

総合観光案内センター実証実験 報告書

2006年8月

函館空港利用促進協議会

函館ベンチャー企画

目次

1. 実証実験の概要
 - 1.1 実証実験実施の背景と目的
 - 1.2 実施期間、実施場所・事業の内容
2. 実証実験の結果
 - 2.1 観光総合案内サービスとコールセンター
 - 2.2 i-Pod 貸し出し・ダウンロードサービス
 - 2.3 ハコレコ・街函の利用状況
3. 空港利用者アンケート調査結果
 - 3.1 属性
 - 3.2 観光パターン
 - 3.3 観光情報
 - 3.4 ハコレコ・i-Pod の利用状況
4. 今後の展開と課題
 - (1) 観光総合案内センターの常設の必要性
 - (2) i-Pod 観光案内サービスの進化
 - (3) ハコレコサービスの推進
 - (4) 発地での情報発信の重要性
 - (5) 情報の収集と発信のトータル管理

付属資料

1. 実証実験の概要

1.1 実証実験実施の背景と目的

これまで過去 2 年間、函館空港利用実態調査として、空港内の流動調査やアンケート調査を 5 回実施してきた。その際に空港利用客の要望として「函館空港に総合観光案内センターが欲しい」という声が多くあげられていた。

また、エアポートミーティングを 2 回実施した際に、事業者や空港関係者が多く参加される中で、パネルディスカッションをおこなった際に、パネラーや会場からも「函館空港に総合案内センターが必要である」という意見があげられた。

観光都市函館の玄関口である函館空港に、函館観光の総合案内センターを設置することは必要であるということから、この度実証的に総合案内センターを設けて今後の実現性への課題や問題点を見つけることが目的とした。

また、観光地を巡っている際に、観光案内や困ったことがおこった時に対応できるように実証期間中に限り、函館観光コールセンターを設けるようにした。こちらのサービスも函館が観光客に対して受け入れ態勢を整えていく際のきっかけになることを目的に実施する。

もうひとつの目的としては、函館観光はここ数年観光客の入り込みが減少しており、観光に関する話題が減少している。そこで全国に先駆けて函館発の試みを行うことが函館観光の起爆剤になるのではと考えた。その中で観光と IT を絡めた新たな取り組みとして、i-Pod を使った観光案内サービスと携帯電話による市民と観光客の双方向による飲食店紹介サービス(ハコレコ)といった試みをして、新しいことに挑戦するとともに、今後の定常化の可能性についても検証する。

i-Pod を使った観光案内サービスは、昨年 10 月に日本に初めて i-Pod ビデオが入ってきた。音楽を楽しめるものは以前から大都市圏では普及しはじめていたが、動画と音声の両方を楽しめるものは初めての機器で、大変優れたものであった。そこで日本で初めて i-Pod を観光に活用し、全国モデルを函館から発信していくことが目的である。

携帯電話による市民と観光客の双方向による飲食店紹介サービス(ハコレコ)は、これまで飲食店情報は一方的に発信され、観光客向けの情報は観光客に、市民向けの情報は市民にという従来型の情報発信とは異なった手法を確立したいと考えた。そこで市民がオススメするお店の評価やコメントを観光客が見ることができ、紹介されているお店では割引サービスが利用でき、観光客も利用評価やコメントを投稿できるようになっているシステムを作った。また今回は街函クーポンという QR コード付きクーポン券を配り、利用の促進をはかる試みを合わせて行った。この試みを公に発信し、市民、観光客に定常的に使ってもらえる地方発の、双方向情報サイトの確立を目指し、今回の実証実験を行った。



図2 実証実験本部写真

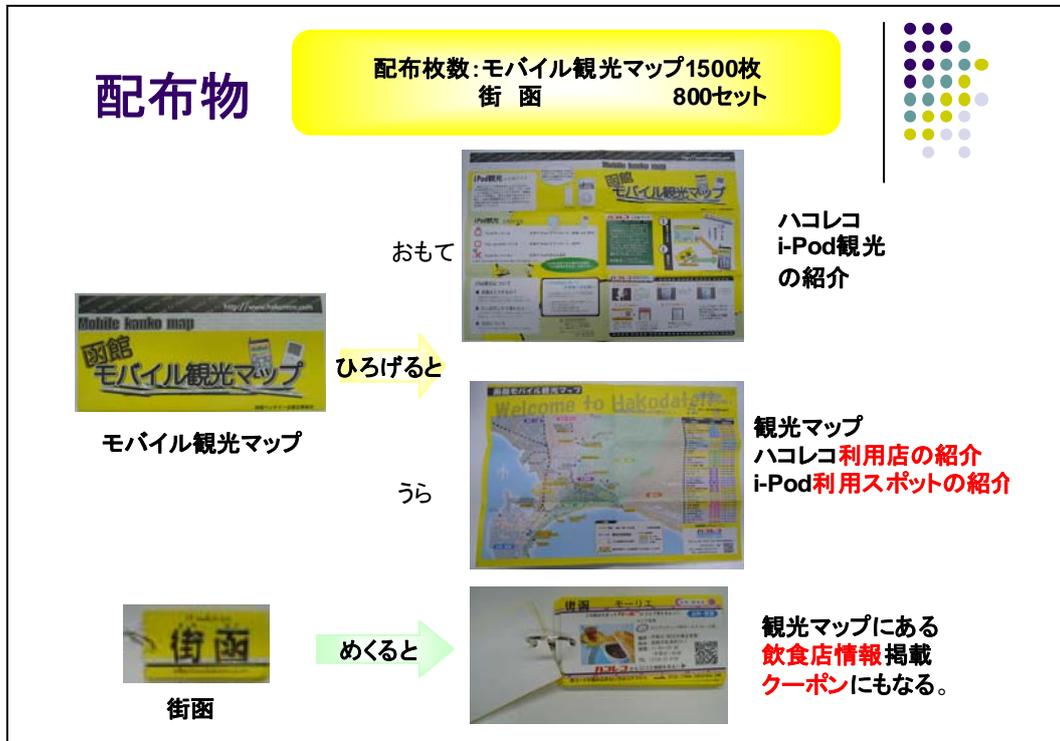


図3 配布物

今回の実証実験は2006年7月7日～10日の4日間朝7時30分～19時30分におこなわれた。実施場所は函館空港の到着口付近である。スペースの様子は図2参照。この度の実証実験では五つのサービス実証を行った。一つ目は函館観光総合案内センターの機能である。これは函館に到着した観光客が、函館観光に関して知りたいことを何でも聞くことが出来る案内所である。二つ目はコールセンターによる観光案内サービスである。観光客が観光地を回っている際に困ったり、知りたい情報があった際に、案内センター直通の携帯電話を用意して対応するというサービスである。三つ目は道南の無料観光パンフレットを集めて自由に利用してもらえるサービスである。四つ目は携帯電話と街函(QRコード付きクーポン)を使って、飲食店を紹介するサービスである。このサービスはこれまでもあったものであるが、今回の実証実験にあわせて紹介店舗を10店から36店へ増やし、街函サービスを追加した。五つ目はi-Podを利用した函館観光情報の提供である。i-Podを観光に使った例はこれまでに無く、函館が日本で初めての試みをした。今回の実証実験ではこのような様々な情報サービスを複合的に提供することで、観光情報先端都市「函館」を目指すことをにらんでいる。

実証実験期間中に配布物は図3のモバイル観光マップと街函で、配布枚数モバイル観光マップが1500枚、街函が800セットであった。

○到着口付近の様子

このたびの函館観光総合案内センターの実証実験を到着口付近に設けて、4日間観光客の流れを観察する中で、観光客は函館空港に長くは滞在しないことがわかった。到着口からすぐに観光地へ行ってしまいうのである。1日の中では午前中は個人観光客もいて、道南観光パンフレット等に興味を示す人もいたが、夕方以降の便になると個人客が減り、ツアーの依存度がかなり高いことがあらためて確認できた。個人観光客でレンタカーの利用者は定常的にいた。

2. 実証実験の結果

2.1 観光総合案内サービスとコールセンター

			7/7(金)	7/8(土)	7/9(日)	7/10(月)	合計
交通 機関	バス	函館駅まで	4	2	7	9	22
	バス	湯の川まで	2	4	2	4	12
	バス	五稜郭まで	1	2	1	1	5
	バス	大沼まで	1	3	2	8	14
	バス	観光ツアーバス	1	1	1	0	3
	バス	バスチケットの買い方	6	7	5	7	25
	バス	バス停の場所	7	9	10	8	34
	タクシー	鉄山町までの料金	1	0	0	0	1
	タクシー	松前までの料金	0	1	0	0	1
	タクシー	函館駅までの料金	3	2	2	4	11
	タクシー	湯の川までの料金	5	4	3	8	20
	タクシー	五稜郭まで	1	2	1	3	7
	タクシー	タクシー観光	1	1	2	2	6
	飛行機	到着便の時刻表	1	2	1	0	4
	その他	函館山の行き方	0	1	2	1	4
その他	トラピスチヌまでの行き方	3	1	0	1	5	
空港施設	空港	ATM	2	3	3	1	9
	空港	エレベーター	1	1	0	0	2
	空港	公衆電話	1	0	1	0	2
	空港	食事の場所	5	8	7	7	27
	空港	コインロッカー	0	1	0	1	2
	レストラン	市内のレストラン	1	1	3	2	7
その他	イベント	1	0	0	0	1	
温泉	日帰り温泉	1	1	2	1	5	
			49	57	55	68	229

表1 函館観光総合案内センターへの問い合わせ

日時	時間	性別	質問	回答内容
7月8日	12:35	男性	電話番号	ルートインの電話番号
7月8日	14:11	男性	温泉	湯の川の日帰り温泉
7月9日	13:17	男性	すし	明治館近くのすし屋を尋ねられる JALcityホテルの祐すしを紹介した
7月9日	15:18	男性	観光地	函館ドックから緑の島の行き方
7月9日	17:14	女性	すし	大手町から近くの回転寿司を尋ねられる 美食クラブを紹介した
7月10日	15:06	男性	レストラン	公会堂近くのアイスクリーム屋を尋ねられる 複数紹介
7月10日	16:40	女性	すし	JALcityホテル近くのすし屋を尋ねられる 美食くらぶを紹介

表2 コールセンターへの問い合わせ

パンフレット名	数量	在庫
うまいものひやま	74	
函館ガイドマップ(市内版)	100	なし
函館ガイドマップ(広域版)	120	
ぐるりんMap	150	
大沼	130	
浪漫函館	100	なし
comodo	100	なし
ナイトガイドマップ	56	
みんなで使える函館バスマップ	50	
合計	880	

表3 道南各種パンフレットの outf

観光案内センターへの問い合わせは1日に50人～70人の利用者がいた。4日間の合計利用者は229件である。問い合わせの内容としては交通機関への問い合わせが最も多かった。交通機関の中ではバスに関するものが多く、行き先、バスチケット、バス停への質問が多くなっている。タクシーへの問い合わせとしては、行き先までの料金目安の問い合わせが多くを占めている。空港施設に関する問い合わせとしては、飲食に関するものが多くなっている。その他、市内の飲食店情報や日帰り湯の川温泉に関する問い合わせもあった。

コールセンターの利用は4日間で7件あった。お寿司に関する問い合わせが多かった。サービスがあることを伝えるのが「函館モバイル観光MAP」に折り込んで配布したのみなので、サービスを伝える情報提供が少なかった。

道南各種パンフレットの利用のされ方は総利用数として880部の利用があった。函館ガイドマップ(市内版)、浪漫函館、comodoは用意したものに関しては、在庫がなくなるほどの人気であった。広域の観光情報がのっているぐるりんMapは4日間で150部の利用があり、人気であった。

2.2 i-Pod 貸し出し・ダウンロードサービス

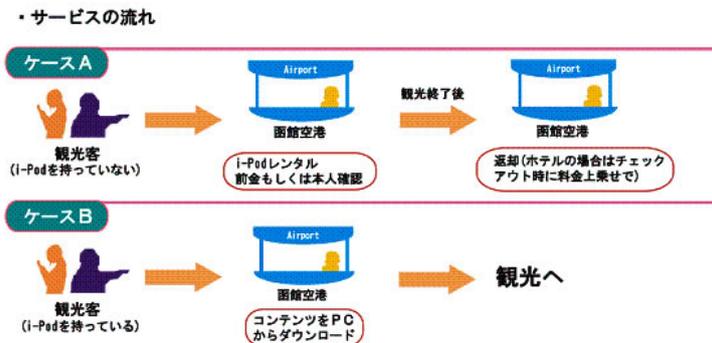


図3 i-Pod サービスの流れ

i-Pod コンテンツを利用してもらう方法としては2パターンある。ひとつはi-Podを持っている場合で、観光客のi-Podにデータを入れるサービスである。i-Pod nanoを持っている場合は音声のみのダウンロードも可能にした。もうひとつはi-Podを持っていない場合で、観光客にレンタルをしてもらう。この際は2つの条件がある一つ目は運転免許証など身分証明書のコピーで、二つ目は帰りの航空券または35,000円の保証金、預かりである。i-Podをレンタルした際に帰ってこなかった場合、利用者を追いかける仕組みがなかったために、保障のハードルを高くしなければならなかった。保障がきつくない場合や、返却場所が函館駅等で可能であれば利用するという観光客は5名いた。今回のサービス利用者は、レンタル利用者12名、ダウンロード利用者10名であった。サービスを定常化するには、個人が確認できるサービスへの付加として、ホテルとの連携やレンタカーとの連携といった仕組みが必要になってくると考えられる。

○i-Pod 利用者へのアンケート調査結果

i-Pod 利用者へは今後のサービス提供をしていくために、アンケートに協力いただいた。回収数が23(男14人、女8人、不明1人)であり回収サンプル数が少ないこともあり、アンケート結果は全部載せず、一部、今後のサービスをしていく際の助言や意見等を抽出して載せる。

今回のi-Pod利用者は20代、30代で75%を占め若者に向けたサービスであったといえる。利用者の9割以上が満足しており、同様のサービスが他地区であった場合は利用したいと答えたのも9割以上であった。

レンタルの際の保証については、身分証のコピーが17人で最も多く、帰りの航空券を預けるが3人、定価価格を預けるが2人であった。また、レンタルの際の料金については500円程度が9人、1000円程度が13人、2000円程度が1人であった。

また、フリーコメントとしては「英語等の海外版があるとよい」、「観光情報だけでなく、地図や飲食店の情報がほしい」、「ホテルに帰ってからや移動中の利用に向いている」とい

った意見があげられていた。

2.3 ハコレコ・街函の利用状況

アクセス実績					
	7月7日	7月8日	7月9日	7月10日	合計
サイトページビュー	477	449	766	619	2311
ホスト数(ユーザー数)	59	115	150	147	471

コメント投稿数	21
携帯新規会員数	13
クーポン画面発行数	36

表4 ハコレコのアクセス実績

携帯電話による函館の飲食店紹介サイト（ハコレコ）の利用状況は、4日間の合計アクセス数は2311回であった。利用した人数は471人であった。コメントの投稿数は21であり、ハコレコの会員登録(市民)は13人であった。携帯によるクーポン画面の発行数は36であった。今後は店舗数の充実と市民への情報提供も充分ではないので、情報発信をしていく必要があると考えられる。

3. 空港利用者アンケート調査結果

3.1 属性

実施日時は7月7日～10日の7時30分～19時までで、実施場所は函館空港ビル内である。アンケートの回収数は356である。

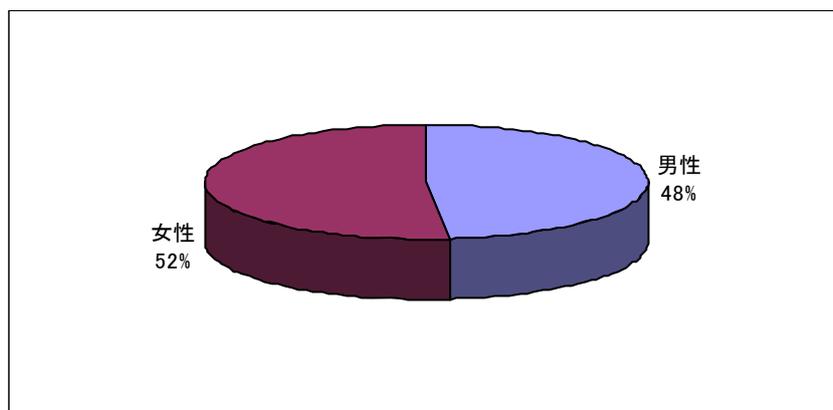


図4 性別

回答者は男性が48%、女性が52%で多少女性の方が多かった。

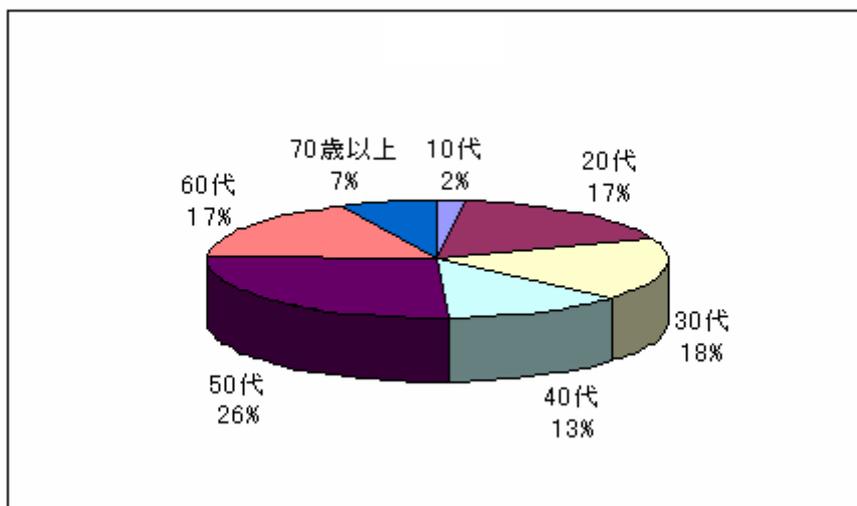


図5 年代

回答者は40代、50代、60代で56%であり中年から年配層の観光客が多かったといえる。

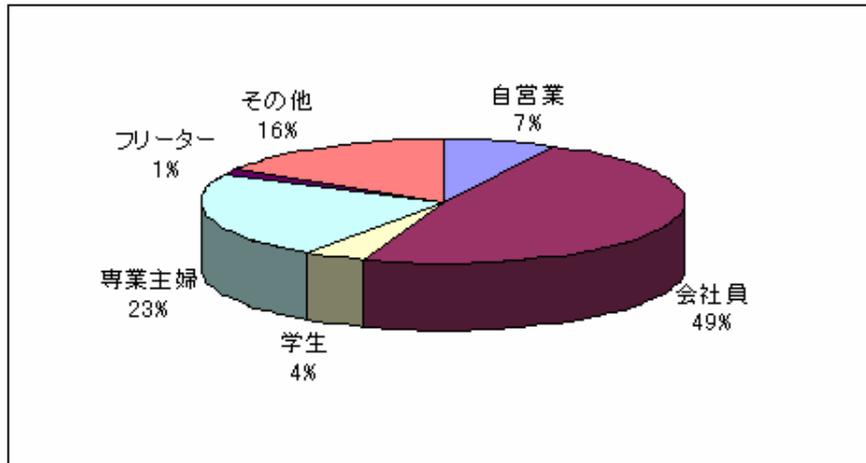


図6 職業

会社員と主婦の割合が7割程度であった。学生が4%しかいなかった。このことから i-Pod や携帯サイトを活用しそうな年代が少ない時期の実証実験であったことが伺える。

3.2 観光パターン

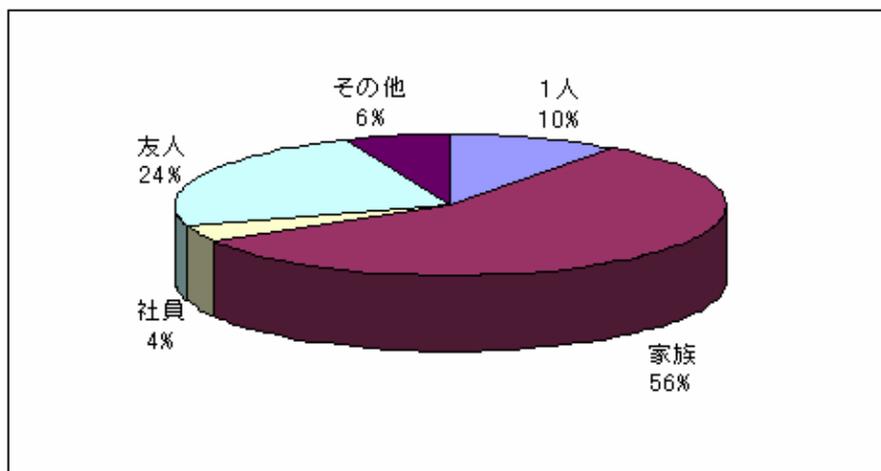


図7 誰と来たのか

家族旅行が56%であり、次いで友人との旅行が24%であった。

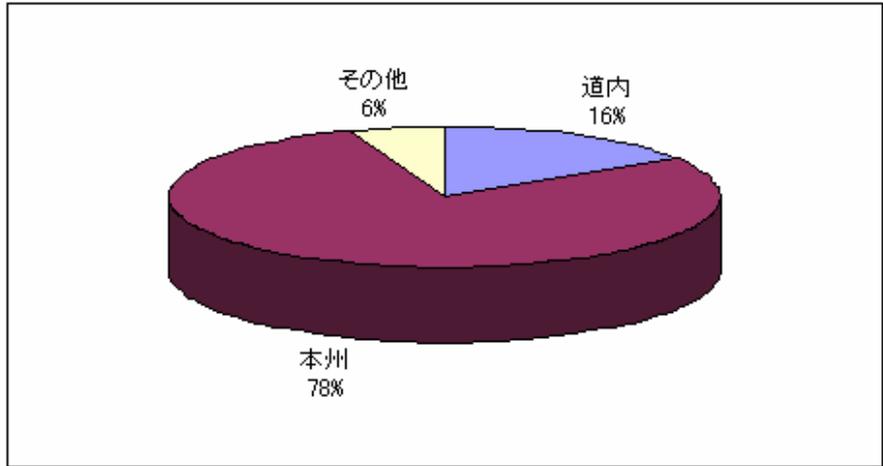


図8 どこから来たのか

本州からの客が8割程度であった。

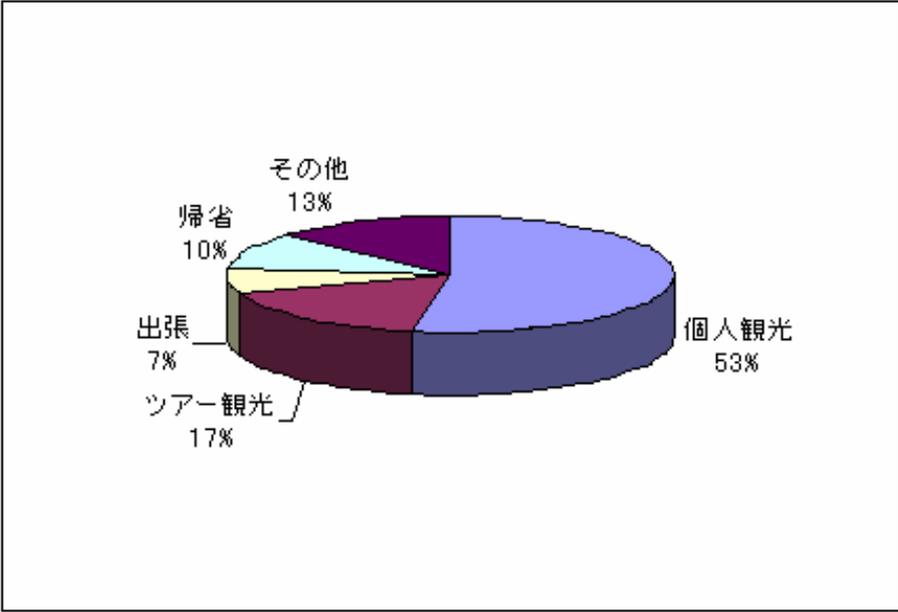


図9 観光の形態

観光の形態は個人観光が53%であり、ツアー観光が17%であった。これはこれまでの調査と同様の傾向の割合であるといえる。

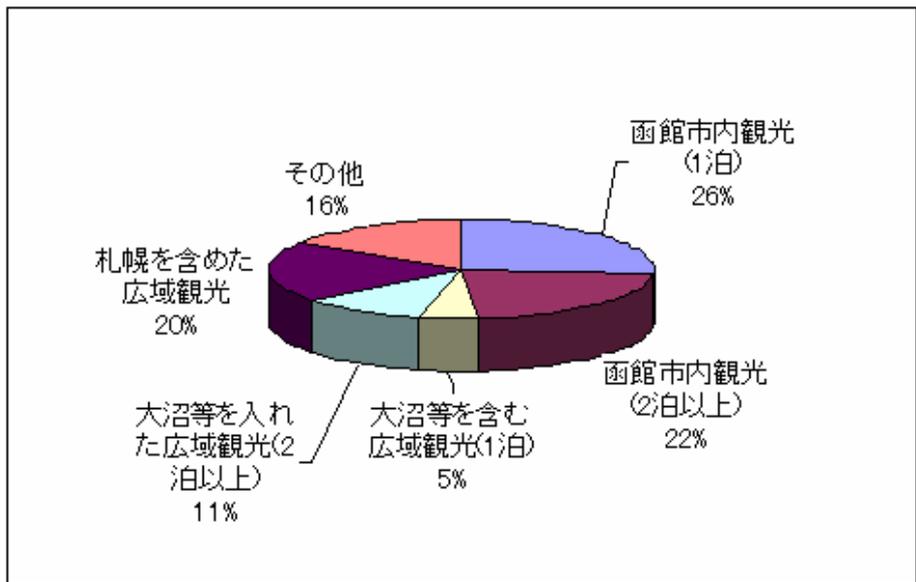


図 10 観光の領域と宿泊数

大沼・札幌等を含めた広域観光をした割合は 36%であった。2泊以上した観光客が 33%であった。広域観光の充実と連泊者数を増やすことが今後の課題であると感じられる。

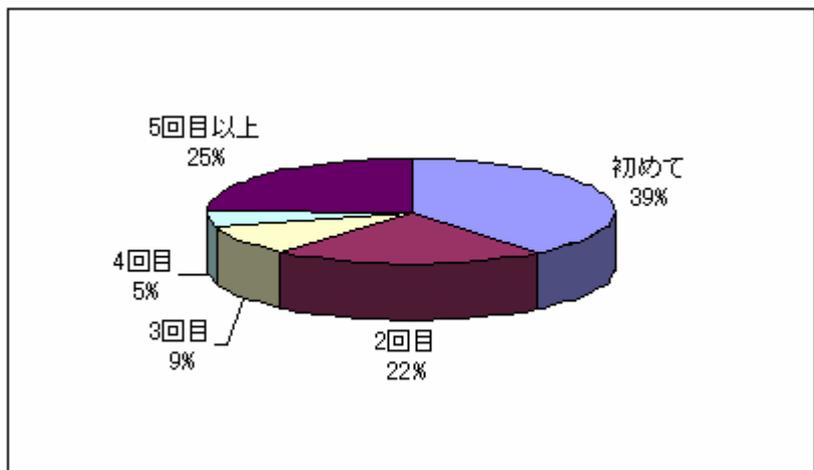


図 11 函館観光は何回目か

函館観光が初めては 39%と最も多く、2回目が 22%である。5回目以上は純粋なる観光目的である割合が低いと考えられるので、3,4回目の利用者が 14%ということから、2回以上来てもらうための仕組みが必要であると考えられる。2,3日分のコンテンツしか提供できていないといえるので、長期滞在者向け観光や体験型観光、広域観光といった新たな情報発信が必要であると考えられる。

3.3 観光情報

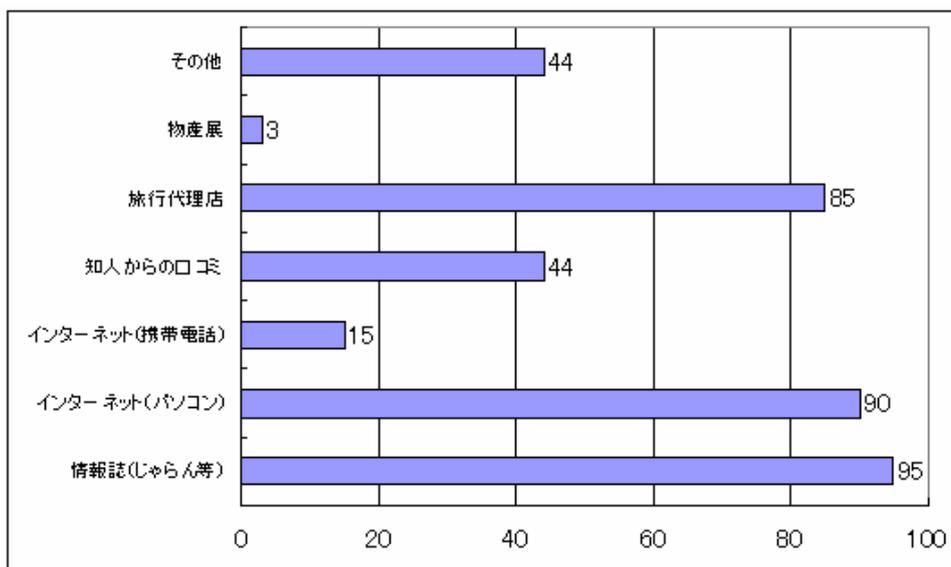


図 12 観光情報をどのように収集してきたか
 情報収集で最も多いのが 95 人の情報誌であった。次いでパソコンによるインターネットの利用である。その次が旅行代理店となっている。代理店よりもパソコンの割合が高くなっているのは、個人が自分で情報収集をして来ているという傾向が伺える。

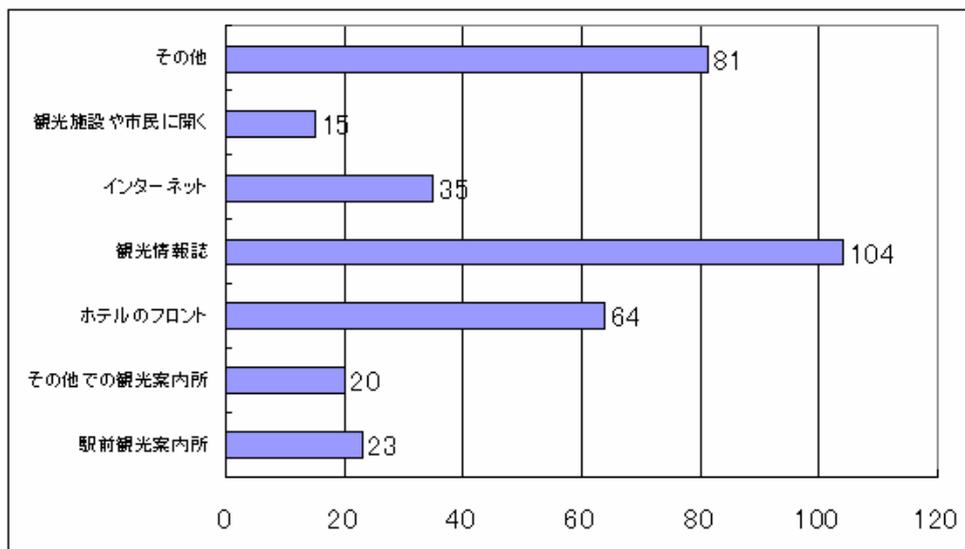


図 13 観光情報をどのように収集したのか(函館にて)
 函館での情報は観光情報誌の割合が高くなっている。次いでホテルのフロントが案内をしている。観光案内所での案内が 43 となっている。ホテルや案内所では差別化されたおすすめ情報が発信できないので、新サービスの業態としてのコンシェルジュ機能が函館で確立され、モデルを確立していくことが観光情報先端都市の函館にとって重要であると考えられる。

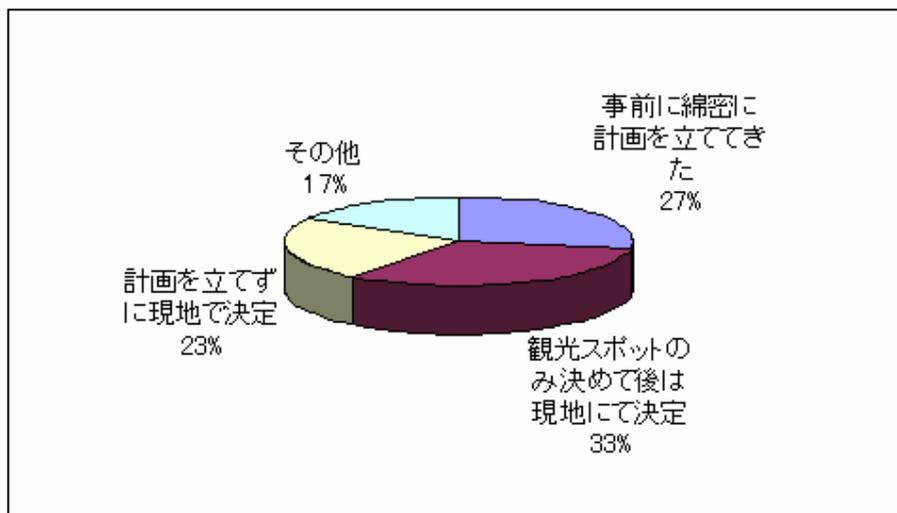


図 14 観光計画をどの程度決めていたのか

観光の計画をつくる際に事前にしっかりと計画を立ててきている観光客は 3 割に満たない。計画を何も立てずに現地で決定する人が 23%いる。函館での情報発信の重要性がこれらの結果から考えられる。

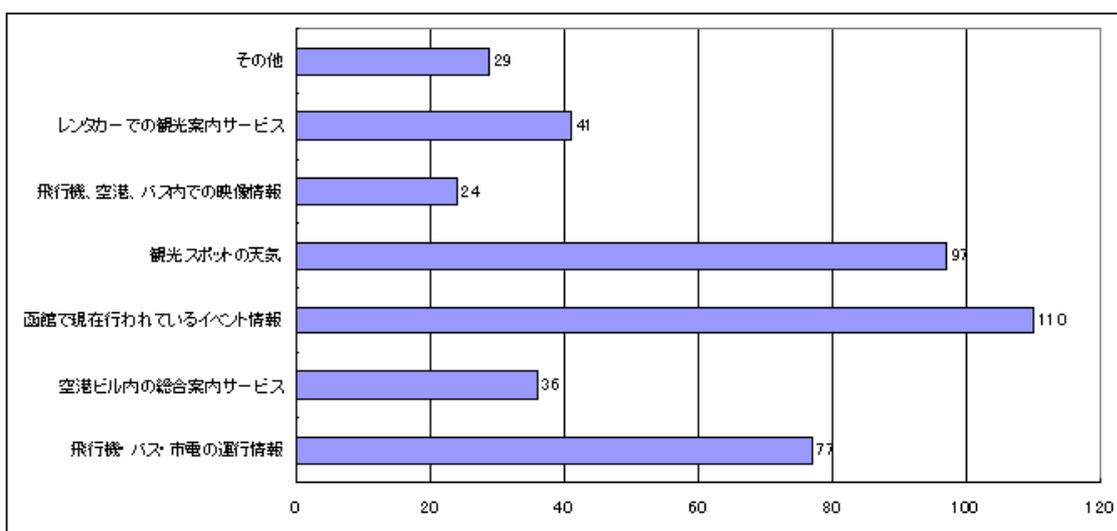


図 15 函館の観光情報でどのようなものが欲しいか

函館での情報としては函館で行われているイベント情報が最も多く、次いで観光スポットの天気で、次が飛行機・バス・市電の運行情報である。このことからその時ならではのホットな情報へのニーズが高いといえる。

3.4 ハコレコ・i-Pod の利用状況

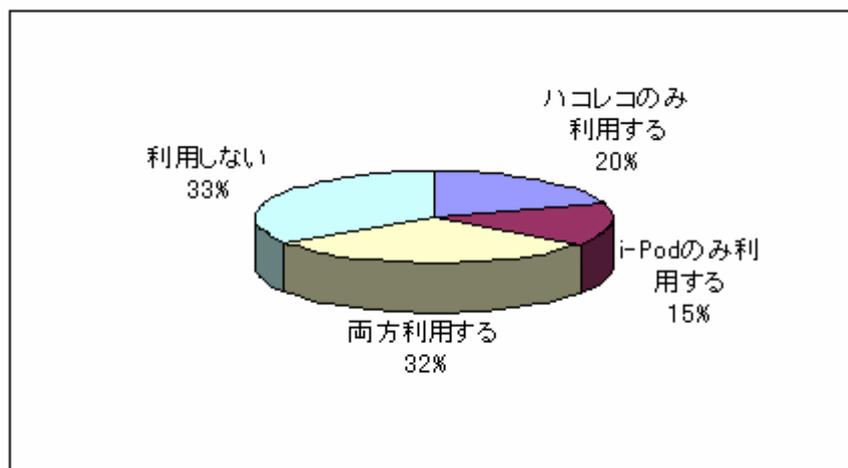


図 16 ハコレコ・i-Pod サービスを利用するか

今回の実証実験では 4 日間限定ということもあり、サービスが提供されていることをしっかりと情報発信できていなかった。サービスがあることがわかっていた場合にハコレコの利用希望者は 52%、i-Pod の利用希望者は 47%であった。

今後のサービス定着や情報の発信の仕方によってはビジネス化の可能性がこの数字から伺える。

4. 今後の展開と課題

(1) 観光総合案内センターの常設の必要性

観光総合案内サービスは1日の利用者が50～70人いた。常時サービスされている函館空港ビルディングの案内サービスも同程度の利用が見られたので、函館空港にての観光総合案内サービスは必要であると考えられる。観光客からの質問内容は交通機関に関するものが多くを占めていたが、オススの飲食店やオススの日帰り温泉施設といった、踏み込んだ案内を求める声も1割程度あった。函館で観光産業にコンシェルジュの必要性が叫ばれるようになったのは、ここ数年のことで、今後体制を整えていく必要があると考える。観光客にサービス提供がされていることの告知も重要であると感じられた。コールセンターサービスは総問い合わせ数が7件であった。これはサービス提供を知らせることが出来た人数が、1500人程度(チラシの配布数)であったことが考えられる。問い合わせ内容は、個別のオススに関する問い合わせがあった。観光客は観光中に気軽に質問できるサービスがあると、利用の機会も増えてくると考えられるので、観光案内サービスを総合的に行う機関のひとつのサービスとして、定着することが望まれる。

また、総合観光案内センターにて設置した、観光無料パンフレットは観光客に多く利用され、総利用数が880部であった。個人観光客が観光情報を気軽に入手できるように空港に到着してすぐに用意されていることは、ウェルカム精神を函館が全面にだし、観光客を受け入れる体制として必要なのだということが感じられた。

今回の試みを通して、函館の観光情報を総合的に集めて観光客に対応する必要性を感じた。観光客へのアンケート調査でも函館の観光情報で今後必要であると感じられるものは、「現在の函館に関する情報」、「リアルタイムの情報」であった。観光客に必要な情報を一元的に管理して、常時整理し発信していく機能が必要である。定常的なサービスを行うことは認知度の向上と、情報の集積につながり、より良いサービスが提供できるようになる。

今回の実証実験では大きく案内センターを構えたが、実際のサービスはこの規模より小さく、2名程度の案内人がいれば成り立つのではないのかと感じられた。ぜひ定常的に行っていき、このような取り組みを函館で積極に行っていくことが、観光客をウェルカム精神で歓迎し、満足してもらいたいという姿勢を表し、観光産業全体を盛り上げていくきっかけになると考えられる。

(2) i-Pod 観光案内サービスの進化

i-Pod 観光案内サービスは当初から想定されていたことではあるが、保証の条件が厳しいことからレンタル数が 12 件、ダウンロード数が 10 件であった。時期的に若者が少ないこともあり利用者が少なかった。しかし利用者のアンケートから満足度は高く、保証条件が身分証のコピーで料金が 500 円～1000 円であれば利用したいとの声があった。また、一般観光客へのアンケート調査では「i-Pod サービスを利用したい」と回答した人が 47%いることから、情報の発信とレンタルの仕組みを整えることによって、定常的サービスができることがわかった。

情報の発信は函館到着前にサービス提供を知らせる必要があると考えられる。そこで、首都圏等での情報発信をもっと積極的に行うことが必要である。函館観光をアピールする情報を函館でのみで発信するのではなく、発地で発信することが今後の展開として必要である。

レンタルの仕組みとしては、単独のサービス提供よりは、他のサービスとの連携が必要であると感じられた。例えばホテルの宿泊サービスのオプションサービスである。市内ホテルとの連携をしていくことで、ビジネス化が見込めるのではないかと考えられる。

また、レンタカーを借りる際にオプションとしてつけてもらうことも想定できる。今回の実証実験では、レンタカー利用者への i-Pod 利用の案内のアクセスがなかったが、個人観光の際に利用してもらうことや、返却の安全性を考えるとレンタカーと一緒に借りてもらうサービスは実現性があると考えられる。しかしその際には市内のコンテンツよりもより広域観光に対応した内容にする必要がある。

(3) ハコレコサービスの推進

ハコレコサービスはこれまでは 1 日に 10 数件のアクセスであったが、情報の発信をすることによって、4 日間で 471 ユーザーのアクセスがあった。今後も情報発信をしていく必要性が伺えた。また、店舗数も増加したことによってサービスに厚みが出てきたように感じられる。観光客へのアンケートでは回答者の 52%が利用したいと答えていることから、サービス提供の情報発信を徹底していくことで、今後の利用向上が望める。また、ハコレコは観光客のみでなく市民に積極的に使ってもらいたいサービスなので、街函の市民への配布や情報の発信をしていくことが重要である。

市民がオススメするお店を観光客に発信し、観光客は市民の声をもとに店を選択し、観光客からも評価、情報発信をしていくという仕組みを作っていくことは、情報の蓄積だけでなく、市民と観光客の交流にもなり、地方観光都市のモデルになるよう今後サービスの充実と利用者の増大へ手を打っていくことが必要である。

(4) 発地での情報発信の重要性

今回の実証実験全体に言えることは、サービス提供の情報発信をすることの重要性が感じられた。また、函館空港に着いてからの情報発信では遅いこともわかった。したがって、様々なサービスの情報や函館観光の素晴らしさを首都圏で発信し、函館のブランド力のアップを図っていくことが必要である。

また、首都圏への情報発信の際に今後行っていくと良いと考えられるのが、映像による首都圏への情報発信である。現在帝産バス（空港から函館駅へのシャトルバス）を利用すると、函館の観光スポットの映像が15分程度で紹介されている。あらためて函館の良さを知ることができ、ヨーロッパのような雰囲気を感じることができる。そこで発地にて今後の観光先を考えているような人や、北海道や函館に興味がある人へ映像にて積極的に函館をPRして、函館に来てもらうという仕掛けをしていく必要があると考えられる。

(5) 情報の収集と発信のトータル管理

今後の情報先端観光都市函館になっていくためには、観光情報を総合的に収集、発信していく機関を作り、函館へ来た際に観光客に対応することが重要である。観光案内サービスは函館空港だけでなく、函館駅の案内所や他の観光案内所との連携を図り、より良いサービスを提供することが必要であると感じられた。

そしてトータルに情報を管理する機関が空港の総合観光案内サービスとも連携をとり、情報の提供をしていくことが、実際の空港観光総合案内サービスセンターのサービス提供には欠かせないので、函館観光コンベンション協会、函館市、函館商工会議所、公立はこだて未来大学等といった機関が連携をとりあって、街全体で函館観光情報を大事にしているという体制を作ることが必要であると感じる。

iPod貸与し 観光名所を紹介

函館空港で事業化へ実験

函館空港を利用する観光客に、函館の観光名所の画像と音声解説を収録した携帯音楽プレーヤー「iPod」を貸し出すサービスの実証実験が行われている。10日までの予定で、結果をもとに事業化を目指す。



iPodの貸し出しをPRする函館ベンチャー企画と公立はこだて未来大の学生たち＝新館空港で

函館空港利用促進協議会が企画、企業組合「函館ベンチャー企画」（大久保彰之代表理事）が実務を担当している。大容量のiPodの特長を利用し、五稜郭公園や函館山など計11カ所の観光スポットの見どころを、1分程度の映像と音声で紹介している。

空港到着ロビーに臨時の観光案内センターを設け、20台のiPodを無料で貸し出し、既に持っている人へはダウンロードのサービスをしている。

「ハコレコドットコム企業組合」（山田忠義代表理事）がレンタル事業化を手定めている。窓口では既にiPodを持っていない人には観光情報を無料ダウンロードできるサービスも実施。飲食店三十八店の情報を携帯電話から得られるパード「QRコード」の冊子も配布している。

利用するにはアンケートを行い、満足度や改善点を調べている。実験は10日まで。初日はダウンロードを利用する者が目立ち、高齢者がiPodの貸し出しを申し込むケースもあった。

函館にはJR函館駅と元町公園に観光案内所があるが、空港には団体客やビジネス客の利用が多く、必要ないとの理由で観光専用の窓口がない。同協議会は「観光客は個人型に移っており、対応が求められている。調査結果を生かして対策を考えたい」と話している。

函館空港で七日、観光名所の画像と音声解説を収録したデジタル携帯音楽プレーヤー「iPod（アイポッド）」の無料貸し出しなどを臨時の観光案内窓口で「総合観光案内センター」の実証実験が始まった。同空港はJR函館駅に比べ「観光案内の体制が整っていない」との指摘があり、サービス拡充に向けたヒントを模索している。（佐藤陽介）

同空港事務所や航空会社などを活用する企業に貸与され、観光客の間社などで構成する同空港事業組合「函館ベンチャー企画」（大久保彰之代表理事）が担当している。臨時窓口は到着ロビー

函館空港で七日、観光名所の画像と音声解説を収録したデジタル携帯音楽プレーヤー「iPod（アイポッド）」の無料貸し出しなどを臨時の観光案内窓口で「総合観光案内センター」の実証実験が始まった。同空港はJR函館駅に比べ「観光案内の体制が整っていない」との指摘があり、サービス拡充に向けたヒントを模索している。（佐藤陽介）

同空港事務所や航空会社などを活用する企業に貸与され、観光客の間社などで構成する同空港事業組合「函館ベンチャー企画」（大久保彰之代表理事）が担当している。臨時窓口は到着ロビー

道新 2006. 7. 8
18年) 7月8日(土曜日)



観光案内充実へ実証実験

名所の画像と音声 収録の「iPod」無料貸し出し

函館空港で七日、観光名所の画像と音声解説を収録したデジタル携帯音楽プレーヤー「iPod（アイポッド）」の無料貸し出しなどを臨時の観光案内窓口で「総合観光案内センター」の実証実験が始まった。同空港はJR函館駅に比べ「観光案内の体制が整っていない」との指摘があり、サービス拡充に向けたヒントを模索している。（佐藤陽介）

同空港事務所や航空会社などを活用する企業に貸与され、観光客の間社などで構成する同空港事業組合「函館ベンチャー企画」（大久保彰之代表理事）が担当している。臨時窓口は到着ロビー

「ハコレコドットコム企業組合」（山田忠義代表理事）がレンタル事業化を手定めている。窓口では既にiPodを持っていない人には観光情報を無料ダウンロードできるサービスも実施。飲食店三十八店の情報を携帯電話から得られるパード「QRコード」の冊子も配布している。

利用するにはアンケートを行い、満足度や改善点を調べている。実験は10日まで。初日はダウンロードを利用する者が目立ち、高齢者がiPodの貸し出しを申し込むケースもあった。

函館にはJR函館駅と元町公園に観光案内所があるが、空港には団体客やビジネス客の利用が多く、必要ないとの理由で観光専用の窓口がない。同協議会は「観光客は個人型に移っており、対応が求められている。調査結果を生かして対策を考えたい」と話している。

企画会社の函館ベンチャー企画
企業組合(大久保彰之代表)と公
立はこだて未来大(中島秀之学
長)の学生らは7日、函館空港国
内線ターミナルビル到着ロビーで
「総合観光案内センター実証実験

調査」を始めた。観光活性化と同
空港の利用促進を目的に、観光情
報の提供に関する4つの試験サー
ビスに取り組むほか、観光客を対
象にアンケートを行う。10日ま
で。

**携帯で食事情報
コールセンター設置
iPodでガイド**



試行したサービスを説明する学生(右)

航空関連業者など8団(㉔次元バーコード)を
体で構成する函館空港利 活用し、食事情報やク
用促進協議会(重田健会 ボンを得るサービス㉔コ
長)が企画。同大で「掛 ールセンターを設けるの
つくりや観光」をテーマ 観光客への手助け㉔デジ
に研究する鈴木晋也教授 タル携帯音楽プレーヤー
のセミの学生ら約15人 「iPod(アイポッ
が、午前7時から午後 ド)」(20台)を貸し出
7時半まで調査に当た 中心に、14力所の歴史や
実証実験の内容は①観 耳知識などをガイドする
光についての質問を受け サービス提供の4点
付ける「総合観光案内セ 案内センターの窓口
ンター」の設置㉔携帯電話 には2人配置し、コ
話サイトやQRコード センター専用電話も1

**企画会社と
未来大生ら
観光客対象に**

**案内センター
実証実験開始**



発行所/函館新聞社
〒041-5540
函館市港町1丁目17番8号
電話0141211 F AX 03131
販売局014141 F AX 07744
江差支局0139(32)1122
東京支社03(3545)1313
札幌支社011(219)2727
©函館新聞社 2006

豊富なアイテム!!
文具・事務用品の専門店
石田文具
北見市七重町2丁目45番5号 4933171
●営業時間 AM8:00~PM9:00 ●年中無休

主なニュース

トンネルじん肺 国に責
江差に弁護士1人配置へ
日ハムが球団タイ11連勝
七飯町老人クラブ連40周
中元で道産食品人気

台設けた、携帯電話サイ「街函(まちほこ)」をれ
トやQRコードを記載し、利用すれば、函館市内の i p
ている飲食情報チケット 飲食店等の情報が得ら 会堂