

令和5年度（2023年度） 第1回函館市観光基本計画策定検討委員会 議事録	
開催日時	令和5年（2023年）6月9日（金）10:00～12:00
開催場所	函館市役所 本庁舎8階 第2会議室
出席委員	奥平委員長，奥野委員，中島委員，西村委員，一戸委員，飯野委員，渡部委員，織田委員，土田委員
欠席委員	古地委員，櫻坂委員
事務局	観光部長，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，企画担当主任主事
(株)北海道 二十一世紀 総合研究所	佐藤主任研究員，布川主任研究員，菅原主任研究員，小俣研究員
議題	函館観光が目指すあるべき姿について

■ 議事概要

事務局より，次期計画策定の目的と策定委員会の進め方について，資料1～3に基づき説明。続いて，計画策定業務の受託者である（株）北海道二十一世紀総合研究所より，資料4に基づき「函館観光の未来予測と課題」に関するプレゼンを実施。その後，議題について，「受入体制」，「情報発信」，「国内誘客」，「海外誘客」の4つのカテゴリーに分けて，委員による討議を実施。主な意見は以下のとおり。

■ 委員からの主な意見

<受入体制>

(1) 多様性

- 多様な観光客を受け入れる函館を理念として掲げ施策を進めると良い。
- インクルージョン，ダイバーシティについて，遅れているという認識が一致するのであれば，それをまず追いつきましょうというところを第1フェーズにしても良いが，最終的にどうなっていれば良いか，未来を見る必要がある。

(2) インバウンド対応

- インバウンドの受入体制について準備が必要。強みの部分に観光ボランティアガイドの存在とあるが，今後は多言語での案内・対応が出来るように，各企業だけでなく，市を中心として

工夫した取り組みが必要。

- 広くインバウンドを受け入れるために、特に欧米市場については、グローバルブランドの宿泊施設の誘致も議論に加えるべき。地元資本が弱くなるという懸念はあるが、相乗効果で皆のレベルが上がっていくためにも、既存の宿泊施設において、インバウンド、もっと言うと富裕層を受け入れるために何が足りていないのか、ソフト面・ハード面両方で議論が出来ると良い。
- 強みに世界文化遺産（縄文遺跡群）が挙げられているが、二次交通の問題や現地での体験が足りていないと感じる。特に二次交通についてはバスの運転手不足が挙げられているが、そのほかにも、現状、各事業者の多言語表記のフォーマットがバラバラであるなど観光客から見づらい状況にあるため、各交通拠点のフォーマットを統一する必要があると感じている。こういったことはキャッシュレス対応の遅れも含め、市で支援していく制度があると良い。

(3) キャッシュレス対応の推進

- 未来予測について、キャッシュレス対応、DX 含め技術革新への対応が函館は遅れているおり、市でも先導して改善していく必要がある。
- キャッシュレス決済は国際対応が出来ていないところがほとんどであるため、そういったところはインバウンド対応として行政が後押ししていく施策も必要ではないか。

(4) MICE の戦略的な誘致と受入体制の強化

- 機会として世界的な MICE 需要の拡大があるが、中でも企業会議について、函館が選ばれるような戦略を作っていく必要がある。
- MICE の受入体制について、函館が何かの条件ではねられていることはないか、ボトルネックとなっているものがないか精査をしたうえで、全体として体制を強化していく必要がある。

(5) 個別テーマ

- 未来予測について、体験観光、ワーケーションは今足元で起きていることであり、これが5年後どのようなになっているかという予測を立て、それに基づいた計画を立てるべき。
- ワケーションについて、最近凸版印刷が西部地区にワーケーションにも使えるビジネス拠点を設けたが、そういったものを観光業界としても活用できるような形で連携して進められると良い。また、学生や市民が利用することで盛り立てていければ。
- ユニバーサルデザイン観光について、仮に函館市でバリアフリーを進める場合、市として一定のサービス基準を設け、達成していない施設は公表するなどの取組はどうか。具体的に進めるのであれば、それぐらい強制力のあるものが必要になってくると思う。

(6) 人手不足と人材確保

- 受入体制を作っていく上で、人材あるいは人財の確保につなげるために、多様な人が働ける観光産業を作っていくことが大事。ガイドが仕事として成立するような仕組み作りへの着手や、観光産業に関わる労働市場の魅力を高める施策を民間とともに進めていくことが大事。
- 人手不足の問題は、計画の大きなポイントとなってくる。未来予測において、函館観光に関心を持つ若年層は多く、彼らが活躍できる場所があれば、人手不足を解決できる糸口となりうる。とあるが、そういった若年層を受け入れるところをしっかりと設けるのも並行して行うべき。観

光ボランティアガイドについては函館に限らず全国的に高齢化が問題となっており、若者が不足している現状。

- 大学生は講義等で観光を学ぶことも多いが、将来の仕事として選ぶ人は少ない。給与や待遇の面など、学ぶことから仕事にすることに繋がりが無いのが問題。
- 若者の中には、自らの生活面に注目し、観光に力を入れているから生活面の不満が出てくるのではないかという考えがあり、市民の生活が第一じゃないかという意見があるため、観光と生活の両立は大事だと思う。
- 人材の問題について、IT や DX を進めるためには企業内部で IT を理解している人材を育てていくことが大事だが、IT 系の学生はほとんどが首都圏に就職してしまう現状がある。函館でもベンダー企業に入る学生は少数いるが、ユーザー企業に入る学生は皆無であり、地元企業がそういった人材の取り方が出来ていないことが一つの要因。IT や DX で観光業界を盛り立てていくためには、未来大や教育大などの学生が地元の企業に入るような取り組みを進めることが必要。

(7) 広域連携

- 脅威の中で、地域間競争が激化していると指摘されているが、近隣地域が協力して進めることが大事。サステナブルツーリズムなどは大沼が取組を行っており、函館だけでなく、道南で考える意識を持った方が上手くいくと思われる。

(8) 市民意識の改革

- 市民意識の希薄さが挙げられているが、当地に住む我々が函館をどれだけ愛しているか。世界に函館を発信していきたいという意識がかなり低いと感じているが、これを高めていくのは困難だと思う。この意識を高めていくためには、地元の人が市内の名所を訪れ、世界に発信出来るような環境作りも必要ではないか。
- コロナ禍で函館市民が市内のホテルや観光地に行く機会が増えたが、「函館に住んでいても知らなかった」「こういうものがあったんだ」というような発見があったと思う。こういった機会を創出することが市民意識の強化につながると思う。

(9) 地域関係者を巻き込む計画のあり方

- 現計画を観光事業者の方は熟読したことが無いと思う。事業者を巻き込んでいくために、経営戦略に役立つような、函館観光の 5 年後のビジョンが見れるような、事業者が読みたくなる計画が良いと思う。じゃあそれは何なのかといったことをこの場で議論していくべき。
- 受入体制は非常に幅広いため、5 年後に観光でどれくらい稼ぐのかというような、ひとつの軸を持って議論していくべきだと思う。今ある問題を全て挙げて、5 年後このへんが問題だ、だから皆頑張ろうといっても、計画書としては良くても、実際にやる人には理解していただけない。他のカテゴリーも含め、何をこの計画で目指すのか、真剣に稼ぐぞという計画になれば、それにより函館が潤い、経済波及効果が多くなり、市民にも事業者にも波及していく、そんな街になる一翼になれば良いと思うので、そのような方向性でお願いしたい。

(10) 旗振り役の必要性

- 資料中に、旗振り役ということで DMO という言葉を使っているが、函館観光にとって様々な

調整を行う旗振り役の不在について共感はするが、必ずしも新しい組織を作ることによって補えるものではないため、この点については慎重な議論が必要。現在、国内に存在するDMOについては、スタートは良いが、長く運営されて成果を上げているかという点で疑問を感じる。高度観光人材についても、本当に不足しているのか、函館には事業者、一般の方含め、観光に携わる様々な方がいるが、それらを繋げられていないという印象。広く公募して当市以外から人材を得たとして、その方の力が本当に発揮出来るまでには、かなりの時間を要するのではないか。今、函館にいる人たちが、事業者が、本気で函館観光を良くしていくという思いが必要であり、それらを調整する役が不可欠。

(11) 財源

- 受入体制について大事なのが財源の問題。宿泊税導入が保留となっているため、その点については確認しながら進めていきたい。

<情報発信>

(1) 情報発信のあり方

- 多様な属性を持った観光客に「ストンと落ちる」ような情報発信を行う必要がある。また、そのような視点で効果的な情報発信を行うためには、より洗練された情報発信が出来る人材の育成が必要。
- 情報発信については、発信元に狙いがある、誰に向けて何を発信するのかというところが重要。
- 未来予測の中に、データ分析やマーケティングを通じてターゲットを明確に設定とあるが、そこがしっかり定まっていないと、発信の効果も分からないし、やらなくて良かったのではという結果になりかねない。旗振り役の議論については、情報発信についても必要。
- 国内の人口減少を考えると、海外への情報発信も積極的に行う必要がある。海外においては、旅行検討の際の情報を得る手段が日本と異なるため、そういった分析も行いながら発信を行うべき。
- SNS や WEB に注目が集まってしまうが、高齢者など、はがき、チラシ、新聞、テレビなどを情報源としている人が一定層いるため、この 5 年間という点でいうとまだまだそういった層への対応も必要。
- 情報発信については、市民が全員プレイヤーになってくれればそれ以上のことはないと思う。市民に函館を理解してもらおうような事業に取り組んでいくことができれば良い。

(2) WEB・SNS の活用と情報の集約機能の必要性

- 旅行情報の収集に SNS を活用するが、情報が溢れており色々な種類があるため、差別化が必要。また、函館の情報をひとつにまとめて、一度に情報を得ることが出来るようにするとともに、そこから様々な情報へ派生してアクセスしていけるということが大事。
- WEB による発信は、「はこぶら」もリニューアルされ、今後より良くなっていくと思うが、他の委員が言っていたようなワンストップで全て分かるという形は公平性の観点もあるため難しいと考えている。「はこぶら」を起点として様々な事業者が情報を発信していけるような仕

組みを作っていないと観光客が求めるようなきめ細やかな情報をリアルタイムに提供していくことは難しいのではないかと。特に小規模な事業者が SNS を駆使して発信するのは難しく、仮に発信しても検索に出てこず、見られる可能性が低い。それを行政が集約して伝えられるような仕組みづくりも必要になってくるのではないかと。

- 函館の現状として SNS の整備は一通り出来ていると感じる。一般的に言われているものを整備するとともに、時代に合わせた情報発信を行政でも行ってほしい。

(3) 二次交通情報のきめ細やかな発信

- 二次交通について、初めて函館でバスを使う方は戸惑う人が多いと思う。路線、運行状況、決済、乗り降りの方法など、情報を分かりやすく伝えるのは大事。
- 二次交通については、交通事業者単独による情報発信には限界があり、観光スポットや施設から情報がきめ細やかに提供されているかというのも旅行者にとっては大きい。交通事業者側だけでなく、施設や小売店側の努力も必要。

<国内誘客>

(1) 客数にこだわらない具体的な目標値の設定とそれに応じたマーケティングの実施

- エビデンスに基づくマーケティングと戦略立案が必要と考える。函館が今後 5 年間で重点的に誘致したいターゲットを設定し、そのターゲットに関わる課題を質的・量的データの分析を通じて抽出し、それらのデータに基づいて戦略を立て、定期的にチェックして行くことが必要。
- 函館は観光でどれくらい稼ぎたいのかという全体のイメージを持って、しっかりとマーケティングをしたうえで、どれくらいの規模の誘客が必要なのか議論した方が良い。地域間連携も視野に含めつつ、どういう人にどれくらい来て欲しいかを明確にし、観光需要としての数値目標を設定すると良い。
- これからは人数ではなく額を追いかけなければならない。人手不足の問題がある以上、今どのくらい宿泊のキャパシティや観光施設があり、どのくらいを目指せば最も採算性、生産性が高くなるのか、地域にとって良いのかというのを、5 年後を見据え目指す数字を見せていくことも必要。

(2) 観光をハブとした函館経済や地域の活性化に向けた仕組みづくり

- 観光事業者だけでなく、食など他の産業の事業者が観光をハブとして活用し、函館経済や地域が発展していく仕組みづくりが必要ではないかと。誘客とあるが、国内・海外と函館がどう繋がって発展していくかという意味合いで考え、そういった仕組み作りについても今後 5 年間で考えていった方が良い。

(3) 北海道新幹線延伸を視野に入れた取り組みの必要性

- 機会の中で新幹線延伸に触れられているが、例えば、本州から北海道に来た時に、函館に寄って札幌に行くというのは金銭的に余裕のある人か、お金をかけてでも行きたいという人しかいないと思われるため、脅威にもなりうる。函館に寄りたいたいと思わせるような工夫について、

この5年間のうちにも取り組むべき。

- ▶ 新幹線の延伸については、道外からの来訪者について話をされていることが多いが、宿泊の実績は道内客、道南客の占める割合も一定程度ある。新幹線延伸により、札幌のお客様が商圈になるというプラス面はあるが、今まで函館に来ていた道南のお客様が札幌に行ってしまう可能性もあるなどの大きな行動変容が考えられる。インバウンドや富裕層に付加価値を付け高く売るという路線はもちろんあるが、それは少数であり、大衆的なサービスについても考慮すべき。

<海外誘客>

(1) 戦略的な誘客活動の必要性

- ▶ エビデンスに基づくマーケティングと戦略立案が必要と考える。函館が今後5年間で重点的に誘致したいターゲットを設定し、そのターゲットに関わる課題を質的・量的データの分析を通して抽出し、それらのデータに基づいて戦略を立て、定期的にチェックして行くことが必要。
- ▶ 海外誘客については、京都の観光公害に代表されるように、ただ増やすだけでは負の影響を受けてしまう可能性がある。コロナ禍で国内のお客様を接客する中では、外国人の方がいない方が観光をしやすいという意見もあり、そのあたりも踏まえた計画を立てるべき。
- ▶ どういう人に来てもらうかと言うターゲティングは重要であり、今の円安トレンドも踏まえると、個人的には富裕層もひとつのターゲットと思うが、富裕層も幅広く、層によってニーズが変わってくるので、どういった富裕層をターゲットとするのかというコンセンサスが必要。
- ▶ 国別・地域別のターゲティングという観点から言えば、欧米が良く言われるが、欧米のお客様の特徴として文化を学ぶことに対する意識が高く、そこに対応するためには知識を知っているだけでなく、エンターテインメント性であるとか、そういった意味を含めて函館を表現できるような「函館を知ってもらうガイド」の育成の必要性に繋がってくる。
- ▶ ハラル問題など中東からのお客様への対応についても考える必要がある。

以上