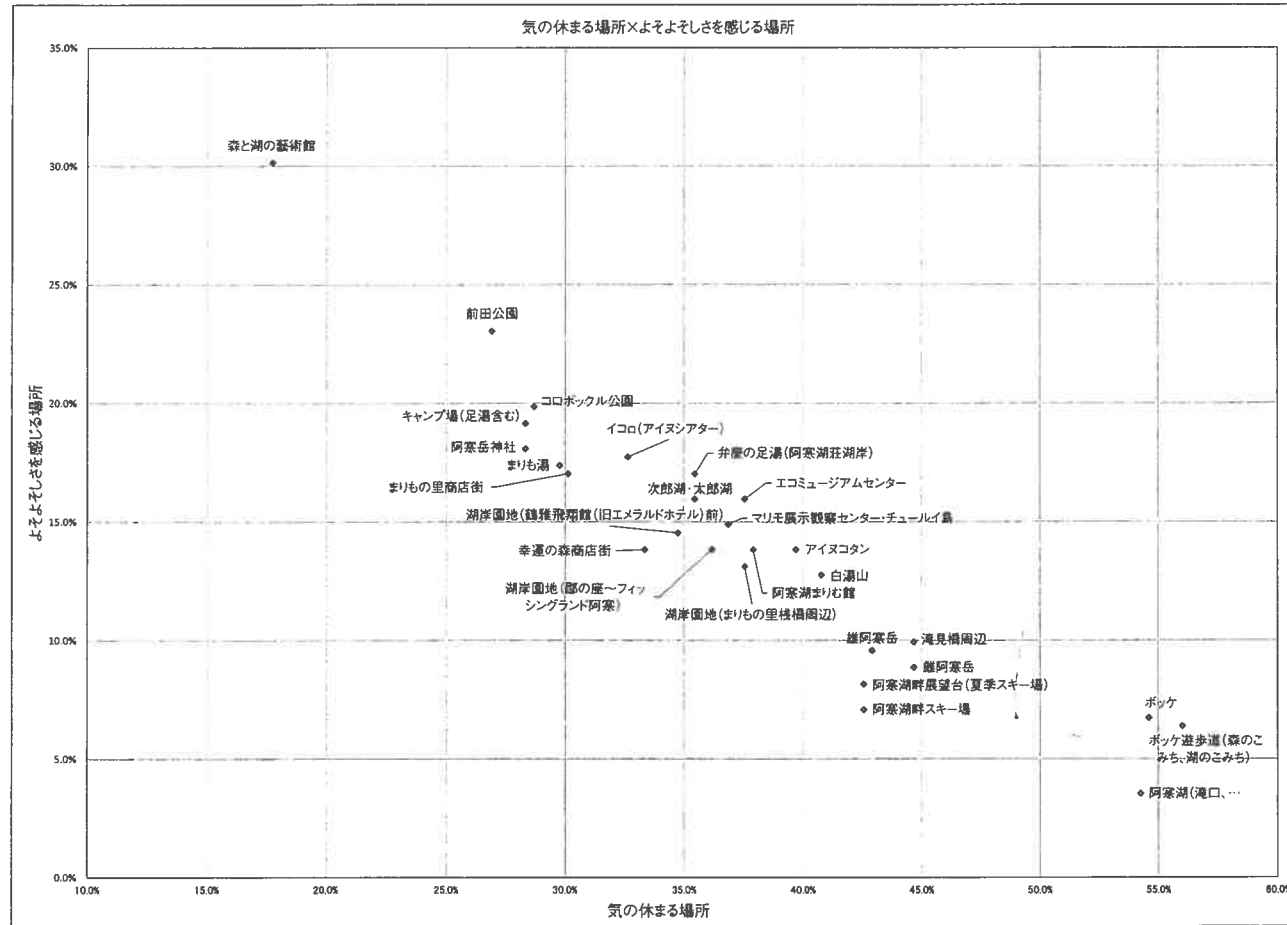
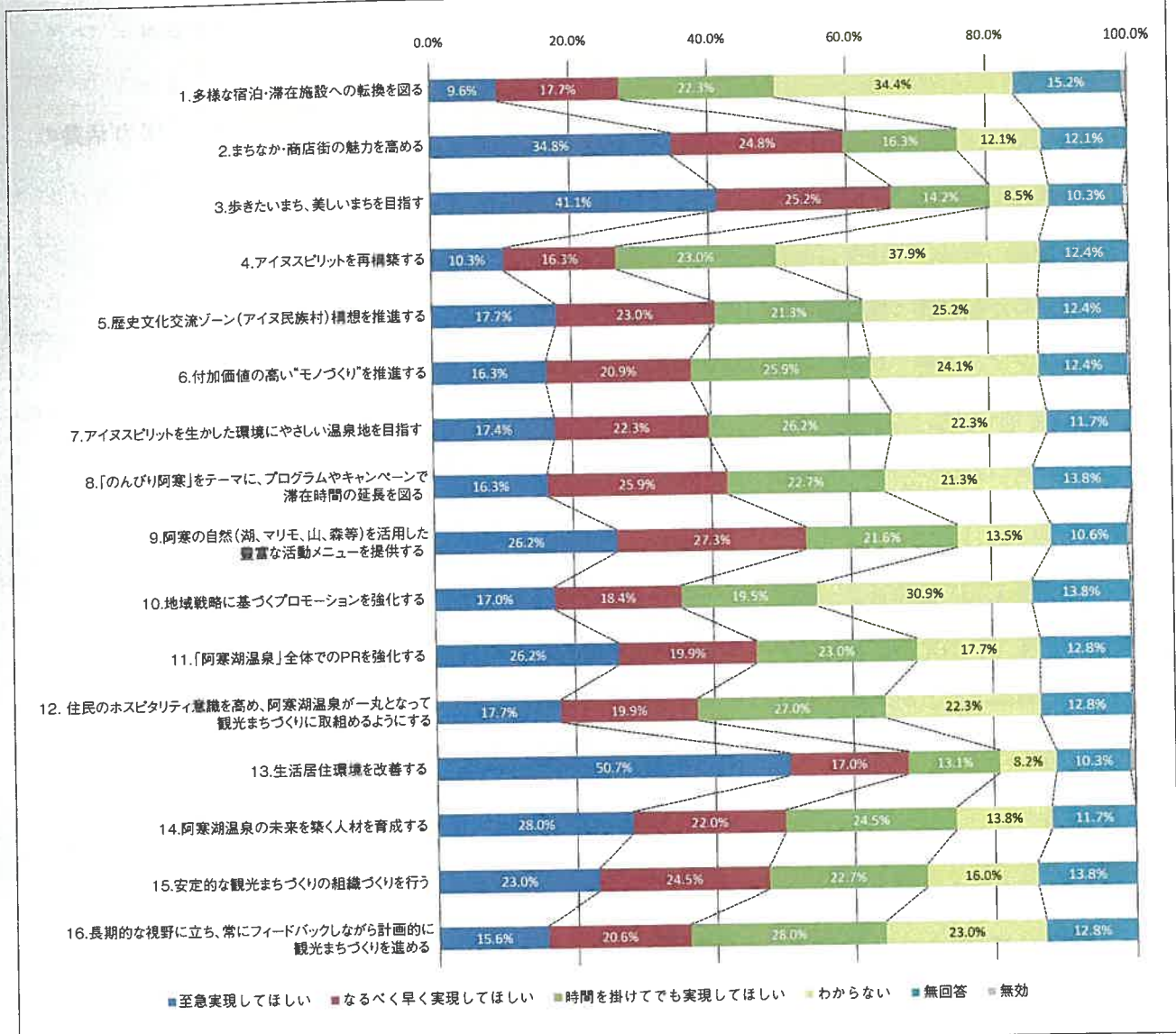


図-11 「阿寒湖温泉・ビジョン2020」への実現希望



■観光振興に期待すること

・ 1、2位は「来訪者の消費によって、地域の飲食業や宿泊業などが振興される」69.0%、「雇用の増加につながる」47.5%ですが、3位が「住む人にとっても住みやすいまちになる」45.5%と、居住環境の改善への期待が大きいです。



## ② 住民による評価（その2）……キーマンヒアリングの概要

### 1) 目的

「ビジョン2020<後期計画>」(2016~20年度) 策定に向け、阿寒湖温泉の観光まちづくり活動のリーダーや、阿寒湖温泉の活性化にとって重要な立場の方々の意見を集約する。

### 2) 概要

- ・ヒアリング期間：2015年4月
- ・ヒアリング人数：18名（地元行政含む）

### 3) ヒアリング結果のまとめ

#### ■2010年からのまちの変化

- ・インバウンドが増えた。（円安の影響が大きい）
- ・個人客が増えた。
- ・イコロのオープンで、アイヌ文化の核ができた。
- ・自然ガイドが養成され、ガイドの下地ができた。
- ・阿寒湖の魚（鯉やニジマス）の地元需要が大幅に減っている。
- ・後継者もおらず、店を経営する人が減り、元気がなくなった。
- ・人材が少ないので、忙しい。
- ・イベントに頼ろうとしている。

#### ■「ビジョン2020」の進捗状況【評価】

- ・住民主体のまちづくりのはずなのに、「ビジョン2020」は特定の人達だけのまちづくりになっているために、興味が持てない。（「2010プラン」の時はもっとたくさんの人達が関わって行われていた）
- ・進捗したプロジェクトは、着地型旅行商品の造成・販売、まりもコイン、一歩園の森・ふれあい事業の小学生の参加、付加価値の高い「ものづくり」の推進（Tシャツ展の開催）

#### ■新財源（入湯税のかさ上げ）の使い道／ビューホテル跡地の使い方 等について

- ・入湯税のかさ上げによる基金は、観光のために使えるのだから、まちづくりを頑張れば、活動資金が増えることになる。
- ・他の（補助）事業でできることを、貴重な基金を使うことはない。
- ・ビューホテル跡地のために使うべきであるのに、やりやすいこと（バスやコイン）に使ってしまう。
- ・リゾートや滞在にいらしたお客様がのんびりしたり、自然を楽しんだりすることに使うべき。
- ・木は育つのに時間が掛かるので、地域が末永く愛情を持って管理運営していく意志と積極的な行動が必要である。

- ・世界遺産の玄関口という条件が変わってしまったので、まちなかの魅力を高めないと、車が止まってくれないだろう。
- ・まち歩きしやすいように、チェックアウト後の宿泊客が止めやすいシステムにして欲しい。
- ・駐車場は広場としても使えるようにする。
- ・導入すべき機能の案：\*温泉を活用したハウスでの果物や野菜作り、\*大型露天風呂、足湯、日帰り入浴施設、\*ドックラン、\*宿泊客のチェックイン機能→各ホテルへ電気自動車で送る。\*住民参加の森づくり、\*子供達が冬でも遊べる屋内型の遊び場、\*店舗：カフェ、ブランド、お菓子、等、\*仮設の物販飲食店

#### ■これからの5年間に取り組むべきこと／2020年の理想

##### ○まちなか・商店街

- \*街並みの統一、電柱の地中化、凸凹の改善、融雪設備
- \*空き店舗対策（チャレンジショップ、多様な店の誘致、借りたい人と家主の間に仲介者等）
- \*阿寒湖温泉らしいグルメ開発、地場食材（ザリガニ、ヒメマス、ワカサギ、エゾシカ等）の魅力向上
- \*観光協会員以外の情報も盛り込んだ観光マップの作成（店舗は全て載せること）

##### ○アイヌ文化・思想に関して

- \*アイヌ文化による統一、まりも家族憲章の活用、象徴空間・白老のブランチャ化、アイヌデザインチェック機関

##### ○着地型プログラムの充実

- \*観光汽船の魅力向上、スキー場のシーズンオフ（春や夏季）の活用、森林の利活用。キャンプ場の利用拡大策、アウトドア着地型商品のワンストップ窓口整備、イベントの見直し

##### ○情報発信

- \*プロモーションの行政の役割研究、広域連携への対応、観光圏の後期計画への位置づけ、「広域観光周遊ルート」の十勝ガーデン街道と三つ星街道との組み合わせ

##### ○居住環境

- \*共稼ぎのできる環境作り。住民が住みたい街に（質の高い住宅整備等）、不便アンケート調査、定年退職後にも引き続き阿寒湖温泉に住めるシステムの検討

##### ○次世代の育成（世代交代）

- \*2030計画は次世代が策定することを想定して、今回の後期計画はその準備段階と位置づける。
- \*人材育成（先進地視察等）

○インバウンド対策

- \* 免税システムの導入、インバウンド増加策、インバウンド対策（トイレの使い方説明版、案内板、Wi-Fi整備、クレジットカードの利用可能、多言語化→台湾・中国、英語）

■当機構の役割、どうあるべきか

○活動への評価

- \* 観光まちづくりは住民が主体となっていくものだが、皆が当機構に丸投げしている。
- \* 事務局員がすぐに変ってしまうために、ノウハウが蓄積できない。
- \* 一部の事務局員の負担が大きい。
- \* 補助金事業を取ってきてはあわてて使う感じがする。量も多く負担が大きい。

○改善が望まれること

- \* 事務局の環境改善
- \* 常に各部の動き（進捗状況）を皆で確認する。
- \* 新聞を取っていない人も多いのでニュースレターをHPに掲載する。
- \* 活動が楽しくなるようなことを行う。やる気になれることなら楽しい。

○これからやるべきこと

- \* インバウンドに対応できる職員の確保
- \* 当機構に入るメリットを感じられるようにする。
- \* 入湯税のかさ上げの基金の用途をチェックする部署を置く。
- \* 若手がまちづくりに参加しやすくするために、阿寒湖が大好きな若者達が、得意なことができるサークル的な活動組織を立ち上げ、その延長としてまちづくりに参加してもらおう。

(3) 「阿寒湖温泉・創生計画2020<前期計画>」の評価

① 目標数値の検証

2014年度実績と2020年の目標数値を比較すると、以下の通りです（表-9）。

- ・ 延べ宿泊客数は575,116人泊あり、計画期間の半ばにして、目標数値60万人泊に届く勢いです。
- ・ しかし、宿泊客数は556,903人と、延べ宿泊客数との差はわずか18,213人に過ぎず、殆どの宿泊客が阿寒湖温泉に1泊しかしていないことが分かります※。目標とする阿寒湖温泉での滞在化はなかなか進展していません。
- ・ 以前は、道内客と道外客の比率は45：55と道外客の割合が高い傾向にありましたが、予想以上に道外客が減少し、その比率は57：43となっています。
- ・ なお、これまで得られていた個人客・団体客比率、及び宿泊単価のデータについては、現在その統計調査が行われなくなったためにデータが得られず、検証ができなくなりました。
- ・ 外国人宿泊客数は大幅に増加し、2014年度の実績は88,378人と、2011年度に設定した目標数値7万人を約2万人も上回る結果となりました。後期計画では目標数値の大幅な見直しが必要です。
- ・ 人口・世帯数は、想定以上に減少しました。“働く場”の創出が減少傾向の歯止めが必要となっています。

※釧路市統計調査では、連泊客数は把握していないため、延べ宿泊者数と実宿泊者数との差（連泊による増加数）と延べ宿泊者数の割合を「連泊客比率」として捉えている。

表-9 目標数値の検証

	再生プラン2010				創生計画(ビジョン)2020		
	2000年 (実績)	2004年 (実績)	2008年 (実績)	2010年 (目標)	2009年 (実績)	2020年 (旧目標)	2014年 (実績)
人泊(万人泊)	90	86	69	96	63	60	58
宿泊客数(実人員)	85	84	66	80	60	43	56
1泊客比率(%) <sup>#</sup>	95	98	96	83	96	72	97
本来の1泊客比率(%)				80		80	
連泊客比率(%)	5	2	4	17	4	28	3
本来の連泊客比率(%)				20		20	
道内客比率(%)	47	46	45	40	51	50	57
道外客比率(%)	53	54	55	60	49	50	43
個人客比率(%)	63	66	68	80	68	80	不明
団体客比率(%)	38	34	32	20	32	20	不明
宿泊収容力(室)	1,678	1,678	(ビューホテル閉鎖)	-	1,292	1,100	1,185
宿泊単価(円)	12,186	12,301	12,835	13,500	12,762	13,500	不明
宿泊の経済効果(億円)	110	106	89	130	80	81	不明
外国人宿泊者数(万人)	3	6	6	8	5	7	9
外国人比率(%)	4	7	9	8	8	12	15
人口(人)	1,780	1,758	1,707	1,800	1,510	1,500	1,290
世帯数(戸)	845	894	888	950	773	750	688



①「ビジョン2020<前期計画>」の評価

1) プロジェクトの進捗状況

「ビジョン2020<前期計画>」55のプロジェクトの内、75%に着手することができました(表-10)。なお、プロジェクトの具体的な進捗状況については、「参考資料1」にまとめました。

表-10 プロジェクトの進捗状況

	プロジェクト数	
終了	1	1.8%
進展した	22	40.0%
少し進展	18	32.7%
着手せず	14	25.5%
合計	55	

2) 「ビジョン2020<前期計画>」の評価

有識者を交えた「ランドデザイン懇談会」メンバーが前期計画(2011年~2014年度)の基本戦略と施策について、5段階評価を行いました(表-11)。

●基本戦略の評価では、基本戦略3の評価が最も高く、基本戦略5の評価が低い結果となります(□内は評価平均点)。

基本戦略1	阿寒湖温泉の滞在居住環境を飛躍的に高める	2.5
基本戦略2	アイヌスピリットを再構築し、まちづくりに生かす	2.8
基本戦略3	阿寒湖温泉での滞在と再来訪を促進するための 着地型プログラムを充実する	3.0
基本戦略4	適切な情報発信と戦略的なプロモーションを展開する	2.6
基本戦略5	住民のきずなを強め、安心して住み続けられるまちを創る	2.2
基本戦略6	阿寒湖温泉の未来を築く観光人材と組織を強化する	2.8

●最も評価の高い施策は、施策5「歴史文化交流ゾーン(アイヌ民族村)構想を推進する」、施策8「[のんびり阿寒]をテーマにプログラムやキャンペーンで滞在時間の延長を図る」、施策15「安定的な観光まちづくりの組織づくりを行う」の3施策で、評価平均3.4でした。

●最も評価が低い施策は、施策2「まちなか・商店街の魅力を高める」と施策13「生活居住環境を改善する」の2施策で、評価平均1.8でした。

3) 後期計画へ継続すべきプロジェクト

●基本的に前期計画で定めたプロジェクトは後期計画に継続しますが、そのうち、下記については、この5年間の内外の環境変化により内容の充実を図ります。

○進展したが、内容の検討が必要なプロジェクト

「ポストやきとり井の開発(No8)」、「阿寒湖温泉まるごとenjoy」パスポートの充実と販売促進(No28)、「異国の森インフラ整備(No35)」、「住民による「旬」の観光情報発信(No40)」

○着手しなかったが、内容の検討が必要なプロジェクト

「あなたがつくる時間割」のリニューアル(No27)」

●また、前期に着手されなかった下記プロジェクトは、今後の必要度が低くかつ機運も見込めないために、後期への継続は行いません。

「若草団地(住宅地)の長期滞在機能の施設導入検討(No2)」、「阿寒湖温泉倶楽部(仮)」の創設(No17)、「苦情データベース(仮)」づくり(No41)、「住民向けメーリングリストの整備と活用(No44)」

表-11 「ビジョン2020<前期計画>」の評価

基本戦略	施策No	プロジェクト	進展状況 (~2014年度 完成、終了含む)			5 段階 評価	後期計画へ 継続		
			進展した	少し進展	着手せず		中止	継続	内容検討
		基本戦略1 阿寒湖温泉の滞在居住環境を飛躍的に高める				3			
		施策1 多様な宿泊・滞在施設への転換を図る				3			
	1	既存宿泊施設の業態改革		●				●	
	2	若草町団地(住宅地)の長期滞在機能の施設導入検討			●		●		
		施策2 まちなか・商店街の魅力を高める				2			
	3	まちなか景観整備	●					●	
	4	空き店舗の有効活用		●				●	
	5	阿寒湖温泉案内板整備		●				●	
	6	商店街の看板統一化		●				●	
	7	商店街での多言語対応		●				●	
	8	ポストやきとり井の開発	●						●
	9	湯煙情緒の演出			●			●	
	10	まりも湯周辺の環境整備			●			●	
		施策3 歩きたいまち、美しいまちを目指す				3			
	11	「湖畔公園」の整備	●					●	
	12	土地利用計画づくり		終了				終了	
	13	除雪センターの活用		●				●	
	14	土地(旧阿寒ビューホテル)の有効利用	●					●	
	15	中央通りの再整備と交通システムの改善			●			●	

基本戦略	施策No.	プロジェクト	進展状況 (～2014年度。完成、終了含む)			5段階評価	後期計画へ継続		
			進展した	少し進展	着手せず		中止	継続	内容検討
<b>基本戦略 2. アイヌスピリットを再構築し、まちづくりに生かす</b>						3			
<b>施策 4 アイヌスピリットを再構築する</b>						3			
	16	アイヌスピリットの再構築		●				●	
	17	「阿寒湖温泉倶楽部(仮)」の創設			●		●		
<b>施策 5 歴史文化交流ゾーン(アイヌ民族村)構想を推進する</b>						3			
	18	「アイヌシアター」運営計画づくり	●					●	
	19	「アイヌコタン」の魅力アップ	●					●	
	20	アイヌ関連イベントの年間スケジュールづくり		●				●	
<b>施策 6 付加価値の高い“モノづくり”を推進する</b>						2			
	21	阿寒湖温泉プロダクト-手づくり・ほんものづくり-の推進	●					●	
<b>施策 7 アイヌスピリットを生かした環境にやさしい温泉地を目指す</b>						3			
	22	「マリモ再生事業」の推進		●				●	
	23	「環境負荷低減」の取り組み強化	●					●	
	24	温泉熱の有効活用		●				●	
	25	身近なエコ運動の推進			●			●	
<b>基本戦略 3. 阿寒湖温泉での滞在と再来訪を促進するための着地型プログラムを充実する</b>						3			
<b>施策 8 「のんびり阿寒」をテーマにプログラムやキャンペーンで滞在時間の延長を図る</b>						3			
	26	着地型旅行商品の開発と販売システムの整備	●					●	
	27	「あなたがつくる時間割」のリニューアル			●			●	
	28	「阿寒湖温泉まるごとenjoy」パスポートの充実と販売促進	●					●	
	29	周辺観光地との連携	●					●	
<b>施策 9 阿寒の自然(湖、マリモ、山、森等)を活用した豊富な活動メニューを提供する</b>						3			
	30	「一歩園森・ふれあい」活動への協力	●					●	
	31	「エコミュージアムセンター」の魅力アップ		●				●	
	32	アウトドア基地(拠点)化の推進		●				●	
	33	「阿寒湖遊覧船」の魅力アップ		●				●	
	34	阿寒湖岸のエゾムラサキツツジ群生地の復元		●				●	
	35	異国の森インフラ整備	●					●	

基本戦略	施策No.	プロジェクト	進展状況 (～2014年度。完成、終了含む)			5段階評価	後期計画へ継続		
			進展した	少し進展	着手せず		中止	継続	内容検討
<b>基本戦略 4. 適切な情報発信と戦略的なプロモーションを展開する</b>						3			
<b>施策 10 地域戦略に基づくプロモーションを強化する</b>						2			
	36	プロモーション計画の策定	●					●	
	37	広域観光に対応した既存媒体の見直しと改良	●					●	
	38	徹底したICTの強化		●				●	
	39	「釧路阿寒湖観光大使(仮)」の任命		●			●		
<b>施策 11 「阿寒湖温泉」全体でのPRを強化する</b>						2			
	40	観光統計の充実とマーケティングへの活用			●			●	
	41	「苦情データベース(仮)」づくり			●		●		
	42	住民による「旬」の観光情報発信	●					●	
<b>基本戦略 5. 住民のきずなを強め、安心して住み続けられるまちを創る</b>						2			
<b>施策 12 住民のホスピタリティ意識を高め、阿寒湖温泉が一丸となって観光まちづくりに取組めるようにする</b>						2			
	43	おもてなしの「こころ」の醸成		●				●	
	44	住民向けメーリングリストの整備と活用			●		●		
	45	「ニュースレター」の継続発行	●					●	
<b>施策 13 生活居住環境を改善する</b>						2			
	46	居住環境の改善			●			●	
	47	子育て環境、福祉・医療の充実			●			●	
<b>基本戦略 6. 阿寒湖温泉の未来を築く観光人材と組織を強化する</b>						3			
<b>施策 14 阿寒湖温泉の未来を築く人材を育成する</b>						2			
	48	新たな職業(コミュニティビジネス)に結びつく人材育成	●					●	
	49	観光まちづくりのリーダーの育成	●					●	
	50	まりも倶楽部、VJCSの活動支援	●					●	
	51	若手の会(仮)の創設			●			●	
<b>施策 15 安定的な観光まちづくりの組織づくりを行う</b>						3			
	52	まちづくり推進組織の強化		●				●	
	53	安定的な観光まちづくり財源の確保	●					●	
<b>施策 16 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</b>						3			
	54	「グランドデザイン懇談会」の開催	●					●	
	55	「国立公園阿寒湖運営協議会」への参加と協力			●			●	



## 2 「阿寒湖温泉・創生計画2020<後期計画>」

### (1) 社会経済環境の変化の方向性

後期計画の策定にあたり、目標年次である2020年の阿寒湖温泉を取り巻く社会経済環境はどうか、その変化の方向性のイメージを以下に整理します。

#### ○ 人口減少と少子高齢化の進展

- ・特に北海道（2010年：5,506千人、2015年：5,382千人、2020年(予想)：5,178千人）、道東、釧路市はさらに減少が見込まれる \*1。
- ・そのため、生産年齢人口（労働力人口）の減少が顕著となり、働き手の不足が顕在化する。
- ・阿寒湖温泉においても、労働力確保のために居住環境の改善や外国人労働者の確保に向けた取り組みを早急に行う必要がある。

\*1：国立社会保障・人口問題研究所（2013年3月）

#### ○ 観光立国の推進によるインバウンド客の増加

（2014年（実績）：1,341万人、2015年（実績）：1,974万人、

2016年（推計値）：2,404万人、2020年（予想）：4,000万人 \*2）

- ・2020年東京オリンピック・パラリンピックに向けて訪日需要が増大する。
- ・阿寒湖温泉には、これまで同様、台湾を主体に中国、シンガポール、香港、タイ、韓国などからの来訪が増加する。旅行形態は、団体からF I Tへ変化し、各国のニーズに合ったサービスへの対応が求められる。

\*2：新たな「観光立国推進基本計画」(2017年3月28日閣議決定)

#### ○ 国民の価値観の変化

- ・環境指向、健康志向、安心・安全志向、本物・高質志向などより成熟化の方向が顕著となる。
- ・観光客は、心の豊かさが感じられる、ゆとりある質の高い空間とサービスを求めて阿寒湖温泉を訪れる。

#### ○ 北海道の交通体系と観光構造

- ・2016年3月の北海道新幹線の開通によって北海道と本州が結ばれ、その効果を道東へと波及させる必要がある。
- ・2015年3月、道東自動車道（高規格道路）の阿寒 I C 開通により、札幌が4時間圏内に入り、道央とのアクセスが飛躍的に改善される。

- ・新千歳空港が飽和状態となり、釧路空港など道内の地方空港への拡散が図られるようになる（北海道7空港の民間による一体的な経営(コンセッション方式の導入)）。
- ・外国人F I T増加と国内旅行者の高齢化により、公共交通機関利用の増加が見込まれるため、釧路空港をはじめとした交通拠点と周辺地域とのバスによる広域二次交通の整備に早急に取り組む必要がある。

#### ○ 道東の観光構造

- ・道東の拠点都市の人口減少により、ローカル需要は確実に減少の方向に進む。
- ・国の「水のカムイ観光圏」（2015年6月）と「ひがし北海道・広域周遊観光ルート」（2015年6月）の認定によって、新たな広域観光の可能性が広がる。

#### ○ 阿寒湖温泉の住民意識と構造

- ・宿泊施設の廃業等によって労働力の減少が進んでいたが、ようやく歯止めがかかりつつある。
- ・住民の構造は、経営者層<幹部層<従業員層<単身世帯（若年労働者、年金受給者等）となっており、定住意識は、経営者層（高）>・・・>従業員層（低）と逆ピラミッド型となっている。

#### ○ 阿寒湖温泉への観光客の姿と構造

- ・日本人観光客は、個人客へとさらにシフトする。特に団塊世代の高齢化により、自家用車から公共交通機関へと利用交通機関の変化が想定される。
- ・外国人観光客は、大幅に増加するとともに、徐々にF I T化が進むものと推察される。
- ・国内外ともに客層が多様化し、ニーズも多様化する。特に来訪者の滞在化を目指すためには、多様な宿泊形態、豊富な活動メニュー等、提供するハードやソフトの充実とバリアフリー化（ストレスフリーな滞在環境）を図っていく。

#### ○ 釧路市（阿寒湖温泉）への観光立国関連事業の集中

- ・「釧路市観光立国ショーケース」（2016年1月）、「国立公園満喫プロジェクト」（2016年7月）など政府の観光立国関連事業が集中し、インバウンド政策における釧路市並びに阿寒湖温泉への期待が高まっている。

## (2) 基本的方向と基本理念 (コンセプト)

### ① 基本的方向

以下の3点を「ビジョン2020」の基本的な方針（考え方）として引き続き設定します。一つは観光地として目指すべき方向、もう一つは国立公園内の集団施設地区としてあるべき空間の方向、そして地域としての取り組み方向です。

#### ○ 観光地として目指すべき方向

→ 周遊観光の宿泊拠点から、阿寒湖温泉を目的とする“滞在”拠点へ

北海道、道東エリアを広域で周遊する観光客の宿泊拠点から、優れた自然環境やアイヌ文化、登山やフライフィッシング、森林散策やエコツアー等阿寒湖温泉の自然と文化を目的に来訪する滞在拠点へと観光地としての構造を変えていきます。

#### ○ 国立公園・集団施設地区としてあるべき空間の方向

→ 環境に優しく、効率的な暮らしができる“コンパクトタウン”に

団体客を中心とした過去の観光客増加に伴って拡大した温泉街を、環境に優しく、効率的な暮らしができるようダウンサイジングし、生き生きと安心して暮らせる、そして観光客も安心して快適に滞在できるコンパクトなまちを目指します。

#### ○ 地域としての取り組み方向

→ 旅行者のニーズを踏まえ、“地域一丸”となった取り組みを

過去10年間、観光事業者だけでなく、住民参加を基本として、民主導のまちづくりを進めてきました。今後もこれを明確にするとともに、旅行者のニーズをより深く理解してまちづくりに取り組んでいきます。さらに国や道、市等行政との協働や地権者である（一財）前田一歩園財団との共生等、多様な主体の参画によって、地域のプラットフォームを形成し、オール阿寒湖温泉でまちづくりを進めます。

### ② 基本理念 (コンセプト)

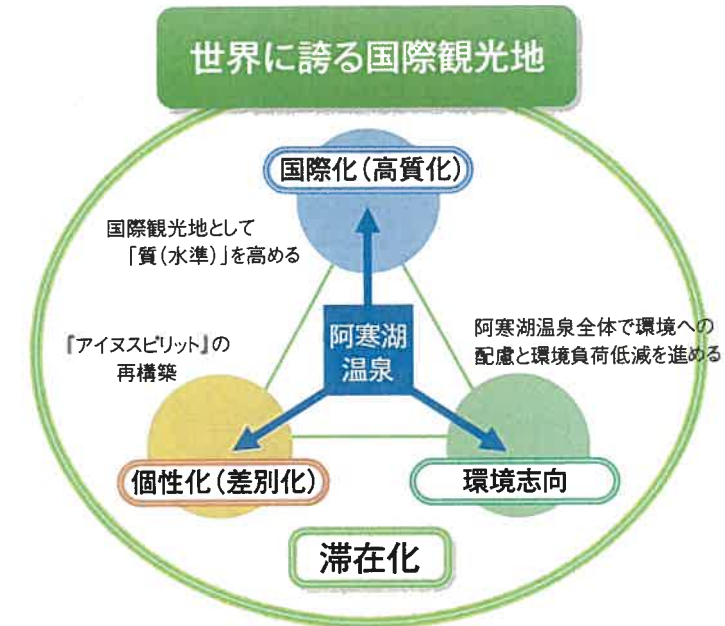
「ビジョン2020」の基本理念（コンセプト）は、

- ① 国際的にも通用する「質（水準）」を高めること＝国際化
- ② 他の温泉地にはない「個性」を明確にし、付加価値を高めること＝個性化
- ③ 阿寒湖温泉全体として「環境」への配慮を進めること＝環境志向

により、ディステーションリゾート（阿寒湖温泉を最終目的地として来訪するリゾートのこと）として「滞在化」(\*1)を進めていきます。

そして、その底流にある自然観やものづくり、まちづくりの精神的バックボーンとしての『アイヌスピリット』(\*2)を再構築していきます。

- \*1：2泊3日から1週間滞在、シーズン滞在、二地域居住、半定住まで
- \*2：アイヌ民族の文化、自然観等の根底に流れる精神や哲学



### (3) 2020年の目指すべき姿と目標数値

#### ① 2020年の目指すべき姿

これまで目指してきた地域イメージをより鮮明にしていきます。圧倒的な自然環境を活用した滞在プログラムと、アイヌ文化という阿寒湖温泉の個性を明確にアピールし、のんびりと旅館やホテルで温泉に浸り、ゆっくりと湖畔での散策、まちなかでの買い物、そして豊かな森や湖等優れた自然を楽しむ世界に誇る滞在型の温泉地を目指します。

『世界に誇る  と 、そして 』

～阿寒湖畔でゆっくり滞在・のんびり温泉～

日本を代表する  
《レイクサイドスパリゾート》  
を目指して



## ② 目標数値

2014年度の実績とこの5年間の環境の変化を考慮して、2020年の目標を表-12のように修正します。

- ・延べ宿泊客数(人泊)は、既に58万人とほぼ目標数値を達成しているため、70万人に変更します。それに伴い、宿泊数(実人員)は、47万人となり、宿泊収容力も1,200室とします。
- ・道内客が増加傾向にあるため、道内客:道外客=55:45とします。
- ・宿泊単価は、デフレ脱却と質の向上を目指すために15,000円とします。その結果、宿泊に伴う経済効果は、105億円となります。
- ・外国人宿泊者数は、既に目標数値を超えています。「観光立国ショーケース」で設定した釧路市全体の目標数値27万人から、市街地2万人、阿寒湖温泉25万人とします。その結果、外国人比率は28.6%となります。
- ・新たに観光客満足度と外国人旅行者満足度を指標に加え、「大変満足」をそれぞれ20%と22%と設定します。
- ・人口と世帯数は、減少傾向に歯止めを掛け、1,400人、730世帯とします。

表-12 2020年に向けた新たな目標数値

	創生計画(ビジョン)2020				備考
	2009年 (実績)	2014年 (実績)	2020年 (旧目標)	2020年 (新目標)	
人泊(万人泊)	63	58	60	70	1泊:2泊:3~7泊=8:1:1として算出した場合
宿泊客数(実人員)	60	56	43	47	
1泊客比率(%)	96	97	80	80	
連泊客比率(%)	4	3	20	20	
道内客比率(%)	51	57	50	55	
道外客比率(%)	49	43	50	45	
個人客比率(%)	68		80	80	
団体客比率(%)	32		20	20	
観光客満足度(大変満足)(%)	(2012年) 17.3			20	
宿泊単価(円)	12,762		13,500	15,000	
宿泊の経済効果(億円)	80		81	105	
外国人宿泊者数(万人)	5	9	7	25	「観光立国ショーケース」における目標より(釧路市全体27万人)
外国人比率(%)	8	15	12	35.7	
外国人旅行者満足度(大変満足)(%)		20		22	「観光立国ショーケース」における目標より
宿泊収容力(室)	1,292	1,185	1,100	1,200※	70万人泊/年・2.4名/室、客室稼働率を66.6%とした場合
人口(人)	1,510	1,290	1,500	1,400	
世帯数(戸)	773	688	750	730	

※2015年に廃業したロイヤルホテル(80室)は2014年実績に含む。新目標には、2015年に開業したラビスタ阿寒川(64室)を含む。

## (4) 阿寒湖温泉のランドデザイン

### ① 土地利用

#### 1) 長期構想……国際水準の“コンパクトタウン”を目指す

これまでは、旅館・ホテルの宿泊収容力拡大とともに、温泉街の規模拡張が進みました。これからは、以下について検討を重ね、ダウンサイジング、コンパクトタウンを目指します(図-12)。

#### ●「森の駅-阿寒・フォレスト・ガーデン」の実現

阿寒湖温泉のほぼ中央に位置する「旧阿寒ビューホテル跡地」は、阿寒湖温泉の玄関口として、2015年度から5年間を掛けて集中的に整備を行うことにより、阿寒湖温泉の観光構造を変革し、国際観光地として飛躍することを目指します。

#### ●“ナショナルパーク”の顔としての「湖畔公園」の整備

「2010プラン」期間中に、環境省の直轄事業として一部が完成しました。今後とも関係機関との調整を進め、国立公園満喫プロジェクト等を活用することによって湖畔公園、湖畔遊歩道の完成を目指します。

#### ●「まちなか」への集中と「周辺自然」の活用・連携

「まちなか」での土地利用の高度化を進めるとともに、「ボッケの森」の一層の活用や(一財)前田一歩園財団の森、スキー場、雄阿寒岳、雌阿寒岳、白湯山等周辺との連携を図ります。

#### ●3つの商店街の方向性検討

「まりもの里商店街」と「幸運の森商店街」、「アイヌコタン」の3商店街が、今後もこれまで通りに存続していかれるかが課題となっています。空き店舗の活用や業態の変更や移転、アイヌアートの導入等を含めて阿寒湖温泉の商店街の将来方向を早急に検討する必要があります。

#### ●まちなかの土地利用の有効活用

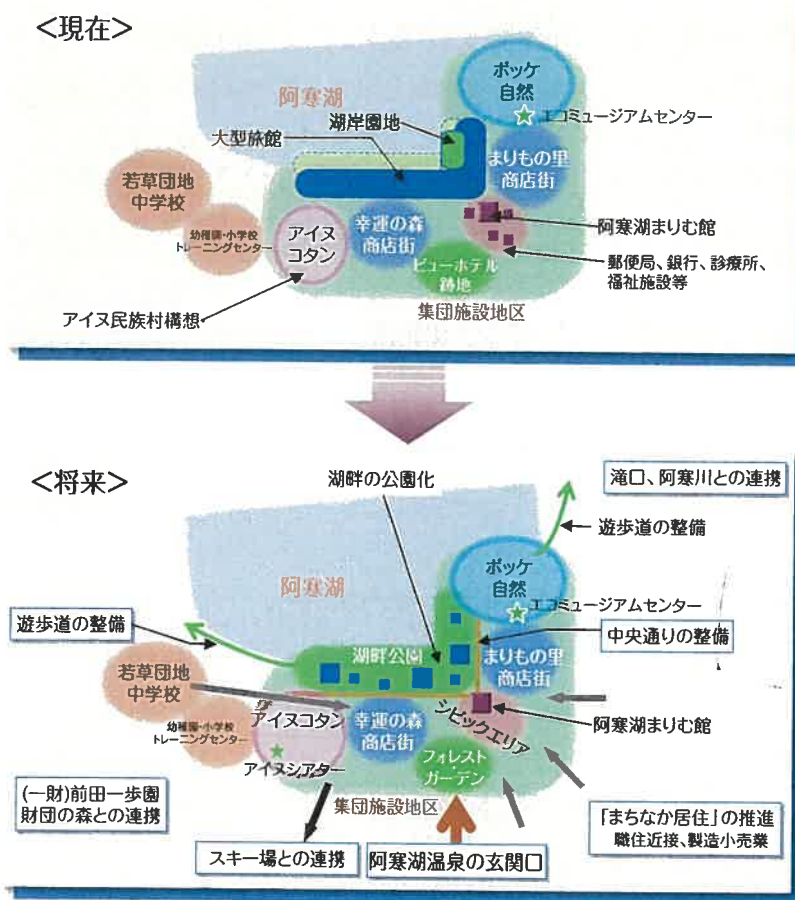
「阿寒湖まりむ館」が住民、観光客の交流の拠点、住民活動の拠点として活用されています。この周辺をシビックセンターとして機能強化していくことを検討していきます。

#### ●「まちなか居住」の推進

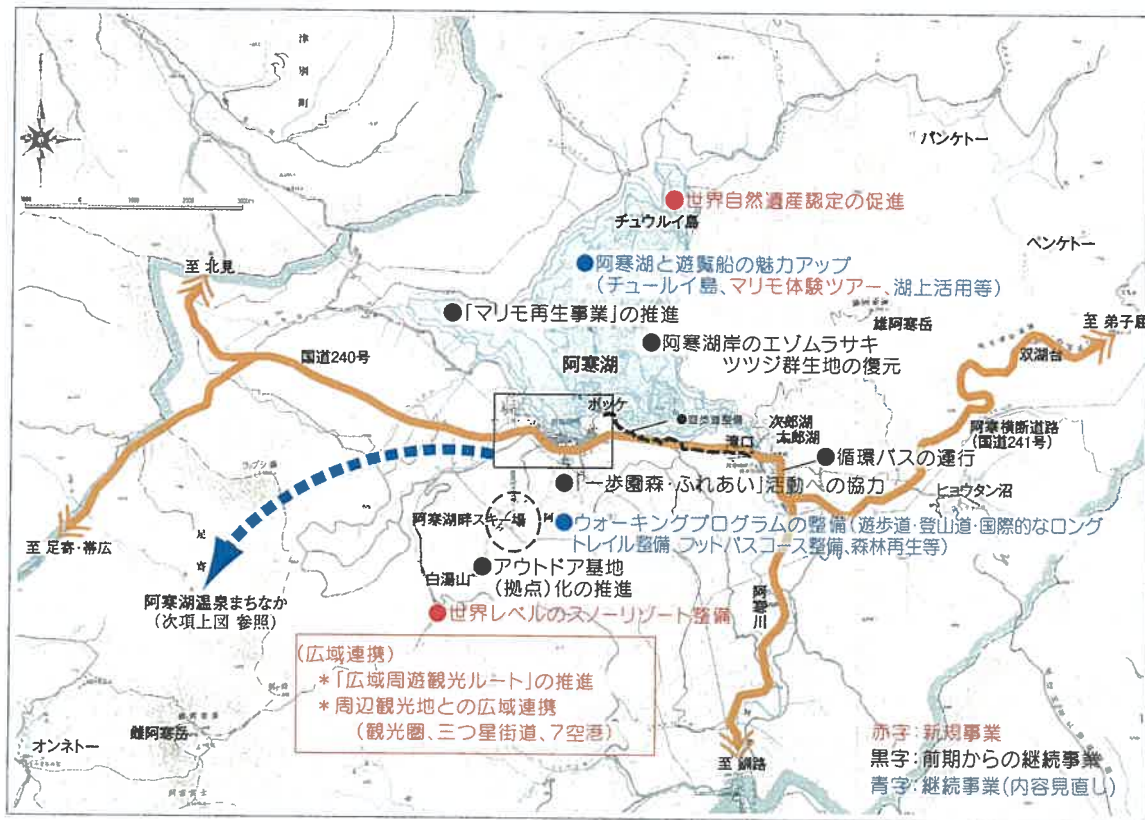
住民の居住政策を職住分離から職住近接へと方向転換することを検討していきます。人が住まなくなった全国の都市の中心市街地では、「まちなか居住」へと舵を切っています。温泉街の空間を有効に活用し、老朽化した市営若草団地等外延部に整備された居住機能を長期的にまちなかへと移転するとともに、周囲の自然環境を保全していきます。



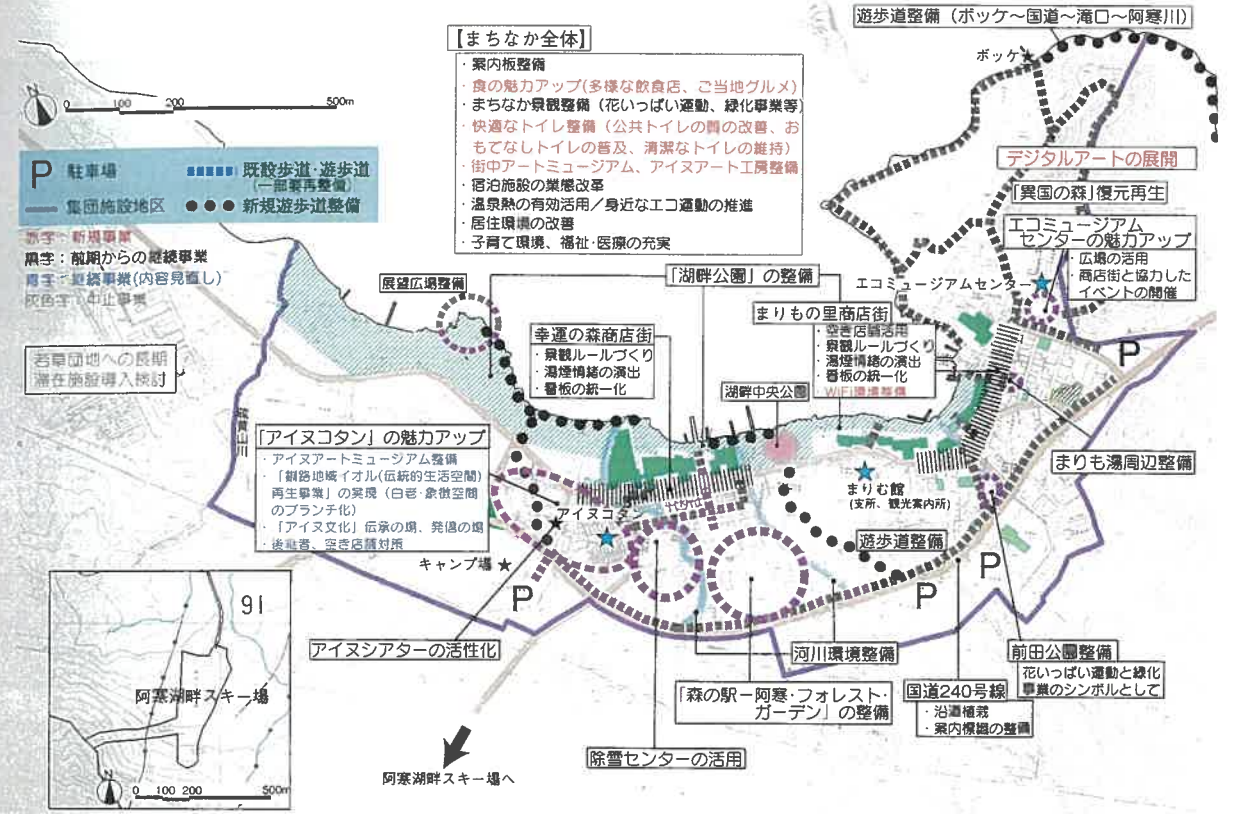
図-12 長期構想



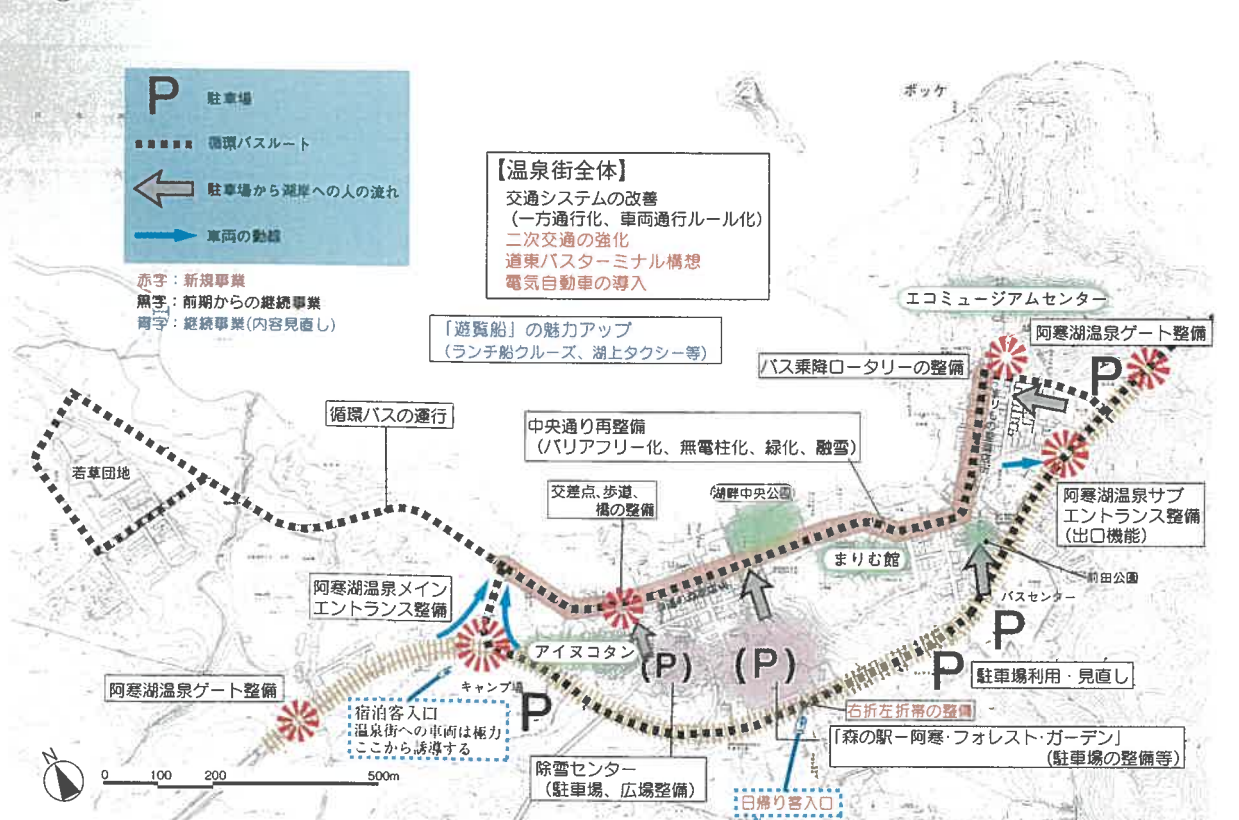
2) 広域計画



3) まちなか計画

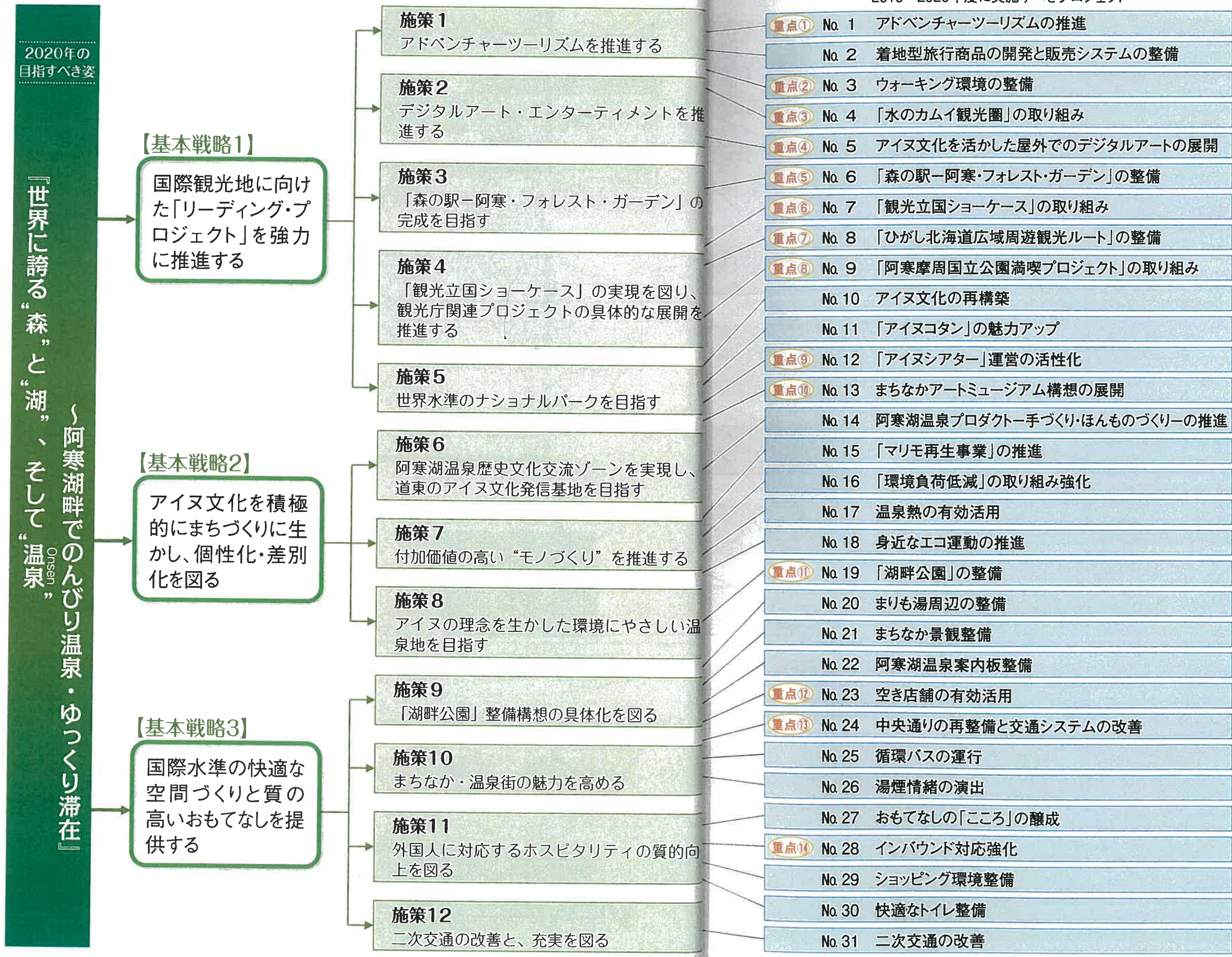


② 交通





(5) 7つの基本戦略と施策の体系





2020年の  
目指すべき姿

『世界に誇る“森”と“湖”、そして“温泉”』  
阿寒湖畔でのんびり温泉・ゆっくり滞在

【基本戦略4】  
阿寒湖温泉の特性をアピールするコンテンツ開発と滞在化を図る

施策13  
「のんびり阿寒」をテーマに、阿寒の自然や文化を活用した豊富なプログラムやキャンペーンで滞在時間の延長を図る

施策14  
阿寒湖と遊覧船の魅力アップを図る

【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15  
観光客の実態を正確に把握し、的確なKPIを設定する

施策16  
地域別戦略に基づく適切な情報発信とプロモーションを展開する

【基本戦略6】  
雇用を確保し、安心して住み続けられるまちにする

施策17  
安定した雇用環境をつくる

施策18  
生活・居住環境を抜本的に改善する

【基本戦略7】  
阿寒湖温泉の未来を担う観光人材の育成と組織を強化する

施策19  
阿寒湖温泉の未来を築く人材を育成する

施策20  
入湯税による独自財源を計画的に活用する

施策21  
(特非)阿寒観光協会まちづくり推進機構を「阿寒湖温泉版DMO」として機能強化を図る

施策22  
長期的な視野に立ち、PDCAに基づき計画的に観光まちづくりを進める

2016～2020年度に実施すべきプロジェクト

- No. 32 食の魅力アップ
- No. 33 阿寒湖の世界自然遺産認定の促進
- No. 34 「一歩園森・ふれあい」活動への協力
- No. 35 「エコミュージアムセンター」の魅力アップ
- No. 36 既存宿泊施設の業態改革
- No. 37 「まりも家族コイン」の充実
- No. 38 阿寒湖温泉アーカイブ事業
- No. 39 阿寒湖岸のエゾムラサキツツジ群生地の復元
- 重点15 No. 40 阿寒湖と遊覧船の魅力アップ
- 重点16 No. 41 観光統計の充実とマーケティングへの活用
- 重点17 No. 42 ホームページの抜本的改革
- No. 43 SNSを活用した情報発信の強化
- 重点18 No. 44 プロモーション計画の策定
- No. 45 住民による観光情報発信の促進
- No. 46 子育て環境の充実
- No. 47 多様な就労者の受入
- No. 48 居住環境の改善
- No. 49 福祉・医療の充実
- No. 50 観光まちづくりの担い手の育成
- No. 51 まりも倶楽部、VJCSの活動支援
- No. 52 インターシップの受入
- No. 53 阿寒湖温泉地区観光振興基金の計画的な運用
- 重点19 No. 54 (特非)阿寒観光協会まちづくり推進機構の機能の充実
- 重点20 No. 55 DMO機能の強化
- No. 56 「グランドデザイン懇談会」の開催
- No. 57 「国立公園阿寒湖運営協議会」への参加と協力





(6) 戦略の具体化—57のプロジェクトと20の重点プロジェクト

基金活用：阿寒湖温泉地区観光振興基金の活用希望

重点：20の重点プロジェクト

プロジェクト (赤字は後期追加プロジェクト)	展開方向 (茶字は後期計画【改訂版】追加内容)
<b>基本戦略 1. 国際観光地に向けた「リーディング・プロジェクト」を強力に推進する</b>	
<b>施策1 アドベンチャーツーリズムを推進する</b>	
1 <b>重点①</b> アドベンチャーツーリズムの推進	<p>【後期追加】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>アドベンチャーツーリズムコンテンツの再整理と商品化、及びターゲティングとプロモーションの検討と実施</li> <li>アウトドア着地型旅行商品のワンストップ窓口の構築</li> <li>国際的レベルの魅力あるスキー場整備（コース、施設・設備、アトラクションの充実、夏季利用の促進等）</li> <li>ネイチャーガイドの質の向上（セミナーの開催等）</li> </ul> <p>【前期からの継続】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>アウトドアイベントの実施</li> </ul>
2 着地型旅行商品の開発と販売システムの整備	<p>【前期からの継続】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>多様なニーズに対応した様々なプログラムを用意する。</li> <li>富裕層に対応したプレミアムプログラムの造成</li> <li>アフターMICEは市内と連携する。</li> <li>阿寒湖温泉全てのツアーをネットで予約できるシステムを構築する。</li> </ul>
3 <b>重点②</b> ウォーキング環境の整備	<p>【後期追加】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>新規湖岸遊歩道の整備（ボッケ〜滝口、温泉街西側）</li> <li>フットパスコース整備（バリアフリー化、看板整備、お薦めコース作成等）</li> <li>国立公園周遊の高質なロングトレイル整備（白湯山等）</li> </ul> <p>【前期からの継続】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>自然災害を受けた森林の再生</li> <li>遊歩道、登山道（雌阿寒、雄阿寒、白湯山）の整備</li> </ul>
4 <b>重点③</b> 「水のカムイ観光圏」の取り組み	<ul style="list-style-type: none"> <li>当機構内の位置づけの明確化</li> </ul>
<b>施策2 デジタルアート・エンターテインメントを推進する</b>	
5 <b>重点④</b> アイヌ文化を活かした屋外でのデジタルアートの展開	<ul style="list-style-type: none"> <li>自然・生態系への配慮を前提に、夜の森を舞台にアイヌの神話等をベースとしたデジタルアート・エンターテインメントを導入。</li> <li>自走できる事業計画を策定する。</li> <li>効率的に運営するために、DMC会社の設立を目指す。</li> </ul>
<b>施策3 「森の駅—阿寒・フォレスト・ガーデン」の完成を目指す</b>	
6 <b>基金活用</b> <b>重点⑤</b> 「森の駅—阿寒・フォレスト・ガーデン」の整備	<p>【後期追加】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>推進体制（監理方法、資金調達等含む）</li> <li>機能（※）の検討、整備計画、実施設計 ※阿寒湖温泉の玄関、道東の観光案内拠点、ナショナルパークの情報センター等</li> <li>阿寒湖温泉全体の駐車場計画</li> </ul> <p>【前期からの継続】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>アイヌコタン来訪者向け駐車場整備</li> <li>イベント広場整備（除雪センター跡地）</li> </ul>
<b>施策4 「観光立国ショーケース」の実現を図り、観光庁関連プロジェクトの具体的な展開を推進する</b>	
7 <b>重点⑥</b> 「観光立国ショーケース」の取り組み	<ul style="list-style-type: none"> <li>長崎市、金沢市と並び全国3都市に選定された釧路市</li> <li>5年後の目標に向けたロードマップを早急に策定し、阿寒湖地区での事業を着実に実施していく。</li> <li>そのためにも釧路市街地との連携・協力は欠かせない。</li> </ul>
8 <b>重点⑦</b> 「ひがし北海道広域周遊観光ルート」の整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>「アジアの宝悠久の自然美への道ひがし北海道」(2015年6月認定)の推進協議会が策定する事業計画に基づき、外国人観光客の受入体制を強化する（旅行商品の造成、WiFi整備、二次交通整備等）。</li> <li>三つ星街道や「5空港（釧路、女満別、中標津、紋別、帯広）を活用した道東誘客案づくり」との連携</li> </ul>
<b>施策5 世界水準のナショナルパークを目指す</b>	
9 <b>重点⑧</b> 「阿寒周国立公園満喫プロジェクト」の取り組み	<ul style="list-style-type: none"> <li>インバウンド対応の取組を計画的・集中的に実施する国立公園に選定。</li> <li>「ステップアッププログラム2020」のビューポイント（重点取組地域）として「実施すべき事項」を推進する。</li> </ul>

基金活用：阿寒湖温泉地区観光振興基金の活用希望

重点：20の重点プロジェクト

プロジェクト (赤字は後期追加プロジェクト)	展開方向 (茶字は後期計画【改訂版】追加内容)
<b>基本戦略 2. アイヌ文化を積極的にまちづくりに生かし、個性化・差別化を図る</b>	
<b>施策6 阿寒湖温泉歴史文化交流ゾーンを実現し、道東のアイヌ文化発信基地を目指す</b>	
10 アイヌ文化の再構築	<p>【後期追加】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>アイヌ・デザインの推進（相談窓口の開設等）</li> <li>「まりも家族憲章」の位置づけ再確認</li> <li>アイヌ民族の歴史・文化についての学習機会の拡充</li> <li>オリンピック文化プログラムへの組み込み</li> <li>アイヌ文化を活用した外国人向け滞在プログラム造成</li> <li>「イランカラプテ」キャンペーン等によるアイヌ文化普及啓蒙の推進</li> <li>アイヌアートで阿寒湖温泉の独自性を演出する（挨拶、制服、ラジオ番組等）</li> </ul> <p>【前期からの継続】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「アイヌ文化再構築戦略」= 地域戦略を策定する。</li> <li>アイヌ関連イベントの年間スケジュールづくりとブラッシュアップ。シアターとの関連づけ</li> </ul>
11 「アイヌコタン」の魅力アップ	<p>【後期追加】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>「釧路地域イオル（伝統的生活空間）再生事業」の実現を目指す。</li> <li>オンネチセの有効活用の検討</li> <li>アイヌコタンの活性化（後継者対策、夜間閉店店舗対策、プロジェクションマッピング等）</li> <li>循環バスとの連携</li> </ul> <p>【前期からの継続】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>アイヌシアターを合わせて「アイヌ文化（アート）」の伝承の場としても活用する。</li> <li>アイヌコタン広場の有効活用</li> <li>伝統的イオルの場の再生</li> </ul>
12 <b>重点⑨</b> 「アイヌシアター」運営の活性化	<p>【後期追加】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>イコロの活性化（運営計画の策定等）</li> <li>組織の法人化検討</li> <li>外国語対応スタッフの配置</li> <li>ユークラ劇新規制作</li> <li>古式舞踊等伝承活動の支援</li> <li>舞台芸術性の強化</li> </ul> <p>【前期からの継続】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>阿寒湖温泉アイヌシアター運営協議会が中心となって積極的にアイヌ文化を発信する。</li> <li>施設運営は多様な利用を図る。</li> <li>誘致力向上のためにキュレーターを活用する。</li> </ul>
13 <b>基金活用</b> <b>重点⑩</b> まちなかアートミュージアム構想の展開	<p>【後期追加】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>まちなか回遊を誘導する、アイヌアートを活用した仕掛けづくり（アイヌアートギャラリー等）</li> </ul> <p>【前期からの継続】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>アーティスト、ガイドの養成・育成</li> </ul>
<b>施策7 付加価値の高い「モノづくり」を推進する</b>	
14 阿寒湖温泉プロダクターズ手づくり・ほんものづくりの推進	<p>【後期追加】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>アートインレジデンス&amp;体験施設整備の検討</li> </ul> <p>【前期からの継続】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>阿寒湖温泉プロダクト認証制度</li> <li>森林サイクルに基づいた間伐材活用の実用品づくり</li> <li>木彫り技術・デザイン力向上のための研修制度</li> <li>アイヌデザイン商標登録</li> </ul>



プロジェクト (赤字は後期追加プロジェクト)	展開方向 (茶字は後期計画【改訂版】追加内容)
<b>施策8 アイヌの理念を生かした環境にやさしい温泉地を目指す</b>	
15 「マリモ再生事業」の推進	【後期追加】 ・マリモ再生事業の観光活用（再生にはまだまだ時間を要する） 【前期からの継続】 ・絶滅したシコマベツ湾のマリモ生育地の復元 ・フィールドミュージアム化
16 「環境負荷低減」の取り組み強化	【後期追加】 ・電気自動車・カート等最先端環境テクノロジーの導入 【前期からの継続】 ・宿泊施設、商店街への普及
17 温泉熱の有効活用	【前期からの継続】 ・融雪への活用 ・熱交換による地域供給サービス
18 身近なエコ運動の推進	【前期からの継続】 ・観光客も含めた、ゴミの分別、エコバック利用、石けんの利用 ・オリジナルエコ商品の開発、販売
<b>基本戦略 3. 国際水準の快適な空間づくりと質の高いおもてなしを提供する</b>	
<b>施策9 「湖畔公園」整備構想の具体化を図る</b>	
19 <b>重点⑪</b> 「湖畔公園」の整備	【後期追加】 ・湖畔の遊歩道整備 ・湖畔の休憩施設（ベンチ等）の整備 【前期からの継続】 ・「湖畔中央公園」の整備に取り組む。 ・河川の改修（親水護岸化、水質改善等）に努める。
<b>施策10 まちなか・温泉街の魅力を高める</b>	
20 まりも湯周辺の整備	【後期追加】 ・広場周囲の店舗整備 【前期からの継続】 ・「まりもの里商店街整備構想」に基づく整備
基金活用 21 まちなか景観整備	【後期追加】 ・街並み景観整備（景観改善支援（店舗改修等）） 【前期からの継続】 ・「釧路市景観計画」(2009策定)と「阿寒湖温泉らしい景観づくりガイドライン」(2012策定、環境省)に基づく景観整備を進める。 ・住民の意識啓発、できることから活動（不要なものの撤去等）を行う。 ・前田公園を花いっぱい運動のシンボルとして整備する。 ・花いっぱい運動の推進 ・商店街毎の景観ルールづくり ・商店街の店頭を設置する看板のルールを定めて統一的に設置する。
基金活用 22 阿寒湖温泉案内板整備	【後期追加】 ・まちなかサイン整備 【前期からの継続】 ・阿寒湖温泉全体の案内板設置計画の策定とそれに基づいた整備 ・「阿寒自然散策路サイン整備マニュアル」に準拠して進める。
基金活用 <b>重点⑫</b> 23 空き店舗の有効活用	【後期追加】 ・リニューアル制度の実施 ・空き店舗活用のためのシステム（障害者によるものを含めたチャレンジショップ等）の構築 ・後継者対策 ・業態改革の支援 ・まちなかアートギャラリー（木彫りのレンタル展示の場）や工房の整備

プロジェクト (赤字は後期追加プロジェクト)	展開方向 (茶字は後期計画【改訂版】追加内容)
24 <b>重点⑬</b> 中央通りの再整備と交通システムの改善	【後期追加】 ・国道と中央通りとの連結道路整備 ・まちなか散策コース整備 ・中央通りの交通システム改善のための実証実験 【前期からの継続】 ・中央通りの改善（ハード整備：バリアフリー化、廃湯による融雪、電線類の地中化等、ソフト整備：一方通行化や搬入車両のルールづくり等） ・沿道緑化や花による修景
基金活用 25 循環バスの運行	・利用者の利便性を鑑み、定期的に改善を行う。
26 湯煙情緒の演出	【後期追加】 ・手湯、足湯のメンテナンス 【前期からの継続】 ・手湯、足湯の整備 ・源泉の視覚化と、温泉の湯気や蒸気の活用（温泉玉子づくり等）
<b>施策11 外国人に対応するホスピタリティの質的向上を図る</b>	
基金活用 27 おもてなしの「こころ」の醸成	【後期追加】 ・アイヌスピリットに基づくおもてなしを行う。 ・イランカラブテキャンペーンの継続 【前期からの継続】 ・定期的な住民向け勉強会（おもてなしの心、阿寒湖温泉について等） ・おもてなしのマニュアル作成
28 <b>重点⑭</b> インバウンド対応強化	・当機構におけるインフォメーション、職員の確保、免税手続き窓口等 ・手ぶら観光（パッケージ配送サービス）の導入に向けた実証実験 ・外国人のイベント参加促進のための受入環境整備 ・二次交通の充実（バス便運行支援強化、空港連絡バス増発） ・宿泊施設のバス事業（送迎バス）の統合
基金活用 29 ショッピング環境整備	【後期追加】 ・WiFi環境の整備 ・クレジットカード決済店舗の拡大 ・免税店の拡大（NPOでの免税手続き窓口設置） 【前期からの継続】 ・店舗用多言語標記の説明書の作成と配布 ・VJCSによる外国語教室、外国人おもてなし講座の開催
基金活用 30 快適なトイレ整備	・既存の公共トイレの洋式化と暖房化（温泉の活用）、及びハードの質を高める。 ・多言語表記化 ・利用者が気持ちよく使えるよう、十分な清掃、メンテナンスを行う。 ・快適なトイレを維持するシステムを構築する。 ・おもてなしトイレの普及（商店のトイレを観光客に開放する。基準を満たすリフォームに助成するシステムを作る。観光マップに明記する。）
<b>施策12 二次交通の改善と、充実を図る</b>	
31 二次交通の改善	・レンタカー、乗り合いタクシーの充実 ・エアポートライナー（シャトルバス）の利用の安定化 ・道東のバスターミナル化



プロジェクト (赤字は後期追加プロジェクト)	展開方向 (茶字は後期計画【改訂版】追加内容)
<b>基本戦略 4. 阿寒湖温泉の特性をアピールするコンテンツ開発と滞在化を図る</b>	
<b>施策13 「のんびり阿寒」をテーマに、阿寒の自然や文化を活用した豊富なプログラムやキャンペーンで滞在時間の延長を図る</b>	
32 食の魅力アップ	【後期追加】 ・質の高い、多様な飲食店の誘致 ・ご当地グルメ（カクテル、ピタパン等）の普及 ・別腹プロジェクトの実施 ・地場食材（ザリガニ、ヒメマス、ワカサギ、鹿肉）の魅力向上 ・飲食店マップの作成
33 阿寒湖の世界自然遺産認定の促進	・阿寒湖と周辺湖沼群の世界遺産認定の促進
34 「一歩園森・ふれあい」活動への協力	【後期追加】 ・一歩園森の学校との連携強化 【前期からの継続】 ・（一財）前田一歩園財団の森林保全と管理に協力し、「一歩園森・ふれあい」活動のルールを遵守しながら、観光まちづくりに生かす。
35 「エコミュージアムセンター」の魅力アップ	【後期追加】 ・外国語対応スタッフの配置 【前期からの継続】 ・夏季営業時間の延長 ・定期的な住民向け観察会の実施 ・センター前の広場の活用
36 既存宿泊施設の業態改革	【後期追加】 ・サービス付高齢者住宅や滞在型施設への変換の検討 【前期からの継続】 ・「1泊2食」以外の業態改革 ・宿泊客受け入れ態勢の改善（レイトチェックアウト、連泊プラン等）
基金活用 37 まりも家族コインの充実	【後期追加】 ・「阿寒湖温泉まるごとenjoy」の考え方の継承 【前期からの継続】 ・利用内容を見直ししながら、常にバージョンアップしていく。
38 阿寒湖温泉アーカイブ事業	・サーバー移管、環境省からの引き継ぎ ・データ管理とデータ活用の体制づくりと定期的な情報発信
<b>施策14 阿寒湖と遊覧船の魅力アップを図る</b>	
39 阿寒湖岸のエゾムラサキツツジ群生地への復元	【前期からの継続】 ・苗木の増殖を継続し、湖岸の群生地を復元する。
40 阿寒湖と遊覧船の魅力アップ	【後期追加】 ・湖のアウトドア活用（マリモの生息地を訪ねる体験型ガイドツアー等） ・チュールイ島の魅力アップ（マリモ展示センターリニューアル、1～2時間滞在できる環境づくり、規制緩和等） ・夏希灯のバージョンアップ ・砕氷船のブランド化 ・遊覧船の小型化検討 ・湖上の活用（グラス床付の浮き桟橋等） 【前期からの継続】 ・ランチクルーズ、湖上レストランの実施 ・湖上タクシー

プロジェクト (赤字は後期追加プロジェクト)	展開方向 (茶字は後期計画【改訂版】追加内容)
<b>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</b>	
<b>施策15 観光客の実態を正確に把握し、的確なKPIを設定する</b>	
41 観光統計の充実とマーケティングへの活用	【後期追加】 ・観光統計の見直しと活用 ・宿泊客実態調査（訪日）の実施 【前期からの継続】 ・宿泊客データを集約・分析し、プロモーション戦略に反映させる。 ・来訪客満足度調査を定期的実施し、ハードやホスピタリティの改善に反映させる。
<b>施策16 地域別戦略に基づく適切な情報発信とプロモーションを展開する</b>	
42 重点⑬ ホームページの抜本的改革	・多言語化とインバウンドのニーズに対応したWEBの構築 ・Web予約・販売・分析システムの導入
43 SNSを活用した情報発信の強化	【後期追加】 ・ワンストップ窓口、スマホ対応、SNSによる情報発信 ・携帯電話共同アンテナ整備 ・ライブカメラの設置 ・海外向け情報発信強化 ・海外への発信力が高いWEBサイトとの連携 【前期からの継続】 ・個人客向けのプロモーションを推進 ・宿泊予約システム、着地型旅行商品、物販販売等のICT化を図る。 ・スピーディーで最新の情報発信 ・WiFi環境整備
44 重点⑭ プロモーション計画の策定	【後期追加】 ・マーケット別戦略（台湾リピーター、シンガポールドライブ、欧米豪の富裕層等） ・誘致対象圏の旅行会社や航空会社との提携 ・既存媒体を誘致対象圏に対応させるための見直しと改良 ・対象国直轄V S事業を重点的に展開 【前期からの継続】 ・プロモーション計画の策定
45 住民による観光情報発信の促進	【後期追加】 ・まちのマップ（NPO会員外も含めた）づくりの検討
<b>施策17 安定した雇用環境をつくる</b>	
46 子育て環境の充実	【後期追加】 ・託児所の整備、または幼保一体の整備 ・義務教育環境の向上（小学校中学校の統合等） 【前期からの継続】 ・医療施設（小児科）、医療相談の充実 ・観光客も楽しめる、安心して遊べる遊び場の整備
47 多様な就労者の受入	・多様な就労形態や外国人、障がい者にも優しい受入環境を整備する。 ・雇用環境調査の実施（温泉まちづくり研究会との共同研究）
<b>基本戦略 6. 雇用を確保し、安心して住み続けられるまちにする</b>	
<b>施策18 生活・居住環境を抜本的に改善する</b>	
48 居住環境の改善	【後期追加】 ・定年退職者が阿寒湖に住み続けられる住宅の確保 ・若者向け質の高い住宅の提供 ・スーパー、ドラッグストア等商業施設の開設 【前期からの継続】 ・住宅水準の向上 ・公営住宅のリニューアル ・まちなかへの移転集約
49 福祉・医療の充実	【前期からの継続】 ・観光客、外国人にも対応した医療施設の充実 ・高齢者が安心して住み続けられる環境作り



### 3 「創生計画2020<後期計画>」の実現のために

基金活用：阿寒湖温泉地区観光振興基金の活用希望

重点：20の重点プロジェクト

プロジェクト (赤字は後期追加プロジェクト)	展開方向 (茶字は後期計画【改訂版】追加内容)
<b>施策19 阿寒湖温泉の未来を築く人材を育成する</b>	
50 観光まちづくりの担い手の育成	<b>【後期追加】</b> ・支援を希望する「若手のサークル活動」の募集（コンペ方式） ・定期的な視察研修の実施 ・（特非）阿寒湖環境整備推進協会（仮）の設立を通じて、トイレ清掃や花壇の手入れ等のボランティアの有料化を目指す。 <b>【前期からの継続】</b> ・新たな職業（コミュニティビジネス）に結びつく人材育成（自然ガイドが自立できる仕組みづくり、遊びの達人（コンシェルジュ）づくり） ・次世代の活動を支援する。 ・研修、視察の機会を増やす。 ・人材育成基金の充実を図る。
51 まりも倶楽部、VJCSの活動支援	<b>【前期からの継続】</b> ・自発的な住民の観光まちづくり活動を積極的に応援する。
52 インターンシップの受入	・国内大学生のインターンシップ受入（社会貢献事業） ・宿泊施設以外（商店街や遊覧船等）での留学生（インターンシップ）受入推進
<b>基本戦略 7. 阿寒湖温泉の未来を担う観光人材の育成と組織を強化する</b>	
<b>施策20 入湯税による独自財源を計画的に活用する</b>	
53 阿寒湖温泉地区観光振興基金の計画的な運用	・阿寒湖温泉地区観光振興基金に基づく事業の情報公開（長期計画に基づく、阿寒湖温泉地区観光振興基金の的確な運用、用途の明確化、積極的な情報公開） ・「阿寒湖温泉地区観光振興検討会」への参加と協力（釧路市が主催する当検討会において、定期的に振興基金に基づく事業の経過報告を行い、また振興基金に基づく事業計画について積極的に意見交換を行う）
<b>施策21 (特非) 阿寒観光協会まちづくり推進機構を「阿寒湖温泉版DMO」として機能強化を図る</b>	
54 (特非)阿寒観光協会まちづくり推進機構の機能の充実	<b>【後期追加】</b> ・NPOの定款変更 ・都市再生推進法人制度の認定 ・マーケティング・マネジメント機能強化のための人材確保 ・JNTO認定観光案内所のカテゴリーを1→2へグレードアップ <b>【前期からの継続】</b> ・プロモーション部の創設 ・まちづくりに参加しやすい雰囲気づくり、きっかけ作りを行う。 ・事務局体制の強化 ・ニューズレターの継続発行
55 DMO機能の強化	・地域内の多様な組織と連携し、地域DMOとして観光庁「日本版DMO候補法人」に登録。 ・正式登録されたDMO体制の強化 ・「地域連携DMO」の釧路観光コンベンション協会との役割分担明確化と連携
<b>施策22 長期的な視野に立ち、PDCAに基づき計画的に観光まちづくりを進める</b>	
56 「グランドデザイン懇談会」の開催	<b>【前期からの継続】</b> ・阿寒湖温泉の観光まちづくりを推進するために、外部有識者によるGD懇親会を継続して開催する。との役割分担明確化と連携
57 「国立公園阿寒湖運営協議会」への参加と協力	<b>【前期からの継続】</b> ・阿寒湖温泉の観光まちづくり推進に向け、関係行政機関の意見調整の場としての協議会を、継続的に開催要請をしていく。

前期計画の整理と実績を踏まえた上で、入湯税を活用した独自財源「阿寒湖温泉観光振興臨時基金」が毎年、定期的かつ安定的に入ってくることを念頭に置き、「ビジョン2020<後期計画>」を実現するために行うべきことを整理します。

#### (1) 観光統計の整備によるマーケティング機能の強化

「勘と経験」で観光戦略を進める時代ではありません。また、入湯税による基金財源や補助金として国民の税金が投入される事業を行うとなると、当然ながら説明責任と具体的な成果が問われることとなります。消費者の属性やそのニーズ、満足度を把握し、それらをもとにしてマーケティング活動が展開されなければなりません。

現在、集約されている観光統計は、釧路市による月別観光客数、月別宿泊客数、月別外国人宿泊客数、当機構による顧客満足度（不定期）等です。これらに加え、今後は発地調査、平均滞在日数、顧客満足度（CS）、従業員満足度（ES）等の観光統計も把握しなければいけません。

問題はホテル・旅館が収集しているデータです。未だに旅行会社からの団体送客対応のデータしかなく、個人客の顧客管理が出来ていないことにあります。旅行会社（エージェンツ）からのデータでは個々の宿泊施設の顧客データとはなりません。発地についても、「東北」、「九州」といったブロック別であり、都道府県別のデータ把握もなされていないのが現実です。また客単価についても宿泊費と飲食費が別になっており、厳密な消費単価となっていないという課題もあります。

宿泊客に「宿泊カード」の記入を義務づければ、個人客に関する各種マーケティングデータの収集だけでなく、DMの発送やメールによる情報発信等プロモーションにも活用できます。

また、当機構の今後の方向としてマーケティング機能を強化し、観光庁の「日本版DMO」（Destination Management Organization）として登録し、展開していきますが、そのためにはマーケティング専任者の設置も必要となります。

#### (2) 推進体制の充実によるマネジメント機能の強化

一言で言えば、“多様な主体による地域一丸となった推進体制を目指す”（プラットフォームの形成）ということです。むろん、その主体は当機構となります。その役割、機能は現状のままではなく、

- ・マーケティング機能の抜本的な強化
- ・観光地経営戦略の検討・実施
- ・ワンストップ窓口機能の強化



「2010プラン」の策定から早くも15年が経過しました。どん底だった2011年からすると昨今はインバウンドのお陰もあって少しずつ活気を取り戻しつつあるように感じます。

2015年4月、念願であった入湯税の条例改訂が実現し、釧路市に「阿寒湖温泉観光振興臨時基金」が設置され、(特非)阿寒観光協会まちづくり推進機構は安定的な独自財源を確保することが出来ました。また、観光庁からは「水のカムイ観光圏」、「ひがし北海道・広域観光周遊ルート」、そして「観光立国ショーケース」の3大プロジェクトの認定を受けるに至りました。

<後期計画>の目標年次でもある2020年の東京オリンピック・パラリンピックに向けて、わが国全体が観光立国化を進めるための本格的な体制が整いつつありますが、まさに阿寒湖温泉はその潮流に乗り、着実な成果を上げていくスタートラインに立っていると言えるのではないのでしょうか。

かつて北海道スームに乗って阿寒湖温泉にも団体旅行が押し寄せた時代からすれば、まだまだお客さんが少ないと思っている方々も多いのかもしれませんが、しかし、そんな団体旅行が復活するはずもなく、過去の成功体験があるうちは大きく変貌することはできないのではないのでしょうか。

この<後期計画>の5年間は重要な変換点となるものと思われまます。「森の駅-阿寒・フォレスト・ガーデン」が完成し、温泉街の中心部に阿寒湖温泉の玄関が出来ます。念願の「湖畔公園」の整備も進めていかなければなりませんし、そうした事業の主体となる(特非)阿寒観光協会まちづくり推進機構は「日本版DMO」の登録、認定を目指します。そうした国際観光地としての受入環境整備を着実に、しかもスピード感を持って進めていかなければなりません。

そのためには「人財」が必要です。

名実ともに阿寒湖温泉を「住んでよし、訪れてよし」の地域にして行かなければなりません。改めて阿寒湖の魅力を見直し、住民自らが楽しまなければなりません。阿寒湖は百年以上前に前田正名が指摘したとおり、圧倒的な自然の素晴らしさがあり、しかも温泉があります。世界から人を集める魅力を持っています。阿寒湖温泉に住み、身を持って体験している住民の皆様はその魅力を「阿寒湖スタイル」として世界に伝えていく必要があります。

これからは、70万人泊の宿泊客を定住人口1,400人で支えていかなければなりません。そのためには「住んでよし」のまちづくりを本気で進めていかなければ働き手となる20代から40代は確保できません。彼らが自己実現できる場として子育て、福祉、教育、医療、文化、そして肝心の住宅環境の整備を進め「住んでよし」のまちにしていく必要があります。

わがまち・阿寒湖温泉を若い人達にも愛着を持って住み続けられる町として「マイタウン・阿寒湖温泉」宣言をし、「マイタウン・阿寒湖温泉」運動として定着させて行くことを祈念してまいります。

2016年3月

公益財団法人日本交通公社 観光政策研究部

## 参考資料



【参考資料1】「阿寒湖温泉・創生計画2020」<前期計画>の進捗状況

★：入湯税のかさ上げによる基金の活用事業

プロジェクト (*は重点プロジェクト)	前期 (カッコ内は観光協会以外の活動主体)				
	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度
<b>基本戦略 1. 阿寒湖温泉の滞在居住環境を飛躍的に高める</b>					
<b>施策1 多様な宿泊・滞在施設への転換を図る</b>					
1	*既存宿泊施設の集約改革	B&Bスタイルのベトナムのホテル開業(民間)	ホテルエメラルドと鶴雅の経営一本化		ロイヤルホテル休業4/20
2	若草町団地(住宅地)の長期滞在機能の施設導入検討				
<b>施策2 まちなか・商店街の魅力を高める</b>					
3	まちなか景観整備	「阿寒湖植栽マニュアル」作成(環境省)※印刷・配布はしていない		釧路市都市計画課のサポートで景観委員会設立。老朽化した看板の撤去と補修に着手	景観委員会の活動 景観委員会の活動
4	*空き店舗の有効活用			旧はちや商店利用計画検討 かなやまビルの再利用検討(民間)	旧はちや商店の利用計画検討 店舗のリニューアル制度実施(今年度はアイヌコタン1軒)
5	*阿寒湖温泉案内板整備			案内看板の設置(景観委員会)	
6	*商店街の看板統一化			統一看板の提案作成中(景観委員会)	
7	商店街での多言語対応	住民向け英会話講座(VJCS) 商店街 多言語対応(VJCS)	住民向け英会話講座(VJCS) 商店街 多言語対応(VJCS)	住民向け英会話講座(VJCS) 商店街 多言語対応(VJCS)	VJCSの活動 VJCSの活動
8	ポストやきとり井の開発		マリモヒート(カクテル)の開発と販売(商工会青年部)	ピタパンを使った新料理の試作中(阿寒やきとり井地域活性化協議会)	エゾシカローストの開発と販売(個人)
9	湯煙情緒の演出				まりも湯源泉(タンク)の視覚化(演出)
10	まりも湯周辺の環境整備				2015年度広場整備(民間)
<b>施策3 歩きたいまち、美しいまちを目指す</b>					
11	*「湖畔公園」の整備	「阿寒湖畔集団施設地区再整備基本構想」策定(湖畔遊歩道基本設計、ポッケの森基本設計)		湖畔遊歩道実施設計(環境省)	湖畔中央からまりもの里橋樑に向けての遊歩道が完成(環境省)
12	*土地利用計画づくり				
13	*除雪センターの活用		「森の駅-阿寒・フォレスト・ガーデン(仮)」構想(将来土地利用構想案、以下「FG構想」)策定		
14	*土地(旧阿寒ビューホテル)の有効活用				★旧阿寒ビューホテル跡地の整備開始
15	中央通りの再整備と交通システムの改善			交通実態調査(北海道開発局)	★無料循環バスの運行
<b>基本戦略 2. アイヌスピリットを再構築し、まちづくりに生かす</b>					
<b>施策4 アイヌスピリットを再構築する</b>					
16	*アイヌスピリットの再構築			イランカラブテキャンペーン(北海道)	イランカラブテキャンペーン 釧路地域イオル(伝統的生活空間)再生事業計画案策定
17	「阿寒湖温泉倶楽部(仮)」の創設				
<b>施策5 歴史文化交流ゾーン(アイヌ民族村)構想を推進する</b>					
18	*「アイヌシアター」運営計画づくり	10月 アイヌシアター完成	4月 アイヌシアターオープン運営協議会による管理体制 アイヌ民話に基づく人形劇の製作	アイヌ民話に基づく人形劇の製作	第1回イコロ民俗芸能フェスティバルを開催。 アイヌの伝承・語り人形劇文化フェスタの開催
19	*「アイヌコタン」の魅力アップ		木彫、刺繍等の伝統工芸の普及啓発	試行錯誤中(夜間営業をしない店の灯り→LED化の提案) 木彫、刺繍等の伝統工芸の普及啓発	イコロのロビーにてアイヌアート作品展を開催 アイヌ文化コンシェルジュ講座を開催。 アイヌ文化についてのガイド養成講座を開催
20	アイヌ関連イベントの年間スケジュールづくり	6-8月 千本たいまつ行進 9-10月 イオマンテの火まつり 10月 まりも祭り	7-8月 千本たいまつ行進 9-10月 イオマンテの火まつり 10月 まりも祭り	7-8月 千本たいまつ行進 9-10月 イオマンテの火まつり 10月 まりも祭り	7-8月 千本たいまつ行進 9-10月 イオマンテの火まつり 10月 まりも祭り



★：入湯税のかさ上げによる基金の活用事業

プロジェクト (*は重点プロジェクト)	前期 (カッコ内は観光協会以外の活動主体)					
	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	
<b>施策6 付加価値の高い“モノづくり”を推進する</b>						
21	*阿寒湖温泉プロダクト 手づくり・ほんもの づくりの推進		「阿寒観光ブランド協議 会(B)」設立(アイヌ料 理研究・セミナー開催・絵 本出版・銀細工試作等)	阿寒湖Tシャツアート展、 書室制作、蜂蜜の商品化 (B)	商品化予定：銀製品、雪 室の野菜、蜂蜜等	Tシャツアート展のTシャ ツの商品化とクリアファイル の作成配布
<b>施策7 アイヌスピリットを生かした環境にやさしい温泉地を目指す</b>						
22	*「マリモ再生事業」の 推進			11・20「(特非)阿寒湖の マリモ保護会」認証		釧路市が中心となり、世界 自然遺産登録をめざす
23	*「環境負荷低減」の取り 組み強化	2009年国交省北海道局 事業としてスタート、現 在も宿泊施設や商店街で 継続してCO2排出量低減 に取り組んでいる				
24	温泉熱の有効活用	温泉水の廃熱利用(鶏糞)				
25	身近なエコ運動の推進					
<b>基本戦略 3. 阿寒湖温泉での滞在と再来訪を促進するための着地型プログラムを充実する</b>						
<b>施策8 「のんびり阿寒」をテーマにプログラムやキャンペーンで滞在時間の延長を図る</b>						
26	*着地型旅行商品の開発 と販売システムの整備	着地型のガイドツアー-商 品を販売	当機構に旅行事業部を立 ち上げ 着地型のガイドツアー-商 品を販売	着地型のガイドツアー-商 品を販売	着地型のガイドツアー-商 品を販売	着地型のガイドツアー-商 品を販売
27	*「あなたが作る時間 割」のリニューアル					
28	*「阿寒湖温泉まるごと enjoy」パスポートの充 実と販売促進	行こカーパスポート 販売 まる遊チケット 販売	行こカーパスポート 販売 まる遊チケット 販売	行こカーパスポート 販売 まる遊チケット 販売	行こカーパスポート 販売 まる遊チケット 販売	★まりも家族コインの実施
29	周辺観光地との連携	観光圏事業による連携 東観協による連携	観光圏事業による連携 東観協による連携	観光圏事業による連携 東観協による連携	観光圏事業による連携 東観協による連携	観光圏事業による連携 東観協による連携(3つ星 街道共通パスポート等)
<b>施策9 阿寒の自然(湖、マリモ、山、森等)を活用した豊富な活動メニューを提供する</b>						
30	*「一歩園森・ふれあい」 活動への協力		各種事業への参加、協力	各種事業への参加、協力	各種事業への参加、協力	
31	*「エコミュージアムセン ター」の魅力アップ	展示改修設計(環境省)	展示改修整備(環境省)			
32	アウトドア基地(拠点)化の 推進					
33	*「阿寒湖遊覧船」の魅力 アップ			船内アナウンスの変更 周遊ルートの変更	遊覧船から湖水にLEDラ イトを浮かべるイベント を開催(夏希灯)	夏希灯の実施、ワンコイン 遊覧船(5月)
34	阿寒湖岸のエゾムラサキ ツツジ群生地の復元	苗を育成中(一歩園)	苗を育成中(一歩園)	苗を育成中(一歩園)	苗を育成中(一歩園)	苗を育成中(一歩園)
35	異国の森インフラ整備		遊歩道の案内板等の整備 (釧路市)			エコミュージアムセンターか らボッケまでの遊歩道整備
<b>基本戦略 4. 適切な情報発信と戦略的なプロモーションを展開する</b>						
<b>施策10 地域戦略に基づくプロモーションを強化する</b>						
36	*プロモーション計画の策定	東観協、観光圏、誘致宣 伝部会等の連携したプロ モーション活動を推進中	東観協、観光圏、誘致宣 伝部会等の連携したプロ モーション活動を推進中	東観協、観光圏、誘致宣 伝部会等の連携したプロ モーション活動を推進中	東観協、観光圏、誘致宣 伝部会等の連携したプロ モーション活動を推進中	東観協、観光圏、誘致宣 伝部会等の連携したプロ モーション活動を推進中
37	*広域観光に対応した既 存媒体の見直しと改良		観光圏によるポータルサイト の運営準備	観光圏によるポータルサイト の運営開始	観光圏によるポータルサイト の運営	観光圏によるポータルサイト の運営
38	*徹底したICTの強化			観光圏ポータルサイトによる 予約システム開始	観光圏ポータルサイトによる 予約システム	観光圏ポータルサイトによる 予約システム
39	「釧路阿寒湖観光大使 (仮)」の任命			釧路観光大使の任命：「僕 達がいた」の主人公、ヒート ボイス(歌手)、桜木義乃 (直木賞作家)		
<b>施策11 「阿寒湖温泉」全体でのPRを強化する</b>						
40	*観光統計の充実とマー ケティングへの活用					
41	*「苦情データベー ス(仮)」づくり					
42	*住民による「旬」の観光 情報発信	宿泊施設や観光協会等 で、毎日ブログを更新している				

★：入湯税のかさ上げによる基金の活用事業

プロジェクト (*は重点プロジェクト)	前期 (カッコ内は観光協会以外の活動主体)					
	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	
<b>基本戦略 5. 住民のきずなを高め、安心して住み続けられるまちを創る</b>						
<b>施策12 住民のホスピタリティ意識を高め、阿寒湖温泉が一丸となって観光まちづくりに取組めるようにする</b>						
43	おもてなしの「こころ」の 醸成	手書きマップの作成	手書きマップの作成	イランクラブキャンペーン 手書きマップの作成		
44	*住民向けメーリングリ ストの整備と活用					
45	*「ニュースレター」の継 続発行	11回発行	11回発行	発行せず	5月より毎月発行 毎月発行	
<b>施策13 生活居住環境を改善する</b>						
46	居住環境の改善					
47	子育て環境、福祉・医療 の充実			女性、若者、コタンの声 を聴く意見交換会の実施	保育施設(託児所)整備の 検討(民間)	
<b>基本戦略 6. 阿寒湖温泉の未来を築く観光人材と組織を強化する</b>						
<b>施策14 阿寒湖温泉の未来を築く人材を育成する</b>						
48	新たな職業(コミュニ ティビジネス)に結びつ く人材育成	地域おこし事業による人材 育成	地域おこし事業による人材 育成	地域おこし事業による人材 育成	地域おこし協力隊制度を 活用したガイド養成(地方 創生)	
49	観光まちづくりのリーダー の育成			観光圏 リーダー選出	11名がIRを学ぶためにス イス、ドイツを視察	
50	まりも倶楽部、VJCSの 活動支援	活動支援(活動費)	活動支援(活動費)	活動支援(活動費)	活動支援(活動費)	
51	*若手の会(仮)の創設			女性、若者、コタンの声 を聴くミーティング開催		
<b>施策15 安定的な観光まちづくりの組織づくりを行う</b>						
52	*まちづくり推進組織の 強化		阿寒ビューホテル跡地の 意見交換会を通じてネッ トワークの強化を図る		個別テーマ推進プロジェ クトの選定 同 推進メンバーの選定 会議開催スケジュールの 管理方法の検討 事務局、組織の見直し DMO候補法人化準備	
53	*安定的な観光まちづくり 財源の確保	スキー場の指定管理 (2007~現在)		独自財源研究会設立 (3回開催) 11/26市長へ要望書提出	「新財源(入湯税)の活 用に関する長期計画」を 市へ提出(12月入湯税改 正条例が可決)	4月1日より入湯税かさ上 げ(100円)。かさ上げ分 が独自財源となる 入湯税のかさ上げ(基金) の活用計画策定
<b>施策16 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</b>						
54	「グランドデザイン懇談 会」の開催	5/14 第13回(2010年 度(2011.3.12)が大震災 により延期)開催	8/2 第14回開催	3/28第15回開催	3/31第16回開催 11/4第17回開催	
55	「国立公園阿寒湖運営協 議会」への参加と協力					



釧路市長 蝦名大也 様

## 入湯税の超過課税に関する要望書

平成25年11月26日

特定非営利活動法人 阿寒観光協会まちづくり推進機構

阿寒湖温泉旅館組合

独自財源研究会

### 1. 要望の趣旨

これまで、阿寒湖温泉では地域住民らが主体となって策定した『阿寒湖温泉・再生プラン2010』に基づき、観光まちづくりに取り組んできました。2011年度からは、新たに策定した『阿寒湖温泉・創生計画（ビジョン）2020』により、「個性化」、「国際化」、「環境志向」を基本理念（コンセプト）に、国際的に通用する質の高い温泉地「自然環境と共存した世界に誇るレイクサイドリゾート」の実現を目指して、様々な取り組みを進めています。

阿寒湖温泉を取り巻く環境は依然として厳しい状況ではありますが、近年では、「アイヌ古式舞踊」のユネスコ世界無形文化遺産への登録、さらには、貴重なマリモを育む「阿寒湖及びその周辺地域」の世界自然遺産登録に向けた活動の進展など、国際的にも注目を集め、知名度も向上しつつあります。外国人観光客も確実に増加傾向にあり、阿寒湖温泉は北海道、そしてわが国を代表する国際観光地として発展すべく、これまでとは次元の異なる抜本的な対応の必要に迫られています。

しかしながら、私たちが、阿寒湖温泉の将来をしっかりと見据え、まちづくりに着実に取り組んでいくためには、長期にわたり安定的な財源を確保していくことが大きな課題となっています。

今年度、私たちは、温泉地における新たなまちづくり財源として、入湯税の超過課税による財源確保の方策について、旧阿寒町時代に取り組まれた検討経緯（「阿寒町・新しい地方税のあり方に関する調査研究報告」平成14年11月12日）なども参考にしながら、「独自財源研究会」を設置し、国内外の事例研究や阿寒湖温泉来訪者の意識調査（以下、「意識調査」）など幅広い検討を公益財団法人日本交通公社の協力を得て実施してきました。

これらの検討の結果を踏まえ、私たちは、阿寒湖温泉地域における新たなまちづくり財源として、入湯税における「超過課税」の導入について、以下の通り要望いたします。

### 2. 超過課税による財源の活用について

新たなまちづくり財源による事業の柱としては、『阿寒湖温泉・創生計画（ビジョン）2020』に掲げる「自然環境と共存した世界に誇るレイクサイドリゾート」を実現するための事業を想定しています。

- ①阿寒湖温泉を国際競争力の高い魅力ある観光地とする事業  
（阿寒フォレスト・ガーデン整備事業、まちなか景観整備事業など）
- ②貴重なマリモを育む「阿寒湖及びその周辺地域」、さらには阿寒湖と一体となって生態系を構成する環境の保全と適正な利用を図る事業  
（マリモ再生事業など）



さらに、これらの事業と合わせて、阿寒湖温泉の自然とともに生きてきたアイヌの人々の思想や文化を継承していく事業や、「まりも家族手形」(阿寒湖温泉の宿泊者に、商店等の利用に際して追加サービスを受けられるシールを配布して、地域通貨と同様に使っていただく)の復活など、観光者に対するおもてなしの取り組みを進めています。

### 3. 入湯税の「超過課税」額の考え方

入湯税の超過課税額については、想定される事業費、意識調査の結果、宿泊者の負担感などを総合的に勘案し、標準税率150円に加え、更に宿泊料金の区分により、50円、100円、150円の3段階での超過税額の徴収を要望します。

### 4. 入湯税「超過課税」による財源の管理

入湯税の超過課税によって徴収された新たなまちづくり財源については、既存の入湯税による財源と明確に区分されて執行されるよう、基金方式など特定目的に安定的に活用できるような制度の検討をお願いします。

### 5. 入湯税「超過課税」の導入時期

入湯税の超過課税の導入時期については、平成27年4月より円滑に導入できるよう、格別のご配慮をお願いいたします。その際、観光者への周知等の期間も配慮いただくようお願いします。

### 6. 事業の経費

新たなまちづくり財源による事業については、10カ年(平成27年度～平成36年度)の事業計画について、「阿寒湖温泉・創生計画2020」より、「2の事業の柱に合致する」、「既存の財源では充当が難しく、新たな財源で措置する必要がある」、「重要性、緊急性が高い」事業に限定し試算しました。

その結果、「阿寒フォレスト・ガーデン整備事業」、「まちなか景観整備事業」、「マリモ再生事業」、「貴重植生種復元事業」、「異国の森整備事業」などの事業に充てることとし、必要な事業費は、今後10年間でおおむね7億6千万円と推計しています。

なお、宿泊者の現状から一定の条件のもとで試算すると、税収は10年間で4億8千万円程度と推計されます。

不足分については、自主財源を含めて今後検討してまいります。

### 7. 来訪者(観光者)の理解促進に向けて

私たちは、入湯税の超過課税分の使途を明確に示していくとともに、納税者である来訪者(観光者)に対して観光地のおもてなしのサービス提供により、“気持ち良く支払っていただける税”となるような工夫を温泉街全体として行ってまいります。

そのため、かつて実施しており評判の良かった「まりも家族手形」を復活するとともに、さらに来訪者(観光者)満足度の向上につながる各種施策の充実に努力していきたいと考えています。

以上、本要望の実現に向けて特段のご配慮をお願い申し上げます。

平成25年11月26日

特定非営利活動法人  
阿寒観光協会まちづくり推進機構  
理事長 大西 雅之



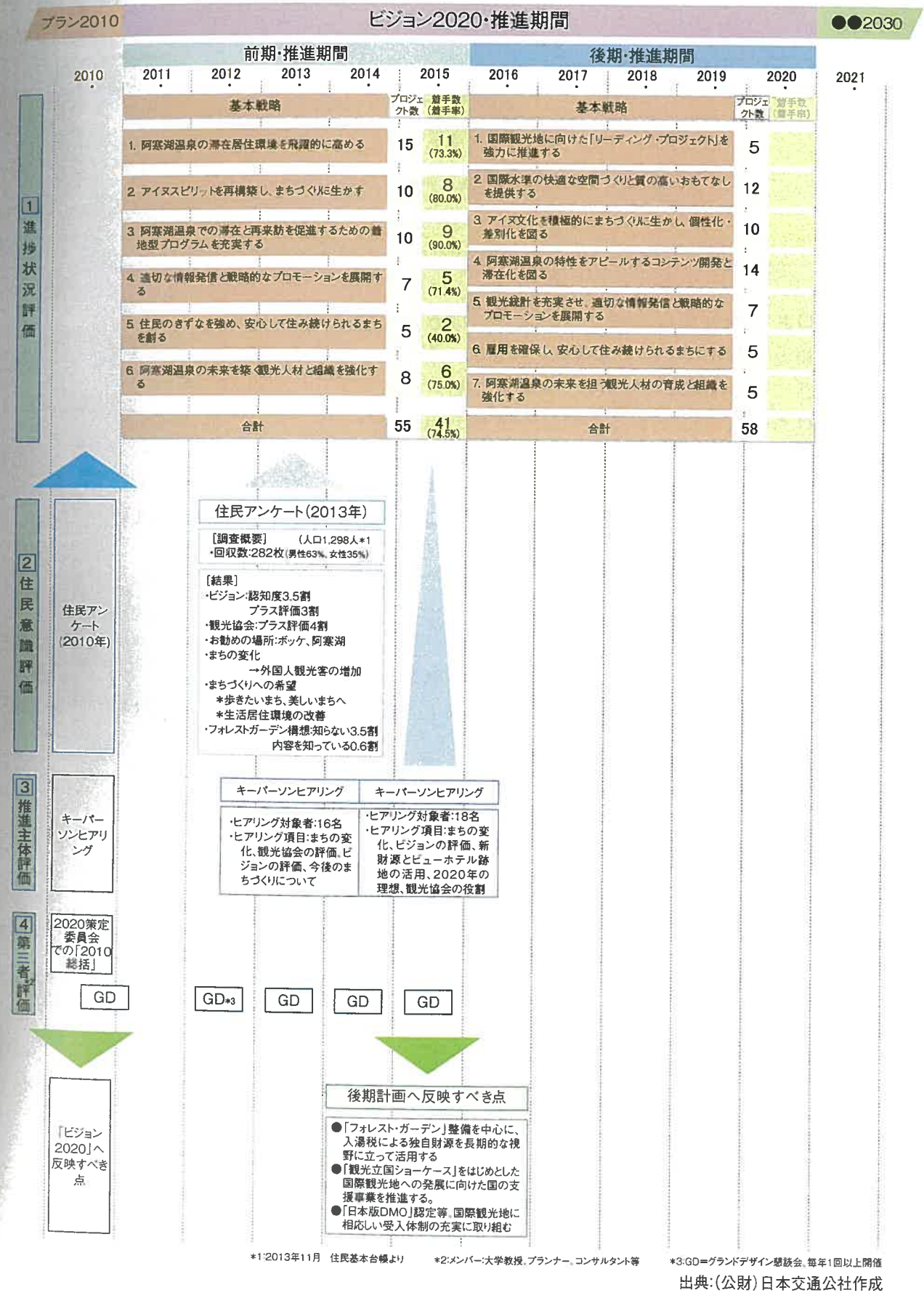
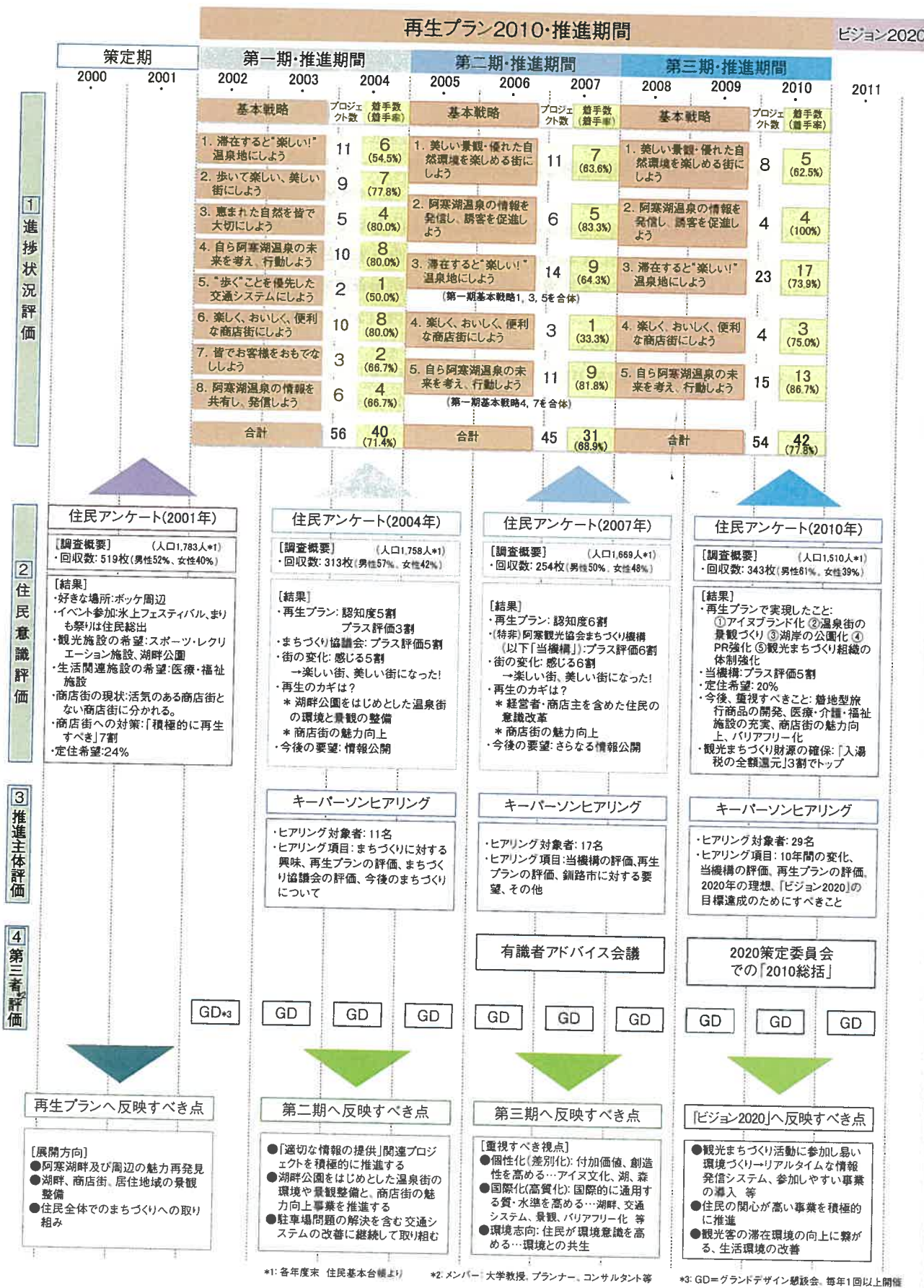
阿寒湖温泉旅館組合  
組合長 山浦 祥治



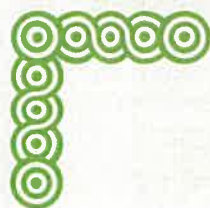
独自財源研究会 一同



【参考資料3】阿寒湖温泉・15年間の観光まちづくりの評価







## ま り も 家 族 憲 章

～神々の時代から生きづくまりものように～

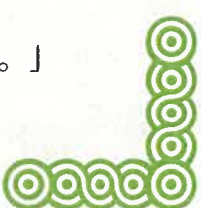
まりものは地球からの贈り物、まりものはみどりのまあるい形、  
平和と調和の表われ。阿寒に住んでいる人も 訪れる人も ふれる人も  
自然に抱かれるみんなひとつのまりも家族。  
まりものようにまあるく仲良く生きる為に。

第一条 まあるい形は全てを包み込む大きな愛と、命を育む母なる地球  
そんな生き方や環境を大切にします 【自然にやさしい】

第二条 深い碧<sup>みどり</sup>はやすらぎとおちつき  
そんな時間と空間を作っていきます 【訪れる人にやさしい】

第三条 ピロードの手触りはやさしさと思いやり  
そんな人と町を目指します 【住民にやさしい】

「私はまりも。湖に暮らしています。  
水があり、空気があり、風が吹く。なんて素晴らしいことでしょう。  
こんなあたりまえの事で私達は生きていけるのです。  
こんなあたりまえの事が私達に耐える力と、たった1本のまりもから  
大きく立派なまりもへと再生する力を与えてくれるのです。  
このあたりまえの事に感謝する心を  
まりも家族から世界へ伝えていきます。」



※阿寒湖温泉が観光まちづくりに取り組み始めた2000年12月に、  
まちづくり部会が制定したものです。