

第二期 釧路市観光振興ビジョン

概要版

平成29～38年度

2026

また来たい、 釧路という異国

近代的な産業港湾都市のすぐ背後に
原始の名残をとどめる自然を擁する釧
路のまちは、まさに日本の中の異国です。
ぜひ一度、釧路という異国を訪れて下さい。
必ず「また来たい」と思わせるような
おもてなしを持って、市民があたたかく
お迎えします。



みんなが担う、 みんなが育てる 観光のまち・釧路

観光は、観光事業に携わる人や行政
だけで推進するものではありません。
釧路市民一人ひとりが、釧路の魅力
出に向けた実践をすることで、釧路の
まち全体が一層輝きを増すのです。誇
りと愛着を持てる魅力あるまちに育
てる観光まちづくりをみんなで目指しま
しょう。



観光によって幅広い産業が 元気になるまち・釧路

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



釧路市における観光振興の意義と役割 ▶ p01

釧路市観光振興ビジョンの位置づけ ▶ p02

釧路市の観光を取り巻く現状と課題 ▶ p02

釧路市の観光が目指す姿と目標 ▶ p04

第二期釧路市観光振興ビジョン戦略の体系 ▶ p05

将来像の実現に向けた観光戦略と具体的施策 ▶ p06

観光産業育成分野 ▶ p06

観光まちづくり分野 ▶ p07

観光インフラ構築分野 ▶ p08

エリア・ゾーン別観光振興の方向性 ▶ p09

計画推進及びその管理 ▶ p10

釧路市における観光振興の意義と役割

◆世界及び我が国における観光の位置づけ

国内観光旅行市場は縮小する中で、訪日外国人旅行市場は人数、観光消費額ともに増加傾向にあります。

我が国の旅行消費額の規模は、平成27年は24.8兆円でした。日本人国内旅行市場の縮小が見込まれる中で、訪日外国人旅行はその人数、観光消費額ともに増加傾向にあり、成長市場として捉えられています。

世界に目を向けると、観光産業の経済効果は拡大しており、世界のリーディング産業としての観光への期待がますます高まっています。将来、国際観光旅行市場は更に大きく成長することが見込まれています。

◆観光振興の効果と産業の特性

観光は、幅広い多様な産業が関連して成り立つ地域総合産業であり、地域に経済的・社会的効果をもたらします。

観光産業の特性

1. 地域外からの来訪者に対してサービスを提供して対価を得ることから、地域経済の自立にとって大きな役割を果たす。
2. 宿泊、飲食、交通をはじめとした裾野の広い多様な業種から構成されており、波及効果によって関連するその他の産業の活性化にもつながる。
3. 様々な地域資源を活用することで成立しており、地場産業としての役割を持つ。

◆釧路市が観光振興に取り組む意義と役割

釧路市の政策における観光振興の位置づけ — 『域内循環』『外から稼ぐ』

リーディング産業としての観光

「第一期釧路市観光振興ビジョン」*1では、新生・釧路市観光が目指す将来像として『みんなが担う、みんなが育てる観光産業を根付かせ、持続可能な自立型の地域経済を目指す』ことを掲げました。観光消費を地域経済の安定的かつ自立的な発展に結びつけていくための戦略を探る中で、域内循環を高めていくという認識が徐々に浸透し、その後の釧路市の産業政策や地域政策全体の基調ともなっています。

「都市経営」の視点

平成24年に地域の限られた資源を社会経済情勢の変化に即応して柔軟かつ重点的に投資し、市民が豊かさを感じることができる成長戦略を構築する「釧路市都市経営戦略プラン」を策定し、さらに独自の政策を展開するための「政策プラン」において、『域内循環』と『外から稼ぐ』をキーワードに、域外から取り込んだ財を域内で循環させながら域内の需要を高めていく、様々な取組を進めています。

釧路市が観光振興に取り組む2つの柱

第一期ビジョン策定から約10年が経過したことから、釧路市の社会経済環境の変化や、その後の調査研究活動等を踏まえた上で、釧路市が観光振興に取り組む意義を以下の2つの柱から整理します。

●釧路市における産業振興の柱としての観光振興

- 釧路市では、観光を地域のリーディング産業として位置づけ、既存の他産業との連携をこれまで以上に積極的に進めます。
- 観光客の消費を通じて域外から財を稼ぎ、それを域内で循環させながら域内での消費と投資を高め付加価値を創出し、幅広い産業間での連携を通じて新しい観光産業を育成します。

●釧路市民と観光客の双方のための地域創生の柱としての観光振興

- 多様で魅力ある地域の自然、歴史、文化にさらに磨きをかけ、観光ニーズの高度化に持続的・永続的に対応していくとともに、住む人、訪れる人の双方にとって心地良くなる魅力的な地域づくりを通して、釧路市の地域創生を図ります。



第一期ビジョンの施策としてこのような調査を実施しました。

図 釧路市における観光振興の経済波及効果(平成21年)

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

*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、今回改定するビジョンを「第二期釧路市観光振興ビジョン(以下、第二期ビジョン)」と称することとします。

釧路市観光振興ビジョンの位置づけ

地域が一体となって取り組むための共通指針

第二期ビジョンは、釧路市が目指すべき姿（＝目標像）を示すとともに、目標達成のために採るべき原則的な方針（＝戦略）と具体的に着手すべき事柄（＝具体的施策）について、その担い手や取組のスケジュール（＝目標の実現に向けたシナリオ）と併せて示しています。

ビジョンの位置づけと策定プロセス

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

釧路市の観光を取り巻く現状と課題

◆釧路市の観光の現状

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

釧路市は、2つの国立公園とラムサール条約登録湿地を有している、全国でも数少ない地域です。こうした環境の中に北海道を代表する温泉地である阿寒湖温泉や、都市観光の拠点となる釧路のまちが隣接しています。観光の魅力要素の質の高さと多様性の面において、釧路市は全国的にも恵まれた立地環境にあると言えます。

●阿寒湖

北海道東部に位置する阿寒国立公園は、公園区域の大部分が亜寒帯性の針葉樹林を中心とする天然林に被われ、国立公園の中でも原始的な姿を有しているといわれています。

●釧路湿原

釧路湿原国立公園は、北海道東部を流れる釧路川とその支流を抱く日本最大の釧路湿原及び湿原を取り囲む丘陵地からなります。昭和55年に日本で最初のラムサール条約登録湿地となり、7年後には国立公園に指定されました。

●阿寒湖のマリモ

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

●釧路のタンチョウ

タンチョウは、アイヌ語で「サルルンカムイ（湿原の神）」と呼ばれ、一時は絶滅寸前の状況となっていました。人工給餌や人工繁殖など地元の手厚い保護活動により、現在は約1,500羽となり、その生息域も道東地域に広がりつつあります。

●阿寒湖アイヌコタン

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



二つの国立公園



二つの特別天然記念物



自然との共生
アイヌ文化

釧路市の入込総数は、増加傾向にあります。

釧路市の入込総数は、平成11年の470万人をピークにその後減少傾向にありましたが、平成23年以降は増加に転じています。

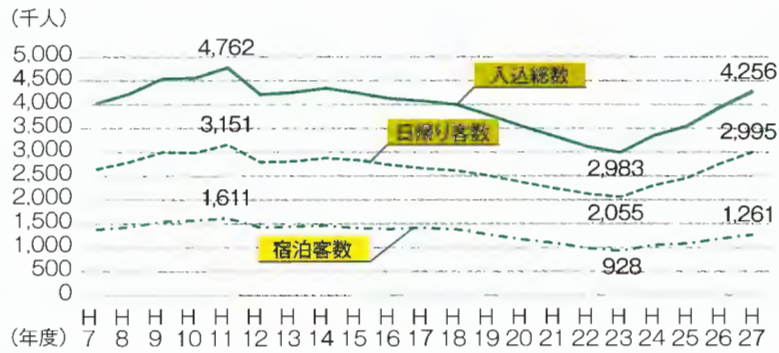


図 入込総数・日帰り客数・宿泊客数の推移

訪日外国人旅行者・インバウンド — 10年で2.6倍増、台湾がその過半数を占めます。

釧路市の訪日外国人延べ宿泊客数は、平成19年には55,637人でしたが、平成27年には142,547人と約10年間で2.6倍に増加しています。

国・居住地別のシェアは、平成27年度を見ると、アジア圏が大半を占めています。台湾が過半数を超え最も多く、中国、香港、シンガポールなどが続きます。台湾は、平成23年以降急増しています。中国市場も同様に急増しています。

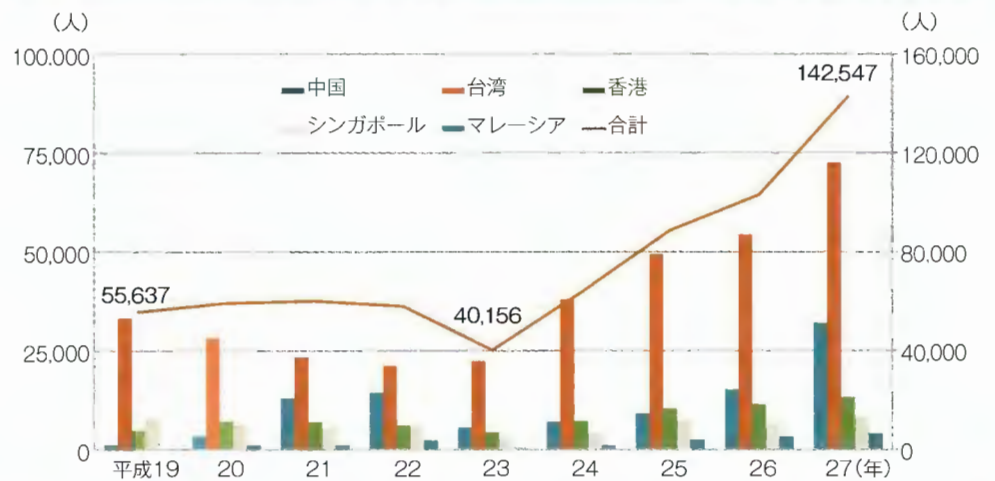


図 訪日外国人延べ宿泊客数の推移

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組んできました。その結果、「水のカマイ観光圏整備実施計画」(平成27年4月)、「広域観光周遊ルート形成計画」(同年6月)が認定され、また全国で金沢市・長崎市とともに「観光立国ショーケース」(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)。

◆第二期ビジョン策定に向けた課題

●第二期ビジョン策定の方向性

将来像や目標、戦略(分野)は現在にも通用することから、概ね第一期ビジョンの体系を受け継ぎ、戦略に位置づけられた事業は継続させていきます(ただし、世界水準・世界を意識して取組の質の転換などが必要)。

策定後の第二期ビジョンの推進・管理を想定して、多様な主体との情報共有や他の分野との連携を積極的に行うこと、第一期ビジョンの計画推進・管理の状況を踏まえ、指標の設定とPDCAサイクル*2のもとで計画を推進していくことが不可欠です。観光を取り巻く環境の変化は非常に速くなっていることから、第二期ビジョン期間中に見直しの機会を設け、その中で事業継続の可否に関する判断も行うなどの対応が求められます。

釧路市で学ぶ大学生の声
~今後の釧路市の観光に対して

小学生のときには、「くしろ」という教材があって、地元のことを知る機会がありました。中学生、高校生、大学生になっていくにしたがって忘れていってしまいます。中学校や高校で釧路のことや、観光について

学ぶ時間があれば、地元を理解して個人個人が発信(SNS)や紹介など、釧路の観光に関して意識が持てると思います。そういった意味では、1番大事だと思うのは人材育成だと思います。

*2 PDCAサイクル…計画(Plan)→実施(Do)→評価(Check)→改善(Action)の略で、この流れで実行し、次の計画や事業の改善に活かす考え方を指します。

釧路市の観光が目指す姿と目標

◆釧路市の観光の将来像と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、わ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持続可能な自立型の地域経済の実現を目指していくとともに、釧路市民全員が関わる観光推進体制を確立することで、「住んでよし、訪れてよし」の地域づくりを進めていきます。その結果、市民一人ひとりが輝き、活気のある観光のまち・釧路を実現します。

◆釧路市観光の目標像+メッセージ

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年度から概ね10年程度

●指標と目標数値—経済波及効果 基準年次の2倍(約500億円)*

* 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

=

観光客数(実数)

×

消費単価

×

域内調達率

経済波及効果

観光消費を地域の経済発展に結びつけていくためには、①観光客数、②消費単価、③域内調達率の3つの要素がバランスよく上昇していくことが大切です。これまで重視してきた「量から質へ」という考え方を引き続き継承しつつ、多様な主体が関与して行う総合的な取組みの結果を示す指標として、「経済波及効果」を設定します。

◆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

◆戦略推進にあたって3つの視点

視点
①

世界一級の観光地を目指して競争力向上を図る

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「選ばれる国際観光地」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

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

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。

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

分野	No	戦略	施策
観光産業育成分野	戦略1	食の魅力づくり戦略 — 優れた地場食材を最大限に活かすために —	①食材の域内調達促進 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地域の食の魅力を支える人材育成 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地場製品の差別化 ②観光・サービス産業の高付加価値化 ③地域の特色を活かした誘客・滞在促進 ④地域イメージの醸成 ⑤観光地としての危機管理
観光まちづくり分野	戦略4	魅力的な地域づくり戦略 ここにしかない資源を磨き上げ、 — 魅力あるものとするために —	①潜在的な魅力の発掘と観光活用 ②自然環境資源を持続的に活用できるナショナルパークの整備 ③自然と共生する「アイヌ文化」を体感できる歴史文化交流ゾーンの整備
	戦略5	広域連携強化戦略 — 世界も見据えた広域的な視点で 釧路市の魅力を最大限に活かすために —	①観光圏や釧路管内、ひがし北海道における広域連携 ②広域観光における滞在プログラムの構築 ③北海道全体での広域連携 ④エリア相互の連携と補完
	戦略6	人材確保・育成戦略 — 釧路市民が担う観光まちづくりと 専門的な観光振興を推進するために —	①人材の発掘と確保 ②人材育成プログラムの整備 ③おもてなし精神の醸成 ④観光関連事業者の意識改革
観光インフラ構築分野	戦略7	観光マーケティング・プロモーション強化戦略 — 釧路市を客観的に見つけ、 効果的に誘客していくために —	①基礎的な観光統計類の整備 ②調査を通じたデータの取得、分析 ③データを活用した観光政策の立案 ④観光情報提供体制の充実 ⑤多様なマーケットに応じた情報発信及び誘客プロモーション ⑥釧路の“旬”を活かした情報発信
	戦略8	観光推進体制形成・確立戦略 — 観光政策を確実に実行していくために —	①DMOの形成・確立 ②産・官・学・市民の連携による観光地マネジメントの実現 ③安定的な観光財源の確保 ④政策の評価と見直し
	戦略9	観光インフラ整備・拡充戦略 — 世界に通用する、快適な観光インフラを 整備していくために —	①まちなかのにぎわいづくり ②観光施設、文化・スポーツ施設の魅力づくり ③“陸・海・空”交通インフラ&ネットワーク整備 ④ユニバーサル&ストレスフリー環境整備

※戦略では、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

戦略名	具体的施策
<p>戦略 1</p> <h3>食の魅力づくり戦略</h3> <p>— 優れた地場食材を — — 最大限に活かすために —</p> <p>—— 戦略の狙い ——</p> <p>食材の域内調達率や付加価値を高め、いくために、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めます。</p>	<ul style="list-style-type: none">① 食材の域内調達の促進 域内調達率を高めて地域産業の活性化を進めるため、「地元産」を意識した食材の域内活用を図ります。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 地域の食の魅力を担う人材育成 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や販路開拓・拡大に向けた販売促進活動を行い、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、地場製品の品質の維持管理を徹底していきます。
<p>戦略 2</p> <h3>MICE産業強化戦略</h3> <p>— 多くの人を呼び込み、 — — 幅広く効果を生み出すために —</p> <p>—— 戦略の狙い ——</p> <p>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*3の誘致・開催促進、ユニークベニュー*4やプレ／ポストツアー*5(アフターMICE)の充実などに積極的に取り組めます。</p>	<ul style="list-style-type: none">① MICE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めます。③ MICE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めます。また、配偶者プログラムやテクニカルビジット*6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。
<p>戦略 3</p> <h3>地域ブランド構築戦略</h3> <p>— 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 —</p> <p>—— 戦略の狙い ——</p> <p>地域ブランドを支える地場産品をはじめとする様々な資源を商品化し、地域ならではのものへと差別化を図ることで、国内外から選ばれ続ける価値を持った地域づくりを進めます。</p>	<ul style="list-style-type: none">① 地場産品の差別化 地域資源を活用した地場産品の商品化を進め、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ていきます。② 観光・サービス産業の高付加価値化 企業としての経営、施設の維持管理、現場の運営、後背部門の業務などにおけるイノベーションを促進し、観光・サービス産業を高付加価値化させます。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(涼しい環境や避暑できる環境等を含む)、歴史・文化、産業に関する情報を伝え、観光客の誘客や滞在の促進に結び付けていきます。④ 地域イメージの醸成 地域住民一人ひとりが地域イメージを構成する資源等の価値を発信できるよう、住民に対する情報発信や資源に触れられる機会を積極的に設けます。⑤ 観光地としての危機管理 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。

*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…会議開催前または閉会後に計画された、会議出席者及び同伴者のための旅行。(JUNTO 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。(JTB総合研究所HPより)

≡≡≡ 観光まちづくり分野

戦略名	具体的施策
<p style="text-align: center;">戦略 4</p> <p>魅力的な地域づくり戦略</p> <p>ここにしかない資源を磨き上げ、 魅力あるものとするために</p> <p style="text-align: center;">—— 戦略の狙い ——</p> <p>ここにしかない資源の持続的な活用と、周辺と一体となった面的整備を促進し地域住民、観光客、自然環境資源が共存し続けられる魅力ある地域づくりを実現します。</p>	<p>①潜在的な魅力の発掘と観光活用 地元の人だけが知る、もしくは地元の人も気づいていない潜在的な資源(地域の人だけがこれまで利用していた施設や、地域でのコミュニティ活動等を含む)を掘り起こし、PRを行っていきます。</p> <p>②自然環境資源を持続的に活用できるナショナルパークの整備 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。</p> <p>③自然と共生する「アイヌ文化」を体感できる歴史文化交流ゾーンの整備 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行っていきます。</p>
<p style="text-align: center;">戦略 5</p> <p>広域連携強化戦略</p> <p>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</p> <p style="text-align: center;">—— 戦略の狙い ——</p> <p>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。</p>	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>
<p style="text-align: center;">戦略 6</p> <p>人材確保・育成戦略</p> <p>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</p> <p style="text-align: center;">—— 戦略の狙い ——</p> <p>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。</p>	<p>①人材の発掘と確保 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。</p> <p>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っていきます。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>

主体となっている取組

くさろの人に
会いに行こう 「ひと」めぐりTOUR

「会いにいきたい人がいる街、釧路」を全国に発信するというビジョンを掲げ、現釧路市民・元釧路市民・釧路ファンから構成される市民団体「くさろ」は、「くさろ港」というHPの運営や情報発信、くさろの人に会いに行くイベント「ひと」めぐりTOURなどを行っています。



フォトグラ・くしろ

「フォトグラくしろ」は、市民参加型の写真投稿マガジンで、(株)藤プリントにより発行されています。平成25年11月に第1号を発行して以来、第8号まで発行(平成29年1月時点)。市内の公共施設や空港、宿泊施設、観光施設等で無料配布されています。



観光インフラ構築分野

戦略名

具体的施策

戦略
7

観光マーケティング・プロモーション強化戦略

— 釧路市を客観的に見つめ、効果的に誘客していくために —

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。

①基礎的な観光統計類の整備

釧路市として統一的な観光統計の整備を行うとともに、3地区ごとの統計を継続して把握し、地域ごとの観光政策に反映させていきます。

②調査を通じたデータの取得、分析

観光による経済波及効果の実態の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、顧客満足度等調査も引き続き行います。

③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、データから導き出される現状と課題を共有し、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。

④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。

⑤多様なマーケットに応じた情報発信及び誘客プロモーション

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。

⑥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。

戦略
8

観光推進体制形成・確立戦略

— 観光政策を確実に実行していくために —

戦略の狙い

民間事業者、市民など多様な担い手が連携していきます。中核的な役割を行政から観光協会をはじめとする観光推進組織に移し、より柔軟性のある観光施策を展開します。

①DMO*7の形成・確立

持続可能な観光産業を営むために、マーケティングを駆使して戦略を策定し、世界の観光地との競争に勝ち残ることのできる観光地域づくりを推進していきます。

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

観光を目的とした財源の自主的な確保に向けて取組み、入湯税率の引き上げの実現に続いて、安定的な財源確保の取組みを検討します。

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。

戦略
9

観光インフラ整備・拡充戦略

— 世界に通用する、快適な観光インフラを整備していくために —

戦略の狙い

世界から来訪した観光客が快適かつ安全安心に観光できるよう、まちなかや既存施設、そして玄関口となる“陸・海・空”交通インフラを整備し、利便性を向上させていきます。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・ストレスフリー化を進めていきます。

①まちなかのにぎわいづくり

「まちなか」の基盤整備を図ることで、市民及び観光客からの評価のレベルアップを図ります。

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、再生を図ります。

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。

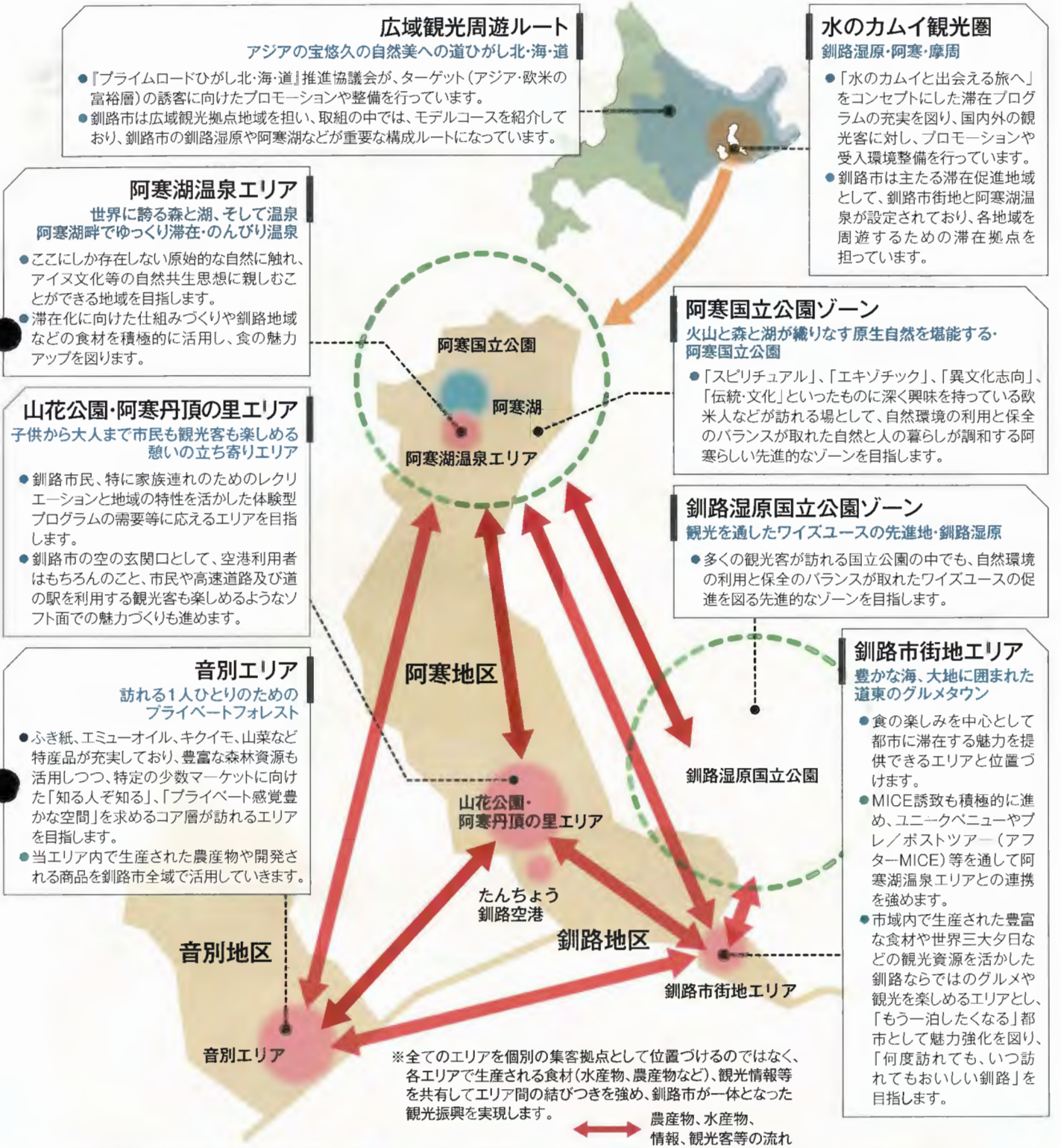
④ユニバーサル&ストレスフリー 環境整備

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、情報アクセス環境や決済環境、その他環境整備においてストレスフリーとなるような環境整備を行っていきます。

*7 DMO…Destination Management / Marketing Organizationの略。観光物件、自然、食、芸術・芸能、風習、風俗など当該地域にある観光資源に精通し、地域と協同して観光地域作りを行う法人のこと。(JTB総合研究所HPより)

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。



- | 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。
- | 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。
- | 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。

図 釧路市内のエリア・ゾーン別観光振興の方向性

計画推進及びその管理

◆各主体の役割と推進体制

観光は行政、観光推進組織（DMO）、関連事業者、地域住民など幅広い担い手により支えられて成り立つ産業です。

行政、観光推進組織（DMO）、観光事業者だけでなく、観光産業以外の関連事業者・団体、地域住民や住民団体、大学等の教育・研究機関など、幅広い主体が取組の担い手として関わりながら進めていくことが重要です。

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。

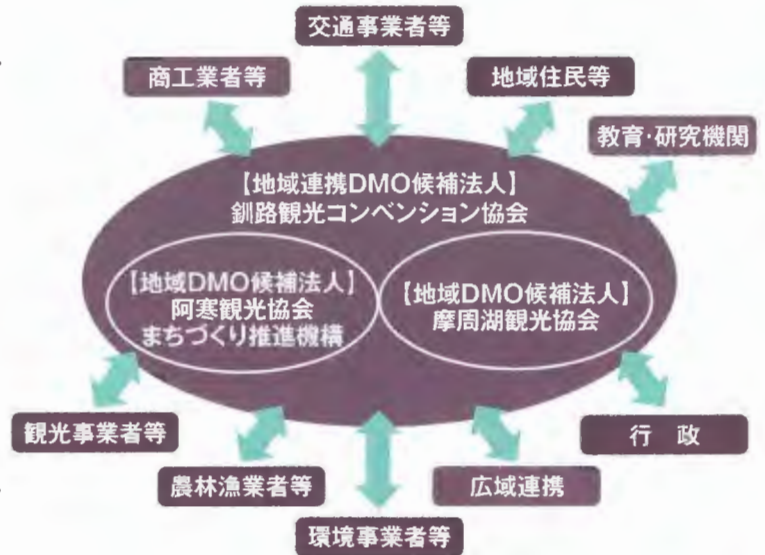


図 釧路市の観光推進体制及び広域観光推進体制のあり方

◆推進スケジュールと計画管理

第二期ビジョンでは、計画期間を前期、中期、後期の3期区切って進捗状況の確認、検証・評価を行い、社会経済環境の変化や旅行・観光の動向を勘案して適宜見直しを行いながら柔軟な姿勢で取組みます。

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

表 第二期ビジョンの計画期間

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

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

基本となるPDCAサイクルの周期は、上記で述べた期間区分（3期）に合わせることで、各種調査の実施や測定された数値の解釈などは、外部の専門家や第三者組織などの意見を踏まえながら、関係者で協議して判断を行い、その結果を計画や実働に反映させていきます。

検討委員会

委員長	北海道大学公共政策大学院特任教授（釧路市顧問・元釧路公立大学学長）	小磯修二
委員	釧路市長	蝦名大也
	東洋大学国際観光学科 准教授	矢ヶ崎紀子
	一般社団法人釧路観光コンベンション協会 会長	中山勝範
	NPO法人阿寒観光協会まちづくり推進機構 理事長	大西雅之
	釧路市総合政策部長	岡本満幸
	釧路市産業振興部長	秋里喜久治
	釧路市阿寒町行政センター長	古川幸男
	釧路市音別町行政センター長	諏訪信哉
	公益財団法人日本交通公社理事・観光政策研究部長	梅川智也

第二期 釧路市観光振興ビジョン
(平成29～38年度) 平成29年3月

発行：釧路市
担当：産業振興部観光振興室

〒085-8505
北海道釧路市黒金町7丁目5番地
電話：0154-23-5151(代表)

HP <http://www.city.kushiro.lg.jp>