

<目標数値算出の根拠>

1. 消費額UP

函館市観光消費額の推計(消費額単価×観光客数)

| | 宿泊客 | 日帰り客 |
|-------------------|-----------------|----------------|
| 平成21年観光客数 (千人) | 2,837.6 | 1,494.3 |
| 1人当たり平均消費額 (円) | 31,644 | 9,486 |
| 観光消費額 | 89,793,014,400 | 14,174,929,800 |
| 合計(宿泊+日帰り)(円) | 103,967,944,200 | |
| 合計(億円) | 1,040 | |

観光庁の数値目標

| 平成21年度 | 平成28年度 | 増加率 |
|--------|--------|------|
| 25.5兆円 | 30兆円 | 17.6 |

観光庁の数値目標に準じて、函館の目標観光消費額を算出

| 平成21年度 | 増加率 | 目標値 |
|---------|--------|---------|
| 1,040億円 | 17.60% | 1,223億円 |

2. 滞在日数UP

函館市内での宿泊数


| | 16年度 | 17年度 | 18年度 | 19年度 | 20年度 | 21年度 | 22年度 | 平均 |
|------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 日帰り | 5.1% | 3.4% | 3.1% | 2.9% | 4.6% | 5.2% | 3.1% | 3.9% |
| 1泊 | 64.8% | 74.3% | 73.0% | 65.4% | 66.9% | 61.7% | 61.5% | 66.8% |
| 2泊 | 24.4% | 19.8% | 19.9% | 26.7% | 25.2% | 28.2% | 29.4% | 24.8% |
| 3泊以上 | 5.7% | 2.5% | 4.0% | 5.0% | 3.3% | 4.9% | 6.0% | 4.5% |
| 合計 | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% | 100.0% |

観光庁の数値目標 年間平均宿泊数を
2.12泊 ⇒ 2.50泊(18%増)

$$\begin{aligned}
 \text{函館市内の平均宿泊数(推計)} &= (0\text{泊} \times 3.9 + 1\text{泊} \times 66.8 + 2\text{泊} \times 24.8 + 3\text{泊} \times 4.5) / 100 \\
 &= (0 + 66.8 + 49.6 + 13.5) / 100 \\
 &= \mathbf{1.30\text{泊}}
 \end{aligned}$$

観光庁の数値目標に準じて、函館の平均宿泊数を18%増とすると
 $\mathbf{1.53\text{泊}}$

平均宿泊数1.53泊を実現するためには

| | 16~22年 平均 | | 目標値 |
|-------|--------------|--|--------|
| 日帰り | 3.9% |  18%増 | 5.0 % |
| 1泊 | 66.8% | | 47.0 % |
| 2泊 | 24.8% | | 38.0 % |
| 3泊以上 | 4.5% | | 10.0 % |
| 平均宿泊数 | 1.30泊 | | 1.53 泊 |

3. 入込客数UP

訪函外国人客数の推計

| | 実績 | | | | | |
|----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | 平成17年 | 平成18年 | 平成19年 | 平成20年 | 平成21年 | 平成22年 |
| 訪日外国人客数(人) ※1 | 6,727,926 | 7,334,077 | 8,346,969 | 8,350,835 | 6,789,658 | 8,611,175 |
| 函館外国人訪問率(%) ※2 | 0.84 | 1.10 | 1.27 | 1.48 | 1.62 | 1.68 |
| 訪函外国人客数(推計) ※3 | 56,515 | 80,675 | 106,007 | 123,592 | 109,992 | 144,668 |

※1 資料: 日本政府観光局(JNTO)

※2 日本政府観光局(JNTO) 訪日外国人訪問地調査より
ただし、訪問地調査は主要空港での出国前調査となるため、函館空港からチャーター便で出国される外国人客は調査対象外となることから、函館訪問率は上記数値より高まること考えられる

※3 訪函外国人客の推計値は、訪日外国人客数×函館訪問率にて算出

訪函外国人客目標値の設定

| | 実績 ※1 | | | 目標値 ※4 | |
|------------------|-----------|-----------|------------|------------|------------|
| | 平成22年 | 平成24年 | 平成28年 | 平成32年 | 平成42年 |
| 訪日外国人客数(人) | 8,611,175 | 8,367,872 | 18,000,000 | 20,000,000 | 30,000,000 |
| 対平成22年 伸び率(%) | - | 97.2 | 209.0 | 232.3 | 348.4 |
| 訪函外国人客数(推計) | 144,668 | 285,249 | - | - | - |
| ※5(目標値) | - | - | 300,000 | 340,000 | 500,000 |

※4 訪日外国人客数の目標値は、観光庁にて設定

※5 訪函外国人の目標値は、観光庁で設定した訪日外国人客数の対平成22年伸び率に準じて設定

平成28年 = 144,668人(平成22年) × 209.0%

平成32年 = 144,668人(平成22年) × 232.3%

平成42年 = 144,668人(平成22年) × 348.4%

※【参考】訪函外国人訪問率をUPさせた場合

小樽の訪問率4.9%と函館の訪問率1.7%との差は現状で3.2%

この差を1/4～同率まで引き上げた際の訪函外国人客数の目標値を設定

| | 平成28年 | 平成32年 | 平成42年 |
|--------------------|------------|------------|------------|
| 訪日外国人目標値 | 18,000,000 | 20,000,000 | 30,000,000 |
| 訪函外国人客数の目標値 | | | |
| 訪函外国人訪問率(目標値・2.5%) | 450,000 | 500,000 | 750,000 |
| 訪函外国人訪問率(目標値・3.3%) | 594,000 | 660,000 | 990,000 |
| 訪函外国人訪問率(目標値・4.1%) | 738,000 | 820,000 | 1,230,000 |
| 訪函外国人訪問率(目標値・4.9%) | 882,000 | 980,000 | 1,470,000 |

※小樽の外国人訪問率との差を1/4まで縮小した場合

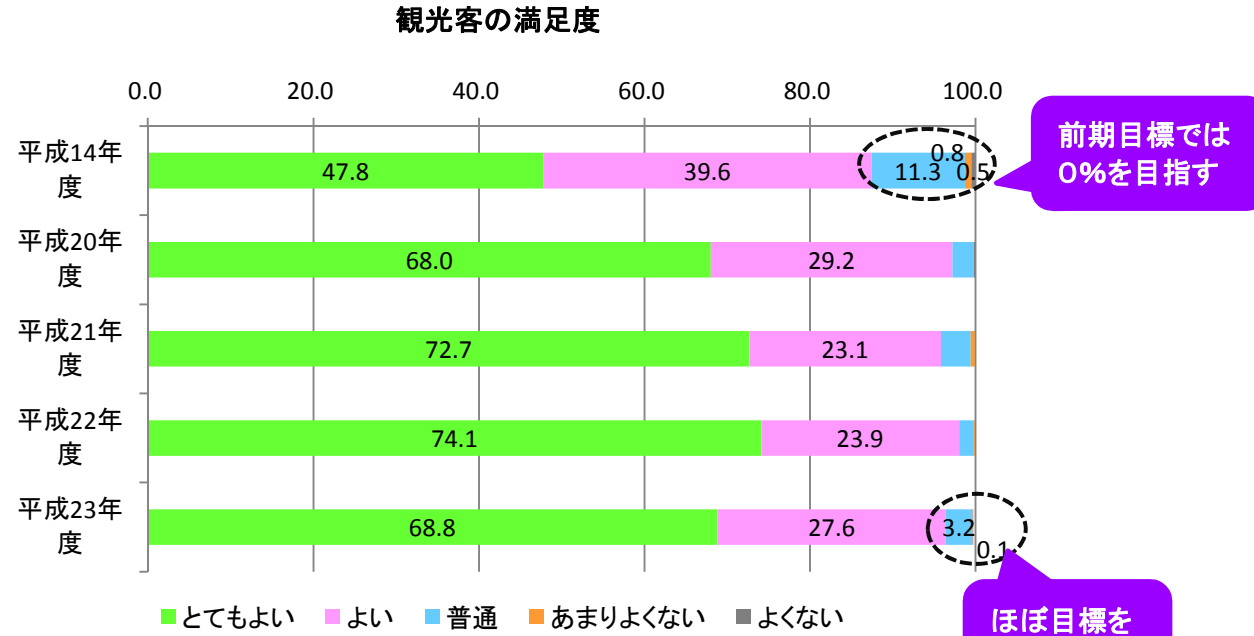
※小樽の外国人訪問率との差を1/2まで縮小した場合

※小樽の外国人訪問率との差を3/4まで縮小した場合

※小樽の外国人訪問率と同率にした場合

4. 満足度UP

観光客の満足度



出典:観光客アンケート調査

今期の目標はさらに満足度を高める
⇒「とてもよい」80%以上を目指す

➡
そのためには

不満項目の改善

函館観光に対する不満点

| カテゴリ | 内容 | 割合(%) |
|--------------|---|-------|
| 宿泊施設に対する不満 | 宿泊施設の料理があまり美味しくなかった | 5.4 |
| | 宿泊した部屋があまり清潔ではなかった | 4.9 |
| | 宿泊した施設の館内(風呂やレストランなど)があまり清潔ではなかった | 3.6 |
| | 宿泊施設のスタッフの対応が不親切だった | 2.3 |
| | 宿泊料金が高かった | 8.7 |
| 飲食・買い物に関する不満 | 事前に思い描いていたイメージとの差が大きかった | 4.5 |
| | 海鮮丼やラーメンなど、函館ならではの食べ物に対し、思ったより魅力を感じなかった | 10.6 |
| | 料理の値段が高く、飲食代に対する負担が大きかった | 15.3 |
| | 飲食店の従業員の対応がよくなかった | 3.1 |
| | 買いたいと思った魅力的な物産や土産がなかった | 5.0 |
| | 買いたい(買った)物産や土産品の値段が高かった | 11.4 |
| | 買った物産や土産品の品質が良くなかった | 2.1 |
| | お土産品などの物販店の従業員の対応がよくなかった | 2.4 |
| 観光情報に関する不満 | 函館観光を計画する際、函館の観光に関する情報が得にくかった | 3.3 |
| | 函館の飲食店や宿泊施設に関する情報が得にくかった | 8.0 |
| | 函館に着いてから、市内の分かりやすい観光情報が得にくかった | 12.0 |
| | 函館に着いてから、函館市以外の周辺地域の情報が得にくかった | 10.1 |
| 交通に関する不満 | 駐車場が分かりにくかった | 5.2 |
| | 駐車場が混雑していた | 4.7 |
| | 駐車料金が高かった | 4.0 |
| | 道路案内標識が不明確だった | 5.5 |
| | 路面電車の信号表示との区別が難しかった | 5.0 |
| | 道路が混雑していて、運転しづらかった | 2.9 |
| | 公共交通機関の利便性がよくなかった | 8.3 |
| | 路線バスが利用しづらかった | 6.1 |
| | 路面電車が利用しづらかった | 4.2 |
| 雰囲気に関する不満 | 夜の駅周辺市街地が寂しかった | 7.6 |
| | 街灯が少なく、夜の道が暗かった | 8.1 |
| | 観光資源や施設など事前に思い描いていたイメージとの差が大きかった | 7.6 |
| | 街行く人に人情味が感じられなかった | 3.5 |

不満を感じる割合が高い項目から重点的に改善

出典：一般消費者を対象にした函館観光に関するアンケート調査(平成24年度)

5. リピーターUP

観光を目的とした函館訪問回数

| | n | 行ったことはないが興味がある | 1回 | 2回 | 3回 | 4回 | 5回以上 | 行ったことがなく興味もない | 平均回数 (全員) | 平均回数 (参加者) |
|-----|--------|----------------|-------|-------|------|------|------|---------------|--------------|---------------|
| 総数 | 1120 | 431 | 334 | 127 | 47 | 36 | 33 | 112 | 0.93 | 1.80 |
| (%) | 100.0% | 38.5% | 29.8% | 11.3% | 4.2% | 3.2% | 2.9% | 10.0% | | |

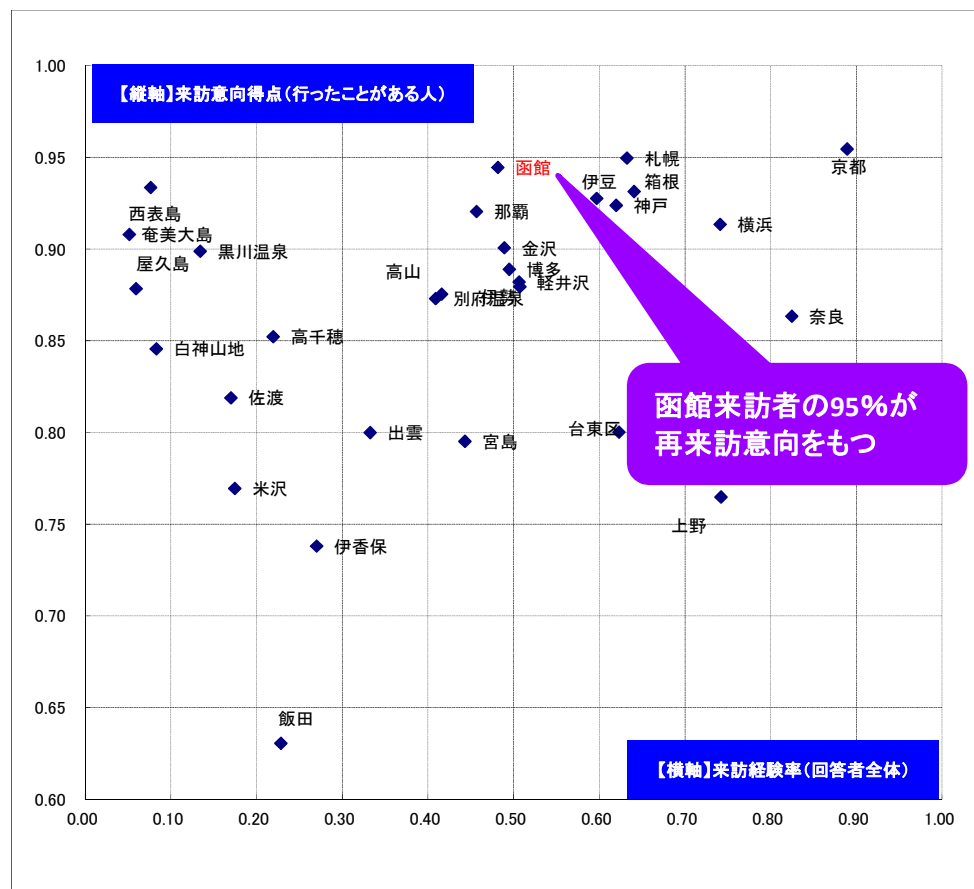
函館来訪者のレポート率を算出

$$\begin{aligned} \text{レポート率} &= (\text{函館再来訪者(2回～5回以上)} / \text{函館来訪者(1回～5回以上)}) * 100 \\ &= 243 / 577 * 100 \\ &= \mathbf{42.1\%} \end{aligned}$$

来訪経験と『行ったことがある』人の来訪意向得点

(横軸) (縦軸)
来訪経験率 来訪意向得点
(無回答を除く) (行ったことがある人)

| | | |
|---------|------|------|
| 1 札幌 | 0.63 | 0.95 |
| 2 函館 | 0.48 | 0.94 |
| 3 白神山地 | 0.08 | 0.85 |
| 4 米沢 | 0.17 | 0.77 |
| 5 伊香保 | 0.27 | 0.74 |
| 6 鷲宮 | 0.06 | 0.39 |
| 7 上野 | 0.74 | 0.76 |
| 8 台東区 | 0.62 | 0.80 |
| 9 横浜 | 0.74 | 0.91 |
| 10 箱根 | 0.64 | 0.93 |
| 11 佐渡 | 0.17 | 0.82 |
| 12 金沢 | 0.49 | 0.90 |
| 13 軽井沢 | 0.51 | 0.88 |
| 14 飯田 | 0.23 | 0.63 |
| 15 高山 | 0.42 | 0.88 |
| 16 伊豆 | 0.60 | 0.93 |
| 17 伊勢 | 0.51 | 0.88 |
| 18 京都 | 0.89 | 0.95 |
| 19 神戸 | 0.62 | 0.92 |
| 20 奈良 | 0.82 | 0.86 |
| 21 出雲 | 0.33 | 0.80 |
| 22 宮島 | 0.44 | 0.80 |
| 23 博多 | 0.49 | 0.89 |
| 24 黒川温泉 | 0.13 | 0.90 |
| 25 別府温泉 | 0.41 | 0.87 |
| 26 高千穂 | 0.22 | 0.85 |
| 27 屋久島 | 0.06 | 0.88 |
| 28 奄美大島 | 0.05 | 0.91 |
| 29 西表島 | 0.08 | 0.93 |



出典:公益財団法人日本交通公社 旅行動向調査

※【参考】観光庁の観光立国推進基本計画で目標とされている訪日外国人の再来訪者(リピーター)割合に準じて、
訪函外国人の再来訪者数を推計した場合

①訪函館外国人客数の推計(3. 入込客数UP 訪函外国人客数の算出方法と同様)

| | 実績 | | | | | |
|-------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | 平成17年 | 平成18年 | 平成19年 | 平成20年 | 平成21年 | 平成22年 |
| 訪日外国人客数(人) | 6,727,926 | 7,334,077 | 8,346,969 | 8,350,835 | 6,789,658 | 8,611,175 |
| 函館訪問率(%) | 0.84 | 1.10 | 1.27 | 1.48 | 1.62 | 1.68 |
| 訪函外国人客数(推計) | 56,515 | 80,675 | 106,007 | 123,592 | 109,992 | 144,668 |

②訪函館外国人客数のうち再来訪者数の目標値を設定
(観光庁が目標とする再来訪者の割合に準じて算出)

| | 実績 | | 目標値 | | |
|------------------|---------|-----------|----------------|----------------|----------------|
| | 平成22年 | 平成24年 | 平成28年 | 平成32年 | 平成42年 |
| 訪日外国人客数(人) | 8611175 | 8,367,872 | 18,000,000 | 20,000,000 | 30,000,000 |
| 再来訪者※1 | - | - | 10,000,000 | 11,120,000 | 16,680,000 |
| 再来訪率(%) | - | - | 55.6 | 55.6 | 55.6 |
| 対平成22年 伸び率(%) | - | 97.2 | 209.0 | 232.3 | 348.4 |
| 訪函外国人客数(推計) | 144,668 | 285,249 | - | - | - |
| (目標値) | - | - | 300,000 | 340,000 | 500,000 |
| 再来訪者 | - | - | 170,000 | 190,000 | 280,000 |

⇒観光庁が設定した再来訪者数(目標値)
⇒訪日外国人客数に対する再来訪者数の割合

⇒3. 入込客数UPで算出した訪函外国人客数の目標値
⇒上段の訪函外国人客数目標値に観光庁で設定した
再来訪者の割合(55.6%)を乗じて算出

6. 接客サービスの向上

函館観光に対する不満点

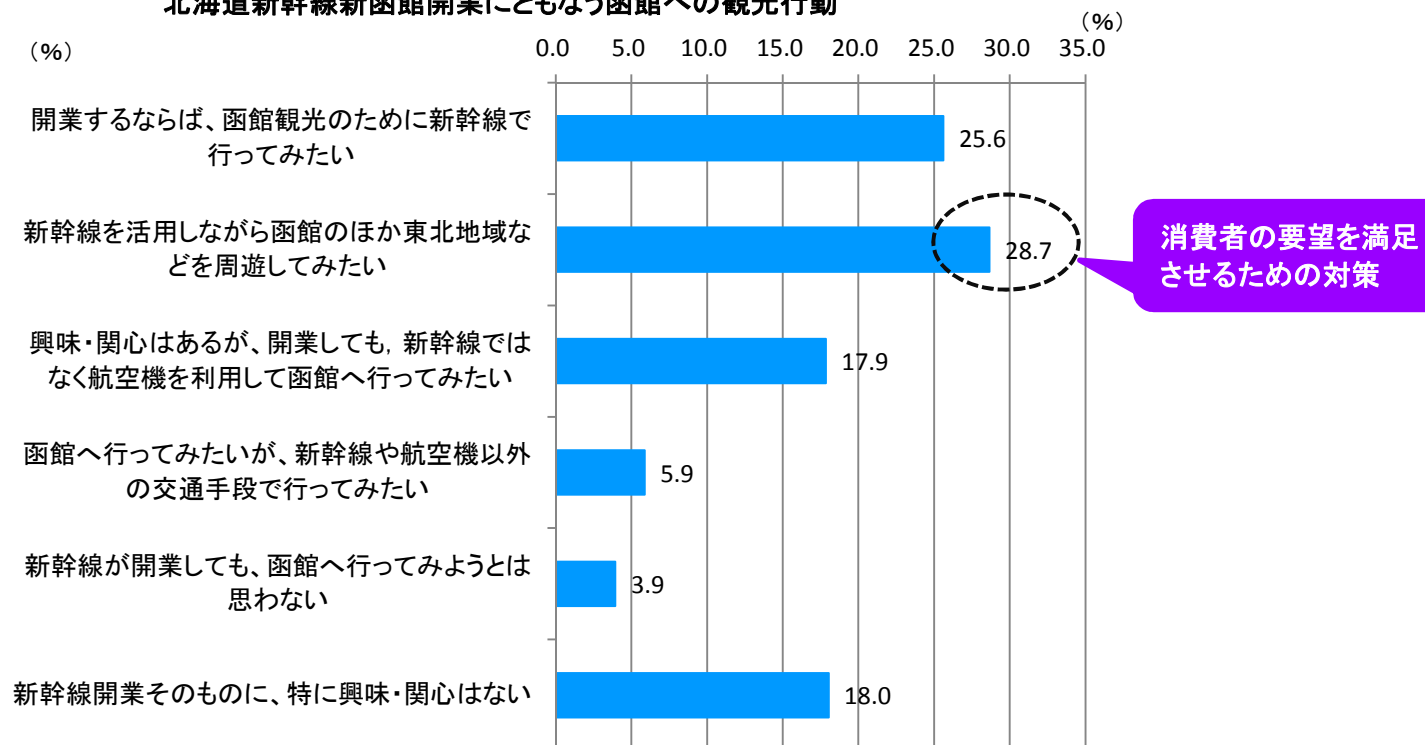
| カテゴリ | 内容 | 割合(%) |
|--------------|--------------------------|-------|
| 宿泊施設に対する不満 | 宿泊施設のスタッフの対応が不親切だった | 2.3 |
| 飲食・買い物に関する不満 | 飲食店の従業員の対応がよくなかった | 3.1 |
| | お土産品などの物販店の従業員の対応がよくなかった | 2.4 |

0%を目指す

出典：一般消費者を対象にした函館観光に関するアンケート調査（平成24年度）

10. 受入体制の強化

北海道新幹線新函館開業にともなう函館への観光行動



消費者の要望を満足させるための対策

12. 市民意識の改革

函館観光に対する不満点

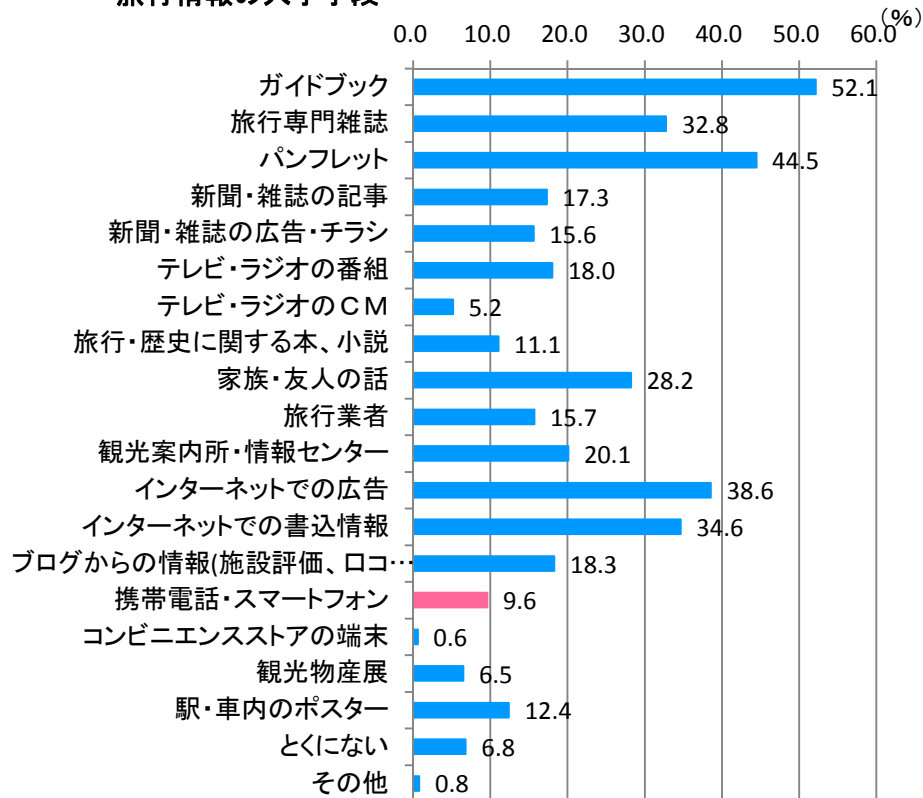
| カテゴリ | 内容 | 割合(%) |
|------------|-------------------|-------|
| 雰囲気に関する不満点 | 街行く人に人情味が感じられなかった | 3.5 |

0%を目指す

出典：一般消費者を対象にした函館観光に関するアンケート調査（平成24年度）

13. 情報発信の強化

旅行情報の入手手段



全般的に

- 引き続きガイドブックやパンフレットから高い割合を示す。
- インターネットがガイドブックやパンフレットの次ぐ入手手段
- 家族や友人などの話(口コミ)情報も有効
- 割合としては高くないものの、携帯電話やスマートフォン等、携帯端末からの情報入手が今後急速に高まると予想される

● 旅行前情報ばかりでなく、着地情報の充実が重要

年齢別では

- ガイドブックや新聞などの紙媒体、TVや観光案内所や情報センターから情報入手は50歳以降の比較的高齢者層で高い割合を示す
- 家族や友人の話、インターネットでの書き込み情報(いわゆる口コミ)情報は20代から30代前半の若年層で高い割合を示す

外国人は

- 何に興味を持つか、国・地域によってまちまちである

● 日本人が売り出したいものが、外国人が欲しいものとは限らない
(日本人の常識＝海外の非常識)

- 自治体や事業者が発信する情報は100%信用しない

● 一般消費者の書き込み情報を参考にする

旅行情報の入手手段(性別)

| | Q2 | | | | | | | | | | |
|---------|-------------|---------------|-------------------------|--------------|---------------|------------|------------|---------------|---------|-------|-----------|
| | ガイドブック | 旅行専門雑誌 | パンフレット | 新聞・雑誌の記事 | 新聞・雑誌の広告・チラシ | テレビ・ラジオの番組 | テレビ・ラジオのCM | 旅行・歴史に関する本、小説 | 家族・友人の話 | 旅行者 | 観光案内所・情報セ |
| 全体 | 52.1% | 32.8% | 44.5% | 17.3% | 15.6% | 18.0% | 5.2% | 11.1% | 28.2% | 15.7% | 20.1% |
| 15歳未満 | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| 15歳～19歳 | 45.6% | 31.6% | 41.8% | 8.9% | 11.4% | 12.7% | 5.1% | 7.6% | 31.6% | 6.3% | 6.3% |
| 20歳～24歳 | 60.9% | 33.3% | 40.2% | 10.3% | 8.0% | 12.6% | 4.6% | 9.2% | 35.6% | 14.9% | 14.9% |
| 25歳～29歳 | 52.4% | 31.0% | 38.1% | 8.3% | 7.1% | 17.9% | 4.8% | 7.1% | 25.0% | 13.1% | 13.1% |
| 30歳～34歳 | 48.1% | 33.7% | 47.1% | 12.5% | 11.5% | 14.4% | 7.7% | 5.8% | 34.6% | 13.5% | 21.2% |
| 35歳～39歳 | 46.4% | 27.7% | 34.8% | 8.9% | 8.9% | 13.4% | 5.4% | 5.4% | 26.8% | 14.3% | 11.6% |
| 40歳～44歳 | 51.9% | 33.0% | 34.0% | 14.2% | 11.3% | 16.0% | 3.8% | 8.5% | 22.6% | 16.0% | 10.4% |
| 45歳～49歳 | 57.5% | 39.6% | 39.6% | 13.2% | 7.5% | 15.1% | 2.8% | 14.2% | 22.6% | 17.0% | 16.0% |
| 50歳～54歳 | 58.8% | 30.9% | 58.8% | 21.6% | 18.6% | 21.6% | 3.1% | 10.3% | 29.9% | 18.6% | 32.0% |
| 55歳～59歳 | 62.1% | 42.1% | 49.5% | 28.4% | 21.1% | 26.3% | 10.5% | 13.7% | 29.5% | 14.7% | 25.3% |
| 60歳～64歳 | 43.0% | 38.0% | 41.8% | 31.6% | 22.8% | 29.1% | 6.3% | 20.3% | 29.1% | 17.7% | 30.4% |
| 65歳～69歳 | 50.0% | 27.5% | 56.3% | 26.3% | 31.3% | 17.5% | 5.0% | 15.0% | 25.0% | 18.8% | 31.3% |
| 70歳以上 | 47.3% | 24.2% | 54.9% | 27.5% | 33.0% | 22.0% | 3.3% | 18.7% | 27.5% | 23.1% | 31.9% |
| | インターネットでの広告 | インターネットでの書込情報 | ブログからの情報(施設評価、口コミサイトなど) | 携帯電話・スマートフォン | コンビニエンスストアの端末 | 観光物産展 | 駅・車内のポスター | とくにない | その他 | | |
| 全体 | 38.6% | 34.6% | 18.3% | 9.6% | 0.6% | 6.5% | 12.4% | 6.8% | 0.8% | | |
| 15歳未満 | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | | |
| 15歳～19歳 | 29.1% | 25.3% | 15.2% | 13.9% | 1.3% | 1.3% | 7.6% | 21.5% | 0.0% | | |
| 20歳～24歳 | 34.5% | 42.5% | 21.8% | 27.6% | 1.1% | 4.6% | 11.5% | 9.2% | 0.0% | | |
| 25歳～29歳 | 26.2% | 28.6% | 26.2% | 22.6% | 2.4% | 6.0% | 6.0% | 13.1% | 0.0% | | |
| 30歳～34歳 | 42.3% | 51.9% | 28.8% | 12.5% | 1.0% | 9.6% | 9.6% | 5.8% | 1.9% | | |
| 35歳～39歳 | 34.8% | 43.8% | 20.5% | 11.6% | 1.8% | 5.4% | 15.2% | 6.3% | 0.9% | | |
| 40歳～44歳 | 46.2% | 44.3% | 23.6% | 8.5% | 0.0% | 7.5% | 13.2% | 3.8% | 1.9% | | |
| 45歳～49歳 | 41.5% | 39.6% | 26.4% | 8.5% | 0.0% | 3.8% | 9.4% | 4.7% | 0.9% | | |
| 50歳～54歳 | 39.2% | 37.1% | 11.3% | 5.2% | 0.0% | 6.2% | 14.4% | 3.1% | 2.1% | | |
| 55歳～59歳 | 49.5% | 31.6% | 12.6% | 3.2% | 0.0% | 11.6% | 15.8% | 4.2% | 1.1% | | |
| 60歳～64歳 | 48.1% | 22.8% | 11.4% | 1.3% | 0.0% | 10.1% | 15.2% | 3.8% | 0.0% | | |
| 65歳～69歳 | 31.3% | 12.5% | 5.0% | 0.0% | 0.0% | 5.0% | 13.8% | 6.3% | 0.0% | | |
| 70歳以上 | 36.3% | 23.1% | 11.0% | 1.1% | 0.0% | 6.6% | 16.5% | 3.3% | 0.0% | | |

出典：一般消費者を対象にした函館観光に関するアンケート調査(平成24年度)