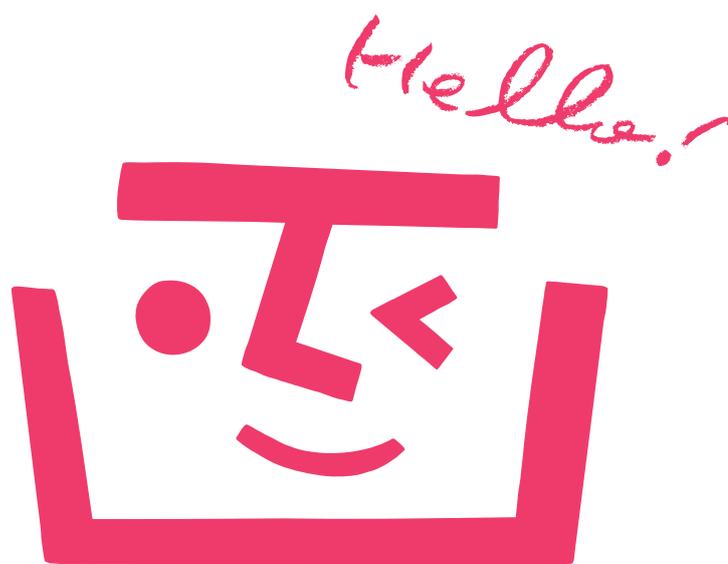


2014 - 2023

---

# 函館市観光基本計画



HAKODATE





## はじめに



わたしたちのまち函館は、言うまでもなく、全国屈指の観光都市の一つです。日本最初の貿易港の一つとして発展してきた「歴史」、異国情緒あふれる「街並み」、四季を通じて様々な表情を魅せる「自然」、豊かな海と爽やかな気候に育まれた多彩な「食」など、一言では語り尽くせないほど、多くの観光資源に恵まれた素晴らしいまちです。これらの豊富な資源を生かし、これまでも数多くの観光客の皆様を温かく迎え入れてきました。

平成27年度末には、いよいよ北海道新幹線が開業します。これは、函館における新たな観光時代の幕開けを予感させる象徴的な出来事であり、函館観光にとっての一大転機になることはまちがいありません。新幹線の到来により、北海道と本州を結ぶ交流拠点として、ここ函館の存在感は、ますます高まっていくものと期待しております。

観光は、多岐にわたる発展の可能性を秘めた、まさにこれからの産業であり、時代の移り変わりとともに、絶えずそのあり方は変わっていくものですが、その本質は、まちを元気にすること、そして、市民の皆様へ、まちへの「愛着」と「誇り」を持っていただくことにあると考えております。

国内人口の減少が本格化することが予想されているこれからの時代、地域を活性化させるためには、交流人口の拡大が鍵となります。そうした意味でも、観光は、地域活性化の原動力として、市民の皆様への大きな期待と希望を背負った分野であり、これまで以上に、観光振興に力を入れて取り組んでいく必要があります。

そうした決意を胸に、このたび新たな「函館市観光基本計画」を策定いたしました。北海道新幹線の開業とともに、観光を取り巻く環境が大きく変わろうしている今こそ、開港以来、幾多の苦難を乗り越え、発展を続けてきたここ函館の地域の力が試される時です。市民、事業者、行政のそれぞれが、このまちの発展のため、思いを一つにして本計画を推進していくことができれば、時代の風潮に左右されない、真に魅力あふれる観光都市を実現することができると確信しております。

最後に、本計画の策定にあたり、多くの時間を費やし、熱心に議論をいただきました「函館市観光基本計画策定検討委員会」の委員の皆様をはじめ、関係各位に対し、心から感謝を申し上げます。

平成26年4月

函館市長 工藤 壽樹

# 目次

## 第1章 計画策定の趣旨

1 背景と目的	4
2 計画の位置付け	6
3 計画期間	7

## 第2章 観光の現況と課題

1 全国、北海道、道南、函館市の動向	10
① 全国の観光動向	10
② 北海道、道南の観光動向	17
③ 函館市の観光動向	22
2 函館観光の現状	24
① 観光を取り巻く環境の変化	24
② 観光資源の特徴	26
③ 観光客の特性	32
④ 函館観光の評価	36
3 函館観光の見通し	37
① 観光市場の見通し	37
② 観光客の見通し	38
③ 観光行動の見通し	38
4 函館観光の経済波及効果	39
5 函館観光の課題	44
① 滞在型および通年型観光へ向けた取り組みの強化	44
② 国内屈指の観光都市にふさわしい受け入れ環境の充実	44
③ 国際化を見据えた新たな観光時代への対応	45

## 第3章 計画の基本方針

1 基本理念	48
2 基本方針	49
3 基本方針を読み解く5つのキーワード	50
4 目標値の設定	52
① 交流・にぎわいの創出	53
② おもてなし・満足度の向上	54
③ 国際化の促進	55

## 第4章 施策

1 施策設定の基本的考え	58
2 施策および具体的取り組み	58

資料：計画策定までの経緯	65
--------------	----

# 国際観光都市宣言

函館は、美しい自然、豊かな温泉、そして異国情緒あふれるまち並みや歴史的遺産などの観光資源に恵まれた、魅力ある都市です。

世界の国々から訪れる方々を、私たち函館市民が温かい真心で迎え、感動とやすらぎのなかで、再び函館を訪れたくなるような、人情味あふれる観光地づくりをすることが、観光都市函館のねがいです。

歴史と文化のかおり高い美しい街函館の、より一層の飛躍を目指し、全市民の総意と熱意をもって、ここに「国際観光都市・函館」を宣言します。

平成元年8月1日

函館市

# 第1章

## 計画策定の趣旨

---

1 背景と目的 .....	4
2 計画の位置付け .....	6
3 計画期間 .....	7

---

# 1 背景と目的

本市の観光基本計画は、時代の流れや旅行ニーズの多様化に合わせ、過去3回にわたり策定してきました。第1次計画は「観光資源の掘り起こし」、第2次計画は「観光の産業化」、第3次計画は「観光文化のまちづくり」といった基本コンセプトに基づき、これまでに様々な施策を展開してきました。前計画では、まちの発展と観光振興は非常に密接な関係であるとの認識のもと、観光の力で魅力あふれる「まちづくり」を進めてきた10年間でした。

この間、国内では、人口の減少や世界的な経済不況による旅行需要の低下のほか、東日本大震災とそれに伴う原発事故により、観光業界も大きな打撃を受けました。しかしながら、大震災の影響もほぼ払拭され、リーマンショック以前の水準まで回復してきており、大きく落ち込んだ外国人観光客も、国を挙げての積極的な海外向けプロモーションの効果により、過去最高の1千万人に達し、今後も増加が見込まれています。

これまで本市は、全国の各地域におけるキャンペーンやイベントの実施、まちあるき観光の推進などによる滞在型観光の取り組みなどを行ってきており、さらには、函館観光の一大転機となるものと期待されている、平成27年度末の北海道新幹線開業を見据えた、北

関東以北へのプロモーションをはじめ、道南圏・青函圏の広域連携強化を図ってきました。同時に、東アジアや東南アジアなど、海外に向けたプロモーションにより、来函外国人観光客の誘致にも努めてきました。こうしたことから、平成元年に、観光都市としてより一層の飛躍を目指し、全市民の総意と熱意をもって宣言した「国際観光都市・函館」が、より身近に感じられるようになってきました。

全国有数の観光都市に住む私たちは、これらの取り組みを継続しながら、先人たちによって脈々と受け継がれてきた歴史、景観、食などの素晴らしい観光資源を大切に守り、次の時代に継承していくとともに、時代の流れをしっかりと見極めながら、これからも観光客の期待に応え続けられるよう、常に新たな局面へのチャレンジを続けていく必要があります。そのためには、市民や観光関連事業者、各種関係団体など、全ての人たちの指針となる観光振興ビジョンを明らかにし、こうしたビジョンに基づく各種の施策により、市民が誇れる観光都市を実現していかなければなりません。

そうした背景を踏まえ、次の時代へ向けた函館観光のさらなるステップアップを図ることを目的に、この度、新たに第4次となる函館市観光基本計画を策定することといたしました。

## 函館市観光基本計画の変遷

### 第1次計画 1982-1993

恵まれた自然資源と豊かな人文資源の保全と活用



### 第2次計画 1994-2003

きらめきとふれあいの国際観光都市・函館



### 第3次計画 2004-2013

「観光文化」のあるまち・函館



### 第4次計画 2014-2023

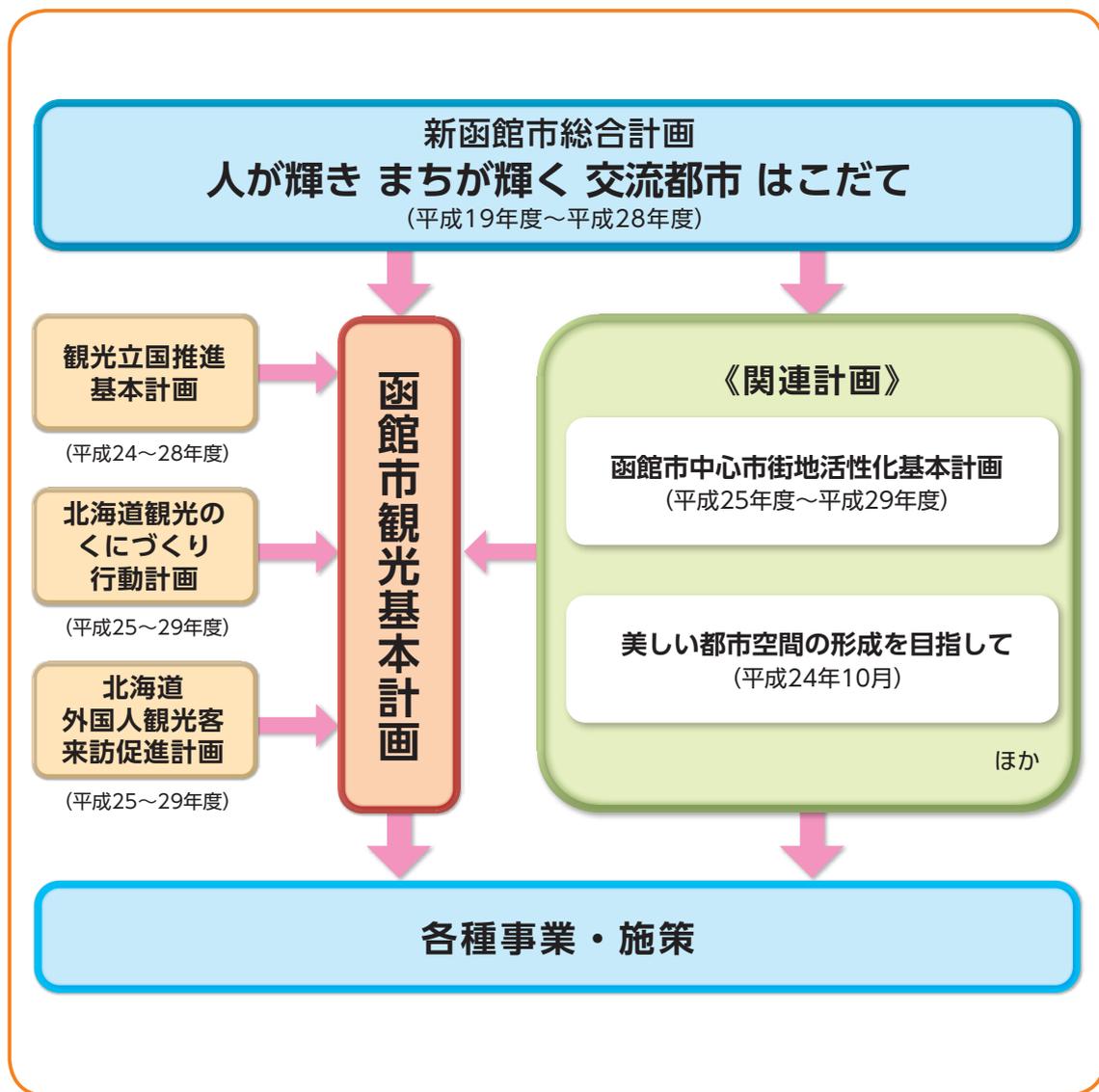
新たな観光基本計画の策定

## 2 計画の位置付け

この基本計画は、「新函館市総合計画」における分野別の各論のうち、観光に関する個別計画として位置付けられるものです。

経済状況等の社会情勢の影響を受けやすい観光分野においては、国や北海道の動きはもちろんのこと、時代の流れを的確に見極めつつ、常に本市の特性にあった状況判断が求められます。

本計画は、これからの観光振興に関する基本的な指針を示すものとして策定したものであり、第4章には、そのための具体的な取り組みを記載していますが、それらの効果的な推進にあたっては、関連計画などとの整合性を考慮しながら、型にとらわれない新たな視点を柔軟に取り入れていく必要があります。



# 3 計画期間

本計画の期間は、平成26年度から平成35年度までの10年間とします。

計画策定後は、進捗状況の管理に努めるとともに、5年後に中間評価を行い、必要に応じて計画内容の見直しを行うこととします。



## 第2章

# 観光の現況と課題

---

1	全国、北海道、道南、函館市の動向	10
2	函館観光の現状	24
3	函館観光の見通し	37
4	函館観光の経済波及効果	39
5	函館観光の課題	44

---

# 1 全国、北海道、道南、函館市の動向

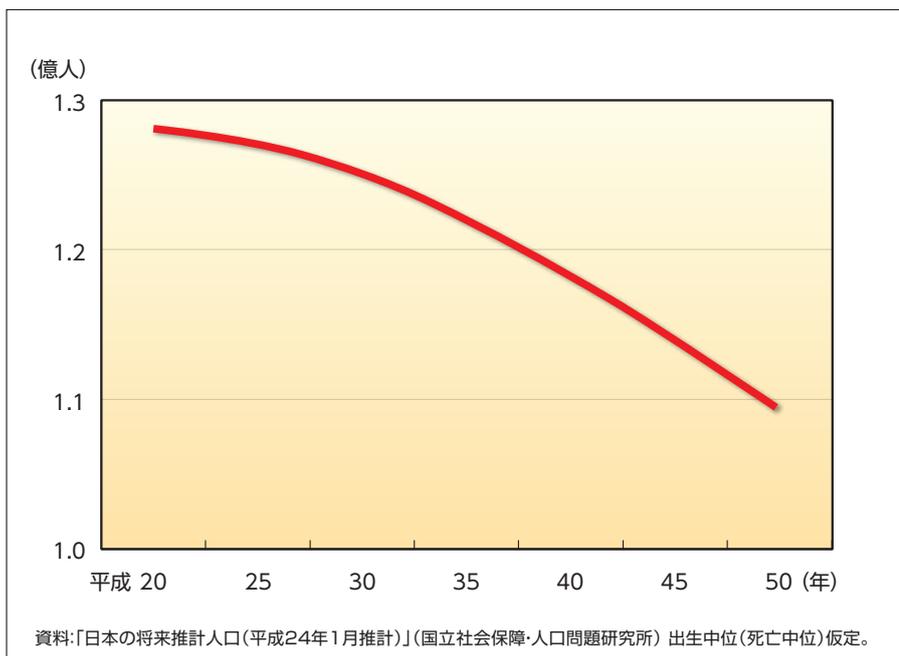
## 1 全国の観光動向

### ■観光市場を支える国内人口の推移

1億3千万人弱で推移していた我が国の人口は、出生率の低下と高齢化率の上昇により、減少傾向に転じており、今後、本格的な人口減少社会が到来すると言われています。このまま減少が続くと、平成37年には1億2千万人、

平成47年には1億1千万人、平成57年には1億人となる見込みであることから、国内観光市場が縮小していくことが確実視されています。

### ●国内人口の推移



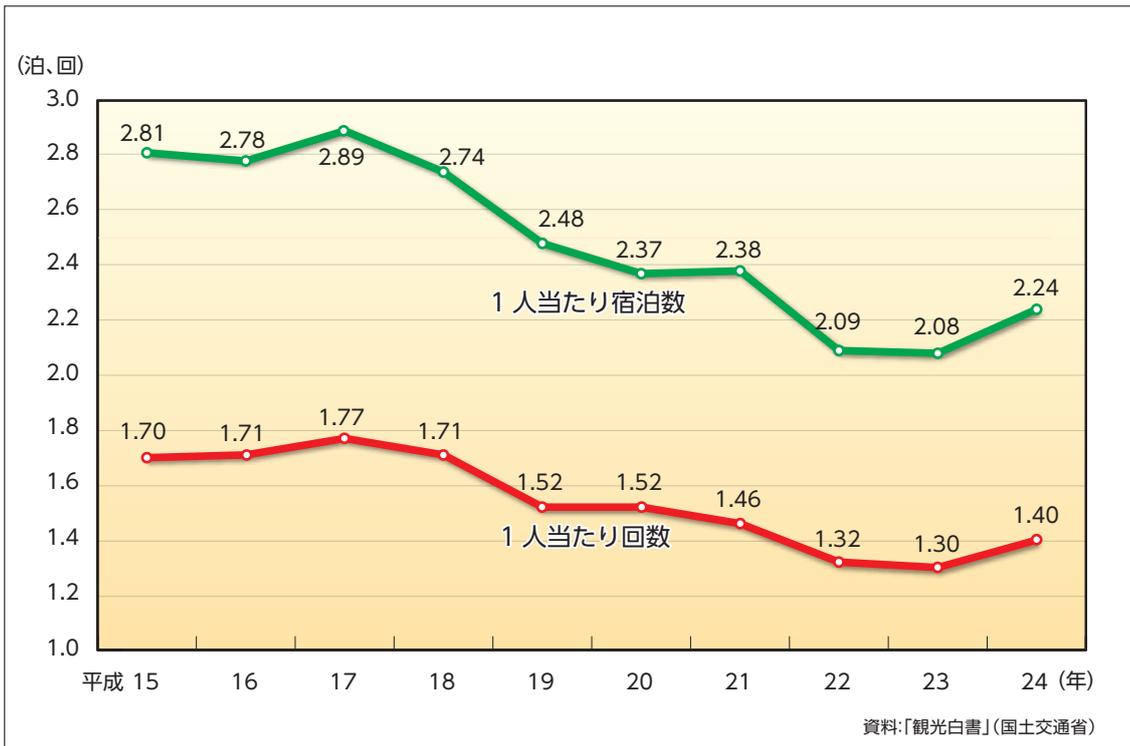
## 国内宿泊観光旅行の参加回数および宿泊数の推移

国内市場における一人当たりの宿泊観光旅行への参加回数を見ると、平成18年以降、漸減傾向にありましたが、平成24年には増加に転じています。

一人当たりの宿泊数についても、ほぼ同じ傾向で推移しています。

これらは、若年層の旅行離れや価値観の多様化による消費行動の変化など、様々な社会情勢の影響を受けるものであり、長期的な傾向の把握は困難と言えますが、観光市場の重要な指標でもあることから、今後の動向については引き続き注視していく必要があります。

### 国内宿泊観光旅行の参加回数および平均宿泊数

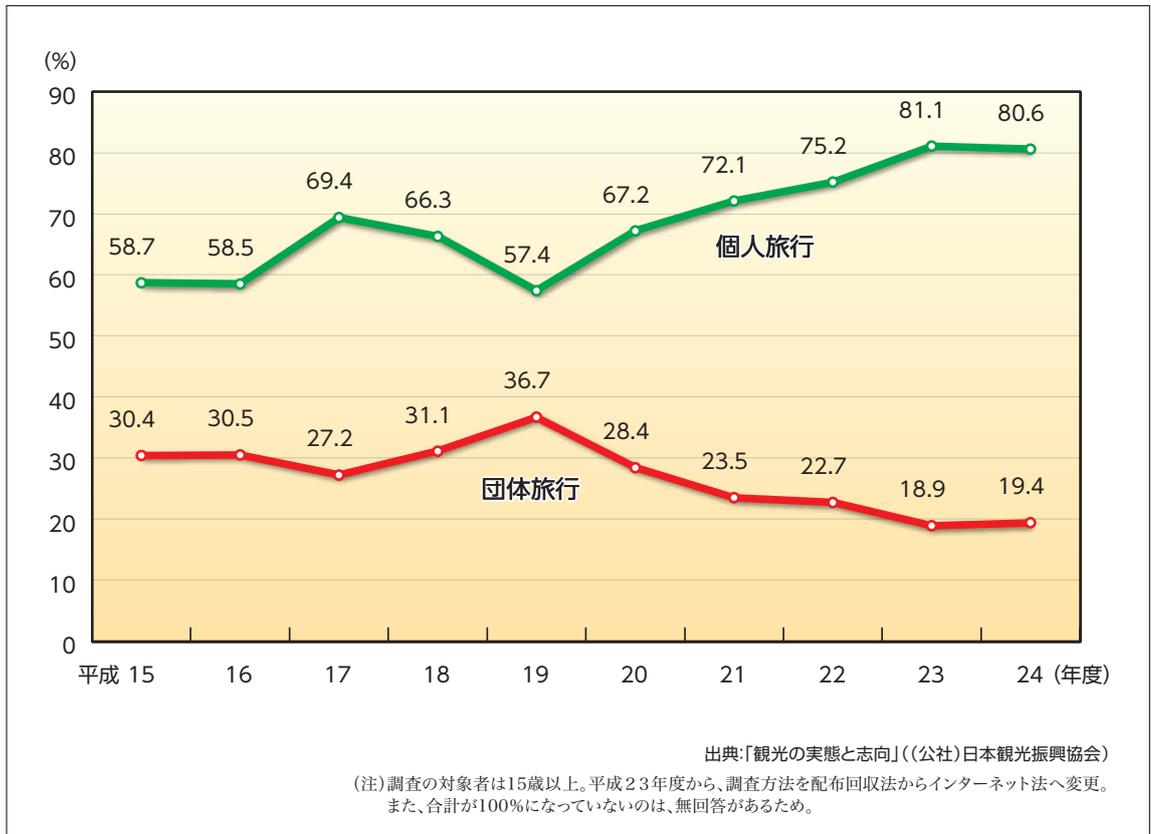


■旅行参加形態

個人・団体の別で見ると、個人旅行は6割前後で推移していましたが、旅行目的や旅行商品の多様化などにより、平成20年度以降、増加傾向にあります。他方、団体旅行は2割から3割程度で推移していましたが、平成20年度以降、減少傾向にあります。

なお、平成23年度から調査手法が変更となっていることから、過去の推移との単純比較はできませんが、傾向としては、個人旅行がすでに主流となっていることが明らかになっています。

●旅行参加形態



●『観光の実態と志向』における「個人旅行」と「団体旅行」の定義

参加方法	参加形態
旅行会社などが募集する団体に参加しない	個人旅行
自分ひとり、家族、友人・知人、家族と友人・知人	
職場・学校、地域・宗教・招待などの団体	団体旅行
旅行会社などが募集する団体に参加した	

■外国人観光客の動向

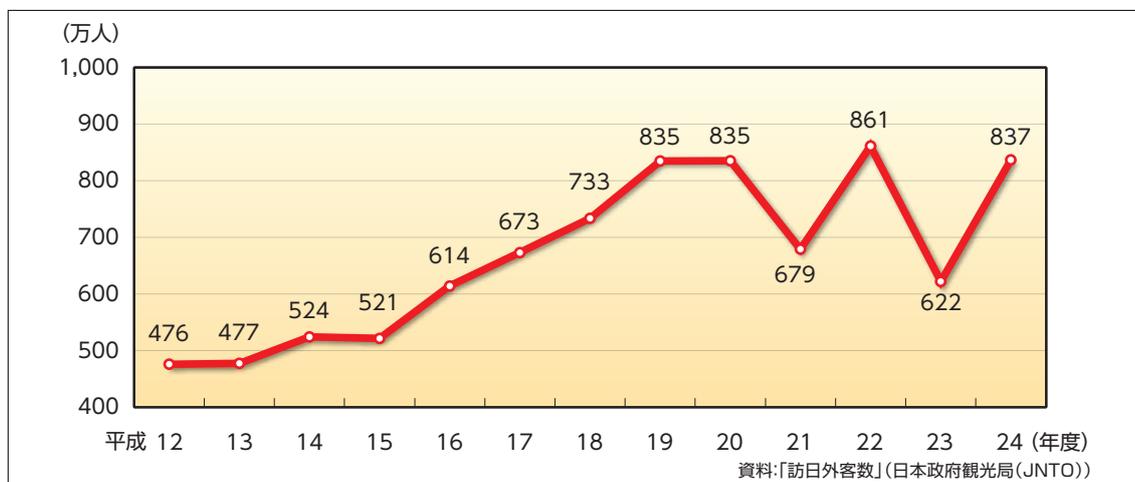
我が国を訪れる外国人の数は増加傾向にあります。その背景には、東アジア諸国の所得水準の向上や政府による外国人観光客の誘客活動「ビジット・ジャパン事業」(次ページ参照)(平成15年から)の開始、さらには、韓国の短期滞在ビザ免除(平成18年)、中国のビザ発給要件緩和(平成21年)、タイ、マレーシアの短期滞在ビザ免除(平成25年)の実現などが

あります。

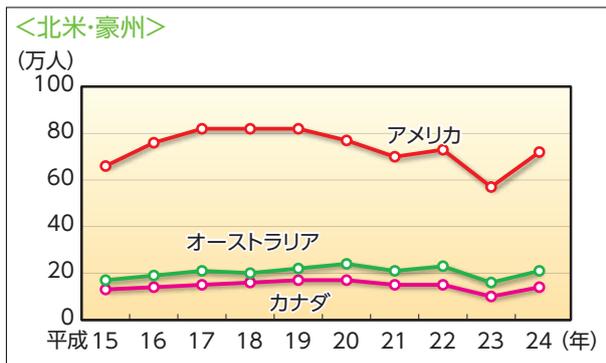
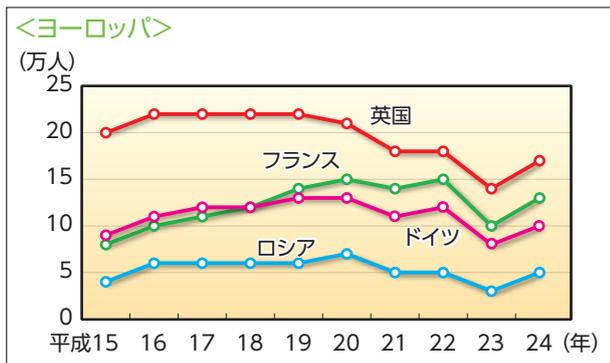
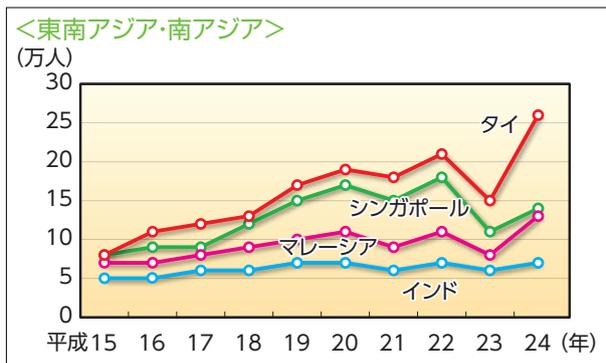
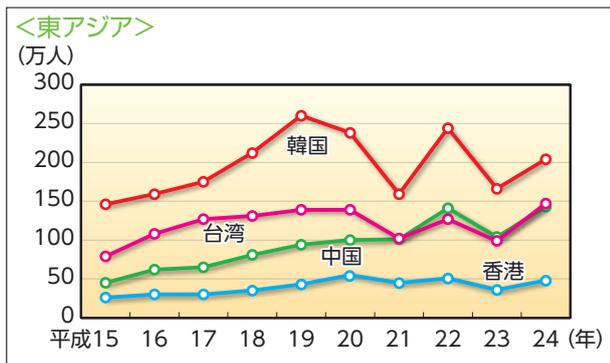
外国人観光客数については、東日本大震災により一時大きく減少しましたが、平成24年にはその影響から回復し、平成22年に次ぐ過去2番目の結果となっています。

なお、国・地域別では、台湾、中国、タイ、マレーシア、インドネシア、インド、ベトナムからの観光客が、それぞれ過去最高となっています。

●訪日外国人数の推移



●訪日外国人旅行者数の国・地域別の推移



資料:「平成25年版観光白書」(国土交通省)

## ビジット・ジャパン事業

国土交通省が中心となって推進している外国人旅行者の訪日促進活動。海外へ向けた日本の観光魅力を発信するとともに、日本への魅力的な旅行商品の造成等の支援を行っている。また、地方運輸局では、地域と連携した訪日促進事業に取り組んでいる。

### 中核事業

#### 1. 現地消費者向け事業

徹底したマーケティングリサーチ及びKPI測定結果を踏まえるとともに、震災後の日本に対する消費者意識の変化を勘案し、事業内容の重点化を図る。

- 広告宣伝事業
- メディア招請事業

#### 5大市場

(韓国、中国、台湾、米国、香港)

※ただし、韓国市場は、KPI結果が有意でないことを踏まえ、取りやめ。

#### 2. 現地旅行会社向け事業

- 旅行会社との共同広告
- 旅行会社招請
- セミナー・商談会の開催
- 旅行博出展 (B to B)

#### 13市場

韓国、中国、台湾、米国、香港、オーストラリア、タイ、英国、シンガポール、カナダ、フランス、ドイツ、マレーシア

#### 3. 地方連携事業

都道府県単独では難しい「広域」で連携した外国人誘客の取組を、地域と国が共同実施。地域間の広域連携を促す。

※再訪者の多い市場(韓国、香港、台湾、シンガポール)へ重点。

※その他、事業効果の最大化を図るため、効果測定や市場調査費等を計上

### 緊急対策事業

#### 1. 訪日需要回復緊急事業

○韓国市場における風評被害対策特別事業

ネガティブ報道により風評被害防止のため、安全・安心のメッセージを主要媒体、オピニオンリーダー等を活用し、タイムリーに発信。

○国内宿泊施設と連携した再来訪促進事業

外国人宿泊者の多いホテル・旅館と連携し、宿泊名簿記載の外国人へ、安全・安心とともに早期再来日を促すメッセージを発信。

#### 2. 海外現地オールジャパン連携事業

○在外公館等との現地連携事業

海外現地での在外公館等との連携を強化し、在外公館等が行う日本関連イベントの機会を捉えた訪日促進プロモーションを実施(ブース出展、セミナー併催等)

○海外現地日系企業との連携事業

海外進出日系企業と連携し、その商品、店舗、展示物等を活用した新しい形態の広告宣伝を実施。(例:アパレル、家電、和菓子、飲食、ポップカルチャー等)

#### 3. 時機を捉えた事業

○日本開催大規模国際会議の機会を捉えた訪日プロモーション(日中韓観光大臣会合、WTTCグローバルサミット、IMF、世銀総会等)

○[日印国交60周年]関連招請事業(旅行会社、メディア)

○オープンスカイ関連・旅行会社向け事業(インドネシア、ベトナム)

#### 4. 「普遍的な日本の魅力」発信事業

海外における日本紹介ガイドブック等の分析を踏まえ、広域の観光ルート等ごとに、統一のコンセプトの下、伝統・文化、街並み、景観、先端技術などのうち、洗練された一流の魅力から成る映像、写真、紙媒体等を作成。著作権処理を施し、在外公館等イベント、HP掲載などにより全世界へ統一訴求。

観光庁 平成24年3月観光立国推進基本計画資料より抜粋

## ■観光立国推進基本計画

平成19年1月に「観光立国推進基本法」が制定され、この法律に基づき同年6月に「観光立国推進基本計画」が策定されました。

また、近年では、社会情勢の変化を踏まえ、平成24年3月に新たな「観光立国推進基本計

画」が閣議決定されています。

観光立国の実現に向けて、本市においても国内有数の観光地の一つとして、この基本計画に準じた施策の展開が求められています。

### ●観光立国推進基本計画の概要

#### (1) 基本的な方針

- ① 震災からの復興
- ② 国民経済の発展
- ③ 国際相互理解の増進
- ④ 国民生活の安定向上

#### (2) 計画期間

5年間

(平成24年度から平成28年度まで)

#### (3) 策定の方向性

- ① 観光の裾野の拡大:国際観光の充実、国内観光の充実
- ② 観光の質の向上

#### (4) 観光立国の実現に関する目標

##### ① 国内における旅行消費額

- ・平成28年までに30兆円にする。【平成21年実績:25.5兆円】

##### ② 訪日外国人旅行者数

- ・平成32年初めまでに2,500万人とすることを念頭に、平成28年までに1,800万人にする。【平成22年実績:861万人、平成23年実績:622万人】

##### ③ 訪日外国人旅行者の満足度

- ・平成28年までに、訪日外国人消費動向調査で、「大変満足」と回答する割合を45%程度、「必ず再訪したい」と回答する割合を60%程度とすることを目指す。【平成23年実績:「大変満足」の回答割合43.6%、「必ず再訪したい」の回答割合:58.4%】

##### ④ 国際会議の開催件数

- ・我が国における国際会議の開催件数を平成28年までに5割以上増やすことを目標とし、アジアにおける最大の開催国を目指す。【平成22年実績:国際会議の開催件数741件】

⑤日本人の海外旅行者数

- 平成28年までに2,000万人にする。  
【平成22年実績:1,664万人、平成23年実績:1,699万人】

⑥日本人の国内観光旅行による1人当たりの宿泊数

- 平成28年までに年間2.5泊とする。【平成22年実績:2.09泊】

⑦観光地域の旅行者満足度

- 観光地域の旅行者の総合満足度について、「大変満足」と回答する割合及び再来訪意向について「大変そう思う」と回答する割合を平成28年までにいずれも25%程度にする。【実績値無し】

(5) 観光庁が主導的な役割を果たすべき主な施策

- ①国内外から選好される魅力ある観光地域づくり(観光地域のブランド化・複数地域間の広域連携等)
- ②オールジャパンによる訪日プロモーションの実施
- ③国際会議等のMICE(※)分野の国際競争力強化
- ④休暇改革の推進

※MICE:Meeting(会議・研修・セミナー・修学旅行など)、Incentive(報奨旅行、招待旅行)、Convention(大会・学会・国際会議・業界団体の会議)、Exhibition/Event(展覧会・展示会・イベント)の頭文字を取った造語。

## 2 北海道、道南の観光動向

### ■北海道および道南の観光入込客数の推移

北海道における観光入込客数の推移を見ると、年度によって増減があるものの、約5千万人で推移しています。

平成23年度には、東日本大震災の影響により大きく落ち込みましたが、平成24年度には、観光需要が回復基調に転じています。

また、道央・道東自動車道の延長による交通アクセスの向上や、国内外の新規路線の就航なども、平成24年度における増加要因の一つと考えられます。

道南圏(渡島、檜山地方)における観光入込

客数の推移を見ると、減少傾向にあり、ここ数年は約1千万人台で推移しています。

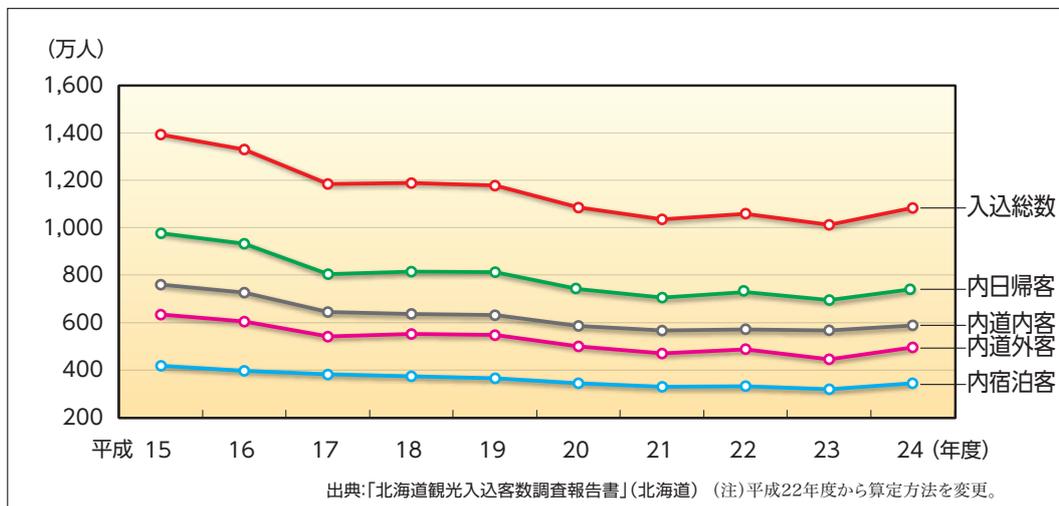
道南圏における道内・道外別の動向を見ると、ほぼ同数であり、いずれも同じように漸減傾向を示しています。

道南圏における宿泊客・日帰り客の動向を見ると、ここ数年は、宿泊客数は300万人程度で、日帰り客数は600万人をやや上回る数で推移しており、宿泊客数と日帰り客数の割合は、ほぼ1:2の割合となっています。

#### ●北海道観光入込客数(実人数)の推移



#### ●道南圏の観光入込客数(延べ人数)推移



■北海道における外国人観光客の動向

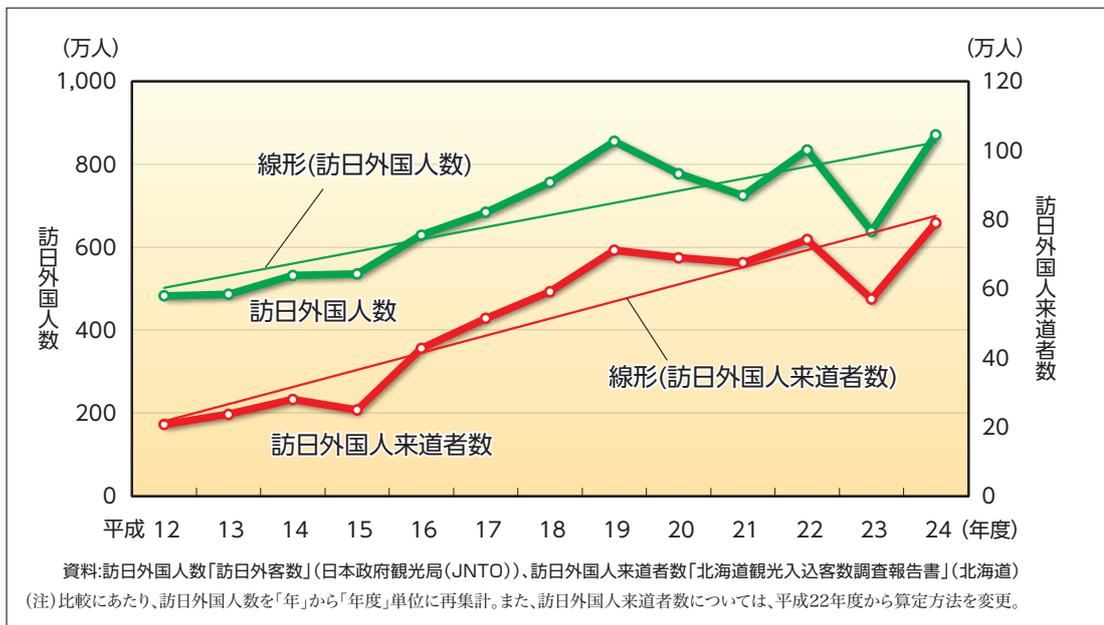
北海道における訪日外国人来道者数の動向を見ると、全国の動向と同様に増加傾向にあります。

平成24年度には、東日本大震災の影響からの回復のほか、年度末には円安が進んだことから、前年度に比べ大幅な伸びが見られ、過去最高となる数字を記録しました。さらには、10月にタイとの直行便が新千歳空港に就航したため、タイからの観光客が大幅に増加しています。

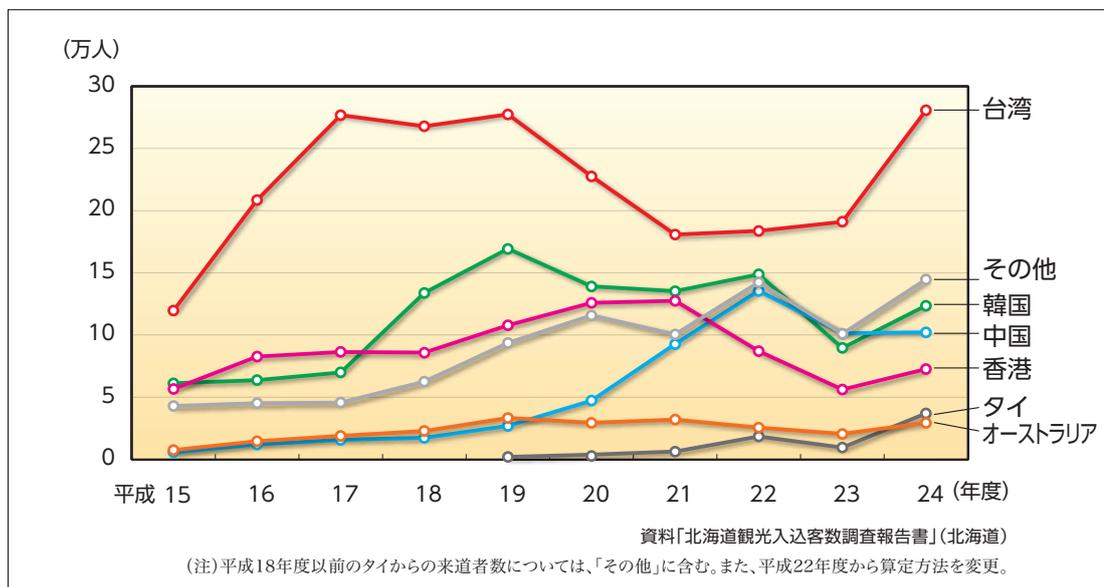
北海道における訪日外国人来道者数のこれまでの傾向から、将来予測を直線で表すと、訪日外国人来道者数の増加傾向は、訪日外国人観光客数の増加傾向よりもやや高い右上がり勾配を示しています。

このことから、外国人観光客全体のうち、北海道を訪れる外国人観光客の割合は、年々高くなっていく傾向にあることがうかがえます。

●訪日外国人来道者数の推移



●国別訪日外国人来道者数の推移



## ■北海道における観光に関する計画や戦略

北海道では、北海道の観光の振興を図る「北海道観光のくにつくり行動計画」および国際観光を総合的、計画的に推進していくための「北海道外国人観光客来訪促進計画」を平成

25年6月に策定しました。

また、北海道運輸局では、北海道観光推進のための戦略指針を示す「北海道観光推進戦略」を平成25年3月に策定しました。

### ●北海道観光のくにつくり行動計画の概要

#### 北海道観光のくにつくり行動計画の概要

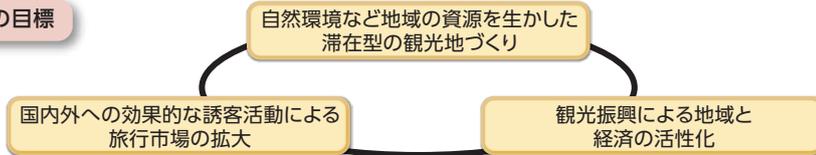
##### I 計画の基本的な考え方

- 「北海道観光のくにつくり条例」に基づく観光振興に関する基本的な計画
- 観光にかかわるすべての関係者が、連携・協働して推進するための計画
- 計画期間:平成25年度から平成29年度までの5年間

##### II 北海道観光を取り巻く現状と課題

- 人口減少社会の到来
  - 観光入込客数の減少、震災の影響
  - 家族旅行など個人型旅行の増加
  - 期待度を下回る満足度
- ➡
- 滞在型観光による交流人口の増加、観光消費の拡大
  - 安全な受入環境づくり、旅行形態の変化に対応した情報発信・旅行商品づくり
  - 質の高いサービスの提供による満足度の向上

##### III 計画の目標



##### 【目標指標】(平成29年度)

- 観光入込客数 6,600万人 □ 外国人の来道者数 120万人
- 観光消費額(1人) 道内客 14,000円 道外客 74,000円 外国人 155,000円 □ 平均宿泊数(道外客) 2.8泊
- 満足度(食事) 道外客 85% 道内客 80%(接客サービス) 道外客 80% 道内客 80%
- リピーターの割合(道外客 5回以上来道) 50% □ 体験型観光を目的として訪れる割合(道外客) 8%

##### IV 観光振興に向けた行動指針

北海道観光振興機構をはじめ観光関係団体、道民、観光事業者それぞれが、この指針をもとに観光のくにつくりに向け行動

##### 北海道観光を巡る環境変化に対応するための視点

- ① 新たな「価値」を創り出す観光への転換
- ② 結びつきのさらなる強化
- ③ LCC就航や新幹線開業を追い風とした取組の推進

##### 地域にこだわり連携して地域の魅力を高める

###### 【主な行動】

- ・災害等への安全対策
- ・交通利便性の向上
- ・環境の保全と活用
- ・地域への愛着と歴史や文化の継承
- ・食の魅力の向上と食文化の育成
- ・地域資源の発掘と観光の価値の向上

##### おもてなしの心で交流する

###### 【主な行動】

- ・ホスピタリティの向上
- ・ふれあい・交流の推進
- ・受入環境の整備
- ・サービスの質の向上

##### 地域の魅力を戦略的に発信する

###### 【主な行動】

- ・道民一人ひとりが観光振興の担い手
- ・戦略的な情報発信とプロモーション
- ・東北との連携
- ・観光案内機能の充実
- ・多様な旅行メニューの提供

##### V 観光振興に関する道の施策

現状と課題を踏まえ、計画期間中におけるLCCの就航拡充や北海道新幹線の開業による効果を生かして施策を推進

##### 自然環境など地域の資源を生かした滞在型の観光地づくり

- (1) 地域の資源を生かした競争力ある観光地づくり
- (2) 満足度の高いサービスの提供

##### 国内外への効果的な誘客活動による旅行市場の拡大

- (1) 道外からの誘客促進、道民の道内旅行の活性化
- (2) ターゲットを定めた戦略的な海外からの誘客促進

##### 観光振興の基盤強化

- ・マーケットデータの収集や融資制度などの活用による観光基盤の強化
- ・観光に関する普及啓発、観光を学ぶ機会の充実

##### VI 計画の推進

観光に携わるすべての者がそれぞれの役割を認識し、人脈や情報、ノウハウなどお互いに活用するなど、連携・協働して観光振興を推進

※資料:北海道

●北海道外国人観光客来訪促進計画の概要

北海道外国人観光客来訪促進計画の概要

I 計画の基本的な考え方

- 外客旅行容易化法第4条に基づく計画
- 北海道観光のくづくり行動計画の趣旨を踏まえた、国際観光に関する計画
- 計画期間:平成25年度から平成29年度までの5年間

II 国際観光の現状と課題

現状

- 【世界的動向】**
  - 国際観光市場は中長期的に増加傾向
- 【日本の動向】**
  - 世界的な景気後退や震災の影響、カンントリーリスクの顕在化
- 【北海道の動向】**
  - 東南アジア地域からの来道者が増えつつあり、北東アジア中心の構成から、対象市場が拡大

課題

- 震災の影響や災害対応などの情報発信をはじめとする「安全・安心な北海道」のPRの継続
- 外国人観光客の受入環境の更なる充実など国際的に質の高い観光地づくり
- 誘致対象市場の多様化と市場ニーズにきめ細やかに対応した効果的なプロモーションの推進

III 計画の目標

外国人観光客が安心して快適に観光を楽しむことができる、国際的な質の高い観光地づくりを進め、海外から多くの方に何度でも訪れていただける観光地・北海道を実現する

【目標指標】(平成29年度)

- 【来道外国人観光客の拡大】**
  - 外国人の来道客数(実人数) 120万人以上
  - 新■ 訪日外国人客数における来道外国人客数のシェア 10%
  - 新■ 全国の延べ宿泊者数における北海道のシェア 10%
- 【来道外国人観光客の旅行満足度の向上】**
  - 北海道に「また必ず来たい」と思う旅行者の割合 60%
  - 新■ 「とても満足した」と思う観光客の割合 50%
- 【来道外国人観光客の誘致による経済効果の向上】**
  - 新■ 外国人来道者の道内観光消費額(1人あたり) 15万5千円

【新たな目標の設定の考え方】

- シェア目標
  - 国内観光地との競争力の強化(東京・京都主体から北海道観光へ)
- 旅行満足度
  - 従来の目標と合わせ、リピーター獲得の指標化
- 観光消費額
  - 外国人観光客が地域に及ぼす経済効果の更なる向上と「見える化」

IV 国際観光の振興方策

戦略的な宣伝誘致活動の推進

- 対象国・地域の市場ニーズに応じた戦略的な宣伝誘致活動の推進
  - ・国・地域別の取組方向を策定するなど、きめの細かい観光プロモーションを展開
  - ・新市場など誘致対象国・地域の多様化を推進
- 特定分野にターゲットを定めたプロモーションの推進
  - ・地域資源の活用など北海道観光に対する観光客の多様なニーズに対応した観光商品の開発とプロモーションの展開
- 国際定期航空路線等の誘致促進

国際競争力を有する質の高い観光地づくり

- 国際競争力の高い魅力ある観光地の形成
- 地域独自の魅力を生かした旅行商品開発の促進
- 外国人観光客が安心して快適に観光できる環境づくり
- 情報案内機能の充実 など

観光に関する基礎的データの収集及び調査の実施

- 外国人観光客誘致のための市場の実態などの把握
- 外国人観光客の動態や関連産業の実態などの把握
- 外国人観光客の満足度や観光消費の実態などの把握

V 計画の推進

- 国、市町村、北海道観光振興機構、観光関係団体、道が連携したオール北海道体制での国際観光の推進
- 誘致対象国・地域の地方政府、関係機関との連携など計画推進ネットワークを拡大

※資料:北海道

## ●北海道観光推進戦略

## ■北海道観光の振興を通じて実現を目指す価値

1. 北海道経済の高付加価値化
2. 持続可能な地域づくりへの貢献
3. 地域の暮らしを支える交通と交流の確保

## ■北海道観光推進のための戦略指針

1. 北海道ブランド
2. 新連携・新結合で、新たな価値の創造・高付加価値化
3. 団体旅行中心の発想からの脱皮とFIT(※)対応の重視、消費者目線での掘り起こし・磨き上げによる「オンリーワン」の観光商品・体験の創出
4. 地域連携の一層の強化
5. 旅行者目線に立った適切なチャネルを通じた効果的な情報の発信・プロモーションの展開
6. 国、地方自治体、民間事業者等の適切な役割分担
7. コスト意識を持ち、最小の経費で効果を最大化

※FIT(=foreign independent travel/tour/tourist):個人手配の海外旅行。パッケージツアーに対して、個人や少人数で、コースや日程・宿泊施設などを自由に決めて行う旅行および旅行者を指す。

### 3 函館市の観光動向

#### ■函館市における観光入込客数の推移

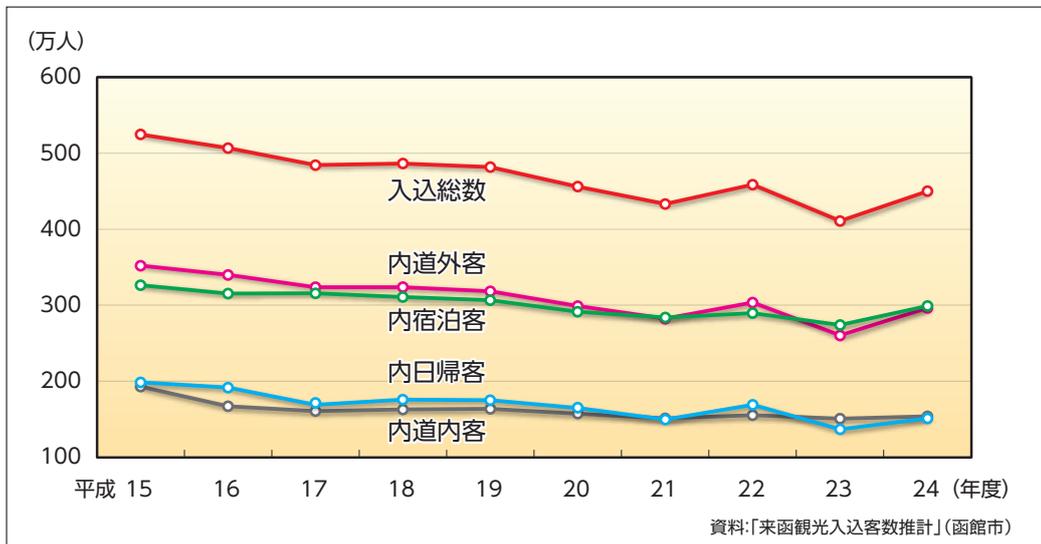
本市の観光入込客数を見ると、平成16年度を境に500万人を割り込み、以降、横ばいから緩やかな減少傾向で推移してきました。平成23年度には、東日本大震災の影響で、約410万人にまで落ち込みましたが、平成24年度には、約450万人となり、震災前の水準に回復しました。

道外客・道内客別の観光入込客数を見ると、

道外客は、ここ数年は300万人前後で推移しています。道内客は、平成15年度の200万人近くをピークに、以降150万人前後で推移しています。

宿泊・日帰客別に見ると、宿泊客数は緩やかな減少傾向にあり、ここ数年は300万人をやや下回って推移しています。日帰り客数は150万人前後で推移しています。

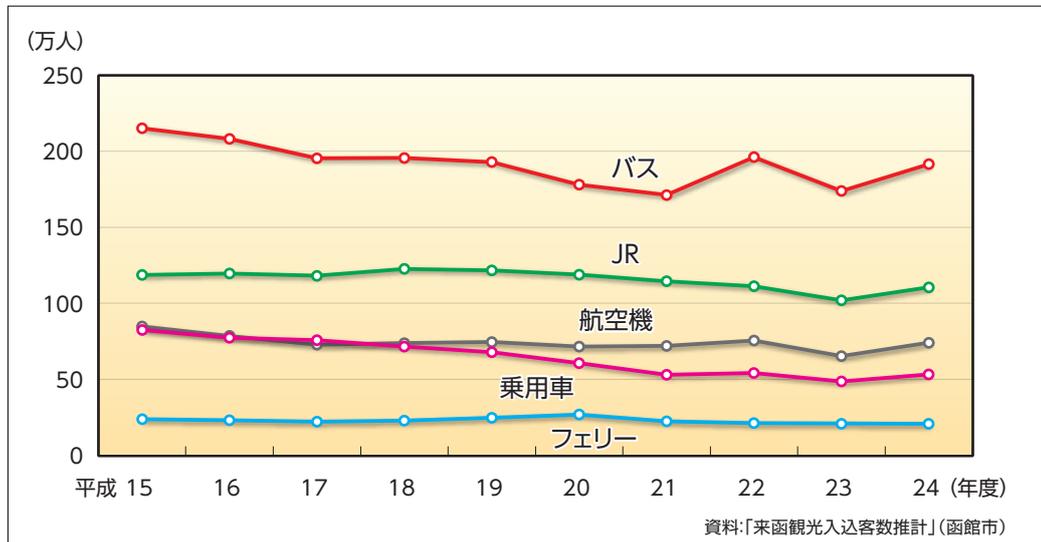
#### ●函館における観光入込客数の推移



#### ■交通機関

来函時の交通機関は、バスが最も多く、次にJR、航空機、乗用車、フェリーと続いています。

#### ●交通機関別入込客数の推移



■函館市における外国人観光客の動向

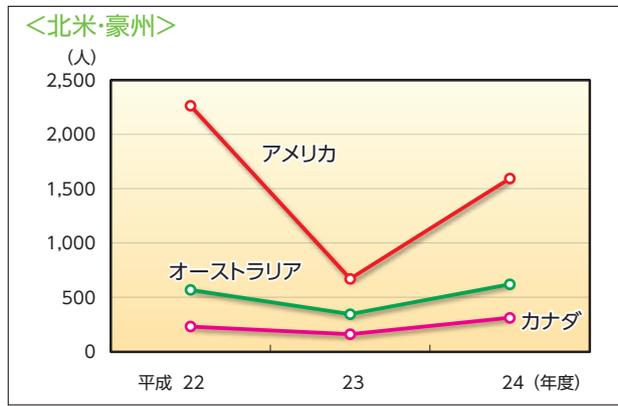
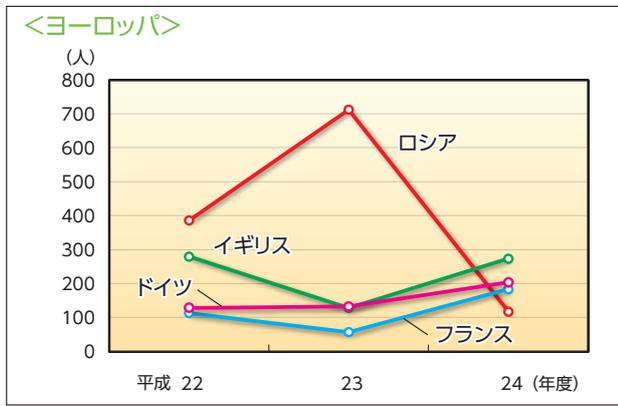
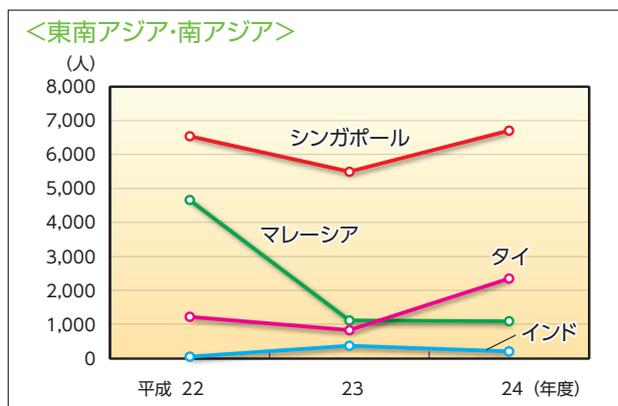
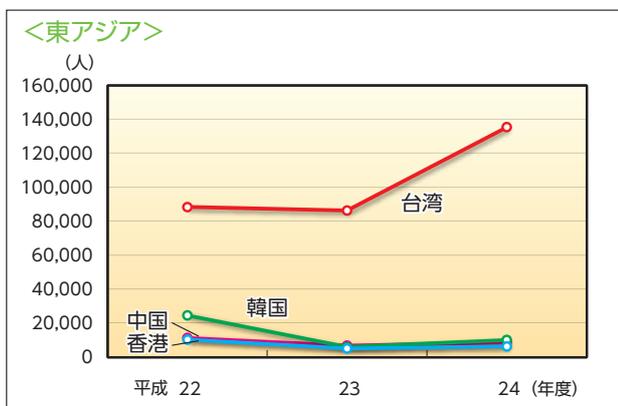
函館を訪れた外国人観光客数は、全国や北海道の動向と同様、増加傾向にあります。

国別では、函館—台北間に直行便が就航している台湾からの来訪が圧倒的に多く、中国や韓国など東アジアからの観光客がほとんどを占めています。平成24年には、新たにタイから新千歳空港への直行便が就航するなど、新

千歳空港経由で函館を訪れる東南アジアからの観光客の伸びが顕著となっています。

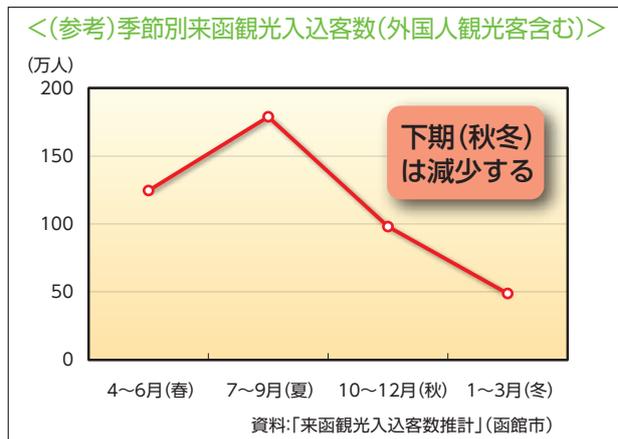
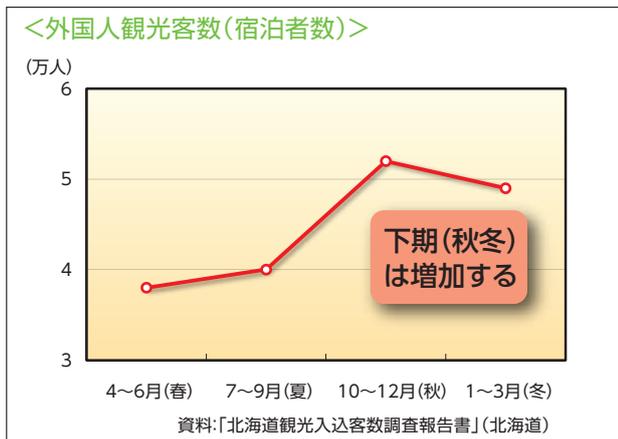
また、季節ごとに外国人観光客の入込状況を見ると、上期(春夏)よりも下期(秋冬)の方が多くなっており、国内観光客の動向と逆の傾向を示しています。

●地域別・国別来函外国人宿泊者数の状況



資料:「北海道観光入込客数調査報告書」(北海道)

●季節別来函観光客数の状況(平成24年度)



## 2 函館観光の現状

### 1 観光を取り巻く環境の変化

#### ■新たな観光資源

平成16年12月の渡島東部4町村(戸井町、恵山町、楳法華村、南茅部町)との合併を機に、恵山や水無海浜温泉などの自然資源をはじめ、道の駅「なとわ・えさん」、「戸井ウォーターパーク(オートキャンプ場)」などが加わったほか、平成23年10月には、縄文遺跡群に代表される貴重な歴史資源を活用すべく、北海道唯一の国宝「中空土偶」を常設展示する

「函館市縄文文化交流センター」およびこれに隣接した道の駅「縄文ロマン南かやべ」を整備しました。

また、ほかにも、平成18年の五稜郭タワーの建て替えや平成22年の箱館奉行所のオープン、同年の旧相馬邸の一般公開開始などがあり、これまでの観光資源により一層の厚みが増しました。



函館市縄文文化交流センター



箱館奉行所



五稜郭タワー



旧相馬邸

#### ●過去10年間で加わった新たな観光資源(平成26年4月現在)

平成16年	渡島東部4町村と合併(恵山、水無海浜温泉、道の駅なとわ・えさん、戸井ウォーターパークなど)	21年	旧イギリス領事館リニューアルオープン 北海道坂本龍馬記念館
17年	どんぶり横丁市場 函館ひかりの屋台大門横丁	22年	旧相馬邸 函館競馬場リニューアルオープン 箱館奉行所復元オープン
18年	五稜郭タワー 新タワーオープン	23年	函館市縄文文化交流センター
20年	入舟番屋		

## ■北海道新幹線の開業

北海道新幹線が平成27年度末に開業することにより、移動時間の大幅な短縮と大量輸送が可能となることから、首都圏や北関東、東北からの観光客の増加が見込まれています。

また、外国人観光客が「ジャパンレールパス」(\*)を利用して北海道を訪れることも想定されており、北海道新幹線の開業を契機に、国際観光都市としての真価が問われることにもなります。

北海道新幹線開業により、北海道に大量輸送手段が新たに加わることとなりますが、これは本市が北海道の陸のゲートウェイとなることを意味し、空の新千歳空港とともに、人の流れが二極化していくことが想定されます。

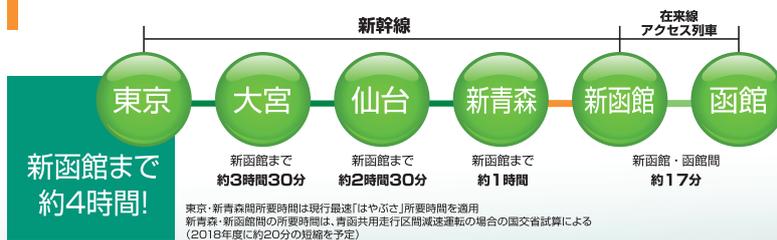
※ジャパンレールパス

日本国外からの観光客のみを対象に、JR各社の鉄道・路線バスが乗り降り自由で利用できる特別企画乗車券。

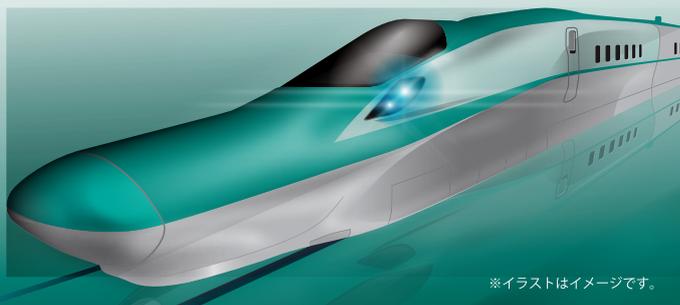
# 2015 北海道新幹線 新函館開業

2015年度末までに、  
新幹線は青函トンネルを抜けて北海道へ上陸します。  
東京～新函館間を約4時間で結び、関東・東北地域との交通利便性が  
飛躍的に向上します。

### 北海道新幹線 新函館開業後の所要時間(最速)



つながります、  
未来への架け橋。



※イラストはイメージです。



※北海道新幹線開業誘客キャンペーンに使用した広告

## 2 観光資源の特徴

### ■自然資源

本市には、山頂からの眺望が美しい函館山をはじめ、太平洋や津軽海峡を望む海浜風景、活火山の恵山など、自然資源が多数存在しています。

また、湯の川、恵山、大船などには泉質の異なる多種多様な温泉が存在しています。



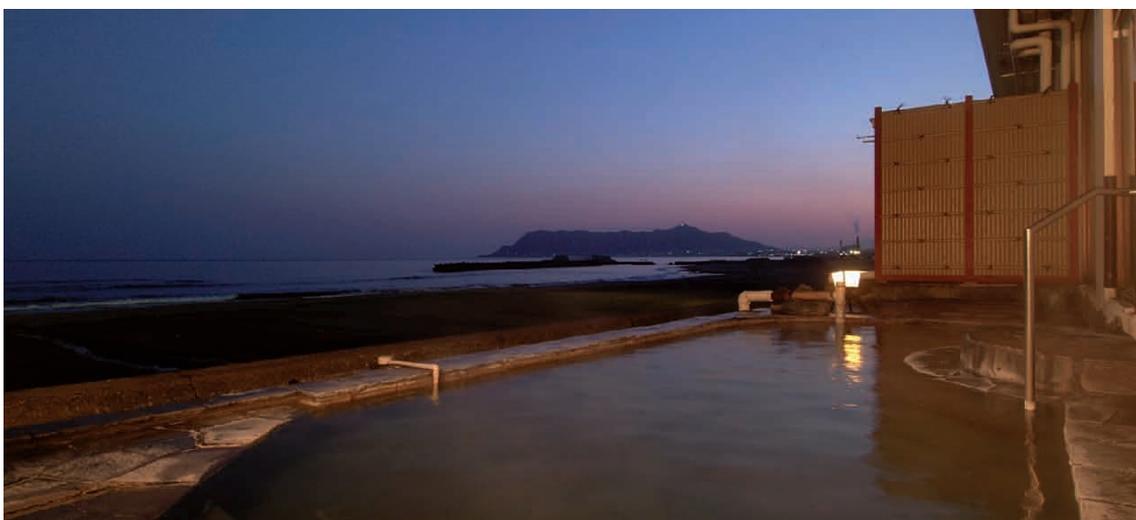
函館山からの夜景



函館山



恵山



湯の川温泉

## ■人文資源

本市には、特別史跡五稜郭跡、国指定名勝庭園の旧岩船氏庭園（香雪園）、ペリー艦隊来航に端を発する外国人墓地、旧外国公館、レンガ造の倉庫群、箱館奉行所、函館山の要塞跡など、幕末から明治・大正・昭和期の歴史的資源が豊富に存在しています。また、函館ならではの各種のイベントや、海鮮に代表されるグルメなど、観光客を惹きつける様々な魅力にあふれています。

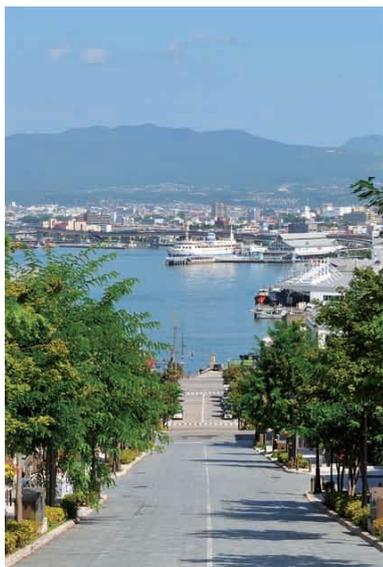
（景観・街並み）

本市は、近代日本の幕開けの舞台である開港5都市の一つとして、諸外国の文化をまちづ

くりに取り入れていく中で、独特の街並みを形成してきました。特に、開港当時、街の中心であった西部地区には、当時建設された和洋折衷様式等の歴史的建造物などが数多く存在しています。

また、函館山からの夜景のほか、元町の教会群や赤レンガ倉庫群のライトアップなど、ロマンチックな夜景も存在しています。

さらに、東部地域では、昆布を天日干しする乾場（玉砂利を敷いた浜辺）や、昆布を収納する番屋などが連なる漁村風景、多くの漁船が停泊する漁港など、漁業を生業とした暮らしの風景を見ることができます。



八幡坂



カトリック元町教会



漁火風景



和洋折衷建築物

(歴史的遺産)

本市には、北海道で最も古くから開けた歴史と文化を今に伝える、たくさんの歴史的文化的財が残されています。幕末・維新期の動乱の舞台である「特別史跡五稜郭跡」をはじめ、函館市民の集会所であり社交所として、当時最先端の意匠と技を最大限に活用して建てられた重要文化財「旧函館区公会堂」など、数多くの財産にあふれ、街のあちこちで歴史の息吹に触れることができます。

また、南茅部地域には、史跡である大船遺跡・垣ノ島遺跡や著保内野遺跡を有する南茅部縄文遺跡群のほか、国宝「中空土偶」をはじめとする貴重な文化遺産があり、青森県の三内丸山遺跡などとともに、「北海道・北東北を中心とした縄文遺跡群」を構成しています。1万年以上も続いた縄文文化は、現在、世界

(イベント)

本市は、四季を通じて数多くのイベントが開催される祝祭都市(※)としての顔も持っており、五稜郭祭、函館港まつり、市民創作函館野外劇、函館ハーフマラソン大会など、市民が主役となって作り上げてきたイベントが盛んに行われています。

また、冬季には、「はこだてクリスマスファンタジー」、「はこだてイルミネーション」、「はこだて『光の小径』」などがあります。

※祝祭都市：祝祭とは、本来、儀礼的行為である祭礼・祭式を意味しますが、ここでは観光行事としての「祭り」ととらえ、本市をイベントにあふれたまち「祝祭都市」として定義します。



はこだてクリスマスファンタジー

的にも注目を集めており、この縄文遺跡群は、人類史の貴重な財産として、世界遺産への登録を目指し、ユネスコの世界遺産暫定リストに登載されています。



五稜郭



中空土偶

イベント名	開催時期
函館西部地区パル街	春、秋の2回開催
箱館五稜郭祭	5月中旬
恵山つつじまつり	5月下旬～6月上旬
南かやべひろめ舟祭り	6月中旬
市民創作 函館野外劇	7～8月(金・土)
函館港まつり	8月1～5日
はこだて国際民俗芸術祭	8月上旬～中旬
はこだて国際科学祭	8月下旬
HAKODATE黒船	夏期
函館ハーフマラソン大会	9月下旬
南かやべとことん浜味祭り	10月上旬
はこだてMOMI-Gフェスタ	10月下旬～11月中旬
はこだてクリスマスファンタジー	12月1日～12月25日
函館港イルミネーション映画祭	12月上旬
はこだてイルミネーション	12月1日～2月末
五稜星の夢(ほしのゆめ)	12月1日～2月末
はこだて「光の小径」	2月上旬
恵山ごっこまつり	2月中旬

(平成26年4月現在)

## (グルメ)

港町として、古くから海とともに発展してきた本市は、豊富な水産資源に恵まれています。中でもイカは、「市の魚」にも選ばれており、本市を代表する味覚の一つになっています。また、その品質の高さから、松前藩により朝廷や將軍家に奉納されたことから「献上昆布」とも呼ばれる真昆布や、活メにより品質が高い評価を得てブランド化されている戸井マグロは、国内でも最高級と言われています。

こうした沿岸の豊かな漁場で獲れた新鮮な海の幸を使った海鮮丼や寿司は、函館の食の

イメージとして、観光客にも定着しており、本市を旅行の目的地とする理由の一つにもなっています。

また、早くから世界に門戸を開いた歴史を背景に、世界各地から様々な食文化を取り入れてきた経緯があり、特にラーメンやビール、コーヒーは、函館が日本で最初に提供された場所であるという説もあるなど、幅広い食文化を堪能することができることも、大きな魅力となっています。



市の魚「イカ」



戸井マグロ



海鮮丼



ラーメン

### ■観光施設・レクリエーション施設

観光施設については、特別史跡五稜郭跡を展望できる「五稜郭タワー」、函館の街を一望できる代表的なスポット「函館山ロープウェイ展望台」、海に面したショッピングモールとして人気の高い「金森赤レンガ倉庫群」をはじめ、「函館市縄文文化交流センター」のほか、函館の歴史にちなんだ博物館や資料館などが存在しています。

レクリエーション施設については、「函館公園」、「元町公園」、「道南四季の杜公園」などの公園施設、「函館市民体育館」、「千代台公園陸上競技場」などのスポーツ施設をはじめ、オートキャンプ場、ゴルフ場、パークゴルフ場、

競輪場、競馬場などがあります。

また、平成27年度には、函館市民体育館が全面改築され、5千人収容の大型コンベンション施設としても活用できる「函館アリーナ」の供用を開始するほか、市内には各種コンベンションに対応する施設が数多くあります。

さらに、時期を同じく、様々な屋外競技に対応可能な人工芝多目的グラウンドやランニングコースを備えた「函館フットボールパーク」も供用を開始する予定であり、函館アリーナと合わせて、より一層のスポーツ施設の充実が図られます。



五稜郭タワー



函館山ロープウェイ



金森赤レンガ倉庫群



函館競馬場

#### ●函館アリーナ 施設の概要

敷地面積: 23,665.35㎡

延べ面積: 15,693.70㎡

階数: 地上3階

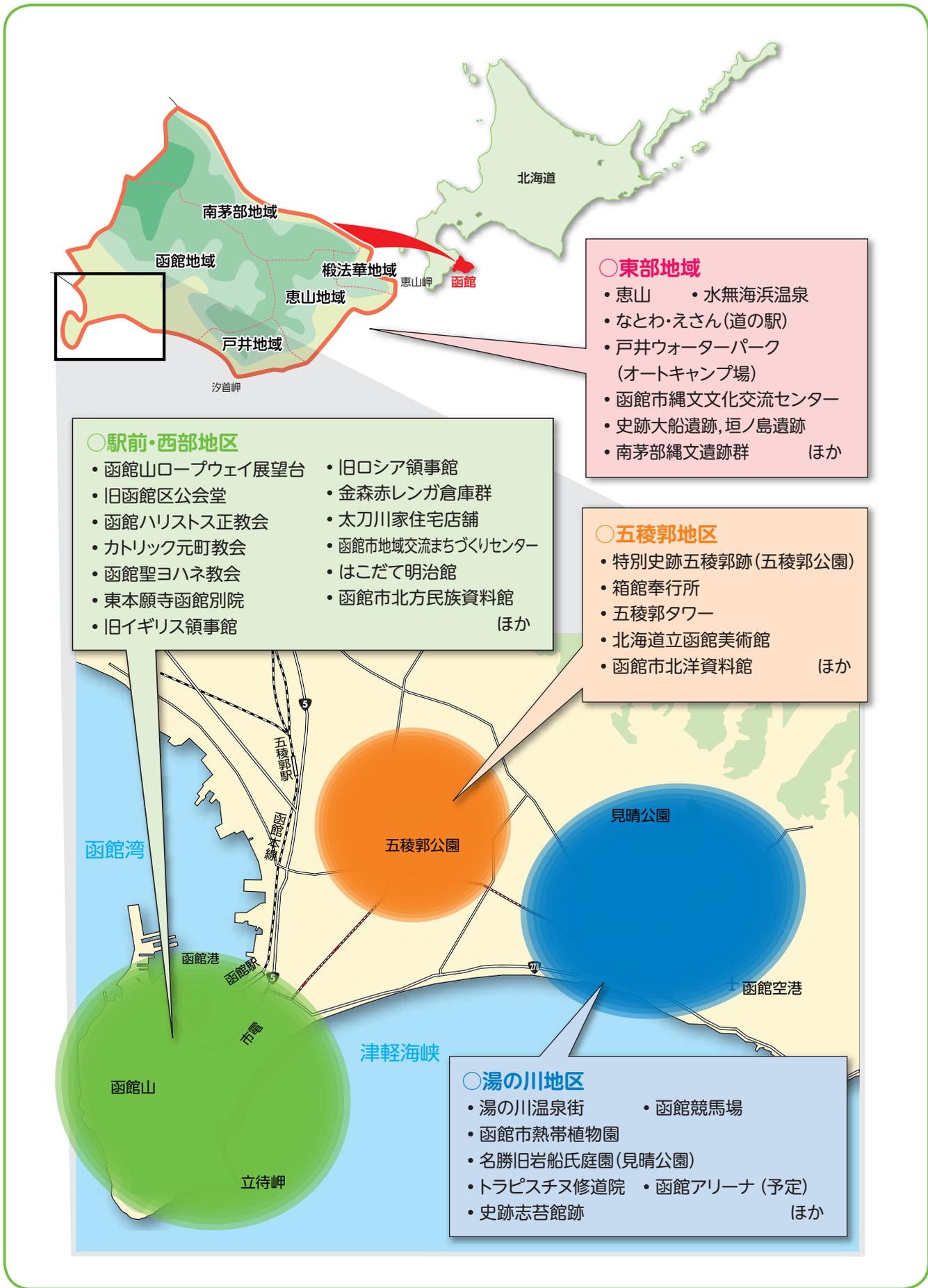
主な施設: ・メインアリーナ(固定観客席2,094席、車椅子席26席)  
・サブアリーナ(固定観客席200席、車椅子席8席)  
・武道館(固定観客席60席、3分割可能)  
・多目的会議室2室、スタジオ2室、控室2室、トレーニングルーム(201㎡)、キッズルーム、ランニング走路 ほか

開業予定: 平成27年8月



函館アリーナ 完成イメージ

●観光資源の分布



第1章 計画策定の趣旨

第2章 観光の現状と課題

第3章 計画の基本方針

第4章 施策

### 3 観光客の特性

本市における観光客の属性や行動を把握するため、毎年「観光アンケート調査」を実施していますが、本市を訪れる観光客について、平成24年度の調査結果および過去の調査結果の推移から、以下のような特性を見て取ることができます。

#### ●観光アンケート調査概要

##### 1) 調査期間

毎年4月～3月(通年)

##### 2) 実施方法

函館市内の観光ポイント(函館山、元町周辺、ウォーターフロント、五稜郭公園等)での聞き取りおよび元町観光案内所・函館市観光案内所でのアンケート用紙の設置

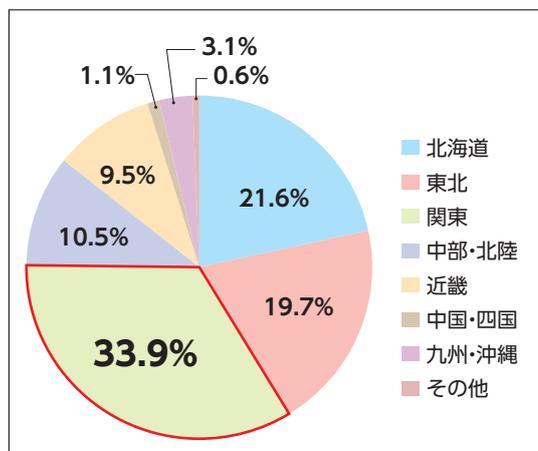
##### 3) 調査数

約2,000人(平成24年度は設問数の増加等により約1,300人)

#### ■観光客の概要

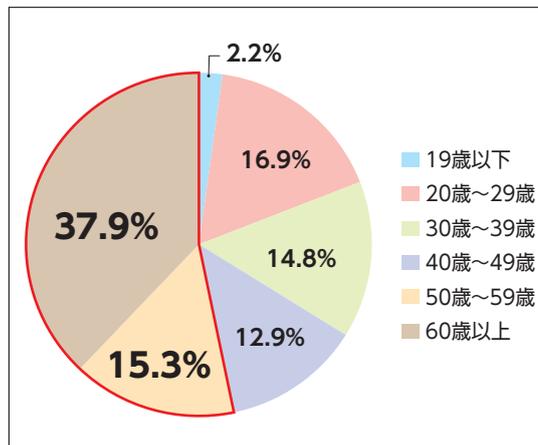
居住地域別に見ると、道外からの観光客が大半を占めており、特に関東方面からの観光客が多くなっています。

#### ●居住地域



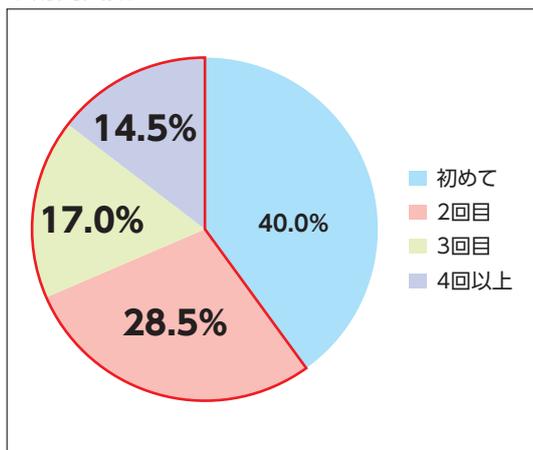
年代別に見ると、50代以上の割合が半数を占めています。

#### ●年代



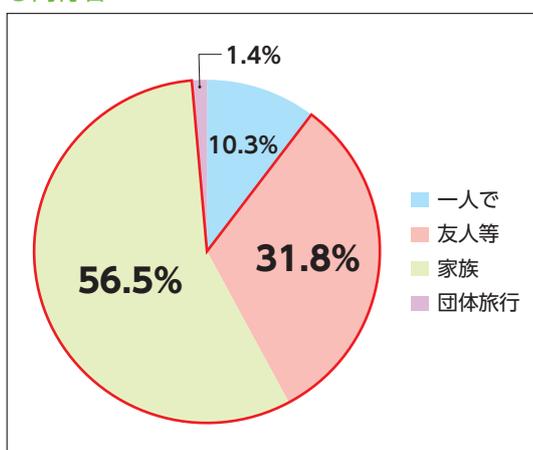
訪問回数を見ると、2回目以上のリピーターが約6割を占めています。中でも3回もしくは4回以上訪問したことがあると答えた人の割合が約3割と高くなっています。

●訪問回数



同行者を見ると、大半が家族や友人等との旅行となっています。

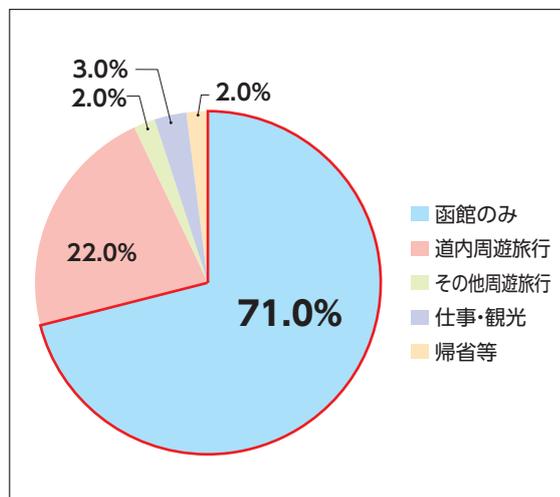
●同行者



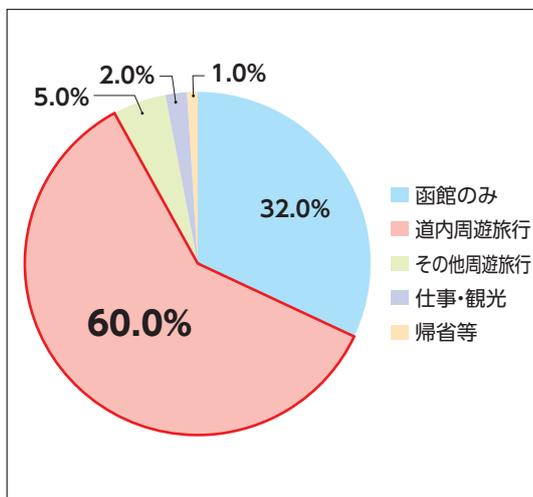
■旅行形態

旅行形態については、道内からの観光客では、函館のみとする割合が高い一方、道外からの観光客では、道内周遊旅行の割合が高くなっています。

<道内>

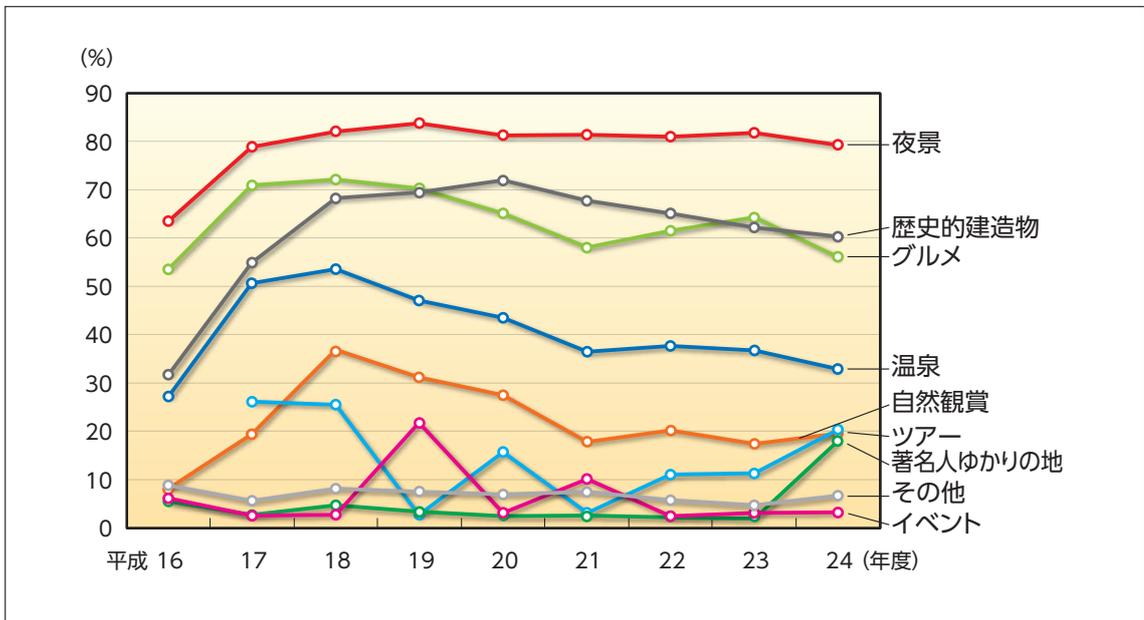


<道外>



■ 函館観光を選んだ理由

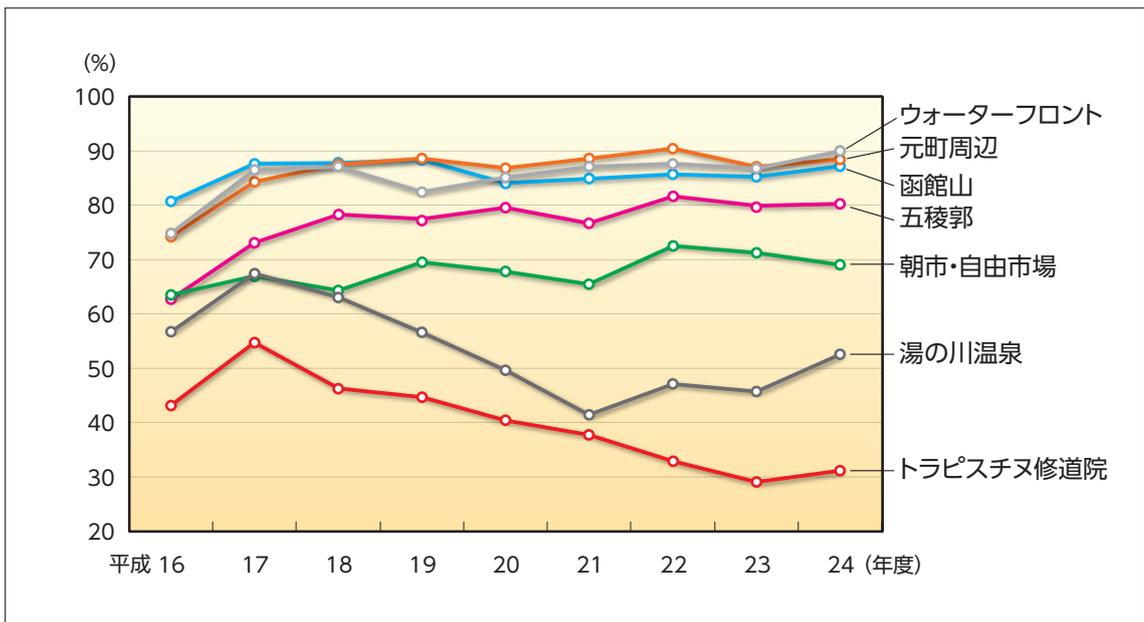
函館を旅行先にした理由は、「夜景」、「歴史的建造物」、「グルメ」の三つが挙げられており、これらを目的に本市へ訪れている旅行者が多くなっています。



■ 函館観光の訪問先

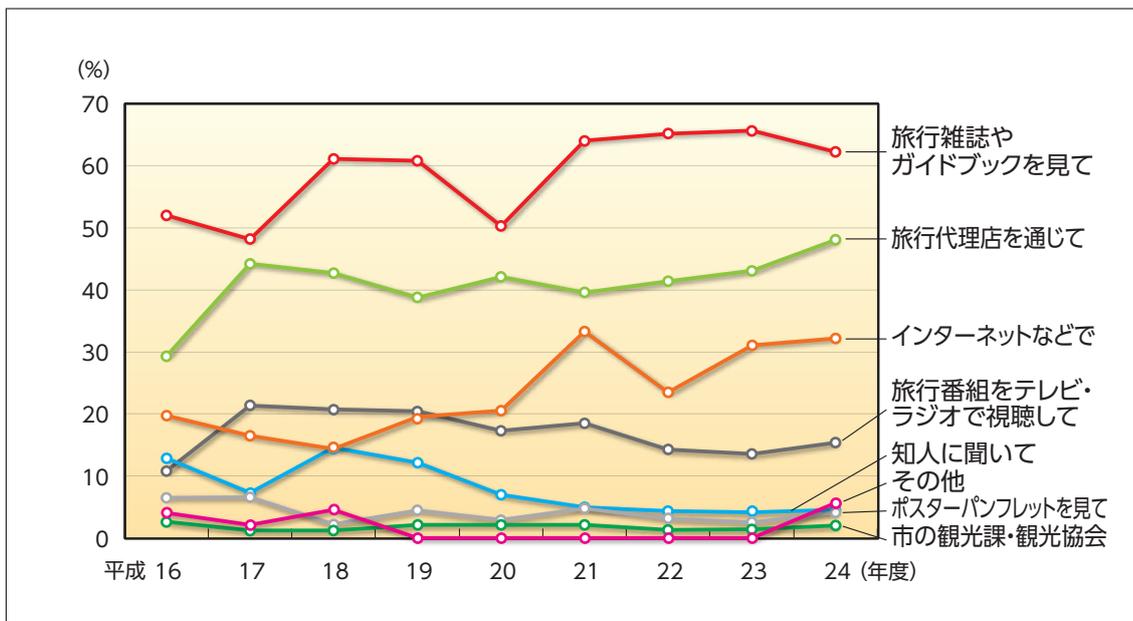
函館での訪問先は、「ウォーターフロント」、「元町周辺」、「函館山」の三つが極めて高い割合を示しており、ほとんどの観光客がこの三つのスポットを訪れていることがわかります。これらは、それぞれの魅力とともに、徒歩移動も可能なコンパクトなエリアに集中しているためと考えられます。

また、次に人気のある「五稜郭」は、平成18年の五稜郭タワーの建て替え、平成22年の箱館奉行所のオープンにより、さらに魅力が向上したためと考えられます。



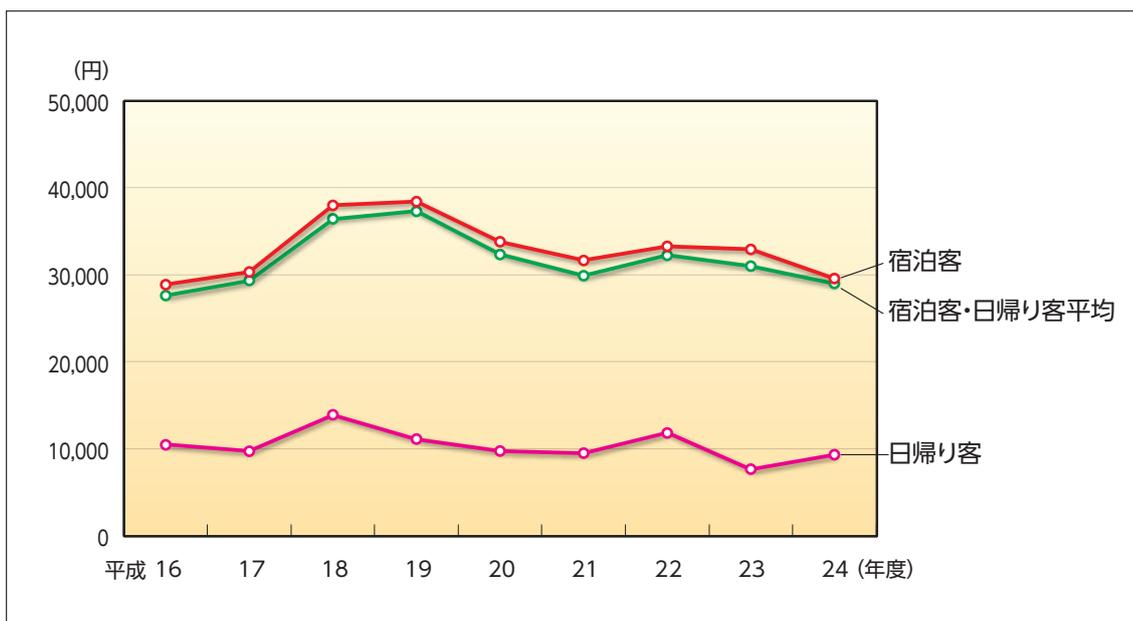
### ■観光情報の入手方法

函館の観光情報の入手方法としては、旅行雑誌やガイドブックが多く、次いで旅行代理店、インターネットと続いています。特に、ここ数年は、旅行ニーズの多様化に伴い、個人旅行者が多くなってきており、インターネットを利用し、自分で知りたい情報を事前に調べてから訪れる観光客が多くなってきています。



### ■観光消費額

観光客が函館で消費した費用は、景気の低迷などにより年々減少傾向にあります。



## 4 函館観光の評価

民間調査による結果から、函館観光は高い評価を得ていることがわかります。

消費者の視点で「認知(地域が知られているか)」、「魅力(地域がどのように評価されているか)」の指標から明らかにした「地域ブランド調査2013」では、全国約1,000自治体のなかで、本市が第2位という結果となっています。

全国の地域ブランド(地域名・名産品)の「実力」や「実像」を、ブランド力や認知度、魅力点など様々な観点から分析、評価する「地域ブ

ランド戦略サーベイ2013」では、本市が第5位にランクされています。

日本の魅力を紹介するフランスの旅行ガイド「ミシュラン・グリーンガイド・ジャポン」では、「函館山からの眺望」が三つ星のほか、五稜郭など多くの観光資源が二つ星・一つ星として掲載されました。

旅行口コミサイトである「トリップアドバイザー」では、「函館山」が国内夜景スポットTOP20(2012年)の第1位に選ばれました。

### ●民間調査の結果

#### ○地域ブランド調査2013((株)ブランド総合研究所)

第1位・京都市 **第2位・函館市** 第3位・札幌市

#### ○地域ブランド戦略サーベイ2013((株)日経リサーチ)

第1位・京都市 第2位・神戸市 第3位・横浜市  
第4位・札幌市 **第5位・函館市**

#### ○ミシュラン・グリーンガイド・ジャポン

三つ星(わざわざ旅行する価値がある)…………… 函館山からの眺望  
二つ星(寄り道する価値がある)…………… 五稜郭ほか5か所  
一つ星(興味深い)…………… 八幡坂ほか13か所

#### ○トリップアドバイザー

国内夜景スポット TOP20 2012

**第1位・函館山**

# 3 函館観光の見通し

観光動向や函館観光の現状を踏まえ、今後の函館観光を次のように展望します。

## 1 観光市場の見通し

### ■国内観光市場の縮小

国内における観光市場が、少子高齢化に伴う人口減少により縮小していくことが確実視されているため、観光入込客数は、社会情勢や自然現象などの外的要因による一時的な増減はあるものの、長期的には、ゆるやかに減少していくことが予想されます。特に、少子化が進むことにより、修学旅行で訪れる児童・生徒の人数や家族旅行の人数が減少するなどといった影響が大きくなっていくものと考えられます。

### ■北関東や南東北の観光市場化

例年、観光アンケート調査において最も高い割合を占めている関東からの観光客が引き続き多いと予想されますが、北海道新幹線が開業することに伴い、今後は、新幹線の沿線地域である北関東および南東北も重要な観光市場に加わることが予想されます。

また、首都圏からの観光客については、現在、移動時間が少ない航空機による来訪が最も多いとされていますが、新幹線の場合、悪天候による延着や運休の恐れが航空機に比べて少ないことから、航空機利用者の一部が、より定時性の高い新幹線の利用へとシフトしていくことが予想されます。

### ■海外市場の伸び

引き続き東アジア市場を中心に、外国人観光客の増加が予想されるとともに、経済発展を背景に東南アジアからの旅行需要の増加も期待されます。

同時に、海外からの観光客に対するソフト・ハード両面での受入環境の整備がこれまで以上に重要となってくることが想定されます。

### ■MICE市場の伸び

平成26年度には、水産・海洋に関する学会等に対応できる施設として、函館市国際水産・海洋総合研究センターが、平成27年度には、大規模なコンベンション施設として、函館アリーナがそれぞれオープンする予定であり、大型の国際会議や学会などの各種大会を開催することが可能となるため、MICE誘致のための取り組みを今まで以上に積極的に進めていく必要があります。

また、函館アリーナと合わせて函館フットボールパークの供用も開始されることから、平成32年に開催される東京オリンピック・パラリンピックの事前合宿など、スポーツ合宿の誘致も期待できます。

さらには、上述のとおり東南アジアにおける旅行需要の増加に関わり、インセンティブツアー（報奨旅行、招待旅行）で訪れる外国人の増加も期待されます。

## 2 観光客の見通し

### ■個人旅行者層が中心

全国的な動向を見ると、家族・友人などとの個人旅行が主流となっており、旅行に出かける前に、あらかじめ旅行雑誌やガイドブック、インターネットで自分の知りたい観光情報や、現地での移動手段、周遊ルートなどを調べ、自分好みに旅程をアレンジして観光を楽しむ旅行スタイルが定着しつつあることから、今後もそうした個人旅行者層が中心となっていくことが予想されます。

## 3 観光行動の見通し

### ■移動手段の多様化、広域移動の増加

北海道新幹線の開業や新規航空路線の就航、高速道路網およびふ頭の整備など、本市への交通アクセスの利便性がより一層向上することにより、国内外の主要都市・地域からの移動がこれまで以上に容易になることから、移動手段の多様化や広域移動の増加が予想されます。

一方で、交通アクセスの利便性が向上するということは、日帰り旅行ができる範囲が広がることにも繋がることから、日帰り客数の増加に反して、宿泊客数の減少が懸念されます。

### ■リピーターの増加

既に本市を訪れる約6割の観光客がリピーターであることから鑑みると、初めて訪れる観光客を、リピーターにするための施策が必要であると考えられます。

また、何度も足を運んでくれるリピーターを飽きさせないためには、これまでの函館観光のイメージにとらわれない、様々な業種との連携による、函館ならではの観光メニューづくりが必要になってくると考えられます。

### ■新しい観光行動の発生と宿泊の増加

リピーターの増加とともに、豊富な体験型観光の提供や、多種多様な観光情報の発信、質の高い観光ガイドの存在、幅広い食の提案などにより、特定の観光対象への関心が深まることが期待されることから、ニューツーリズム（※）など、新たな観光行動への広がりが予想されます。さらには、四季折々の観光を楽しむ層の増加とともに、滞在日数の伸びが期待できます。

長期的には、連泊しながら生活者のような行動スタイルへと展開していくことも予想されます。

#### ※ニューツーリズム

従来の物見遊山的な観光旅行に対して、テーマ性が強く、体験型・交流型の要素を取り入れた新しいタイプの旅行。

# 4 函館観光の経済波及効果

観光は本市が誇る産業の一つであり、今では、全国でも有数の観光都市と言われるまでの発展を遂げ、国内において、函館＝観光都市としてのイメージが定着するまでに至っています。

しかし、一口に観光振興と言っても、交通、飲食、物販、宿泊など、多岐にわたる産業が複雑に関連していることから、観光客の増減だけでは、その成果を的確に把握することは難しく、様々な角度から本市の観光について評価・検証することが必要です。

とりわけ、本市において観光振興を進めることのメリットを明確に示すためには、本市の産

業構造の特性を踏まえたうえで、観光がどの程度地域経済に影響を与えているのかを客観的に把握する必要があります。

ここでは、公益社団法人日本観光振興協会が行った調査結果をもとに、本市における観光の経済波及効果について、明らかにします。

なお、前計画では、北海道が作成した渡島支庁管内における産業連関表を基に推計していましたが、本計画では、本市独自の簡易版産業連関表を作成した上で推計を行っていることから、前回よりも精度の高い推計結果が得られています。

## ■経済波及効果の算出方法

本市における観光による経済波及効果について、函館市内での観光消費額(①)およびその消費額がどの産業にどの程度波及しているかを表す産業連関表(②)の2つを用いて推計しました。

算出方法および算出結果については、それぞれ以下のとおりです。

### ①観光消費額

平成24年度観光アンケート調査結果によって得られた観光客の消費単価(表1-1)に、平成24年度の来函観光入込客数(表1-2)を乗じて算出しました。算出結果は表1-3のとおりです。

●表1-1 観光客の消費単価(平成24年度)

(単位:円)

	宿泊客単価(A)	日帰り客単価(B)
宿泊費	12,417	—
土産購入費	8,019	3,167
飲食費	6,306	3,917
市内交通費	1,625	392
その他(入館料、体験料等)	1,201	1,833
総消費額(計)	29,568	9,309

●表1-2 来函観光入込客数(平成24年度)

(単位:千人)

宿泊客数(C)	日帰り客数(D)	合計
2,991.2	1,510.0	4,501.2

●表1-3 函館市の観光消費額推計値(平成24年度)

(単位:億円)

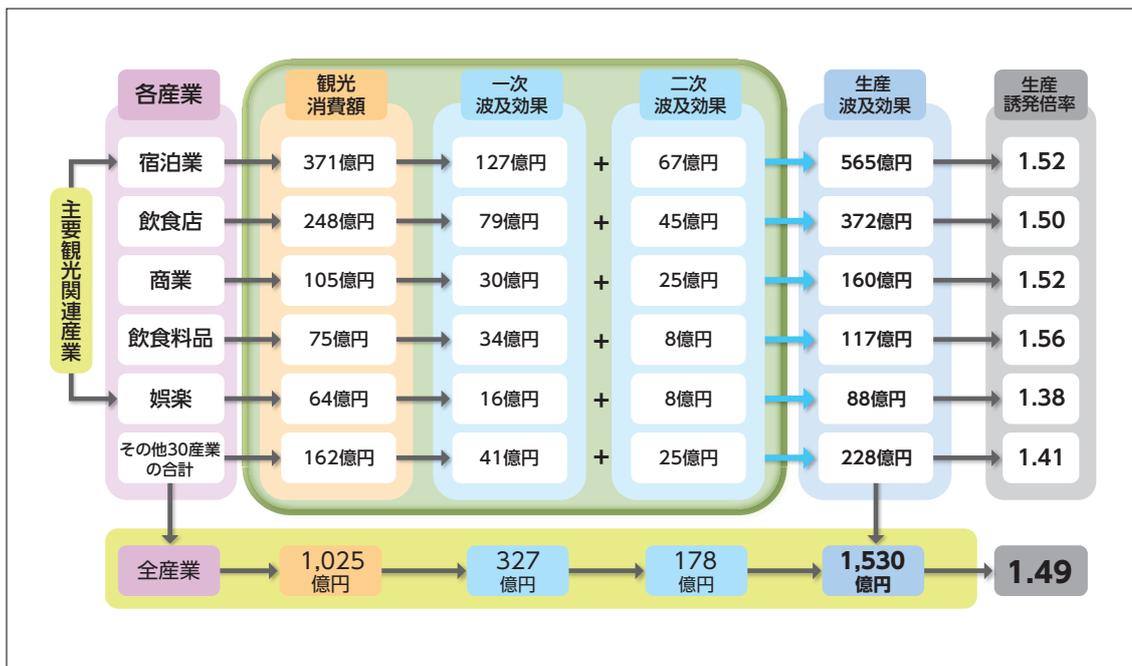
	宿泊客による観光消費額(E) (A×C)	日帰り客による観光消費額(F) (B×D)	観光消費額 (E+F)
宿泊費	371	—	371
土産購入費	240	48	288
飲食費	189	59	248
市内交通費	48	6	54
その他(入館料、体験料等)	36	28	64
計	884	141	1,025

②函館市産業連関表

市内に所在する事業所へのアンケート調査の結果をもとに、簡易分析用の産業連関表を作成したところ、各産業への波及効果は、以下のとおりであることがわかりました。

この結果から、観光が広く様々な産業へと波及していることが、具体的に明らかとなりました。

●観光消費から波及する経済効果のイメージ



■経済波及効果の推計結果

以上の結果をもとに、本市における観光による経済波及効果を推計したところ、以下のとおりとなりました。

●生産波及効果

(観光消費額+一次波及効果+二次波及効果)

平成24年度に函館市へ訪れた約450万人の観光客による観光消費額については、1,025億円という結果が得られました。

観光客が市内で物を消費・購入することで、売り手側には原材料等を調達するための需要が発生しますが、先述の産業連関表による試算によると、その効果額は327億円であると推計されます(=一次波及効果)。

さらに、それらの生産を通じて、雇用所得が増加することで、家計による消費支出が喚起され、さらなる波及効果が生まれますが、産業連関表をもとにした試算によると、その効果額は178億円であると推計されます(=二次波及効果)。

これらを合わせた生産波及効果の合計額は1,530億円となり、本市における観光消費額1,025億円に対して、1.49倍の生産誘発効果があるとの推計結果が得られ、前計画で推計していた生産波及効果の倍率(1.41倍)よりも高くなっていることが明らかとなりました。

【産業連関表とは】

一定期間(通常一年間)において、財・サービスが各産業部門間でどのように生産され、販売されたかについて、行列(マトリックス)の形で一覧表にとりまとめたものです。

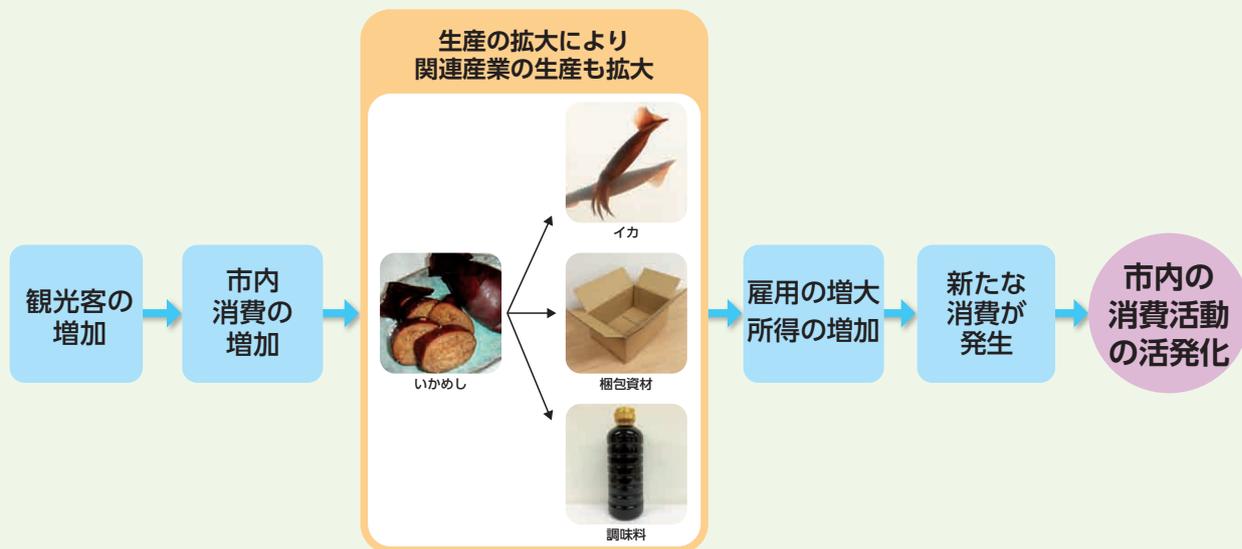
ある一つの産業部門は、他の産業部門から原材料や燃料などを購入し、これを加工して別の財・サービスを生産し、さらにそれを別の産業部門に対して販売します。購入した産業部門は、それらを原材料等として、また、別の財・サービスを生産します。このような財・サービスの「購入→生産→販売」という連鎖的なつながりを表したのが産業連関表です。

産業連関表の仕組みを利用して、ある産業に新たな需要が発生した場合にどのような形で生産が波及していくのかを計算することができます。

函館市の水産加工業を例として考えてみると、観光客が増加し、飲食やお土産の購入などにより水産加工食品に対する需要が増加した場合、水産加工業は生産を拡大します。水産加工食品を生産するためには魚介、包装材料、調味料など数多くの製品(原材料)が必要となります。次に魚介を収穫するためには船(造船業)や餌も必要となります。

一方、生産活動が盛んになれば、そこで働く労働者の所得も増加し、それは新しい消費を生むことになり、需要の増加に繋がっていきます。

※観光客の増加による経済波及効果のイメージ



このように、経済活動は、産業相互間あるいは産業と家計などの間で密接に結びつき、互いに影響を及ぼしながら営まれています。

このような経済活動の状況を、さまざまな統計データを使って一覧表にしたものが「産業連関表」です。

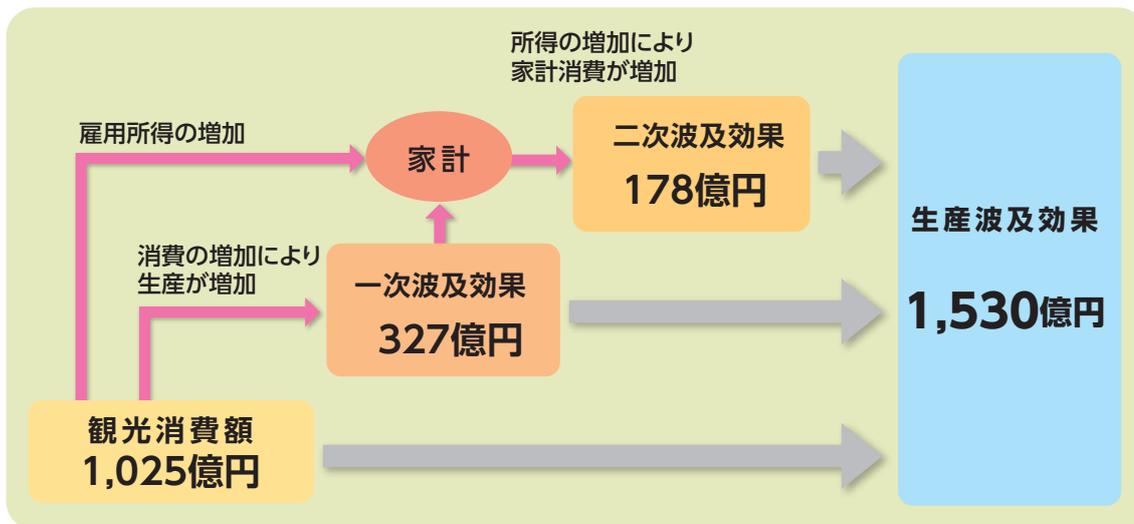
※産業連関表の構造

産業連関表を縦(列)方向に見ると、財・サービスの生産にあたって投入された原材料及び粗付加価値の構成が示されており、横(行)方向に見ると、生産された財・サービスの販売(産出)先の構成が示されています。

供給部門	需要部門	中間需要(原材料)				最終需要			市内生産額 A+B-C
		農林業	漁業	飲食料品(水産食品)	.....	計(A)	消費	移輸出	
中間投入(原材料)	農林業								
	漁業								
	飲食料品(水産食品)								
	計(D)								
粗付加価値	雇用者所得								
	営業余剰								
	計(E)								
市内生産額 D+E									

- ・中間需要: 生産活動の結果、生み出された各産業の生産物が、自・他産業の原材料や燃料などの中間生産物としてどれだけ販売されたかを示す販売額のことです。
- ・中間投入: 各産業が財・サービスを生産するために必要となった原材料・燃料等をどの産業からいくらか購入したかを示す中間生産物の購入額のことです。
- ・移輸出: 市内事業所および個人が、市外に対して行った移出および移出のことです。市外居住者が本市内で消費した分も含めます。
- ・移輸入: 市内事業所および個人が市外から購入する財・サービスの移入及び輸入です。市内居住者が市外で消費した分も含めます。
- ・粗付加価値: 生産活動によって新たに付加された価値のことです。したがって、家計外消費支出、雇用者所得、営業余剰、資本減耗引当、間接税及び補助金(控除)から構成されます。中間投入に粗付加価値を加えたものが市内生産額になります。
- ・最終需要: ある産業が、最終的に消費される財やサービスをどれだけ家計などに販売したかを表し、また、次のような関係が成立しています。  
(最終需要の合計=移輸入の合計=粗付加価値の合計)

●観光消費から波及する経済効果のイメージ



●付加価値波及効果

観光による消費が様々な産業の生産を誘発することで、企業の利潤、ひいては個人の所得形成へ大きな効果をもたらします。それら付加価値波及効果(GDP)は、一次波及効果として699億円、二次波及効果として115億円、合わせて814億円と推計されます。

●雇用波及効果

各産業の生産が誘発されることで、雇用創出への効果をもたらします。それら雇用波及効果は、一次波及効果として14,579人、二次波及効果として1,387人、合わせて15,966人と推計されます。

●函館市における観光の経済波及効果(平成24年度)

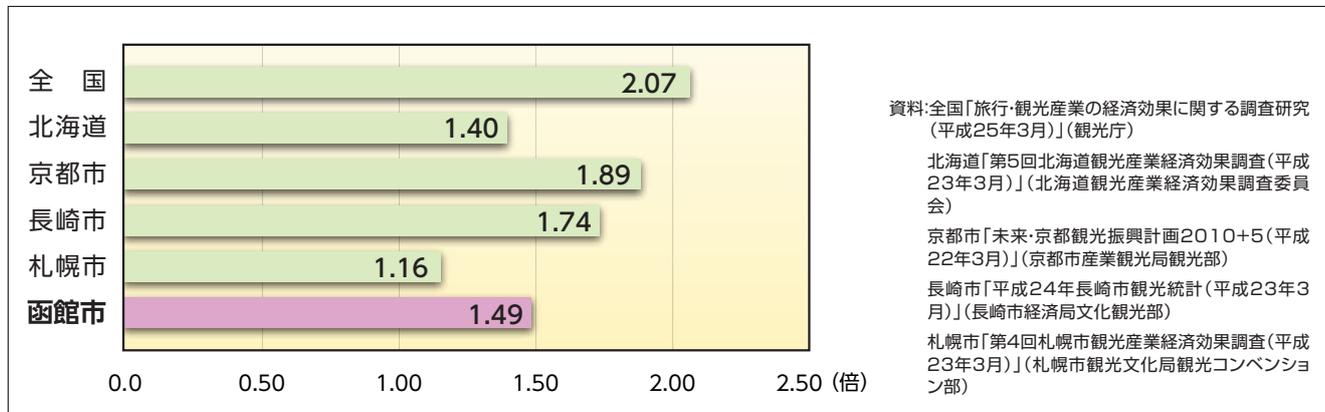
生産波及効果	1,530億円
観光消費額	1,025億円
一次波及効果	327億円
二次波及効果	178億円
付加価値波及効果(GDP)	814億円
一次波及効果	699億円
二次波及効果	115億円
雇用効果	15,966人
一次波及効果	14,579人
二次波及効果	1,387人



## ■経済波及効果の比較

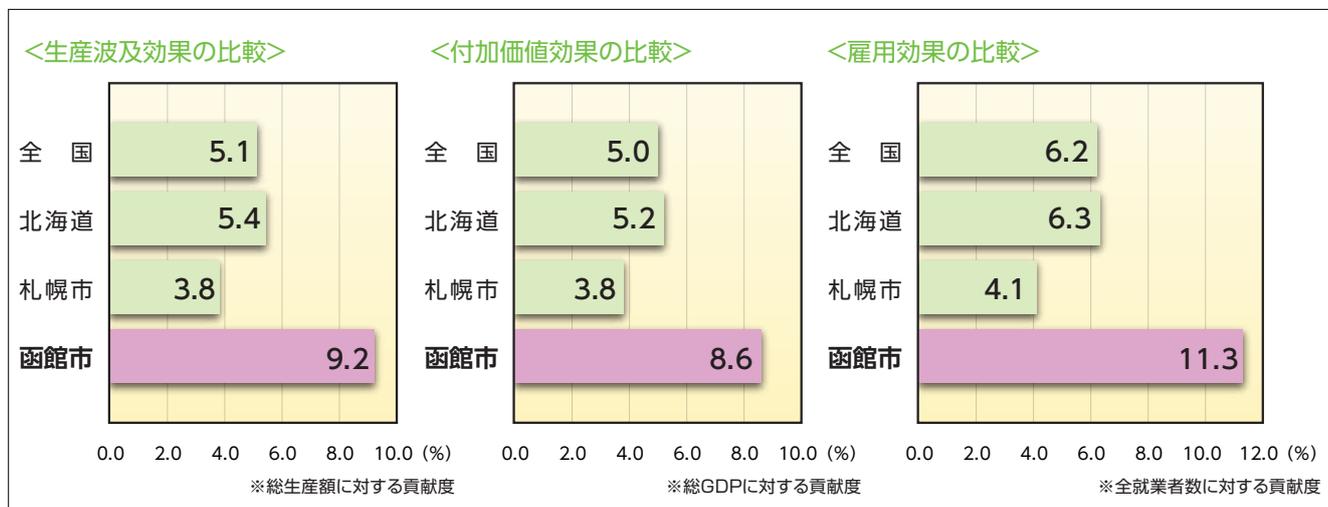
全国、北海道、および他都市の生産波及効果の倍率と比較すると、以下のとおりとなります。

### ●観光消費額に対する生産波及効果の倍率比較



国→都道府県→市町村となるにつれて、財やサービスを域外で調達する割合が高くなることから、一般的には生産波及効果の倍率が下がっていく傾向にありますが、それにもかかわらず、北海道の倍率よりも本市の倍率の方が高くなっています。したがって、本市における観光による経済波及効果は、非常に高いと言えます。

### ●観光による生産波及効果の貢献度の比較



## ■調査結果からの考察

以上の結果から、観光振興に対する各種の取り組みを推進していくことは、地域経済の活性化を図るうえで、非常に有効な戦略であることがわかります。

今後、我が国において、少子高齢化に伴う本格的な人口減少社会の到来が予測されるなか、地域への経済波及効果を高めていくためには、観光入込客数を維持しつつ、いかに観光消費額を高めていくことができるかが鍵となります。

これからの時代、観光による経済効果を最大限に享受するためには、観光事業者や行政だけでなく、市民をはじめ様々な業種との連携・協力のもと、地域一丸となって観光振興に関する取り組みを進めていくことが求められます。

# 5 函館観光の課題

これまでに述べてきた内容から、函館観光の課題を次のように集約します。

## 1 滞在型および通年型観光へ向けた取り組みの強化

北海道新幹線の開業を契機に、さらなる観光客を呼び込むための取り組みを進めると同時に、人口減少により国内観光市場そのものが縮小することが確実視されているなか、観光客の消費行動を喚起し、観光消費額を向上させるような取り組みが重要となります。

本市においては、再訪者の占める割合が約6割であることから、これらリピーターに強く支持されている観光都市であることがうかがえます。

本市の観光振興は、地域経済の活性化への強い期待もあることから、これらリピーターの存在を重視しながら、宿泊日数や旅行費用などの増加に結び付くような滞在型の観光都市へ移行させていくことが課題です。

滞在型観光への取り組みとして重要なのが、広域観光の推進です。本市を起点として、函館にはない多様な観光資源を持つ道南各地への周遊を促すことで、より広がりのある観

光メニューを提供することが可能となります。さらには、北海道新幹線開業を見据えた、青函連携の取り組みにも注力することが必要です。青森市や弘前市、八戸市などとともに、青函圏が一体となった取り組みを進めることで、より効果的な観光客誘致を実現するとともに、互いに不足している魅力を補い合い、観光地として、より高みを目指すことが可能となります。

また、前計画期間においても、秋冬における各種イベントの実施などにより、オフシーズンの誘客に一定の成果がありましたが、冬季の観光入込客数は夏季に比べてまだ少ない状況となっています。

冬季における市内宿泊施設の収容力は十分にあることから、オフシーズンである秋冬の魅力積極的にPRしながら、この季節のさらなる底上げを図り、通年型観光へ向けた取り組みをさらに強化していくことも課題です。

## 2 国内屈指の観光都市にふさわしい受け入れ環境の充実

平成27年度末に北海道新幹線が開業することに伴う、北関東や南東北などの新たな市場からの観光客の増加や、経済成長を背景とした東南アジア等からの外国人観光客の増加が予想されることから、リピーターの増加に繋げるため、観光客の満足度の向上を今まで以上に重視する必要があります。

そのためには、わかりやすい案内板などの設置や、誰でも利用できる施設への改善、市民と

観光客の交流機会の増加など、質の高いおもてなしの実践が重要です。

国内でも屈指の観光都市として高く評価されている本市にあつては、観光が私たちの暮らしやまちづくりに密接に関わっているという意識のもと、市民、事業者、行政がそれぞれの役割を担いながら、これからも高い評価にふさわしい受け入れ環境の充実を図っていくことが課題です。

### 3 国際化を見据えた新たな観光時代への対応

北海道新幹線の開業、クルーズ客船の寄港増加、函館アリーナ建設によるMICEの増加など、今後10年間で本市の国際化の流れはますます加速していくと考えられており、国際化への対応は急務となっています。

先述のとおり、東南アジアを中心とした団体観光客をはじめ、富裕層、イスラム文化圏からの観光客、新幹線を利用したFITの増加など

が期待されることから、今後は、海外からの観光客数を伸ばしていくための取り組みが求められます。

また、外国人観光客が気持ちよく快適に滞在できるように、それぞれの国や地域による文化や風習などに対する理解を深めながら、今まで以上にきめ細やかな対応を実現していくことが重要な課題です。



## 第3章

# 計画の基本方針

---

1 基本理念 .....	48
2 基本方針 .....	49
3 基本方針を読み解く5つのキーワード .....	50
4 目標値の設定 .....	52

---

# 1 基本理念

前章で明らかにした課題を踏まえ、本市が有する魅力の活用や将来動向を勘案しながら、函館市が目指す10年先の姿を、基本理念として次のとおり設定します。

## 基本理念

# 人・まち・文化の宝石箱 新・国際観光都市 函館へ

この基本理念では、人・まち・文化に至る豊富な魅力を、キラキラと輝く宝石のような観光資源ととらえ、市全体をこうした魅力がぎっしり詰まった「宝石箱」にたとえており、次の10年間に向けて既存の観光資源をさらに磨き上げるとともに、新たな観光資源も加えながら、絶えず進化する新しい国際観光都市を目指します。

そのためには、「宝石箱」のなかの宝石がいつもきれいに輝いていられるよう、このまちに住む一人ひとりが、普段からその宝石を絶えずきれいに保つ努力をしていくことが必要です。同時に、先人たちが大事に守り、後世に伝えてきた「宝石箱」のなかで、今もこうして暮らしているという感性を、市民全体で共有しようというメッセージが込められています。

## 2 基本方針

基本理念を実現させるために、以下の3つの方針を設定し、施策を展開します。強い相関関係で結ばれたこれら3つの基本方針は、どれも欠くことのできない重要な要素であり、ここでは未来を照らす道標として設定します。

### 基本方針

#### 交流・にぎわいの創出

市民と観光客がともに集い、楽しむことで、  
様々な交流が生まれる、にぎわいのあるまち

#### おもてなし・満足度の向上

観光客の満足度が極めて高い、  
おもてなしにあふれたまち

#### 国際化の促進

海外からの観光客が安心して快適に楽しめる、  
世界に通じる観光のまち

# 3 基本方針を読み解く5つのキーワード

3つの基本方針を読み解き、具体的施策へと結びつけるためのキーワードとして、以下の5つを設定します。

先述の3つの基本方針とこれらのキーワードを組み合わせることで、具体的な施策展開の道筋がはっきりと見えてきます。

基本理念が示す理想像を目指すために、3つの基本方針から各施策へどのようにアプローチしていくべきか、そのポイントを明確にとらえられるよう、ここではあえてキーワードという形で表現しています。

## 5つのキーワード

### 函館ブランド

異国情緒あふれる街並みや歴史的建造物の保存活用、函館ならではの「食」や「歴史」の観光資源化、地域性を生かした観光メニューの創出などにより、「憧れ」と「身近さ」を兼ね備えた、市民が誇れる函館ブランドの確立を図ります。

### プロモーション

北海道新幹線の開業を見据えた首都圏・北関東・東北や、誘客が期待できる東南アジア等の海外への誘致宣伝活動をはじめ、修学旅行、新規航空路線、クルーズ客船寄港などを対象とした誘致宣伝活動に取り組みます。

### ホスピタリティ

観光客を迎えるホスピタリティ意識の醸成、人材の育成などにより、国内外からの観光客に感動を与えられるよう、まちを挙げてのホスピタリティの向上に努めます。

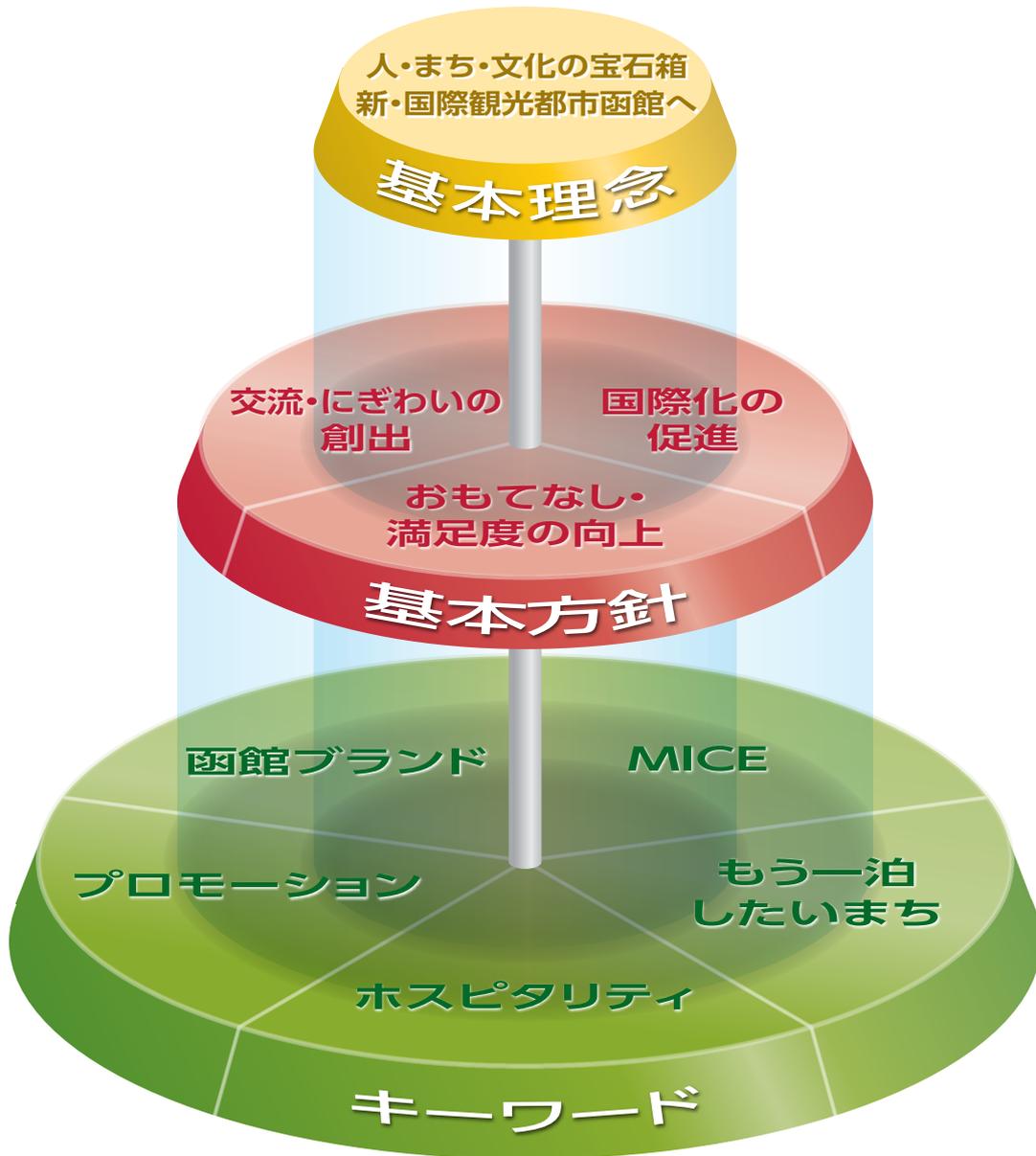
### もう一泊したいまち

既存観光資源の見直しや新たな観光資源の創出のほか、広域連携による観光メニューの充実などにより、滞在型の観光を促進します。

### MICE

MICEを推進するため、函館アリーナをはじめ、受け入れ施設などに関する情報提供や誘致宣伝活動、各種支援サービスなどに取り組みます。

## 基本理念・基本方針・キーワードの関係図



# 4 目標値の設定

本市においては、観光による経済波及効果が非常に大きいことから、地域経済の活性化のためには、観光客の消費活動を拡大することが重要です。

前計画では、観光入込客数の目標を設定し、その実現のために各種施策を実施しましたが、本計画では、観光入込客数のほか、宿泊数の増加や満足度の向上といった目標を設定し、地域経済に効果の大きい滞在型観光の実現に向けた取り組みを積極的に推進します。

なお、観光入込客数については、北陸新幹線の開業や東京オリンピック開催などの減少要素のほか、国内観光市場の縮小により、減少していくことも懸念されますが、一方で、北海道新幹線の開業をはじめ、函館アリーナおよび函館フットボールパークの供用開始やクルーズ客船の寄港拡大などの増加要素に加え、外国人観

光客の順調な増加傾向を背景に、さらに増加していく可能性も十分にあります。

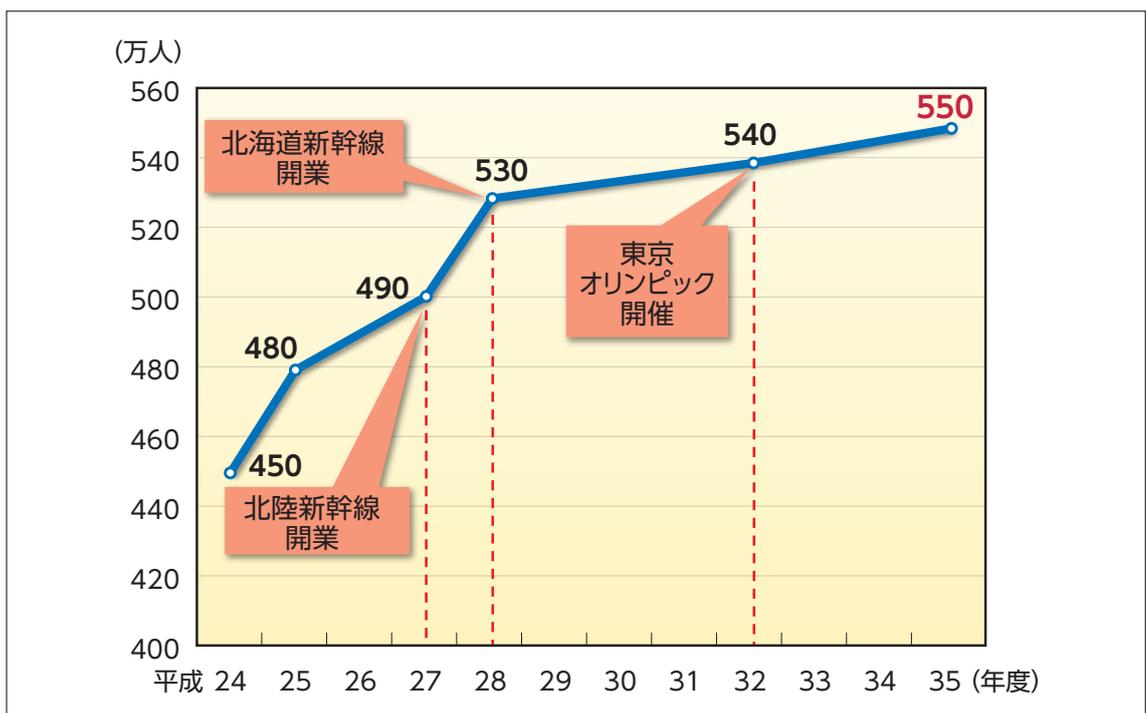
そうした状況の中、北海道新幹線の開業を契機に、観光入込客数の底上げを図るべく、各種施策の実施により、下記のとおり、観光入込客数の拡大を目指すこととします。

特に、外国人観光客については、国内観光市場とは異なり、東南アジアを中心に拡大していく余地があることから、今後10年間は、本格的な国際観光の推進に当たる最初のステップとして、来函外国人宿泊者数の増加を重要な目標の一つとし、そのための施策を重点的に推進していくこととします。

なお、観光入込客数については、災害や経済危機などの外部要因に大きく左右されることから、状況によっては、5年後の中間評価の際に、目標値の見直しを検討することとします。

## 北海道新幹線開業を契機とした観光入込客数の底上げ →観光入込客数 **550万人** の達成

●観光入込客数の目標値



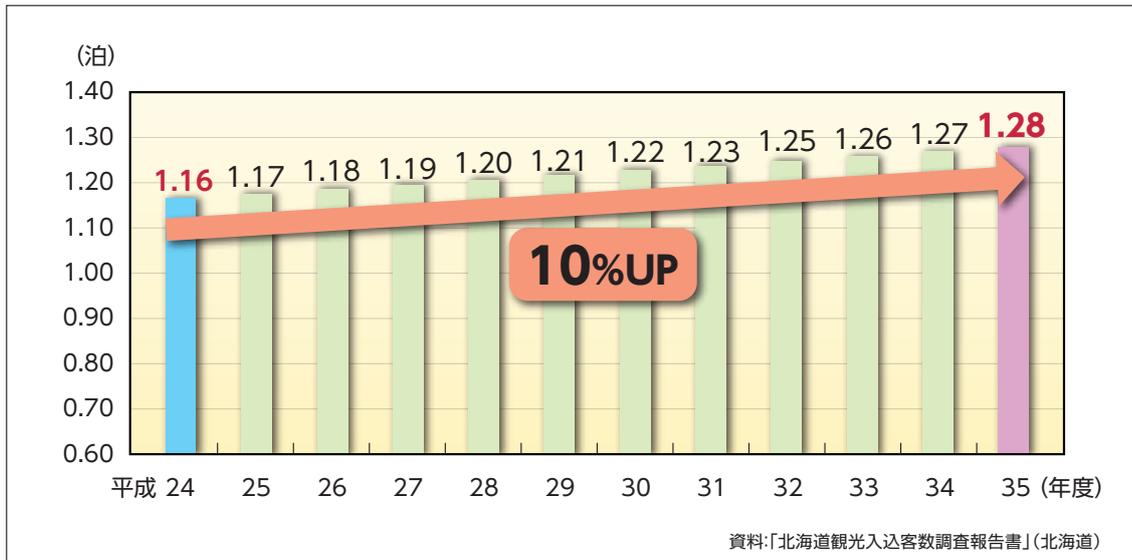
これを踏まえ、3つの基本方針の達成度を判断する指標として、次のとおり目標値を設定します。

## 1 交流・にぎわいの創出

目標

平均宿泊数の増加を目指す。

### ●平均宿泊数の目標値



交流・にぎわいの促進を確認するための具体的指標は、北海道が実施している観光入込客数調査の結果から算出する「来函観光客の平均宿泊数」とし、その増加を実現することで交流・にぎわいの達成度を判断します。

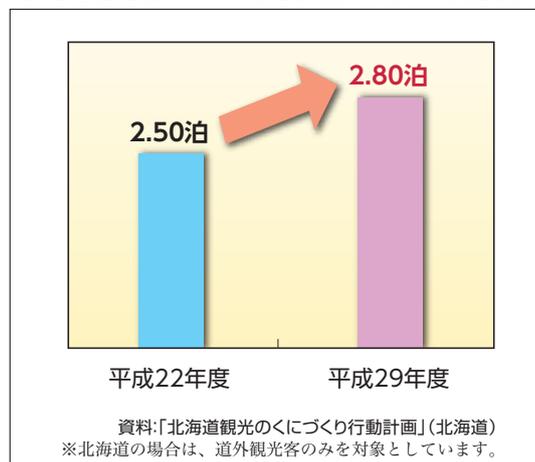
具体的には、本市のこれまでの平均宿泊数の増加傾向に基づき、引き続きこの増加傾向を維持していくことに重きを置き、北海道の目標値(道外観光客の平均宿泊数を平成22年度2.5泊から平成29年度2.8泊まで増加)を参考にしながら、平成24年度の平均宿泊数1.16泊を平成35年度には1.28泊(10%増)にすることを目標に、効果的な施策を実施することとします。

また、平均宿泊数を増加させることにより、観光客の平均消費単価の増加を図り、本市における観光による消費額の増加を実現するこ

ととします。

なお、本市の方が北海道よりも低い増加率となっていますが、これは、道内の主要観光都市における観光客の宿泊率が約3割なのに対して、本市の場合は約6割と、すでに突出して高い宿泊率を実現していることを加味しています。

(参考)【北海道における平均宿泊数に関する目標値】

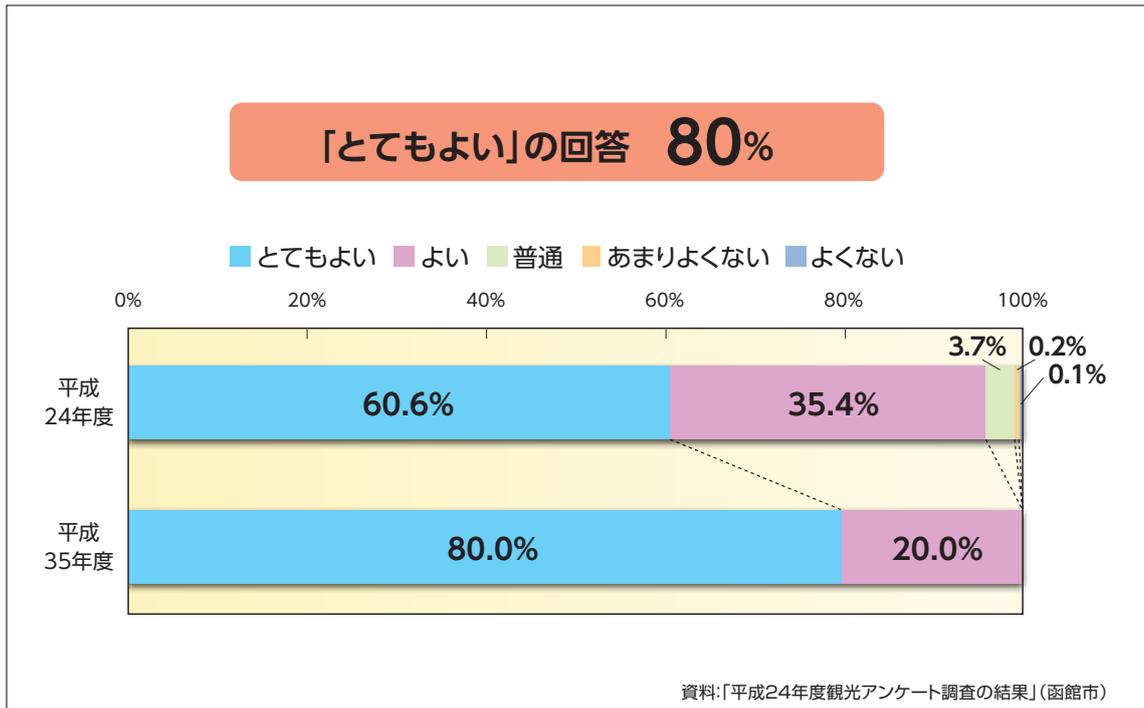


## 2 おもてなし・満足度の向上

目標

函館の印象について、「とてもよい」の回答率向上を目指す。

### ●函館の印象「とてもよい」の回答率の目標値



おもてなし・満足度の向上実現を確認するための具体的指標は、本市が毎年実施している観光アンケート調査に基づく「函館の印象」とし、そのなかで「とてもよい」の回答率の増加を実現することで、おもてなし・満足度向上の達成度を判断します。

具体的には、「よい」よりも「とてもよい」という評価をした人の方が、リピーターになりやすいということから、「とてもよい」に特化し、北海

道の目標値(平成29年度の満足度80%)を参考にしながら、平成24年度に60.6%だった「とてもよい」の回答率を、平成35年度には80%にすることを目標に、効果的な施策を実施することとします。

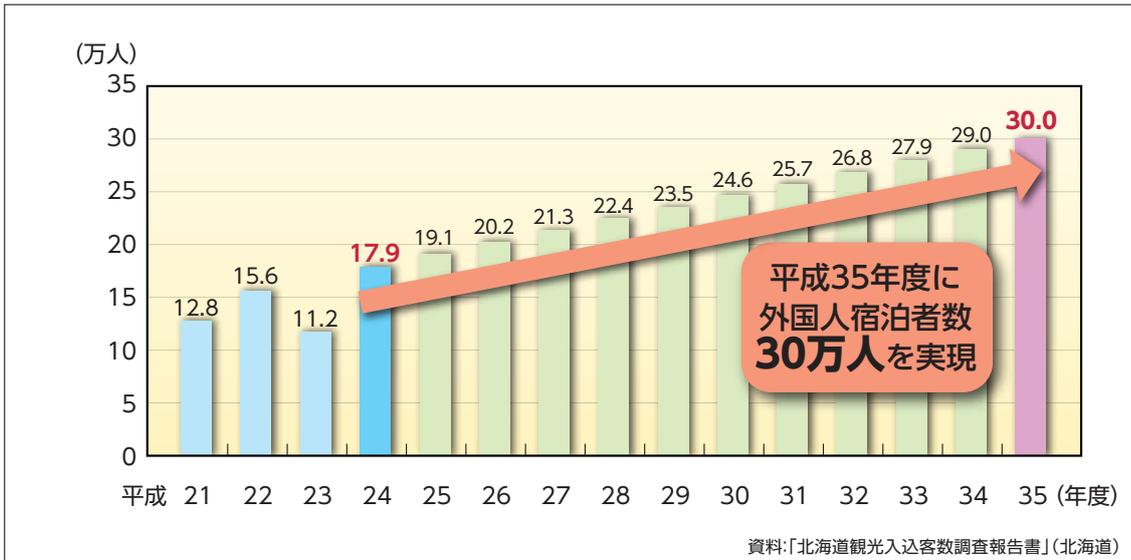
なお、「とてもよい」の回答率を増加させることにより、観光客の再来訪意向の高まりや再来訪の実現、口コミ効果による新たな観光需要の創出などへも繋がることが期待されます。

### 3 国際化の促進

目標

来函外国人宿泊者数の増加を目指す。

●来函外国人宿泊者数の目標値



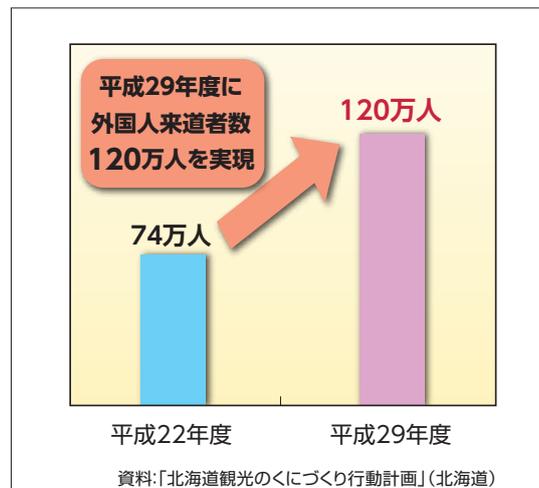
国際化の促進の進捗を確認するための具体的指標は、北海道が実施する「北海道観光入込客数調査」の訪日外国人来道者数に基づく「来函外国人宿泊者数」とし、その増加を実現することで国際化促進の達成度を判断する指標とします。

具体的には、北海道の外国人来道者数に関する目標値(平成29年度までに訪日外国人来道者数120万人を実現)を参考としながら、直行便の就航状況など本市の状況も鑑みて、平成24年度の外国人宿泊者数約17万9千人を平成35年度には30万人にすることを目標に、効果的な施策を実施することとします。

なお、外国人宿泊者は秋冬に増加することから、この季節の魅力を海外へ向けてPRする

観光プロモーションを展開するなど、特に秋冬における外国人宿泊者のさらなる増加を図ります。

(参考)【北海道における外国人観光客に関する目標値】





# 第4章

## 施策

---

1 施策設定の基本的考え .....	58
2 施策および具体的取り組み .....	58

---

# 1 施策設定の基本的考え

各施策を構成する具体的取り組みは、今後の観光を取り巻く社会情勢の変化を見ながら、本市を中心に、関係団体・関係機関と調整しつつ、柔軟かつ効果的に実施します。特に、市民参加が可能なものについては、積極的に市民との協働を図ります。

10か年の計画期間において、「前期」はおおむね前期5年以内、「後期」はおおむね後期5年以内、「通期」は計画期間を通して実施します。

なお、5年が経過した段階において中間評価を実施し、進捗状況や方向性などについて見直しを行います。

## 2 施策および具体的取り組み

以上の考え方に基づき、基本方針とキーワードに関連する詳細な施策および各施策の具体的な取組みを次のように設定します。

### ○街並み・歴史的建造物の保全・活用の推進

具体的取組み	概要	実施時期
伝統的建造物の保存・活用	歴史的に価値のある伝統的建造物等の保存および活用	通期
都市景観の形成に関する各種助成制度の利用促進	景観形成指定建築物等の保全や都市景観の形成に関する各種助成制度の利用促進	通期

### ○新たな観光資源の創出

具体的取組み	概要	実施時期
さらなる観光資源の創出と活用	歴史、文化、自然など、埋没している観光資源の掘り起しと活用	通期
既存観光資源等の再整備の推進	既存の観光資源やその周辺など、雰囲気、景観、歴史などを生かし、さらなる魅力向上を図るための再整備の推進	通期
グリーンプラザや市道広小路の整備	駅前通との連続性を考慮しつつ、観光名所・イベント機能も兼ね備えたにぎわい交流空間としての整備	前期
はこだておもしろ館の整備	函館駅前若松地区第一種市街地再開発ビル内に、広く市民や観光客が様々な分野の情報等をバーチャル体験し、交流できる施設を整備	前期
函館駅に隣接した新たな観光施設の整備	函館駅前におけるにぎわい創出のため、菓子の製造過程が見学できる工場や飲食・物販スペース、さらには市民や観光客が自由に集える公園を整備	前期

## ○アートディレクション(※)機能の充実

具体的取組み	概要	実施時期
函館ロゴマークの活用	ポスター、パンフレット、グッズ、ホームページ、各種事業など、多方面にわたる函館ロゴマークの活用推進	通期
視覚的にわかりやすい案内板・標識の整備	ピクトグラム(※)など、ユニバーサルデザイン(※)に基づいた観光案内板および観光標識の整備	後期
観光情報の総合的な調整	プロモーションに用いる各種宣材のビジュアルイメージを総合的に調整する機能の検討	通期
美しいまちづくりの推進	都市空間の形成に関連する施策を実施する際に、美しいまちづくり検討会委員から意見を聴取し、美しいまちづくりを推進	通期
景観アドバイザーによる景観誘導のための技術的支援	建築物等の新築や屋外広告物の表示の際に助言を行うなど、良好な都市景観の形成を図るための景観アドバイザーによる技術的支援	通期

※アートディレクション: 広告、宣伝、景観づくりなどにおいて、デザイン面での総合的な監修を行うこと。

※ピクトグラム: 何らかの情報や注意を示すために表示される、文字以外のシンプルな視覚記号(サイン)の一つ。

※ユニバーサルデザイン: 年齢や性別、言語、能力、身体状況などの違いに関わらず、様々な人に配慮して、はじめからすべての人が利用しやすいまちや施設、物(製品)、環境、サービス等のデザインをしようとする考え方。

## ○観光メニューの充実

具体的取組み	概要	実施時期
ニューツーリズムの推進	本市ならではの体験型観光、産業観光、食、学び、癒し、医療、遊び、景観などを生かした、市民も観光客も共に楽しめるニューツーリズムの推進	通期
外国人観光客向けの観光メニューの作成	縄文文化交流センター、アイヌ文化、道の駅、漁村集落、恵山、温泉などの多様な観光資源を活用した、外国人観光客の誘致を目的とした観光メニューの作成	前期
まちあるき観光の充実	既存のまちあるきイベント「てくてくはこだて」を基本とした、まちあるき観光メニューの充実	前期
修学旅行向け体験メニューの充実	体験メニューの提供施設などと連携した、修学旅行向け体験メニューの充実	前期
夜の観光メニューづくり	気軽に飲み歩きができるなど、市民と観光客のふれあいが生まれる観光メニューづくり	通期

## ○広域連携の推進

具体的取組み	概要	実施時期
広域観光コンテンツの磨き上げ	道南や東北など近隣地域と連携した広域的視点による周遊型観光コンテンツの磨き上げ	前期
広域連携による観光メニューの充実	道南や東北など近隣地域の多種多様な観光メニューを組み合わせた広域観光メニューの充実	通期

○秋冬の魅力の向上や発信

具体的取組み	概要	実施時期
秋冬の魅力の発掘と発信	外部専門家あるいは、道外住民、異なる国や地域の外国人をモニターとした秋冬の魅力の発掘と、雪への憧れや興味の強い東南アジア諸国など、誘致効果の高い国や地域へ向けた情報の発信	前期
秋冬のイベントの見直し	秋冬の一層の観光客誘致や滞在日数の増加を図るため、秋冬に開催される既存イベントの見直し	前期

○魅力ある食・土産品の創造および周知

具体的取組み	概要	実施時期
(仮称)函館観光物産館の整備検討	首都圏において函館の食と観光情報を継続的に発信する拠点整備の検討	前期
函館朝市ひろば(旧渡島ドーム)を中心とした朝市における食の発信	市民と観光客の交流拠点として新たに整備した函館朝市ひろば(旧渡島ドーム)を中心とした朝市における地域産品や魅力ある食の発信	通期
G-site(五稜郭グルメ村)の整備	地域コミュニティ施設と一体となった新たな飲食モールの整備	前期
観光物産展の開催および参加	国内外の誘致・宣伝効果が期待できる市場における観光物産展の開催および参加	通期
食と観光をテーマとしたイベントの開催	地域ならではの食と観光のPRを目的としたイベントの開催	通期
幅広い食の周知	市民に支持されている隠れた飲食店や料理など幅広い食の周知	通期
食・土産品創造の促進	函館ならではの食・土産品創造の促進	通期

○市民主体の歓迎

具体的取組み	概要	実施時期
市民と観光客の交流機会の創出促進	市民活動や各種イベントなどを通じた市民と観光客の交流機会の創出促進	通期
歓送迎イベントの開催	クルーズ客船の寄港時や、北海道新幹線開業時における市民参加による歓迎イベントの開催	通期
道路緑化活動の実施	歓迎ムードを盛り上げることを目的とした、官民一体での沿道の植樹ますの花植えや維持管理の実施	通期
環境美化に関する活動の推進	ボランティア制度を活用した簡易清掃や貼り紙の除去など、きれいな街並みの維持に関する活動の推進	通期

## ○ホスピタリティ意識の醸成および顕在化

具体的取組み	概要	実施時期
接遇研修等の充実	観光関連従事者を対象とした、時代のニーズに対応した接遇研修等の充実をはじめ、国・地域別の外国人旅行者ニーズに対応した各種研修等の充実	通期
国際交流の支援	国際交流関係事業への支援や小学生などを対象とした国際理解教育の推進	前期
まちあるき休憩ベンチの設置	まちあるき観光の利便性向上のほか、市民と観光客のふれあいの場となる「まちあるき休憩ベンチ」の設置	前期
だれでも利用できる施設への改善	観光関連施設を対象とした段差の解消、スロープや手すりの設置、点字表記などの促進	通期
市民および観光事業者の意識啓発	講演会や市の広報紙などを通じた市民および観光事業者へのホスピタリティ意識向上の取り組み	通期
観光客の安全・安心を守る体制の整備	災害等の非常時に、国内外の観光客の安全・安心を確保するための関係機関との協力体制および必要な方策の確立	前期

## ○人材の育成

具体的取組み	概要	実施時期
観光ボランティア団体の活動促進	新たなボランティアとの連携、観光ボランティア団体への助成、研修支援などによるボランティア活動の促進	通期
「函館歴史文化観光検定」の普及・検定合格者の活躍促進	多様な媒体を通じた「函館歴史文化観光検定」(はこだて検定)の普及および検定合格者の観光関連事業への参画、活躍の場の提供	通期
有償観光ガイドの育成	観光客の満足度をより一層高めるため、各種ガイドのプロ化実現を目指した有償観光ガイドの育成	後期
通訳ガイドの育成	外国人観光客へのきめ細やかな対応が可能な通訳ガイドの育成	前期

## ○市内における観光情報の充実

具体的取組み	概要	実施時期
多言語表記・対応の充実	観光情報の多言語表記や、函館市公式観光情報サイト「はこぶら」内の外国語サイトの充実、観光案内所における多言語、多文化への対応	前期
カード利用可能情報の提供	国内外で発行されている電子マネーやクレジットカードが利用可能な施設やATM情報などの提供	前期
テーマ別観光情報の発信	秋冬観光、滞在観光、国・地域別、観光客、ビジネス客、富裕層、高齢世代などテーマ別の観光情報発信の充実	通期
Wi-Fiの推進	交通拠点、観光施設、商業施設などのWi-Fi利用環境の整備と利用可能箇所の情報提供	前期
観光情報の提供場所の拡大	観光情報を入手できる場所の拡大	前期
(仮称)観光センターの整備検討	函館観光のワンストップサービス機能を持った拠点施設の整備について検討	前期
函館市まちかど観光案内所の充実	函館市まちかど観光案内所の周知と機能の拡大	前期
バス、路面電車における観光情報の提供	バス・路面電車の停留所における観光情報の発信および車内でのアナウンスを通じた観光情報の提供	前期

## ○多様な媒体を通じた情報の発信

具体的取り組み	概要	実施時期
電子媒体を通じた情報発信	「はこぶら」スマートフォン用サイトや「観光等案内情報端末」の運用など電子媒体による情報発信の充実	前期
紙媒体を通じた情報発信	新聞、雑誌など紙媒体への情報発信の充実	通期
放送媒体を通じた情報発信	テレビ、ラジオなど放送媒体への情報発信の充実	通期
宿泊施設を通じた情報発信	滞在客や再来訪客などタイプ別観光客のニーズを想定した宿泊施設による情報発信の充実	通期

## ○交通アクセス環境の整備

具体的取り組み	概要	実施時期
高速交通ネットワークの整備促進	新函館駅(仮称)および函館空港にアクセスする函館新外環状道路など高速交通ネットワークの整備促進	前期
駐車場情報の提供	自家用車やレンタカー利用者に対する駐車場情報の提供	前期
バスの利便性の向上	バス路線網の再編や停留所上屋の整備および利用しやすい料金体系の導入検討	前期
路面電車の利便性の向上	ICカード導入や均一料金制導入の検討のほか、デザイン性が高く利用しやすい電停の整備	通期
タクシーの利便性の向上	乗り合いタクシーや定額タクシーなど、観光客にとって利用しやすい運行形態および料金の検討	通期

## ○空港・港湾機能の充実

具体的取り組み	概要	実施時期
国際航空路線の拡充促進	新規路線の開設促進やチャーター便の運航拡大、新たな航空会社の参入促進など国際航空路線の拡充促進	通期
国内航空路線の拡充促進	新規路線の開設促進、既存路線の充実、休止路線の再開促進、新たな航空会社の参入促進など国内航空路線の拡充促進	通期
大型旅客船ふ頭の整備推進	観光客と市民の交流拠点、賑わいと魅力ある港湾空間となるような大型旅客船ふ頭の整備促進(若松地区)	後期
親水空間の整備推進	港や海に接することができる港湾空間の整備および歴史的港湾施設の保存修復(末広地区の整備検討)	後期
旧函館ドック跡地の整備推進	市民や観光客が「海」と「科学」にふれ合うことができる、水産海洋分野の新しい形の研究施設の整備推進	前期

## ○周遊性の向上

具体的取り組み	概要	実施時期
周遊チケット等の充実	はこだてチケットやはこだて旅するパスポートなど、周遊チケットの充実と継続的販売	通期
周遊促進イベントの実施	渡島東部の隠れた魅力を巡るスタンプラリーの実施など、周遊促進イベントの実施	後期
移動支援手段の充実	電動アシスト付き自転車レンタルサービスの充実や超小型電気自動車などの新たな移動支援手段導入の検討	前期

## ○MICE受け入れの強化

具体的取組み	概要	実施時期
新たなMICE受け入れ施設の整備	函館アリーナや函館フットボールパークなど、スポーツイベント、コンベンション、会議等に対応できる新たな施設の整備・活用	前期
割引パスポートの充実	MICE参加者が受けられる割引対象施設の拡大や割引内容の向上など、割引パスポートの充実	前期
MICE対応窓口機能の強化	MICE主催者からの各種要望に対応できる窓口機能の充実	前期
エクスカーション(※)の充実	縄文文化や豊かな自然景観に恵まれた渡島東部4地域などを巡るエクスカーションコースの創出	前期
宿泊施設による受け入れ体制の強化	MICE主催者および参加者特有の様々な個別ニーズに対応できる受け入れ体制の強化促進	通期
ユニークベニュー(※)の活用	函館山ロープウェイ展望台や旧函館区公会堂など、函館ならではの特別な場所・施設を活用したMICEの開催促進	後期

※エクスカーション：体験型の見学会などを含む小旅行。コンベンション等の開催において、その前後に実施されることが多い。

※ユニークベニュー：歴史的建造物、文化施設や公的空間で、会議・レセプションを開催することで、特別感や地域特性を演出できる会場。

## ○祝祭都市に向けた取組み

具体的取組み	概要	実施時期
各種イベントの観光資源化	はこだて国際民俗芸術祭、函館野外劇、はこだて国際科学祭、バル街のほか各種周年事業など、函館でしか味わえない、または函館発祥のイベントの宣伝を強化	通期
各種イベントの支援	各種イベントに対する支援の実施	通期

## ○誘致宣伝活動の実施

具体的取組み	概要	実施時期
国内外での誘致宣伝活動の実施	北海道新幹線開業により今後集客が期待できる首都圏・北関東・東北のほか、東南アジア地域を中心とした海外での誘致宣伝活動の実施	通期
MICEの誘致宣伝活動の実施	MICE開催予定の企業・団体への個別誘致をはじめとした積極的な誘致宣伝活動の実施	通期
修学旅行の誘致宣伝活動の実施	市内宿泊施設、教育・文化施設、体験施設などとの連携および近隣地域との広域連携を生かした修学旅行の誘致宣伝活動の実施	通期
寄港および就航要請活動の実施	クルーズ客船運航会社に対する寄港要請や新規航空会社等に対する就航要請活動の実施	通期
「はこだてフィルムコミッション」の活用	「はこだてフィルムコミッション」のおすすめロケ地などの一層の充実や、過去に撮影された映画の活用	通期

## ○長期戦略形成へ向けた取り組み

具体的取り組み	概要	実施時期
観光アンケート調査の実施	観光アンケート調査の継続実施	通期
外国人旅行者ニーズ調査の実施	外国人旅行者の国・地域別の魅力ある観光資源の把握やニーズの顕在化、“売り”の分析	通期
観光客満足度調査の実施	観光客の満足した点、不満だった点に関する調査を実施	通期
その他関連調査実施の検討	観光動向の把握に必要と思われる各種関連調査の新規実施の検討	通期
観光アドバイザー会議の設置	有識者、観光関連事業者等で構成される観光アドバイザー会議による進捗状況の管理	通期

## 資料：計画策定までの経緯

### 策定経過

- 平成24年 6月 日本観光振興協会へ函館市観光基本計画策定調査業務(現状・課題分析等)を委託  
函館市観光基本計画策定検討委員会を設置
- 平成25年 4月 日本観光振興協会へ函館市観光基本計画策定調査業務(観光振興戦略・経済波及効果の推定等)を委託
- 11月 函館市観光基本計画(素案)に関するパブリックコメントを実施
- 平成26年 2月 函館市観光基本計画策定検討委員会から、最終案に対する意見書を受領

### 函館市観光基本計画策定検討委員会 ～開催経過～

#### 〈平成24年度〉

- 10月 4日【第1回】 ・基礎調査に関する中間報告
- 11月 26日【第2回】 ・計画期間について  
・目標設定について  
・観光振興戦略形成に向けたカテゴリ区分の考え方について
- 3月 19日【第3回】 ・函館市観光基本計画策定調査(案)について

#### 〈平成25年度〉

- 5月 15日【第1回】 ・経済波及効果に関する調査について  
・10年後の函館観光のあり方について  
・目標設定について
- 6月 27日【第2回】 ・基本理念について  
・目標設定について
- 7月 18日【第3回】 ・基本理念について  
・目標設定について  
・計画の体系イメージについて
- 8月 23日【第4回】 ・施策展開について  
・目標設定について
- 11月 12日【第5回】 ・函館市観光基本計画(素案)について
- 2月 18日【第6回】 ・函館市観光基本計画(案)について  
・函館市への意見書の交付について



### 委員名簿

#### (市指定委員)

氏名	所属
委員長 木村 健一	公立大学法人 公立はこだて未来大学 教授
和泉 孝平	函館湯の川温泉旅館協同組合 理事
市根井恵子	函館善意通訳会 会長
遠藤 浩司	函館ホテル旅館協同組合 理事長
奥平 理	独立行政法人 国立高等専門学校機構 函館工業高等専門学校 准教授
折谷久美子	特定非営利活動法人 スプリングボードユニティ21 理事長
黒川 宣之	函館商工会議所 中小企業相談所長
小林 一輝	函館黒船地域活性化協議会 会長
田中 邦明	国立大学法人 北海道教育大学函館校 教授
全 <sup>ジョン</sup> 淑伊 <sup>スギ</sup>	北海道地域限定通訳案内士
中野 晋	箱館会 会長
西村 有人	一般社団法人 函館青年会議所 理事長
藤森 和男	一般社団法人 函館国際観光コンベンション協会 専務理事

#### (一般公募委員)

氏名	所属
蝦名 奏子	一般公募
國分 晋吾	一般公募

(敬称略・役職は任命当時)

# 函館市観光基本計画 2014-2023

発行／平成26年4月

函館市観光部観光振興課

〒040-8666 北海道函館市東雲町4番13号

Tel 0138-21-3383 Fax 0138-21-3324



函館市