

第4章

観光振興計画の概要



4-1

観光振興計画の目標

観光は、生産年齢人口が減少する日本における最重要な外貨獲得産業、かつ非東京圏の多様な文化芸術資源（工芸・ファッション・デザイン等を含む）を核に、経済社会水準（賃金水準やインフラの持続性等）に最大の正の波及効果をもたらす産業として、2040年には国の基幹産業としての地位を獲得すると政府の審議会で述べられています。

一方、網走市は豊かなオホーツク海と肥沃な大地からもたらされる恵みにより、農業や漁業などの第一次産業を基幹産業として発展してきました。インバウンド観光客が4,000万人に到達した中で、網走市は、国内外の多様なニーズに対応したツーリズムを展開し、観光産業も基幹産業化を目指してまいります。

その為には第一次産業を含むその他の産業と連携し、観光産業が地域経済全体にプラスの波及効果をもたらしていく事を観光振興計画の狙いとして考えています。

なお、本目標の達成を目指すうえで、KGI（重要目標達成指標）とKPI（重要業績評価指標）を設定します。

【KGI（重要目標達成指標）】

指標	現状（2024年度）	2030年度	2024年度比
観光消費額※1	241億円	288億円	+19.3%

【KPI（重要業績評価指標）】

指標	現状（2024年度）	2030年度	2024年度比
観光入込客数※2	156.8万人	173.7万人	+10.8%
延べ宿泊客数（日本人）※1	344.2千人泊	375.2千人泊	+9.0%
延べ宿泊客数（インバウンド観光客）※1	51.9千人泊	63.4千人泊	+22.2%
観光消費単価(日本人)	宿泊客 40,876円 日帰り客 9,742円	宿泊客 43,329円 日帰り客 10,327円	+6%
観光消費単価(インバウンド観光客)	59,610円	66,763円	+12%

※1 北海道観光入込調査報告書(R6_資料編)の客数データを参照

※2 商工労働観光概要の客数データを参照

*KGI (Key Goal Indicator) は「重要目標達成指標」と訳され、最終目標を定量的に示したものの。KPI (Key Performance Indicator) は「重要業績評価指標」と訳され、KGI を達成するための中間目標となる指標。

*目標値の算出

観光消費額は、観光消費単価(日本人)に実宿泊客数(日本人)と日帰り観光客数を乗じたものと、観光消費単価(インバウンド観光客)に実宿泊客数(インバウンド観光客)を乗じたものを足して算出

インバウンド観光客延べ宿泊客：日本人宿泊客の伸び率 1.8%にプラス年 1.9%を適用

消費単価 (日本人)：2024 年度の消費単価に年平均伸び率 1%で計算

消費単価 (インバウンド観光客)：2024 年度の消費単価に年平均伸び率 2%で計算

キャッチコピー

農業や漁業などの第一次産業が盛んに行われ、豊かな産品が生まれる網走。

それらを活かした食の魅力をさらに高めるべく、網走の有する歴史・文化や自然景観、農業景観、その他の空間を、多様な人々が関わり、活用し、相互交流を促進することによって、より一層の高付加価値化を引き出す。

網走の持つ多くの地域資源を通じて、訪れる人々の印象に残り、評価され、選ばれるまちであり続けることを指向することを表現し、前回の網走市観光振興計画 2019 のキャッチコピーを継続します。

地域資源を活かした
“おいしいまち”網走の
確立と進化

4-2

基本方針

「網走市総合計画 2018—2027」の戦略版である第3期網走市まち・ひと・しごと創生総合戦略(2025年度～2029年度)の施策の方向性とベクトルを合わせ、SDGsの17の目標との関連性を意識した施策を実施し、観光産業を農業及び水産業と並ぶ基幹産業として強化していきます。その中でも特に、以下の3つを重点項目として位置付けました。

- **インバウンド市場の獲得と消費額増加**:9.5兆円規模に成長したインバウンド市場に対し、誘客促進と高付加価値コンテンツの充実化等により観光消費額の増加を目指します。
- **食や酒の地域資源を活用した誘客促進**:2026年度に新たな酒蔵が建設されることを機に、網走の食や酒(日本酒、ビール、ワインなど)の地域資源をさらに活用し、新たなイベントの実施や飲食店などと連携をした誘客促進を行います。
- **閑散期のブランド開発**:4～5月、10～12月の閑散期対策を強化拡充し、新たなコンテンツ開発でブランド化を推進します。

以上のことを踏まえ、網走市の観光振興は次の4つの基本方針に基づき、推進してまいります。

【基本方針1】

インバウンド観光客の増加及び多様なツーリズムへの取組の推進

9.5兆円規模に成長したインバウンド市場の獲得を重点的に行う。あわせてガストロノミーツーリズム、スポーツツーリズム、アドベンチャーツーリズム、アートツーリズムなど新たな網走のイメージ構築により、国内外の観光客需要拡大を図る。

【基本方針2】

高付加価値化による観光消費額の向上と関係人口の創出

新たな観光コンテンツの開発により高付加価値化や滞在日数の増加を実現し、観光消費額の単価向上を実現する。あわせて旅アト消費としてふるさと納税や物販との相乗効果を発揮する仕組みを生み出し、関係人口の創出・拡大を行う。

【基本方針3】

観光受入基盤強化及び宿泊税を活用した持続可能な観光の推進

成長阻害要因である人手不足、オーバーツーリズム、閑散期、二次交通への対策を行い、観光客受入基盤の強化を行う。また、宿泊税を活用し、観光地域づくり法人（網走市観光協会 DMO）を核とした持続可能な観光の推進を図る。

【基本方針4】

広域連携及び最新技術を活用した情報発信力と分析力の強化

広域連携による観光プロモーションの強化及び酒蔵建設を機とした酒と食のプロモーションを実施する。また生成AI等の最新技術の活用を推進し、“おいしいまち”網走の情報発信力やデータ分析力の強化を図る。

4-3

推進体制

毎年3月に網走観光戦略会議にて網走市観光振興計画2026の進捗の検証を行います。

●推進体制図

