

I 組織の使命

観光部のミッション（使命）は、

「函館市観光基本計画」に掲げる基本理念「観光の価値を高め、函館を照らす」を実現することです。

来函観光客の満足度を向上させるため、提供するサービスやコンテンツの質を高め、函館観光全体の消費額の向上を図るとともに、観光消費の経済波及効果で市民生活を豊かにします。

II 組織の基本方針

○ 次の4項目を基本方針として、取り組みを進めてまいります。

- 1 質の高い観光により観光消費額を向上させる
- 2 観光の繁閑差を是正する
- 3 函館観光を盛り上げる人を増やす
- 4 観光を通じて函館が潤う地域づくりを進め、観光への市民理解を促進する

III 年度評価 総評

組織の基本方針に基づき、各種施策を実施しました。

1. 質の高い観光により観光消費額を向上させる

近隣自治体との連携強化による道南エリア全体の周遊観光促進や、中国富裕層向けの旅行プロモーションとして旅行会社へのセールスコールを実施したほか、「イーストジャパン・キャンペーン推進協議会」を設立し、新幹線を利用して東京から東北・函館に向かう観光ルートの造成や販売等を行いました。

また、「函館×名探偵コナン」特別イベント実行委員会に参画し、函館を舞台とする劇場版の公開を記念したコラボイベントを開催したほか、道MICE誘致推進協議会主催の座談会や国際MICEエキスパートなどへの誘致活動等を積極的に行い、数年後に本市の開催が有望な大型案件を複数獲得しました。

2. 観光の繁閑差を是正する

中国・台湾・タイでの旅行博においてBtoC向けのPRや旅行会社向けのセールスコール等を実施するとともに、台湾においては、広告会社と連携し、秋冬コンテンツの販売促進PRを実施しました。

また、はこだてグルメサーカスと黒船サーカスの同日開催に合わせ、無料のシャトルバスやスタンプラリーの連動企画を実施し、集客効果を高めたほか、閑散期における教育旅行の需要拡大策として、私立高校への訪問や商談会でのプロモーションを実施しました。

3. 函館観光を盛り上げる人を増やす

SNSを活用した「函館への愛を語ろう！#ハコラブ」事業を実施し、次年度以降の投稿件数拡大に向けて、市公式Instagramでのリール動画の作成・配信などを行いました。

また、市観光公式サイト「はこぶら」において、函館および函館近郊で活躍するアドベンチャートラベルに係るガイド活動の情報発信などを行いました。

4. 観光を通じて函館が潤う地域づくりを進め、観光への市民理解を促進する

函館における観光の重要性を周知するため、市内の高校や大学での出前講座を実施したほか、「市政はこだて」に観光基本計画の目的等に関する記事を掲載しました。

また、グルメサーカスの開催や各種観光プロモーションを通じて、函館産農水産物や土産品などのPRを行いました。

区 分	担当課	評価	評価の説明
1 質の高い観光により観光消費額を向上させる			
<ul style="list-style-type: none"> 近隣の自治体との連携を深め、道南地域全体の観光資源を効果的に発信するとともに、函館を拠点とした魅力ある観光プログラムの造成を図ることで、函館市内の宿泊日数の増加に繋がります。 	観光誘致課	B	<ul style="list-style-type: none"> 新函館北斗駅広域観光推進協議会では、「はこだて旅するパスポート」を発行し、近郊エリアの周遊促進を図ったほか、新幹線沿線地域であるJR仙台駅でのプロモーションや道南エリアの旅行商品造成が図られるよう旅行代理店を訪問し、観光PRを行った。 環駒ヶ岳広域観光協議会と連携し、デジタルプロモーションやエリアマップの作成を行い、函館市と環駒ヶ岳エリアが一体となった魅力的なエリアであることを発信することで、周遊観光の促進を図った。
<ul style="list-style-type: none"> 富裕層をはじめとする旅行者のニーズに対応するために、函館の自然環境や文化、歴史などを活用した付加価値が高い観光コンテンツづくりを推進し、プロモーションを行っていきます。 	国際観光課 観光誘致課	B	<ul style="list-style-type: none"> 中国富裕層向け旅行プロモーション事業として、昨年度造成した観光コンテンツを活用し、中国現地でBtoC向けのセミナーおよび富裕層向け訪日旅行を取扱う旅行会社へのセールスコールを実施した。 AT(アドベンチャートラベル)の受入環境整備を目的に、ガイド志望者を対象としたスキルアップ研修会や、ガイド事業者・ガイド志望者を対象とした野外災害救急の国際資格(WAFA)の資格取得講習会を開催したほか、事業者間の連携強化を図るため、講演会・ワークショップを開催した。また、道南のATコンテンツを発信するため、函館市公式観光情報サイト「はこぶら」において特集記事を掲載した。
<ul style="list-style-type: none"> 欧米からの訪日外国人観光客の誘致を強化するほか、東京から北関東、東北を経て、本市へ至る周遊ルートを確認することで、消費単価の高い訪日外国人観光客の誘客を目指し、市内の観光消費額の向上に繋がります。 	国際観光課	B	<ul style="list-style-type: none"> JR東日本、JR北海道、東北観光推進機構と連携して「イーストジャパン・キャンペーン推進協議会」を設立し、欧米からの新幹線利用FIT層を東京から東北・函館に向かわせる観光ルートの造成および販売、PR用パンフ・動画の作成、各所への配布・放映を行った。
<ul style="list-style-type: none"> 函館市内における観光消費機会の拡大に向けて、観光客の旅マエ、旅ナカ、旅アトの段階ごとに、ターゲットの特性に応じたツールを活用して効果的な情報発信に努めます。 	観光誘致課	B	<ul style="list-style-type: none"> 旅マエ、旅ナカにおいては観光パンフレットや公式観光情報サイト「はこぶら」、市公式SNSによる情報発信を行い、観光消費機会の拡大を図った。また、「#ハコラブ」を用いて旅ナカに撮影した写真を旅アトにも投稿してもらうことで、函館の魅力を広く発信する仕組みを構築した。
<ul style="list-style-type: none"> 市内の観光スポットにおけるWi-Fi環境の提供を引き続き行うほか、「縄文文化通訳ガイド人材バンク事業」におけるガイド人材の育成など、受入環境の整備を図り、訪日外国人観光客等の満足度向上を図ります。 	国際観光課	B	<ul style="list-style-type: none"> 受入環境の整備として、HAKODATE FREE Wi-Fi環境の管理運営を継続して実施したほか、縄文文化通訳ガイド人材バンク事業においては、縄文の粋にとらわれず、外国人観光客の満足度向上につながるよう、スナックガイド研修を実施し、ナイトタイムコンテンツに対応できるガイドの育成を図った。
<ul style="list-style-type: none"> 北海道新幹線の延伸を見据え、道内の自治体との地域連携を図ります。 	観光誘致課	B	<ul style="list-style-type: none"> 延伸予定の沿線地域と連携することで誘客の強化に取組むこととし、本市において第1回情報交換会を開催した。

区 分	担当課	評価	評価の説明
<ul style="list-style-type: none"> 歴史や映画, アニメの聖地巡礼などといった一定のファン層に支えられている付加価値の高いコンテンツの推進を図ります。 	観光誘致課 観光振興課	A	<ul style="list-style-type: none"> 「函館×名探偵コナン」特別イベント実行委員会に参画し, 函館を舞台とする劇場版『名探偵コナン 100万ドルの五稜星(みちしるべ)』の公開を記念したコラボイベントを開催し, 日本全国から多くの方々に参加してもらった。 多くのテレビ番組, CMなどの撮影支援に加え, 積極的なロケーションアピールにより, 2件の映画のロケ地として採用された。 ロケ地めぐりを目的とする観光誘客を図るため, ロケ地マップを作成し, 全国の上映劇場や市内の観光施設などに設置した。 Niantec社が運営する位置情報ゲーム「Ingress」のイベント開催を支援し, 参加ユーザーの満足度向上に努めたほか, 終了後においても, 継続的なイベント開催に向け, Niantec社と協議を重ねている。
<ul style="list-style-type: none"> MICE誘致に向けて, 観光地として高い評価を得ている観光資源を十分に活用しPRするとともに, エクスカーションの充実に力を入れるなど, 質の高い受入環境の整備を進め, さらなる誘致に繋げていきます。 	観光誘致課	A	<ul style="list-style-type: none"> 道MICE誘致推進協議会主催の商談会や国際MICEエキスポ(IME)への参加や過去開催実績のある大学への訪問誘致活動等の積極的なPR活動を実施した結果, 数年後に本市での開催が有望な大型案件を複数獲得した。 併せて, 全国各地で学会の開催サポートを実施するコンベンション運営会社へ個別訪問を行い, 本市の情報提供を行うとともに, MICE開催に係る函館市に対する要望などについて情報収集を行った。
<ul style="list-style-type: none"> ユニバーサルデザイン観光(UD観光)に関する情報を収集し, 市内の事業者へ情報発信することでUD観光を推進するとともに, 観光客への情報提供のあり方について検討します。 	観光企画課	B	<ul style="list-style-type: none"> 北海道観光機構が市内で開催した「バリアフリー観光ノウハウ習得セミナー」について, 観光関連事業者へ周知するとともに, 実際にセミナーに参加し, 今後の取組みへの参考とした。
2 観光の繁閑差を是正する			
<ul style="list-style-type: none"> 中国, 台湾, 東南アジア諸国など, 雪への憧れや興味が強い国や地域への冬のコンテンツ提案や, 秋冬の見どころやイベントの情報発信を行い, 閑散期の函館観光の起爆剤となるよう, 誘致を推進します。 	国際観光課	A	<ul style="list-style-type: none"> 中国(広州CITIE), 台湾(ITF), タイ(日本東北フェア)での旅行博においてBtoC向けのPRおよび旅行会社向けのセールスコールまたは商談会を実施した。また, 台湾においては広告会社連携して秋冬コンテンツの販売促進PRを実施した。
<ul style="list-style-type: none"> 季節のみに頼ったイベントやコンテンツだけではなく, 函館独自の観光資源や他のコンテンツなどと組み合わせるなど, 誘客効果の高い秋・冬のイベント, コンテンツを検討します。 	観光振興課	B	<ul style="list-style-type: none"> はこだてグルメサーカスと黒船サーカスが同日開催となったため, 相互連携として会場間における無料シャトルバスおよびスタンプラリーを実施し, 誘客効果を高めた。 駅前イルミネーションにおいては, 令和7年度(2025年度)のはこだてルミポップ統合を見据え, その前段として, 光のトンネルを設置するなど, 誘客効果を高めるための冬季コンテンツの検討を行った。

区 分	担当課	評価	評価の説明
<ul style="list-style-type: none"> ・函館観光の閑散期でもある10月～翌3月の教育旅行需要の掘り起こしを進めると同時に、歴史や文化など、教育旅行に適したコンテンツの拡充を進めます。 	観光誘致課	B	<ul style="list-style-type: none"> ・閑散期である10月以降に教育旅行の催行が可能な私立高校をメインターゲットに関東・北関東エリアの学校訪問や商談会にて本市の教育旅行受入環境のプロモーションを実施した。
3 函館観光を盛り上げる人を増やす			
<ul style="list-style-type: none"> ・函館観光に携わる観光ガイドやボランティアなどの活動について情報発信を行います。 	観光企画課	B	<ul style="list-style-type: none"> ・函館および函館近郊で活躍するアドベンチャー・トラベルに係るガイド活動について、市観光公式サイト「はこぶら」で情報発信を行った。
<ul style="list-style-type: none"> ・誰もが函館の魅力を発信することが出来る、SNSを活用した新たな取り組みを実施するとともに、市民が函館観光に触れる機会を増やすための事業を検討します。 	観光誘致課	B	<ul style="list-style-type: none"> ・「函館への愛を語ろう！#ハコラブ」事業では、2600件を超える投稿があったほか、函館市公式観光サイト「はこぶら」への掲載や、市公式Instagram上でリール動画の作成・配信することで、次年度以降の投稿件数増加のための取り組みを行った。
<ul style="list-style-type: none"> ・市内の高校生や大学生が、函館の観光関連産業で働く姿を具体的にイメージする機会を持てるよう検討を進めるほか、働き方改革やデジタル・トランスフォーメーション(DX)に係る情報について、観光関連事業者へ発信します。 	観光企画課	B	<ul style="list-style-type: none"> ・国や道、市の働き方改革やデジタル・トランスフォーメーション(DX)に係る情報について、観光関連事業者へ発信・周知した。
4 観光を通じて函館が潤う地域づくりを進め、観光への市民理解を促進する			
<ul style="list-style-type: none"> ・出前講座などの機会や様々な媒体を通じて、函館における観光の重要性について周知を図ります。 	観光企画課	B	<ul style="list-style-type: none"> ・市内高校や大学での出前講座や、市政はこだてに観光基本計画の目的や基本理念等を周知する記事を掲載し、函館における観光の重要性について周知を図った。
<ul style="list-style-type: none"> ・各種観光プロモーションやイベント等の機会を活用し、函館で生産された農産品や水産品、土産品などの食のPRを推進していきます。 	観光企画課	B	<ul style="list-style-type: none"> ・函館真昆布をPRする市内外の販促イベントへの参加やグルメサーカスの開催などを通じて、函館産農水産物、土産品などのPRを行った。
5 その他、観光振興を図るうえで必要な取り組み			
<ul style="list-style-type: none"> ・地域の観光推進体制の強化を図る一つの手段として、観光地域づくり法人(DMO)の設立を検討します。 	観光企画課	B	<ul style="list-style-type: none"> ・観光協会の提言書に基づく今後の協会の活動体制に関する議論なども踏まえ、DMOという組織形態には拘らず、地域として望ましい持続可能な観光推進体制の検討を続けることとした。
<ul style="list-style-type: none"> ・計画の進捗管理、今後の施策の企画・立案に資する基礎的データの取得を目的とした各種調査を実施します。 	観光企画課	B	<ul style="list-style-type: none"> ・来函観光客の動向に関して調査を実施するとともに、市民の函館観光に対する意識を測るアンケートを実施した。

区 分	担当課	評価	評価の説明
<ul style="list-style-type: none"> 青森市や弘前市等と連携し、青函圏の魅力を広く発信するとともに、誘客の強化に努めます。また、東日本の新幹線沿線地域や東北地域等と連携し、国内外からの誘客を図るための広域観光ルートの創出や交流人口の拡大に努めます。 	観光誘致課	B	<ul style="list-style-type: none"> 青函4市連携では、安瀧港まつり、はこだてグルメサーカスでの相互プロモーションを実施したほか、青森市との連携では、伊丹空港での共同プロモーションを実施し、関西エリアにおける青函圏の魅力を発信を行った。 弘前市との連携では、春季には桜ミクを活用した「ひろはこ春の観光キャンペーン」を、冬季には雪ミクを活用した「ひろはこ冬の観光キャンペーン」を実施し、青函圏への誘客や周遊の促進を図った。 東日本の新幹線沿線自治体との連携においてInstagramを開設したほか、YouTube生配信に出演し、本市の観光情報や食の魅力を発信することで誘客の促進を図った。
<ul style="list-style-type: none"> 賑わいや活気に満ちた満足度の高いイベントを計画・実施するため、既存イベントの見直しや他のコンテンツとの連携を進めるとともに、事業者や市民・観光客への情報発信に努めます。 	観光振興課	B	<ul style="list-style-type: none"> 市内・近郊で開催される各種イベントが、本市への誘客手段等になるよう、満足度の高いイベントを計画・実施するため、市内のイベント主催者が集うミーティングを行い、既存イベントの見直しや、他のコンテンツとの連携を進めるための情報交換を行った。 MOMI-Gフェスタにおいて、北斗市「北斗紅葉回廊」とスタンプラリーを実施するなど、連携により誘客効果を高めた。 各イベントの公式ホームページおよび函館市公式観光情報サイト「はこぶら」等において、イベント情報発信をするとともに、新聞広告、タブロイド配布を行い、PRに努めた。
<ul style="list-style-type: none"> 地域の観光振興の中核を担う函館国際観光コンベンション協会との連携強化のほか、市内外の関係機関等との情報交換・交流を図り、情報ネットワークの拡充・強化に努めます。 	観光企画課	B	<ul style="list-style-type: none"> 函館国際観光コンベンション協会とは、日頃から観光プロモーションやイベント開催において連携して活動してきたほか、箱館会などの観光関連事業者の会合に参加し、情報ネットワークの拡充・強化に努めた。