

令和 7 年度の主な事業

令和7年度の主な事業

事業名	湯の川温泉エリアプロモーション事業	事業費	5,000千円
基本方針	1 質の高い観光により観光消費額を向上させる		
施策	(1) 地域の観光コンテンツのレベルアップを図る		

事業目的

函館湯の川温泉旅館協同組合が観光庁の補助金を活用し、整備した体験予約サイト「ゆのぶら」のPRを行い、宿泊客のみではなく、日帰り入浴やアクティビティ体験をとおして、湯の川温泉エリアの魅力を満喫してもらうことで、湯の川温泉のファンを増やし、宿泊客としての再訪を促す。

事業内容

【概要】

「ゆのぶら」の動画広告を作成し、デジタル広告および市内路面電車のデジタルモニター広告を掲載

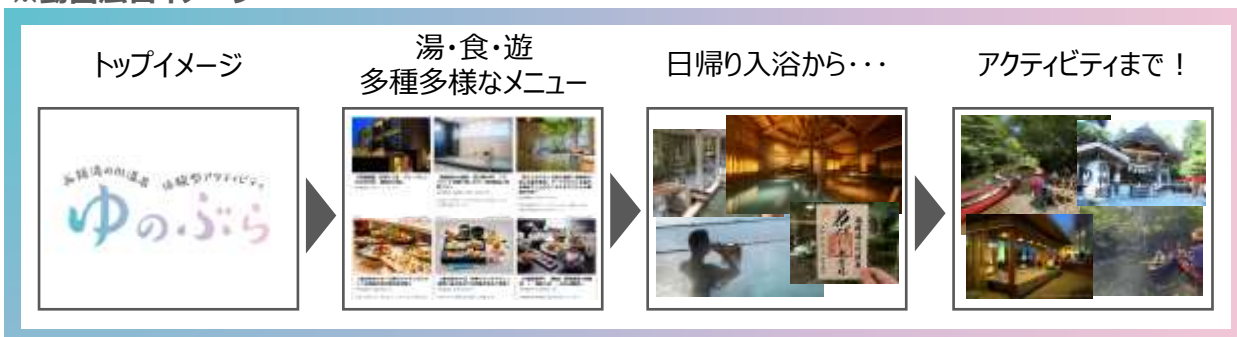
【旅マエプロモーション】

対象：道内および東北（新幹線停車駅周辺）在住者
手法：JRE Adsによるターゲティング広告
期間：6～8月

※動画広告イメージ

【旅ナカプロモーション】

対象：市内観光客
手法：路面電車デジタル広告
期間：7～8月



今後の方向性

- 【R8】** 首都圏にターゲットを拡大。温泉入浴が旅行目的上位となる30代～60代に向けたスマホでのターゲティング広告を実施予定。
- 【R9】** 台湾へターゲットを拡大。情報発信から予約までの流れを作りやすい旅行会社のトップページへの広告掲載を予定。ライオントラベル、旅天下トラベル、康福旅行社等の大手3社を想定。

令和7年度の主な事業

事業名	「イーストジャパン・キャンペーン」推進事業	事業費	3,000千円
基本方針	1 質の高い観光により観光消費額を向上させる		
施策	(5) 消費額の高い訪日外国人観光客の誘客		

事業目的

令和6年度に引き続き、東北・北海道新幹線の速達性、利便性と連動させ、東北・函館の観光コンテンツの魅力を広域で訴求することで、東京以西のいわゆるゴールデンルートエリアから東北・函館エリアへの誘客を強力に促進する。

事業内容

アメリカをはじめとする英語圏のFIT層の新幹線利用を想定した東日本周遊の認知向上と浸透を目的として「イーストジャパン・ゴールデンルート」のブランド化、定着化に向け、官・民挙げ、一過性にとどまらず、複数年掛けて取り組んでいく。東京駅～新函館北斗駅までのはやぶさ停車駅を基軸に東北全体と函館のコンテンツ魅力を発信、興味喚起を図る。

- (1) 米国向け現地プロモーション
- (2) オセアニア市場に向けた商品造成および送客プロモーション
- (3) 在日現地メディアプレスリリース配信・掲載事業
- (4) 令和6年度造成コンテンツの磨き上げ、販売促進事業

なお、詳細な事業計画は、年度明けに開催される協議会代表者会議で決定

今後の方向性

継続したプロモーションの実施により、東北・函館エリアへの誘客を図る。

令和7年度の主な事業

事業名	観光キャンペーン実施経費（Hakodate Fun-Up事業）	事業費	2,000千円
基本方針	1 質の高い観光により観光消費額を向上させる		
施策	(6) 観光消費の機会拡大に向けた適切な情報発信		

事業目的

リアルプロモーションに代わる新たなプロモーション手法として、ライフタイムバリューの高い20～30代をターゲットとしたSNSショート動画を活用する。

これまでの観光情報を伝える動画，いわば“宣伝内容の押し売り”ではなく，“見る人の心を動かす”動画をSNS上で展開することで，SNSユーザーに対して嫌悪感なく函館の魅力を伝えることを目的とする。

事業内容

【概要】

ショート動画用のSNSアカウントを作成・運営を行う。

【実施媒体】

Instagram（リール）

【内容】

観光事業者（人）にフォーカスしたプロモーション動画
⇒函館の夜景（光）は働く人の輝きによって作られた美しさである
函館で働く人によって提供される函館の魅力を紹介する動画

【規格】

秒数：1本あたり30秒～45秒
本数：計8～10本（予定）
期間：7～8月

※動画イメージ



今後の方向性

令和7年度の投稿にてアカウントのブランディングを確立し，令和8年度以降から投稿数を大幅に増加させる。
SNSショート動画はシリーズ化されたものが好評であることから，継続的な動画投稿を行うことで，効果の最大化を図る。

令和7年度の主な事業

事業名	函館山混雑状況配信システム関係経費	事業費	5,451千円
基本方針	1 質の高い観光により観光消費額を向上させる		
施策	(7) 函館観光の利便性を高める取組み		

事業目的

夜景時間帯に発生している函館山周辺の混雑緩和を図り、函館観光における利便性を高め観光客の満足度の向上を図る。

事業内容

函館山混雑状況配信システムの管理・運用

令和6年度に導入した本システムの管理・運用を継続し、出発前の観光客に混雑状況を配信することで、利用時間帯の分散化を図るとともに、新機能を付加し、更なる利便性向上を図る。

・令和7年1月～運用開始

○AIカメラ設置 6カ所 7基

○混雑状況表示 8カ所 4段階

【空いています・やや混雑・混雑・大混雑】
※ロープウェイ:待ち時間

■デジタルサイネージ [JR函館駅・アクロス十字街]



■POP・ステッカー [宿泊施設・観光施設・飲食店など]



■Webページ



【令和7年度】

- ・システム運用，周知強化
- ・新機能付加
⇒ライトアップ施設の表示

今後の方向性

函館山の混雑状況を発信することで、利用時間帯の分散化を図るとともに、函館山山麓地域にある観光スポットや飲食店等に誘導し、混雑緩和を図っていく。

令和 7 年度の主な事業

事業名	北海道新幹線札幌延伸に向けた広域観光連携推進費	事業費	300千円
基本方針	1 質の高い観光により観光消費額を向上させる		
施策	(10) 北海道新幹線札幌延伸を見据えた広域連携		

事業目的

人口減少により国内観光市場が縮小する中、北海道新幹線札幌延伸による周遊性の向上はインバウンドを取り込む好機であるので、新幹線延伸予定の沿線地域で連携し誘客の強化に取り組む。また、各エリアが連携し各々の観光資源を結び付けることで連携したエリア全体の魅力を高め、広域周遊観光を促進することによりエリアへの来訪者を増やしつつ、長期間回遊してもらい滞在日数を増やす。

事業内容

【連携自治体等】

札幌市・小樽市・苫小牧市・登別市・倶知安町・ニセコ町・長万部町・八雲町・白老町・壮瞥町・北斗市・木古内町等

【スケジュール】

2024年10月～	2025年～ (連携準備期)	開業 5 年前～ (事業実施期)	203x年
➤ 意向確認・顔合わせ	➤ 情報共有・交流強化	➤ 各種事業実施	開 業

【実施事業】

- ・ 連携準備期
 - イベント出展（グルメサーカス2025等）、情報交換（年2回、函館市と参画自治体で持ち回り）
 - ※情報交換は令和6年度は函館開催
 - ※事業実施前までに事業体制を整理（協議会設置の有無等）
- ・ 事業実施期
 - 情報発信ツールの作成（ポスター、ロゴ、キャッチフレーズ等）やSNS、雑誌、テレビ等での情報発信、レールパス等の企画・販売促進、インバウンド向けプロモーション 等

今後の方向性

札幌開業の5年前を目途に具体的な事業を実施していく予定であることから、それまでは交流事業をメインとした自治体間の関係性の構築を目指す。

令和7年度の主な事業

事業名	北海道新幹線10周年事業関係経費	事業費	3,000千円
基本方針	1 質の高い観光により観光消費額を向上させる		
施策	(10) 北海道新幹線札幌延伸を見据えた広域連携		

事業目的

令和8年(2026)年3月に北海道新幹線開業10周年を迎えることから、JR北海道・東日本、青森県および北海道等関係自治体と連携し、首都圏、北関東および東北エリアからの誘客促進を図る。

事業内容

当該事業は、青森県及び北海道道南地域がJR東日本の重点共創エリアに決定したことに伴う「青森県・北海道道南地域キャンペーン事業」と、JR北海道と北海道が連携し実施する「北海道新幹線開業10周年事業」および本市による関係事業からなる。

(1) 青森県・北海道道南地域キャンペーン事業

- ・ 目的：青森県と北海道道南地域が連携し新幹線10周年をPRするとともに、両地域の魅力ある観光資源を首都圏等に発信することで誘客促進に繋げる。
- ・ 実施時期：12月～3月
- ・ 事業概要：(1)宣伝・広報事業:キャンペーンガイドブックの作成（50万部）
ポスター作成 11月～実施首都圏主要駅、青森県及び道南地域の観光拠点に配布・掲示予定
(2)誘客対策事業：誘客キャラバンを札幌、仙台エリア、首都圏等（※想定エリア）

(2) 北海道新幹線開業10周年事業

- ・ 目的：北海道新幹線開業10周年を北海道及び道南の関係自治体と連携してプロモーションし道南地域の魅力を発信することで誘客促進に繋げる。
- ・ 実施時期：12月～4月
- ・ 事業概要：①宣伝・広報事業：オリジナルロゴ、ポスター、パンフレット、動画等の作成
②誘客対策事業：誘客キャラバンを札幌、仙台エリア、首都圏等（※想定エリア）で実施（12月～3月）

令和7年度の主な事業

事業名	海外観光プロモーション（アジア）	事業費	11,659千円
基本方針	2 観光の繁閑差を是正する		
施策	(1) 増加する訪日外国人観光客需要の取り込み		

事業目的

これまで実績のある中国、台湾、東南アジア諸国について、春節などの大型休暇といった時期を見据えた誘客や、雪が降らない国々への冬のコンテンツの提案など、秋冬のコンテンツ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、誘致を推進する。

事業内容

（1）東アジア

- 中国・シンガポールプロモーション事業
・事業概要：現地旅行会社・航空会社等訪問
- 台湾「台北国際旅行博」（台北）出展
- 台湾「高雄市旅行公会国際旅展」（高雄）出展

（2）東南アジア

- インドネシア「Japan Travel Fair」（ジャカルタ）出展
- ベトナム「Japan Vietnam Festival」（ホーチミン）出展
- タイ旅行会社招請事業
・実施時期：10~11月
・招請人数：2名

（3）その他

- 航空会社とのタイアップによるプロモーション事業

今後の方向性

アジア市場において地方都市である函館が飽きられないためには、継続的なプロモーションによって常に新たな情報を提供していくことが重要であることから、令和7年度以降も引き続きプロモーションを実施していく。

令和7年度の主な事業

事業名	インバウンド向けSNS等活用プロモーション事業	事業費	8,550千円
基本方針	2 観光の繁閑差を是正する		
施策	(1) 増加する訪日外国人観光客需要の取り込み		

事業目的

コロナ禍には非接触のためのデジタルプロモーションが推奨されていたが、現在においてのSNSは日常生活に欠かすことのできないツールとなっており、海外旅行を含め情報収集源として必要不可欠なツールとなっている。
SNS等を活用することにより、本市の情報を拡散することでより多くのインバウンドに向けた情報発信を実施する。

事業内容

(1) 中国に向けたプロモーション実施事業

令和4年度に開設したWeChatミニプログラムの管理・運営に加え、令和6年度に開設したWeChat公式アカウントの管理・運営および本市観光情報の発信を行う。

(2) 台湾に向けたプロモーション実施事業

令和5、6年度台湾プロモーションで訪問した旅行会社3社に対し、台湾からのさらなる誘客、ひいては本市との直行便の搭乗率維持および就航促進につなげるため、SNS等を活用した情報発信を行う。

- ・ 広告掲出先：雄獅旅行社、旅天下旅行社、康福旅行社
- ・ 広告掲出時期：令和6年11～12月または各航空会社の動向に応じて対応

(3) SNSアカウント管理運営事業

視覚的なSNSである「Instagram」で外国人観光客向けの市公式アカウントを開設し、写真等を活用したプロモーションにより北海道「函館市」の認知度向上による国際都市としての「HAKODATE」のブランドイメージを確立させ、外国人観光客のさらなる誘客を図る。

今後の方向性

令和7年度以降もインバウンド向けのSNSを活用したプロモーションは不可欠であり、誘客プロモーションに注力するため同規模以上の事業実施が必要である。今後も引き続き、本市の都市ブランドイメージを伝える写真等を発信し、国際都市としての「HAKODATE」のブランドイメージの確立を図るとともに、旅行博覧会でのPRやインフルエンサーを活用したプロモーションによる外国人観光客のさらなる誘客を図る。

令和7年度の主な事業

事業名	秋季・冬季イベント	事業費	24,968千円
基本方針	2 観光の繁閑差を是正する		
施策	(2) 魅力的な秋・冬のイベントやコンテンツの創出		

事業目的

観光入込客数の少なくなる秋季・冬季における魅力の創出と地域ブランド形成を推進し、観光入込客数の増加に繋げるため、各種イベントを開催する。

事業内容

(1) (仮称)はこだてグルメサーカス2025

- ・実施団体：はこだてグルメサーカス実行委員会
- ・構成団体：函館市、函館商工会議所、
函館国際観光コンベンション協会、
函館朝市協同組合連合会、
北海道新聞函館支社
- ・開催期間：9月27日(土)、9月28日(日)
- ・開催場所：はこだてグリーンプラザ・太陽パーキング・
旧桜井パーキング跡地ほか
- ・開催内容：函館とゆかりのある地域による飲食・物販・
観光PRブース、参加自治体による観光PR等
のステージイベント
※「南・西北海道広域観光連携」を新たなコ
ンセプトとして内容をリニューアル

(3) 2025はこだてクリスマスファンタジー

- ・実施団体：はこだてクリスマスファンタジー実行委員会
- ・構成団体：函館国際観光コンベンション協会（事務局）、
函館市、函館商工会議所ほか
- ・開催期間：12月1日（月）～12月25日（木）
- ・開催場所：金森赤レンガ倉庫およびその周辺、
函館港大町緑地(緑の島)ほか
- ・開催内容：クリスマスツリーの設置、
スーパバーの設置、
ツリーイルミネーション点灯、
花火打上げ、
天使たちのクリスマス絵画展、
その他各種協賛イベント、
プレミアムレッドツリー

(2) はこだてMOMI-Gフェスタ

- ・開催期間：10月17日（金）～11月3日（月）
- ・開催場所：香雪園（見晴公園内）
- ・開催内容：カエデ並木、紅葉、園亭等のライトアップ、
各種体験会、着物ファッションショー、
紅葉フォトコンテスト



令和7年度の主な事業

事業名	秋季・冬季イベント	事業費	71,224千円
基本方針	2 観光の繁閑差を是正する		
施策	(2) 魅力的な秋・冬のイベントやコンテンツの創出		

事業内容

(4) 2025はこだて冬フェスティバル

- ・実施団体：はこだて冬フェスティバル実行委員会
- ・構成団体：函館市、函館国際観光コンベンション協会、
函館商工会議所、
北海道新聞函館支社ほか
- ・開催期間：12月1日（月）～12月25日（木）
- ・開催場所：二十間坂、八幡坂、開港通、函館駅前広場、
函館港大町緑地(緑の島)
- ・開催内容：①はこだてイルミネーション
②はこだて駅前イルミネーション
(HAKODATE LUMI-POP事業を統合)
③はこだて冬花火
④その他各種協賛イベント



(5) 第7回湯の川冬の灯り

- ・実施団体：湯の川冬の灯り実行委員会
- ・構成団体：函館湯の川温泉旅館協同組合、
湯川商店街振興組合、函館商工会議所、
湯川温泉商工親和会、
函館国際観光コンベンション協会、
函館市
- ・開催期間：12月1日（月）～12月25日（木）
- ・開催場所：湯の川足湯および中環状通
- ・開催内容：イルミネーション装飾、ライトアップ
点灯時間 日没～22時
街歩きイベント



今後の方向性

アートをテーマとした誘客イベントの検討や冬季イベントの見直し検討を実施。訪問者数の計測や、満足度の把握等を行い、事業内容の検証や改善を検討していく。

令和7年度の主な事業

事業名	国内観光プロモーション（教育旅行）	事業費	2,882千円
基本方針	2 観光の繁閑差を是正する		
施策	(3) 教育旅行誘致による繁閑差の是正		

事業目的

従来来訪のあった北東北地方に加え、東北全域・関東圏・中部圏・関西圏とJRの連合体輸送（修学旅行団体割引）の対象エリアや航空機の直行便発着エリアへの誘致活動を拡大し、幅広いエリアでの方面変更を狙う。

事業内容

（１）教育旅行説明会・相談会等への参加

- ・主 催：北海道観光機構，JR北海道
- ・実施地域：栃木・山形／東京・横浜

（２）教育旅行誘致PR冊子の刷新

- ・概 要：探求学習やキャリア教育などに活用できるようにテーマ別の整理や、方面変更時の学校側のハードルを下げるため、事前学習・事後学習に活用できるようなワークブック形式に変更する。
- ・発行部数：2,000部（予定）

※現PR冊子



今後の方向性

自然体験から地域の特性を学ぶモデルルートや、キャリア教育として函館市の高等教育機関および地域の産業について学ぶモデルルートの紹介などをツールを使って周知し、各エリアの方面変更を狙う。