

戦術 2 観光振興や活性化に向けた市民参画と人材育成を支援する。

項目	内容
背景	観光客の興味関心は、訪問先の顕在化している観光資源にとどまらず、その地域に住む人との交流や歴史、地域文化などにも関心を持つようになってきています。観光をはじめ地域活性化を図る際の中心として人の果たす役割はますます大きくなっています。
施策の概要	市民が観光振興に参画し、観光客に対するおもてなしの心がこれまで以上に強まり市民の間に広がるよう、様々な機会を通して気運の醸成を図ります。 また、網走市には様々な業種に観光振興に対する関心の強い方も多く、それらの方々に必要な情報や学習の機会を提供していきます。
施策の方向性	①観光シンポジウムの開催等による市民の観光客に対するホスピタリティ醸成 多くの市民の方々に観光のお手伝いや観光客に対するサポートをしていただけるよう、観光シンポジウム開催等によるホスピタリティの醸成を図ります。また、観光客のみならず市民も参加できる観光体験プログラムの実施を企画します。
	②観光スキルアップセミナーの開催等を通し、網走観光のリーダーとして活躍できる人材の育成【商工団体】 網走観光を担う人材としてさらに活躍していただけるよう、観光スキルアップセミナー等を開催します。
	③ガイドおよび事業者の育成推進【商工団体・民間事業者】 網走を訪れる観光客のニーズに対応したホスピタリティが発揮できるよう、ガイドおよび関係事業者の育成を推進します。

5. 施策の体系

5-1. 戦略および実施施策一覧

(1) 地域資源の活用と地域産業の総合力発揮による観光誘致力強化戦略

	戦術	施策内容	前計画との 関連	短期	中・ 長期
1	漁業や農業といった網走の 基幹産業をはじめ民・学・官 による観光振興を推進する。	①民・学・官による連携の促進	継続		●
		②第一次産業などとの連携による旅行商品 づくり支援	継続		●
		③海産物や農産物など“網走の食”のPR 強 化、食資源の活用を図る取組推進	継続	●	
		④酒造を活用した誘客促進	新規 (追加)		●
2	網走の持つ豊かな地域資源 や地域特性を活かした観光 振興策を展開する。	①自然・歴史・文化・食等の分野ごとに、イン パクトとポテンシャルを迫及した観光素材の ブラッシュアップおよびコンテンツ開発	継続	●	
		②天都山エリアの面的魅力アップに向けた 整備	継続		●
		③網走かわまちづくり構想と連動した街並み 散策コースのPR	新規	●	
3	観光スポットやイベントにお ける観光消費額および滞在 時間の拡大を図る。	①観光スポットにおける観光シーズン中の販 わいの創出と付加価値の向上	新規	●	
		②観光イベントの魅力アップに向けた見直し	新規		●
		③閑散期と繁忙期の対策検討	新規 (追加)	●	

(2) インフラ整備と情報発信力強化、並びに観光DXの推進による観光受入基盤強化戦略【更新】

	戦術	施策内容	前計画との 関連	短期	中・ 長期
1	ICT とメディア、並びに拠点 施設を利用した情報発信力 の強化を図る。	①Web、SNS を活用した情報の積極的発信	継続	●	
		②各種観光情報発信機能の強化	継続	●	
		③網走のデザインイメージやカラーイメージ の検討	新規		●
		④先進的技術を活用した情報の集約・分析	新規		●
2	外国人旅行者に対するわかり やすい観光情報ツールや サインの整備とホスピタリティ の向上を図る。	①外国人旅行者目線による案内サインや二 次交通情報整備等インフォメーションの強化	新規		●
		②外国人旅行者に対する観光事業者など のホスピタリティ向上	継続	●	
3	Wi-Fi 整備情報の発信や店 舗でのキャッシュレス環境を 整備する。	①観光地での Wi-Fi 整備情報の発信	新規	●	
		②市内事業者におけるキャッシュレス化の推 進	新規		●
4	観光事業者や運輸機関、旅 行会社等の連携によるプロ モーションを実施する。	①空港間連携などによるプロモーションの実 施	新規		●
		②JR や沿線自治体との連携による鉄道利用 観光の促進	新規		●
		③クルーズ船の誘致	継続		●

(3) 回遊性向上と網走らしいコンテンツ提供による観光誘致力強化戦略

	戦術	施策内容	前計画との 関連	短期	中・ 長期
1	広域周遊観光の促進を図る。	①ひがし北海道各地域や広域・地域連携 DMO との連携推進	継続		●
		②広域周遊観光促進に向けた仕組みづくり	継続		●
2	空港を活かした交通ネットワークの利便性向上を進める。	①航空路線の維持・拡大と LCC を含む新規路線および国内・国際チャーター便の誘致	継続		●
		②空港運営会社との連携による空港・地域の活性化	新規		●
3	アドベンチャーツーリズム推進のためのコンテンツを整備する。	①イベントの活用と地域連携を通じたアドベンチャーツーリズムの推進	新規	●	
		②地域資源を活かしたアドベンチャーツーリズムメニューの開発	新規	●	
		③網走特有の資源を活用した体験型ツーリズムの推進	新規	●	
4	スポーツツーリズムの推進を図る。	①オホーツク網走マラソンの魅力向上	新規	●	
		②サイクルツーリズムの推進	継続		●
		③スポーツ合宿の誘致	継続	●	
5	認知度・イメージアップによる新たな客層の観光需要を創出する。	①地域資源を活用した体験プログラムの開発等による新たな客層(女性客)などの誘致強化	新規		●
		②フォトジェニックな景観を活用した PR 活動の推進	新規	●	
		③コンテンツツーリズムの推進	新規		●
6	市内二次交通整備と交通に関する情報提供の強化を図る。	①地域内二次交通の環境整備	新規		●
		②運輸機関などと連携した情報発信の強化	継続	●	

(4) 観光振興推進実行体制の強化戦略

	戦術	施策内容	前計画との 関連	短期	中・ 長期
1	地域 DMO を中心とした観光地域づくりを推進する。【更新】	① 地域 DMO による観光推進体制の強化【更新】	新規		●
		②広域および地域連携 DMO との連携強化	新規	●	
		③システムを活用した調査の検討	新規		●
2	観光振興や活性化に向けた市民参画と人材育成を支援する。	①観光シンポジウムの開催等による市民の観光客に対するホスピタリティ醸成	継続	●	
		②観光スキルアップセミナーの開催等を通し、網走観光のリーダーとして活躍できる人材の育成	継続		●
		③ガイドおよび事業者の育成推進	新規		●

5-2. 事業内容

(注)【 】は実施主体。網走市、網走市観光協会および市民については、すべての実施項目の主体者として位置付ける。

戦略（1）地域資源の活用と地域産業の総合力発揮による観光誘致力強化戦略

戦術1 漁業や農業といった網走の基幹産業をはじめ民・学・官による観光振興を推進する。

項目	内容
背景	観光客の興味・関心は、いわゆる顕在化している観光資源から地域の歴史や文化・伝統など地域の風土に根差した非日常体験へと移りつつあります。
施策の概要	網走市は、オホーツク海と四つの汽水湖の恩恵をうけた水産資源の豊富さや道内でも有数の農業生産地として知られています。顕在化している地域ならではの観光資源のみならず、このような網走の基幹産業が有する魅力を活用し、新しい観点や捉え方で磨き上げを図るとともに、網走ならではの資源・魅力の発掘を継続的に行っていきます。
施策の方向性	①民・学・官による連携の促進【商工団体・大学】 付加価値の高い網走ブランドの創出に向け、地域の産業や観光関連事業者、大学、行政が互いに連携を図り事業スキームの構築を目指します。
	②第一次産業などとの連携による旅行商品づくり支援【商工団体・生産者組合】 観光関連事業者や宿泊事業者などと第一次産業とが連携した産業体験など、“網走”を感じられるような旅行商品づくりに対しての支援を行います。
	③海産物や農産物など“網走の食”のPR強化、食資源の活用を図る取組推進【商工団体・生産者組合・民間事業者】 網走での優れた海産物や農産物やその加工品について、関係機関と連携してPRを行い、網走の観光イメージの拡大を図ります。また、飲食店事業者や宿泊事業者等と協議をしながら、網走の食資源の活用強化を図ります。
	④酒造を活用した誘客促進【商工団体・民間事業者】 地域の文化に結び付いている酒造を観光素材として、生産者や飲食店事業者と連携しながら、誘客促進策を検討します。

戦術 2 網走の持つ豊かな地域資源や地域特性を活かした観光振興策を展開する。

項目	内容
背景	観光客の誘致のためには、地域の観光資源、食の優位性、自然や歴史・文化など、地域の魅力を最大限に活用した展開が必要となります。
施策の概要	網走市は、流氷というオホーツク地域以外にはないオンリーワンの観光資源を有しています。他にも優れた農業景観や遠くに知床連山を望む美しい海岸線が眺望できる丘など、多くの資源があります。それらの魅力ある素材をさらに磨き上げし、分野やエリアごとの観光客誘致の取組に活かしていきます。
施策の方向性	①自然・歴史・文化・食等の分野ごとに、インパクトとポテンシャルを追求した観光素材のブラッシュアップおよびコンテンツ開発【商工団体・民間事業者】 網走のもつ魅力をよりインパクトを持って打ち出すために、多様な主体が連携して自然・歴史・文化・食等の豊富な魅力を発揮できるポテンシャルを持った素材の磨き上げと開発を行います。
	②天都山エリアの面的魅力アップに向けた整備【民間事業者】 天都山展望台・オホーツク流氷館や博物館網走監獄、北方民族博物館など、網走の主要な観光資源が集まる天都山エリアの面的な魅力を向上させるための取組を行い、市民にも観光客にも魅力あるゾーン形成を進めます。
	③網走かわまちづくり構想と連動した街並み散策コースのPR【商工団体】 市民生活の中心となっている網走川周辺の美しい自然景観と網走市の街並みを、観光客が好みに応じて気軽に楽しめるよう、PRに努めます。

戦術3 観光スポットやイベントにおける観光消費額および滞在時間の拡大を図る。

項目	内容
背景	観光消費額を最大化するためには、網走市内での滞在時間を拡大することが必要となり、そのためにはそれぞれの観光スポットの回遊性の形成やイベント等における消費拡大の仕掛けが必要となってきました。
施策の概要	観光客が集まる集客スポットでの賑わいの創出と付加価値の向上を図ります。また、現在行われている観光イベントの魅力アップのための見直しに向け、関係者との協議を進めます。
施策の方向性	①観光スポットにおける観光シーズン中の賑わいの創出と付加価値の向上【民間事業者】 フラワーガーデンはな・てんとや大曲湖畔園地、能取岬などにおいて、賑わいの創出と付加価値の向上を目指します。
	②観光イベントの魅力アップに向けた見直し【実行委員会】 網走では「あばしりオホーツク流氷まつり」や「あばしりオホーツク夏まつり」などの他、「オホーツク網走マラソン」など多彩なイベントが開催されています。規模の大小を問わず、それぞれのイベントが市民や観光客にとってより魅力的なものとなるよう取り組みます。
	③閑散期と繁忙期の対策 検討【商工団体・民間事業者】 一定ではない集客状況のマーケティングを行いながら、新たな魅力の掘り起こしやターゲット層の拡大など閑散期の誘客促進を図る一方で、繁忙期については受け入れ体制の強化やオーバーツーリズム対策を検討するなど、年間を通して安定した観光客誘致の実現を目指します。

戦略（２）インフラ整備と情報発信力強化、並びに観光 DX の推進による観光受入基盤強化戦略

戦術１ ICT とメディア、並びに拠点施設を利用した情報発信力の強化を図る。

項目	内容
背景	観光客誘致のためには情報発信が不可欠ですが、観光客にとって魅力ある内容が盛り込まれていることに加え、受け取りやすい情報発信方法である必要があります。旅行スタイルの変化とともに、昨今の ICT 化の時代に合わせた情報発信方法の選択が必要となってきました。
施策の概要	網走の魅力的なコンテンツを揃え、SNS 等の活用による情報の拡散を図るとともに、道の駅等の観光拠点において魅力ある情報発信機能の強化を図ります。
施策の方向性	①Web、SNS を活用した情報の積極的発信【商工団体・民間事業者】 自然景観や美味しい食材、料理、体験などの網走市の魅力は、Facebook や Twitter などの SNS での情報発信や拡散に適した素材となりえます。網走の魅力を発信しやすいツールとして SNS などを活用した情報発信に取り組みます。
	②各種観光情報発信機能の強化【商工団体】 観光客は旅前の情報収集だけでなく、旅中での現地情報収集のため地域の情報発信拠点を訪れて、事前にはなかなか入手できない生の情報を集める傾向が強くなっています。道の駅などのインフォメーション機能を高めるとともに、地域 FM 等での季節の情報や観光客の興味や志向性に沿った情報が提供できるよう、機能強化を図ります。
	③網走のデザインイメージやカラーイメージの検討【商工団体】 網走市のイメージを消費者や観光客に伝わりやすくするために、パンフレット等で使用される網走のデザインイメージやロゴ、カラーイメージの統一化を行い、網走のビジュアルアイデンティティの統一化を検討します。
	④先進的技術を活用した情報の集約・分析【商工団体・民間事業者】 観光客情報を集約・分析し、経営戦略を立てるため、観光 WEB サイトの GA 分析やデジタル広告接触者の来訪計測等の技術を活用し、より効果的なエビデンスベースでの施策立案を図ります。

戦術 2 外国人旅行者に対するわかりやすい観光情報ツールやサインの整備とホスピタリティの向上を図る。

項目	内容
背景	国内旅行が伸び悩む中、訪日外国人旅行者の増加は地域の観光産業にも大きな影響を及ぼす規模になりつつあります。流氷観光シーズン以外にも外国人旅行者が多く見られるようになりました。網走を訪れる外国人旅行者に、この街の魅力を存分に味わっていただけるよう、ツールやサインの見直しなどに取り組んでいく必要があります。
施策の概要	世界遺産知床への入り口である網走市では、来訪者に対する正確な情報提供機能が求められます。特に外国人旅行者にとって移動の不便さを感じさせるバスの利用案内など、情報提供機能を向上させることで観光都市網走の価値を高めます。
施策の方向性	①外国人旅行者目線による案内サインや二次交通情報整備等インフォメーションの強化【民間事業者】 旅行者が必要とする案内は、その目的や国の習慣などによって異なる場合があります。網走市内の案内サインや周辺エリアを含む二次交通情報の整備を行うとともに、ホームページやリーフレット等の多言語によるインフォメーションを強化します。併せて、外国人旅行者がよりスムーズに網走の観光を楽しめるようなサポート体制の構築を図ります。
	②外国人旅行者に対する観光事業者などのホスピタリティ向上【民間事業者】 外国人旅行者に網走観光の魅力を味わってもらうためには、情報発信の多言語化などツールの充実だけでは十分ではありません。外国人旅行者に対する宿泊施設や飲食店、商業施設等におけるホスピタリティがより向上するような取組を行っていきます。

戦術3 Wi-Fi 整備情報の発信や店舗でのキャッシュレス環境を整備する。

項目	内容
背景	訪日外国人旅行者の旅行形態が団体旅行から個人旅行に変化し、地方都市にも訪れて日本人観光客と同じように街を歩く姿がみられるようになった要因の一つとして、携帯端末の普及と Wi-Fi サービスの拡充が挙げられます。また、海外では買い物やタクシー利用がキャッシュレス化されており、今後はキャッシュレスに向けたインフラ整備の面でも世界基準に近づけていく必要があります。
施策の概要	日本人観光客や外国人旅行者をより多く取り込むために、Wi-Fi 情報の発信やキャッシュレス対応を推進します。
施策の方向性	①観光地での Wi-Fi 整備情報の発信【商工団体】 市内 Wi-Fi 情報について、観光協会の観光サイト等で周知を図ります。
	②市内事業者におけるキャッシュレス化の推進【商工団体・民間事業者】 飲食店、商業施設、二次交通利用等の際のキャッシュレス化を商店街や各事業者と協議しながら推進します。

戦術 4 観光事業者や運輸機関、旅行会社等の連携によるプロモーションを実施する。

項目	内容
背景	網走市に多くの観光客を迎え入れるためには、網走市の魅力の増大と情報発信だけではなく、網走市までのルートをつなぐ観光事業者や運輸機関、旅行会社等の協力が不可欠となってきます。
施策の概要	来道する旅行者が網走まで足を運んでくれるための方策として、網走観光の玄関口である女満別空港や道内他地域の空港、JR 利用の観光客に向けた沿線地域、クルーズ船の寄港地等の連携によるプロモーション等に取り組みます。
施策の方向性	①空港間連携などによるプロモーションの実施 釧路、帯広、旭川など道内他空港や中部国際空港セントレアや関西国際空港などとの連携により、空港を中心とした周遊観光ルートを形成し、イン・アウトが異なる空港利用による北海道観光の魅力を創出するなど、複数の空港が連携したプロモーションを実施します。
	②JR や沿線自治体との連携による鉄道利用観光の促進 JR 北海道と連携を図りつつ JR 利用の旅を楽しむ旅行スタイルの増加を推進し、釧網本線・石北本線沿線地域や JR との連携により、鉄道利用によるオホーツク観光の魅力を高めます。
	③クルーズ船の誘致 クルーズ船の寄港は、多くの乗船客が寄港地を訪れ、その消費活動による大きな経済効果が見込め地域振興につながることを期待されていることから、引き続き各寄港地や関係機関と連携したプロモーションに取り組みます。

戦略（3）回遊性向上と網走らしいコンテンツ提供による観光誘致力強化戦略

戦術1 広域周遊観光の促進を図る。

項目	内容
背景	個人旅行化が進む中、旅行スタイルも変化し、広域周遊や拠点周遊などそれぞれの地域を楽しむ観光客も増えてきました。網走への来訪者を増やし、滞在を促進するためには、網走市単体の魅力形成だけでなく、より広いエリアでの魅力形成によって網走方面へ誘客する必要があります。
施策の概要	網走地域への観光客の入込み増加と滞在日数の拡大を促進するため、網走市を中心とするエリアの魅力の向上を図り、広域での連携による広域周遊観光を推進します。
施策の方向性	①ひがし北海道各地域や広域・地域連携 DMO との連携推進 ひがし北海道各地域や広域連携 DMO の北海道観光振興機構をはじめ地域連携 DMO などとも連携を図ります。
	②広域周遊観光促進に向けた仕組みづくり 他地域の自治体や交通事業者等との連携を進め、広域周遊観光や拠点周遊観光の促進に向けて、観光客の視点に立ったルート形成と商品造成に取り組みます。

戦術 2 空港を活かした交通ネットワークの利便性向上を進める。

項目	内容
背景	道内 7 空港の一括民営化に向けて、運輸機関や観光事業者を取り巻く環境も大きく変化しつつあります。空港民営化の動きを網走観光振興の機会ととらえ、他の地域や空港運営会社との連携を図る必要があります。
施策の概要	道内外空港間を結ぶ路線の拡大と活性化に向けて、空港周辺地域や空港運営会社との連携を図り、併せて空港からの二次交通の整備に取り組みます。
施策の方向性	①航空路線の維持・拡大と LCC を含む新規路線および国内・国際チャーター便の誘致【商工団体】 航空関係者や空港運営会社との連携を強め、女満別空港および道内の航空ネットワークの充実強化を図り、国内外の空港からの LCC の誘致に取り組むなど、新規路線の開設、定期路線の拡充を目指すとともに、国内・国際チャーター便の誘致を目指して、東アジア各国や地域へのプロモーションを強化します。
	②空港運営会社との連携による空港・地域の活性化【商工団体】 空港周辺自治体や地元企業、空港運営会社などと連携を図り、空港や地域の活性化に取り組みます。

戦術3 アドベンチャーツーリズム推進のためのコンテンツを整備する。

項目	内容
背景	アドベンチャーツーリズムやサステナブルツーリズムは、訪日外国人を誘致する主要なコンテンツとして注目されています。網走においても海や湖、丘などの自然環境が備わっており、地域性を活かした観光メニューとして整備していく必要があります。 また、観光地として魅力のある自然環境が将来失われることのないよう、持続可能かつ発展性のある受入体制づくりが求められます。
施策の概要	環境への負荷軽減などに配慮しながら、網走市内でのアドベンチャーツーリズムのコンテンツを活用し、インバウンドを含む自然体験型観光需要に対応するメニューの開発や体験事業者の育成等を行います。
施策の方向性	①イベントの活用と地域連携を通じたアドベンチャーツーリズムの推進 【民間事業者】 自然体験型イベントなどの開催を通じて、受入環境の整備や体験事業者の育成などを図り、アドベンチャーツーリズムのPRと受入拡大を行います。
	②地域資源を活かしたアドベンチャーツーリズムメニューの開発 【民間事業者】 地域の自然環境や観光資源を活用したアドベンチャーツーリズムのメニュー開発を推進します。特にアドベンチャーツーリズムのニーズがあるインバウンドに対応し、夏のメニューや冬のメニュー開発を推進します。
	③網走特有の資源を活用した体験型ツーリズムの推進【民間事業者】 川や湖、オホーツク海などの親水地域やすぐれた農業景観に囲まれた農業地帯を活用した体験メニューを開発し、体験型ツーリズムの推進に取り組みます。冬の流水を活用した体験メニューや夏の網走湖を活用した体験メニューなど、関連する事業者にも観光客にも価値ある体験型ツーリズムの実現を目指します。

戦術 4 スポーツツーリズムの推進を図る。

項目	内容
背景	国内のマラソン人口は、拡大期から成熟期に移り、一方、サイクルツーリズムも国際的な盛り上がりを見せ、瀬戸内エリアや沖縄で行われるサイクリングの大会には、台湾や韓国等からの参加者も見られるようになってきました。網走市の自然環境と景観を活かしたスポーツツーリズムは、この地域ならではの魅力の発信につながります。
施策の概要	網走および周辺エリアでのマラソンやサイクリングなどスポーツツーリズムを推進するとともに、スポーツ合宿の誘致・受入を引き続き充実させていきます。
施策の方向性	①オホーツク網走マラソンの魅力向上【実行委員会】 オホーツク網走マラソンは第1回大会から2,000名を超える参加者があり、3年連続で全国ランニング大会100選に選ばれ高評価を得ています。マラソン大会の内容を拡充し、網走の魅力の一つとしてさらに大きく育てていきます。
	②サイクルツーリズムの推進【民間事業者】 地域のサイクリング協会等関係者との連携を図り、広域で連携したルート設定によるサイクルツーリズムを推進します。
	③スポーツ合宿の誘致【スポーツ団体・民間事業者】 ラグビー合宿をはじめとする各種スポーツ合宿の誘致を推進するため、練習環境の整備、受入体制の強化を図ります。

戦術 5 認知度・イメージアップによる新たな客層の観光需要を創出する。

項目	内容
背景	団体型旅行から個人型旅行へのシフトやニーズの変化に伴い、旅行形態や目的の多様化が進展し、例えば、小グループによる旅行や「女子旅」と呼ばれる女性同士の旅行やアニメやゲームの舞台となった聖地を巡礼するコンテンツツーリズムの需要が増えています。新しい客層のニーズにあったコンテンツを提供することが、地域の観光振興にとって重要さを増してきています。
施策の概要	網走の地域資源の見直しや再発見を通して、新たな客層の誘致を意識した PR 活動を行います。
施策の方向性	①地域資源を活用した体験プログラムの開発等による新たな客層（女性客など）の誘致強化【商工団体・民間事業者】 網走の美しい自然や田園風景、知床連峰を望む海岸線など、ロマンチックな景観の中で楽しむ乗馬体験や農業体験を中心に、体験プログラムの開発を行い、新たな客層（女性客など）の誘致を行います。
	②フォトジェニックな景観を活用した PR 活動の推進【商工団体・民間事業者】 網走および周辺の景観の美しさを伝えられる景観素材の画像を集め、いわゆる“インスタ映え”のする空間や自然景観の豊富さを PR し、新たな客層（女性客層など）の誘致を行います。
	③コンテンツツーリズムの推進【商工団体・民間事業者】 網走を舞台とした作品を活用した PR や誘客力のあるコンテンツとの連携を図り、新たな客層の誘致を行います。

戦術 6 地域内二次交通整備と交通に関する情報提供の強化を図る。

項目	内容
背景	地域内の二次交通については、個人化や多様化、リピーター化、インバウンドの増加など旅行形態や市場環境の変化により、観光地の利便性を向上させる役割を担うようになってきました。網走市が優れた観光地を目指すためにも、地域の観光資源が分散型に所在している地域特性や需要の変動特性などを踏まえ、適切な二次交通の整備が求められています。
施策の概要	二次交通の利便性向上と、来訪者にとって分かりやすい周辺のエリアを含めた交通情報の発信に取り組みます。
施策の方向性	①地域内二次交通の環境整備【商工団体】 地域内の二次交通の利便性向上に向けて、観光資源が分散型に所在する地域特性や需要の変動特性などを踏まえ、環境整備に取り組みます。需要と供給のバランスの確保が困難であるなど、定期的な公共交通機関等の運行が困難な観光スポットでは、手軽な交通手段なども含めて地域の交通事情を把握し、適切な交通手段の検討に取り組みます。
	②運輸機関などと連携した情報発信の強化 来訪者にとって二次交通情報は分かりにくく、情報発信の強化に向けては、運輸機関をはじめとして、ひがし北海道自然美への道 DMO などとの連携や、スマートフォンなどで検索・予約・決済を一括して行える観光型 MaaS（二次交通統合型サービス）の動向も注視し、交通に関する情報を一元的に発信できるような環境整備に取り組みます。

戦略（４）観光振興推進実行体制の強化戦略

戦術１ 地域 DMO を中心とした観光地域づくりを推進する。

項目	内容
背景	日本版 DMO は、多様な関係者との連携による地域一体で魅力的な観光地域づくりを戦略的に行う舵取り役として機能すると期待されています。旅行の個人化に伴い、体験観光や地域の歴史・文化体験、地元住民との交流などいわゆる着地型の観光が主流となっており、日本版 DMO の設立が進められています。 観光地域づくり法人（DMO）は、多様な関係者と協同しながら、地域全体の観光振興を図るための組織です。継続的に収集・分析したデータに基づく戦略の策定、地域の魅力の向上に資する着地整備に関する地域の取組の推進、観光関連事業と戦略の整合性に関する調整・仕組みづくり、プロモーションが基礎的な役割・機能であるとされています。
施策の概要	網走市においても観光業が地域経済の一つの柱としての役割を担う推進組織を構築します地域 DMO と連携して取り組みを支援します。
施策の方向性	①地域 DMO 設立による観光推進体制の強化【商工団体・生産者組合・民間事業者】 地域 DMO と市や関係団体が連携して地域 DMO の設立準備を進め、観光で地域が豊かになるための連携や仕組みの創出を推進していきます。 ②広域および地域連携 DMO との連携強化 北海道には全道を包括する広域連携 DMO（公社）北海道観光振興機構や、ひがし北海道エリアの地域連携 DMO、（一社）ひがし北海道自然美への道 DMO などがあり、これらの DMO と連携を強化し、市や地域 DMO が連携して道東・オホーツクエリアを中心に観光振興のタイアップを図ってまいります。 ③システムを活用した調査の検討 網走に来訪する日本人および外国人に対し、動態調査や満足度調査の実施を検討する。