斜里町観光振興計画

平成 27 年度～平成 35 年度

（ 2015 - 2023 ）

平成 27 年 6 月

斜 里 町

目　　次

第１章　計画の基本的事項　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　１

１．計画策定の趣旨と目的　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　２
２．計画の位置づけ　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　３
３．計画の期間　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　３
４．計画の構成　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　４
５．計画の策定方法と経過　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　４
６．計画の推進方法　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　５
７．計画の変更手続き　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　６

第２章　観光の位置づけと現状及び課題　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　７

１．観光の変遷と入込動向　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　８
２．観光産業の位置づけと経済効果　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　１１
３．観光の現状と課題　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　１２

第３章　観光振興の基本的方向性　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　１３

１．観光振興の目標　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　１４
２．めざすべき観光地像　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　１７
３．基本施策　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　１９
４．重点施策　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　２０

第４章　施策の具体的な内容　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　２３

第１節　集客力の強化　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　２４
第２節　アクセス・交通の改善　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　３３
第３節　観光地・施設の魅力向上　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　４２
第４節　体験観光・エコツーリズムの充実　・・・・・・・・・・・・・・・・　５４
第５節　来訪･滞在の魅力･サービス向上　・・・・・・・・・・・・・・・・・　６８
第６節　基礎調査とマーケティングの強化　・・・・・・・・・・・・・・・・　７５
第７節　人材育成と組織強化　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　７８

第１章　計画の基本的事項

この章では、計画の目的や位置づけ、期間、策定方法、推進方法などの基本的事項を示しています。

１．計画策定の趣旨と目的　・・・・・・　２
（１）趣旨　・・・・・・・・・・・・・　２
（２）目的　・・・・・・・・・・・・・　２
２．計画の位置づけ　・・・・・・・・・・　３
３．計画の期間　・・・・・・・・・・・・　３
４．計画の構成　・・・・・・・・・・・・　４
５．計画の策定方法と経過　・・・・・・　４
６．計画の推進方法　・・・・・・・・・・　５
（１）推進体制　・・・・・・・・・・・　５
（２）進行管理　・・・・・・・・・・・　５
（３）役割分担　・・・・・・・・・・・　５
（４）財源　・・・・・・・・・・・・・　６
７．計画の変更手続き　・・・・・・・・・　６

１．計画策定の趣旨と目的

（１）趣　旨

斜里町は、昭和 46 年の第 1 次総合計画から現在の第 6 次に至るまで、一貫して「みどりと人間の調和を求めて」をまちづくりの基本理念として掲げて、町政運営を行ってきた。

この「みどりと人間の調和を求めて」とは、斜里町が大自然の恵みに活かされた中で住民生活が営まれ、その調和のもとに生産と生活と文化が維持され高められ、そして調和を求め続けることが斜里町の個性を創造していくということを意味するものである。

この 50 年余り、森や海などが適切に保全されてきた知床の自然環境を主たる観光資源としてきた斜里町観光は、農業や漁業と同様に、「みどりと人間の調和」を文字通り体現する産業であり、この理念を追求しているからこそ、発展することができた。

その一方で、観光入込客は平成 10 年度をピークに減少が続いている現状にもある。マスツーリズムの隆盛によって急増した観光客が、その衰退によって減少していることが、減少の最大の要因となっている。同時に、旅行の個人化と多様化、多目的化も年々進行し、外国人観光客も増加している。

このような中、斜里町の観光行政は、これまで基本となる計画を持たずに取り組まれてきた。計画がなくても一定の集客が図られてきた時代は過ぎ去っており、改めて現状を見直した上で、今後どのように観光振興を図っていくのかを自発的な意思をもって定めていく必要がある。

ここに「斜里町観光振興計画（以下、本計画）」を策定し、中長期的な視点での着実な観光振興をめざすものである。

（２）目　的

本計画は、次の 4 点を目的として策定するものである。

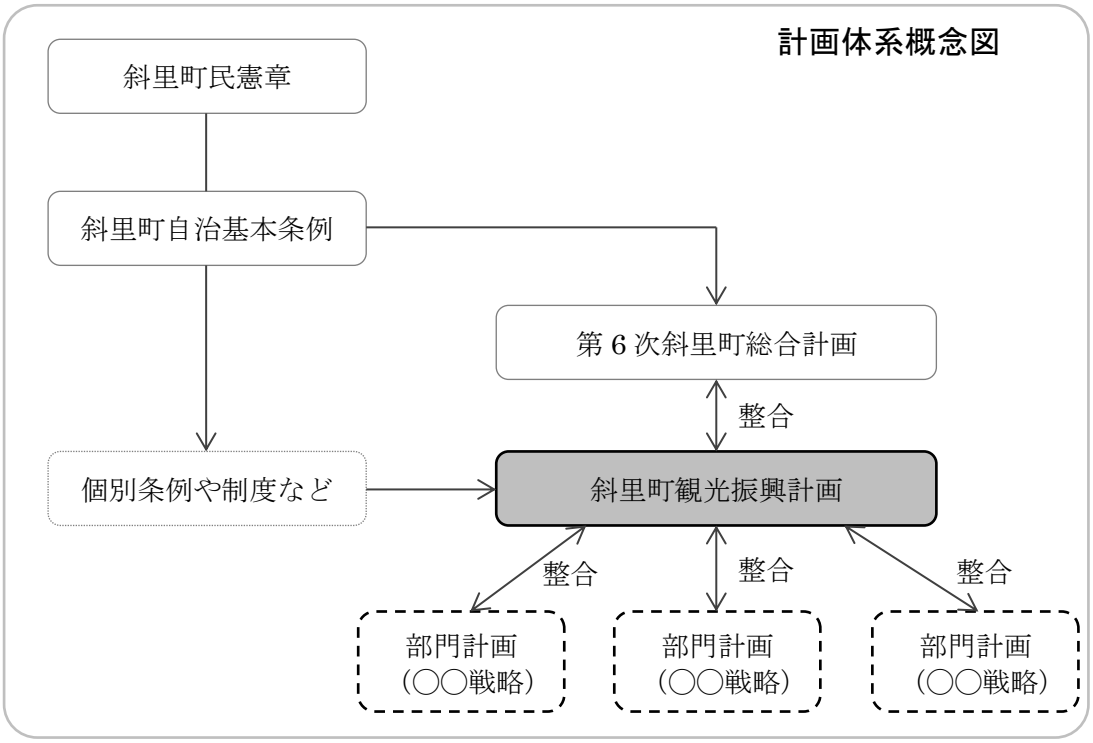
① 観光の目指すべき方向性や目標、実施すべき事項を明確にすること。
② その方向性や目標、実施事項を、行政、観光関係団体、観光事業者、商工関係団体、農林水産団体及び地域住民などで共有すること。
③ その方向性や目標、実施事項を確実に実施するため、役割分担を明確にしつつ、効果的で効率的な投資を進めること。
④ これらによって着実な観光振興を図り、地域活性化に資すること。

２．計画の位置づけ

本計画は、「第 6 次斜里町総合計画（以下、総合計画）」に基づく個別計画として策定する行政計画である。

また、総合計画の次層に位置し、観光行政の基本計画かつ実施計画の性格を併せ持つ計画として位置づける。

なお、行政計画ではあるが、全てを行政が単独で実施するという意味ではなく、観光団体や観光事業者が行うべきことや、他の行政機関・団体に要請していくべきことなども記載するものである。



３．計画の期間

本計画の計画期間は、終期を総合計画に合わせ、平成 27 年度から平成 35 年度までの 9 年間とする（2015～2023 年度）。

総合計画に合わせ、平成 30 年度に中間見直しを行うことを予定する。

	H26	H27	H28	H29	H30	H31	H32	H33	H34	H35
第 6 次総合計画	→	→	→	→	中間点検	→	→	→	第 7 次計画策定	
観光振興計画		→	→	→	中間点検	→	→	→	次期計画策定	

４．計画の構成

本計画は、次の章立てと内容で構成している。

○　第１章　計画の基本的事項

計画の目的や位置づけ、期間、策定方法、推進方法などを記載

○　第２章　観光の位置づけと現状及び課題

観光の動向や位置づけ、現状と課題などを記載

○　第３章　観光振興の基本的方向性

観光振興の目標やめざすべき観光地像、基本施策などを記載

○　第４章　施策の具体的な内容

今後実施していくべき施策やその考え方を記載

５．計画の策定方法と経過

本計画は、「斜里町観光振興計画策定会議（以下、策定会議）」を中心に協議を重ね策定したものである。

策定会議は、知床斜里町観光協会、斜里町商工会、斜里町農業協同組合、斜里第一漁業協同組合、ウトロ漁業協同組合、知床温泉旅館協同組合、知床民宿協会、知床ガイド協議会、知床小型観光船協議会、斜里バス(株)、(株)斜里工房しれとこ屋、(株)ユートピア知床、知床財団、ウトロ地域協議会、の 14 団体・事業者、15 名（知床斜里町観光協会のみ 2 名）で構成され、平成 25 年 11 月に設置された。

平成 25 年 11 月の第 1 回会議以降、平成 27 年 3 月までに計 17 回開催され、精力的に協議が進められた。予め論点提示を行い、その論点に沿って協議を進め、本計画のとおり取りまとめたものである。

策定会議の他に、庁内政策会議や関係部署協議を行ない、意見調整を進めたほか、平成 27 年 2 月開催の臨時議会全員協議会において素案協議、平成 27 年 3 月開催の定例議会全員協議会において計画案協議を行い、意見反映を行っている。

また、観光協会との協議や、平成 27 年 4 月 10 日から 4 月 30 日にかけてパブリックコメントを行った上で、平成 27 年 6 月の庁内政策会議において計画の確定をしたところである。

なお、本計画は、当初、総合計画（平成 26 年 6 月策定）－斜里町観光基本計画（平成 25 年 6 月）の下位に位置する 3 層目の計画とすることを念頭に策定会議での協議が進められたが、協議の中で、基本計画では網羅できなかった内容等も盛り込むこととなったため、基本計画の内容を本計画の中に取り込み（基本計画と振興計画の一元化)、「２．計画の位置付け」で記載のとおり、本計画を 2 層目の計画とすることとなったものである。

６．計画の推進方法

（１）推進体制

これまで斜里町には、観光施策を協議するための常設の会議体がなかったが、本計画の策定を契機に、計画の確実な推進と、より具体的な方策を検討することを目的とする「斜里町観光振興戦略会議（以下、戦略会議）」を新設する。

会議は、次項で記載の進行管理のため、少なくとも年２回開催するものとする。

（２）進行管理

進行管理は、原則として４月及び10月に開催される戦略会議の場を活用して行うものとする。

４月に開催する会議では、その年度に実施予定の事業の確認と、次年度に予定する事業の検討を行い、10 月に開催する会議では、その年度の事業の進捗確認と、次年度予定の事業の確認を行うこととする。

この戦略会議における進行管理の結果は、総合計画進行管理委員会にも反映させ、町政全般の施策構築、予算編成、行政評価とも連携するよう努める。

（３）役割分担

計画の確実な実施のため、実施項目分野別の、行政、観光協会及び観光事業者間における基本的な役割分担を、下表のとおり想定するものとする。

但し、実際の事業実施にあたっては、その内容によって柔軟に対応するものとし、また、三者以外の関係機関・団体の協力などを妨げることを意図するものではない。

分　野	主　体		補　助	
集客対策	観光協会	観光事業者	行　政	
アクセス	行　政	観光協会	観光事業者	
施設整備	行　政		観光協会	観光事業者
体験観光	観光事業者		行　政	観光協会
サービス	観光事業者		観光協会	行　政
基礎調査	行　政	観光協会	観光事業者	
人材育成	観光協会	行　政	観光事業者	

（４）財　源

行政が行うべき事業（施設整備など）は、国や道などの補助金・交付金の活用を基本にしつつ、また、総合計画進行管理委員会における施策構築・予算編成・行政評価の結果を踏まえながら、計画的で確実な実行に努めるものとする。

また、観光協会及び観光事業者が行うべき事業（集客対策、体験観光、サービス部門など）は、自ら実施するほか、必要に応じて各種助成制度を活用し実施するものとする。

７．計画の変更手続き

本計画は、観光を取り巻く情勢変化に迅速に対応するため、計画内容を変更（見直しや修正）することを妨げない。

計画の変更は、戦略会議において発議・協議され、承認されることを要するものとする。

その後、行政内の政策会議において変更案としてとりまとめ、町議会（全員協議会）における協議を経て、確定するものとする。

第２章　観光の位置づけと現状及び課題

この章では、観光の動向や位置づけ、現状及び課題の認識などを示しています。

１．観光の変遷と入込動向　・・・・・・　８
（１）変遷　・・・・・・・・・・・・・　８
（２）入込動向　・・・・・・・・・・・　８
２．観光産業の位置づけと経済効果　・・　１１
３．観光の現状と課題　・・・・・・・・・　１２

１．観光の変遷と入込動向

（１）変　遷

斜里町史によれば、知床が観光地として脚光を浴びるようになったのは、1958 年 10 月の斜里－ウトロ間道路開通以降とされる。

1960 年の森繁久弥氏主演映画『地の涯に生きるもの』や、1962 年の定期観光船の就航、1964 年の知床国立公園指定などによって脚光を浴びるようになり、1971 年、加藤登紀子氏が歌う『知床旅情』のレコード大賞受賞による第一次知床ブームによってホテルや民宿が次々とオープンし、ウトロが観光地として大きく飛躍した。

1965 年には知床五湖の遊歩道整備、1970 年には知床林道が整備され知床大橋までが探勝できるようになったほか、1972 年には、斜里－ウトロ間の送電線が整備され、道路も道道に昇格するなど、インフラの整備も急ピッチで進み、観光客の受入態勢が徐々に整っていった。

1977 年には、開拓離農跡地を寄付金によって買い取る「知床 100 平方メートル運動」が開始されて、自然保護運動の先駆けとして全国的にも注目を浴び、1980 年の知床横断道路開通によって第二次知床ブームが到来し、1981 年には観光客入込数は 100 万人、1985 年には宿泊客数も 40 万人を突破することになった。

1980 年代後半以降、航空路線網の拡大や経済発展によるマスツーリズムの隆盛により、観光客は急増していく中、1988 年には知床国立公園の入口施設として知床自然センターが開館し、自然保護と観光利用のバランスをとることが模索され始めた。

1987 年には冬期集客イベントである知床ファンタジアが開始され、冬期観光にも注目が集まり始め、1998 年には 180 万人の入込を記録した。

その後、団体観光が徐々に減少する中、2000 年頃には自然案内をするガイド事業者が現れ、エコツーリズムの考え方の下、景勝地観光とは違う魅力を全国に先駆けて実践され始めた。

2005 年には世界自然遺産に登録されて再び脚光を集め、一時的に盛り返したが、その後、航空路線網の縮小などの影響を受け、団体客を中心に入込客は急減している。

2007 年にはウトロとしゃりの道の駅が開館、2011 年には知床五湖の高架木道が整備されるなどして現在に至っている。

（２）入込動向

統計のある 1970 年度（昭和 45 年度）以降の入込客数の推移は図１、宿泊者数の推移は図２のとおりである。

宿泊者数は、1970 年代初頭から 1980 年代前半までは 30 万人台を推移していたが、航空路線網の充実や可処分所得の増加による旅行需要増などを背景に、マスツーリズムが盛んになった 1980 年代後半以降急速に増加し、ピークの 1998 年度には 67 万人

を記録した。

その後、2000 年の航空法改正（需給調整規制撤廃、料金認可制廃止などの規制緩和）などを背景に観光地間競争が激化し、マスツーリズムの衰退とともに、斜里町の観光客数も減少傾向に転じた。

2005 年の世界遺産登録前後に一時的に盛り返したものの、2007 年度以降は、航空路線の縮小（機材小型化や減便）や、道内観光地における道央・道南シフト傾向などによって、急速に減少して現在に至っている。

また、1993 年度、2003 年度、2013 年度の月別宿泊者数の比較は、図３のとおりである。

夏の集客は 1993 年が多く、冬は 2003 年が多いことがわかる。2013 年はほぼ通年を通して最も少ない。

一方で、外国人観光客に限っては、図４のとおり増加傾向にあり、全体のシェアは 2014 年度で約 7%である。

台湾、香港、中国、シンガポールからの観光客で約 9 割を占めているが、韓国、タイ、欧米などからの観光客も近年増加しつつある。

しかし、来日・来道者が急増している現状からすると、低調である。

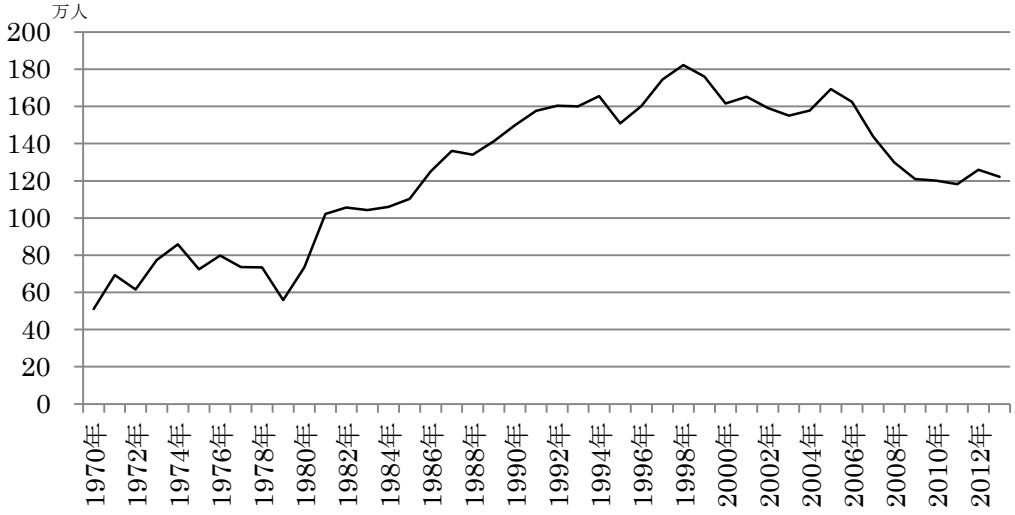


図１　入込客数推移

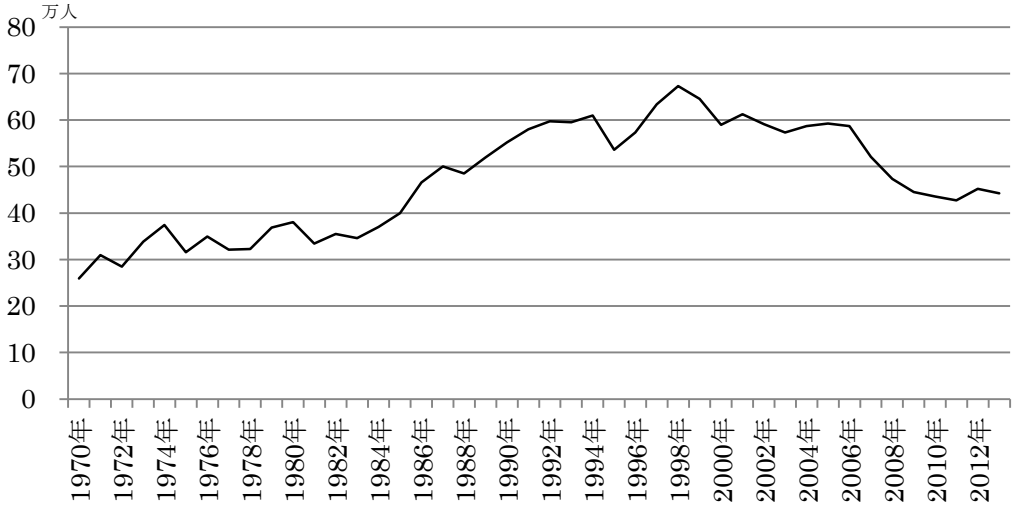


図２　宿泊客数推移

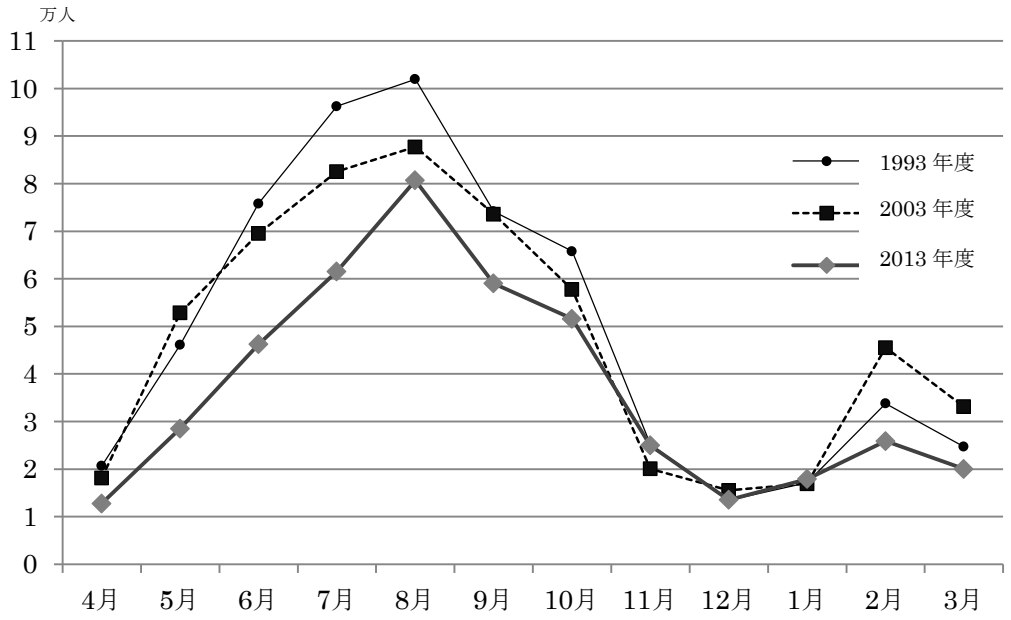


図３　月別宿泊者数比較

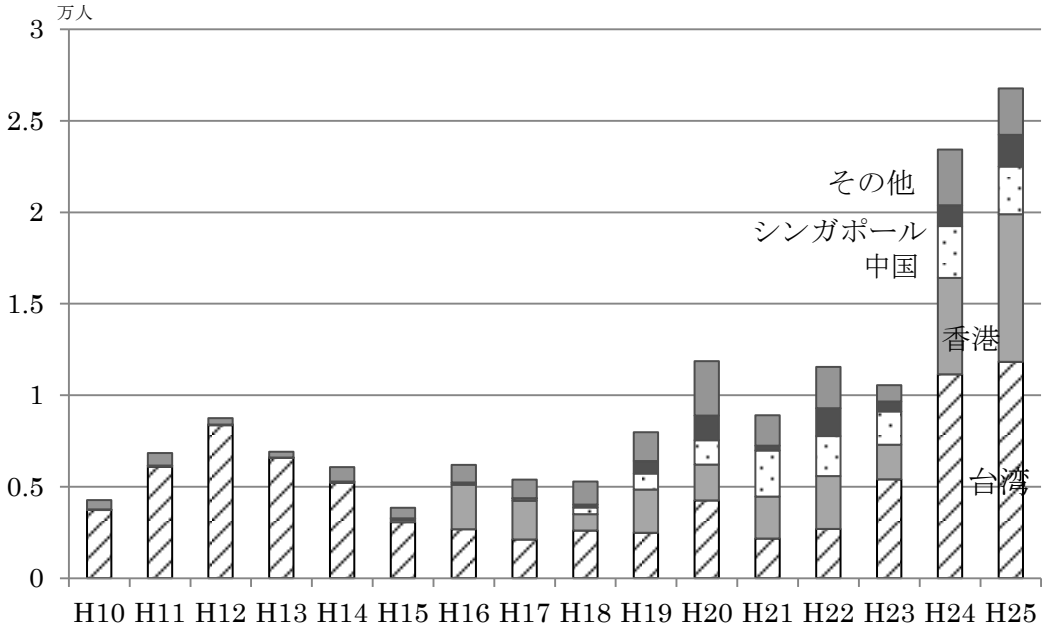


図４　外国人観光客国別内訳

２．観光産業の位置づけと経済効果

斜里町の観光産業は、農業や漁業とともに基幹産業と位置付けられる。

110 万人余りの観光客に対して様々なサービスが提供され、多額の資金が町内にもたらされている。観光振興によって、町外資金を得て、地域経済を支え、多くの雇用を生み、地域を活性化させていると言える。

平成 25 年度に行った調査結果によると、日帰客は町内で平均 5,670 円を消費し、宿泊客は平均 20,357 円を消費している。

この単価から推定される、観光客が町内で直接的に消費する金額は 130 億円以上であり、直接消費から派生する間接消費も含めれば、200 億円以上と推定されている。

雇用創出効果も多く、統計はないが、宿泊業、飲食業、特産品関連事業、交通運輸業、ガイド事業などにより、数百人以上が直接的に観光産業に従事しているものと推定されている。

		日帰客単価(円)	宿泊客単価(円)	総観光消費額(億円)
交通費		**1,751**	**1,358**	**20.27**
	レンタカー代	521	118	4.73
	JR・バス代	847	711	10.05
	ガソリン代	351	331	4.33
	その他	33	199	1.16
宿泊費		**0**	**10,359**	**46.83**
飲食代		**1,316**	**2,797**	**23.26**
	食事代	1,005	2,136	17.76
	軽食･飲物代	311	661	5.50
土産代		**1,573**	**2,596**	**24.42**
	菓子･食料品等	1,243	1,912	18.67
	工芸品	142	385	2.89
	その他	187	298	2.86
体験代		**912**	**2,861**	**20.29**
	観光船代	753	1,704	13.77
	ガイド代	141	1,032	5.80
	その他	19	124	0.72
入場料等		**117**	**388**	**2.7**
	施設入場料	52	138	1.04
	駐車場代	58	50	0.69
	その他	8	201	0.97
	合　　計	**5,670**	**20,357**	**137.78**

３．観光の現状と課題

斜里町の観光の現状と課題に関し、内部要因・環境、外部要因・環境に区分し、かつ、活かし利用すべき事項と、克服し取り除くべき事項とに区分して記載すると、下表のような点が挙げられる。

	内部要因・環境	外部要因・環境
強み（活かし、利用する）	・良質な自然がある ・優れた景観が多い ・体験プログラムが充実している ・自然ガイド・事業者が多い ・農業や漁業も盛んで産地食材が多い ・良質な宿泊施設が多い ・温泉資源が豊富 ・未開拓の観光資源、歴史資源も多い ・専門性の高い自然科学系人材が豊富 ・災害が比較的少ない ・マスメディアでの報道が多い	・知床のブランド力が強力で良好 ・知床旅情、世界遺産などで知名度や期待度が高い ・外国人観光客が増加傾向にある ・アウトドアなど、知床に適合した趣味が普及している ・道東道、北海道新幹線などアクセス手段の整備が進んでいる
弱み（克服し、取り除く）	・人口集積地から遠く、アクセスに時間と費用を要する ・公共交通機関が脆弱 ・団体観光への依存が高く、個人型観光への対応が遅れている ・外国人対応が遅れている ・入込の繁閑格差が大きい ・自然資源以外の開発が遅れている ・体験観光にリスクが伴う ・施設の老朽化が進行している ・地域内・産業間連携が不足している ・雨天型施設・プログラムが不足している ・昼食場所が不足している ・観光現場の力が分散している ・人的資源が不足しがち	・人口減少、少子高齢化が進行している ・若年者の旅行離れが進行している ・地球環境が悪化している（気象の不安定化、温暖化による流氷減少等） ・観光地間の競争が激化している ・地理的に広域連携がしづらい ・AGT による集客力が弱まっている ・観光の補助事業が少ない ・暴風雪などにより交通障害が発生することがある

第３章　観光振興の基本的方向性

この章では、観光振興の目標やめざすべき観光地像、基本施策などを示しています。

１．観光振興の目標　・・・・・・・・・・　１４
（１）基本認識　・・・・・・・・・・・　１４
（２）観光振興の目標　・・・・・・・・　１４
（３）補助指標　・・・・・・・・・・・　１５
２．めざすべき観光地像　・・・・・・・・　１７
３．基本施策　・・・・・・・・・・・・・　１９
４．重点施策　・・・・・・・・・・・・・　２０

１．観光振興の目標

（１）基本認識

観光振興とは、下図のフローのように、地域資源や素材を、観光地の魅力として発信・アピールすることによって、多くの旅行者の来訪を受け入れ、サービスの提供の対価として対外資金を獲得し、産業の振興や安定的な雇用に繋がり、もって、活力ある地域に貢献しているものである。

従って、入込客や宿泊客が増え、消費額が増えることが、観光振興上の最大の目標である。

地域資源・素材（景観・食・温泉・体験等）
→　観光地の魅力
→　情報発信・宣伝、アクセス
→　サービス提供、満足度向上
→　**観光入込客・宿泊客増**
→　**観光消費額増（宿泊・飲食・土産・体験・交通等）**
→　観光業・商工業他産業全般振興
→　安定的雇用、定住
→　地域活性
→　住みよいまち

（２）観光振興の目標

本計画では、次の２つの目標の達成をめざす。

目標１：　年間宿泊数を５０万人泊に引き上げ安定化させる

平成 21 年度（2009 年度）以降、41～45 万人泊で推移してきた年間宿泊数を、平成 19 年度（2007 年度）以前の 50 万人泊の水準に引き戻した上で、安定化させることを目標とする。

近年の減少傾向の要因が団体型観光の衰退であり、その傾向が今後も続くことを考えると、再び 50 万人泊に引き上げることは容易ではない。この後記載されているような様々な対策を総合的に行うことで達成可能となると思われる水準である。

なお、入込数ではなく宿泊数を目標としたのは、現在の調査手法が宿泊数を基準に入込数を算定していることと、滞留時間が長く、経済効果の高い宿泊数の方が目標として相応しいと考えられるからであり、日帰客の軽視を意味するものではない。

目標２： 総観光消費額を１６０億円以上に引き上げる

現在、130 億円程度と推定される総観光消費額を 30 億円以上引き上げる目標である。

観光消費は、観光客の来訪によって外部からもたらされる資金（外貨）であり、第一次産業の粗生産額に相当するものである。地域としては、入込数や宿泊数以上に、この総消費額こそ重要であると言っても過言ではない。

滞留時間を延ばしながら、様々なサービスを提供し、消費を喚起していくことが望まれ、具体的には、体験プログラムへの参加率を高めること等による客単価の増加も見込むものである。

・現在：（日帰 75 万人×5,700 円）＋（宿泊 42 万人×20,400 円）≒128 億円

・目標：（日帰 80 万人×6,500 円）＋（宿泊 50 万人×22,000 円）≒162 億円

（３）補助指標

２つの目標への進捗状況を詳細に把握・分析するために、次の４つの補助指標を設定する。

① 連泊率： 0.1 泊プラス （≒約 4 万泊プラス）

入込客が減っている状況の中で、宿泊数を伸ばすために最も重要なのは、連泊を促進することである。

景勝地を見せる観光から、各種体験プログラムやアクティビティ（体験観光）を前面に出すことによって、連泊を強く促していく必要がある。

特に、5 月中旬～7 月上旬、9 月下旬～10 月下旬、3 月上旬～3 月中旬など、いわゆるショルダー期と呼ばれる時期は、元々、団体型観光が相対的に多い時期だったため、近年の落ち込みが大きいが、逆に言えば、観光素材もそれなりに多くゆったりと楽しめるため、伸びしろは大きい。

5～10 月や 2～3 月は、体験観光を前面に出して、連泊を喚起していくことが可能である。

② 各種体験プログラム参加率： 0.1point プラス

現在、各種体験プログラムの統計はほとんどないが、早期にデータを収集し、参加率を高めていくことが必要である。

体験プログラムに参加すると、必然的に滞在時間が延びることになり、宿泊・連泊にも直結し、域内消費額や満足度も高まるためである。

③　外国人観光客比率：　7%　→　20%

来日・来道する外国人客が急増している。

初来日の外国人客は、東京－大阪間のいわゆるゴールデンルートを観光するケースが多いが、日本を気に入ったリピーターは、日本文化が色濃く残る地方や北海道などを訪れるようになっている。

北海道を訪れる観光客は、台湾や香港を始め、比較的温暖な東アジア・東南アジアからの来訪が多く、北海道らしいと評される道東もまだまだ増加する余地が大きい。

個人観光客（ＦＩＴ）にターゲットを絞り、体験観光や食事を前面に出しながら、道央・道南に集中する外国人客を取り込んでいく必要がある。

但し、特定の国に偏ってしまうと、為替や外交、感染症などの問題が直ちに入込減に繋がりリスク要因になってしまうため、居住地のバランスにも留意する必要がある。

④　満足度・再来訪意向度：　各 0.1point プラス

せっかく来訪があっても満足度が低下すると、評判が落ち、リピーターにはなりにくくなり、中長期的には減退してしまう可能性が高くなる。観光地・体験・サービス全般での満足度を向上させて、リピーターをより確実に取り込んでいくことが求められている。

外国人観光客では、特にＳＮＳなどによる口コミの影響力は後進国ほど強いため、サービス向上、満足度向上にも留意し続ける必要がある。

夏に来た観光客には冬を、冬には夏を勧めるなどして、リピーターの獲得に努めていく。

２．めざすべき観光地像

「観光振興の目標」を達成するために、次の２つのイメージを兼ねそなえた観光地をめざしていくこととする。

１　非日常的で体感性の高い景勝と体験の場を確保し、良質な旅を提案できる観光地

２　食事・宿・温泉・人・まちで、旅の疲れを癒し、自然景勝や体験以外の楽しみもトータル的に提供できる観光地

知床は、この 50 年余り、自然景観・景勝地を最大の売りにする観光地として、集客を集めてきた。自然景観・景勝は、今後も知床観光の最重要な素材であり続けるが、景勝観光はいわば一巡し、全国・世界各地を旅行する人にとっては、「見る」以外の付加価値を求めるようになっていると言える。

例えば、プユニ岬からの夕陽や流氷原は、非日常的で優れた景色を楽しめるが、国道の歩道上から見ざるをえない状況であり、ゆっくり楽しめるとは言いがたい。展望デッキやベンチなどを整備することで、没入感を高めたり、長時間の鑑賞に耐えうる場所にすることができる。知床八景を中心とする景勝ポイントを、旅行者の「体感」の観点から見直すことが求められている。

また、今後の伸び幅が最も大きく、他の観光地と差別化が図られ、旅行者へ感動をよりダイレクトに伝えることができるのは、様々な体験プログラムである。

50 年以上就航を続ける観光船も体験に他ならないが、小型観光船の登場によって海鳥やヒグマ観察なども魅力に加わり、プログラムとしての魅力が高まってきた。あるいは、登山やカムイワッカ湯の滝も忘れがたい感動をもたらしてきたし、近年では、原生林トレッキング、流氷ウォーク、シーカヤック、サイクリング、スノートレッキングなど、新たなプログラムが続々と登場し、知床の魅力を引き出し、高めてきた。

しかし、体験観光はまだ脇役であり、このような楽しみができることや、旅の予定に組み込むべきことを事前に情報発信し、アピールしていくことも重要である。そうすることで、体験観光は、自然景勝とともに、観光地としての知床をより魅力的にする強力なコンテンツになっていく。そして、これらを組み合わせた旅を提案する姿勢、提案できる観光地になっていくことも必要である。

一方で、非日常的な知床の自然を見て回り、体験すると、心身ともに疲労感をもたらすことになる。この疲れを癒すのが食事であり、宿、温泉、人、まちである。

ウトロ・斜里を中心とする滞在拠点では、疲れを癒すと同時に、滞在する楽しみ自体を提供したい。実際にアンケート調査でも、知床の旅の目的に、食事や温泉を挙げる人は非常に多く、期待値も高い。満足度の低い一回の食事や一泊の宿泊が、知床の旅自体を台無しにしてしまう可能性すらある。

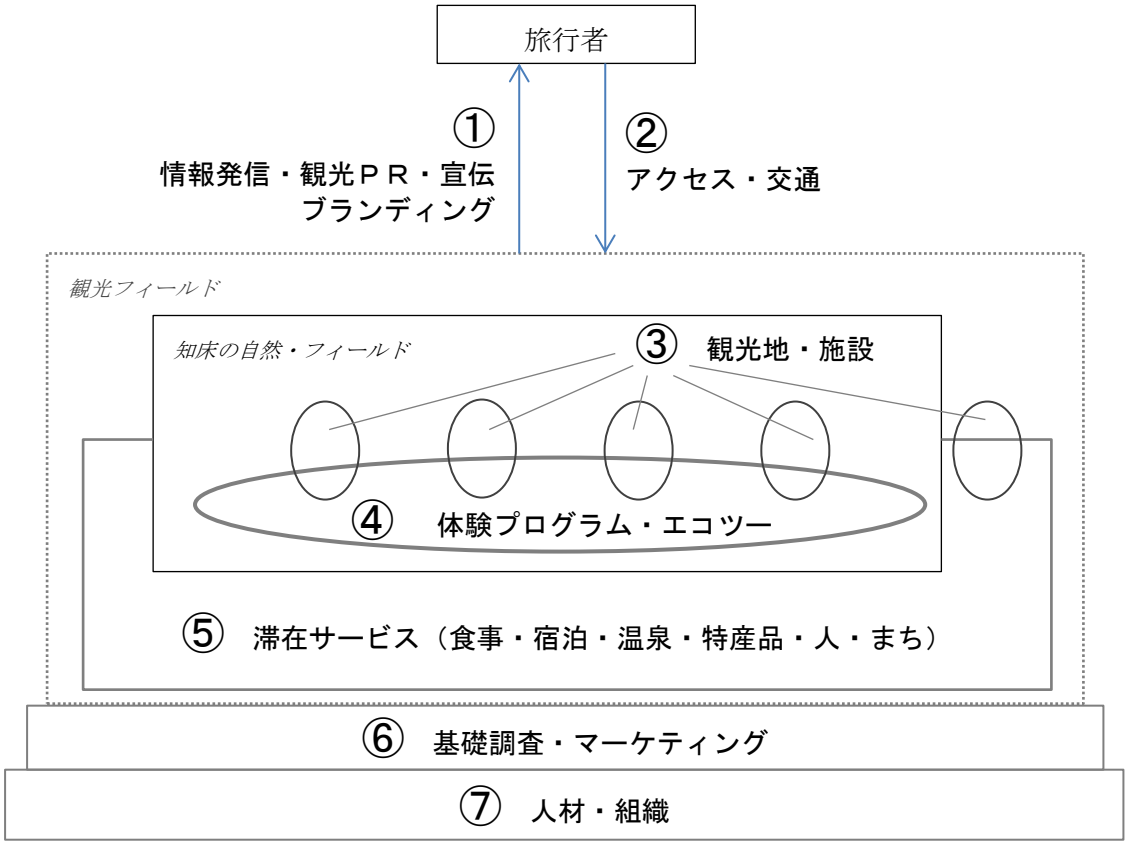
また、最近の旅行者は、地域生活自体への関心も持つ。まち歩きをしながら、その地域を観察している。何気ない地元の人との会話を楽しみにしていたり、何気ない一言に傷つくこともある。このような意味で、旅行者への受け入れは、飲食店や宿泊施設、土産物店だけではなく、住民も含めた地域全体で提供していると言える。地域全体で気持ち良く旅行者を受け入れる観光地になっていく必要がある。

３．基本施策

「めざすべき観光地像」を達成するために、次の７つの基本施策（分類）に沿って進めていく。

① 集客力の強化 ・・・・・・・・・・・・・ 【第４章 第１節】
② アクセス・交通の改善 ・・・・・・・・・ 【第４章 第２節】
③ 観光地・施設の魅力向上 ・・・・・・・・ 【第４章 第３節】
④ 体験観光・エコツーリズムの充実 ・・・ 【第４章 第４節】
⑤ 来訪・滞在の魅力・サービス向上 ・・・ 【第４章 第５節】
⑥ 基礎調査とマーケティングの強化 ・・・ 【第４章 第６節】
⑦ 人材育成と組織強化 ・・・・・・・・・・ 【第４章 第７節】

また、その概念図は下記のとおりである。（上記番号①～⑦が下図に対応。）



４．重点施策

施策の実行にあたり、特に重点を置くべき 12 の施策や事業、考え方を、次のとおり設定する。（記載順と優先度・重要度は関係しない。）

①　新たな知床観光ブランドの形成と育成　【集客力の強化】

「知床旅情」「地の果て」「最後の秘境」「大自然」「原生の自然」、あるいは、「世界自然遺産」といった、これまでの抽象的な知床のイメージを補うべく、めざすべき観光地像を踏まえた、具体的な旅を想起させる観光ブランドを新たに形成し、育成する。

②　旅の提案のための、より具体的な情報発信と戦略的な宣伝活動、情報共有　【集客力の強化】

旅を組み立てるために必要な情報を、旅行者目線でわかりやすく具体的かつ積極的に発信し、かつ、実際の旅に繋がるような戦略的な宣伝活動を実施する。また、観光関係者間での情報共有も徹底していく。

③　アクセスの改善、特に魅力的な域内交通の充実　【アクセス・交通の改善】

団体バスによる周遊型観光から個人型観光へ最適化させていくためには、公共交通でのアクセスを可能とし、当地に着いてからの移動の円滑さも確保していかなければならない。特に外国人観光客や若年層またはシニア世代など、公共交通により依存する旅行者を積極的に受け入れていくためにも、アクセス全般の改善、特に域内交通の充実に努めていく。

④　体感性を高めるための観光地・施設等の見直し　【観光地・施設の魅力向上】

老朽化しつつある既存の観光地・観光施設を、旅行者の体感性（感じ方）の観点から再点検を行い、関係機関と協議、連携をしながら、計画的な改修と適正な維持管理を進めていく。

⑤　体感性の高い体験プログラム・アクティビティの充実　【体験観光等の充実】

エコツーリズムの理念に基づいた体験プログラムやアクティビティをさらに充実させ、旅行者が感動するプログラムづくりを促進する。特に、利用の分散化や線的・面的利用の観点から、トレッキングルートの整備を関係機関とともに具体的に協議、検討していく。

⑥　安全性の向上と、自己責任の要求　【体験観光等の充実】

自然体験をするためには、一定の危険性が避けがたい。公の営造物の設置や管理に対する責任を追及しすぎることは、過剰な整備に繋がり、自然体験の楽しみを奪い、知床の魅力を損なうことになりかねないことから、社会的要請に従って安全性の向上に努めつつも、一方で、観光客には体験に伴うリスクを適切に伝え、応分の危険負担を求めていく必要があり、それが自然体験の自由度を高めることにもなる。

⑦　宿泊・食・温泉・土産など、提供するサービスの質的向上　【来訪・滞在の魅力・サービス向上】

体験観光や連泊滞在を前面に出しても、宿泊・食・温泉などの滞在地としてのサービスを高めなければ、観光地としての満足度向上には繋がらず、リピーターにもならない。個々の事業者の努力に依存する側面も多いが、共通課題に対しては、地域として解決に取り組む。

⑧　データの確実な収集と分析力の向上、及びマーケティングへの活用　【基礎調査とマーケティングの強化】

集客状況や施設の利用状況、旅行市場の動向、旅行者の満足度などを客観的に把握できなければ、課題・問題への対処や、プロモーション戦略などに的確に対応することができない。確実に基礎データを収集しつつ、マーケティングへの活用を進めていく。

⑨　地域的な人材育成と、目的意識をもった組織の育成　【人材育成と組織強化】

全ての観光施策・事業を行うにあって最も基本となるのは人材であり、組織である。人材とは、観光業に直接携わる関係者だけではなく、他産業に従事する人や、広く町民でもある。関係者はもとより、多くの町民がこころよく旅行者を迎え入れることができるのかが問われる。同様に、人を束ねる組織も重要である。組織が有効に機能しなければ、非効率である。人材と組織の育成は、観光振興の要である。

⑩　自然資源の適正利用と持続可能性の保持　【全般的事項】

知床観光は、良質な自然資源に強く依存した観光地である。これまでは景勝地を見せることに比重があったが、ここ 10 数年、自然をフィールドとした体験プログラムやアクティビティが広がり見せている。一歩を間違えるとオーバーユース（過剰利用）状態になり、回復不能な損傷を与えてしまう恐れがあることから、エコツーリズムの考えを正確に理解し、持続可能な範囲内での適正な利用を進めていく。

⑪　産業連携の模索　【全般的事項】

昨今の観光客は、訪れる地域の産業や生活そのものに興味を持つ傾向が見られ、逆に観光客だけを対象としたものを敬遠しつつある。地域自体が観光資源、あるいは、地域がブランドという考えである。このため、農業や漁業との連携を模索し、地域資源をフル活用し、観光の裾野を少しずつ広げていく。

⑫　広域での事業連携の検討　【全般的事項】

知床に魅力があったとしても、単独での生き残りは非常に困難であり、近郊の市町村・観光地との事業連携が不可欠な状況となっている。知床観光圏やオホーツク圏との信頼関係の構築と事業連携を深めるほか、交通インフラの整備状況や観光活性化状況からして、摩周・阿寒・十勝方面との事業連携も検討していく。

第４章　施策の具体的な内容

この章では、今後実施していくべき施策やその考え方を記載などを示しています。

第１節　集客力の強化　・・・・・・・・・・・・・・・・・　２４
　　１．観光ブランド形成　・・・・・・・・・・・・・　２４
　　２．情報発信　・・・・・・・・・・・・・・・・・・　２５
　　３．宣　伝　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　２８
　　４．イベント　・・・・・・・・・・・・・・・・・・　３１
第２節　アクセス・交通の改善　・・・・・・・・・・・　３３
　　１．航空施策　・・・・・・・・・・・・・・・・・・　３３
　　２．道路施策　・・・・・・・・・・・・・・・・・・　３５
　　３．鉄道交通　・・・・・・・・・・・・・・・・・・　３８
　　４．バス交通　・・・・・・・・・・・・・・・・・・　３９
　　５．域内交通　・・・・・・・・・・・・・・・・・・　４０
第３節　観光地・施設の魅力向上　・・・・・・・・・・　４２
　　１．知床八景　・・・・・・・・・・・・・・・・・・　４２
　　２．幌別・岩尾別地区　・・・・・・・・・・・・・　４６
　　３．ウトロ地区　・・・・・・・・・・・・・・・・・　４７
　　４．ウナベツ地区　・・・・・・・・・・・・・・・・　５０
　　５．斜里岳山麓地区　・・・・・・・・・・・・・・・　５２
　　６．斜里市街地区　・・・・・・・・・・・・・・・・　５３
第４節　体験観光・エコツーリズムの充実　・・・・・・　５４
　　１．体験観光・エコツーリズム推進　・・・・・・　５４
　　２．海のプログラム　・・・・・・・・・・・・・・　５６
　　３．森・山のプログラム　・・・・・・・・・・・・　５９
　　４．野生動物観察のプログラム　・・・・・・・・　６２
　　５．その他のプログラム　・・・・・・・・・・・・　６５
　　６．団体パッケージプログラム　・・・・・・・・　６６
第５節　来訪・滞在の魅力・サービス向上　・・・・・・　６８
　　１．食　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　６８
　　２．宿　泊　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　６９
　　３．温　泉　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　７１
　　４．特産品　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　７２
　　５．案　内　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・　７２
　　６．サービス全般　・・・・・・・・・・・・・・・・　７３
第６節　基礎調査とマーケティングの強化　・・・・・・　７５
　　１．町内調査項目　・・・・・・・・・・・・・・・・　７５
　　２．旅行市場動向・観光動態　・・・・・・・・・・　７６
　　３．マーケティング　・・・・・・・・・・・・・・・　７７
第７節　人材育成と組織強化　・・・・・・・・・・・・　７８
　　１．人材育成　・・・・・・・・・・・・・・・・・・　７８
　　２．組織強化　・・・・・・・・・・・・・・・・・・　７９

第１節　集客力の強化

１．観光ブランド形成

○　「人に帰る旅」といったキャッチコピーや、筆字による「しれとこ」の文字が統一的に使われた時期があったが、近年は、観光地としてのブランディングが意識された取り組みが十分になされてこなかった。

○　知床は、「地の果て」「最後の秘境」「大自然」「原生の自然」「知床旅情」といった言葉に象徴されたイメージで語られることが多く、この 10 年は、「世界自然遺産としての知床」を積極的に売り込んでいたともいえる。

○　しかし、これらが、観光地として旅行者に対して、具体的にどのような旅を提供するものであるかが必ずしもはっきりしていなかった。

○　観光地間の競争が激化する中、抽象的で漠然とした自然景勝地としての知床のイメージに依存するだけではなく、具体的な旅を想起させ提案するための積極的かつ戦略的なブランディングが必要になっている。

（１）ブランディング戦略

内容	①　「知床」の認知度を一層高め、イメージの向上と具体化を図るべく、知床観光のブランド特性を見直した上で、新たなブランドイメージによる「知床」を国内外に発信していく。 ②　その基本的な考えを簡易的なブランディング戦略としてまとめる。
実施主体	主：観光協会 補：観光事業者、行政

・　より非日常的で体感性の高い景勝と体験の場であることを象徴させるブランドイメージが必要となっている。

・　新たに構築された統一的で新しいブランドイメージを、ポスター、パンフレットなど様々な発信媒体で活用することで、観光地の価値が高まりうる。

・　本来的には、ブランディング戦略は、詳細なマーケティング調査などを経て作成するが、当町の力量を鑑みて、当面、簡易的なブランディング戦略の作成にとどめる。

・　ブランディング戦略を作成した後には、効果検証に努め、適正に維持・運用をする。

・　なお、観光ブランドよりも地域ブランドが上位概念となるため、当町として、将来的に地域ブランド構築を進めるに至った場合には、観光ブランドの再調整が必要になりうることを念頭に置く。

（２）ロゴマークなど

内容	①　シンボルマークやロゴタイプなどを作成し、観光関係者が広く活用することで、知床の認知度とイメージの向上に努める。
実施主体	主：観光協会 補：観光事業者、行政

・　国内外に観光地としての知床を発信し、売り込んでいくためには、マーク・文字・キャッチコピーなどが整備され、そのマークなどから、ある種のイメージとともに、直ちに観光地「知床」が認知されることが望ましい。
・　マーク等が作成された後には、ポスターやパンフレット、ホームページ、各種プロモーションツールなど、様々な媒体で活用していくことを想定する。

２．情報発信

○　集客の基本は、当地からの情報発信である。何らかの情報が発信されない限り、来客を促すことは難しい。
○　情報化社会の急速な進展に伴い、マスメディアに依存しない多種多様な情報発信手段を誰しもが手軽に利用できるようになってきた。
○　社会情勢を見極めつつも、積極的かつ戦略的で、旅行者目線に立ったわかりやすい情報発信を進めていく。

（１）パンフレット・マップ

内容	①　パンフレットやマップなど紙媒体の情報発信ツールを適宜改訂し、更新する。 ②　多言語化、デジタル化にも順次対応する。
実施主体	主：観光協会 補：観光事業者、行政

・　これまで当町が作成していたパンフレットなどでは、自然そのものの魅力を伝えることに比重が置かれ、必ずしも旅に必要な情報を得られなかったり、よりよい旅を提案するものではなかった。
・　パンフレットやマップは、知床のことをよく知らない人に知床の魅力を伝え来訪を促すものや、知床に来ることを決めた人が旅の計画を作るために必要な情報が得られるもの、実際に知床に来た人が現地で情報を補うものなど、様々な目的に対応できるものが望ましい。

・　また、ホームページを始め、インターネットを活用した情報提供手段も増えているが、市販のガイドブックを購入し持ち歩く旅行者も依然として多い。
・　さらに、飲食店マップの他にも、アクティビティだけをまとめたものや、散策マップ、Wi-Fi スポットをまとめたものなど、個別目的に応じた情報の必要性が高まっている。
・　デザイン性に優れ、わかりやすく、様々な印刷物をそろえるのが理想的であるが、同時に相当の経費が伴うものでもあるため、デジタル情報による提供も含め、よりよい方法を絶えず模索する必要がある。

（２）ホームページ

内容	①　旅行者の目線で、情報の量・質・見易さ・わかりやすさなどを絶えずチェックし、随時、改善を進める。 ②　多言語化を進める。 ③　近接町とも連携し、知床観光のポータルサイトを育成する。
実施主体	主：観光協会 補：観光事業者、行政

・　観光協会のＨＰは、「知床」、「知床観光」などのキーワードによる検索で第１位となるようになり、閲覧率も年々向上している。
・　しかし、情報量、機能、見易さ、旅の提案などの点では、依然として改善の余地は多く、進化し続ける必要がある。
・　特に多言語化には早期に取り組む必要がある（現在は英語のみ）。
・　旅行者は、「斜里町」ではなく「知床」を目的に訪れているケースが多いと思われることから、知床観光圏の構成町などとも連携し、知床観光としてのポータルサイト化も検討していくこととする。
・　また、閲覧率の向上にともない、ＨＰ自体に商業的価値が生まれつつある。一定の方針を定めたうえで、広告を認めるなどして、収入確保手段としていくことも考えられる。

（３）ソーシャル・ネットワーキング・サービス（ＳＮＳ）

内容	①　様々な情報発信ツールに可能な限り対応し、活用していく。
実施主体	主：観光協会 補：観光事業者、行政

・　ブログ、ツイッター、フェイスブックなど、いわゆるＳＮＳが社会的に浸透してきている。

・　ＨＰがネット上の情報集積媒体の基本でありながらも、ホームページを補う情報入手手段が旅行者によって多様化している。
・　特に若年旅行者や外国人観光客はＳＮＳへの依存度が高く、ＨＰ以上にＳＮＳで情報を収集しながら旅行を計画しているケースも見られることから、今後、相対的に重要性は高まっていくものと推測される。
・　ＳＮＳのみならず、今後も新たな情報発信手段が生まれる可能性も高いが、社会的に浸透したものには、可能な限り迅速かつ組織的に対応し、様々な手段を用いて発信していくことが望まれる。

（４）情報の集積と配信

内容	①　観光情報の集積と一元管理化を進める。 ②　観光情報を地域の観光関係者、旅行エージェント、メディア等に定期的に配信する。
実施主体	主：観光協会 補：観光事業者、知床財団、行政

・　知床から対外的に発信される情報は、自然情報やイベント情報に偏っていた。
・　主要観光地の基本的な情報が、地元の観光関係者にすら共有されていない状況もみられ、旅行エージェント（ＡＧＴ）からも、知床からの観光情報の発信不足をしばしば指摘されてきた。
・　また、近年は、観光と地域生活が近くなりつつあり、地域情報そのものが観光情報でもあるという指摘もある。
・　情報の集積・一元化という課題を抱えつつも、最新の地域・観光情報を観光関係者で共有することはもとより、マスメディアや旅行ＡＧＴなどに、可能な限り、定期的かつ戦略的に情報配信していく必要がある。
・　季報誌などを作成しＡＧＴや旅行関係者に最新の知床観光情報を提供するなど、新たな試みも必要であり、このような取り組みを進めることで、結果として情報の集積が進むことも期待できる。

（５）域外情報媒体との連携

内容	①　市販ガイドブックやカーナビなどの製作会社などに対し、積極的に情報提供を行い、情報掲載を要請していく。
実施主体	主：観光協会 補：観光事業者、行政

・　ネットメディアが浸透しつつも、旅行ガイドブックを片手に、あるいは、カー

ナビに頼って旅行しているケースも依然として多い。

・ 市販ガイドブックやカーナビの制作会社に対して、当地から積極的にアプローチすることで、より詳細で具体的な情報が発信され、来訪・滞在に繋がる可能性が高まると思われる。

３．宣　伝

○ 知床は、比較的知名度が高く、積極的な働きかけをしなくても旅番組などで取り上げられてきたことや、ＡＧＴからの送客を受けることができたことなどが幸いし、これまで積極的に宣伝をしなくても、一定の集客を図ることができた。

○ しかし、団体観光客が年々減少し、旅行の個人化や、航空券・宿泊予約のネット販売が増加している結果、ＡＧＴへの働きかけに強く依存した集客は難しくなっている。

○ また、旅行そのものが、景色を見るだけのものから、個々人の趣味・嗜好がより強く反映し、旅行目的の多様化も進んでいる。

○ 知床の魅力を検証しつつ、旅行者（消費者）に対して、ＡＧＴ経由ではなく、より直接的に来訪喚起情報・メッセージを届ける方策が必要になっている。

（１）ポスター

内容	①　旅行者・市場の動向を見極めつつ、適宜、ポスターの更新を進める。 ②　意外性のある風景や体験プログラムなど、従来とは違った視点での知床をアピールし、新たなイメージづくりを進める。
実施主体	主：観光協会 補：観光事業者、行政

・ 現在の知床のポスターは、知床岬や流氷原、知床五湖の空撮など、知床の自然の雄大さを表現したものとなっている。特に知床岬上空から知床半島を縦断的に俯瞰する写真は、世界遺産知床を象徴するものとして、パンフレットなど様々な場面で使用されてきた。

・ その一方で、これらポスターで写し出されている風景はいずれも、知床を象徴するものであっても、観光客が見ることができない風景でもあり、そのことへの批判的な意見が聞かれることも多い。

・ ポスターは、集客やアピールに対する考え方が最も如実かつ象徴的に表現されたものであることから、ブランディングや集客の観点から、臨機応変にテーマを設定し、多面的な知床を表現し、旅行者の目線で作成していく必要がある。

（２）キャンペーン

内容	①　広域観光団体や旅行ＡＧＴ、航空会社などが主催するキャンペーンに可能な限り参加・協力し、その中で効果的なアピールができるようなツール開発やノウハウ蓄積を進める。 ②　観光動向を踏まえつつ、独自キャンペーンの企画運営を検討する。
実施主体	主：観光協会 補：観光事業者、行政

- ＤＣ（デスティネーション・キャンペーン）といった、知床としての独自キャンペーンは、ノウハウがない、費用がかさむ、効果が見えづらいなどの理由から、ほとんど展開できず、広域観光団体や旅行ＡＧＴ、航空会社などに依存している現状にある。
- 一般的にキャンペーンには膨大な費用を要するため、今後も単独での実施は容易ではないことから、北海道観光振興機構、ひがし北海道観光事業開発協議会（東観協）などと連携することがベターであり、当面は、広域観光団体が中心となってＤＣを進めるよう要請し、それらが行うキャンペーンに地元として可能な限り参加・協力していくのが現実的である。
- 広域団体等が行うキャンペーン時には、知床を積極的にアピールできるよう独自キャンペーンツールの開発を進め、また、周年時など、独自でキャンペーンを行う場合には効果が高まるようノウハウの蓄積を進めていく必要がある。

（３）プロモーション

内容	①　旅行ＡＧＴや航空会社などへの働きかけを継続する。 ②　広域観光団体などが主催するプロモーションへの参加や、街頭などでの観光ＰＲ活動など、旅行者へ直接的に訴えかけるプロモーション活動に取り組む。 ③　より効果的なプロモーションを展開するための簡易的な戦略の策定を検討する。
実施主体	主：観光協会 補：観光事業者、行政

- キャンペーンと同様に、独自プロモーションのノウハウが不十分な状況にある。
- 当面は、ＡＧＴや航空会社などを通してのプロモーション活動が効果的と思われるが、ツーリズムＥＸＰＯなど展示会への出展や、街頭での独自のＰＲ活動も進め、旅行者に直接的に訴えかける経験値を高め、ノウハウを蓄積し、効果的なプロモーション手法の開発にも取り組む。

・　海外プロモーションに関しても、広域観光団体（女満別空港国際チャーター便誘致協議会や北海道観光振興機構等）の主催・設定した場を活用し、可能な限り参加・協力することが当面、ベターと思われるが、ＪＮＴＯ（日本政府観光局）などを介しての独自プロモーションも検討の余地があることから、情報収集に努める。
・　プロモーションは、ターゲットの絞り込みや効果的な手法開発など、検討するべき事項が多いことから、簡易的な戦略を策定するよう努め、計画的な実行を進めていく。

（４）ファムトリップ

内容	①　地域的な受け入れ態勢の構築を検討する。
実施主体	主：観光協会 補：観光事業者、行政

・　ファムトリップとは、旅行商品の企画造成担当者を招き、現地理解を深めてもらう招待旅行のことである。
・　従来は国内の旅行会社に限られ、温泉旅館などが営業活動の一環として独自に受け入れを行ってきたが､海外の旅行会社などを招聘すべき機会が増加しつつあり、この場合の受入態勢（誰がどのように応対し費用を負担するか等）が不明確であった。
・　実際の来訪に繋がった場合の効果は、地域全体に及ぶことから、地域的な受入態勢を整備することが望ましい。

（５）マスメディア

内容	①　現地受入態勢の整備を検討する。 ②　旅番組の制作会社への営業活動を検討する。
実施主体	主：観光協会 補：観光事業者、行政

・　マスメディア（制作会社）から旅番組の取材申し込みがあった場合、最初に連絡を受けた者が対応・調整するのが通例となっている。
・　しかし、テレビなどで放映された場合の恩恵は、地域全体に及ぶことが多く、取材対応した者に相対的な負担感が発生している現状にもある。
・　このため、窓口を一本化し、対応者や費用負担などのルールを整備することが望ましく、取材対応もよりスムーズになるものと思われる。
・　また、テレビや雑誌などマスメディアに知床が取り上げられることは、来訪動

機に繋がる可能性が大きく、宣伝効果が大きいと推察されるため、旅番組の制作会社への営業活動など、新たな取り組みを検討していく。

（６）フィルム・コミッション

内容	①　映画やドラマなどのロケ地提案を受けた場合には、その内容と効果等を総合的に判断し、個別に受け入れを判断する。
実施主体	主：観光協会・行政 補：観光事業者・町民

- 映画やドラマなどのロケ地となった場合、放映後に爆発的に来訪者が増える可能性がある。
- そのため、中核都市などではフィルムコミッション専門部局を設けて積極的な受入態勢を整えつつある。
- 一方、ロケの受け入れには、莫大な人的労力や調整行為が伴うため、中核都市のように積極的な受け入れ態勢を取ることが難しい現状にもある。
- 提案があった場合には、内容や負担感、想定される効果などを総合的に勘案して、ケースバイケースで判断することが望ましい。

４．イベント

○　イベントは、旅行動機にもなりうる観光の重要なコンテンツである。

○　直接的に来訪に結びつきうるだけでなく、イベント告知によるＰＲ効果も無視できない。

○　知床でも、冬期（閑散期）の集客を目的とした「知床ファンタジア」や、秋期の食のイベントとして開催した「知床番屋祭」などを開催し、相当の集客に結びつけてきた実績もある。

○　一方で、知床は自然資源を売りにする観光地でもあり、本質的にイベントがなじみづらいことや、イベント開催には多額の費用がかかる場合が多いこと、人口集積地から遠いため、完成度が高く、強力なインパクトがないと集客に結びつきづらいことなどが、課題として挙げられる。

○　また、近年は、集客自体を目的とする観光イベントが敬遠され始め、ターゲットが明確なスポーツイベントや、地域的なイベント・祭事への人気が高まっている。

○　このような状況から、総合的な点から個々のイベントの開催や支援を判断していく必要がある。

（１）集客イベント

内容	①　目的や効果、経費などを十分に検討した上で開催を判断していく。
実施主体	主：観光協会 補：観光事業者、行政

- 知床の代表的なイベントである「知床ファンタジア」は、寒さを逆手にとった発想と、地域住民が協力して作り上げる手作り感、独特の体験ができる面白さなどから、高い評価と集客力のあるイベントとして、30 年近く開催されてきたが、集客力が年々弱まり、開催経費の負担が重くなりつつある。
- イベント開催によって旅行商品が組まれ、メディア報道などでアピールされている面もあるため、効果検証は簡単ではないが、集客イベントを開催する場合には、総合的な視点で開催の可否を判断していく必要がある。

（２）地域イベント

内容	①　可能な範囲内で、個別に支援する。
実施主体	主：観光協会 補：観光事業者、行政

- 「知床しゃり楽市・楽座」や「知床 S-1 自慢まつり」、「しれとこ斜里ねぷた」のような、主に地元住民向けに開催される地域活性化イベントや祭事に、近年、観光振興の点からも注目が集まっている。
- 地域住民と交流できる機会が増えたり、地元の人が楽しんでいる光景を見ることができることが、観光客にも魅力に感じるようである。
- 地域イベント自体が観光素材であり、盛大な集客イベントではなくても、その情報を観光客に提供することで滞留促進や魅力向上に繋がっていくと思われるため、可能な範囲で個別支援を検討していく。

（３）その他のイベント

内容	①　その他特定目的のイベントは、可能な範囲内で、個別に支援する。
実施主体	主：観光協会 補：観光事業者、行政

- 「雪壁バス・ウォーク」やサイクリングイベントのような、特定の趣味・愛好家などを対象としたイベントに対しても、観光振興の観点から一定の効果が見られることから、個別の内容を見極めつつ、必要に応じた支援を行う。

第２節　アクセス・交通の改善

１．航空施策

（１）女満別空港

内容	①　知床観光の拠点空港である女満別空港の利用促進とＰＲを積極的に進める。 ②　羽田空港から半日でウトロまで到着可能であることや、新千歳－女満別線への乗り継ぎも便利であることなど、具体的なアピールにも努める。
実施主体	主：観光協会・行政 補：観光事業者・町民

・　当町に近く、路線、便数などからして、最も利便性の高い空港である。
・　飛行機を利用して知床を訪れた道外観光客の約 40%が女満別空港を利用していると推定される。
・　知床観光の拠点空港として、女満別空港利用促進協議会などの枠組みを活用して利用促進に協力するほか、観光協会ホームページなどを用いて、当地としても、女満別空港の利便性のＰＲを進めていく。

（２）東京－女満別線

内容	①　東京－女満別線の搭乗者数を維持し、増加するよう努める。 ②　東京（羽田）からウトロまで半日で到着可能であることのＰＲに努める。 ③　航空会社にも、使用機材・便数・運行期間を現状以上に維持してもらうよう継続的に要請をする。
実施主体	主：観光協会・行政 補：観光事業者・町民

・　道外観光客の主要移動手段が鉄道から航空機に変わり、ＪＡＳ時代も含め、最も乗客数が多い最重要路線が東京－女満別線である。
・　現在、夏期は一日 7 往復、冬にも 6 往復あり、年間平均搭乗率も 75%程度と比較的安定している。
・　知床は遠いと思われがちであるが、東京からウトロまで半日程度で到着可能であることや、早割り運賃などでは比較的安価な代金で来ることができることな

ど、具体的なアピールを行い、搭乗率向上と路線維持に努める。

・ また、東京には、ほぼ全ての地方空港からの路線があり、首都圏以外からも概ね１回の乗り継ぎで到着可能であることなどのアピールにも努める。

（３）札幌－女満別線

内容	① 札幌－女満別線の観光利用の促進（搭乗率の向上、乗継利用の促進）に努める。 ② 航空会社には、乗継利用としての割引適用や、便数増、機材大型化などを継続的に要請する。
実施主体	主：観光協会・行政 補：観光事業者・町民

・ 新千歳には、多くの地方路線が就航しており、羽田同様に１回の乗り継ぎによって女満別空港に来ることができるにも関わらず、観光利用が多くなく、搭乗率も低い現状にある。

・ 機材は小さいものの、ＪＡＬとＡＮＡ合わせて、一日７便就航しており、新千歳からの乗り継ぎを積極的にアピールすることで、観光利用を増やしていける余地がある。

・ 那覇－石垣間のようにシャトル化することが望ましく、新千歳に集約されている国際線定期便からの外国人乗継誘致の観点からも重要であり、路線維持と利用促進に努める。

（４）中部・関西－女満別線

内容	① 中部圏、関西圏での観光ＰＲに努めつつ、中部・関西（伊丹・関空）－女満別線の路線維持を航空会社に要請する。 ② 観光振興上、特に 6-10 月及び 2-3 月期の就航を強く要請する。
実施主体	主：観光協会・行政 補：観光事業者・町民

・ 以前は、関西圏から通年で定期便が就航し、年間 10 万人以上の搭乗実績があったが、平成 20 年頃には機材小型化・季節運航化・路線撤退などが進められた。

・ 人口 2 千万人の関西圏、1 千万人の中部圏は重要な市場であり、観光ＰＲやキャンペーンなどによって需要喚起を図り、搭乗率向上・路線維持・活性化に努めていく。

（５）女満別空港国際線誘致

内容	①　外国人観光客の来日・来道状況と国際航空路線の情勢変化を踏まえ、関係自治体・団体と連携しつつ、最も効果的な外国人観光客誘致手法の構築に努める。
実施主体	主：観光協会・行政 補：観光事業者

- これまでの実績や、全国各地でチャーター便誘致合戦が繰り広げられている現状を踏まえると、女満別空港での国際定期便・チャーター便誘致は、非常に困難な状況となっている。
- その一方で、新千歳空港発着の国際定期便は、過密状態となっており、函館・旭川への分散化が進んでいるが、道東への波及効果は低く、当面は、女満別、釧路、帯広など道東空港間での連携強化と集約化・拠点化が避けられない状況となっている。
- 近年進められてきた国際チャーター便誘致施策は、チャーター便自体ではなく、外国人観光客誘致こそが目的であるから、道東での連携や、新千歳から女満別への国内線乗継なども視野に入れ、最も効果的な誘致策を検討していく必要がある。

２．道路施策

（１）自動車専用道路

内容	①　期成会など既存の要請枠組みを活用し、道東道（釧路線・北見線）・旭川紋別高規格道路・北見網走道路など、自動車専用道路の整備促進を要請する。
実施主体	主：行政・観光協会 補：観光事業者・町民

- オホーツク圏の自動車専用道路の整備は他地域と比べて非常に遅く、知床は、道内主要観光地の中で、高速道路ＩＣから最も遠い観光地となる。（釧路道路が整備された後でも、最寄りのＩＣから２時間半以上を要する。）
- 道東道（北見線）の事業認可・整備が遅れている一方で、道東道（釧路線）の釧路（別保）ＩＣまでの完成の目途が立ちつつある現状からして、釧路・阿寒・中標津方面からのアクセスが重要になりつつある。
- 町内の産業団体や斜里町活性化推進期成会と連携し、自動車専用道路の整備促

進を関係機関に要請する。

・　さらに、北見網走道路の整備に向けた動きに留意し、網走の末端ＩＣが斜里町側となるよう働きかけるものとする。

（２）一般国道

内容	①　国道 334 号朱円－日の出間の道路改良促進を関係機関に要請する。 ②　斜里－ウトロ間の景観ポイントでの、停車帯整備を関係機関に要請する。特に海側への整備を求める。 ③　ドライブ観光を意識した道路維持管理（草刈りや除雪）を関係機関に要請する。
実施主体	主：行政・観光協会 補：観光事業者・町民

・　日の出－ウトロ間の整備完了には目途が立ちつつあるが、朱円－日の出間は旧規格のままであり、事故や暴風雪による通行止めのリスクが高い状態が続いていることから、事業化と早期整備を要請し続ける必要がある。

・　また、斜里－ウトロ間には、山並みやオホーツク海の景観に優れたポイントがあるものの、安全に停車できる場所が少ないことから、特に海側での停車帯整備が求められている。

・　但し、場所によっては、釣り客が長時間占領し、ヒグマ対策や排せつ物処理上の課題が発生しうるため、簡易的な整備がむしろ望ましい。

・　さらに、シーニックバイウェイの指定ルートでもあり、より細かい雑草処理や排雪処理を求めることで、ドライブ観光の魅力を高めることもできる。

（３）知床横断道路

内容	①　岩尾別－知床峠間の早期（先行）開通も含めた、供用期間・時間の拡大を関係機関に要請する。 ②　景観に優れた道路にふさわしく、景観ポイントで安全に停車できるよう、停車帯整備を関係機関に要請する。 ③　知床の魅力や価値がより高まるよう、冬期通行止め期間中における道路利用について、関係機関と協議、検討を進める。
実施主体	主：観光協会・ガイド協議会・行政 補：ガイド事業者・観光事業者・知床財団

・　知床横断道路の早期開通が、広く道東観光の活性化に繋がることから、斜里側の先行開通も含め、供用期間・時間の拡大を関係機関に要請していく。

・　景観に優れているにも関わらず、岩尾別－知床峠間には、道路管理用の駐車帯１か所があるのみであることから、景観ポイントでの停車帯整備が望まれ、関係機関に整備要望をしていく。
・　また、冬期間においても、景観またはエコツーリズム利用の観点から潜在的な魅力が高いと思われることから、道道知床公園線岩尾別－知床五湖間と同様に、冬期通行止め期間中の道路利用について、関係機関と協議を進める。

（４）道道知床公園線

内容	①　カムイワッカ－知床大橋間の整備を関係機関に要請する。 ②　知床横断道路と同様に、国立公園内の重要な景観道路でもあることから、景観ポイントなどで安全に停車できるよう停車帯整備を関係機関に要請する。 ③　冬期通行止め期間中における道路利用について、特例利用を認めてもらうよう継続して要請するとともに、除雪など利用の趣旨を踏まえた協力を関係機関に要請する。
実施主体	主：観光協会・ガイド協議会・行政 補：ガイド事業者・観光事業者・知床財団

・　カムイワッカ－知床大橋間は、落石の恐れがあるとして、平成 17 年から通行止めになっている。
・　カムイワッカ橋には仮橋が設置され、バス及び乗用車の旋回が確保されたが、平成 26 年秋にはカムイワッカ手前に転回場所が新たに造成され、同時に仮橋は撤去された。
・　カムイワッカから約 600m先にある硫黄山登山口も通行止め区間内に入っていたため、平成 23 年以降、登山目的かつ通行申請者に限り特例的に通行が認められる措置がとられた。
・　カムイワッカから先には、硫黄山登山口の他に、オホーツク海が見下ろせる展望地や、知床大橋、さらにその先には知床林道やルシャ地区もあり、何らかの形で、再び知床大橋まで通行できるようになることは、観光振興の観点からも重要である。
・　また、風景・動物の写真撮影などを目的に一時停車する車両が頻繁にみられることから、景観ポイントでの停車帯整備が望まれる。
・　さらに、平成 19 年度から実施の知床五湖の冬期利用に関し、今後も継続した道路使用許可を求めるとともに、除雪などの協力も要請していく。

３．鉄道交通

（１）釧網本線

内容	①　釧網本線が知床へのアクセス上、重要な公共交通であることから、確実な路線維持と、更なる増便も含めた利便性向上を関係事業者に対して継続的に要請する。 ②　特に観光周遊の観点から、摩周－知床斜里駅間の便数増・接続改善を関係事業者に対して要請する。 ③　釧網本線からの車窓景観や流氷ノロッコ号といった観光列車の魅力を積極的に発信し、観光利用が促進されるようＰＲに努める。
実施主体	主：行政・観光協会 補：観光事業者・町民

- 鉄道は、住民生活はもちろん、観光振興の観点からも極めて重要である。
- 釧網本線の車窓景観（特に北浜－知床斜里間と、釧路湿原付近）は、全国的にも非常に高く評価を受けており、積極的にアピールしていく必要があるが、同時に、旅行者からは便数の不足や接続の悪さが指摘されることも多い。
- 道東の周遊観光の点からは、特に釧路・摩周方面との接続改善が必要であり、改善要望をしていく必要がある。
- 近年急増している外国人観光客には、外国人専用のレールパスを利用している人も多く、鉄道交通の重要性は高まっているとも言える。
- サイクルトレイン（自転車の積み込みが容易な列車）など魅力向上策案もあるが、当面は路線維持と利便性向上の観点からの要望に注力していく。

（２）観光列車

内容	①　北海道内における観光列車の導入と、その列車の釧網本線への乗り入れ・運行を、近郊自治体や広域観光団体と連携して、関係機関・事業者に対して要請する。
実施主体	主：観光協会・行政 補：観光事業者

- ＪＲ九州、東日本、西日本をはじめとする全国の鉄道事業者が観光列車の導入を進め、好評を博している。
- 移動手段としての重要性の他に、鉄道に乗って旅すること自体の魅力が再認識されており、北海道内でもそのような機運が高まった場合には、速やかに同調し、釧網本線への乗り入れを要請する必要がある。

４．バス交通

（１）都市間移動

内容	①　札幌－斜里・ウトロ間を走る長距離都市間バスの利便性を積極的に発信し、観光利用が促進されるよう努める。
実施主体	主：バス事業者・観光協会 補：観光事業者・行政・町民

・　札幌と斜里・ウトロとを結ぶ長距離バスは、住民の足でもあると同時に、札幌圏からの集客の観点からも非常に重要な公共交通となっている。
・　乗り換えることなく、安価に斜里・知床まで来られる利便性が魅力であり、特に冬期（雪道）時には観光としての重要性はより高まることから、観光ＰＲを進め、またバス事業者に路線維持を求めていく必要がある。

（２）２次交通

内容	①　女満別空港－ウトロ線、及び、斜里－ウトロ線の利便性を積極的に発信し、観光利用が促進されるよう努める。
実施主体	主：バス事業者・観光協会 補：観光事業者・行政・町民

・　女満別空港及びＪＲ知床斜里駅と、（斜里・）ウトロとを結ぶ路線バスも、旅行者の２次交通として極めて重要である。
・　観光利用を促進して、地域として確実な路線維持に努めていく。

５．域内交通

（１）ウトロー知床五湖・羅臼線

内容	①　特殊バスの導入など、ウトロー自然センターー知床五湖間、及び、ウトロー羅臼間の路線バスの魅力向上策をバス事業者、関係機関とともに検討する。 ②　バスを利用しやすくなるようパスポートチケットの導入をバス事業者、関係機関とともに検討する。
実施主体	主：バス事業者・行政・観光協会 補：観光事業者・知床財団

- バスに乗ることに自家用車やレンタカー以上の魅力を創ることによって、知床自然をじっくり楽しめるようにし、来訪動機を高め、域内交通を維持しようという趣旨である。（いわゆるマイカー規制の発想とは異なる。）
- 域内交通を充実させるためには、一定の乗車率を維持する必要があることから、魅力創造が欠かせず、そのための策ともいえる。
- バスを利用しやすくするには、１day～３day パスポートなど割安な料金設定も必要であり、関係機関と協議を進めていくこととする。
- 将来的には、サイクリングなどとの連携を模索していく必要もある。

（２）カムイワッカ線

内容	①　カムイワッカ方面シャトルバス（マイカー規制）の運行のあり方を引き続き関係機関とともに協議を重ね、カムイワッカの適正利用に努める。
実施主体	主：バス事業者・行政・観光協会 補：観光事業者・知床財団

- カムイワッカにおける混雑緩和のために平成 10 年から導入されたシャトルバスは、湯の滝での利用範囲の変化もあり、近年利用者数が低下傾向にある。
- マイカー規制の趣旨を踏まえ、最適な運行期間・形態を関係機関とともに協議・検討し、適正利用に努めていく。

（３）その他の域内交通

内容	①　乗合タクシー、域内レンタカー、ウトロ市街地内循環バスなど、路線バスを補完するための交通のあり方を調査・検討する。
実施主体	主：行政・観光協会 補：交通事業者・観光事業者

- 魅力的な域内交通バスを導入しても、季節の繁閑や、ウトロ市街地内における移動、駐車場問題などが生じる可能性がある。
- かつて乗合タクシーの社会実験や、循環バスが行われたことがあるが、採算性が悪く、中止した経過があるが、何らかの形で補完的な域内交通策を講じることが望ましく、調査・検討を進めていく。

第３節　観光地・施設の魅力向上

１．知床八景

○　知床八景は、知床国立公園指定 20 周年を記念し、昭和 59 年に選定された知床を代表する景勝地であり、今も多くの観光客を魅了する重要な観光地である。

○　知床五湖とカムイワッカ湯の滝を別にすれば、20～30 年前と比べて、観光地・施設として大きな変化はないが、知床を代表する重要な観光ポイントであることから、本計画の趣旨を踏まえて、点検を進め、魅力の向上と改善に努めていく。

（１）オシンコシンの滝

内容	①　混雑緩和及び安全性向上のため、駐車場内及び駐車場への出入り動線の改修・再整備を関係機関と協議、検討する。 ②　滝上部地区に関し、今後の状況変化を踏まえつつ、簡易的な整備を検討する。
実施主体	主：行政 補：観光協会・観光事業者

・　知床を初めて訪れた観光客の多くが立ち寄る観光地であり、日本の滝 100 選にも指定されている。

・　近年は、平成 9 年に売店、平成 13 年にトイレが整備され、平成 21～25 年には、階段をインターロッキングブロックの敷設が行われた。

・　また、平成 25 年 4 月には駐車場の法面が大規模崩落し、落石防護柵が整備されている。

・　交通量の多い国道脇という立地や、旧道（町道）の通行止めなどの関係から、周辺環境の整備による大幅な魅力増進は難しい。

・　しかし、お盆を中心とするピーク時には駐車場が混雑するほか、海を見ようと道路横断する観光客の危険性なども指摘されており、国道 334 号線路線連絡会議で対応策の検討状況を踏まえ、必要に応じて、駐車場の改修を検討していく必要がある。

・　また、かつては滝の上部に展望台があり、知床連山側やオホーツク海の眺望があり、チャラセナイ川沿いの国有林も良好な状態であり、潜在的に魅力はあることから、条件が整った場合には、簡易的な整備を検討する余地がある。

（２）知床五湖

内容	①　利用調整地区制度の適正な運用を基本にしつつ、老朽化した地上遊歩道の再整備や適正な維持管理、高架木道の魅力向上などについて、関係機関とともに協議、検討する。 ②　夜間や早朝、冬期の利用など、新たな知床の魅力を体験できるよう、関係機関と協議、検討する。
実施主体	主：行政 補：知床財団・観光協会・観光事業者

- 知床最大の観光地である知床五湖は、昭和 30 年代には、湖畔を回る散策路が整備され、原生林内に点在する湖沼巡りと、知床連山を映し出す雰囲気、知床五湖という名称がマッチし、多くの観光客を魅了してきた。
- 平成 7 年頃から、地上遊歩道へのヒグマの出没によって遊歩道の閉鎖が相次ぎ、観光地のあり方が大幅に見直され、長年の協議の結果、高架木道の整備及び利用調整地区制度の導入に至り、同時に、フィールドハウスやパークサービスセンターの建設、駐車場の再整備も進められてきた。
- より魅力を高めるため、高架木道の 1～2 湖周遊化・キャノピーウォーク化もアイディアも兼ねてからあるが、当面は、既存施設の適正な維持管理と、利用調整地区制度の安定的な運用・改善に努めていく。
- また、夜間や早朝、冬期の利用の可能性も、引き続き検討を進め、さらなる魅力向上に努めていく。

（３）知床峠

内容	①　星空観察、朝日眺望など多目的な楽しみに対応するため、防風・防雨型の簡易的な展望施設の整備を関係機関に要請する。 ②　トイレの再整備やライブカメラの設置を関係機関に要請する。
実施主体	主：行政 補：観光協会・観光事業者

- 昭和 55 年の知床横断道路の開通以後、知床を代表する観光地となった。羅臼岳の眺望や、海岸線から本州の 3000m 級に匹敵する高山帯までの自然の変化を、わずか 10 数キロ、20 分ほどの時間で見ることができる希有な場所でもある。ウトロ側、羅臼側の分水嶺でもあり、国後島も見ることができる。
- 一方で、アクセス道路である知床横断道路は、供用期間が全国で最も短い国道であり、開通時期も除雪に左右されて不安定であるが、平地部とは異なる気象の厳しさも魅力といえる。
- 星空観察や、国後から昇る朝日・朝焼けなどの適地でもあり、また、風が強い

ことが多いことから、簡易的な防風・防雨施設があることが望ましい。

・　トイレの老朽化も進み、再整備を要望する必要があるほか、平地部から知床峠の気象状況を把握できるようライブカメラの設置要望も進めていく。

（４）カムイワッカ湯の滝

内容	①　安全啓蒙や自己責任の下、かつてのように４～５の滝まで行けることが可能となる仕組みを関係機関と協議し、検討する。 ②　トイレなど簡易的な施設整備を関係機関に要請する。
実施主体	主：行政・観光協会 補：知床財団・観光事業者

・　昭和 60 年代から広く知られるようになったカムイワッカ湯の滝は、かつては、知床の秘境感を象徴する場所として、個人観光客にとって、最も満足度の高い場所だった。

・　一方で、沢登りでもあり、一般的観光地とはやや異質で体験性が高く、けが人が発生することもあった。さらに、落石の危険性が指摘されるようにもなり、平成 18 年以降、1 の滝上部（2 の滝手前）で立ち入り禁止の措置がとられることになった。

・　さらには、カムイワッカ以奥への道道通行止めにより、硫黄山登山道、カムイワッカ展望台、知床大橋に行けなくなり、観光地としての魅力は大幅に低下してしまった。

・　これまでの経過を踏まえれば、無条件で、かつてのように 4 の滝（～5 の滝）まで行けるようにすることは難しいが、落石の恐れ、滑落の恐れのある沢登りであり一般的な観光地とは異なる安全管理が必要であること、駐車帯が限られるため混雑を引き起こさない方策を構築することを前提に、再び 4 の滝まで行ける仕組みを検討する必要はある。

・　また、トイレや更衣室などの簡易的な施設整備も必要であり、関係機関に要請していく。

（５）フレペの滝

内容	①　安全性の向上と、さらなる魅力向上のため、最終展望地の改修と位置変更を関係機関に要請する。
実施主体	主：行政 補：知床財団・観光協会・観光事業者

・　知床自然センターから比較的簡便な散策路があり、年間 4～5 万人の観光客が

訪れている。通年利用できる数少ない観光ポイントでもある。

- 開拓跡地の 2 次林（薪炭林）を通過するため、知床本来の森を感じることは難しいが、草原に出没するエゾシカを比較的見やすく、断崖からの割れ目から流れ出る滝を見ることができるため、今後も重要な観光資源である。断崖沿いに建つ数少ない展望地でもある。
- 最終展望地を改修することで、安全性を高め、より魅力を高めることができることから、関係機関に再整備の要望を行う。

（６）プユニ岬

内容	①　展望デッキやベンチ、駐車帯などの整備を関係機関に要請する。
実施主体	主：行政 補：観光協会・観光事業者

- 国道脇でありながら、オホーツク海が眼下に広がり、特に夕陽や流氷原を見るスポットとして人気がある。
- 優れた景観スポットであるにも関わらず、展望台がなく、国道の歩道上から眺めざるを得ない状況であり、落ち着いてたたずむことが難しい。
- 展望デッキやベンチの整備、駐車帯の整備などを関係機関に対して要請していく。

（７）オロンコ岩

内容	①　落石防護ネットを計画的に更新するよう努める。 ②　景色や花などの散策をより楽しめるよう、簡易的な整備を計画的に進める。 ③　オロンコ岩から三角岩周辺での散策をより楽しめるよう、防波堤への階段や安全柵の整備を検討する。
実施主体	主：行政 補：観光協会・観光事業者

- ウトロにある高さ 60mの巨岩であり、ミニ散策に適するスポットとなっている。
- 急な階段を登ると、花畑となり、知床の山並み、ウトロの街並み、オホーツク海、オロンコ岩周辺の磯をみることができる。オオセグロカモメの繁殖地もあり、旅情感のある独特の雰囲気がある。
- 落石が起きやすく、防護ネットでカバーしているが、破損しないよう確認に努め、計画的な更新を進める。

・　オロンコ岩駐車場（オロンコ岩と三角岩の間）は、観光船客用の駐車場であると同時に、散策コースでもあり、防波堤上への展望台の整備なども検討する。

（８）夕陽台

内容	①　夕陽をゆったり眺めることができるよう、関係機関と協議し、再整備を検討する。 ②　併せて、夕陽台までの道案内標識の整備に努める。
実施主体	主：行政 補：観光協会・観光事業者

・　夕陽のスポットとして人気がある。
・　優れた景観スポットであるが、やや手狭であること、ゆったりできないことに課題があり、より魅力的なスポットとなるよう再整備を関係機関とともに検討する。
・　また、夕陽台までの道案内看板標識が不足しているとの声も多いことから、整備充実に努める。

２．幌別・岩尾別地区

（１）知床自然センター

内容	①　知床の体験観光の拠点施設となるよう、関係機関・団体と連携し、計画的な再整備を進める。 ②　幌別地区のトレッキング拠点化や、各種体験プログラム・登山道・散策路情報の集約化、自然ガイドの発着・滞留拠点化、交通の拠点化など、関係機関・団体と連携し、施設機能の充実強化に努める。
実施主体	主：行政・知床財団 補：ガイド協議会・ガイド事業者・観光協会・観光事業者

・　国道 334 号線知床横断道路と道道知床公園線の分岐に位置する知床自然センターは、幌別構想に基づき、知床国立公園の入口施設（ビジターセンター）として、昭和 62 年に開館した。
・　知床五湖園地の再整備に伴い、相対的に役割が低下したが、国立公園の入口施設、幌別地区の拠点施設として、引き続き重要である。
・　特に、幌別地区のトレッキングの発着拠点となりえるほか、各種体験プログラ

ム・アクティビティ・トレイル・登山道などの情報拠点、自然ガイドの発着・滞留拠点、国立公園内交通のハブ拠点となることが期待され、関係機関・団体と連携し、施設機能の充実強化に努めていく。

（２）岩尾別川流域（町道岩尾別温泉道路）

内容	①　野生動物観察にふさわしいエリアとなるよう、必要なハード整備やソフト対策のあり方を、関係機関を交え検討する。
実施主体	主：行政・知床財団 補：観光協会・観光事業者

・　交通量が少なく、野生動物が比較的観察しやすいが、道路幅が狭く、停車帯などの整備が望まれる。

（３）岩尾別温泉地区

内容	①　百名山である羅臼岳登山口にふさわしいエリアとなるよう、関係機関と協議し、再整備を検討する。
実施主体	主：行政 補：知床財団・観光協会・観光事業者

・　原生林に囲まれ、秘境感の高いエリアだが、ピーク時には駐車場から車があふれ、百名山である羅臼岳の登山口に似つかわしくない雑然さがあり、改善が求められている。
・　かつて湯治場として使われた温泉でもあり、その活用も含め、全体的な見直しが必要である。

３．ウトロ地区

○　ウトロ地区は、知床観光最大の滞在拠点である。
○　近年の観光は、観光地や観光施設のみが観光資源・素材なのではなく、訪れる地域そのものが観光対象であり、観光客は地域の生活に興味をもつようになっている。（逆に言えば、観光客相手の商売であることや、観光施設であることが、観光地としては逆効果となりうる状況になってきた。）その意味では、ウトロの街こそが、最大の観光資源といえるかもしれない。

○　ウトロは観光の拠点であると同時に、漁業の街であり一大拠点であることから、漁業拠点かつ生活地域として、ウトロのよりよいまちづくりを進めることが、観光・観光客にとっても、望ましいものと言える。

○　ウトロは温泉地であるが、いわゆる日本的温泉街ではなく、自然体験後の安らぎを提供する意味での、リゾート的な位置づけを想定する。自然で遊び、楽しんだ人たちが、今日の疲れを癒し、くつろげる洋風な場所としてのイメージである。

○　歩道や看板、街灯、トイレ、散策のための除雪、街の雰囲気・景観など、課題も多いが、漁港整備と併せて、今後のウトロのまちづくりについて、別途検討するものとし、本計画では具体的には記載しない。

（1）道の駅うとろ・シリエトク

内容	①　知床観光最大の拠点施設にふさわしい機能と、さらなる賑わいを創出するべく、関係団体・事業者とともに活性化策を検討する。 ②　案内カウンターの拡充も含め、情報提供・案内機能の充実化を検討する。 ③　施設の適切な維持管理と、周辺環境整備を計画的に進める。
実施主体	主：観光協会・行政 補：観光事業者・町民

・　平成 19 年 4 月に開館した道の駅うとろ・シリエトクは、漁港及び国道の改良とともに、知床観光の拠点施設として、年間 55 万人ほどの安定的な入館者を数えている。

・　レストラン、物産販売とともに、観光案内施設としても定着した。

・　課題や苦情の声はそれほど多くはないが、拠点施設であるがゆえに、知床観光全般に関する課題と期待が、道の駅のそれとも言えることにもなり、絶えず改善が求められている。

・　特に情報拠点としての期待は大きく、より多くの情報がこの施設に集められ、ここから発信されることが期待されている。

・　そのため、情報拠点としての機能強化に合わせて、案内カウンターのスペースの拡張なども検討するとともに、知床観光に求められるサービス強化を進めていく。

・　自然センターとの役割分担の明確化や、情報連携も進めていく。

・　将来的には、各種発券や予約管理といった、旅行業務が行われる可能性があることも念頭に置く。

（２）観光船乗船場

内容	①　漁港整備に伴う、大型・小型観光船乗船場の変更に合わせた周辺環境整備、適切な誘導案内整備を検討する。
実施主体	主：行政 補：漁協・観光船事業者・観光協会・観光事業者・町民

- 長く知床観光を支えてきた大型観光船の他に、この 10 数年は小型観光船も人気を集めている。
- ウトロ港の再整備を検討する中で整理するものとするが、適切な誘導看板の整備などを検討する。

（３）ゴジラ岩

内容	①　漁港整備に伴う、大型・小型観光船乗船場の変更に合わせ、周辺環境の整備を別途検討する。
実施主体	主：行政 補：漁協・観光協会・観光事業者・町民

- オロンコ岩や三角岩、神社山などとともに、一体的な整備が必要なエリアである。
- 風化による倒壊の恐れもあり、安全対策も必要である。
- ウトロ港の再整備を検討するの中で整理するものとする。

（４）夕陽台の湯

内容	①　開館から年数が経過していることから、長寿命化対策を検討する。
実施主体	主：行政 補：観光協会・観光事業者・町民

- 夏期限定の日帰り入浴施設として、平成 9 年に開館した。
- キャンパーの入浴や、各種アクティビティ体験者の入浴など、宿泊施設では受け入れしづらい入浴需要に応えてきた。
- 冬期営業も含めた営業期間の延長や、営業時間の延長を求める意見があるが、収支状況や施設状況から難しい現状にある。
- 開館からすでに 18 年が経過し、今後、比較的規模の大きい改修が必要になる可能性があり、長寿命化も含め、検討を進める。

（５）史跡

内容	①　チャシコツ崎、チャシ、オロンコ岩など、ウトロの史跡の観光資源としての活用を検討する。
実施主体	主：行政 補：観光協会・観光事業者・町民

・　オホーツク文化、アイヌ文化などの歴史を踏まえた散策ルートづくりを検討していく。

（６）遠音別川サケマス遡上観覧施設

内容	①　観覧場所の移設も含めた再整備を検討する。 ②　海側駐車帯の整備を関係機関に要請する。
実施主体	主：行政 補：漁協・観光協会・観光事業者

・　平成 15 年頃に遡上観覧施設を整備したが、平成 25 年 4 月の大雨により、対岸斜面で大規模崩落があり、破損した。その後修繕をしたものの、再び、大雨による増水により、破損した。
・　サケマスを観察したいという要望は多く、何らかの形で整備を進める必要があり、今後、改めて調査・検討していく。

４．ウナベツ地区

○　遅くとも昭和 40 年代から、ウナベツ地区（ウナベツ岳山麓地区、峰浜地区）は、観光振興の適地として注目され、開発が模索されてきた。
○　かつては、休養村、ドライブイン、キャンプ場、スキー場の 4 施設があったが、ドライブインは平成 18 年度に、キャンプ場は平成 19 年度に閉鎖され、現在は休養村とスキー場が残るのみになった。
○　休養村は、老朽化も進み、収支状況も悪化してきていることから、今後のあり方を検討する必要もある。
○　一方で、農村景観やオホーツク海の海岸線、18 ㎞に及ぶ直線道路の起点もあり、潜在的な魅力も高く、別荘や個性的な店舗も見られる。
○　スローな農村エリアとして、今後の状況を見ながら、展開していくことが必要である。

（１）ウナベツ自然休養村管理センター

内容	①　周辺状況に配慮しつつも、施設としての抜本的な見直しを検討する。
実施 主体	主：行政 補：観光協会・観光事業者・町民

・　開館から 30 数年が経過し老朽化が進み、収支状況も悪化している。
・　施設のあり方について見直しを進める。

（２）ウナベツスキー場

内容	①　ウナベツスキー場運営委員会を中心にスキー場運営の検討を進め、引き続き活性化に努める。 ②　スキー場敷地の夏場の活用について、事業者や団体の利用による活性化を促す。
実施 主体	主：行政・観光協会 補：利用団体・町民

・　利用者が低迷する時期もあったが、回復の兆しがあり、施設の適切な更新とともに、活性化に努める。
・　また、スキー場敷地の夏場の活用も指摘されている。集客効果の予測が難しく、直ちに大規模な投資をすることは困難であるが、事業者や団体による利活用を検討し、活性化策を検討する。

（３）天に続く道

内容	①　簡易的な展望台や駐車帯の設置を検討する。
実施 主体	主：行政 補：観光協会・観光事業者・町民

・　年々立ち寄る人が増加し、満足度も高い。
・　簡易的な展望デッキや駐車帯の設置も含め、観光資源としての魅力増進を検討していく。

５．斜里岳山麓地区

○　ゆったりとした時間の流れる農村地区であり、ほとんど観光開発は進んでいない。
○　潜在的な観光開発の余地はあるが、行政主導の大規模開発は難しく、局所的な整備を検討するにとどめる。

（１）朱円ストーンサークル

内容	①　説明看板などの整備充実を検討する。
実施主体	主：行政 補：町民

・　縄文時代後期の周堤墓として貴重かつ重要な史跡であり、歴史、文化、遺跡に興味をもつ旅行者が立ち寄ることがあり、説明看板等の充実が求められている。

（２）越川橋梁

内容	①　戦前の鉄道遺産として、適切な保存と簡易的な整備を検討する。
実施主体	主：行政 補：町民

・　鉄道遺産かつ近代化遺産であり、鉄道や土木建造物に興味をもつ人が訪れる。
・　適切な保存が望ましいが、老朽化が進み、危険性も増していることから、簡易的な整備も含め、慎重に検討を進める。

（３）来運公園

内容	①　湧水公園として、簡易的な整備を検討する。
実施主体	主：行政 補：観光協会・観光事業者・町民

・　元々地域住民に親しまれていた公園だが、この 30 年ほど観光客も訪れるようになり、人気がある。
・　施設が老朽化してきており、簡易的な整備を検討していく。
・　これまで来運自治会が管理してきたが、農業者、地域住民の減少により、斜里町の管理に今後移行する予定である。

６．斜里市街地区

○　昭和 40 年代から 50 年代にかけて、大きなリュックサックを背負った旅行者（いわゆるカニ族。現在のバックパッカー）の多くは、鉄道を使って斜里駅（知床斜里駅）に降り立ち、そこから知床・ウトロに移動していたため、当時の斜里市街は旅行者で非常に賑わっていた。

○　その後、自動車が普及し、団体バスツアーが盛んになると、斜里市街は通過されるようになっていったが、近年、斜里市街で宿泊する旅行者は 20 年以上前の水準にまで回復し、斜里の街中を散策し、飲食する人も増えている。

○　観光スポットや景勝地と呼ばれる場所は少ないが、斜里岳と農村景観、オホーツク海に囲まれた斜里町の生活そのものが垣間見れることに加え、鮭の遡上数が多い斜里川や、数十キロに及ぶ砂浜の海岸線と海岸防風林、漁業や農業などの産業風景など、潜在的な観光素材が多い。

（１）以久科海岸・原生花園

内容	①　海を眺める簡易的なデッキの整備を検討する。
実施主体	主：行政 補：観光協会・観光事業者・町民

・　手入れができず原生花園としての魅力はやや薄れているが、オホーツク海越しに知床半島を望む景色を楽しむことができる景観スポットとして人気がある。
・　海岸側に簡易的なデッキを整備することを検討する。

（２）道の駅しゃり

内容	①　集客力を高めるための活性化策を検討する。
実施主体	主：行政・商工会 補：観光協会・観光事業者・町民

・　道の駅として年間 20 万人以上の入館者がいるが、物販等がなく、旅行者向けの機能が観光案内とトイレなどに限定されていることから、満足度が高くない。
・　施設の有効活用を図るべく、活性化策を改めて検討していく必要がある。

第４節　体験観光･エコツーリズムの充実

１．体験観光・エコツーリズム推進

○　知床は､歴史的に自然環境の保全と利用のバランスに特別な配慮がなされてきた地域であり、全国的にはエコツーリズムの先進地として知られている。

○　遺産登録前にはエコツーリズムの詳細な検討が開始され、平成 18 年にはエコツーリズムガイドラインが策定､同年には知床エコツーリズム推進協議会も設置され今日に至っている。

○　遺産登録から 3 年を経過した平成 20 年の調査の結果、エコツーリズム戦略を策定するようＩＵＣＮから指摘され、多くの関係者による 3 年間の協議の末、平成 25 年 3 月には、知床エコツーリズム戦略が策定された。

○　知床エコツーリズム戦略で規定された趣旨に基づき､体験プログラムを推進していくことが求められている。

（１）エコツーリズム戦略

内容	①　知床エコツーリズム戦略の考え方に基づき、体験プログラムを推進していく。 ②　同戦略で規定された提案制度を活用し、新たなプログラム開発や利用のルール化に努めていく。
実施主体	主：行政・観光協会・ガイド協議会・ガイド事業者・知床財団 補：観光事業者・町民

・　知床エコツーリズム戦略は、「知床におけるエコツーリズムを含む観光利用の推進により､自然環境を保全しその価値を向上しながら知床らしい良質な自然体験を提供し、あわせて持続可能な地域社会と経済の構築を図るため、遺産地域内外のすべての関係者が、共通の将来目標と、その目標を地域主導で達成するための方法を共有すること」を目的として、平成 25 年 3 月に策定されたものである。

・　この戦略の策定には、自然ガイド事業者をはじめとする多くの観光関係者も関与していることからも、知床をフィールドに行われる各種体験プログラムは、この戦略の考え方を踏襲している必要がある。

・　また、この戦略には、新たな観光利用を開始したり、新たなルールを作成する場合の提案制度が設けられていることから、この制度を積極的に活用し、地域･関係者の合意を得ながら、新たな観光利用やそのあり方を検討していくこととする。

（２）安全管理と自己責任

内容	①　自然体験には危険が伴いうるため、一人ひとりが自己の安全管理を心がけ、一定の自己責任を負うべきであることを、観光客に周知するよう努める。 ②　事故が発生した場合には、関係機関・団体が協力し、可能な範囲で救出活動などに協力する。 ③　体験ガイド事業者は、客の安全を守ることを第一の使命と自覚した上で、知床の自然の魅力を伝えるものとする。
実施主体	主：行政・観光協会・ガイド協議会・ガイド事業者・知床財団 補：観光事業者・観光客

- 登山やダイビング、シーカヤックなど危険性の高いアウトドアでは、自己責任が社会的に認知されているが、より簡易な体験などでは、公の営造物の設置及び管理責任と、自己責任との境目が不明確になることがある。
- 知床の場合、他地域よりも自然度の高い場所をフィールドとしていることから、ちょっとした不注意が遭難や人身事故に繋がりうる。
- 体験場所や内容にもよるが、遭難、滑落、落石、噴火、転覆、座礁、河川増水、気象変化（大雨・低温・暴風雪など）、ヒグマ、ハチなど、想定すべきリスクは多い。
- 施設整備などによって安全性を高めることは可能かもしれないが、過剰な整備は逆に楽しみを奪い、知床の魅力を損なうことになりかねない。
- 遊歩道上の散策といった個人利用の観光客に対しても、自己の責任と安全管理の下で楽しむ必要があることを周知する必要がある。
- 一方で、やむを得ず事故が発生した場合には、人道的な観点と、それぞれの社会的な役割の範囲内で、救助・救出活動に努めるものとする。
- ガイド同伴のプログラムの場合、一義的にガイドが客の安全を守る必要はある。
- また、無線通信などを活用したガイド事業者間の連携などにより、事故発生時の迅速な対応のための連携、危険情報の共有化などを地域として順次検討していく必要がある。
- リスクに応じた対応策を旅行者とガイドが分担することで、魅力をさらに引き出し、知床の価値をますます高めていくことができる。

（３）適正利用の課題への対応

内容	①　利用にあたっての課題が発生した場合には、原則的にガイド協議会やガイド事業者間での自主的な課題解決に委ねるものとするが、それでも解決が困難な場合には、観光協会、行政、関係行政機関を交えての協議の場を設ける。
実施主体	主：行政・観光協会・ガイド協議会・ガイド事業者・知床財団 補：観光事業者・観光客

- エコツーリズムや広く体験プログラムの実施にあたっては、土地所有者との調整や、オーバーユース、他産業との調整などの課題発生が想定されうる。
- 法令による実質的な規制は少ないが、エコツーリズム先進地としての自覚に基づく、地域としての自主的なルールによる運用が求められる。
- 課題が指摘された場合には、まず、当該ガイド事業者やガイド協議会内での課題解決を求め、それでも困難な場合には、関係団体・機関による課題解決を進めるものとする。

２．海のプログラム

○　知床観光の歴史で、最も早くから行われ、多くの観光客を魅了し続けてきたのが大型観光船である。

○　幌別から知床岬に至る断崖絶壁の海岸景観や、海上から望む知床連山などの山並み、海に落ちる滝、知床旅情で謳われた知床岬などを売りにしてきた。

○　その後、小型観光船が就航し、イルカや海鳥、ヒグマなど野生動物の観察と解説を魅力に加え、さらに満足度を高めてきた。

○　羅臼町側でも、ミズナギドリ、シャチ、クジラが見えることを売りにした観光船が近年就航を始め、集客力を高めつつある。

○　シーカヤックは、利用者は少なく危険性も比較的高いが、国内トップクラスの魅力を有する地域として知られており、幌別から岩尾別にかけては、一般観光客を対象としたプログラムも設定され、年々人気が高まっている。

○　冬期の流氷ウォークもここ 10 年余りで定着した。ドライスーツを着込み、流氷で埋め尽くされた海の上を歩く体験は、国内随一の自然体験となっている。

○　そのほかにも、ダイビングが若干行われており、特に流氷の下に潜り込む流氷ダイビングは、他地域では味わえないプログラムである。

○　釣りは、課題がしばしば指摘されるものの、体験プログラムとしての将来性があり、ルール化も視野に検討を進めていく必要がある。

（１）観光船

内容	①　大型・小型それぞれの魅力に応じた適切な案内を進める。 ②　海鳥などの生態に配慮した運航を要請する。 ③　漁港整備にあたっては、観光船の乗船場所への配慮を要請する。
実施主体	主：観光船事業者 補：漁協・観光協会・行政・観光事業者

- 大型・小型合わせて、年間 20 万人余りの乗船者を数え、知床五湖、知床峠とともに、知床観光を支えてきた重要な観光プログラムである。
- 50 年余りの歴史を持つ大型観光船は、「知床旅情」の世界観を最も体感しやすいプログラムといえる。大型ゆえ乗り心地も安定し、ゆったりと海上観光を楽しめ、団体ツアー客を受け入れることができる。
- 一方、10 数年前から就航されているクルーズタイプの小型観光船は、小型の特徴を活かして、海鳥やヒグマなどの野生動物の観察状況に対応した比較的柔軟な航行ができ、ライブでの自然解説も魅力が高い。
- しかし、海鳥に接近しすぎ、生態に影響を与えているとの指摘があり、関係機関・団体と調整し、ルール化を進めてきており、逆にそのことで魅力が高まってきた。
- 同時に、特に小型観光船は、漁業活動の妨げになっているとの指摘もある。ウトロ海域保全協議会などの場を活用し、漁業者と観光船事業者との課題を協議し、運行のルールを常に見直していく必要がある。
- ウトロ港の再整備を検討する中で、看板整備や乗船場所の再配置を検討する。

（２）シーカヤック

内容	①　普及状況をみながら、利用者へのマナー啓蒙、漁業や観光船との調整、安全向上策などについて、検討を進めていく。
実施主体	主：ガイド事業者・ガイド協議会 補：観光事業者・観光協会・行政・漁協

- 年間 1000 人程度の利用者がいるとみられるシーカヤックは、上級経験者向けガイドツアーである羅臼～ウトロ間の半島一周コースや、初心者向けのガイドツアーである幌別川～岩尾別川間のショートコースなどが行われている。
- シーカヤックは、自然への負荷が少なく、知床の自然を存分に体感できることからして、推奨されてしかるべきであるが、焚火などのマナー全般、漁業・観光船との航路調整、救助体制などが課題視されることもあることから、当面は普及状況をみながら、必要に応じて関係機関とともに検討を進めていく。

（３）ダイビング

内容	①　普及状況をみながらも、利用者へのマナー啓蒙、安全向上策などについて、ガイド事業者を中心に検討を進めていく。
実施主体	主：ガイド事業者 補：観光事業者・観光協会・行政・漁協

- 知床での活動状況が十分に把握されていないが、ダイビングにはライセンス制度があるため、専門のガイドがライセンスに応じて、ガイドしていると思われる。
- 特に流氷ダイビングは、ウトロが適地であり、全国的にもアピール可能な魅力的なプログラムである。
- わずかなミスが死亡事故に繋がりうるため、普及状況をみながら、マナー啓蒙や安全向上策などを検討していく必要がある。

（４）流氷ウォーク

内容	①　冬期の代表的な体験プログラムとして、魅力の発信と普及に努めていく。
実施主体	主：ガイド事業者・ガイド協議会 補：観光事業者・観光協会・行政・漁協

- 流氷の上には乗るなという地元常識を覆すかのうように、10 数年前からドライスーツを着込んで流氷の上を歩き遊ぶ体験プログラムとして行われるようになった。
- 毎年数千人が体験しているものと推定されるが、これまで大きな事故もなく、満足度も非常に高い。
- 自然ガイドにとっては、冬期に一定の需要が見込める仕事がある点でも重要であり、冬の知床観光を象徴するプログラムとして、積極的に発信に努めていく。

（５）釣り・遊漁船

内容	①　釣りを体験プログラムとして活用できるよう、ルール整備も含め利用のあり方を検討する。 ②　問い合わせがあった際に適切な案内を行う。
実施主体	主：遊漁船団体・行政・漁協・観光事業者・観光協会 補：

・　知床には、釣りを目的に来訪する人もいるが、一般的な旅行者と行動パターンが異なり、また、ごみ処理やトイレ、車両の駐車状況、駐車帯での飲食によるヒグマの誘因など、しばしば釣り客のマナーの悪さが指摘されている。
・　しかし、潜在的には、釣りをやってみたいという需要があると思われることから、体験プログラムとしての釣りのルール化も含め、関係機関・団体とともに検討する。
・　釣り客には、一般的に専用の情報ルートがあり、予め準備・手配した上で来町しているケースが多いが、問い合わせがあった場合には、適切な案内を行う。

３．森・山のプログラム

○　知床五湖やフレペの滝の散策を目的とする遊歩道が数十年前に整備されて以来、毎年、多くの旅行者に利用されている。
○　近年は、幌別地区（ポンホロ沼や男の涙など）を中心に、歩道として整備されていない原生林を歩くガイド同伴のトレッキングツアーも楽しまれるようになってきた。
○　日本百名山である羅臼岳や斜里岳をはじめ、硫黄山、知床連山縦走路などの登山も安定的に楽しまれている。
○　それでも、トレッキングルート（本計画では散策路・遊歩道・登山道の総称として取り扱う）は依然として不足していると指摘され、利用の分散化、知床の魅力を知る機会の向上、体験観光の促進、外国人受け入れなどの観点から、トレッキングルートを計画的に整備していくことが必要となっている。
○　また、フレペの滝を含む幌別地区や知床五湖など、夏とは違う冬ならでは景色や森をスノーシューなどで散策する冬期プログラムの開発にも力を入れていく。

（１）トレッキングルート整備

内容	①　自然センター～知床五湖間、100 平方メートル運動地、ポンホロ沼、知床峠～天頂山～知西別岳～羅臼湖周辺、硫黄山～ルサ、カムイワッカ周辺などでのトレイルの設定・整備の可能性について、関係機関と協議、検討を進める。 ②　その他、町内全域において、トレイル新設の可能性について、関係機関と協議、検討を進める。
実施主体	主：行政・ガイド協議会・知床財団 補：観光協会・観光事業者

・ 知床観光の利用実態に関し、知床五湖など特定の観光地に利用が集中していると言われるが、それは、国立公園内における利用の場所が少ないことが理由の一つと考えられる。
・ 旅行の楽しみが変化し、景色をみるだけではなく、トレッキングや登山、写真撮影、動物や森林観察など、目的意識をもって来訪する人も確実に増加している。
・ このような需要に応えつつ、知床の魅力を伝え、価値を高めるためには、トレッキングルートを設定・整備していくことも選択の一つである。
・ 環境省や林野庁といった関係機関と協議を進め、計画的なルート設定・整備を検討していく必要がある。
・ また、トレッキングルートの利用にあたっては、オーバーユースにならない範囲、かつ、一定のルール下における自由利用を原則とし、利用者自身がガイド同伴を選択するあり方が望ましい。
・ ルートは、ウトロ以奥に限らず、ウナベツ岳山麓や斜里岳山麓、斜里前浜防風保安林などでの設定も、必要に応じて検討する。

（２）散策路トレッキング

内容	① 既存の散策路や、今後新たに整備されたトレイルを利用するにあたって、共通して必要となるヒグマ対策、安全対策などの知識を習得できる、知床共通のレクチャーシステムの導入を関係機関に要請する。 ② 関係者が協力して、散策路の維持管理に努める。
実施主体	主：行政・知床財団 補：ガイド協議会・ガイド事業者・観光協会・観光事業者

・ 知床での自然体験・アウトドア活動を行うにあたって、共通して必要になるのが、ヒグマ対策やその他安全対策に関する知識である。
・ 知床五湖の地上遊歩道を利用するにあたっては、ヒグマ対策のレクチャー受講が利用調整地区制度によって義務付けられているが、同様のレクチャーが知床自然センターなどでも受講でき、かつ内容が知床での自然体験全般に当てはまるものであることが望まれる。
・ 散策路に関する情報は、知床自然センターなどへの集約化を検討する。
・ 散策路の維持管理は、関係者・関係機関が連携し、適切な維持管理に努める。
・ 森林セラピーなど散策路のソフト的活用に関しては、実施主体を中心に検討を進めつつ、必要に応じて関係機関などへの要請を行う。

（３）原生林トレッキング

内容	①　トレッキングルートのない原生林内を散策する場合には、ガイド同伴でのトレッキングを推奨する。 ②　利用実態の把握に努め、オーバーユースにならないよう十分に留意する。 ③　遭難やヒグマなどによる事故防止に十分に留意する。
実施主体	主：ガイド事業者・ガイド協議会 補：行政・知床財団・観光協会・観光事業者

- 知床国立公園内は、法令によって立ち入りが制限されている場所は少ないが、慣例的に利用が自粛されていることも多い。
- 実際のところ、トレッキングルートがないエリアに個人で立ち入るケースはまれであり、知床の森をよく知る地元住民などに限られている。
- 他方で、ガイド事業者は、原生林トレッキングと称するプログラムを開発し、知床の自然の真の魅力を旅行者に伝えてきた。
- 原生林トレッキングには、オーバーユースにならない範囲での利用が求められ、これまでもガイド事業者間による協議によって配慮がなされていた。
- 普及状況を見ながら、問題が発生した場合には、ガイド事業者間での調整を尊重しつつも、課題が解消されない場合には、関係機関・団体も交え調整する。

（４）登山

内容	①　登山・登山道に関する情報の集約化と、その情報の適切な発信、案内に努める。 ②　関係者・関係機関が連携して、適切な維持管理に努める。 ③　携帯トイレの普及促進に努める。
実施主体	主：行政・知床財団・ガイド事業者・ガイド協議会 補：観光協会・観光事業者

- 釣り客と同様に、登山者は一般旅行者と区分されることが多い。
- しかし、羅臼岳や知床連山、斜里岳などの名山が、知床という観光地内にあることから、知床での登山者は、一般的な登山者よりも裾野がやや広く、旅行の一環で登山やトレッキングを組み込み、体験する層も比較的多い。
- 特に欧米系の外国人は、トレッキングを好む人も多く、日本人が抱く「登山」とは別の感覚をもって山に登っていると推測され、体力はあるが登山装備が不十分と思われるケースも見受けられる。
- このような状況の中では、改めて登山者の受け入れについて、地域として検討する必要があり、特に登山・登山道の情報の集約と発信は急務である。

・　登山口へのアクセスが比較的わかりにくい硫黄山や斜里岳三井ルートなどへの適切な案内も進める。
・　登山道沿いでトイレは一切なく、整備予定もないことから、携帯トイレの普及促進に努める。

（５）冬期プログラム

内容	①　フレペの滝を含む幌別地区や、知床五湖におけるスノートレッキングを積極的にアピールし、流氷ウォークに匹敵する冬期の重要な体験コンテンツに育成する。 ②　既存の利用エリア外における冬期体験プログラムの可能性について、関係機関と協議、検討を進める。
実施主体	主：ガイド事業者・ガイド協議会・観光協会 補：行政・知床財団・観光事業者

・　フレペの滝では自然センター開設時から歩くスキーが行われ、幌別地区全体でも早くからスキーコースが設けられたほか、ガイド同行による原生林スノートレッキングツアーが実施されてきた。
・　また、冬の知床五湖へは、ユースホステルが以前からツアーを催行していたほか、平成 19 年度からは、道道知床公園線の冬期通行止め区間における特例使用制度を活用して、歩くスキーによるガイドプログラムを行っていた。
・　そして、平成 26 年度からは、知床五湖駐車場まで除雪を行い、認定を受けたガイド（ガイド車両）による立ち入りが認められ、厳冬期の知床五湖の魅力を手軽に体験することができるようになった。
・　冬の岩尾別温泉に行くツアーが催行していたことがあり、また、知床横断道路沿いでも可能性を秘めていることから、既存の利用エリア外におけるプログラム開発について、関係機関と協議、検討を進めていく。

４．野生動物観察のプログラム

○　知床は、日本屈指の野生動物生息域であり、鯨類、大型鳥類、ヒグマなどでは、世界にも誇りうる水準にある。
○　観光客が通常行き来する道道知床公園線沿線でもエゾシカやキタキツネ、大型鳥類などを観察することができ、時期によっては、道路沿い、あるいは知床五湖園地などでヒグマを観察できることもある。
○　また、観光船からも海鳥や海獣のほかに、ヒグマ観察を謳い文句にしたツアーも催

行され、好評を博している。

○　一方で、観光客と野生動物の接し方、距離感に関しても、長年の課題となっている。以前はキツネや海鳥へのエサやりが問題となり、近年では、ヒグマへのエサやりをしないよう求めるキャンペーンも展開している。

○　観光船からの観察では、観光船事業者と関係機関・団体での協議が進み、ルール化が進んできた。

○　一方、ヒグマに関しては、カメラマンの過剰な接近や一部の観光客によるエサやり行為などが依然としてみられ、人身事故に発展しかねない危険な状況もみられる。

○　他地域では見ることができない動物も多く、観察したいという要望に応えていくことも、知床の魅力の向上に繋がるものであることから、適切な距離感を保ちつつ、野生動物観察を観光資源としてアピールしていくこともめざす必要がある。

（１）一般的な野生動物観察

内容	①　野生動物との適正な距離感を保つための観察の基本マナーを、関係機関・団体が協力して、来訪者に広く周知するよう努める。 ②　特にヒグマに関しては、人身事故に発展する恐れがあることから、エサやり禁止などを徹底するよう努める。 ③　観察ポイントの設定など、野生動物を観察したいという要望に応えるための方策を、関係機関・団体で協議、検討していく。
実施主体	主：知床財団・観光協会 補：行政・ガイド事業者・観光事業者

・　知床は、自然景観を売りにする観光地であったが、20 数年前からキツネやシカが頻繁に見れるようになり、さらにこの 10 数年はヒグマや鯨類なども観察対象に加わってきた。

・　野生動物の観察のルールというと、どうしても禁止事項の羅列になりがちであるが、同時に、動物園とは違う、生き生きとした野生動物をみたいという旅行者の欲求にも応えられるような体制づくりも求められている。

（２）夜の動物観察

内容	①　夜の体験プログラムとして定着しており、魅力の発信と普及に努めていく。
実施主体	主：観光事業者・ガイド事業者 補：行政・観光協会・知床財団

・　野生動物の夜の生態を観察できるプログラムとして定着している。引き続き魅力の発信と普及、満足度の向上に努めていく。

（３）バードウォッチング

内容	①　野鳥愛好家のみならず、一般観光客にも魅力の発信と観察の普及に努めていく。
実施主体	主：　ガイド事業者 補：行政・観光協会・知床財団・観光事業者

- 知床では 100 種類を超える鳥類が観察できるとされ、中でもオジロワシ、オオワシといった大型鳥類は、愛好家のみならず多くの旅行者からも人気がある。
- 一方で、オジロワシやシマフクロウ、ケイマフリなどの希少鳥類も多く、繁殖地や営巣地に接近しすぎないようにするなどの配慮も必要であり、留意が必要である。

（４）ヒグマ観察

内容	①　観光船からみるヒグマ観察ツアーが定着しており、魅力の発信と普及に努めていく。 ②　知床五湖高架木道や岩尾別川など、陸上での観察の機会も増えているが、人身事故に発展しないよう細心の注意を払うよう努める。 ③　その他ヒグマを観察できるプログラム開発を、関係機関・団体と協議、検討する。
実施主体	主：観光船事業者・ガイド事業者・行政・観光協会・知床財団 補：観光事業者

- 知床のヒグマをテーマとしたテレビ番組が毎年のように放映されているためか、ヒグマを見たいという観光客の要望は多い。
- ヒグマ観察を目的とした小型観光船も数年前から運行を始め、ルシャ地区沖の海上から観察し、観察率（目撃率）が 95%を超えていることもあって、年々人気が高まっている。
- 陸上では、知床五湖の高架木道上から観察できることがあるほか、マスの遡上時期に岩尾別川河口付近に出没するケースも近年見られるようになってきた。
- ヒグマは知床を象徴する大型動物であるが、一歩間違えば人身事故に発展する恐れもあることから、観察のあり方には、細心の注意を払う必要があり、観察を可能にするには、監視員の配置などサポート体制も不可欠である。
- 一方で、安定的にヒグマが観察できるルシャ地区を、陸上から限定的に観察できるような仕組みの構築もしばしば指摘されており、関係機関・団体が協議、検討を重ねていく必要がある。

５．その他のプログラム

（１）サイクリング

内容	①　サイクリングの普及促進のため、観光拠点施設などに、駐輪場所の整備、充実を進めていく。 ②　幌別・岩尾別地区、知床峠などでの高低差が、サイクリング普及の妨げになっていることから、簡便な自転車搬送の仕組みを検討する。 ③　ウトロから斜里岳山麓にかけての林道網のサイクリング活用を関係機関と協議、検討していく。
実施主体	主：ガイド事業者 補：行政・ガイド協議会・観光協会・知床財団・観光事業者

- 古くからレンタサイクルは行われ、また多くのサイクリストが知床を訪れてもいたが、近年、サイクリング専門のガイド事業者が営業を始めたことをきっかけに、年々普及・定着しつつある。
- 車あるいは徒歩とは違う体感性があり、知床の魅力を存分に楽しむことができることから、レンタサイクルを超え、知床におけるアクティビティの一つのなったといえる。
- しかし、例えばウトロから知床五湖に自転車で行くためには、150m～200m の標高を２回登らなければならずハードさがあることも否めないことから、サイクリングを地域的なアクティビティとして定着させるためには、簡便な自転車の搬送システムや駐輪場の整備も欠かせない。
- さらに、ウトロから斜里岳の山麓にかけて、魅力的な林道網もあることから、ＭＴＢによる林道網の活用も検討していくことが望ましい。

（２）産業観光

内容	①　網起こし見学、荷捌き見学、工場見学など産業観光の可能性について検討を進めていく。
実施主体	主：観光協会・ガイド事業者 補：関係産業団体・行政・観光事業者

- 景勝地周遊やアクティビティ体験といった一般的な観光以外にも、産業を見せること自体も観光コンテンツになりつつある。
- 斜里町であれば、サケマスの網起こし見学や、その荷捌き見学、農業・漁業関連施設の見学などにも将来的な可能性があることから、いわゆる着地型ツアーの素材として検討していくことが望まれる。

（３）歴史・文化

内容	①　史跡情報を整理し、発信していく。 ②　オホーツク文化やアイヌ文化などに由来する地名や文化の意味付けを専門的な見地から確認の上、発信していく。
実施主体	主：観光協会 補：行政・観光事業者

- 斜里町内には数百の遺跡が点在し、縄文時代以前から人が住んでいたことが確認されている。
- 縄文時代から擦文時代、オホーツク文化、アイヌ文化といった大きな変遷の他にも、近代、現代の歴史や文化も語り継がれており、このような歴史や文化に着目した観光としての取り組みも期待される。

（４）その他

内容	①　星空、朝焼け・朝日、夕陽、清掃、植林などを観光資源とした、プログラム開発を検討していく。
実施主体	主：　ガイド事業者・ガイド協議会・観光協会 補：行政・知床財団・観光事業者

- これまでに記載されたプログラム以外にも、星空、朝日朝焼け、夕陽、清掃、植林、雲海などなど、潜在的には様々なプログラム開発の余地があるとの声は多い。
- テーマや視点を定め、プログラム開発を進めていくことが期待される。

６．団体パッケージプログラム

（１）修学旅行・学習旅行

内容	①　知床は修学旅行・学習旅行の適地であるとの認識から、関係事業者・団体が協力して、プログラム開発を進めていく。 ②　修学旅行受入の先進地である標津町や羅臼町との連携を模索する。 ③　雨天時における代替プログラムの開発を検討する。
実施主体	主：観光協会・ガイド協議会 補：行政・観光事業者

・　知床は修学旅行（や学習旅行）の適地である、との声が以前からあったが、実際には、それほど受け入れが進んでいない現状にある。
・　修学旅行はいわば子どもの団体ツアーでもあるが、自然体験などにおける安全性の確保はもちろん、食事や、一般客との分離、医療機関など緊急時体制など、特別な配慮が必要となることも多い。
・　修学旅行も、周遊型から体験型に移行しており、かつ、目的意識の高いものが増えているが、大人数の修学旅行生に対して、少人数が適する知床の自然体験をさせること自体が、容易ではないとも言える。
・　自然体験のみならず、酪農体験や漁業体験、水産加工体験といった産業体験への需要も高く、さらには、雨天時の代替プログラムを用意する必要もある。
・　近郊では、標津町や羅臼町が修学旅行生の受け入れの先進地であり、共同での受け入れも含め、連携していくことが望ましい。

（２）その他団体向けプログラム

内容	①　企業のインセンティブツアーなどに将来性がある可能性があり、調査研究を進める。
実施主体	主：観光協会・ガイド協議会 補：行政・観光事業者

・　修学旅行と同様に、将来性があるが、地域としての受入体制が整っていないものとして、近年、国内外の大手企業を中心に積極的に取り組まれているインセンティブツアーが挙げられる。
・　一般観光では体験できないような特別プログラムを求めるケースが多いと想定されるため、対応が難しいと同時に、知床が適地となる可能性も高いと言える。
・　情報を収集し、将来性の有無も含め、調査研究を進めることが望ましい。

第５節　来訪・滞在の魅力・サービス向上

１．食

（１）飲食店・宿泊施設

内容	①　知床における旬な食の情報発信に努める。 ②　飲食店の営業状況などを適切に把握し、食事処の適切な案内を進める。
実施主体	主：観光協会 補：観光事業者・行政

- 知床での食事に対して、漠然とした期待感が高いにも関わらず、具体的にどのような食事が売りなのかがわかりにくい。
- 何が旬で、何がおすすめなのか、飲食店や宿泊施設で提供する食に関し、具体的な情報発信に努めていく必要がある。
- また、年間を通じた繁閑格差が大きいことに起因して、夏のピーク時には、飲食店に入れない観光客がみられることもある。逆に、閑散期には、飲食店が開いているのか否かを案内所でもつかめないケースが見られたり、旅行者の行程によっては、ウトロから斜里への案内を勧めた方がよいケースもある。
- 適切な情報発信を進めることで、期待と満足のギャップを埋めることができ、全体のサービスの向上に繋がると思われる。

（２）昼　食

内容	①　地域として、定番的なランチパックなどの開発を検討する。 ②　道の駅などを活用した露店販売の可能性を検討する。
実施主体	主：観光協会・観光事業者 補：行政

- 昼食場所の不足を指摘する声が後を絶たない。特に団体ツアーの場合、知床で昼食を確保できないことへのクレームや、昼食がないために他地域に移動するケースも見られる。
- 個人観光客でも、満席で飲食店に入れないためにコンビニで済ましていると思われるケースも見られる。
- 特色ある定番的なランチパックを地域として開発するなど、改善策を検討していく必要がある。

・　また、道の駅などでの露天販売を積極的に認めるなども検討の余地がある。
・　キャンピングカーなどによる車中泊の旅行者も増えており、朝食を提供する飲食店があることも望ましい。

（３）地域食材の活用

内容	①　地元食材の地元流通の仕組み（共同仕入れなど）を検討する。
実施主体	主：観光事業者・観光協会 補：行政

・　漁業が盛んな地域であるにも関わらず、地元の魚を地元で入手しづらいといった声が飲食店や宿泊施設から聞かれることが多い。
・　食材の産地表示を求める旅行者も年々増えており、共同仕入れなど、地元食材を地元で流通させるための仕組みを地域としても検討していく必要がある。

（４）特色ある食の開発

内容	①　来訪の目的となるような特色のある食の開発に努める。
実施主体	主：観光事業者・観光協会 補：行政

・　ご当地グルメ、Ｂ級グルメ、ご当地スイーツ、ファストフードなど、特色のある食は、一般的に、来訪の目的にもなりうる強力な観光コンテンツである。
・　知床の場合、自然という絶対的に優位な観光資源があるが、食の重要性が高いのは他地域と同様であり、特色ある食の開発の余地はある。

２．宿　泊

（１）宿泊施設

内容	①　施設ごとの特徴を活かした情報発信と、旅行者の希望に添った宿泊案内を進める。 ②　宿泊施設整備奨励金を見直し、時代に合った支援策を検討する。
実施主体	主：観光協会・観光事業者 補：行政

・　大型の温泉旅館から、民宿、コテージ、ビジネスホテルまで、町内にはバラエティーに富む数多くの宿泊施設がある。
・　各宿泊事業者が切磋琢磨し、競い合っている一方で、対外的には知床の宿として、地域でくくられ評価されることも多い。
・　遠方からの旅行者も多いことから、施設の特徴を正確に伝える情報発信や、旅行者の希望に沿った案内をすることが第一に重要である。
・　また、宿泊施設の近代化を主目的にした宿泊施設整備奨励金制度は、見直しも含め検討し、時代に合った支援策を検討していく。

（２）キャンプ

内容	①　ウトロ地区内のキャンプ場の老朽化が進んでいることから、関係機関に改善を要請する。 ②　キャンプ場設備に関する情報発信と、適切な案内を行う。
実施主体	主：観光協会 補：観光事業者・行政

・　キャンプ場が老朽化し、また依然として不足気味の傾向がみられる。
・　積極的な投資は難しい現状にあるが、正確な情報発信や案内を進めつつ、関係機関への改善要望もしていく必要がある。

（３）車中泊

内容	①　道の駅でキャンピングカーなどが長時間滞留し、一般観光客の駐車の妨げになる状況がみられることから、ルールの啓蒙に努める。
実施主体	主：観光協会 補：行政・観光事業者

・　道の駅の駐車場に駐車し、夜を過ごすキャンピングカーや車中泊車両が年々増加している。
・　車中泊自体はやむ得ないとしても、ゴミ、電気、し尿処理、騒音などのマナーに関する課題は多く、また、長時間駐車が一般観光客の妨げになっているケースも見られることから、基本的なルールの啓蒙に努めていく。
・　中長期的には、車中泊の旅行者を歓迎できる体制づくりも検討していく。

３．温　泉

（１）ウトロ温泉

内容	①　温泉事業協同組合への助成を通して、安定的な泉源・湯量確保を図る。 ②　ウトロ温泉のブランド化の検討を進める。
実施主体	主：温泉事業者 補：行政・観光協会・観光事業者

- 温泉も、観光地を支える重要な資源である。
- 知床は火山地帯でもあり、潜在的に温泉資源は多いはずだが、ウトロに関しては、泉源の維持・管理に苦労しているのが実情でもある。
- 当面は、温泉事業組合への助成による行政的支援を継続する。
- また、ウトロ温泉のブランド化も検討する。

（２）その他の温泉

内容	①　ウトロ温泉以外の温泉で、施設整備の機会が生じた場合には、簡易的な整備を検討する。
実施主体	主：温泉関係者・行政 補：観光協会

- ウトロ温泉以外でも、岩尾別、ウナベツ、越川、斜里といった優れた温泉が湧出している。（カムイワッカ湯の滝は観光ポイントであるため除外。）
- 泉源所有者との関係もあり、行政による整備は必ずしもなじまないが、町民はもとより旅行者にも広く開放された温泉施設整備の機運が高まった場合には、簡易的な整備も視野に検討を進める。

４．特産品

（１）特産品販売・開発

内容	①　知床しゃりブランド品をはじめとする特産品の情報発信を進める。 ②　地場産業活性化チャレンジ事業などを通じて、特産品の販売促進や改善、新規開発などを支援する。
実施主体	主：観光事業者・観光協会 補：行政

- 年間 120 万人が訪れる観光地であるにも関わらず、定番的な人気特産品があるとは言えない状況にある。
- 知床しゃりブランド品をはじめとする特産品の情報発信を進め、旅行者の消費を喚起するとともに、助成制度を維持しつつ、新規開発を促していく。

５．案　内

（１）案内所

内容	①　道の駅（うとろ、しゃり）、遺産センター、自然センター、五湖ＦＨ、駅案内センター、宿泊施設など、案内機能をもつ施設での案内力の向上を図る。 ②　これら案内施設間での観光情報共有の仕組みを検討する。 ③　外国語対応力を向上させる。
実施主体	主：観光協会 補：観光事業者・行政・知床財団

- インターネットを活用した情報入手手段が増加しているが、最新情報や細かな観光情報の提供など、現地案内所の役割は依然として大きい。
- 特に道の駅うとろ・シリエトク内の案内所に、多くの情報が集積される現状にあることから、そこから他の案内施設へ情報を配信し、共有させる役割も担っていくことが求められており、情報共有の仕組みを今一度検証し、改善していく必要がある。
- また、増加する外国人旅行者にも適切な案内ができるよう、外国語の対応能力も向上させていく必要がある。

（２）情報連携

内容	①　知床観光圏内を始めとする近郊、道東域の案内所や、空港、駅などの交通結節点、道路管理者、観光船事業者などとの情報交換に努め、旅行者への案内サービスの向上を図る。
実施主体	主：観光協会 補：観光事業者・行政

・　知床を訪れるほとんどの旅行者は、他の観光地や交通結節点を経由してくる。
・　知床の観光情報を他地域に配信することは引き続き重要であり、可能な限り情報共有に努める。

６．サービス全般

（１）滞在特典

内容	①　連泊・滞在・リピーター向けサービスの開発に努める。
実施主体	主：観光事業者・観光協会 補：行政

・　滞在時間を延ばし、連泊者やリピーターを増やすことは、観光振興上、極めて重要である。
・　連泊者やリピーターに対する満足度を高めるため、知床パスポートのような、何らかの滞在特典や優遇サービスの開発を進めていく。

（２）通信環境

内容	①　主要観光ポイントにおける携帯通信の不感地帯の解消を要請する。 ②　民間事業所での Wi-Fi の設置奨励を進める。認証の統一化によるエリア導入も検討する。 ③　Wi-Fi スポットをまとめた案内チラシ（多言語）を作成・配布する。
実施主体	主：観光協会・観光事業者 補：行政

・　この 10 年余りで通信回線のブロードバンド化が急速に進み、携帯通信の不感地帯も徐々に解消してきたが、国立公園内の主要観光スポットでは、依然として不感地帯が残っていることから、通信事業者に対して解消を要請していく。

- また、外国人観光客を中心にWi-Fi通信整備を望む声が非常に大きいことから、民間事業者に整備を呼び掛けていく。
- Wi-Fiスポットごとに認証行為をしなければならないことへの不満もあることから、広域での認証統一化も検討が必要であり、広域機関等に要請を行っていく。

第６節　基礎調査とマーケティングの強化

１．町内調査項目

（１）観光施設利用状況

内容	①　町内観光関連施設の入館者データなどを毎月調査・収集し、観光動向の把握、分析に努める。 ②　収集・分析したデータは、観光関係者で共有するよう努めるとともに、必要に応じて公表する。
実施主体	主：行政・観光協会 補：観光事業者

- 町内の観光関連施設の入館状況や、駐車場の利用状況などは、観光動向を把握するための基礎データとして欠かせない。
- 各管理者に協力要請をしてデータ収集を行うとともに、収集したデータを整理・分析し、観光関係者で共有していくことが求められている。
- また、知床の観光データは、オホーツク圏や道東圏の観光動向分析や、経済情勢分析上も重要視されていることから、対外的にも必要に応じてデータを公表していく。

（２）宿泊者数

内容	①　町内宿泊施設での宿泊状況を毎月調査し、観光動向の把握、分析に活用する。 ②　収集・分析したデータの一部は、観光関係者等で共有するよう努めるとともに、必要に応じて公表する。 ③　マーケティングの観点から、調査項目の細分化を検討する。
実施主体	主：行政・観光協会・宿泊施設 補：観光事業者

- 宿泊者数は、斜里町の観光動向を把握する上での最重要データとして、宿泊施設の協力を得ながら、1970 年代から毎月調査が継続されている。
- 実数値として信用の高い宿泊者数から全体の入込動向を把握し、そのデータの一部を広く公表しており、今後とも重要なデータである。

・　宿泊者の居住地（居住国）、連泊状況、属性など、プロモーションやマーケティングの観点からも重要なデータが得られうることから、調査項目の細分化も視野に入れ、調査のあり方を関係団体とともに検討していく。

（３）体験観光参加状況

内容	①　体験プログラム別の参加状況などの把握・分析に努め、観光関係者で共有するとともに、必要に応じてデータの一部を公表する。
実施主体	主：行政・観光協会・ガイド協議会 補：観光事業者

・　50 年前から運航していた大型観光船を除けば、各種体験プログラムが開発され、普及・定着してきたのは、この十数年間のことであるが、プログラム別の参加者数など、基礎的なデータを十分に把握できていない。
・　体験プログラムへの参加データは、今後重要性が高まっていくと予測されることから、適切な現状把握のための調査手法の検討を急ぎ、マーケティングへの活用も検討していく。

２．旅行市場動向・観光動態

（１）旅行市場動向把握

内容	①　観光関係機関・団体、交通機関、旅行ＡＧＴなどが公表している旅行動向に関係する調査データを収集、整理し、その情報を観光関係者で共有するよう努める。
実施主体	主：行政・観光協会 補：観光事業者

・　航空統計、外国人観光客の来日・来道状況、他地域の宿泊動向、旅行ＡＧＴの商品販売状況など、旅行市場の動向を把握するための資料が数多く公表されている。
・　これらの基礎的データを収集・整理し、観光関係者間で共有することで、地域として旅行市場の変化に対応しやすくなると考えられる。
・　行政または観光協会が代表してデータ収集を行い、関係者に配信する態勢の構築をめざす。

（２）観光動態調査

内容	①　観光客の利用動態調査、満足度調査などを計画的に行い、その結果を観光関係者と共有するとともに、マーケティングへの活用に努める。
実施主体	主：行政・観光協会 補：観光事業者

- 詳細な観光動向の調査や、満足度調査などを継続的かつ計画的に行うことで、経年比較や詳細な分析が可能となる。
- 分析データをマーケティングに活用していく手法開発を進めていく。

３．マーケティング

（１）マーケティング

内容	①　各種調査データを総合的に分析し、マーケティングへの活用に努める。 ②　マーケティング手法の習得と、人材育成にも努める。
実施主体	主：観光協会・観光事業者・行政 補：

- 様々なデータを収集・分析・共有するのは、最終的にはマーケティングに活かし、集客に結びつけていくためでもある。
- これまでも各種データの把握には努めてきたが、旅行市場・旅行者を明確に意識したマーケティングには至っていなかった。
- 効果的な投資のためには、マーケティング結果をターゲットの絞り込みやプロモーション活動に繋げていくことが理想的である。
- マーケティングには、専門的な知識や情報処理能力も必要なことから、一朝一夕に効果を発揮することは難しいが、人材育成も含め、改善に努めていく。

第７節　人材育成と組織強化

１．人材育成

（１）町民ガイド

内容	①　町民が地域や観光現場をより深く理解するための機会を増やすよう努める。 ②　町民が旅行者と気軽に接したり、案内できる機会の創出に努める。
実施主体	主：観光協会・行政 補：観光事業者

- 町民が地域を理解することは、地域活性化のためには不可欠であるが、同様の意味で、観光振興のためには、町民が旅行者以上に観光現場を理解していることが望ましい。
- 旅行者は地域住民と接することを求めており、その接した住民が観光現場の魅力を語れることで、旅行者の満足度が大きく高まると推測される。
- 町民の観光現場への理解は、知床を訪れる旅行者への理解に繋がり、いわゆる「おもてなし」の向上に繋がりやすくなる。逆に言えば、町民が旅行者に対し不快感を与えると、その旅行者の旅自体を台無しにしてしまう恐れもある。
- このような意味で、全ての町民はガイド役であり、町民が観光現場への理解を深めることが、観光振興上の大きな力となるものである。
- 町民が観光現場（観光地、体験プログラム、食事、宿泊施設、歴史・文化など）を理解する機会の創出に努めることとする。

（２）専門家

内容	①　個人型観光や外国人受け入れなど多様化する旅行に対応するため、観光関係団体などに、より専門性の高い人材の確保や育成に努める。
実施主体	主：観光協会、観光事業者 補：行政

- 知床観光は、これまで旅行ＡＧＴの力に強く依存してきたが、旅行の個人化や多様化が進む中で、様々な旅行者を積極的に受け入れ、集客力を高めていくためには、外国語、情報発信、マーケティング、旅行業、誘致宣伝・営業、企画立案など、より専門性の高いスキルをもった人材を、地域で確保し、育成していくことが求められている。

（３）研修会

内容	①　観光関係者や町民の研修の機会を確保し、地域としてのホスピタリティーや専門的能力の向上に努める。
実施主体	主：観光協会、観光事業者 補：行政

・　研修会は、知識やスキルを高めるための重要な機会である。
・　広域観光団体が主催するものも含め、可能な限り研修の機会を確保するよう努め、また、研修会の情報を広く観光関係者で共有するように努める。

２．組織強化

（１）観光協会

内容	①　観光振興を担う公共的団体としての役割を適切に担うよう努める。 ②　情報配信・共有、各種サービスの提供・サポートなど、会員に望まれる事業の実施に努める。
実施主体	主：観光協会・観光事業者 補：行政

・　昭和 30 年に設立された観光協会は、斜里町の観光業と商業の振興を担う公的団体としての役割を担ってきた。
・　平成 19 年には NPO 法人化され、平成 20 年には斜里町観光振興公社の解散に伴って、その業務（施設管理業務等）を継承している。
・　観光案内や観光ＰＲ、イベント開催など、広く観光振興策全般を推進してきたが、近年は、誘客宣伝や様々な企画運営にも力を入れている。
・　引き続き、観光振興の中心的な役割を担うとともに、観光現場の担い手である会員向けのサービスの充実・強化に努めていく必要がある。