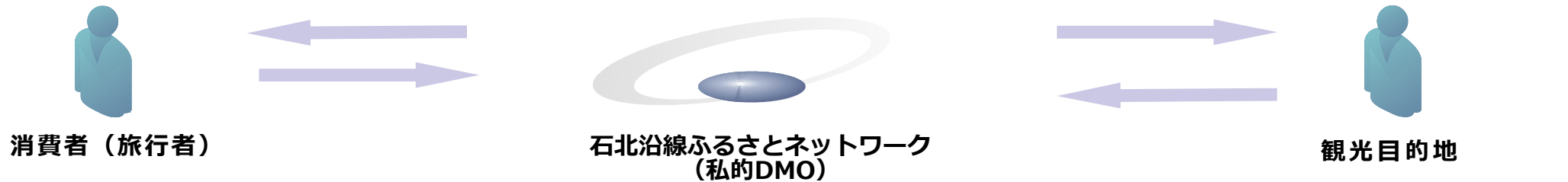


アドベンチャートラベル（A T）常呂遺跡オホーツク文化 進捗関連図表



当ネットワークによるマーケティング・マネジメント

- FITに対応した、Webサービスを活用した、多層化・立体化したプロモーションを「マーケティング・マネジメント」として別葉で詳細に述べる

北見/オホーツク デスティネーション・マネジメント

- ①アドベンチャートラベル（A T）のコンセプトの確立



- ②常呂遺跡を学習し、A Tに取り込み、観光コンテンツとして造成
- ③常呂遺跡関係者との連携調整
- ④人材「地域コーディネーター（ガイド・スルーガイド）」の育成と生業として成り立つ環境整備
- ⑤観光コンテンツの更なるブラッシュアップ
- ⑥オホーツク文化（常呂遺跡）から学ぶ食文化の新たな展開へのアプローチ（北見にはすでにタマネギ・焼き肉がある、さらにオイスター文化を加える）
- ⑦常呂遺跡の北見市民への広報イベントの開催
- ⑧常呂・栄浦・佐呂間への2次交通の利便性の向上策の研究（新たなモビリティサービスの検討を含む）

※ 1) Destination Management

(Destination) = 目的地・行き先、旅行者が実際に訪れる場所

(Management) = ヒト・モノ・カネなどの経営資源を効果的に活用し、資源やリスクの管理を行い、これによって経営上の効果を最適化すること

2) F I T (Free Individual Traveler, Foreign Independent Tour) = ツアーに参加するのではなく、飛行機などの移動手段や宿泊などを個人で手配する旅行者