

平成19年度第1回 函館市観光アドバイザー会議 会議録

- 1 日 時 平成19年11月22日(木) 14:00~15:45
- 2 場 所 函館市地域交流まちづくりセンター2階研修室
- 3 参集者 ・ 番匠座長, 星野部会長, 松木委員, 坂本委員, 二本柳委員, 刈田委員, 沢村委員, 鎌鹿委員, 松原委員, 阪口委員(10名出席)
・ 報道機関(道新, 函新)

4 内 容

(1) 開 会

(2) 座長挨拶

(3) 報告事項

- ・ 平成18年度の観光動向について
- ・ 平成19年度の観光振興策について

(4) 討 議

番匠座長

- ・ 事務局から報告された各事業に係る委員から, 補足の説明があればいただきたい。

刈田委員

- ・ オンパクについては, これまでの3回に亘る開催データなどを仔細に検討中だ。方向付けが間違っていないのか, 目標とずれていないのか, といった点を実行委員会で協議している。
- ・ 最大の目標は外来観光客を増やしたいということだったが, 一定程度効果があがってきていると思う。これをさらに伸ばしていくためには4回目, 5回目の実施に向けて内容の見直しが肝要だと考えている。
- ・ オンパクのプログラムは各旅行会社も注目を示しており, JTBや近畿日本ツーリストには独自でツアーを募集していただいた。滞在型をメインにしようと, 函館をキーステーションとする松前・江差・大間など広域観光の日帰りツアーを募ったが, さらに外来客を増やし, 新しい商品として拡大していくのが我々の目標だ。

星野委員

- ・ 今回はアドバイザーということで, はじめて外側からオンパクを体験できた。イベントは3回目が一番難しい。1回目・2回目は何か新しいことが

始まったかなという感じだが、3回目はまた同じことをやっていると思われる。客側からいうと「慣れ」である。「またやってるなーという」イメージが強い中で、インパクトのあるものを出していかないと飽きられる。新しいことを出していくことも、伝えることも難しい。

- ・別府の企画責任者と話をしたときに印象深かったのは、「3回続けて同じことをやるな！」「どんなに成功しても1回は休んで、皆さんの要望が強かったので復活しました」という方法。
- ・過去2回のうち1週間くらいで埋まったプログラムが、今回はそうっていないのがいくつかある。もうひとつはパブリシティ。新聞・テレビ・その他でどれだけ話題作りができたか、どれだけ情報を伝え続けていくかが課題だと思う。
- ・ひとつ気になったのは、終わった直後に北海道新聞、函館新聞でオンパク終了という記事が出たが、その中で今後検討する課題として、「開催時期・開催回数を見直す」と出ていた。これは出し方としては悪かったと思う。
- ・2回開催しているのを開催回数を見直すといったら、2回やっていたものを1回に減らすというのが一般的な受け取られ方。私は当事者に近いところにいたからそう感じてしまったのかもしれないが、見直す場合には、例えば「今までは2週間の開催だったが、開催日数を増やし連続開催して1回」といえばまた違うんのだが、縮小の検討というニュアンスがちらりと見えてしまう。
- ・こういうことも含めてパブリシティが非常に大事。いかにパブリシティに乗せていくかどうかが。今回のオンパクに関し批判めいた感じになったが、あくまで助言として聞いていただきたい。今は次へのステップに向けた大事な時期であり、参加した人の意見を取り入れ、いかに魅力的なものにしていくかということだと思う。

阪口委員

- ・第3回目にしてはじめてオンパクを「参加者」として体験できた。全体像が見えていないので感想だけ述べると、関わっている人も増えているようで、回を重ねていくことで大きなイベントになっていくんだろうと思う。
- ・私が参加したのは、アロマトリートメントと、朝の熱帯植物園駐車場で体操をして朝食を食べるという2つのプログラム。参加して思ったのは2つとも泊まればよかったなということ。アロマトリートメントも気持ちは良かったが帰るのは面倒だったし、(体操の)朝ご飯も6時から行くというの

はなかなかきつくて本当に泊まればよかったと思った。

- ・もっとこのイベントが宿泊との連動性を持っていれば良いと感じた。宿泊しなかったお客さんに対しても、次は宿泊するぞと思わせる営業熱心があればよかったなとも感じた。それぐらい「お得感」はあるので、そうするとさらに良くなっていくと思った。

鎌鹿委員

- ・私がいつも心がけているのはお客さんの「接し方」だ。コミュニケーション技術というのは、難しくいうと体験学習の中のカテゴリーであって、お客さんをお迎えしてステージまで連れて行き、最後はお見送りする。
- ・今回を含めて地域のみなさんが活性化しているか。温度は上がっていている気はするのだが、レベルメーターとしてどう見ているか。住民の皆さんがどう感じているのか一度整理する必要がある。
- ・プログラムの提供側の問題だが、ホームページを見ると、講師のプロフィールが未記載のものが多数あった。個人情報ゆえ保護されなければならないとは思いますが、講師はサービスや自分の技術を提供するわけであって、当然情報を出すべきだと思う。そういったことも次回の課題ではないか。

番匠座長

- ・事務局説明にあった「評価が高いのに、函館観光は昨今低迷している」という現象について、今回は少し掘り下げてみたい。あわせて、これまでかなり精力的に討議をしてきた「コンベンション振興」についても、ご意見をいただきたい。

星野委員

- ・いくつか原因はあるが、今函館で「何かいいことがあるのか」の答えが見つかからない。昨今、旅先での参加行動において「食べ物」というパターンは少なくなってきているのではないか。「何ができるか?」、「誰に会えるか?」、「経験・体験・発見は?」。そういった分野について何か心を動かす情報がない。あるいは実際に函館に来た方が、他人に自慢できる内容が函館にあったのか?ということをもう少し考えるべきだ。
- ・千歳着旭川経由というツアーコースが幅をきかせているが、旭山動物園では、「こういう動物に会える」、「こういう体験ができる」というメッセージがわかりやすい形で提供できている。
- ・いろいろな会議で情報発信を盛んに言ってきたが、それには基になるコンテンツが必要。そういう意味で何かを作り出し、インパクトある形で適切

にわかりやすく伝えるということを我々はどれだけしてきたのか。

- ・観光施設，函館空港，函館駅にしても建物でこういうものができましたという情報を，何かわくわくする形で伝えられているのか。自分がやっている仕事のことを通じて，内心歯がゆい思いをしている（それに対して貢献できていない自らを恥じながら活動している）。

松原委員

- ・私は東京出身だが，函館は「食べ物」のイメージが良く，人気があるのを実感している。その人気が観光客の数に結びついていないというのは，旭山動物園のように突出した「何か」が無いからではないか。
- ・優等生で，ある程度以上は良いが，函館市は80点クラスを色々揃えているという傾向があるのではないか。観光客には何かが40点で何かが120点の方が人気があるのでは。
- ・ただ，120点をとるために今から旭山動物園をつくるわけにはいかないし，80点の方が観光都市としてステータスがあるとも言える。客観的に考えると80点を85点に変えていく方が現実的だ。
- ・土産や菓子についても函館のお菓子には何があるのか，正直言ってあまりない。スナッフルズが最近頑張っているが，東京の人が函館のお菓子といってスナッフルズがすぐ出てくる訳でもない。例えば土産について戦略的に考えていき，そういうところをかさ上げしていき，観光客数アップにつながるかなという気が個人的にはしている。

事務局 池田主査

- ・本日本配布した「各種ランキング」資料の9Pを，参考までにご覧いただきたい。「チーズオムレット」は全国第5位となっている。

松原委員

- ・有名な女優が週刊誌で取り上げてくれた効果かなと思うが，たとえば石屋製菓，ホリというのに比べてどうかということだ。チーズオムレットはおいしいが，「なぜ函館か」という直接的イメージが少ない。夕張メロンピュアゼリーの方がわかりやすいということだ（スナッフルズのお菓子が悪いという意味ではない）。

坂本委員

- ・オンパクなどイベントの件に関してつながりがあって仕事をしているが，3回オンパクは開催されているが，それを知らない人も多い。周知が足りなかったと感じる。

- ・これだけ色々やられていたのに、もう少し足場である市内の方々に周知してわかっていただくことと、後はメディアを使ってPRした方がわかっていただけるのかなと思う。
- ・オンパクアンケートの集計結果でも、30代・40代の方が毎回下がってきて、50代・60代の方が比率的にも上がってきているのも検討材料だ。
- ・函館に一番来ている観光客の世代層を私は知らないが、年に1回函館に来たいという方が多くいる中で、「函館には何があるのですか？」と問われて一般的なイメージは「異国情緒がある」、「五稜郭・トラピスト」、「港まち」、「金森倉庫」など、もう昔ながらのイメージで語られるだけで、それ以上でも以下でもなく、「わくわく感」があまりないのかと思う。
- ・飛行機でお金をかけて、食べ物にしても海鮮丼がおいしいのはあたりまえで、それだけで観光客は2回・3回も来てくれない。食べ物に対しての鮮度やおいしさの信頼性などは高いのだが、旅館の食事でそれを確認してそれだけである。
- ・(友人と)一緒に泊まって話しが出てくるのだが、定山溪や道内のホテルも様変わりしており、「次に行くならそちらへ行きたい」という意見もある。
- ・歴史的なものを味わうだけでなく、オンパクのように「プラス」ができないのかなと感じている。

二本柳委員

- ・視点を考えることも必要。観光客が多いということが良いことなのか？ということだ。人数が少なくてもハイグレードな人たちを呼び、こだわりの街にするというのもひとつの方法である。
- ・団塊の世代の移住・定住や、それを始める前に滞在型観光・季節移住・体験型観光、大きく考えると北海道と沖縄を比較すると、沖縄は朝から晩までビーチで寝ころび、2日でも3日でもゆっくりできるというのが最大のメリット。一方の北海道は、自分たちが体を動かして満足する地域だと思う。
- ・従って、体を動かさず体験型観光システムづくりは非常に重要であり、だからオンパクは素晴らしい。函館を中心とした着地型体験観光カリキュラムをたくさん作り、オンパクだけでなく四季を通じて「函館にきたら何かがある」、「とにかく函館に行ってみよう」という流れづくりが大切だ。
- ・現状の1泊2日型が、この体験型観光の充実を通じて2泊3日、3泊4日になっていくようなシステムづくりが重要だ。

沢村委員

- ・函館では観光客数500万人を一つのバロメーターにしているようだが、実はこれ、非常に大きな数だ。それを上回ったり下回ったりしているが、今、好調だといわれている沖縄でも去年は564万人。県として564万人。一方の函館市は市だけで486万人で、数的には大きな数字だ。
- ・配布資料のランキングを見ても、全国レベルで上位だからこそ、500万人を維持しているのであり「成熟した観光地」としての位置づけだと思う。
- ・昨年、旭川は693万人で急激に伸びているが、この多くは札幌日帰りであり、単純に動物園効果。函館の観光客が500万人から600万人になるかということ、現実的に市の計画はあるかと思うが、特別なマジックでも使わない限り難しい。
- ・そういった意味では、成熟した観光地ではあるが、体験型観光、オンパクも含めて新しいことを積み上げ、情報発信していくということを地道にやっていくしかない。ベース自体が大きな数字であり、それを維持し、さらに右肩上がりをしていく方法を考えていくのは簡単ではない。
- ・昨今のツアーは格安のものが多く、内容が伴っていない商品もある。「どのようなお客様に来てほしいか？」という発言があったが、そういう観点もアリだと思う。
- ・入込数を増加させていくためには、函館にしかない魅力を発掘し、それを売り込んでいく必要がある。旅行会社は常に新しいものを求める。「新しいものは何か」という観点で取り組んでいかなければならない。

松木委員

- ・「成熟した観光地」である函館が、「旭山」クラスの新たな魅力を打ち出していくのは難しいが、既存の資源を再編集して再活用するというのはどうだろう。
- ・例えば周遊型パスポート。タワー・ロープウェイ・資料館・バスがお金を払わなくてもその1枚のカードで利用でき、函館に行ったらそのパスポートを買って「お得だ」というのはどうだろう。自分の好きな時間に使えるし、1つ1つの施設を利用するよりも「お得」だと。これを1つの目玉とした「函館わくわくパスポート」である。ある程度メジャーなところは網羅して1つの目玉にできないか。
- ・また、私は、知人や仕事上の案内などでタワーやロープウェイに乗る機会が多いが、年間かなり回数になるのでさすがにキツイ。市民向けの年間パ

スポーツがあれば良いのだが...そうすれば地元の人が「宣伝マン」になる筈だ。

阪口委員

- ・松原委員の仰る「120点」の資源は夜景なのであり、もっと夜景を「しっかり」企画するべきだと思う。私も、年に何度も夜景を見に行くが、きれいだけど面白くない。それだけで終わってしまう。さらなる感動、伝えるべきことがあると思うのだが。
- ・夜景を見ながら露天風呂とか、屋台村とか、夜景だけではなく函館山山頂で日の出を見ると幸せになるとか...。人生が輝く夜景神社とか。もっと利用すべきだと思う。
- ・まず、駅が殺風景。また、案内係がジャケットを着てただ誘導しているだけ。ディズニーランドのように行ったときからわくわくする仕掛けはないものか。天気が悪かったら「また来なくてはいけない！」という気持ちにさせる。まずは夜景で勝負して、夜景がダメなら「まだこんなにプログラムがありますよ」とPRすればよい。

刈田委員

- ・夜景は何で（展望台の営業が）9時に終わるのか？ということ、以前から（ロープウェイの）社長に申し上げている。営業時間を伸ばすことによって山麓部の坂の両脇に出店でも出して...そうすると地元商店の方も閉店時間を延ばすだろう。
- ・観光客だけの夜景ではなく函館の若いカップルのデートコースにもなる。「カップルが行くデートスポットは夜景」だということを市民が認識し、外の人に知ってもらわなければならない。それを外の人に知ってもらわなければならない夜景の価値観は出てこない。夜景で売っている函館なのだから、見直しや、やり方を考える必要がある。
- ・「入込数」より「泊数」が増えれば良いという考え方をしていくべきだ。滞在客を増やすためには、質の追求が重要だ。しかし、現状では「質」を求める層が来ていないので、「数」だけで終わっている。
- ・「質」を求める層は、オンパクのような体験型や、色々な文化であったり、教養であったり...体験できる商品が全面に出てこないといい観光地にはならない。
- ・良い客。良い施設。良い旅館。単なる「安売り」では従業員の質も料理の質もホスピタリティも上がらない。ホスピタリティが出てくるお客様を呼

び込んでこななければならない。

- ・まち自身も熟成させていくうえでも「入込数」ではなく「泊数」を伸ばした方がよい。そして夜景に対してはロープウェイの営業時間を早急に伸ばすべき。深夜営業あたりまえ。銀行土日に営業する時代である。

鎌鹿委員

- ・函館はすばらしく、景観もよくコンテンツもよいが、キーワードの「人」がない。体験学習を指導する人やインタープリターが必要になってくる。その人たちのスキルアップも必要だ。
- ・体験学習のカンヅメ研修に参加したが、リスクマネジメント、プレゼンテーションのほかクレーム処理等のトラブルシューティング、さらには人工蘇生術もあった。色々な資格はもっている、ガイド資格者も輩出している...だが、それが生かされてない。使われていない。スキルアップもされていない。ほしいところに集まっていない。
- ・「はこだて検定」も、仕事を知識に活かしたいという人(つまりは観光業に従事しているひとだと思いが)が、どれだけ試験を受けている人がいるだろうか。(カンヅメ研修なども含め)システム全体考える必要ある。
- ・話は変わるが、来年サミットがある関係からか、札幌には「マイ箸割引」という店があった。札幌は違うなぁと感じた。そういう取り組みが函館でもできたらと思う。

番匠座長

- ・「函館観光の人気度と、現実の入り込みとのギャップ」という難しい課題に対し、「情報提供」、「体験観光」、「地域周遊チケット」、「夜景」という観点から一通りご意見をいただいた。来年度取り組むべき施策について、委員会として一定の示唆はいただけたものと思う。時間の関係上、もう1点の「コンベンション」については討議できなかったが...(事務局)続きは次回ということによろしいか。

事務局 池田主査

- ・コンベンションに関しては、来年の機構改革で「観光コンベンション部」ができる。市役所内での業務の棲み分けとしては、「ハード」が企画部、「ソフト」が観光コンベンション部ということになっている。
- ・基本計画の策定から今日に至るまで、アドバイザー会議での討議を見通すと、「コンベンション」はとりわけ重要な課題。
- ・新たな体制となり、いきなり「さあソフトだ、誘致だ」ということになっ

ても当惑してしまうので、実は先進事例の調査を考えている。可能であれば番匠座長にも調査同行をお願いしたいと思っている。

番匠座長

- ・調査の同行は、私としてはやぶさかでない。東京の施設を見てもあまり参考にならないと思うので、地方のコンベンションの運営状態を見た方がよいのではないかと。その辺も考えに入れて検討していただきたい。

(終了)