

# 厚岸町観光振興計画

令和5年(2023)3月  
(令和7年(2025)3月改訂版)

厚岸町

# 目次

<b>第1章 計画の背景と目的</b> . . . . .	1
1 計画策定の趣旨 . . . . .	1
2 計画の位置づけ . . . . .	2
3 計画期間 . . . . .	3
4 第5期厚岸町総合計画の達成状況 . . . . .	4
<b>第2章 観光を取り巻く現状と課題</b> . . . . .	8
1 国内の観光動向 . . . . .	8
2 北海道の観光動向 . . . . .	14
3 厚岸町の観光動向 . . . . .	19
4 マーケティング調査 . . . . .	28
<b>第3章 観光ビジョンと基本方針</b> . . . . .	64
1 観光ビジョン . . . . .	65
2 基本方針 . . . . .	66
3 目標実現に向けた役割分担 . . . . .	67
<b>第4章 観光ビジョン実現のための戦略</b> . . . . .	68
1 地域資源を活用した魅力ある観光地づくりの推進 . . . . .	69
2 観光情報の発信と広域連携の強化 . . . . .	77
3 観光推進体制の強化 . . . . .	82
<b>第5章 成果指標</b> . . . . .	85
<b>第6章 フォローアップ</b> . . . . .	86

# 第1章 計画の背景と目的

## 1 計画策定の趣旨

厚岸町では、平成2年（1990）3月に厚岸町の観光振興計画である「アクティブ・タウンあつけしプラン」を策定して以来、観光に関する計画等は策定しておらず、観光分野における施策や将来展望は、上位計画である「厚岸町総合計画」に位置づけている施策を基に、豊かな自然が育む食や、自然体験などの地域資源を活用した観光振興に取り組んでまいりました。

しかし、社会情勢の変化は人口減少や少子高齢化だけにとどまらず、産業・経済をはじめとするあらゆる分野でのICT（情報通信技術）の発達、価値観やライフスタイルの多様化など、以前にも増して目まぐるしく変化し、様々な課題が見えてきました。これらの現状に対する課題を的確に把握し、対応することが強く求められています。さらに、令和2年（2020）には、新型コロナウイルス感染症の世界的流行により、社会に大きな混乱が生まれ、観光においても訪日外国人が激減したほか、国内旅行における新しい生活様式に対応するなど、観光を取り巻く状況が大きく変化しました。

本町をめぐる状況としては、希少価値の高い自然環境や美しい景観等が評価され、令和3年（2021）3月30日に厚岸道立自然公園とその周辺地域が、国内で58カ所目、道内で6カ所目となる新たな国定公園として指定され、「厚岸霧多布昆布森国定公園」が誕生しました。また、関連産業や観光振興への波及効果が大きい厚岸蒸溜所の「厚岸ウイスキー」が定期的に出荷され、国内外から高い評価を受けており、世界的に注目を集めています。交通インフラにおいては、平成27年度（2015）に道東自動車道阿寒インターチェンジ、令和6年（2024）12月に釧路西インターチェンジまでが開通し、釧路外環状道路も釧路西インターチェンジから釧路別保インターチェンジまで通行できるようになり、札幌圏のほか新千歳空港や釧路空港から当町までのアクセスが容易となっているほか、北海道横断自動車道根室線「尾幌糸魚沢道路」の整備の推進など、今後、交通インフラの拡充により、観光客を含めた交流人口の増加が期待されます。

こうした中、新型コロナウイルス感染症の「アフターコロナ」への対応や、観光客の過度な増加が町民の生活や自然環境などに悪影響を及ぼさないための対策、訪日外国人などの多様化する観光ニーズに対応すべく、本町の強みである自然環境や食、歴史・文化、産業などの地域資源を保全しながら持続的に利用する観光地づくりをより一層推進する必要があることから、計画的・戦略的に観光施策を実現していくための「厚岸町観光振興計画」（以下「本計画」という。）を策定するものです。

なお、本計画は、令和7年度（2025）からの第6期厚岸町総合計画の後期行動計画の策定に合わせ、令和6年度（2024）に一部見直しを行いました。

## 2 計画の位置づけ

これまでの観光施策については、「厚岸町総合計画」に位置づけている施策に基づき、関連計画との整合性を図りながら展開してきました。本計画は、第6期厚岸町総合計画の施策を補完・具体化する個別計画として位置づけるものであり、また、「第3期厚岸町未来創生総合戦略」などの関連する計画をはじめ、国や道が策定した観光関連計画と連携した計画とします。

### (1) 第6期厚岸町総合計画

今後のまちづくりの指針となる「第6期厚岸町総合計画」では、「みんなの“あっけし”新時代の創造に向かって」をめざすまちの姿とし、その実現に向けて5つの将来像を定め、観光振興は「多彩な資源が輝き、活力と魅力にあふれるまち」に位置づけられています。施策として「地域資源を活かした観光の推進」「イベントの推進と観光情報の発信」「観光推進体制の強化」を展開しています。

#### 第6期厚岸町総合計画における観光振興の位置づけ

めざすまちの姿	将来像	施策
みんなの“あっけし”新時代の創造に向かって	多彩な資源が輝き、活力と魅力にあふれるまち	①地域資源を活かした観光の推進
		②イベントの推進と観光情報の発信
		③観光推進体制の強化

### (2) 第3期厚岸町未来創生総合戦略

厚岸町人口ビジョンで示した目指すべき将来の方向性と人口の将来展望を踏まえ、基本目標や施策の基本方向、具体的な施策と取組を示した「第3期厚岸町未来創生総合戦略」では、基本目標に「地域の魅力で人を呼び込む“あっけし”」を掲げており、その中で観光振興は「地域資源の魅力向上と広域連携による観光の推進」を基本方向としています。具体的な施策・取組に「地域資源を活用した魅力ある観光地づくりの推進」「観光情報の発信と広域連携の強化」「観光推進体制の強化」「ふるさと納税制度の活用」が位置づけられています。

#### 第3期厚岸町未来創生総合戦略における観光振興の位置づけ

基本目標	基本方向	具体的な施策・取組
地域の魅力で人を呼び込む“あっけし”	地域資源の魅力向上と広域連携による観光の推進	①地域資源を活用した魅力ある観光地づくりの推進
		②観光情報の発信と広域連携の強化
		③観光推進体制の強化
		④ふるさと納税制度の活用

### 3 計画期間

本計画は、令和5年度（2023）から令和11年度（2029）までの7年間とします。

なお、令和7年度（2025）からの第6期厚岸町総合計画の後期行動計画の策定に合わせ、令和6年度（2024）に本計画の見直しを行いました。

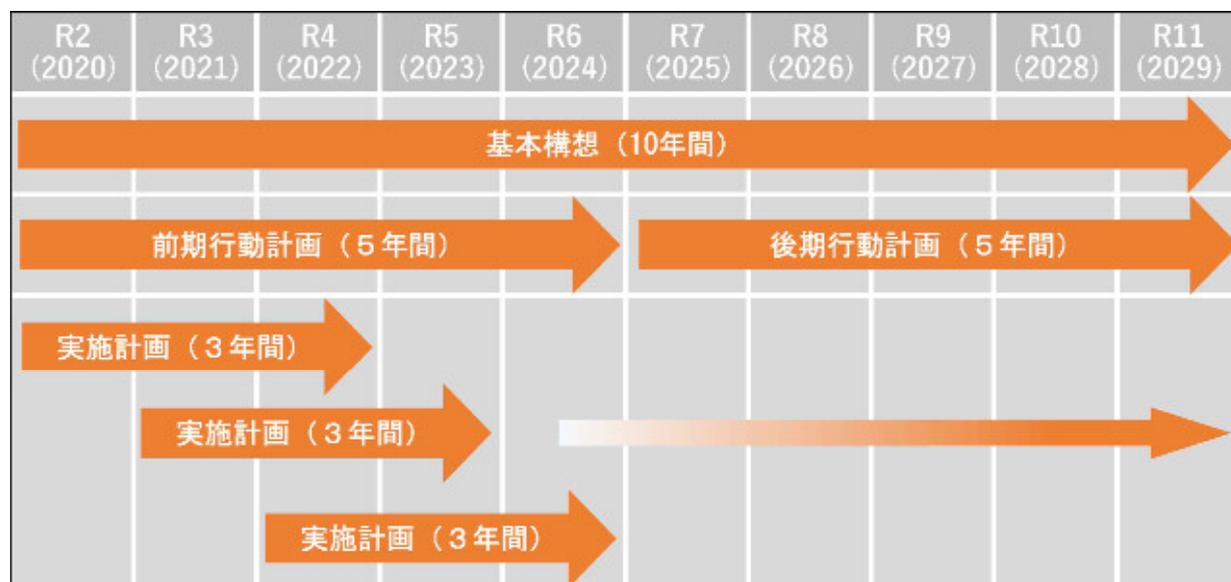
また、社会状況の変化や観光を取り巻く環境の変化に対応するため、必要に応じて本計画を見直します。

#### 【厚岸町観光振興計画の期間】



#### 【第6期厚岸町総合計画の構成と期間】

第6期厚岸町総合計画は3つの階層で構成しています。3つの階層は、総合計画の目標とするめざすまちの姿を定めた基本構想（10年間）、施策の展開方向と主な取組を示した行動計画（5年間）、具体的な事務・事業を定めた実施計画（3年間）としています。



## 4 第5期厚岸町総合計画の達成状況

厚岸町では、「厚岸町総合計画」に位置づけている施策を基に、豊かな自然が育む食や、自然体験などの地域資源を活用した観光振興に取り組んできました。

第5期厚岸町総合計画では、「地域資源を活かした観光の推進」「イベントの推進と観光情報の発信」「観光推進体制の強化と広域連携」という3つの施策の展開方向を掲げ、19の施策を実施してきました。それぞれの主な取組は次のとおりです。

### 【施策の展開方向】

#### 地域資源を活かした観光の推進

### 【施策の体系】

#### (1) 観光資源の保全・整備と活用の推進

- ① 優れた自然環境や景勝地の保全に努めるとともに、景観にも配慮しながら景観眺望地や観光施設などの整備に努めます。
- ② 自然環境を観光資源として適正に継続活用するため、自然ガイドの養成などに努めます。
- ③ 貴重な歴史遺産の保全と有効活用を図るため、観光ガイドの養成や観光案内施設の整備のほか、町内の観光周遊ルートの充実に努めます。
- ④ 地域の自然や地場産業を活用した多彩な観光資源の発掘に努めます。
- ⑤ 厚岸道立自然公園とその周辺区域について、関係機関と連携しながら町内合意に基づく国定公園化に向けた取組を積極的に展開するとともに、公園を活用した観光客誘致の取組を推進します。

#### (2) 体験観光の促進

- ① 長期滞在客の誘致を図るため、管内の体験観光事業者相互の連携を強化し、広域での体験観光事業の展開に努めます。
- ② 知識を持った人材の活用をはじめ、公認ガイドの資格取得者の養成に努めるなど、体験観光を担う体制の充実に努めます。
- ③ 自然を活用した保養や癒しなどの体験観光メニューの構築と事業者の育成に努めます。

### 【実施した施策】

- ・ 厚岸味覚ターミナル・コンキリエ整備（オイスターバールオープン、トイレ洋式化、案内看板改修、Wi-Fiステーション整備、ドッグラン整備、屋外遊具整備 外）、子野日公園整備（桜保護施設改修、トイレ外壁改修 外）、その他観光施設整備（あやめヶ原展望台・トイレ改修、望洋台トイレ外壁改修、愛冠駐車場トイレ改修 外）
- ・ ガイド養成勉強会の実施、北海道知事認定アウトドアガイドの養成（緊急雇用

創出推進事業、地域おこし協力隊)

- ・ 厚岸町総合観光案内所における J N T O (日本国際観光局) が認定する認定外国人観光案内所の運営
- ・ 厚岸ウイスキーを活用した新たな食の展開
- ・ 地域資源を活かした体験メニュー構築等の活動を行う地域おこし協力隊を、体験観光事業を行う厚岸味覚ターミナル・コンキリエに配置
- ・ 厚岸道立自然公園とその周辺区域の国定公園化に向けた取組の推進及び近隣町との観光プロモーションの実施

## 【施策の展開方向】

### イベントの推進と観光情報の発信

## 【施策の体系】

### (1) イベントの充実

- ① 関係団体や町民のイベントへの参加を促すとともに、まち全体で観光客をもてなすという観光に対する意識の向上を図ります。
- ② 旬の味覚を活用した冬季イベントや新たな交流型イベントの促進に努めるほか、天候に左右されない屋内イベントの開催を関係団体と連携して検討します。
- ③ 既存イベントの魅力を高めるため、関係団体と連携して運営方法や内容などの充実に努めます。

### (2) 観光PRと情報の発信

- ① インターネットや旅行情報誌などを活用した観光PRに努めるとともに、厚岸味覚ターミナル・コンキリエの道の駅機能を活用した情報提供の充実に努めます。
- ② 管内各観光関連施設における観光情報の共有化を図り、広域連携による観光情報を提供して周遊観光客の誘引に努めます。
- ③ ご当地キャラクターの有効活用に努めます。

## 【実施した施策】

- ・ 厚岸観光協会や産業経済団体等と連携したイベントの推進と観光情報を発信
- ・ 桜・牡蠣まつりや牡蠣まつりでの、個人や関係団体の参加によるおもてなしを実施
- ・ 関係団体と連携した桜・牡蠣まつりや牡蠣まつりなどの魅力を向上
- ・ 厚岸漁業協同組合のイベントやカキDEござ〜るなどへ参画し、関係団体と連携した交流型イベントを推進
- ・ 公式キャラクター「うみえもん」によるSNSを活用した情報発信のほか、旅行情報誌への記事掲載や旅行サイトへの情報提供、さらには近隣の道の駅と連携したイベントや地域情報を発信

- ・ 釧路町・厚岸町・浜中町広域観光推進協議会において札幌市内でのトッププロモーションのほか、道外旅行エージェントへのプロモーションや広域ルート形成のためのモニターツアー等を実施
- ・ 道東自動車道延伸による取組で、釧路地域が一体となり道央圏でのプロモーションやホームページ、SNS、新聞広告での情報発信などを実施し観光客を誘客
- ・ 都市部での観光PRや「うみえもん」フェイスブックでの地域情報発信、旅行情報誌での観光情報の発信など、「うみえもん」を活用し積極的に情報を発信

## 【施策の展開方向】

### 観光推進体制の強化と広域連携

## 【施策の体系】

### (1) 観光推進体制の強化

- ① 厚岸観光協会をはじめ、関係団体や大学などとの連携を強化することにより、充実した観光事業の展開と組織力の強化・活発化を促進します。
- ② 観光事業の展開により観光・交流に対する町民の意識高揚を図りながら、観光ガイドの養成や観光に携わる人の接遇向上に取り組み、全町的なおもてなし力の向上に努めます。
- ③ 時代に即した観光ビジョンの構築に努めます。

### (2) 広域連携の推進

- ① 管内関係団体と連携し、釧路圏域の観光スポットや観光施設などを結ぶ魅力ある観光ルート形成と観光プランを構築して道東観光の誘客を図ります。
- ② 釧路町・厚岸町・浜中町広域観光推進協議会において、自然環境を活かした体験メニューや周遊ルートの充実を図り、インターネットや旅行情報誌などの活用のほか、旅行代理店へのPRに努めます。

## 【実施した施策】

- ・ 厚岸観光協会や関係団体、近隣市町村と連携した観光推進体制の強化
- ・ 厚岸観光協会と連携した桜・牡蠣まつりや牡蠣まつりなどの観光事業の充実
- ・ 厚岸漁業協同組合・釧路太田農業協同組合・商工会など産業団体で構成する厚岸町観光プロモーション実行委員会を発足し、首都圏や道央圏での観光物産展の開催や観光宣伝活動を実施
- ・ 釧路町・厚岸町・浜中町広域観光推進協議会事業において、ガイド養成勉強会を実施し、ガイド養成や接遇向上を推進
- ・ 釧路管内の自治体、観光関係団体において釧路圏域の観光スポットや観光施設などを結ぶ周遊ルート設定を検討
- ・ 釧路町・厚岸町・浜中町広域観光推進協議会において札幌市内でのトッププロモーションのほか、道外旅行エージェントへのプロモーションや広域ルート形成のためのモニターツアー等を実施

【達成状況】まちづくりの指標（第5期厚岸町総合計画）

下段は達成率

項目 / 単位	当初値				前期				後期				目標値				
	前期		後期		H22	H23	H24	H25	H26	H27	H28	H29	前期		後期		
観光客の年間入込数	万人	34.8	H20	38.2	H25	35.1	31.2	38.6	38.2	40.5	42.2	41.4	44.9	45.0	H31	43.0	H31
		2.9%	-35.3%	37.3%	33.3%	47.9%	83.3%	66.7%	139.6%								

【参考】R01（2019）町民満足度調査

施策	満足度数	重要度数
観光振興に関する取り組みや各種イベントの開催	3.12	3.89

※満足度・重要度について

満足度・重要度により、町の施策に対する町民の意向を相対的に分類することで、今後の方向性を検討する際の参考とするため、町民満足度調査を実施しています。

以下の計算から、満足度・重要度の平均点を算出しています。

$$\text{満足度} = \frac{\text{「満足」} \times 5 + \text{「まあ満足」} \times 4 + \text{「普通」} \times 3 + \text{「あまり満足していない」} \times 2 + \text{「満足していない」} \times 1}{\text{「無回答」を除く有効回答数}}$$

$$\text{重要度} = \frac{\text{「重要」} \times 5 + \text{「まあ重要」} \times 4 + \text{「普通」} \times 3 + \text{「あまり重要ではない」} \times 2 + \text{「重要ではない」} \times 1}{\text{「無回答」を除く有効回答数}}$$

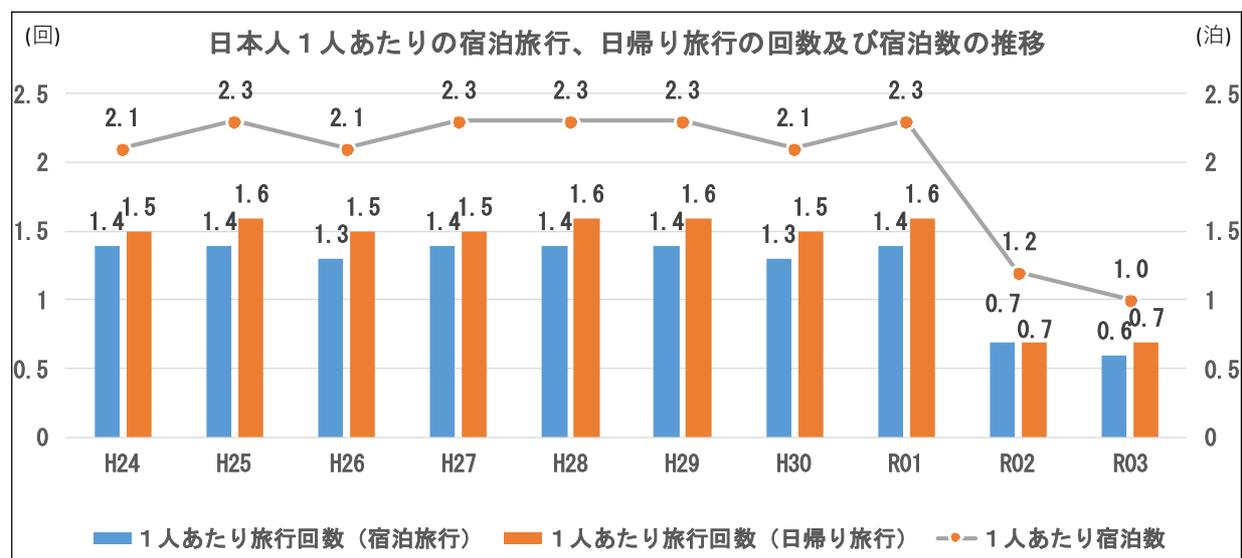
## 第2章 観光を取り巻く現状と課題

### 1 国内の観光動向

#### (1) 日本人国内旅行の状況

令和2年（2020）2月頃から世界的な感染拡大となった新型コロナウイルス感染症の流行により、度重なる緊急事態宣言やまん延防止等重点措置による行動制限に伴い、国内外の旅行消費はいずれも大きく減少となるなど、新型コロナウイルス感染拡大は、観光関連産業に甚大な影響を与えています。

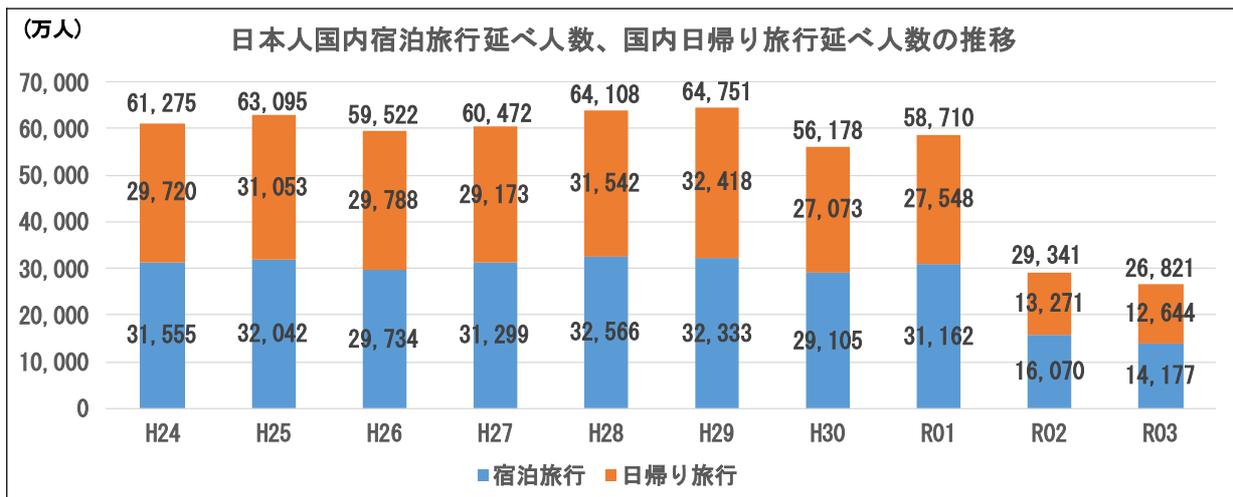
令和3年（2021）の日本人1人当たりの国内宿泊旅行の回数は0.6回、日帰り旅行回数は0.7回、1人当たり宿泊数は1.0泊となり、新型コロナウイルス感染症が流行する前の令和元年（2019）では、日本人1人当たりの国内宿泊旅行の回数は1.4回、日帰り旅行回数は1.6回、1人当たり宿泊数は2.3泊となっています。



出展：観光庁「令和4年版観光白書」

資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」観光・レクリエーション目的

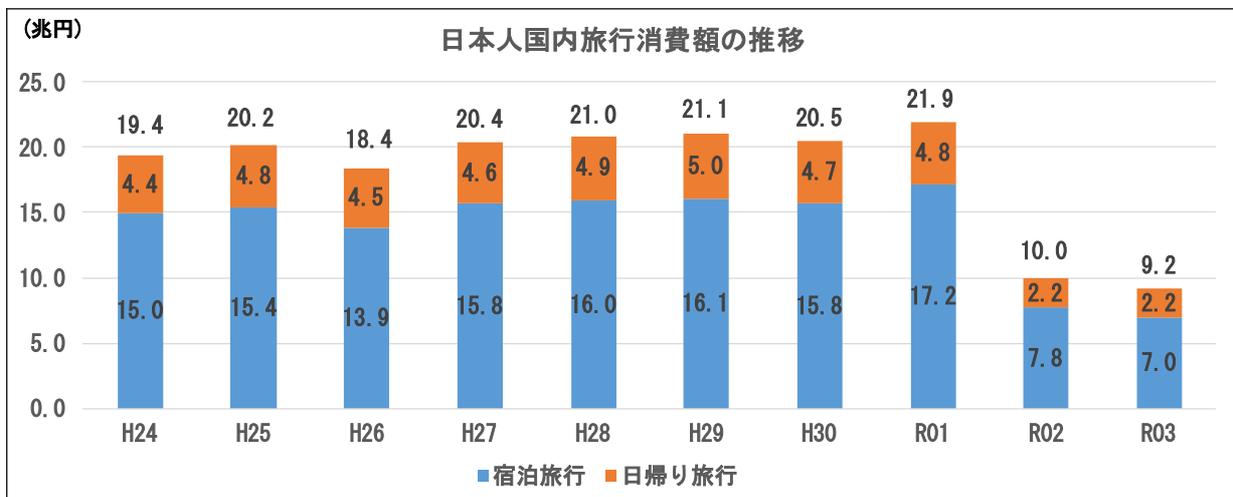
令和3年（2021）の日本人の国内宿泊旅行延べ人数は1億4,177万人で前年比11.8%減、新型コロナウイルス感染症が流行する前の令和元年（2019）比54.5%減となり、日帰り旅行人数は1億2,644万人で前年比4.7%減、令和元年（2019）比54.1%減と、宿泊旅行、日帰り旅行ともに減少しています。



出展：観光庁「令和4年版観光白書」

資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

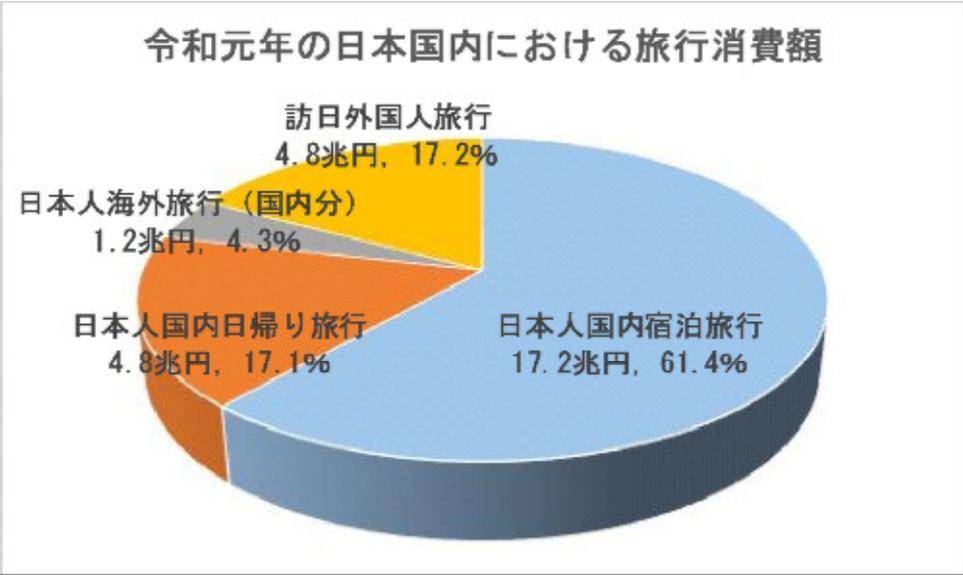
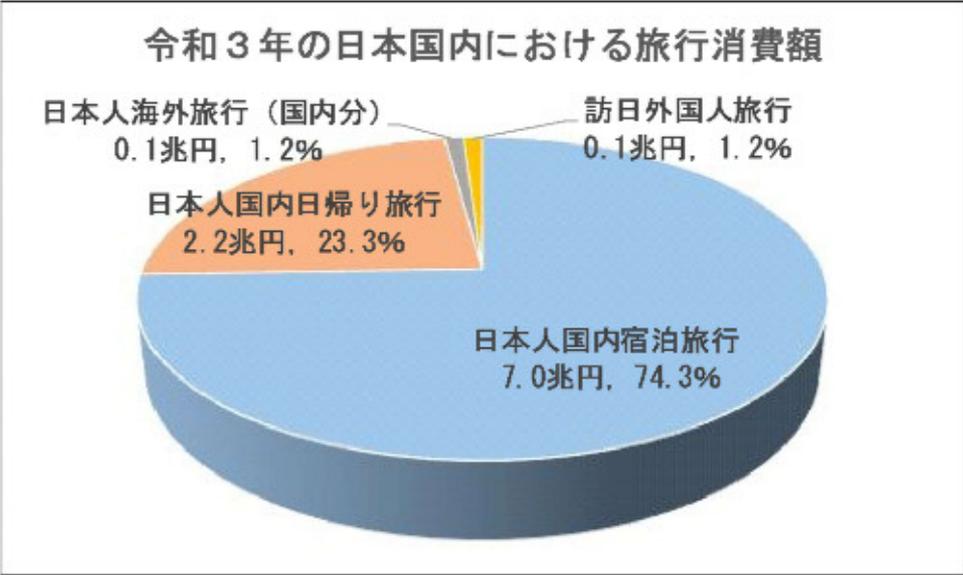
令和3年（2021）の日本人国内旅行消費額は9.2兆円で前年比7.9%減、新型コロナウイルス感染症が流行する前の令和元年（2019）比58.1%減となっています。このうち宿泊旅行の国内旅行消費額は7.0兆円で前年比10.0%減、令和元年（2019）比59.2%減、日帰り旅行の国内旅行消費額は2.2兆円で前年比0.5%減、令和元年（2019）比54.1%減となっています。



出展：観光庁「令和4年版観光白書」

資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

令和3年（2021）の日本人及び訪日外国人旅行者による日本国内における旅行消費額は9.4兆円で前年比14.5%減、新型コロナウイルス感染症が流行する前の令和元年（2019）比66.3%減となっています。このうち日本人による旅行消費額は9.3兆円で前年比9.5%減、令和元年（2019）比59.8%減、訪日外国人旅行者による旅行消費額は0.1兆円で前年比83.8%減、令和元年（2019）比97.5%減であり、訪日外国人旅行者による旅行消費額の割合は1.2%となっています。



単位：兆円

	H24	H25	H26	H27	H28	H29	H30	R01	R02	R03
日本人国内宿泊旅行	15.0	15.4	13.9	15.8	16.0	16.1	15.8	17.2	7.8	7.0
日本人国内日帰り旅行	4.4	4.8	4.5	4.6	4.9	5.0	4.7	4.8	2.2	2.2
日本人海外旅行 (国内分)	1.3	1.2	1.1	1.0	1.1	1.2	1.1	1.2	0.3	0.1
訪日外国人旅行	1.1	1.4	2.0	3.5	3.7	4.4	4.5	4.8	0.7	0.1
合計	21.8	22.8	21.6	24.8	25.8	26.7	26.1	27.9	11.0	9.4

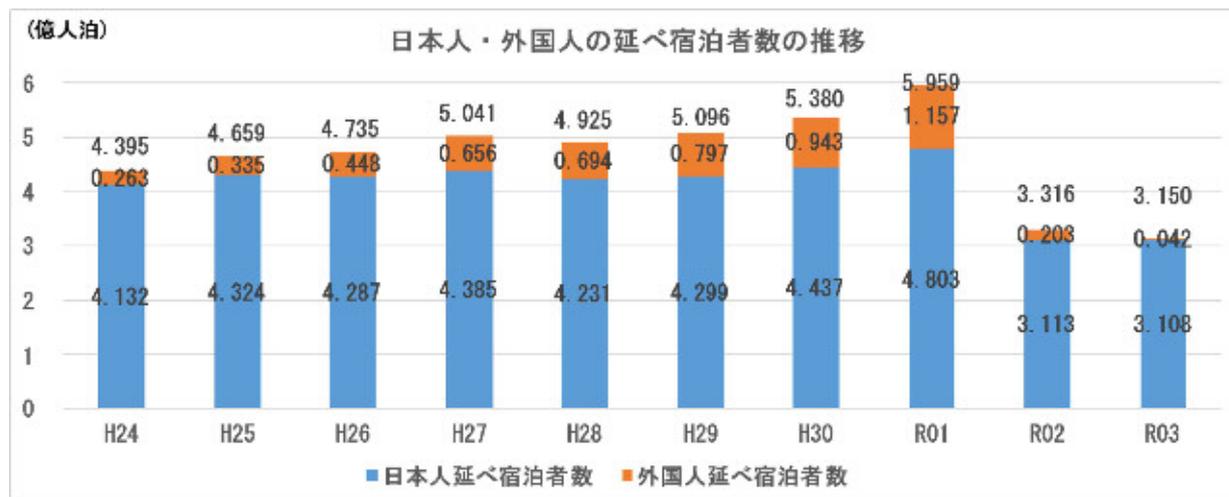
出展：観光庁「令和4年版観光白書」

資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」及び「訪日外国人消費動向調査」に基づき作成

## (2) 宿泊旅行の状況

日本国内のホテル、旅館等における延べ宿泊者数は、令和3年（2021）は3億1,497万人泊で前年比5.0%減、新型コロナウイルス感染症が流行する前の令和元年（2019）比47.1%減となっています。このうち日本人延べ宿泊者数は3億1,076万人泊で前年比0.2%減、令和元年（2019）比35.3%減、外国人延べ宿泊者数は421万人泊で前年比79.3%減、令和元年（2019）比96.4%減となりました。

また、延べ宿泊者数全体に占める外国人の割合は1.3%となっています。

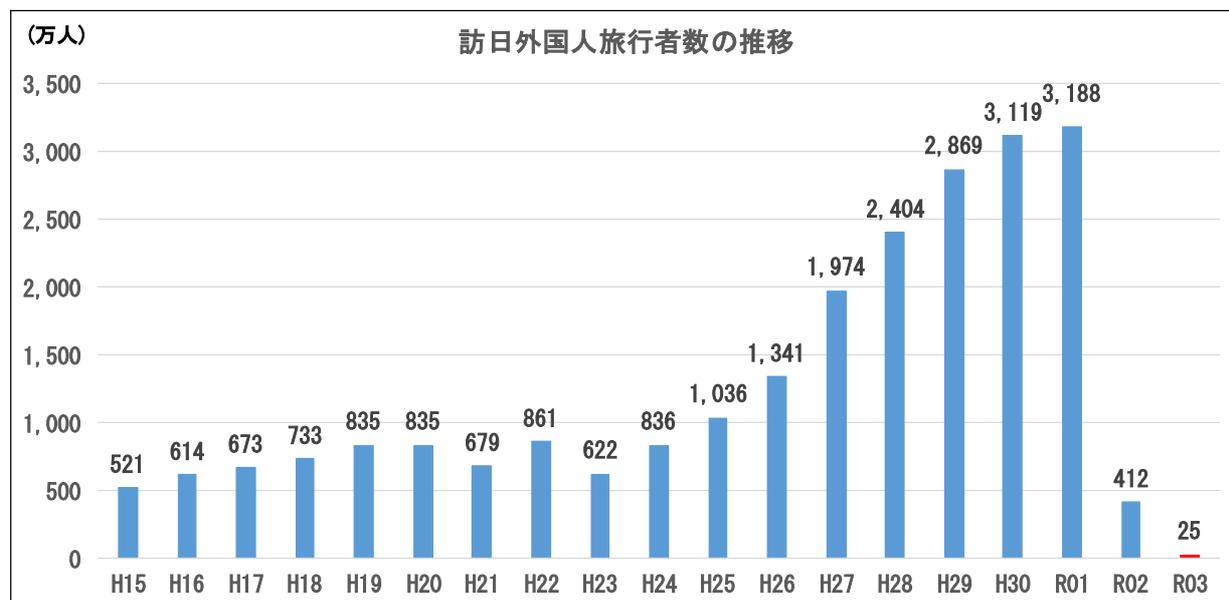


出展：観光庁「令和4年版観光白書」

資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」

### (3) 訪日旅行の状況

訪日外国人旅行者数は、令和元年（2019）までは、ビザの戦略的緩和や訪日外国人旅行者向け消費税免税制度の拡充などの改革を進めるとともに、航空・鉄道・港湾等の交通ネットワークの充実、多言語表記をはじめとする受入環境整備、魅力的なコンテンツの造成、日本政府観光局等による対外プロモーション等により、過去最高を更新していましたが、令和3年（2021）の訪日外国人旅行者数は、新型コロナウイルス感染拡大に伴い、水際措置の強化が継続されたことなどにより、令和2年（2020）に続き、年間を通して大きく減少し、前年比94.0%減の25万人となりました。

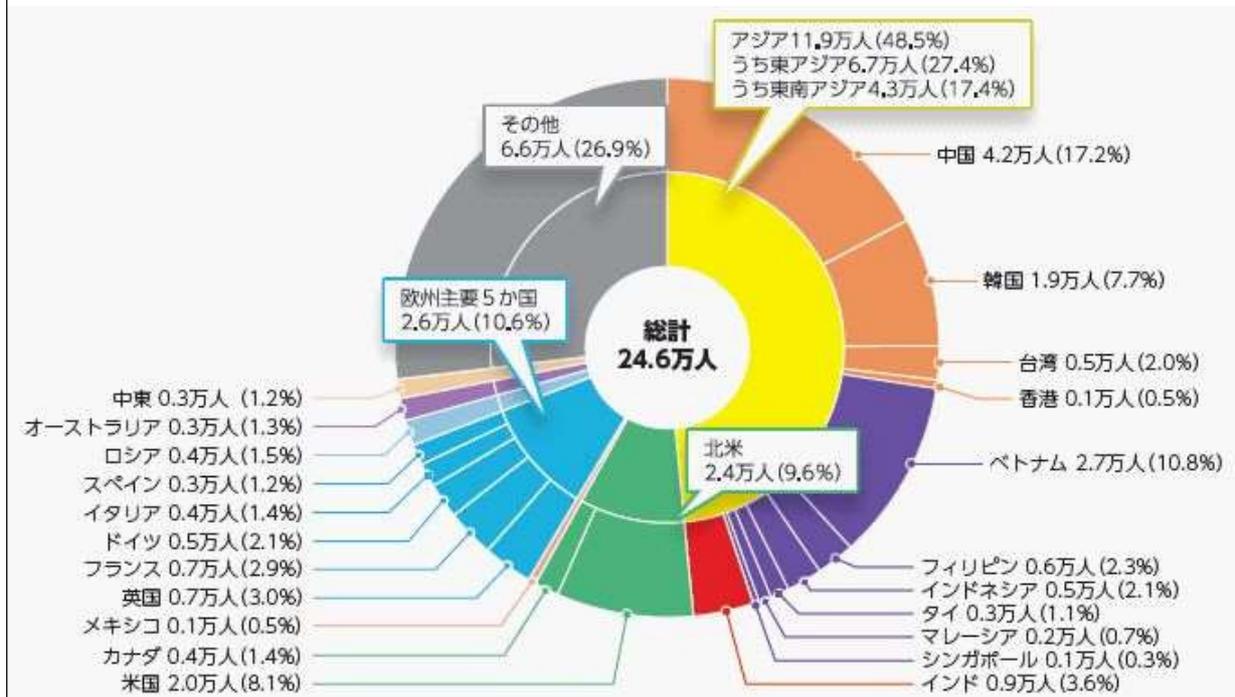


出展：観光庁「令和4年版観光白書」

資料：日本政府観光局資料に基づき観光庁作成

国・地域別にみると、アジア主要市場からの訪日外国人旅行者数が11.9万人となり、全体の48.5%を占めました。東アジアでは、中国が4.2万人と主要22市場のうちで最も多く、次に韓国が1.9万人、台湾が0.5万人と続き、全体の27.4%を占めています。東南アジアは、ASEAN（東南アジア諸国連合）の主要6市場からの訪日外国人旅行者数が4.3万人となりました。北米主要市場からの訪日外国人旅行者数は2.4万人となり、このうち米国は2.0万人となっています。欧州主要5市場からの訪日外国人旅行者数は2.6万人となりました。オーストラリアからの訪日外国人旅行者数は0.3万人となっています。その他の地域では、南米が0.5万人、アフリカが0.7万人でした。

### 訪日外国人旅行者の内訳（令和3年）



出展：観光庁「令和4年版観光白書」

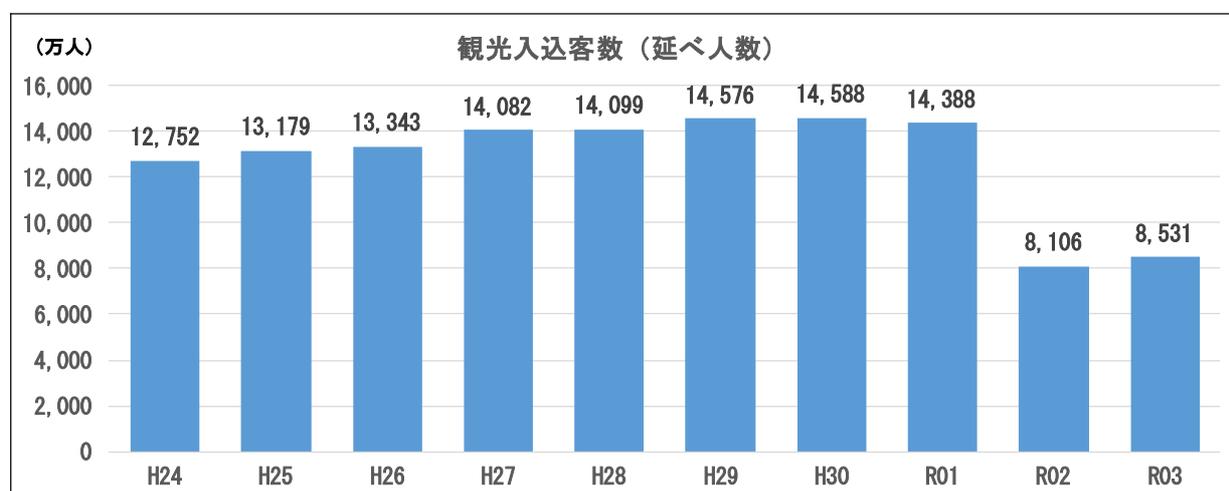
資料：日本政府観光局資料に基づき観光庁作成

## 2 北海道の観光動向

### (1) 北海道の観光入込客数の状況

平成24年度（2012）から令和3年度（2021）までの北海道の観光入込客数（延べ人数）で、過去10年度で最も多いのは、平成30年度（2018）の1億4,588万人となっています。また、当該年度の観光入込客数は北海道の観光入込客数調査上でも過去最多となっています。

一方、令和3年度（2021）は8,531万人で前年度比105.2%増、新型コロナウイルス感染症が流行する前の令和元年度（2019）比59.3%減となりました。令和2年度（2020）の観光入込客数は、新型コロナウイルス感染症の影響により、現在の基準で統計を開始した平成22年度（2010）以降、過去最低の観光入込客数で、過去最大の減少幅となっています。

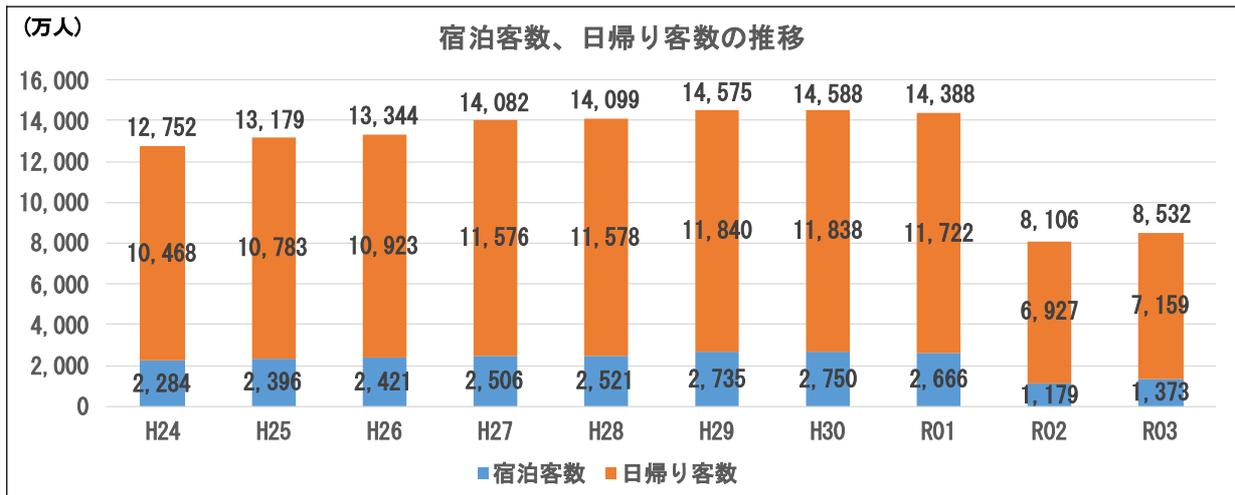


資料：北海道経済部観光局観光振興課「北海道観光入込客数調査」

訪日外国人の来道者については、平成24年度（2012）から過去最多を毎年更新しており、平成30年度（2018）は年間312万人に達しましたが、令和元年度（2019）以降は新型コロナウイルス感染症の影響で減少傾向にあります。

令和3年度（2021）の道内の宿泊客数は1,373万人で前年度比16.5%増、新型コロナウイルス感染症が流行する前の令和元年度（2019）比48.5%減となり、日帰り旅行人数は7,159万人で前年度比3.3%増、令和元年度（2019）比38.9%減となっています。

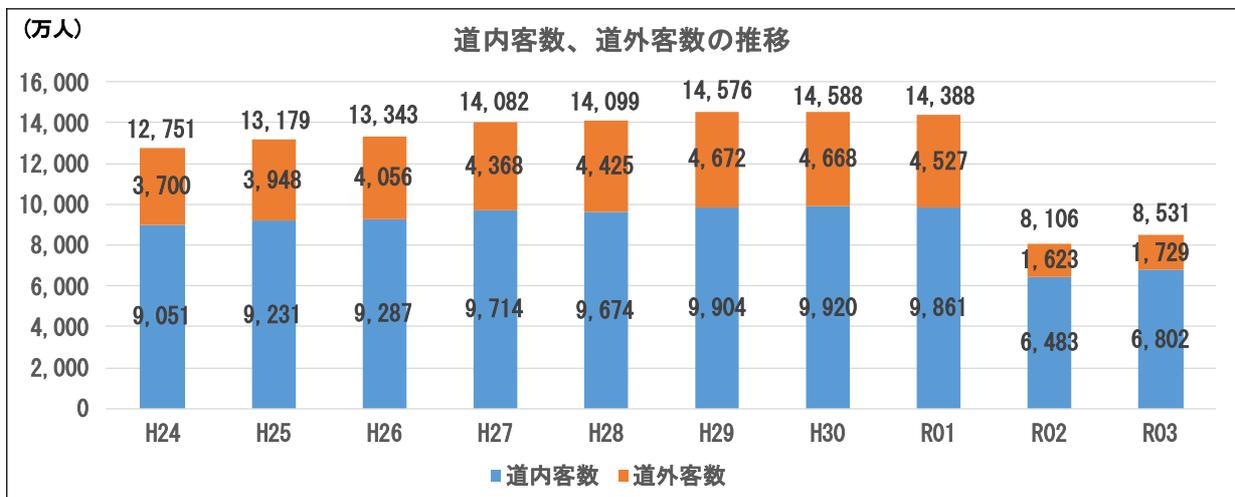
宿泊客数と日帰り客数の割合は、令和3年度（2021）では宿泊客数が16.1%、日帰り客数が83.1%となり、新型コロナウイルス感染症が流行する前の令和元年度（2019）では、宿泊客数が18.5%、日帰り客数が81.5%となっています。



資料：北海道経済部観光局観光振興課「北海道観光入込客数調査」

令和3年度（2021）の道内客数は6,802万人で前年度比4.9%増、新型コロナウイルス感染症が流行する前の令和元年度（2019）比31.0%減となり、道外客数は1,729万人で前年度比6.5%増、令和元年度（2019）比61.8%減となっています。

道内客数と道外客数の割合は、令和3年度（2021）では道内客数が79.7%、道外客数が20.3%となり、新型コロナウイルス感染症が流行する前の令和元年度（2019）では、道内客数が68.5%、道外客数が31.5%となっています。



資料：北海道経済部観光局観光振興課「北海道観光入込客数調査」

## ◇ 北海道の観光の強み

北海道は、明瞭な四季や国内で一番多くの自然公園（国立公園・国定公園ともに6箇所）があり、世界自然遺産やラムサール条約登録湿地など豊かな自然に恵まれています。その豊かな自然環境の保全とともに、ツーリズムなどに活用する取組が展開されており、道内で5地域が「日本ジオパーク※<sup>1</sup>」に、そのうち2地域が「ユネスコ世界ジオパーク」に認定されるなど、国際的にも高い評価を受けています。

また、歴史も深く、縄文文化、恐竜・化石、北海道遺産・日本遺産などの文化があり、令和2年（2020）7月には、アイヌ文化の復興等に関するナショナルセンターである民族共生象徴空間（愛称：ウポポイ）がオープンするなど、多様な体験メニューに恵まれています。

民間業者が実施した「地域ブランド調査」では、全国で最も魅力的な都道府県として14年連続で北海道が1位に選ばれています。

## ◇ 北海道の観光の弱み

北海道は、国内の都道府県で最大面積の83,424km<sup>2</sup>を誇りますが、その広大さ故に、観光地間の距離が長く移動に長い時間を要するほか、交通拠点と観光地との間を結ぶ二次交通が脆弱であることがあげられます。

また、観光入込客数に関しても6月から9月までの夏季に4割ほどの入込が集中しており、閑散期との比較では2倍近い差が生じるなど、観光客の入込客数が夏季に集中する傾向にあります。北海道が優位性を発揮できるアウトドア活動については、安全に楽しめるよう引率する質の高いガイドが必要となりますが、ガイド等の専門的な知識を有する人材確保が課題となります。

## ◇ 新型コロナウイルス感染症の影響

北海道では、令和2年（2020）2月頃に新型コロナウイルス感染症が確認され、国内では序盤の流行確認となり、早期から独自の緊急事態宣言などの発令により観光客の来道制限がかけられてきました。

これらによる影響は大きく、新型コロナウイルス感染症の影響前後では観光入込客数が大きく変動しました。影響前の令和元年度（2019）の年間入込客数は、年度末は新型コロナウイルス感染症の影響もありましたが5,277万人、令和2年度（2020）は3,388万人となり、前年度比約63.2%となっています。

観光入込客数の減少による観光関連産業への影響は大きく、地域経済の落ち込みが顕著に表れています。

---

※1 ジオパーク：「大地の公園」を意味し、科学的に重要で貴重な価値を持つ地形や地質を保全するとともに、地球活動が生み出したダイナミックな大地と、その環境が生み出した生態系、文化、歴史、産業、暮らしなどを教育やツーリズムに活用しながら、持続可能な発展を推進する地域認定プログラムのこと。

## ◇ 北海道が目指す姿

北海道では、次の事項を目指しています。

### ■オンリーワン！自然・食・文化を活かした観光地

- ・ 道民・国民・そして世界からも愛される北海道
- ・ 道民が誇りをもって観光地づくりに関与（HOKKAIDO LOVE！）
- ・ アジアに加え、「ATWS<sup>※2</sup>北海道／日本」を契機に欧米からの高い認知度
- ・ 「ビジネス＋観光」でも快適な滞在型の観光地

### ■いつでも！どこでも！何度でも！

- ・ 繁閑差（季節・平日休日等）・地域偏在（道央集中）の解消
- ・ 旅マエ・旅ナカ・旅アト消費の拡大
- ・ 何度来ても満足できる観光地
- ・ 質や満足度の高いサービスの提供に向けてのホスピタリティ向上

### ■誰もが安全・安心・快適に滞在

- ・ 道内客・道外客・外国人が共に楽しめる観光地
- ・ 国籍・年齢を問わないインフラの整備
- ・ ハードとソフト両面における安全・安心の確保
- ・ 道内観光地間を快適に移動できる二次交通
- ・ 多言語・多様な媒体での迅速かつ正確な情報発信

### ■持続的な観光関連産業の発展

- ・ 道民の貴重な財産である自然環境や文化を守り育てながら次の世代につなぐ
- ・ 四季を彩る雄大な自然との共生
- ・ 高い観光推進機能（マーケティング、プロモーション等）
- ・ 観光公害への対応と地域住民による観光産業への理解
- ・ 国内外の人が働きたいと思う職場環境
- ・ 新たな感染症や災害など不測の事態への強い対応力

## ◇ 目指す姿への具体的施策

北海道がこれまで実施してきた「観光地づくり」「誘客活動」「受入体制整備」の基本的施策に加え、新型コロナウイルス感染症の収束時期が見通せない中、感染状況に応じたウィズコロナ、ポストコロナの施策を展開しています。

### ■クリーン×セーフティ北海道

- ・ 新北海道スタイル、業種別感染症対策ガイドラインの徹底などによる安全・安心の提供
- ・ 広大な自然、密になりにくいアウトドア環境など北海道の価値・優位性を再評価

---

※2 ATWS：「アドベンチャートラベル・ワールドサミット」の略で、「自然」「異文化体験」「アクティビティ」の3要素のうち、2つ以上を含む旅行形態のことをいう。市場規模は欧米を中心として、一人あたりの平均支出額は訪日外国人の約2倍で、長期滞在が多く、富裕層の割合が高い。

- ・ 積極的な情報発信
- ・ 環境と共生する観光の推進

#### ■量×質の追求

- ・ 人口減少社会における道内観光の高付加価値化
- ・ 地元（道民）からも愛される観光地づくり
- ・ 自然環境・食など北海道の観光資源のブランド力強化による新規誘客・リピーターの獲得
- ・ 富裕層向け商品・サービスの充実による質の向上
- ・ AI<sup>※3</sup>、IoT<sup>※4</sup>等先端技術導入による観光産業の収益構造の改善

#### ■旅行者比率のリバランス

- ・ 道民の道内再発見、国内旅行の需要喚起
- ・ 渡航制限解除等を見据えた海外需要の獲得
- ・ 欧米等新規市場の開拓による市場拡大

#### ■新しい旅行スタイルの推進

- ・ 北海道の自然等を活かしたワーケーション<sup>※5</sup>の創造などによる滞在型観光の推進
- ・ 「ATWS北海道／日本」を契機に北海道の自然・文化等の特性を活かしたアドベンチャートラベルの造成・発信
- ・ MICE<sup>※6</sup>・IR<sup>※7</sup>など新たなインバウンド<sup>※8</sup>等の取込方策の検討

#### ■観光インフラの強靱化

- ・ 広域観光の拠点としての道内空港等の利活用
- ・ 観光産業を支える人材の確保・育成
- ・ 災害時等に観光客の安全・安心に資する基盤の強化

#### ■推進体制の強化

- ・ 観光関係団体等との連携推進
- ・ 観光振興に係る安定的な財源の確保

---

※3 AI：人工知能のこと。

※4 IoT：あらゆるモノをインターネットに接続する技術であり、日本語ではモノのインターネットと訳される。

※5 ワーケーション：Work（仕事）とVacation（休暇）を組み合わせた造語。テレワーク等を活用し普段の職場とは異なる場所で余暇を楽しみつつ仕事を行うこと。

※6 MICE：「マイス」と読み、企業等の会議（Meeting）、研修旅行（Incentive Travel）国際会議（Convention）、展示会・見本市、イベント（Exhibition/Event）の頭文字のことであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称。

※7 IR（Integrated Resort、特定複合観光施設）：カジノ施設及び会議場施設、レクリエーション施設、展示施設、宿泊施設その他の観光の振興に寄与すると認められる施設が一体となっている施設であって、民間事業者が設置及び運営するもの。

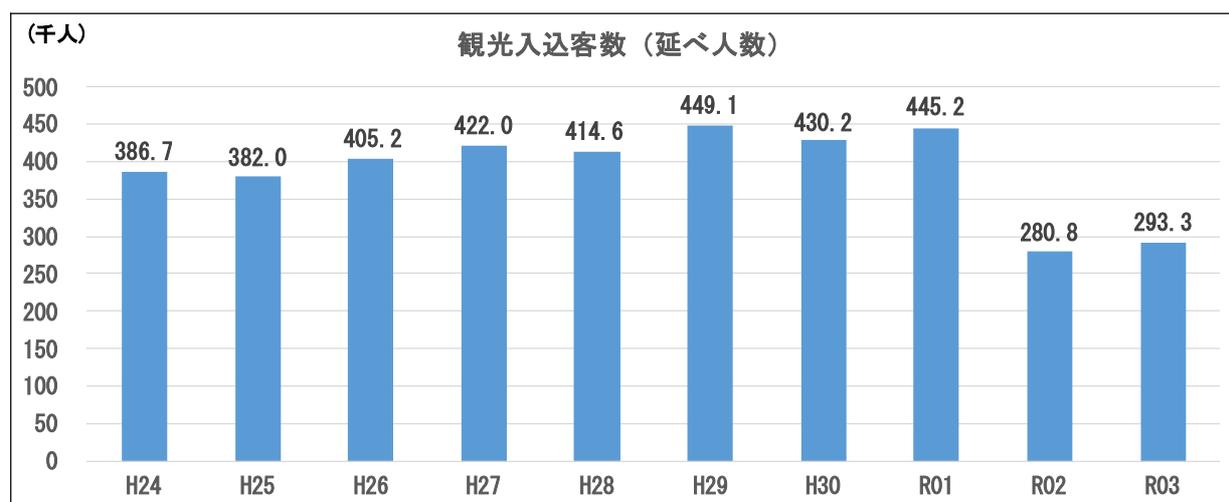
※8 インバウンド：訪日外国人旅行（客）のこと。

### 3 厚岸町の観光動向

#### (1) 厚岸町の観光入込客数の状況

平成24年度（2012）から令和3年度（2021）までの厚岸町の観光入込客数（延べ人数）で、過去10年度で最も多いのは、平成29年度（2017）の44万9,100人となっています。

また、当該年度の観光客入込客数は、現在の基準で統計を開始した平成22年度（2010）以降においても、最も多い観光入込客数となっています。

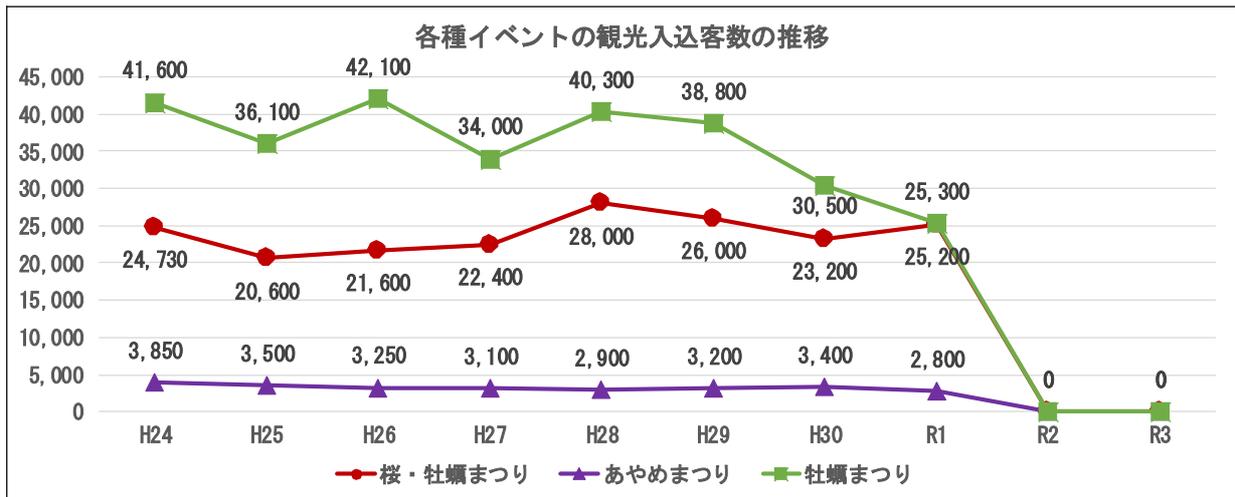


資料：北海道経済部観光局観光振興課「北海道観光入込客数調査」

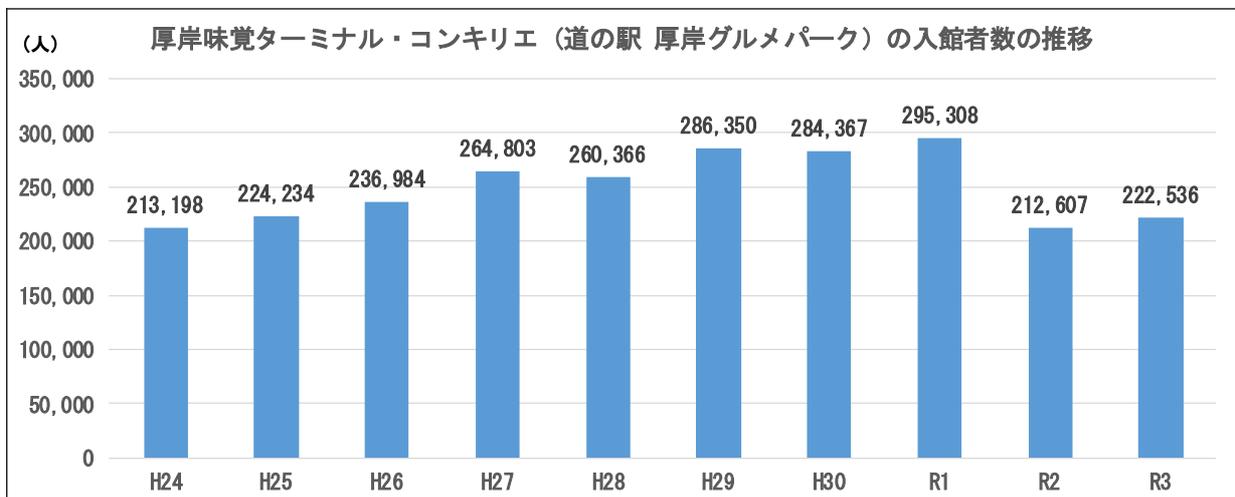
近年は、5月のあつけし桜・牡蠣まつり、10月のあつけし牡蠣まつりの観光入込客数が高水準を維持しており、また、厚岸味覚ターミナル・コンキリエ（道の駅 厚岸グルメパーク）の入館者数が年々増加してきている傾向にあります。

それぞれの観光入込客数が最も多い年度は、あつけし桜・牡蠣まつりが平成28年度（2016）の2万8,000人、あつけし牡蠣まつりが平成26年度（2014）の4万2,100人、厚岸味覚ターミナル・コンキリエ（道の駅 厚岸グルメパーク）が令和元年度（2019）の29万5,308人となっています。

令和2年（2020）2月頃から感染が拡大しはじめた新型コロナウイルス感染症の影響のため、令和2年度（2020）は大幅に観光入込客数が減少しており、各種イベントは令和2年度（2020）と令和3年度（2021）を中止としています。また、厚岸味覚ターミナル・コンキリエ（道の駅 厚岸グルメパーク）は、平成6年のオープン以降、入館者数が30万人を上回ったことがなかったものの、新型コロナウイルス感染症が流行する前の令和元年度（2019）までは増加傾向にあり、30万人まで目前でしたが、令和2年度（2020）の入館者数は、21万2,607人で直近10年度の間で最も少ない入館者数となっています。



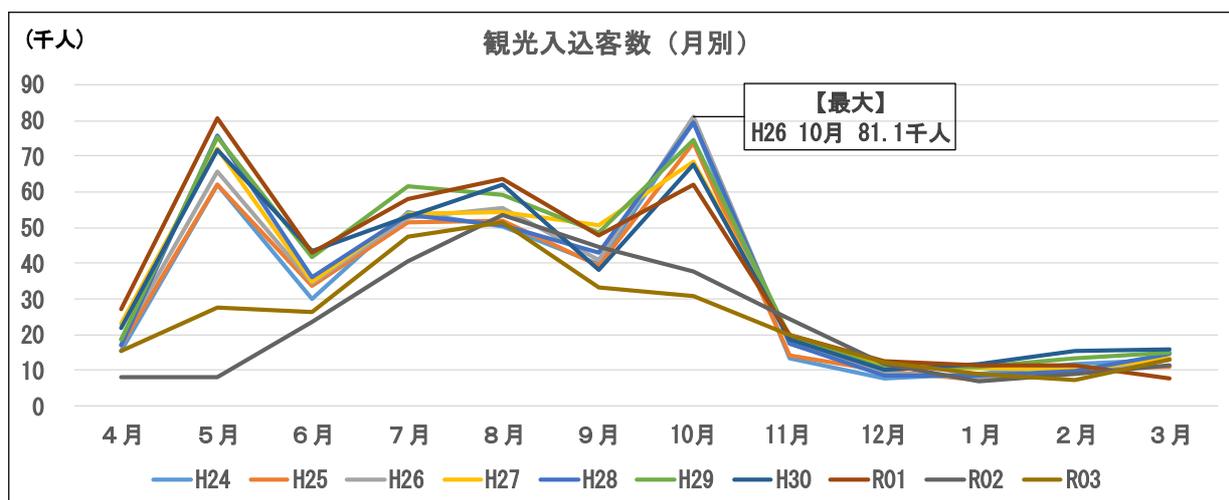
資料：厚岸町観光商工課『観光入込客数調査』



資料：厚岸町観光商工課『観光入込客数調査』

月別の観光入込客数の全体的な傾向は、新型コロナウイルス感染症の影響が出ている令和2年度（2020）と令和3年度（2021）を除き、あつけし桜・牡蠣まつりが開催される5月、あつけし牡蠣まつりが開催される10月の観光入込客数が他の月に比べて多くなっています。

また、11月から翌年4月までは、月別でも3万人を下回っており、5月から10月までの観光シーズンに入込が集中しています。



観光入込客数（月別）

（単位：千人）

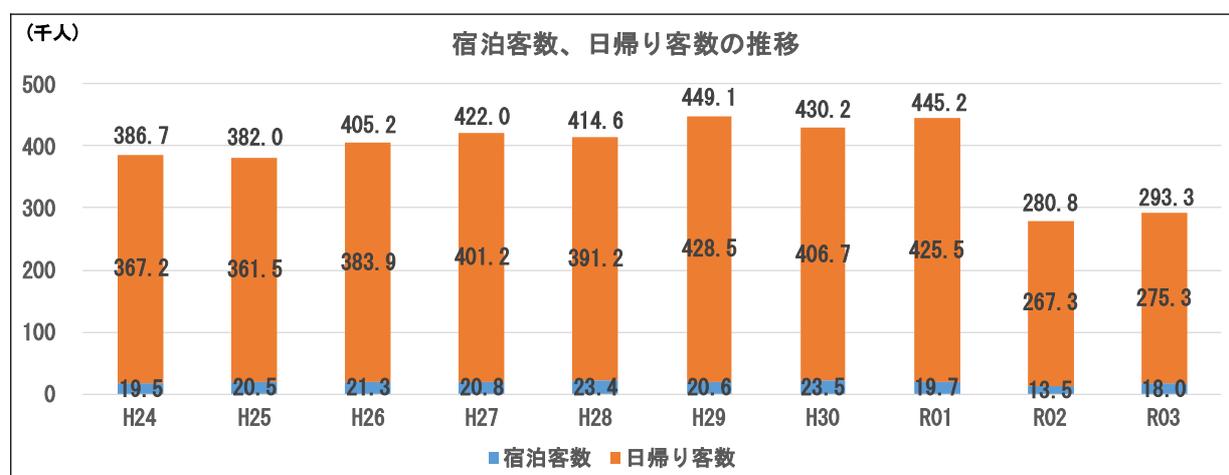
区分	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	年間計
H24	15.6	62.0	29.9	54.4	50.3	39.9	79.5	13.5	7.8	8.9	11.8	13.1	386.7
H25	17.0	62.2	33.5	51.3	51.7	39.5	73.8	14.4	9.6	7.4	10.7	10.9	382.0
H26	18.5	65.6	34.3	52.5	55.6	40.8	81.1	17.6	9.3	7.6	9.3	13.0	405.2
H27	23.1	72.2	35.0	53.9	54.2	50.5	68.6	18.7	11.3	10.6	10.3	13.6	422.0
H28	16.9	75.6	36.1	53.6	50.8	43.1	79.4	17.5	8.7	8.5	9.7	14.7	414.6
H29	18.6	75.4	41.6	61.7	59.3	48.7	74.6	19.4	10.5	10.8	13.6	14.9	449.1
H30	21.8	71.7	43.5	53.0	62.1	38.3	67.8	18.5	10.2	12.0	15.6	15.7	430.2
R01	27.0	80.7	42.9	58.1	63.7	47.9	62.1	19.9	12.6	11.3	11.4	7.6	445.2
R02	8.1	8.3	23.7	40.7	53.7	44.7	37.8	24.3	12.0	7.0	9.0	11.5	280.8
R03	15.3	27.5	26.2	47.3	51.3	33.4	30.7	19.9	12.4	8.8	7.4	13.1	293.3

資料：北海道経済部観光局観光振興課「北海道観光入込客数調査」

## (2) 厚岸町への宿泊客数と日帰り客数

令和3年度（2021）の厚岸町の宿泊客数は1万8,000人で前年度比33.3%増、新型コロナウイルス感染症が流行する前の令和元年度（2019）比8.6%減となり、日帰り客数は27万5,300人で前年度比3.0%増、令和元年度（2019）比35.3%減となっています。

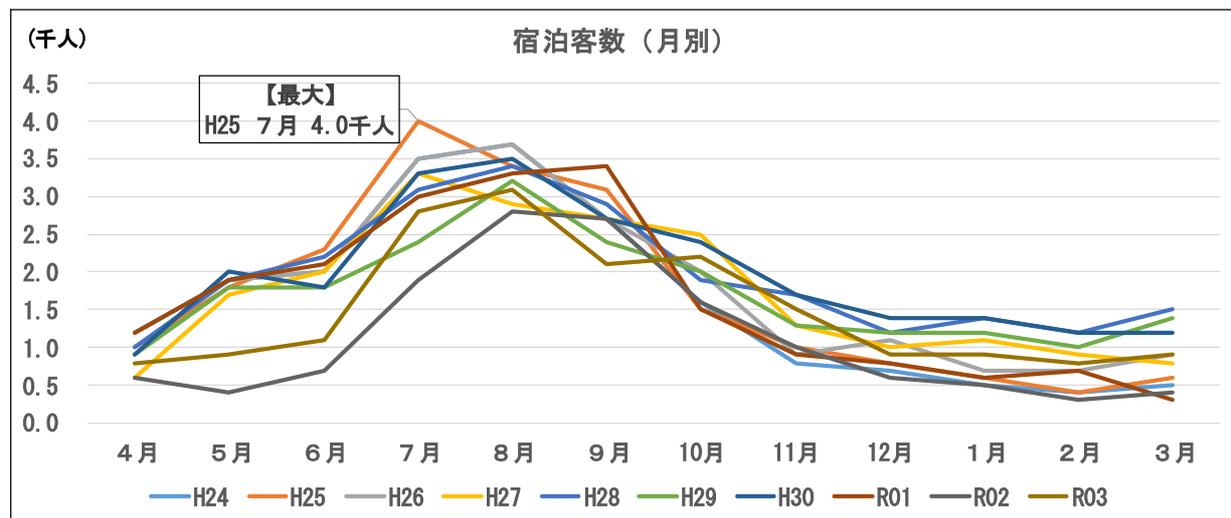
宿泊客数と日帰り客数の割合は、令和3年度（2021）では宿泊客数が6.1%、日帰り客数が93.9%となり、新型コロナウイルス感染症が流行する前の令和元年度（2019）では、宿泊客数が4.4%、日帰り客数が95.6%となっています。宿泊客数より日帰り客数が多いことから、厚岸町へ来訪される観光客は通過型観光であることがわかります。



資料：北海道経済部観光局観光振興課「北海道観光入込客数調査」

月別の宿泊客数の全体的な傾向は、新型コロナウイルス感染症の影響が出ている令和2年度（2020）と令和3年度（2021）を除き、夏休みシーズンである7月から9月に集中しています。

また、過去10年間で、12月から翌年4月までは、月別でも1,500人を下回っています。



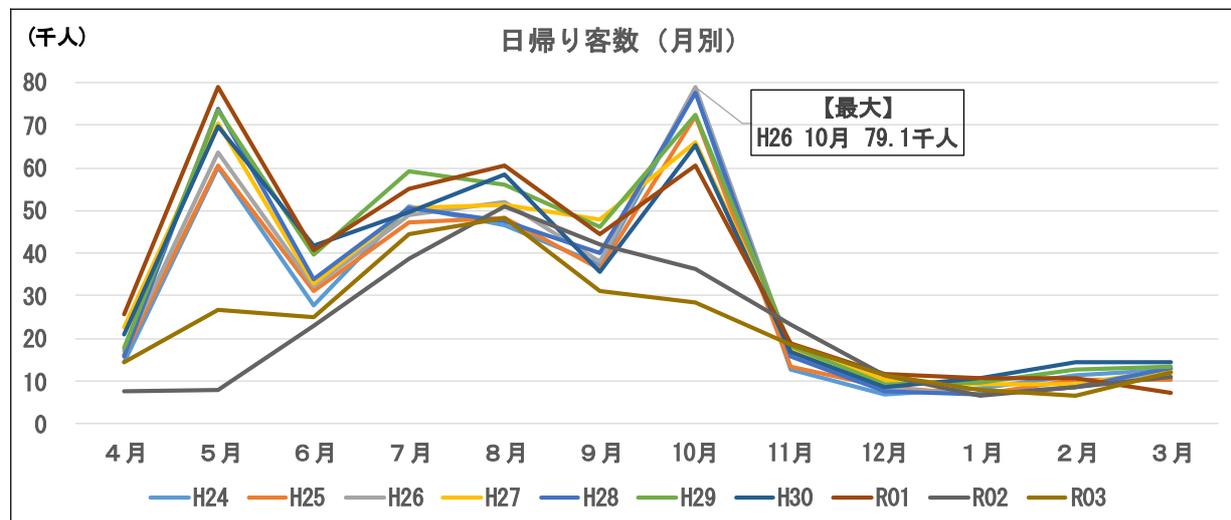
宿泊客数（月別）

（単位：千人）

区分	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	年間計
H24	1.2	1.9	2.0	3.5	3.7	2.7	1.6	0.8	0.7	0.5	0.4	0.5	19.5
H25	1.0	1.8	2.3	4.0	3.4	3.1	1.5	1.0	0.8	0.6	0.4	0.6	20.5
H26	1.2	1.9	2.0	3.5	3.7	2.7	2.0	0.9	1.1	0.7	0.7	0.9	21.3
H27	0.6	1.7	2.0	3.3	2.9	2.7	2.5	1.3	1.0	1.1	0.9	0.8	20.8
H28	1.0	1.9	2.2	3.1	3.4	2.9	1.9	1.7	1.2	1.4	1.2	1.5	23.4
H29	0.9	1.8	1.8	2.4	3.2	2.4	2.0	1.3	1.2	1.2	1.0	1.4	20.6
H30	0.9	2.0	1.8	3.3	3.5	2.7	2.4	1.7	1.4	1.4	1.2	1.2	23.5
R01	1.2	1.9	2.1	3.0	3.3	3.4	1.5	0.9	0.8	0.6	0.7	0.3	19.7
R02	0.6	0.4	0.7	1.9	2.8	2.7	1.6	1.0	0.6	0.5	0.3	0.4	13.5
R03	0.8	0.9	1.1	2.8	3.1	2.1	2.2	1.5	0.9	0.9	0.8	0.9	18.0

資料：北海道経済部観光局観光振興課「北海道観光入込客数調査」

月別の日帰り客数の全体的な傾向は、新型コロナウイルス感染症の影響が出ている令和2年度（2020）と令和3年度（2021）を除き、各年度とも、5月の「あつけし桜・牡蠣まつり」、10月の「あつけし牡蠣まつり」に観光入込客数が集中しています。また、過去10年間で、12月から翌年3月までは、月別でも2万人を下回っています。



日帰り客数（月別） (単位：千人)

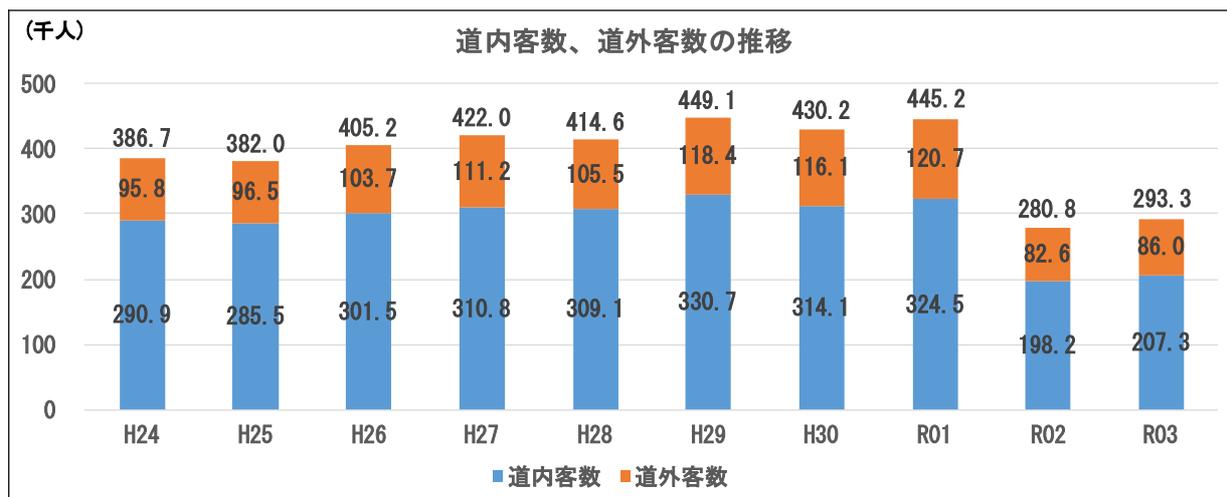
区分	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	年間計
H24	14.4	60.1	27.9	50.9	46.6	37.2	77.9	12.7	7.1	8.4	11.4	12.6	367.2
H25	16.0	60.4	31.2	47.3	48.3	36.4	72.3	13.4	8.8	6.8	10.3	10.3	361.5
H26	17.3	63.7	32.3	49.0	51.9	38.1	79.1	16.7	8.2	6.9	8.6	12.1	383.9
H27	22.5	70.5	33.0	50.6	51.3	47.8	66.1	17.4	10.3	9.5	9.4	12.8	401.2
H28	15.9	73.7	33.9	50.5	47.4	40.2	77.5	15.8	7.5	7.1	8.5	13.2	391.2
H29	17.7	73.6	39.8	59.3	56.1	46.3	72.6	18.1	9.3	9.6	12.6	13.5	428.5
H30	20.9	69.7	41.7	49.7	58.6	35.6	65.4	16.8	8.8	10.6	14.4	14.5	406.7
R01	25.8	78.8	40.8	55.1	60.4	44.5	60.6	19.0	11.8	10.7	10.7	7.3	425.5
R02	7.5	7.9	23.0	38.8	50.9	42.0	36.2	23.3	11.4	6.5	8.7	11.1	267.3
R03	14.5	26.6	25.1	44.5	48.2	31.3	28.5	18.4	11.5	7.9	6.6	12.2	275.3

資料：北海道経済部観光局観光振興課「北海道観光入込客数調査」

### (3) 厚岸町への道内客数と道外客数

令和3年度（2021）の厚岸町の道内客数は20万7,300人で前年度比4.6%増、新型コロナウイルス感染症が流行する前の令和元年度（2019）比36.1%減となり、道外客数は8万6,000人で前年度比4.1%増、令和元年度（2019）比28.7%減となっています。

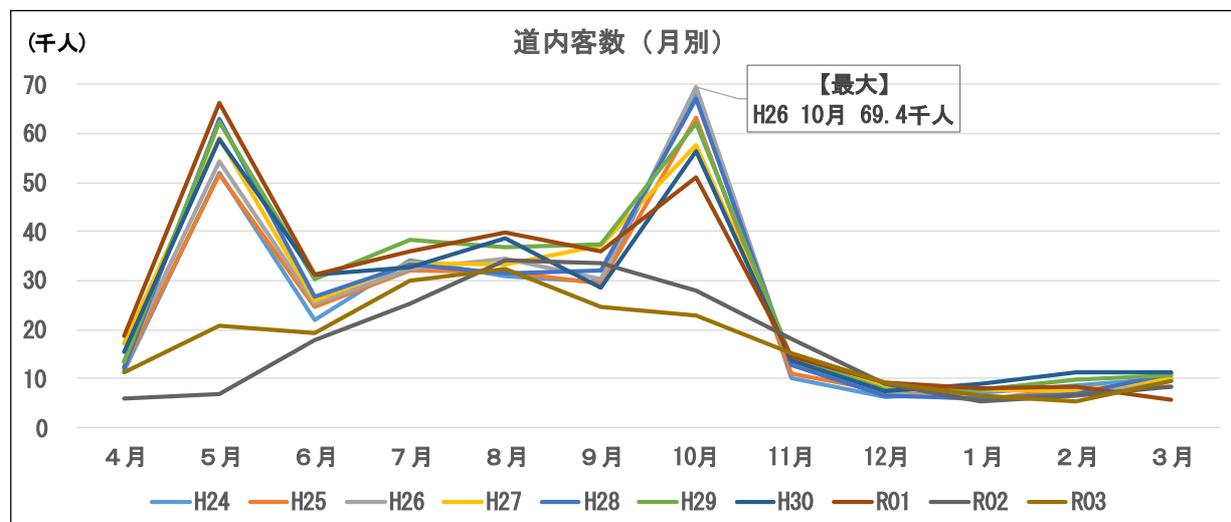
道内客数と道外客数の割合は、令和3年度（2021）では道内客数が70.7%、道外客数が29.3%となり、新型コロナウイルス感染症が流行する前の令和元年度（2019）では、道内客数が72.9%、道外客数が27.1%となっています。



資料：北海道経済部観光局観光振興課「北海道観光入込客数調査」

月別の道内客数の全体的な傾向は、新型コロナウイルス感染症の影響が出ている令和2年度（2020）と令和3年度（2021）を除き、各年度とも、5月の「あつけし桜・牡蠣まつり」、10月の「あつけし牡蠣まつり」に観光入込客数が集中しており、月別の日帰り客数と同様なグラフとなっていることから、厚岸町へ来訪する道内客は日帰り客が多いことがわかります。

また、過去10年間で、11月から翌年4月までは、月別でも2万人を下回っており、観光の目玉となるような施設やイベントがなく、冬季の道内客数は少ないことがわかります。令和2年度（2020）以降は、新型コロナウイルス感染症の影響によりイベントを中止としたことから、どの月も平均して道内客数は少なくなっています。



道内客数（月別）

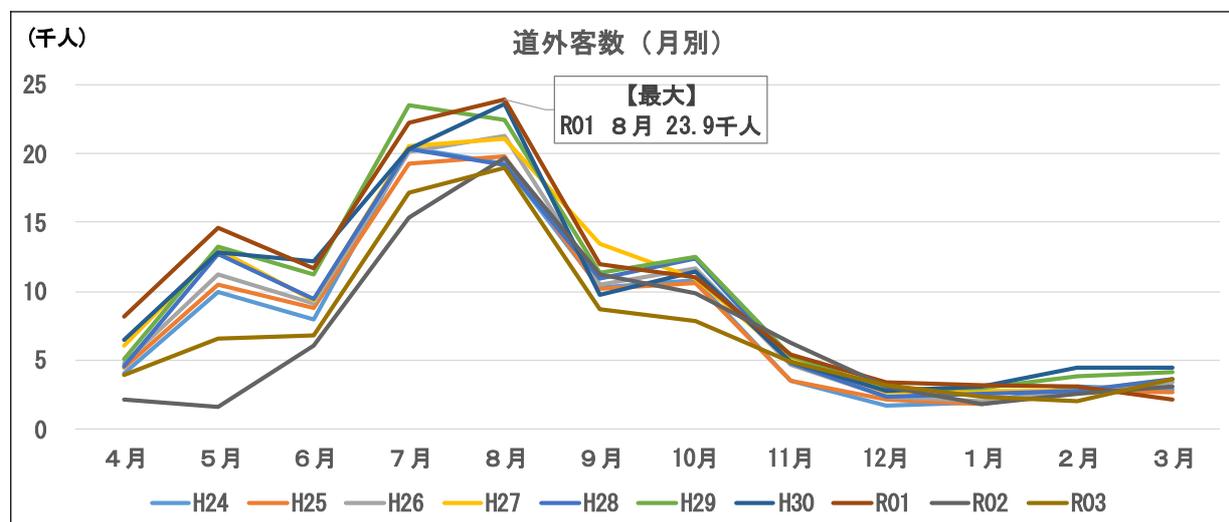
（単位：千人）

区分	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	年間計
H24	11.6	52.0	22.0	34.0	31.0	29.6	68.7	10.0	6.1	7.0	8.7	10.2	290.9
H25	12.6	51.7	24.7	32.0	31.9	29.3	63.2	10.9	7.5	5.6	7.9	8.2	285.5
H26	13.7	54.4	25.2	32.4	34.3	30.3	69.4	12.9	7.0	5.6	6.7	9.6	301.5
H27	17.1	59.2	25.7	33.4	33.1	37.1	57.7	13.6	8.6	7.8	7.5	10.0	310.8
H28	12.3	62.9	26.7	33.3	31.6	32.2	67.0	12.7	6.4	6.0	6.9	11.1	309.1
H29	13.5	62.2	30.4	38.2	36.8	37.4	62.1	14.1	7.6	7.8	9.8	10.8	330.7
H30	15.3	58.9	31.3	32.7	38.5	28.6	56.4	13.6	7.4	8.9	11.2	11.3	314.1
R01	18.8	66.1	31.3	35.9	39.8	35.9	51.1	14.5	9.2	8.1	8.3	5.5	324.5
R02	6.0	6.7	17.7	25.3	34.0	33.5	28.0	18.0	8.9	5.2	6.5	8.4	198.2
R03	11.4	20.9	19.4	30.1	32.3	24.7	22.9	15.0	9.2	6.5	5.4	9.5	207.3

資料：北海道経済部観光局観光振興課「北海道観光入込客数調査」

月別の道外客数の全体的な傾向は、新型コロナウイルス感染症の影響が出ている令和2年度（2020）と令和3年度（2021）を除き、各年度とも、7月と8月が最も多く、要因は夏休み期間における避暑目的での釧路地域への来訪によるものと考えられます。

また、過去10年間で、12月から翌年3月までは、月別でも5千人を下回っています。



道外客数（月別）

（単位：千人）

区分	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	年間計
H24	4.0	10.0	7.9	20.4	19.3	10.3	10.8	3.5	1.7	1.9	3.1	2.9	95.8
H25	4.4	10.5	8.8	19.3	19.8	10.2	10.6	3.5	2.1	1.8	2.8	2.7	96.5
H26	4.8	11.2	9.1	20.1	21.3	10.5	11.7	4.7	2.3	2.0	2.6	3.4	103.7
H27	6.0	13.0	9.3	20.5	21.1	13.4	10.9	5.1	2.7	2.8	2.8	3.6	111.2
H28	4.6	12.7	9.4	20.3	19.2	10.9	12.4	4.8	2.3	2.5	2.8	3.6	105.5
H29	5.1	13.2	11.2	23.5	22.5	11.3	12.5	5.3	2.9	3.0	3.8	4.1	118.4
H30	6.5	12.8	12.2	20.3	23.6	9.7	11.4	4.9	2.8	3.1	4.4	4.4	116.1
R01	8.2	14.6	11.6	22.2	23.9	12.0	11.0	5.4	3.4	3.2	3.1	2.1	120.7
R02	2.1	1.6	6.0	15.4	19.7	11.2	9.8	6.3	3.1	1.8	2.5	3.1	82.6
R03	3.9	6.6	6.8	17.2	19.0	8.7	7.8	4.9	3.2	2.3	2.0	3.6	86.0

資料：北海道経済部観光局観光振興課「北海道観光入込客数調査」

## 4 マーケティング調査

本町の観光に関する現状や課題、観光資源の認知度や魅力度等を把握し、本計画に反映することを目的としたマーケティング調査を実施しました。

	調査名	調査対象	実施時期
1	観光施設ヒアリング調査	町内の主要観光施設等30箇所	令和4年(2022)9月～10月
2	有識者調査	厚岸町、厚岸観光協会、厚岸町商工会、厚岸漁業協同組合、釧路太田農業協同組合	令和4年(2022)9月～令和5年(2023)1月
3	来訪者調査	来訪者及び町内宿泊者	令和4年(2022)9月
4	町民アンケート調査	18歳の町民1,000人	令和4年(2022)10月～11月
5	インターネットアンケート調査	趣味や興味に「旅行」を選択している20歳以上の人で、北海道内500人、北海道外(国内)500人の合計1,000人	令和5年(2023)1月～2月
6	SNS等の定性分析	SNS等における厚岸町の観光等に関する投稿や口コミ等	令和4年(2022)9月～10月

### (1) 観光施設ヒアリング調査

町内の次の主要観光施設30箇所の各観光施設管理者等を対象に、ヒアリング調査を実施。

種別	調査対象施設
観光施設	子野日公園、愛冠岬(観光サービスセンター)、原生花園あやめヶ原(観光サービスセンター)、厚岸水鳥観察館、町営牧場、厚岸町海事記念館、筑紫恋キャンプ場、厚岸蒸溜所、愛冠自然史博物館、ネイパル厚岸、厚岸味覚ターミナル・コンキリエ、厚岸町総合観光案内所、厚岸漁業協同組合(直売店)
飲食店	森高牧場、厚岸海産、桜亭、馬場商店、氏家、一福、スナック舞、スナック暖手巢
宿泊施設	ホテル五味、シーサイドインホテルあつけし、鈴木旅館、遠藤旅館(愛冠ユースホテル)、民宿喜多岬、民宿あつけし
交通機関	JR北海道厚岸駅、桜ハイヤー、くしろバス厚岸営業所

① 新型コロナウイルス感染症の前後における厚岸観光の変化

- ・ 新型コロナウイルス感染症の拡大により、厚岸町を訪れる観光客は大きく減少。特に、令和3年度は緊急事態宣言とまん延防止等重点措置が続いたため、観光施設が閉鎖される時期があり、観光客数が大きく減少した。
- ・ 令和3年度後半からはワクチン接種が進んだことにより、行動範囲の制限が緩和され、観光客が徐々に回復。令和4年夏の段階では7割から8割まで回復した施設が多い。
- ・ インバウンド客の回復はこれからの状況にあるが、厚岸町はインバウンド客の入込がそれほど多くないため、新型コロナウイルス感染症の影響は少ない。
- ・ 新型コロナウイルス感染症の影響の一つとして、工事関係などの利用客でも町内に宿泊する場合、一人部屋を希望する人が増えた。そのため、工事関係の仕事利用の長期宿泊で客室が埋まり、観光客が予約を入れようとしても客室に空きがない状況が出ている。

② 厚岸観光の課題

●情報発信

- ・ 厚岸町の観光資源に対する町外の評価は、町民が思っているよりも高い。しかし、その観光資源に関する情報が外部に十分に届いているとは言えない。
- ・ 道の駅以外で牡蠣を食べることができる町内の飲食店の情報が十分に伝わっていない。

●町内の移動手段

- ・ 町内を走るバスは生活路線であり、バスで利用できる観光地は限られている。
- ・ 厚岸駅や道の駅で国泰寺跡や愛冠岬を案内すると、歩くのが好きな観光客は時間をかけて徒歩で向かうが、多くの観光客は訪問が難しい状況となっている。
- ・ ウイスキーが好きな観光客でも、お酒を飲んでしまえば、運転ができなくなるため、昼食時にレストランでウイスキーを我慢する場合がある。
- ・ タクシーの営業時間が20時で終了するため、夜の会食後の交通手段に困る。

●宿泊施設の充実

- ・ 町内の宿泊施設は、ホテル2軒、民宿2軒、旅館2軒の6軒であり（ほかに、ネイパル厚岸とキャンプ場がある）、宿泊客にとっては、選択の幅が少ないことや施設が古いこと、工事関係の仕事利用で長期宿泊者が多いため、予約が取りづらいなどの課題がある。
- ・ 予約がいっぱいで宿泊施設が見つからずに宿泊を断念したという人がいる。

③ 厚岸観光への要望・期待すること

● SNSなどを活用した効果的な情報発信

- ・ SNSなどを活用し観光情報を効果的に発信することにより、厚岸の魅力を十分に伝え、観光客誘致を図ることが求められている。
- ・ 検討期間が比較的長い観光においては、SNSを活用して潜在顧客とのつながりを持ち、興味関心や好感度を高めていくことが重要である。

● レンタサイクル・循環バス

- ・ 厚岸駅から観光施設への移動手段として、レンタサイクル導入や循環バス・観光タクシーの運行に対する期待は多い。観光客の増える夏の週末限定でも検討できないか。

● 宿泊施設の充実

- ・ 町内の宿泊施設を充実させることで、観光客や町内消費金額が増えるのではないかという意見は多い。海が見える景色の良い場所に、カキをはじめとする海産物やウイスキーを堪能できる宿泊施設ができると、厚岸観光の新たな魅力となる。
- ・ 現状で宿泊施設が足りないのは夏から秋までの限られた時期であり、新しい宿泊施設を増やすだけの需要があるのかという指摘もある。

● 体験観光の推進

- ・ 厚岸の海を活かした体験観光メニュー（漁業体験、マリンスポーツ）のサービスを提供できないか。
- ・ 厚岸名産のカキの生態を学ぶことができる施設、カキ養殖の様子を学ぶことができる施設があると、厚岸名産のカキの品質の良さや、3つの種類の特徴など伝わるのではないか。
- ・ 厚岸ウイスキーは厚岸の森や水から生まれている。厚岸でウイスキーが生まれる背景や自然環境を学ぶエコツアーができないか。

● 地元住民も楽しめる施設

- ・ 観光客だけでなく地元住民も楽しめる施設として、温泉施設や子どもが遊べる施設（屋内遊園施設など）を求める意見も多い。
- ・ 海岸線の景色の良さを活かしたカフェなどの飲食店が欲しいという意見もある。

## (2) 有識者調査

町内の次の団体を対象にヒアリング調査を実施。

対象団体：厚岸町、厚岸観光協会、厚岸町商工会、厚岸漁業協同組合、  
釧路太田農業協同組合

### ① 厚岸観光の課題について

- ・ 厚岸町に滞在してもらうための弱点が宿泊施設であることは、観光施設ヒアリング調査で指摘されているとおり。宿泊や飲食に不便を感じているのは、観光客も町民も同様。宿泊施設が充実しないと、次のステップに進めない。日帰り観光では、楽しめることが限られる。
- ・ 日帰り客だけでは経済効果が小さい。宿泊客が増えることが経済活性化につながっていく。
- ・ 厚岸町の海岸線には景色の良い場所が多いが、車を止めて見る場所がない。観光客を受け入れるためにやるべき施設整備はまだである。
- ・ 昔から厚岸にいる人は現状を変えようと動かない。厚岸蒸溜所など、よそから来た人が変化を与えている。
- ・ 現状では、観光PRを行っても受入体制ができておらず、観光客の期待に応えることができない。

### ② これからの厚岸に期待すること

- ・ 厚岸町には良い観光資源がある。来訪者アンケートの結果で「また来たい」という意見が多いのは厚岸に魅力がある証拠。これをリピーターに結び付けることが重要。
- ・ 問題は、誰が観光サービスを提供するのか。民間企業の中には、色々な街を見ておりアイデアが豊富な人もいる。こういう発想が役場にも欲しい。
- ・ 今後、周遊型の複数泊の観光が増えてくると、厚岸も選択肢に入る可能性が高くなるのではないか。厚岸の食と景色は他の観光地に負けていない。
- ・ 車がないと行けない観光地が多いので、駅に案内所があって、タクシー、宿泊、食事など手配してくれる体制があると良い。
- ・ 厚岸に観光客を呼ぶポイントは、やはりカキ。カキの種類が複数あることや、品質の良さなど伝えていく努力が必要。
- ・ 人間は欲張りなので、カキを食べる以外にも色々楽しみたいはず。厚岸に泊まる場所があれば、カキを食べる以外にも、色々なことを楽しむことができるようになる。
- ・ 観光は、町内の各産業が一体となって取り組むことが重要。一つの産業だけが頑張ってもうまくいかない。

③ 厚岸のまちづくりについて

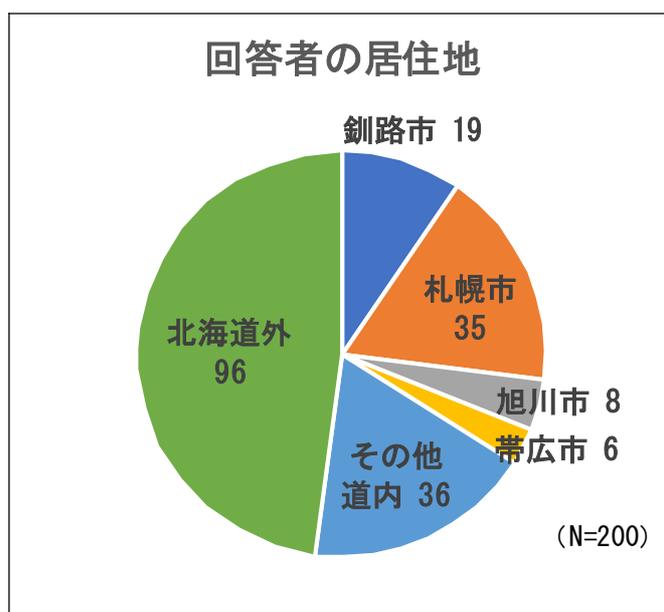
- これからの厚岸町を支えていく若い人の考えを、これからのまちづくりに取り入れる必要があるのではないか。熱い思いを持った人間が3人から4人いると、活動が進み地域が変わる。各団体の青年部の年代が、常時集まる場が必要ではないか。
- 今後の厚岸の医療環境や買い物環境を考えると、釧路移住を考える人が出るのはいしょうがない。厚岸町をこれからも住み続けたいと思える町にすることが必要ではないか。
- 若い人がなぜ厚岸から離れていくのか、どうすれば厚岸にとどまるのか考える必要がある。やはり働く場所が必要ということであれば、産業の活性化が必要になる。

### (3) 来訪者調査

調査目的	厚岸町を訪れた来訪者の動態や消費動向の現状を把握、分析することにより、観光を取り巻く状況やニーズに対応した施策を検討する基礎資料とする
調査	<p>①調査方法</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光ポイント調査：調査員が来訪者（町民を除く）に調査票を渡し記入を依頼</li> <li>・宿泊施設調査：宿泊施設協力のもと留め置きにより実施</li> </ul> <p>②調査期間</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・観光ポイント調査：令和4年9月3日（土）、9月17日（土）、9月30日（金）</li> <li>・宿泊施設調査：令和4年9月3日（土）～9月30日（金）</li> </ul>
調査地点と回収数	観光ポイント（道の駅 厚岸グルメパーク）：153票 宿泊施設（ホテル五味、シーサイドインホテルあつけし）：47票 合計200票
注意事項	回答の割合を小数点第1位で四捨五入しているため、内訳の計が100%と一致しない場合がある

#### ① 回答者の居住地

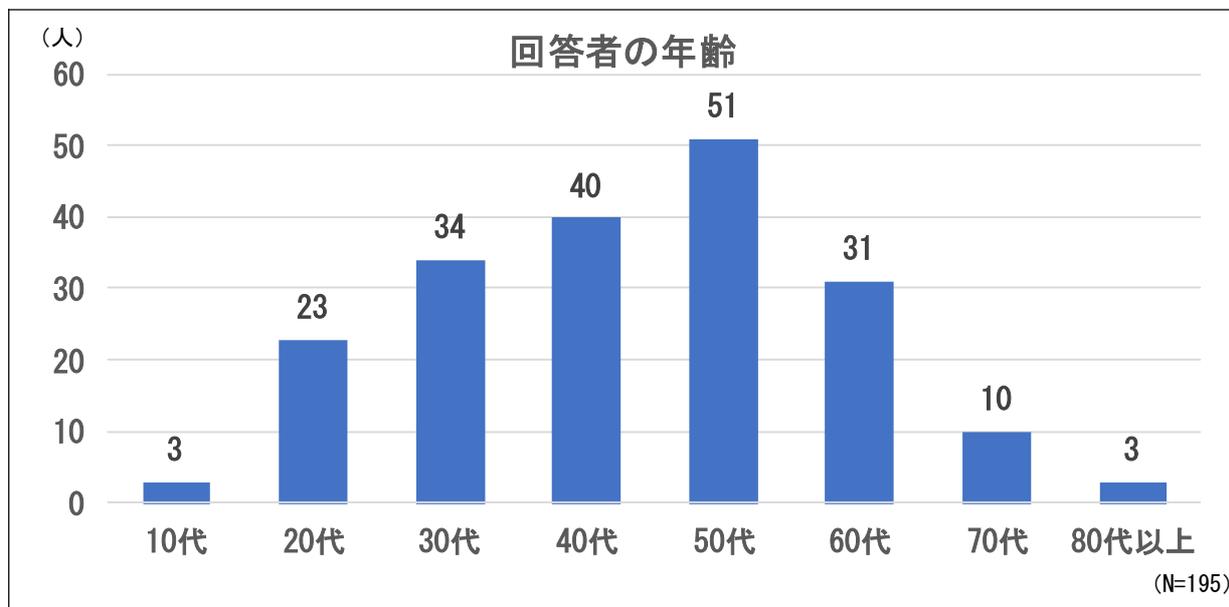
- ・ 回答者の居住地は、「北海道外」が96人（48.0%）で最も多く、続いて「札幌市」が35人（17.5%）、「釧路市」が19人（9.5%）の順になっています。
- ・ 北海道外の都道府県は、「東京都」が26人で最も多く、「神奈川県」が14人、「静岡県」が12人、「埼玉県」と「愛知県」がそれぞれ8人となっています。



資料：令和4年度「厚岸町観光振興計画策定に係る調査委託業務」

② 回答者の年齢

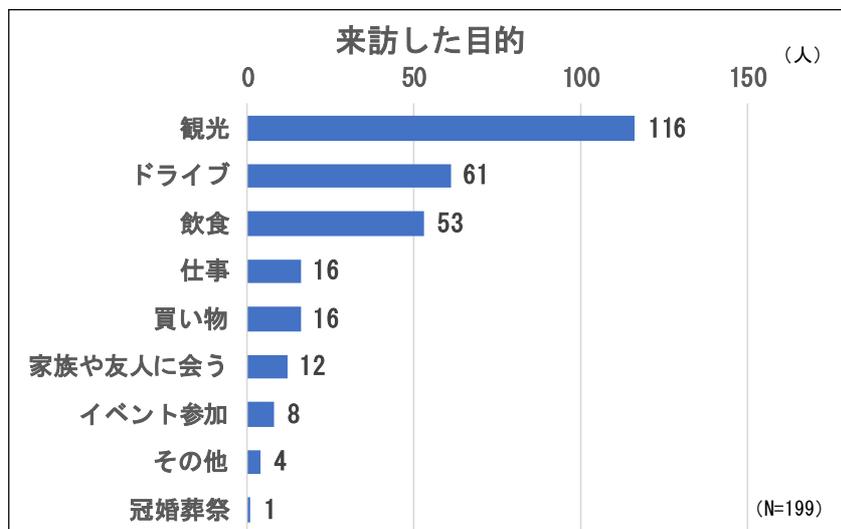
- ・ 回答者の年齢は、「50代」が51人（26.2%）で最も多く、続いて「40代」が40人（20.5%）、「30代」が34人（17.4%）の順に多くなっています。
- ・ 「10代」から「40代」で51.3%、「50代」から上の年代が48.7%となっています。



資料：令和4年度「厚岸町観光振興計画策定に係る調査委託業務」

③ 厚岸町を来訪した目的（複数回答）

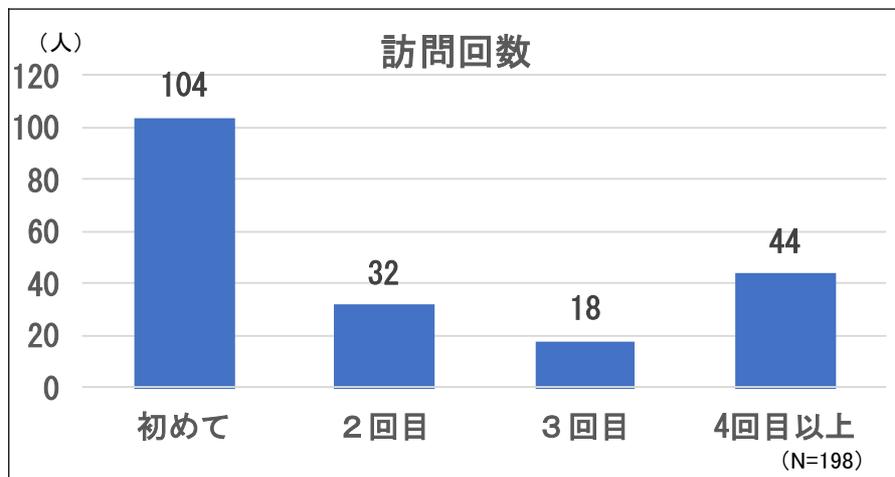
- ・ 厚岸町を訪問した理由は、「観光」が116人（58.3%）で最も多く、続いて「ドライブ」が61人（30.7%）、「飲食」が53人（28.6%）の順に多くなっています。
- ・ 居住地別に見ると、道外客では「観光」、道内客では、「ドライブ」「飲食」の割合が高くなっています。



資料：令和4年度「厚岸町観光振興計画策定に係る調査委託業務」

④ 厚岸町への訪問回数

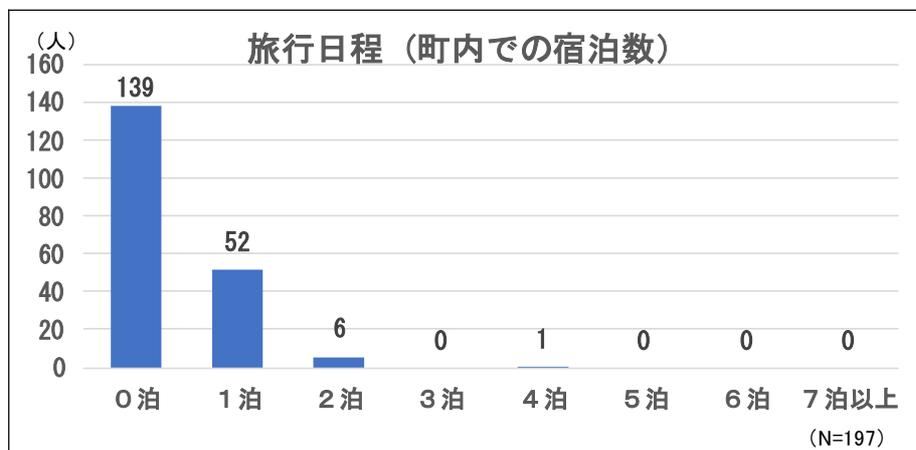
- ・ 厚岸町への訪問回数は、「初めて」が104人（52.5%）と多くなっています。特に、道外からの来訪者では68.8%が「初めて」と回答しています。



資料：令和4年度「厚岸町観光振興計画策定に係る調査委託業務」

⑤ 旅行日程（町内での宿泊数）

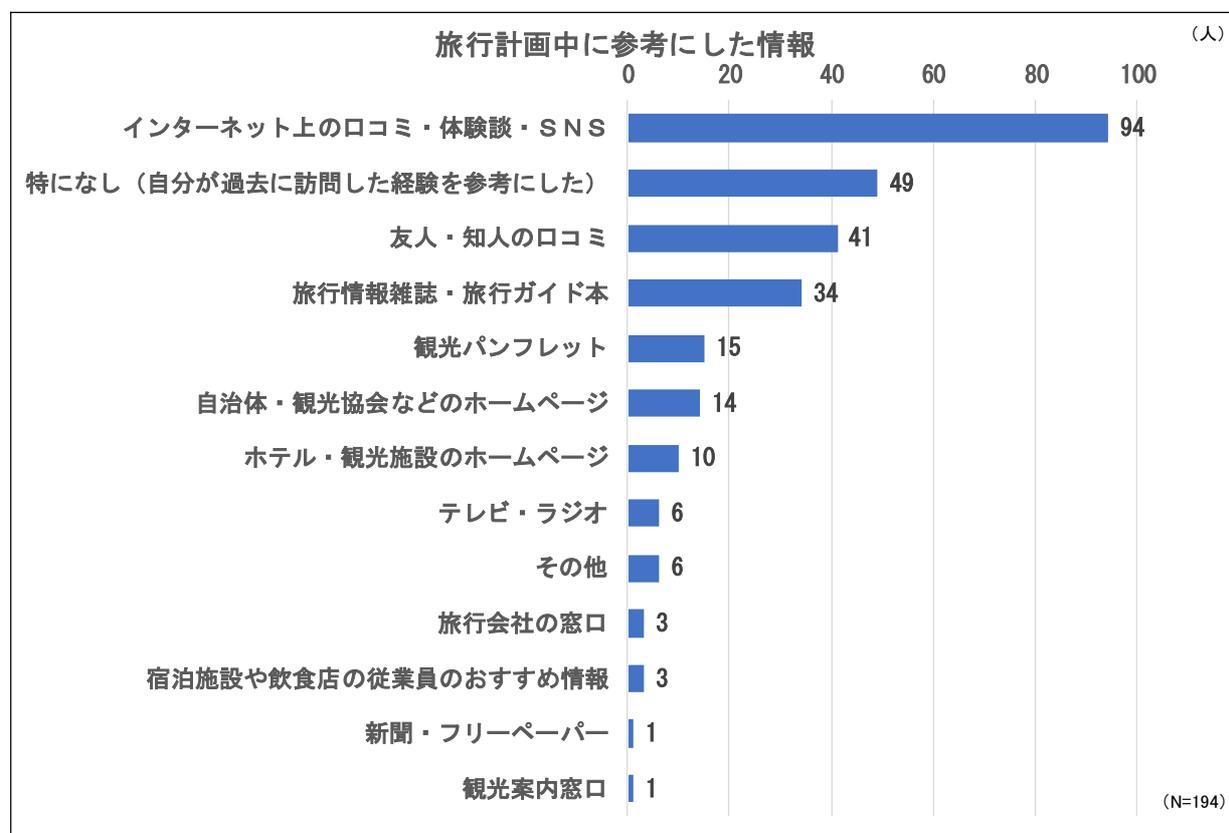
- ・ 町内での宿泊数は、「0泊」が139人（70.2%）となっており、日帰り客の割合が高くなっています。



資料：令和4年度「厚岸町観光振興計画策定に係る調査委託業務」

⑥ 旅行計画中に参考にした情報（複数回答）

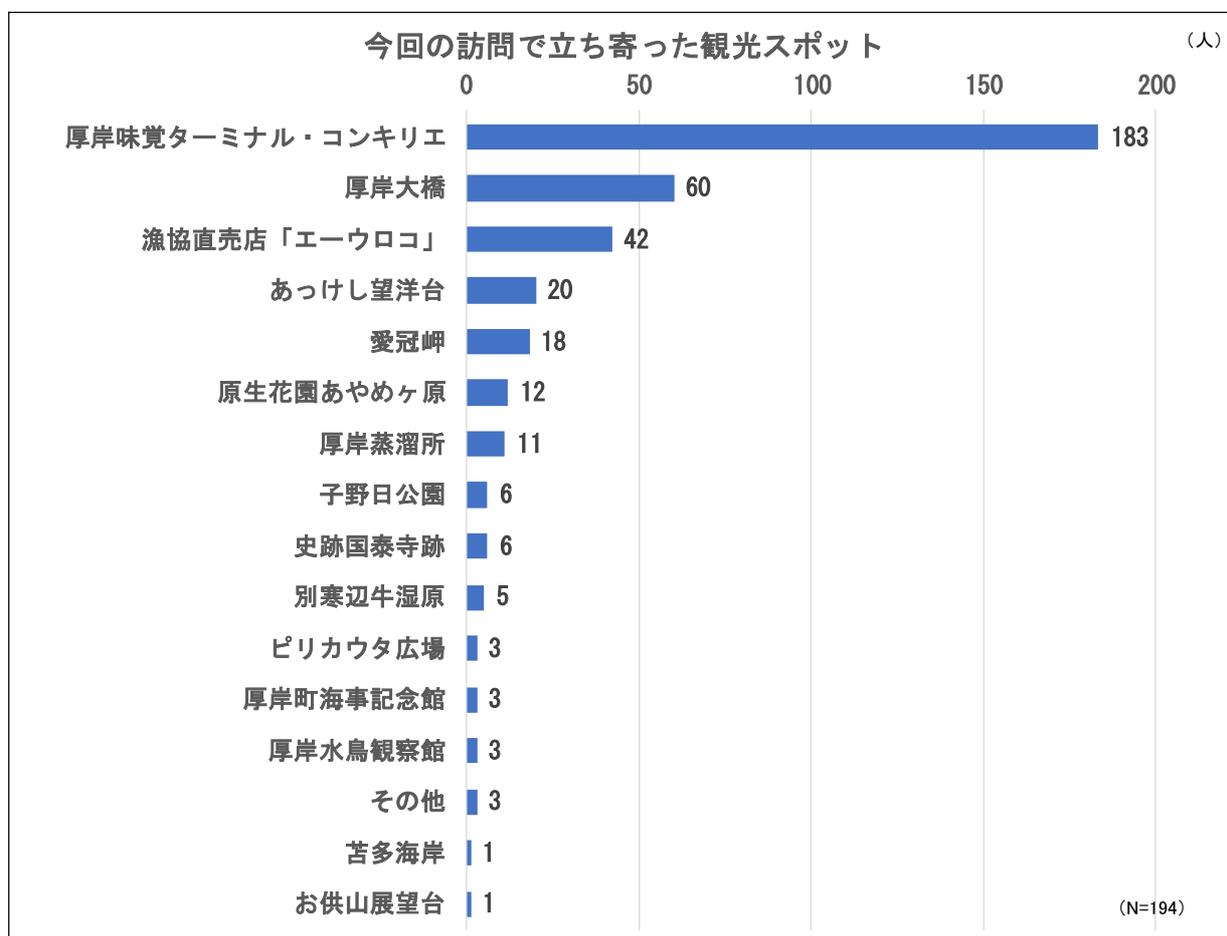
- ・ 厚岸への旅行を計画中に参考にした情報は、「インターネット上の口コミ・体験談・SNS」が94人（48.5%）で最も多く、続いて「特になし（自分が過去に訪問した経験を参考にした）」が49人（25.3%）、「友人・知人の口コミ」が41人（21.1%）の順に多くなっています。
- ・ 「インターネット上の口コミ・体験談・SNS」は、居住地（道内・道外）、年代、日帰り・宿泊、いずれにおいても最も多い情報収集手段となっています。
- ・ それ以外では、道内客では「特になし（自分が過去に訪問した経験を参考にした）」が35.0%と高く、道外客では「旅行情報雑誌・旅行ガイド本」が30.8%と高くなっています。



資料：令和4年度「厚岸町観光振興計画策定に係る調査委託業務」

⑦ 今回の訪問で立ち寄った観光スポット（複数回答）

- ・ 今回の厚岸訪問で立ち寄った観光スポットは、「厚岸味覚ターミナル・コンキリエ」が183人（94.3%）と最も多くなっています。これは、「厚岸味覚ターミナル・コンキリエ」が調査地点となっていることが大きく関係しています。
- ・ 「厚岸味覚ターミナル・コンキリエ」以外では、「厚岸大橋」が60人（30.9%）、「漁協直売店「エーウロコ」」が42人（21.6%）の順に多くなっています。
- ・ 居住地別にみると、「漁協直売店「エーウロコ」」については、道内客が27.2%に対して道外客は15.4%となっており、道内客が11.8ポイント高くなっています。
- ・ 年代別に見ると、「愛冠岬」では50代以上が14.4%に対して、40代まで3.0%となっており、50代以上が11.4ポイント高くなっています。
- ・ 宿泊客が多く訪問している観光スポットとしては、「厚岸大橋」「愛冠岬」「厚岸蒸溜所」で、10ポイント以上高くなっています。



資料：令和4年度「厚岸町観光振興計画策定に係る調査委託業務」

⑧ 町内での消費金額（一人あたり）

- ・ 町内の平均消費金額は、全回答者平均で6,913円となっています。
- ・ 道内客は7,140円、道外客は6,659円となっており、道内客の方が若干高くなっています。
- ・ 年代別に平均消費金額では、40代までは5,848円、50代以上は7,944円で、50代以上が2,096円高くなっています。
- ・ 宿泊有無の消費金額では、日帰り客3,210円に対し、宿泊客16,170円となっており、宿泊客が12,960円高くなっています。

全回答者	居住地別の比較		年代別の比較		宿泊有無の比較	
	道内客	道外客	40代まで	50代以上	日帰り客	宿泊客
6,913円 (N=180)	7,140円 (N=95)	6,659円 (N=85)	5,848円 (N=88)	7,944円 (N=87)	3,210円 (N=127)	16,170円 (N=51)

一人あたりの平均消費金額

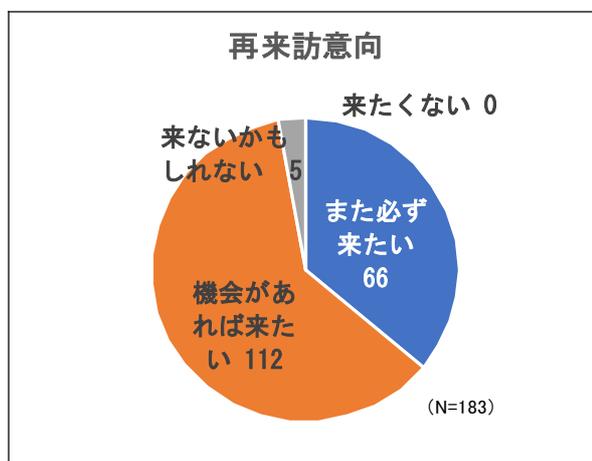
	平均消費額	回答者数
宿泊費	12,460円	39人
レストランや食堂、売店等で飲食した金額	2,656円	144人
お土産・買い物	3,128円	109人
その他（交通費・施設入場料・各種体験観光料金など）	2,918円	12人

※ 各項目の平均消費金額は、該当する支出を行った回答者の平均金額であり、合計平均消費額と一致しません。

※ 無回答及び費用「0円」の回答は、母数（N）から除いています。

⑨ 再来訪意向

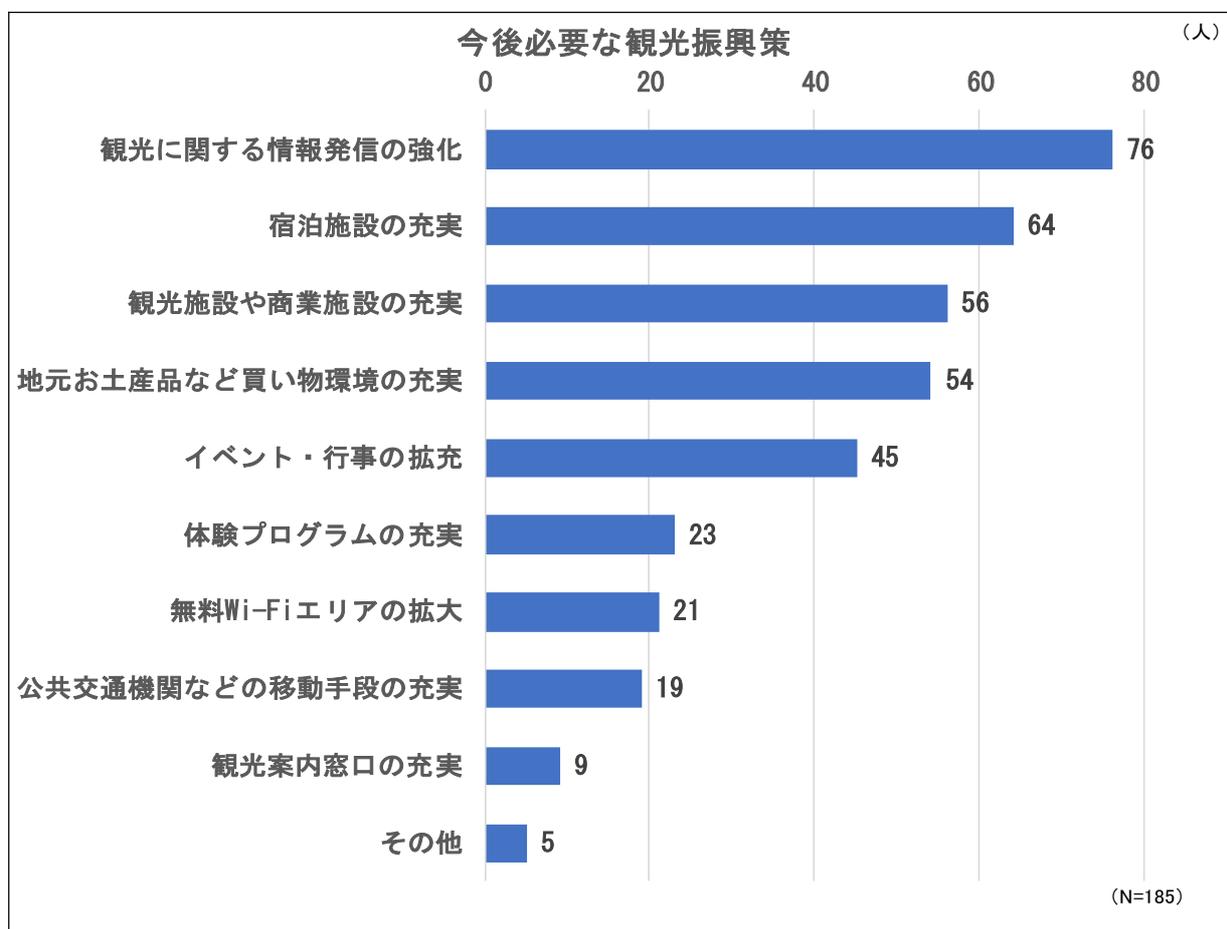
- ・ 厚岸町への観光目的での再来訪意向は、「また必ず来たい」が66人（36.1%）、「機会があれば来たい」が112人（61.2%）となっており、ほとんどの回答者が厚岸町への再来訪に前向きな回答をしています。
- ・ 居住地別では、46.5%の道内客が「また必ず来たい」と回答しています。



- ・ 年代別では、「また必ず来たい」と回答した人のうち40代までが40.2%、50代以上が32.2%となっており、40代までの回答者が再来訪に前向きな回答となっています。

⑩ 今後の必要な観光振興策（複数回答）

- ・ 今後必要な観光振興策としては、「観光に関する情報発信の強化」が76人（41.1%）で最も多く、続いて「宿泊施設の充実」が64人（34.6%）、「観光施設や商業施設の充実」が56人（30.3%）の順に多くなっています。
- ・ 「観光に関する情報発信の強化」は、居住地（道内・道外）や年代に関係なく最も多くなっています。
- ・ 宿泊客の回答では「宿泊施設の充実」が最も多くなっており、宿泊先を探した経験や実際に宿泊した経験から宿泊施設の充実が必要という回答が多くなっています。



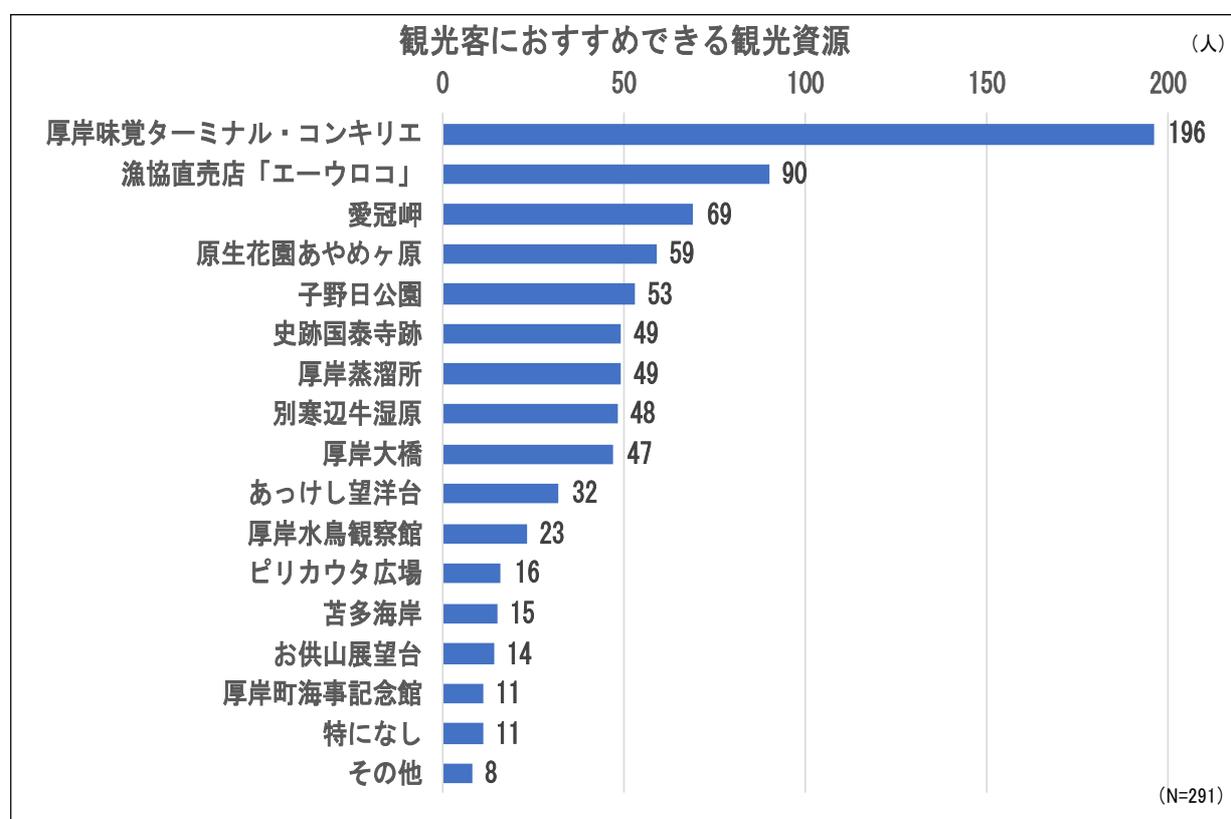
資料：令和4年度「厚岸町観光振興計画策定に係る調査委託業務」

#### (4) 町民アンケート調査

調査目的	厚岸町民の考える町内の観光資源やイベントに対する評価、厚岸町の観光に関する課題や期待すること等を把握・分析することにより、観光を取り巻く状況やニーズに対応した施策を検討する基礎資料とする
調査	①調査方法 ・町民1,000人を無作為に抽出し、郵送配布・郵送回収により実施 ②調査期間 ・令和4年10月17日（月）～11月15日（火）
回収数	291票（回収率29.1%）
注意事項	回答の割合を小数点第1位で四捨五入しているため、内訳の計が100%と一致しない場合がある

① 観光客におすすめできる観光資源（複数回答）

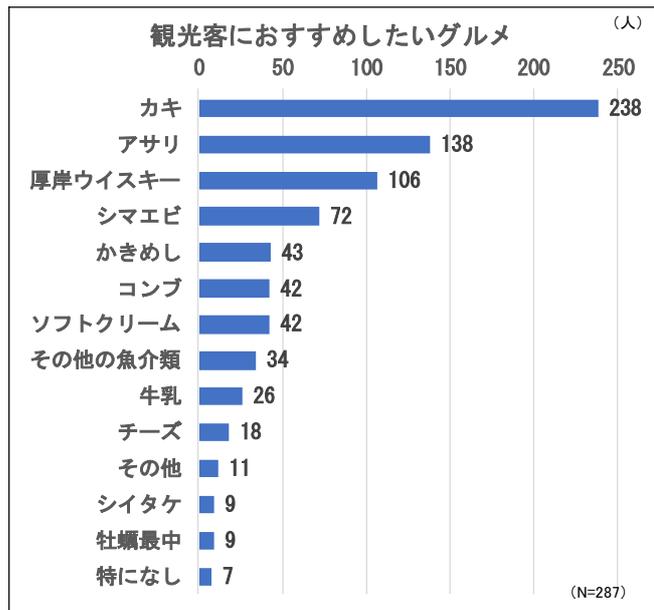
- ・ 町民として観光客におすすめできる観光資源は、「厚岸味覚ターミナル・コンキリエ」が196人（67.4%）で最も多く、続いて「漁協直売店「エーウロコ」」が90人（30.9%）、「愛冠岬」が69人（23.7%）の順に多くなっています。
- ・ 男女別に見ると、女性の回答で「漁協直売店「エーウロコ」」という回答が10ポイント以上高くなっています。
- ・ 年齢別の50代までと60代以上を比較すると、「厚岸味覚ターミナル・コンキリエ」「漁協直売店「エーウロコ」」「厚岸蒸溜所」では、50代までの回答が10ポイント以上多くなっています。一方、「愛冠岬」については、60代以上の回答が10ポイント以上高くなっています。



資料：令和4年度「厚岸町観光振興計画策定に係る調査委託業務」

② 観光客におすすめしたいグルメ（複数回答）

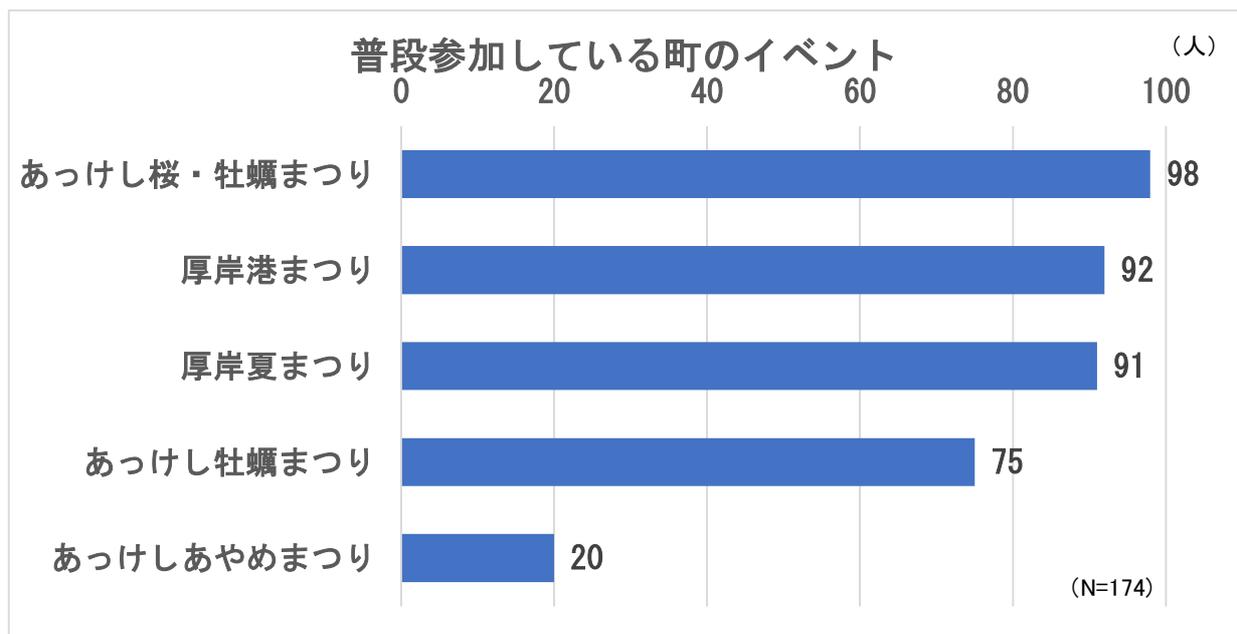
- 観光客におすすめしたいグルメは、「カキ」が238人（82.9%）と最も多く、続いて「アサリ」が138人（48.1%）、「厚岸ウイスキー」が106人（36.9%）の順に多くなっています。
- 年齢別の50代までと60代以上を比較すると、「シマエビ」については、60代以上の回答が10ポイント以上高くなっています。



資料：令和4年度「厚岸町観光振興計画策定に係る調査委託業務」

③ 普段参加している厚岸町のイベント（複数回答）

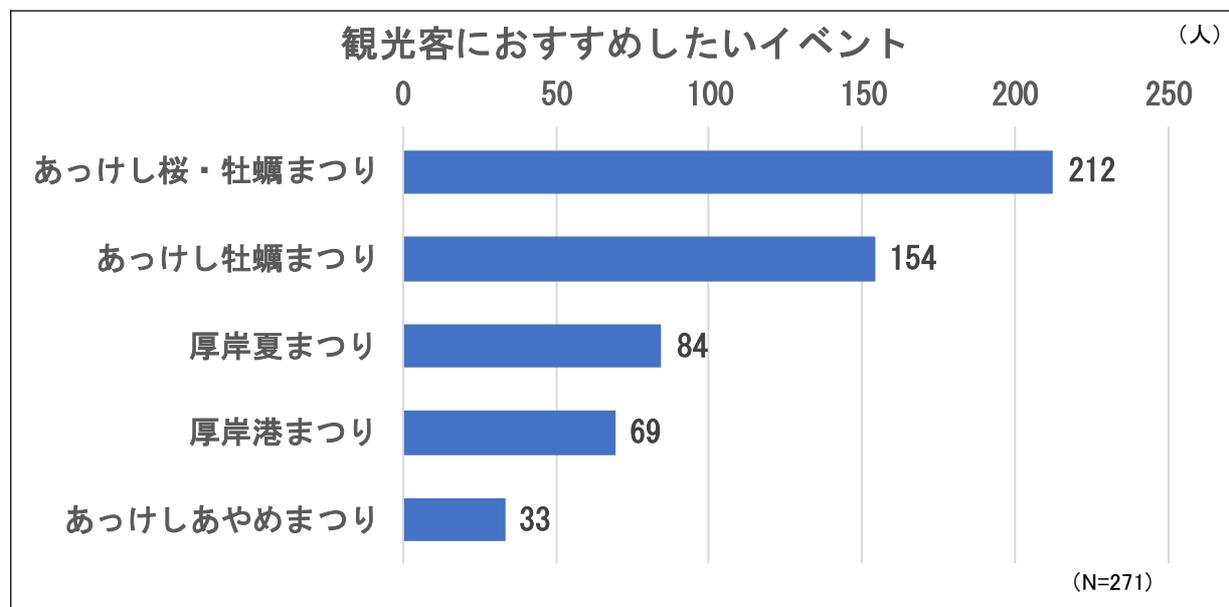
- 普段参加しているイベントは、「あっけし桜・牡蠣まつり」が98人（56.3%）と最も多く、続いて「厚岸港まつり」が92人（52.9%）、「厚岸夏まつり」が91人（52.3%）の順に多くなっています。
- 年齢別に見ると、いずれの年代でも「あっけし桜・牡蠣まつり」が最も高くなっています。



資料：令和4年度「厚岸町観光振興計画策定に係る調査委託業務」

④ 観光客におすすめしたいイベント（複数回答）

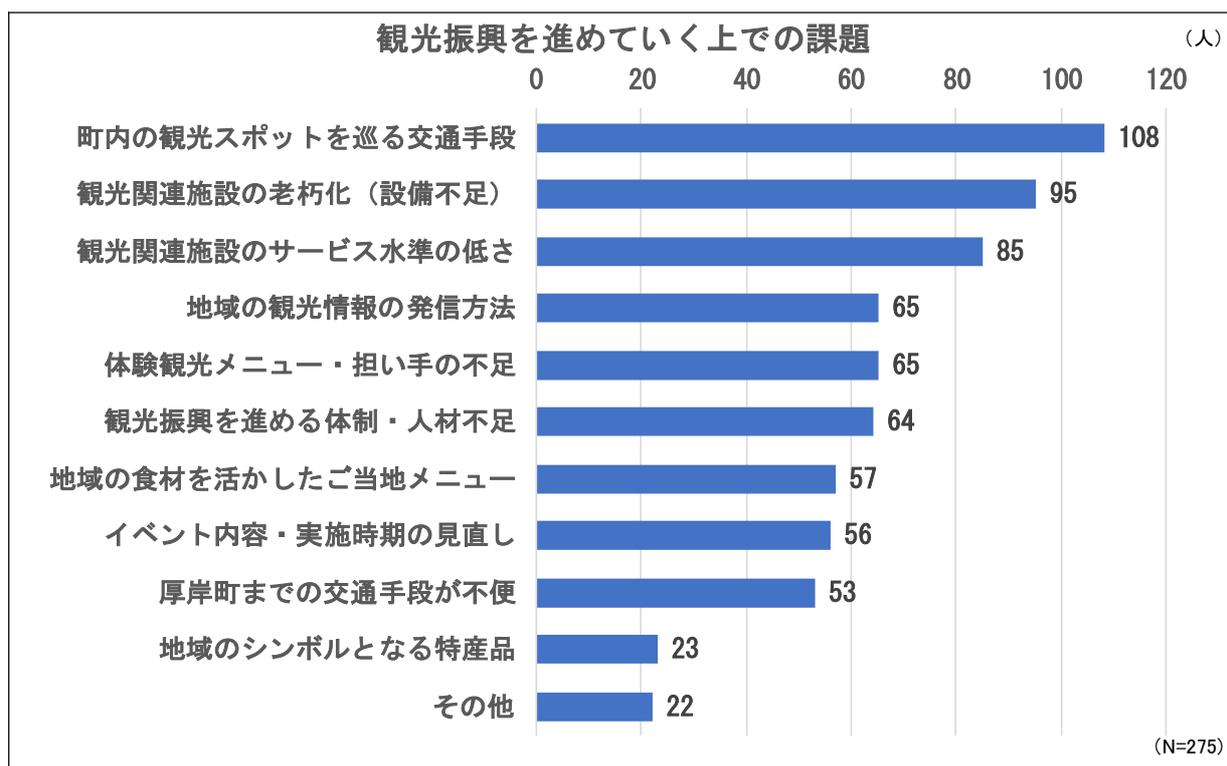
- ・ 観光客におすすめしたいイベントは、「あっけし桜・牡蠣まつり」が212人（78.2%）で最も多く、続いて「あっけし牡蠣まつり」が154人（56.8%）で多くなっています。
- ・ 年齢別に見ると、60代以上では「あっけし桜・牡蠣まつり」の回答が10ポイント以上高くなっています。



資料：令和4年度「厚岸町観光振興計画策定に係る調査委託業務」

⑤ 観光振興を進めていく上での課題（複数回答）

- ・ 観光振興を進めていく上での課題は、「町内の観光スポットを巡る交通手段」が108人（39.3%）で最も多く、続いて「観光関連施設の老朽化（設備不足）」が95人（34.5%）、「観光関連施設のサービス水準の低さ」が85人（30.9%）の順に多くなっています。
- ・ 年齢別に見ると、50代まででは「観光関連施設の老朽化（設備不足）」、60代以上では「町内の観光スポットを巡る交通手段」が最も多くなっています。

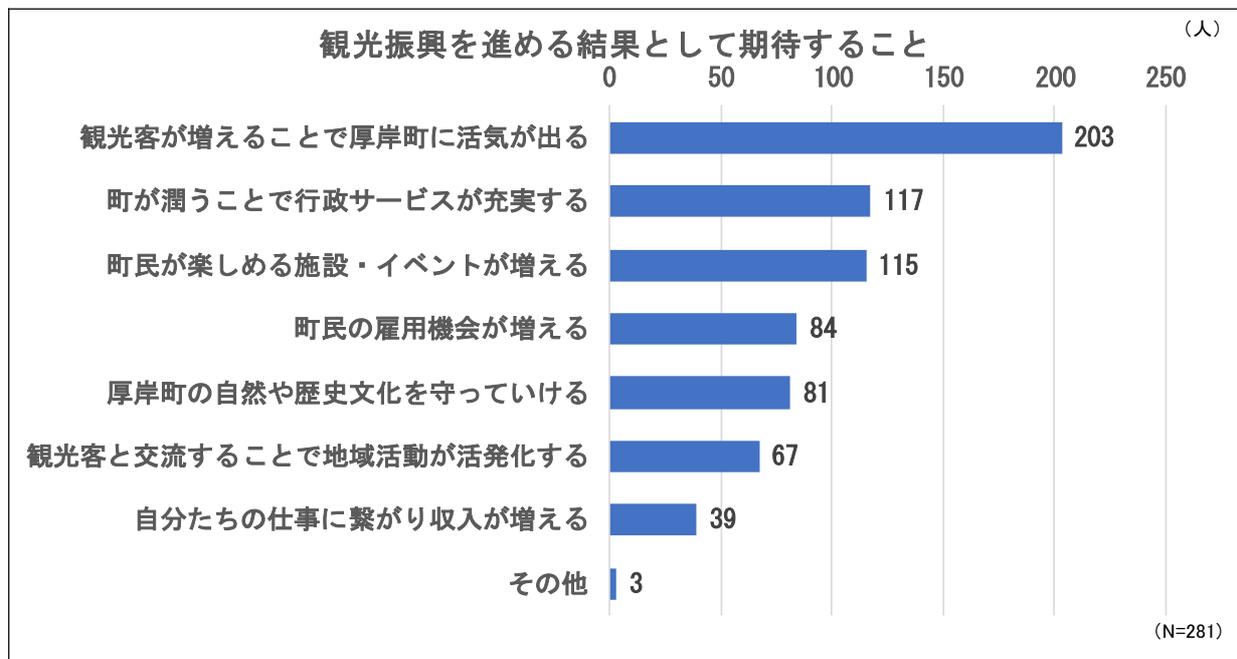


【年齢別の比較】	全体		50代まで		60代以上	
町内の観光スポットを巡る交通手段	108	39.3%	42	32.6%	64	44.4%
観光関連施設の老朽化（設備不足）	95	34.5%	54	41.9%	40	27.8%
観光関連施設のサービス水準の低さ	85	30.9%	34	26.4%	50	34.7%
地域の観光情報の発信方法	65	23.6%	31	24.0%	33	22.9%
体験観光メニュー・担い手の不足	65	23.6%	30	23.3%	35	24.3%
観光振興を進める体制・人材不足	64	23.3%	31	24.0%	33	22.9%
地域の食材を活かしたご当地メニュー	57	20.7%	22	17.1%	34	23.6%
イベント内容・実施時期の見直し	56	20.4%	22	17.1%	32	22.2%
厚岸町までの交通手段が不便	53	19.3%	25	19.4%	27	18.8%
地域のシンボルとなる特産品	23	8.4%	6	4.7%	17	11.8%
その他	22	8.0%	12	9.3%	10	6.9%

資料：令和4年度「厚岸町観光振興計画策定に係る調査委託業務」

⑥ 観光振興を進める結果として期待すること（複数回答）

- ・ 観光振興を進める結果として期待することは、「観光客が増えることで厚岸町に活気が出る」が203人（72.2%）で最も多く、続いて「町が潤うことで行政サービスが充実する」が117人（41.6%）、「町民が楽しめる施設・イベントが増える」が115人（40.9%）で多くなっています。
- ・ 年齢別の50代までと60代以上を比較すると、いずれも「観光客が増えることで厚岸町に活気が出る」が最も多くなっています。
- ・ 50代までの回答では、「町民の雇用機会が増える」と「町民が楽しめる施設・イベントが増える」の回答割合が、60代以上よりも10ポイント以上高くなっています。
- ・ 60代以上の回答では、「観光客と交流することで地域活動が活発化する」と「厚岸町の自然や歴史文化を守っていける」の回答割合が、50代までよりも10ポイント以上高くなっています。



【年齢別の比較】	全体		50代まで		60代以上	
観光客が増えることで厚岸町に活気が出る	203	72.2%	92	71.3%	110	73.3%
町が潤うことで行政サービスが充実する	117	41.6%	54	41.9%	62	41.3%
町民が楽しめる施設・イベントが増える	115	40.9%	62	48.1%	52	34.7%
町民の雇用機会が増える	84	29.9%	47	36.4%	37	24.7%
厚岸町の自然や歴史文化を守っていける	81	28.8%	26	20.2%	55	36.7%
観光客と交流することで地域活動が活発化する	67	23.8%	21	16.3%	46	30.7%
自分たちの仕事に繋がり収入が増える	39	13.9%	19	14.7%	19	12.7%
その他	3	1.1%	1	0.8%	2	1.3%

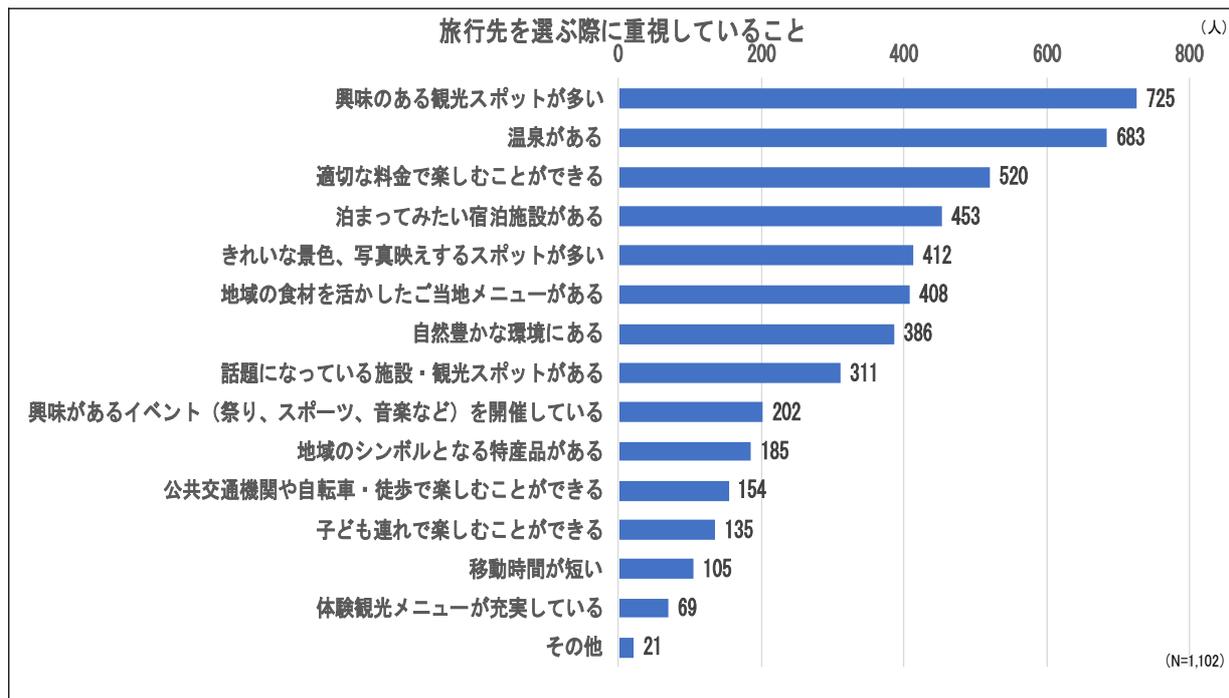
資料：令和4年度「厚岸町観光振興計画策定に係る調査委託業務」

(5) インターネットアンケート調査

調査目的	厚岸町の観光資源に対する評価や、潜在的なニーズを探るため、インターネット調査会社のモニターを対象にしたアンケート調査を実施
調査	回答対象者は20歳以上の趣味を「国内旅行」「海外旅行」と回答しているモニターで、居住地が北海道内、北海道外（国内）である人
回答数	北海道内552票、北海道外550票の合計1,102票
注意事項	回答の割合を小数点第1位で四捨五入しているため、内訳の計が100%と一致しない場合がある。

① 旅行先を選ぶ際に重視していること（複数回答）

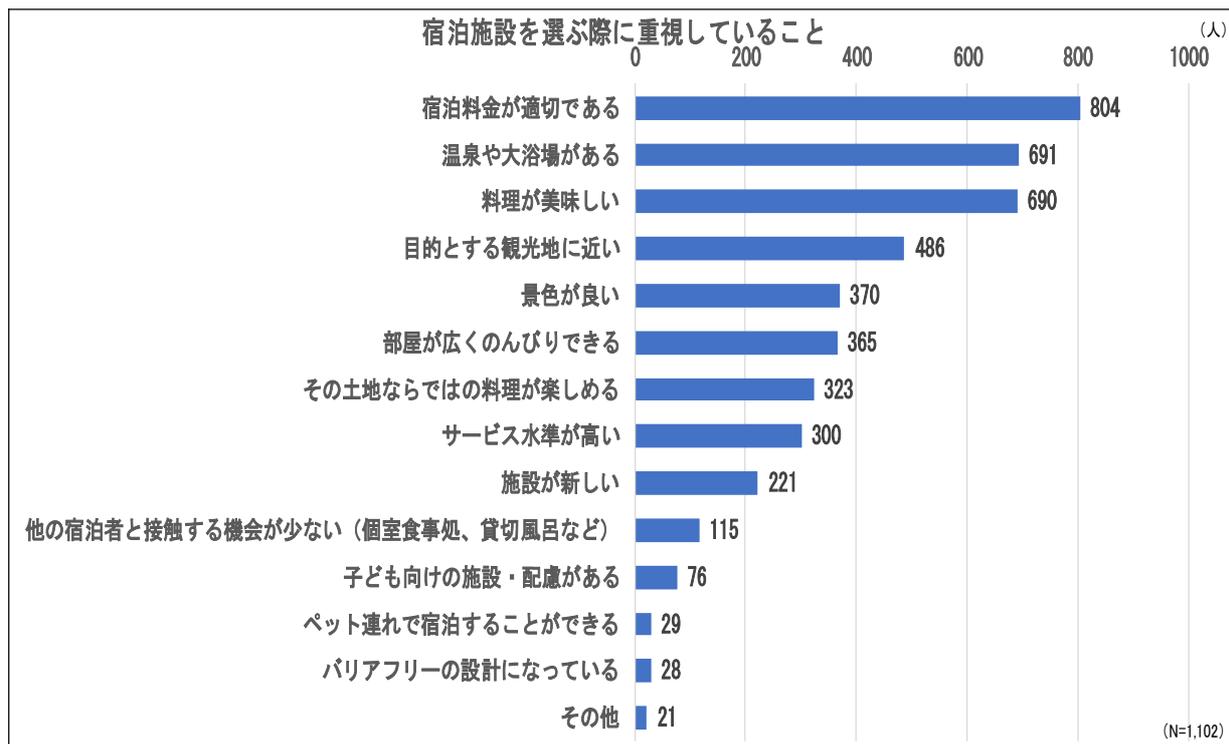
- ・ 回答者が旅行先を選ぶ際に重視していることは、「興味のある観光スポットが多い」が725人（65.8%）で最も多く、続いて「温泉がある」が683人（62.0%）、  
「適切な料金で楽しむことができる」が520人（47.2%）、「泊まってみたい宿泊施設がある」が453人（41.1%）の順に多くなっています。
- ・ 年代別に見ると、40歳までの年代では「子ども連れで楽しむことができる」「興味があるイベント（祭り、スポーツ、音楽など）を開催している」の割合が高くなり、50歳以上の年代では「自然豊かな環境にある」の割合が高くなっています。



資料：令和4年度「厚岸町観光振興計画策定に係る調査委託業務」

② 宿泊施設を選ぶ際に重視していること（複数回答）

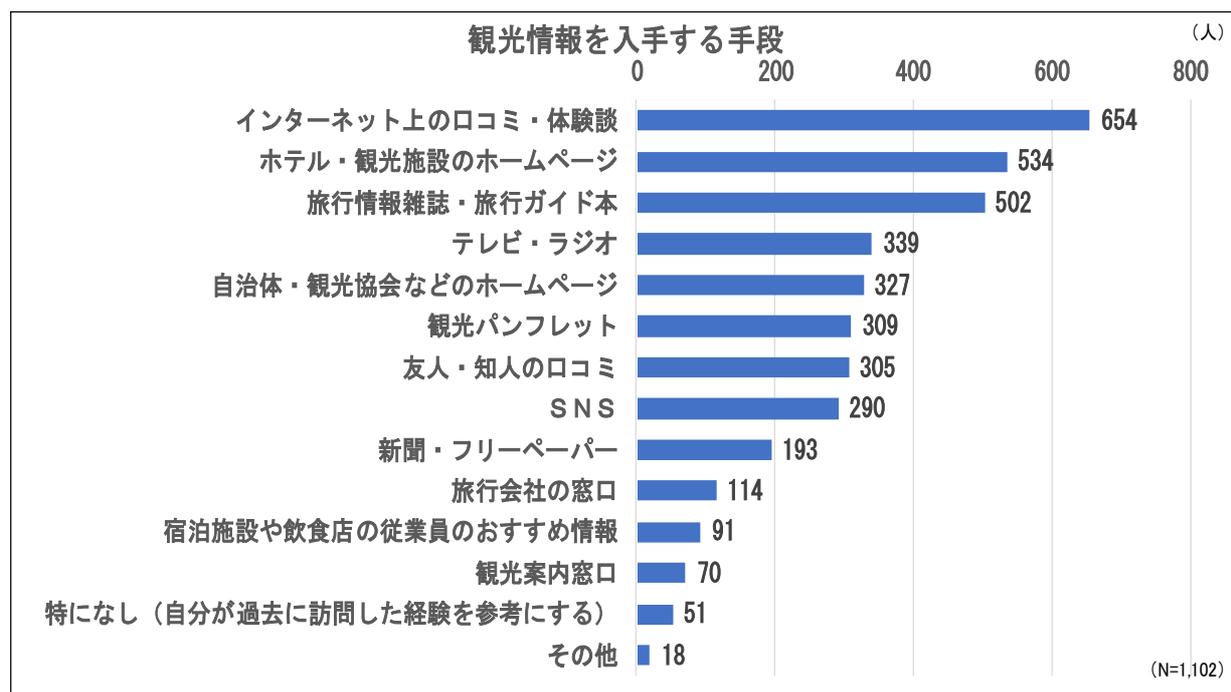
- 回答者が宿泊施設を選ぶ際に重視していることは、「宿泊料金が適切である」が804人（73.0%）で最も多く、続いて「温泉や大浴場がある」が691人（62.7%）、「料理が美味しい」が690人（62.6%）、「目的とする観光地に近い」が486人（44.1%）の順に多くなっています。
- 年代別に見ると、50歳以上の年代では「宿泊料金が適切である」と「温泉や大浴場がある」を選ぶ傾向が強くなっています。



資料：令和4年度「厚岸町観光振興計画策定に係る調査委託業務」

③ 観光情報を入手する手段（複数回答）

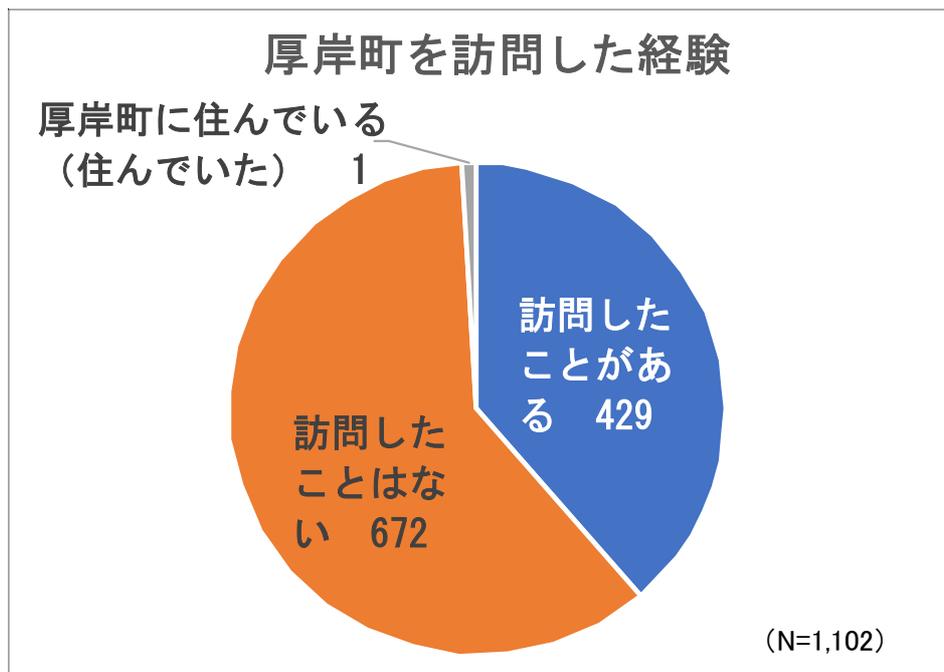
- 回答者が観光情報を入手する手段としては、「インターネット上の口コミ・体験談」が654人（59.3%）で最も多く、続いて「ホテル・観光施設のホームページ」が534人（48.5%）、「旅行情報雑誌・旅行ガイド本」が502人（45.6%）の順に多くなっています。
- 年齢別に見ると、40歳までの年代では「友人・知人の口コミ」や「SNS」の割合が高く、特に「SNS」については、40歳までの年代では44.0%、50歳以上の年代では15.1%と、28.9ポイントの差がついています。



資料：令和4年度「厚岸町観光振興計画策定に係る調査委託業務」

④ 厚岸町を訪問した経験

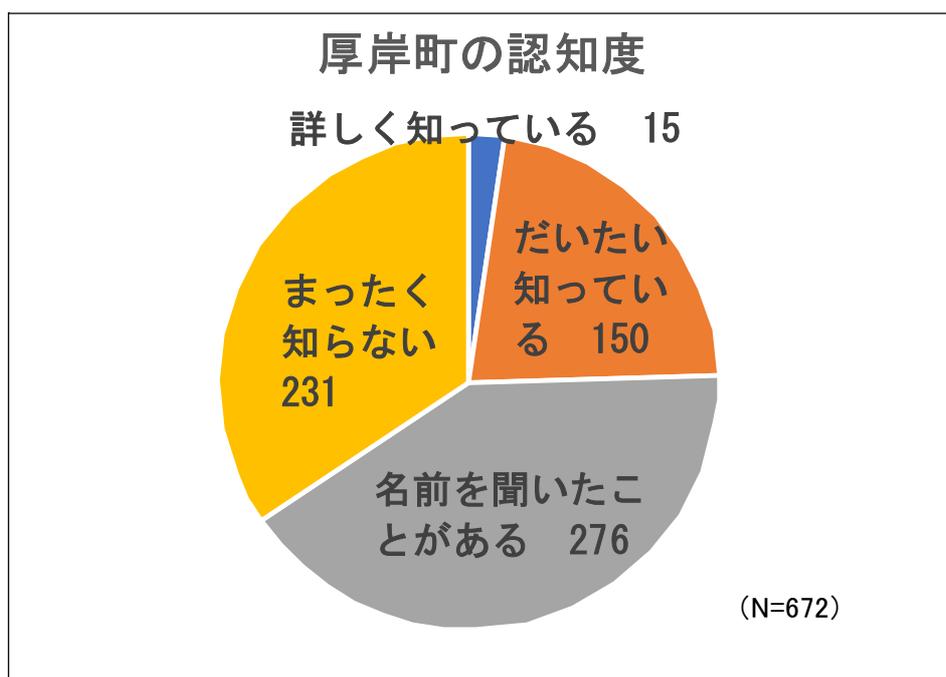
- これまでの厚岸町訪問経験は、「訪問したことがある」が429人（38.9%）、「訪問したことはない」が672人（61.0%）で、訪問経験のない人の方が多くなっています。
- 居住地別に見ると、北海道に住んでいる人では「訪問したことがある」が61.1%と過半数を超えています。北海道外に住んでいる人では「訪問したことがある」と回答した人は16.7%となっています。



資料：令和4年度「厚岸町観光振興計画策定に係る調査委託業務」

⑤ 厚岸町の認知度

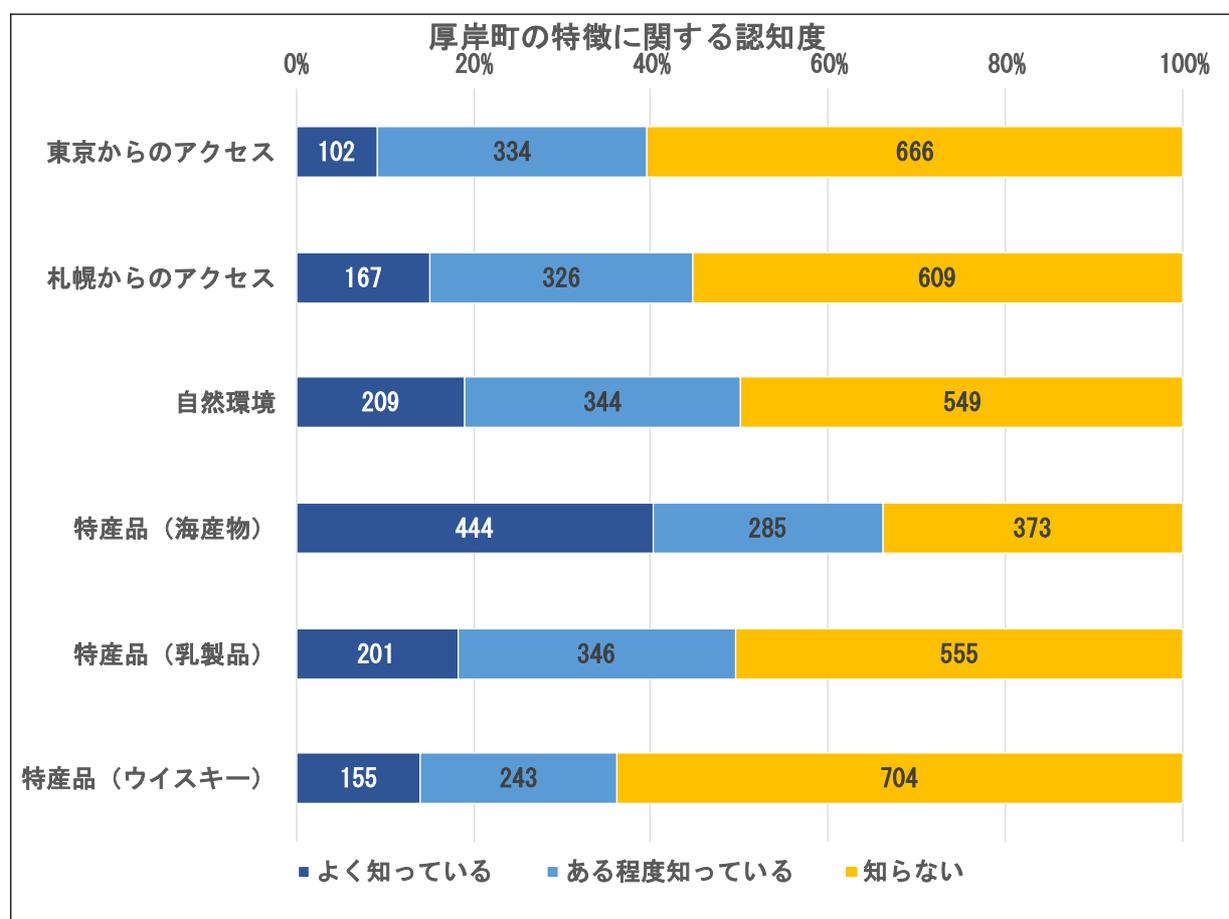
- 厚岸町を「訪問したことはない」人に、厚岸町について知っているか聞いたところ、「名前を聞いたことがある」が276人（41.1%）で最も多く、続いて「まったく知らない」が231人（34.4%）、「だいたい知っている」が150人（22.3%）の順に多くなっています。
- 居住地別に見ると、北海道に住んでいる人では「だいたい知っている」が48.6%と最も多いのに対して、北海道外に住んでいる人では「まったく知らない」が48.9%で最も多くなっています。



資料：令和4年度「厚岸町観光振興計画策定に係る調査委託業務」

⑥ 厚岸町の特徴に関する認知度

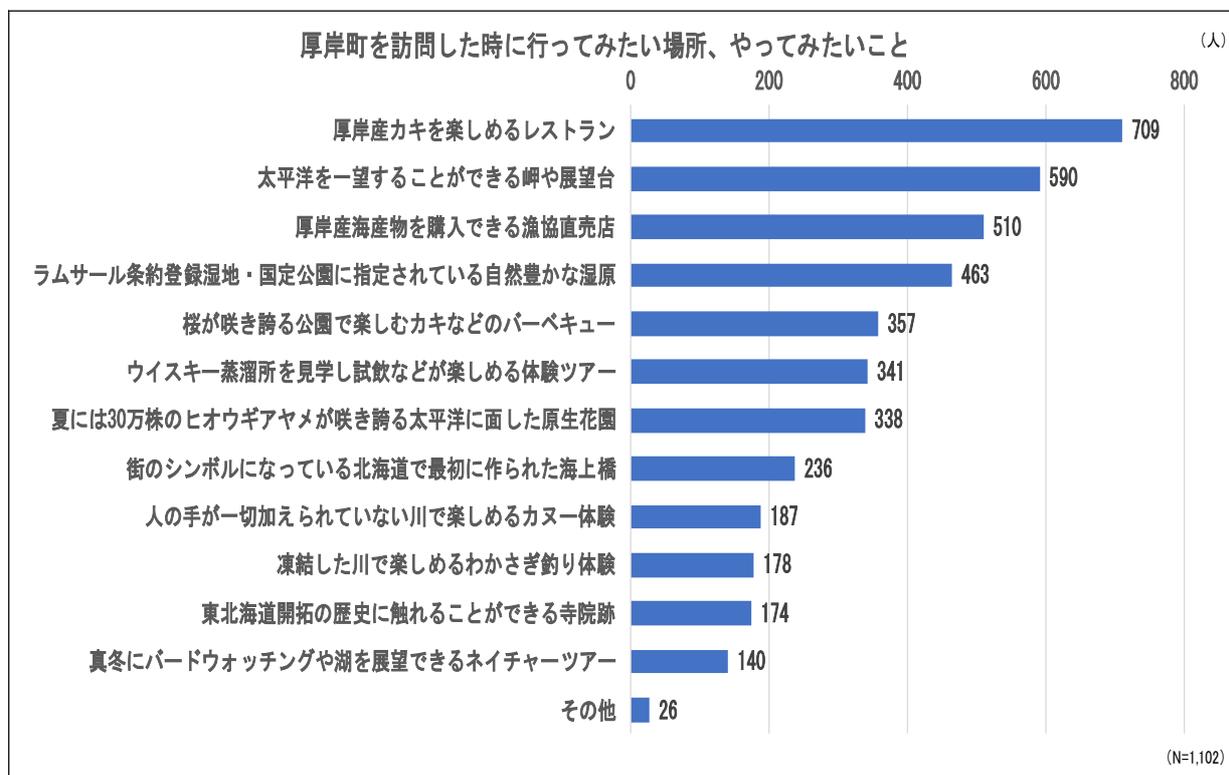
- ・ 厚岸町の特徴（交通アクセス、自然環境、特産品）について認知度を聞いたところ、最も認知度が高かったのは「特産品（カキやアサリなどの海産物）」で、「よく知っている」が444人（40.3%）、「ある程度知っている」が285人（25.9%）で、66.2%の人が知っていると回答しました。
- ・ その他で知っている厚岸町の特徴の割合は、高い順に「自然環境」が50.2%、「特産品（乳製品）」が49.6%、「札幌からのアクセス」が44.7%、「東京からのアクセス」が39.6%、「特産品（ウイスキー）」が36.1%となっています。
- ・ 居住地別に見ると、北海道外に住んでいる人の認知度はいずれも低く、最も高い「特産品（海産物）」でも知っている割合は38.9%となっています。



資料：令和4年度「厚岸町観光振興計画策定に係る調査委託業務」

⑦ 厚岸町を訪問した時に行ってみたい場所、やってみたいこと（複数回答）

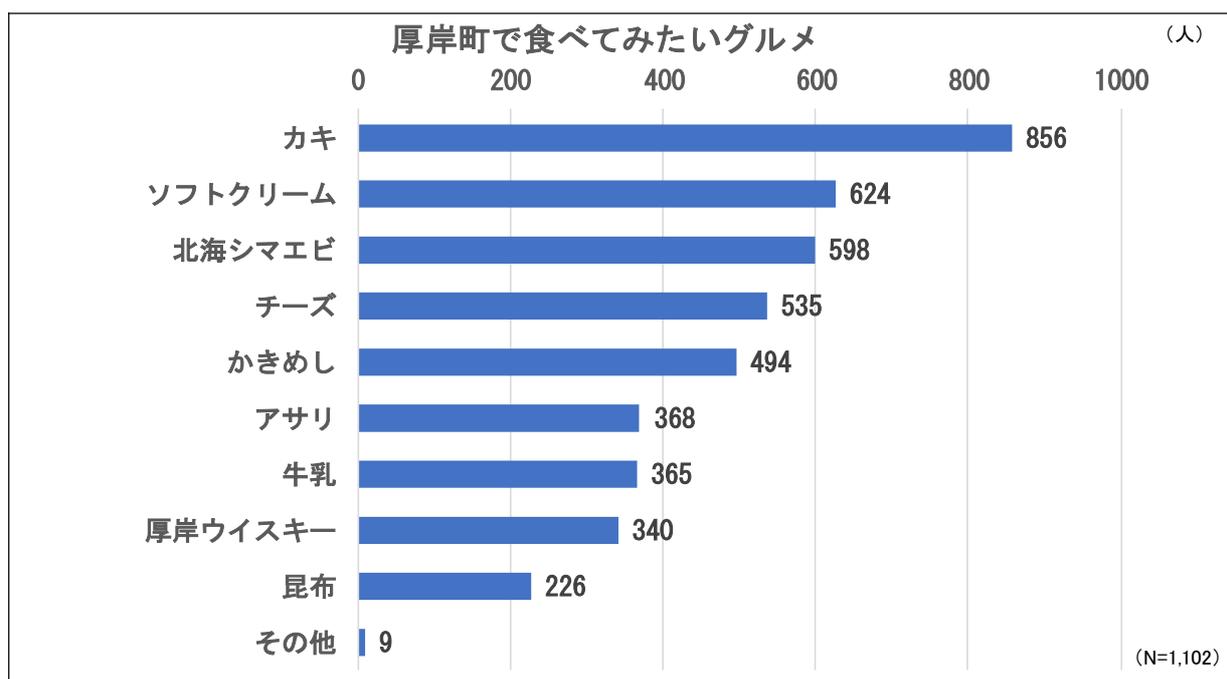
- ・ 厚岸町を訪問した時に行ってみたい場所、やってみたいことについては、「厚岸産カキを楽しめるレストラン」が709人（64.3%）で最も多く、続いて「太平洋を一望することができる岬や展望台」が590人（53.5%）、「厚岸産海産物を購入できる漁協直売店」が510人（46.3%）、「ラムサール条約登録湿地・国定公園に指定されている自然豊かな湿原」が463人（42.0%）の順に多くなっています。
- ・ 北海道外に住んでいる人では、「太平洋を一望することができる岬や展望台」が最も多く、続いて「厚岸産カキを楽しめるレストラン」「ラムサール条約登録湿地・国定公園に指定されている自然豊かな湿原」の順に多くなっています。特に「湿原」については、北海道に住んでいる人の回答よりも10ポイント以上高くなっています。
- ・ 男女別に見ると、男性の「ウイスキー蒸溜所を見学し試飲などが楽しめる体験ツアー」という回答が女性よりも10ポイント以上高くなっています。



資料：令和4年度「厚岸町観光振興計画策定に係る調査委託業務」

⑧ 厚岸町で食べてみたいグルメ（複数回答）

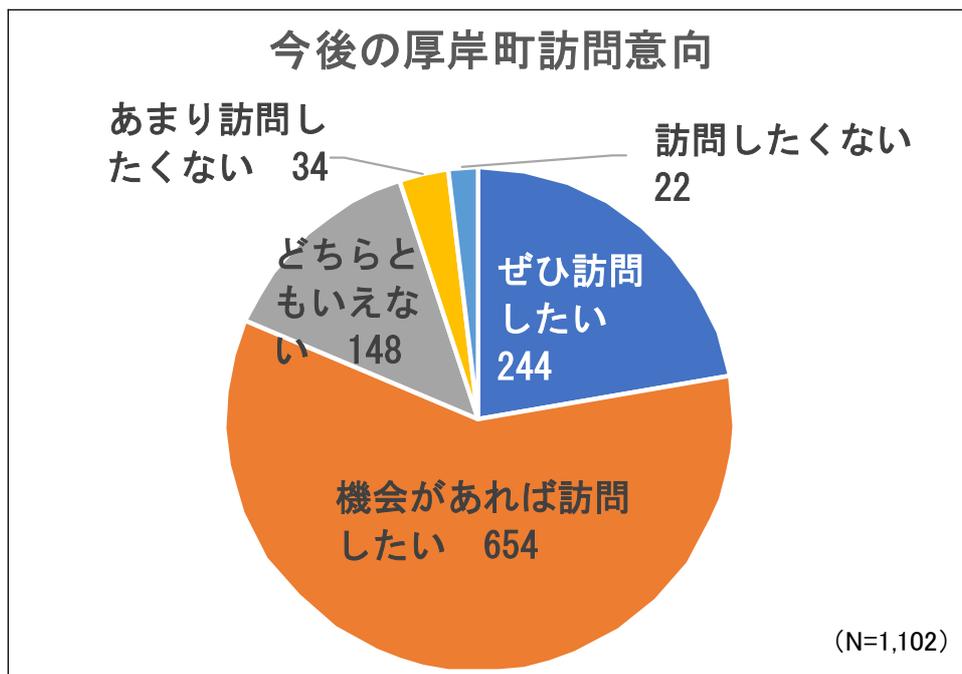
- ・ 厚岸町で食べてみたいグルメは、「カキ」が856人（77.7%）で最も多く、続いて「ソフトクリーム」624人（56.6%）、「北海シマエビ」598人（54.3%）、「チーズ」535人（48.5%）、「かきめし」494人（44.8%）の順に多くなっています。
- ・ 北海道外に住んでいる人の回答では「昆布」「牛乳」「チーズ」といった北海道らしい食材の回答割合が高くなっています。
- ・ 女性の回答では、「チーズ」「ソフトクリーム」の回答割合が、男性より20ポイント以上高くなっています。



資料：令和4年度「厚岸町観光振興計画策定に係る調査委託業務」

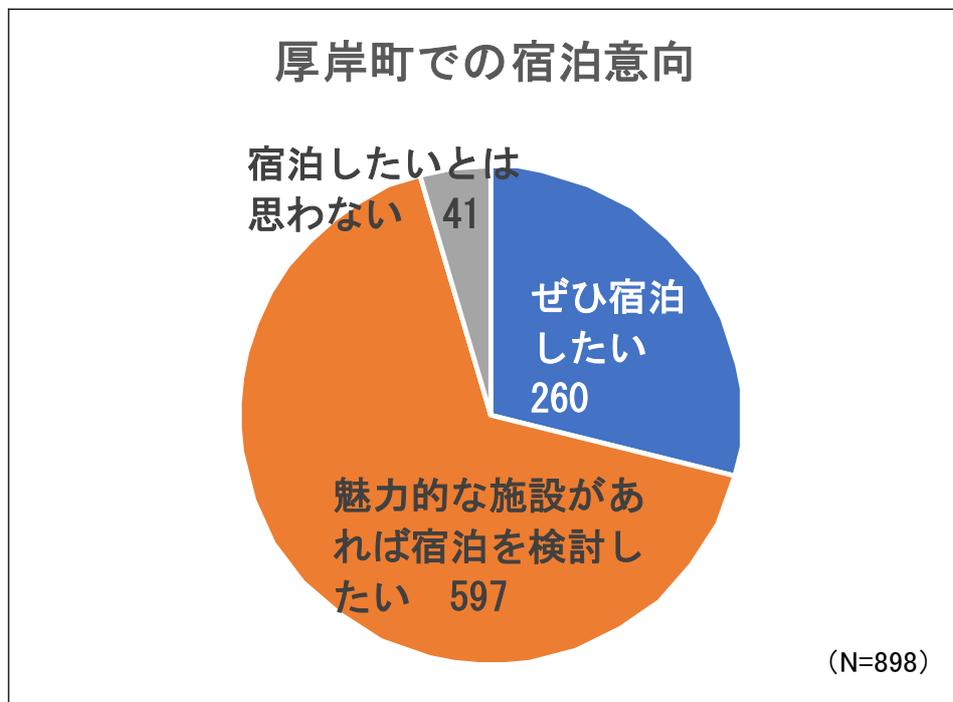
⑨ 今後の厚岸町訪問意向

- 厚岸町への訪問意向は、「ぜひ訪問したい」が244人（22.1%）、「機会があれば訪問したい」が654人（59.3%）で、81.4%の人が今後厚岸町を訪問したいと回答しています。
- 居住地域別に見た「ぜひ訪問したい」と回答した割合は、北海道に住んでいる人では28.6%、北海道外に住んでいる人では15.6%で、北海道に住んでいる人の方が10ポイント以上高くなっています。



資料：令和4年度「厚岸町観光振興計画策定に係る調査委託業務」

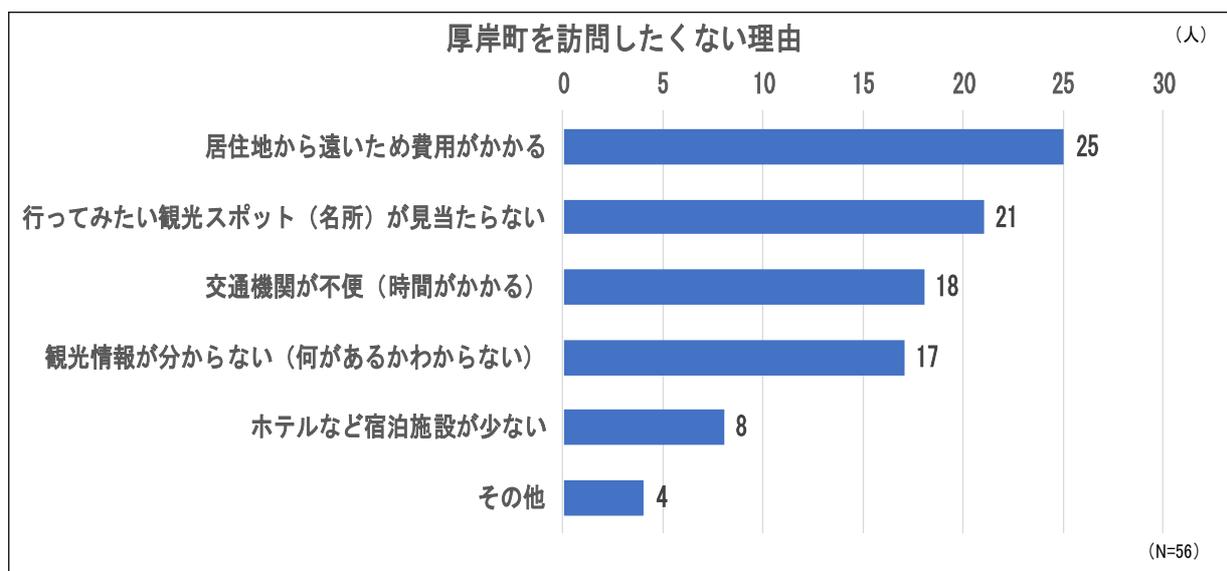
- ⑩ 厚岸町を訪問する時に、厚岸町に宿泊したいか
- 厚岸町への訪問意向を持っている人に厚岸町での宿泊希望を聞いたところ、「魅力的な施設があれば宿泊を検討したい」が597人（66.5%）で最も多く、続いて「ぜひ宿泊したい」が260人（29.0%）となっています。



資料：令和4年度「厚岸町観光振興計画策定に係る調査委託業務」

⑪ 厚岸町を訪問したくない理由（複数回答）

- 厚岸町を「訪問したくない」「あまり訪問したくない」と回答した人の理由として「居住地から遠いため費用がかかる」が25人（44.6%）で最も多く、続いて「行ってみたい観光スポット（名所）が見当たらない」が21人（37.5%）、「交通機関が不便（時間がかかる）」が18人（32.1%）、「観光情報が分からない（何があるかわからない）」が17人（30.4%）の順に多くなっています。



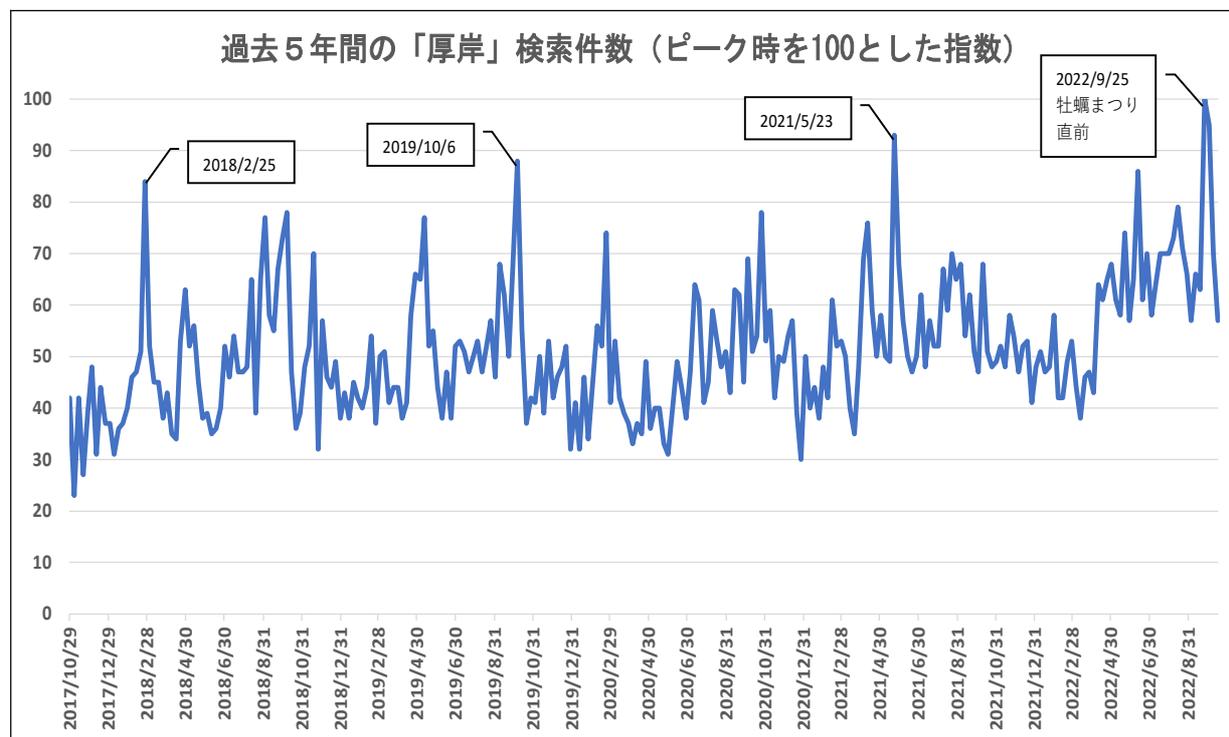
資料：令和4年度「厚岸町観光振興計画策定に係る調査委託業務」

## (6) SNS等の定性分析

### ① Google検索の状況

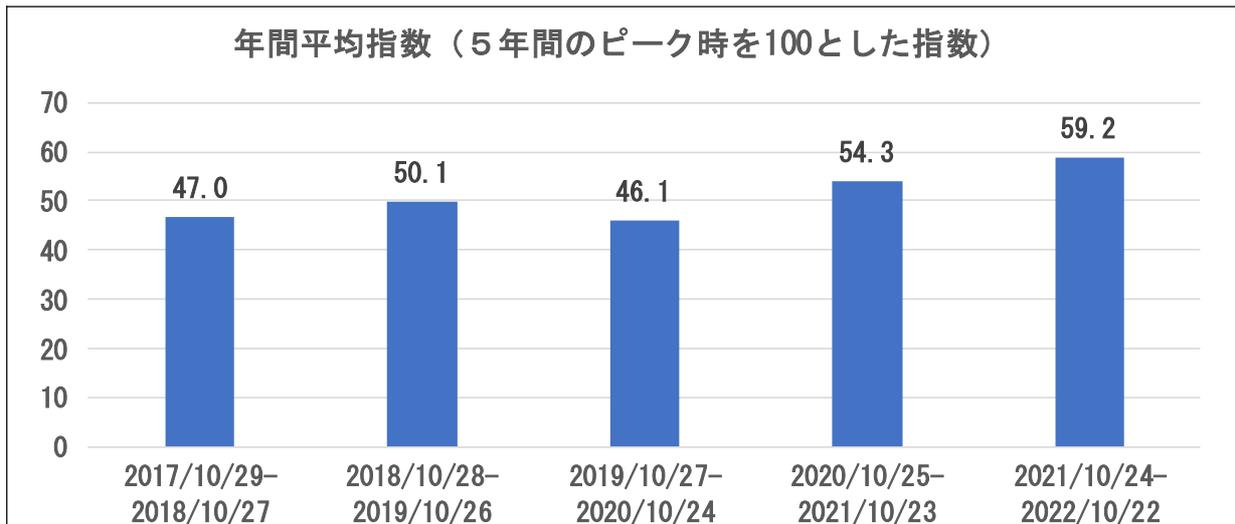
#### ●キーワード「厚岸」の検索状況

- Googleの過去5年間の検索状況を見ると、「厚岸」というキーワードの検索ピークは、令和4年（2022）9月25日から10月1日の週となっており、これは、3年ぶりに開催された「あっけし牡蠣まつり」の直前となっています。全国的に見ても、イベント直前になると観光地の検索数が増える傾向にあります。



資料：令和4年度「厚岸町観光振興計画策定に係る調査委託業務」

- 過去5年間の年間平均指数をみると、新型コロナウイルス感染症の拡大で観光客の動きが止まった令和元年（2019）10月27日から令和2年（2020）10月24日で検索数が落ち込んだものの、その後の検索数は増加に転じています。



資料：令和4年度「厚岸町観光振興計画策定に係る調査委託業務」

●関連キーワード

- ・ 過去5年間に「厚岸」と関連して検索された人気キーワードは、「厚岸 牡蠣」が最も多く、次いで「牡蠣」「北海道」「北海道 厚岸」「釧路」の順に多くなっています。
- ・ 過去5年間に検索数が急激に増えた注目キーワードは、「厚岸 コロナ」「厚岸 寒露」「厚岸 シングルモルト」「厚岸 ニューボーン」「厚岸 雨水」が上位となっています。いずれも5年前には検索されることがなかったキーワードであり、特に厚岸ウイスキーに関する関心が高まっていることがわかります。

順位	人気キーワード	スコア
1	厚岸 牡蠣	100
2	牡蠣	93
3	北海道	68
3	北海道 厚岸	68
5	釧路	65

順位	注目キーワード
1	厚岸 コロナ
2	厚岸 寒露
3	厚岸 シングルモルト
4	厚岸 ニューボーン
5	厚岸 雨水

資料：令和4年度「厚岸町観光振興計画策定に係る調査委託業務」

※ 「牡蠣」「かき」「カキ」「牡蛎」をまとめて「牡蠣」として記載しています。

※ 「人気キーワード」は、その期間で人気の高い検索キーワードで、スコアは相対的に計算され、最もよく検索されているキーワードのスコアが100で、スコア50のキーワードはその半分の検索頻度であることを示します。

※ 「注目キーワード」は、最後の期間からの検索頻度の増加が大きいキーワードで、急激に増加しているキーワードは、以前はそのようなキーワードがなかった、あったとしてもほとんど検索されなかったと考えられます。

- 令和3年(2021)10月から令和4年(2022)9月までの過去1年間に「厚岸」と関連して検索された人気キーワードは、「牡蠣」「牡蠣 厚岸」が最も多く、次いで「ウイスキー 厚岸」「ウイスキー」「釧路」の順に多くなっており、過去5年間と比較すると、ウイスキー関連の検索をする人が増えていることがわかります。
- 令和3年(2021)10月から令和4年(2022)9月までの過去1年間に検索数が急激に増えた注目キーワードは、「厚岸 牡蠣 祭り 2022」が多く検索されており、令和4年(2022)10月に3年ぶりに開催した「あっけし牡蠣まつり」に大きな注目が集まっていたことがわかります。続いて「厚岸 立冬」「厚岸 大寒」「厚岸 清明」「厚岸 ウイスキー 立冬」の順に厚岸ウイスキーに関する検索が多くなっています。

順位	人気キーワード	スコア
1	牡蠣	100
1	牡蠣 厚岸	100
3	ウイスキー 厚岸	93
4	ウイスキー	92
5	釧路	68

順位	注目キーワード
1	厚岸 牡蠣 祭り 2022
2	厚岸 立冬
3	厚岸 大寒
4	厚岸 清明
5	厚岸 ウイスキー 立冬

資料：令和4年度「厚岸町観光振興計画策定に係る調査委託業務」

## ② Instagramを活用した厚岸観光の情報発信・収集

### ● Instagramを開設している施設とフォロワー数

- 厚岸町の観光に関連する主な機関・施設の中で、Instagramを開設している機関・施設とそのフォロワー数で、最もフォロワーが多いのは「厚岸漁業協同組合エーウロコ」の3,762人で、続いて「厚岸蒸溜所」が3,207人となっています。
- 町内の観光施設や飲食店の中でInstagramを開設している施設は少なく、情報発信に活用する施設が増えることが期待されます。

Instagramのフォロワー数（令和4年（2022）10月27日調査時点）

順位	機関・施設	フォロワー数
1	厚岸漁業協同組合エーウロコ	3,762
2	厚岸蒸溜所	3,207
3	厚岸味覚ターミナル・コンキリエ	2,225
4	厚岸町	1,648
5	釧路町・厚岸町・浜中町広域観光推進協議会	1,206
6	J A釧路太田（きわみるくん）	422
7	厚岸観光協会	371
8	夢風舎	326
9	ホテル五味	286
10	お食事処 海鮮焼ゆっけ（馬場商店）	221
11	ネイパル厚岸	67

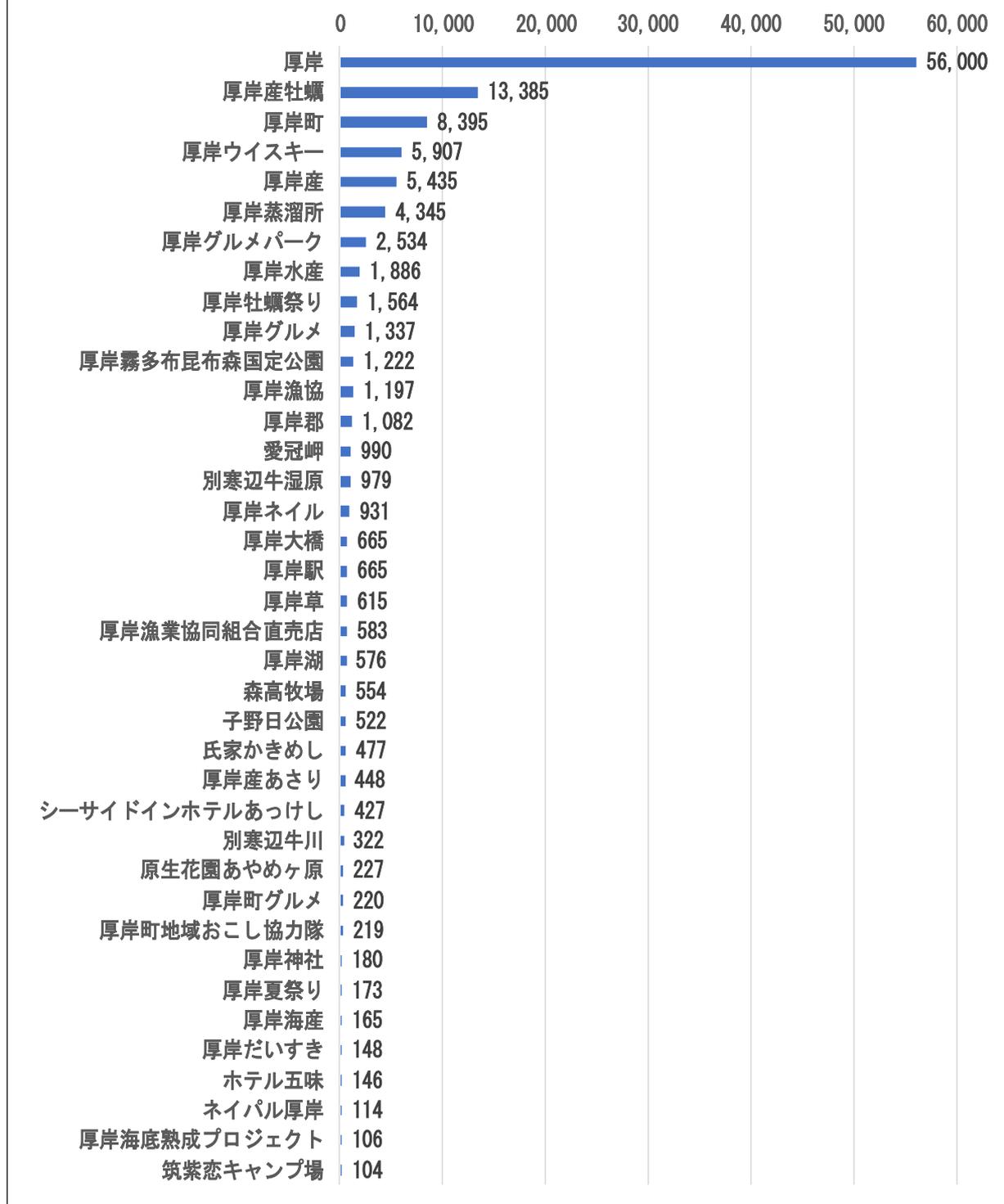
資料：令和4年度「厚岸町観光振興計画策定に係る調査委託業務」

●ユーザーが投稿した際の「#<sup>※1</sup>（ハッシュタグ）」

- ・ 厚岸町内の観光施設や観光地について、どのような「#」をつけて投稿しているのかを見ると、「厚岸」が5万6,000件で最も多くなっています。続いて「厚岸産牡蠣」が1万3,385件、「厚岸町」が8,395件、「厚岸ウイスキー」が5,907件、「厚岸産」が5,435件の順に多くなっています。
- ・ 場所を表す「厚岸」や「厚岸町」を除くと、カキやウイスキーに関連するキーワードが上位に来ており、Instagramに投稿されている写真でも、カキやウイスキーの写真が多くなっています。同様に、Twitterの投稿内容も「厚岸の牡蠣美味しい～」や「厚岸ウイスキーが買えない」などのカキやウイスキーに関連するツイートが多くなっています。
- ・ これらの投稿は厚岸町を訪問した観光客だけではなく、東京や札幌で「厚岸産牡蠣」や「厚岸ウイスキー」を楽しんでいる人による投稿や、厚岸町民の投稿も含まれています。

※1 #（ハッシュタグ）：Instagramで投稿する時には、「訪問している場所」「食べているもの」「その時の気持ち」「投稿内容に関連した流行りのキーワード」などを、「#」という形で投稿するのが一般的。この「#」はラベルのような役割を持ち、利用者は「#」を使ってInstagramの投稿を検索しています。

【Instagramにおける厚岸関連#の利用状況】



令和4年（2022）10月27日調査時点

資料：令和4年度「厚岸町観光振興計画策定に係る調査委託業務」

③ T w i t t e rによる厚岸観光の情報発信・収集

- T w i t t e rによる情報発信の結果を「厚岸」で検索し、夏の観光シーズンである令和4年（2022）8月と、3年ぶりの「あつけし牡蠣まつり」が開催された令和4年（2022）10月の発信内容に含まれるキーワード結果を比較したところ、8月と10月ともに上位のキーワードは、「牡蠣」「ウイスキー」「厚岸グルメパーク」で共通しています。
- 8月に多かったキーワードは、厚岸ウイスキーの「大暑」が発売された「ウイスキー」、10月に多かったキーワードは、3年ぶりに開催された「牡蠣まつり」、水揚げが増加した「さんま」などがあります。



資料：令和4年度「厚岸町観光振興計画策定に係る調査委託業務」

## 第3章 観光ビジョンと基本方針

第6期厚岸町総合計画における観光振興の基本理念は、「多彩な資源が輝き、活力と魅力にあふれるまち」です。それは、厚岸町の豊かな自然環境の中で育った海産物や農産物のほか、自然景観や歴史・文化など、町民にとっては日常にある多彩な地域資源を磨き上げ、観光資源として活かし、魅力あるまちづくりを進めていくとともに、さまざまな分野で産業経済団体等と連携し観光関連業の活性化を図り、活力あるまちづくりを進めていくことです。

また、これらの地域資源を保全しながら、持続的に利用する観光地づくりをより一層推進する必要があります。

「みんなの“あっけし”新時代の創造に向かって」をめざすまちの姿とし、その実現に向け、先見性と積極性をもってたゆむことなく挑戦し、特性や強みを最大限に活かした取組を進め将来につなげ、多様な人を受け入れ、人と人をつなぎ、共創・協働で、もっと豊かな、もっと元気な“あっけし”を築き、未来を切り拓いてまいります。



(第6期厚岸町総合計画 第1章 めざすまちの姿 第2節 基本姿勢 より)

# 1 観光ビジョン

## 「多彩な資源が輝き、活力と魅力にあふれるまち」

厚岸町には、ラムサール条約登録湿地に認定され、その価値が認められている「厚岸湖・別寒辺牛湿原」のほか、「厚岸霧多布昆布森国定公園」など、世界に誇ることができる豊かで優れた自然環境があります。

また、独特な地形を背景に発展してきた基幹産業の漁業と酪農業があります。漁業では、カキやアサリをはじめとする魚介類のほか、酪農業では、内陸部に広がる広大な酪農地帯を背景にした生乳生産が盛んに行われるなど、豊富な食資源があります。最近では、厚岸蒸溜所の「厚岸ウイスキー」が定期的に出荷され、国内外から高い評価を受けています。

観光においても、原生花園あやめヶ原や愛冠岬、別寒辺牛湿原に代表される風光明媚な自然が育む多彩な資源があります。また、産業経済団体等との連携のもと実施している、自然景観や食を活用した「あつけし桜・牡蠣まつり」「あつけし牡蠣まつり」などがあります。

歴史においても、東北海道では最も早くから開けたことにより、文化元年（1804）に江戸幕府によって蝦夷三官寺の一つである国泰寺が建立されるなど、東北海道開拓の玄関、海運の要所としての長い歴史と、その長い歴史の中で育まれてきた貴重な文化があります。

交通インフラにおいては、平成27年度（2015）に道東自動車道阿寒インターチェンジ、令和6年（2024）12月に釧路西インターチェンジまでが開通され、釧路外環状道路も釧路西インターチェンジから釧路別保インターチェンジまで通行できるようになったほか、北海道横断自動車道根室線「尾幌糸魚沢道路」の整備が推進されるなど、今後、交通インフラの拡充により、観光客を含めた交流人口の増加が期待されます。

これらの多彩な地域資源を観光資源ととらえ、新しい生活様式に対応したアフターコロナの観光施策を実施し、外貨を引き込む環境を整備することで地域の経済や社会の発展につなげ、町民が観光による恩恵を実感でき、地域の価値を将来につなげていくための、活力と魅力にあふれる持続可能な観光地づくりを推進していきます。

## 2 基本方針

### めざすまちの姿

- (1) 豊かな自然が育む「食」や「自然体験」などの地域資源を保全しながら持続的に利用できる観光地づくりを目指します。
- (2) 道東文化発祥の地としての「歴史」と「文化」が学べる環境づくりに努めます。
- (3) さまざまな分野での観光振興を図るため産業経済団体等と連携し、活力ある観光地づくりを目指します。
- (4) 環境と調和した観光施設の整備を進め、環境と産業が共生する活力ある観光地づくりに努めます。
- (5) 外国人観光客が安心して快適に観光できる環境づくりに努めます。
- (6) 広域連携による観光ルート形成により、道東地域への観光客の滞在を促します。
- (7) アフターコロナにおける新型コロナウイルス感染症対策に配慮した観光地づくりを目指します。
- (8) 多彩な地域資源を活用し、外貨獲得に向けた環境の整備を目指します。

#### ●基本方針1「地域資源を活用した魅力ある観光地づくりの推進」

厚岸霧多布昆布森国定公園などの豊かな自然や食、歴史・文化の地域資源を活かした個性ある観光地づくりを進めるとともに、さまざまな分野で産業経済団体等と連携し観光関連業の活性化を図り、地域資源を保全しながら持続的に利用する活力ある観光地づくりを目指します。

また、環境と調和した観光施設の整備を進め、環境と産業が共生する活力ある観光地づくりを進めるとともに、外国人旅行者を含む観光客が安心して快適に観光できる環境づくりに努めます。

#### ●基本方針2「観光情報の発信と広域連携の強化」

魅力ある観光地を目指し、イベントの充実を図るとともに、周辺観光関連施設と連携した情報発信に取り組みます。

#### ●基本方針3「観光推進体制の強化」

厚岸観光協会をはじめ産業経済団体等と連携し、さらなる観光事業の展開と組織力の強化を図るとともに、広域連携による観光ルートを形成し道東地域への観光客の滞在を促します。

### 3 目標実現に向けた役割分担

#### (1) 行政の役割

- ① 観光振興に係る基本計画や基本方針を策定し、当町の全体の観光振興に関する目標と施策、手順を示すとともに、そのフォローを着実にを行います。
- ② 観光関連事業者、観光関連団体、企業や町民等が企画する自主的な取組を支援するとともに、情報共有を図りながら、観光振興の総合的な調整を行います。
- ③ 国、道、他自治体、観光関連事業者、観光関連団体と連携し、幅広い情報の収集と発信に努めるとともに、広域観光の展開を図ります。
- ④ 観光施設の計画的な整備・管理や受入体制の充実を図ります。

#### (2) 観光関連事業者の役割

- ① 自らの企画力や経営力を高め、観光客の多様なニーズを的確に捉え、魅力ある商品づくりと良質なサービスの提供を行います。
- ② 漁業や酪農業、商工業と結び付いた、戦略的な地元産品や旅行商品を開発、販売、発信するよう努めます。

#### (3) 観光関連団体の役割

- ① イベントや新しい商品開発の企画・運営など、観光振興に向けた柔軟でスピード感のある事業展開に努めます。
- ② 観光資源の保全や街なみ、観光地の環境美化活動に参加します。
- ③ 行政と観光関連事業者、企業等と協力し合って誘客活動に取り組んでいくとともに、観光人材の育成や町民とのコーディネーター役も果たします。

#### (4) 町民の役割

- ① 町民一人一人が地域に対する理解を深め、厚岸への愛着と誇りを持つとともに、町外から訪れる観光客をおもてなしの心で温かく迎え入れます。
- ② 当町の魅力ある観光資源などの知識を深め、厚岸町の良さを観光客に紹介します。

## 第4章 観光ビジョン実現のための戦略

観光ビジョンの実現に向けて、「地域資源を活用した魅力ある観光地づくりの推進」「観光情報の発信と広域連携の強化」「観光推進体制の強化」の3つの基本方針のもと、10個の戦略を掲げています。

戦略1から戦略4までは、厚岸町の魅力づくりや地域資源などを活用した持続的な観光地づくりを行う戦略、戦略5から戦略8までは、効果的な情報発信と広域で連携した魅力強化を図る戦略、戦略9から戦略10までは、受け入れ環境の整備を行う戦略で構成しています。

### 1 地域資源を活用した魅力ある観光地づくりの推進

戦略1 魅力ある観光地の形成

戦略2 地域資源を活用した滞在型観光施策の展開

戦略3 訪日外国人等にとって居心地の良い環境づくり

戦略4 豊かな自然環境を活用した施策の展開

### 2 観光情報の発信と広域連携の強化

戦略5 多様な情報発信ツールによる情報発信

戦略6 観光関連事業者等と連携した誘客促進

戦略7 広域エリアでの魅力づくり

戦略8 広域エリアでの魅力発信

### 3 観光推進体制の強化

戦略9 関係団体等と連携した受入体制の強化

戦略10 ガイドの育成

# 1 地域資源を活用した魅力ある観光地づくりの推進

## 戦略1 魅力ある観光地の形成

豊かな自然や食、歴史・文化の地域資源を活かした個性ある観光地づくりをはじめ、環境と調和した観光施設の整備を進めます。

また、厚岸霧多布昆布森国定公園をはじめとした優れた自然の風景地を保護するとともに、既存の地域資源のブラッシュアップや再発掘を通じて、その利用の増進を図ることにより、持続的な観光地としての魅力を高め、「行ってみたい」「また来てみたい」と思われる観光地づくりを進めます。

### ①自然環境や景勝地の保全と利用促進

厚岸霧多布昆布森国定公園をはじめとした優れた自然の風景地を保護するとともに利用する取組は、観光関連事業者だけでなく、行政、町民、観光客なども含めてみんなで実施する必要があります。すでに、別寒辺牛湿原におけるカヌーの利用総量の制限や、別寒辺牛川流域や厚岸湖を清掃する「厚岸町クリーン作戦」、約600人規模の「町民の森植樹祭」の事業を毎年実施（コロナ禍では未実施）していますが、湿原を含めた自然環境を学び、協力できる人が様々な形で支援・参加できる仕組みを展開していきます。

事業名等	事業実施主体	事業内容	事業実施予定時期							
			R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	
フィルムコミッション等誘致事業 【継続】	町・観光関連事業者・観光関連団体・町民	厚岸霧多布昆布森国定公園内など自然の魅力を活かし、テレビCMやドラマなどのロケ地として誘致する。								
湿原フォーラム事業 【新規】	町	湿原の価値を学習し保全と観光を学ぶ、湿原フォーラムを開催する。								
観光地保全・利用促進事業 【継続】	町・観光関連事業者・観光関連団体・町民	自然環境や景勝地を適切に保全し、利用促進に努めるため、ごみ拾いなどの美化活動を実施する。								
	町	厚岸湖・別寒辺牛湿原学術奨励補助金制度で研究された報告書を、町民が分かりやすいようにまとめ、町の豊かな自然を伝えるため、町内外にPRする。								

## ②景観や環境に配慮した観光地の整備

厚岸町にある観光施設等は、景観への配慮から木造施設の建築物があります。施設ごとの魅力・付加価値向上を図りつつ、持続的に利用するためにも、修繕・改修の見込みを立て計画的に維持管理を行うとともに、豊かな自然環境を活かしつつ、自然と触れあえ、学べる場所などの整備も進め、長期滞在できる観光地づくりを進めます。

事業名等	事業実施主体	事業内容	事業実施予定時期							
			R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	
別寒辺牛湿原施設整備事業 【新規】	町	野生生物の保護や生態系の維持など自然環境の大切さを学ぶため、別寒辺牛湿原を高台から観察できる展望施設の整備や、別寒辺牛湿原や別寒辺牛川等を観察する散策路と木製のデッキ等の整備を検討する。		検討						
	町・観光関連事業者・観光関連団体	別寒辺牛川本流の増水時には既存のカヌーポートが水没し使用できないことから、安全にカヌーを乗降することができる新たな場所にカヌーポートの整備を検討する。			検討					
	町	別寒辺牛湿原を高台から観察できる展望施設を新たに整備するのに併せて、観察塔の中に別寒辺牛湿原や厚岸霧多布昆布森国定公園を「まなぶ」場所や、厚岸町産の木材を「さわる」場所の整備を検討する。			検討					
町営牧場観光施設整備事業 【新規】	町・観光関連事業者・観光関連団体	町営牧場敷地内に、フットパスやマウンテンバイクの周遊コースを整備するため、目的場所となる新たな展望施設を検討するとともに、町営牧場付近に生息する野鳥などの野生生物を観察できるスポットを周知するため、外国人旅行者を含む観光客が利用できるように多言語による案内標識や休憩場所の整備を検討する。		検討						
厚岸味覚ターミナル・コンキリエ整備事業 【継続】	町	厚岸味覚ターミナル・コンキリエの魅力向上のため、多くの人が利用できるよう整備を進める。								
あつけし望洋台整備事業 【新規】	町	あつけし望洋台施設を、観光客だけでなく町民も利用する魅力ある場所として、再整備を検討する。		検討						
	町・関係機関	あつけし望洋台に入る国道の車の流れをスムーズにするため、関係機関と協議を行う。また、あつけし望洋台にあるごみ箱の必要性について検討する。			検討					
子野日公園整備事業 【新規】	町	車椅子の人や高齢者でも普賢象等の桜を楽しめるよう桜見本園までの散策路を整備する。【令和5年度散策路整備済】								
原生花園あやめヶ原園地整備事業 【新規】	町	原生花園あやめヶ原の景観保全及び環境保全のため、牧柵や散策路の再整備を行う。また、展望台やあやめヶ原観光サービスセンターの必要性について協議する。								
末広海岸展望広場整備事業 (ピリカウタ園地) 【新規】	町	末広海岸や小島・大黒島を望む末広海岸展望広場の景観保全及び安全確保を図るため、通路柵と転落防止柵の整備を行う。								
アッケシソウ観察施設整備事業 【継続】	町	アッケシソウを身近に触れあえ、学べる場所などの整備を検討する。		検討						

### ③既存資源のブラッシュアップ

観光客のニーズやスタイルが多様化する中、選んでもらえる観光地を目指し、未だ十分な魅力の掘り起こしと活用ができていないアッケシソウをはじめとした自然環境や歴史・文化、付加価値が図られた観光施設などを活かしたコンテンツを造成し、気軽に地域資源を満喫でき、満足できる魅力的な観光地づくりを進めます。

事業名等	事業実施主体	事業内容	事業実施予定時期							
			R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	
観光スポット整備事業【継続】	町・観光関連団体	厚岸観光協会が設置している観光スポットの看板を活用して、町内の周遊促進を図るための仕組みを構築する。								
愛冠野営場利用促進整備事業【新規】	町	愛冠野営場やキャンプ場に関するニーズ調査を行い、利用者の安全確保、施設のイメージアップ、満足度の向上のため、魅力ある施設への改修を検討するほか、観光客や町民が楽しめるアスレチック等の遊び場の設置を検討する。		検討						
キャンプ場整備事業【新規】	町	愛冠野営場やキャンプ場に関するニーズ調査を行い、厚岸町におけるキャンプ場のあり方を検討する。		検討						
緑のふるさと公園遊歩道再整備事業【新規】	町・観光関連事業者・観光関連団体・町民	愛冠野営場から愛冠岬や森林センターまでの緑のふるさと公園を周遊できる老朽化した既存の遊歩道の必要性を関係機関と協議する。		検討						
水鳥観察館展示物整備事業【新規】	町	厚岸霧多布昆布森国定公園などの自然の魅力を伝える展示物を水鳥観察館内に整備する。		検討						
町営牧場観光施設整備事業【新規】（再掲）	町・観光関連事業者・観光関連団体	町営牧場敷地内に、フットパスやマウンテンバイクの周遊コースを整備するため、目的場所となる新たな展望施設を検討するとともに、町営牧場付近に生息する野鳥などの野生生物を観察できるスポットを周知するため、外国人旅行者を含む観光客が利用できるように多言語による案内標識や休憩場所の整備を検討する。		検討						
お供山展望施設整備事業【新規】	町	老朽化しているお供山展望台のあり方を協議し、改修または撤去に向けて検討する。新たに、展望施設としてのベンチなどの休憩スペースや、多言語による町内景観案内板の整備を検討するほか、避難階段付近への駐車場の確保に向けて協議する。		検討						
子野日公園整備事業【継続】	町・観光関連事業者・観光関連団体・町民	夜の散策路と夜桜を楽しめるライトアップに関連したイベントを検討する。また、年間を通じた公園の利用を図るため、遊具等の整備や紅葉スポットとしての木々の植樹などを検討するとともに、公園の魅力と利便性を向上させるために計画的な整備を進める。								
観光アドバイザー等招聘事業【新規】	町・観光関連団体	観光アドバイザーや旅行事業者等の観光に関わる専門家を招聘し、既存資源のブラッシュアップや、既存資源を活かした新たな観光資源の開発に取り組む。								
アッケシソウ観察施設整備事業【継続】（再掲）	町	アッケシソウを身近に触れあえ、学べる場所などの整備を検討する。		検討						

## 戦略2 地域資源を活用した滞在型観光施策の展開

厚岸霧多布昆布森国定公園をはじめとした優れた自然の風景地を保護するとともに、自然や食、歴史・文化の地域資源を持続的に利用する滞在型観光施策を展開し、観光客等の保健、休養、教化に資するため、関係機関と連携した特色ある観光メニューの開発を行い、長期滞在を促します。

### ①特色ある観光メニューの開発

地域資源を活用した魅力ある観光地づくりを推進するため、関係機関と連携し、既存の体験メニューの見直しや厚岸町でしか体験することができない新たなメニューの開発を行うとともに、夜型のメニューを展開することで、厚岸町への宿泊を促し観光消費につなげます。

事業名等	事業実施主体	事業内容	事業実施予定時期							
			R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	
体験型観光推進事業 【継続】	町・観光関連事業者・観光関連団体	観光関連団体等と連携し、木工センターにおいて、材料持ち込み不要の工作月間を利用して観光客を誘致する。	検討							
	町・観光関連事業者・観光関連団体	尾幌酪農ふれあい館を利用した加工実習体験メニューを検討する。	検討							
	町・観光関連事業者・観光関連団体	漁業・酪農業・林業・農業の各産業に関わる地域資源を最大限に活用した、厚岸町でしか体験することができないメニューの開発に取り組む。								
	町・観光関連事業者・観光関連団体	宿泊客数の増加を図るため、夜間における宿泊付きの観光メニューの開発に取り組む。								
自然体験推進事業 【継続】	町・観光関連事業者・観光関連団体	自然環境を活かした自然体験メニューの開発に取り組む。								
	町・観光関連事業者・観光関連団体	広大な自然の中で森林セラピーなどの実施に向け検討する。	検討							
	町・観光関連事業者・観光関連団体	トドマツの精油づくり、樹液シロップづくりなど、森林センターを軸にした新しい体験メニューを考案する。	検討							
	町・観光関連事業者・観光関連団体	自然環境を活かしたツアー商品の造成を検討する。	検討							
	町・観光関連事業者・観光関連団体	愛冠野営場を活用し、野営場区画を観光関連事業者等へ貸し出し、各事業者の強みを活かした魅力あるプランの企画・PRを検討する。	検討							
	町・観光関連事業者・観光関連団体	林道を巡るツアーや、漁船を利用した乗船体験に向け検討する。	検討							
	町・観光関連事業者・観光関連団体	町内の自然の中でホーストレッキングを実施し、景色を見ながら散策できるツアーの企画を検討する。	検討							

## ②観光周遊ルート構築

町内の地域資源を活かし、観光客の属性やニーズを捉えたモデルルートを構築し、周遊促進とリピーターの獲得につなげます。

また、観光施設や観光スポットが点在していることから、各観光施設等の周遊を図るため、公共交通事業者と連携したプランを検討するほか、環境負荷が少ない地域内観光周遊促進に向け、観光客等が自由に移動できる手段としてのレンタサイクルの導入に向けて検討します。

事業名等	事業実施主体	事業内容	事業実施予定時期							
			R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	
周遊観光推進事業 【新規】	町・観光関連事業者・観光関連団体	学芸員等を活用した郷土歴史・博物館巡りの周遊ルートを検討する。	検討							
	町・観光関連事業者・観光関連団体	観光客に分かりやすく、計画が立てやすく、また観光案内をする側にとっても紹介しやすい、所要時間、交通手段、目的、季節、ストーリー性を持たせた町内周遊ルートマップを作成し、町内での滞在を促す。								
観光タクシープラン整備事業 【新規】	町・観光関連事業者・観光関連団体	観光施設等が点在しており、車がなければ周遊することができないため、JRで到着後すぐに観光できるタクシープランを検討する。	検討							
原生花園あやめヶ原臨時観光バス運行事業 【新規】	町・観光関連事業者・観光関連団体	ヒオウギアヤメが咲き始めて見頃を迎える時期に、JRとの接続を考慮した原生花園あやめヶ原までの臨時バスの運行を検討する。	検討							
レンタサイクル整備事業 【新規】	町・観光関連事業者・観光関連団体	観光客が自由に観光施設等に移動できるためのレンタサイクルの整備を検討する。	検討							

## ③地域ブランドの構築

北海道では認知度が高い厚岸町のカキを、全国での認知度の向上を図るため、ストーリー性を持たせた情報発信を行い、すでにあるカキのブランドを高めるとともに、新たな観光資源となっている「厚岸ウイスキー」を活用した厚岸蒸溜所ツアーのさらなる充実などを含め、それぞれのコンテンツの磨き上げを行い、満足度と価値を高めるブランド化を推進します。

事業名等	事業実施主体	事業内容	事業実施予定時期							
			R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	
魅力アップ事業 【新規】	町・観光関連事業者・観光関連団体	厚岸町のカキができあがるまでのストーリー性もあわせた情報発信をすることにより、自然の豊かさなどの地域全体のブランド力を高める。								
	町・観光関連事業者・観光関連団体	カキ＝厚岸、ウイスキー＝厚岸のブランドイメージを、各種媒体を活用し全国・世界にPRする。								

### 戦略3 訪日外国人等にとって居心地の良い環境づくり

訪日外国人や障がい者などの観光客が安心して快適に観光できる環境づくりに努めます。

#### ①案内表示や情報の多言語化整備

訪日外国人を含めた観光客が安心して快適に観光できる環境づくりのため、多言語による表示・案内をはじめ、伝統文化や体験を主体としたコンテンツづくりなど、訪日外国人のニーズにあわせた環境づくりを推進します。

事業名等	事業実施主体	事業内容	事業実施予定時期							
			R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	
インバウンド推進事業 【新規】	町	外国人向けの観光アプリの制作を検討する。		検討						
	町・観光関連事業者・観光関連団体	寺社等で日本文化を体験できる疑似体験メニューの開発を検討する。		検討						
インバウンド受入体制強化事業 【新規】	町・観光関連事業者・観光関連団体	観光施設等における多言語アナウンスによる屋内放送やサイネージ表示、訪日外国人スタッフの雇用を検討する。		検討						
案内表示板整備事業 【新規】	町	観光施設や指定文化財などの案内表示板の建替を検討する。		検討						

#### ②観光施設のバリアフリー化

障がい者や高齢化の進展により増加する高齢者の方々が安心・安全に旅行ができる環境整備を推進します。

事業名等	事業実施主体	事業内容	事業実施予定時期							
			R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	
観光施設バリアフリー整備事業 【新規】	町	観光施設のバリアフリーの整備に努める。								
VR映像製作事業 【新規】	町	バリアフリー化が難しい観光施設の代替として、VR映像の製作を検討する。		検討						

#### 戦略4 豊かな自然環境を活用した施策の展開

厚岸町には、ラムサール条約登録湿地や厚岸霧多布昆布森国立公園に指定される豊かな自然があり、優れた自然の風景地の保全や湿原の賢明な利用を図るとともに、食、歴史・文化の地域資源を気軽に満喫できる身近な観光地として、観光客等の保健、休養、教化に資する、自然環境を活用した施策を展開します。

##### ①自然体験型観光の推進

豊かな自然を活用した新たな観光コンテンツとして、自然環境を活かしたツアー商品をはじめ、愛冠野営場の新たな利活用方法などの観光プログラムを開発します。

事業名等	事業実施主体	事業内容	事業実施予定時期							
			R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	
自然体験推進事業 【継続】（再掲）	町・観光関連事業者・観光関連団体	自然環境を活かした自然体験メニューの開発に取り組む。	[Blue bar]							
	町・観光関連事業者・観光関連団体	広大な自然の中で森林セラピーなどの実施に向け検討する。	検討	[Blue bar]						
	町・観光関連事業者・観光関連団体	トドマツの精油づくり、樹液シロップづくりなど、森林センターを軸にした新しい体験メニューを考案する。	検討	[Blue bar]						
	町・観光関連事業者・観光関連団体	自然環境を活かしたツアー商品の造成を検討する。	検討	[Blue bar]						
	町・観光関連事業者・観光関連団体	愛冠野営場を活用し、野営場区画を観光関連事業者等へ貸し出し、各事業者の強みを活かした魅力あるプランの企画・PRを検討する。	検討	[Blue bar]						
	町・観光関連事業者・観光関連団体	林道を巡るツアーや、漁船を利用した乗船体験に向け検討する。	検討	[Blue bar]						
	町・観光関連事業者・観光関連団体	町内の自然の中でホーストレッキングを実施し、景色を見ながら散歩できるツアーの企画を検討する。	検討	[Blue bar]						

②アドベンチャートラベルの推進

「自然とのふれあい」「文化交流」「アクティビティ」の3要素がある厚岸町において、ストーリー性を持たせたプランを造成します。

令和5年度（2023）に開催されたA T W S 2023北海道に向けた情報発信を行いました。

事業名等	事業実施主体	事業内容	事業実施予定時期							
			R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	
自然体験推進事業 【継続】（再掲）	町・観光関連事業者・観光関連団体	自然環境を活かした自然体験メニューの開発に取り組む。	[Blue bar]							
	町・観光関連事業者・観光関連団体	トドマツの精油づくり、樹液シロップづくりなど、森林センターを軸にした新しい体験メニューを考案する。	検討	[Blue bar]						
	町・観光関連事業者・観光関連団体	自然環境を活かしたツアー商品の造成を検討する。	検討	[Blue bar]						
	町・観光関連事業者・観光関連団体	林道を巡るツアーや、漁船を利用した乗船体験に向け検討する。	検討	[Blue bar]						
	町・観光関連事業者・観光関連団体	町内の自然の中でホーストレッキングを実施し、景色を見ながら散策できるツアーの企画を検討する。	検討	[Blue bar]						
訪日外国人誘客促進事業 【新規】	町・観光関連事業者・観光関連団体	「自然とのふれあい」「文化交流」「アクティビティ」の3要素がある厚岸町において、ストーリー性を持たせたプランを造成し、A T W S 2023北海道に向けて情報を発信する。 【令和5年度実施済】	[Blue bar]							

## 2 観光情報の発信と広域連携の強化

### 戦略5 多様な情報発信ツールによる情報発信

インターネット情報発信ツールや旅行情報誌などを活用した観光宣伝のほか、道の駅や管内観光関連施設へ観光情報を提供し、観光客の誘客に努めます。

また、ご当地キャラクター「うみえもん」を活用した観光情報の発信を図ります。

#### ① SNSなどICTの積極的な活用

これまでの紙媒体、ウェブサイト、SNS、プロモーション内容の見直しを行い、観光情報を的確に届けるため、ターゲットを想定した上で情報発信を行うほか、観光施設における無料のWi-Fi整備など、ICTを積極的に活用します。

事業名等	事業実施主体	事業内容	事業実施予定時期							
			R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	
ICT利活用事業 【新規】	町、観光関連団体	SNS世代である若者をターゲットに町をPRするため、インフルエンサー※ <sup>1</sup> 等の活用を検討する。	検討							
	町	観光施設等に無料のWi-Fiスポットの整備を検討する。	検討		■					
観光情報充実事業 【新規】	町、観光関連団体	Googleに掲載されている町内の観光情報を充実させるとともに多言語化を行う。								

#### ② 訴求効果の高い宣伝・告知

観光情報の訴求を高めるため、世代別に応じた各媒体を活用した情報発信を行います。また、観光客・消費者から興味を引く情報発信を行います。

事業名等	事業実施主体	事業内容	事業実施予定時期							
			R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	
観光宣伝事業 【新規】	町・観光関連事業者・観光関連団体	SNS等を活用し、観光客・消費者が興味を引く情報を発信する。								
	町・観光関連事業者・観光関連団体	世代に応じた情報を発信する。								

※1 インフルエンサー：SNS等による情報発信により購買の意思決定に大きな影響を与える人のこと。

③ご当地キャラクター等の活用

子どもを中心に人気が高い、厚岸町公式キャラクター「うみえもん」や町内のキャラクターを活用した周知・宣伝活動を推進します。

また、厚岸町にゆかりのある著名人などの協力を得て、厚岸町の知名度向上を図ります。

事業名等	事業実施主体	事業内容	事業実施予定時期								
			R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11		
キャラクターによるPR事業【新規】	町・観光関連団体	町内のキャラクターと他の自治体のキャラクターと連携し、町をPRを検討する。	検討								
	町・観光関連団体	町内にゆかりのある著名人の協力を得て、町内のキャラクターを活用した町のPRを検討する。	検討								
	町・観光関連団体	観光客のリピーターを増やすため、観光施設等で町内のキャラクターによるおもてなし事業の展開を検討する。	検討								
	町・観光関連団体	町内のキャラクターによるカキの剥き方講座など話題性のある活動を検討する。	検討								
	町・観光関連団体	町内外で行われる各イベント等にキャラクターと参加し、町の宣伝を行う。									

## 戦略6 観光関連事業者等と連携した誘客促進

厚岸観光協会をはじめとする観光関連事業者等と連携した観光事業を展開し、観光客の誘客を図るとともに、町内での消費の活発化を促進します。

### ①マーケティング調査の実施

観光客の動向を把握するため、聞き取り調査などのマーケティング調査を実施し、ターゲットを捉え、必要な情報を提供します。

事業名等	事業実施主体	事業内容	事業実施予定時期							
			R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	
マーケティング調査事業【継続】	町	観光客の動向を把握するため、聞き取り調査などのマーケティング調査を実施し、ターゲットを捉え、観光情報を提供する。								

### ②商品の開発

厚岸ブランドの魅力向上を図るため、厚岸産の食材等を使用した特産品の開発を支援します。

また、観光関連事業者等と連携したプランなどを企画し、誘客につながる商品化づくりを推進します。

事業名等	事業実施主体	事業内容	事業実施予定時期							
			R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	
特産品開発支援事業【継続】	町・観光関連事業者・観光関連団体	ふるさと納税返礼品にも活用できる厚岸産の食材を使用した特産品の開発を支援する。また、厚岸ブランドの魅力向上を図るため、完成した特産品には厚岸ブランドの称号を与え、認定シールなどの配布を検討する。		検討						
ワーケーション受入環境整備事業【新規】	町・観光関連事業者・観光関連団体	観光関連事業者等と連携し、ワーケーションを受け入れる環境の整備を検討する。		検討						
旅行商品造成促進事業【新規】	町・観光関連事業者・観光関連団体	観光客の誘客を図るため、旅行事業者との連携による旅行商品の開発に取り組む。								

### ③誘客プロモーションの実施

道内外からの観光客を誘客するため、観光関連事業者等と連携し、ターゲットを捉えたプロモーションを実施します。

事業名等	事業実施主体	事業内容	事業実施予定時期							
			R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	
プロモーション事業【継続】	町・観光関連事業者・観光関連団体	観光客の誘客を図るため、観光関連事業者等と連携し、道内外でのプロモーションを実施する。								
誘客促進事業【継続】	町・観光関連事業者・観光関連団体	町と産業団体等で構成する厚岸町観光プロモーション実行委員会において、道内外に向けた誘客のためのプロモーションを実施する。								

## 戦略7 広域エリアでの魅力づくり

町内のフィールドや体験メニューだけでは集客力が弱く、長時間の滞在が望めないことから、広域連携による観光ルートを形成し、道東地域への観光客の滞在を促し、誘客を図ります。

### ①観光周遊ルートの構築

厚岸霧多布昆布森国定公園を有する釧路町や浜中町、標茶町と連携を図り、広域連携による観光ルートを形成するとともに、厚岸町の歴史・文化に関わる自治体と連携した歴史・文化に関わるツアーを実施し、観光客の誘客を図ります。

事業名等	事業実施主体	事業内容	事業実施予定時期								
			R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11		
観光列車運行事業【新規】	町・観光関連団体	花咲線を楽しむ観光列車を誘致し、運行に向けJR北海道と協議する。	検討								
歴史・文化ルート構築事業【新規】	町・観光関連団体	厚岸霧多布昆布森国定公園を有する釧路町や浜中町、標茶町と連携を図り、これまでの厚岸町と関わってきた歴史をめぐる観光ルートを検討する。	検討								
蝦夷三官寺巡り事業【新規】	町・観光関連団体	北海道遺産である蝦夷三官寺巡りなどの連携したツアーを検討する。	検討								
広域観光周遊ルート構築事業【新規】	町・観光関連団体	知床ねむるシーニックバイウェイを活かした官民連携による広域周遊ルートの構築を図る。									
	町・観光関連団体	釧路町や浜中町と連携を図り、「北太平洋シーサイドライン」を活用した広域周遊ルートの構築を図る。									
	町・観光関連団体	厚岸霧多布昆布森国定公園を有する釧路町や浜中町、標茶町と連携を図り、景観と食を活かした国定公園内を巡る広域周遊ルートの構築を検討する。	検討								

### ②観光周遊ルートの宣伝

広域連携による各種媒体を通じた宣伝や旅行企画会社等へのプロモーションを行います。

事業名等	事業実施主体	事業内容	事業実施予定時期								
			R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11		
観光周遊ルート宣伝事業【新規】	町・観光関連団体	ドライブ観光の誘客と周遊による滞在の拡大を図るため、釧路管内、根室管内などの道の駅と連携したドライブルートを検討し、各道の駅においてドライブルートや周辺の地域情報などの発信を行う。									
	町・観光関連団体	パンフレットや旅行情報誌、SNS、ホームページ等の各種媒体を通して、広域の観光周遊ルートの発信を行う。									
	町・観光関連事業者・観光関連団体	厚岸霧多布昆布森国定公園を有する釧路町や浜中町、標茶町と連携を図り、景観と食を活かした国定公園内を巡る広域周遊ルートを構築し、旅行企画会社等へのプロモーションを行う。									

## 戦略8 広域エリアでの魅力発信

道東圏域の関係団体と連携した広域観光を推進するとともに、観光関連事業者等との連携を強化し、道東圏域への誘客を図ります。

また、広域エリアの魅力を一体的に発信することで、エリアとしての知名度の向上を図り、選んでもらえる観光地づくりを目指します。

### ①連携したプロモーションの実施

釧路町・厚岸町・浜中町広域観光推進協議会など観光関連団体と連携し、「食」や「自然」を活用した周遊ルートの充実を図るとともに、厚岸霧多布昆布森国定公園誕生による好機を活かした、旅行情報誌などでの情報発信のほか、旅行企画会社への宣伝など、広域で取り組みます。

事業名等	事業実施主体	事業内容	事業実施予定時期							
			R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	
厚岸霧多布昆布森国定公園プロモーション事業 【継続】	町・観光関連団体	厚岸霧多布昆布森国定公園を有する釧路町や浜中町、標茶町と連携を図り、景観と食を活かした国定公園内を巡る広域周遊ルートを構築し、旅行企画会社へのプロモーションを行う。								
	町・観光関連団体	厚岸霧多布昆布森国定公園を有する釧路町や浜中町、標茶町と連携を図り、観光物産展などのイベントを実施する。								
観光プロモーション事業 【継続】	町・観光関連団体	北太平洋シーサイドライン「岬と花の霧街道」の釧路町と浜中町と連携し、首都圏や関西圏などの旅行企画会社等に豊かな自然や食をPRし、誘客につなげる。								
ウェルカム道東道オール釧路魅力発信事業 【新規】	町・観光関連団体	令和6年度に道東自動車道の阿寒インターチェンジから釧路西インターチェンジまでの区間が開通することに伴い、釧路管内市町村と連携し、道央圏や十勝圏などにPRを実施する。								
季節就航便おもてなし事業 【継続】	町・観光関連団体	季節就航便の就航にあわせ、釧路管内市町村と連携し、お出迎えや釧路地域の食材の美味しさを知ってもらうためPRを実施する。								

### ②ニーズにあった誘客プロモーションの実施

道東圏域への旅行者のニーズなどを把握し、戦略的な情報発信を行います。

事業名等	事業実施主体	事業内容	事業実施予定時期							
			R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	
マーケティング調査事業 【継続】（再掲）	町	観光客の動向を把握するため、聞き取り調査などのマーケティング調査を実施し、ターゲットを捉え、観光情報を提供する。								
プロモーション事業 【継続】（再掲）	町・観光関連事業者・観光関連団体	観光客の誘客を図るため、観光関連事業者等と連携し、道内外でのプロモーションを実施する。								

### 3 観光推進体制の強化

#### 戦略9 関係団体等と連携した受入体制の強化

厚岸観光協会をはじめとする観光関連事業者との連携を強化し、充実した観光事業の展開と組織強化、活発化を促進します。

##### ①観光関連事業者との連携と組織強化

厚岸観光協会をはじめとする観光関連事業者との連携を強化し、観光客誘客に向けた事業を展開するとともに、観光客のニーズに対応した受入体制の強化を図ります。

事業名等	事業実施主体	事業内容	事業実施予定時期								
			R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11		
特産品等魅力発信事業 【新規】	町・観光関連団体	観光施設等に厚岸ゆかりのものをカプセルトイにしたご当地ガチャの設置を検討する。	検討								
	町・観光関連団体	いつでも、どこでも厚岸町の特産品を楽しめるよう、観光施設等にご当地自販機の設置を検討する。	検討								
誘客促進事業 【継続】（再掲）	町・観光関連事業者・観光関連団体	町と産業団体等で構成する厚岸町観光プロモーション実行委員会において、道内外に向けた誘客のためのプロモーションを実施する。									
宿泊施設等整備・充実事業 【新規】	町・観光関連事業者	魅力ある宿泊施設や飲食店などの施設整備に努め、観光客の受入体制を図る。また、施設整備にあたり、国・道・町の補助金制度などを活用するため、宿泊施設等との連携を図る。									

##### ②イベントの充実

観光関連事業者と連携し、新たな観光資源である「厚岸ウイスキー」を活用したイベントを開催するほか、既存イベントの磨き上げを行います。

事業名等	事業実施主体	事業内容	事業実施予定時期							
			R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	
観光行事推進事業 【新規】	町・観光関連事業者・観光関連団体	冬期間の集客を図るため、新たな観光資源となっている「厚岸ウイスキー」や既存の地域資源を活用した冬のイベントを開催する。また、魅力あるイベントを開催するため、既存のイベント内容の見直しを実施する。								
	町・観光関連事業者・観光関連団体	観光客が町内の飲食店を巡る事業を検討する。	検討							
	町・観光関連団体	厚岸味覚ターミナル・コンキリエで、町民が利用できる町民還元企画や、観光客も参加できる行事を検討する。	検討							

### ③環境美化の推進

「厚岸町クリーン作戦」による町内一斉清掃、湖内及び海岸清掃や湿原清掃を行うほか、定期的な清掃活動を実施します。

事業名等	事業実施主体	事業内容	事業実施予定時期						
			R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11
美化推進事業 【継続】	町・観光関連事業者・観光関連団体	ごみのない町を目指し、定期的に清掃活動を実施する。							

## 戦略10 ガイドの育成

町内観光の充実を図るため、ガイドの養成に努め、観光客とガイドをつなぐ仕組みの構築を進めます。

### ①アウトドアガイドの育成と活用

体験観光を推進するため、北海道知事認定のアウトドアガイド資格取得に向けたガイドを育成するとともに、魅力あるアウトドア体験メニューを検討していきます。

事業名等	事業実施主体	事業内容	事業実施予定時期							
			R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	
アウトドアガイド育成事業 【継続】	町	一定程度の外国語にも対応できるアウトドアガイドの育成を図る。								
	町	アウトドアガイド育成に向け、育成に関わる補助を行う。								

### ②ガイドの育成と活用

町内の歴史や自然などの魅力を学ぶ機会を設け、観光客に町内の魅力を紹介できる一定のスキルを持ったガイドの育成を進めていきます。

また、まち全体で観光客をもてなすという町民の観光に対する意識向上を図ります。

事業名等	事業実施主体	事業内容	事業実施予定時期							
			R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	
観光ガイド育成事業 【新規】	町・観光関連事業者・観光関連団体	厚岸町に住んでいる人にしかわからない、観光雑誌に載らないコアな観光スポットを紹介できるガイドの育成を図る。								
	町・観光関連事業者・観光関連団体	自ら考えた観光ルートを巡り、地元への関心を深める事業を検討する。		検討						
	町・観光関連事業者・観光関連団体	町内の魅力ある自然景観、食、歴史・文化を学ぶ講座を実施し、町民ガイドとして、一定のスキルを持ったガイドの育成を図る。								
ご当地検定事業 【継続】	観光関連団体	ご当地検定を実施し、町内の魅力ある自然景観、食、歴史・文化を発信できる人材の育成を図る。								

## 第5章 成果指標

第6期厚岸町総合計画では、「観光客の年間入込数」と「北海道知事認定アウトドアガイド有資格者数」を成果指標に設定していますが、本計画では、「宿泊客数」と「町内における観光消費額」の項目に加え、1人当たりの日帰り客と宿泊客の観光消費額を追加した成果指標とします。

また、町民満足度調査で実施している「観光振興に関する取り組みや各種イベントの開催」も成果指標とします。

令和6年度に、道東自動車道阿寒インターチェンジから釧路西インターチェンジまでの区間が開通することやアフターコロナを踏まえ、観光客の年間入込数を「515,200人」に設定します。

また、経済効果の拡大を図るうえで宿泊が重要であることから、宿泊客数を「32,300人」に設定するとともに、町内における観光消費額を「2,577,600千円」とし、1人当たりの日帰り客の観光消費額を「4,000円」、1人当たりの宿泊客の観光消費額を「20,000円」に設定します。厚岸霧多布昆布森国定公園をはじめとした豊かな自然をフィールドにしたアウトドア体験を楽しんでもらうため、北海道知事認定アウトドアガイドの有資格者数を「5人」に設定します。

### 成果指標

指標名	最大値		目標値	
	数値	年(年度)	数値	年(年度)
観光客の年間入込数	449,100人	H29	515,200人	R11
宿泊客数	30,900人	H22	32,300人	R11
町内における観光消費額	1,842,075千円	—	2,577,600千円	R11
日帰り客／1人当たり	3,210円	R4	4,000円	R11
宿泊客／1人当たり	16,170円	R4	20,000円	R11
北海道知事認定 アウトドアガイド 有資格者数	3人	R4	5人	R11

※ 観光消費額の最大値は、これまで調査を実施していないことから、令和4年度に調査を実施した来訪者調査結果より算出。

### 町民満足度調査における成果指標

施策	R1		R10	
	満足度数	重要度数	満足度数	重要度数
観光振興に関する取り組みや各種イベントの開催	3.12	3.89	3.20	4.00

## 第6章 フォローアップ

目標の達成と事業の計画的・効率的な実行のためには、P D C Aサイクルに基づく適切な進捗管理（フォローアップ）が必要となります。

施策の進捗度合を客観的に評価するための目標値を示した指標を設定（P l a n）し、関連する施策等の実施（D o）による、目標値の達成状況や施策等の進捗及び効果を毎年度評価・検証（C h e c k）するとともに、計画が観光客のニーズに沿った実効性のある計画として常に機能し続けるよう、評価・検証結果や社会情勢の変化などを踏まえ、必要に応じて施策等の内容を機動的に見直しながら、予算編成などに反映（A c t i o n）すること（P D C Aサイクル）により、計画に沿った施策等の効果的な推進を図ります。

また、社会情勢や観光を取り巻く環境の変化、国や道などからの新たな施策の展開などがあつた場合には、必要に応じて本計画の見直しを行います。



---

## 厚岸町観光振興計画

令和5年3月 発行／厚岸町  
令和7年3月 改訂

〒088-1192 北海道厚岸郡厚岸町真栄3丁目1番地

TEL 0153-52-3131（代表）

URL <https://www.akkeshi-town.jp>

---