

## 函館市観光基本計画における目標設定（案）

No.	項目	質	量	国内 観光	国際 観光	コンベン ション	主に観光庁の目標を基に設定した場合の単純目標	考慮すべき要素
1	観光消費額UP		○	○	○		平成21年：1,040億円 → 1,223億円（17.6%増） 【観光庁目標】 平成21年：25.5兆円 → 平成28年：30兆円（17.6%増）	例）地域特性による補正
2	滞在日数UP		○	○			市内宿泊数（平成16～22年度平均 → 目標値） 観光庁の数値目標の増加率に準じるよう、泊数の割合を設定 日帰り：3.9% → 5% 1泊：66.8% → 47% 2泊：24.8% → 38% 3泊以上：4.5% → 10% 【観光庁目標】 平均宿泊数を2.12泊から2.5泊（18%増）とする。	例）地域特性による補正
3	入込客数UP		○		○		訪函外国人客数を国の目標値に準じて増大する 平成28年：30万人（45万人※） 平成32年：34万人（50万人※） ※ ○ 内は訪函外国人訪問率を1.7% → 2.5%に拡大した場合 【観光庁目標】 平成22年：861万人 平成28年：1,800万人（対平成22年伸び率：209.0%） 平成32年：2,000万人（対平成22年伸び率：232.3%） 平成42年：3,000万人（対平成22年伸び率：348.4%）	例）地域特性による補正
4	満足度UP	○		○	○		観光客の満足度を高める ⇒「とてもよい」の割合80%以上を目指す そのためには、各不満項目の改善 【観光庁目標】 大変満足・必ず再訪したい25%程度 既に函館は達成	
5	リピーターUP		○	○	○		函館来訪者のリピーター率は42%。（一般消費者を対象にしたインターネット調査：H24年11月） 一方、来訪者の再来訪意向は94%（（公財）日本交通公社の旅行動向調査）と、実績と意向とに52ポイントほどの差がある。こうした状況を踏まえ、リピーター率を75%まで高める。	
6	接客サービスの向上	○		○	○		一般消費者を対象にしたアンケート調査では、函館に観光で訪れた際の不満点として 「宿泊施設のスタッフの対応が不親切であった」2.3% 「飲食店の従業員の対応がよくなかった」3.1% 「物販店の従業員の対応がよくなかった」2.4% と接客に対する対応は既に十分満足のいくレベルに達していると思われるが、引き続き接客サービスの向上に努め、いずれも0%を目指す。	

## 函館市観光基本計画における目標設定（案）

No.	項目	質	量	国内 観光	国際 観光	コンベン ション	主に観光庁の目標を基に設定した場合の単純目標	考慮すべき要素
7	幅広い食の周知	○		○	○		海産物を中心とした食材の宝庫である函館市においては、既に函館朝市は全国区で、函館に訪れる観光客の大半が訪れるスポットとなっている。 また、2012年4月に発売されたミシュランガイド北海道には ☆☆1軒、☆17軒の他に、☆が付かない店舗が12軒掲載されたほか、函館西部地区バル街には約70の店舗が参加するなど、函館には食の魅力が豊富に備わっている。 それらの魅力を継続して発信していくと同時に、市民が日常利用する飲食店や食材などの隠れた素材を積極的に掘り起こし、着地情報のさらなる発信強化を図る。	例) 隠れた素材とはどのようなものがあるか、具体例が必要
8	秋冬の魅力向上	○		○	○		近年、着地型観光に関する取り組みが全国各地で進められており、函館市においても、函館観光コンシェルジュセンターが中心となって団体向け・個人向けのツアーが造成・販売されてはいるものの、一般消費者のニーズの多様化と共に、今後も常に新たな旅行商品が求められる。 そうした背景から、外部の識者等を交え、常に最新の旅行商品の造成を図る。	例) 量的目標設定の検討
9	体験型観光の充実	○	○	○	○			
10	受入体制の強化 (新幹線開業後)	○		○			2015年北海道新幹線の新函館開業により、新青森と30分程度（現状1時間50分程度）で結ばれることになり、東北方面との交流拡大が期待される。 一般消費者を対象にしたインターネット調査では、北海道新幹線新函館開業にともなう函館への観光行動では「新幹線を活用しながら函館のほか東北地域などを周遊してみたい」の割合が3割弱と最も高く、東北地域との周遊観光が求められていることから、相互送客という観点に基づき、観光客の受入体制を強化する。	
11	受入体制の充実 (通訳ガイド養成など)	○	○		○		今後、さらに増大が予想される外国人観光客に対応するため、通訳ガイドや案内所の職員、宿泊施設や飲食店等の従業員を対象にした、外国人に対応する為の各種研修等を開催。 最終的には訪函外国人の満足度を国の目標値（大変満足：45%、必ず再訪したい60%）のレベルまで高める。	
12	市民意識の改革	○		○	○		一般消費者を対象にしたアンケート調査では、函館に観光で訪れた際の不満点として 「街行く人に人情味が感じられなかった」3.5%と市民の観光客に接する対応は既に十分満足のいくレベルに達していると思われるが、引き続き市民意識の向上に努め、0%を目指す。	

## 函館市観光基本計画における目標設定（案）

No.	項目	質	量	国内 観光	国際 観光	コンベン ション	主に観光庁の目標を基に設定した場合の単純目標	考慮すべき要素
13	新幹線開業効果		○	○	○		次回以降別途検討	
14	情報発信の強化	○		○	○		今後急速に拡大するスマートフォン向け情報サイトの構築・充実 これに合わせて、飲食店情報などの着地情報の充実 今後、さらに増大が予想される外国人向け多言語サイトの構築・充実（スマートフォン向け） 外国人向けには、外国人のニーズを十分に把握し、国や地域別に求められる情報を発信 一般消費者（旅行者）の生の声を発信	
15	アリーナの建設 MICE（国際会議）の開催件数		○			○	次回以降別途検討	