

# 観光立市たてやま行動計画

～ 新たな地域ブランドの育成を目指して～

別冊資料：プロジェクト別施策一覧表



平成17年6月9日

観光立市たてやま推進協議会

## < 行動計画の実施に当たっての留意事項 >

### 1. 行動計画の推進についての留意事項

本行動計画を実現するために実施主体となった団体やNPO、その他活動団体、行政は事業の具体的な実施に向けて検討を行います。次に掲げるような場合が想定されるため、その取り扱いについては実施主体の判断による必要があります。

事業の具体化を検討する時、諸般の事情により計画調整部会の評価として「優先すべき事業」として提案した事業に先立ち、他の事業についての検討を先行する必要がある場合。

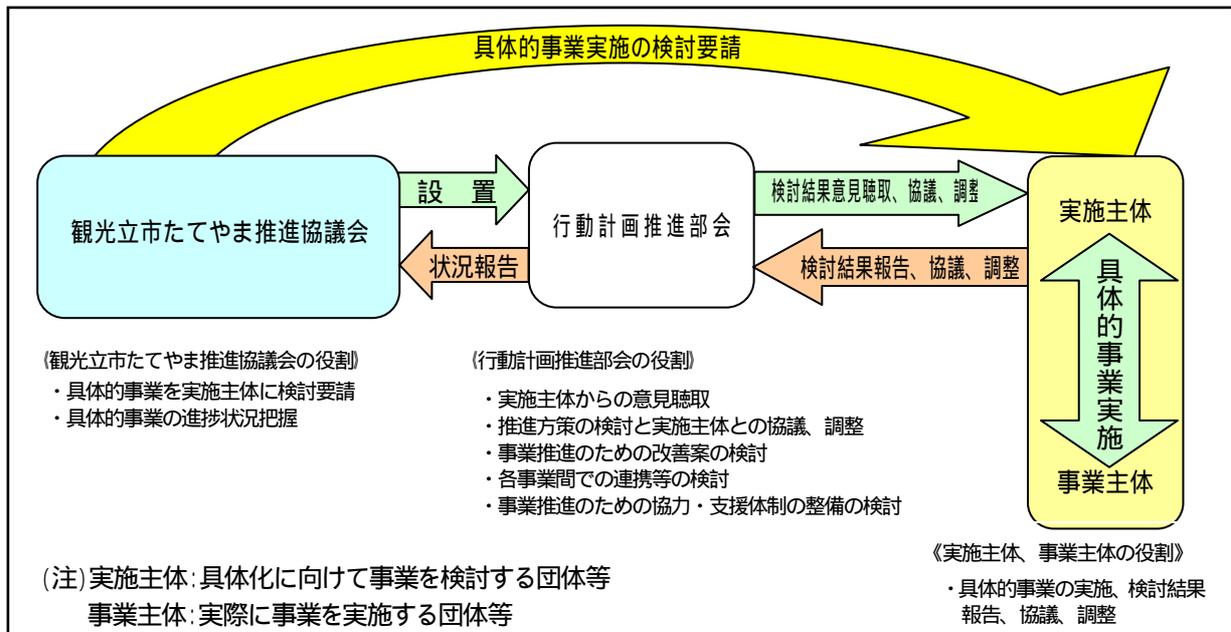
特定の団体などが相当数の事業の実施主体となり、人的又は資金的な制約などの観点から、全事業を同時に検討することができないため、検討を行う事業を絞り込む必要がある場合。

事業の具体化を検討した結果、その成立性や採算性などを向上させるため、事業の内容を変更する必要がある場合。

事業の具体化を検討した結果、その成立性や採算性などが低いと判断したため、事業の実施の検討を休止する必要がある場合。

以上のように、本行動計画における事業をその成立性や採算性などの観点から、より効果的且つ効率的に進めていくために、適切な方向を検討しながら、柔軟に対応していく必要があると思われま。

### 2. 行動計画の推進体制図



一般的には、実施主体と事業主体は同一団体等となりますが、場合によっては異なるケースがあります。  
(例:「地域インフォメーションの統括組織の設置」は統括組織が事業主体となることを予定していますが、現時点で組織自体が存在しないため、当面は市が実施主体として、事業の具体化に向けての検討を行うこととなります。)

プロジェクト別施策一覧表

| プロジェクト別施策一覧表 |  |   |  |            |    |    |      |          |   |                |                                  |                 | プロジェクト名   | 海辺の自然体験  |   |  |
|--------------|--|---|--|------------|----|----|------|----------|---|----------------|----------------------------------|-----------------|---|--|---|--|
| 施策名          | 具体的事業名<br>[P. - ]  | 優先的とした理由  | 具体的内容  | 実施期間       |    |    | 実施主体 |          |   | 実施場所           | 実施時期                             | 経費<br>(単位:千円)   | 期待される効果   | 実施に当たったの<br>課題・問題点   | 観光振興基本<br>計画の体系   |  |
|              |  |   |  | 平成 年度 ~ 年度 | 短期 | 中期 | 長期   | 観光<br>協会 | 市 |                |                                  |                 |   |  |   | その他  |
| 海辺の魅力再発見事業   | 海岸浴事業の開催<br>[P.33 - 18]  | 誰でもが気軽に訪れられる仕組みをつくること、最終的に観光振興に結びつく。そのため、市民をはじめ多くの人の意識啓発が必要                                 | 5月末に「平砂浦ウォーキング」イベントを実施<br>(仮称)砂浜を裸足で歩こう<br>伊戸～相浜(ふれあいショップ平砂浦間)<br>将来は年間を通じて楽しめるウォーキングコースを確立<br>健康志向に対応するため、距離や消費カロリーの表示などを検討する<br>地元小学生の参加を募り、クリーン活動を併せて実施 | 平成17～18年度  |    |    |      |          |   | NPOたてやま・海辺の鑑定団 | (主会場)平砂浦<br><br>(他の候補地)坂田海岸、房大山他 | メイン開催5月の他、通年で実施 | 主催者自主財源及び参加者負担金<br>1,000<br>(500円×延2,000人)<br>広報、資料提供、手続き支援は行政が行う | ・市民意識の高揚、裾野の拡大によるホスピタリティの向上。<br>(イベント参加者2,000人を目標)   | ・海岸利用の規制クリア、漁業者等への配慮と協力体制の確立。<br>・単なるイベントとして終わらせないための工夫が必要。   | 方針1:市の隅々まで、もてなしの心が感じられるまち、館山<br>市民一人ひとりが館山の魅力を再認識する(館山再発見運動) |
|              | ビーチクラフト、海からの贈り物講座と海的环境教育<br>[P.36 - 51]  | 市民が、身近な海辺の魅力を理解することで、館山の海の情報発信者となり、ひいては、来訪者の増に結びつくため。<br>また、海的环境を保全することが、息の長い、魅力ある観光地になるため。 | 海での遊び方の専門家(NPO)が、市民を対象に、ビーチコーミングやクラフトなどを内容とする講座を年2回実施(北条海岸・中央公民館他)<br>併せて、下水道や生活排水の浄化活動の必要性など、環境教育の視点での学習会を実施する。   | 平成17～18年度  |    |    |      |          |   | NPOたてやま・海辺の鑑定団 | 北条海岸・中央公民館他                      | 年2回(春、秋)        | 受講者負担金<br>100<br>(1,000円×100人)                                    | ・市民意識の高揚、裾野の拡大によるホスピタリティの向上。<br>(講座受講者100人を目標)   | ・これまでも同様講座は開設されているが、有料化を前提に内容のさらなる充実が必要。また、会場を無償、若しくは低廉な使用料で使えるような対応を行政に要望する。                               | 方針1:市の隅々まで、もてなしの心が感じられるまち、館山<br>市民一人ひとりが館山の魅力を再認識する(館山再発見運動) |
|              | いつでも会えるウミホタル観察事業<br>[P.32 - 1]   | 館山の海辺の代表的なシンボルであるウミホタルを常時観察できるようにすることで、観光地としての優位性、イメージアップが図られる。                             | 安房博物館等の専門機関の協力を得て、ウミホタルが常時観察できるような、展示方法を模索し、場所の確保等、諸調整が整った段階で、機材を購入し、実行に移す。  | 平成17年度～    |    |    |      |          |   | 館山海ほたる観察倶楽部    | 未定(早急に可能性を模索する)                  | 通年              | アクリル水槽、設備購入費<br>500<br>保護育成や設備の維持、団体の活動を目的とする基金の創設を検討する。          | ・館山市が誇る観光資源である、ウミホタルが常時観察できることを、対外的にPRすることが出来るため、観光客が増加する。<br>・天候に左右されない安定した観光資源が一つ確立される。<br>(数値データ不明) | ・安房博物館等、専門的な設備、技術、ノウハウを持った機関の協力が不可欠であり、適正な場所を早期に確保する必要がある。また、行政・観光協会等、公共・公益的組織の果たす役割によるところが大きい。<br>・他有料化の検討 | 方針4:五感を通じた体験・体感のまち、館山<br>館山体験素材の発掘と体験観光推進体制・人材の整備            |
| 受入体制の拡充      | 海辺の自然、歴史文化ガイド養成講座の開設(海辺のガイド養成講座)<br>(人材育成の共通カリキュラム部分は他の体験PTの事業にも関連)<br>[P.35 - 48] | 受入体制の裾野を広げる上で、海辺の楽しみを案内する人材を増やす必要があるため。   | 生涯学習関連講座や国・県などの既存制度の活用、NPOの自主事業として、人材育成事業を中央公民館で年2回実施する。   | 平成17年度～    |    |    |      |          |   | NPOたてやま・海辺の鑑定団 | 中央公民館等                           | 年2回程度(春、秋)      | 無料の講座を活用<br>(資格取得や付加価値部分は実費)                                      | ・受け皿の拡大による、多人数の来訪者への対応。<br>(指導者30名養成を目標)   | ・育成後の人材が事業参入する場合の収益性等の難しさ、シルバ一人材等の活用。   | 方針1:市の隅々まで、もてなしの心が感じられるまち館山<br>市民一人ひとりが館山の魅力を再認識する(館山再発見運動)  |

表中、「具体的事業名」の[P. - ]は、別添「観光立市たてやま行動計画(概要版)」中の31ページから37ページまでの「付属資料:具体的事業一覧」のページ及び事業を示しています。

プロジェクト別施策一覧表

| プロジェクト別施策一覧表                                     |  |  |  |           |    |    |    |          |   |     | プロジェクト名                                      | 海辺の自然体験 |  |   |   |  |
|--|--|--|--|-----------|----|----|----|----------|---|-----|--|---------|--|---|---|--|
| 施策名  | 具体的事業名<br>[P. - ]                                      | 優先的とした理由   | 具体的内容  | 実施期間      |    |    |    | 実施主体     |   |     | 実施場所   | 実施時期    | 経費<br>(単位:千円)  | 期待される効果   | 実施に当たっての<br>課題・問題点  | 観光振興基本<br>計画の体系                                    |
|  |  |  |  | 平成 年度～ 年度 | 短期 | 中期 | 長期 | 観光<br>協会 | 市 | その他 |  |         |  |   |   |  |
| 受入体制の拡充  | 海辺の魅力データベースづくり<br>(他の体験プログラムにも提供が可能なもの)<br>[P.37 - 65] | 館山の海辺の魅力を効果的に情報発信することで、滞在時間の延長や宿泊の促進を図る必要があるため。                | 館山の海辺で遊ぶための資源・素材を洗い出しデータを整理し、様々な情報発信の元資料とする。その後は、デジタルメディア等、様々な情報発信の基礎資料として活用する。  | 平成17年度～   |    |    |    |          |   |     |  | 年度後半    | 受益者負担他<br>20   | ・魅力の発信による滞留時間の増加。<br>(定量目標値 不明)   | ・費用捻出のため、多くの有志、賛同者を募ることが必要。<br>・データを整理、統括する事務局機能が必要。<br>・他の観光資源の情報発信の機会に対しても開かれた情報であることが必要。 | 方針 4:五感を通じた体験・体感のまち、館山<br>館山体験素材の発掘と体験観光推進体制・人材の整備 |
|  | トイレ・駐車場・案内看板(サイン)設置事業<br>[P.35 - 42]                   | 受入のための基本的な基盤が不十分のため、当面必要な基本的施設を段階的に整備し、来訪者の利便向上を図ることが急務となっている。 | トイレについては、通年で市等において、仮設トイレを用意する。季節、来訪者の動向に合わせて、配置替えを行い、常設トイレの段階整備の基礎データにも活用する。また、必要なサインや駐車場の段階的な整備について、調査・研究を行う。当面、団体の受け入れで課題となっている沖ノ島にエコトイレを設置する。 | 平成17年度～   |    |    |    |          |   |     | 第一段階<br>沖ノ島に<br>トイレ<br><br>随時計画<br>を立て設<br>置 | 通年      | 事業費不明<br><参考事業費><br>トイレ<br>10,000<br>千円<br>駐車場<br>サイン<br>不明<br>(トイレは<br>有料化<br>や整備・<br>管理の基<br>金の創設<br>も検討す<br>べき) | ・利用者の基本的な利便性が向上し、観光地としてのイメージの向上、来訪者の増加につながる。<br>(数値データ不明)<br>・仮設トイレでは実際の入込みに合わせた柔軟な対応が図られる。また、有効な投資をすることが可能になる。 | ・常に適正な管理をしないと、かえってイメージダウンにつながる。   | 方針 1:市の隅々まで、もてなしの心が感じられるまち、館山<br>市民あげてのウエルカム運動の展開  |
| 体験活動拠点づくり<br><br>(花の活用・農漁業PT、物産振興・食文化創造PTでも提案あり) | 自然体験活動事業活動拠点の設置事業<br>[P.34 - 28]                       | 天候に左右されやすい、体験メニューのバックアップを確保することで、来訪者を滞留させる仕組みづくりが必要のため。        | 雨天対応、魅力的な代替メニューを提供するための活動拠点を整備する。手法として、市が保有する旧杉並寮跡地を第一候補に海や駅とのアクセスを考慮した場所に、活動の拠点の整備を要望する。また、市有施設の利用上の規制の緩和を要望する。                                 |           |    |    |    |          |   |     |  |         |  |   |   | 方針 4:五感を通じた体験・体感のまち、館山<br>館山体験素材の発掘と体験観光推進体制・人材の整備 |
|  | 体験型観光拠点整備事業<br>(観光・情報・物産などの機能を合わせた箱物施設)<br>[P.34 - 26] | 現在、核となる施設がないことが、集客上のネックになっており、その早期整備が必要である。                    | 天候に左右されない安定した体験観光を提供するための拠点を、館山市の観光・情報・物産の核となる施設に併せて整備する。(既存施設の活用も念頭において)  |           |    |    |    |          |   |     |  |         |  |   |   |  |

表中、「具体的事業名」の[P. - ]は、別添「観光立市たてやま行動計画(概要版)」中の31ページから37ページまでの「付属資料:具体的事業一覧」のページ及び事業を示しています。

プロジェクト別施策一覧表

| プロジェクト別施策一覧表     |   |   |   |            |    |    |      |          |                        |      | プロジェクト名 | 海辺の自然体験       |         |                    |  |
|------------------|---|---|---|------------|----|----|------|----------|------------------------|------|---------|---------------|---------|--------------------|--|
| 施策名              | 具体的事業名<br>[P. - ]   | 優先的とした理由  | 具体的内容   | 実施期間       |    |    | 実施主体 |          |                        | 実施場所 | 実施時期    | 経費<br>(単位:千円) | 期待される効果 | 実施に当たったの<br>課題・問題点 | 観光振興基本<br>計画の体系  |
|                  |   |   |   | 平成 年度 - 年度 | 短期 | 中期 | 長期   | 観光<br>協会 | 市                      |      |         |               |         |                    |  |
| 受入体制の拡充          | 修学旅行等、団体<br>客受け入れの対<br>応<br>(体験プロジェクト<br>共通課題)<br>[P.36 - 59] | 繁忙期に関わらず、通年で訪れる顧客<br>である修学旅行の受け入れを定着させ<br>るため必要な取り組み。 | 機能的な受入れ組織づくり<br>体験型観光全体を通じ、予<br>約、手配、連絡等、利用者、事<br>業者双方にとって、わかりや<br>すく信頼性の高い組織を観光<br>協会内に設置する必要がある。  |            |    |    |      |          |                        |      |         |               |         |                    | 方針 4:五感を<br>通じた体験・体<br>感のまち、館山<br>館山体験素材<br>の発掘と体験<br>観光推進体制・人材の整備                   |
| 魅力的なプログラ<br>ムづくり | 館山の海の優位<br>性を活かすメニ<br>ューづくり<br>[P.32 - 6]                     | 地域間競争の中で選ばれ続けるには、<br>差別化したメニューが必要。                    | 地域の優位性を活かした、<br>他との差別化を持った体験メ<br>ニューづくり<br>経済効果の高いものを創っ<br>ていくことが必要。<br>安全対策の視点が必要<br>海だけでなく、複合的に魅<br>力を高めるには、他の体験事<br>業者と連携を深めることが重<br>要<br>自然の力で作られるビーチ<br>グラスを地域振興に活用<br>積極的に情報発信をするこ<br>とが大切<br>カリスマ性や館山ならでは<br>の高度な魅力を磨きをかけて<br>いくことが必要である<br>上記を踏まえ、魅力的なプロ<br>グラムづくりが必要である。 |            |    |    |      |          | NPOたて<br>やま・海辺<br>の鑑定団 |      |         |               |         |                    | 方針 4:五感を<br>通じた体験体<br>感のまち、館山<br>“見る”、“聞<br>く”、“触る”、<br>“食べる”、“嗅<br>ぐ”を意識した<br>まちづくり |

表中、「具体的事業名」の[P. - ]は、別添「観光立市たてやま行動計画(概要版)」中の31ページから37ページまでの「付属資料:具体的事業一覧」のページ及び事業 を示しています。



プロジェクト別施策一覧表

| プロジェクト別施策一覧表   |   |   |  |                                |    |    |      |          |   |                   |  |                              | プロジェクト名  | 花の活用・農漁業体験  |  |   |
|--|---|---|--|--------------------------------|----|----|------|----------|---|-------------------|--|------------------------------|--|---|--|---|
| 施策名  | 具体的事業名<br>[P. - ]   | 優先的とした理由  | 具体的内容  | 実施期間                           |    |    | 実施主体 |          |   | 実施場所              | 実施時期   | 経費<br>(単位:千円)                | 期待される効果  | 実施に当たっての<br>課題・問題点  | 観光振興基本<br>計画の体系  |   |
|  |   |   |  | 平成 年度～ 年度                      | 短期 | 中期 | 長期   | 観光<br>協会 | 市 |                   |  |                              |  |   |  | その他   |
| 魅力的な体験農<br>漁業プログラム<br>づくり<br><br>(特化した部分は<br>このプロジェクト<br>の提案する行動<br>計画であるが、次<br>のステップは体<br>験PTトータルで<br>考える必要があ<br>る) | 体験農漁業プロ<br>グラム作成事業<br>[P.32 - 5]  | 個々には小さな受け皿でしかない体験<br>農漁業をプログラム化することで、受け<br>皿を拡大する必要がある。<br>情報発信の道具としても必要。 | 1.体験農漁業者相互現場体験<br>農漁業体験事業者が相互の<br>現場を回り、互いの事業を体<br>験する。<br>(定置網や酪農等)<br>市のバスを使用し、一日に2<br>～3件、2日間で実施。<br>体験後に改善点等の意見交<br>換会をコミュニティセンター等<br>で実施。<br>2.プログラム作成事業<br>上記事業を踏まえ、プログラム<br>原案を検討、作成する。 | 平成17年度                         |    |    |      |          |   | 館山体験<br>観光協議<br>会 | 各体験農<br>漁業事業<br>地(坂<br>田、波左<br>間、伊戸、<br>安東、山<br>本、藤原<br>他) | 1. 4～9月<br>頃<br><br>2. 10～1月 | 1.事業者<br>実費負担<br>30<br>(市:マイ<br>クロバス<br>等支援)<br><br>2.事業者<br>実費負担<br>100<br>(市:情報<br>支援) | 1.サービスや料金、内容の<br>あり方などが改善され、客の<br>視点に立った事業展開が可<br>能になる。<br>(リピータの倍増を目標とす<br>る。)<br>2.熟度が向上したプログラム<br>により、顧客満足度が向上<br>し、滞在時間の延伸が図ら<br>れる。<br>(体験人数・滞在時間の倍増<br>を目標とする。) | ・体験事業によって実<br>施時期等が異なる場<br>合があるため、日程の<br>調整が必要。<br>・実施に当たり、将来<br>的には他の体験プロ<br>グラムとの連携を進め<br>ることが必要。<br>・地域間競争の中で選<br>ばれ続けるには、差別<br>化したメニューが必要<br>・経済効果の高いもの<br>を創っていくことが必<br>要。<br>・教育と観光の質の差<br>によるプログラムなど<br>を踏まえ、魅力的なプ<br>ログラムづくりが必要<br>である。<br>・情報発信には、観光<br>協会や市、その他の<br>団体の支援と協力が<br>不可欠 | 方針 4:五感を<br>通じた体験・体<br>感のまち、館山<br>館山体験素材<br>の発掘と体験<br>観光推進体制・人材の整備                  |
|  | キャンペーン等宣<br>伝活動事業<br>[P.37 - 71]  | 実際の集客に結びつけるために必要な<br>事業   | 観光協会の内に体験の専門<br>組織を作り、各種キャンペ<br>ーン活動に合わせ、パンフレットの<br>配布活動を実施する。<br>インターネット等での情報発信<br>は当面、他PTや観光協会、市<br>と連携して得て実施  | 平成17～19年<br>度<br>(できれば期<br>間中) |    |    |      |          |   |                   | 観光キャン<br>ペーン<br>実施地  | 秋～冬                          | 事業者実<br>費負担<br>30<br>観光協会<br>/市:H<br>P掲載他  | ・新規顧客の開拓。<br>・体験人数の倍増を目標と<br>する。  | ・経費の捻出にあたり、<br>活用可能な補助制<br>度等があれば、活用し<br>たい。   | 方針 7:常に鼓<br>動と変化が伝<br>わってくるま<br>ち、館山<br>対象の的を得<br>た情報提供                             |
| 受入体制の拡充  | 農漁業体験事業<br>指導者養成講座<br>の開設<br>(人材育成は他の<br>体験PTとの共通<br>項目)<br>[P.35 - 49] | 現状より受入人数を増やし、体験農漁<br>業を振興するには、必要不可欠な要素<br>であるため。                          | NPO千葉自然学校など既存<br>の指導者養成講座に積極<br>的に参加する。(開催時期未定)<br>市は開催場所が地元なるよう<br>自然学校に働きかけを行う<br>また、既存講座を活用するに<br>留まらず農漁業の専門性の指<br>導は個々の事業者が講師とな<br>って、実施する。  | 平成17年度～                        |    |    |      |          |   | 館山体験<br>観光協議<br>会 | 現時点<br>では未定<br>/コミセ<br>ン等を予<br>定                           | 10～3月                        | 事業者実<br>費負担  | ・指導者数の増加による受け<br>皿の拡大。  | ・事業としての収益性<br>の低さ等からシルバ<br>ー世代の協力が必要。  | 方針 1:市の<br>隅々まで、もて<br>なしの心が感<br>じられるまち、<br>館山<br>ボランティアガ<br>イド、“まちの<br>ソムリエ”の育<br>成 |

表中、「具体的事業名」の[P. - ]は、別添「観光立市たてやま行動計画(概要版)」中の31ページから37ページまでの「付属資料:具体的事業一覧」のページ及び事業 を示しています。

プロジェクト別施策一覧表

| プロジェクト別施策一覧表                                     |  |  |  |         |    |    |      |      |   |      |      |               | プロジェクト名 | 花の活用・農漁業体験              |   |   |  |
|--|--|--|--|---------|----|----|------|------|---|------|------|---------------|---------|-------------------------|---|---|--|
| 施策名  | 具体的事業名<br>[P. - ]  | 優先的とした理由   | 具体的内容  | 実施期間    |    |    | 実施主体 |      |   | 実施場所 | 実施時期 | 経費<br>(単位:千円) | 期待される効果 | 実施に当たった課題・問題点           | 観光振興基本計画の体系   |   |  |
|  |  |  |  | 平成年度～年度 | 短期 | 中期 | 長期   | 観光協会 | 市 |      |      |               |         |                         |   | その他   |  |
| 受入体制の拡充  | トイレ・駐車場・案内看板(サイン)設置事業<br>[P.35 - 43]                                   | 受入のための基本的な基盤が不十分のため、当面必要な基本的施設を段階的に整備し、来訪者の利便向上を図ることが急務となっている。     | トイレについては、通年で市等において、仮設トイレを用意する。<br>季節、来訪者の動向に合わせて、配置替えを行い、常設トイレの段階整備の基礎データにも活用する。<br>既存公衆トイレ等でカバーしきれない箇所については、段階的にトイレを整備していく。<br>また、必要なサインや駐車場の段階的な整備について、調査・研究を行う。 | 平成17年度～ |    |    |      |      |   |      |      | 平成17年度から検討    | 通年      | 仮設トイレ25万円×5基1,250(他は未定) | ・利用者の基本的な利便性が向上し、観光地としてのイメージの向上、来訪者の増加につながる。<br>(数値データ不明)<br>・仮設トイレでは実際の入込みに合わせた柔軟な対応が図られる。また、有効な投資をすることが可能になる。 | ・常に適正な管理をしないと、かえってイメージダウンにつながる。   | 方針1:市の隅々まで、もてなしの心が感じられるまち、館山<br>市民あげてのウエルカム運動の展開                 |
| 四季を通じて花を絶やさないまちづくり                               | 要所での植栽強化<br>[P.35 - 39]  | 館山の観光の大きな魅力である花の植栽を拡充することが、地域のイメージアップと集客に結びつくため。                   | 国号127号バイパスの植栽強化<br>海岸道路の植栽強化<br>休耕田等を活用した一面の花畑の創出<br>花のイベントやコンクールの開催   | 平成17年度～ |    |    |      |      |   |      |      |               |         |                         |   | ・本人以外の農地使用は、農業従事者などの名義人により使用貸借を交わさないと無理。<br>農用地の周辺の場合、トイレ・駐車場施設等の整備は農振除外が必要となる。 | 方針3:海と空の蒼をキャンパスに花と緑が艶やかなまち、館山<br>四季を通じた随所、要衝での花卉植栽の推進            |
| 体験活動拠点づくり<br><br>(花の活用・農漁業PT、物産振興・食文化創造PTでも提案あり) | 体験型観光拠点整備事業<br>(観光・情報・物産などの機能を合わせた箱物施設)<br>(雨天時の受入施設整備)<br>[P.34 - 27] | 雨天時の対策は待ったなしの状態である。加えて、現在、核となる施設がないことが、集客上のネックになっており、その早期整備が必要である。 | 天候に左右されない安定した体験観光を提供するための拠点を、館山市の観光・情報・物産の核となる施設に併せて整備する。(既存施設の活用も念頭において)  |         |    |    |      |      |   |      |      |               |         |                         |   |   | 方針3:海と空の蒼をキャンパスに花と緑が艶やかなまち、館山<br>海とまちにアクセス出来る人が集まる拠点作り“海辺の拠点づくり” |
| 受入体制の拡充  | 受け入れ窓口の確立<br>(体験PT共通課題)<br>[P.36 - 60]                                 | 解り易く利用しやすい組織(システム)を作ることが、利用者・事業者双方に有益であり、受入数の増加を図るのに必要な措置である。      | 機能的な受入れ組織づくり<br>体験型観光全体を通じ、予約、手配、連絡等、利用者、事業者双方にとって、わかりやすく信頼性の高い組織を観光協会内に設置する必要がある。   |         |    |    |      |      |   |      |      |               |         |                         |   | ・差別化については、体験農漁業プログラムの作成をみってから、各体験PTと調整し、魅力的なプログラムづくりに望んだほうが良いと考える。              | 方針4:五感を通じた体験・体感のまち、館山<br>館山体験素材の発掘と体験観光推進体制・人材の整備                |

表中、「具体的事業名」の[P. - ]は、別添「観光立市たてやま行動計画(概要版)」中の31ページから37ページまでの「付属資料:具体的事業一覧」のページ及び事業を示しています。

プロジェクト別施策一覧表

| プロジェクト別施策一覧表         |  |   |  |            |    |    |      |          |  |  |  |               | プロジェクト名   | 歴史・文化の保存・活用   |   |
|----------------------|--|---|--|------------|----|----|------|----------|--|--|--|---------------|---|---|---|
| 施策名                  | 具体的事業名<br>[P. - ]  | 優先的とした理由  | 具体的内容  | 実施期間       |    |    | 実施主体 |          |  | 実施場所                                   | 実施時期                                   | 経費<br>(単位:千円) | 期待される効果   | 実施に当たったの<br>課題・問題点  | 観光振興基本<br>計画の体系   |
|                      |  |   |  | 平成 年度 ~ 年度 | 短期 | 中期 | 長期   | 観光協<br>会 | 市                                      |  |  |               |   |   |   |
| 歴史・文化の情<br>報発信       | ウェブサイトのリニ<br>ューアル事業<br>[P.36 - 62]                                     | 館山市の歴史・文化に関する情報を、<br>来訪者に対し、わかりやすく、かつアピ<br>ールできるようにすることが急務である。                                      | 「ふるさと百科たてやま大事<br>典」ウェブコンテンツの変更。  | 平成17年度~    |    |    |      |          |  |  | 通年                                     | 0             | ・市民及び来訪者へのアピ<br>ールにより、館山市の歴史・<br>文化資源の周知を図る。<br><br>・常にわかりやすい・<br>読みやすいデータを<br>更新するためには、更<br>新する人(歴史・文化<br>に詳しい人・インター<br>ネット上にアップする<br>人)の人材確保をどう<br>するか。<br><br>・「里見八犬伝」はブラ<br>ンド化がされている<br>が、その他の資源に<br>ついてはあまり有名で<br>ない。情報発信するた<br>めには、個々の素材<br>を誰が見ても興味を感<br>じられるような手法に<br>持っていかないと、積<br>極的には見てもらえな<br>い。<br><br>・マップの印刷費用の<br>捻出。<br>・誰が見てもわかりや<br>すいマップにするため<br>の工夫が必要になっ<br>てくる。 | 方針 7:常に鼓<br>動と変化が伝<br>わってくるま<br>ち、館山<br>観光産業だけ<br>でなく、幅広<br>い観光素材の<br>リアルな情報<br>集約発信体制<br>の確立                 |   |
|                      | 歴史・文化のPR<br>事業<br>[P.37 - 68]  | 「戦国大名里見氏」、「那古寺」、「八犬<br>伝」、「戦争遺跡」を柱に多彩な資源が<br>あるなかで、何を館山の売りとするのか<br>明確にしていくため。                       | 紙媒体・マスメディア・パーソ<br>ナルメディア等を活用した資<br>源のブランド化とPR。                           | 平成17年度~    |    |    |      |          | NPO 南房<br>総文化<br>財・戦跡<br>保存活用<br>フォーラム |  | 通年                                     | 未定            |   |   |   |
|                      | 歴史探訪マップ活<br>用事業(市立博物<br>館「わたしの町の<br>歴史探訪」マップ<br>の活用事業)<br>[P.32 - 3]   | 新規にマップを作成するには時間がか<br>かるため、既存のマップを利用する。  | 市内の各所にマップを設置。  | 平成17年度~    |    |    |      |          |  |  | 市内                                     | 通年            |   |   | 0   |
| 歴史・文化を伝え<br>る人材育成・活用 | 海辺の自然、歴史<br>文化ガイド養成講<br>座の開設(ガイド<br>育成のための専<br>門講座開設事業)<br>[P.35 - 47] | 現在 NPO は、ガイド数が限られている<br>ため、団体客中心のガイド活動をおこな<br>っているが、個人旅行の多彩なニーズ<br>に応えられるようにするためには、人材<br>の確保が必要である。 | 公民館・博物館講座、NPO主<br>催講座及び市内の大学施設<br>主催講座との連携を図り、人<br>材育成を中心とした事業連携<br>を行う。 | 平成17年度~    |    |    |      |          |  | NPO 南房<br>総文化<br>財・戦跡<br>保存活用<br>フォーラム | 実施主体<br>が受け持<br>つ会場<br>で               | 通年            | 500   | ・人材の増加による受け皿の<br>拡大。(ガイド数 50 人 100<br>人)<br>・ガイドのレベルアップ。<br><br>・団体客・個人客別の<br>ガイド料設定の問題<br>・NPO主催の講座の<br>周知方法 | 方針 1:市の<br>隅々まで、もて<br>なしの心が感<br>じられるまち、<br>館山<br>市民一人ひと<br>りが館山の魅<br>力を再認識す<br>る(館山再発見<br>運動)     |
|                      | ガイドマニュアル<br>作成事業<br>[P.36 - 50]  | 商品としての体験メニューの品質の均<br>一化は急務である。  | ガイドマニュアル作成により、<br>体験メニューの品質の均一化<br>を図る。                                  | 平成17年度~    |    |    |      |          |  |  | NPO 南房<br>総文化<br>財・戦跡<br>保存活用<br>フォーラム |               | 通年  | 未定  | ・体験メニューの商品として<br>の確立。<br><br>・評価基準の作成とそ<br>の評価を、誰が、どの<br>ように行う、とりまとめる<br>のか。また、改善の余<br>地がある場合の対処。 |

表中、「具体的事業名」の[P. - ]は、別添「観光立市たてやま行動計画(概要版)」中の31ページから37ページまでの「付属資料:具体的事業一覧」のページ及び事業 を示しています。

プロジェクト別施策一覧表

| プロジェクト別施策一覧表           |                                    |  |   |            |    |    |      |          |   |                        |      |               | プロジェクト名 | 歴史・文化の保存・活用   |  |   |
|------------------------|------------------------------------|--|---|------------|----|----|------|----------|---|------------------------|------|---------------|---------|---|--|---|
| 施策名                    | 具体的事業名<br>[P. - ]                  | 優先的とした理由   | 具体的内容   | 実施期間       |    |    | 実施主体 |          |   | 実施場所                   | 実施時期 | 経費<br>(単位:千円) | 期待される効果 | 実施に当たったの<br>課題・問題点  | 観光振興基本<br>計画の体系  |   |
|                        |                                    |  |   | 平成 年度 ~ 年度 | 短期 | 中期 | 長期   | 観光<br>協会 | 市 |                        |      |               |         |   |  | その他   |
| 歴史・文化を感じられるような散策コースの設定 | 歴史・文化の散策コース設定事業<br>[P.32 - 2]      | 歴史・文化遺産の特性を知る上で、それらが立地する景観も含めて、活用することが重要である。             | 各拠点の周遊性のあるコースの設定。<br>戦争遺跡等テーマコースの設定。<br><br>パイロット事業として、館山地区をモデル地区として行い、その成果を踏まえ那古・船形地区をはじめ市内各地に順次事業を展開していく。 | 平成17年度~    |    |    |      |          |   | NPO 南房総文化財・戦跡保存活用フォーラム | 市内   | 通年            | 未定      | ・地域学習等をテーマとする学習旅行における活用の増。                                    | ・コースの設定には、土地の地権者・管理者および地域住民の理解が前提となる。                    | 方針 4:五感を通じた体験・体感のまち、館山“見る”、“聞く”、“触る”、“食べる”、“嗅ぐ”を意識したまちづくり |
|                        | 歴史・文化資源等のサイン設置事業<br>[P.32 - 4]     |  | 歴史・文化資源の案内板・誘導板の設置。   | 平成17年度~    |    |    |      |          |   |                        |      | 市内            | 通年      | 未定  | ・地域学習等をテーマとする学習旅行における活用の増。                               | ・館山市が主体となるため、予算措置が不可欠となる。                                 |
| 観光資源の総合的プランニング・連携事業    | 観光資源の総合的プランニング・連携事業<br>[P.36 - 56] | 自然分野の体験観光事業と連携をとり、来訪者の多彩なニーズに対応する。                       | 観光協会・NPO・商工会議所等の連携による観光資源の総合化。<br><br>ネットワーク組織の検討<br>総合窓口の一本化   | 平成17年度~    |    |    |      |          |   |                        | 市内   | 通年            | 未定      | ・雨天時の対応、食事・休憩施設、土産物の紹介などを総合的に行い、地元経済の活性化を図る。                  | ・コーディネイト機能をどうするか。<br>・ネットワーク組織(南房総エコガイド連絡協議会)への支援が必要となる。 | 方針 4:五感を通じた体験・体感のまち、館山館山体験素材の発掘と体験観光推進体制・人材の整備            |
| プログラムバンクの整備            | プログラムバンクの整備<br>[P.36 - 52]         | 市民が自ら体験的に作成したものが魅力のあるガイドとなり、利用者(来訪者)側が使いやすいというメリットが生まれる。 | 「館山の歴史・文化体験プログラム」と「人材」のデータベース化。   | 平成17年度~    |    |    |      |          |   |                        | 市内   | 通年            | 未定      | ・観光に関わる市民(ガイド・宿泊業者・タクシー運転手・飲食店・土産物店等)が、館山の資源を紹介・案内等、観光の充実を図る。 | ・登録者に対する研修制度。利用者への情報提供の方法。                               | 方針 1:市の隅々まで、もてなしの心が感じられるまち、館山ボランティアガイド、“まちのソムリエ”の育成       |

表中、「具体的事業名」の[P. - ]は、別添「観光立市たてやま行動計画(概要版)」中の31ページから37ページまでの「付属資料:具体的事業一覧」のページ及び事業を示しています。

プロジェクト別施策一覧表

| 施策名        | 具体的事業名<br>[P. - ]                                     | 優先的とした理由   | 具体的内容  | 実施期間             |                        |   |  | 実施主体    |         |       | 実施場所 | 実施時期                                  | 経費<br>(単位:千円)   | 期待される効果   | 実施に当たったの<br>課題・問題点   | 観光振興基本<br>計画の体系 |
|------------|---|--|--|------------------|------------------------|---|--|---------|---------|-------|------|---------------------------------------|---|---|--|-----------------|
|            |   |  |  | 平成年度～年度          | 短期                     | 中期  | 長期   | 観光協会    | 市       | その他   |      |                                       |   |   |  |                 |
|            |   |  |  | 物産・食文化の<br>拠点づくり | 観光屋台村事業<br>[P.33 - 22] | 現状、物産や食などの核となる拠点がなく、観光地としてのインパクトが今ひとつ薄く、新たな目玉、新名所を創出することが、観光振興の特効薬であるため。<br>また、本格的な箱物に比較し、早期に事業効果を表わすことが可能であり、費用対効果を考えても有益な事業であり、柔軟に様々な事業を1箇所に集約することもできる。 | 観光屋台村の整備。<br>路外、統一規格、集合屋台形式、低廉な賃料を徴してフードコート的に設置<br>展開地に菜の花等のイメージ、館山らしさを付与<br>料理メニューは地元素材等を利用した創作料理<br>地元産の物産の販売<br>提供する料理・物産・サービス、屋台の意匠形態等は館山らしさをアピール出来るもの<br>女性、子供達、市民、観光客も気軽に利用できる雰囲気<br>実行委員会が広く公募、審査等を経て出店 | 平成18年度～ |         |       |      |                                       |   |   |  |                 |
|            | 城山みやげ処設置事業<br>[P.33 - 23]                             | 人が集まる城山公園の魅力を高める取り組みをすることが、観光振興の即効性のある取り組みであるため。 | 城山公園にみやげ購入や喫茶などができるコーナー(仮設的簡易店舗)を設置。   | 平成18年度～          |                        |   |  |         | 館山商工会議所 | 城山    | 通年   | (想定)<br>仮設店舗設置費300万程度<br>しゃれたテント等でも良い | ・城山公園の観光客に対する魅力が向上し、結果、観光地としての高質化が図られる。               | ・採算性の問題が考えられるため、コミュニティビジネスの手法を活用するなどの対応策の検討が必要。 | 方針3:海と空の蒼をキャンパスに花と緑が艶やかなまち、館山海とまちにアクセス出来る人が集まる拠点作り“海辺の拠点づくり” |                 |
| 物産と飲食の連携事業 | 統一ブランドづくり事業<br>< DESTINATION CAMPAIGN ><br>[P.32 - 7] | 統一的概念に基づいた商品開発と販売がイメージアップ、売上の拡大に結びつくため。          | 以下のブランドの開発・販売及びインターネットでの情報展開。<br>1.小物に館山の四季を彩る統一イメージ付け<br>2.フラメンコや花火大会のシリーズ商品化<br>3.里見八犬伝のシリーズ商品化<br>4.お魚シリーズ商品化 | 平成17年度～          |                        |   |  |         | 館山商工会議所 | 販売の現場 | 通年   | 会議等検討の費用100商品への付与については新たな経費は発生しない。    | ・南房総全体から館山へのクリアなイメージの確立と統一イメージによるインパクトの強化。それによる売上の拡大。 | ・販売店の協力や総合的にブランドとして作り上げるマネジメント力、デザイン力、企画力が必要。   | 方針4:五感を通じた体験・体感のまち、館山“寿司の町館山”と共に誇れる“館山の食と物産”づくり              |                 |

表中、「具体的事業名」の[P. - ]は、別添「観光立市たてやま行動計画(概要版)」中の31ページから37ページまでの「付属資料:具体的事業一覧」のページ及び事業を示しています。

プロジェクト別施策一覧表

| プロジェクト別施策一覧表 |  |   |   |            |    |    |      |          |   |         |                               |   | プロジェクト名  | 物産振興・食文化創造   |   |  |
|--------------|--|---|---|------------|----|----|------|----------|---|---------|-------------------------------|---|--|--|---|--|
| 施策名          | 具体的事業名<br>[P. - ]  | 優先的とした理由  | 具体的内容   | 実施期間       |    |    | 実施主体 |          |   | 実施場所    | 実施時期                          | 経費<br>(単位:千円)   | 期待される効果  | 実施に当たったの<br>課題・問題点   | 観光振興基本<br>計画の体系   |  |
|              |  |   |   | 平成 年度 ~ 年度 | 短期 | 中期 | 長期   | 観光<br>協会 | 市 |         |                               |   |  |  |   | その他  |
| 物産と飲食の連携事業   | イベントとの連携事業(時の物産・食文化コーナーの参加促進・充実)<br>[P.33 - 14]                | 年間を通じて観光客に喜ばれるには、四季折々の食文化と物産を線・面で結びつけるような取り組みが必要。   | 1.秋の里見まつりとの連携<br>里見グッズ販売と房州寿司キャンペーン<br>2.夏のフラメンコフェスティバルとの連携<br>スペイン料理の販売<br>3.早春の花摘み・いちご狩りとの連携<br>デザートイベント<br>4.アンテナショップ<br>定期朝市や寿司まつり                                      | 平成18年度~    |    |    |      |          |   | 館山商工会議所 | 各イベントの実施場所<br><br>4は空き店舗や遊休空地 | 各イベント等の開催に合わせて<br><br>4は通年  | 不明   | ・物産や食について、イベントと複合的にイメージを印象付けることで、相乗効果(集客向上、販売促進)が図られる。         | ・事業立ち上げ期の収益性が課題であり、軌道に乗るまでの組織構築、運営方法には熟慮が必要である。               | 方針6:季節・時刻に応じた多様な顔をもつまち、館山夏、冬のイメージ拡充と春、秋の魅力開拓             |
|              | 健康・グルメコースづくり事業<br>[P.33 - 12]                                  | 食材の宝庫である館山の優位性を活かし、健康志向のツアーを提供することでターゲット毎(家族、高齢者、女性)に新規顧客の開拓が可能。                          | 季節毎のコースづくり。<br>(データの整理)<br>(売り込みは情報PTとも関連性ありか?)   | 平成18年度~    |    |    |      |          |   |         | 観光協会<br>内で検討                  | 通年で随時更新   | 会議費用、パンフレット作成費用等<br>詳細不明   | ・健康を切り口にしたメニューの提供は多くの需要が見込め、息の長い集客が図れる。また、館山の新たな魅力のイメージ付けが出来る。 | ・宿泊業、飲食業、農水産業、地元食品製造業などの関係主体が本気になって、協力体制を構築しないと絵に描いた餅になってしまう。 | 方針4:五感を通じた体験・体感のまち、館山“見る”、“聞く”、“触る”、“食べる”、“嗅ぐ”を意識したまちづくり |
| 物産食文化創造事業    | 物産・食文化開発推奨事業(館山ニューセレクション)<br><destinationキャンペーン><br>[P.32 - 8] | 新しい館山の物産や食文化の多様性を確保し、観光客へ様々なメニューを提供できる。観光客・市民に高質な物産・食文化を提供することが究極的に消費拡大に結びつくことから優先的に取り組む。 | 館山らしさを観光客に訴えかける新しく魅力的な物産や料理等の企画提案を公募し(原則は企画提案者自らまたは関係者が開発し販売提供するものとする)、優秀な企画提案には製品化やサービス提供に至るまでの経費の一部を奨励金として支援するとともに、各種媒体を通じて「館山ニューセレクション(推奨品)」として積極的にPRする。<br>事例:モンドセレクション | 平成18年度~    |    |    |      |          |   | 館山商工会議所 | 年一回<br>5カ年程度継続                | (想定)<br>・奨励金<br>30万/件<br>年間2~3件を選定<br>5年間で<br>300万~450万<br>・審査委員謝金<br>10万/年<br>5年間で<br>50万<br>5カ年の合計<br>350万~500万 | ・市民の英知による新たな商品・サービスの創造と発掘により、民間事業者の商品・サービスの開発意欲を盛り立てる。<br>・館山ブランドの形成の起点ともなり得る。<br>・これらのことで、消費額の増に結びつく。 | ・公平で効果の高い審査体制の構築   | 方針4:五感を通じた体験・体感のまち、館山“寿司の町館山”と共に誇れる“館山の食と物産”づくり               |  |

表中、「具体的事業名」の[P. - ]は、別添「観光立市たてやま行動計画(概要版)」中の31ページから37ページまでの「付属資料:具体的事業一覧」のページ及び事業を示しています。

プロジェクト別施策一覧表

| プロジェクト別施策一覧表     |  |   |   |            |    |    |      |          |             |   |      |  | プロジェクト名   | 物産振興・食文化創造   |  |
|------------------|--|---|---|------------|----|----|------|----------|-------------|---|------|--|---|--|--|
| 施策名              | 具体的事業名<br>[P. - ]  | 優先的とした理由  | 具体的内容   | 実施期間       |    |    | 実施主体 |          |             | 実施場所  | 実施時期 | 経費<br>(単位:千円)  | 期待される効果   | 実施に当たったの<br>課題・問題点   | 観光振興基本<br>計画の体系  |
|                  |  |   |   | 平成 年度 ~ 年度 | 短期 | 中期 | 長期   | 観光協<br>会 | 市           |   |      |  |   |  |  |
| 物産食文化創造<br>事業    | 地産・地消促進事業<br>(地場食材キャン<br>ペーン・乳製品、<br>地場野菜等消費<br>促進)<br><デスティネーシ<br>ョンキャンペーン><br>[P.32 - 11]<br><br>提案事業名は<br>複数あり。内容面<br>で考慮 | 地元の食材や特徴的な調理法を取り上<br>げ、新しい食のブランドの確立と、消費<br>拡大を図るための取り組みが地域活性<br>化に効果的である。<br>また、酪農発祥の地としての優位性を活<br>かし、地域が誇れるブランドに育成し、<br>活用していくことで、ブランドの本物志<br>向、総合力の向上につながる。 | 1.メニューづくりとキャンペ<br>ーン<br>2.ブランド育成<br>南房総海の(ヒジキ)のお焼<br>き<br>ゆでピーナッツ<br>地場野菜<br>搾りたて牛乳(乳製品)<br>3.究極の若返りメニュー考案<br>事業<br>血行促進、肩こりに効果<br>成人病、高血圧予防<br>美肌効果 等々<br>4.乳製品加工施設の整備(提<br>言) | 平成17年度~    |    |    |      |          | 館山商工<br>会議所 | 市内飲食<br>店、宿泊<br>施設へ<br>の売り込<br>み<br><br>イベント<br>や講習<br>会の会場<br><br>4は未定 |      |  | ・地場食材の消費促進によ<br>る多くの分野への経済波及<br>効果と観光客に対しては本<br>物志向による集客の向上。<br>(数値データなし)<br>・女性・高齢者をターゲットに<br>健康志向のイメージによる<br>集客増  | ・それぞれの実施主体<br>では、地道な努力が行<br>われているが、観光客<br>向けの事業として発展<br>させていくには、実行<br>委員会的に連携する<br>組織づくりが必要であ<br>る。              | 方針4:五感を<br>通じた体験・体<br>感のまち、館山<br>“見る”、“聞<br>く”、“触る”、<br>“食べる”、“嗅<br>ぐ”を意識した<br>まちづくり         |
| 物産と食のPR・<br>情報発信 | 物産、飲食店等の<br>ガイドブックの作<br>成<br>(アナログ)<br>[P.32 - 9]  | 市民・観光客を地元商店に引き込み、<br>地域内での消費活動を活性化させる必<br>要がある。   | 市民にも観光客にも提供でき<br>る、物産、飲食、サービス等の<br>個店を網羅し、検索しやすく<br>いガイドブックを作成する。<br>館山市内の商店会連合会に<br>加盟している店舗から希望者<br>を募り作成。  | 平成18年度     |    |    |      |          | 館山商工<br>会議所 | 事務局、<br>検討の会<br>場として<br>商工会館  |      | 企画印刷<br>費約700<br>万程度<br><br>(各個店<br>から掲載<br>料を徴す<br>る) | ・今まで、個々別々に発信さ<br>れていた情報を統合し一括<br>して発信でき、市民・観光客<br>双方の利便性が高まる。<br>・市民が地元館山を見直す<br>ことで、地域内での消費が<br>活性化する。<br>・観光客の商店での消費活<br>動が増加する。<br>・結果として、商店街の活<br>性化、個々の店の地力の<br>強化が図られる。 | ・事務局と編集長的な<br>まとめ役が必要であ<br>る。<br>・有効な配付場所の確<br>保と、タイムリーな情報<br>更新が必要である。<br>・各店で観光案内がで<br>きるレベルになれば理<br>想的である。    | 方針7:常に鼓<br>動と変化が伝<br>わってくるま<br>ち、館山<br>観光産業だけ<br>でなく、幅広<br>い観光素材の<br>リアルな情報<br>集約発信体制<br>の確立 |
|                  | 販売促進イベント<br>(物産PR)<br>[P.33 - 13]  | 市内外への物産のPR方法として、ふれ<br>あいなどダイレクトに訴えかけることが<br>有効な戦略の一つであると考えため。   | 既存施設(いちご狩りセンター<br>や農協など)を利用してもら<br>い、物産拠点としてPR活動を<br>実施する。<br>また、市外の大規模イベントに<br>などに生産者が赴き商品のP<br>R活動を実施する。  | 平成17年度~    |    |    |      |          | 館山商工<br>会議所 | 市内のス<br>ペース確<br>保が可能<br>の既存施<br>設<br><br>イベント<br>実施会場                   | 未定   | 市内の場<br>合ほぼ0<br>市外の場<br>合、旅<br>費、運搬<br>費、印刷<br>費等      | ・物産のPRを個々に行うより<br>も、作る人、売る人が互いに<br>協力し合うことで、より内容<br>の高い企画や線、面としての<br>連携体制が確立され、結<br>果、物産の魅力が向上す<br>る。   | ・行政は市内の会場に<br>おいては、場所の使<br>用許可の仲介や農漁<br>協、商工団体とのパイ<br>プ役、民は売上等の<br>目先に捕われない、<br>将来を見据えた意識<br>を持つことが成功の力<br>ギになる。 |  |

表中、「具体的事業名」の[P. - ]は、別添「観光立市たてやま行動計画(概要版)」中の31ページから37ページまでの「付属資料:具体的事業一覧」のページ及び事業 を示しています。

プロジェクト別施策一覧表

| プロジェクト別施策一覧表        |  |  |  |                |    |    |      |          |   |  |                  |               | プロジェクト名   | 物産振興・食文化創造  |  |   |
|---------------------|--|--|--|----------------|----|----|------|----------|---|--|------------------|---------------|---|---|--|---|
| 施策名                 | 具体的事業名<br>[P. - ]                                      | 優先的とした理由   | 具体的内容  | 実施期間           |    |    | 実施主体 |          |   | 実施場所                                       | 実施時期             | 経費<br>(単位:千円) | 期待される効果   | 実施に当たったの<br>課題・問題点  | 観光振興基本<br>計画の体系  |   |
|                     |  |  |  | 平成 年度 ~ 年度     | 短期 | 中期 | 長期   | 観光協<br>会 | 市 |  |                  |               |   |   |  | その他   |
| 実施主体や組織の形成(連携基盤づくり) | 異業種交歓会の開催<br>[P.36 - 58]                               | 産業界が、観光業、観光振興に取り組むための意識啓発で、推進力を高めていくことが必要のため。  | 観光サービス、商工、農林水産、運輸、建設などの業界やNPO団体の若手経営者等を一同に会して、観光振興及び観光客のおもてなしの観点を中心テーマとした情報交換・交流会を開催する。                    | 平成17年度~        |    |    |      |          |   | 館山商工会議所                                    | 商工会館<br>または市内ホテル | 未定            | 会場借<br>り上げ<br>費<br>講師謝<br>金約10<br>万<br>印刷広<br>報費約<br>6万<br>合計約<br>30万<br>(参加者<br>から一<br>定の会<br>費を徴<br>する)   | ・観光の将来を担う、若手が産業界の垣根を乗り越え、観光という横割の視点で連携することにより、将来の観光振興の有力な連携基盤が形成される。          | ・継続性を持った取り組みを続けて行かなければ成果が得られない。                              | 方針1:市の隅々まで、もてなしの心が感じられるまち、館山観光産業の館山に対する社会・経済的波及効果の啓発意識向上      |
| 物産・食文化の拠点づくり        | 核となる観光・情報・物産館の整備(名称については数点のアイデアが出されている)<br>[P.33 - 24] | 現在以上に受け入れ人数を増やし、天候にも左右されない観光地づくりを推進するためには、核となる施設が必要である。また、物産や食のハードとしての連携基盤を整え、地域内の滞留時間の延長を図っていくことが望まれるため、時間はかかるが優先とした。 | 仮称TAYEYAMAサンセットプラザの整備<br>伝統工芸、産業(酪農等)の体験コーナー<br>食の体験コーナー<br>情報受発信、情報受発注コーナー<br>展示コーナー<br>館山ならではの地元食材のレストラン | 多目的観光棧橋整備時期と連動 |    |    |      |          |   | (候補)<br>多目的観光棧橋背後地<br><br>行政の管理している既存施設の改修 | 通年               | 未定            | ・物産と食、その他の観光資源との連携基盤が確立され、観光地としての総合的の魅力が向上し、雨天時でも観光客の域内での滞留時間が延伸することで、宿泊客が増加する。<br>・物販やインターネットを使った情報発信、季節限定商品や地元でなければ手に入らない商品開発を併せて行うことで、全国からの注目度が増し、観光客の誘致につながる。 | ・事業費が大きいため、出資、リスク分担、運営の基盤をどうするかなど、実施までに、詰めておかなければならない条件が多い。                   | 方針3:海と空の蒼をキャンパスに花と緑が艶やかなまち、館山海とまちにアクセス出来る人が集まる拠点作り“海辺の拠点づくり” |   |
|                     | まちの駅設置事業<br>[P.34 - 25]                                | 街の中に人を滞留させることが、商店街の活性化、消費の拡大に結びつくため。市民と観光客とのふれあいの場としても期待される。   | 中心商店街等に観光案内、まち案内、おみやげ販売、休憩所、トイレ、市民交流コーナーなどを設置。   | 未定             |    |    |      |          |   | 館山銀座商店街振興組合                                | 銀座商店街の空き店舗       | 通年            | 未定  | ・商店街に観光客の動線を流すことになり、結果、商店街での消費活動が喚起される。<br>・個店が誘発され、商品やサービスが向上し、消費の好循環が期待される。 | ・採算性の問題が考えられるため、コミュニティビジネスの手法を活用するなどの対応策の検討が必要。              | 方針3:海と空の蒼をキャンパスに花と緑が艶やかなまち、館山海とまちにアクセス出来る人が集まる拠点づくり“海辺の拠点づくり” |

表中、「具体的事業名」の[P. - ]は、別添「観光立市たてやま行動計画(概要版)」中の31ページから37ページまでの「付属資料:具体的事業一覧」のページ及び事業を示しています。

プロジェクト別施策一覧表

|                     |  |   |  |            |    |    |    |          |   |             |                              |      | プロジェクト名  | 物産振興・食文化創造   |  |                 |
|---------------------|--|---|--|------------|----|----|----|----------|---|-------------|------------------------------|------|--|--|--|-----------------|
| 施策名                 | 具体的事業名<br>[P. - ]  | 優先的とした理由  | 具体的内容  | 実施期間       |    |    |    | 実施主体     |   |             | 実施場所                         | 実施時期 | 経費<br>(単位:千円)  | 期待される効果  | 実施に当たったの<br>課題・問題点   | 観光振興基本<br>計画の体系 |
|                     |  |   |  | 平成 年度 ~ 年度 | 短期 | 中期 | 長期 | 観光<br>協会 | 市 | その他         |                              |      |  |  |  |                 |
| 物産と食のPR・<br>情報発信    | 市内食べ歩き食<br>マップ作成<br>(アナログ)<br>[P.37 - 66]                    | 旅行の大きな楽しみである、食の情報を的確に提供することで消費活動の活性化に結びつくため。          | 全部の飲食店を紹介するのではなく、利用者を意識した選考基準や推薦基準を設け、ジャンルや地域別に区分し、その店の特徴や推奨メニューなどを解り易く紹介するマップの作成。<br>飲食店だけでなく、食物産の製造販売所も参加させる。            | 未定         |    |    |    |          |   | 館山商工<br>会議所 | 不明                           | 未定   | 未定   | ・市民への適切な情報提供が口コミ等による大きな宣伝効果をもたらす。この情報誌に載るための企業努力が誘発され、地域全体の食のレベル向上が図られ、結果、集客増につながる。<br>・選考基準の透明性、公平性を担保することが必要。<br>・常に、評判を落とさないよう掲載店が高い意識をキープすることが必要。<br>・これらが、クリアされないと、作成する所期の目的が達成されない。<br>・特定の店舗の利益にもつながることから、行政は関わりかたに注意を要す。 | 方針4:五感を通じた体験・体感のまち、館山<br>“見る”、“聞く”、“触る”、“食べる”、“嗅ぐ”を意識したまちづくり |                 |
|                     | 食材マップの作成<br>(デジタルコンテンツ)<br>[P.32 - 10]                       | 食材や料理の消費拡大を図る取り組みが必要であり、そのための手段として新しい切り口からの検索方法を導入する。 | 食材を中心に紹介する食材マップ(デジタルコンテンツ)の作成。<br>これまでの店舗中心の紹介(飲食店マップ)ではなく、食材名 料理 店舗の順で検索するページを立ち上げる。<br>(食材は原料の産地だけでなく、加工地が地元であれば掲載対象とする) | 未定         |    |    |    |          |   | 館山商工<br>会議所 | 検討場所として、各団体の会議室<br>インターネットHP | 随時更新 | 不明   | ・食材や名物料理の切り口から検索することで、地域の食文化の認知度が高まる。また、地場食材だけでなく、地元で製造、加工されている、技術レベルの高い食材の認知度も高まる。その結果、消費が拡大する。<br>・最終的に店舗(収益事業)にリンクしていく情報なので、行政ではなく、観光協会や商工会議所等、公益的な組織のホームページ内で対応する方が制約が少ないと考える。ただし、食文化の振興という観点からは、行政側にもアクセスしやすい表示の工夫が必要である。   | 方針7:常に鼓動と変化が伝わってくるまち、館山<br>対象の的を得た情報提供                       |                 |
| 実施主体や組織の形成(連携基盤づくり) | 体験農業と食、宿泊施設の連携事業<br>(花の活用・農漁業体験PT、宿泊PTにも関連あり)<br>[P.35 - 38] | 館山の農産物の現場を直に体験してもらい、魅力、良さを理解してもらおうことが、消費促進に結びつくため。    | 事業名を「これからだ」として、高齢者ボランティアを組織し、遊休農地で、農漁業体験してもらい、館山の農作物の理解を深める取り組みを進めていく。   | 未定         |    |    |    |          |   | 九重地区<br>他   | 通年                           | 不明   | ・低未利用地の有効活用と元気な高齢者の生きがい直に農産物のPRに結びつく。<br>・館山市の農業では、あらゆるものが出来るために、目玉を絞る。売り出すための目玉を探す(作る)ことも急務である。 | 方針4:五感を通じた体験・体感のまち、館山<br>“見る”、“聞く”、“触る”、“食べる”、“嗅ぐ”を意識したまちづくり   |  |                 |

表中、「具体的事業名」の[P. - ]は、別添「観光立市たてやま行動計画(概要版)」中の31ページから37ページまでの「付属資料:具体的事業一覧」のページ及び事業を示しています。



プロジェクト別施策一覧表

| プロジェクト別施策一覧表      |                                    |  |   |         |    |    |      |      |   |        |               |                   | プロジェクト名 | 宿泊の魅力向上   |  |  |
|-------------------|------------------------------------|--|---|---------|----|----|------|------|---|--------|---------------|-------------------|---------|---|--|--|
| 施策名               | 具体的事業名<br>[P. - ]                  | 優先的とした理由   | 具体的内容   | 実施期間    |    |    | 実施主体 |      |   | 実施場所   | 実施時期          | 経費<br>(単位:千円)     | 期待される効果 | 実施に当たった課題・問題点   | 観光振興基本計画の体系  |  |
|                   |                                    |  |   | 平成年度～年度 | 短期 | 中期 | 長期   | 観光協会 | 市 |        |               |                   |         |   |  | その他  |
| 温泉宿への取り組み         | 温泉PR事業<br>[P.34 - 29]              | 宿泊客の温泉に対するニーズは高い。宿選びのポイントにもなっている。                | 既存温泉施設のPR不足を解消するため、マスコミ等を活用した積極的なPRを行う。   | 平成17年度～ | ○  |    |      |      |   | 館山温泉組合 | 各宿泊施設<br>観光協会 | 温泉PRキャンペーン期間を設ける。 | 1,000   | ・知名度アップによる客数の増加。<br>(温泉利用者;入湯税より現在 15,000 人/年 150,000 人/年)<br>・お客からの選択率の向上。<br>(温泉利用者;入湯税より現在 15,000 人/年 150,000 人/年) | ・宿泊施設の中には温泉に対する認識にばらつきがあるため、全市あげての温泉宣言できるかどうか、意思統一が必要。 | 方針 5:泊まってこそ楽しみ、味のあるまち、館山一宿一自慢運動の推進                             |
|                   | 温泉開発促進事業<br>[P.34 - 30]            |  | 新規源泉の掘削・既存源泉からの分湯による温泉宿の増加。   | 平成17年度～ | ○  | ○  |      |      |   | 館山温泉組合 | 各宿泊施設<br>観光協会 | 通年                | 未定      |   |  |  |
| ホスピタリティ向上のための取り組み | ホスピタリティ向上啓発事業<br>[P.34 - 31]       | 接客による宿泊施設の魅力度の向上                                 | 様々な機関で実施する講習会への参加・宿泊施設間での研修会(例えば名物料理等)・「おかみさん」コンテストの実施  | 平成17年度～ | ○  |    |      |      |   |        | 講習会・研修会場      | 通年                | 300     | ・従業員のスキルアップ・意識改革。<br>・個々の宿泊施設の魅力アップ。  | ・個々の宿泊施設の向上心に頼りすぎない。<br>・個々の宿泊施設の判断。<br>企業秘密との関係       | 方針 5:泊まってこそ楽しみ、味のあるまち、館山一宿一自慢運動の推進                             |
|                   |                                    | 来訪者の館山市の地域としての魅力度向上                              | 宿泊施設以外の観光関連事業者にも「おもてなし」の心を持って接するウエルカム運動を実施<br>ひいては、全市あげてのウエルカム運動へと広がるよう提言する。<br>まずは、挨拶等すぐ実施できることから実践していく。 |         |    |    |      |      |   |        |               |                   |         | ・ホスピタリティの向上による来訪者へのイメージアップ。   |  | 方針 1:市の隅々まで、もてなしの心が感じられるまち、館山市民あげてのウエルカム運動の展開                  |
| 積極的な情報収集          | お客様アンケート実施事業<br>[P.34 - 34]        | お客のニーズを的確に把握することにより、時代の変化に対応した施策を展開するために、当面必要な事業 | 全宿でのお客様アンケートの実施・内容の分析。  | 平成17年度～ | ○  |    |      |      |   |        | 各宿泊施設<br>観光協会 | 通年                | 10      | ・お客ニーズに適用した対策の実施が可能になる。<br>・館山市の地域としてのイメージアップにもつながる。  | ・実施場所は、全宿泊施設だが、観光協会員外の宿泊室の対応をどうするか。                    | 方針 2:東京への利便性と独特の環境、文化風土で、大都市住民が心身共に健康回復できるまち、館山ターゲット別の滞在プランの開発 |
| 宿泊情報システムの改善       | 観光協会のホームページリニューアル事業<br>[P.36 - 61] | お客が求める情報を的確に提供するため。                              | ニーズを把握した上で、客の視点にたったホームページの開設及び現宿泊斡旋手数料の入金システムの改善。   | 平成17年度～ | ○  |    |      |      |   |        | 観光協会          | 通年                | 200     | ・お客からの選択確率の向上。<br>(宿泊成立数 217 名/年 300 名/年)   | ・システム改善には、現状システムの現状把握、利用者ニーズの把握、システム改良費用が必要になってくる。     | 方針 5:泊まってこそ楽しみ、味のあるまち、館山新たな宿泊システムの開発                           |

表中、「具体的事業名」の[P. - ]は、別添「観光立市たてやま行動計画(概要版)」中の31ページから37ページまでの「付属資料:具体的事業一覧」のページ及び事業を示しています。

プロジェクト別施策一覧表

| プロジェクト別施策一覧表   |                               |                                     |  |            |    |    |    |          |   |     |      |      | プロジェクト名       | 宿泊の魅力向上   |   |   |
|----------------|-------------------------------|-------------------------------------|--|------------|----|----|----|----------|---|-----|------|------|---------------|---|---|---|
| 施策名            | 具体的事業名<br>[P. - ]             | 優先的とした理由                            | 具体的内容  | 実施期間       |    |    |    | 実施主体     |   |     | 実施場所 | 実施時期 | 経費<br>(単位:千円) | 期待される効果   | 実施に当たったの<br>課題・問題点                            | 観光振興基本<br>計画の体系   |
|                |                               |                                     |  | 平成 年度 ~ 年度 | 短期 | 中期 | 長期 | 観光<br>協会 | 市 | その他 |      |      |               |   |   |   |
| クレームに対するルールづくり | クレーム処理のルール作成事業<br>[P.34 - 35] | 「クレームの来ない宿」=「安心の宿」という館山ブランドを確立するため。 | 観光協会ホームページ内に掲示板の設置;会員だけが見れる掲示板を設置し、クレームに対する情報の共有化を図り、ルールづくりの足掛かりとする。 | 平成17年度~    | ○  |    |    |          |   |     | 観光協会 | 通年   | 20            | ・館山宿泊施設のブランド化<br>クレームの出ない宿を目指すことにより、個々の宿泊施設の魅力向上につなげる。<br>(クレーム数30件/年 0件/年) | ・システムに関する協会内部の合意形成、作成への初期投資費用が必要になってくる。       | 方針2:東京への利便性と独特の環境、文化風土で、大都市住民が心身共に健康回復できるまち、館山<br>ターゲット別の滞在プランの開発 |
| 既存資源の積極的な活用    | 体験観光との連携事業<br>[P.34 - 37]     | 個々の宿の付加価値を高めるに必要な事業                 | 観光協会50体験メニューの活用。(宣伝・予約・案内・実施)  | 平成17年度~    | ○  |    |    |          |   |     | 観光協会 | 通年   | 0             | ・お客からの選択確率の向上。  | ・体験観光事業者との連携をとるにあたり、母体となるシステムの改善が早急に必要になってくる。 | 方針5:泊まってこそ楽しみ、味のあるまち、館山<br>体験プログラムと連携した宿泊滞在体験プランの開発               |

表中、「具体的事業名」の[P. - ]は、別添「観光立市たてやま行動計画(概要版)」中の31ページから37ページまでの「付属資料:具体的事業一覧」のページ及び事業を示しています。

プロジェクト別施策一覧表

| プロジェクト別施策一覧表 |                                   |  |   |  |    |    |      |      |                 |                     |      |               | プロジェクト名   | 観光PR・情報化推進  |  |
|--------------|-----------------------------------|--|---|--|----|----|------|------|-----------------|---------------------|------|---------------|---|---|--|
| 施策名          | 具体的事業名<br>[P. - ]                 | 優先的とした理由   | 具体的内容   | 実施期間   |    |    | 実施主体 |      |                 | 実施場所                | 実施時期 | 経費<br>(単位:千円) | 期待される効果   | 実施に当たった課題・問題点                                     | 観光振興基本計画の体系  |
|              |                                   |  |   | 平成年度～年度                                      | 短期 | 中期 | 長期   | 観光協会 | 市               |                     |      |               |   |   |  |
| 地域ブランド形成事業   | 地域インフォメーション統括組織の設置<br>[P.36 - 53] | 適確な観光情報の発信や対応など、館山市の観光戦略を強力にマネジメントすることで地域ブランドを確立するための組織として設置が必要であるため。<br>以下の5つの施策を実施する上で必要となる。<br>・地域ブランド形成事業<br>・観光PR対策事業<br>・地域情報ポータルサイトの確立<br>・地域情報コーディネートシステムの構築<br>・観光案内システムの構築及び設置<br>地域ブランド 信頼の証し 情報開示・品質の高さ・満足度。価値ある既存資源を更に磨きをかける。 | 地域情報に関する全てを統括する。<br>(具体的な内容の例としては、本行動計画の各施策について統括する組織)  | 平成17年度より検討を始め、平成18年度設置を目指す。                  |    |    |      |      |                 |                     |      |               | ・統一の図れた観光資源、情報提供内容が一定の基準以上のもとなるため、観光客が安心して利用できる。そのため、地域としての信頼が増すことにより、観光客の増加が期待できる。 | ・設置に当たっては、準備会的な組織を立ち上げ、人選、内容などを検討する必要がある。         | 方針7:常に鼓動と変化が伝わってくるまち、館山観光産業だけでなく、幅広い観光素材のリアルな情報集約発信体制の確立 |
|              | 戦略的イメージフレーズ策定事業<br>[P.36 - 54]    | 館山市は特筆すべき観光資源があるわけではない。<br>さらに、地域の戦略的イメージ戦略を立てなかったため、観光資源がバラバラのイメージが強い。<br>これを解消するために共通のイメージフレーズが必要であると考えたため。  | ～基本フレーズ～<br>「南房総・たてやまからの贈りもの」<br>贈る心、贈られるうれしさを基本イメージにホスピタリティある地域としてのイメージ戦略を展開するための基本フレーズとする。<br>また、各イベントや対象物のキャッチフレーズの基本を成す。<br>(キャッチフレーズ例)<br>・のんびりゆったりじっくりと+基本フレーズ<br>・八犬伝のロマン息づく南の国+基本フレーズ<br>・火の情熱とフラメンコ+基本フレーズ | モデルケースとしての使用<br>平成17年度～(ポスターやイベントに明記を開始する期間) |    |    |      |      | 本プロジェクトにてフレーズ策定 | パンフレット、ポスター、各イベントなど | 通年   |               | ・基本フレーズの策定により、観光イメージを明確にし、統一的な観光戦略が図られ、観光客の増加につながる。                                 | ・基本フレーズの使い方(メディアの利用方法)や使用状況を上記の組織でチェックすることが必要となる。 | 方針7:常に鼓動と変化が伝わってくるまち、館山観光産業だけでなく、幅広い観光素材のリアルな情報集約発信体制の確立 |
|              | ロゴ&キャラクター開発事業<br>[P.36 - 55]      | イメージフレーズだけでは視覚への訴えが弱いため。   | イメージフレーズと一体となるロゴとキャラクターの開発をする。  | 平成17年度～                                      |    |    |      |      |                 | 公募                  | 通年   | 100           | ・基本フレーズとセットで使用することにより、観光イメージを明確にし、統一的な観光戦略が図られ、観光客の増加につながる。                         | ・一般公募の他に専門の方への委託も検討する必要がある。                       | 方針7:常に鼓動と変化が伝わってくるまち、館山観光産業だけでなく、幅広い観光素材のリアルな情報集約発信体制の確立 |

表中、「具体的事業名」の[P. - ]は、別添「観光立市たてやま行動計画(概要版)」中の31ページから37ページまでの「付属資料:具体的事業一覧」のページ及び事業を示しています。

プロジェクト別施策一覧表

| プロジェクト別施策一覧表   |  |  |   |            |    |    |      |      |   |            |                     |                 | プロジェクト名  | 観光PR・情報化推進  |   |
|----------------|--|--|---|------------|----|----|------|------|---|------------|---------------------|-----------------|--|---|---|
| 施策名            | 具体的事業名<br>[P. - ]                              | 優先的とした理由   | 具体的内容   | 実施期間       |    |    | 実施主体 |      |   | 実施場所       | 実施時期                | 経費<br>(単位:千円)   | 期待される効果  | 実施に当たったの<br>課題・問題点  | 観光振興基本<br>計画の体系   |
|                |  |  |   | 平成 年度 ~ 年度 | 短期 | 中期 | 長期   | 観光協会 | 市 |            |                     |                 |  |   |   |
| 観光 PR 対策事業     | (仮称)ふるさと観光応援団結成事業<br>[P.37 - 70]               | 観光関連事業者、行政だけではなく、地域住民及び館山をふるさとに持つ方が一体となって、館山をPRしてゆく必要があるため。      | 地域の方で、比較的出張等で首都圏に行く頻度が高い方や館山出身で首都圏に住んでいる方に観光営業マンになっていただき、PR活動を適時行ってもらう。<br>また、地域の人たちからも、ホームページやメールなどで館山の情報を積極的に紹介してもらう。 | 平成17年度~    |    |    |      |      |   | 公募及び依頼     | 通年                  |                 | ・口コミによる、館山の観光情報の広がり期待できる。<br>また、地域住民が一体となって館山をPRするという意識付けにつながる。<br>このことにより、地域住民が館山のよさを再認識できることで、観光客へのホスピタリティ向上にもつながり、リピーターの確保が期待できるとともに、観光客の増加が見込める。 | ・観光PR支援グッズなどの支給の検討や応援団の方々に対して、全市を上げての観光振興の必要性について、意識付けを行う必要がある。 | 方針7:常に鼓動と変化が伝わってくるまち、館山<br>官民横断的な館山観光推進体制の確立  |
|                | マスコミ等PR事業<br>[P.37 - 67]                       | 即効性のあるPR手段として観光客の増加を図れるため。                                       | テレビ局、ラジオ局、新聞社に観光情報を逐次提供し、各メディアに取り上げてもらう。<br>また、フィルムコミッションにおける取材人への窓口業務、対応方法などを明確にする。                                    | 平成17年度~    |    |    |      |      |   |            | 各マスメディア、まちづくり関連NPO等 | 季節ごと(4シーズン)及び適時 | 120  | ・TVなどを始め、マスメディアの取材とそれらマスメディアによる宣伝効果で観光客の増加を図れる。                 | ・マスメディアに取り上げてもらうにはインパクトのある内容が必要である。<br>・各分野でのブランドの確立が急がれる。                                  |
| 地域情報ポータルサイトの確立 | 共通観光カレンダーの作成<br>[P.37 - 64]                    | 地域イベントなどの情報を集約して、ホームページ上で情報を流す必要があるため。                           | イベント主催者、プロモーターなどの書込みが可能な共通観光カレンダーの作成  | 平成17年度~    |    |    |      |      |   | 観光協会ホームページ | 通年                  |                 | ・域内の観光イベントなどの立案者及び利用者に適切でリアルタイムな情報伝達により、地域コンシェルジュ機能を向上させる。   | ・適正な情報管理をしないとマイナスイメージになる。                                       | 方針2:東京への利便性と独特の環境、文化風土で、大都市住民が心身共に健康<br>帰帰できるまち、館山<br>固定客、なじみ客の開拓と重視(館山ファンづくり、顧客づくり)        |
|                | クーポン券専用サイトの立上げ<br>[P.37 - 72]                  | クーポン券は各施設等で発行しているものの、統一しての情報提供がされていないため、サイトを立ち上げ、統一情報を提供する必要がある。 | クーポン券専用サイトを立上げ、商店街のラッキークーポンと連動を図る。  | 平成17年度~    |    |    |      |      |   | 観光協会ホームページ | 通年                  |                 | ・域内で利用可能なクーポン券、サービスチケット、キャンペーンなどを集中して周知することにより交流人口増加を目指す。  | ・地元商店会や商工会議所、飲食組合、宿泊施設、観光施設との連携を図ること、適正な情報管理が必要である。             |   |
|                | 地域情報の定期配信<br>(南房総インターネット放送局の設立)<br>[P.36 - 57] | 情報を希望している方やマスメディアに対して、積極的に情報発信する必要があるため。                         | 定期的に地域情報を希望者にメールマガジンやプッシュ型広告媒体を使って配信する。<br>また、南房総の地域資源をインターネット放送局などを通じて多面的に配信する。  | 平成17年度~    |    |    |      |      |   |            |                     | 通年              |  | ・情報を得た方やマスメディアから情報が広がり、観光客の増加が図れる。                              | ・定期配信者の拡大を積極的に行う必要がある。<br>・マスメディアサイドのニーズの調査、地域資源を活用したシナリオの作成力、動画コンテンツなどの作成能力などのUPが早急に必要である。 |

表中、「具体的事業名」の[P. - ]は、別添「観光立市たてやま行動計画(概要版)」中の31ページから37ページまでの「付属資料:具体的事業一覧」のページ及び事業を示しています。

プロジェクト別施策一覧表

| プロジェクト別施策一覧表       |                                      |  |   |            |    |    |      |          |   |                | プロジェクト名 | 観光PR・情報化推進    |  |   |   |
|--------------------|--------------------------------------|--|---|------------|----|----|------|----------|---|----------------|---------|---------------|--|---|---|
| 施策名                | 具体的事業名<br>[P. - ]                    | 優先的とした理由   | 具体的内容   | 実施期間       |    |    | 実施主体 |          |   | 実施場所           | 実施時期    | 経費<br>(単位:千円) | 期待される効果  | 実施に当たったの<br>課題・問題点  | 観光振興基本<br>計画の体系                         |
|                    |                                      |  |   | 平成 年度 ~ 年度 | 短期 | 中期 | 長期   | 観光<br>協会 | 市 |                |         |               |  |   |   |
| 地域情報コーディネートシステムの構築 | 配宿、施設、体験メニュー予約システムの構築<br>[P.34 - 33] | 観光客はもちろんのことコーディネートする側にとっても必要なシステムにもかかわらず、現在あるシステムがうまく機能していないことや予約システムが構築されていないものがあるため。       | 宿、施設、体験可能利用メニューなどをWEB上から確認 & 予約可能な施設とする。<br>観光協会で現在運用している「空室管理システム」を大幅に機能アップしたもの。             | 平成17年度~    |    |    |      |          |   | 観光協会<br>ホームページ | 通年      |               | ・利用施設等の空き情報が一目で把握できるため、利便性が良くなり、観光客の増加につながる。     | ・適正な情報管理をしなければ、トラブルの原因ともなり、マイナスイメージにもつながってしまう。                      | 方針5:泊まってこそ楽しみ、味のあるまち、館山<br>新たな宿泊システムの開発 |
|                    | クレーム処理システムの構築<br>[P.34 - 36]         | クレームに対する処理を的確に行なうことで信頼性とホスピタリティ向上にもつながるが、現在の確な処理がされていない状況にあるため。                              | 各施設などの満足度レベルアップのためにクレーム受付 & 対応方法などの処理を行う。   | 平成17年度~    |    |    |      |          |   |                | 通年      |               | ・各施設などの満足度レベルアップにつながるため、観光客の増加につながる。             | ・適正な情報管理をしなければ、トラブルの原因ともなりマイナスイメージにもつながってしまう。<br>・サービス提供側の教育も必要である。 | 方針5:泊まってこそ楽しみ、味のあるまち、館山<br>一宿一自慢運動の推進   |
| 観光案内システムの構築及び設置    | 道路標識・イベントサインの設置<br>[P.35 - 41]       | 大きな施設などに対するサインは設置されているが、今後は観光客に対してきめの細かいサインの設置が重要となってくるため。                                   | 統一的なデザイン・分かりやすさ・きめの細かさを考慮するとともに、外国人も意識したうえでのサインの充実を図る。  | 平成17年度~    |    |    |      |          |   | 道路、施設、散策路など    | 逐次      |               | ・地域に不慣れな人でも安心して過ごせるホスピタリティある地域となり、リピーターの確保につながる。 | ・設置に際して、景観に配慮する必要がある。   | 方針7:常に鼓動と変化が伝わってくるまち、館山<br>対象の的を得た情報提供  |
|                    | 観光情報ガイダンスシステムの構築<br>[P.37 - 63]      | 団体旅行者はガイドを依頼して、施設などにおいて充実した案内を受けられるが、個人客にとってはガイドを依頼するケースは少ないため、これらの方にもある程度の満足をしていただく必要があるため。 | 観光設備、史跡などで有料ガイダンス(人)を利用する程ではないという人たち向けに、携帯電話、情報端末を利用したガイダンスシステムを構築する。<br>また、外国人も意識した取り組みを行なう。 | 平成17年度~    |    |    |      |          |   | 観光施設<br>など     | 通年      |               | ・観光客のホスピタリティの向上となり、観光客の増加につながる。                  | ・一定の知識を有した認定ガイド(人)の教育も必要である。  |   |

表中、「具体的事業名」の[P. - ]は、別添「観光立市たてやま行動計画(概要版)」中の31ページから37ページまでの「付属資料:具体的事業一覧」のページ及び事業を示しています。



プロジェクト別施策一覧表

| 施策名        | 具体的事業名<br>[P. - ]   | 優先的とした理由  | 具体的内容  | 実施期間       |    |    |    | 実施主体 |   |     | 実施場所        | 実施時期  | 経費<br>(単位:千円)   | 期待される効果   | プロジェクト名   |   |
|------------|---|---|--|------------|----|----|----|------|---|-----|-------------|---|---|---|---|---|
|            |   |   |  | 平成 年度 ~ 年度 | 短期 | 中期 | 長期 | 観光協会 | 市 | その他 |             |   |   |   | 実施に当たったの<br>課題・問題点  | 観光振興基本<br>計画の体系                                 |
|            |   |   |  |            |    |    |    |      |   |     |             |   |   |   |   |   |
| ビーチ利活用促進事業 | 「ビーチスポーツ inTATEYAMA」開催事業<br>{(仮称)館山ビーチクラブ設立事業}<br>[P.33 - 15] | <p>駅から近く、道路と海岸線が平行して走っている北条海岸は全国的に見ても貴重な観光資源である。また、港湾観光都市を標榜する館山市にとっても重要な海岸である。</p> <p>この北条海岸を夏季だけではなく、一年中、人の動きがある空間にすることで、市の活性化を図り、なお且つ、市民の癒しの空間としても機能させるため、「ビーチスポーツ inTATEYAMA」の開催を提案する。</p> <p>この「ビーチスポーツ inTATEYAMA」を開催させるため、まず、(仮称)館山ビーチクラブを設立する。</p> <p>次に、小規模のイベントである「ミニビーチスポーツイベント」を開催して、北条海岸にあったビーチスポーツイベントの内容について方向付けをする。<br/>(ビーチ利活用促進事業実施順序)</p> <p>1.(仮称)館山ビーチクラブ設立事業</p> <p>2. (仮称)マリニウィークの設定</p> <p>3.「ミニビーチスポーツイベント」開催事業</p> <p>4. 「ビーチスポーツ inTATEYAMA」開催事業</p> | <p>館山市民にたてやまの海や砂浜が重要な観光資源である認識付けを行う。</p> <p>まず、そのきっかけとして、市民レベルでビーチスポーツを核とした北条海岸を有効活用する検討組織(仮称)館山ビーチクラブを立ち上げる。</p> <p>&lt;モデル団体&gt;<br/>湘南ひらつかビーチクラブ</p> <p>&lt;活動場所&gt; 北条海岸</p> <p>&lt;活動内容&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ビーチスポーツの検討、推進(競技種目の検討、土地占用やビーチスポーツを実施する上での課題・問題の対応、ビーチバレーデモ大会の実施など)</li> <li>・(仮称)マリニウィークの設定</li> </ul> | 平成17年度~    |    |    |    |      |   |     | 設置場所は検討を要す。 | 通年<br>(仮称)マリニウィークの設定については別途(仮称)館山ビーチクラブでの検討を要す。 | <p>先進地視察費(神奈川県平塚市) 20</p> <p>ビーチコーディネーター育成費(平塚市) 20</p> | <p>・この組織を設立することにより、「ミニビーチスポーツイベント」や「ビーチスポーツ inTATEYAMA」開催事業につなげられる。</p> <p>・一年中、北条海岸に人がいる(来ている)状態にし、人が他人を呼ぶことによって賑わいのある海岸づくりを目指す活動の拠点として期待できる。</p> <p>・市民のもてなしの心の育成の場と成り得る。</p> | <p>・(仮称)館山ビーチクラブはボランティアで運営することを目標とするが、現実的にボランティアを募る方法やその経費、また、クラブの運営費について、先進地の情報収集や視察をし、早急に対策を講ずる必要がある。</p> | <p>方針6:季節・時刻に応じた多様な顔をもつまち、館山新旧イベントの活性化とアピール</p> |

表中、「具体的事業名」の[P. - ]は、別添「観光立市たてやま行動計画(概要版)」中の31ページから37ページまでの「付属資料:具体的事業一覧」のページ及び事業を示しています。

プロジェクト別施策一覧表

| 施策名 | 具体的事業名<br>[P. - ]                       | 優先的とした理由  | 具体的内容  | 実施期間      |  |  | 実施主体  |         |   | 実施場所 | 実施時期 | 経費<br>(単位:千円) | 期待される効果                        | 実施に当たったの<br>課題・問題点   | 観光振興基本<br>計画の体系  |     |
|-----|---|---|--|-----------|--|--|---|---------|---|------|------|---------------|--------------------------------|--|--|-----|
|     |   |   |  | 平成年度～年度   | 短期   | 中期   | 長期  | 観光協会    | 市 |      |      |               |                                |  |  | その他 |
|     |   |   |  | ビーチ活用促進事業 | 「ビーチスポーツ inTATEYAMA」開催事業<br>{「ミニビーチスポーツイベント」開催事業}<br>[P.33 - 16] | 「ビーチスポーツを楽しめるまち館山」として、館山市の観光資源である海や砂浜を使ったミニイベントを定期的実施することで、市民のビーチに対する意識改革を呼び起こし、もてなす心の意識付けが図れ、次のステップである集客力があるイベント「ビーチスポーツ inTATEYAMA」開催に向けて必要不可欠であるため。 | (仮称)館山ビーチクラブが主催し、地元民を対象にしたミニイベントを毎月定期的開催する。ミニイベントのテーマは、「館山市民とビーチ(北条海岸)とのふれあい」とし、「市民にビーチを楽しめるまち館山」の意識付けを目標とする。<br><会場>北条海岸<br><内容><br>・ビーチバレー<br>・ビーチウォーキング<br>・シーカヤック体験<br>・ビーチフラッグ大会<br>・人命救助講習会 | 平成18年度～ |   |      |      |               |                                |  |  |     |
|     | 「ビーチスポーツ inTATEYAMA」開催事業<br>[P.33 - 17] | 「ビーチスポーツを楽しめるまち館山」として、館山市の観光資源である海や砂浜を使ったイベント(新規のビーチスポーツイベントと既存の文化イベントとの融合)で集客力があり、市の活性化につながると判断したため。<br>また、このイベントを継続することにより、日本国中にビーチスポーツ＝館山市というイメージ付けが行え、ほぼ一年中、観光客で賑える可能性が高いと判断したため。 | ビーチ活用推進事業及び「ミニビーチスポーツイベント」開催事業により、「ビーチを楽しめるまち館山」の意識が市民に浸透し、市民らが、主体的に運営し、官民一体となったイベント「ビーチスポーツ inTATEYAMA」を開催する。<br>また、ビーチスポーツだけでなく、文化イベントとして既に実施しているフラメンコとハワイアンフェスティバルを併せて開催することにより、これらの時期を「(仮称)マリンウィーク」とする。<br><会場>北条海岸<br><内容><br>・ビーチバレー大会<br>・小学生ビーチドッジボール大会<br>・ビーチウォーキング<br>・シーカヤック体験<br>・ビーチフラッグ大会<br>・人命救助講習会<br>・フラメンコフェスティバル<br>・ハワイアンフェスティバル | 平成20年度～   |  |  |   |         |   |      | 北条海岸 | 「(仮称)マリンウィーク」 | ビーチバレーコート設置費<br>(4面)<br>26,000 | ・オリンピック競技で一番観覧者の多いビーチバレーに国際級の日本人選手を参加させることにより、一般観光客の増加につながる。<br>・小学生ビーチドッジボール大会やシーカヤック体験、ビーチウォーキングを実施し、親子連れの参加者や観光客の増加が見込める。<br>なお、イベント終了後は参加選手や参加団体、イベント開催関係者でビーチ清掃作業を実施し、海岸美化の意識向上につなげる。 | ・ビーチ活用促進事業において、この事業の成功及び定着が最終の目標であるが、それを達成するためには、ビーチ活用推進事業と「ミニビーチスポーツイベント」開催事業が着実に推進されることが課題である。 |     |

表中、「具体的事業名」の[P. - ]は、別添「観光立市たてやま行動計画(概要版)」中の31ページから37ページまでの「付属資料:具体的事業一覧」のページ及び事業を示しています。

プロジェクト別施策一覧表

| 施策名                          | 具体的事業名<br>[P. - ]                      | 優先的とした理由   | 具体的内容  | 実施期間                                     |    |    | 実施主体 |          | 実施場所         | 実施時期                     | 経費<br>(単位:千円)                               | 期待される効果                                       | 実施に当たったの<br>課題・問題点  | 観光振興基本<br>計画の体系                                   |  |
|------------------------------|--|--|--|--|----|----|------|----------|--------------|--------------------------|---|---|---|---|--|
|                              |  |  |  | 平成 年度 ~ 年度                               | 短期 | 中期 | 長期   | 観光<br>協会 |              |                          |   |   |   |   | 市  |
| 既存イベント改善<br>事業               | 花火大会改善事業<br>[P.33 - 19]                | 館山市で花火大会が一番定着している観光イベントである。<br>観光立市を標榜する館山市として、この花火大会の事業拡大や観客の増加を推進して行く事で早急に市の活性化が図られるため。  | 安房郡市からの見物客が大多数を占めているため、演出方法(屋形船での船上鑑賞や海浜有料観覧席での鑑賞)や施設(仮設トイレ数の増)の改善をし、首都圏や他の地域からのツアー客などの観光客の増加や館山でしか体感できない花火大会のイメージ定着を図る。 | 平成17年度に館山観光まつり実行委員会に提言 実行委員会にて検討後、結論付ける。 |    |    |      |          | 館山観光まつり実行委員会 | 北条海岸                     | 館山観光まつり実行委員会の検討結果による。                       | 未検討<br>(館山観光まつり実行委員会にて検討)                     | ・地域に根付いた既存イベントを充実させ、見てわかりやすいイベントへの取り組みは、一層の集客効果を狙うものであり、イベントの新たな魅力の創出が期待できる。<br>・観光立市を標榜する館山市政が市民に伝わる。      | ・館山観光まつり実行委員会にて実施検討を行うが、その結果によっては、実現できない可能性があること。 | 方針6:季節・時刻に応じた多様な顔をもつまち、館山新旧イベントの活性化とアピール |
|                              | 安房国司祭改善事業<br>[P.33 - 21]               | 平成16年に観光客が激減(30,000人前年比 30%)したため。  | 土・日に開催し、従来の観光客数を確保する。  | 平成17年度に安房国司祭開催関係者に提言する。                  |    |    |      |          | 安房国司祭開催関係者   | 安房国司祭関係地区                | 9月(2日間)                                     | 0   | ・例年並の観光客数(100,000人)を確保できる。  | ・神事であるため、安房国司祭開催関係者の同意が前提となる。                     |  |
|                              | 南総里見まつり改善事業<br>[P.33 - 20]             | 既存の館山市の大規模なイベントの1つであるが、観光客が少なく、地域経済に貢献していないと思われるため。  | 観光客を意識した演出(例:一堂に展示し、各々の山車等の特徴や歴史について説明をする場面を設ける)、交通渋滞の緩和策の構築(例:臨時電車の増発)、有料観覧席の設置(徴収した席料は観覧席設置費に充てる)。                     | 平成17年度に南総里見まつり実行委員会に提言 実行委員会にて検討後、結論付ける。 |    |    |      |          | 南総里見まつり実行委員会 | 未定<br>(南総里見まつり実行委員会にて決定) | 5月(ゴールデンウィーク)開催を提言する。<br>(南総里見まつり実行委員会にて決定) | 未検討<br>(南総里見まつり実行委員会にて検討)                     | ・観光客の増加につながる。<br>・南総里見まつり参加者が観光イベントとして、まつりに参加するという意識を植付け、現在の「オラがまちスタイル」からの脱却が図れる。                           | ・実行委員会にて理解が得られる説明、また、実際に実行する団体を育成する事が必要となる。       |  |
| 安房神社、小塚大師PR事業<br>[P.37 - 69] | 既存する館山市の由緒ある古刹・名刹を観光資源として、活用しきれていないため。 | 口コミ情報は情報発信において、有効な手段の一つであるため、そのきっかけとして、まず、市民に周知する。<br>さらに、市や観光協会のホームページや観光パンフレットでの紹介をはじめ、参考例として、観光PR・情報化推進PTで提案された共通イベントカレンダーやふるさと観光応援団(仮称)、メールマガジンなどによる地域情報の定期配信を用い、首都圏に向けて情報発信を展開する。 | 平成17年度~(情報発信を開始)   |  |    |    |      |          | 市内、首都圏       | 通年                       | 未検討   | ・館山市民及び首都圏に向けてPR活動を展開し、参拝客の増加を図り、館山市の知名度を上げる。 | ・安房神社、小塚大師に理解及び協力を得ることが必要となる。<br>・案内看板や駐車場のハード面の整備については、既存の物や体制(駐車場誘導係、交通整理)の中で実施し、2~3年の参拝客の動向を見ながら、検討していく。 |   |  |

表中、「具体的事業名」の[P. - ]は、別添「観光立市たてやま行動計画(概要版)」中の31ページから37ページまでの「付属資料:具体的事業一覧」のページ及び事業を示しています。