

第2章

観光を取り巻く 市場環境と課題



2-1

市場環境

(1) 政策・制度環境（国の方針・支援制度・DMO）

「第5次観光立国推進基本計画」において、2030年のインバウンド観光客数6,000万人、消費額15兆円の目標に掲げる方針を示しており、観光立国推進政策が市場拡大を後押ししています。また、中国・インド向けのマルチVISA発給要件緩和やASEAN諸国向けビザ免除プログラムの拡大、eVISAシステムの対象国拡大など、継続的なVISA緩和政策が実施されています。

地方創生・地域振興では、観光庁の登録DMO（広域連携DMO・都道府県DMO・地域DMOなど）の制度運用・支援を通じて、地域の観光経営体制の強化が進んでいます。あわせて、観光庁の「地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化事業」、「地域観光魅力向上事業」、「宿泊施設サステナビリティ強化支援事業」等により、観光地の高付加価値化と受入体制の強化が図られています。さらに、国土交通省の「地方空港等受入環境整備事業費補助金（空港受入体制強化支援事業）」により、地方空港でのインバウンド観光客を含む利用者の受入体制も強化されています。

(2) 経済環境（為替・物価・所得・観光単価）

2023年後半からの円安傾向によりインバウンド観光客が増加し、インバウンド観光消費は過去最高値を更新しています。国内においては、実質賃金の停滞により国内観光客は「節約と贅沢の二極化」が進行しています。一方、インバウンド観光客の1人当たり消費額は増加傾向にあり、体験型消費や上質な宿泊施設への需要が増加しています。

日本の名目GDPがドイツに抜かれて世界4位となるなど、為替を通じた物価への影響等による宿泊・飲食・交通費の値上げ等、物価上昇圧力が国内観光客の旅行回数や宿泊数に影響を与える一方、高付加価値サービスへの需要拡大も見られます。世界経済ではアジア市場の回復基調が鮮明であり、北米・欧州からの長期滞在型・高単価訪問者も増加しています。

(3) 社会環境（人口動態・価値観・消費行動）

日本の人口減少・高齢化が進む一方、インバウンド観光客は幅広い年齢層で増加しております。2025年の速報値では、インバウンド観光客は4,268万人と過去最高を更新し、インバウンド観光消費額は9.5兆円と、10兆円に迫る水準まで拡大しています。

ロシアによるウクライナ侵攻の長期化は、燃料価格・航空運賃・物流コストに影響を及ぼし、旅行にかかる費用や飛行機の運航スケジュールに波及しました。加えて、2025年にトランプ政権下において米国の関税政策の影響により、世界の物価上振れリスクと貿易の不確実性が高まっています。

観光における価値観は「モノ消費」から「コト消費」へ、さらにその場でしか味わえない「トキ消費」や「社会的意義を感じる体験」へと変化しています。SNSでの共有を前提とした観光体験設計がスタンダードになっています。また、環境配慮やSDGsを重視するサステナブルツーリズムや、ユニバーサルツーリズムなど多様性への配慮も急速に普及しています。テレワーク普及により「ワーケーション」や「ブレジャー」など複合目的の旅行形態が拡大し、平日分散・長期滞在型観光の可能性も拡大しています。

(4) 技術・デジタル環境（販促・受入・生産性向上）

多言語対応AIコンシェルジュの普及や、AIによる旅程最適化など、AI技術の活用が進んでいます。また、SNS閲覧による目的地選定が主流化し、インフルエンサーマーケティングが台頭しています。さらには、観光地MaaS (Mobility as a Service) の実証実験やシェアリングモビリティの定着により、二次交通・ラストワンマイル課題への新たな取組が進んでいます。そして、QRコード決済の国際標準化やデジタル地域通貨の活用も進み、決済データを活用した観光行動分析も深化しています。

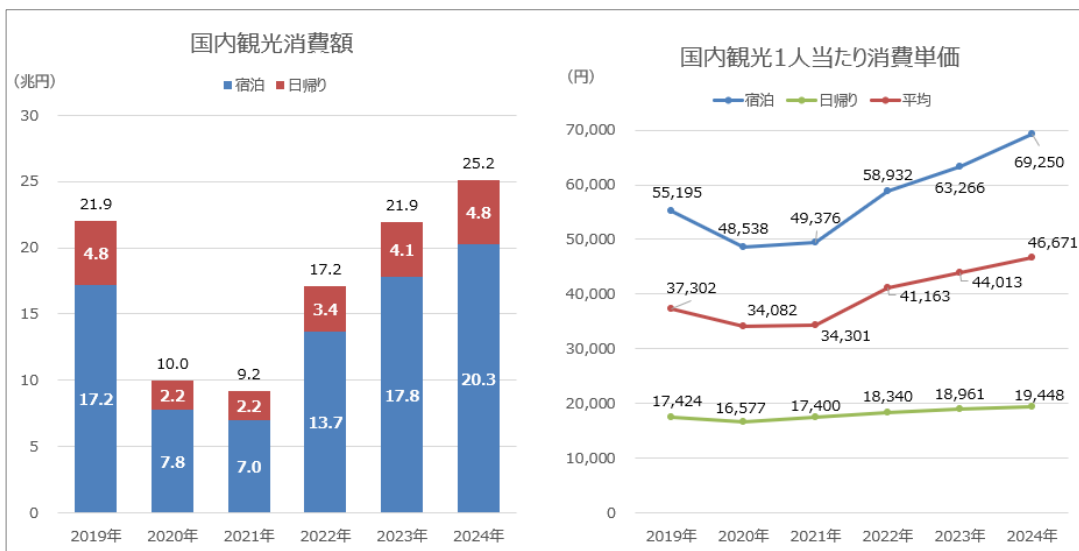
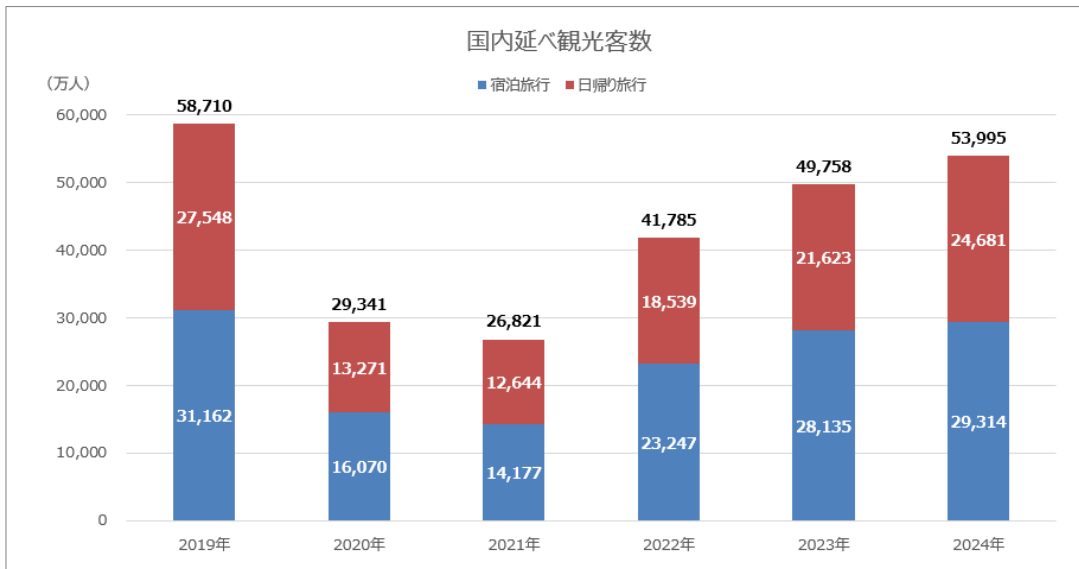
2-2

観光マーケットの動向

(1) 国内観光マーケットの動向

①市場規模

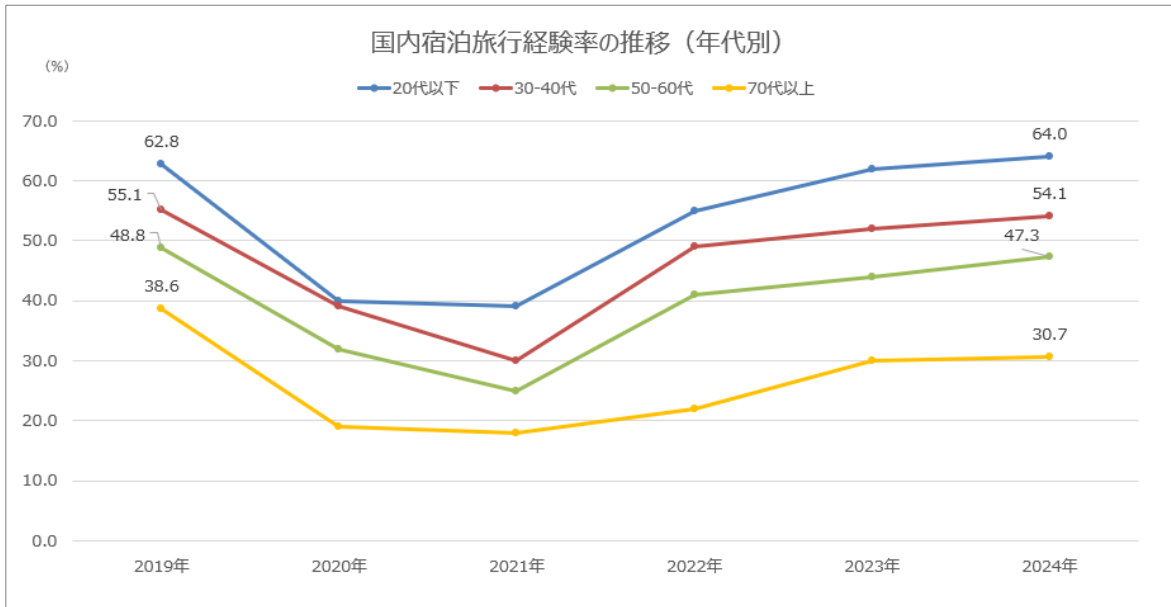
国内延べ観光客数は、2022年以降増加基調にあり、2024年は5億3,995万人（宿泊2億9,314万人、日帰り2億4,681万人）となっています。国内観光消費額は2024年に25.2兆円となり、コロナ禍前の水準を超えています。1人当たり観光消費単価も上昇基調にあります。



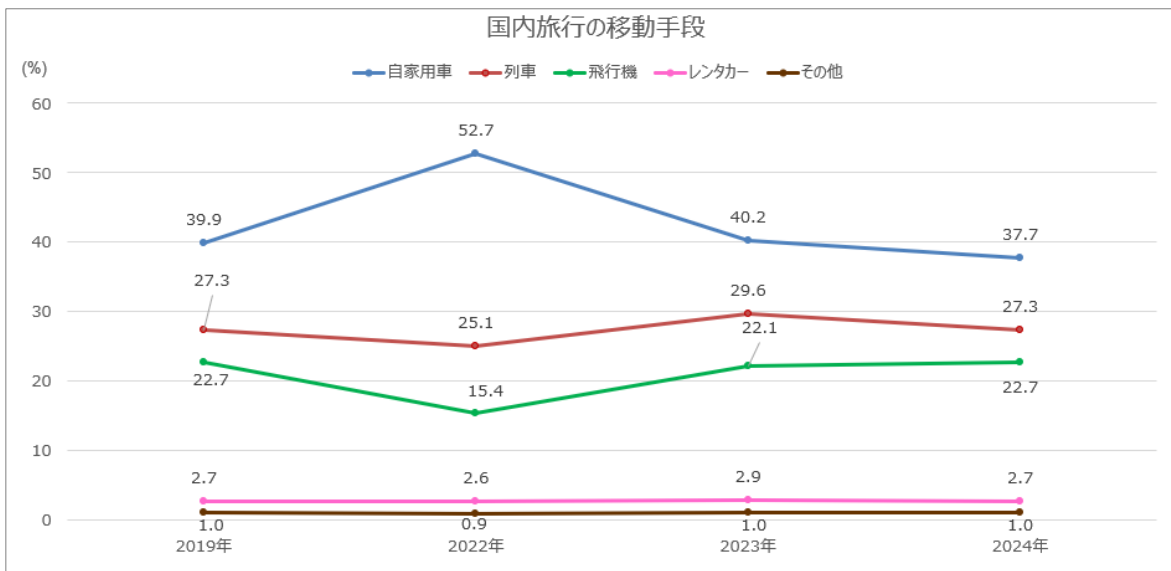
出典：「旅行・観光消費動向調査2024年 年間値（確報）」（観光庁）より作成

②観光客動向

年代別国内宿泊旅行経験率は、若年層ほど高く、堅調に回復しています。観光ニーズとして、若い世代ほど SNS などで見かけた魅力的な食べ物や風景をきっかけに旅行先を決定する傾向がみられ、「何をするか」が重視されてきています。移動手段は、コロナ禍で減少した「列車」や「飛行機」といった公共交通機関の利用率が、2023年以降はコロナ禍前の水準に戻っています。



出典：「令和7年版観光白書について」（観光庁）より作成



出典：「旅行年報 2025」（公共財団法人 日本交通公社）より作成

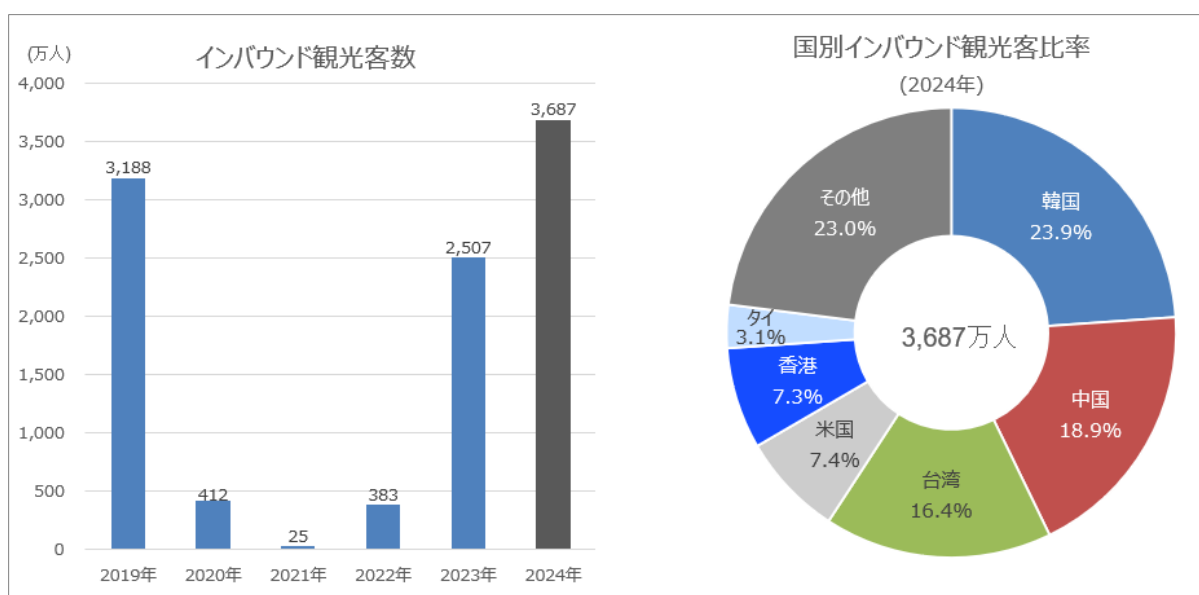
(2) インバウンド観光マーケットの動向

①市場規模

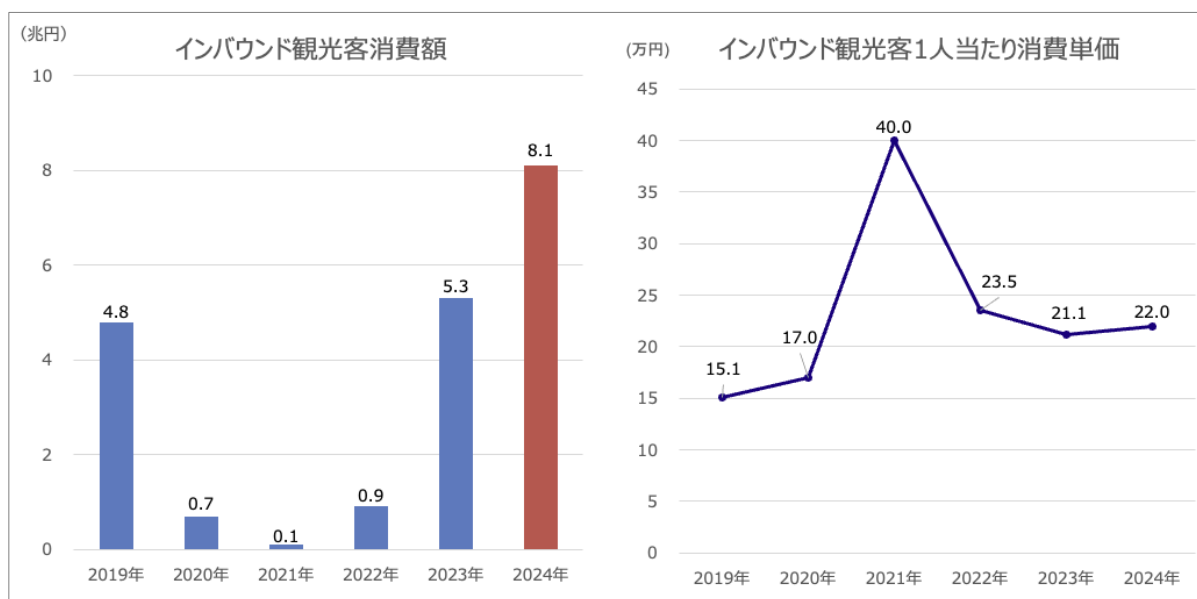
インバウンド観光客数は回復が続き、2024年は3,687万人と過去最高を記録しています。

国別では韓国、中国、台湾、米国、香港の順となっています。インバウンド観光消費額も2024年に8兆1,257億円と過去最高額を更新しました。1人当たり消費単価も約22万円と高い水準にあります。

さらに、2025年の速報値では、インバウンド観光客数は4,268万人と再び過去最高を更新し、インバウンド観光消費額も9.5兆円と、10兆円に迫る規模へと拡大しています。



出典：「訪日外客統計」（日本政府観光局（JNTO））より作成

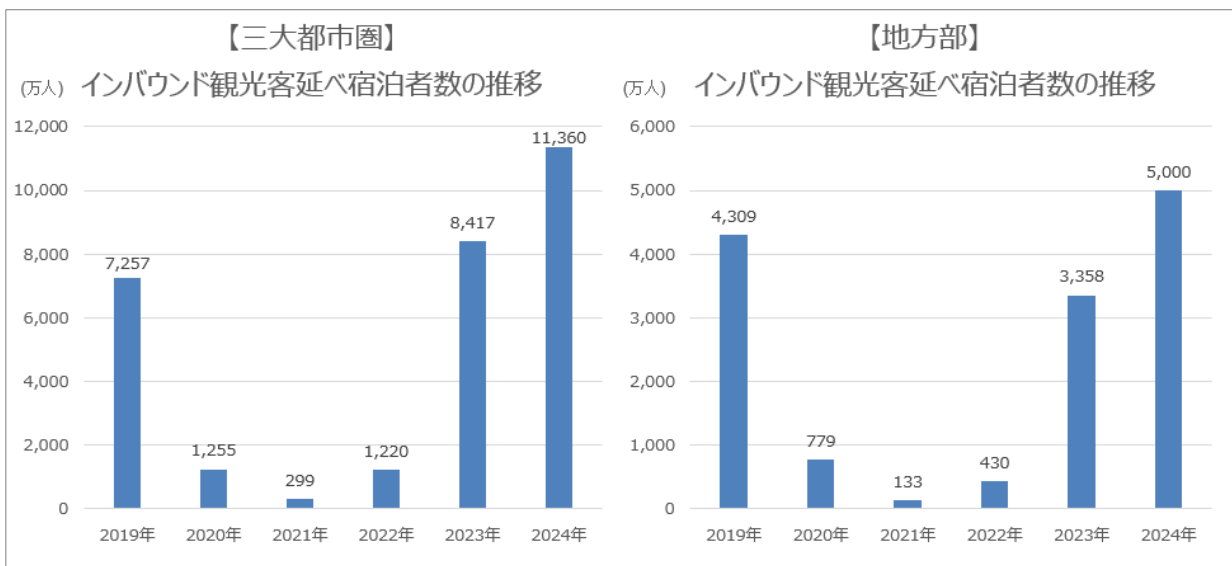


出典：「訪日外国人の消費動向」（観光庁）より作成

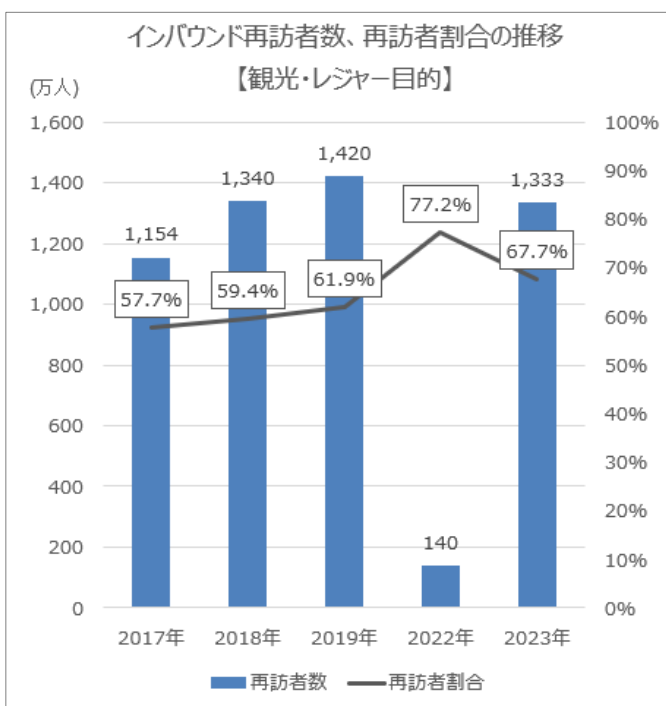
②観光客動向

インバウンド観光客の延べ宿泊者数は、三大都市圏・地方部ともに増加しており、特に地方部の伸び率が好調です。2023年のインバウンド再訪者割合は67.7%とコロナ禍前より上昇しています。訪日回数が増えると、北海道など地方部の訪問比率が高まる傾向がみられます。

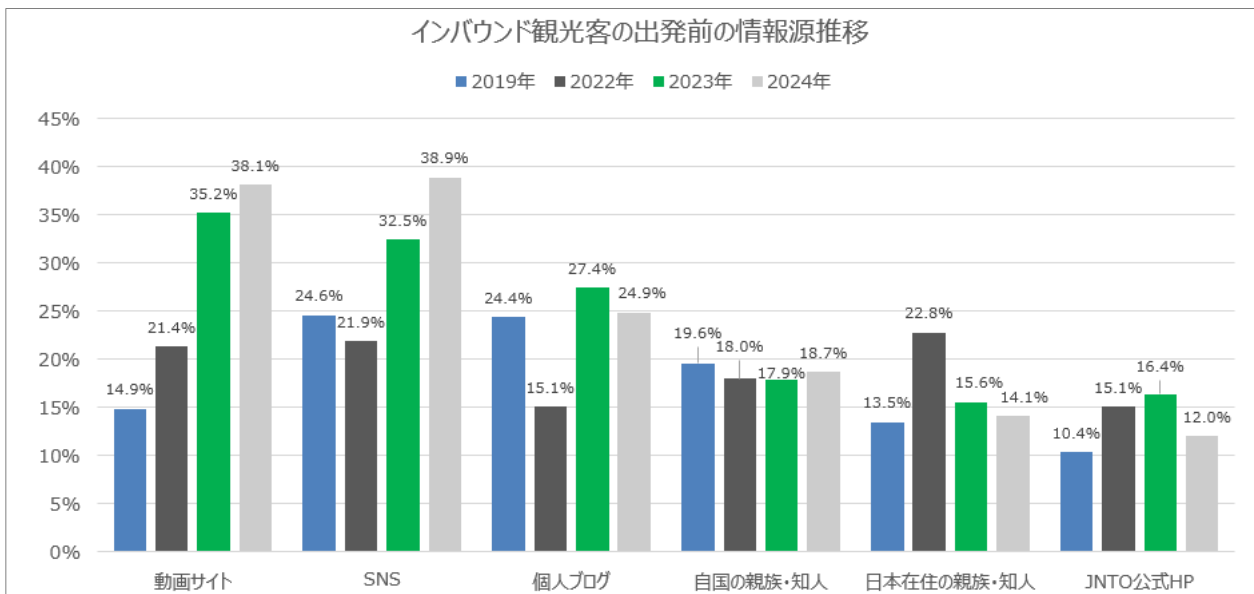
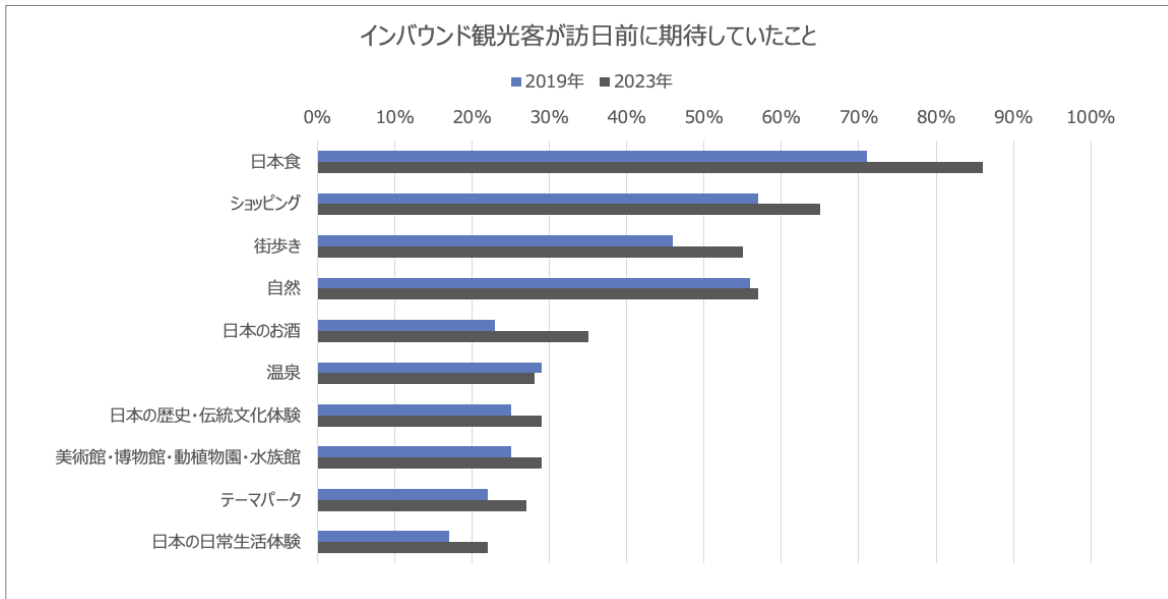
訪日前に期待していたこととして「日本食」が最も多いですが、「日本の歴史・伝統文化体験」や「日本の日常生活体験」への関心も高まっています。出発前の情報源として、2024年には「動画サイト」(38.1%)と「SNS」(38.9%)と、情報収集の主流となっています。



出典：「旅行・観光消費動向調査2024年 年間値(確報)」(観光庁)より作成



出典：「訪日外国人旅行者(観光・レジャー目的)の訪日回数と消費動向の関係について」(観光庁)より作成



出典：「訪日外国人消費動向調査」（観光庁）より作成

(3) 全国の観光動向概要

国の観光立国推進政策や円安傾向を背景に、インバウンド観光市場は強力な回復を見せています。

国内観光客は若年層の回復が堅調であり、インバウンド観光客も含め「コト消費」や体験を重視する旅行や旅先の魅力を SNS で発信する楽しみが広がっています。

インバウンド観光客の情報収集は動画や SNS が主流となっており、デジタル技術を活用した情報発信と受入体制の整備が不可欠です。

インバウンド観光客の再訪者の増加は地方への分散を促す傾向があり、地方部での誘客強化が重要となっています。

2-3

北海道の動向

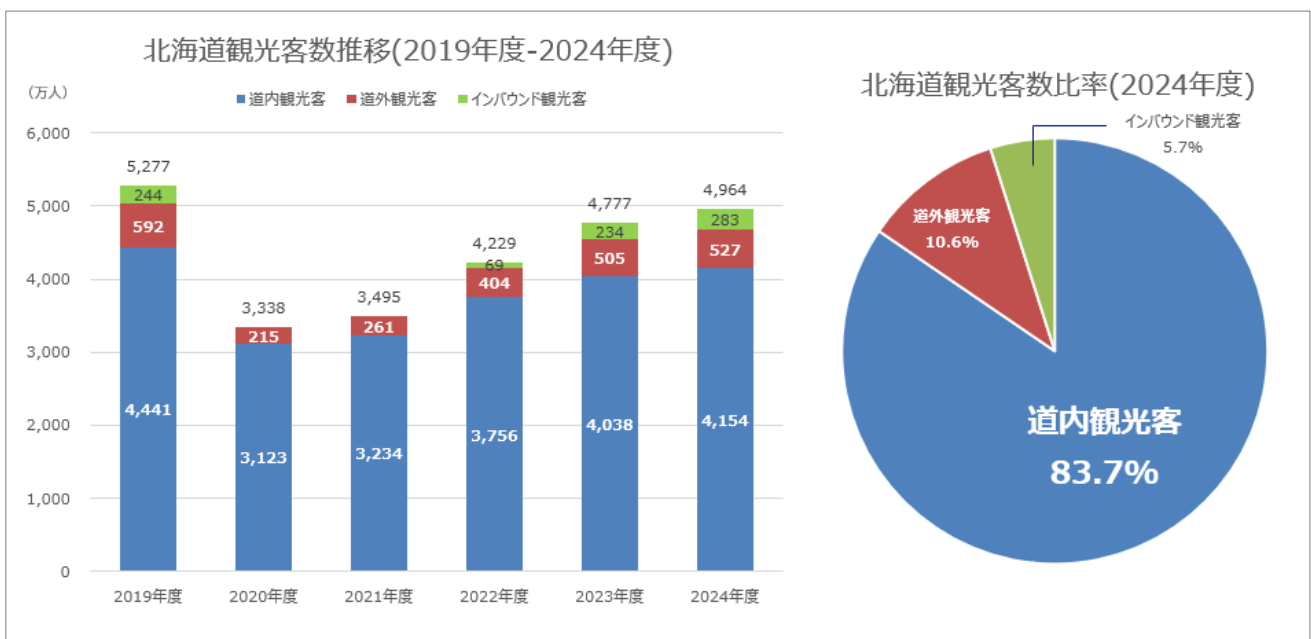
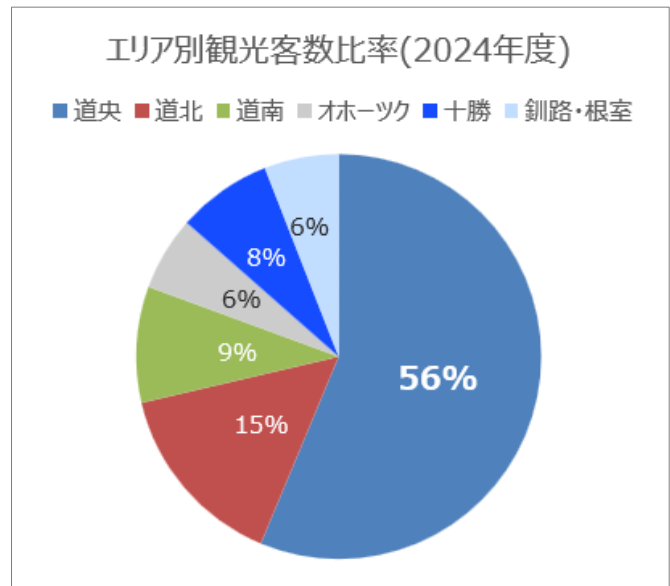
(1) 国内観光客の状況

①観光客数・動向

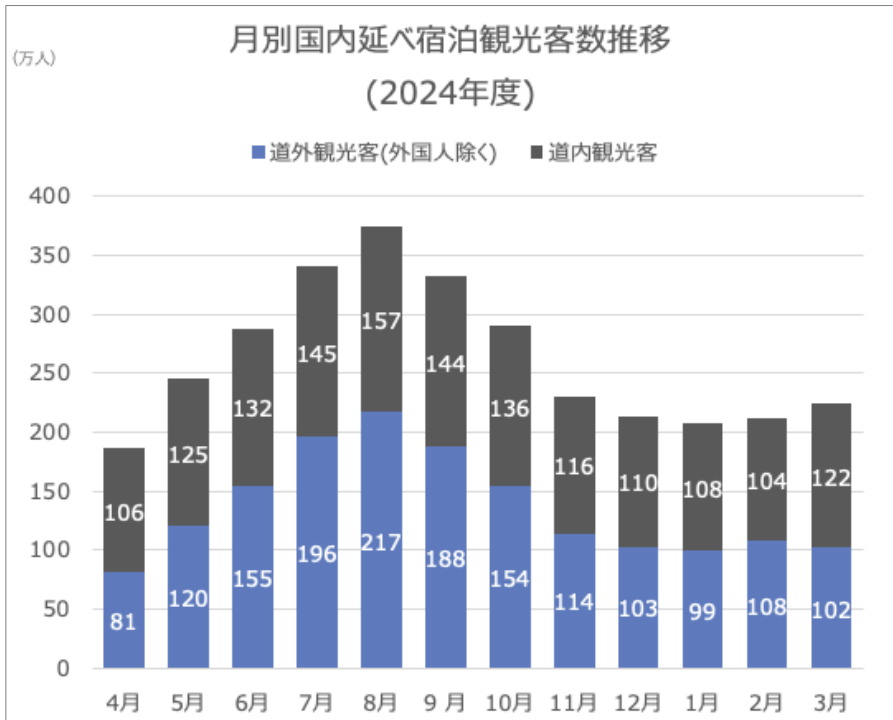
2024年度の北海道観光客数は4,964万人で増加基調にあります。

構成比は道内客が83.7%と大半を占め、道外観光客は10.6%、インバウンド観光客は5.7%となっています。

エリア別では道央(札幌圏など)に観光客数の半数以上(56%)が集中しており、網走市が属するオホーツク圏のシェアは6%となっています。季節別では国内観光客は夏季(8月)にピークを迎えます。



出典：「北海道観光入込客数調査報告書」(北海道経済部)より作成

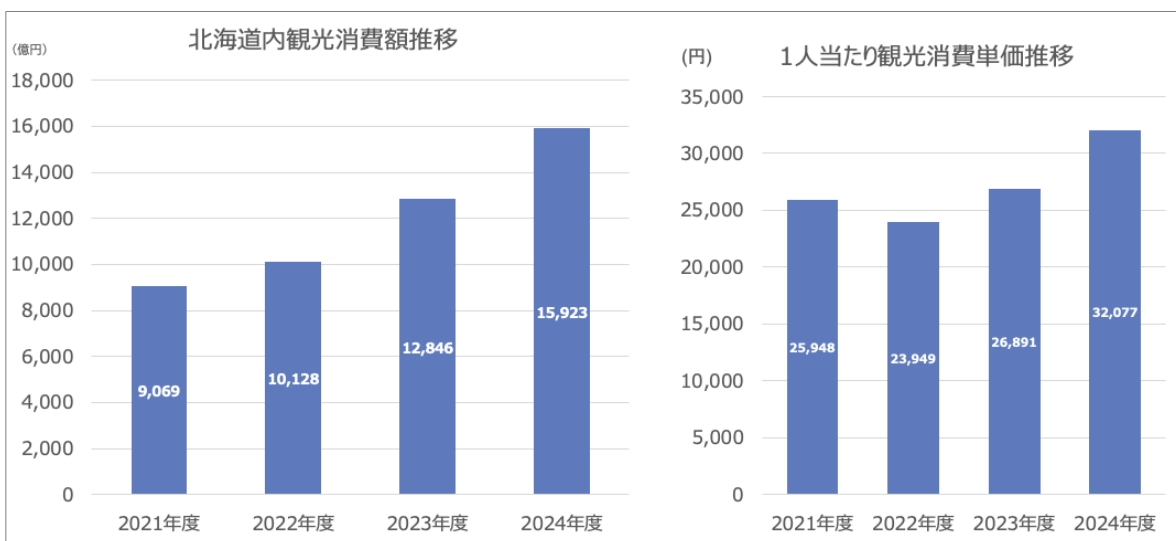


出典：「北海道観光レポート」（HTO 北海道観光機構）より作成

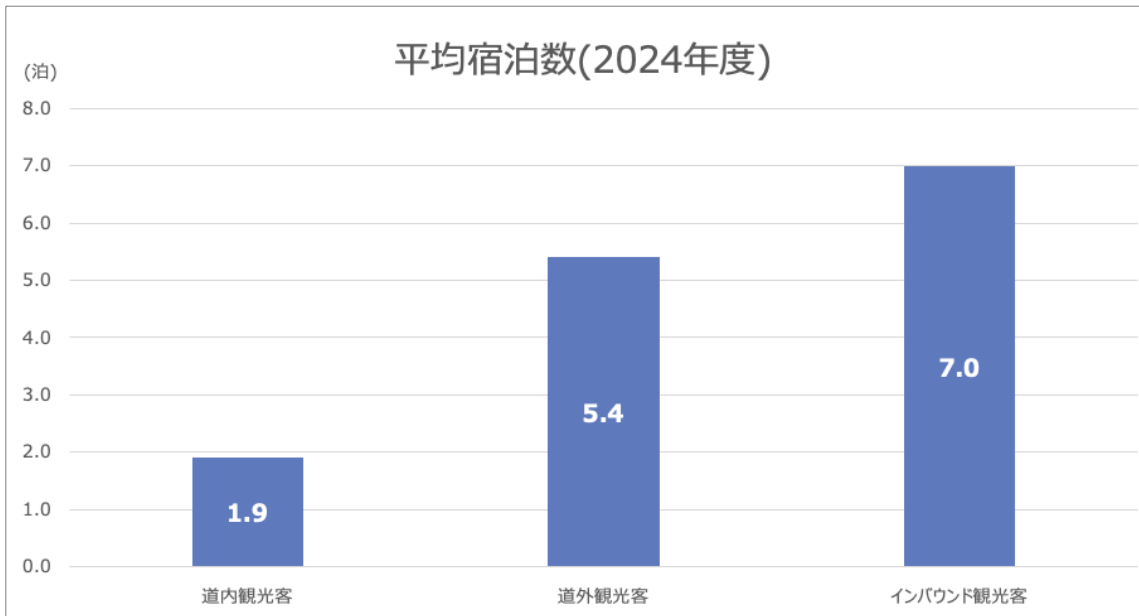
②消費・滞在

2024年度の道内観光消費額は1兆5,923億円と前年比で増加しています。1人当たり観光消費単価は32,077円となっています。

平均宿泊数は、道内観光客が1.9泊、道外観光客が5.4泊、インバウンド観光客は7泊となっています。



出典：「北海道観光レポート」（HTO 北海道観光機構）より作成

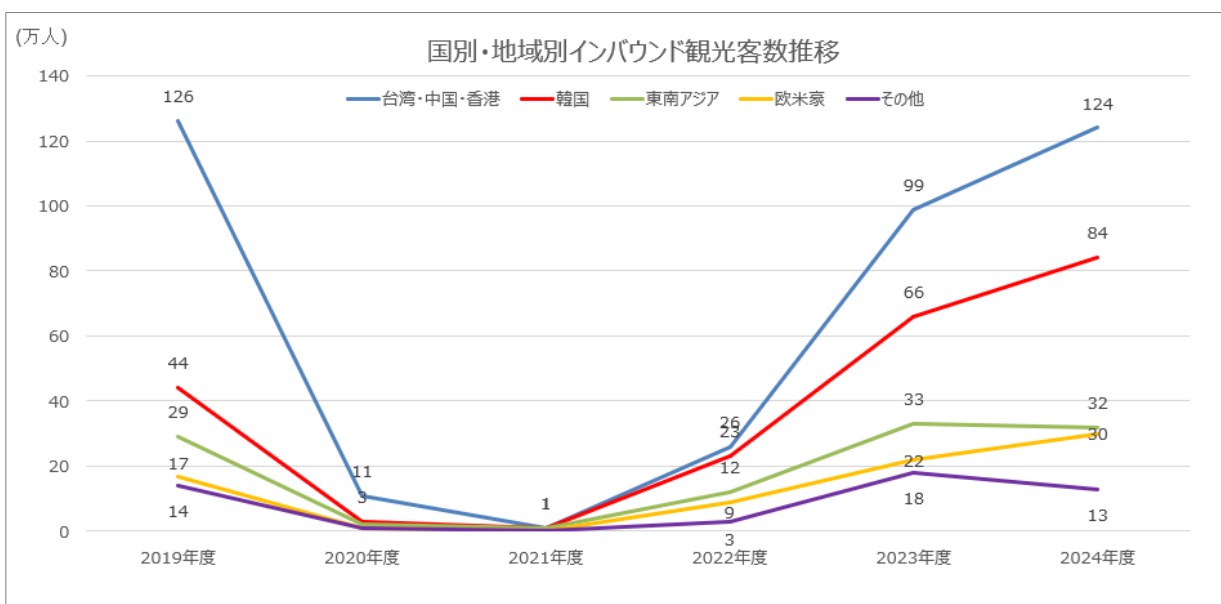


出典：「令和6年度北海道来訪者満足度・観光産業経済効果調査事業」（HTO 北海道観光機構）より作成

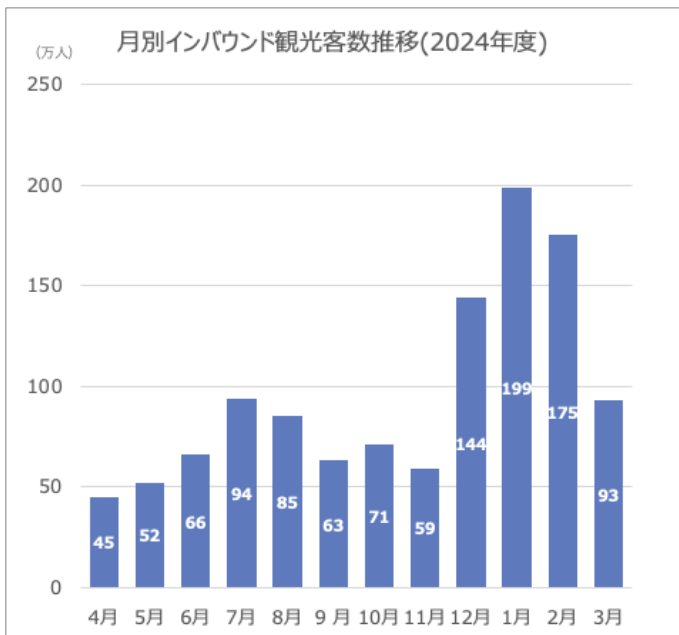
(2) インバウンド観光客の状況

①観光客数・動向

北海道のインバウンド観光客市場は韓国（84万人）と東アジア（台湾・中国・香港で124万人）が牽引しています。季節別では、国内観光客と異なり、ウィンタースポーツや流氷観光などを目的とした冬季（1月・2月）にピークを迎えます。



出典：「北海道観光入込客数調査報告書 令和6（2024）年度」（経済部観光局観光振興課観光企画）より作成



出典：「北海道観光レポート」（HTO 北海道観光機構）より作成

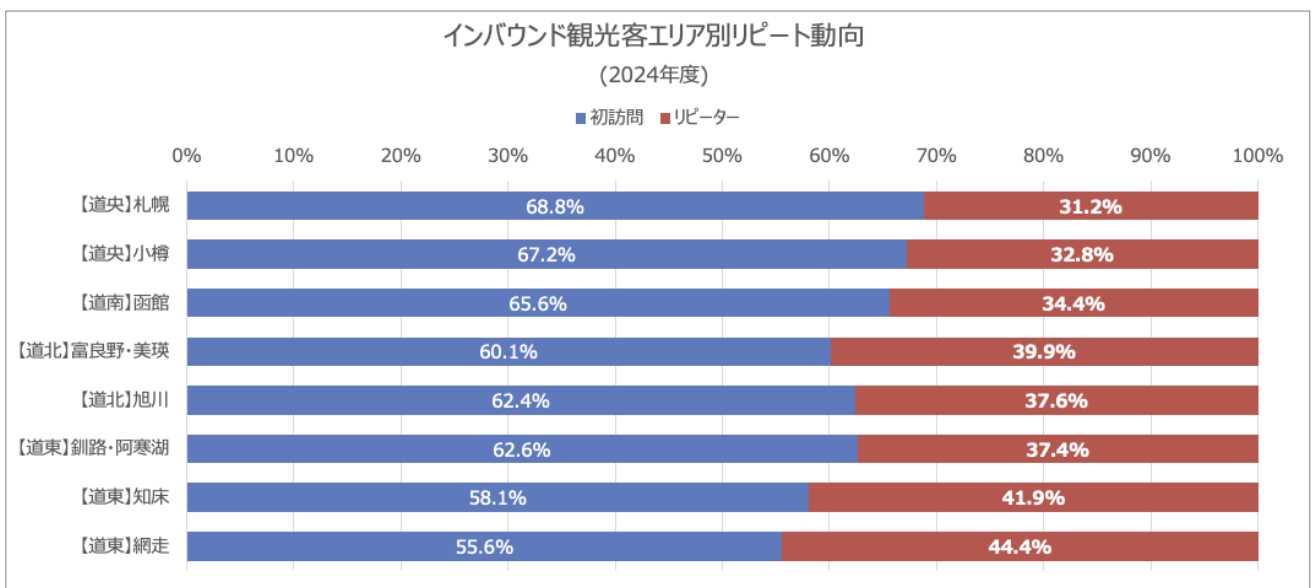
②滞在・移動

前述のとおり、インバウンド観光客の平均宿泊数は7.0泊と、国内客より大幅に長くなっています。

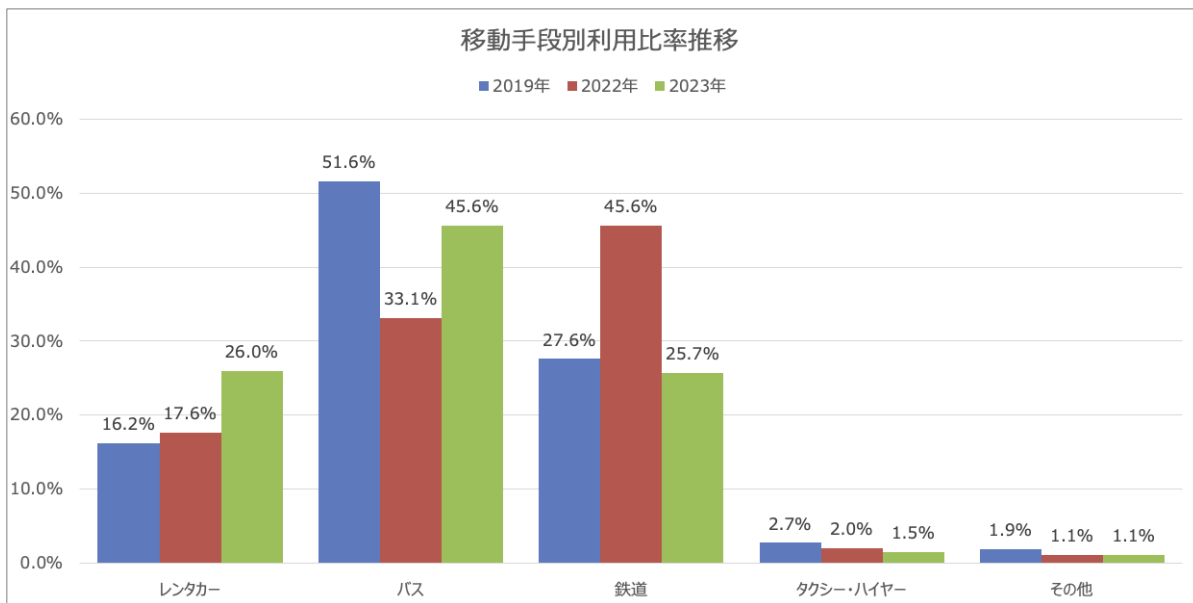
初来道客は札幌などの道央エリアが中心ですが、再訪者になると道東（網走・知床・釧路など）や道北（富良野など）の比率が高まる傾向が明確にみられます。

移動手段としてレンタカーの利用率が増加傾向にありますが、冬季の運転が不安視されています。

また、特急列車やローカルバスは、多言語案内の不足、路線数や冬季運行の不安定さなどが課題となっています。



出典：「観光統計データ」（HTO 北海道観光機構）より作成



出典：「e-stat 訪日外国人観光客動態調査 2024」（独立行政法人統計センターHTO 北海道観光機構）より作成

2-4

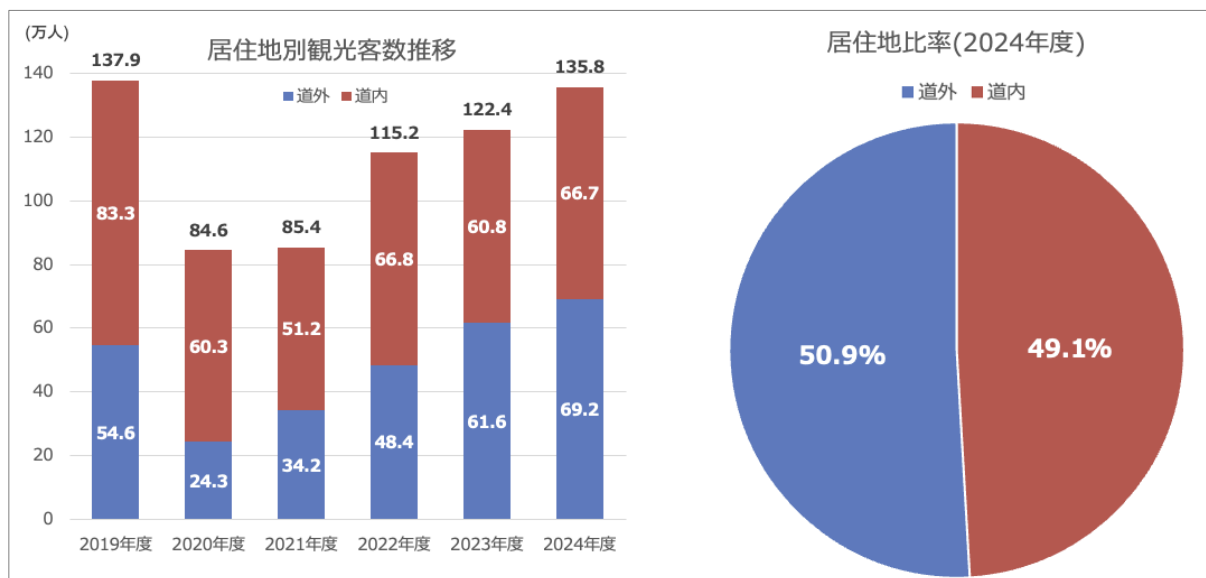
網走市の動向

(1) 網走市観光客数の状況

①居住地別観光客数

2024年度の網走市への観光客数は135.8万人で、前年比+10.9%と回復傾向にあります。

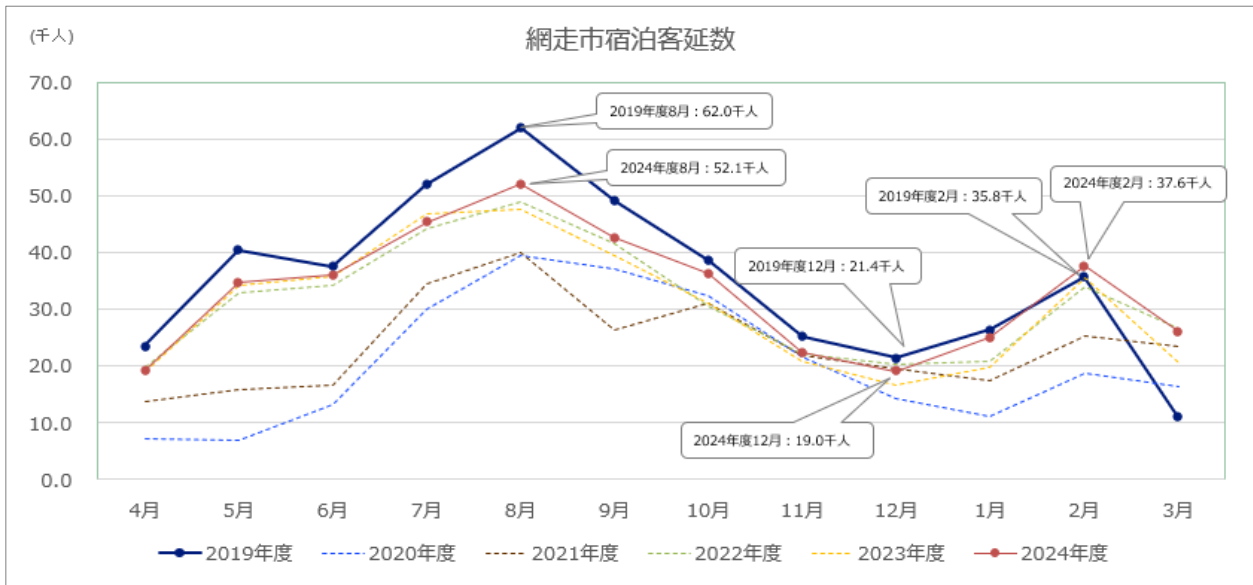
居住地別では道外観光客が50.9%を占めており、道外観光客比率が10.6%である北海道全体の平均と比較し、道外からの訪問者が極めて多いことが特徴です。



出典：「令和6年度 網走市観光消費動向調査報告書」（網走市観光商工部観光課）より作成

②季節別宿泊観光客数

月別の宿泊観光客数は、夏季（8月）と冬季（2月）にピークがあり、特に流氷観光による冬季の集客が顕著です。一方、春（4月～6月）と秋（10月～12月）は宿泊観光客数が大きく落ち込む閑散期となっており、2024年度の最盛期の8月と最閑散月の12月では約2.74倍の差があります。



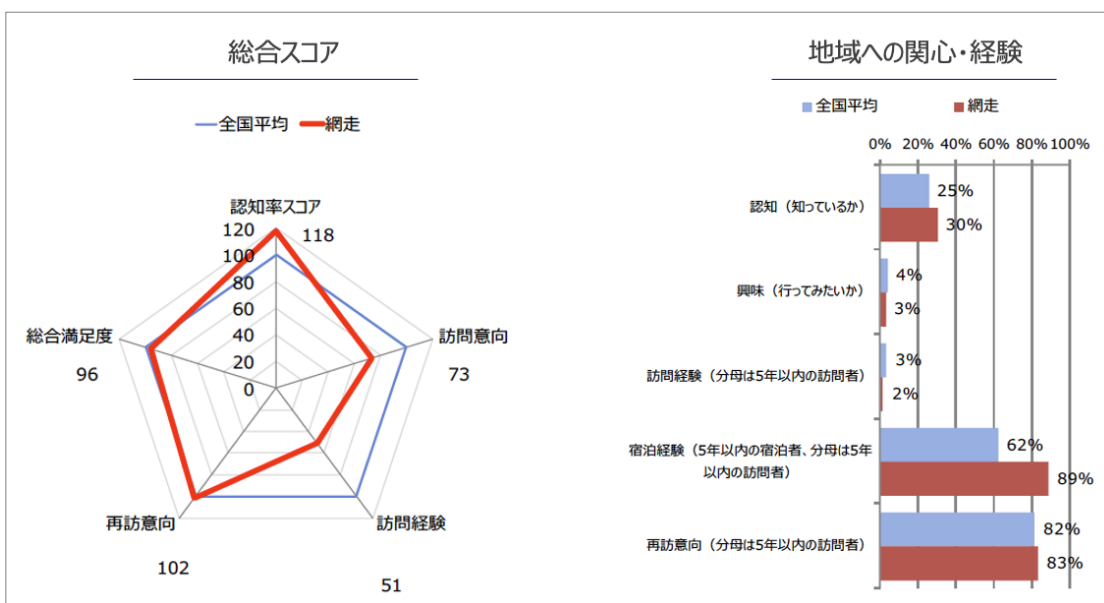
出典：「北海道観光入込客数調査報告書」（経済部観光局観光振興課観光企画）より作成

(2) 観光客の認知・ニーズ分析

① 潜在顧客の動向

全国の観光客から見た網走市の認知度は30%（全国平均25%）と高い水準にあります。

しかし、「行ってみたい」という訪問意向（興味度）は3%（全国平均4%）、訪問経験は2%（全国平均3%）と、いずれも全国平均を下回っています。高い認知度が訪問意向・訪問経験に結びついていないギャップが課題です。



出典：「JTB パワーインデックス 2023」より作成

②観光ニーズ

網走市の観光ニーズは、冬季の「流水観光」（流水観光砕氷船おーろら等）、通年の「歴史・文化体験」（博物館網走監獄、北方民族博物館等）、そしてオホーツクの「グルメ・地域体験」に大別されます。能取岬などの「絶景スポット」や、大曲湖畔園地のひまわり畑など、四季折々の「自然景観」も訪問動機となっています。

自然景観と体験	歴史・文化体験	グルメ・地域体験
<ul style="list-style-type: none">• 流水観光：冬季の流氷は日本国内外から多くの観光客を惹きつける最大の魅力。流水観光砕氷船「おーろら」や流水氷カヤックなどの体験型アクティビティも人気。• 絶景スポット：能取岬、網走湖、能取湖など、四季折々の自然美や野生動物観察を目的とした来訪が多い。• 花畑・農業体験：夏季の大曲湖畔園地のひまわり畑や、野菜・果物の収穫体験など、北海道らしい広大な自然と農業体験も支持されている。	<ul style="list-style-type: none">• 博物館網走監獄：明治期の歴史建造物を活用した野外博物館で、網走の歴史や刑務所文化を学ぶ場として高い人気。• 北方民族博物館：アイヌをはじめとする北方民族の文化に触れられる日本唯一の博物館。• 郷土博物館・モヨロ貝塚：オホーツク文化や古代の歴史に関心を持つ層にも支持。	<ul style="list-style-type: none">• 新鮮な海産物や地元グルメ：オホーツク海の家産物や、地元の農産物を使った食事も大きな動機。• 地域住民との交流：体験型ツアーやイベントを通じて、漁業・農業の現場や地元の人々とのふれあいを求める傾向も強まっている。

出典：「水産振興 ONLINE、Good Luck Trip、Trip it Easy など」より作成

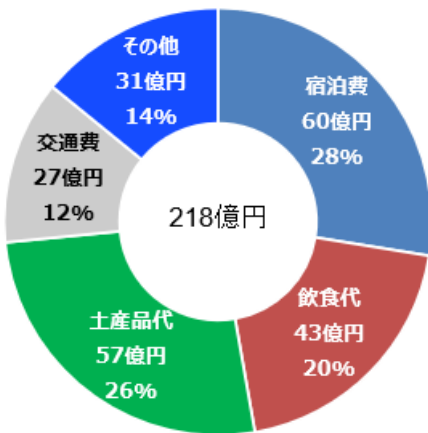
(3) 観光消費と滞在の課題

①観光消費額と単価

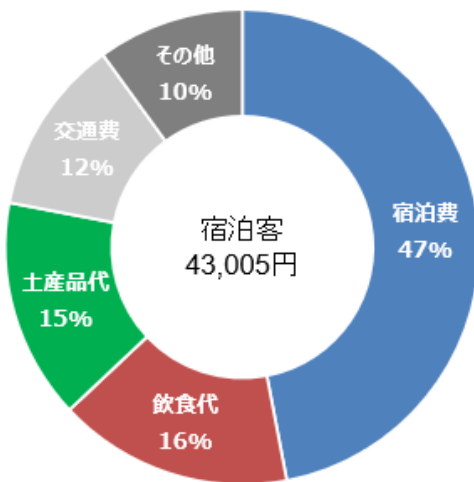
2023年度の合計観光消費額は218億円となっています。内訳は宿泊費（28%）、土産品代（26%）、飲食代（20%）の順となっています。1人あたり消費額は17,810円（218億円 ÷ 122.4万人）と推計され、北海道平均の26,891円と比較しても低い水準にあります。

宿泊客の消費単価（43,005円）に対し、日帰り客の消費単価は9,742円であり、宿泊の有無が消費額に大きく影響しています。

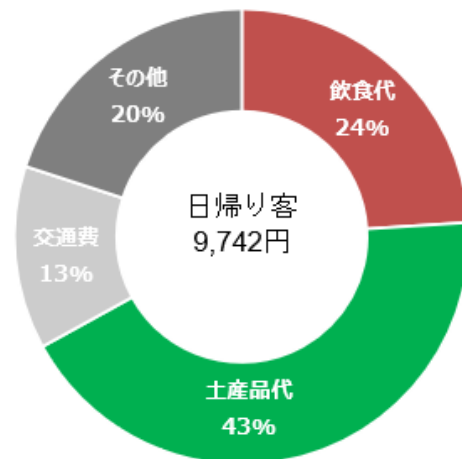
観光消費額(2023年度)



【宿泊客】観光消費額/人



【日帰り客】観光消費額/人

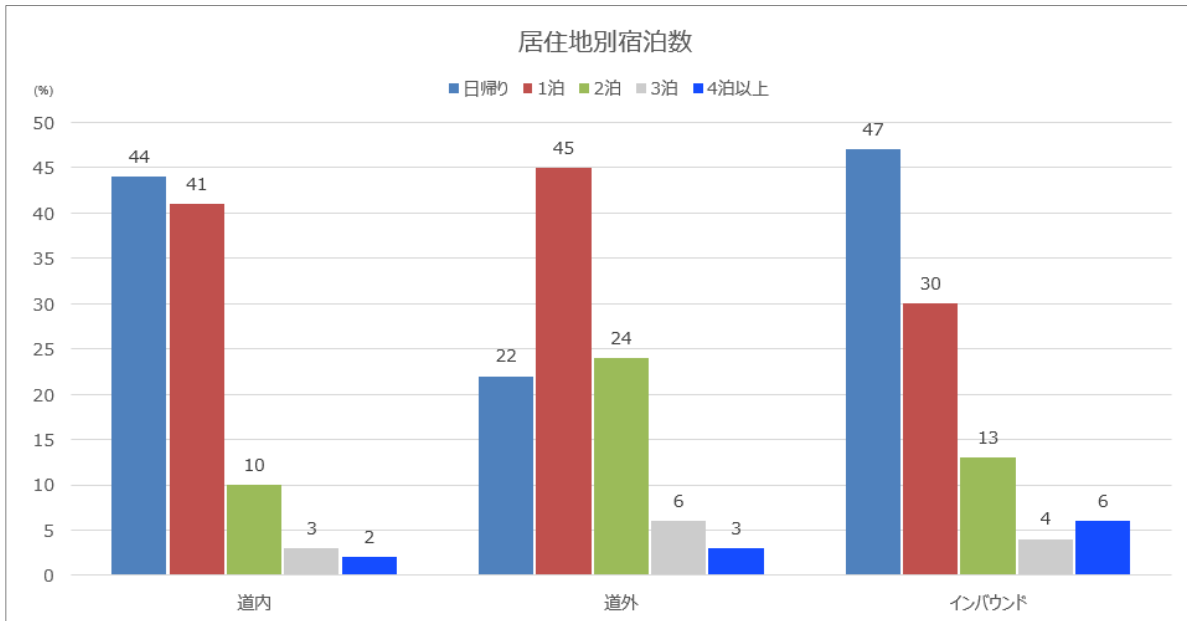


出典：「令和6年度 網走市観光消費動向調査報告書」（網走市観光商工部観光課）より作成

②宿泊動向と短期滞在の課題

網走市内の平均宿泊数は1.2泊であり、知床(1.8泊)などを下回っています。道内客の約85%(日帰り44%+1泊41%)、道外客の約67%(日帰り22%+1泊45%)、インバウンド観光客の約77%(日帰り47%+1泊30%)が1泊以下(日帰り含む)の短期滞在となっています。

短期滞在の要因(仮説)として、主要観光地(オホーツク流水館、博物館網走監獄)が半日で回りきれてしまうこと、空港アクセスが良すぎるために同日移動が可能なこと、知床や阿寒といった宿泊価値の高い温泉地への「中継地・通過点」化していること、宿泊インセンティブとなる「夜の楽しみ(飲食店等)」が不足していることなどが挙げられます。



出典：「2024 年度魅力発見アンケート調査」(網走市観光協会)より作成

(4) 販売機会損失の分析

①日本人観光客

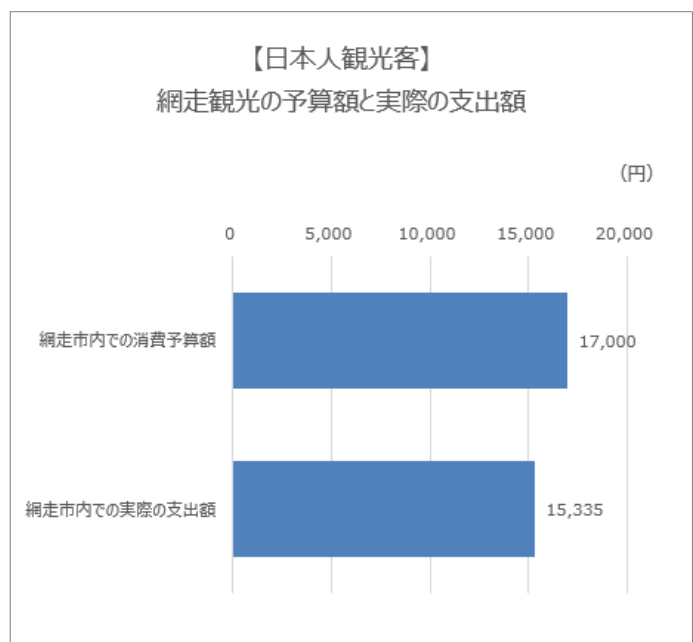
日本人観光客は網走市内での消費予算を平均 17,000 円と設定していますが、実際の支出額は 15,335 円に留まり、約 2,000 円の販売機会損失（予算未達）が発生しています。

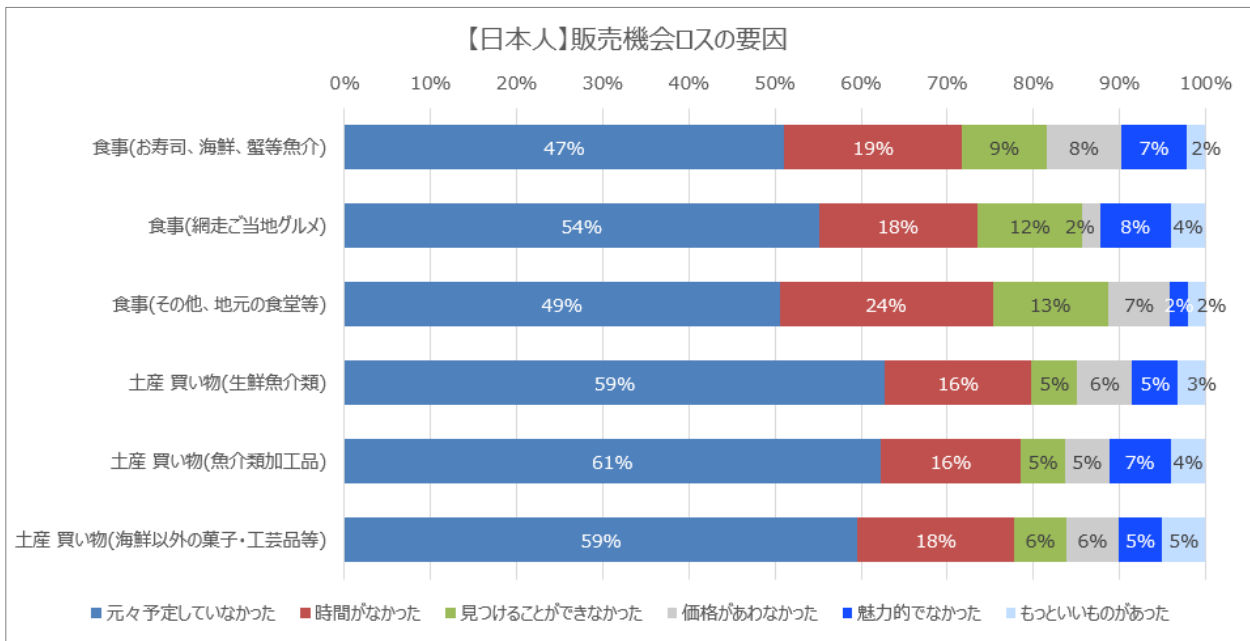
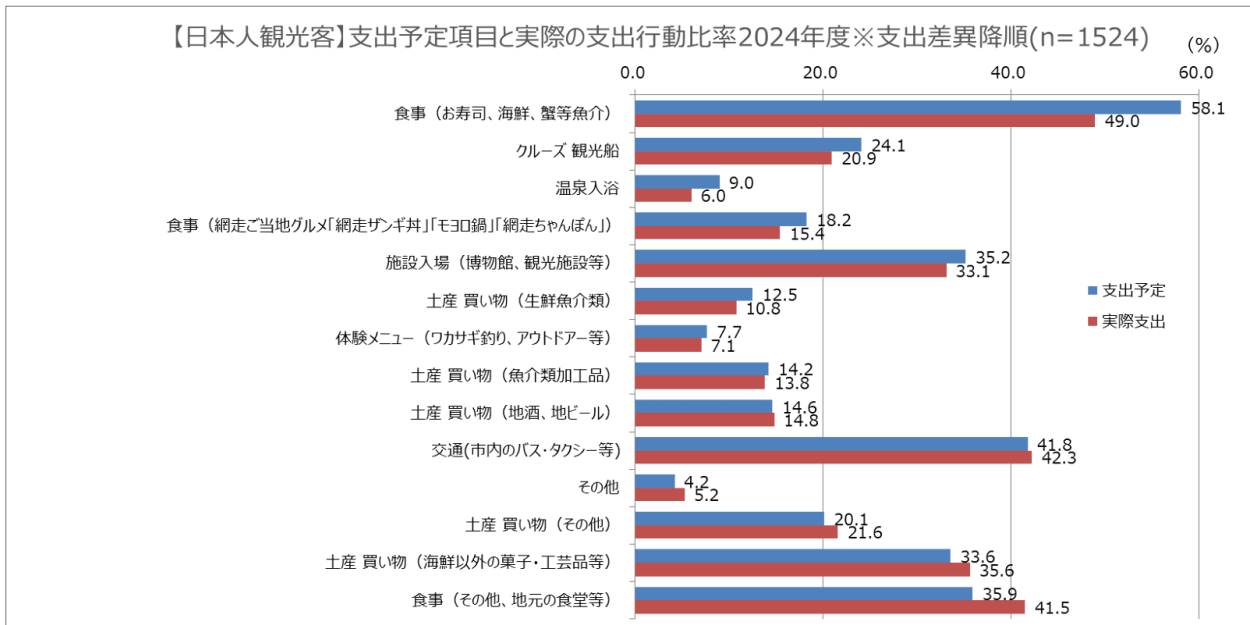
支出予定がありながら実際の支出が下回った項目（機会損失が大きい項目）は、「食事（お寿司、海鮮等）」、「クルーズ観光船」、「温泉入浴」、「ご当地グルメ」などです。

食事や土産の機会損失要因としては、「時間がなかった」「見つけることができなかった」が上位を占め、供給不足や情報発信の不足が示唆されます。

特に飲食店に関しては、「夕食時に満席で入れなかった」「外食できる場所が少ない」といった供給不足の声があります。

クルーズ観光（流氷観光砕氷船おーろら）に関しては、天候による欠航や、就航しても流氷が見られない「流氷体験率」の変動が、支出（満足度）の機会損失につながっています。





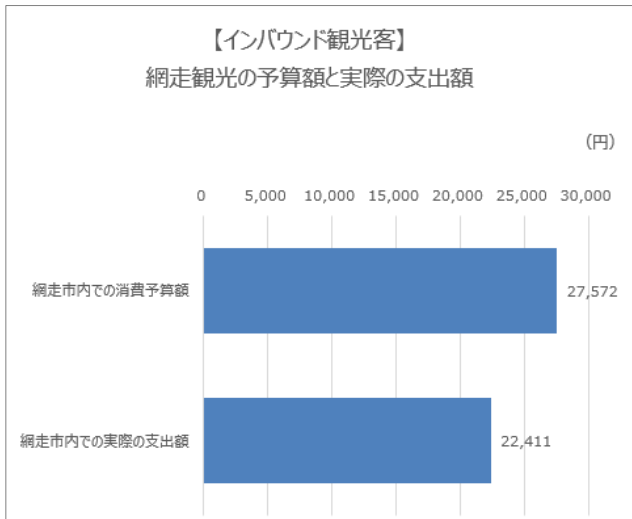
出典：「2024年度魅力発見アンケート調査」(網走市観光協会)より作成

②インバウンド観光客

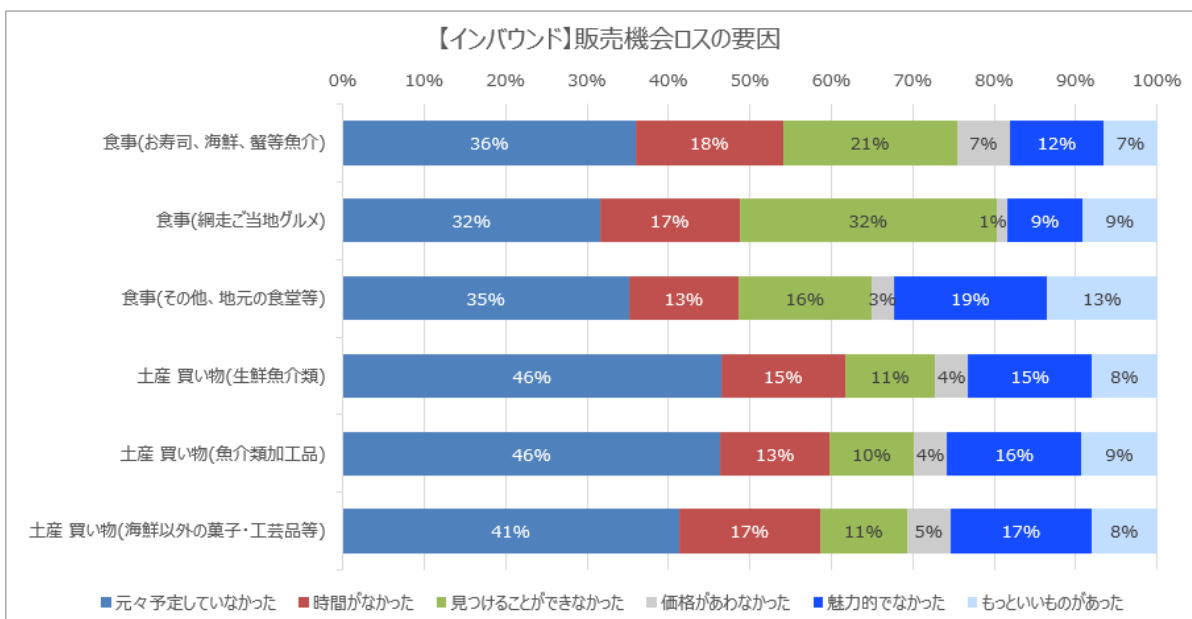
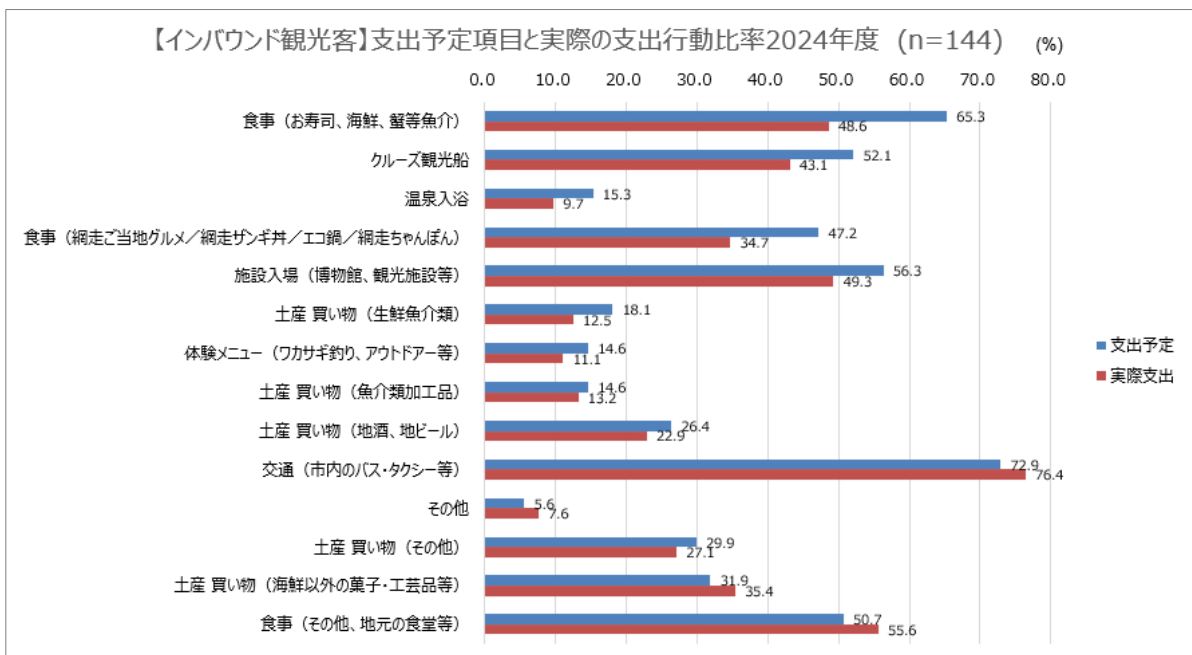
インバウンド観光客は予算額 27,572 円に対し、支出額は 22,411 円であり、日本人を上回る約 5,000 円の大きな販売機会損失が発生しています。

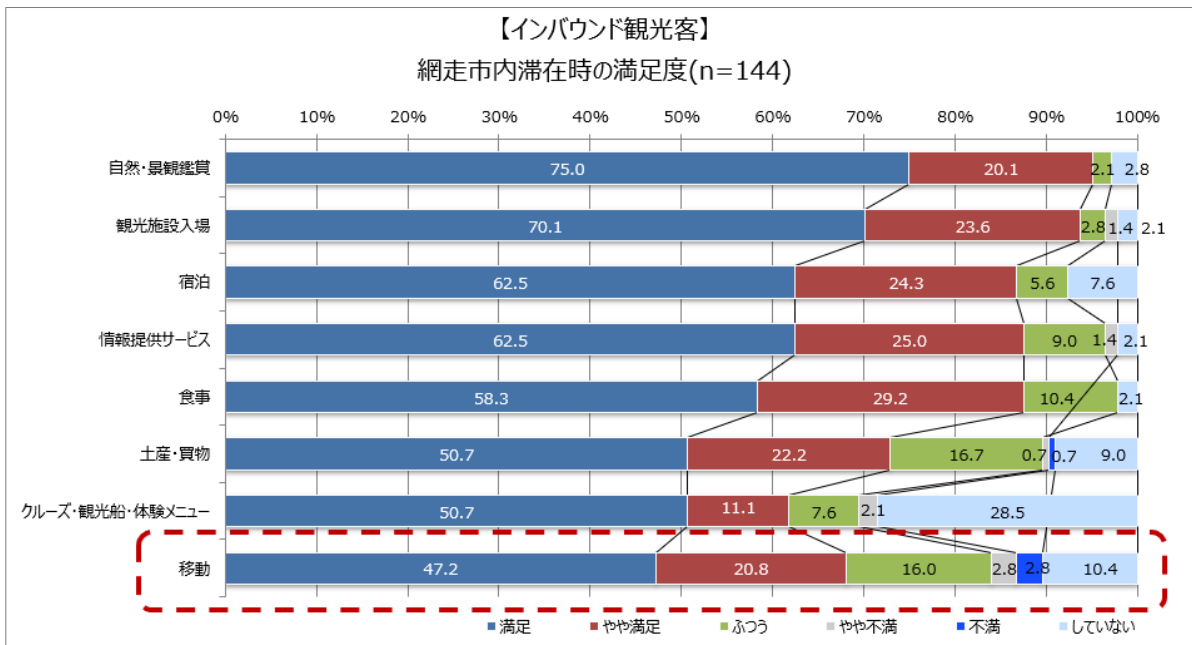
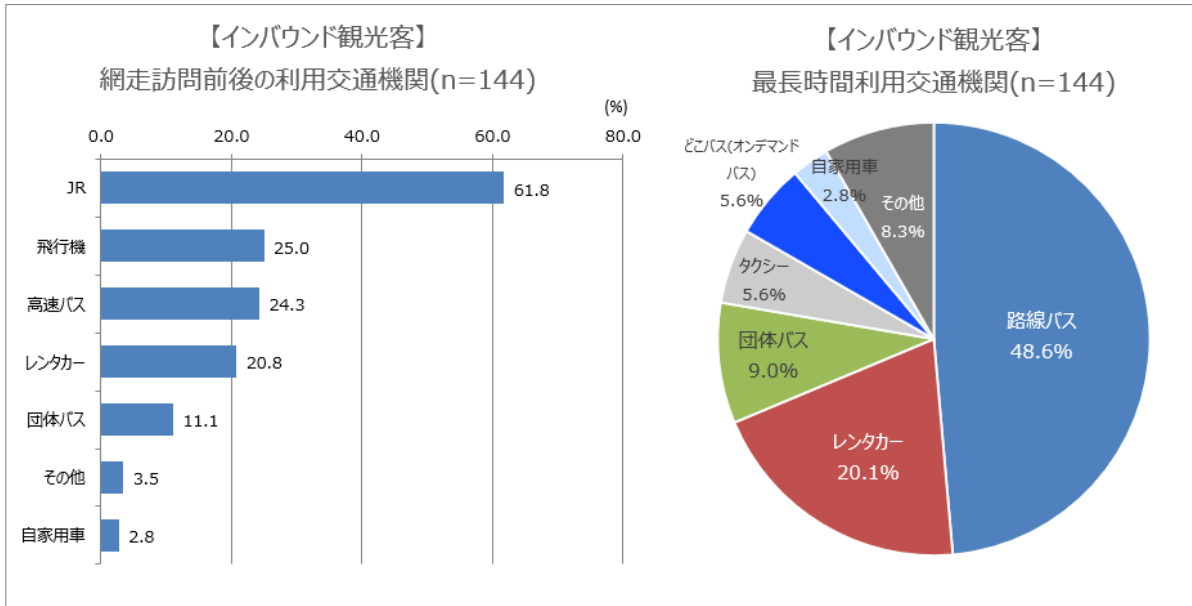
「食事 (海鮮・ご当地グルメ)」や「クルーズ観光船」で大きな機会損失が発生している点は日本人と同様です。

機会損失の要因として、日本人よりも「見つけることができなかった」「魅力的でなかった」の比率が高く、多言語での情報発信や魅力の伝達に課題があることがうかがえます。



また、インバウンド観光客はJR (61.8%) や路線バス (48.6%) など公共交通の利用率が高いですが、市内滞在時の満足度調査では「移動」の満足度が他項目に比べ著しく低くなっており、交通の不便さが機会損失（行動制約）につながっている可能性が高いです。





出典：「2024 年度魅力発見アンケート調査」(網走市観光協会)より作成

(5) 網走市の観光動向概要

網走市は道外客比率が非常に高く、全国的な認知度も高いですが、それが「行ってみたい」という訪問意向に結びついていません。観光客の滞在は夏(8月)と冬(2月)に集中し、春・秋の閑散期対策が課題です。

また、最大の課題は「短期滞在」と「低消費単価」です。平均宿泊数は1.2泊と短く、「通過点」型の観光となっています。

この結果、日本人で約 2,000 円、インバウンド観光客で約 5,000 円の「販売機会損失」が発生しています。



機会損失の主な要因は、食事（特に夕食）や土産物屋の供給不足（見つけれない、満席）、クルーズの不安定性、そして公共交通の不便さ（特にインバウンド観光客）に起因しています。滞在時間を延ばし、消費額を向上させるためには、閑散期対策、「夜の楽しみ(ナイトタイムエコノミー)」の創出、体験コンテンツの拡充、二次交通の改善、そして「見つけれられる」情報発信が急務です。

(6) 網走市の観光資源・コンテンツ

令和 8 年 3 月現在、網走市には、自然環境、景観、歴史・文化、体験メニューなど、優れた観光資源・コンテンツや食資源があります。

(注) AI による SNS 投稿分析は、主要 SNS (X, Instagram, TikTok, Google Maps, TripAdvisor, じゃらん, RETRIP) で該当する観光資源に関連の直近 1 年 (2024/7/1-2025/6/30) 投稿を収集し集計し、AI によりインサイト・施策提案を実施した内容を記載。

① 網走の自然・景観

観光資源	概要	AI による SNS 投稿分析	イメージ
網走湖	網走市と網走郡大空町にまたがる湖で、網走国定公園に含まれる。汽水湖と呼ばれる海水と淡水が入り混じった湖であり、環境省による生物多様性の観点から重要度の高い湿地の指定地となっている。	四季折々の自然やレジャー体験に高い満足度があるが、案内表示の強化や混雑期対策により、快適な観光環境整備が求められる。	
天都山	市街地の南西にある標高 207 メートルの山である。国の名勝に指定されているとともに、網走国定公園にも属している。西方には網走湖、能取湖が眺められ、網走市街地の先にオホーツク海、知床の山並みもパノラマのように 360 度見渡すことができ、天都山周辺には網走を代表する観光施設や个性的なお店が集まっている。	展望台やオホーツク流水館、桜など季節ごとの魅力が高評価である一方、天候や混雑、冬季の施設利用制限への不満も見られる。公式 SNS や現地案内でリアルタイムの景観・混雑・開館情報を発信し、体験価値向上を図るべきである。	

観光資源	概要	AIによるSNS投稿分析	イメージ
フラワーガーデン「はな・てんと」	天都山山頂の網走レークビュースキー場にあり、夏には網走市民グループボランティア活動により3.5haの面積に約3万株の花が一面を覆う。	市民参加型の管理が高く評価されており、景観・無料・アクセス性が強み。案内表示や施設整備を強化すると更なる満足度向上が見込める。	
感動の径(みち)	雄大なオホーツク海や知床連山を背景に、色彩鮮やかな道が続いている。黄金色に輝くビール麦畑、白い花が風に揺れるじゃがいも畑、緑萌えるビート畑、黄色が鮮やかなオランダキカラシの畑は絵画のように美しい。「美しい日本の歩きたくなるみち500選」にも選出されている。	天候や季節による景観の変化が評価されているため、SNSで「今の絶景」や「おすすめビューポイント」を発信し、体験価値を高める施策が有効である。	
能取岬	オホーツク海に突き出た網走を代表するビューポイントで、様々なCMや映画のロケ撮影地として利用されている。夏にはオホーツク海に沈む夕日を見ることができ、冬は流氷見物の特等席である。時には四角形や三角形に変形した太陽（蜃気楼現象）を見ることがもできる。	能取岬は絶景・流氷で高評価だが、アクセスが不便との声が目立つ。季節ごとの見どころやアクセス方法の多言語発信を強化すべきである。	
能取湖 サンゴ草	湖畔にはサンゴ草と呼ばれるアッケシソウの群落地があり、毎年9月になると紅色のサンゴ草が湿地帯全体を真っ赤に染めて幻想的な風景を彩る。木製の遊歩道が設置され、一面にひろがるサンゴ草群落の中ほどまで歩くことが可能である。	遊歩道や駐車場の混雑緩和、案内表示の改善、見頃情報の多言語発信を強化することで、訪問満足度向上が期待できる。	
大曲湖畔園地	名勝・天都山の麓、網走湖と網走川で囲まれた約80haの園地では、秋には約14haに渡り、200万本以上のひまわりが花を咲かせるとともに、コスモスも同時期に見頃を迎える。	ひまわりとコスモスの絶景が高評価だが、案内表示や施設面の不便さが指摘されている。園内案内や休憩・売店機能の充実が満足度向上に有効である。	

②網走の歴史・文化

観光資源	概要	AIによるSNS投稿分析	イメージ
博物館 網走監獄	「北海道開拓」をテーマとした天都山麓に位置する野外歴史博物館である。明治期の網走刑務所建造群を移築・復元して公開している。その内、2件8棟が国の重要文化財に指定されている。	ポジティブな評価が多く、歴史学習やリアルな展示、広い敷地での体験型見学が高く評価されている。	
北海道立 北方民族博物館	天都山にあり、流水館、博物館網走監獄からほど近く、東はグリーンランドから西は北欧までアイヌ文化を含めた北方民族の文化とオホーツク文化を紹介する国内唯一の博物館である。	多くの来館者が展示の充実や北方民族文化への理解を高く評価している。	
網走市立 郷土博物館	網走をはじめとするオホーツクの豊かな「自然」と、古代から現代に至る「歴史」と「文化」を展示解説する「郷土の」総合博物館。博物館の建物そのものが国の登録有形文化財にもなっている。	展示内容や体験イベントへの評価は高いが、案内表示の多言語化強化が課題である。	
モヨロ 貝塚館	今からおよそ1300年前、北海道のオホーツク海沿岸部に展開した古代「オホーツク文化」の暮らしを、発掘された「住居」「墓」「貝塚」から展示・紹介するガイダンス施設。隣接する遺跡では、実際の竪穴住居跡や墓の復元などを見学することができ、ムラの佇まいを感じられる。	モヨロ貝塚館は歴史・文化好きの来館者に高評価であるが、一般の観光で訪れるライト層にも広く周知するための広報強化によって更なる満足度向上が期待できる。	
網走市立美術館	網走出身の画家・居串佳一や高橋道雄をはじめ、網走やオホーツクゆかりの作家の作品を収集・展示している。常設展の他に頻繁に特別展も開催されるなど、見逃せない美術館である。	地元作家や地域性を活かした展示が高評価である一方、展示数や案内表示への要望も見られる。英語など多言語対応や企画展の充実が来館者満足度向上に有効と考える。	

③網走のレクリエーション・体験

観光資源	概要	AIによるSNS投稿分析	イメージ
<p>濤沸湖（とうふつこ）水鳥・湿地センター</p>	<p>人と自然を結ぶための拠点として環境省が設置し、主に網走市が管理運営している施設である。濤沸湖周辺の自然、歴史、文化、利用に関する展示や映像、解説を通して、湿地の重要性を知り、自然を楽しむための情報を提供している。</p>	<p>野鳥観察や夕景、花畑といった自然体験が高評価である一方、インバウンド観光客向けの案内やアクセス面における課題も指摘されている。多言語案内板やアクセス情報の充実が有効である。</p>	
<p>呼人探鳥遊歩道</p>	<p>網走湖に面した湖岸に沿って整備された全長約7.0kmの自然観察の遊歩道である。多様な野鳥や植物を観察することができ、春（4月中旬頃）にはミズバショウの群落を見ることができる。</p>	<p>ミズバショウや野鳥観察を目的とした自然志向の来訪が多く、静かな環境や整備状況が高評価だが、トイレや虫対策など快適性向上の案内強化が望まれる。</p>	
<p>呼人ミズバショウ</p>	<p>4月中旬から5月上旬にかけてミズバショウが咲き誇る自然公園である。春の風物詩として多くの観光客が訪れる。</p>	<p>インバウンド観光客向けの多言語案内板設置や、ぬかるみ対策の情報発信を強化することで、より快適な体験を提供できる。</p>	
<p>天都山展望台・オホーツク流氷館</p>	<p>オホーツク流氷館は、流氷をテーマにした博物館で、館内では流氷の実物展示、クリオネやナメダングなどの珍しい生き物を飼育展示しているほか、屋上の天都山展望台からは、オホーツク海や網走湖、知床連山のパノラマの景色を楽しめる。流氷と自然の魅力を伝える観光スポットである。</p>	<p>流氷体験やクリオネ展示の独自性が高評価。混雑緩和や体験コンテンツの追加、多言語対応強化でインバウンド観光客の満足度向上が期待できる。</p>	
<p>上川大雪酒造 （2026年醸造開始予定）</p>	<p>上川大雪酒造は、北海道上川町に本社を置く日本酒メーカーである。地元の米や水を使用し、伝統的な製法と現代の技術を融合させた日本酒を製造している。2026年には網走市天都山展望台・オホーツク流氷館隣接地に酒蔵を新設し、北海道の酒造好適米を使用して日本酒製造を開始予定である。</p>	<p>北海道の自然と地元産素材を活かした酒造りをさらに発信し、観光やギフト需要を拡大する施策が有効である。SNSでの投稿・拡散を喚起する体験型コンテンツや地元飲食店とのコラボ強化が期待される。</p>	<p>2026年 新設予定</p>

観光資源	概要	AIによるSNS投稿分析	イメージ
てんとらんど (道立オホーツク公園)	敷地面積は、東京ドーム 23 個分。天都山に位置する道立公園で、オホーツク海や知床連山を見渡せる。キャンプ施設の他にファミリーで楽しめる施設やパークゴルフ場もある。季節によって各種のイベントも実施している。	家族連れや合宿利用が多く、天然芝や景観が高評価。休日の混雑や一部設備の老朽化が課題であり、駐車場・遊具の改善と飲食サービスの充実が有効である。	
流水硝子館	「流水をなくさないために」を最大のミッションとして環境問題に取り組むガラス工房兼ショップである。廃蛍光灯リサイクルガラスカレット「エコピリカ」を原料に使用したガラス製品を制作、販売するほか、製作したガラスに、すりガラス状の模様を絵付けする体験ができる。	流水硝子館は体験型施設として人気が高く、家族連れや修学旅行生に好評である。予約の利便性向上や体験時間の柔軟化、価格帯の見直しが今後の集客強化策として有効である。	
網走スポーツ・トレーニングフィールド	網走湖を見下ろす丘の上にあるスポーツ施設である。39.37haの巨大な敷地には、ラグビー場・サッカー場・野球場のほか 16 面の全天候型テニスコートがある。そのほか、自転車広場やパークゴルフ場など大人から子どもまで楽しめる。	家族連れや合宿利用が多く、天然芝や景観が高評価。休日の混雑や一部設備の老朽化が課題であり、駐車場・遊具の改善と飲食サービスの充実が有効である。	
シマリス公園	網走湖畔にあるシマリスと触れ合うことができる施設である。走り回るリス、木の枝にいるリス、餌を食べているリスたちを間近に観察できる。	「シマリスがかわいい」「写真映える」といった、口コミの9割以上がポジティブな表現となっている。一方で、車以外の方法でのアクセスは困難と投稿が散見される。	
カヤック・カヌー体験(呼人半島探鳥ツアー)	網走湖周辺の静かな自然を満喫できる初心者向けカヤックやカヌーが体験できる。	自然を満喫できるカヤック体験は高評価だが、悪天候・虫対策・料金設定で一部不満も。ガイド付きや休憩サービスをさらに強化し、天候や虫対策も周知することで満足度向上が見込める。	
釧網本線	網走駅と東釧路駅を結ぶ鉄道路線で、2つの国立公園と1つの国定公園の中を走る車窓が人気である。オホーツク海に一番近い駅である北浜駅は、多くの旅行者が訪れる。	釧網本線は絶景や流水など自然観光資源が豊富だが、利便性やサービス向上が課題である。観光列車や沿線案内の充実がさらなる集客につながる。	

観光資源	概要	AIによるSNS投稿分析	イメージ
フルーツ狩り	6月～10月にかけて複数の果物狩りが体験可能であり、季節ごとの味覚イベントとして人気。小さな子どもから大人まで楽しめ、家族旅行や地元住民のレジャーにも利用されている。	ファミリー層の評価が高く、英語等多言語案内を強化すればインバウンド観光客の利用もさらに伸長が見込める。景観の魅力発信・雨天対策の情報充実が施策に有効である。	
道の駅 流水街道網走	網走市にある道の駅である。地域の観光情報提供、特産品の販売、ご当地グルメの提供に加え、冬季は流水観光砕氷船おーらの発着場としても機能している。	流水観光と地元グルメ・お土産の満足度が高い一方、混雑や多言語対応不足が課題である。多言語案内や休憩・飲食スペース拡充が有効と考える。	
ホーストレッキング (網走原生 牧場観光センター)	オホーツクの春夏秋冬の中、森、川、湖、海を組み合わせたコースで乗馬が楽しめる。	投稿数が極めて少なく、SNS上での露出不足が課題である。動物や自然体験の魅力をさらに発信し、体験型コンテンツの拡充が求められる。	
あばしり ネイチャー クルーズ	オホーツク海沿岸発着の観光クルーズで、クジラ・イルカ・ウミドリなど海洋生物を間近で観察する体験プログラムである。オホーツク海の豊かさと雄大さを体感することができる。期間は4月20日～10月31日、道の駅「流水街道網走」から乗船し、最大20名程度が乗船可能である。家族連れやシニア層でも参加しやすく、船内は暖房・トイレ・展望デッキを完備している。	天候不良時の欠航が多いため、事前に欠航リスクを明確にアナウンスし、公式SNSやウェブサイトですばやくに運行状況を発信すべきである。欠航時にも地域観光を楽しめる周辺スポット紹介や代替体験（バーチャル観察動画視聴・館内ガイド展示等）を提案し、来訪リスクを低減し満足度維持を図ることが望ましい。	
網走流水観光 砕氷船おーら	網走は、北緯44度にあり、オホーツク沿岸は海が凍る南限。白い大地となって南下する流水の衝撃的なまでの眩しさを流水観光砕氷船「おーら」に乗って堪能できる。	流氷量の不確実性が満足度に大きく影響しているため、運航前後の流氷状況を多言語でリアルタイムに共有し、港内クルーズ時専用の「景観・解説重視プログラム」を打ち出すことでネガティブな声を軽減できると考えられる。	