

内部仕分け調書

観光コンベンション部

整理番号	予算事項名	根拠法令	配置職員数(人)			目的	必要性	内容	事業の成果	H24予算額(千円)	評価
			職員	嘱託	臨時						
1	函館市観光アドバイザー会議開催経費	あり	0.3	0.0	0.0	函館市観光基本計画の推進にあたり、広く関係機関、学識経験者等の意見を反映させるため会議を設置している。	計画の進捗状況の検証や時代の変化に対応した施策展開などを討議する外部評価組織であり、施策の着実な推進ひいては本市の一層の観光振興を図るために必要である。	<ul style="list-style-type: none"> ・アドバイザー会議開催事務(開催案内・報酬支払い・会議録作成 ほか) ・先進地事例調査 	先進地事例調査や広く関係機関や学識経験者からの意見をおして、函館市観光基本計画の推進のために有効な施策展開が図られている。また平成22年度については、函館市観光基本計画の中間評価を行い、報告書として取りまとめ所管委員会へ報告を行った。	337	見直し
2	観光資源創出経費	なし	1.5	0.0	0.0	潜在している観光資源を発掘し、新たな魅力を創出するため、市民の斬新なアイデアによる観光ルート企画案を募集するなど、市民と一体となった取り組みを推進する。	観光入込客数が漸減傾向にあるなか、今ある本市の魅力に市民が気づき、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、本市における宿泊を1泊2日から滞在型へ、また、1度ではなく2度・3度訪れたい街をつくるため、今ある観光資源を魅力あるものとして創出することが必要である。	<ul style="list-style-type: none"> ●まちあるきガイド育成事業 ●函館まちあるきマップ作成:参加・体験型の「まちあるき」ルートの充実 ●「てくてくはこだて特別版」開催:観光客のみならず、市民により深く函館の魅力を知ってもらう ●ニューツーリズム造成事業:ヘルスツーリズムの可能性を探るほか訪日外国人の受入環境を整備する 	<p>市民ガイドの育成により、市民が、まちあるきイベントや移動観光案内所に参加するようになり、観光施策への理解はもちろんのこと、来函するお客様に対するホスピタリティの向上にも役立っているほか、住んでいることに誇りを持つ気運が醸成されいている。</p> <p>旅行会社各社が「まちあるき」を函館の新たな観光資源として位置づけ、個人・小グループ型商品への組み込みを行ってきている。</p> <p>ヘルスツーリズムに関しては、現在首都圏の健康保険組合との協働により市場調査およびモニターツアーを行うことで商品化の可能性を探っている。</p> <p>また、訪日外国人の受入環境整備事業については、市内事業者を巻き込みながら、香港をターゲットにしたツアーの商品化およびプロモーションの検討を行っている。</p>	4,794	見直し
3	滞在型観光促進費	なし	2.0	0.0	0.0	「体験型観光」などの新たな魅力づくりや、戦略的な「情報発信」など積極的な取り組みを続けているが、今後、滞在型観光の実現による経済波及効果の向上は大変重要であり、みなみ北海道地域の観光資源を連携させながら魅力ある広域観光圏を形成することが不可欠となっている。また、平成27年度の北海道新幹線新函館開業も見据えながら、みなみ北海道地域とともに、青函・東北圏との連携を強化し、新たな観光メニューの造成に取り組むほか、長期的に活用可能な魅力あるルートマップの作成などを推進する。	観光入込客数の漸減傾向が続く中、着実な観光振興施策の推進によって、入込客数の回復を促すとともに、滞在型観光を実現することで、経済波及効果を一層高めていく必要がある。みなみ北海道ならびに青函地域においては、これまでさまざまな広域連携の取り組みがなされてきたが、有機的な連携が出来ていないことから、潜在資源を磨き上げるとともに、資源を繋ぎ、人を結び、点から線、線から面へと広域観光圏を形成することにより、滞在型観光を実現させることが急務となっている。	<ul style="list-style-type: none"> ■函館発「みなみ北海道・青函」オプションツアー造成事業 ■「函館・みなみ北海道グルメパーク」実施事業 ■はこだて観光圏整備推進協議会の事務運営・圏域との各種調整等 ■はこだて観光圏整備事業の推進(計画内各種広域観光事業の実施) ■東北地域との連携強化 	広域観光メニューとして好評を得てきたほか、修学旅行誘致においても一定程度寄与できたものと考えている。平成23年度に造成した広域観光ルートについても好評を得ており、旅行会社や観光客に広域観光を喚起し、滞在促進を図った。また、道央圏や東北地域を中心に、広くPRが図れたものと考え、さらには、東北地域との連携強化も深めている中、新幹線を活用した函館・みなみ北海道地域への集客促進が期待できる。	1,624	見直し
4	観光ホスピタリティ向上経費	なし	0.2	0.0	0.0	まちあるきセミナー受講生や観光ボランティア団体のメンバーをボランティアスタッフとして、繁忙期のGW・お盆休み期間中に五稜郭公園内に移動観光案内所を設置し、観光客や市民に函館観光の旬な情報を届けるとともに、観光に関連した様々な問い合わせに 대응することで、ホスピタリティの向上を目指している。	移動観光案内所の設置は、函館を訪れる多くの観光客に旬な函館をPRするだけでなく、観光に関連した問い合わせにその場で応えることで、快適な観光をする上での一助となっている。また、函館が観光都市として持続的に発展するためには、市民1人1人が「観光」が日常生活と密着した存在であると自覚することが大切であるため、市民が「案内役」として直接観光客等とふれあう移動観光案内所は、よりいっそう函館の魅力に気づき、おもてなしの心の大切さを体感できる機会として必要である。	<p>移動観光案内所の設置</p> <ul style="list-style-type: none"> ●関係団体・企業への協力要請 ●公園内行為許可申請等 ●まちあるきセミナー受講生へのスタッフ募集案内・集約 ●案内所開設時の運営 <p>臨時観光駐車場の設置</p> <ul style="list-style-type: none"> ●GW・お盆休み期間中の繁忙期における臨時観光駐車場の開設 	繁忙期に移動観光案内所を設置して、観光客の質問や要望に快く速やかに対応することがホスピタリティ向上の1つの要素となっており、また観光客から聞いた生の声を施策に反映している。また、ガイド等人材育成のためのまちあるきセミナーを受講した方や、はこだて検定合格者の知識を活かす機会としても大いに役立っており、この方々からの声も大切な「生の声」として、今後の施策展開していくうえで重要なものとなっている。	663	現行どおり
5	観光ポータルサイト関係経費	なし	0.5	0.0	0.0	観光客のニーズを踏まえた各種の観光情報を効果的に情報発信することにより、本市の観光入込客数の増に資することを目的とする。	インターネットによる情報収集は、国内外の観光客にとって重要な位置を占めていることから、観光客が最も欲しい情報や、旬でリアルタイムな観光情報を発信するとともに、外国人観光客に対応するため、多国語表記の情報を提供するほか、市内に限らず道南圏域・青函圏域を含めた観光情報を提供することにより、広域観光の推進につなげるなど、観光ポータルサイトの充実により、効果的な情報発信に努める必要性が増してきている。	<ul style="list-style-type: none"> ○多くの観光客が来函の目的としてあげている「歴史」・「景観」・「食」にスポットをあてた各種情報発信に取り組む。 ○観光客が最も欲しい情報や、旬でリアルタイムな観光情報を発信 ○多言語表記による情報発信(現在、日本語、英語、中国(繁・簡体字)、ハンガール、ロシア語、フランス語、ドイツ語、スペイン語、ポルトガル語、タイ語) ○道南圏域・青函圏域を含めた観光情報発信 	○観光情報の効果的な発信により、函館観光の国内外へのPRや、函館のブランドイメージの定着が図られたほか、市内観光のガイドブック的な役割も果たしている。	9,219	現行どおり
6	観光大使依頼経費	あり	0.2	0.0	0.0	口コミを利用した函館観光PRを行う。	実際に函館にゆかりがある方や居住経験がある方によるPRが望ましい。	全国各地の本市出身者や本市に縁のある方々の中から「はこだて観光大使」を任命し、函館の魅力やPRしてもらうための名刺作成や大使への物産品送付等に要する経費。なお、関東在住の観光大使の情報交換会を東京にて隔年で開催しており、直近では、平成23年度に開催。25年度開催予定。24年7月13日現在250名。	観光大使としてのPRに加えて、観光PRについての提案などもいただいている。一例:日本航空健康保険組合田口事務局長(元同社函館支店長)からは「函館ヘルス・ツーリズム」実現の提案あり。市も協力し同健保の退職者約9千人に向けて旅と健診をセットにした函館への「健診ツアー」参加を呼びかけている。	952	現行どおり

内部仕分け調書

観光コンベンション部

整理番号	予算事項名	根拠法令	配置職員数(人)			目的	必要性	内容	事業の成果	H24予算額(千円)	評価
			職員	嘱託	臨時						
7	観光キャンペーン実施経費	なし	0.1	0.0	0.0	函館の観光プロモーション	効果的なプロモーションとするため、他の組織との連携や、物産展、ふるさと観光懇談会など様々な機会をとらえたプロモーションが必要。また、教育旅行は重要な旅行需要であることから特化したプロモーションを行う必要がある。	①東北地区観光キャンペーン:JR主催旅行商品説明会への参加 ②首都圏観光キャンペーン:北海道観光振興機構主催キャンペーンへの参加 ③観光物産展等参加経費:各地で巡回開催される物産展への観光ポスターの掲出 ④ふるさと観光懇談会参加経費:東京、関西、仙台のふるさと会總會等への参加 ⑤教育旅行誘致経費:東北地域修学旅行の代理店・学校訪問等 ⑥ミスはこだて事業運営経費:観光協会に委託しミスはこだてによるプロモーションを実施 ⑦新幹線推進機構との連携プロモーション経費:新幹線沿線都市へのプロモーションを実施	東日本大震災の影響が少なかった22年度の観光入込客数が4年ぶりに増加したほか、震災後の東北地方への教育旅行誘致により修学旅行生が増加し、観光需要の回復に寄与している。	8,538	現行どおり
8	コンベンション誘致関係経費	なし	2.0	0.0	0.0	コンベンション開催による経済波及効果は非常に大きいことから、当市におけるコンベンションの開催を促進することを目的としている。	大規模な各種大会や会議などを積極的に誘致し、コンベンション開催を促進することは、来訪者＝観光客の増加による地域経済の活性化や国際観光都市函館のイメージアップを図るうえで極めて効果的な業務である。 積極的な誘致活動や受入支援サービス全般について函館国際観光コンベンション協会と連携を図りながら、主に行政が誘致活動を担い、協会が受入支援サービスの充実に努め、業務推進に取り組んでいるところである。	・年間計画に基づくコンベンション誘致訪問活動(年間200件程度) ・コンベンションデータベースの作成 ・北海道コンベンション誘致推進協議会との共同による北海道懇談会開催や国際ミーティング・エキスポ(IME)への参加 ・コンベンション開催による満足度や支援体制等のニーズ調査 ・大規模コンベンションに対する大会開催記念品の配布	当市観光入込客の減少傾向が続く中、誘致活動によりコンベンション開催件数および参加人数は一定の増加傾向にあり、コンベンション開催による直接的・間接的消費がもたらす経済波及効果があった。 ○コンベンション開催の推移(大会・会議等) H20 20,862人/69件 H22 25,136人/91件 H21 27,331人/97件 H23 26,994人/107件	2,559	現行どおり