

平成21年度観光予算 新規主要事業概要

【滞在型観光促進等関係】

「はこだてチケット」

- ・平成20年度から取り組みをスタートさせた公共交通と観光施設等の入場を一体とした市内定額周遊チケット事業について、今年度は1年間を通して長期的に実証事業を行い、民間事業化に向けた体制の構築を図る。
- ・今年度は、観光案内所での販売のほか、宿泊施設での個別販売を導入し宿泊パッケージ化を促進するとともに、旅行代理店の商品への組み込みを強化し、利用定着へ向けた環境整備に取り組んでいる。

(実証事業実績) H20. 8.1-H20.8.17 (1対1方式), 利用者: 73名

H20.12.1-H21.3.31 (もぎり方式), 利用者: 140名

【観光基本計画・施策・5-2- 2) サービスの連携化】

「地域でつくる小さな旅」

- ・体験型観光メニューの充実を図るため、市民から斬新なアイデアによる参加・体験型の観光企画案を募集。
- ・4/10～5/31の期間、「秋」をテーマとしたアイデアを募集したところ、28の企画案の応募があった。優秀プログラムは着地型観光メニューとしての商品化を促進するほか、内容により「四季のオンパク」などを通じて実証事業を検討。

【観光基本計画・施策・2-1- 3) 市民参加の観光資源の発掘・再構築】

【観光基本計画・施策・2-1- 1) 志観光ルートづくり】

【観光基本計画・施策・5-2- 3) 市民総観光ガイド化のシステム創出】

「ルートマップ作成」

- ・ボランティアガイドやはこだて検定合格者の経験や知識を活用し、主要な観光ルートのみならず、歴史や文化、ライトアップ巡りやロケ地巡りなどのさまざまな分野別にルートづくりを行い、市民・観光客がともに楽しめる「まちあるきルート」を作成し、長期的なストックとして情報発信を行う。

【観光基本計画・施策・1-2- 1) 高精度の地図づくり】

【観光基本計画・施策・2-1- 3) 市民参加の観光資源の発掘・再構築】

【観光基本計画・施策・2-1- 1) 志観光ルートづくり】

【観光基本計画・施策・2-2- 1) フィルムツーリズム振興の環境整備】

【観光基本計画・施策・5-2- 3) 市民総観光ガイド化のシステム創出】

「ライトアップ施設巡り(ナイトツアー)」

- ・夜景グレードアップ事業でライトアップした施設を活用し、夜景鑑賞とライトアップ施設巡り、西部地区における飲み歩きが一体となった函館独自の夜型観光メニューを構築する実証事業。

- ・4/19(日)開催の第11回バル街にあわせて催行された旅行商品において、市の共同企画として、夜景鑑賞とライトアップ施設を巡るバスツアーを実施済。まちあるきプランとして確立させるため、個人観光客を対象とした内容での実証事業を秋以降に実施予定。

【観光基本計画・施策・2-1- -2) 食の魅力づくり】

【観光基本計画・施策・2-1- -3) ナイトレジャーの魅力づくり】

「早朝型産業観光ツアー」

- ・地元ならではの産業に着目し、水産加工施設巡りなどに市場見学や朝市巡りなどの早朝プランを組み込むことで、朝型観光メニューを構築する実証事業。
- ・本市の産業を切り口に、より一層函館を知ってもらう機会を創出するとともに、体験観光メニューの充実による滞在観光の促進を図る。(9月頃実施予定)

【観光基本計画・施策・2-2- 地域資源を生かした体験型観光振興】

「渡島檜山ドライブ&ステイ」

- ・渡島檜山管内18市町の観光施設・温泉・飲食施設等を「もぎりチケット」を利用して車で巡る、チケット型ドライブ周遊観光の実証事業
- ・道内外のマイカー、レンタカー利用の個人・小グループ観光客を対象として、10枚2,000円や15枚3,000円のチケットを用意し、管内数カ所での販売を想定
- ・北海道観光振興機構による「道南観光集中キャンペーン(7月-11月)」が実施されることから、当該事業期間中の一定期間で実施(管内各市町と調整中)

【観光基本計画・施策・2-1- -2) 食の魅力づくり】

【観光基本計画・施策・2-3- -2) 道南圏域連携による広域観光圏形成】

「旬の味覚収穫祭ツアー」

- ・道央圏からの集客促進メニューの一つとして、高速道路を活用したバスツアーの実証事業を行い、現時点の高速道路終点(八雲IC)以降、函館に至るまでの経路(八雲 大沼 函館)において、立ち寄りながら各地域の魅力を再発見する
- ・宿泊施設において、旬の食材を使ったオリジナルコース料理を創出し、シェフによるミニ料理教室の演出を行うなど、宿泊施設における食提供の面で、連泊型対応に向けた意識変革を促進する。
- ・高速道路を利用することで、時間・距離感覚を体感し、ETC割引による函館・道南地域への再訪意欲の喚起を図る。(8月-9月で実施予定)

【観光基本計画・施策・2-1- -2) 食の魅力づくり】

【観光基本計画・施策・2-2- -1) 滞在型観光促進に向けた環境整備】

【観光基本計画・施策・2-2- -5) グリーンツーリズムの振興】

【観光基本計画・施策・2-3- -2) 道南圏域連携による広域観光圏形成】

【観光基本計画・施策・3-1- -2) 地産地消の促進】

「道南まるかじりツアー」

- ・道南地域の恵まれた「食」をテーマに、生産者との触れ合いを通して収穫体験や栽培方法など「食」の安全を体感し、その食材を活用した地元ならではの食べ方で地産地消を満喫する、学びと体験の観光メニュー創出実証事業
- ・厚沢部町や東部4支所管内などの一次産品を活用し、道南食材の魅力発信による「食」を通じた再訪意欲の喚起を図る。(8月-9月で実施予定)

【観光基本計画・施策・2-1- -2) 食の魅力づくり】

【観光基本計画・施策・2-2- -5) グリーンツーリズムの振興】

【観光基本計画・施策・2-3- -2) 道南圏域連携による広域観光圏形成】

【観光基本計画・施策・2-3- 市町村合併を見据えた市内観光振興】

【観光基本計画・施策・3-1- -2) 地産地消の促進】

「青函縄文文化の学びツアー」

- ・森町の環状列石、南茅部の大船遺跡、青森の三内丸山遺跡、八戸の風張遺跡を巡るとともに、南茅部の中空土偶(国宝)、八戸の合掌土偶(国宝答申)の貴重な歴史・文化を学ぶ観光メニュー創出の実証事業。
- ・「縄文」をテーマとした青函圏域の付加価値向上と、新幹線開業を視野に、周遊性の高い青函広域観光圏を形成し圏域での滞在化を促進する。(10月頃実施予定)

【観光基本計画・施策・2-1- -1) 歴史を生かした観光資源整備・再整備】

【観光基本計画・施策・2-3- -1) 縄文資源連携の青函広域観光圏形成】

【観光基本計画・施策・2-3- 市町村合併を見据えた市内観光振興】

「自然探訪トレッキングの癒し体感ツアー」

- ・恵山と恐山のトレッキングや奥薬研の自然散策、函館と下北の温泉資源を満喫する自然探訪型観光メニュー創出の実証事業。
- ・函館と大間を結ぶフェリー航路を活用し、函館と下北におけるオリジナリティ溢れる高付加価値体験型観光メニューの充実を図る。(9月-10月で実施予定)

【観光基本計画・施策・2-2- -6) 高付加価値体験メニューの創出】

【観光基本計画・施策・2-3- 青函・道南広域観光圏の形成】

【観光基本計画・施策・2-3- 市町村合併を見据えた市内観光振興】

「青函レール&ステイ」

- ・平成22年の新幹線新青森開業において、青森圏域を訪れる観光客を函館まで誘客するため、JR白鳥による移動そのものを楽しむことが出来るメニューを創出。
- ・青函圏域の「食」をテーマにし、JR白鳥車内において、地域ならではの飲食物を提供し、往復の車中でそれらを満喫しながら函館へ観光に向かい、長い道のりを楽しむ新たな魅力ある仕組みを創出する。(2月頃実施予定)

【観光基本計画・施策・2-1- -2) 食の魅力づくり】

【観光基本計画・施策・2-3- 青函・道南広域観光圏の形成】

【観光基本計画・施策・3-1- -2) 地産地消の促進】

【ブランドPR関係】

「ブランド戦略策定」

- ・函館ブランドの確立に向けた基本戦略を策定するため、専門的な知見による調査およびブランド戦略策定について委託。
- ・従来の観光施策と実際の旅行者のイメージのギャップ測定や、効果的な観光PR手法について調査し、地域の強みと弱みを把握し、今後の施策の最適化を行う。

【観光基本計画・施策・3-1- -1) ブランドコンセプトの確立】

「はこだてランチイベント」

- ・函館ならではの食材を用いたオリジナルのランチメニューを提供するため、地元店舗と協力したメニューを創出し、新たな「食ブランド」を構築。
- ・ランチメニュー（1,500円）とスイーツメニュー（1,000円）について設定金額を統一して参加飲食店を募集し、7/1～9/30の期間でイベントを実施。

【観光基本計画・施策・2-1- -2) 食の魅力づくり】

【観光基本計画・施策・3-1- -1) ブランドコンセプトの確立】

【観光基本計画・施策・3-1- -2) 地産地消の促進】

「はこだてMOMI - Gフェスタ」

- ・下期の観光入込客数の増加に向けた新たな取り組みの一つとして、秋において、香雪園を舞台に紅葉ライトアップやミニコンサートなどのイベントを開催し、集客効果を高める。（実施予定期間：10/24-11/15）

【観光基本計画・施策・2-1- -1) 歴史を生かした観光資源整備・再整備】

【観光基本計画・施策・3-1- -7) 冬季観光客の誘致】

【観光基本計画・施策・3-2- -4) 冬季ならではのイベントの創出】

「函館山要塞フットパス」

- ・「函館山と砲台跡」の魅力ある資源をを活用し、実際の散策メニューとして函館山要塞フットパス事業を行い、新たなブランド形成を図る。（秋頃実施予定）

【観光基本計画・施策・2-1- -1) 歴史を生かした観光資源整備・再整備】

【観光基本計画・施策・2-1- -2) 市民も楽しめる観光関連施設整備・活用】

【観光基本計画・施策・2-2- -3) エコツーリズムの振興】

【新規旅行商品造成補助関係】

「新規旅行商品造成補助金」(交付要綱別添)

- ・秋冬に函館市域内で催行する新規旅行商品の提案を募集し、書類審査により優秀であると認められ採択された旅行商品について、当該旅行商品に係る広告宣伝費を助成。（募集期間：6/11-7/3，審査：7月上旬予定，交付決定：7月下旬予定）

【観光基本計画・施策・3-1- -1) 旅行代理店プロモーションの充実】

【観光基本計画・施策・3-1- -7) 冬季観光客の誘致】

【観光客誘致宣伝関係】

「生活情報誌広告」

- ・グルメや旅行等に関心の高い20～30代女性の購買者層が多い2誌に、夏と冬の年2回広告を掲載
- ・札幌圏を中心に7万部発行する「poroko（ポロコ）」と、首都圏を中心に12万部発行する「ozマガジン（オズマガジン）」に、夏の150周年記念事業や冬の各種イベントなどの函館観光と食をメインとした誌面展開。

【観光基本計画・施策・3-1- -1) 旅行代理店プロモーションの充実】

【観光基本計画・施策・3-1- -4) 観光PRの充実】

「街頭ビジョン広告」

- ・動画によるプロモーション展開として、HAKOTUBEで配信している「はこだて観光CM」を、仙台の「アオバビジョン」（仙台駅西口デッキ正面）と、東京のアルタビジョン新宿（新宿駅東口正面）で放映。
- ・動画は1本あたり1分間程度、複数の動画を1ヶ月間ローテーションで用いる。（1日あたり13～17回程度放映される）

【観光基本計画・施策・3-1- -4) 観光PRの充実】

「JRスポットCM広告」

- ・JR車両内の液晶テレビ「トレインチャンネル」において、函館開港150周年を含めた函館を印象づける15秒CMを放映。

【観光基本計画・施策・3-1- -4) 観光PRの充実】

「クレジット会員向け観光客誘致キャンペーン」

- ・クレジット会社最大手のJCB経由で旅行代理店に商品造成を依頼。会員誌やホームページのほかダイレクトメール等を活用した旅行商品のPRを行い、函館への観光客誘致を展開する。

【観光基本計画・施策・3-1- -1) 旅行代理店プロモーションの充実】

【観光基本計画・施策・3-1- -4) 観光PRの充実】

「東アジア地区定期プロモーション」

- ・東アジア地区へのトッププロモーションのみならず、事務担当者による具体的な商品造成を促進するため、定期的に現地を訪問し、現地航空会社や旅行代理店関係者へのプロモーションを展開する。
- ・その他、香港国際旅遊展や中国国際旅遊交易会、タイ・シンガポールプロモーションなどを通じて観光客誘致活動を展開する。

【観光基本計画・施策・3-1- -1) 旅行代理店プロモーションの充実】

【観光基本計画・施策・3-1- -3) 海外観光プロモーションの実施】

「訪日・在日外国人向けフリーペーパーへの広告」

- ・在日外国人の購読が多くWEB版もあるフリーペーパー等に観光広告を掲載し、開港150周年と函館観光の特集記事化を図る。
- ・5-6月の「att.JAPAN」誌に特集記事を掲載。

【観光基本計画・施策・3-1- -3) 海外観光プロモーションの実施】

【観光基本計画・施策・3-1- -4) 観光PRの充実】

「台湾観光客実態把握調査」

- ・平成20年度に韓国人観光客向けに実施した実態把握調査を、今年度は台湾人観光客を対象に実施し、函館観光に関する実態の把握を行う。(夏・冬に実施予定)

【観光基本計画・施策・1-1- - 国際化対応の充実】