

ソフト対策(案)

1 ソフト対策の必要性

新幹線の整備効果を最大限に生かすためには、小樽への来訪者を増やし、来訪者が小樽で消費(投資)すること、そしてその投資を小樽市はじめ、北後志地域等へ波及する経済循環を生み出すことが大切です。

そのためには、小樽市に訪れたいくなる、滞在したいくなる、そして小樽で投資したいくなる魅力あるまちづくりが必要であり、その魅力を積極的に国内外へ発信していくことが必要です。

さらには、周辺町村を含めたエリア全体の魅力を高め、発信していくなど、広域連携を推進することで、新幹線の整備効果をさらに波及させていくことが重要です。

これらの取組にあたっては、新幹線にかかる基盤施設整備に加え、行政や市民、企業、大学が一体となり、ハードを活用するソフトが重要となってきます。そのため、小樽のまちそのものの魅力や観光の魅力を引き上げること、新たな観光客の受入体制の整備などに取り組むことが必要です。

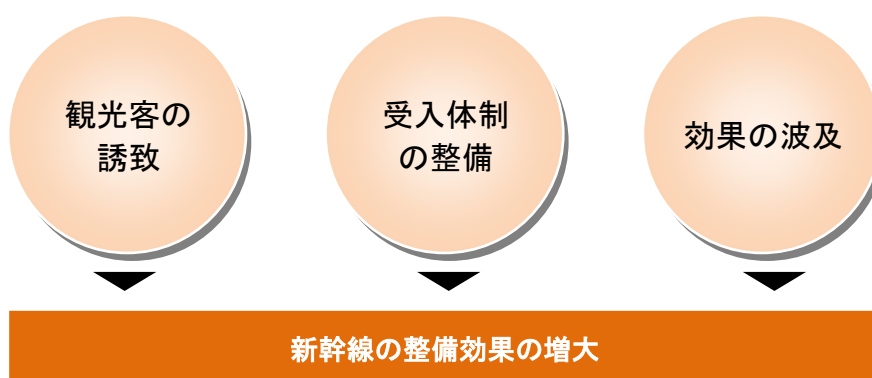


図 ソフト対策の必要性

2 取り組むべきソフト対策

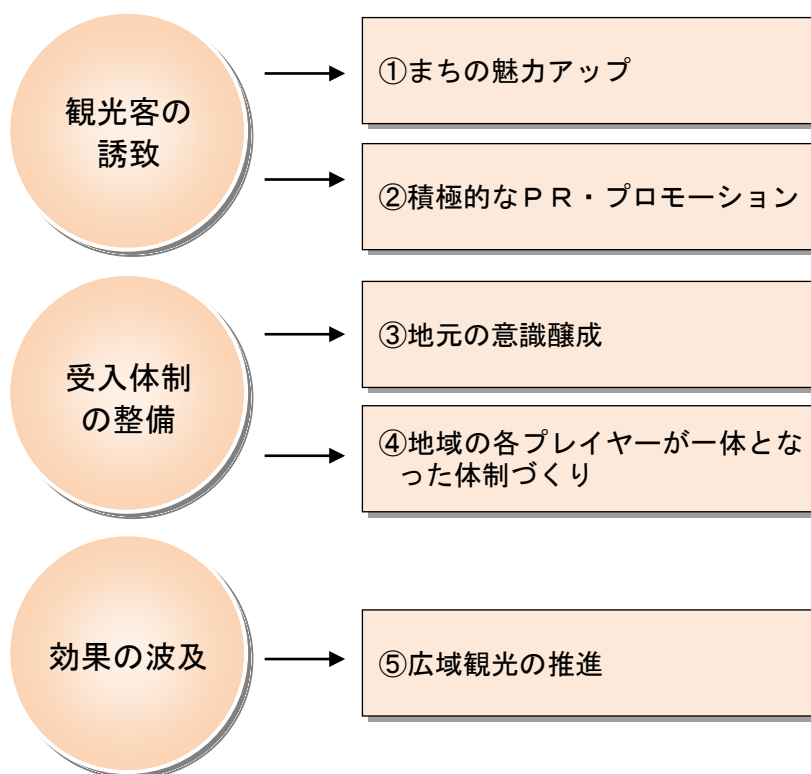
(1) 事例調査の概要

近年の新幹線開業した地域におけるソフト対策の取組について調査しました。

表 調査対象駅

新幹線駅		開業年	調査地域	人口(H27)
北陸新幹線	飯山	平成 26 年 3 月	飯山市	21,444 人
	新高岡	平成 26 年 3 月	高岡市	172,256 人
	金沢	平成 26 年 3 月	金沢市	465,810 人
北海道新幹線	木古内	平成 28 年 3 月	木古内町	4,545 人
	新函館北斗	平成 28 年 3 月	北斗市	46,416 人
			函館市	266,117 人

調査したソフト対策について、「観光客の誘致」「受入体制の整備」「効果の波及」という視点からみると、大きく5つの取組に整理されます。



5つの取組ごとに各事例をまとめると、さらに15の取組に整理されます。

表 ソフト対策の調査結果

		飯山市	高岡市	金沢市	木古内町	北斗市	函館市
①まちの魅力アップ	ア 都市環境の整備	●	●	●	●	●	●
	イ 観光拠点づくり	●	●		●		
	ウ 観光メニューの充実	●	●	●	●	●	●
	エ 地域資源を生かした観光製品の開発	●	●	●	●		
②積極的なPR・プロモーション活動	ア イベント・キャンペーンを通じたPR	●	●	●	●	●	●
	イ 各種情報媒体を通じたPR	●	●	●	●	●	●
	ウ 新たなPRツールの制作	●	●	●	●	●	●
③地元の意識情勢	ア イベント等通じた意識情勢		●	●	●	●	●
	イ 各種の情報媒体を通じた意識情勢		●	●	●		
	ウ 研修会等の開催	●			●	●	●
④地域の各プレイヤーが一体となった取組体制づくり	ア 官民連携組織の設立	●	●	●	●		●
	イ 官民連携による事業実施	●	●	●	●		●
⑤広域観光の推進	ア 広域観光連携組織の設立	●	●	●	●	●	●
	イ 広域連携による事業の実施	●	●	●	●	●	●

(2)事例

1) 飯山市

①まちの魅力アップ

ア 都市環境の整備

➤ 観光資源の充実

- ・各観光施設の充実、遊歩道整備、案内サインの整備（外国人対応）、公園の整備、歴史的建造物の改修・活用の見直し

イ 観光拠点づくり

➤ 信越自然郷アクティビティセンターの設置

- ・飯山駅構内に設置され、周辺のアクティビティやアウトドアの情報提供、ツアーの手配、自転車やトレッキング等のアクティビティ関連商品のレンタルを実施



図 信越自然郷アクティビティセンター
資料：飯山駅観光交流センター

ウ 観光メニューの充実

➤ 歩く旅ルートの構築

- ・中心市街地や山間部等の歩くルートの設定

➤ 体験型商品の開発

- ・飯山の伝統工芸を利用した体験メニューの提供
- ・雪まつり等の充実

➤ ツアー商品の開発

- ・森林セラピーや信越トレイルなど観光商品の充実
- ・千曲川を利用した観光商品の開発（フットパスを含む）
- ・雪に関連した観光商品の開発

エ 地域資源を生かした観光商品の開発

➤ 食と土産品の充実

- ・地場農産物を楽しめるレストランの育成・設置
- ・地場農産物直売所の開催
- ・雪中貯蔵等による魅力ある食の提供
- ・和風スイーツ、精進料理の充実

➤ 開業グッズの製作

②積極的なPR・プロモーション

ア イベント・キャンペーンを通じたPR

- 各主要イベントでの開業PR
- 開業前(2年前、1年前、100日前等)、開業時、開業後イベントやキャンペーンの実施

イ 各種情報媒体を通じたPR

- 広域マップ、ポスター、パンフレットの制作
- ホームページの作成
- パブリシティ活動*

*PRの一種でプレスリリースやインタビューへの対応などを通じてメディアに報道として自社に関する内容を取り上げてもらう活動のこと

ウ 新たなPRツールの制作

- 開業PRグッズの配布

③地元の意識醸成

ア 研修会等の開催

- 連携意識醸成のための研修会・講演会の開催
- おもてなし機運醸成のための研修会・講演会の開催
- 地域案内人の育成

④地域の各プレイヤーが一体となった体制づくり

ア 官民連携組織の設立

- 信州いいやま観光局の設立

- ・平成 26 年度に予定されている北陸新幹線の開業を見据え、信州と飯山エリアの魅力を発信し、誘客力のある観光まちづくりを推進することで、農業や地場産業の連携による飯山らしい観光の振興を図るための組織づくりを実施。
- ・平成 19 年に飯山市観光協会(昭和 35 年設立)を法人化した後、地域が一丸となって観光まちづくりに取り組むため、観光交流関連の第 3 セクターを統合して、平成 22 年に「信州いいやま観光局」を設立。平成 23 年には第 3 種から第 2 種へ旅行業登録を変更。

イ 官民連携による事業実施

- 信州いいやま観光局による取組

- ・飯山駅観光交流センター(観光案内所、交流センター、アクティビティセンター)の管理運営。これまで飯山市振興公社が担ってきた観光施設「なべくら高原・森の家」、「道の駅・花の駅千曲川」、「いいやま湯滝温泉」、「高橋まゆみ人形館」の運営も担当。
- ・着地型旅行商品を販売しており、ホームページで検索や予約が出来るほか、各種の情報誌、フリーペーパーなどを使って情報発信。



図 「飯山旅々」ホームページにおける旅行プランの紹介
資料：「飯山旅々」ホームページ

⑤広域観光の推進

ア 広域観光連携組織の設立

➤ 信越9市町村による観光ブランド観光圏の形成

- ・平成27年春に金沢まで延伸する北陸新幹線の開業を視野に、飯山市を含む9市町村の「産業」、「観光」、「イベント」、「歴史」、「文化」、「食べ物」などの地域資源を国内外に発信できるブランドづくりを促進するため、信越9市町村広域観光連携会議を平成24年に設立。

イ 広域連携による事業実施

➤ 信越9市町村による観光ブランド観光圏の取組

- ・飯山駅を中心とした20km圏域を1つのエリアと捉え、「信越自然郷」という広域エリアの名称を設定し、「千年風土の豊穡の地」をブランドコンセプトのもと、一体的な高原国際リゾートを展望した取組を展開。

《主な取組》

2次交通対策の検討、飯山駅観光案内機能・運営方法の検討、広域観光旅行商品の開発・販売、観光資源調査、開業前・開業時・開業後イベントやキャンペーンの実施、広域マップ作成、連携意識醸成のための研修会・講演会の開催、地域案内人の育成 など。

2) 高岡市

①まちの魅力アップ

ア 都市環境の整備

- 歴史的建造物の修理と周辺環境の整備
- 歴史・文化資産を歩いて回遊できる仕組みづくり
- 中心市街地におけるサイン整備、修景整備
- ギャラリー・カフェ出店促進
 - ・地域団体等と連携し、出店希望者と地権者のマッチングによる空き店舗、空き家等を活用した賑わいと魅力向上への取組を実施。

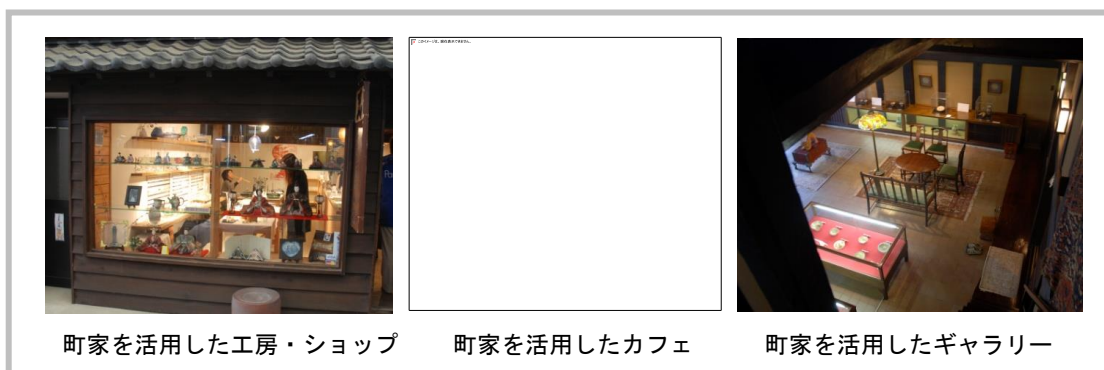


図 町家の活用

資料: 新幹線まちづくり推進高岡市民会議「たかおか新幹線アクションプラン」

イ 観光拠点づくり

- 観光拠点（高岡御車山会館）の整備
- 伝統工芸を楽しんでもらう拠点づくり
 - ・伝統工芸を楽しんでもらえるよう工房付ギャラリー、体験工房、伝統工芸の器で食できる飲食店等の増加を推進。

ウ 観光メニューの充実

- 高岡の食のブランド化、食のイベント開催、弁当販売等

エ 地域資源を生かした観光商品の開発

- 高岡らしいお土産品の開発

②積極的なPR・プロモーション

ア イベント・キャンペーンを通じたPR

- 企業「ようこそ高岡キャンペーン」の開催
 - ・首都圏の本社、支社において受付等にマスコット+サインボードを設置。
- 新幹線沿線地域へのキャラバン
 - ・新潟、長野、群馬、埼玉等沿線地域を巡回するPRキャラバンを実施。民間レベルでの認知度の向上を図った。
- H26 首都圏大キャンペーン
- 北陸デスティネーションキャンペーン※の実施
 - ※デスティネーションキャンペーン：JR グループ旅客 6 社と指定された自治体、地元の観光事業者等が共同で実施する大型観光キャンペーンのこと。

イ 各種情報媒体を通じたPR

- 観光ガイドブックの配布
 - ・新幹線開業に向けて「観光ガイドブック」を構成団体の企業等が協力して配布。
- 新高岡駅PRパンフレット・ちらしの作成
 - ・「新高岡駅周辺整備事業」、「新高岡駅PR」を作成し、2次交通や駐車場、観光スポット、新高岡駅について案内を掲載。
- 観光HPのポータルサイト化
 - ・高岡市と観光協会のサイトを統合。ブログやFacebook等のSNSを活用した情報発信。
- パブリシティの活用、各種メディア・記事情報
 - ・メインターゲットである「目の肥えたシニア層」に直接届くことが可能な雑誌に対し取材記事が増えるよう働きかけ。(サライ、Discover Japan、家庭画報等)

ウ 新たなPRツールの制作

- 統一ロゴ・キャッチフレーズの作成、共有
 - ・観光パンフレット、各種資料、名刺などに使用し、市民全体出新幹線開業の気運を盛り上げる統一ロゴ、キャッチフレーズの作成、共有を実施。



図 統一ロゴ・キャッチフレーズ (左：ロゴマーク、右：ステッカー)

資料：高岡市ホームページ

③地元の意識醸成

ア イベント等通じた意識情勢

➤ 新幹線カウントダウン事業の実施

- ・平成 23 年 8 月の高岡駅南北自由通路や高岡駅橋上駅舎の完成を端緒とし、市民が参加できる主要な事業について「新幹線カウントダウン事業」と位置づけ、「新幹線レールウォーク&見学会」、「万葉ロード・橋上駅舎供用開始記念イベント」などを開催。

イ 各種情報媒体を通じた意識情勢

➤ 市民向けの新幹線情報の発信（HP、冊子等）

- ・「新幹線キッズブック」を作成し、子ども向けに新幹線の概要等を紹介。

➤ 開業応援グッズの製作・販売

- ・マスコット人形や名刺用シール、高岡の水など



図「新幹線キッズブック」

資料：高岡市ホームページ



図 北陸新幹線開業PRグッズ

資料：高岡市ホームページ

④地域の各プレイヤーが一体となった体制づくり

ア 官民連携組織の設立

➤ 新幹線まちづくり推進高岡市民会議によるアクションプランの作成

- ・平成 24 年 5 月、新幹線の開業効果を最大限に発揮するよう魅力あるまちづくりを推進するため、市民、各種団体、企業、行政などが官民一体となって様々な取組を促進するとともに、新幹線開業への市民意識の醸成を図っていくことを目的に設置。
- ・高岡市内の約 30 の団体が構成団体となっており、「観光・宣伝部会」「おもてなし・交通部会」の部会を構成。
- ・行動指針である「たかおか新幹線アクションプラン（平成 24～28 年度）」に基づき、各取組が展開。

イ 官民連携による事業実施

- 二次交通の整備
- ギャラリー・カフェ出店促進（再掲）
- 伝統工芸を楽しんでもらう拠点づくり（再掲）

- 統一ロゴ・キャッチフレーズの作成（再掲）
- 企業「ようこそ高岡キャンペーン」の開催（再掲）
- 観光ガイドブックの配布（再掲）
- 飛越能 86 万人へのPR
 - ・飛越能の市民、企業向けに新幹線駅の利便性を、ポスターやチラシ、うちわ等を用いてPRし、新幹線駅利用を促進。
- 開業応援グッズの制作・販売（再掲）

⑤ 広域観光の推進

ア 広域観光の連携組織の設立

- 北陸飛驒 3 つ星街道誘客推進協議会の設立
 - ・北陸新幹線金沢開業を契機として、圏域全体の魅力向上を図るため、世界遺産や 3 つ星観光地といった観光資源を有する金沢市、高山市、南砺市、白川村の観光誘客の推進に向けて官民一体となって取り組むため、平成 25 年 2 月に設立。

イ 広域連携による事業実施

- 北陸飛驒 3 つ星街道誘客推進協議会による取組
 - ・広域観光における連携や情報発信、誘客活動など
 - ・北陸飛驒 3 つ星街道広域防災共助推進事業（Web サイトで防災拠点施設情報・避難情報を配信。また、3 市 1 村で防災パートナーシップ協定を締結。Web サイトの情報配信と対応した観光案内版のデザイン。地元住民、観光ボランティア等へ配布する行動マニュアル（案）を作成）



図 広域防災マップ

資料：「北陸飛驒 3 つ星街道の旅」ホームページ

3) 金沢市

①まちの魅力アップ

ア 都市環境の整備

- 歴史・文化資産の保存、歴史資産の調査
- 道路標識等の縮小など、景観政策の強化
- 緑化の推進

イ 観光メニューの充実

- 文化財を活用したイベント・セミナー等の開催
- 文化施設共通パスポートの拡充
- グリーンツーリズム（農業体験、林業体験、里山体験ツアーなど）の実施

エ 地域資源を生かした観光商品の開発

- 加賀野菜のブランド力の強化（生産拡大、有望品種の導入等）

②積極的なPR・プロモーション

ア イベント・キャンペーンを通じたPR

- 「新幹線開業プロモーション・イベント実施計画」の作成
- 首都圏からの誘客促進
 - ・首都圏におけるシティセールスを強化するため、東京事務所に「金沢営業戦略室」を併設
 - ・新幹線沿線都市とも連携して首都圏への誘客促進施策を実施
- 中京圏・関西圏からの誘客促進
- 修学旅行の促進（修学旅行プランの作成、教育機関等への誘致活動）
- 海外からの誘客促進
- 北陸新幹線開業記念イベントの開催

イ 各種情報媒体を通じた情報発信

- HP等による情報発信

ウ 新たなPRツールの制作

- ロゴマークの制作
 - ・開業日入りのロゴマークを作成し、画像データ、イラストデータを公開。



2015年3月14日・北陸新幹線開業

図 ロゴマーク

資料：金沢市ホームページ

③地元の意識醸成

ア イベント等通じた意識情勢

- ▶ 北陸新幹線金沢開業記念事業「小中学生参加型カウントダウンボード」
 - ・市内84の小中学校が新幹線開業までカウントダウンボードを制作。図書館やギャラリー等で写真展示を実施。
- ▶ 150日前カウントダウンイベント「新幹線金沢駅1000人探検ツアー」
 - ・開業気運を盛り上げるため、「150日前カウントダウンイベント」を実施。
 - ・その一環として「STEP21 県民推進会議（石川県）」と共催で新幹線金沢駅1000人探検ツアーを開催。
- ▶ まちなかバナーフラッグ みんなの絵募集
 - ・新幹線での来訪者を連れて行ってあげたい場所（金沢市内）を絵に描いて応募し、応募作品の中から、200点程度を選定。
 - ・新幹線開業を盛り上げるバナーフラッグに印刷して、金沢駅から金沢市役所に至る街路灯やアーケードの設置可能な場所に掲示。

④地域の各プレイヤーが一体となった体制づくり

ア 官民連携組織の設立

- ▶ 新幹線対応金沢市民会議連絡会の設立
 - ・市民や企業など地域総ぐるみでもてなし力やマナーの向上、環境美化・緑化などに取組むことを目的に設立。

イ 官民連携による事業実施

- ▶ 新幹線対応金沢市民会議連絡会における取組
 - ・市民との協働によるもてなし力向上に向け、「外国人対応ワンフレーズ・ガイドブックの作成」による、外国人観光客への対応強化と、「金沢美味紀行」のパンフレット作成による金沢の「食」の魅力を発信。
- ▶ 学生による賑わい創出
 - ・金沢市は、平成22年6月に学生のまち金沢の推進母体となる学生組織「金沢まちづくり学生会議」を発足し、学生らしい発想力と行動力で中心市街地の活性化に取り組む。
 - ・「まちなか学生交流街MAP“わっぷ”」の作成、まちなか学生まつりの開催、各種のイベントへの参加、学生のまちづくり活動や大学のゼミ・授業などの学習活動の場、市民・地域と学生の交流などを進める拠点として「金沢学生のまち市民交流館」の整備



図 学生のまち市民交流館

資料：学生のまち市民交流館ホームページ

⑤広域観光の推進

ア 広域観光の連携組織の設立

➢ 新幹線金沢駅周辺地域連絡会の設立

- ・新幹線金沢開業に向けて圏域全体の魅力向上を図るため、新幹線が停車する金沢駅と周辺にある金沢市、白山市、かほく市、野々市市、津幡町、内灘町の観光振興、交通アクセスの向上、農産物のブランド化及びもてなし力の向上などに向けた取組を実施。
- ・市民団体、経済団体、交通事業者、行政など43団体で構成。設立目的を達成するため、連絡会の下に3部会（観光・交通部会、地域農業部会、もてなし力向上部会）を設置し、各種事業を実施。

イ 広域連携による事業実施

➢ 新幹線金沢駅周辺地域連絡会の取組

- ・PRパンフレットの作成（観光情報ガイドブック、広域観光ルートガイドブック、地元農産物PR冊子）
- ・新幹線見学会の開催
- ・地元の特産農産物を豊富に使用した「ご当地弁当」の作成（米心石川と共同製作）
- ・研究会、セミナー、イベント等の開催
- ・旅行会社と連携してモニタリングツアーの実施



図 ご当地弁当「特産おもてなし弁当」
資料：株式会社米心石川ホームページ

哲学と芸術・思索の空間めぐり

世界的な哲学者、西田幾多郎、鈴木大拙を記念する施設は、その建築が生み出す独特の空間構成も魅力です。著名な建築家の手による考える空間、感じる場所を巡る小旅行です。

「考える」「感じる」建築空間へのミニトリップ

MAP 1-1

MAP 1-2

主なコースの見どころ

1 金沢駅(鼓門もてなしドーム)

2 石川県西田幾多郎記念哲学館

3 鈴木大拙館

4 金沢21世紀美術館

その他の見どころ

妙鏡寺蔵つつし園

石川国史記堂文化交流館

金沢みらい図書館

図 広域ルートマップ
資料：金沢市ホームページ

4) 木古内町

①まちの魅力アップ

ア 都市環境の整備

- 駅前中央通商店街の魅力向上
- 駅南口からみそぎ浜にかけての重点的整備
 - ・ 景観の統一や小公園などの整備

イ 観光拠点づくり

➤ 道の駅整備

- ・ 渡島西部・檜山南部9町の広域観光拠点施設として整備。
- ・ 主な特徴として、①道南西部9町ならではの特産品を集めたショッピングエリア、②世界的に活躍する料理人が監修するイタリアンレストラン、③道南西部9町のディープな情報に詳しい「観光コンシェルジュ」常駐していることが挙げられる。



図 道の駅「みのぎの郷 きこない」

資料：北海道の道の駅総合サイト「北の道の駅」

ウ 観光メニューの充実

- 「ちょこっとまち歩き」の展開
 - ・ 新幹線の乗降前後の時間を利用した 1~2 時間程度の「プチ滞在」を楽しめる散策ルートを開発。

エ 地域資源を生かした観光産品の開発

- お土産品戦略研究会の開催
- お土産品の開発
- 特産品やメニュー開発
 - ・ ホタテ炙り丼、「みのぎの塩」を使った特産品
- 町の希少資源である「はこだて和牛」を活用した魅力的なメニューづくり
- 飲食店に対する「はこだて和牛」の安定的供給

②積極的なPR・プロモーション

ア イベント・キャンペーンを通じたPR

- 新幹線開業に向けた「チャレンジアクション149」
 - ・新青森～新函館北斗間の距離約149kmにちなみ、開業までに町と町民が一体となって、PR活動等の149の取組を実施。
- 駅舎見学会の実施
- きこない・駅まつりの実施
 - ・駅舎内コンコースにおけるステージイベントや鉄道模型の展示・体験コーナーの設置、地元の特産品などが味わえる飲食ブースが出店。
- きこないフードバトルの実施
 - ・「食」をメインテーマとした様々なイベントや北海道新幹線木古内駅開業のPRを実施。
- 開業イベント「旬感・千年北海道 食と文化のフェスティバル」の実施
 - ・開業日において、ステージイベントの実施や9町のグルメや特産品が味わえる飲食コーナーの設置など、4会場で実施。

イ 各種情報媒体を通じたPR

- 「木古内まちあるき」ガイドの作成
- JRによる観光パンフレット「めぐレール木古内 きこまっぷ」の発行

ウ 新たなPRツールの制作

- 木古内の食の魅力をPRするツール作成
- マスコットキャラクター「キーコ」を活用したまちの認知度とイメージ向上

③地元の意識醸成

ア イベント等通じた意識情勢

- 新幹線で頑張る町民及び役場の取組紹介

イ 各種情報媒体を通じた意識情勢

- 新幹線木古内駅開業を告知するポスター、ちらし等の作成
- 町民が木古内の魅力を正しく伝えるためのリーフレットの作成

ウ 研修会等の開催

- おもてなしワークショップの開催とリーフレットの作成
 - ・商業者、宿泊事業者、交通事業者等を対象におもてなしの向上を図るワークショップを開催。
 - ・ワークショップ参加者が、自ら学んだおもてなしの心得をリーフレット化して、町民に配布。

④地域の各プレイヤーが一体となった体制づくり

ア 官民連携組織の設立

➤ 北海道新幹線木古内駅開業記念事業実行委員会の設立

- ・町や町内の商工団体、事業所など 30 団体で構成され、平成 26 年 10 月に設立。委員会の設置期間は平成 29 年 3 月 31 日まで。
- ・実施するイベント等について検討・実施。

イ 官民連携による事業実施

➤ イベントの検討・実施

- ・イベントの内容は①「新幹線」や「開業」をテーマにしたもの、②木古内をはじめとする渡島西部、檜山南部地域の魅力や、おもてなしの心を発信するもの、③東北や関東との「つながり」、「ひろがり」を感じさせるものとし、役場庁舎内にイベントアイデアを募る応募箱を設置し、町民などから募ったアイデアを参考に決定。
- ・プレ開業記念事業「試験走行列車歓迎セレモニー」、開業イベント「旬感・千年北海道 食と文化のフェスティバル」を開催。

⑤広域観光の推進

ア 広域観光連携組織の設立

➤ 「新幹線木古内駅活用推進協議会」の設立

- ・北海道新幹線開業に向けて、木古内駅を核とした渡島西部 4 町・檜山南部 5 町で構成され、平成 22 年 5 月に設立。
- ・広域観光ルートの形成や特産品等の情報を全国に発信し、新駅の乗降客確保・拡大を図る。

イ 広域連携による事業実施

➤ 二次交通と一体となった観光地づくりの実証実験

- ・江差・松前周遊フリーパス～千年北海道手形～

➤ 冬のモニターツアーの実施

➤ 道南 9 町の観光コンシェルジュの配置（地域おこし協力隊の活用）

➤ 広域観光のキャッチコピーの作成

➤ 地域イメージの広域観光ポスターの作成

5) 北斗市

①まちの魅力アップ

ア 都市環境の整備

- きじひき高原の整備（観光情報提供設備の設置、施設整備等）
- 桜回廊整備事業（市内における桜の名所の一体的な整備）
 - ・市内の桜の名所となっている法亀寺の巨木しだれ桜、大野川沿いの約 300m の桜並木、戸切地陣屋跡の桜並木の 3 ヶ所で、桜の開花時期に合わせて約 1 週間、夜にライトアップが実施される。桜の植樹、街路灯・照明器具・歩行誘導柵・案内看板・トイレの整備。

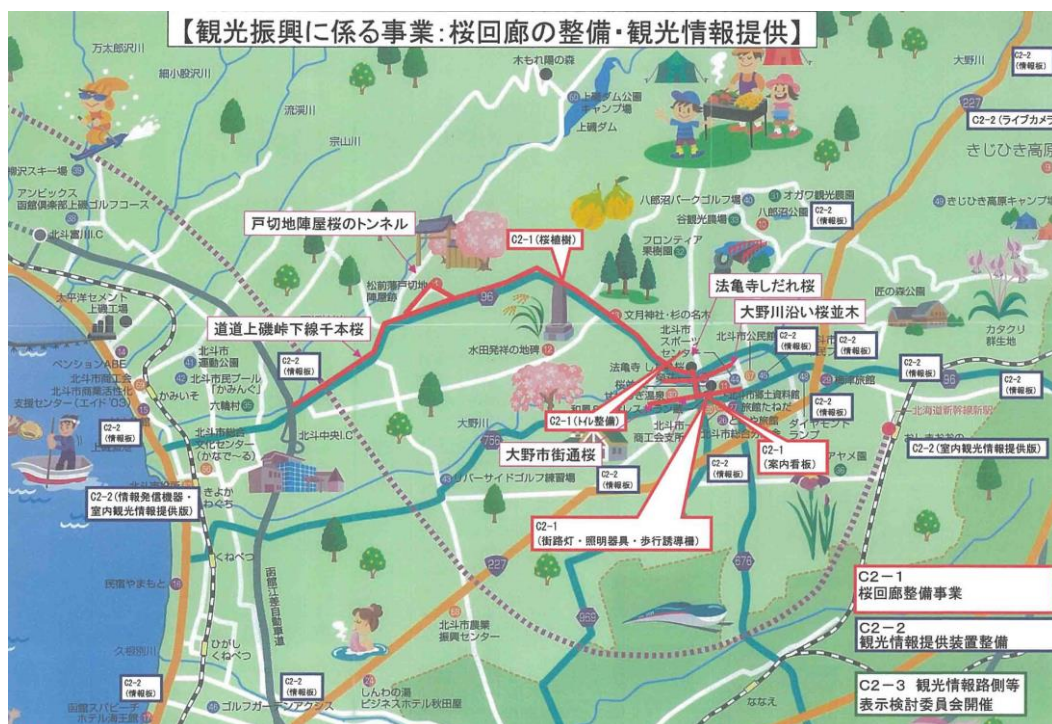


図 桜回廊整備事業

資料：北斗市「社会資本総合整備計画（平成 26 年 3 月変更）」



図 桜回廊ライトアップ（法亀寺）

写真：函館イベント情報局ホームページ

イ 観光メニューの充実

- 農林水産業体験観光の促進（受入農漁家の調査、研修会開催、受入）
- きじひき高原ヒルクライム競技（ロードバイク（自転車）による登坂レース）の開催
- 地産地消の推進（地場産品 PR、消費拡大に向けた取組）

②積極的なPR・プロモーション

ア イベント・キャンペーンを通じたPR

- 首都圏、北関東、北東北へのプロモーション
- 道内イベント参加によるプロモーション（函館市と連携）
- 青森県・函館デスティネーションキャンペーンへの参加
- 東京都北部のイベントに参加してPR
 - ・赤羽馬鹿まつり、豊島かっぱまつり、北区区民まつり
- 開業前イベント「北斗ウェルカム・プログラム」の実施
 - ・新幹線開業後の誘客促進と地元の開業気運醸成を一緒に図ることを目的に実施。
 - ・北斗桜回廊、きじひき高原まつり、茂辺地さけまつりといった北斗市の既存イベントと連動し、それぞれ特別なプログラムをプラスし、新幹線開業をPR。

Spring 4月・5月 北斗スプリングプログラム

4/29 水・祝 5/14 木 **北斗桜回廊**

- 幻想的な桜のライトアップ
- 桜茶屋 ●お花火 BBQ
- 北斗桜回廊フォトコンテストなど

5/10 日 **北斗陣屋桜まつり**

- 多彩な各種ステージイベント
- さまざまな出店が並び、特産品が楽しめます！

春の特別プログラム

北斗桜7星スタンプラリー

北斗市の名産品を当てよう！

ステージとPRブースで北斗市と北海道新幹線をPR

北斗市知りたい！かぶり隊！登場



Summer 8月 北斗サマープログラム

8/23 日 **きじひき高原まつり**

絶景の景色の中でバーベキューを楽しもう

- バーベキューコーナー ●特産品販売 ●所二一農馬など体験イベント ●各種ステージ (※以上は開催26年前の開催です)

夏の特別プログラム

ジャンボ顔ハメ看板

ずーしーほっさーや
牛の巨大顔ハメ看板で撮影しよう！

新幹線ワークショップ 北海道新幹線グッズを作ろう！

フワフワはやぶさ号 はやぶさ号のフワフワで遊ぼう！

キャラクターショー キャラクターショーで楽しもう！

北斗市知りたい！かぶり隊！ ステージとPRブースで北斗市と北海道新幹線をPR



Autumn 10月・11月 北斗オータムプログラム

11/3 火・祝 **茂辺地さけまつり**

さけのつかみ取りや鮭鍋の無料配布など秋の北斗市を満喫！

- 特産品販売 ●さけのつかみ取り ●鮭鍋無料配布 ●各種ステージ (※以上は開催26年前の開催です)

秋の特別プログラム

ジャンボ 鮭鍋ふるまい

名物の鮭鍋をスケールアップしてご提供

鮭メニューフェア ぐるり鮭めぐり(仮)

北斗市の銘店が鮭メニューで競演！

北斗市知りたい！かぶり隊！

ステージとPRブースで北斗市と北海道新幹線をPR



図 北斗ウェルカム・プログラムの内容

資料：北斗ウェルカム・プログラムPR資料

➢ 開業日イベントの実施

- ・北斗市・道南の「食」の販売
- ・集客力を高めるためのプログラム（タレントステージなど）
- ・新駅ビジターへの記念ノベルティの制作・配布

イ 各種情報媒体を通じたPR

- 観光パンフレット・外国語版の制作（英語・中国語・韓国語）
- 観光VP※制作（観光協会制作。主に観光案内所放映用）
※VP：ビデオパッケージの略で、商品の販売促進や企業の紹介説明の為に制作された動画
- 特産品等PR動画制作・ネット公開（商工会青年部等のグループ制作）
- 旅行雑誌広告掲載、ネット配信サービス利用

ウ 新たなPRツールの制作

- 北斗市ご当地キャラ・ずーしーほっきー運用
 - ・プロモーションへの参加
 - ・Facebook 活用による情報発信
 - ・商品利用の促進によるPR
- 開業に合わせたロゴ・キャッチフレーズの作成

③地元の意識醸成

ア イベント等通じた意識情勢

- 新幹線高架橋レールウォーク開催
- カウントダウンボード・看板の設置

イ 研修会等の開催

- 観光ホスピタリティの推進（研修会の開催、学校・地域における啓発等）

④広域観光の推進

ア 広域観光連携組織の設立

- みなみ北海道観光推進協議会の設立
 - ・道南地区（渡島2市9町、檜山7町）の2市16町で構成され、平成22年4月30日に設立。
 - ・自然景観・歴史・食など、この地域の持つ観光資源を有効活用し、地域全体の魅力向上を図り、地域間の連携を通じて広域観光を推進。

イ 広域連携による事業実施

- 東北地方向けプロモーション等事業
 - ・JR主催による東北発ツアー歓迎セレモニーの実施
 - ・東北教育旅行キャラバンの実施
 - ・北海道観光商品説明会（仙台）への参加
 - ・東北新幹線沿線地域での「函館・みなみ北海道グルメパーク」の開催
- 北海道デスティネーションキャンペーンモデルルートの作成
- 「ようこそみなみ北海道へ」WEB・パンフレット製作による情報発信

6) 函館市

①まちの魅力アップ

ア 都市環境の整備

- 歴史的建造物等の保存活用
- 夜景グレードアップ事業
 - ・歴史的建造物ライトアップやガス灯風街路灯の整備
 - ・ライトアップ施設を活用したソフト事業の実施（まちあるき，ナイトツアー等）
- 観光案内標識・ガス灯風観光街路灯、まちあるきベンチの整備
- まちあるき観光案内窓口の開設
 - ・五稜郭公園内などに臨時の案内窓口を設置

イ 観光メニューの充実

- 函館まちあるきマップを活用した体験型・滞在型観光の促進
 - ・市内のまちあるきルートをテーマ別に紹介した「函館まちあるきマップ」を活用。
 - ・「まち」「歴史」「ひと」「特別編」の4ジャンル、全26コースを紹介しており、マップの公開。
 - ・事前予約により、地元の認定ガイドによるガイドを実施。

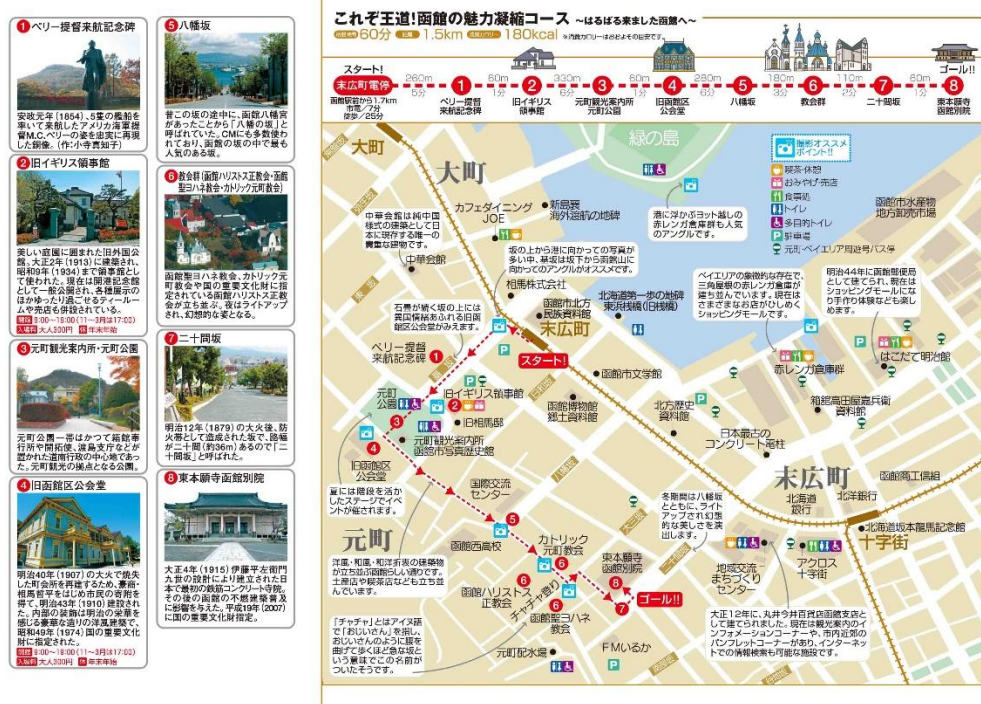


図 「函館まちあるきマップ」(これぞ王道! 函館の魅力凝縮コース)

資料: 「函館まちあるき」ホームページ

②積極的なPR・プロモーション

ア イベント・キャンペーンを通じたPR

- 「新幹線開業イベントプロジェクトチーム」によるイベントの実施
 - ・北海道新幹線の開業に向けて、「開業前」、「開業時」、「開業後」の大きく3つのイベントの開催を検討するために、企画部内に新幹線開業イベントプロジェクトチームを設置。
 - ・開業1年前、300日前、200日前、100日前カウントダウンイベントの実施

- ・開業記念イベント「つながるニッポン祭り」
- ・開業記念「函館まちごちフェア」
- ・開業記念イベント「はこだてグルメガーデン」
- 首都圏や関西圏，東北地区，道内主要都市の旅行代理店等へのPR
- 修学旅行の誘致
- 海外観光プロモーション
 - ・東アジア、東南アジアへのトップセールスまたは、定期的にプロモーションを実施す。旅行博等への参加を通じて誘客を行う。

イ 各種情報媒体を通じたPR

- 「北海道新幹線開業PRページ」の開設
 - ・新幹線に関する情報・ニュースや2次交通のアクセス情報などの発信
- 函館駅前ジャック広告（看板，懸垂幕，のぼり掲出）
- 観光ビデオ、雑誌、ふるさと懇談会によるPR

ウ 新たなPRツールの制作

- 観光大使を活用したPR
 - ・函館出身者やゆかりのある人を観光大使として，函館観光のPについて協力依頼。
- 函館ロゴマークの普及促進
 - ・商用使用を認め、ロゴマークを使用する事業者の拡大を図る。印刷物やステッカーなど各種制作物に使用。



図 函館ロゴマーク
資料：函館市ホームページ

③地元の意識醸成

ア イベント等通じた意識情勢

- 新幹線ラッピング市電・路線バス運行
- 開業カウントダウンモニュメントの設置



図 開業カウントダウンモニュメント
資料：北海道新幹線開業 navi Facebook ページ

イ 研修会等の開催

- 観光ホスピタリティ講演会を開催
 - ・観光関連事業所で従事する従業員，観光関連団体等を対象に実施。
- 外国人観光客受入研修会等の開催

ウ 観光ボランティアの育成

➤ 観光ボランティア団体への支援

➤ ガイド養成講座の実施

- ・市民総ガイド化に向けた取り組みとして、まちあるきガイド養成講座を開催。

④地域の各プレイヤーが一体となった体制づくり

ア 官民連携組織の設立

➤ 北海道新幹線新函館開業対策推進機構の設立・アクションプランの作成

- ・北海道新幹線開業はこだて活性化協議会が平成 20 年 11 月に策定した「北海道新幹線開業はこだて活性化アクションプラン」を官民が一体となって推進していくことを目的に、平成 21 年 5 月 20 日付で協議会より発展改組して設立。
- ・函館市、函館商工会議所、函館国際観光コンベンション協会、経済・観光団体、交通事業者等により構成。

イ 官民連携による事業実施

➤ 各種のPR・情報発信

- ・北海道新幹線 2015 新函館開業 WEB サイトでの情報発信
- ・北海道新幹線PR市電の運行
- ・関東・東北地区の百貨店物産展・産業まつり等での新幹線開業PR活動
- ・統一デザインによるアピール（ポスター、のぼり、ステッカー、名刺、街路灯フラッグなど）

➤ 担い手育成・意識情勢

- ・新幹線に係る講演・出前講座の実施
- ・魅力あるまちづくりの担い手を養成する、「はこぜミ」（新函館開業はこだて魅力創造ゼミナール）の実施（平成 24 年度より実施）
- ・観光資源の再発見を目的に「地元ホテルスイートルーム見学ツアー」開催
- ・クリアファイル・ティッシュ等啓発物品の作成頒布
- ・小学生を対象とした新幹線はこだて絵画コンクールを実施
- ・「北海道新幹線地域活性化フォーラム」の開催
- ・業界団体への出前講座の実施、視察研修受入対応

⑤広域観光の推進

ア 広域観光連携組織の設立

➤ 「はこだて観光圏」の設立

- ・「観光圏整備法」に基づき北海道南西部に位置する 18 の市町で構成された、「食は函館・南北海道に在り～今だけ、ここだけの旅三昧・食三昧」をテーマに、滞在型の周遊観光地となることを目指して取組みを進めている。

イ 広域連携による事業実施

➤ 函館・みなみ北海道グルメパークの開催

- ・はこだて観光圏の食と観光の魅力を伝えるとともに、広域での観光連携を図るため、函館・みなみ北海道グルメパークを道外の都市で開催。（H23：仙台市、H24：さいたま市、H25：仙台市、H26：北関東、H27：東京都）

➤ 広域観光プラットフォームの設立

- ・函館ホテル旅館協同組合を中心に、平成 24 年 3 月まで取組んでいた厚生労働省「着地型地域観光コンシェルジュ創出事業」を発展させ、平成 24 年 4 月に新たに「株式会社函館観光コンシェルジュセンター」を設立。
- ・具体的な事業は、①商品開発・販売、②旅行商品・体験プログラムのプロモーション、③人材育成、④コンベンション、イベント等の受け入れ、⑤就学旅行の受入など。

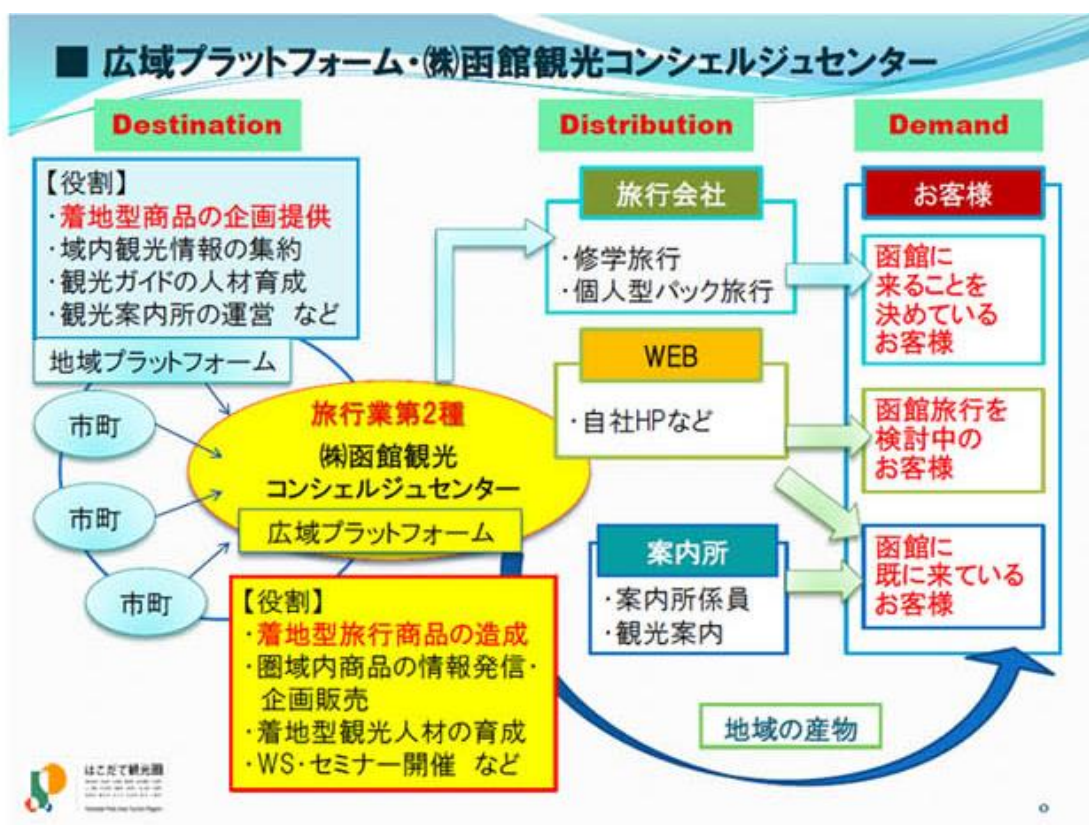


図 函館観光コンシェルジュセンターの役割

資料：函館観光コンシェルジュセンターホームページ

(3)事例調査の整理と小樽市への応用

以上の事例調査から、新幹線を活用した開業効果を高めるソフト対策として、以下のように整理しました。

①まちの魅力アップ

- ・各都市が有する歴史資源や自然資源等の観光資源の魅力化やそれ自体を活用したお土産等の商品の提供など、「都市環境の整備」「観光拠点づくり」「観光メニューの充実」「地域資源を生かした観光製品の開発」などに取り組んでいます。

- 新幹線開業を契機に、観光まちづくりの加速化が図られています。新幹線に関連した取組に限らず、まち全体の魅力向上策が取組まれています。

【小樽市への応用】小樽一丸となったまちの魅力アップ

新小樽（仮称）駅周辺の魅力づくり



- ・本市も同様に、新幹線に関連した取組だけではなく、市全体としての取組が有効と考えられます。そのため、観光基本計画に基づき、観光施策をより一層推進することで、小樽市のもつ魅力を磨きあげ、新幹線を利用して訪れる観光客の増大を図ることが有効と考えられます。
- ・新小樽（仮称）駅は、中心市街地から離れた市街地に位置することから、新小樽（仮称）駅周辺の魅力づくりに取組むことが求められます。

②積極的なPR・プロモーション

- ・各都市で、新幹線の開業前、開業時、開業後におけるイベントの開催、また既存の主要イベントと連携した新幹線開業のPRなどにより、開業気運を高める取組が行われています。
- ・高岡市や金沢市、北斗市、函館市では、首都圏など、積極的にプロモーション活動を行い、新幹線利用客増大を図っています。また、統一されたロゴマークやキャッチフレーズによるPRも行われています。
- ・情報提供のツールとしては、各市町において、ポスターやパンフレット、ホームページやSNS等、あらゆる情報媒体を通じて新幹線駅や2次交通、観光の情報発信が行われています。

- 各都市において、開業の気運を高めるため、PRやプロモーションの実施、イベントの開催などが開業前、開業時、開業後にわたって積極的に実施されており、重点的な取組のひとつとなっていることがわかります。
- 情報発信においては、統一されたロゴ・キャッチフレーズ等が活用されており、PR等に役立っているものと考えられる。



【小樽市への応用】新たな観光客を誘客するPR活動の強化

多様なツールを活用した情報発信

- ・新たな観光客の誘客のため、道南地域や東北地域、北関東地域に対し積極的なプロモーションを図ることが有効と考えられます。
- ・わかりやすく、小樽の魅力をきちんと伝える情報発信・PRが有効と考えられます。

③地元の意識醸成

- ・各都市で、おもてなしのための研修会や地域案内人の育成、小学生によるカウントダウンボードの作成、新幹線駅の整備段階の見学ツアーの開催など、地元の意識を高める取組を行っています。



- 地元のおもてなし意識やスキルの向上により、観光地としての質の向上が期待されます。
- 地元の市民等が参加できるプログラムによって、効果的に意識醸成が図られています。



【小樽市への応用】新幹線開業に向けた市民の意識醸成

開業気運を高めるイベントの実施

- ・市民や民間事業者等のおもてなし意識やスキルの向上により、小樽市の観光地としての質の向上が図られると期待されるため、研修会等の実施は有効と考えられます。
- ・市民や学生、民間事業者等が参加する開業気運を高めるイベントの実施が有効と考えられます。

④地域の各プレイヤーが一体となった体制づくり

- ・飯山市や高岡市、金沢市、木古内町、函館市では、市民や経済・産業団体、観光団体、交通事業者、行政など、官民が一体となった体制を整え、新幹線開業に対応したまちづくりを進めています。



- 地域の各主体が連携した体制づくりによって、地域が一体となった取組が可能となり、各対策の実現性と開業効果を高めることができると考えられます。



【小樽市への応用】官民が連携した体制づくり

官民連携事業の実施検討

- ・小樽市のみならず、市民、経済・観光団体、交通事業者、大学など、産学官の連携体制を整えることで、様々な取組を展開することができると考えられます。

⑤広域観光の強化

- ・新幹線開業に合わせて、飯山市を含めた9市町村は連携した組織体制を整え、エリア全体のブランド化を図り、2次交通対策や観光案内、商品開発、PRツール等の整備を行っています。
- ・さらに、金沢市、函館市・北斗市・木古内町を含めた道南エリアにおいても広域連携によって、ポスター・パンフレットの作成、道外における物産展等のプロモーション活動、2次交通の連携などが行われています。



- 広域エリアの地域が一体となって情報発信やプロモーション活動することで、観光客を多く呼び込み、そして2次交通等の連携によってエリア全体の周遊性を向上することで、新幹線開業効果を新幹線駅が立地していないエリアへ波及させることが可能になると考えられます。



【小樽市への応用】広域観光連携組織設立の検討

広域観光連携事業の実施検討

- ・北後志地域や岩宇地域における広域エリアの連携を図ることが重要です。

(2)ソフト対策の方向性と取組案

新幹線の開業効果を最大限に生かすため、ソフト対策として、「観光客を誘致」するとともに、小樽市の「受入体制」を整えること、そして周辺町村との連携を推進することで「効果の波及」を図ることが必要です。

他都市においては、これら3つの方向性を具体化した、「①まちの魅力アップ」、「②積極的なPR・プロモーション」、「③地元の意識醸成」、「④地域の各プレイヤーが一体となった体制づくり」、「⑤広域観光の強化」を実施しています。

以上を踏まえ、小樽市におけるソフト対策を展開するに当たっては、「国内外からの観光客の誘致促進」、「新小樽（仮称）駅周辺の魅力づくり」、「開業気運の醸成」、「官民連携によるまちづくりの推進」、「広域連携の推進」の5つの方向性に基づき、取組を推進していくこととします。

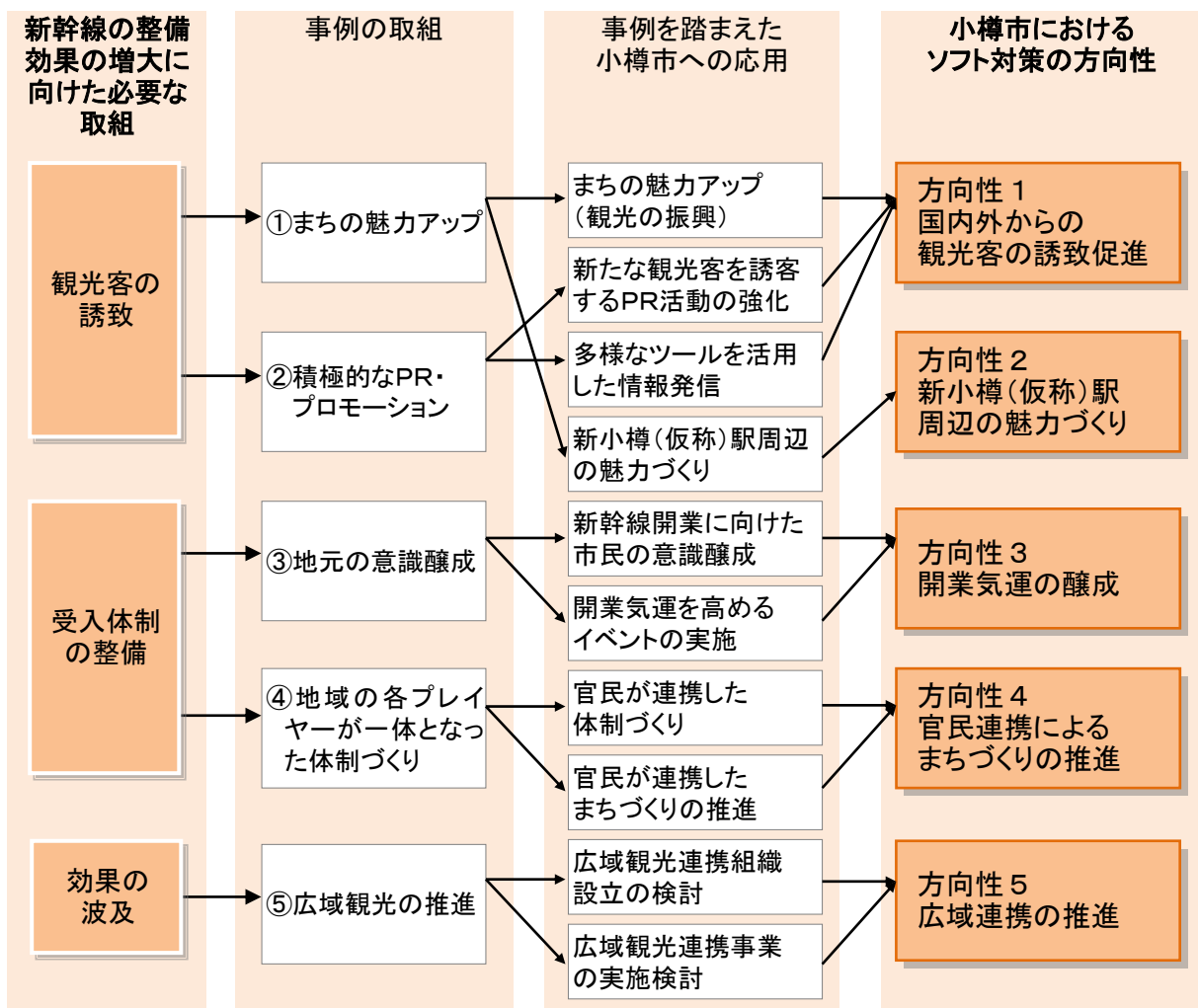


図 小樽市におけるソフト対策の方向性

他都市事例を参考に、下表に示すとおり、具体的なソフト対策の方向性と取組案を整理しました。
 なお、本計画ととりまとめる取組案については、下図のとおり、新幹線開業に伴う事項とする^とともに、今後、実現に向けては、その可能性を含め調整することとなります。

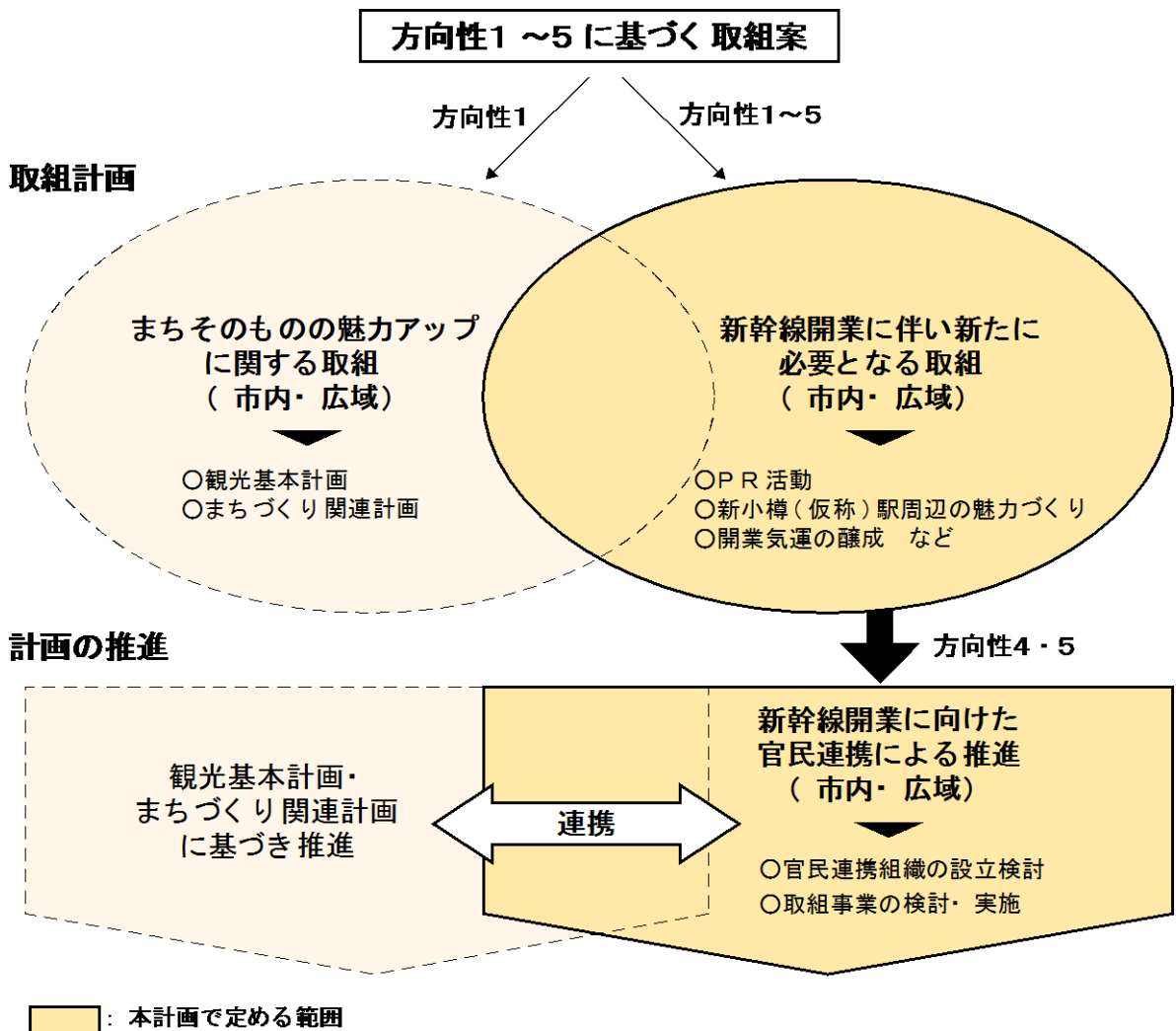


図 本計画が定める範囲

表 ソフト対策の方向性と取組案

方向性	取組案	
方向性1 国内外からの観光客の誘致促進	①まちの魅力アップ(観光の振興)	<ul style="list-style-type: none"> ●観光基本計画に基づく施策の推進 ●まちづくり関連計画に基づく施策の推進
	②新たな小樽の魅力となる各種商品の開発	<ul style="list-style-type: none"> ●新幹線を活用した旅行商品・観光商品の開発 ●新幹線とクルーズ客船を活用した旅行商品の開発 ●地元産品を使用した「おもてなし弁当」の検討 ●新幹線車内で味わえる気軽な軽食等の商品開発 ●開業記念グッズの制作
	③新たな観光客を誘客するPR活動の強化	<ul style="list-style-type: none"> ●北関東、東北、道南方面へのPRの実施 ●海外における小樽・北海道のPRの実施 ●道内イベント等への参加によるPRの実施 ●デスティネーションキャンペーンの実施 ●北海道新幹線を利用した修学旅行の誘致促進 ●統一化したロゴ・キャッチフレーズ等を用いたPRツールの作成
	④多様なツールを活用した情報発信	<ul style="list-style-type: none"> ●新幹線開業に向けた新小樽(仮称)駅のパンフレット作成 ●多様な情報媒体を通じた情報発信(パンフレット、HP、SNS など)
方向性2 新小樽(仮称)駅周辺の魅力づくり	①イベント等の開催による交流・にぎわいづくり	<ul style="list-style-type: none"> ●駅舎内の魅力発信・多目的空間、多目的広場兼臨時駐車場を活用したイベントの開催
	②協働による魅力的な景観形成	<ul style="list-style-type: none"> ●オープンガーデン・プランターの設置検討(アダプトプログラムなど) ●アート作品の展示検討
	③豊かな自然環境の活用	<ul style="list-style-type: none"> ●「奥沢水源地 保存・活用基本構想」の推進 ●奥沢水源地や穴滝など、周辺の自然散策のガイド ●自然散策ルートマップ等の作成 ●案内・サインの整備 ●自然散策に用いる用具等のレンタルの検討
	④新小樽(仮称)駅周辺の適切な機能誘導	<ul style="list-style-type: none"> ●適切な土地利用コントロール ●利便機能誘導ゾーンにおける進出企業誘致 ●利便機能誘導ゾーンにおける企業立地助成制度創設の検討
方向性3 開業気運の醸成	①新幹線開業に向けた市民の意識醸成	<ul style="list-style-type: none"> ●小中高校生向けの出前教室の実施 ●新小樽(仮称)駅整備の見学会の実施 ●開業までのカウントダウンボードの設置 ●地元産品を使用した「おもてなし弁当」の検討(再掲)
	②開業気運を高めるイベントの実施	<ul style="list-style-type: none"> ●開業前イベントの実施(1年前、200日、100日など) ●開業時イベントの実施 ●開業後イベントの実施(周年イベントなど) ●市内の主要イベントとの連携
方向性4 官民連携によるまちづくりの推進	①官民が連携した体制づくり	<ul style="list-style-type: none"> ●官民が連携した体制づくりの検討、立ち上げ ●アクションプランの作成
	②官民が連携したアクションプランの実践	<ul style="list-style-type: none"> ●新幹線とクルーズ客船を活用した旅行商品の開発(再掲) ●北関東、東北、道南方面へのPRの実施(再掲) ●地元産品を使用した「おもてなし弁当」の検討(再掲) ●多様な情報媒体を通じた情報発信(パンフレット、HP、SNS など)(再掲) ●小中高校生向けの出前教室の実施(再掲) ●開業前イベントの実施(1年前、200日、100日など)(再掲) など
方向性5 広域連携の推進	①広域観光連携組織設立の検討	<ul style="list-style-type: none"> ●広域観光組織の設立の検討 ●エリア全体のブランド化の推進 ●アクションプランの作成
	②広域観光連携事業の実施検討	<ul style="list-style-type: none"> ●各市町村が一体となった戦略的なプロモーション、イベントの実施 ●北後志地域等が連携したエリア一体のブランド化検討 ●ブランド展開ツールの作成(ロゴ、コンセプト等) ●体験型・滞在型観光メニューの充実 ●観光商品の開発 ●一括した情報発信

方向性 1 国内外からの観光客の誘致促進

①まちの魅力アップ（観光の振興）

- ・小樽市は、豊かな自然や歴史資源のほか、多彩な食の魅力、運河の魅力的な景観など、多様な資源を有しており、国内外からの観光客を引き付けています。
- ・新幹線の開業効果を最大限に生かすため、新幹線に関する取組に限定されることなく、市全体で小樽のもつ資源を生かした魅力を充実させることが必要であるため、観光基本計画やまちづくり関連計画に基づく施策の展開を図ります。

《取組案》

- 観光基本計画に基づく施策の推進
- まちづくり関連計画に基づく施策の推進

【実施・検討主体】行政、経済・産業団体、観光団体、観光・宿泊事業者、大学、まちづくり団体、市民

【実施時期】短期（H29）～

②新たな小樽の魅力となる各種商品の開発

- ・新幹線を活用した、小樽の新たな魅力となる旅行商品や物産等の商品開発を推進します。

《取組案》

- 新幹線を活用した旅行商品・観光商品の開発
- 新幹線とクルーズ客船を活用した旅行商品の開発
- 地元産品を使用した「おもてなし弁当」の検討
- 新幹線車内で味わえる気軽な軽食等の商品開発
- 開業記念グッズの制作

【実施・検討主体】行政、経済・産業団体、観光団体、観光・宿泊事業者、大学、まちづくり団体、市民

【実施時期】中期（H36）～

③新たな観光客を誘客するPR活動の強化

- ・北関東、東北、道南方面からの観光客や海外の観光客を呼び込むため、幅広く、積極的なPR活動を展開します。
- ・統一化したロゴやキャッチフレーズ等を用いたPRツールを作成し、行政や民間企業も含めて、使用することで小樽の地域イメージ・ブランドイメージを発信します。

《取組案》

- 北関東、東北、道南方面へのPRの実施
- 海外における小樽・北海道のPRの実施
- 道内イベント等への参加によるPRの実施
- デスティネーションキャンペーンの実施
- 北海道新幹線を利用した修学旅行の誘致促進
- 統一化したロゴ・キャッチフレーズ等を用いたPRツールの作成

【実施・検討主体】行政、鉄道事業者、経済・産業団体、観光団体、観光・宿泊事業者

【実施時期】

- 短期（H29）～
- 北関東、東北、道南方面へのPRの実施
 - 海外における小樽・北海道のPRの実施
 - 道内イベント等への参加によるPRの実施
- 中期（H36）～
- デスティネーションキャンペーンの実施
 - 北海道新幹線を利用した修学旅行の誘致促進
 - 統一化したロゴ・キャッチフレーズ等を用いたPRツールの作成

④多様なツールを活用した情報発信

- ・ポスターやパンフレット、ホームページやSNSなど、時代に合わせた多様な情報媒体を活用しながら、より多くの人にPRを行い、小樽市や新幹線開業の情報発信を行います。
- ・市民に対しても積極的に情報を発信し、市民が一体となって新幹線開業の気運を高めていきます。

《取組案》

- 新幹線開業に向けた新小樽（仮称）駅のパンフレット作成
- 多様な情報媒体を通じた情報発信（パンフレット、HP、SNSなど）

【実施・検討主体】行政、鉄道事業者、経済・産業団体、観光団体、観光・宿泊事業者

【実施時期】短期（H29）～

方向性2 新小樽（仮称）駅周辺の魅力づくり

① イベント等の開催による交流・にぎわいづくり

- ・新小樽（仮称）駅舎内の「魅力発信・多目的空間」や「多目的広場兼臨時駐車場」を活用し、開業気運を高めるイベントや物産展などを開催します。
- ・例えば、「小樽雪あかりの路」や「おたる潮まつり」など、市内の主要イベントと連携した開催を図ります。

《取組案》

- 駅舎内の魅力発信・多目的空間、多目的広場兼臨時駐車場を活用したイベントの開催

【実施・検討主体】 行政、鉄道事業者、経済・産業団体、観光団体、観光・宿泊事業者、まちづくり団体、市民

【実施時期】 長期（H43）～

② 協働による魅力的な景観形成

- ・中心市街地や、新小樽（仮称）駅周辺地域から各観光スポットへ向かう際のアクセスルートにおいて、市民や小樽市の事業者が協働して、オープンガーデンの取組の検討や、プランター設置による花と緑の創出、アート作品の展示、市内の各種イベントとの連携について検討し、自然の豊かさや四季の移り変わりを感じる景観形成を図ります。

《取組案》

- オープンガーデン・プランターの設置検討（アダプトプログラムなど）
- アート作品の展示検討

【実施・検討主体】 行政、市民

【実施時期】 中期（H35）～

③豊かな自然環境の活用

- ・新小樽（仮称）駅周辺地域の特色である自然環境を活用した魅力づくりについて検討します。
- ・「奥沢水源地 保存・活用基本構想」に基づき、奥沢水源地の保存と活用を推進し、自然散策を楽しめる環境整備について検討します。
- ・奥沢水源地や穴滝など、周辺の自然散策ガイドやルート案内、散策に必要な用具等のレンタルなどについても検討します。

《取組案》

- 「奥沢水源地 保存・活用基本構想」の推進
- 奥沢水源地や穴滝など、周辺の自然散策のガイドの育成
- 自然散策ルートマップ等の作成
- 案内・サインの整備
- 自然散策に用いる用具等のレンタルの検討

【実施・検討主体】 行政、観光団体、観光・宿泊事業者、まちづくり団体、市民

【実施時期】 短期（H29）～

④新小樽（仮称）駅周辺の適切な機能誘導

- ・新小樽（仮称）駅周辺地域における「利便機能誘導ゾーン」をはじめ、「住宅ゾーン」や「ものづくりゾーン」等において、民間企業による進出希望や新たな開発が起きる場合は、各ゾーンの方針に基づいた機能の誘導を図ります。

《取組案》

- 適切な土地利用コントロール
- 利便機能誘導ゾーンにおける進出企業誘致
- 利便機能誘導ゾーンにおける企業立地助成制度創設の検討

【実施・検討主体】 行政、進出希望事業者

【実施時期】 中期（H36）～

方向性 3 開業気運の醸成

①新幹線開業に向けた市民の意識醸成

- ・新幹線開業に向けた市民の気運を高めていくことが、大きな魅力や市外からの興味を引き付け、多くの来訪客を呼び込むことにつながります。産学官が一体となった体制で、継続的な取組を推進していくことで、市民全体の気運を高めていきます。

《取組案》

- 小中高校生向けの出前教室の実施
- 新小樽（仮称）駅整備の見学会の実施
- 開業までのカウントダウンボードの設置
- 地元産品を使用した「おもてなし弁当」の検討（再掲）

【実施・検討主体】行政、鉄道事業者、経済・産業団体、観光団体、観光・宿泊事業者、大学、まちづくり団体、市民

【実施時期】短期（H29）～

②開業気運を高めるイベントの実施

- ・市民や事業者等の新小樽（仮称）駅の開業気運をより一層高めるとともに、開業前後の賑わいを創出するイベントを実施します。
- ・市内の主要イベントと連携し、新幹線開業のPRを行います。

《取組案》

- 開業前イベントの実施（1年前、200日、100日など）
- 開業時イベントの実施
- 開業後イベントの実施（周年イベントなど）
- 市内の主要イベントとの連携

【実施・検討主体】行政、鉄道事業者、経済・産業団体、観光団体、観光・宿泊事業者、大学、まちづくり団体、市民

【実施時期】中期（H35）～

方向性 4 官民連携によるまちづくりの推進

①官民が連携した体制づくり

- ・行政、経済・産業団体、観光団体等で構成される、新幹線開業に向けて準備を進める官民が連携した、オール小樽の体制づくりを推進します。

《取組案》

- 官民が連携した体制づくりの検討、立ち上げ
- アクションプランの作成

【実施・検討主体】行政、経済・産業団体、観光団体、観光・宿泊事業者、交通事業者、大学、まちづくり団体、市民

【実施時期】短期（H29）～

②官民が連携したアクションプランの実践

- ・官民が連携した体制に基づき、作成したアクションプランを推進します。

《取組案》

- 新幹線とクルーズ客船を活用した旅行商品の開発（再掲）
- 北関東、東北、道南方面へのPRの実施（再掲）
- 地元産品を使用した「おもてなし弁当」の検討（再掲）
- ポスターやパンフレット、ホームページやSNSなど、多様な情報媒体を通じた情報発信（再掲）
- 小中高校生向けの出前教室の実施（再掲）
- 開業前イベントの実施（1年前、200日、100日など）（再掲） など

【実施・検討主体】行政、経済・産業団体、観光団体、観光・宿泊事業者、交通事業者、大学、まちづくり団体、市民

【実施時期】中期（H35）～

方向性5 広域連携の推進

①広域観光連携組織設立の検討

- ・北後志地域等の市町村で構成される広域観光連携組織の設立を検討するとともに、広域観光の在り方と具体的な方策について検討します。

《取組案》

- 広域観光組織の設立の検討
- エリア全体のブランド化の推進
- アクションプランの作成

【実施・検討主体】行政、経済・産業団体、観光団体、観光・宿泊事業者、交通事業者、大学、まちづくり団体、住民

【実施時期】短期（H29）～

②広域観光連携事業の実施検討

- ・北後志地域等の市町村を一括した情報発信・PRの検討、山・海、果樹、景観などの地域資源を生かした連携事業の実施について検討します。

《取組案》

- 各市町村が一体となった戦略的なプロモーション、イベントの実施
- 北後志地域等が連携したエリア一体のブランド化検討
- ブランド展開ツールの作成（ロゴ、コンセプト等）
- 体験型・滞在型観光メニューの充実
- 観光商品の開発
- 一括した情報発信

【実施・検討主体】行政、経済・産業団体、観光団体、観光・宿泊事業者、交通事業者、大学、まちづくり団体、住民

【実施時期】中期（H35）～

(3) 対策の展開

1) 対策の展開プログラム

		短期(H29~H35)	中期(H36~H42)	H42	長期(H43~)
方向性1 国内外からの観光客の誘致促進	①まちの魅力アップ (観光の振興)	●観光基本計画、まちづくり関連計画に基づく各取組の展開 ●計画的な取組の見直し		開業	●継続的な実施 ●各取組の見直し
	②新たな小樽の魅力となる各種商品の開発		●各種商品開発		●継続的な実施 ●各取組の見直し
	③新たな観光客を誘客するPR活動の強化	●PR活動の実施	●ロゴマーク作成等		●PRの継続実施
	④多様なツールを活用した情報発信	●各情報媒体による情報発信	●パンフレット作成		●継続的な情報発信
方向性2 新小樽(仮称)駅周辺の魅力づくり	①イベント等の開催による交流・賑わいづくり			●開業時から継続的なイベントの実施	
	②協働による魅力的な景観形成		●オープンガーデン・プランター設置による景観整備 ●アート作品の展示	●継続的な実施 ●イベント等の実施	
	③豊かな自然環境の活用	●自然環境の活用		●継続実施	
	④新小樽(仮称)駅周辺の適切な機能誘導		●適切な機能誘導	●継続的な実施	
方向性3 開業気運の醸成	①新幹線開業に向けた市民の意識醸成	●小中高校生向け出前教室等の取組の実施 ●「弁当」制作	●重点的に実施(新小樽(仮称)駅整備の見学会の実施等)		
	②開業気運を高めるイベントの実施		●開業前イベントの実施	●開業時、開業後のイベントの実施	
方向性4 官民連携によるまちづくりの推進	①官民が連携した体制づくり	●各主体間との協議と体制づくり ●アクションプランの作成	●アクションプランの計画的な見直し		
	②官民が連携したアクションプランの実践		●各取組の展開 ●適的な取組の見直し	●継続的な実施 ●各取組の見直し	
方向性5 広域連携の推進	①広域観光連携組織設立の検討	●各市町村との協議と体制づくり ●アクションプランの作成	●アクションプランの計画的な見直し		
	②広域観光事業の実施検討		●各取組の展開 ●適的な取組の見直し	●継続的な実施	

2) 推進体制

取組の実施にあたっては、市民をはじめ、官民連携による協議会などを立ち上げ、具体的な取組を推進していくものとします。

庁内においても、観光・中心市街地活性化等の庁内連携体制を整え、相互に連携を図りながら取組を進めていくものとします。また、広域連携組織の設立を検討し、調整を整えていきます

