函館市観光基本計画の目標設定（案）

（１）基本方針 3-1 函館観光に関する取組みに「参加する」市民の増加

観光ボランティアや、情報発信、困っている観光客への声掛けなど、函館観光に関する様々な取組みに対して「参加している」と回答する市民の割合を増加させる。

① 観光に関わるボランティアへの参加率

基準値 (2024)	算出方法	目標値 (2028)	目標値設定の考え方
1.3%	市民アンケート設問 9「日ごろから観光客と接する機会がありますか」（【資料 1-1】P4）で「ボランティア活動で関わっている」と回答した割合	《案 1》 増加	2024 年度の数値から向上※ 1
		《案 2》 2.4%	市民アンケート設問 10「函館を訪れる観光客とどの程度関わりを持ちたいですか」（【資料 1-1】P4）に「観光に関わるボランティア活動やイベント等を通じて関わりを持ちたい」と回答した 4.7%の半数の水準まで増加

※ 1：金沢市「金沢市の観光に関するアンケート調査報告書（令和 5（2023）年度）」では、同様の設問での割合は 0.9%

② 情報発信への参加率

基準値 (2024)	算出方法	目標値 (2028)	目標値設定の考え方
25.5%	市民アンケート設問 11「函館の観光地や函館で開催されたイベントを SNS や口コミ等で情報発信したことがありますか」（【資料 1-1】P4）で「日常的に発信している」又は「1～2回発信したことがある」と回答した割合	《案 1》 増加	2024 年度の数値から向上
		《案 2》 36.8%	市民アンケート設問 11 で「発信してみたい」と回答した 22.5%の半数が「日常的に発信している」又は「1～2回発信したことがある」に転換

(2) 基本方針 4 観光への理解度の向上

① 理解度

基準値 (2024)	算出方法	目標値 (2028)	目標値設定の考え方
88.6%	市民アンケート設問 14-①「函館を訪れる人が増えることで、まちが活性化する」 (【資料 1-1】 P6) に「とてもそう思う」又は「そう思う」と回答した割合	《案 1》 増加	2024 年の数値から向上
		《案 2》 94.3%	市民アンケート設問 14-①で「どちらとも言えない」「あまり思わない」「思わない」と回答した 11.4%の半数が「とてもそう思う」又は「そう思う」に転換

② 推奨度

基準値 (2024)	算出方法	目標値 (2028)	目標値設定の考え方
45.6%	市民アンケート設問 17「あなたは函館観光を市外の友人・知人に薦めたいと思いますか」(【資料 1-1】 P13) で 10 点又は 9 点と回答した割合	《案 1》 増加	2024 年度の数値から向上※ 1
		《案 2》 61.2%	市民アンケート設問 17 で 8~7 点と回答した 31.1%の半数が 10~9 点に転換
22.5pt (NPS®) ※ 2	市民アンケート設問 17「あなたは函館観光を市外の友人・知人に薦めたいと思いますか」で 10~9 点を推奨者、8~7 点を中立者、6~0 点を批判者と分類し「推奨者割合-批判者割合」により算出	《案 3》 増加	2024 年度の数値から向上
		《案 4》 49.6pt (NPS®)	市民アンケート設問 17 で 8~7 点と回答した 31.1%の半数を推奨者に転換、6~0 点と回答した 23.1%の半数を中立者に転換

※ 1 : 金沢市「金沢市の観光に関するアンケート調査報告書(令和 5(2023)年度)」では、同様の設問での割合は 25.2%(10 点:17%, 9 点:8.2%)

※ 2 : NPS(ネットプロモータースコア)とは、商品やサービスの親しい人への推奨度を 0~10 点の 11 段階で取得し、10~9 点を「推奨者」、8~7 点を「中立者」、6~0 点を「批判者」と分類し、推奨者の割合から批判者の割合を引いた数値のこと。企業の評価指標として導入が進んでいる。なお、上記の分類は、研究で回答者のその後の行動を調査し、実際に推奨行動をとる傾向が強い層(10~9 点の回答者)、特に口コミ等で発信しない層(8~7 点の回答者)、批判的な発信をする層(6~0 点の回答者)で分類が出来た事による区分。(NPS は、ペイン・アンド・カンパニー、フレッド・ライクヘルド、NICE Systems, Inc. の登録商標です)