

第 1 回函館市観光アドバイザー会議 要旨

第 1 回会議においては、「今後の函館観光で注目すべきこと」と題して、今後の函館観光を考える上で、皆様が注目している新しいテーマや、函館観光の伸びしろ について、自由にご意見をいただきました。以下に、いただいたご意見を、簡易的にカテゴリー分けをした上で、箇条書きにしています。

1. 観光資源

○東部 4 地域への誘客

- ・恵山：登山， 南茅部：世界遺産， 戸井：アーチ橋， 釜谷富士，
 榎法華：恵山岬灯台， 水無海浜温泉
 周遊促進， 滞在日数増につながる

○香雪園の更なる活用

- ・インバウンド人気有（ミシュランガイド掲載），日本人の知名度低い
- ・市電で行けない観光スポット，施設としてアクセス情報の発信の充実が必要
- ・MOMI—G フェスタ～音楽，温かい食事・お酒の提供，茶室（園亭）の夜間開放 ※五稜乃蔵
 とのコラボ，高専など学生を巻き込んだ取り組み

○酒蔵・ワイナリーの活用

○自然を活用した体験観光

- ・溪流釣り等，都会居住者にニーズ，長期滞在に繋がる

○土木遺産，産業遺産

- ・ブラタモリ，工場夜景など一定層に人気あり，函館には多数コンテンツあり
- ・情報発信強化による誘客，函館要塞など未公開遺産の公開

○コンテンツツーリズムの推進

- ・ゴールデンカムイにより函館やアイヌ文化に注目
- ・博物館の収蔵物展示，五稜郭でパネル設置等ファンを結びつける仕掛け
- ・五稜郭コスプレイベント等のイベントの創出による集客
- ・コンテンツツーリズムという広い範囲での発信強化

○「人」との交流 地元の人と関わり歴史・文化をより知る参加型，体験型の観光

2. プロモーション

- スポーツチームキャンプの誘致
 - ・ファンの取り込み
 - ・スポーツツーリズムは経済波及効果が大きい
 - ・函館は MICE の開催地として人気、スポーツを含めた MICE 誘致
- 発信力のあるアーティストなどインフルエンサーの活用
 - ・不特定多数を対象、コロナ禍でも旅行意欲のある若者へ訴求
- インバウンドの再強化
 - ・航空会社支援、現地旅行会社への情報発信
 - ・台湾はコロナ前から頭打ち、ASEAN 諸国など新たな国の直行便が不可欠
 - ・アジア偏重からの脱却、縄文遺跡などを活用した欧米市場からの誘客も
 - ・世界の潮流や JNTO の取組に合わせたサステナブルツーリズム、AT の推進
- LGBTQ ツーリズムの推進
 - ・市の政策との一貫性、旅行消費額の市場規模は世界第 3 位
 - ・多様性を受け入れるまち＝様々な人にとって訪れやすいまち、一つのブランドに
 - ・そういった認知が広がることで市民の幸福度も UP する

3. 受入体制の強化

- ワーケーション 備品等、利用者ニーズを捉えた情報発信、
他都市との差別化
- バリアフリー観光
- ムスリム対応 ハラル認証店の情報をオープンに、ムスリム富裕層誘致に繋がる
- 宿泊施設 富裕層誘客にはグローバルブランドが必要。他の FIT にも効果的
- 消費額を向上させる官民一体の取り組み
- 二次交通
 - ・「バスがわかりにくい」、「市電がもうすこし伸びていたら」という不便とはいわないまでもモヤモヤしたものが、リピーターになるハードルになっている。乗り越えた人がリピーターとなる。
 - ・観光だけの問題ではないが、若い世代の車ばなれ、高齢化社会を考えると、受入体制として議論していく必要がある。
 - ・市民と観光客両面からの議論が必要
 - ・もう少し解像度の高い調査があると良い。どの辺で困っているか。どこにニーズがあるか。

4. 計画策定に向けた視点

○北海道新幹線の札幌延伸

- ・交流人口増加の一方、日帰り客増加の懸念。滞在に繋がるキラーコンテンツが必要

○市基本構想の理念を盛り込んだ計画を策定すべき

- ・「北のクロスロードHAKODATE」は函館らしいスローガン、観光、交流人口、定住などにも合致。市として政策の一貫性に繋がる。
- ・LGBTQ フレンドリーなまちづくり→観光でもLGBTQ ツーリズムを推進

○滞在日数を伸ばすためのターゲット

- ・日本だとワーケーション？外国だとどの国か。

データに基づいた検討が必要

○函館観光のターゲット

- ・現状、函館観光のターゲットが見えない。どうやって決めるのがよいか？
- ・ターゲットについては、エリア、ユーザー、消費額など様々な切り口があり、議論にあたってはどの切り口のターゲットで議論するのをはっきりしないと限られた時間では難しい。
- ・「ありたい姿」を決めて、「こういう街です函館は」「これは自信をもってお届けします」というものを表現できるとよい。併せて、これらは、これからの（ユーザーの）観光スタイルに合わせなければならない。
- ・ターゲットを決めると、それにこだわり話が小さくなってしまう可能性があるため、それぞれのコンテンツ等を包括する大きなグランドビジョンがあれば良いと思う。そのあたりをきちんと整理しておいた方が揺るがないのではないか。
- ・「この10年はこれだ」というような、皆が目指しやすいものがあれば、議論が成熟しやすい。
- ・今後の会議の中で、この方向性を見つけていくということで、次回以降念頭に置きながら進めていきたい。