

令和4年度（2022年度）第1回  
函館市観光アドバイザー会議 会議録（要旨）

開催日時	令和4年（2022年）10月13日（木）18:00～
開催場所	函館市役所 本庁舎7階 特別委員会室
出席委員	奥平座長，古地委員，奥野委員，中島委員，飯野委員，渡部委員
欠席委員	一戸委員，木村委員，纓坂委員
事務局	観光部長，観光企画課長，観光誘致課長，観光振興課長， 国際観光課長，企画担当主査，企画担当

1. 開会

開会 (事務局)	開会
開会挨拶 (部長)	挨拶
座長選出	
座長挨拶 (奥平委員)	挨拶

2. 議事

(1) 報告事項

函館市観光基本計画の目的および骨格について

奥平座長	次第に従い進めたいと思う。報告事項「函館市観光基本計画の目的および骨格について」，事務局より説明をお願いします。
事務局	資料1に沿って説明
奥平座長	ただいまの説明に対し，委員の皆様からご意見やご質問等はあるか。 (質問なし) ご質問等なければ，事務局からの報告事項については，以上となる。

(2) 議題

今後の函館観光で注目すべきこと ～新たな観光テーマ・これからの函館観光の伸びしろ～

奥平座長	それでは次に議題の意見交換を行う。 今年度は3つの観点から議論を行い，次期計画期間で取組むべき重要な要素を洗い出していくこととなる。 初回の本日は，「今後の函館観光で注目すべきこと」と題し，今後の函館観光
------	--

<p>渡部委員</p>	<p>を考える上で、皆様が注目している新しい観光テーマや函館観光の伸びしろについて伺います。</p> <p>誰もが知る函館とは、コンパクトシティであり、1日で周遊できる街だが、オール函館ということで考えると、東部4地域への誘客が必要。</p> <p>恵山には登山、時期によってはつつじ、南茅部には世界遺産、戸井には旧戸井アーチ線、釜谷富士、榎法華には恵山岬灯台や水無海浜温泉など自然がたくさんある。広域的に周遊することで、滞在日数や時間を増やしていただけたらと思う。2030年に北海道新幹線が延伸し、交流人口の増加が考えられる一方、日帰りが多くなるという懸念がある。ホテルの朝食や朝市などが既に有名だが、滞在に繋がるキラコンテツを見出していくのが必要ではないか。</p> <p>今ある自然を活用という点でいうと、香雪園は春夏秋冬楽しめ、コロナ前はインバウンドに人気があり、バスの案内所にも問い合わせが殺到していた。函館駅から25分、湯の川から7分と移動距離も最適であるため、通年でライトアップを行うなど季節問わず楽しめるように活用してはどうか。</p> <p>また、酒蔵・ワイナリーが開設されるのは大きなチャンスと言える。地域の観光資源を活用しながら、多様化する旅行ニーズに対応する。酒蔵事業者と宿泊、交通、飲食の各事業者で連携を図り、アルコールツーリズム的なものを造成出来たら良いと思う。</p>
<p>中島委員</p>	<p>私からは、商工会議所青年部において、観光に関し着目している点についてご報告したい。実際にはコロナ禍で活動や取組には結びつけられていない現状がある。</p> <p>地域体験観光でいうと、自然をもっとPRしたいと考えている。都会の方は自然を体験したいというニーズがある。例として、溪流釣りは函館では知名度が低い、コアなファンの間では人気がある。釣り好きな方は、一日で帰らず長期で滞在するそうで、観光や色々なものに繋がると考えられる。滞在型の観光プランが検討出来るのではないか。</p> <p>二つ目として、スポーツチームキャンプの誘致。場所の問題はあるが、例えば大沼にはサッカーの大きな施設があり、実際にプロチームがキャンプに来ており、それを見に来る人がいる。</p> <p>商工会議所ではレバンガ北海道と長い付き合いがあり、コロナ前には年に1回函館で試合をしており、小中学生を招待するなどの取組をしていた。ファイターズについては、函館開催の試合がなくなってしまったが、何とか函館での開催をお願い出来ないかとお願いに行った。</p> <p>また、試合だけではなく、選手に観光していただき SNS 等で発信していただくと、ファンが函館に来る動機になるのではないかと思う。</p> <p>また、個人的な意見として、函館には観光大使やアンバサダーたくさんいると思うが、発信力のある方たちを条件付きで招待し、発信をしていただき、それらを市などでまとめていくことで見る人が増えるのではないか。不特定多数の人が対象となり、観光に関しては熟年層の消費額が高いのは重々承知だが、</p>

<p>奥平座長</p>	<p>コロナ禍では若い人に意欲があり、緩和もされてきている中では、こういった取り組みも良いのではないかと。他の都市では観光大使等を上手く使っている印象だが、函館ではより良い取組があるのではないかと。思う。</p> <p>スポーツツーリズムについて分析したことがあるが、約 1,000 人が参加した高等専門学校での全国大会で、消費額等に関するアンケートを行ったところ、日程が 1~2 泊で 1 人当たり 2 万円くらい使っていた。相当な金額が落ちていると言える。これは出場者だけの数字になるため、観戦者も含めたスポーツツーリズムの誘致というのは経済波及効果が大いではないか。函館のスポーツ施設は割と充実しており、周りの街とも連携することで、良い効果が生まれるのではないかと。</p> <p>また、北海道内で MICE の開催地として人気があるのは函館だと聞く。スポーツ団体からもそのような話を聞くため、スポーツも併せ MICE の誘致をすれば良いのではないかと。</p>
<p>奥野委員</p>	<p>土木遺産や産業遺産について、今回改めて調べてみたところ、あまり外に向かって発信出来ていないと感じた。「はこぶら」にもそういった切り口でまとめたものというのがあまりなく意外に思った。推測するに函館には歴史文化が豊富にあり、そういった切り口の必要性が認識されてこなかったのではないかと。</p> <p>例えば、「ブラタモリ」に根強い人気があり、工場夜景や「大人の社会見学」が話題になったように、一定層に人気があるコンテンツと言える。函館においても、モノづくりの現場や建造物など、改めて取りまとめ発信するのも良いのではないかと。</p> <p>また、ワーケーションについて、以前、教え子から「函館でワーケーションをしたいと思ったがディスプレイを貸しているところがない」と相談があり調べてみたところ、そういった備品等の詳細が掲載されていなかった。他都市でも探してみたが、必要な備品の条件にマッチしたところを探すのが難しかった。</p> <p>函館のワーケーションに関するウェブサイトは他都市と比べても良く出来ているが、こういった備品などの、利用者側のニーズをきめこまやかに拾うことがまだ十分には出来ていない。ニーズを上手く拾えば他都市に対して優位性ができる。先ほどの話にもあったが、MICE 等のビジネス関係者にも函館は喜ばれる。これまでも力は入れているが、更に伸ばしていくべきだ。</p>
<p>奥平座長</p>	<p>土木遺産でいうと、北海道教育大学付属函館中学校の生徒に函館山の津軽要塞を案内したところ、生徒たちは見たことないものを見たということで興奮していた。こういうものは情報発信すべき内容だと感じる。将来的には公開する方向で持っていくべきである。広島県の呉市で「大和ミュージアム」や実物の潜水艦を使用した博物館「てつのくじら館」の開館により観光客が急増した例のように、そういった分野だけでも多くの人を訪れる。函館にもまだまだそういったものがあるのではないかと。</p> <p>また、函館のワーケーションは、遊ぶ方がメインになっているところがある</p>

<p>古地委員</p>	<p>と思う。観光地でワーケーションをやるとうとうしても観光がメインになりがちだが、奥野委員が指摘するように設備などにも力を入れると良いのではないかなと思う。</p> <p>政策的な視点でいうと、基本計画を作るときには、函館市基本構想のスローガンを大事にしてほしいと思う。「北のクロスロード HAKODATE」というのは非常に函館らしいスローガン。特にクロスロードという点では、観光でも当てはまるし、交流人口や定住という視点でも当てはまる。多様な価値観を尊重し合い、様々な組み合わせをすることにより、付加価値を創造していくこと（基本構想より引用）。函館市として政策の一貫性にも繋がる。このあたりの理念を盛り込んだ形で計画を作ったら良いと思う。</p> <p>具体的な取組としては、LGBTQ+ツーリズムを提案したい。函館市は今年4月からパートナーシップ宣誓制度を導入し、当事者および関係者にフレンドリーな街づくりを進めている。これは観光部の所管の施策ではないけれど、クロスさせて取り組んではどうか。</p> <p>市場規模としても、フランスにあるLGBTQ+関連マーケットコンサルティング会社「Out Now」の試算（2018年）によれば、旅行消費額ベースで、全世界で2180億米ドル、日本は207億米ドルで世界第3位となっている。</p> <p>LGBTQ+の旅行者にとって訪問しやすい国というのは基本的に安全な国。同性愛などが犯罪として扱われる国もあるが、そういうところには訪れない。様々な多様性を受け入れるまちということは、当事者だけでなく様々な人にも行きやすいまちということになる。これは一つのブランドになる。姉妹都市のハリファックスも含め世界ではそういうことを押し出すまちが増えている。国際観光都市を掲げている中で、必ずブランド力が上がると思う。</p> <p>そうすることにより、この地域に住んでいる当事者の方、そのご家族、お知り合いにとっても、この町は自分の知っている人にとって住みやすいまちだということが見え、観光だけでなく市民の幸福度にも繋がっていく。</p>
<p>奥平座長</p>	<p>多様性の問題に焦点をあてることで、それが逆にブランド化を進めていくことになるという意見であったと思う。私からは、ムスリム（イスラム教徒）に言及したい。ムスリムの誘客をするには、ハラール認証の問題が必ず出てくる。函館で認証を取得しているお店はどれだけあるだろうか。そういった情報をオープンにするだけでも変わると思う。また、ムスリムは富裕層がたくさんいるので、富裕層を誘致するためには、ムスリムの受入に取り組む必要があるのではないかな。円安によってたくさんの方が来たときに、函館に来てがっかりすることのないよう、ハラールの問題についても取組を進める時が来たように思う。</p> <p>また、所属部局の枠を超えるのは大事。先ほど挙げた要塞も所管は土木部になる。また航空路線誘致に関しては港湾空港部である。</p> <p>プロモーションでいうと、今までアジアに偏っていたと思う。函館には縄文遺跡があるが、アジアは縄文にあまり興味がない。一方、欧米人は人種や民族に興味深い。世界遺産をうまく使い、欧米をターゲットにするのも一つの手</p>

<p>奥野委員</p>	<p>段かと思う。また、欧米の富裕層には二次交通が問題とならない。</p> <p>コンテンツツーリズムでいうと、今年はゴールデンカムイが話題になったが、根強いファンが多く、また一過性でなく次々と読む世代が出てくるため、合わせて函館を目指す人も増えていくのではないかと。クライマックスで函館がフィーチャーされたので、これは大事にすべきだと思う。函館博物館にもアイヌを求めて来る人がいると言う。博物館ではまだ収蔵品を整理出来ていないが、先行して展示しようかという話もあった。これは市としても重要視していかなければならないのではないかと。</p> <p>フィルムコミッションでロケ地に関してまとめられていると思うが、もう少しコンテンツツーリズムという広い範囲で情報発信できると良いと思う。「はこぶら」でも特集記事としては出ているが、継続的な形で情報発信していけると望ましい。</p>
<p>中島委員</p>	<p>ゴールデンカムイの効果で五稜郭公園に多くのファンが訪れたと聞いた。便乗するというわけではないが、例えばパネルを置いて一緒に写真を撮れるとか、漫画にちなんだものとコラボして、著作権の問題もあるが、そういう形でもファンを結びつけることが出来るのではないかと。</p> <p>また、函館の五稜郭でコスプレイベントがあったと聞いた。最初は一人の方が「函館でやってみたいな」と呟いたところから始まり、開催までは難しいだろうと思っていたが、多くの人の協力を得られ最終的に実現したという。私は行ったことがないが、コミックマーケットなどアニメには非常に力がある。例えば、決まった時期にイベントがあると集客にもつながるし、人が活性化して動くのではないかと。</p>
<p>古地委員</p>	<p>中島委員に質問したいのだが、先ほど観光大使・アンバサダーを、他都市で上手く使っている、函館はもうちょっと頑張れるのではないかと話があったが、他のところだと、どのように効果的に使われているとご覧になったのか。</p>
<p>中島委員</p>	<p>客観的に思うのが、函館市の観光大使を我々もあまり知らないし、TVなどで「函館の観光大使です」と発信している人もなかなか観ない。観光大使やアンバサダーでなくとも、例えば、有名なアーティストが函館でコンサートに来た際に、市で挨拶に行き、函館でやったことをSNSで発信してほしいとお願いする、それだけでも非常に効果があると思う。ファンの人は同じ場所で写真が撮りたいと思うだろう。一般市民の目としては、観光大使や誰か芸能人が、TVなどで、実は先週函館に行ったんだというちょっとした一言でもあれば、私たちもインターネット等を使って見る機会もあると思う。</p>
<p>古地委員</p>	<p>それでいうと、最近ではGLAYのTERUさんの『GENTEN HAKODATE』(YouTubeチャンネル)が、中島委員の仰っていることに近いと思う。</p> <p>また、先ほどの香雪園の話でいうと、MOMI-Gフェスタはとても雰囲気が良い</p>

<p>渡部委員</p>	<p>く、いつも行くとお酒が飲みたくなる。イベントの中で音楽の演奏が行われることはあるが、例えば、それをいつも聞くことが出来る形にするとか、少し寒いのでホットワイン等を出してもらえると良いと思う。</p> <p>渡部委員に伺いたいのが、ターゲットを誰に絞ると、長く滞在していただくと考えているか。</p> <p>ターゲットとしては、まずは地元の方々を考えている。広域的には道内だと思いが、全国的にもまだまだ知れ渡っていない現状がある。まずは地元の間が利用して、函館の人が何度も訪れたいくなるように。それを少しずつ広めていき、函館近郊の方々も来るようになり、また広まっていく。お子様も楽しめるし、海外の人も喜ばれるので、ターゲットは絞らずに、幅広く考えて良いかなと思っている。</p>
<p>古地委員</p>	<p>もったいないと思ったのが、茶室が開いていないこと。夜、あそこが開いていてちょっとした何かがあると良いかなと思う。</p>
<p>中島委員</p>	<p>先日、JR が撮り鉄に向けて閉鎖される駅の近くでイベントを行ったが、寒いので熱燗やぬる燗とおでんという組み合わせでやったところ、大盛況だったという。渡部委員や古地委員が仰るように、香雪園でも、例えば五稜乃蔵とコラボして食事や日本酒を提供出来ると人が集まると思う。函館でも行ったことがない人もいると思う。ライトアップもしっかりしているので、ぜひそういった形でもっと活かせると良いと思う。</p>
<p>奥平座長</p>	<p>香雪園はミシュランのグリーンガイドジャポンに一つ星として掲載されたことによって、インバウンドが訪れる観光地になった。グリーンガイドジャポンはインバウンドの一つの旅の指標となっている。逆に日本人は知らないのが、発信がされていないのが少し寂しく感じる。</p>
<p>奥野委員</p>	<p>香雪園といえば、市電で行けない観光地の代表格だが、見晴公園のサイトを見るとバスで行けるとしか書いていない。施設自体がもう少し交通アクセスについて詳しい情報発信をするとより多くの方に来ていただけたらと思う。</p>
<p>飯野委員</p>	<p>話の流れで申し上げますと、二次交通をどうするのかというのは重要な課題。なぜ重要なのかというと、2度3度来てもらうあり方というか。マーケティング的にはどういうターゲットというのが非常に重要。ターゲットを決めるからといってそれ以外の方が来ちゃダメということではない。仮面ライダーのベルトを子供向けに買ったなら、実は親がいっぱい買ったという話ではないが、ターゲットを決めることで明確になり、それを本来と違う筋の人も楽しめるという考えもある。函館は本当に魅力があるまちだと思う。既存の観光資源も、食という切り口も、関係人口作りも小さいユニットではあるがしっかりと存在しており、それらすべてがテーブルに並んでない印象があるが、それが並ぶと、1</p>

	<p>回の滞在では満足できないまちになると仮定すると、またもう一度来たいと思ったときに重要になるのが二次交通。「バスが分かりにくい」「市電がもうすこし伸びていたら」などの、不便とまでは言えないもやもやとしたものがあると、それを乗り越えないといけない。乗り越えた人がリピーターになる。</p> <p>二次交通の課題はハードルが高く、観光だけで議論が出来る問題ではないが、若い世代が車を使いたがらないことに加え、高齢化社会の中で自ら車を運転する人が減っていくことを考えると、受入体制としての議論をちゃんとすべき。それは本数を増やすということではなく、分かりやすさなど情報発信の面も含めて議論していくのが良いと思う。</p> <p>富裕層を誘致すれば、二次交通は必要ないという観点もあるが、その場合、函館ではグローバルブランドの宿泊施設がないというのが課題。インバウンドの個人客もなにかだかほぼグローバルブランドを選ぶ。グローバルブランドがまちにあることで、旅行の目的地として選択肢にあがる。</p>
奥平座長	<p>二次交通の問題でいうと、市民がどう考えているのか分からない状態で進めても仕方がない。一方で、市民から見えてしまうと観光客なんか知らないという話になってしまう。その部分の整合性をとるために地元の人の意見を聞くというのは必要だと思う。</p> <p>また、香雪園の話では、五稜乃蔵は高専と関わりがあるため、学生を巻き込むこともひとつの手段。</p> <p>そろそろ終了時刻が迫ってきたが、他にご意見等があればお聞かせ願いたい。</p>
中島委員	<p>次回お願い出来るのであれば、グリーンガイドジャポンのような、函館市の世界での評価について、資料をいただけないか。インバウンドについて、それを見ながら議論出来たらと思う。</p>
古地委員	<p>滞在日数を伸ばすという話があったが、国籍別の滞在日数のデータはあるか。滞在型という話がよく出るが、国内では働き方の問題がある。海外、特にフランスだと、学校が地域ごとに休みの期間が違うなど、全体的に動くような社会の仕組みがある。滞在日数を伸ばすためには誰に来てもらったら良いのか。日本だとワーケーションくらいしかないのではないか。誰に長く滞在してほしいのかというのが今ひとつ分からないというのが正直なところで、そういったところが見えてくるデータがほしい。</p>
事務局	<p>既存のデータで分析できるものか、新たに調査が必要なものか検討が必要になるため、この件については一旦事務局で持ち帰らせていただきたい。</p>
古地委員	<p>海外ではそういった分析をどのようにやっているのか。</p>
飯野委員	<p>海外では、アソシエーションが集約するというやり方をしていない。宿泊施設独自で分析を行っており、公的にデータを共有するという事はあまりない。</p>

	<p>DMO もそういった分析は行っていない。海外の DMO はありたい姿になるためにはどうするかといった議論が中心だ。</p>
古地委員	<p>ターゲットという点では、現状、函館の観光は何を目指しているのかよく分からない。だから私の一つのご提案として、市の施策である LGBTQ+ をターゲットのひとつにしてはどうかと提案させてもらった。</p> <p>皆さんにお伺いしたいのが、ターゲットはどうやって決めるのかということ。</p>
奥平座長	<p>その点でいうと、現計画を策定した際にもターゲットについては大きな議論になった。現計画では、市民が納得する計画というところに重点が置かれ、ターゲットや数値目標の点ではっきりしないところがある。ターゲットについては、今回はきちんと議論する必要があると思う。</p>
飯野委員	<p>函館は資源が豊富だから全方位に対応できてしまう。ユーザーターゲットやエリアターゲット、消費額のターゲットというのもあるし、ターゲットひとつとっても方向性が変わっていく。どのターゲット議論にするかというのを決めないと、限られた時間だと難しいのではないかな。</p> <p>古地委員が仰るように、ありたい姿を決めて、こういう街です函館はというような、これは自信をもってお届けします、というようなものを表現出来たら良い。併せてそれはこれからの観光スタイルに合わなければならない。</p>
古地委員	<p>ターゲットを決めてしまうと、それにこだわって話が小さくなってしまう可能性もある。今回意見として出た土木遺産のようなものも良いが、そういったものを包むような大きなグランドビジョンのようなものがあれば良いと思う。それで市の基本構想という話をさせていただいたが、そのあたりをきちんと整理しておいた方が、揺らがないのではないかなと思う。</p>
飯野委員	<p>これからの 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、そこに向けての議論は成熟しやすいのではないかな。</p>
奥平座長	<p>今の議論については、会議の中で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と思う。</p> <p>他に何かあるか。</p>
奥野委員	<p>二次交通についてももう少し解像度の高い調査があると良いと思う。現在の観光動向調査では得られる情報が十分でない。もう少し、どの辺で困っているとか、どこにニーズがあるのかというのが分かると、より施策に繋げやすいと思うので検討願いたい。</p>
奥平座長	<p>他になければ、以上で本日の意見交換を終了する。</p>



### 3. 閉会

閉会 (事務局)	閉会
-------------	----