

## 令和4年度（2022年度）第3回 函館市観光アドバイザー会議 議事録

開催日時	令和5年（2023年）2月24日（金）13:30～
開催場所	サン・リフレ函館 1階 中会議室
出席委員	奥平座長，古地委員，中島委員，一戸委員，飯野委員，渡部委員，櫻坂委員
欠席委員	奥野委員，木村委員
事務局	観光部次長，観光企画課長，観光誘致課長，観光振興課長， 国際観光課長，企画担当主査，企画担当
(株)北海道 二十一世紀 総合研究所	佐藤主任研究員，菅原主任研究員，布川主任研究員
議 題	次期観光基本計画の策定に向けて， 今後の函館観光で取り組むべき重要な要素について

### 【議事概要】

事務局より議題について説明。その後，委員による意見交換を実施。主な意見は次のとおり。

<アドバイザー会議からの意見>

#### 1 わかりやすい基本理念，基本方針

函館観光に従事している人も，そうでない人も，函館観光はここを目指しているんだということがわかりやすいこと，また，大事であると思ってもらえることが重要。

意見：

- ・前回の基本理念「人・まち・文化の宝石箱 新・函館観光都市 函館へ」について，人・まち・文化の宝石箱とは何を示すのか。「新」とは何を変えたのか。基本理念をキャッチーな言葉にすることにより，解釈が様々で曖昧になってしまっている。
- ・例えば「宝石箱」という同じフレーズでも市民向け，国内観光客向け，海外観光客向けで，それぞれこういった意味になると明文化するのはどうか。
- ・基本構想と観光基本計画の一貫性。チーム函館を作って大きなベクトルを作っていけると良い。

## 2 具体的で理解しやすい目標値の設定

目標値は、それを達成することにより、函館が潤い、結果として函館の人たちが幸せになるという将来を見せていくべき。

また、観光産業の現場で働く人たちの感覚とかけ離れたものであってはならない。

そのためには、その数値の理由づけが必要。数値が民間の事業者、市民の生活において、どのような意味を持つのかを示さなければならない。

意見：

- ・目標数値はあまり重視しない方がよい。幅を持たせて大雑把な方が。
- ・函館市内で観光が完結しているので、平均宿泊数を今後増やすのは難しい、周辺地域と協力するなど、今までと違う方向性を出すべき。
- ・既存のアンケートにおける、とても良い80%は何が良かったのか。質的な検証をすべき。
- ・内側（市民、観光関連事業者）への情報発信も大事。

## 3 目標達成を見据えた柔軟な計画の遂行

観光を取り巻く環境は刻々と変化しており、目標を達成するためには、定期的な振り返りを行い、必要に応じ見直しをするなど、柔軟かつ素早い対応をすることが必須である。

意見：

- ・世界を見ても何が起こるかわからない。目標値を定めて置石のように置いてあるだけでは無理がある。
- ・見直しは1年ごとや、中間で3年など複数意見あり。
- ・素早い対応ができるよう、予め組み込んでおく方がよい。
- ・長期的なゴールがあった上で、小さな目標を1年ごとに作るとよい。
- ・民間企業がやっているような、今年はここに特化しようという柔軟性が必要。
- ・例えば、今であれば、インバウンドが来始めているが、まだ従来の数ではないので、今はまず国内に力を入れて行こう等、柔軟に施策を展開していくべき。
- ・見直しにあまりに負荷がかかるようであれば、行政も民間もしんどい。バランスが必要。
- ・検証には持続可能性が必要。
- ・大きな方向性は別として、2年～3年で方向の修正をしても良いのではないかと。数値的なものも含めて。
- ・コロナからの回復後の次のステップを視野に入れて、計画策定時には中間で見直しをするというルールを作るのが良いのではないかと。

## 4 函館における観光産業の重要性

市民や観光関連事業者に、函館にとって観光産業が重要であると理解してもらうためには、

観光産業活性化の目的意識を伝える（または持ってもらふこと）が肝要である。

例えば、市民へ観光産業が函館にとって大事であると啓発することの目的意識の一つは、観光関連事業者にとって将来の課題となっている、担い手を増やすということである。

観光産業の活性化が実現することで、自身の生活がどう良くなり、自分の周りの環境がどう良くなっていくのかを、多くの市民、観光関連事業者に意識してもらふことが、共感を得ることに繋がり、巻き込んでいくことに繋がる。

意見：

- ・目的意識を考える上で、良く使われる幸福度という言葉は耳障りは良いが、観光産業で具体的な例をあげると、誇りを持って働いている、民間外交の一部として観光業の一翼を担っていると意識しながら働いていることである。

## 5 多様性を認め、活かしていく観光地

現在、観光産業においても、多様性を受け入れ（ダイバーシティ）、それぞれの個性を尊重し活かしていくこと（インクルーシブ）が求められており、また、国際観光地を目指すのであれば、意思決定の場に多様な属性の人が入っていないなければならない。

これからの時代はこういったことに十分配慮していかなければならないので、新計画においては、明確に記載する必要がある。

## 6 若い力、外国人の力を取り込む

観光産業に従事する人が不足している。

これからの時代、若い人たちに、もっと観光に関わってもらい、観光に意識を向けてもらうことが必要。小中高で行っている探求の授業などの地域の人と一緒に何かを創る、考える取り組みや、大学生の地域の課題解決への取り組みなども行われており、観光分野における新しい世代の人材育成を考える時期にさしかかっている。

また、国際化を進めるためには、国際的な視点を入れることが必要であり、外国の方々にも、もっと観光産業に携わってもらふべきである。

函館観光に若者や外国の方が携わってもらえるようになるには、函館観光やそこに従事している人たちが、考え方を変えていくことが必要であり、また、多くの若者や外国の方々に携わってもらふことが、多様性への理解の促進と、持続可能な観光人材確保に繋がる。

意見：

- ・函館は、若い人たちの居場所がなく、出て行ってしまふ現状がある。若い人たちの意識をもう少し観光に向けていくような取り組みが必要。

## 7 観光資源やターゲットを絞り施策を集中する

経営資源が限られているということを前提とすれば、観光資源やターゲットを絞って、どこで稼いでいくのか考え、集中的に行う施策を考えるべき。「集中」とは他を排除するのではなく、「色」を付けること。「これが函館」を外に見せる。

## 8 伝えるべき観光情報を吟味し発信する

コロナの影響で口コミがなくなっている。良くも悪くもスタートラインに立っている状況にあり、これからの情報発信が重要になっている。

情報発信にあたっては、来函した旅行者が必要とする情報を良く吟味して発信する必要がある。

また、情報過多の現代においては、情報発信した先で、送り手側が受け手に、何を知ってもらいたのか、来函した際にどのように滞在してもらいたいのか、どんな期待を持って函館へ来てもらいたいのかなど、考えることが大事であり、こういった目的意識を持って情報を発信することが必要。

意見：

- ・ネガティブな発信ではなく、ポジティブに変換して発信する。例えば夜景は天気が変わりやすく見れないことがあるので、2泊していただき、代替プランを一緒に提案する。
- ・例えば来函外国人の中には、「函館は海が近いのでビーチで寛ごう」と考えて来る人もいるので、ビーチで泳ぐことはできないが、本州が見える等の、がっかりさせない的確な情報を発信する。
- ・来函者が必要としている情報を捉え発信する。例えばキャッシュレスの状況やインターネット・Wi-fi スポットの状況、充電できる場所など。

## 9 コロナ禍を経たインバウンドの誘致

まずはコロナ禍で激減したインバウンドをコロナ前に戻すため、新たな施策も大事だが、現状の見直しを行うべき。その上で、これからのPRに力を入れていくべきである。

国際化の遅れがあるので、世界のスタンダードはどうなっているのかを調査・理解し、正しい国際化をすることが必要とされている。

また、国際情勢を注視し、地政学的なリスクを考慮・検討することも必要である。

### ○ その他の意見

- ・前回計画を批判的に検討していく。理念に新国際観光都市とあるが、新機軸を打ち出せたのか、基本方針については具体的なコンテンツも含め洗い出すべき、キーワードについては、例えば目標値1.28泊であれば、単に伸びたではなく、お客様がどれだけいて、どういった層なのかデータを揃え分析する。