平成 30 年度(2018 年度) 第2回 函館市観光アドバイザー会議 会議録(要旨)	
開催日時	平成 31 年(2019 年)２月８日（金）18:30～20:25
開催場所	シエスタハコダテ４階　Ｇスクエア　多目的ホール
出席委員	奥平座長，池ノ上委員，角委員，藤原委員，渡邉委員，佐々木委員，飯野委員，渡部委員，高橋委員
欠席委員	外崎委員，趙委員
事 務 局	観光部長，観光企画課長，観光誘致課長，観光振興課長，国際観光課長

1. 開会

開会(事務局)	開会
開会挨拶(座長)	挨拶

2. 議題

(1)報告事項

①平成 30 年度(2018 年度)上期来函観光入込客数推計	資料に沿って説明 ・資料１　平成 30 年度(2018 年度)上期来函観光入込客数推計
委員意見	
（渡邉委員） （事務局：国際観光課長）	訪日外国人宿泊客数について，タイからの宿泊客数が伸びている理由はあるか。 平成３０年４月にタイ・エアアジアＸが新千歳―タイ間で就航したことが影響していると考えられる。
②2019 年度主な観光施策について	資料に沿って説明 ・資料２　２０１９年度主な観光施策について ・参考資料　フェスティバルタウンはこだての形成について
委員意見	
（高橋委員）	観光客受入環境整備経費の観光ホスピタリティ向上経費に観光ボランティアガイド育成事業を実施するとあるが，具体的にはどのような内容を想定しているのか。

（事務局：観光企画課長）	既に２年度実施をしている事業であり，一般の市民の方から観光ガイド希望者を募り，観光ガイドとしてのスキル向上を目指した分野別の講師による研修を行い，最終的には観光ガイドとして活躍できる人材を育成する事業である。
（渡邉委員）	予算額の合計は昨年度から増加しているが，海外および国内観光プロモーション実施経費の予算額が減少しているのは，プロモーション自体を縮小しているということか。
（事務局：観光企画課長）	限られた予算額の中で経費節減をできるものについては節減した。例えば，３人で行っていたプロモーションを２人にするなど，全くプロモーションに行かないというものではない。全体的には予算額を減らすことなく編成をした。
③その他	資料に沿って観光部長から要旨説明 ・資料３　地域全体で取り組む観光施策の体系（※） ・資料４　ポスト新幹線時代における函館観光の課題
委員意見	
（池ノ上委員）	ＤＭＯは，地域を目的地としてマネジメントやマーケティングするもので，ＤＭＯという公的な組織をつくる場合のほか，ＤＭＣというより民間に近い会社が作れられる場合がある。ヨーロッパ地域のＤＭＯはマーケティングの機能を多く担う場合が多いが，日本では地域経営や観光地経営が中心となる場合が比較的多く，観光庁も日本版ＤＭＯという定義を謳っている。函館で必要となるのは日本版ＤＭＯなのか，函館版ＤＭＯなのか，違う組織なのか，函館国際観光コンベンション協会の機能強化なのかなどについては柔軟な考え方と議論が必要である。
（奥平座長）	ハリファックス市では，観光関係は市で特に取組んでおらず，港湾の経営体が仕切っている。このように経営体が力を持って一気に束ねるという方法も効率的なのかと思う。

（2）今後の観光振興施策に対する意見交換

（飯野委員）	ＤＭＯの目的が持続可能な観光地づくりなのか持続可能な観光経営なのかについては，似て非なるもので趣旨が違い，函館はどちらが適しているかは私も答えが出ていない。

	プロデューサーやクリエイターなどのやり手が沢山いてもまちづくりは簡単ではない。そのように考えると最後に重要となるのは人材育成ではないか。 どれだけ本気でまちづくりに関わるのか，この本気度を考慮すると，地元で育った人の新卒採用も一案だが，卒業を迎えるまでに少し時間がかかるので，交流人口を増やしたり，函館を好きだという人に期限を設けて働いてもらうという仕組み，関係人口を引き込む機会を増やしても良いと思う。そして本当に函館を好きになってもらい，定住人口になればとも考えている。 働き手や産業をどう作るか，まちの賑わいをどう作るか，様々な人が頑張っているが，函館でうまくいかないのは産業の担い手となる人の数が圧倒的に足りていないという要因もあるように思える。 地元採用のほか，最低３年でも働いてもらえるようにインフラ整備を考えることなどで定住人口は変わってくるのではないか。 いずれの問題についてもベースは人であり，人を育てることは重要だと思う。
（奥平座長）	ポスト新幹線時代には空港の民営化や若松ふ頭の整備などのトピックスもあり，視野に入れておく必要がある。今年のゴールデンウィークには１４万ｔ規模の客船が入ってくるので，相当な数のバスが動き出す可能性もある。
（角委員）	未来大は市外から来る学生が多いが，あまり観光はしていないように見える。３年生で地域課題に取り組むプロジェクト学習を行うが，そこで初めて函館の観光の面白さに気付く学生も多い。 留学生からは「雪があるのが面白そうだ」といった素朴な声を聞くことができ，外からの視点の函館の魅力を再認識させられる。 内外の研究者仲間からは，函館で学会や研究会を開催してほしいというリクエストを毎年数件受ける。機会を見つけて函館に来たいと思う大人は多い。私は以前京都に住んでいたが，京都よりも函館の方が来たいという声が多いように思える。良くも悪くも，函館は京都に比べて，まだ東京から遠いということでしょうか。
（藤原委員）	函館大学の学生の取組みとして，市内の飲食店にベジタリアンやムスリムの方に対応したセットメニューを作成していただき，マップを作成することを提案した事例がある。マップは今年の３月にリリースされる

	予定である。学生が取組みを提案し，地域と行政が動いて産業界を巻き込んだ産学官連携の形になっている。 　マップの中には昨年８月にオープンしてから，ムスリムの方１１人を含めて６０人弱の方が訪問された礼拝堂も掲載している。 　そのほかの取組みとして，道産子の活用と保存を考えている。道産子を活用した北海道周遊や函館山で道産子を見せることが観光プランの一つになるのではないかと思っている。道産子は，特殊な走り方をするので欧米の乗馬をする方には非常に魅力的だと思う。これ以上個体が少なくなると生息が難しくなると言われており，早いうちに保存と利活用を謳っていかなければ文化自体が廃れてしまうと思う。函館市や道と連携して利活用に取組みたいと思っている。
（高橋委員）	若い世代に函館観光へもう少し関心を持ってもらうことが重要だと思う。住んでいる人が自分のまちに愛着や関心を持つことが足りない気がして寂しいので，地元のことを知ってもらえる方法を考えた方が良いと思う。 　昨年１１月，善意通訳会の全国大会が宮城県・松島で開催された。地元の方が様々なプレゼンをしており，その中で中学生が松島の観光を学び観光客を案内する事例は素晴らしいと思った。函館では大学生はそのような取組みを行っているが，中学生や高校生でもできるのではないかと思った。現在の函館の観光ガイドの方は年齢が高く，若い世代を刺激する必要がある。また，観光面での仕事や職場が創設できれば良いと思う。
（佐々木委員）	湯の川温泉の入湯税は，今年は４月から８月まで前年並みになっていたものの，９月のブラックアウトの影響で大きく落ちてしまった。自然現象なので仕方ない部分はあるが，挽回していかなくてはいけないと考えている。 　観光業界を牽引する人材育成の仕組みについて，まさにこれは重要だと思っている。働き方については，改革をしてこれまでとは大きく変わったが，それでもこの業界は自分の夢と違ったという形などで離職率が高い。優秀な人材を育成し抱えていくことを目標として野口観光プロフェッショナル学院を今年開校した。 　お客様をどう取り込んでいくかということも必要だが，新しい人材や優秀な人材をどう確保するかも問題点の一つだと思う。
（渡部委員）	バス業界は個人旅行が増加し団体旅行が減少したことに伴い，北海道

	内で貸切バスを１０台ほど減車する会社があるという噂も聞いている。函館市内においても数台を減車する動きがあり，来年度のクルーズ船受入れへの影響が懸念されている。 ４月から函館バスのダイヤ改正を予定しており，函館牛乳あいす１１８への乗入れや五稜郭タワー・トラピスチヌシャトルバスの強化などを予定している。 香雪園は，四季折々の魅力があり，函館駅前案内所での問合せも増え熱帯植物園並みの人気を誇ることから，より一層情報発信をしていきたいと考えている。熱帯植物園は，サルがいる温泉や動物園としてインバウンドに人気があり，こちらも周知していきたいと考えている。
（渡邉委員）	北海道新幹線開業に向けては観光業界で一致団結して取組んできたが，現在は数年後に大きなコンテンツがなく，横のつながりが希薄になっている。 観光基本計画については，インバウンドやＦＩＴの動向を含めて流行が早すぎてついていけておらず，現状と大きく異なる内容となっている部分がある。芯になるものと，細かく作業して２・３年で見直すものとが必要になると思う。自分の商売を通しても，短いスパンで動向を見なければいけない部分が増えたと思う。
（池ノ上委員）	函館は潜在能力がありさらに飛躍できるはずだが，潜在能力を顕在化させる力がとても弱い。外の地域との接点を作ればポジティブにもネガティブにも様々なインパクトが起きる。ネガティブなものをコントロールし，ポジティブなものを高め，地域として外部の力を取り込むキャパシティを上げるかが重要である。 異文化の方に対応したコミュニケーション能力など細やかな対応は，直接的に経済効果に繋がらないかもしれないが，地域のキャパシティを上げることになるので必要である。 観光を使った地域経営をしていくときに何が函館で必要かというと，始めようという意志だと思う。函館という地域が外との交流をしていくことも必要であり，マネジメント型でもコントロール型でも，人材を育成してそこに結びつけていくことが最短距離の一つであると思う。これまでのように様々なことに取組むよりも，まずはみんなで議論してやるべきことを選び，何かを集中的に取組んで第一歩を踏み出せればと思う。
（奥平座長）	函館が持っている潜在的な問題点として，函館の人が函館の魅力をま

	だまだ知らないという点である。これを改善するには，外から来た人が発言し続けるしかないのではないかと思う。昭和５０年代に工業都市から一気に観光都市函館に転換したが，市民は今も工業都市の頃の発想を持っているので，そこを変える必要があり，観光都市について次期観光基本計画の中で謳う必要があるかもしれない。 　函館はかつて多くの祭りが開催されており，夏は各商店街が夜市をやっていた。多くの人が外に出て，まちも元気であった。夜市を復活させるのか，または違う形になるのか，この部分にフェスティバルタウンの概念図が挟まってくると思う。

３．閉会

閉会（事務局）	