

函館市観光基本計画

Hakodate Tourism Strategy

2004-2013

第4章

計画の基本方針

海外の美しい観光都市の事例



カナダ/ケベック

1	基本理念.....	77
2	計画の目標.....	78
3	5つの基本方針.....	83
4	施策の基本方針.....	85

観光は、観光客にとってレクリエーションや教育・自己啓発、さらには癒しなどの効果をもたらすものであり、また、地域にとっては経済波及や雇用創出などの直接あるいは間接の効果をもたらします。とりわけ本市では、観光を取り巻く社会経済情勢が大きく変化しているなかにあって、基幹産業として地域に大きく貢献しています。

また観光は、特定の見学コースを大勢でめぐる「団体・パック型」といった形態から、旅先での行動に柔軟で多彩な選択が可能な「個人・フリープラン型」へと変化しつつあるといわれています。このことは、一定レベル以上の観光資源を有する、いわゆる「名の通った」観光地でありさえすれば、自ずと一定レベル以上の観光客を呼び込むことができるといった図式が崩れつつあるということなのかもしれません。

また、昨今のインターネットの著しいまでの普及などもあり、自宅に居ながら、旅先を選択するための膨大な情報が簡単に入手できるようになりました。観光行動も、単なる物見遊山にとどまらない新たな要素、すなわち「自己実現」や「知的好奇心の満足」などが重視されつつあり、こうした傾向は、今後ますます強くなっていくものと考えられます。

本市では、昭和57年に「函館市観光基本計画」、続く平成6年には「新函館市観光基本計画」を策定し、これまで官民が観光資源の「掘り起こし」や地域経済の活性化に向けた観光の「産業化」などに努めてきました。

こうした状況を踏まえ、第3次目を迎える本計画では、刻々と変化していく観光動向などへの的確な対応を図ることはもちろん、既にわが国有数の観光地となっている「函館観光」を、今後どのようにすれば、さらに飛躍させられるのかという難題の解決に向けて、その方針などを明らかにします。

1 基本理念

美しい光彩を放つまちには、その光に触れようとして多くの人が集います。しかし、その光が表面的な輝きだったとしたら、旅人にはすぐに見透かされてしまいます。来た者の心を捉えて離さないまち、そして何故か再び訪れたいくなるまちであり続けるためには、内面からにじみ出る魅力と、全ての人を受け入れる懐の深さが必要です。

函館が、今後もわが国有数の観光都市として、内なる輝きを放ち続けていくためには、何よりもまず、観光行動が展開される場である「まち」そのものの魅力を高める必要があります。また、再訪への衝動を促すうえでは、心の通った「交流」も重要です。

幕末期、わが国最初の開港場として広く海外に門戸を開いた函館は、当時、日々急速に流入してくる諸外国のヒト・モノ・文化を受容しつつ、さらにはそこから函館独自の文化を創りあげました。また、「交流」の歴史を伝える建造物や史跡・事跡などは、今日、国内外から多くのお客様をお迎えする国際観光都市・函館の成立にも大きな役割を果たしています。函館の歴史は、まさしく「交流」の歴史であり、それは今日まで脈々と続く「観光文化」の形成史であるともいえます。

こうした背景を踏まえつつ、今ある函館の魅力に全ての市民が気づき、誇りに思い、さらには市民・企業・行政、そして観光客との協働による取り組みを通じて、函館の魅力がひとときわ輝く観光文化のまちづくりを推進していくため、本計画の基本理念を

「観光文化」のあるまち・函館
住むこと、訪れたことが「自慢」できるまちづくり

と定めます。

1st STAGE
1982-1993 函館市観光基本計画
観光資源の掘り起こし

2nd STAGE
1994-2003 新函館市観光基本計画
観光の産業化

3rd STAGE
2004-2013 函館市観光基本計画
観光文化のまちづくり

2 計画の目標

市民、企業、行政、観光客が協働して観光文化のまちづくりを推進していくための指標として、以下の視点をもとに、本計画の目標を「量」、「質」の両面から定めます。

1 量的目標

社会経済情勢の変化の影響から、わが国における観光行動は、10年前と比較して約14%減少（「国民一人当たりの宿泊観光旅行回数」平成15年観光白書）していますが、本市の観光は、全市をあげて振興に取り組んできた成果から、この間、僅かながら増加しています（平成5年から14年度約10.3%増）。

一方、観光行動は、あくまで日常の生活基盤を保持したうえで「上澄み」部分から経費が捻出されるものであり、その多寡は、観光行動への参加意欲に大きな影響を及ぼすといわれています。このことは、たとえ本市が積極的に観光振興策を展開したとしても、観光行動そのものの需要が底上げされない限りは、一定の伸びが期待できないということにほかなりません。

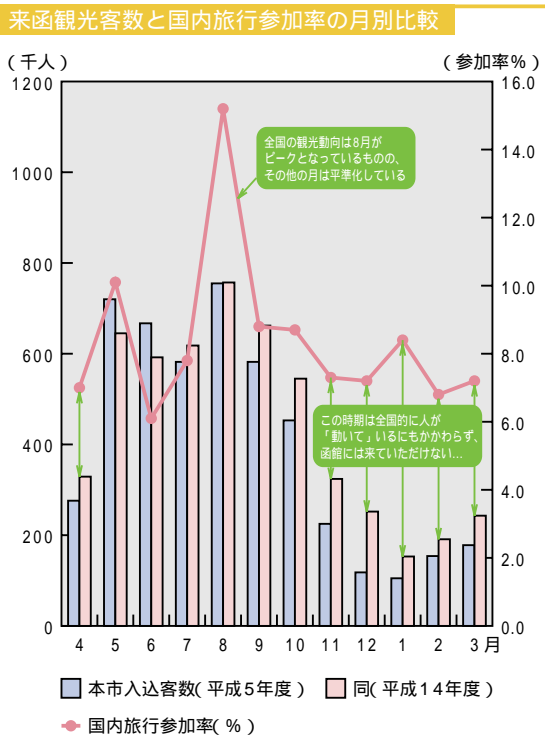
景気が良くなれば観光客が増える。しかし、悪くなれば減る。これが観光産業全般が、いわゆる「水モノ」といわれる要因ですが、そうしたなかであっても、わが国有数の観光都市である函館は、多少のことでは動じない強さを発揮したいものです。

そこで、本計画に掲げる「量的目標値」の設定にあたり、現状における観光入込みの限界値を試算します。

左下の図のとおり、夏季を中心とする5月から10月に多くの入込みがある函館観光ですが、これを全国の観光動向と重ねてみると、国内的に観光行動が最も盛んな8月については、確かに本市においてもピーク月となっていますが、その時期は市内のホテル・旅館の宿泊稼働率が限りなく100%に近い状況となっていることから、宿泊客ベースのみで考えた場合、本市観光の月間入込みの限界は、8月の実績値である75万人と推定されます。

仮に、月間75万人もの観光客が通年で本市を訪れると想定した場合には、900万人となり、これが現状における本市の観光入込客数の最大値、すなわち限界値と見込まれます。

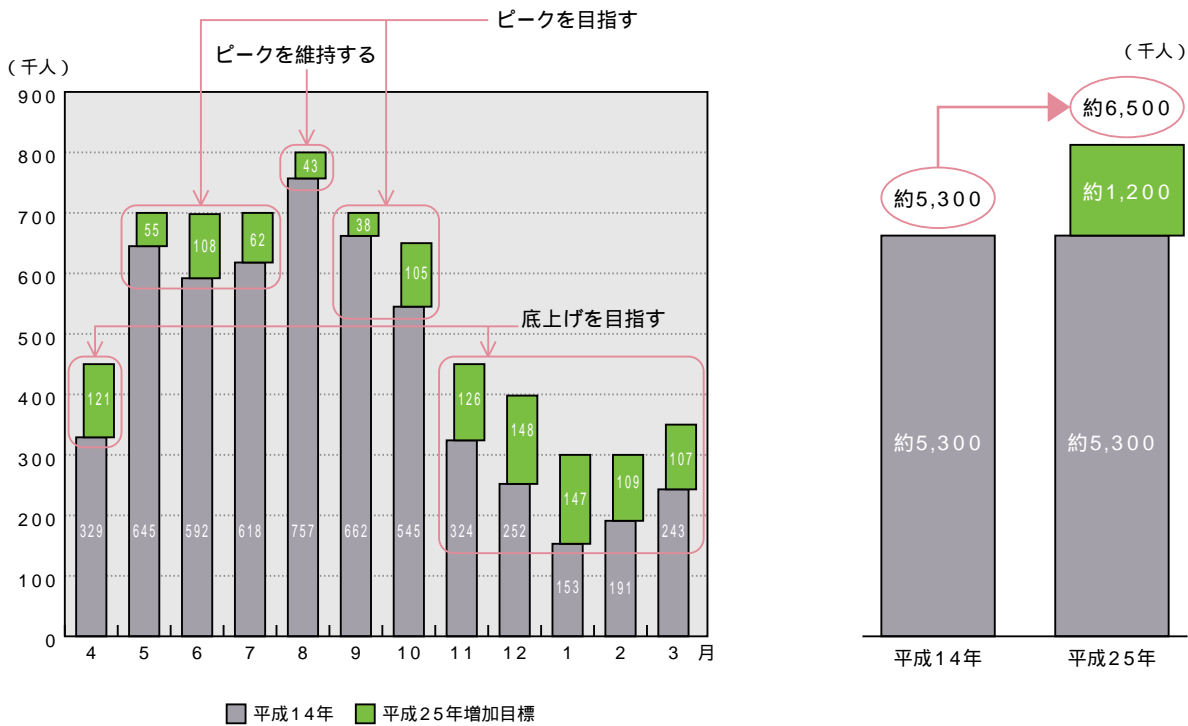
こうした一定の上限を見据えたうえで、交通渋滞の発生など、市民生活への負の影響を考慮し、ピーク時期の入込みを伸長させる方向性ではなく、月別の入込み状況を的確に認識したうえで、基本的にはその底上げに寄与する具体的な取組みを展開していくこととします。



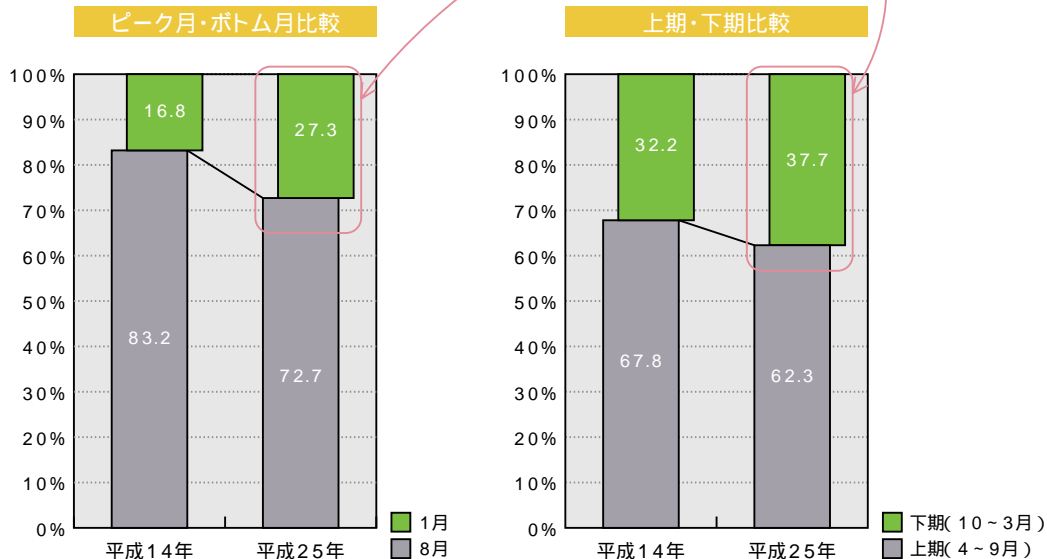
これらを踏まえ、本計画の目標を、「ピークを維持する」、「ピークを目指す」、「底上げを目指す」の観点から、

平成25(2013)年度 観光入込みの目標 650万人/年

と設定します。



季節間格差の是正
効果：雇用の平均化
観光関連投資の拡大
など



なお、今後、北海道新幹線の新函館開業が計画期間内において実現された場合には、さらなる観光入込みの増が期待されますが、一方では既存の航空便との相関関係もあり、この開業後における新幹線利用観光客数の増が、全て観光入込みの増加要素として見込めるわけではありません。こうした状況を踏まえ、北海道新幹線の新函館開業時における観光入込みへの波及について、以下の調査成果をもとに、その純増数を想定します。

北海道新幹線青函同時開業時の観光入込みの純増想定数 50万人/年

社団法人日本観光協会作成「北海道新幹線の新函館開業時における観光入込みについて」

1. 新幹線開業による観光への影響

新幹線開業による観光への効果は、移動時間の短縮が利用客の利便性の向上や行動半径の拡大をもたらす、結果として観光客入込みの増加という形であらわれる。

東北新幹線を例にとると、首都圏においては、これまでは盛岡までが新幹線利用による、日帰りまたは1泊2日型観光地として、気軽に観光できるエリアであったものが、平成14年12月の八戸開業によってその範囲が拡大され、八戸における観光客増加につながったものである。

北海道新幹線が新函館まで開業になれば、新函館～東京間は現行の所要時間から2時間以上短縮され約3時間40分で結ばれるほか、新函館～仙台間は約2時間10分、新函館～盛岡間も約1時間40分で結ばれることになるなど、首都圏から函館への日帰り観光は物理的に厳しいが、これまで少なかった東北地方や北関東地方からの観光客の増加に拍車がかかるのではないかと考えられる。

また、新幹線開業は、地域に対して大きなパブリシティ効果をもたらすものである。例えば、山形新幹線新庄延伸の効果として、「銀山温泉の冬景色が山形新幹線新庄延伸のポスターに採用され、冬場の観光客が増加」といった例もあり、新幹線開業のニュースにのった全国的な知名度の向上による観光客の増加も期待されると

ころである。

2. 最近の新幹線開業事例

最近の新幹線開通、延伸の事例である秋田新幹線開通、山形新幹線新庄延伸、東北新幹線八戸延伸による観光入込客数の変化を見ると、開業初年度については、新幹線開業というアナウンス効果もあり、前年比8.2%～13.5%増加しており、2年度目からは総じてその伸びは鈍化するものの、開業前に比べれば、観光客の入りこみ増加に大きく寄与していることが理解できる。

一方で、新幹線の開業により、これまで航空機を利用していただ観光客が新幹線にシフトすることとなり、航空機の東京便が減便されていることなども見逃せない影響の一つである。

3. 北海道新幹線新函館開業の場合

・北海道新幹線開業による経済効果

北海道経済連合会と株野村総合研究所では、平成15年10月に、北海道新幹線が新函館まで開業した場合に、どのような経済効果が見込まれるかについて、調査報告をまとめている。この報告のなかでは、

・鉄道交流量については、開業前に比べて約2.5倍の347万人/年（開業前：138万人/年）が見込まれるとしており、その内訳は、転移・転換交流量が300万人/年、新規誘発交流量が47万人/年としている。

- ・移動交通手段となる鉄道と航空のシェアについては、鉄道交通量のシェアが開業前に6%から14%へと倍以上に上昇するとし、地域別では、特に道南～関東のシェアが12%から69%と最も大きく上昇し、鉄道と航空のシェアがほぼ逆転する形になるとしている。
- ・新幹線開業がもたらす経済効果としては、新規誘発利用客による最終需要額を163億円/年、この最終需要額により、「観光」を含めた他産業で誘発される生産額は198億円で、経済効果の総額は361億円/年と推計している。

・観光入り込みへの効果

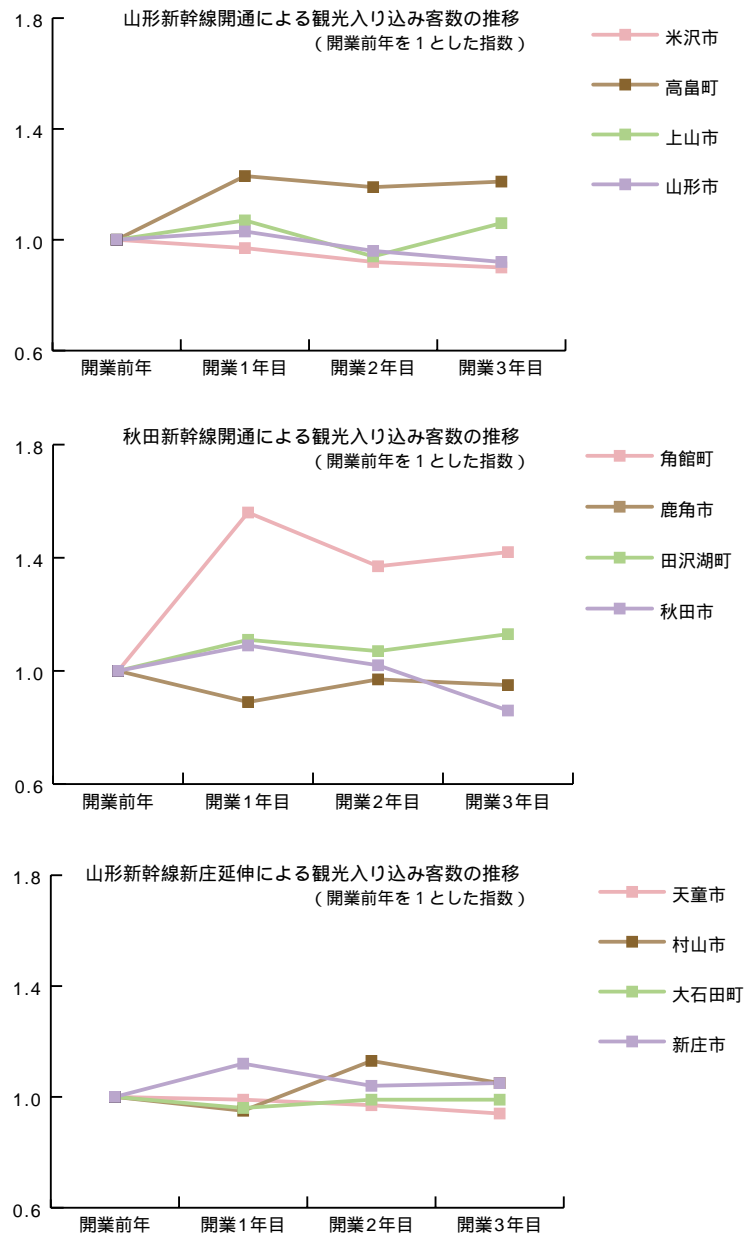
先に述べた最近の新幹線開業事例や、開業による経済効果からダイレクトに函館への観光入り込みを推計することは困難であるが、

- ・函館は他の地域に比べて、人を引きつける魅力ある観光資源が豊富にあること
- ・新幹線開業によって、これまで以上に函館と東北地方や北関東地方との交流が盛んになり、人や物の流れが活発になること
- ・道南ばかりでなく、北東北を含めた広域的な観光ルートの設定が可能となり、新たな魅力の創出につながる
- ・函館は、東京から約800kmの距離にあるが、これは「鉄道」と「航空」がともにその特性を發揮できる距離帯であり、その競合が運賃の低廉化につながり、新たな需要の開拓にも結びつくことが考えられること

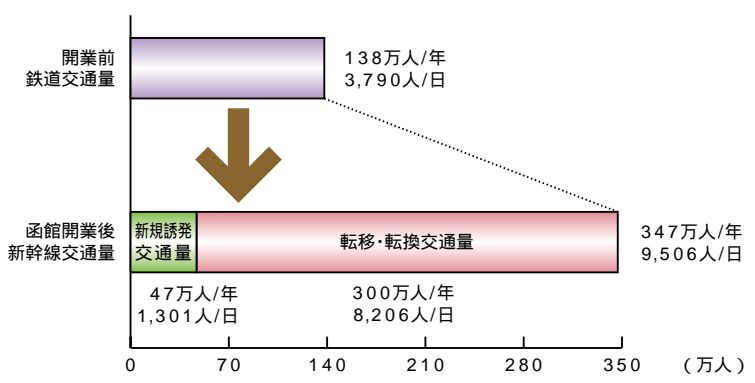
などから、北海道新幹線の新函館開業による観光入り込みへの効果としては、平成14年度観光入込客数である531万人の約10%となる約50万人程度と期待したい。

ただ、新幹線開業による効果を一時的なものとしないうえにも、地元としての受け入れ体制の充実など、官民一体となった取り組みが必要になることはいうまでもない。

新幹線開業後の入込推移(事例)



北海道新幹線開発による鉄道量の変化



「北海道新幹線函館開業による経済効果」(平成15年3月、北海道経済連合会・(株)野村総合研究所)

2 質的目標

本市の観光振興に向けては、外国人観光客やコンベンション誘致など、現状では未だ潜在している需要のさらなる掘り起こしはもちろん、冬季観光のより一層の振興策の展開などが重要となりますが、本市の観光入込みを底上げするうえでは、とりわけ観光客の再訪を促す取り組みが重要といえます。

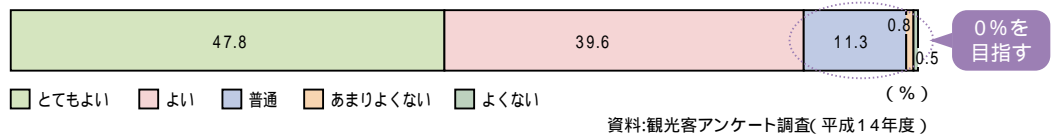
一度訪問した観光客には再訪を、二度目の方には三度目の訪問を。そして単に「再訪者（リピーター）」という言葉のみではなく、函館をこよなく愛する「支援者（サポーター）」

を増やしていくためには、基本理念に詳述したとおり、その基盤となる「まち」そのものの魅力を高めていくことやサービス・ホスピタリティの向上が、必然の事項として求められることとなります。

こうした状況を踏まえ、本市が観光文化都市として今後も成立し続けていくための指標として、上記各項目の達成に必要とされる「満足度」を共通のキーワードとして、以下のとおり質的目標を定めます。

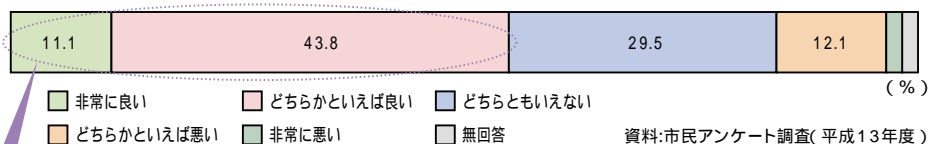
観光客の「満足度」を高める

観光アンケート調査「函館の印象はどうでしたか？」における「ふつう」、「あまりよくない」、「よくない」の合計ポイント（現在約10%前後） 0%を目指す



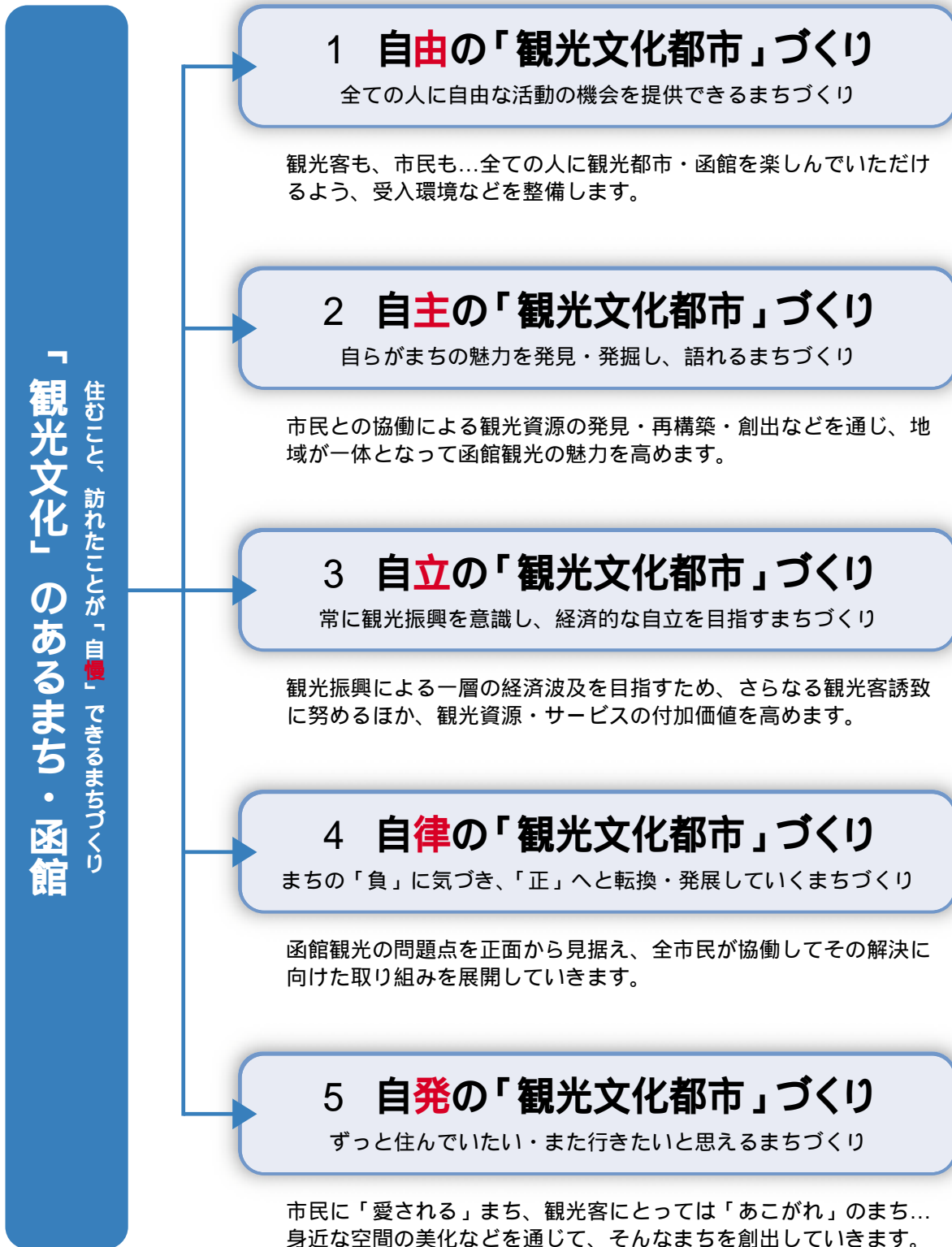
市民の「満足度」を高める

市民アンケート調査「他の観光地と比較して、函館の観光をどのように評価されますか」における「良い」以上のポイント（現在約55%） 70%以上を目指す



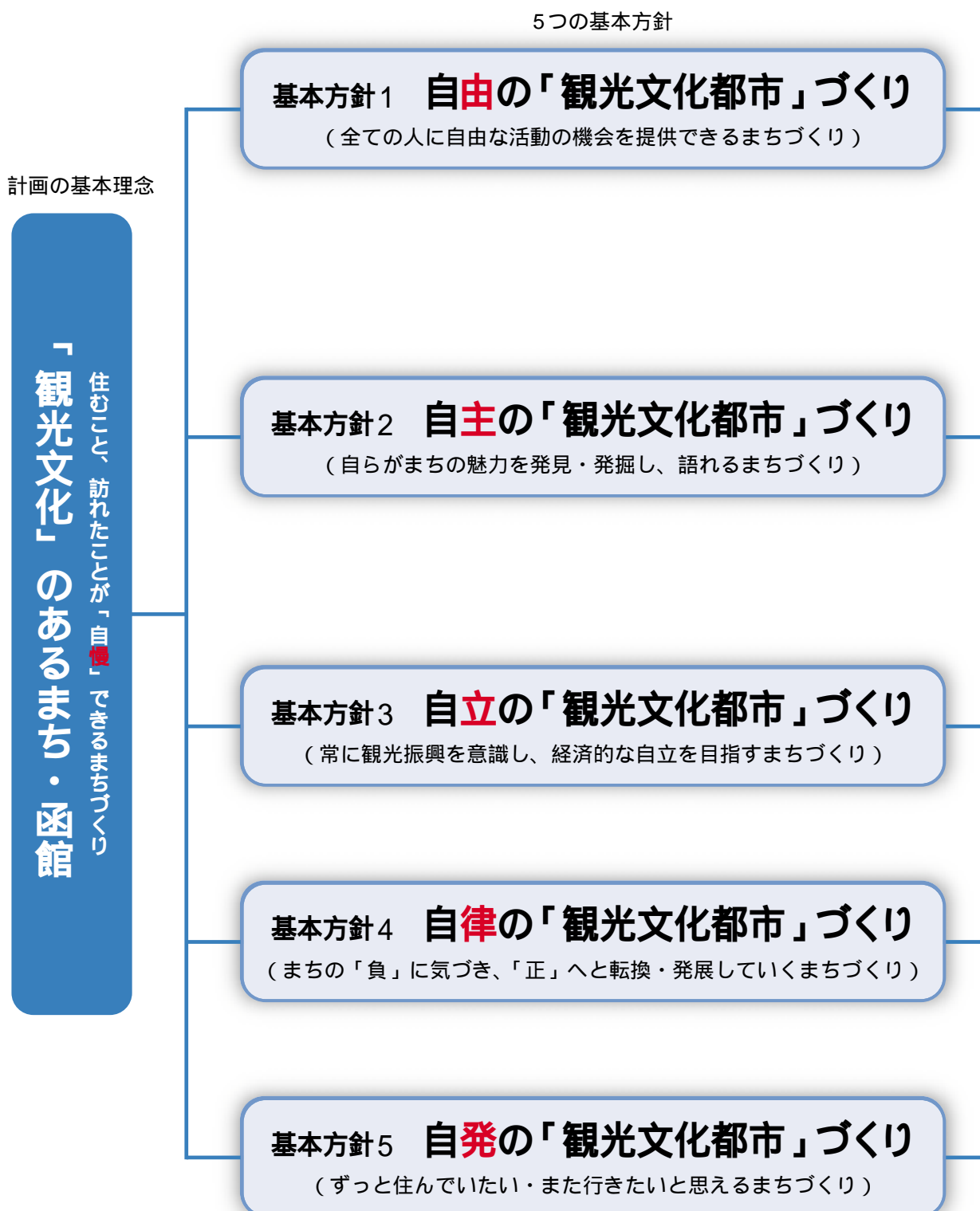
3 5つの基本方針

本市観光の現況と課題を踏まえ、計画の基本理念と目標の達成に向けた基本方針を次のとおり設定します。



4 施策の基本方向

5つの基本方針に基づき、次のとおり施策展開に向けた基本方向を設定します。



施策の基本方向

1 全ての人にやさしい観光都市の実現

バリアフリーとユニバーサルデザインの推進
国際化対応の充実

2 情報ネットワークの整備・充実

観光案内機能の整備・充実
観光情報提供ツールの開発、充実
観光情報提供体制の整備・充実

3 交通ネットワークの整備・充実

観光流動と市民生活を支える交通インフラの整備促進
市内交通環境の充実

1 市民との協働による観光地づくり

観光資源・施設の魅力の再構築
市民と観光客が楽しめる観光メニューの創出

2 滞在型・体験型観光の振興

滞在促進のための環境整備
地域資源を生かした体験型観光の振興

3 広域観光の推進

青函・道南圏広域観光圏の形成
市町村合併を見据えた「市内」観光の振興

1 函館ブランドの確立・発信

函館ブランドの確立と商品の開発
観光関連産業の活性化
プロモーション活動の充実

2 コンベンション・イベントによる振興

コンベンション機能の充実
イベントの創出と展開

1 自律を促すシステムの確立

評価・検証・推進体制の確立

2 安全な観光地づくり

「安全」「安心」を担保するシステムの創出

1 美しいまちの創造

生活空間の美化
観光都市としての「雰囲気」の醸成

2 ホスピタリティとサービスの向上

ホスピタリティの向上
サービスの向上
函館観光エキスパートの創出

1 自由の「観光文化都市」づくり

1-1 全ての人にやさしい観光都市の実現

1. バリアフリーとユニバーサルデザインの推進

多様化する観光ニーズへの的確な対応を図り、全ての人が快適に過ごせる空間づくりを目指すため、観光関連施設などのバリアフリーや、冬季における散策環境の向上などに努めます。また、新たな観光関連施設の整備にあたっては、全ての人に優しく利便性の高いユニバーサルデザインを導入します。

2. 国際化対応の充実

「ビジット・ジャパン・キャンペーン」の全国展開などにより、今後は、外国人観光客の着実な増加が見込まれるなか、観光地の国際化対応は急務となっています。こうした状況を踏まえ、外国人観光客の受入機能や体制の充実を図ります。

1-2 情報ネットワークの整備・充実

1. 観光案内機能の整備・充実

初めて函館を訪れた人にとっても観光しやすい環境を創出するため、観光案内所や案内板など、函館への「到着後」において、誰もが気軽に活用できる観光案内機能の充実を図ります。

2. 観光情報提供ツールの開発、充実

「発見」や「まちあるき」などを通じた思い出に残る旅を演出するため、「到着後」における情報インフラとして、函館観光の新たな観光情報提供ツールの開発・充実に努めます。

3. 観光情報提供体制の整備・充実

インターネット普及率が急速に高まっている状況を生かし、旅行「出発前」における詳細な地域情報を提供できる体制などを整えます。

1-3 交通ネットワークの整備・充実

1. 観光流動と市民生活を支える交通インフラの整備促進

観光の目的地となる本市までのスムーズな移動と、市民の日常生活上の円滑な交通環境を確保するとともに、道南の広域的な交通ネットワークを確立するため、交通インフラのさらなる整備充実に努めます。また、北海道新幹線の整備と青函同時開業に向けた積極的な誘致促進活動を継続します。

2. 市内交通環境の充実

市内観光時における交通環境の充実に向けて、駐車需要の高い地区における新たな観光駐車場の整備や公共交通機関等の充実に努めます。

2 自主の「観光文化都市」づくり

2-1 市民との協働による観光地づくり

1. 観光資源・施設の魅力の再構築

函館市には、数多くの歴史的な資源が存する一方、そのなかには、輝きを失ってきているものや、未だ潜在しているものもあります。これらの顕在化を図るため、市民参加による魅力の発掘や「磨きあげ」に努め、函館観光を支える資源の魅力を再構築します。

また、市民も楽しめる観光関連施設の整備・活用に努めます。

2. 市民と観光客が楽しめる観光メニューの創出

市民には、観光都市に住むことの楽しみを、観光客には、市民とのふれあいを通じた思い出に残る旅を提供するため、地域の資源を活用し、市民と観光客がともに楽しめる観光メニューの創出に努めます。

2-2 滞在型・体験型観光の振興

1. 滞在型促進のためプログラムの創出

現在の函館観光は、1泊2日型が主流となっていますが、観光による経済波及効果を考えると、訪れる人を増やすことも大切ですが、訪れた人により多く滞在していただくことも重要です。このため、長期滞在を求める研究機関の誘致や宿泊施設との連携などにより、1日でも長い滞在を促すプログラムの創出に努めます。

2. 地域資源を生かした体験型観光の振興

体験型観光は、地域住民と観光客とが触れあう機会を演出しますが、それは、観光客にとっては再訪意欲にもつながる重要な要素となります。こうした状況を踏まえ、函館特有の自然資源や歴史資源などを十分に活用し、オリジナリティの高い体験型プログラムの創出に努めます。

2-3 広域観光圏の推進

1. 青函・道南圏広域観光圏の形成

空港と港を有し、本州との玄関口に位置する本市は、道南圏はもとより、青函広域圏の観光資源をめぐる際の重要な拠点機能を有しています。こうした特性を生かし、青函・道南圏共有の資源である縄文遺跡の連携等により、周遊性の高い観光資源づくりに努めるほか、道南圏広域観光圏の形成に向けて、イベント連携などに努めます。

2. 市町村合併を見据えた「市内」観光の振興

函館・戸井・恵山・椴法華・南茅部の各「地域」において培われてきた観光資源の再構築を通じて、さらなる観光振興を図ります。また、互いの地域習俗や文化を理解し、交流しあう場を創出するため、市民のための「市内観光」の促進に努めます。

3 自立の「観光文化都市」づくり

3-1 函館ブランドの確立・発信

1. 函館ブランドの確立と商品の開発

函館は、夜景や異国情緒あふれる町並みなどによって観光都市としてのイメージを形成してきました。こうした既存イメージを活用し、オンリーワンの国際観光都市づくりを目指すため、函館のブランドイメージの確立とその商品開発に努めます。

2. 観光関連産業の活性化

体験型観光の振興や「地産地消」の促進、さらには中心市街地の活性化などを通じて、観光関連産業の活性化に努めます。

3. プロモーション活動の充実

観光地のイメージを向上させ、ブランドイメージを確立するためには、それを意図したプロモーション活動が必要となります。このため、物産展をはじめとする多様な誘致宣伝活動などを積極的に展開します。

3-2 コンベンション・イベントによる振興

1. コンベンション機能の充実

コンベンションにより誘発される地域経済への多大の波及効果を踏まえ、既存施設を最大限活用し、この開催促進に努めるほか、観光都市にふさわしいコンベンションホールの建設を検討します。また、さらなるコンベンション誘致に向けて、受入体制の充実を図ります。

2. イベントの創出と展開

大規模なイベントなどを開催することは、観光客の誘致に一定の効果をもたらす一方、その効果を持続させていくうえでは、さらなる内容の充実はもとより、観光客と市民がともに「楽しめる」という要素も重要となります。また、観光の通年化を図るためには、冬季観光の振興に資する魅力的なイベントの創出は不可欠のものとなります。このため、既存イベントの積極的な見直しや新規イベントの創出、さらには市民との協働などを通じて、戦略的なイベント展開に努めます。

4 自律の「観光文化都市」づくり

4-1 自律を促すシステムの確立

1. 評価・検証・推進体制の確立

観光動向は、社会経済情勢の変化と連動し、今後とも変貌し続けるものと思われます。本計画の推進にあたっては、その「時」に応じた的確な施策展開や、逐次の見直しなどが必要となります。このため、函館観光の問題点を正面から見据え、全市民が協働してその解決に向けた取り組みを展開していくシステムを構築し、観光都市としての自律的成長を目指します。

4-2 安全な観光地づくり

1. 「安全」、「安心」を担保するシステムの創出

「安全」で「安心」できるまち。これは、市民にとっても、観光客にとっても最低限、確保されなければなりません。観光客が安心して滞在できるまちづくりを進めるため、交通マナーの向上などをはじめとする多様な取り組みを展開します。

5 自発の「観光文化都市」づくり

5-1 美しいまちの創造

1. 生活空間の美化

道路の沿道部や自宅の庭などの生活空間を花などで美しく飾ることは、日常生活にうるおいをもたらす効果的な取り組みといえますが、それは同時に、本市の観光的魅力を高めることにもつながります。このため、観光施設周辺のみならず、市民一人ひとりが、我が国有数の国際観光都市「函館」を支えているという自覚のもと、全市をあげて生活空間の美化に努めます。

2. 観光都市としての「雰囲気」の醸成

本市は、歴史的建造物や坂道などにより独特の景観が形成されており、それ自体が函館観光の魅力を支える重要な構成要素となっています。このため、本市の観光都市としての雰囲気をさらに高めるため、より一層の景観向上などに努めます。

5-2 ホスピタリティとサービスの向上

1. ホスピタリティの向上

どれほど素晴らしい観光資源を有し、どれほど楽しく有益な体験できたとしても、そのまちでの滞在中に接客トラブルがあった時などは、訪れた人にとっては「不快な地」としての思い出が強く残ります。逆に、多様な観光行動のなかで、ほんの一瞬でも「もてなし」の心が伝われば、それは永遠の印象となり得ます。このためホスピタリティ意識の醸成に向けた最も基礎的な部分である「ひとづくり」に努めます。

2. サービスの向上

快適な観光を促すためには、きめ細かいサービスの提供が不可欠であり、また今後の観光の持続的発展に向けては、そのサービス提供を継続できる体制づくりも重要です。このため、全市をあげて各種サービスの向上に努めるほか、サービス事業の起業化を促進します。

3. 函館観光エキスパートの創出

函館観光の持続的発展に向けて、地域の歴史や文化をはじめ、接客サービス、情報提供等の専門性を要する分野において、自ら「学び」、「語れる」エキスパートを育成します。