

## 平成27年度第1回 函館市観光アドバイザー会議 会議録

### ■ 開催概要

開催日時：平成27年7月23日（木） 18：30～19：50

開催場所：サン・リフレ函館会議室

出席委員：奥平委員，安井委員，内沢委員，尾山委員，金道委員，渡邊委員，畠山委員，  
須田委員

欠席委員：佐藤委員，木村委員

函館市：観光部長，観光企画課長，コンベンション推進課長，観光推進課長，  
国際観光課長

### ■ 次第

- 1 開 会
- 2 議 事
- 3 閉 会

### ■ 議 事

#### （1）報告事項

事務局より資料に基づき「平成27年度観光部所管予算の主な内容」および「交流人口拡大に向けた主な取り組み」の報告があった。

#### （2）今後の観光振興施策に対する意見交換

（奥平座長）

本日は各委員からの意見の吸い上げを主眼といたく、それぞれの委員の得意分野など中心に発言をお願いしたい。

（内沢委員）

前回、青森との交流についての議論があったので、会議後、改めて自分の周囲に聞いてみたが、あまり函館から青森に行く人が多くないことを実感した。そこで、その後、視察の機会があり八戸へ2回訪問した。その際いろいろ方とお話をさせてもらったが、八戸を含め青森の人は、函館に年に数回来る方もいて、函館のいろいろな地名も知っているほどである。このように交流に差があることを実感した。

また、「はちこ」（八戸公共交通アテンダント）について、国の緊急雇用事業を契機にして、機能の重要性に鑑み、現在は9人のスタッフ、数千万円の経費でやっているとのことであった。もともとは交通の案内を主として立ち上げたものだが、交通案内にとど

まらず、街のこと、グルメ、観光施設などニーズに応じてコンシェルジュ的な案内を行っているとのことである。対応の一例として、ホワイトボードにスタッフの手書きによる、その日の様々な情報や観光客へのメッセージが寄せられており、それを見てつくづく、インターネット、SNSが発達しても特に国内旅行者にとっては「人による対応」が安心感を与える認識したところである。

当社でも、函館山登山バスの案内に関して、交通だけではなく、食事やその他様々な旅行者の問い合わせのニーズへの対応を実践している。

函館全体としても新幹線開業に向けては、おもてなし隊の強化を拡充してもらえればと思う。

(奥平座長)

アナログなおもてなしの案内というキーワードを頂いた。

(金道委員)

湯の川温泉の最近の取り組みであるが、お客様の予約手段としてインターネットの旅行サイト利用による方が増えてきている。そのデータでは、「湯の川の魅力」について、「街並み」の評価が上位にきている。これは恐らく、お客様の認識は「函館の街並み」ということでポイントが高いということであろう。また、「アクセス」も上位にあり、函館駅、函館空港からの距離の近さが評価されている。このような観光客の評価からは、「湯の川温泉」単独では知名度も高くないことから、「函館湯の川温泉」というように函館観光と一緒に打ち出すことが温泉街のアピールにとっても効果的であると考えている。

先般、猿が温泉に入っている図柄のPRポスターを作成したが反応がよく、外国人のお客様からの問い合わせも多く、現在、英語、繁体字、簡体字、ハングルでの作成準備を進めている。

交流人口の拡大について、食のイベントは集客がよいのはわかるが、どうしても単発のイベントに見えてしまう。どのような形で毎年つながっていったら、10年後20年後、どういうことを達成していくのかが加わるとさらに強みが増すのではないかと、そこに湯の川としてもどう関わっていけるか考えていきたい。

外国人観光客に対するホテルでの接客対応については英語、中国語がメインとなっており、英語については、片言ながらもなんとか対応できるのだが、中国語は、中国人スタッフがいないと、なかなか対応が難しい面がある。その点、先般、商工会議所主催の中国語おもてなしセミナーが開催されスタッフとともに受講したのだが、大変実践的で早速翌日から活用できるほどであった。こういったセミナーが増えれば積極的に受講し、現場で活用していきたいと考えている。

新幹線はプロモーションも目にする機会が多くなってきた。一方、地元の人がおもてなしの心をもってうけ入れることが大事であり、九州新幹線においては、列車に向かっ

て市民が手を振って歓迎する取り組みがあり、コストを掛けずに非常によろこんでもらったと聞いている。プロモーションの一方で、新幹線が来ることでこれだけ街が潤う、経済がもりあがるということを啓蒙する市民向けにこのような取り組みがあってもよいのではないか。

(渡邊委員)

函館観光に足りないものとしての「買い物」に着目している。

このたびベイエリアのショッピングモールに有名な免税店が入ったが、外国人の購買力のすごさを実感している。中国にプロモーションに行った際も、その免税店の名称を出すと反応が上々であるなど、今後も期待される場所であるとともに、これまで函館観光はどちらかという見たり、食べたりに比べ、買い物が弱いと考える。旅の3大欲のうちの一つ、「買い物」をどのように満たすか課題である。

(奥平座長)

外国人向けのお土産という視点をいただいた。

(尾山委員)

外国人観光客が相当増えてきているようだが、五稜郭地区での飲食店については、周囲の声としてもまだまだ外国人は入っていないようである。

そこで、外国人、特に台湾や中国の方に対して、飲食店ではどのようなことが出来るかを模索しており、その一つとして、お客さんが自分の携帯でQRコードを読み込めばその店のメニューが全て外国語で表記されるというシステムの導入を進めている。

これによれば、店員スタッフが外国語で会話ができなくても、システムを介しておもてなしができる。

我々としては、今後も、外国人観光客に対して、楽しく、安心して夜の五稜郭で飲食ができる取り組みを進めていきたい。

また、知人の台湾の作家の方が、昨年同国で「日本の歩き方」という本を出版し、かなりの評判だったとのことである。現在、その方が「北海道の歩き方」という本を企画しているとのことであり、8月に札幌のみを取材での訪問予定とのことだったのだが、函館にもお越しいただけることになったので、私がアテンドし取材してもらおう予定である。そこで得てもらった函館の情報についても台湾で紹介してもらえれば、台湾の方にとって新たな函館の気づきもあると思うし、観光客の増加につながるのではないかと考えている。

(奥平座長)

飲食や小売りの国際化の促進という視点を頂いた。

(須田委員)

最近の旅行形態としては、従来型の史跡名所をめぐる観光はほとんど廃れてきており、自分の趣味を生かすだとか、何か目的を持って観光するという方向になってきている。そのような中で、商工会議所青年部では5年ほど前からフルマラソン誘致に向けて取り組んで来て来年の開催に至るところである。今後、フルマラソンだけでなく、例えば、B Jリーグの誘致は検討に値すると考えている。

バスケットのオンシーズンは11月～5月であるが、室内競技なので雪の問題はない。函館観光の弱い部分である冬に、応援団を含めて1,000人規模の誘客の可能性があり、経済効果は高い。

今回、函館アリーナ、フットボールパークの完成によって、そのようなスポーツイベントなども誘致できる土壌ができたことから、そういったもの中心に進めていくことができる。

また、個人的には、釣りや登山などアウトドアを楽しんでいるが、ニセコの例にもあるように体験型プログラムを造ることによって、連泊が産まれる。ただし、そのために外国人中心にガイドの方が相当頑張った取り組みがあって現在のニセコがあると思う。このような人材は待っていても現れないので、人を育てるには、しっかり処遇し仕事としてやっていくことが必要。その際、外国語、例えば中国語でのコミュニケーションが難しいということであれば、日本語が堪能な中国の方もいらっしゃることから、雇用しガイドとして育てていくことによって、北海道の大きな魅力である自然を生かした観光プログラム造りが出来ればと考えている。

(奥平座長)

北海道の自然の魅力を生かしたスポーツツーリズムの話が出たが、イベントツーリズムよりスポーツの場合、家族つれて来たり、滞在してそのまま観光までするなど集客効果が大きいと言われている。MICEの一つだが、アリーナやフットボールパークの供用開始をどういうイベント起こしていくか考えていく時期ではないか。

(安井委員)

先日、台湾の未来のスーパーマーケットをデザインするというテーマで台湾の大学とワークショップをする機会があり、台湾では、高品質なものは「日式」と呼んだり、北海道という言葉が台湾の人からすると清涼なイメージというかブランドになっていることを知った。

また、地名では「札幌」も「函館」も目にせず、あくまで「北海道」という名称が流布しているようだ。とすれば、例えば、外国の方に函館を説明するときは、必ず「北海道函館」とワンセットで説明するようにし、また、できるかどうかは別として、函館の空の玄関

口である函館空港についても、北海道空港というように外国人向けには、北海道といえ  
ば函館というイメージをアジアの人々に植え付けていくチャンスではないかと感じた。

そのほか、外国人向けのお土産促進の話に関連して、「グランドデザインの全体像」の  
資料に地場製品のブランド力向上の取り組みで「デザイン産業の振興」という項目がある。  
仕事柄デザインに携わっている者として紹介したいが、デザインという言葉は、狭義の  
「デザイナー」と呼ばれる人のみが行うもののみならず「デザイン思考」というように捉え  
方が変わってきている。私が学生に説明するときは造形だけではなく、目的を達成する  
ための創造的な試行錯誤をすることとっている。

このようにデザインという概念を広く捉えれば、外国人の観光客に喜ばれるお土産の  
開発にしてもいわゆるデザイナーの方だけでなく、学生からそのほか市民までもっと広  
い意味のデザインが函館の街に根付くようにしていって、結果イノベーティブなものが  
産みだされていく、そういうアプローチもあってよいのではないか。

(奥平座長)

高知空港は高知龍馬空港を愛称としている。函館の名称をいかに海外に売るか。

(畠山委員)

函館観光の課題である滞在日数の増加について、観光客の中には北海道観光の一つの  
パートとして短い滞在日数のなかですべて函館での滞在を賄っていることがあると思う。

しかし、函館は足早に通りの観光スポットや食を楽しんでもらうだけではもったい  
なく、もっとじっくり、ゆったり観光してもらうことができる街であり、もっと文化や  
ストーリーにすることによって、ある意味「もっと出し惜しみをしても良いまち」という  
視点に立てば、課題である滞在日数の増につながるヒントがあるのではないか。

そのほか、観光客の意見や声を吸い上げる仕組みとして、これまで学生で言えば、あ  
る意味、一定の選ばれた学生だけが関与することが主であったが、もっと裾野を広げる  
ことも可能ではないか。例えば、当大学の学生は約1,200～300人だが、そのう  
ち8～9割は道外を含めて市外出身の学生である。その学生の親が来るとき、ホテルに  
泊まる子どもと外食し、観光していく。そのような外部から来ている人たちもある意  
味、観光アドバイザーと考えれば、意見も入ってくるし、その人達からの発信も期待で  
きるのではないか。

(奥平座長)

出し惜しむこと、すなわち希少価値＝ブランドにつながるという視点をいただいた。

また、現在、学生ボランティアは高等教育機関は必須になりつつあることから、学生  
と観光のコラボレーションの可能性は下地があるのではないか。

なお、先ほどの学生の親による観光への効果について、ある中高一貫校は生徒がほと

んど道内もしくは道外出身である。その在学中、親が何度も函館に来る機会があるだろうが、そのたび、大型の団体旅行のようなもので、ある一つのホテルを満杯にするぐらいであると聞いている。こういったものを湯の川に取り込むことも考えられるのではないか。

各委員より頂いた意見のほか、私の問題意識として、道路網の整備がこの先急激に進むことに着目している。新外環状道路もあと3年ほどで日吉まで開通する。湯の川温泉と新函館北斗駅が30分以内でつながるのでないか。そうすると人の動きが変わる、新幹線と飛行機の連携、接続が見えてくるのではないか。ただし、報道によれば金沢においては新幹線開業により、飛行機がまったく低調になったとも聞いているが、函館ではどうなるか、周遊型観光の利便性やビジネス客などを考えると新幹線と飛行機ともにあることのメリットのほうが大きいと考える。そういったところをどのように考えていくべきか、この会議で提言される意見も参考にしながら新たな施策につながっていければと思う。

(事務局)

本日は委員の皆様からの貴重な意見ありがとうございました。当市でも様々な情報収集に努めているが、皆様のほうでも、いち早く観光に関する状況の変化や情報を得ることもおありでしょうし、今後も、気づいたことやご意見がありましたら、会議の時に限らず、その都度で構わないので一報いただければと思うのでよろしくお願ひしたい。

■ 閉 会