

## 平成25年度第4回 函館市観光基本計画策定検討委員会 会議録

### ■ 開催概要

開催日時：平成25年8月23日（金） 10:00～12:00

開催場所：函館市役所8階 第3会議室

出席委員：木村委員，市根井委員，蝦名委員，遠藤委員，奥平委員，黒川委員，  
田中委員，全委員，中野委員，藤森委員

欠席委員：和泉委員，折谷委員，國分委員，小林委員，西村委員

函館市：観光コンベンション部長，観光コンベンション部次長，観光振興課長

### ■ 次第

- 1 開 会
- 2 討 議
- 3 委員長総括
- 4 そ の 他
- 5 閉 会

### ■ 討 議

（木村委員長）

討議に入る前に，先日大きなイベントとして GLAY ライブがあったが，中野委員が大きく関わっていたので，感想を聞きたい。

（中野委員）

GLAY ライブに関しては，みな大成功であったとの認識だと思う。協議会を作り，受入体制を整えた。全てが初めてで，大変であったが，次回にうまく繋がられたと思う。

反省点としては，もっといろいろな方が携われれば良かったということ。

成果としては，函館であのような大規模なイベントを成功させたという経験を得られたこと。さらに，wowow の生中継で，函館を全国に発信できたこと。

経済効果として，直接効果を取り沙汰されがちだが，こうした宣伝効果をもっと高く評価して良いと思う。今後もこれを継続していくべき。二年後の函館アリーナのこけら落とし，四年後の野外ライブにも期待したい。

（木村委員長）

GLAY ライブは，計画の中で具体的に表記はされていないが，非常に大きなイベントだったので，委員全員で共有しておきたい。

さて、前回までの内容を確認しておきたい。

まず、基本理念は、「人・まち・文化の宝石箱 新・国際観光都市 函館へ」ということで、決定した。

次に、目標設定は、「滞在日数の拡大」「交流人口の拡大」「満足度の向上」の三つで整理した。なお、入込客数は将来予測の指標として500万人と置かせてもらうが、目標としては設定しない。

次に、施策の展開イメージは、「国際化の促進」、「交流・賑わいの促進」、「おもてなし・満足度の向上」、「連携と差別化」の四つで考えてきたが、「連携と差別化」は次元が異なるのではないかと、ということで外し、残りの三つを、上下関係を付けず並列の関係で置く、ということで整理した。

最後に、まちづくりとの関係について、前回意義深い議論となったが、奥平委員の「まちづくりに引っぱり張られた観光ではなく、観光でまちづくりを牽引していこう、というのが本当の意味での観光基本計画である」との意見や、田中委員の「まちづくりは、経済・政治・都市デザインの総合で、且つ上位概念に位置するものなので、踏まえなくてはならない視点ではあるが、これまでの議論の中で既に内包されているものと考えべき」との意見を受け、あえて基本方針の部分に文言として出さないということを確認した。

それでは、討議に入る。

まず、「施策の柱」として前回討議した部分についてであるが、事務局とも相談して、分かりやすく「基本方針を読み解くキーワード」として、全部で5つの項目をたたき台として作ってみた。

前回までの表では、一個一個を線で繋げ、基本理念から各施策までを体系的に見ようということで、複雑に絡み合うツリー構造になっていたが、これを外して、それぞれに関係性はありながらも、個別の概念として明確にしようと整理したものである。

前回は「施策の柱」として十項目あったが、五項目にまで整理した。

具体的には、「函館ブランド（旧：函館ブランドの確立）」、「おもてなしの心（旧：受入体制の充実）」、「もう一泊への工夫（旧：滞在型観光の促進）」、「もっと函館に観光客を（旧：プロモーションの推進）」、「MICE（旧：MICEの促進）」である。

MICE だけは、分かりやすくしたと言いながら、一般的な言葉ではないのだが、今後重要なキーワードになるので、みんなにこの言葉を理解してもらう、そのための努力を惜しまないという意味を込めて、思い切って使ってみた。

今日、これらを決めてしまいたいと考えているので、挙がっているキーワードについて、各委員の意見・質問を承りたい。

（藤森委員）

ブランドと MICE という言葉は、一般の方がすぐ理解できるのか疑問。他の項目はい

いと思う。

(中野委員)

良くまとまり、分かりやすくなった。MICE だけが、市民向けではないと感じる。MICE とは、ビジネストラベルということもできる。

(全委員)

思い切って難しいキーワードを使い、市民に理解させるということは、必要だと思う。

(田中委員)

基本方針を三つに絞ったことですっきりした。また、それぞれ独立したものではなく、相互連関の関係にあるという方が理解しやすい。そのうえで、各キーワードは重要なファクターであり、三つの基本方針を強化するためのアンカーとなる気がする。

ただ、MICE は他の概念とは違うところにある。眼に見えないものが多い中、MICE だけはイメージできる。

(黒川委員)

フレーズという視点で考えて見ると、「函館ブランド」は文頭に「市民が誇れる」といった言葉を、「おもてなしの心」は文頭に「やさしい」といった言葉を、それぞれ加えたらどうか。また「もう一泊への工夫」は「もう一泊したい街へ」、「もっと函館に観光客を」は「もっと函館に、もう一度函館に」としてはどうか。

ただ、MICE という言葉だけは、説明が必要だと思う。

(木村委員長)

MICE について言えば、関係のない四つの言葉、Meeting, Incentive, Convention, Exhibition の、しかも頭文字だけを組み合わせた造語なので、分かりづらく説明が必要というのは、その通り。

(遠藤委員)

MICE 以外の四つを確立することで、国内・海外の観光客の誘致や、MICE の振興に繋がる。なので、MICE だけレベルが異なると感じる。

(蝦名委員)

「もっと函館に観光客を」は、キーワードとしてラベルを振るには大振りすぎるのではないか。ほかの四つ全てを包含する言葉になってしまっている。「もう一泊への工夫」は『「もう一泊欲」を掻き立てる」というような言葉にしてはどうか。

(市根井委員)

キーワードには分かりやすさが求められるが、MICE という言葉は一般化しておらず、不適當と感じる。MICE は他の四つの結果として付いてくるものではないか。

また、もっと観光客に来てもらいたい、という目的のために行う施策が、「函館ブランドの確立」であり「受入体制の充実」であるので、「MICE」以外の四つを並列とするのは、違和感がある。

(木村委員長)

各キーワードのレベルが少しずれているというのは、感じていたところである。各委員から一通り意見を伺ったところであるが、事務局から補足はあるか。

(事務局)

事務局としても当初のキーワード案は、煮詰まっていないと考えている。腹案を用意しているので示したい。(追加資料について説明)

(木村委員長)

資料1で、キーワードの説明を試みている。ここについては異論のないところだと思う。色々な解説を一言で言うことで、施策に繋がるものとして使っていきたいということ。事務局案、是正案も出てきたことで、各委員から意見をもらいたい。

まず、MICE という言葉についてしっかり議論したい。

(遠藤委員)

ホテル業界では、大小様々ではあるが、以前から MICE という言葉を使って取り組んできている。

二年後の函館アリーナ建設は大きなトピックでもあるので、キーワードに入れても良いのではないかと。函館市として、外国人誘致や国内滞在日数増加に続く、大きな柱として MICE の促進を考えているという発信にもなる。

(田中委員)

MICE とはビジネストラベルのことなのか。だとすると、観光はメインではなく付随するもので、しかもロットが大きいということが特徴である。

(木村委員長)

日本における MICE の概念では、キーパーソンが少なく営業しやすいうえ、誘致できれば大人数を呼べるので効果的ということで、ビジネスとして捉えられている。修学旅行や GLAY ライブのようなイベントも MICE に含めて考えている。

(市根井委員)

10年後の啓発を考えて MICE という言葉を使うことで、徐々に浸透していくとも思うが、現状では英語教師である自分でさえ馴染みがない特殊用語であり、一般市民に受け入れられるか疑問で、採用して良いか迷いがある。

(全委員)

新しい言葉を使う時には勇気が要る。アリーナ建設や GLAY ライブはエポックメイキングな大きな出来事であり、MICE という言葉が他と毛色が違って、あえて使っていくべき。

(蝦名委員)

観光都市である函館の市民だからこそ、MICE のような言葉も浸透していけるのだと思う。ただ、MICE という単語一つでは伝えるのが難しいので、事務局案の「MICE で世界と繋がる」といった言葉が良いと思う。

(田中委員)

MICE に説明を加えたらどうか。例えば、文頭に「大型イベントや国際会議を呼び込む」と付加するなど。

(木村委員長)

一度、ここで整理すると、「函館ブランド」という置き方は異論がないと思う。

「おもてなしの心」には、何かしらの形容詞をつけて、深掘りしてはどうかとの意見があった。

「もう一泊への工夫」は、もう少し収まりを良くする。

「もっと函館に観光客を」は、これだけ大きいと感じる。

「MICE」は、前後に言葉を繋げるが、長くなるので、括弧書きにして入れるということも考える。ただ、MICE という言葉自体は使っていくことで合意できた。

MICE 以外の4つについて議論したい。

(田中委員)

「おもてなしの心」と「もう一泊への工夫」には深い関係があるような気がしている。

「おもてなしの心」は、人と人の繋がりを進めること、「もう一泊への工夫」は、その繋がりに捕らわれるために長く滞在すること。「おもてなしの心と繋がり」などとして、「もう一泊への工夫」との関係性を明確にできるのでは。

(中野委員)

「もう一泊への工夫」だが、ともすると夜の観光を推進すると捉えがちだが、厳密には一分一秒でも長く滞在してもらうことの積み重ね。一分一秒でも長い滞在を、ということだと一泊という言い方は適当ではない。

また、時間を掛けるものが多くないと、長時間の滞在もしくは連泊には繋がらないので、多くの魅力、すなわちブランド力の強化が必要。

(田中委員)

今我々が議論していることは、市民に議論して欲しいことでもある。キーとなる言葉を前提にし、それぞれが互いに複雑に絡み合って、議論が色々と派生していくので、おもしろい作業になると思う。

(木村委員長)

ここまでの議論を整理する。

まず、基本方針の三つだが、相互関係性の強いもっと動的なものと捉える。

次に、基本方針を読み解く五つのキーワードだが、これらを使って具体的施策を導いたり、市民自身や観光事業者が施策を考えるときに思考を発展もしくは振り返りをしたりするものにしていきたいと考えている。特に、MICE については、この言葉を使っていこうと整理した。

また、それぞれのキーワードは、相関が強いということを確認した。

(奥平委員)

「もう一泊への工夫」という点についてだが、「函館の夜」という言葉を使って、長期滞在を表現したい。

(木村委員長)

これら五つのキーワードで整理するという方向性は確認できた。ただ、一つ一つの文言についてはもう少し洗練させたい。

(田中委員)

各キーワードを一語で整理してみると、うまくまとまっていると思う。

「函館ブランド」は Name : 名前, 「おもてなし〜」は Quality : 質, 「もう一泊への工夫」は Time : 時間, 「もっと函館へ観光客を」は Number : 量, 「MICE」は Lot/Volume : 集団・集合と、それぞれ言い表すことができ、全体を網羅しており、足りないところはないのではないか。「MICE」で Lot まで言及しているのは、革新的。方向性は間違っていない。

(木村委員長)

今の田中委員の話に基づき、概念構成はできたと思う。レベルが揃っていないなど、問題もあるので、具体的な文言については、委員長に一任させてもらいたい。

次に、各施策の具体の取り組みについての議論に移る。各施策を確認していきたい。

(資料の説明)

(田中委員)

観光関連調査の充実とアドバイザー会議の設置は、他の施策と比べて独立している。観光の長期戦略を練る、ということでまとめていく。ビジョンという概念で捉え直す。

(蝦名委員)

今のところで、少数の需要に対する調査など、きめ細かくやっていくことを盛り込んでどうか。これまでの委員会でも議論されてきた。

(木村委員長)

観光客の状況を観察したり、生の声などを取ることを考慮すべきということだと思う。具体的な調査項目として入れるべきか、事務局はどう考えるか。

(事務局)

一旦、預けてもらいたい。分かりやすく整理したい。

(市根井委員)

函館十景はすごくいい。ここで選んだ物を、絵はがきにして売ることも可能。後期ではなく前期に取り組んで欲しい。

(木村委員長)

実施時期の説明を事務局からお願いしたい。

(事務局)

前期は最初の五年間、後期は五年を過ぎた後、通年は全期間を通じた取り組みということ。調整も必要なことから、すぐできるかどうかは今時点で確約できないが、各委員の意見は伺っておきたい。

(蝦名委員)

今の十景の話だが、もっと細かい分野、例えば工場夜景や新撰組など、マニア受けす

るものを提案したい。

(市根井委員)

体験型観光の充実とあるが、もっと具体的に進めて欲しい。

(木村委員長)

市にとっては予算付けをして、具体的に取り組むこととなる部分。

(市根井委員)

歓送迎イベントであるが、クルーズ船の際に港湾空港部で幼稚園児や高校生などに来てもらっているとのことだが、一般市民にも広げていくべき。

(木村委員長)

細かい部分では、アイデアが色々と出てくる。まだ、議論していく時間はあるので、一旦ここで置かせていただいて、この後は事務局に問い合わせるなどしていくこととしたい。

次に確認だが、資料2の中で、エリア区分を設けている。

具体的な戦略形成にあたり、カテゴリ分けをしてきたところであるが、実際に関連性を落とし込んでみると、あまり特徴が出なかった。

まちづくりの概念が内包されているということを考えると、一覧表からは思い切って取って、施策をはっきり見ることのできるような形としたいと思う。

次に、目標設定についてだが、まず資料の説明を事務局からお願いしたい。

(事務局)

(資料の説明)

(木村委員長)

これらは、これまでの議論を反映したものである。各委員から何かあるか。

(奥平委員)

資料4にのみ登場する「観光旅行参加率」とは何か。

(事務局)

国内旅行者の月毎の旅行への参加率のことで、夏場など観光客が大きく移動する時期



には、函館も観光客が増えて、グラフ上、連動していることが見て取れるが、冬場では、観光旅行参加者を取り込めていないことが分かる。

目標値として、外国人観光客25万人という数字を置き、その説明のために登載しているが、資料3ではこれに触れていないので、もう少し丁寧な記載としたい。

(遠藤委員)

トップシーズンでも、富裕層を中心に外国人観光客が増えてきている。夏のキャンペーンはまだ十分にあるので、同じお金を掛けるなら、単価の低い冬場より単価の高い夏場に注力した方が、年間で見た場合、収入的には良いという考え方もある。

単価の安い時期に、観光客の数だけを増やすような考え方からそろそろ脱皮した方が良い。

(中野委員)

外国人観光客25万人という目標設定は、具体的に言えば、雪を知らないような東南アジアの観光客を冬に取り込むべき、ということだと思う。

(田中委員)

冬に外国人を取り込むにあたり、訪問客数自体が少ないので、焼け石に水ではないか。過大に評価しない方が良い。札幌雪まつりのような大きなイベントがあれば良いのだが。

(木村委員長)

付加価値を加えて単価を上げるなど、冬の対策は色々と考えていかなければならない。冬季の外国人観光客を中心とした底上げという部分を、夏季と比較してもう少し冷静に議論できるようなデータの作りにしたい。

## ■ 委員長総括

(木村委員長)

本日の議論により、「基本方針を読み解くキーワード」について、色々と導き出せたことは良かった。これまでは、明確な概念を持たずに作業を進めてきたが、今回、概念を共有できたことが、大きな成果であった。

次回委員会では、中間報告の形で皆様にお示しできるよう、事務局とともに作業を進めて参りたい。

## ■ 閉 会