

第2次斜里町観光振興計画 (案)

令和6年度～令和15年度

(2024年度 - 2033年度)

令和7年 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	14
3. 世帯動向の変化	15
4. 観光の現状と課題	16
第3章 観光振興の目標と方向性	20
1. 観光における基本目標	21
2. めざすべき観光地のイメージ	22
3. 観光振興の視点	23
4. 具体的な目標項目・数値	24
第4章 計画推進イメージと施策の具体的な内容等	26
1. 計画推進イメージ	
(1) 観光振興に向けたシステム思考による計画推進イメージ	27
2. 施策の具体的な内容	
(1) 高品質で多様な経験を提供する観光地 (旅行者・来訪者からみた観光地の魅力向上)	28
戦略1 高品質で多様な訪問体験	28
戦略2 滞在時間の拡大	31
戦略3 顧客満足度の向上	33
戦略4 デスティネーション・ブランディング	35
(2) 関係人口や移住定住に結びつける観光地 (地域住民からみた観光地の魅力向上)	37
戦略1 高品質で多様な訪問体験の提供	37
戦略2 観光による恩恵の実感	39
戦略3 町民意識の醸成	40
戦略4 関係人口から定住人口への移行	41
第5章 参考資料	42
1. 第2次斜里町観光振興計画の空間イメージ図	43
2. 用語集	47
3. 第2次斜里町観光振興計画策定の経過	50

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60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」を文字通り体现する産業であり、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。マスト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。

前回の「斜里町観光振興計画」の策定から10年が経過し、観光を取り巻く状況は大きく変化している。国が積極的なインバウンド政策（訪日外国人旅行者の誘致と受入観光整備等）を進める中で、新型コロナウイルス感染症の世界的な流行は、地域経済に深刻なダメージを与えた。さらに、海難事故に伴う影響も地域経済に深刻なダメージを与えている。特に観光産業への影響は大きく、観光の在り方そのものが大きな転換期を迎えている。

このような中、令和6年度には知床国立公園は指定60周年、令和7年度には世界自然遺産登録20周年を迎えるなど、全国有数の豊かな自然を擁する斜里町では、中長期の視点で「魅力的で持続可能な選ばれる観光地づくり」を行っていくことが求められています。町が直面する課題を解決し、地域の魅力である豊かな自然とのバランスを図り、町民や観光関係者が共有の認識をもち、協働していくことが大切となる。

近年の社会情勢の変化を踏まえ、国内外から選ばれる観光地（デスティネーション）となり持続可能な観光を推進するため、新たなスタンダードとなる持続可能な観光の国際基準「GSTC-D (Global Sustainable Tourism Criteria for Destination)」、及び観光庁「日本版持続可能な観光ガイドライン (JSTS-D)」の管理評価指標の要素も考慮した上で「第2次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。

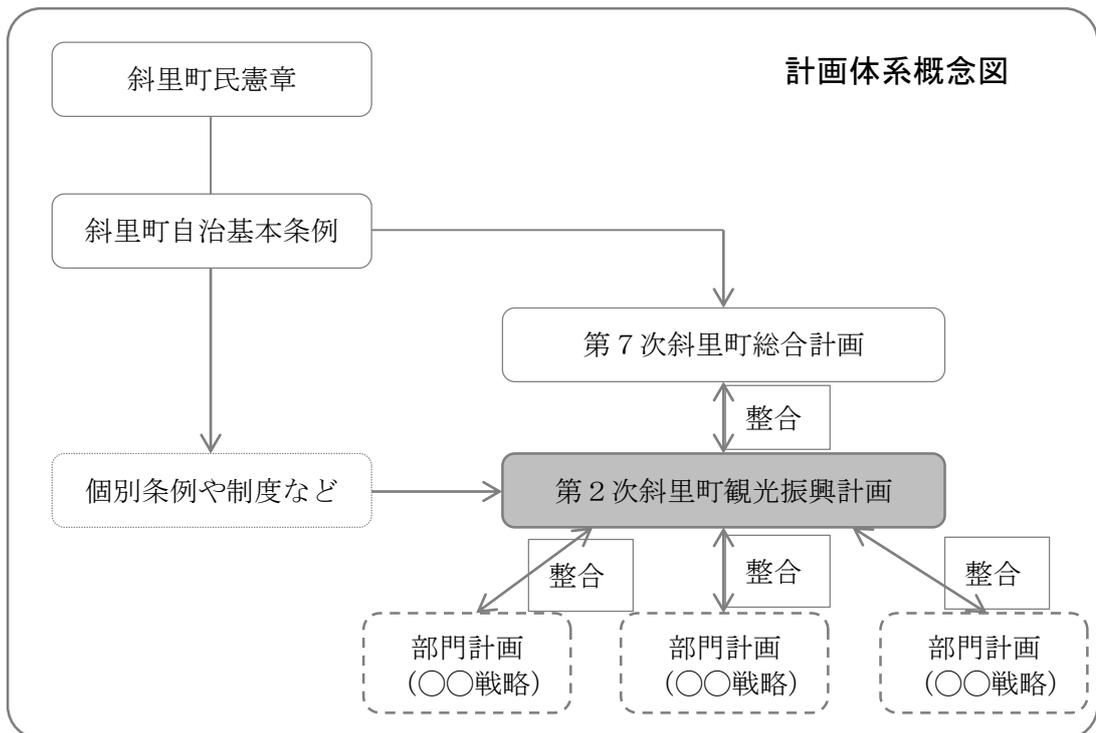
- ① 観光の目指すべき方向性や目標、実施すべき事項を明確にすること。
- ② その方向性や目標、実施事項を、行政、観光関係団体、観光事業者、商工関係団体、農林水産団体及び地域住民などで共有すること。
- ③ その方向性や目標、実施事項を確実に実施するため、役割分担を明確にしつつ、効果的で効率的な投資を進めること。
- ④ これらによって着実な観光振興を図り、地域活性化に資すること。

2. 計画の位置づけ

本計画は、「斜里町観光振興計画(平成 27 年度(2015)～平成 35 年度(2023)」の後継となる計画であり、「第 7 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、令和 6 年度から令和 15 年度までの 10 年間とする (2024 年度～2033 年度)

令和 9 年度/令和 12 年度に中間点検作業を行い、必要に応じて見直しを行うことを予定する。

区 分	令和年度 (西暦年度)									
	6 (2024)	7 (2025)	8 (2026)	9 (2027)	10 (2028)	11 (2029)	12 (2030)	13 (2031)	14 (2032)	15 (2033)
第 7 次 総合計画 R6-15	→									
第 2 次観光 振興計画 R6-15	←									
				中間 点検			中間 点検		第 8 次計画策定	
									第 3 次計画策定	

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、現状及び課題の認識などを掲載
- 第3章 観光振興の目標と方向性
観光振興の目標やめざすべき観光地イメージ、視点、目標項目・数値などを掲載
- 第4章 施策の具体的な内容等
背景・ニーズを踏まえた今後実施していくべき施策、計画推進イメージなどを掲載
- 第5章 参考資料
第2次斜里町観光振興計画の空間イメージ図、用語集、第2次斜里町観光振興計画策定の経過を掲載

5. 計画の策定方法と経過

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

戦略会議は、公共的団体7名（知床斜里町観光協会、斜里町商工会、農業協同組合、漁業協同組合、金融団体、知床財団、知床しゃり）および、観光事業者4名（交通、宿泊、飲食物産、体験）と町民公募3名、専門家1名、行政委員1名で構成する16名の委員と、オブザーバ1名、役場商工観光課の事務局で構成・運営された。

令和6年7月の第1回会議以降、令和6年12月までに計6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。

戦略会議の他に、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、令和6年12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、令和7年1月17日から2月5日にかけてパブリックコメントを行った上で、令和7年3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。

6. 計画の推進方法

(1) 推進体制

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「戦略会議」において行う。

戦略会議は、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5月及び11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。

5月に開催する会議では、前年度に実施した事業内容と当該年度に予定する事業内容の協議を行い、11月に開催する会議では、当該年度の事業の進捗確認と次年度予定の事業の協議を行うこととする。

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、各戦略・施策別に行政、観光協会及び観光事業者等の間における基本的な役割分担を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、想定する者以外の関係機関・団体の協力などを妨げることを意図するものではない。

(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。

観光協会及び観光事業者が行うべき事業（訪問体験、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。

また、新たな観光振興財源の導入を検討のうえ、計画的に観光振興事業に活用する。

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、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) 入込動向等	9
2. 観光産業の位置づけと経済効果	14
3. 世代動向の変化	15
4. 観光の現状と課題	16

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、2016年には開館から28年を経過した知床自然センターのリニューアル、2020年には、自然センターの中核としきた大型映像館の機能向上と新たにオリジナル映像作品2作を制作するなど、知床国立公園の玄関口としての拠点機能や滞留機能の充実を図り、ソフト面では2021年からカムイワッカ湯の滝の上部区域への立ち入り試行事業の実施など推進してきた。

しかしながら、2020年からは新型コロナウイルス感染拡大により、観光客数は過去に例をみない極めて厳しい減少が続き、2022年には全国、全道的にコロナ禍から回復基調に向かう中、知床半島沖で遊覧船による海難事故が発生し、知床観光全般、特に各種アクティビティの安全を再点検し、旅行者を安全に迎え入れる体制が必要とされ現在に至っている。

(2) 入込動向等

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、急速に減少していく傾向が続いていき、旅行形態も団体旅行の低迷、旅行目的の多様化、体験・滞在・連泊・インバウンドの増など、変化が生じてきた。

2020 年からは新型コロナウイルス感染拡大により観光客数も激減し、過去に例を見ない極めて厳しい状況が続いていたが、2022 年には感染による重症化リスクが低減し、旅行動向への心理的な制限が小さくなり、回復傾向が見れていたところ、4 月 23 日に発生した海難事故は、コロナ禍から回復基調に向かう知床観光への影響が大きく響き、2023 年 5 月の新型コロナウイルスの 5 類以降も全国的には国内需要の回復、インバウンドが爆発的な勢いで回復しているが、全道的な傾向から 20%～30% 程度下回る傾向が年間を通して続き現在に至っている。

また、1993 年度、2003 年度、2013 年度、2023 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減少し、2023 年は 2 月の流水観光期を除いてさらに少ない状況である。

一方で、外国人観光客に限っては、図 4 のとおりコロナ禍の 2020 年から 2023 年を除いては増加傾向にあり、全体のシェアは 2023 年度で約 14% である。

台湾、香港、シンガポール、中国からの観光客で約 7 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り、コロナ禍からの旅行需要回復や、円安の影響により来訪に割安感があるなどにより、感染症拡大前の 2019 年度との比較でもおおむね 93% 程度まで回復している。

関連して、コロナ禍前の 2019 年をベースに同月と比べた場合の知床観光の動向における主要な指標となる「女満別空港旅客数、町内宿泊者数、道の駅うとろ入館者数」は、図 5 のとおり、道の駅うとろで流水観光期である 2 月等に超える時期もあるが、概ね年間通すと 20%～30% 程度減少傾向である。

その他、観光指標とは異なるが、町の人口の現状は図 6、7 のとおり、昭和 60 年に一度増加したものの、その後、減少が続き、令和 2 年度には 11,418 人となり、少子高齢化も進んでいる状況となっている。また、今後の人口推計によると、人口は令和 12 年には 9,516 人と 1 万人を切る見通しとなっており、全国の市町村と同様に人

口減少傾向が続く傾向と見込まれていることから、人口減少を考慮した対策を進めていく必要がある。

単位：万人



図1 入込客数推移

単位：万人

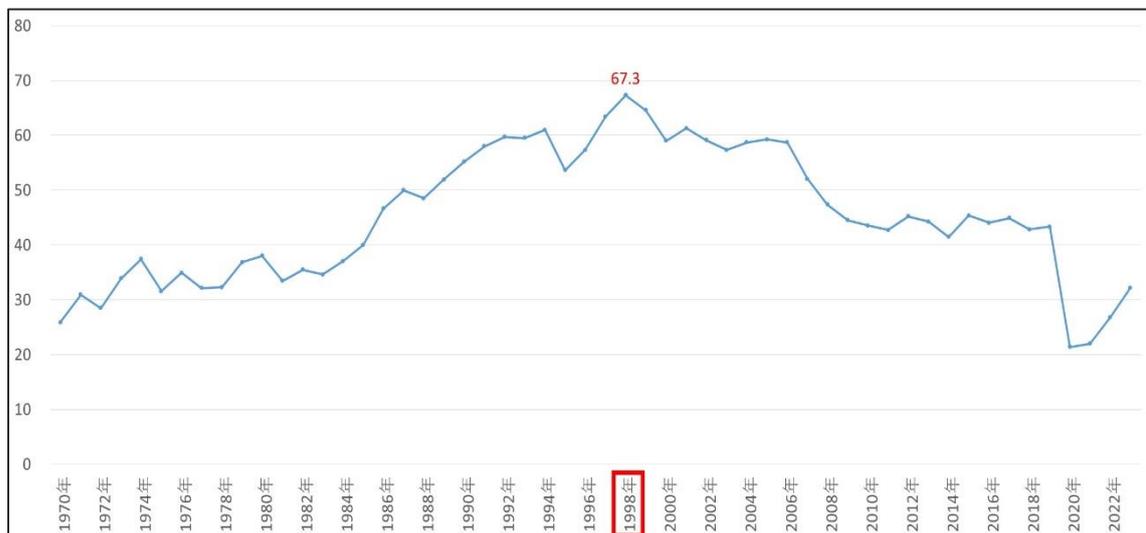


図2 宿泊客数推移

単位：万人

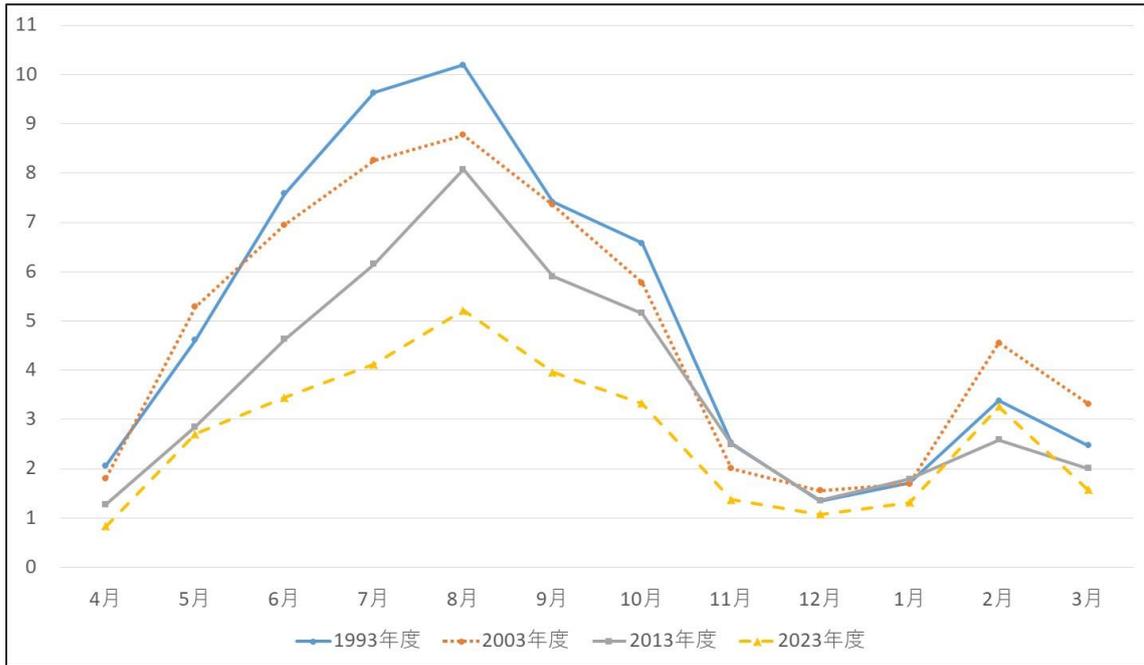


図3 月別宿泊者数比較

単位：万人

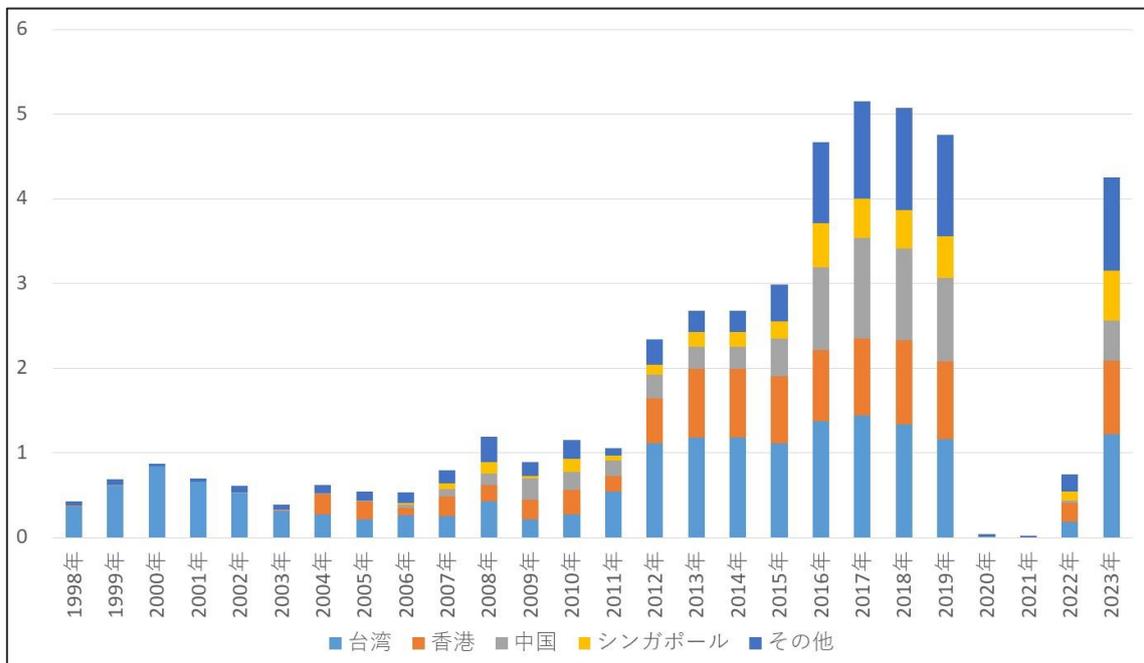


図4 外国人観光客国別内訳

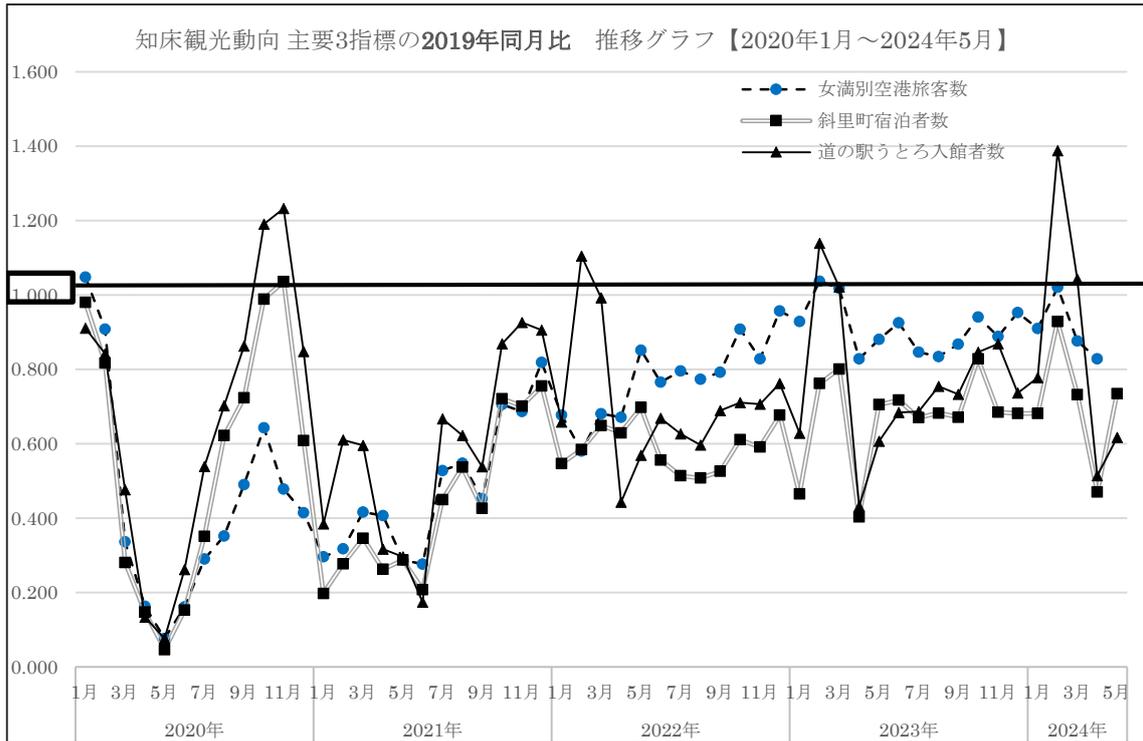


図5 2019年同月比 主要3指標推移グラフ

斜里町の人口の推移

①総人口と年齢3区分別人口の推移

※令和2年度までの数値は国勢調査、令和7年度以降は国立社会保障・人口問題研究所の令和5年推計による。

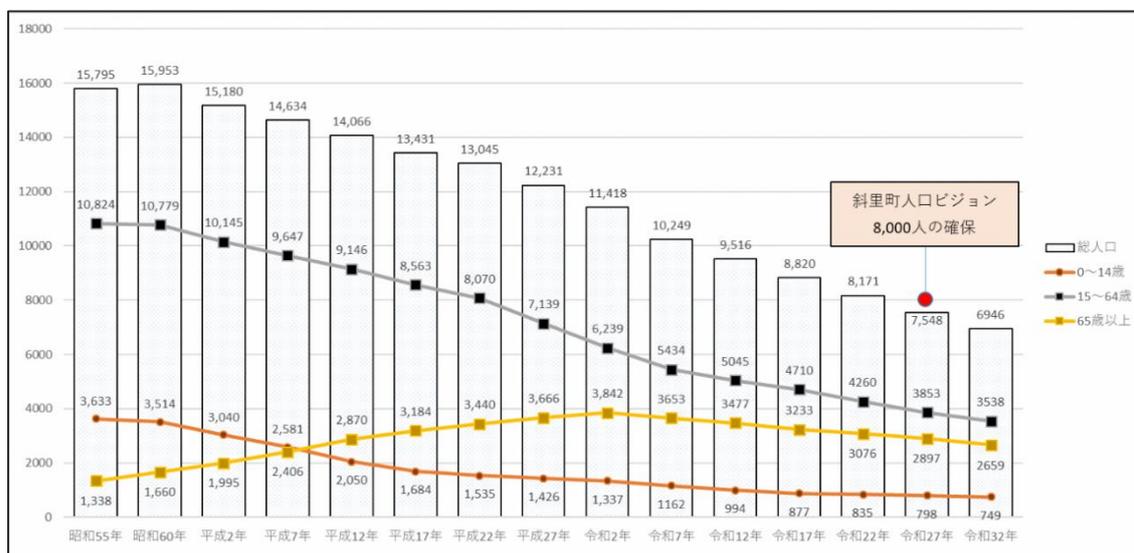


図6 総人口と年齢3区分別人口推移

②年齢3区分別人口割合の推移（国勢調査より）

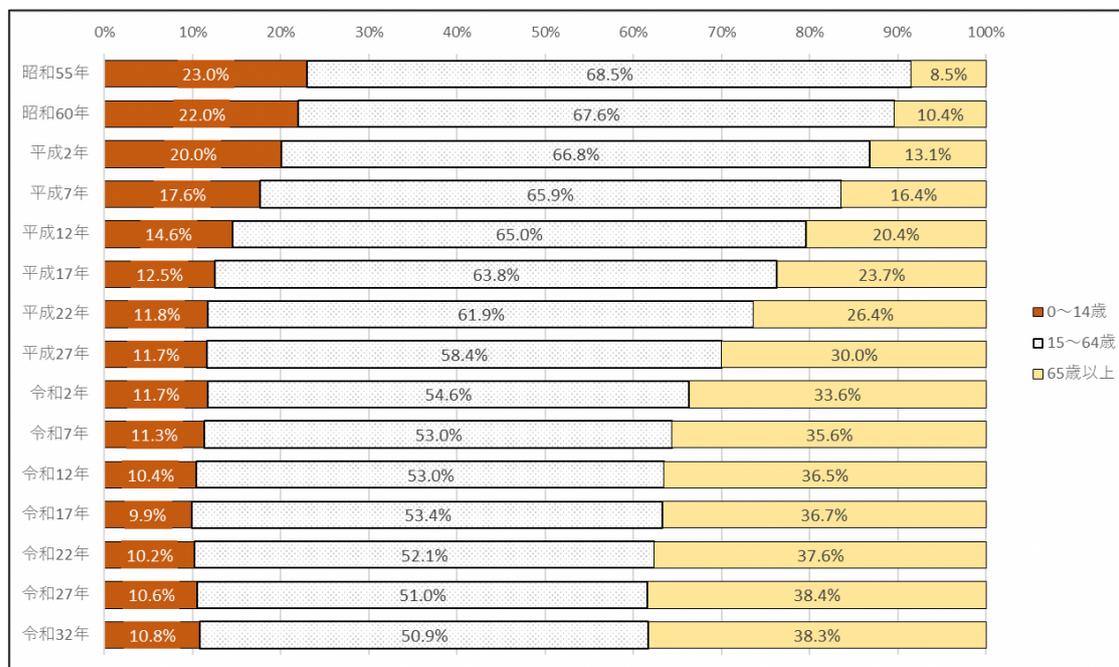


図7 年齢3区分別人口割合の推移

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。

87 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近年の物価高騰による消費者物価指数を考慮した推計によると、日帰客は町内で平均 8,183 円を消費し、宿泊客は平均 22,857 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 89 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、130 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	2,038	1,745	9.52
レンタカー代	754	426	2.81
JR・バス代	875	755	4.11
ガソリン代	373	352	1.85
その他	36	212	0.75
宿泊費	0	10,359	33.36
飲食代	2,297	3,867	16.85
食事代	1,566	2,766	11.90
軽食・飲物代	731	1,101	4.94
土産代	1,849	2,935	12.99
菓子・食料品等	1,499	2,208	9.98
工芸品	151	410	1.61
その他	199	317	1.40
体験代	1,871	3,535	14.96
観光船代	1,099	1,808	7.93
ガイド代	750	1,595	6.57
その他	22	132	0.47
入場料等	128	416	1.58
施設入場料	56	147	0.58
駐車場代	63	54	0.29
その他	9	215	0.71
合 計	8,183	22,857	89.27

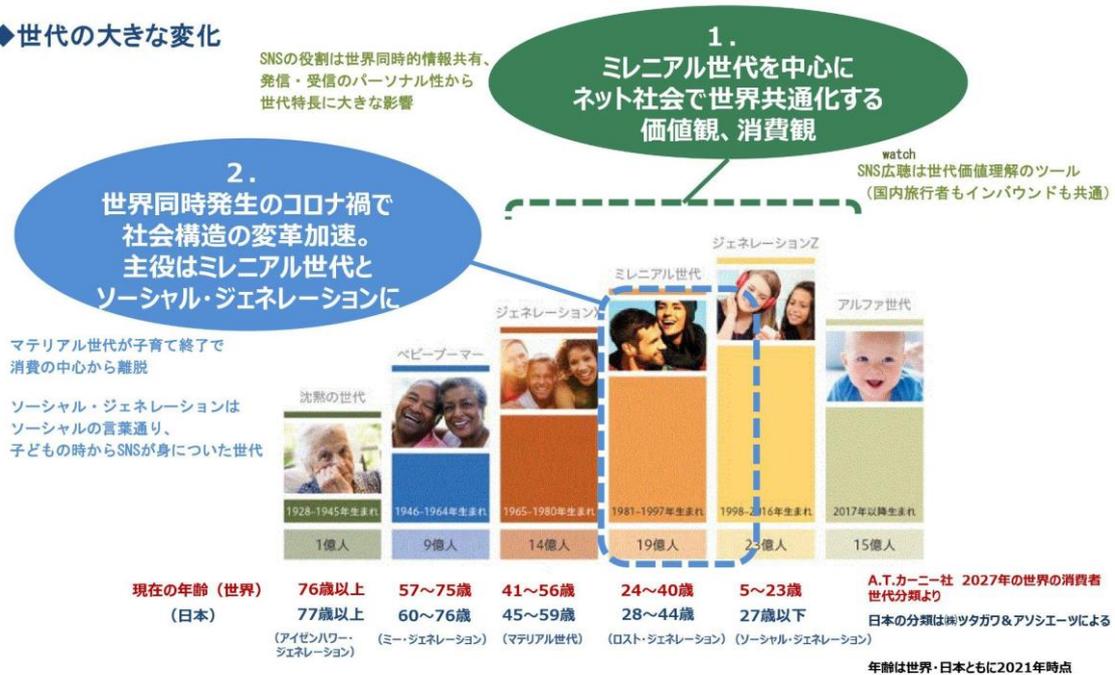
3. 世代動向の変化

(1) ネット社会でデジタル技術になれ精通している世代となり、環境や社会に配慮した消費行動をする傾向がある。

1. 世代動向の理解 (3)大きな変化

Jtb Communication Design

◆世代の大きな変化

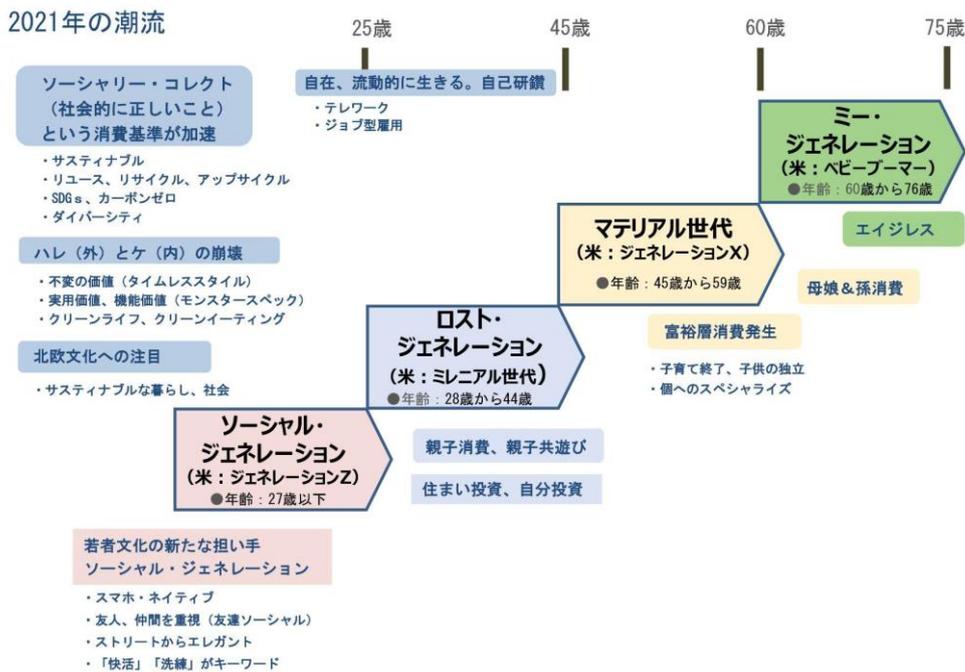


4

(2) サステイナブルやSDGs という消費基準が加速するとともに、リモートワークの増加に伴い、柔軟な働き方を選ぶ人が増えてくることが予測される。

1. 世代動向の理解 (5)今後予測される動き

Jtb Communication Design



年齢は2021年時点

8

4. 観光の現状と課題

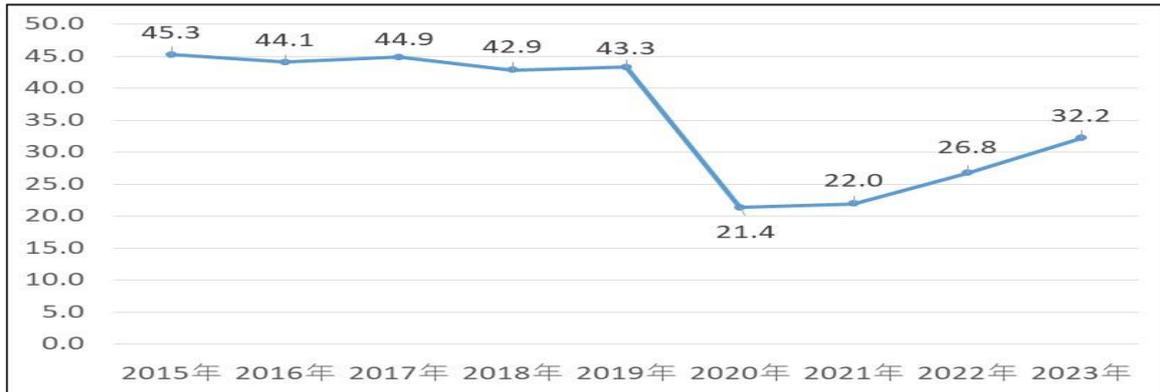
(1) 第1次斜里町観光振興計画の目標値と実績値

第1次斜里町観光振興計画における目標値としては、以下の2点を設定し各施策を推進しており、その実績は次のとおりとなった。

目標1：年間宿泊数を50万人泊に引き上げ安定化させる

宿泊者数年度別実績

単位：万人

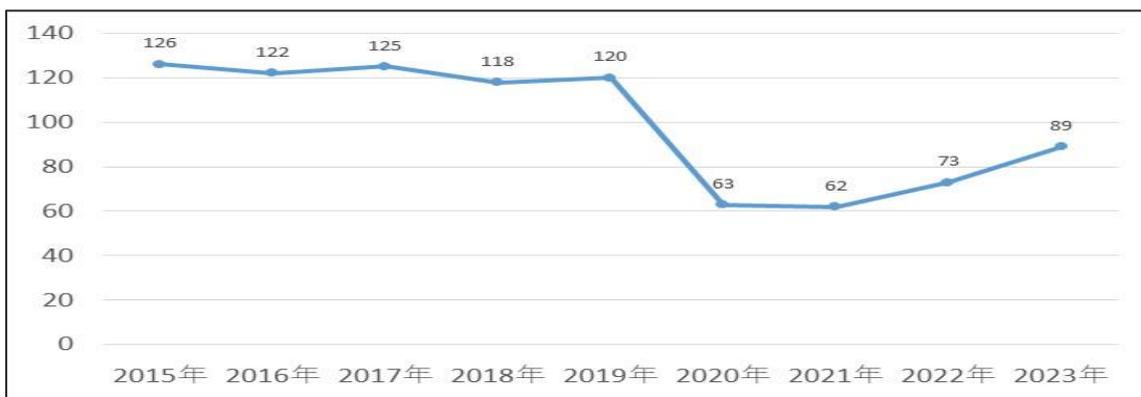


※目標1の年間宿泊数については、50万人泊引き上げ安定させるという設定していたが、上のグラフのとおり、計画策定年度の2015年は45.3万人であったが、2019年までは44万～43万人程で推移していたが、2020年のコロナ禍以降は21万人まで落ち込み、コロナが5類以降となった、2023年についても32.2万人と2015年と比較し△28.9%の減と厳しい状況が続いている。

目標2：総観光消費額を160億円以上に引き上げる

観光消費額年度別実績

単位：億円



※目標2の総観光消費額を160億円以上に引き上げるについても、上のグラフのとおり、計画策定年度の2015年は126億円であったが、2019年までは120億程で推移し、2020年のコロナ禍以降は60億円代まで落ち込み、コロナが5類以降となった2023年についても89億円と2015年と比較し△29.4%の減と、こちらも厳しい状況が続いている。

(2) 各施策別の現状と課題

第1節 集客力の強化

- ・観光ブランド形成、情報発信、宣伝、イベントと各施策を実施。
- ・主に観光ブランディング、情報発信に係る施策では、2016年度から観光ブランディングを始め、これまで8年間実施してきたところであり、2023年に実施したブランディングに係るアンケート結果からも概ね評価を頂いている。町民の意識としては、「交流人口・移住・定住」といった人口問題の解決を求める声が多く、関係人口の増を目的とした施策が必要となる。
今後、SNS上で知床に興味関心のある方とのコミュニケーションをとることで、「知床ファン」を獲得していくことや、著名な方を招聘して町での活動を発信してもらうこと。地域や町民との交流の場を設定し、関係人口の増、交流人口・移住定住、二拠点居住の推進を取り入れるなど、町のイメージアップを図るなどの施策の充実が必要。
- ・情報発信については、旅行者へ早い段階で必要な情報を提供できるかが重要となり、旅行者自身が知床で何ができるかの旅前情報など、旅行者のスタイルに合わせた発信スタイルの検討を行い、知床の魅力を伝えていくことが必要。また、SNSでの情報発信は、発信を継続して行えるような仕組みづくりが必要となる。
その他、情報発信場所としてウトロ道の駅、遺産センターが近く滞在しており、施設機能の役割分担、整理等の改善も必要。
- ・イベントは既存イベントの見直しや統合を検討することや、閑散期等の実施など、何も無い季節は逆に魅力的なこともあることから、既存イベントと同時開催等も検討。

第2節 アクセス・交通の改善

- ・航空施策、道路施策、鉄道交通、バス交通、域内交通と各施策を実施。
- ・主に二次交通、域内交通については、斜里町へのアクセス問題は、運転手不足の影響を受けており、知床エアポートライナーの運航を維持するための支援が不可欠な状況となっている。また、ウトロ地区への宿泊者数や来訪者数とタクシーやバスの運行体制と比較すると数が不足することからも、域内交通は壊滅的な状況であることから、ライドシェア・自家用有償運送、循環バスの導入など、新たな交通施策の導入が急がれる状況となっている。

第3節 観光地・施設の魅力向上

- ・知床八景、幌別・岩尾別地区、ウトロ地区、ウナベツ地区、斜里岳山麓地区、斜里市街地地区と各地区別に各施策を実施。
- ・主に観光施設の老朽化が著しく、旅行者に安全安心に利用してもらうための維持管理を行い、利用者の満足度が高く、魅力ある観光地とするための再整備を進めていく必要がある。
- ・また、長く課題となっていた夕陽台エリアの再整備は、新たな客層をターゲットとしてホテル等への宿とは違う魅力となることや地域住民と観光客が交流するコミュニティスペースの検討の他、斜里地区への観光コンテンツの必要性や、知床五湖等に観光客が集中している中で、今後、フレペの滝展望台など、デザイン性や建築的価値、魅力的で世界目線で旅行者が訪れる場所、施設に改善していくことも重要となる。

第4節 体験観光・エコツーリズムの充実

- ・体験観光・エコツーリズム推進、海のパログラム、森・山のパログラム、野生動物観察のパログラム、その他のパログラム、団体パッケージパログラムと各施策を実施。
- ・主に観光船事故等の影響もあることから、アクティビティの充実を図り、他地域とも連携を図り、ロングトレイルの実施なども積極的に推進することや、知床五湖の星空観察、鮭テラスの活用や産業ガイドの育成など、新たなコンテンツ開発により連泊率を高め、地域経済の活性つなげること。また、自然アクティビティの魅力向上と事前の情報発信と並行してリスク軽減に努め、係る情報発信が急がれる状況にある。

第5節 来訪・滞在の魅力・サービス向上

- ・食、宿泊、温泉、特産品、案内、サービス全般について各施策を実施。
- ・特に町全体の飲食店不足問題は直近の課題として深刻な状況としてある。ウトロ地区では2024年に入ってから数件閉店している状況となっている。昼食をとる場所がない場合、連泊に繋がらない状況もあることから、事業承継者対策や新たに起業する方への支援、二拠点での活動など、出店希望者への観光入込情報や旅行者の滞在時間の情報提供など、様々な方策を検討していく必要がある。また、温泉の利用できる場所の共有、地元食材を使った食の提供など、旅行者の食に対する期待は高いことから対策を検討して進める必要がある。
- ・その他、インバウンドが順調に回復している状況もあり、主に東アジアを中心とした来訪者が多いところであるが、近年は欧米からの来訪も多くあることから、案内ツールやWEBサイト等の多言語対応が急がれる状況にある。

第6節 基礎調査とマーケティングの強化

- ・町内調査項目、旅行市場動向・観光動態、マーケティングについて各施策を実施。
- ・特に旅行者の町内における消費額が古いデータのままであり、近年の物価高に対応した調査が必要であること。効率の良い情報発信やアクティビティの参加率、入域する際の情報取得、予約や情報を知るまでの経路などを調査し、費用対効果の高い形で継続的にデータを取る仕組みを考え、データの扱い方、共有していく仕組みなど、施策に反映していく必要がある。

第7節 人材育成と組織強化

- ・人材育成、組織強化を施策として実施。
- ・旅行形態の変化やインバウンドへの対応、人材不足などの課題に対応する、外国語、情報発信、マーケティング、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外から確保していく必要がある。

全般的事項

- ・災害、感染症対応、人出不足対応、DX、GXの取り組み、閑散期の底上げ、観光の平準化などの視点の他、移住者対策やテレワーク等の関係人口の創出との連携や、大人も子どもも関係なく住民参加が進む環境整備も必要となる。

(3) 内部要因・環境と外部要因・環境

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)	<ul style="list-style-type: none"> ・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 ・観光ブランディングが一定程度進行し、評価されている ・歴史、文化資源、芸術文化活動が充実している 	<ul style="list-style-type: none"> ・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 ・サステイナブルな場所「知床」での企業や大学との連携を図りやすい
弱み (克服し、 取り除く)	<ul style="list-style-type: none"> ・人口集積地から遠く、アクセスに時間と費用を要する ・アクセス、公共交通機関が脆弱 ・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 ・観光マネジメント組織等、人的資源が不足しがち 	<ul style="list-style-type: none"> ・人口減少、少子高齢化が進行している ・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 ・海難事故等の影響による集客力が弱まっている ・アクティビティの安全対策、情報提供体制の構築が急がれる ・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 ・マーケティング、モニタリングによる観光動向データの不足

第3章 観光振興の目標と方向性

この章では、観光振興の目標やめざすべき観光地イメージ、視点、目標項目・数値などを示しています。

1. 観光における基本目標	2 1
2. めざすべき観光地のイメージ	2 2
3. 観光振興の視点	2 3
4. 具体的な目標項目・数値	2 4

1. 観光における基本目標

第7次総合計画における基本目標（R6-R15年度）

魅力的で持続可能な選ばれる観光地づくりの推進

<補足説明>

- ・観光は関連する産業の範囲が広く経済波及効果が大きいため、斜里町にとって観光は地域の発展のための重要な柱とする。
- ・この間の急激な国内外の情勢の変化は激しく不安定であり、今後多くの影響を受ける可能性がある。また、旅行形態や客層が年々変化する中、観光地、観光施設をどのようにリニューアルしていくか、アクティビティは知床らしい多様なプログラムをどのように展開していくか、時代の変化にあった観光サービスが提供していくことが求められている。

また、交通アクセスの課題、飲食店等の不足、繁閑差の解消、専門性の高いスキルをもった観光人材の確保、育成などもこれからの重要な課題となる。

- ・これらの課題への対策を踏まえながら、観光地としての競争力を保ちつつ、持続可能な発展を維持していく選ばれる観光地となるため、斜里町の「観光振興に関する目標」を定め、「実現のためのめざすべき観光地像のイメージ」と目標達成のため、「旅行者・来訪者と地域住民からみた観光地の視点」の設定を行い、各種施策を展開する。

<第7次総合計画における基本施策>

- 2-3-1 観光地・観光施設の魅力向上
- 2-3-2 アクティビティの拡充とリスク管理体制の確立
- 2-3-3 観光サービスの向上と集客力の強化

2. めざすべき観光地のイメージ

2-1 観光振興の目標を達成するイメージ

SHIRETOKO

Sea, Forests, People

2033年までに、

世界自然遺産、国立公園である知床を有する斜里町は、海・川・森のサイクルがもたらす極めてユニークな自然環境と人間社会とのつながりを体感できるアウトドアの聖地となる。

同時に、自然と人々の暮らしが隣接し・共存する、先進的なライフスタイルを体現するまちとして住民・来訪者双方から評価されるようになる。

2-2 イメージを実現させるためのミッション

ミッション1

非日常的で体感性の高い景勝と体験の場を確保し、良質な旅を提供する。

ミッション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その他、交通アクセスや情報発信、安全対策などもトータル的に提供する。

ミッション3

自然体験、アウトドア愛好家の目的地として、季節を変えても何度でも訪れたくなる、多様な魅力と楽しみを提供する。

ミッション4

インバウンドなど、国際マーケットでの競争力のあるコンテンツ化を進め、世界水準を意識したサービスを提供する。

ミッション5

自然保護の歴史を守り育てながら、世界自然遺産、知床国立公園を有するまちで暮らす満足感を感じて、持続可能なまちづくりに貢献する。

ミッション6

旅行者・訪問者と地域住民がつながり、交流を提供する。

3. 観光振興の視点

視点1「旅行者・来訪者」からみた観光地の魅力向上

【V1 滞在時間拡大と周遊・交流促進】

- ・食や宿、季節ごとの魅力
- ・自然アクティビティの体験と多様な魅力を伝える情報発信、安全確保
- ・交通アクセス、旅行者の利便性など、快適に観光を満喫できる環境

【V2 旅行者満足度の向上】

- ・自然景観・景勝の美しさ
- ・世界自然遺産、知床国立公園を中心とした観光資源
- ・サステイナブルな場所「知床」での学び、気づき

【V3 再訪意識の向上】

- ・歴史や文化・アートの魅力
- ・斜里市街地区への観光コンテンツの開発
- ・企業研修やボランティアによる地元団体、住民との環境保護活動への参加

※高品質で多様な訪問経験へ

視点2「地域住民」からみた観光地の魅力向上

【R1 にぎわいの実感と美しい自然の保護】

- ・「みどりと人間の調和を求めて」をまちづくりの基本理念
- ・自然環境の保全
- ・地元の住民や団体が積極的に環境保護活動へ参加
- ・歴史、文化を伝え育ていく
- ・旅行者、訪問者と地域住民がつながり、交流を生み出す場所

【R2 生活満足度の向上】

- ・観光は町の基幹産業の一つであり、地域の持続性に貢献
- ・豊かな明るい生活環境から活力をもたらす観光地
- ・知床国立公園、世界自然遺産を有するまちで暮らす幸せを感じ、ここで暮らす住民の満足度の向上

【R3 定住人口の維持と移住の促進】

- ・地域コミュニティの力と協力による交流の場
- ・関係人口や移住定住に結び付ける

※高品質で多様な訪問経験の提供へ

4. 具体的な目標項目・数値

1 旅行者から見た観光地の魅力向上 (A)

- (1) 自然体験プログラム提供事業者数
R4年度 26事業者 → R14年度 30事業者
- (2) 町内宿泊者のアクティビティ参加率
R6年度 — (調査) → R14年度 20%増
- (3) 観光事業者数の増 (ガイド、宿、土産屋など)
R6年度 — (調査) → R14年度 10%増
- (4) 観光地・観光施設の満足度の向上 (平均点を基準) (A)
R6年度 — (調査) → R14年度 0.3pt増
- (5) 情報発信満足度の向上 (平均点を基準)
R6年度 — (調査) → R14年度 0.3pt増
- (6) 各種観光サービスの満足度の向上 (平均点を基準) (A)
R6年度 — (調査) → R14年度 0.3pt増
- (7) 観光消費額の増加 (B)
R4年度 73億円 → R14年度 120億円
- (8) 1人あたり平均宿泊数
R6年度 — (調査) → R14年度 10%増
- (9) 延べ宿泊者数の増加 (A)
R5年度 322,031人 → R14年度 400,000人
- (10) 観光客総入込数の増加
R5年度 873,464人 → R14年度 1,000,000人

2 地域住民から見た観光地の魅力向上 (A)

- (1) 観光によるにぎわい認識率
R6年度 — (調査) → R14年度 0.3pt増
- (2) 観光事業者数の増 (ガイド、宿、土産屋など)
R6年度 — (調査) → R14年度 10%増
- (3) 文化・自然関係の満足度向上 (平均点を基準)
R4年度 3.47pt → R14年度 0.3pt増
- (4) 博物館来館者満足度向上 (5段階評価平均値)
R4年度 4.45pt → R14年度 4.6pt
- (5) 商工業・観光業振興の満足度 (5点満点)
R4年度 3.01pt → R14年度 3.20pt
- (6) 観光のまちへの共感度 (平均点を基準)
R4年度 3.33pt → R14年度 0.3pt増
- (7) 観光への理解度
R6年度 — (調査) → R14年度 0.3%増

(8) 地域経済の活性化・経済波及効果 **(B)**

R6年度 ー (調査) → R14年度 10%増

(9) 観光があることでの生活満足度

R6年度 ー (調査) → R14年度 10%増

(10) 人口の社会増減

R6年度 ー (調査) → R14年度 10%増

※1 具体的な目標項目・数値のうち、下線部分_____は、第7次斜里町総合計画の数値目標と同数値。

※2 (A)、(B) は、JSTS-D (日本版持続可能な観光ガイドライン) 掲げられた指標

第4章 計画推進イメージと 施策の具体的な内容等

この章では、背景・ニーズを踏まえた今後実施していくべき施策、計画推進イメージなどを示しています。

1 計画推進イメージ	
(1) 観光振興に向けたシステム思考による計画推進イメージ	27
2 施策の具体的な内容	
(1) 高品質で多様な経験を提供する観光地（旅行者・来訪者からみた観光地の魅力向上）	28
戦略1 高品質で多様な訪問体験	28
施策1 観光施設・インフラ施設の充実・利用促進【重点施策】	28
施策2 旅行者の訪問体験マネジメントを設計する情報発信	29
施策3 MICE・教育プログラム等の誘致・受け入れ対策【重点施策】	30
施策4 人材育成支援と組織強化【重点施策】	30
戦略2 滞在時間の拡大	31
施策1 二次交通・域内交通の最適化【重点施策】	31
施策2 飲食店等の事業継承、新規参入促進【重点施策】	31
施策3 自然アクティビティの多様化【重点施策】	32
施策4 新たなトレイルの整備	32
戦略3 顧客満足度の向上	33
施策1 インクルーシブ（包摂的）な受入環境整備	33
施策2 観光DXの促進	33
施策3 マーケティング・モニタリングの仕組み構築【重点施策】	34
施策4 自然アクティビティリスクマネジメントの着実な推進【重点施策】	34
施策5 災害、感染症等危機管理体制	34
戦略4 デスティネーション・ブランディング	35
施策1 観光地ブランディングの推進【重点施策】	35
施策2 自然保護活動と観光の連携促進	35
施策3 歴史、文化資源、芸術文化の活用【重点施策】	35
施策4 イベントマネジメント	36
(2) 関係人口や移住定住に結びつける観光地（地域住民からみた観光地の魅力向上）	37
戦略1 高品質で多様な訪問体験の提供	37
施策1 観光施設・インフラ施設の利用促進	37
施策2 住民参加・協働型プログラムの提供	38
施策3 サステナビリティ・プログラムの充実	38
戦略2 観光による恩恵の実感	39
施策1 町民の観光理解促進	39
施策2 観光による経済効果の見える化	39
戦略3 町民意識の醸成	40
施策1 交流を通じた学習機会の確保	40
施策2 「旅育(タビイク)」の促進	40
戦略4 関係人口から定住人口への移行	41
施策1 「関係人GO!SHARI」プロジェクトの展開	41
施策2 大学・企業との連携	41

(1) 観光振興に向けたシステム思考による計画推進イメージ

高品質で多様な経験を提供する観光地（旅行者・来訪者からみた観光地の魅力向上）

V 戦略 3: 顧客満足度の向上

1. インクルーシブな受入環境整備
2. 観光 DX の促進
3. マーケティング・モニタリング ★
4. A-riskの着実な推進 ★
5. 災害・感染症等の危機管理

V 戦略 2: 滞在時間の拡大

1. 二次交通・域内交通の最適化 ★
2. 飲食店等の事業継承、新規参入促進 ★
3. 自然アクティビティの多様化 ★
4. 新たなトレイルの整備

V 戦略 4: デスティネーション・ブランディング

1. 観光地ブランディング ★
2. 自然保護活動と観光の連携促進
3. 歴史、文化、芸術の活用 ★
4. イベントマネジメント

V 戦略 1: 高品質で多様な訪問体験

1. 観光施設・インフラ施設の充実 ★
2. 訪問体験マネジメントを設計する情報発信
3. MICE・教育プログラム等の誘致 ★
4. 人材育成支援・組織強化 ★

R 戦略 1: 高品質で多様な訪問体験の提供

1. 観光施設・インフラ施設の利用促進
2. 住民参加・協働型プログラムの提供
3. サステイナビリティ・プログラムの充実

R 戦略 2: 観光による恩恵の実感

1. 町民の観光理解促進
2. 経済効果の見える化

R 戦略 4: 関係人口から定住人口への移行

1. 「関係人GO! SHARI」プロジェクトの展開
2. 大学・企業との連携

R 戦略 3: 町民意識の醸成

1. 交流を通じた学習機会の確保
2. 旅育の促進

凡例

V : ビジター（来訪者、訪問者）

R : レジデント（居住者、住民）

★ : 重点施策

関係人口や移住定住に結びつける観光地（地域住民からみた観光地の魅力向上）

(1) 高品質で多様な経験を提供する観光地 (旅行者・来訪者からみた観光地の魅力 向上)

戦略1 高品質で多様な訪問体験

<背景・ニーズ>

- (1) 町の観光施設は老朽化が著しいことから、旅行者に安心安全に利用してもらうための維持管理を継続するとともに、さらに満足度の高い魅力ある観光地とするため、計画的に再整備を実施する必要がある。
- (2) 施設整備にあたっては、国際マーケットでの競争力のあるコンテンツ化を念頭におき、世界水準を意識した整備を実施していく必要がある。
- (3) 観光情報発信サービスは、SNSでの情報発信の充実、インバウンドに対応した情報発信など、情報量、機能、見やすさ、旅の提案含め、様々な発信手段を可能な限り迅速かつ組織的に対応を行い、情報発信満足度を高めていく必要がある。
- (4) 本町の観光は、春から秋にかけてのグリーンシーズンと2~3月の流氷観光がメインであり、11月~1月、4月など観光入込客数の繁閑差をどのように解消していくかが長年の課題となっている。
- (5) このことが、通年での雇用の問題、飲食店の営業が難しいなど、観光産業としての生産性の低下の原因ともなっていることから、新たな観光メニューの創出が必要となっている。
- (6) 知床は「世界自然遺産地域」であり、自然環境を中心とした企業研修や会議などが実施されていることから、本町の特性を活かしたMICEの誘致や教育プログラム開発を進めていく必要がある。
- (7) 町の人口減少を背景に、全産業で人手不足、人材不足が指摘されており、持続的な観光地の発展にとって、喫緊の課題となっている。
- (8) 観光振興の旗振り役を担う公共的団体としての知床斜里町観光協会などへの支援を行い、観光人材の確保、人材育成から組織強化を図り、観光地の好循環を形成していく必要がある。

施策1 観光施設・インフラ施設の充実【重点施策】

- ①各観光施設の再整備および、新たな観光施設の整備にあたっては、次の3点に留意して実施する。
 - I. 世界自然遺産知床として「自然環境」への配慮
 - II. 国際マーケットでの競争力のあるコンテンツ「世界水準」を意識

- Ⅲ. 観光客と町民が共に楽しむことができ、交流が生まれる「コミュニティ醸成」を意識

再整備予定箇所

<屋内観光施設の再整備>

- I. 道の駅うとろ・シリエトク再整備
- II. 道の駅しゃりの施設環境や備品整備
- III. 知床博物館リニューアル

<野外活動や展望施設等の整備>

- IV. 夕陽台エリア再整備
- V. 天に続く道再整備
- VI. ホロベツ園地再整備（フレペ展望台、ウトロ灯台利用など）
- VII. 徒歩で楽しめる公共空間の整備（オロンコ岩、三角岩、鮭テラス、ペレケ河岸公園など）

<観光客の利便性向上・改善>

- VIII. 景勝地の案内看板等リニューアル
 - IX. 漁港整備に伴う観光船等の整理調整
- ②新たな観光施設、コンテンツづくりは、既存施設の利用状況や民間企業との連携等も踏まえ検討する。

事業を実施する団体（次の体制を念頭に調整・実施）	
主体	斜里町
連携・補助	観光協会、観光事業者、環境省、林野庁、北海道

施策2 旅行者の訪問体験マネジメントを設計する情報発信

- ①観光情報の発信・宣伝（旅前、旅中、旅後）は、インバウンドに対応することとし、SNS、HPを中心に継続して行える体制を構築する。
- ②情報発信においては、タイミング、情報量、機能、見やすさ、旅の提案など、新たな期待を醸成し、シンプルでポジティブなイメージを感じられるデザインに努める。
- ③旅行者のスタイルに合わせた旅行体験のストーリー、旅行者の記憶に残る体験を提供する情報を発信する。
- ④観光案内機能をもつ各施設での情報提供体制の向上を図るとともに、各施設の役割分担の整理、観光情報を共有する仕組みを検討し、案内力の向上に努める。
- ⑤情報提供のイメージ戦略の策定及び、情報や観光サービスとの接点を整理し、情報提供の速報性の確保に努める。
- ⑥キャンペーン、プロモーション、マスメディア等での宣伝は、これまでの活動を継続して行い、効果が高まる宣伝活動をケースバイケースで実施す

る。

事業を実施する団体（次の体制を念頭に調整・実施）	
主体	観光協会、観光事業者、ガイド事業者 一社知床しゃり、知床財団、自然公園財団
連携・補助	環境省、斜里町

施策3 MICE・教育プログラム等の誘致・受け入れ対策【重点施策】

- ①企業研修や企業同士の会合、ボランティア活動への参加、世界遺産地域における会議の開催など、地域の認知度、ブランド力向上に繋げる。
- ②MICE・教育プログラム誘致に向けたコンテンツ作りや産業ガイド育成の試行に取り組み受け入れ体制の構築をめざす。

事業を実施する団体（次の体制を念頭に調整・実施）	
主体	一社知床しゃり、知床財団、斜里町
連携・補助	観光協会、観光事業者、商工会、 農協、漁協

施策4 人材育成支援と組織強化【重点施策】

- ①観光マネジメント組織への支援、機能強化を実施する。
- ②観光人材の確保のため、外部企業、教育機関等との連携、顧客体験（CX）向上のためDX活用支援、インバウンド旅行者受入れなど、多様な人材育成を図る。
- ③観光産業の持続可能な開発目標（SDGs）の達成を支援する。

事業を実施する団体（次の体制を念頭に調整・実施）	
主体	観光協会、一社知床しゃり、斜里町
連携・補助	商工会、観光事業者、ガイド事業者

戦略2 滞在時間の拡大

<背景・ニーズ>

- (1) 観光施設やアクティビティ、宿泊施設の質だけではなく、交通手段、飲食店、滞在先でのサービスの質の向上を図ることも重要となる。
- (2) 森、山など陸域のプログラムでは、知床五湖、フレペの滝遊歩道、カムイワッカ湯の滝、森づくりの道、ツアー登山など、知床を代表する自然アクティビティの体験プログラムは、一定程度は整備されている。
- (3) 冬期間には流氷を資源としたプログラム、流氷ウォーク、知床五湖の厳冬期ツアーなども実施され、冬季間の魅力的な自然アクティビティとして定着している。
- (4) 海のプログラムでは観光船やシーカヤックなども実施されており、引き続き、安全対策の強化を連携して進めていく必要がある。
- (5) 国立公園内等での自然体験の提供には、国（環境省、林野庁）との連携は必須となることから、エコツーリズム戦略等、国の施策等とも連携した取り組みを進めていく必要がある。
- (6) 体験観光、エコツーリズムの推進に向けては、世界水準を意識したコンテンツ化など、ここでしか体験できない特別感のある自然アクティビティの充実化を行い、連泊率の向上、地域経済の活性化に繋げていくことが必要。

施策1 二次交通・域内交通の最適化【重点施策】

- ①女満別空港及び JR 知床斜里駅とウトロを結ぶ二次交通の改善に向け、広域連携を含めて最適化を進める。
- ②ウトロ地域内の交通確保に向け「ライドシェア（日本版ライドシェア）、自家用有償旅客運送（公共ライドシェア）、巡回バス、自動運転タクシー」など、広域連携を含めて検討を行い、最適な方法を導入する。
- ③その他、航空、道路、鉄道、バス等の施策は、これまでの活動を継続して行い、路線維持や拡張、道路の早期整備、知床峠の早期開通など、近隣自治体等とも連携を図る。

事業を実施する団体（次の体制を念頭に調整・実施）	
主体	観光協会、バス事業者
連携・補助	観光事業者、知床財団、斜里町、開発局、運輸局、北海道

施策2 飲食店等の事業継承、新規参入促進【重点施策】

- ①事業者支援や町民生活の質の向上、町の魅力向上に繋げるため、飲食店等の事業承継者対策及び、新規起業者への支援制度を設計し、各観光施設や観光プロモーション等にて飲食店等誘致に向けた支援制度等を幅広く周知する。

- ② 鮭ウィークと連動した知床の鮭の提供・PRや知床しゃりブランドなど、特産品の販売・開発への支援を行い、地域の食材を提供する。
- ③ 食、宿泊施設、温泉など、引き続き支援を行い、滞在環境の充実を図る。

事業を実施する団体（次の体制を念頭に調整・実施）	
主体	観光協会、観光事業者、商工会、 金融機関
連携・補助	斜里町

施策3 自然アクティビティの多様化【重点施策】

- ① カムイワッカ湯ノ滝のぼりの推進
- ② 知床五湖ナイトウォークの推進
- ③ サイクル・ツーリズムの推進
- ④ 知床国立公園での教育プログラム（森づくり、野生動物観察、生物多様性、自然観察等）の推進
- ⑤ 深夜・早朝プログラムへの開発支援を検討する。
- ⑥ その他、団体パッケージや観光船等の海のプログラム、森・山の各種体験プログラムの他、野生動物観察等についても、自然環境の保護と安全管理を徹底し体験プログラムを推進する。

事業を実施する団体（次の体制を念頭に調整・実施）	
主体	観光協会、観光事業者、ガイド事業者
連携・補助	一社知床しゃり、知床財団 自然公園財団、斜里町

施策4 新たなトレイルの整備

- ① ホロベツ園地再整備との連動
- ② ロングトレイルコースの設置

事業を実施する団体（次の体制を念頭に調整・実施）	
主体	環境省、林野庁、北海道、斜里町
連携・補助	観光協会、観光事業者、ガイド事業者

戦略3 顧客満足度の向上

<背景・ニーズ>

- (1) コロナ禍以降、インバウンドは順調に回復しており、これまで中心であった東アジアから近年は欧米からの来訪が多く、あらゆる案内ツールや WEB サイト等の多言語化対応が急がれる。
- (2) 近年はデジタル機器に適応した世代が多く、日常生活で利用しているデジタル機器を旅行先でも利用できることが期待されていることから、この特性も踏まえた滞在環境の整備を推進していく必要がある。
- (3) 消費者の属性やそのニーズ、満足度を把握しながら、それらを基にした戦略的なマーケティング活動が必要となることから、デジタルを活用したマーケティングシステムを構築し、データに基づく観光政策をスムーズに実現させていくことが必要となっている。
- (4) 知床の自然アクティビティの魅力を楽しむ素地は既にできているものの、海難事故を踏まえて、リスクマネジメントを行うことで安全確保に繋げるため、自然アクティビティにおけるリスクの情報提供にも努める必要がある。
- (5) コロナ禍の経験を踏まえた災害、感染症等対応など、持続可能な観光地づくりに取り組む必要がある。

施策1 インクルーシブ（包摂的）な受入環境整備

- ①観光案内や標識、パンフレット、解説などを多言語対応することで、外国人観光客も安心して楽しめるようにする。
- ②さまざまな宗教や文化背景を持つ人々が快適に過ごせるように、文化的な配慮を実施する。
- ③車椅子利用者や視覚・聴覚障がい者が利用しやすい、バリアフリー環境整備など、施設やサービスを提供する。

事業を実施する団体（次の体制を念頭に調整・実施）	
主体	観光協会、観光事業者、斜里町
連携・補助	環境省、観光庁、北海道

施策2 観光DXの促進

- ①DXなどの検討が行われるよう情報提供を行い、旅行者の利便性向上・周遊促進を図る。

事業を実施する団体（次の体制を念頭に調整・実施）	
主体	観光協会、観光事業者
連携・補助	観光庁、北海道、斜里町

施策3 マーケティング・モニタリングの仕組み構築【重点施策】

- ①定期的な観光動態調査（5年に1回）、マーケティング調査（毎年）を実施する。
- ②携帯情報等の人数・行動・滞在時間等の情報蓄積を行い、観光政策に反映していく。また、事業者、町民向けの公開プラットフォーム整備を進めていく。
- ③顧客との関係強化を行い、再訪率等の向上に繋げる。

事業を実施する団体（次の体制を念頭に調整・実施）	
主体	観光協会、一社知床しゃり、斜里町
連携・補助	観光事業者、知床財団、自然公園財団

施策4 自然アクティビティリスクマネジメントの着実な推進【重点施策】

- ①自然環境の保全と安全安心な観光地づくりに向けて自然アクティビティリスクマネジメント体制の構築に取り組み、運営支援を行う。
- ②自然アクティビティリスクマネジメントの発信強化、指定団体への支援充実を図る。

事業を実施する団体（次の体制を念頭に調整・実施）	
主体	観光協会、一社知床しゃり、斜里町
連携・補助	観光事業者、知床財団、自然公園財団

施策5 災害、感染症等危機管理体制

- ①町内産業間の連携、国や北海道との連携体制を構築する。
- ②広域観光（道東エリア）、近隣自治体との連携体制を構築する。

事業を実施する団体（次の体制を念頭に調整・実施）	
主体	観光協会、観光事業者、斜里町
連携・補助	環境省、林野庁、北海道、近隣自治体 商工会、農協、漁協、金融機関 一社知床しゃり、知床財団、自然公園財団

戦略4 デスティネーション・ブランディング

<背景・ニーズ>

- (1) 観光ブランディング事業などの一定の評価により、商工業、漁業、農業から環境、福祉分野など各事業へ拡がり、地域ブランディングへ発展してきている。
- (2) 観光ブランディングについては、サステイナブルな場所「知床」での交流、イメージアップの取り組みを主体に進め、SNS 等でのコミュニケーションから「知床ファン」の獲得、知床にゆかりのある著名な方との町民との交流など推進している。
- (3) 自然保護活動や町の歴史・文化、イベント実施なども町の魅力として多様な要素を組み合わせた観光プログラムを展開する必要がある。

施策1 観光地ブランディングの推進【重点施策】

- ①サステイナブルな場所「知床」で人間の営みがどれだけサステイナブルになれるのか「気づき」と「行動の変化のきっかけ」の場への取り組みを推進する。
- ②地域の魅力向上、地域活性化に繋がる商品開発や、交通ハブの発信拠点整備など推進する。

事業を実施する団体（次の体制を念頭に調整・実施）	
主体	斜里町・一社知床しゃり
連携・補助	観光協会、観光事業者、知床財団

施策2 自然保護活動と観光の連携促進

- ①知床自然センターや100 m²運動ハウスなどによる、観光情報や自然アクティビティの情報発信、各種レクチャーの実施、斜里町の自然保護の歴史を伝える活動を継続して実施する。

事業を実施する団体（次の体制を念頭に調整・実施）	
主体	観光協会、一社知床しゃり、 知床財団、斜里町
連携・補助	観光事業者、ガイド事業者、自然公園財団

施策3 歴史、文化資源、芸術文化の活用【重点施策】

- ①知床博物館や旧役場庁舎等との連携や、チャシコツ崎での史跡探訪など、文化資源の観光視点での利活用を検討し、斜里町の歴史・文化を伝える活動と連動した取り組みを推進する。
- ②社会教育施設や芸術文化活動を実施する任意団体との連携を図り斜里町の歴史、文化を広く伝える活動を実施し、観光としての魅力を向上させる。

事業を実施する団体（次の体制を念頭に調整・実施）	
主体	斜里町、斜里町教育委員会
連携・補助	観光協会、観光事業者、ガイド事業者 民間団体

施策4 イベントマネジメント

- ①姉妹町・友好都市との交流を目的とした「しれとこねふたまつり」、地域の産業団体が連携した「産業まつり」、知床でのサステイナブルをテーマとした「サステイナブルフェス」など、継続して支援を行い、情報を観光客に提供することで滞留促進や魅力向上を図っていく。
- ②既存イベントの見直し・改善を図り、特に観光閑散期に文化やアートイベント、食に関連したイベントなど、新たな視点でのイベント実施を検討する。
- ③その他イベントについては、観光振興の観点、まちの賑わい創出の観点から、必要に応じた支援を行う。

事業を実施する団体（次の体制を念頭に調整・実施）	
主体	観光協会、商工会、農協、漁協、 一社知床しゃり、知床財団、斜里町
連携・補助	観光事業者、ガイド事業者

(2) 関係人口や移住定住に結びつける観光地（地域住民からみた観光地の魅力向上）

戦略1 高品質で多様な訪問体験の提供

<背景・ニーズ>

- (1) 町民にとっては観光客と交わることで地域の価値の再発見につながる。また、観光客にとっては町民と交われることで単なる観光を超えて価値ある体験型観光として満足できる。
- (2) 知床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次世代に継承していくことが必要。
- (3) 地域の特性を活かしたプログラムを開発し、訪問者が地域の文化や伝統を体験できるようにすることで、訪問者は単なる観光客ではなく、地域の一員としての体験を得ることができる。
- (4) 知床国立公園、世界自然遺産ならでの、他の町では体験することができない景勝地やアクティビティを町民にも楽しんでもらうことで、地域文化の再認識や、地域のにぎわい創出と町民の満足度向上を図り、地域経済の振興にも繋げていくことが必要。
- (5) 知床はサステイナブルな場所であることを伝え、自然環境や資源の効率的な利用など、気づきの機会を提供していくことが必要。

施策1 観光施設・インフラ施設の利用促進

- ①観光客同士および、町民が交流し、コミュニティ醸成につながるインフラ施設の利用促進を図る。
- ②地域の歴史や文化的背景を伝えるストーリーテリングなど、町民が自らの体験や地域の魅力を伝え、観光客はその土地に対する理解を深め、つながりを築けるよう努める。

事業を実施する団体（次の体制を念頭に調整・実施）	
主体	民間団体、知床財団 斜里町、環境省、林野庁、北海道
連携・補助	町民、民間企業、観光協会、観光事業者

施策2 住民参加・協働型プログラムの提供

- ①町民と観光客がともに活動する自然環境に配慮した持続可能な活動を奨励する。
- ②トレイルコース整備や登山道整備など、ボランティアとともに観光資源の整備を実施する活動の推進を図る。
- ③100㎡運動を中心とした「森林再生事業、生物相復元事業、交流事業」との連携推進を図る。
- ④旅行で環境を良くするリジェネラティブの視点での参加、普及啓発を図る。

事業を実施する団体（次の体制を念頭に調整・実施）	
主体	民間団体、知床財団 斜里町、環境省、林野庁、北海道
連携・補助	町民、民間企業、観光協会、観光事業者

施策3 サステナビリティ・プログラムの充実

- ①サステナブルフェスの開催など、サステナブルやGXに関連した広報活動を実施する。
- ②知床鮭ウィークなど、鮭、日本一のまちPR事業など、知床の生態系に関連した広報活動を実施する。

事業を実施する団体（次の体制を念頭に調整・実施）	
主体	斜里町、知床財団、一社知床しゃり 環境省、林野庁、北海道
連携・補助	町民、民間企業、観光協会、観光事業者 商工会、農協、漁協

戦略2 観光による恩恵の実感

<背景・ニーズ>

- (1) 町民理解の向上は観光の持続的な発展に向けて大切な視点となる。
- (2) 町民が知床国立公園、世界自然遺産を有するまちであることを誇りに思い、知床の新たな魅力を伝え、それらを共有し広めていく必要がある。
- (3) 観光による経済効果の見える化は、地域の魅力を発信し、観光資源の活用を促進するための基盤となる。観光の価値を明確に示すことで、地域全体での取り組みを促進していく必要がある。

施策1 町民の観光理解促進

- ①町民参加による観光施設・アクティビティ等参加促進イベントの検討。
- ②町民がアクティビティを楽しみやすい環境を整備する。
- ③閑散期に観光エリアの施設、サービスを楽しめるウィークなどのイベントを実施する。

事業を実施する団体（次の体制を念頭に調整・実施）	
主体	観光協会、観光事業者、ガイド事業者 斜里町教育委員会、斜里町
連携・補助	町民、民間企業、環境省、林野庁、 北海道、知床財団、一社知床しゃり

施策2 観光による経済効果の見える化

- ①観光による地域経済の振興を図る。
- ②観光振興財源の導入及び、計画的な観光振興事業への活用。
- ③観光振興財源の可視化。

事業を実施する団体（次の体制を念頭に調整・実施）	
主体	斜里町
連携・補助	町民、観光協会、観光事業者 商工会、農協、漁協 環境省、林野庁、北海道

戦略3 町民意識の醸成

<背景・ニーズ>

- (1) 観光を通じた交流は、地域の魅力を再発見し、訪問者と地域住民との相互理解を深める貴重な機会となる。
- (2) これを学習機会として活用することで、地域の文化や歴史、産業についての理解を深めることができ、観光の質を向上させることが期待される。
- (3) 旅行を通じて、新しい環境に触れ、異なる文化や価値観を理解することができ、これにより自己肯定感やコミュニケーション能力が向上し、社会性を育むことが期待される。
- (4) 自然や歴史に触れることで、環境意識や地域への愛着も育まれることから、教育機関や家庭、地域社会が一体となって学びを支えることで、より豊かな未来を築いていくことが期待される。

施策1 交流を通じた学習機会の確保

- ①町民の自然アクティビティの体験や、観光客との交流をとおして知床のイメージアップを図る。
- ②町の子どもたちの自然体験活動の場の創出や地域産業との連携をとおして、人材育成などにつなげる。

事業を実施する団体（次の体制を念頭に調整・実施）	
主体	斜里町、民間企業
連携・補助	町民、観光協会、観光事業者、知床財団、一社知床しゃり

施策2 「旅育」の促進

- ①次世代を担う子どもたちへのふるさと教育、観光の可能性や課題に対する観光教育、斜里高校での知床学、旅行の楽しみを広める教育など、広く町民への、観光のイメージ向上を図るため教育を実施する。

事業を実施する団体（次の体制を念頭に調整・実施）	
主体	斜里町、斜里町教育委員会
連携・補助	町民、観光協会、観光事業者、知床財団、一社知床しゃり

戦略4 関係人口から定住人口への移行

<背景・ニーズ>

- (1) ライフスタイルの見直しやリモートワークの普及により、地方移住への関心が高まっている。
- (2) 地域ブランディングの取組やテレワーク推進と連動した関係人口創出、移住定住希望者への情報発信をはじめ、知床ファンの掘り起こしを行い人材確保、移住定住に繋げていく必要がある。
- (3) テレワーク企業と町内企業との連携や、地域活性化に関する包括連携協定に基づく企業との連携強化により、地域課題の解決や人材の育成、新たな商機への展開など、好循環を形成していくことが必要。

施策1 「関係人GO! SHARI」プロジェクトの展開

- ①企業や大学、専門性の高い研修、研究の場の提供など、関係人口を受け入れる環境づくりを推進する。
- ②ブランディングの取り組みを軸に関係人口の創出及び、移住希望者への情報提供や相談窓口の機能強化をする。
- ③移住・定住希望者への空き家情報、仕事情報の発信や、創業者向け経営支援、増加する外国人労働者の環境など、町全体で関係人口を受け入れる環境づくりを進める。

事業を実施する団体（次の体制を念頭に調整・実施）	
主体	斜里町、一社知床しゃり、知床財団
連携・補助	町民、民間企業、観光協会、観光事業者、商工会、農協、漁協

施策2 大学・企業との連携

- ①企業連携等の強化による地域課題へ対応する。
- ②地域活性化に関する包括連携協定企業や大学との連携促進
- ③インターンの実施・支援

事業を実施する団体（次の体制を念頭に調整・実施）	
主体	斜里町、一社知床しゃり、知床財団、民間企業
連携・補助	町民、観光協会、観光事業者

第5章 参考資料

この章では、空間イメージ図、用語集、第2次斜里町観光振興計画策定の経過を示しています。

1. 第2次斜里町観光振興計画の空間イメージ図	43
2. 用語集	47
3. 第2次斜里町観光振興計画策定の経過	50

1 第2次斜里町観光振興計画の空間イメージ

(1) モデルエリア

観光振興計画に掲げる各施策を計画的に実行し、来訪者システムと住民システムを着実に作用させるためには、これらが町内の具体的な空間でどのように具現化していくのかを設計する必要があります。また本観光振興計画では、来訪者の満足だけでなく、観光による豊かな住民の暮らしの実現、自然環境の保全を達成する必要があり、来訪者向けの施設やサービス、住民の生活圏、国立公園などの相互の距離感、影響の範囲の管理も重要になります。さらに、本町では都市計画マスタープランなどを通じて町の将来像が空間的に規定されているほか、官民による調査などを通じて空間利用のあるべき姿が描かれています。観光振興計画とこれらの計画やビジョンの間には一定の合理性が求められます。

そこで、本計画が掲げる See, Forest, People を町域内に具現化していく上でのモデルエリアを下記のとおり定め、町が進める観光のあり方を町内外に積極的、具体的に「見える化」していきます。

【斜里エリア】

		来訪者システム	住民システム
Sea	知床の海を体感するウォーターフロント	「滞在時間の拡大」を促すための施設整備やアクティビティの提供	「観光による恩恵の実感」のための施設整備やイベント実施
Forest	知床の暮らしや文化を体感する森	「デスティネーション・ブランディング」に資する施設整備やアクティビティ提供	「関係人口から定住人口への移行」を促す施設整備
People	たたずみ、交流する中心市街地	「顧客満足度の向上」に貢献する施設整備・誘致	「町民生活の質向上」を実感できる施設の整備

【ウトロエリア】

		来訪者システム	住民システム
Sea	洗練され活気のあるウトロ・ハーバー	「滞在時間の拡大」を促すための施設整備やアクティビティの提供	「観光による恩恵の実感」のための施設整備やイベント実施
Forest	自然とともに住まう森	「デスティネーション・ブランディング」に資する施設整備やアクティビティ提供	「関係人口から定住人口への移行」を促す施設整備
People	たたずみと交流のクロスロード	「顧客満足度の向上」に貢献する施設整備・誘致	「町民生活の質向上」を実感できる施設の整備

(2) Sea, Forests, People ゲートウェイ

上述の各エリアはそれぞれに独立するのではなく、それぞれに接続し、来訪者、住民の双方が「行き交う」ことで賑わいや交流が生まれ、空間としての価値が高まります。そこでこれらのモデルエリア間の往来の中心として「Sea, Forest, people ゲートウェイ」を設定します。

このゲートウェイは、来訪者が斜里町を訪れた際の「窓口」であると同時に、住民にとっては交流の「拠点」であり、したがって「旅行者・来訪者からみた観光地の魅力向上」と「地域住民からみた観光地の魅力向上」の「結節点」になる空間です。

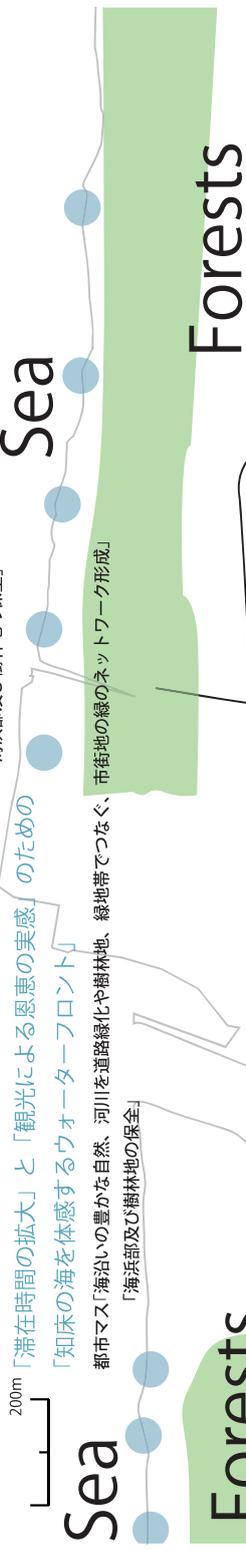
(3) Sea, Forests, People のための視点場

こうした一連の空間構成やイメージを「実感」にかえるためには、それぞれを視認できるポイントを設計することが重要です。そこで観光振興計画では政策的に「視点場」を設定し、旅行者・来訪者と地域住民の双方がこの視点場への訪問・滞在・利用を通じて Sea, Forest, People を視覚的にとらえ、理解することを目指します。

「デザインেশョン・ブランディング」と「関係人口から定住人口への移行」を促す
「知床の暮らしや文化を体感する森」

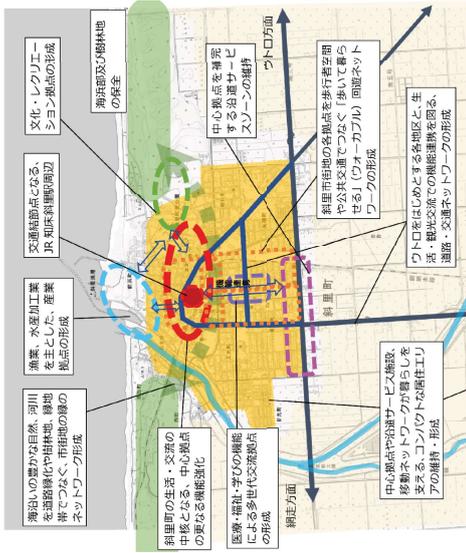
都市マス「海沿いの豊かな自然、河川を道路緑化や樹林地、緑地帯でつなく、市街地の緑のネットワーク形成」
「海浜部及び樹林地の保全」

オホーツク海



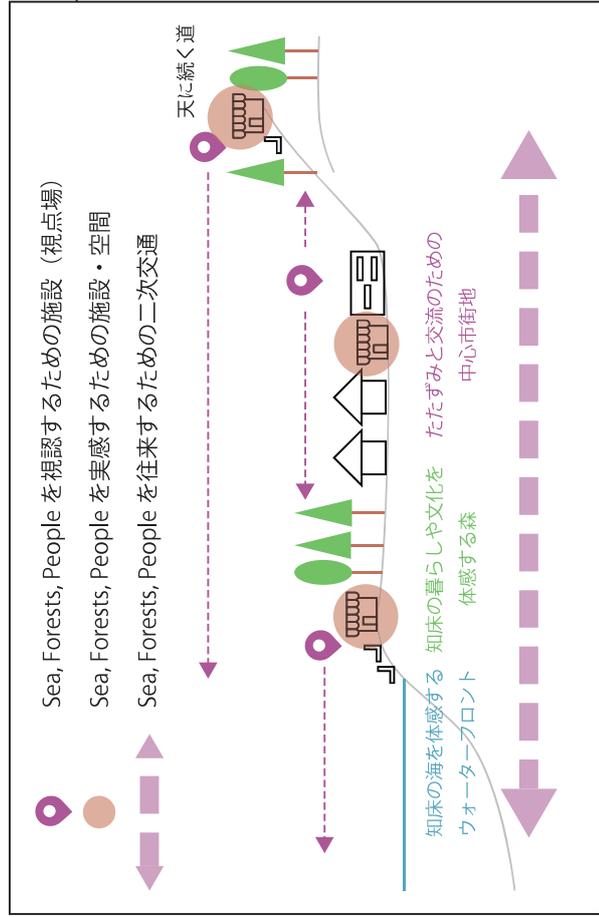
「滞在時間の拡大」と「観光による恩恵の実感」のための
「知床の海を体感するウォーターフロント」

都市マス「海沿いの豊かな自然、河川を道路緑化や樹林地、緑地帯でつなく、市街地の緑のネットワーク形成」
「海浜部及び樹林地の保全」



令和6年度策定都市計画マスタープラン (案)

「顧客満足度の向上」・「町民生活の質向上」のための
「たたくみ、交流する中心市街地」
都市マス「斜里町の生活・交流の中心となる、中心拠点の更なる機能強化」
「斜里市街地の各所と、中心拠点を旅行者空間や交通でつなく「歩いて暮らせる」(ウォーカーフレンド) 回遊ネットワークの形成」
「町内各地区と、生活・観光交流での機能連携を図る、道路・交通ネットワークの形成」



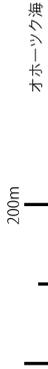
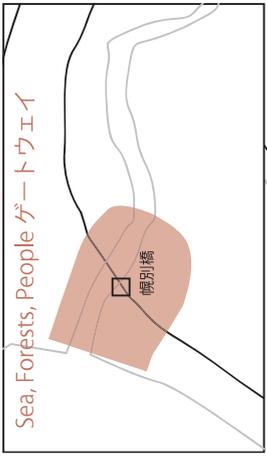
※施策を推進していく中で内容の解像度を上げていく予定

ウトロ地区空間イメージ図



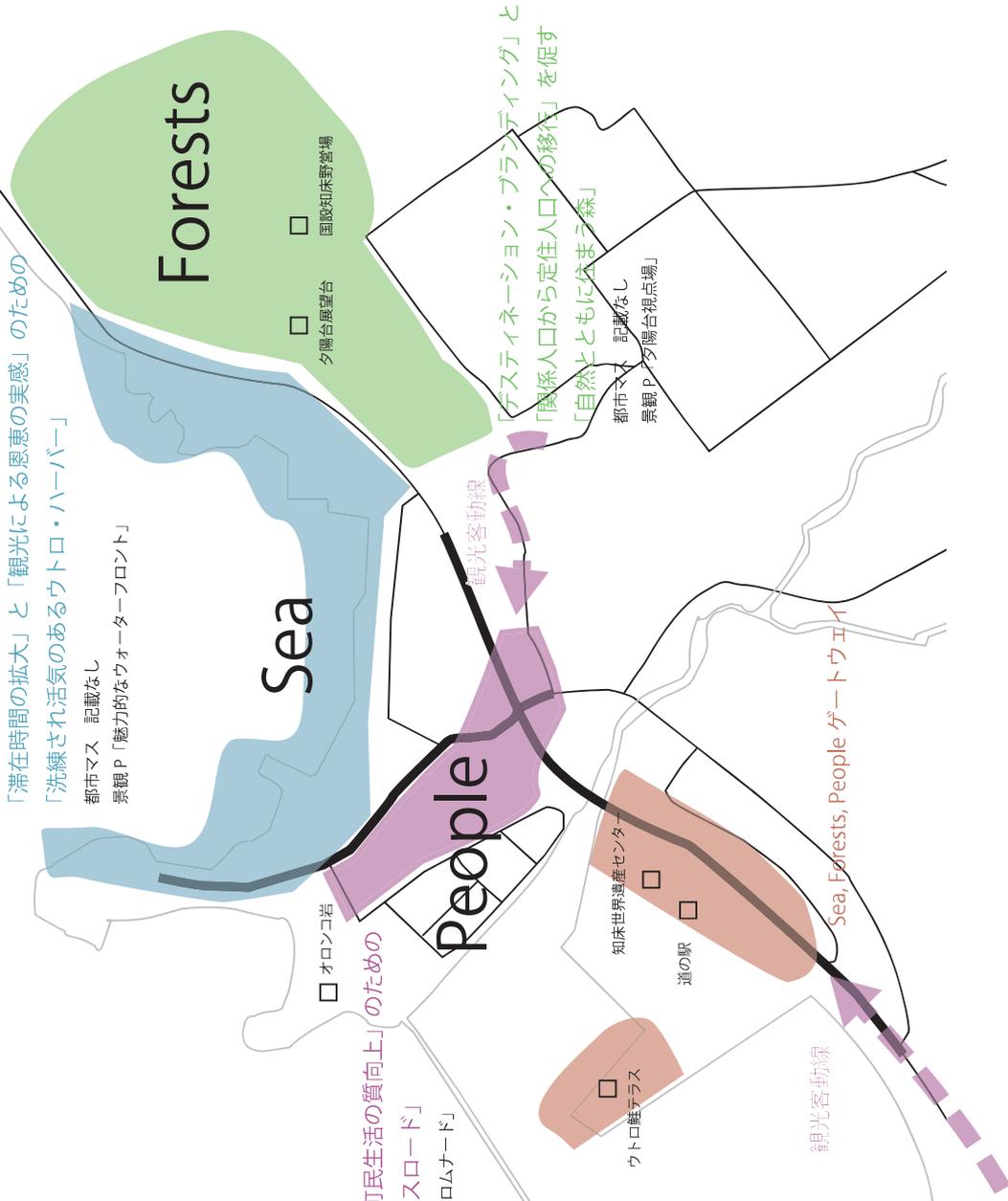
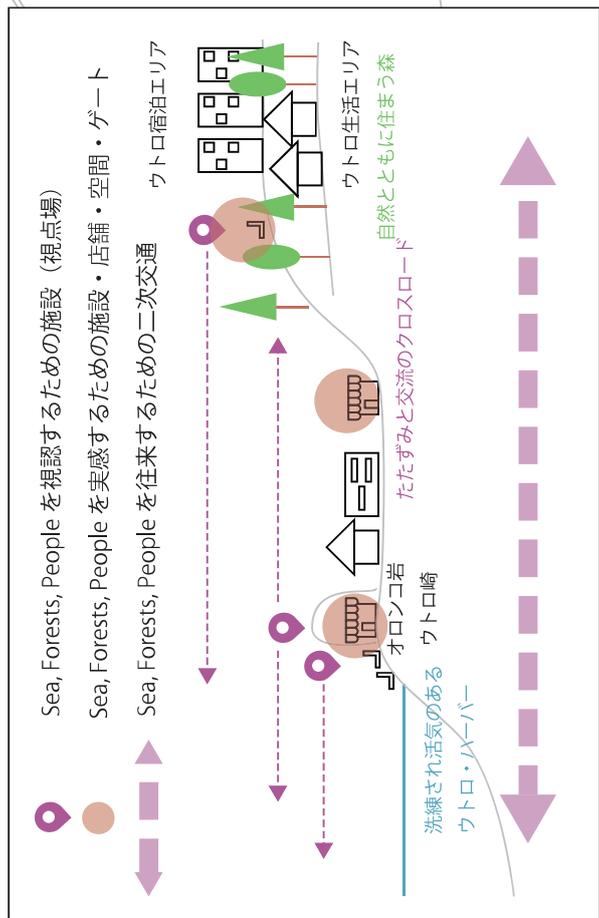
斜里町における景観の保全・活用に関する

調査研究報告書 (令和元年・NPO法人知床斜里町観光協会 / 北海道大学)



「滞在時間の拡大」と「観光による恩恵の実感」のための
「洗練され活気のあるウトロ・ハーバー」
都市マス 記載なし
景観 P 「魅力的なウォーターフロント」

「顧客満足度の向上」「町民生活の質向上」のための
「たたずみと交流のクロスロード」
都市マス 「ウトロギャラリープロムナード」
景観 P 「賑わいの中心」



※施策を推進していく中で内容の解像度を上げていく予定

2 用語集

項目	用語	解説
あ行	インクルーシブ	「包摂（ほうせつ）的な」「包括的な」という意味を持つことば。特に社会的、文化的、多様性に関連する文脈でよく使用され、この概念は、さまざまな背景を持つ人々が平等に参加できる環境を作ること。
	インターン	学生が企業で実際に業務や働く環境を体験する「インターンシップ」の略称。学生が実際の職場での経験を通じて、専門的なスキルや知識を身につける機会のこと。
	インバウンド	元は「内向き」の意味で、国外から観光客・旅行者が訪れることを「インバウンド観光」と言う。日本では訪日外国人旅行者を指してインバウンドと呼ぶこともある。
か行	顧客体験 (CX・カスタマーエクスペリエンス)	顧客が事業者やブランドとの接点を通じて得る全体的な体験。 サービスを受ける過程、使用する過程、サービス後のフォローアップなどの過程における経験。
	G X (グリーン・トランスフォーメーション)	イノベーションによる再生可能エネルギーへの転換や情報技術の導入等を通じて、温室効果ガスの排出量の大幅削減（カーボン・ゼロ）を達成し、持続可能な社会を実現するために、経済社会システム全体を、化石燃料中心の経済・社会、産業構造から変革すること。
さ行	サステナビリティ	「現在の世代が必要とするものを満たしつつ、将来の世代がそのニーズを満たす能力を損なわないようにする」こと。
	サステナブル	環境、社会、経済の三つの側面から成り立ち、企業や個人が持続可能な社会を実現するための行動を取ること。
	産業ガイド	地域特有の産業に係るもの（工場、製品など）、ならびに昔の工場跡や産業発祥の地などの産業分野に関する情報を提供したり、案内を行ったりする役割を持つ人やサービス。
	自家用有償旅客運送（公共ライドシェア）	バス事業やタクシー事業によって輸送手段を確保することが困難な場合、必要な安全上の措置をとった上で、市町村やNPO法人等が、自家用車を活用して提供する、有償の旅客運送サービス。（出典：国土交通省）
た行	旅前・旅中・旅後	観光客の行動を3つの場面で分ける考え方。旅行前（旅前）、旅行中（旅中）、旅行後（旅後）。

	D X (デジタル・トランスフォーメーション)	データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、サービス、ビジネスや社会の仕組みを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセスを変革し、新たな価値を創出する。
	デスティネーション	旅行目的地、旅行先のこと。
	デスティネーション・ブランディング	独自の名称、シンボル、ロゴ、イメージ、旅行体験などを用いて地域をデスティネーション（旅行先）として差別化するためのプロセス。
	テレワーク	「tele=離れたところ」と「work=働く」を合わせた造語。「ICT（情報通信技術）を活用し、時間や場所を有効に活用できる柔軟な働き方」を指す。インターネットなどの ICT を利用することで、本来勤務する場所から離れ、自宅などで仕事をする柔軟な働き方。（出典：厚生労働省）
な行	二次交通	拠点となる鉄道駅等から観光地までの交通（バス、タクシー、自転車等）のこと。
は行	バリアフリー	高齢者や障害者が主に安全かつ快適に旅行ができるように、物理的な障壁を取り除くこと。
	プラットフォーム	特定のサービスやアプリケーションを提供するための基盤や環境のこと。
ま行	M I C E (マイス)	Meeting（会議・研修・セミナー）、Incentive tour（報奨・招待旅行）、Convention または Conference（大会・学会・国際会議）、Exhibition（展示会）またはイベント（Event）の頭文字をとった造語。
	マーケティング	ターゲットとなる顧客のニーズを満たす価値を探求、創造、提供し、利益を得るためのプロセス。近年は商品やサービスの販売で終わるのではなく、顧客がそれらを購入した後にファン・コミュニティを構成したり、相互に再購入を促したりするプロセスまでを含む。
	モニタリング	特定の状況やプロセスを継続的に観察し、データを収集・分析することで、環境、経済、社会など、状況の変化を把握し、必要な対策を講じるための情報を得ること。
ら行	ライドシェア（日本版ライドシェア・自家用車活用事業）	地域交通の「担い手」「移動の足」不足解消のため、タクシー会社の管理の下で、自家用車・一般ドライバーを活用した運送サービス。（出典：国土交通省）
	リジェネラティブ	「再生」や「再生可能」といった意味を持ち、持続可能性を超えて、自然環境や社会システムを回復し、強化すること。観光を通じて自然環境や地域社会の再生に貢献するツーリズムをリジェネラティブ・ツーリズムと言う。

A	GSTC (Global Sustainable Tourism Council)	訪問客、業界、環境および訪問客を受け入れるコミュニティのニーズに対応しつつ、現在および将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光。(出典：UN-Tourism)
	JSTS-D (日本版持続可能な観光ガイドライン・Japan Sustainable Tourism Standard for Destinations)	「日本版持続可能な観光ガイドライン (JSTS-D)」はグローバル・サステイナブル・ツーリズム協議会 (GSTC: Global Sustainable Tourism Council) が開発した国際基準である観光指標をベースとした日本向けガイドライン。
	UN-Tourism	国際世界観光機関のこと。スペインのマドリードに本部を置く、観光に関する国際機関。

3 第2次斜里町観光振興計画策定の経過

(1) 斜里町観光振興戦略会議委員

委員区分		氏名	所属・役職	備考	
1号委員	公共的 団体	観光協会	野尻 勝規	知床斜里町観光協会 会長	委員長
		商工会	中田 尊徳	斜里町商工会 副会長	
		農 協	佐々木 真実	しれとこ斜里農業協同組合 管理部長	
		漁 協	成田 兼司	斜里第一漁業協同組合 参事	
		金融団体	藤原 公夫	斜里金融協会 会長（北洋銀行斜里支店長）	
		知床財団	秋葉 圭太	公益財団法人知床財団 事業部 参事	
		知床しゃり	平野 麻莉絵	一社 知床しゃり	
2号委員	観光 事業者	交 通	下山 誠	斜里バス株式会社 社長	
		宿 泊	桑島 敏彦	知床グランドホテル 専務	副委員長
		飲食物産	藤田 裕司	大宮商店 社長	
		体 験	若月 識	知床のガイド屋 Pikki 代表	
3号委員	町民公募	藍 屏芳			
		砂山 琴子			
		久保 耕一郎			
4号委員	行政	結城 みどり	総務部 環境課長	～R6. 9. 30	
		塩 幸也	総務部 環境課長	R6. 10. 1～	
5号委員	専門家	石黒 侑介	北海道大学大学院 国際広報メディア・観光学院 准教授		
オブザーバー		初海 淳	斜里町地域プロジェクトマネージャー		
事 務 局		鹿野 能準	産業部長		
		南出 康弘	産業部 商工観光課長		
		岩渕 聖也	産業部 商工観光課 観光係長		
		小針 崇哉	産業部 商工観光課 観光係		

(2) 戦略会議開催履歴

回	開催期日	会議の主な内容
1	R6. 7. 4	<p>< 情報共有・互選 ></p> <p>戦略会議設置要領確認</p> <p>委員長・副委員長互選</p> <p>< 協議 ></p> <p>第2次斜里町観光振興計画策定事業概要</p> <p>第1次斜里町観光振興計画実施状況及び課題・評価</p> <p>新たな観光振興財源の確保について</p>
2	R6. 8. 8	<p>< 情報共有・仕組み確認 ></p> <p>世代動向の変化について</p> <p>システム思考による計画について</p> <p>< 協議 ></p> <p>第2次斜里町観光振興計画全体構成イメージ</p> <p>観光振興の目標と方向性等について</p> <p>観光振興戦略・施策</p> <p>新たな観光振興財源の検討（案）にかかるアンケート結果について</p>
3	R6. 9. 5	<p>< 協議 ></p> <p>観光振興の目標と方向性等の変更点について</p> <p>観光振興戦略・施策</p> <p>新たな観光振興財源の検討（案）事業者ヒアリング結果について</p>
4	R6. 10. 9	<p>< 協議 ></p> <p>観光地のイメージと目標項目・数値の変更点について</p> <p>観光振興戦略・施策の変更点について</p> <p>観光振興戦略・施策の相関図について</p>
5	R6. 11. 13	<p>< 協議 ></p> <p>観光振興に向けたシステム思考による計画推進イメージ</p> <p>観光振興戦略・施策の変更点等について</p> <p>斜里とウトロの空間イメージ</p> <p>第2次斜里町観光振興計画（全体統合版）及び全体構成一覧</p>
6	R6. 12. 10	<p>< 協議 ></p> <p>観光振興計画の変更点等について</p> <p>斜里とウトロの空間イメージ</p> <p>第2次斜里町観光振興計画（全体統合版）及び概要</p> <p>令和7年度予定事業</p> <p>新たな観光振興財源の検討について</p>

(3) 町議会全員協議会
令和6年12月19日協議

(4) パブリックコメント
令和7年1月17日から2月5日実施

(5) 庁内政策会議
令和7年3月 日開催