

# 今後の活動内容に関する提言書

令和6年11月29日

一般社団法人函館国際観光コンベンション協会 特別委員会

## 今後の活動内容に関する提言書 目次

1	はじめに	1
2	現状分析	
(1)	観光基本計画の達成度	2～4
①	交流・にぎわいの創出	3
②	おもてなし・満足度の向上	3
③	国際化の促進	4
④	北海道新幹線を契機とした観光入込客数の底上げ	4
(2)	当協会のこれまでの取り組みとその効果	5～10
①	国内プロモーション	6
②	海外プロモーション	7
③	イベント	8～9
④	まとめ（これまでの当協会の活動の振り返り）	10
(3)	函館観光における強み・弱み	11
3	提言事項	
(1)	基本方針	12
(2)	目標期間	12
(3)	主要ターゲット	13
(4)	KPI	13
(5)	当協会に期待される今後の活動内容	14～16
4	参考	
(1)	特別委員会名簿	17
(2)	特別委員会関連日程	18
(3)	特別委員会参考資料	19～46
①	観光基本計画2014－2023達成度	19～23
②	当協会の主なプロモーション	24～36
③	函館観光における強み・弱	37～39
④	函館の主な観光イベントと集客効果	40～46

## 1 はじめに

函館市は函館山からの夜景や美しい景観、温泉、自然のほか、魅力的な観光施設、海産物を中心とした多種多様な食などの豊富な観光資源に恵まれ、国内外より数多くの方々にお越しいただいております。

当協会は、昭和10年に発足し、令和6年度で発足89周年を迎えますが、これまで、函館市や函館商工会議所のほか、当協会会員である民間企業や関連団体と一体となって、観光産業の振興を図り、地域の経済発展に寄与するため、国内外へのプロモーションや、受入体制整備など、各種事業を行って参りました。

しかしながら、この度の新型コロナウイルス感染症の影響により、観光関連事業者は特に甚大な影響を受け、当協会としてもこれまで行っておりました、国内外に向けた各種プロモーション活動に制限がかかるなか、当協会の果たす役割について改めて見つめ直す必要性を強く感じたことから、正副会長が当協会理事を中心に業界関係者を訪問し、コロナ禍の終息後、当協会として何をすべきかヒアリングを行いました。

その結果、当協会の活動や在り方について、観光入込数または観光消費額の増加や観光事業者の人手不足等の課題解決に対して、積極的・能動的に働きかける存在であって欲しいとの意見が多数寄せられました。

このことから、令和5年度に当協会内に特別委員会を設置し、函館市が策定を行う、「観光基本計画2024～2028」との整合性を図りつつ、今後の当協会の活動や在り方について議論を重ね、以下のとおり、「今後の活動内容に関する提言書」として取り纏め、提出いたします。

函館国際観光コンベンション協会 特別委員会 委員長 浅井 忠美

## 2 現状分析

特別委員会では、今後当協会として何をすべきかという活動指針を議論し、新しい観光基本計画と整合性を図りつつ提言書として纏めていくにあたり、函館観光のおかれている現状を踏まえ、「函館市観光基本計画 2014-2023」の達成度や当協会のこれまでの取り組み、函館観光における強み・弱み、函館の主要観光イベントなどを再確認したうえで、検討を進めていくことといたしました。

### (1) 観光基本計画の達成度

平成26年4月に函館市において策定された「函館市観光基本計画 2014-2023」では、交流・にぎわいの創出（平均宿泊数の増加）、おもてなし・満足度の向上（観光アンケート調査での「とてもよい」の回答率向上）、国際化の促進（来函外国人宿泊者数の増加）を目指し、北海道新幹線開業を契機とした観光入込客数の底上げを図り、550万人を達成することが目標設定されており、この目標が達成されているか検証を行いました。

なお、検証にあたり、函館市観光部が公表している、「来函観光入込客数推計」、「観光動向調査」、「観光アンケート」よりデータを引用しております。



函館市観光部「函館市観光基本計画 2014-2023」（平成26年4月発行）

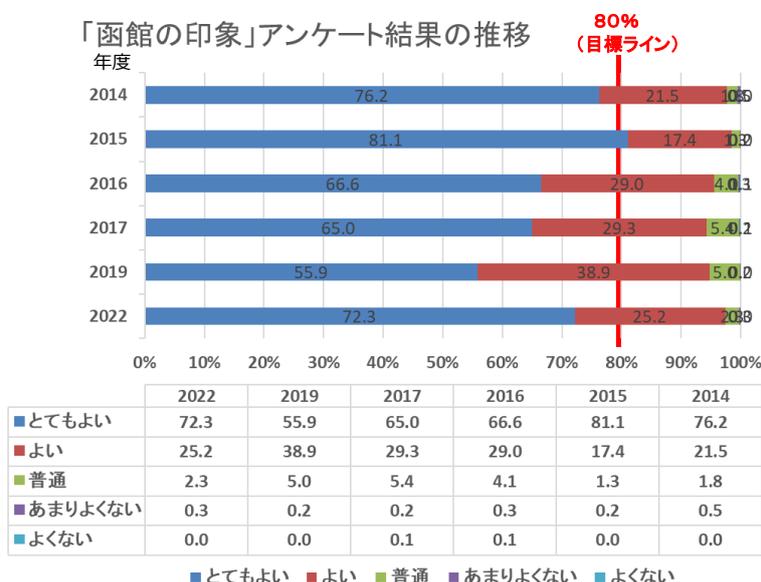
## ①交流・にぎわいの創出

目標設定は、2012年度の1.16泊の平均宿泊数を10年後迄に1.28泊とする目標とし、2022年度に1.31泊となっていることから、達成されていることが確認出来ました。



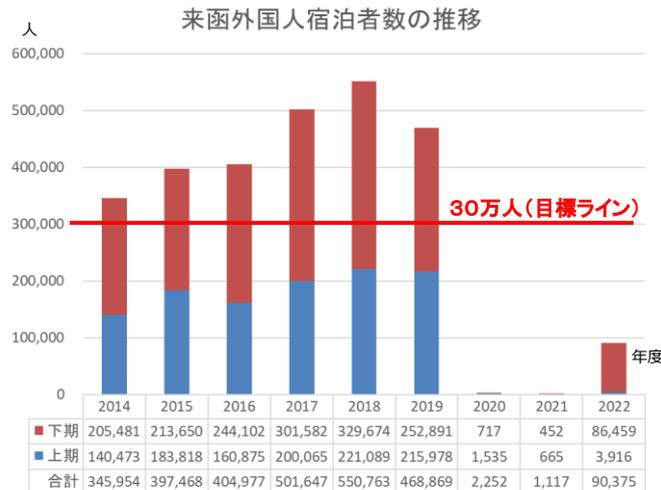
## ②おもてなし・満足度の向上

目標設定は、2012年度に実施した観光アンケート調査での函館の印象について「とてもよい」の回答が60.6%のところ、10年後には80%以上とする目標とし、2015年度に81.1%となっていることから、達成されていることが確認出来ました。  
(※2016年度以降「とてもよい」の回答に低下がみられますが、「よい」と合わせると95%程度を上回って推移しており、高い満足度が維持されていることが示唆されています。)



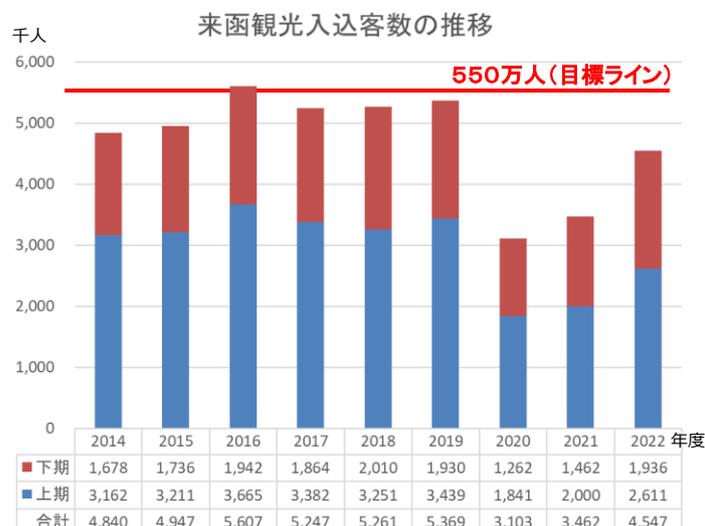
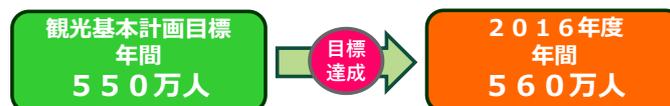
### ③国際化の促進

目標設定は、2012年度の約18万人となっている外国人宿泊者数を10年後迄に約30万人以上とする目標とし、2014年度から2019年度の間において、約35～55万人となっていることから、達成されていることが確認出来ました。（※2019年度末頃から全世界的にコロナ禍の影響を強く受けていますが、同影響が無ければ目標ラインを上回るペースで推移したことが示唆されています。）



### ④北海道新幹線開業を契機とした観光入込客数の底上げ

目標設定は、北海道新幹線の開業を契機とした観光入込客数を550万人以上とし、2016年度に560万人となっていることから、達成されていることが確認出来ました。（※新幹線開業時の2016年度に目標を達成し、以降は目標ラインを若干下回って推移し、その後のコロナ禍を迎えています。国際化の促進の状況を踏まえるとコロナ禍が無ければ目標ライン並の水準で推移したことが示唆されています。）



## (2) 当協会のこれまでの取り組みとその効果

当協会が2014年から2022年まで行った、国内外を対象としたプロモーション活動内容について、函館市が公表している観光動向調査や観光アンケート、来函入込客数推計等のデータを活用し、その効果の検証を行い、今後の活動指針とすべく、活動内容の振り返りを行うことといたしました。

### (参考) 各年度における当協会の主なプロモーション (※一部抜粋)

#### 2014当協会の主なプロモーション (H26)

HITCA				
<国内>				
内容	主催	実施場所	ターゲット	実施者
北海道観光プロモーション J R北海道商品説明会	道観光振興機構 J R北海道	東京・仙台	B to B	事務局
スカイツリープロモーション	湯の川旅館組合	東京	B to C	事務局
K N T大交流コンベンション	K N T	東京	B to B	事務局
ツーリズムEXPOジャパン	日本観光協会他	東京	B to B	事務局
重点販売地域観光素材説明会	J R東日本	東京	B to B	事務局
青函観光プロモーション	青森・八戸 弘前・函館	東京	B to B	副会長・事務局
函館・みなみ北海道観光プロモーション	同実行委員会	さいたま	B to C	事務局
教育旅行プロモーション	函館市	仙台・秋田 福島・大宮 盛岡	B to B	事務局
冬の観光プロモーション	湯の川旅館組合	札幌	B to C	事務局
函館・東北フェアプロモーション	同実行委員会	札幌	B to C	委員長・事務局
<海外>				
内容	主催	実施場所	ターゲット	実施者
韓国国際観光展KOTFA出展	当協会他	韓国ソウル	B to C	事務局
台湾観光客誘致PR	函館市訪問団	台湾台北	B to B	副会長
台北国際旅行博ITF出展PR	当協会他	台湾台北	B to C	事務局
タイ観光客誘致PR	函館市訪問団	タイ・バンコク	B to B	会長・専務
北海道観光セミナー & 商談会	道観光振興機構	タイ・バンコク	B to B	事務局
タイ国営放送局招聘事業	当協会	函館	B to C	事務局
シンガポール建国50周年訪問団	函館市訪問団	シンガポール	B to B	会長・専務他
中国観光客誘致PR	当協会ほか	北京・天津 上海	B to B	事務局
スマホ向け動画整備事業	当協会	WEB	B to C	事務局

#### 2016当協会の主なプロモーション (H28)

HITCA				
<国内>				
内容	主催	実施場所	ターゲット	実施者
北海道観光プロモーション J R北海道商品説明会	道観光振興機構 J R北海道	東京・大阪	B to B	事務局
北海道教育旅行説明会・相談会	道観光振興機構	仙台・盛岡	B to B	事務局
函館港利用促進協議会函館港セミナー	同協議会	東京	B to B	会長・専務
青函観光プロモーション	函館・青森・八戸 弘前観光協会	大阪	B to B	副会長・委員長 事務局
大宮駅観光プロモーション	J R東・北海道	さいたま	B to C	事務局
みなみ北海道観光プロモーション	みなみ北海道観光推進協議会	仙台	B to B	副会長・事務局
<海外>				
内容	主催	実施場所	ターゲット	実施者
中国観光客誘致訪問団	函館市訪問団	北京・上海	B to B	副会長
台湾観光客誘致訪問団	函館市訪問団	台湾・台北	B to B	副会長
台北国際旅行博ITF出展PR	当協会他	台湾・台北	B to C	事務局
タイ観光客誘致訪問団	函館市訪問団	タイ・バンコク フェイ	B to B	会長
タイ国際旅行博ITF出展PR	当協会他	タイ・バンコク	B to C	事務局
シドニープロモーション	当協会ほか	オーストラリア・シドニー	B to B	委員長・事務局
VISIT JAPAN Travel & MICE Mart	J N T O	東京	B to B	委員長

#### 2018当協会の主なプロモーション (H30)

HITCA				
<国内>				
内容	主催	実施場所	ターゲット	実施者
ツーリズムEXPOジャパン	日本観光協会他	東京	B to B	事務局
首都圏キャリア・エージェント緊急プロモーション	函館市・当協会	東京	B to B	副会長・専務
みなみ北海道クルーズセミナー	函館市・当協会 函館港協議会	東京	B to B	副会長・事務局
北海道観光説明会・相談会	道観光振興機構 J R北海道	大阪 名古屋	B to B	事務局
教育旅行説明会・相談会	道観光振興機構 J R北海道	仙台・山形	B to B	事務局
函館市アスリートキャンプ in 博多どんたく港まつり	函館市訪問団	福岡	B to C	事務局
Instagramフォロワー増進	当協会	Instagram	B to C	事務局
<海外>				
内容	主催	実施場所	ターゲット	実施者
中国旅行会社・アフィリエイト招聘事業	当協会他	函館・七飯	B to C	事務局
台湾・香港観光客誘致訪問団	函館市訪問団	台湾・香港	B to B	会長・専務
台湾キャリア・エージェント緊急プロモーション	函館市訪問団	台湾・台北	B to B	専務
香港観光説明会・相談会	当協会他	香港	B to B	会長・副会長 委員長・事務局
韓国トッププロモーション	函館市訪問団	韓国ソウル	B to B	副会長・専務
韓国観光商談会	北東北三県 北海道	韓国ソウル	B to B	事務局
韓国エージェント招聘事業	当協会他	函館・登別 倶知安	B to B	専務・事務局
ジャカルタプロモーション	当協会他	インドネシア ジャカルタ	B to B	事務局

#### 2022当協会の主なプロモーション (R4)

HITCA				
<国内>				
内容	主催	実施場所	ターゲット	実施者
首都圏キャリア・エージェント	函館市訪問団	東京	B to B	会長・事務局
どさんこしまんちゅフェア	当協会他	大阪	B to C	事務局
教育旅行東日本PR	函館市・当協会 JR・JTB他	宮城・栃木 埼玉	B to B	事務局
札幌イベントレポート	当協会	札幌	B to B	事務局
ひろはこ連携推進事業パネル展・デジタルラリー等PR	弘前及び函館の市・観光協会	弘前・函館	B to C	事務局
観光庁看板商品創出事業PR 井出開発販売・Eコマース実施	東武トピア等 当協会他	函館	B to C	事務局
道南・青森縄文ドキドキスタンプラリー	青森県観光連盟 J R・フェリー 当協会	函館・道南 青森	B to C	事務局
青函連携冬季イベントPR事業	青森観光機構・当協会	Instagram	B to C	事務局
卒業旅行誘致PR	当協会	SNS等	B to C	事務局
JALふるさとアンバサダー情報発信事業	JAL・当協会	Twitter	B to C	事務局
冬の函館PRキャンペーン	当協会	Twitter	B to C	事務局
函館・道南桜投稿キャンペーン 函館グルメPRキャンペーン	当協会	Instagram Twitter	B to C	事務局
秋の風景投稿キャンペーン	当協会	Instagram	B to C	事務局
教育旅行「ついでに」開設	当協会	公式HP	B to C	事務局
<海外>				
内容	主催	実施場所	ターゲット	実施者
台湾キャリア・エージェント	函館市訪問団	台湾・台北	B to B	会長・専務
台湾イベント招聘事業	当協会他	登別・函館	B to B	専務・事務局
シンガポール JAPAN Travel Fair	北海道JTB 函館市・当協会	シンガポール	B to C	事務局

## ①国内プロモーション

当協会が2014年度から2023年度まで実施した国内向けのプロモーション内容のうち、観光入込客数が公表されている2022年度までの各地域におけるプロモーションについて、対象別に整理を行い、各年度において観光入込客数に影響があるかどうか、検証を行いました。

当協会といたしまして、国内向けのプロモーションでは、この間、関東、東北、北海道、関西などを中心に事業を行っておりますが、各年度の観光入込客数の総合計の数字に対して、各年度の観光アンケートの回答者の地域別の割合を元に、各地域の入込客数を目安として試算し、検証を行った結果、集中的にプロモーションを行った地域の観光入込客数は、コロナ禍を除き増加傾向であることが確認出来ました。

特に、2016年3月の北海道新幹線の開業を見据え、当協会としても関係機関とともに、東北や北関東、近畿などで例年以上にプロモーションを行っており、入込客数に少なからず影響を与えているものと考えております。

### (参考) 各年度における当協会の国内プロモーションと入込推計

#### 当協会の主な国内プロモーション (当協会の取り組みとその効果参考資料)

HITCA									
地域	H26 年度 2014	H27 年度 2015	H28 年度 2016	H29 年度 2017	H30 年度 2018	R元 年度 2019	R2 年度 2020	R3 年度 2021	R4 年度 2022
北海道	②④	⑦⑨	①	④		⑧	⑧	⑧	①⑧
東北	①⑤	①④	④⑤		⑤	②⑤ ⑧	⑧	④⑥ ⑧	⑧
関東	①② ③④ ⑦	①② ③⑨	①②	①② ⑤	①③ ⑦	①⑤ ⑥⑦	⑦	⑦	⑤⑦
中部北陸				①					
近畿		①	①⑦ ⑨						④
中国四国									
九州沖縄					④				

- ①旅行会社等対象プロモーション ②一般対象街頭プロモーション  
 ③旅行会社等対象旅行博出展 ④一般対象旅行博・イベントブース等出展  
 ⑤教育旅行プロモーション ⑥旅行会社・イカガサ等対象ファミトリップ  
 ⑦旅行会社等対象トップセールス ⑧函館他地域連携スタンプラリー  
 ⑨メディアプロモーション

#### 国内地域別入込客割合の推移 (当協会の取り組みとその効果参考資料)

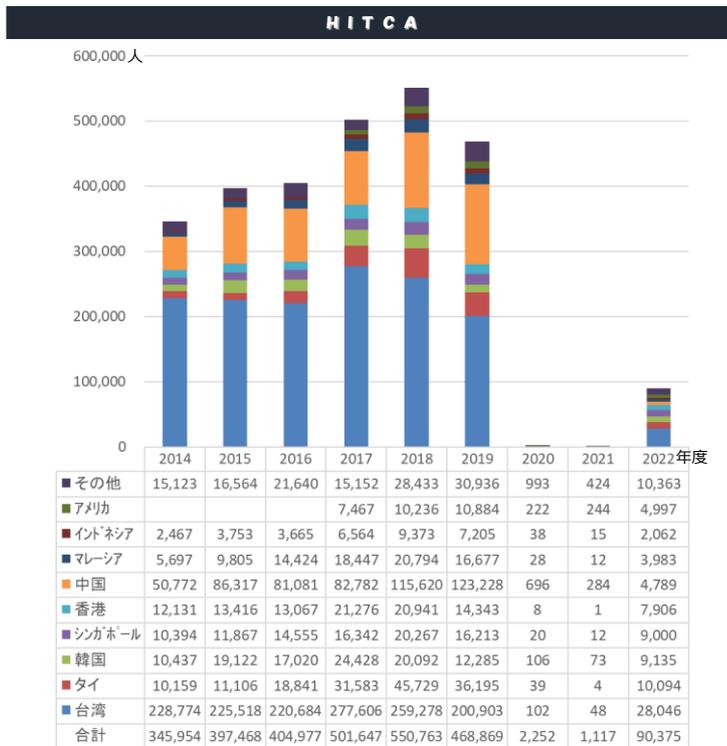
HITCA						
順位	平成26年度 2014	平成27年度 2015	平成28年度 2016	平成29年度 2017	令和元年度 2019	令和4年度 2022
		入込推計 484万人	入込推計 495万人	入込推計 560.7万人	入込推計 524.7万人	入込推計 536.9万人
1	関東 (39.6%) 191.7万人	関東 (33.2%) 164.3万人	関東 (35.9%) 201.3万人	関東 (39.8%) 208.8万人	関東 (41.7%) 223.9万人	関東 (41.8%) 190.1万人
2	東北 (18.1%) 87.6万人	北海道 (22.1%) 109.4万人	東北 (26.2%) 146.9万人	東北 (24.4%) 128万人	東北 (17.5%) 94万人	北海道 (24.4%) 110.9万人
3	北海道 (16.9%) 81.8万人	東北 (18.8%) 93.1万人	北海道 (16.1%) 90.3万人	北海道 (11.4%) 59.8万人	北海道 (16.4%) 88.1万人	東北 (11.9%) 54.1万人
4	近畿 (10.7%) 51.8万人	中部・北陸 (10.4%) 51.5万人	中部・北陸 (8.1%) 45.4万人	中部・北陸 (8.9%) 46.7万人	近畿 (9.9%) 53.2万人	近畿 (10.1%) 45.9万人
5	中部・北陸 (9.2%) 44.5万人	近畿 (10.0%) 49.5万人	近畿 (7.2%) 40.4万人	近畿 (8.3%) 43.6万人	中部・北陸 (9.0%) 48.3万人	中部・北陸 (8.1%) 36.8万人
6	中国・四国 (2.6%) 12.6万人	中国・四国 (2.8%) 13.9万人	九州・沖縄 (2.1%) 11.8万人	中国・四国 (2.7%) 14.2万人	九州・沖縄 (2.8%) 15万人	中国・四国 (1.9%) 8.6万人
7	九州・沖縄 (2.4%) 11.6万人	九州・沖縄 (2.4%) 11.9万人	中国・四国 (2.0%) 11.2万人	九州・沖縄 (1.7%) 8.9万人	中国・四国 (2.7%) 14.5万人	九州・沖縄 (1.9%) 8.6万人

※各地域順位における2段目の( )内の数字は、函館市観光動向調査及び観光アンケート調査における回答者の居住地割合を記載。3段目は、来函入込客数推計の年間の入込客の推計数から、2段目の地域別回答者の割合を元に各地域の入込客数がどの程度の人数となるか試算したものであり、あくまでも目安の数字です。

出典：函館市観光部観光企画課「観光動向調査」「観光アンケート」「来函入込客数推計」

## ②海外プロモーション

### 外国人宿泊者数推移



(※2014～2016年度のアメリカはその他に含む)  
出典：函館市観光部観光企画課「来函観光入込客数推計」

当協会が2014年度から、2023年度まで実施した海外向けのプロモーション内容のうち、外国人宿泊者数が公表されている2022年度までの各地域のプロモーションについて、対象別に整理を行い、各年度において宿泊者数に影響があるかどうか、検証を行いました。

当協会といたしまして、海外向けのプロモーションでは、この間、定期便が就航している台湾をはじめとして、中国、香港、韓国、タイ、シンガポールなどのアジア圏を中心に事業を行っており、各年度の外国人宿泊者数の推移の傾向について検証を行った結果、集中的にプロモーションを行った地域の宿泊者数は、コロナ禍を除き増加傾向であることが確認出来ました。

### (参考) 各年度における当協会の海外プロモーションと外国人宿泊者推計

#### 当協会の主な海外プロモーション (当協会の取り組みとその効果参考資料)

地域	H26年度 2014	H27年度 2015	H28年度 2016	H29年度 2017	H30年度 2018	R元年度 2019	R2年度 2020	R3年度 2021	R4年度 2022
台湾	④⑦	④⑦	④⑦		⑦	⑦			⑥⑦
中国	①	①⑦	⑦	①⑦	⑥				
タイ	①⑥⑦	④⑦	④⑦	⑦					
マレ						⑦			
シン	⑦			⑦		⑥⑦			④
香港					⑦				
韓国	④			①	①⑥⑦				
アメ				⑦					
イン					①				
他			①③	①		⑥			

※マレ⇒マレーシア シン⇒シンガポール アメ⇒アメリカ イン⇒インドネシア

- ①旅行会社等対象プロモーション
- ②一般対象街頭プロモーション
- ③旅行会社等対象旅行博出展
- ④一般対象旅行博・イベントブース等出展
- ⑤教育旅行プロモーション
- ⑥旅行会社・インバサ等対象ファムトリップ
- ⑦旅行会社等対象トップセールス
- ⑧函館他地域連携スタンプラリー
- ⑨メディアプロモーション

#### 海外地域別宿泊者数の推移 (当協会の取り組みとその効果参考資料)

順位	H26年度 2014	H27年度 2015	H28年度 2016	H29年度 2017	H30年度 2018	R元年度 2019	R2年度 2020	R3年度 2021	R4年度 2022
	宿泊推計 345,954	宿泊推計 397,468	宿泊推計 404,977	宿泊推計 501,647	宿泊推計 550,763	宿泊推計 468,869	宿泊推計 2,252	宿泊推計 1,117	宿泊推計 90,375
1	台湾 228,774	台湾 225,518	台湾 220,684	台湾 277,606	台湾 259,278	台湾 200,903	中国 696	中国 284	台湾 28,046
2	中国 50,772	中国 86,317	中国 81,081	中国 82,782	中国 115,620	中国 123,228	アメリカ 222	アメリカ 244	タイ 10,094
3	香港 12,131	韓国 19,122	タイ 18,841	タイ 31,583	タイ 45,729	タイ 36,195	韓国 106	韓国 73	韓国 9,135
4	韓国 10,437	台湾 13,416	韓国 17,020	韓国 24,428	台湾 20,941	マレーシア 16,677	台湾 102	台湾 48	シンガポール 9,000
5	シンガポール 10,394	シンガポール 11,867	シンガポール 14,555	香港 21,276	マレーシア 20,794	シンガポール 16,213	タイ 39	インドネシア 15	香港 7,906
6	タイ 10,159	タイ 11,106	マレーシア 14,424	マレーシア 18,447	シンガポール 14,343	香港 8	インドネシア 38	マレーシア 12	アメリカ 4,997
7	マレーシア 5,697	マレーシア 9,805	香港 13,067	シンガポール 16,342	韓国 20,092	韓国 12,285	マレーシア 28	シンガポール 12	中国 4,789
8	インドネシア 2,467	インドネシア 3,753	インドネシア 3,665	インドネシア 6,564	アメリカ 10,236	アメリカ 10,884	シンガポール 20	タイ 4	マレーシア 3,983
9	アメリカ 4,997	アメリカ 4,997	アメリカ 4,997	アメリカ 7,467	インドネシア 9,373	インドネシア 7,205	香港 8	香港 1	インドネシア 2,062
10	その他 15,123	その他 16,564	その他 21,640	その他 15,152	その他 28,433	その他 30,936	その他 993	その他 424	その他 10,363

出典：函館市観光部観光企画課「来函観光入込客数推計」外国人宿泊客数

### ③ イベント

函館市では、春夏秋冬において食や文化・歴史などをテーマとしたものやロケーションを生かしたイルミネーションなど、様々な内容のイベントが開催されており、市民や観光客の方々に楽しまれておりますが、この中で、当協会が事務局を担っております、「函館港まつり」、「はこだて冬フェスティバル」、「はこだてクリスマスファンタジー」について、イベント実施による集客効果について検証を行いました。

#### 函館の主なイベント

**HITCA**

**春**  
4～6月

函館西部地区バル街【4月】  
箱館五稜郭祭【5月第3土日】  
恵山つつじまつり【5月下旬～6月上旬】  
南茅部ひろめ舟祭り【6月】  
函館マラソン【6月下旬】

**夏**  
7～8月

函館港花火大会【7月中旬】  
函館マリンフェスティバル【7月中旬】  
市民創作函館野外劇【7～8月の週末】  
函館港まつり【8月1～5日】  
湯の川温泉花火大会【8月中旬】  
はこだて国際民俗芸術祭【8月上旬】

**秋**  
9～11月

函館西部地区バル街【9月】  
はこだてグルメサーカス【9月上旬～中旬】  
函館いか祭り【9月下旬～10月上旬】  
はこだてカルチャーナイト【9月下旬～10月上旬】  
はこだてMOMI-Gフェスタ【10月中旬～11月上旬】

**冬**  
12～3月

函館港イルミネーション映画祭【12月上旬】  
はこだてクリスマスファンタジー【12月1～25日】  
HAKODATE LUMI-POP【12～2月】  
函館駅前広場イルミネーション【12～2月】  
はこだて冬フェスティバル【12～2月】  
湯の川冬の灯り【12～2月】  
五稜星の夢【12～2月】  
恵山ごっこまつり【2月上旬】  
はこだてFOODフェスタ【2月】

※イベント名：函館市発行「函館旅時間」より抜粋

#### 当協会事務局所管のイベント

**HITCA**

**函館港まつり**

期間／8月1日～5日  
主催／函館港まつり実行委員会  
主な内容／  
道新花火大会  
ワッショイはこだて（十字街・松風コース）  
ワッショイはこだて（千代台・五稜郭コース）  
ほか

**はこだて冬フェスティバル**

期間：12月1日～2月末  
主催：はこだて冬フェスティバル実行委員会  
主な内容／  
はこだてイルミネーション  
（二十間坂、八幡坂、開港通り）  
はこだて冬花火  
はこだてひかりのガーデン  
ほか

**はこだてクリスマスファンタジー**

期間：12月1日～25日  
主催：はこだてクリスマスファンタジー実行委員会  
主な内容／  
クリスマスツリーイルミネーション点灯  
点灯式・花火打ち上げ  
スーパード  
天使たちのクリスマス絵画展  
ほか

函館港まつり		
	年	沿革・主なイベント内容
1	昭和10	万灯行列、大名行列、花電車運転、函館港おどり
19	昭和31	第1回花火大会
21	昭和33	開港100年記念、協賛会事務局商工会議所移管
23	昭和35	第1回一人バレー（日中開催）
26	昭和38	第1回陸上自衛隊山車制作
29	昭和41	開催日を8月に移行
30	昭和42	函館音頭誕生、協賛会事務局函館市移管
35	昭和47	一人バレー夜間開催
37	昭和49	歩行者天国開始
43	昭和55	第一回ミスはこだてコンテスト、函館いか踊り誕生
44	昭和56	函館いか踊り初参加
45	昭和57	いいんでないかい誕生
48	昭和60	開港セレモニー実施
49	昭和61	オープニングステージミス参加（長崎・横浜・神戸）
50	昭和62	一人バレーを2部に分ける
51	昭和63	閉会式実施、バレーコース東雲線で実施
52	平成元	一人バレーパレード2日間実施、青森ねぶた参加
53	平成2	五稜郭コース実施、青森に函館いか踊り派遣
57	平成6	港まつり実行委員会設立（協賛会解散）事務局観光協会移管
59	平成8	三人バレーに名称変更
61	平成10	パレード新ネーミング募集
62	平成11	ワッショイはこだてに名称変更
75	平成24	東京デイズニースーツパレード参加
79	平成28	東京デイズニースーツ15周年スペシャルパレード参加
83	令和4	函館港まつり復活開催（令和2、3年はコロナ禍で中止）

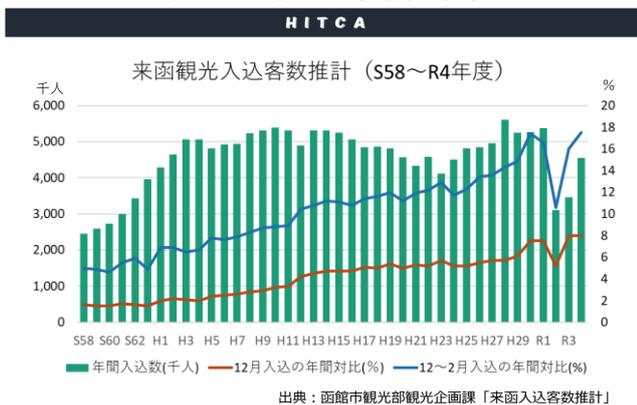
函館港まつり				
函館港まつり「ワッショイはこだて」参加団体推移				
年/ 開港周年	十字街・松風 団体数/人数	堀川・五稜郭 団体数/人数	合計 団体数/人数	備考
H12/141	67/10,014	94/13,512	161/23,526	
H13/142	72/10,928	86/12,519	158/23,447	
H14/143	63/10,325	91/13,056	154/23,381	
H15/144	66/9,106	41/6,322	107/15,428	五稜郭8/4順延
H16/145	63/8,304	90/12,473	153/20,777	
H17/146	69/9,571	84/12,341	153/21,912	
H18/147	63/8,740	80/11,699	143/20,439	
H19/148	66/9,295	79/12,189	145/21,484	
H20/149	62/10,144	8/2・3中止	62/10,144	8/4十字街のみ
H21/150	78/9,266	82/11,643	160/20,909	
H22/151	61/8,627	84/12,761	145/21,388	
H23/152	64/8,740	82/12,287	146/21,027	
H24/153	63/8,349	81/13,502	144/21,851	
H25/154	65/9,445	71/11,518	136/20,963	
H26/155	63/8,662	77/11,770	140/20,432	
H27/156	65/8,960	74/11,788	139/20,748	
H28/157	58/8,835	86/12,343	144/21,178	
H29/158	66/9,798	81/12,010	147/21,808	
H30/159	53/7,815	85/13,577	138/21,392	五稜郭コース短縮
R1/160	62/9,237	80/13,034	142/22,271	
R4/164	20/1,435	十字街のみ	20/1,435	規模縮小開催
R5/165	37/5,194	43/6,974	80/12,168	

※H30より堀川・五稜郭コースは千代台・五稜郭コースに変更  
※R2・R3はコロナ禍で開催中止



「函館港まつり」については、8月の5日間の開催となっており、パレードにも多くの方々に参加をいただき、市民の祭りとして定着しております。平成24年と28年には、パレードに東京ディズニーリゾートを招へいし、沿道に数多くの観客が見受けられたものの、その年の8月の観光入込客数については大きな変化が見られないことから、市民型のイベントであると推測されます。

### イベントの集客効果



- 昭和61年～はこだて冬フェスティバル開始
- 昭和63年～青函トンネル開業、函館山展望台完成、大型ロケット運行開始
- 平成5年～北海道南西沖地震、レトロ電車運行開始
- 平成6年～金森洋物館開店
- 平成9年～ゴンドラ型ロープウェイ運行
- 平成10年～はこだてクリスマスファンタジー開始
- 平成11年～函館空港3,000m拡張
- 平成12年～有珠山噴火
- 平成14年～東北新幹線八戸開業、BAY函館開店
- 平成18年～新五稜郭タワー開業
- 平成22年～箱館奉行所開館
- 平成23年～東日本大震災
- 平成24年～函館-台湾間定期航空路開設
- 平成28年～北海道新幹線開業
- 令和2年～新型コロナウイルス感染症発生
- 令和5年～新型コロナウイルス感染症5類移行

「はこだて冬フェスティバル」については、当初は歌謡ショーや物産展など、冬を楽しんでいただく市民参加型のイベントからスタートいたしました。近年では、冬期の観光客増を目的にイルミネーションや花火に特化し開催しておりますが、内容のマンネリ感も指摘されており、現在イベントの見直しを検討しております。イベントの開催期間である、12月から2月の間の観光入込客数の開催当初から現在までの推移については、右肩上がりで増加しており、特に12月に開催しております、「はこだてクリスマスファンタジー」については、数多くの海外観光客も来場し、観光入込客数も顕著に増加傾向が見られることから、冬期間の観光入込に大きく寄与しているものと考えられます。

#### ④まとめ（これまでの当協会の活動の振り返り）

##### ■プロモーション

- 大規模かつ複数年度に跨がる B to B 型プロモーションは国内外を問わず、観光入込増の効果が認められる。
- B to C 型のプロモーション（SNS 等）については、比較的劣後であったため、今後において強化すべきか検討する必要がある。
- コロナ禍以前は、団体客中心の観光入込、受入体制であったが、コロナ禍以後は、国内外ともに団体客が戻っておらず、個人客へのシフトの傾向も見られる。
- 学会や国際的なスポーツイベント、企業研修旅行などのコンベンションが回復傾向にあり、人手不足等の課題を克服しつつ、函館の施設供給能力を強みとして活かす取り組みも求められている。

##### ■イベント

- 当協会が事務局を担うイベントのうち、冬季のイベントについては、コロナ禍を除き、ほぼ一貫して冬の観光入込客数が増加していることから、一定の効果が認められる。
- イルミネーション主体の冬フェスティバルについては、イベント内容の見直し等の課題があり、駅前、五稜郭、湯の川、大門各所とのイベントの連動性や共同化等について検討する必要がある。
- 港まつりについては、函館市民の祭りとして定着しているものの、観光入込客数の増加には必ずしも繋がっていないため、函館市との間で今後の在り方（運営主体、外部誘致型への内容の変更等）を協議する必要がある。

### (3) 函館観光における強み・弱み

函館観光の将来ビジョンをイメージし、進むべき方向性を検討するため、函館観光における強み・弱みの再確認を行うことといたしました。その結果、函館は人口あたりの宿泊、飲食サービス、医療施設が多いことや、函館市の観光アンケート結果で、函館山からの夜景や朝市などの食、湯の川温泉、赤レンガ倉庫群や五稜郭、元町周辺の歴史的建造物や花などの自然鑑賞などが函館の魅力として強みである一方、弱みでは、グローバルブランドのホテルがないことや、夏と冬の観光入込の差が大きいことなどの意見がありました。

(参考) 強み・弱みの検討データの一例

			函館市	小樽市	旭川市	札幌市	北海道	青森市	弘前市	八戸市	盛岡市	出典等
人口		千人	248	110	328	1961	5184	275	166	223	285	2022年、(出典) 住民基本台帳
民営事業所数	全産業		13,235	5,862	14,940	77,589	233,168	13,251	8,208	11,407	15,555	2016年、(出典) 経済センサス
	同上人口当たり	所/万人	534	533	455	396	450	482	494	512	546	
	宿泊飲食サービス業		2,094	896	2,042	9,859	32,259	1,788	1,170	1,554	1,958	
	同上人口当たり	所/万人	84	81	62	50	62	65	70	70	69	
	飲食店		1,755	781	1,746	8,558	26,692	1,552	988	1,331	1,713	
ホテル・旅館	施設数	施設	149		102	392	2951	89		73	94	2021年、(出典) 衛生行政報告例
	客室数	室	10,384		5,356	36,005	122,008	4,821		3,790	5,764	
	施設当たり客室数	室/施設	70		53	92	41	54		52	61	
	人口当たり客室数	室/千人	42		16	18	24	18		17	20	
医療施設	施設数(病院のみ)	施設	27	16	39	202		20	15	21	27	2019年10月1日(出典) 医療施設(動態)調査
	病床数	床	6,102	2,971	6,995	36,603		4,360	3,310	3,949	4,961	
	1施設当たり病床数	床/施設	226	186	179	181		218	221	188	184	
	人口当たり病床数	床/千人	25	27	21	19		16	20	18	17	
	病院従業員数	人	7,009	2,935	8,238	49,376	104,880	3,574	3,739	3,631	7,296	2016年、(出典) 経済センサス
市民サービス	市職員数	人	3,315	1,720	2,985	22,631		2,447	1,392	2,393	2,211	2020/4/1(出典) 地方公共団体定員管理調査結果
	人口当たり市職員数	人/千人	13	16	9	12		9	8	11	8	

### 函館を選んだ理由 (函館観光における強み・弱み参考資料)

### 訪問済&予定観光スポット (函館観光における強み・弱み参考資料)

HITCA						
※函館を選んだ理由は複数回答可						
順位	平成26年度 2014	平成27年度 2015	平成28年度 2016	平成29年度 2017	令和元年度 2019	令和4年度 2022
1	夜景 (79.0%)	夜景 (83.2%)	夜景 (54.1%)	食・グルメ (55.1%)	食・グルメ (61.1%)	食・グルメ (86.4%)
2	食・グルメ (72.8%)	食・グルメ (73.2%)	食・グルメ (52.9%)	夜景 (50.4%)	夜景 (56.6%)	夜景 (55.6%)
3	歴史的建造物 (58.0%)	歴史的建造物 (71.0%)	道新幹線開業 (35.7%)	歴史的建造物 (30.4%)	歴史的建造物 (41.4%)	温泉 (39.2%)
4	温泉 (39.9%)	温泉 (39.9%)	歴史的建造物 (31.0%)	道新幹線開業 (24.9%)	温泉 (23.7%)	歴史的建造物 (38.9%)
5	自然鑑賞 (16.2%)	自然鑑賞 (20.8%)	温泉 (16.7%)	温泉 (19.2%)	道新幹線開業 (19.5%)	自然鑑賞 (9.0%)
6	ツアー組込 (9.6%)	ゆかりの地 (12.9%)	ツアー組込 (7.5%)	イベント (8.7%)	自然鑑賞 (6.6%)	イベント (4.8%)
7	イベント (6.1%)	ツアー組込 (5.4%)	イベント (4.3%)	ツアー組込 (3.2%)	イベント (3.1%)	ゆかりの地 (3.6%)
8	ゆかりの地 (2.8%)	イベント (2.7%)	自然鑑賞 (4.0%)	ゆかりの地 (2.7%)	修旅再訪 (2.0%)	ロケ地巡り (3.2%)
9	その他 (12.1%)	その他 (9.4%)	ゆかりの地 (2.0%)	自然鑑賞 (2.2%)	ゆかりの地 (1.9%)	縄文遺跡 (3.1%)
10			その他 (15.3%)	修旅再訪 (2.2%)	ロケ地巡り (1.2%)	修旅再訪 (3.1%)
11				ロケ地巡り (0.9%)	その他 (11.1%)	その他 (12.6%)
12				その他 (12.6%)		

※ゆかりの地→著名人のゆかりの地  
※自然鑑賞→花・紅葉や自然鑑賞

出典：函館市観光部観光企画課「観光動向調査」「観光アンケート」

HITCA						
※観光スポットは複数回答可						
順位	平成26年度 2014	平成27年度 2015	平成28年度 2016	平成29年度 2017	令和元年度 2019	令和4年度 2022
1	赤レンガ倉庫 (89.4%)	赤レンガ倉庫 (86.8%)	五稜郭 (83.6%)	函館山 (75.8%)	五稜郭 (77.7%)	赤レンガ倉庫 (68.5%)
2	函館山 (81.8%)	函館山 (85.8%)	函館山 (80.7%)	五稜郭 (72.8%)	赤レンガ倉庫 (75.3%)	五稜郭 (67.5%)
3	元町周辺 (78.6%)	元町周辺 (84.8%)	市場 (63.8%)	市場 (71.4%)	函館山 (70.6%)	市場 (65.8%)
4	五稜郭 (75.8%)	五稜郭 (75.5%)	赤レンガ倉庫 (60.4%)	赤レンガ倉庫 (63.8%)	元町周辺 (68.9%)	函館山 (62.8%)
5	市場 (67.8%)	市場 (70.9%)	元町周辺 (58.6%)	元町周辺 (60.9%)	市場 (68.1%)	元町周辺 (58.8%)
6	湯の川温泉 (43.4%)	湯の川温泉 (44.3%)	湯の川温泉 (34.5%)	湯の川温泉 (35.4%)	元町飲食店 (45.8%)	大門横丁 (45.4%)
7	トビ`スツ (27.7%)	トビ`スツ (34.7%)	トビ`スツ (23.6%)	トビ`スツ (19.4%)	大門横丁 (45.0%)	元町飲食店 (44.4%)
8	大門横丁 (8.9%)	立待岬 (12.1%)	大門横丁 (9.8%)	大門横丁 (10.5%)	五稜飲食店 (39.3%)	湯の川温泉 (32.1%)
9	外国人墓地 (8.5%)	大門横丁 (11.3%)	外国人墓地 (9.0%)	摩周丸 (9.3%)	湯の川温泉 (32.5%)	五稜飲食店 (29.2%)
10	立待岬 (7.3%)	外国人墓地 (11.2%)	立待岬 (8.2%)	外国人墓地 (8.6%)	トビ`スツ (19.4%)	トビ`スツ (17.2%)
11	摩周丸 (5.7%)	摩周丸 (7.0%)	摩周丸 (7.1%)	立待岬 (8.6%)	熱帯植物園 (8.4%)	熱帯植物園 (7.4%)
12	その他 (4.3%)	その他 (4.4%)	その他 (4.4%)	その他 (2.7%)	香雪園 (4.3%)	縄文遺跡 (3.9%)
13	市場→朝市・自由市場、赤レンガ倉庫→赤レンガ倉庫を含むウォーターフロント 元町周辺→坂道と教会群を含む元町周辺 元町飲食店→元町・ベイエリア周辺の飲食店 大門横丁→大門横丁を含む函館駅周辺の飲食店 五稜飲食店→五稜郭周辺の飲食店					恵山 (2.1%)
14						香雪園 (1.8%)

出典：函館市観光部観光企画課「観光動向調査」「観光アンケート」

### 3 提言事項

#### ～提言を纏めるにあたって～

特別委員会において今後の当協会が目指すべき方向性を検討するため、KJ法（付箋などの紙にアイデアを列挙して記載し、グループ化や並び替えなどにより情報を効率的に整理する手法。）を活用し、基本方針、目標期間、主要ターゲット、KPIのほか、当協会に期待される今後の活動内容について議論を進め、以下のとおり取り纏めました。



#### (1) 基本方針

- これまで中心であった団体客に加え、国内外の個人客を新たなターゲットとした**2 正面作戦**を基本とし、注力する。
- 当協会のパートナーである函館市との連携をより一層深めるため、市の予算編成前の毎年9月までに当協会として**観光業界の要望を伝える**。

#### (2) 目標期間

- 短期間で実現可能なものについては積極的に取り組みつつも、基本的には**函館市観光基本計画2024～2028**に沿って、当初の5年間を中間目標期間とし、当該時点での見直しを前提に最終目標期間を**北海道新幹線延伸前後**の10年程度とする。



### (3) 主要ターゲット

- 国内団体については、**MICE等**（学会、スポーツイベント、企業研修、修学旅行等）をターゲットとする。
- 国内個人については、**連泊可能性や冬季オフシーズン来訪の可能性が高い個人客**（例：アクティブシニア層や女性グループ等）を幅広くターゲットとする。
- 海外団体については、**既存インバウンド**（台湾、香港、タイ、シンガポール等）に加えて、**北海道における滞在日数が比較的長く、特に冬期間の来訪が期待できる新興インバウンド**（マレーシア、インドネシア等）などをターゲットとする。
- 海外個人については、**中間目標期間までは、既存インバウンド**（台湾、香港、タイ、シンガポール等）をターゲットとして習熟度を高め、**最終目標期間までに欧米豪への展開**を図る。

※インバウンドについては、国際情勢の変化に伴うカントリーリスクも危惧されるため、臨機応変な対応も必要と考える。

### (4) K P I （※K P I：目標達成に必要なプロセスで達成度を測る指標。）

**2028年度 国内K P I**  
**1人当たり宿泊数 1.48泊**

- 国内客については、函館市観光基本計画2024～2028に則り、1人当たり宿泊数を1.23泊（2019年度実績）から**1.48泊**（2028年度目標）とする。

**2030年度 海外K P I**  
**延べ宿泊数 100万人**

- 海外客については、中間目標時点及び北海道観光機構の将来想定を考慮し、延べ宿泊者数を55万人（2018年度実績）から概ね2倍の過去最高となる**100万人**（2030年度）を目指す。

## (5) 当協会に期待される今後の活動内容

### 戦略的プロモーション

#### ① ターゲット別プロモーション

- 国内団体については、函館市との間でMICE関連情報を共有し、**再訪可能性の高い**学会、スポーツ団体へのプロモーション（誘致）を函館市と協同で行う。また、魅力度発信の内容整理のうえで、**旅行代理店**法人部に対し**企業インセンティブ**旅行誘致へのプロモーションを行う。
- 国内個人については、函館市と連携し、主要ターゲットに対して幅広い訴求力を有する資源である「食」「冬」「歴史・文化」をメディア（SNS）を通じて発信する。また、大人の休日倶楽部パスなどを有する**JR東日本との連携**の可能性を模索する。
- 海外団体については、函館市等と連携のうえ、既存国（**台湾、タイ、シンガポール**）に加えて、新興アジア国（**マレーシア、インドネシア**）への、複数年に亘るBtoBプロモーションを行う。また、東南アジア観光客の北海道への期待として、自然・雪・花と並んで「食」への関心が高いことから、地元有名シェフとの連携も検討する。（FIT向けも兼ねる）
- 海外個人については、**台湾、香港、シンガポール、マレーシア**等の個人、家族、小グループをターゲットに、訴求力のある観光資源は海外団体と同様であるので、海外団体向けと一体的にプロモーションに取り組む。

#### ② パートナー函館市との連携強化と当協会諸会議の運営体制

- 函館市の予算策定作業開始前である毎年9月を目途に、函館市に対して**当協会員の要請・要望を伝えられるよう**、当協会諸会議（各専門委員会、理事会、総会等）での協議内容や開催時期等を見直す。

## 受 入 体 制 強 化

### ①地域連携強化

- 道南及び青森地域との観光協会との勉強会や懇親会などの機会を積極的に創出し、モデルコースの開発や課題整理を行うことによる**連携強化**を図り、「**函館連泊**」の可能性を高める。

### ②国内個人・グループ向け商品の開発実施（フードツーリズム等）

- フードツーリズムを基本戦略**として函館の魅力である「食」と開港165年の歴史などの「観光資源」を活かした「食べ飲み歩き」コース開発と**有料ガイドの組織体制の構築**。また、連泊や平日利用が期待できるアクティビシニア等のペット同伴旅や車椅子等のユニバーサルツーリズムなどに関する状況調査。

#### ～フードツーリズム～

地域ならではの食や食文化を楽しむことを目的とした旅。函館の食については、多種多様なグルメを楽しむことが出来ることから、観光アンケート調査結果での「函館を訪れた理由」として上位となっており、夜景や歴史的建造物、自然や温泉などと並び、函館観光の大きな魅力となっております。

### ③F I T向け多言語化整備

- 函館市との連携により、市内の主な歴史・文化資源の所在地において、フリーWi-Fiの活用によるQRコード読み取り式の多言語説明文を追加整備。また、飲食店のメニューの**多言語化対応**へのサポート。

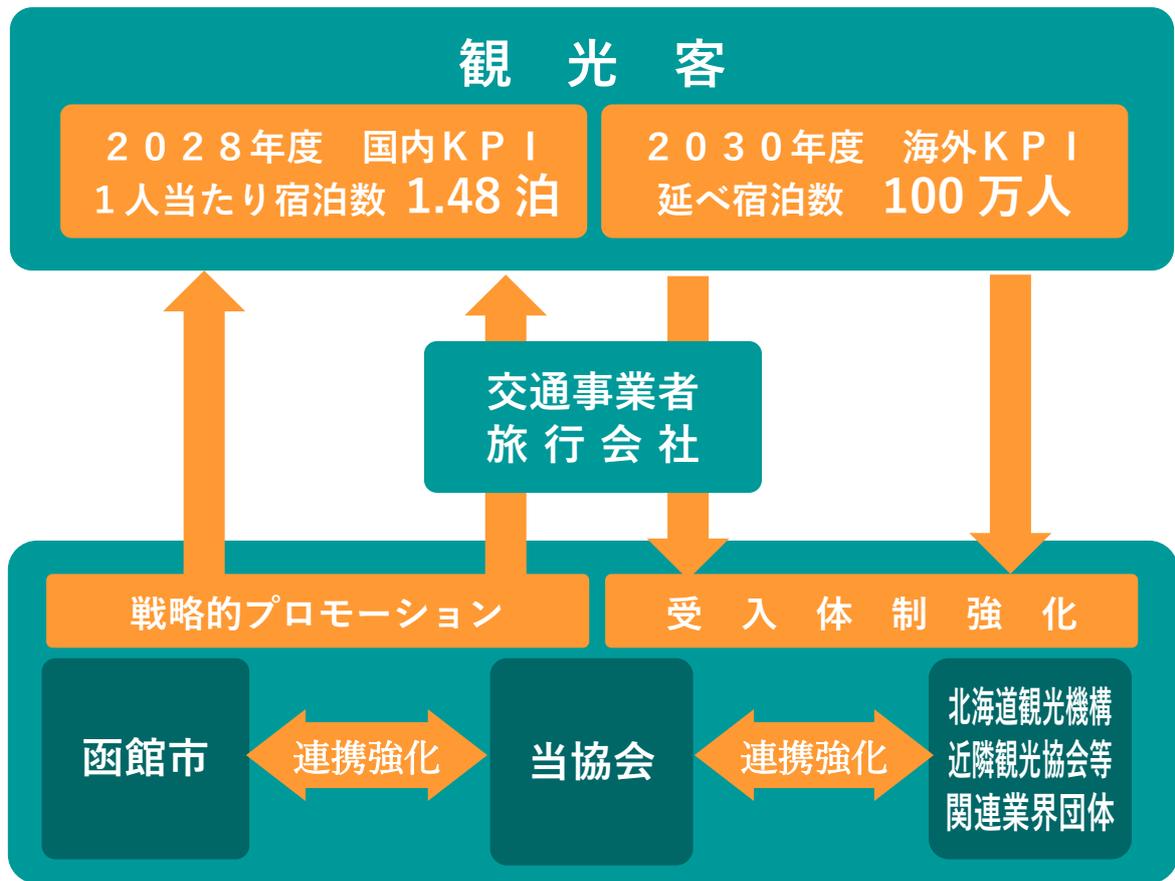
### ④冬期間の誘客強化

- 冬期間の誘客強化**のため、内容の見直しや充実を図り、集客イベントを強化する。

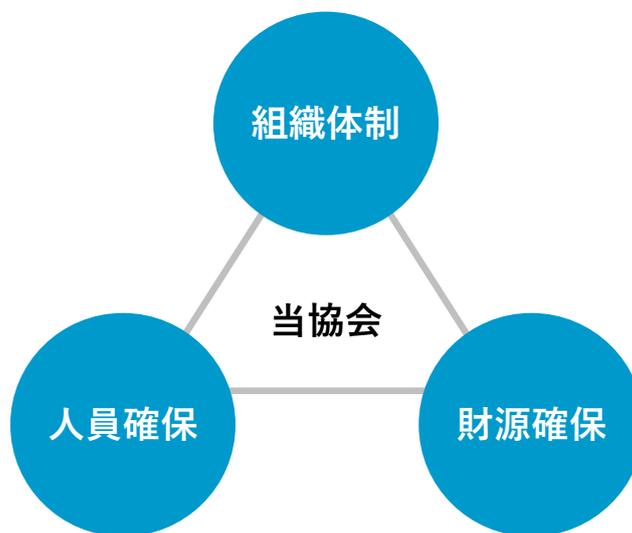
### ⑤団体客の誘致継続に必要な人手・人材不足への対応

- 労働力の市場動向や配膳・掃除ロボット、自動翻訳パネル等の商品紹介など、当協会会員への**関連情報の提供**に努める。

< 提言内容のイメージ図 >



< 当協会における今後の課題 >



## 4 参考

### (1) 特別委員会名簿

特別委員会においての議論が今後の当協会の活動内容の指針となる重要な案件であることから、特別委員会委員だけでなく、正副会長と共に議論を進めることとなった。

(正副会長・専務理事)

(順不同・敬称略)

役職名	氏名	所属
会長	森 健 二	函館地区バス協会会長
副会長	柳 沢 政 人	(株)魚長食品代表取締役
副会長	村 上 玉 樹	津軽海峡フェリー(株)代表取締役会長
副会長	浅 井 忠 美	函館山ロープウェイ(株)代表取締役社長
副会長	西 村 有 人	(株)花びしホテル代表取締役社長
副会長	柳 谷 瑞 恵 扇 谷 圭 一	函館市観光部長 (※当協会「副会長」R6.3.31 退任) 函館市観光部長 (※当協会「副会長」R6.5.30 就任)
専務理事	布 谷 朗	函館国際観光コンベンション協会専務理事

(特別委員会)

役職名	氏名	所属
委員長	浅 井 忠 美	函館国際観光コンベンション協会副会長
委員	飯 野 智 子	函館国際観光コンベンション協会理事及び 総務ホスピタリティ委員会委員長 (有)フェイスアップ代表取締役)
委員	内 澤 博 昭	函館国際観光コンベンション協会理事及び 企画宣伝委員会委員長 (函館バス(株)専務取締役)
委員	木 村 太 郎	函館国際観光コンベンション協会 総務ホスピタリティ委員会副委員長 (株)男爵倶楽部代表取締役)
委員	渡 邊 政 久	函館国際観光コンベンション協会理事 (金森商船(株)代表取締役社長)

## (2) 特別委員会関連日程

月 日	会議・セミナー	議題・協議内容等
令和5年 9月1日(金)	第1回 特別委員会	特別委員会の進め方、議論内容、スケジュールのイメージについて
令和5年 10月17日(火)	第2回 特別委員会	観光基本計画の達成度と当協会のこれまでの取り組みについて
令和5年 11月17日(金)	第3回 特別委員会	当協会の取り組みとその効果、函館観光の強み・弱みについて
令和6年 1月23日(火)	第4回 特別委員会	函館の主要イベント、函館観光の今後の方向性やキーワードについて
令和6年 3月12日(火)	第5回 特別委員会	函館観光における今後の目標と期間の設定について
令和6年 4月12日(金)	第6回 特別委員会	当協会として取り組むべき内容や手法等について (※KJ法による議論)
令和6年 4月22日(月)	委員長との 議論の整理	当協会として取り組むべき内容や手法等について (※KJ法による議論、第6回議論内容の整理)
令和6年 4月30日(火)	委員長との 議論の整理	当協会として取り組むべき内容や手法等について (※KJ法による議論、第6回議論内容の整理)
令和6年 6月26日(水)	第7回 特別委員会	KJ法による意見集約の要旨について
令和6年 8月21日(水)	第8回 特別委員会	KJ法による意見集約の要旨の内容の取り纏め 函館市の観光関連予算等に対する要望内容について
令和6年 10月10日(木)	第9回 特別委員会	今後の活動内容に関する提言書の内容の取り纏めについて
令和6年 11月14日(木)	インバウン ドセミナー	専門家を招いたセミナーの開催による提言書内のインバウンド戦略の方向性の最終確認

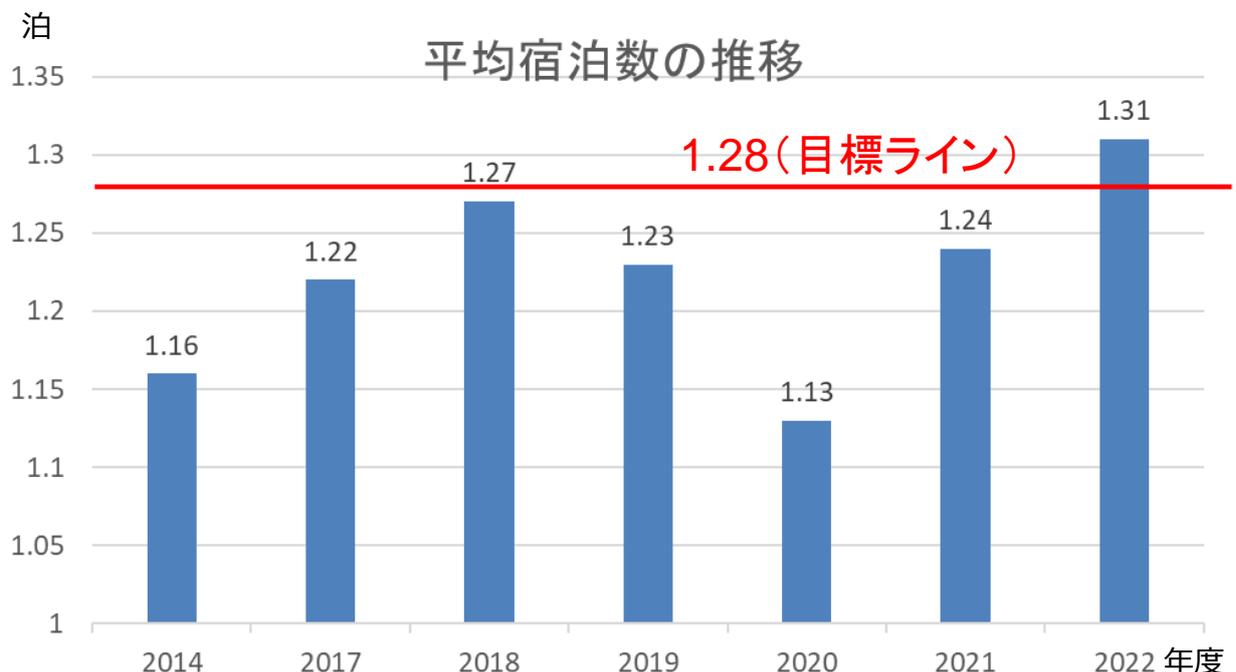
(3) 特別委員会参考資料

①観光基本計画2014-2023達成度

# 観光基本計画2014-2023達成度

HITCA

## 1, 交流・にぎわいの創出 【目標】平均宿泊数の増加



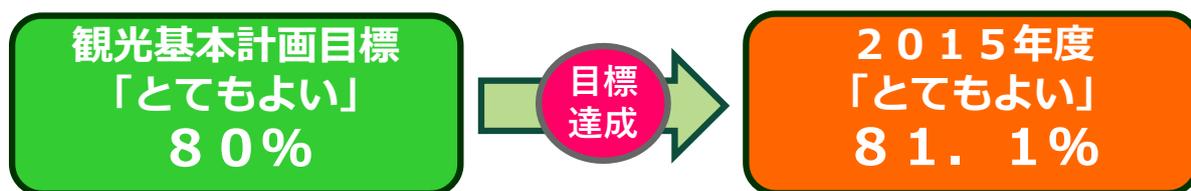
出典：函館市観光部観光企画課「来函観光入込客数推計」  
函館市観光部観光企画課「2014-2023函館市観光基本計画」

# 観光基本計画2014-2023達成度

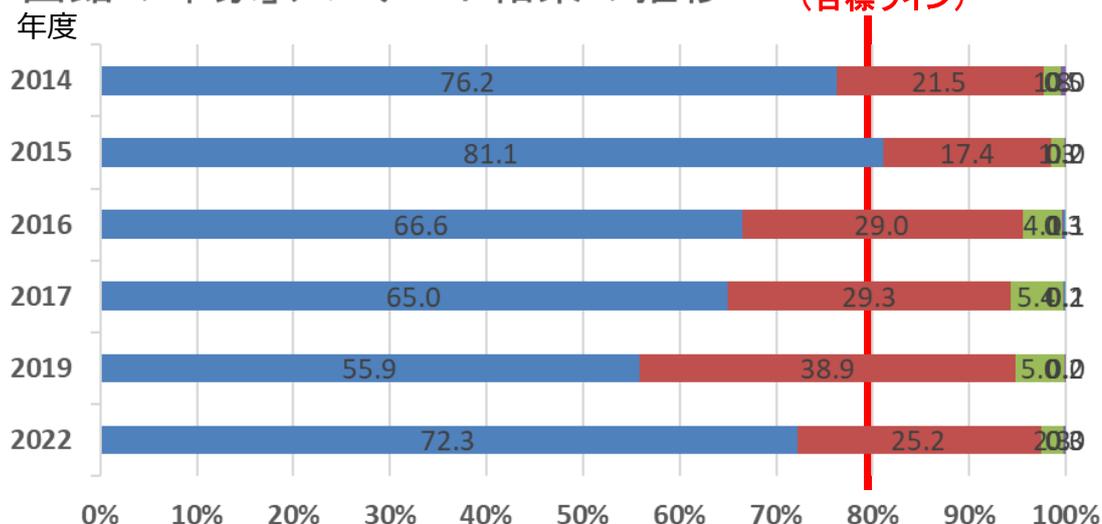
HITCA

## 2. おもてなし・満足度の向上

【目標】函館の印象について、「とてもよい」の回答率向上



「函館の印象」アンケート結果の推移



	2022	2019	2017	2016	2015	2014
■とてもよい	72.3	55.9	65.0	66.6	81.1	76.2
■よい	25.2	38.9	29.3	29.0	17.4	21.5
■普通	2.3	5.0	5.4	4.1	1.3	1.8
■あまりよくない	0.3	0.2	0.2	0.3	0.2	0.5
■よくない	0.0	0.0	0.1	0.1	0.0	0.0

■とてもよい ■よい ■普通 ■あまりよくない ■よくない

出典：函館市観光部観光企画課「観光動向調査」  
 函館市観光部観光企画課「観光アンケート」  
 函館市観光部観光企画課「2014-2023函館市観光基本計画」

①観光基本計画2014-2023達成度

# 観光基本計画2014-2023達成度

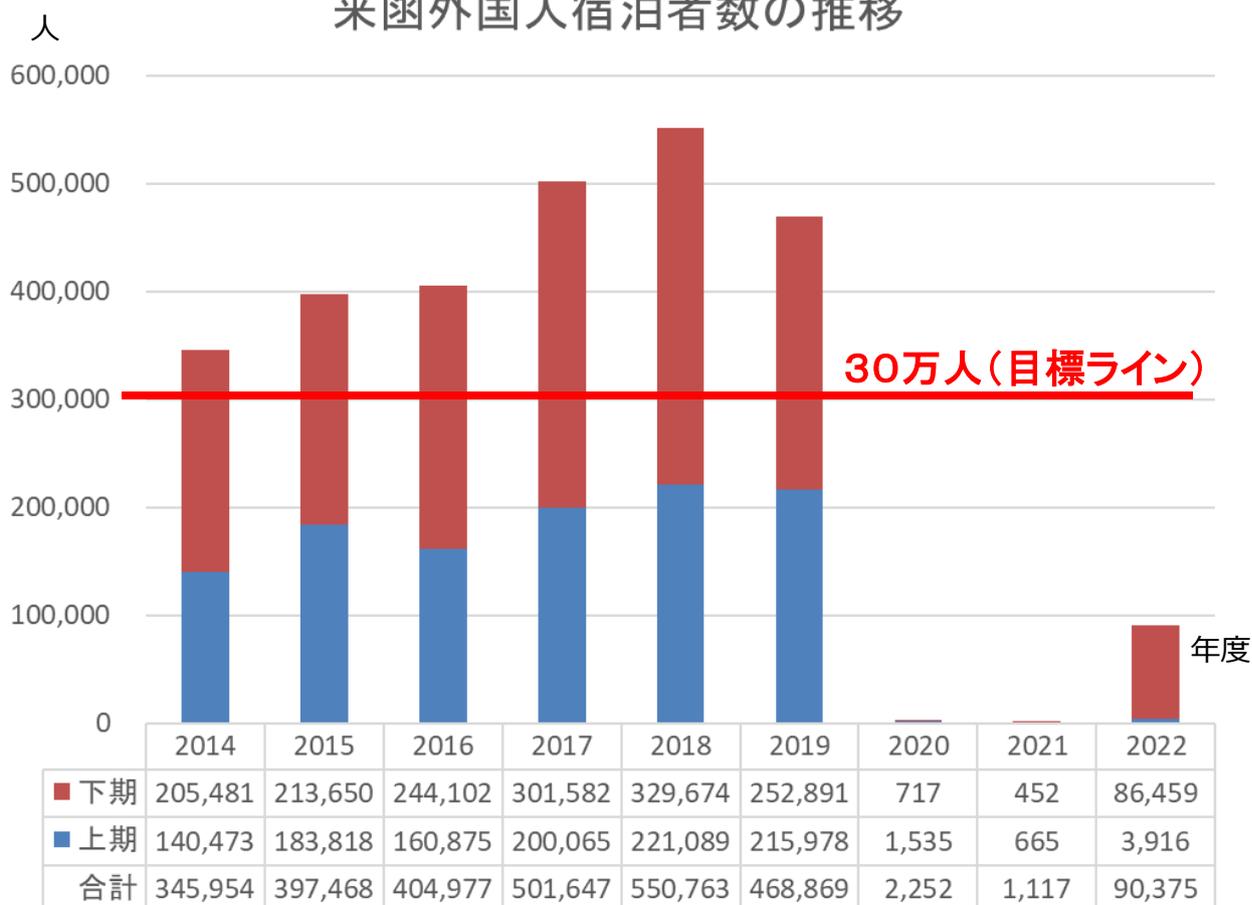
HITCA

## 3. 国際化の促進

【目標】来函外国人宿泊者数の増加



来函外国人宿泊者数の推移



出典：函館市観光部観光企画課「来函観光入込客数推計」  
函館市観光部観光企画課「2014-2023函館市観光基本計画」

①観光基本計画2014-2023達成度

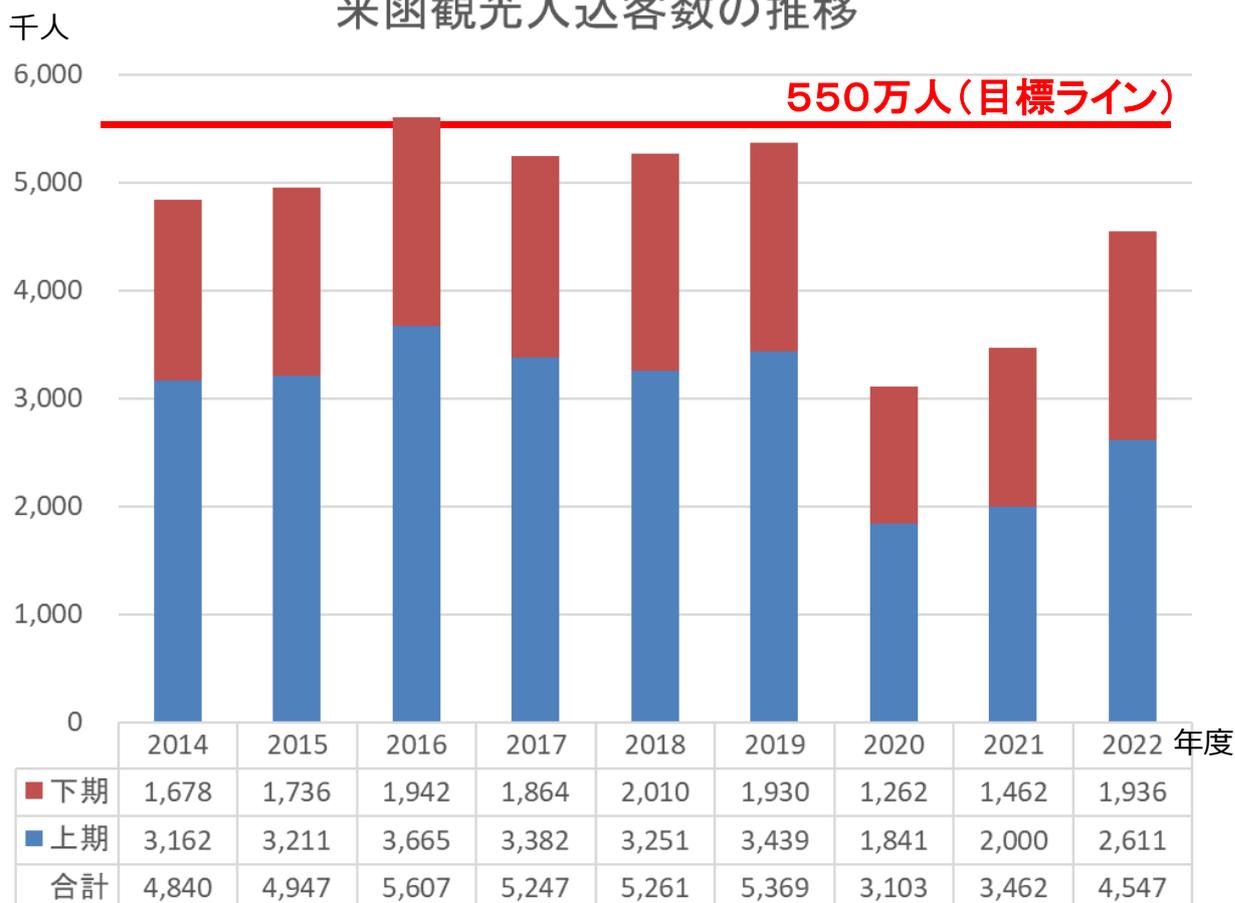
# 観光基本計画2014-2023達成度

HITCA

## 4, 北海道新幹線開業を契機とした観光入込客数の底上げ 【目標】 来函観光入込客数の増加



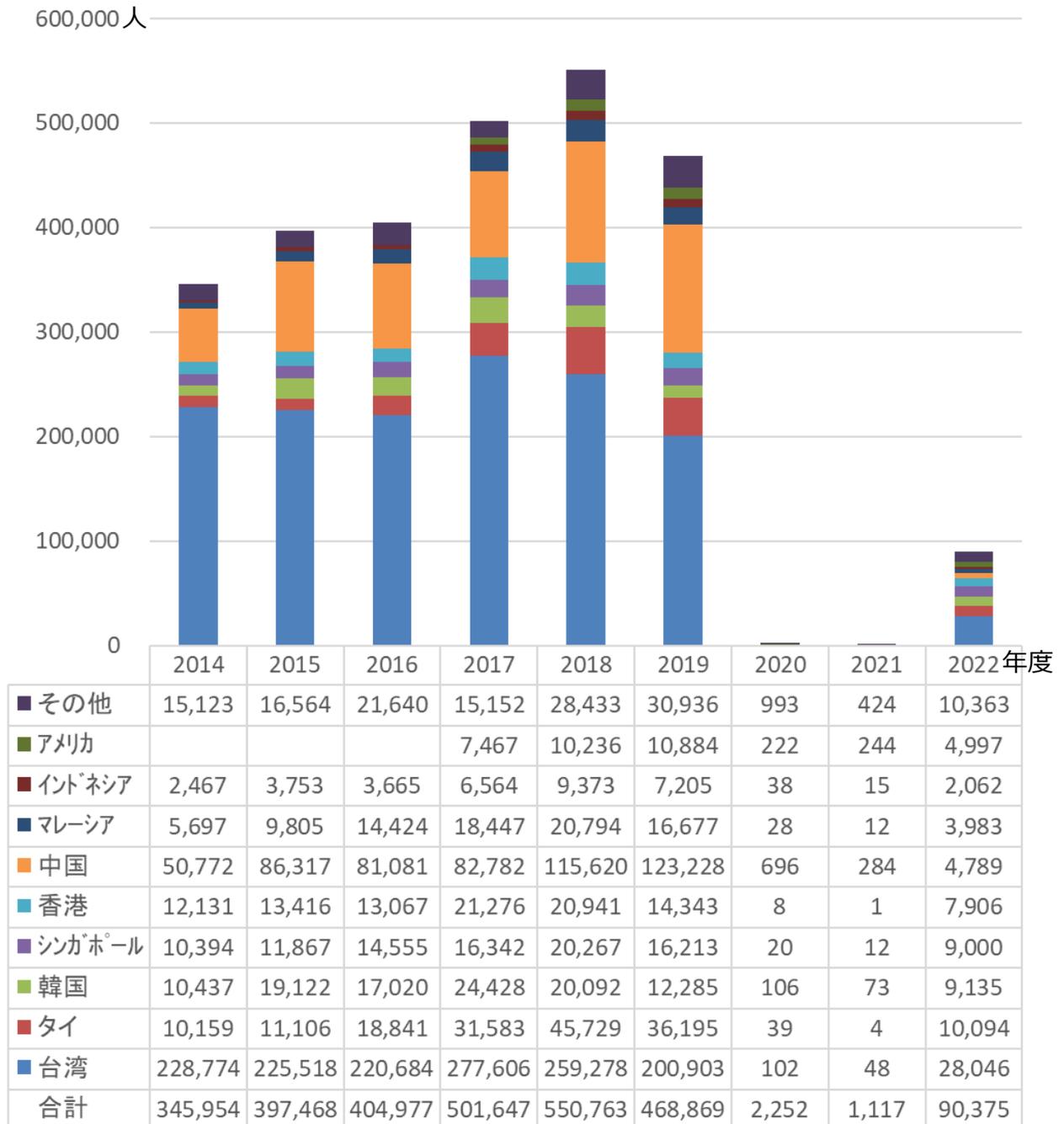
来函観光入込客数の推移



出典：函館市観光部観光企画課「来函観光入込客数推計」  
函館市観光部観光企画課「2014-2023函館市観光基本計画」

# 外国人宿泊者数推移

HITCA



(※2014～2016年度のアメリカはその他に含む)  
 出典：函館市観光部観光企画課「来函観光入込客数推計」

②当協会の主なプロモーション

# 2014当協会の主なプロモーション (H26)

## HITCA

### <国内>

内 容	主 催	実施場所	ターゲット	実施者
北海道観光プロモーション J R北海道商品説明会	道観光振興機構 J R北海道	東京・仙台	B to B	事務局
スカイツリープロモーション	湯の川旅館組合	東京	B to C	事務局
K N T大交流コンベンション	K N T	東京	B to B	事務局
ツーリズムEXPOジャパン	日本観光協会他	東京	B to B	事務局
重点販売地域観光素材説明会	J R東日本	東京	B to B	事務局
青函観光プロモーション	青森・八戸 弘前・函館	東京	B to B	副会長・事務局
函館・みなみ北海道グルメパーク	同実行委員会	さいたま	B to C	事務局
教育旅行プロモーション	函館市	仙台・秋田 福島・大宮 盛岡	B to B	事務局
冬の観光プロモーション	湯の川旅館組合	札幌	B to C	事務局
函館・東北チャリティプロモーション	同実行委員会	札幌	B to C	委員長・事務局

### <海外>

内 容	主 催	実施場所	ターゲット	実施者
韓国国際観光展KOTFA出展	当協会他	韓国ソウル	B to C	事務局
台湾観光客誘致プロモーション	函館市訪問団	台湾台北	B to B	副会長
台北国際旅行博ITF出展PR	当協会他	台湾台北	B to C	事務局
タイ観光客誘致プロモーション	函館市訪問団	タイ・バンコク	B to B	会長・専務
北海道観光セミナー & 商談会	道観光振興機構	タイ・バンコク	B to B	事務局
タイ国営放送局招請事業	当協会	函館	B to C	事務局
シンガポール建国50周年訪問団	函館市訪問団	シンガポール	B to B	会長・専務他
中国観光セールスプロモーション	当協会ほか	北京・天津 上海	B to B	事務局
スマホ向け動画整備事業	当協会	WEB	B to C	事務局

②当協会の主なプロモーション

# 2015当協会の主なプロモーション

(H27)

HITCA

## <国内>

内容	主催	実施場所	ターゲット	実施者
北海道観光プロモーション JR北海道商品説明会	道観光振興機構 JR北海道	東京・仙台	BtoB	事務局
スカイツリープロモーション	湯の川旅館組合	東京	BtoC	事務局
KNT大交流コンベンション	KNT	東京	BtoB	事務局
ツーリズムEXPOジャパン	日本観光協会他	東京	BtoB	事務局
首都圏フェアプロモーション	函館市・当協会	東京	BtoB	会長・専務
青函観光セールスプロモーション	青函ANAセールス	大阪	BtoB	事務局
函館・みなみ北海道グルメパーク	同実行委員会	仙台	BtoC	事務局
青函DC全国宣伝販売促進会議	青函DC委員会	青森	BtoB	委員長・事務局
青函観光プロモーション	青森・八戸 弘前・函館	札幌	BtoB	副会長・委員長 事務局

## <海外>

内容	主催	実施場所	ターゲット	実施者
日中観光文化交流団	同実行委員会	北京	BtoB	委員長・事務局
中国観光客誘致訪問団	函館市訪問団	北京・天津 上海	BtoB	会長・専務
台湾観光客誘致訪問団	函館市訪問団	台北・台南	BtoB	会長・専務
台北国際旅行博ITF出展PR	当協会他	台湾・台北	BtoC	事務局
タイ観光客誘致訪問団	函館市訪問団	バンコク・ハノイ	BtoB	会長
タイ国際旅行フェアITF出展PR	当協会他	タイ・バンコク	BtoC	事務局

②当協会の主なプロモーション

# 2016当協会の主なプロモーション (H28)

HITCA

## <国内>

内 容	主 催	実施場所	ターゲット	実施者
北海道観光プロモーション J R北海道商品説明会	道観光振興機構 J R北海道	東京・大阪	B to B	事務局
北海道教育旅行説明会・相談会	道観光振興機構	仙台・盛岡	B to B	事務局
函館港利用促進協議会函館港 セミナー	同協議会	東京	B to B	会長・専務
青函観光プロモーション	函館・青森・八戸 ・弘前観光協会	大阪	B to B	副会長・委員長 事務局
大宮駅観光プロモーション	J R東・北海道	さいたま	B to C	事務局
みなみ北海道観光プロモーション	みなみ北海道観 光推進協議会	仙台	B to B	副会長・事務局

## <海外>

内 容	主 催	実施場所	ターゲット	実施者
中国観光客誘致訪問団	函館市訪問団	北京・上海	B to B	副会長
台湾観光客誘致訪問団	函館市訪問団	台湾・台北	B to B	副会長
台北国際旅行博ITF出展PR	当協会他	台湾・台北	B to C	事務局
タイ観光客誘致訪問団	函館市訪問団	タイ・バンコ クアインマイ	B to B	会長
タイ国際旅行フェアITF出展PR	当協会他	タイ・バンコ	B to C	事務局
シドニープロモーション	当協会ほか	オーストラリア・ シドニー	B to B	委員長・事務局
VISIT JAPAN Travel & MICE Mart	J N T O	東京	B to B	委員長

②当協会の主なプロモーション

# 2017当協会の主なプロモーション

(H29)

## HITCA

### <国内>

内 容	主 催	実施場所	ターゲット	実施者
函館港利用促進協議会トップセールプロモーション	同協議会	東京	B to B	会長・専務
教育旅行誘致プロモーション	函館市・当協会	栃木・埼玉 千葉 神奈川	B to B	事務局
大宮・浦和駅プロモーション	J R北海道他	埼玉	B to C	事務局
函館・登別観光プロモーション	当協会・登別観光協会	名古屋	B to B	副会長・専務 委員長・事務局
ご当地キャラふれんどフェスティバル	同実行委員会	苫小牧	B to C	事務局
Instagram開設・フォロワーキャンペーン	当協会	Instagram	B to C	事務局

### <海外>

内 容	主 催	実施場所	ターゲット	実施者
中国プロモーション	道観光振興機構 道央・道南地域 分科会	成都・重慶	B to B	事務局
中国観光客誘致トップセールプロモーション	函館市訪問団	北京・上海 天津	B to B	会長
韓国観光商談会	北東北三県 北海道	韓国ソウル	B to B	委員長
タイ観光客誘致トップセールプロモーション	函館市訪問団	タイ・バンコク	B to B	副会長
シンガポール観光客誘致トップセールプロモーション	函館市訪問団	シンガポール	B to B	会長・副会長 専務・事務局
カナダ・アメリカトップセールプロモーション	函館市訪問団	ハリファックス・ ニューポート マイアミ	B to B	会長
米軍三沢空軍基地観光誘致	当協会	青森三沢	B to C	事務局

②当協会の主なプロモーション

# 2018当協会の主なプロモーション (H30)

## HITCA

### <国内>

内 容	主 催	実施場所	ターゲット	実施者
ツーリズムEXPOジャパン	日本観光協会他	東京	B to B	事務局
首都圏キャリア・エージェント ト緊急プロモーション	函館市・当協会	東京	B to B	副会長・専務
みなみ北海道クルーズセミナー	函館市・当協会 函館港協議会	東京	B to B	副会長・事務局
北海道観光説明会・商談会	道観光振興機構 J R北海道	大阪 名古屋	B to B	事務局
教育旅行説明会・相談会	道観光振興機構 J R北海道	仙台・山形	B to B	事務局
函館市デスティネーションキャンペーン in 博多どんたく港まつり	函館市訪問団	福岡	B to C	事務局
インスタグラム・フォトキャンペーン	当協会	Instagram	B to C	事務局

### <海外>

内 容	主 催	実施場所	ターゲット	実施者
中国旅行会社・メディア招請事業	当協会他	函館・七飯	B to C	事務局
台湾・香港観光客誘致訪問団	函館市訪問団	台湾・香港	B to B	会長・専務
台湾キャリア・エージェント ト緊急プロモーション	函館市訪問団	台湾・台北	B to B	専務
香港観光説明会・商談会	当協会他	香港	B to B	会長・副会長 委員長・事務局
韓国トッププロモーション	函館市訪問団	韓国ソウル	B to B	副会長・専務
韓国観光商談会	北東北三県 北海道	韓国ソウル	B to B	事務局
韓国エージェント招請事業	当協会他	函館・登別 倶知安	B to B	専務・事務局
ジャカルタプロモーション	当協会他	インドネシア ジャカルタ	B to B	事務局

②当協会の主なプロモーション

# 2019当協会の主なプロモーション (R1)

HITCA

## <国内>

内 容	主 催	実施場所	ターゲット	実施者
函館港利用促進協議会トップセールスプロモーション	同協議会	東京	BtoB	会長・専務
北海道観光説明会・商談会	道観光振興機構 J R北海道	東京	BtoB	事務局
首都圏エージェントセールスクール	函館市・当協会	東京	BtoB	事務局
首都圏キャリアセールスクール	当協会	東京	BtoB	会長・専務
北海道教育旅行セミナー	当協会他	横浜	BtoB	事務局
教育旅行説明会・相談会	道観光振興機構	盛岡・仙台	BtoB	事務局
仙台駅プロモーション	J R北海道	仙台	BtoC	事務局
青函クリスマスツアー	青森県観光連盟 当協会	函館・青森	BtoC	事務局
クルーズ船社招請事業	当協会	函館・道南	BtoB	事務局
Instagram・フォトキャンペーン	当協会	Instagram	BtoC	事務局

## <海外>

内 容	主 催	実施場所	ターゲット	実施者
台湾トッププロモーション	函館市訪問団	台湾・台北	BtoB	事務局
マレーシア・シンガポール観光客誘致訪問団	函館市訪問団	クアラルンプール シンガポール	BtoB	会長・専務
シンガポールブロガー招請でのブログ・YouTube発信事業	当協会	函館・登別 倶知安他	BtoC	事務局
フィリピンエージェント招請	登別観光協会 当協会	登別・函館	BtoB	副会長・委員長 事務局

②当協会の主なプロモーション

# 2020当協会の主なプロモーション (R2)

HITCA

<国内>

内 容	主 催	実施場所	ターゲッ	実施者
首都圏キャリアアップセールスプロモーション	函館市・当協会	東京	B to B	会長・専務
函館散歩スタンプ&レポートラリー	当協会	函館	B to C	事務局
みなみ北海道スタンプラリー	当協会他	函館・道南	B to C	事務局
津軽海峡クリスマススタンプラリー	青森県観光連盟 当協会	函館・青森	B to C	事務局
函館写真投稿キャンペーン	当協会	Instagram	B to C	事務局
川柳投稿キャンペーン	当協会	Instagram Twitter	B to C	事務局
青函冬の光投稿キャンペーン	当協会	Instagram	B to C	事務局
函館・道南桜投稿キャンペーン	当協会	Instagram	B to C	事務局
函館・道南観光動画配信PR	JAL・当協会	JAL機内	B to C	事務局
JALふるさとアンバサダー 情報発信事業	JAL・当協会	Twitter	B to C	事務局
当協会公式HPリニューアル	当協会	公式HP	B to C	事務局

②当協会の主なプロモーション

# 2021当協会の主なプロモーション (R3)

HITCA

<国内>

内 容	主 催	実施場所	ターゲット	実施者
首都圏キャリアトップセールスプロモーション	函館市・当協会	東京	B to B	会長・専務
航空会社連携誘客プロモーション	A N A ・ J A L 当協会	全国	B to C	事務局
函館冬旅物産市プロモーション	J R 北海道 当協会	仙台	B to C	事務局
J A L ふるさとアンバサダー 情報発信事業	J A L ・当協会	Twitter	B to C	事務局
RINGOMUSUME招請・青函 連携冬季イベントPR事業	青森県観光連盟 当協会	函館・青森	B to C	事務局
卒業旅行特設ページ開設	当協会	公式HP	B to C	事務局
道南・青森縄文ドキドキスタ ンプラリー	青森県観光連盟 J R ・フェリー 当協会	函館・道南 青森	B to C	事務局
北海道・北東北の縄文遺跡群 PR動画制作	当協会	YouTube	B to C	事務局
北海道・北東北の縄文遺跡群 PR特設ページ開設	当協会	公式HP	B to C	事務局
北海道・北東北の縄文遺跡群 PRアニメーション動画制作	当協会	Twitter	B to C	事務局
北海道・北東北の縄文遺跡群 フォロ-&ツイートキャンペーン	当協会	Twitter	B to C	事務局
函館グルメPRキャンペーン	当協会	Instagram	B to C	事務局
冬の函館PRキャンペーン	当協会	公式HP Twitter	B to C	事務局
函館・道南桜投稿キャンペーン	当協会	Instagram	B to C	事務局
当協会公式HPリニューアル	当協会	公式HP	B to C	事務局

②当協会の主なプロモーション

# 2022当協会の主なプロモーション (R4)

## HITCA

### <国内>

内容	主催	実施場所	ターゲット	実施者
首都圏トップセールス®プロモーション	函館市訪問団	東京	B to B	会長・事務局
どさんこしまんちゅフェスティバル	当協会他	大阪	B to C	事務局
教育旅行東日本®プロモーション	函館市・当協会 JR・フェリー他	宮城・栃木 埼玉	B to B	事務局
札幌イベントセールスコール	当協会	札幌	B to B	事務局
ひろはこ連携推進事業パネル展・デジタルラリー等PR	弘前及び函館の市・観光協会	弘前・函館	B to C	事務局
観光庁看板商品創出事業ブリ弁当開発販売・モニターツアー実施	東武トップツアーズ 当協会他	函館	B to C	事務局
道南・青森縄文ドキドキスタンプラリー	青森県観光連盟 JR・フェリー 当協会	函館・道南 青森	B to C	事務局
青函連携冬季イベントPR事業	青森観光機構・ 当協会	Instagram	B to C	事務局
卒業旅行誘致PR®プロモーション	当協会	SNS等	B to C	事務局
JALふるさとアンバサダー情報発信事業	JAL・当協会	Twitter	B to C	事務局
冬の函館PRキャンペーン	当協会	Twitter	B to C	事務局
函館・道南桜投稿キャンペーン 函館グルメPRキャンペーン	当協会	Instagram Twitter	B to C	事務局
秋の風景投稿キャンペーン	当協会	Instagram	B to C	事務局
教育旅行・モデルコース®プロモーション開設	当協会	公式HP	B to C	事務局

### <海外>

内容	主催	実施場所	ターゲット	実施者
台湾トップセールス®プロモーション	函館市訪問団	台湾・台北	B to B	会長・専務
台湾イベント招請事業	当協会他	登別・函館	B to B	専務・事務局
シンガポール JAPAN Travel Fair	北海道IAポート 函館市・当協会	シンガポール	B to C	事務局

②当協会の主なプロモーション

# 国内地域別入込客割合の推移 (当協会の取り組みとその効果参考資料)

HITCA

順位	平成26年度 2014	平成27年度 2015	平成28年度 2016	平成29年度 2017	令和元年度 2019	令和4年度 2022
	入込推計 484万人	入込推計 495万人	入込推計 560.7万人	入込推計 524.7万人	入込推計 536.9万人	入込推計 454.7万人
1	関東 (39.6%) 191.7万人	関東 (33.2%) 164.3万人	関東 (35.9%) 201.3万人	関東 (39.8%) 208.8万人	関東 (41.7%) 223.9万人	関東 (41.8%) 190.1万人
2	東北 (18.1%) 87.6万人	北海道 (22.1%) 109.4万人	東北 (26.2%) 146.9万人	東北 (24.4%) 128万人	東北 (17.5%) 94万人	北海道 (24.4%) 110.9万人
3	北海道 (16.9%) 81.8万人	東北 (18.8%) 93.1万人	北海道 (16.1%) 90.3万人	北海道 (11.4%) 59.8万人	北海道 (16.4%) 88.1万人	東北 (11.9%) 54.1万人
4	近畿 (10.7%) 51.8万人	中部・北陸 (10.4%) 51.5万人	中部・北陸 (8.1%) 45.4万人	中部・北陸 (8.9%) 46.7万人	近畿 (9.9%) 53.2万人	近畿 (10.1%) 45.9万人
5	中部・北陸 (9.2%) 44.5万人	近畿 (10.0%) 49.5万人	近畿 (7.2%) 40.4万人	近畿 (8.3%) 43.6万人	中部・北陸 (9.0%) 48.3万人	中部・北陸 (8.1%) 36.8万人
6	中国・四国 (2.6%) 12.6万人	中国・四国 (2.8%) 13.9万人	九州・沖縄 (2.1%) 11.8万人	中国・四国 (2.7%) 14.2万人	九州・沖縄 (2.8%) 15万人	中国・四国 (1.9%) 8.6万人
7	九州・沖縄 (2.4%) 11.6万人	九州・沖縄 (2.4%) 11.9万人	中国・四国 (2.0%) 11.2万人	九州・沖縄 (1.7%) 8.9万人	中国・四国 (2.7%) 14.5万人	九州・沖縄 (1.9%) 8.6万人

※各地域順位における2段目の（ ）内の数字は、函館市観光動向調査及び観光アンケート調査における回答者の居住地割合を記載。3段目は、来函入込客数推計の年間の入込客の推計数から、2段目の地域別回答者の割合を元に各地域の入込客数がどの程度の人数となるか試算したものであり、あくまでも目安の数字です。

出典：函館市観光部観光企画課「観光動向調査」「観光アンケート」「来函入込客数推計」

②当協会の主なプロモーション

# 当協会の主な国内プロモーション (当協会の取り組みとその効果参考資料)

HITCA

地域	H26 年度 2014	H27 年度 2015	H28 年度 2016	H29 年度 2017	H30 年度 2018	R元 年度 2019	R2 年度 2020	R3 年度 2021	R4 年度 2022
北海道	②④	⑦⑨	①	④		⑧	⑧	⑧	①⑧
東北	①⑤	①④	④⑤		⑤	②⑤ ⑧	⑧	④⑥ ⑧	⑧
関東	①② ③④ ⑦	①② ③⑨	①②	①② ⑤	①③ ⑦	①⑤ ⑥⑦	⑦	⑦	⑤⑦
中部 北陸				①					
近畿		①	①⑦ ⑨						④
中国 四国									
九州 沖縄					④				

- ①旅行会社等対象プロモーション
- ③旅行会社等対象旅行博出展
- ⑤教育旅行プロモーション
- ⑦旅行会社等対象トップセールス
- ⑨メディアプロモーション

- ②一般対象街頭プロモーション
- ④一般対象旅行博・イベントブース等出展
- ⑥旅行会社・インバウンド等対象ファミトリップ
- ⑧函館他地域連携スタンプラリー

②当協会の主なプロモーション

# 海外地域別宿泊者数の推移 (当協会の取り組みとその効果参考資料)

HITCA

(単位：人)

順位	H26年度 2014	H27年度 2015	H28年度 2016	H29年度 2017	H30年度 2018	R元年度 2019	R2年度 2020	R3年度 2021	R4年度 2022
		宿泊推計 345,954	宿泊推計 397,468	宿泊推計 404,977	宿泊推計 501,647	宿泊推計 550,763	宿泊推計 468,869	宿泊推計 2,252	宿泊推計 1,117
1	台湾 228,774	台湾 225,518	台湾 220,684	台湾 277,606	台湾 259,278	台湾 200,903	中国 696	中国 284	台湾 28,046
2	中国 50,772	中国 86,317	中国 81,081	中国 82,782	中国 115,620	中国 123,228	アメリカ 222	アメリカ 244	タイ 10,094
3	香港 12,131	韓国 19,122	タイ 18,841	タイ 31,583	タイ 45,729	タイ 36,195	韓国 106	韓国 73	韓国 9,135
4	韓国 10,437	香港 13,416	韓国 17,020	韓国 24,428	香港 20,941	マレーシア 16,677	台湾 102	台湾 48	シンガポール 9,000
5	シンガポール 10,394	シンガポール 11,867	シンガポール 14,555	香港 21,276	マレーシア 20,794	シンガポール 16,213	タイ 39	インドネシア 15	香港 7,906
6	タイ 10,159	タイ 11,106	マレーシア 14,424	マレーシア 18,447	シンガポール 20,267	香港 14,343	インドネシア 38	マレーシア 12	アメリカ 4,997
7	マレーシア 5,697	マレーシア 9,805	香港 13,067	シンガポール 16,342	韓国 20,092	韓国 12,285	マレーシア 28	シンガポール 12	中国 4,789
8	インドネシア 2,467	インドネシア 3,753	インドネシア 3,665	インドネシア 6,564	アメリカ 10,236	アメリカ 10,884	シンガポール 20	タイ 4	マレーシア 3,983
9	アメリカ ※含その他	アメリカ ※含その他	アメリカ ※含その他	アメリカ 7,467	インドネシア 9,373	インドネシア 7,205	香港 8	香港 1	インドネシア 2,062
10	その他 15,123	その他 16,564	その他 21,640	その他 15,152	その他 28,433	その他 30,936	その他 993	その他 424	その他 10,363

出典：函館市観光部観光企画課「来函入込客数推計」外国人宿泊客数

②当協会の主なプロモーション

# 当協会の主な海外プロモーション (当協会の取り組みとその効果参考資料)

## HITCA

地域	H26 年度 2014	H27 年度 2015	H28 年度 2016	H29 年度 2017	H30 年度 2018	R元 年度 2019	R2 年度 2020	R3 年度 2021	R4 年度 2022
台湾	④⑦	④⑦	④⑦		⑦	⑦			⑥⑦
中国	①	①⑦	⑦	①⑦	⑥				
タイ	①⑥ ⑦	④⑦	④⑦	⑦					
マレ						⑦			
シン	⑦			⑦		⑥⑦			④
香港					⑦				
韓国	④			①	①⑥ ⑦				
アメ				⑦					
イン					①				
他			①③	①		⑥			

※マレ⇒マレーシア シン⇒シンガポール アメ⇒アメリカ イン⇒インドネシア

- ①旅行会社等対象プロモーション
- ②一般対象街頭プロモーション
- ③旅行会社等対象旅行博出展
- ④一般対象旅行博・イベントブース等出展
- ⑤教育旅行プロモーション
- ⑥旅行会社・インリサ等対象ファムトリップ
- ⑦旅行会社等対象トップセールス
- ⑧函館他地域連携スタンプラリー
- ⑨メディアプロモーション

### ③函館観光における強み・弱み

(参考) 強み・弱みの検討データの一例		函館市	小樽市	旭川市	札幌市	北海道	青森市	弘前市	八戸市	盛岡市	出典等
人口	千人	248	110	328	1961	5184	275	166	223	285	2022年、(出典) 住民基本台帳
民営事業所数		13,235	5,862	14,940	77,589	233,168	13,251	8,208	11,407	15,555	2016年、(出典) 経済センサス
	所/万人	534	533	455	396	450	482	494	512	546	
	宿泊飲食サービス業	2,094	896	2,042	9,859	32,259	1,788	1,170	1,554	1,958	
	所/万人	84	81	62	50	62	65	70	70	69	
	飲食店	1,755	781	1,746	8,558	26,692	1,552	988	1,331	1,713	
	所/万人	71	71	53	44	51	56	60	60	60	
ホテル・旅館	施設数	149		102	392	2951	89		73	94	2021年、(出典) 衛生行政報告例
	客室数	10,384		5,356	36,005	122,008	4,821		3,790	5,764	
	施設当たり客室数	70		53	92	41	54		52	61	
	人口当たり客室数	42		16	18	24	18		17	20	
医療施設	施設数(病院のみ)	27	16	39	202		20	15	21	27	2019年10月1日(出典) 医療施設(動態) 調査
	病床数	6,102	2,971	6,995	36,603		4,360	3,310	3,949	4,961	
	1施設当たり病床数	226	186	179	181		218	221	188	184	
	人口当たり病床数	25	27	21	19		16	20	18	17	
	病院従業員数	7,009	2,935	8,238	49,376	104,880	3,574	3,739	3,631	7,296	2016年、(出典) 経済センサス
	人口当たり病院従業員数	28	27	25	25	20	13	23	16	26	
市民サービス	市職員数	3,315	1,720	2,985	22,631		2,447	1,392	2,393	2,211	2020/4/1(出典) 地方公共団体定員管理調査結果
	人口当たり市職員数	13	16	9	12		9	8	11	8	

③函館観光における強み・弱み

# 函館を選んだ理由 (函館観光における強み・弱み参考資料)

HITCA

※函館を選んだ理由は複数回答可

順位	平成26年度 2014	平成27年度 2015	平成28年度 2016	平成29年度 2017	令和元年度 2019	令和4年度 2022
1	夜景 (79.0%)	夜景 (83.2%)	夜景 (54.1%)	食・グルメ (55.1%)	食・グルメ (61.1%)	食・グルメ (86.4%)
2	食・グルメ (72.8%)	食・グルメ (73.2%)	食・グルメ (52.9%)	夜景 (50.4%)	夜景 (56.6%)	夜景 (55.6%)
3	歴史的建造物 (58.0%)	歴史的建造物 (71.0%)	道新幹線開業 (35.7%)	歴史的建造物 (30.4%)	歴史的建造物 (41.4%)	温泉 (39.2%)
4	温泉 (39.9%)	温泉 (39.9%)	歴史的建造物 (31.0%)	道新幹線開業 (24.9%)	温泉 (23.7%)	歴史的建造物 (38.9%)
5	自然鑑賞 (16.2%)	自然鑑賞 (20.8%)	温泉 (16.7%)	温泉 (19.2%)	道新幹線開業 (19.5%)	自然鑑賞 (9.0%)
6	ツアー組込 (9.6%)	ゆかりの地 (12.9%)	ツアー組込 (7.5%)	イベント (8.7%)	自然鑑賞 (6.6%)	イベント (4.8%)
7	イベント (6.1%)	ツアー組込 (5.4%)	イベント (4.3%)	ツアー組込 (3.2%)	イベント (3.1%)	ゆかりの地 (3.6%)
8	ゆかりの地 (2.8%)	イベント (2.7%)	自然鑑賞 (4.0%)	ゆかりの地 (2.7%)	修旅再訪 (2.0%)	ロケ地巡り (3.2%)
9	その他 (12.1%)	その他 (9.4%)	ゆかりの地 (2.0%)	自然鑑賞 (2.2%)	ゆかりの地 (1.9%)	縄文遺跡 (3.1%)
10			その他 (15.3%)	修旅再訪 (2.2%)	ロケ地巡り (1.2%)	修旅再訪 (3.1%)
11				ロケ地巡り (0.9%)	その他 (11.1%)	その他 (12.6%)
12				その他 (12.6%)		

※ゆかりの地⇒著名人のゆかりの地

※自然観賞⇒花・紅葉や自然鑑賞

出典：函館市観光部観光企画課「観光動向調査」「観光アンケート」

③函館観光における強み・弱み

# 訪問済 & 予定観光スポット (函館観光における強み・弱み参考資料)

HITCA

※観光スポットは複数回答可

順位	平成26年度 2014	平成27年度 2015	平成28年度 2016	平成29年度 2017	令和元年度 2019	令和4年度 2022
1	赤いが倉庫 (89.4%)	赤いが倉庫 (86.8%)	五稜郭 (83.6%)	函館山 (75.8%)	五稜郭 (77.7%)	赤いが倉庫 (68.5%)
2	函館山 (81.8%)	函館山 (85.8%)	函館山 (80.7%)	五稜郭 (72.8%)	赤いが倉庫 (75.3%)	五稜郭 (67.5%)
3	元町周辺 (78.6%)	元町周辺 (84.8%)	市場 (63.8%)	市場 (71.4%)	函館山 (70.6%)	市場 (65.8%)
4	五稜郭 (75.8%)	五稜郭 (75.5%)	赤いが倉庫 (60.4%)	赤いが倉庫 (63.8%)	元町周辺 (68.9%)	函館山 (62.8%)
5	市場 (67.8%)	市場 (70.9%)	元町周辺 (58.6%)	元町周辺 (60.9%)	市場 (68.1%)	元町周辺 (58.8%)
6	湯の川温泉 (43.4%)	湯の川温泉 (44.3%)	湯の川温泉 (34.5%)	湯の川温泉 (35.4%)	元町飲食店 (45.8%)	大門横丁 (45.4%)
7	トピ°ｽﾌﾝ (27.7%)	トピ°ｽﾌﾝ (34.7%)	トピ°ｽﾌﾝ (23.6%)	トピ°ｽﾌﾝ (19.4%)	大門横丁 (45.0%)	元町飲食店 (44.4%)
8	大門横丁 (8.9%)	立待岬 (12.1%)	大門横丁 (9.8%)	大門横丁 (10.5%)	五稜飲食店 (39.3%)	湯の川温泉 (32.1%)
9	外国人墓地 (8.5%)	大門横丁 (11.3%)	外国人墓地 (9.0%)	摩周丸 (9.3%)	湯の川温泉 (32.5%)	五稜飲食店 (29.2%)
10	立待岬 (7.3%)	外国人墓地 (11.2%)	立待岬 (8.2%)	外国人墓地 (8.6%)	トピ°ｽﾌﾝ (19.4%)	トピ°ｽﾌﾝ (17.2%)
11	摩周丸 (5.7%)	摩周丸 (7.0%)	摩周丸 (7.1%)	立待岬 (8.6%)	熱帯植物園 (8.4%)	熱帯植物園 (7.4%)
12	その他 (4.3%)	その他 (2.7%)	その他 (4.4%)	その他 (2.5%)	香雪園 (4.3%)	縄文遺跡 (3.9%)
13	市場⇒朝市・自由市場、赤いが倉庫⇒赤レンガ倉庫を含むウォーターフロント 元町周辺⇒坂道と教会群を含む元町周辺 元町飲食店⇒元町・ベイエリア周辺の飲食店 大門横丁⇒大門横丁を含む函館駅周辺の飲食店 五稜飲食店⇒五稜郭周辺の飲食店					恵山 (2.1%)
14						香雪園 (1.8%)

出典：函館市観光部観光企画課「観光動向調査」「観光アンケート」

④函館の主な観光イベントと集客効果

# 函館の主なイベント

HITCA

春

4～6月

函館西部地区バル街【4月】  
箱館五稜郭祭【5月第3土日】  
恵山つつじまつり【5月下旬～6月上旬】  
南茅部ひろめ舟祭り【6月】  
函館マラソン【6月下旬】



夏

7～8月

函館港花火大会【7月中旬】  
函館マリンフェスティバル【7月中旬】  
市民創作函館野外劇【7～8月の週末】  
函館港まつり【8月1～5日】  
湯の川温泉花火大会【8月中旬】  
はこだて国際民俗芸術祭【8月上旬】



秋

9～11月

函館西部地区バル街【9月】  
はこだてグルメサーカス【9月上旬～中旬】  
函館いか祭り【9月下旬～10月上旬】  
はこだてカルチャーナイト【9月下旬～10月上旬】  
はこだてMOMI-Gフェスタ【10月中旬～11月上旬】



冬

12～3月

函館港イルミネーション映画祭【12月上旬】  
はこだてクリスマスファンタジー【12月1～25日】  
HAKODATE LUMI-POP【12～2月】  
函館駅前広場イルミネーション【12～2月】  
はこだて冬フェスティバル【12～2月】  
湯の川冬の灯り【12～2月】  
五稜星の夢【12～2月】  
恵山ごっこまつり【2月上旬】  
はこだてFOODフェスタ【2月】



※イベント名：函館市発行「函館旅時間」より抜粋

# 当協会事務局所管のイベント

HITCA

## 函館港まつり



期間／8月1日～5日  
主催／函館港まつり実行委員会  
主な内容／  
道新花火大会  
ワッショイはこだて（十字街・松風コース）  
ワッショイはこだて（千代台・五稜郭コース）  
ほか

## はこだて冬フェスティバル



期間：12月1日～2月末  
主催：はこだて冬フェスティバル実行委員会  
主な内容／  
はこだてイルミネーション  
（二十間坂、八幡坂、開港通り）  
はこだて冬花火  
はこだてひかりのガーデン  
ほか

## はこだてクリスマスファンタジー



期間：12月1日～25日  
主催：はこだてクリスマスファンタジー実行委員会  
主な内容／  
クリスマスツリーイルミネーション点灯  
点灯式・花火打ち上げ  
スーパバー  
天使たちのクリスマス絵画展  
ほか

④函館の主な観光イベントと集客効果

# 函館港まつり

HITCA



昭和9年の大火で函館市が大きな痛手を受けたことを契機として、市民の慰安と気分一新を図るため、翌年の昭和10年より7月1日を開港記念日に制定するとともに、函館港まつり開始。

初回：昭和10年～（2024年度で85回目）

期間：8月1日～5日（当初は7月開催）

主催：函館港まつり実行委員会（当初協賛会）

※平成6年より当協会に事務局移管

回数	年	沿革・主なイベント内容
1	昭和10	万灯行列、大名行列、花電車運転、函館港おどり
19	昭和31	第1回花火大会
21	昭和33	開港100年記念、協賛会事務局商工会議所移管
23	昭和35	第1回一万人パレード（日中開催）
26	昭和38	第1回陸上自衛隊山車制作
29	昭和41	開催日を8月に移行
30	昭和42	函館音頭誕生、協賛会事務局函館市移管
35	昭和47	一万人パレード夜間開催
37	昭和49	歩行者天国開始
43	昭和55	第一回ミスはこだてコンテスト、函館いか踊り誕生
44	昭和56	函館いか踊り初参加
45	昭和57	いいんでないかい誕生
48	昭和60	開港セレモニー実施
49	昭和61	オープニングステージミス参加（長崎・横浜・神戸）
50	昭和62	一万人パレードを2部に分ける
51	昭和63	閉会式実施、パレードコース東雲線で実施
52	平成元	一万人踊りパレード2日間実施、青森ねぶた参加
53	平成2	五稜郭コース実施、青森に函館いか踊り派遣
57	平成6	港まつり実行委員会設立（協賛会解散）事務局観光協会移管
59	平成8	三万人パレードに名称変更
61	平成10	パレード新ネーミング募集
62	平成11	ワッシュョイはこだてに名称変更
75	平成24	東京ディズニーリゾートパレード参加
79	平成28	東京ディズニーシー15周年スペシャルパレード参加
83	令和4	函館港まつり復活開催（令和2、3年はコロナ禍で中止）

④函館の主な観光イベントと集客効果

# 函館港まつり

HITCA

## 函館港まつり「ワッショイはこだて」参加団体推移

年／ 開港○周年	十字街・松風 団体数／人数	堀川・五稜郭 団体数／人数	合計 団体数／人数	備考
H12/141	67/10,014	94/13,512	161/23,526	
H13/142	72/10,928	86/12,519	158/23,447	
H14/143	63/10,325	91/13,056	154/23,381	
H15/144	66/9,106	41/6,322	107/15,428	五稜郭8/4順延
H16/145	63/8,304	90/12,473	153/20,777	
H17/146	69/9,571	84/12,341	153/21,912	
H18/147	63/8,740	80/11,699	143/20,439	
H19/148	66/9,295	79/12,189	145/21,484	
H20/149	62/10,144	8/2・3中止	62/10,144	8/4十字街のみ
H21/150	78/9,266	82/11,643	160/20,909	
H22/151	61/8,627	84/12,761	145/21,388	
H23/152	64/8,740	82/12,287	146/21,027	
H24/153	63/8,349	81/13,502	144/21,851	
H25/154	65/9,445	71/11,518	136/20,963	
H26/155	63/8,662	77/11,770	140/20,432	
H27/156	65/8,960	74/11,788	139/20,748	
H28/157	58/8,835	86/12,343	144/21,178	
H29/158	66/9,798	81/12,010	147/21,808	
H30/159	53/7,815	85/13,577	138/21,392	五稜郭コース短縮
R1/160	62/9,237	80/13,034	142/22,271	
R4/164	20/1,435	十字街のみ	20/1,435	規模縮小開催
R5/165	37/5,194	43/6,974	80/12,168	

※H30より堀川・五稜郭コースは千代台・五稜郭コースに変更

※R2・R3はコロナ禍で開催中止

④函館の主な観光イベントと集客効果

# はこだて冬フェスティバル

HITCA



市民に冬の函館を親んでもらうため、元町公園を会場に歌謡ショー、物産展や飲食コーナーなどにより開催。10回目以降は観光客にも喜ばれるイベントを目差し、随時内容を更新。

初回：昭和61年～（2024年度で39回目）

期間：12月1日～2月末日

主催：はこだて冬フェスティバル実行委員会

※平成5年より当協会に事務局移管

回数	年	沿革・主なイベント内容	主なイベント会場
1	昭和61	市民参加型イベント（歌謡ショー、物産展、飲食コーナー等）	元町公園
10	平成7	パレンタインファンタジー、五稜郭ファミリーイベント	元町公園、基坂、五稜郭公園
12	平成9	パレンタインファンタジー、五稜郭ファミリーイベント、八幡坂イルミネーション	元町公園、基坂、五稜郭公園、八幡坂
18	平成15	はこだてイルミネーション、光の小径、五稜郭ファミリーイベント	二十間坂、八幡坂、基坂、元町公園、五稜郭公園
29	平成26	はこだてイルミネーション、光の小径、冬花火	二十間坂、八幡坂、基坂、元町公園、函館港
33	平成30	はこだてイルミネーション、冬花火	二十間坂、八幡坂、基坂、元町公園、函館港
38	令和5	はこだてイルミネーション、冬花火、ひかりのガーデン	二十間坂、八幡坂、基坂、元町公園、函館港、駅前

**（参考） イベント期間（12～2月）における入込客数の推移**

項目	S61	H5	H10	H20	H28	R4
各年度年間入込客数（千人）	2,990	4,815	5,392	4,562	5,607	4,547
12月～2月の入込客数（千人）	165	377	474	512	801	797
12月～2月の年間対比割合（%）	5.5	7.8	8.8	11.2	14.3	17.5

④函館の主な観光イベントと集客効果

# はこだてクリスマスファンタジー

HITCA



平成9年に函館市開催の星形城郭サミットで姉妹都市のカナダ・ハリファックス市長の参加を契機にクリスマスツリーとしてもみの木が贈られ、イベント活用によりスタート。

初回：平成10年～（2024年度で27回目）

期間：12月1日～25日

主催：はこだてクリスマスファンタジー実行委員会

※平成21年より当協会に事務局移管

回数	年	沿革・主なイベント内容
1	平成10	実行委員会会長として青年会議所理事長が就任（事務局J.C）
4	平成13	実行委員会会長として観光協会会長が就任
10	平成19	スーパードーム開始
12	平成21	事務局観光協会移管、クリファン支援機構設立
14	平成23	弘前市ひろさきナイト初参加
23	令和2	コロナ禍により縮小開催（ステージイベント&スーパードーム無）
24	令和3	コロナ禍により縮小開催（ステージイベント&スーパードーム無）
25	令和4	スーパードーム5店舗で縮小開催
26	令和5	スーパードーム9店舗、J.R.A特別協賛PROJECTION MAPPING

（参考）イベント期間（12月）における入込客数の推移

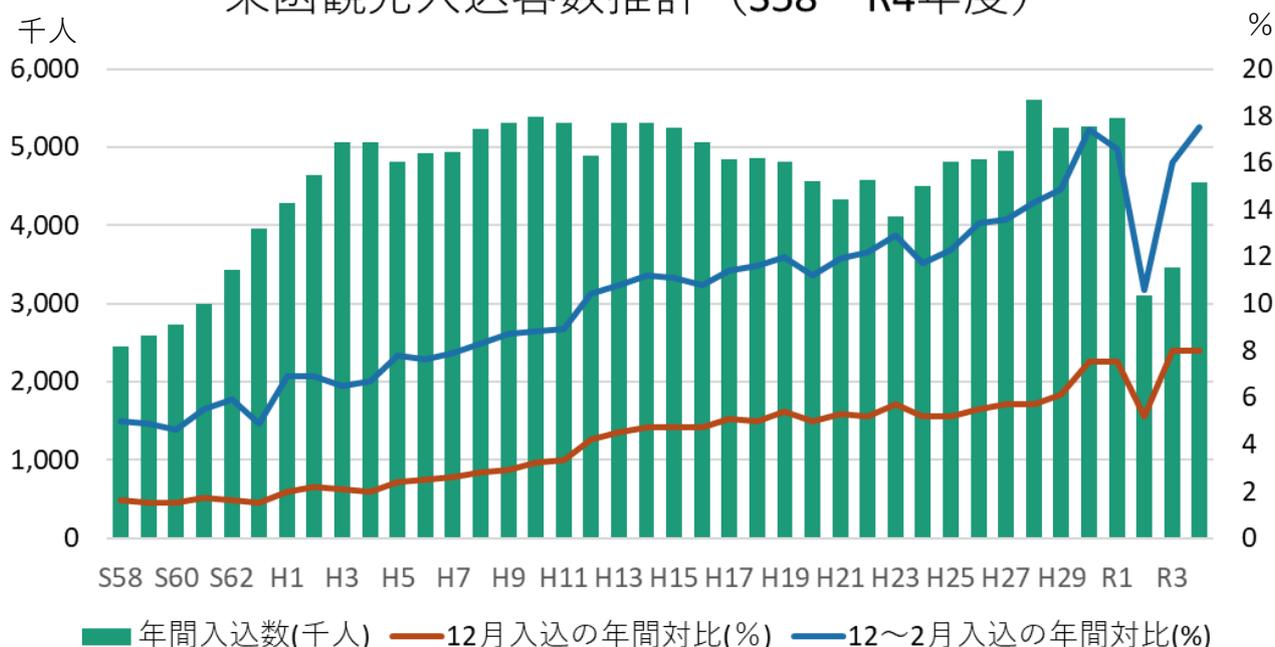
項目	S61	H5	H10	H20	H28	R4
各年度年間入込客数（千人）	2,990	4,815	5,392	4,562	5,607	4,547
12月の入込客数（千人）	50	118	172	230	319	364
12月の年間対比割合（%）	1.7	2.4	3.2	5.0	5.7	8.0

④函館の主な観光イベントと集客効果

# イベントの集客効果

HITCA

来函観光入込客数推計（S58～R4年度）



出典：函館市観光部観光企画課「来函入込客数推計」

- 昭和61年～**はこだて冬フェスティバル開始**
- 昭和63年～青函トンネル開業、函館山展望台完成、大型ロープウェイ運行開始
- 平成5年～北海道南西沖地震、レトロ電車運行開始
- 平成6年～金森洋物館開店
- 平成9年～ゴンドラ型ロープウェイ運行
- 平成10年～**はこだてクリスマスファンタジー開始**
- 平成11年～函館空港3,000m拡張
- 平成12年～有珠山噴火
- 平成14年～東北新幹線八戸開業、BAY函館開店
- 平成18年～新五稜郭タワー開業
- 平成22年～箱館奉行所開館
- 平成23年～東日本大震災
- 平成24年～函館－台湾間定期航空路開設
- 平成28年～北海道新幹線開業
- 令和2年～新型コロナウイルス感染症発生
- 令和5年～新型コロナウイルス感染症5類移行