

3.課題の整理

3-1. 網走市観光振興計画 2014 の進捗状況

網走観光振興計画 2014 に掲げる 5 つの基本方針に基づく戦略と、2018 年度の達成目標に対する進捗状況は以下の通りです。

(1) 網走市観光振興計画 2014 の基本戦略の進捗状況

①網走の「オンリーワン」の開拓

「食」を切り口とした事業では、網走「食のまち」プロジェクト推進事業によるクロスメディアを活用したプロモーションをはじめ、旬まつりキャンペーンの展開など、内容の見直しを図りながら取組を行ってきました。引き続き内容の充実や魅力向上などの取組が必要です。他部課との連携による取組では、観光と食を組み合わせた PR を展開してきましたが、今後に向けては、プロモーション手法などの工夫も必要であると思われます。天都山の魅力開発については、2015 年 8 月に天都山展望台・オホーツク流氷館の建替によるグランドオープンがあり、天都山エリアの面的魅力アップに向けては、あばしり天空の里倶楽部設立とネットワーク化を図ってまいりましたが、さらに継続した取組が必要です。

②「泊まってこそ楽しめる網走」の魅力開発

宿泊施設を拠点とした滞在プログラムづくりでは、旬まつりキャンペーンの宿泊との連携や滞在プログラムの定着化などに課題を残しており、さらなる取組が必要です。また、スポーツを切り口とした事業では、オホーツク網走マラソンの開催や、スポーツツーリズムプロモーションなどの事業で進捗がみられましたが、サイクリングツーリズムや近年注目されてきたアドベンチャートラベル推進などの分野では受入条件整備など新たな課題も見えてきました。「おもてなし力向上」の分野では外国人受入人材育成などの面で引き続き取組の必要があります。

③「網走観光ネックレス化」の推進

既存の観光資源を活用した観光ルート開発をテーマに取組み、網走のエリアとしての魅力だけでなく食や自然景観、体験、歴史・文化など豊富な観光資源の連携を強める総合的な魅力アップに取り組みましたが、まだ充分とは言えません。国内向けのプロモーションはもとより東アジア・東南アジアへのプロモーション、エアラインと連携した女満別空港の利用促進事業などの進展がありましたが、客船誘致や広域観光推進の面では継続して取組む必要があります。

④多様なツールを活用しての「話題づくり」

Facebook や Twitter など SNS を活用した情報発信や海外向けの DVD 制作や観光協会ホームページの多言語化など、多くの面で進捗をみることができました。

⑤官・民・学・業種間連携による網走観光の推進

観光行政への市民参加や、網走の観光をリードする人づくりプロジェクトなどを目標に掲げましたが、オールあばしりの一体感醸成という点では課題を残していると考えられます。

(2) 目標数値の達成状況

①観光入込客数

2018年度 170 万人の目標に対し 2017 年度 162 万人まで伸び、目標達成に近づきました。

②宿泊客数

2018年度 51 万人の目標に対し 2017 年度 38.5 万人と、目標数値に対しては伸び悩みの状況です。

③宿泊客比率

宿泊客比率は若干低下しています。

④観光消費額推移

2016 年以降消費単価は上昇しておりますが、日帰り客については伸び悩みの状況です。

⑤観光客の満足度

JTB パワーインデックス調査結果（2016 年）の総合満足度は、旭川、湯の川、川湯などよりも高い満足度になっています。また、前回（2012 年度）との比較で総合満足度は 1%上昇しています。

3-2. 網走市観光の課題整理

網走市では、今回の観光振興プランの見直しに先立ち、市内事業者へのヒアリング調査を行いました。ヒアリング調査結果および、前述のパワーインデックス分析、産業構造分析および網走市観光振興計画 2014 の達成状況から、網走市の今後の観光に向けた課題を以下の 6 つに整理しました。

(1) 認知度の割には訪問意向が少ない

全国的に「網走」の認知度は非常に高く、観光面でも多くの可能性を感じさせますが、その反面訪問意向は低い水準にとどまっています。

(2) 監獄と流氷以外の認知度不足

「網走」のイメージについては、「網走監獄」「流氷」の二つの印象が強力で、他にも多く存在する自然環境や農業景観、特産品などについての認知度はまだまだ低い水準にとどまっています。

(3) 宿泊比率が低下している（滞在時間が短い）

網走の観光の特徴の一つは、観光客数の多さの割に宿泊客数が少ない、いわゆる「通過型」の観光になっている点にあります。滞在を誘う魅力を強化するとともに、モノ消費ではなくコト消費への移行によって網走の魅力をさらに発信し、市内での滞在時間を延長し、宿泊割合を高める必要があります。

(4) 消費額が伸びていない

網走市内での観光消費額は、2016 年には伸びましたがまだまだ伸びしろがあると考えられます。水産加工品や農産物加工品などの商品を増やすことで、観光客一人当たりの消費額をさらに増大させることは可能と考えられます。ふるさと納税の返礼品として評判の高い特産品等を活かし、観光客の購入意欲を促進する加工商品の製造・販売に取り組む必要があります。

また、網走を訪問しなければ購入できず、消費単価アップに繋がるコト消費の拡大に向けた施策も必要です。

(5) 観光振興の業種間連携の不足

網走市内で行われる祭りやイベントが多くありますが、今回の振興計画にあたり実施した観光関連団体へのヒアリング結果では、イベント開催にあたりスケジュールの重複やイベント会場間の導線の弱さが見られるなどの連携不足がみられます。また、農業、漁業、飲食業、宿泊業など、観光に関連するさまざまな業種間での連携がやや不足しています。業種間の連携を強化することで、地域経済の最大化を目指す必要があります。

(6) 市内二次交通の利便性

ひがし北海道エリア内の観光地間のアクセスの課題とともに、市内の二次交通の利便性不足の問題があります。公共交通機関を利用して市内観光を行う観光客に対して、何らかの方策を講じる必要があります。

3-3. 網走市の強みと弱みの整理

(1) 強み

網走市には多くの強みがありますが、特筆すべき強みには以下のようなものがあります。

- 海（オホーツク海）、川（網走川）、湖（網走湖、能取湖、藻琴湖、濤沸湖、リヤウシ湖）など水に恵まれた環境
- 水に恵まれた環境を目指して訪れる多くの野鳥や海洋動物の存在
- 流氷と監獄を軸にした圧倒的な知名度
- 流氷がアムール川から運んでくる養分豊かな海洋に育つ豊富な水産資源
- 寒冷な気候によって土中の雑菌等が越冬できないことからくる、無農薬や有機栽培に適した豊かな土壌
- 港町でありながら、周辺に広がる広大な田園風景
- 海岸線の彼方に知床連山を望む絶景
- 北海道らしい農業と水産イメージが同時に存在する貴重な街並み
- 日本一の芝生と称される網走スポーツ・トレーニングフィールドなどのスポーツ合宿環境
- 網走を愛する住民の存在

(2) 弱み

網走市の弱みとしては、次のような点を挙げることができます。

- 網走監獄、流氷の2大コンテンツに次ぐ魅力ある資源がない
- 観光資源が分散している
- 市内周遊観光イメージが定着していない
- 利便性の高い二次交通になっていない
- 周辺エリアとの連携不足
- 情報集約拠点（道の駅）への誘導不足
- 農業イメージの活用不足
- 各業種、各事業主体間の連携不足

- 市内にレンタカー拠点がない
- バスターミナル周辺での案内機能不足
- JR 駅周辺での案内機能不足
- 宿泊イメージの低さ
- バス路線案内の難しさ

(3) 機会

網走市にとっての機会としては、以下を挙げることができます。

- SNS 等を通じた消費者自身による情報発信機会の拡大による、消費者起点による新たな観光地のメジャー化
- インバウンドの伸長と個人化、地方へのシフト
- 国内外観光客の体験観光や地域の人々との交流ニーズの拡大
- 女満別空港の民営化
- レンタカードライブ観光の増加

(4) 脅威

網走市にとっての脅威としては、以下を挙げることができます。

- 国内人口の減少
- 近隣観光地間の競争の激化
- 2020 東京オリンピック・パラリンピック後の景気動向
- 地震や災害の影響

網走市の強みや機会を生かしつつ、弱みや脅威を克服しながら観光振興に取り組んでいく必要があります。