

資産が人にもたらす「癒し」や「パワー」などの情緒的な価値も「洞爺湖町らしさ」であることがわかります。

総合評価

今回の調査は洞爺湖町の地域ブランドを明らかにするために、洞爺湖町民と札幌市民に対して洞爺湖町の魅力を内外から確認することをを行いました。結果、洞爺湖町という地域に対して、町民が感じている以上に町外の人には（漠然と）魅力的に映っていること、そして、洞爺湖町ファンの人達は洞爺湖町を訪れることによる「癒し」「パワー」などの神秘的ともいえる情緒的な効用を感じていることが

わかりました。またそれらを伝えていくための地域資産に關しては、洞爺湖町のご当地食やオリジナルイベントの魅力を強くアピールしていくことが、これからの洞爺湖町ブランドの確立に必要だと思われま

アンケート調査 ご協力のお礼

新年早々、お忙しい中アンケート調査にご協力いただきありがとうございます。

洞爺湖温泉の歴史は、明治43年（1910年）に温泉が発見され、大正6年（1917年）初めて湖畔にて「温泉宿 竜湖館」が営業されたと

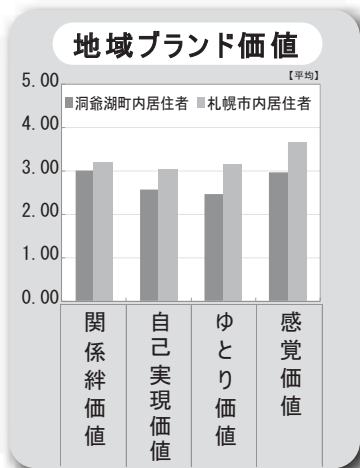
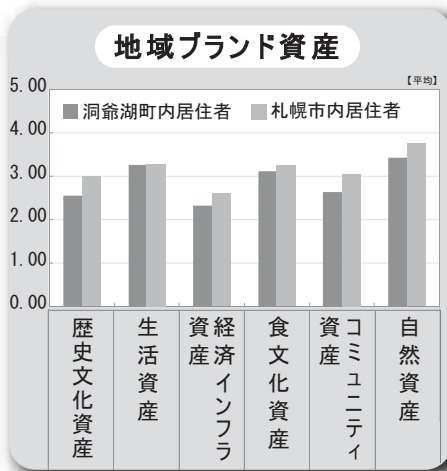
す。

その後、数度の噴火災害やバブル崩壊・リーマンショック等経済後退などにより町の観光産業は、「後退しては乗り越える」を繰り返してきま

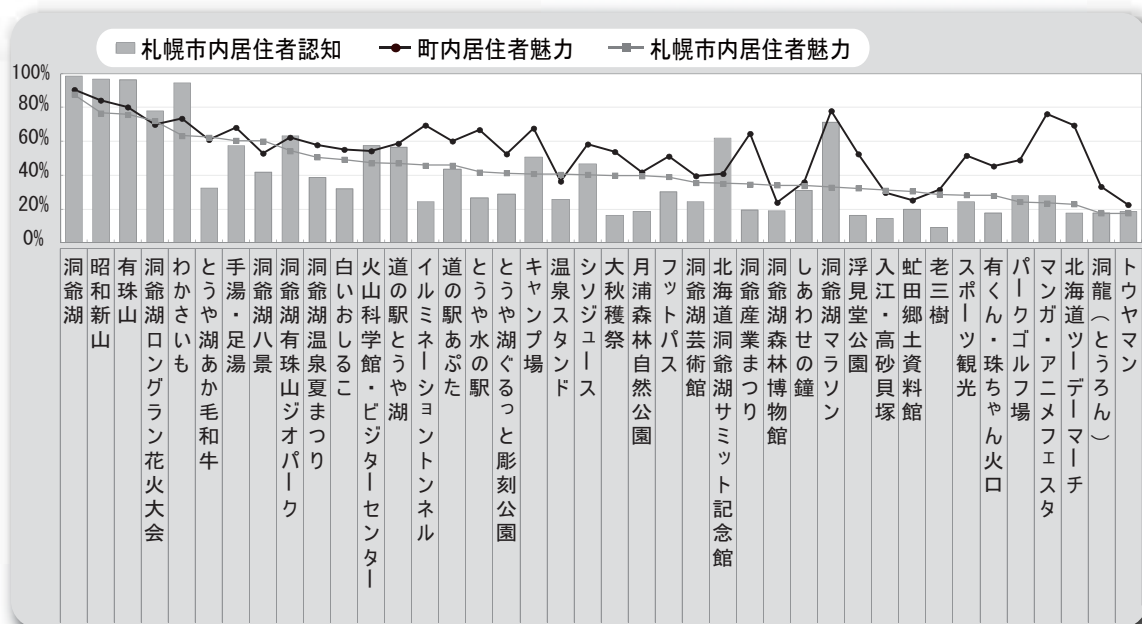
平成23年に発生した東日本大震災による全国的な観光需要の後退や国際関係上の問題から外国人宿泊観光客の大幅な落ち込みなど、ここ数年では最も厳しい状況が続いてきました。町の支援協力をいただき、外国人観光客誘致や国内の景気回復傾向もあり、震災前の宿泊客目標60万人を今年3月達成することができました。

今回の調査結果を基に、将

●洞爺湖町の「地域ブランド資産」と「地域ブランド価値」の評価



●洞爺湖町の「40の地域資産」の認知と魅力



来を見据えた開湯100年事業を企画し、多くの方々から愛され「リピーター化」される魅力ある観光地づくりを進めていきます。

(社)洞爺湖温泉観光協会