

## 閑散期における観光に関する研究

### －定期観光バス及び3つのイベントの調査

大橋 美幸

#### I. はじめに

観光需要には季節的な変動があり、閑散期に対応して、繁忙期とは異なるアクティビティプログラムが準備されたり、お祭りなどの季節イベントを実施する取り組みが行われている。観光都市・函館市は年間500万人弱の観光客が訪れているが、その2/3が4月～9月（繁忙期）に集中し、10月～3月（閑散期）の観光客数は繁忙期の半数程度である【図表1.1】。今回、閑散期に函館市内の観光スポットをめぐる定期観光バスの利用者に対して、冬の函館観光の魅力と課題について意識調査を行った。加えて、函館市内では閑散

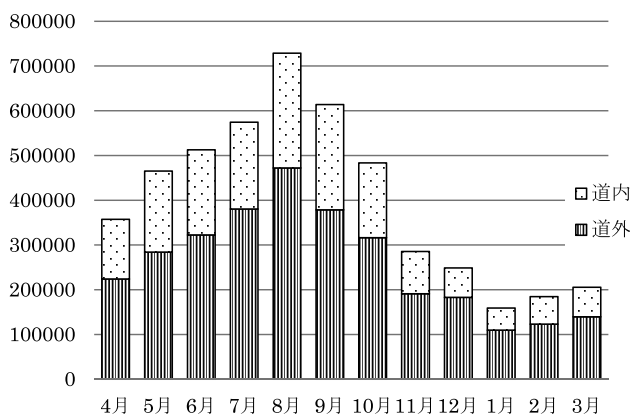


図1.1 平成25年度、市内観光客入込客数

期に観光客を呼び込もうとさまざまな観光イベントが行われており、今回、秋冬の3つの観光イベントを取り上げて調査を行った。観光イベントのうち2つは観光スポットで行われる紅葉、クリスマスに関連した季節イベントであり、もう1つは季節と関連なく毎年同時期に観光スポットで行われている文化イベントである。現状を把握し、観光需要の季節的な変動への対策として今後の可能性をまとめる。

## Ⅱ. 閑散期の観光の魅力と課題

### 1. 調査方法

2014年12月中旬から2015年1月上旬、定期観光バス乗客に対してアンケート調査を行った。定期観光バスは11月から3月の閑散期に予約があれば毎日実施されており、湯の川温泉または函館駅前から出発し、函館山（日中）、元町の坂道と教会群、ベイエリア・赤レンガ倉庫群、五稜郭公園・五稜郭タワー、トラピスチヌ修道院という函館市内の観光スポットをおおむねめぐるものである。アンケート用紙をバスの座席に準備しておき、コース終了後に記載されたものを回収した。

調査項目は、回答者基本属性（性別、年代、居住地）、閑散期の函館観光で魅力的だと思う点、課題や要望などである。

### 2. 調査結果

#### （1）回答者基本属性

回収数447人。男性207人（47.8%）、女性226人（52.2%）【図2.1】。男女半数ずつくらいである。

年代は19歳以下16人（3.6%）、20代40人（9.0%）、30代55人（12.4%）、40代82人（18.6%）、50代103人（23.3%）、60代93人（21.0%）、70歳以上53人（12.0%）【図2.2】。40代・50代・60代がそれぞれ2割であった。

居住地は北海道内31人（6.9%）、東北69人（15.4%）、関東甲信越206人

(46.0%)、中部・近畿96人(21.5%)、中国・四国30人(6.7%)、九州・沖縄6人(1.3%)、海外9人(2.0%)【図2.3】。関東甲信越が半数近く、中部・近畿が2割であった。海外は台湾、マレーシア、オーストラリアであった。

今回の旅程は函館のみ307人(74.9%)、函館以外を含む道南の観光62人(15.1%)、道南以外を含む北海道各地の観光36人(8.8%)、その他5人(1.2%)【図2.4】。函館のみが3/4を占めていた。その他には東京や東北の周遊や帰省などがあった。

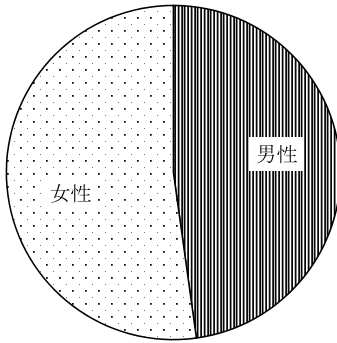


図2.1 回答者基本属性（性別）

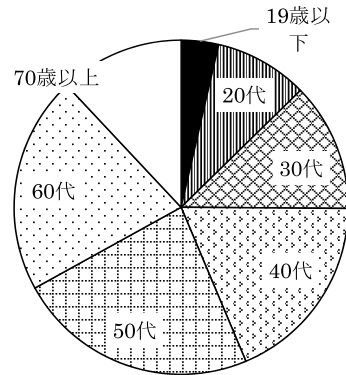


図2.2 回答者基本属性（年代）

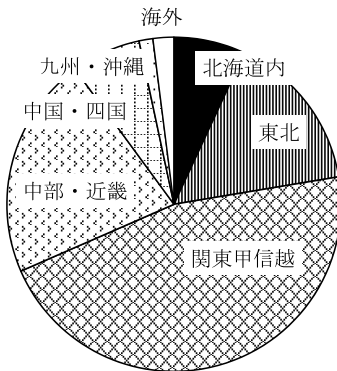


図2.3 回答者基本属性（居住地）

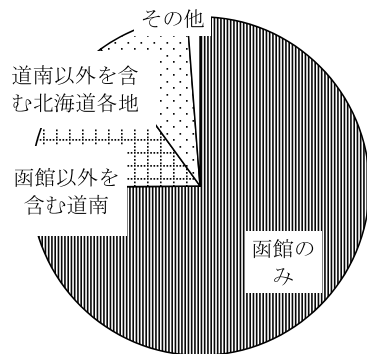


図2.4 今回の旅程

## (2) 冬の函館観光の魅力と課題

冬の函館観光で魅力だと思う点は445人の複数回答で、雪景色263人(59.1%)、雪や寒さ64人(14.4%)、通常の観光スポットめぐり92人(20.7%)、温泉189人(42.5%)、魚介類などの冬の味覚275人(61.8%)、街のイルミネーションや冬花火108人(24.3%)、旅費・宿泊費の冬期の価格33人(7.4%)、その他3人(0.6%)【図2.5】。魚介類などの冬の味覚、雪景色がそれぞれ6割であり、温泉が4割であった。その他には「観光客が少ないのでゆっくり観光できる」などがあつた。

年代別では街のイルミネーションや冬花火は19歳以下・20代で人気が高い傾向があり、温泉は70歳以上で人気が高い傾向がある。居住地では北海道内や東北以外で雪景色の人気が高い傾向があり、北海道内や東北では逆に通常の観光地めぐりの人気が高い傾向がある。

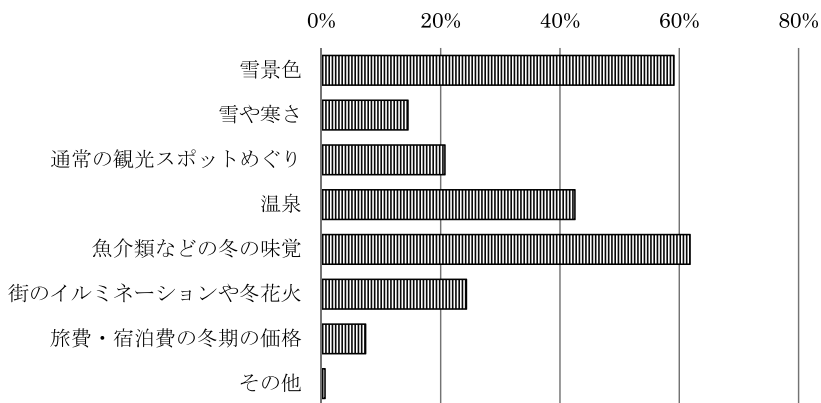


図2.5 冬の函館観光で魅力だと思う点

冬の函館観光の課題や要望は440人の複数回答で「雪道の歩き方などの案内が必要」64人（14.5%）、「寒さ対策について一層の情報提供が必要」50人（11.4%）、「冬のイベントがあれば良い」182人（41.4%）、「スキーなどができる」と良い」19人（4.3%）、「冬限定のスイーツや味覚があれば良い」114人（25.9%）、「暖かい屋内で過ごせる観光スポットがもっとあれば良い」63人（14.3%）、「その他」4人（0.8%）【図2.6】。「冬のイベントあれば良い」が4割、「冬限定のスイーツや味覚があれば良い」が1/4であった。「その他」にはロードヒーティング、悪天候の情報が欲しいなどがあった。

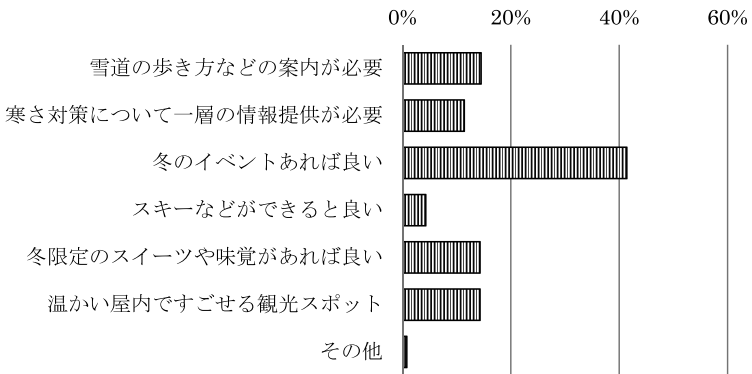


図2.6 冬の函館観光の課題と要望

### (3) 冬の北海道のイベントの経験

冬の北海道のイベントの経験は437人の複数回答で、はこだてクリスマスファンタジー 31人 (7.1%)、さっぽろ雪まつり 131人 (30.0%)、冬の旭山動物園85人 (19.5%)、流水観光船50人 (11.4%)、美瑛の冬景色27人 (6.2%)、小樽雪あかりの路51人 (11.7%)、その他30人 (6.9%)【図2.7】。さっぽろ雪まつりが3割、冬の旭山動物園が2割であった。はこだてクリスマスファンタジーは1割に満たなかった。その他はスキーが多く、ニセコ、富良野などの名前があがっていた。

年代別では、60代・70歳以上で各地の観光スポットを訪れている人が多い傾向が見られた。居住地では、北海道内の人でさっぽろ雪まつり、小樽雪あかりの路が比較的多くなっていた。

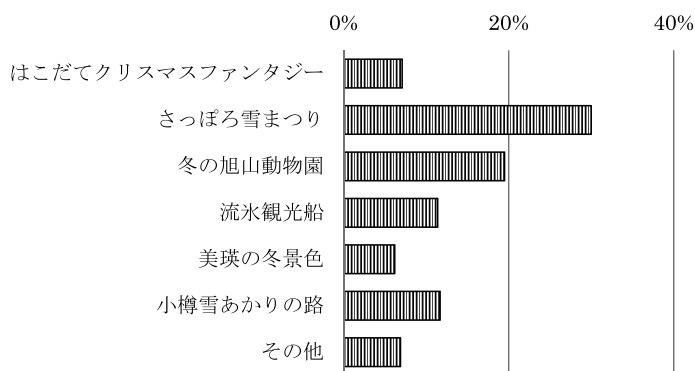


図2.7 冬の北海道のイベントの経験

#### (4) これまでに函館を訪れた経験

函館にこれまでに来た経験は、春から秋は「来たことがない」174人(42.5%)、「1回」67人(16.4%)、「2～3回」108人(26.4%)、「4回以上」60人(14.7%)【図2.8】。春から秋に来たことがなく、冬にはじめて訪れた人が4割である。

春から秋に函館に来た経験がある251人に、春から秋に訪れた函館市内の観光スポットを尋ねたところ、「函館山(日中)」95人(37.8%)、「元町の坂道と教会群」123人(49.0%)、「バイエリア・赤レンガ倉庫群」125人(50.0%)、「五稜郭公園・五稜郭タワー」139人(55.6%)、「トラピスチヌ修道院」108人(43.2%)、「湯の川温泉」87人(34.8%)、「いずれにも行ったことがない」24人(9.6%)【図2.9】。「五稜郭公園・五稜郭タワー」、「バイエリア・赤レンガ倉庫群」、「元町の坂道と教会群」は半数程度であり、「函館山(日中)」、「トラピスチヌ修道院」も4割程度である。「いずれにも行ったことがない」は1割に満たない。春から秋に函館に来たことがある人は、春から秋に一度訪れた観光スポットに、冬に定期観光バスを利用して再び訪れていることがわかる。

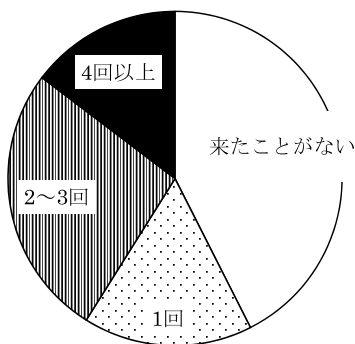


図2.8 これまでに函館を訪れた経験(春から秋)

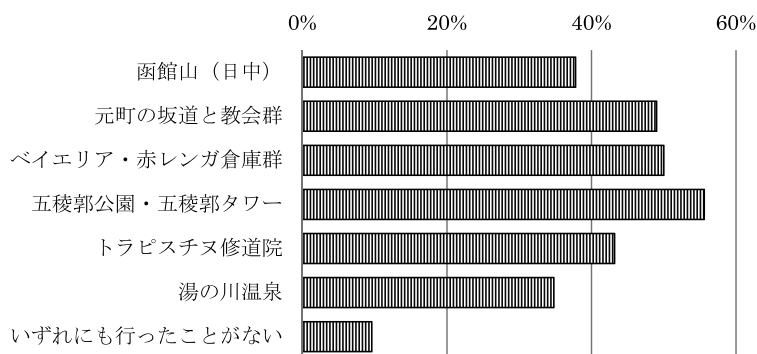


図2.9 春から秋に訪れたことがある函館市内の観光スポット  
(春から秋に函館に来たことがある人のみ)

冬は「はじめて」304人（73.6%）、「2～3回目」94人（22.8%）、「4回目以上」15人（3.6%）【図2.10】。冬に何度も訪れているリピーターが1/4程度いる。

これまでに冬に訪れたことがある函館市内の観光スポットは350人の複数回答で「函館山（日中）」51人（14.6%）、「元町の坂道と教会群」70人（20.0%）、「ペリエリア・赤レンガ倉庫群」94人（26.9%）、「五稜郭公園・五稜郭タワー」66人（18.9%）、「トラピスチヌ修道院」44人（12.6%）、「湯の川温泉」77人（22.0%）、「いずれにも行ったことはなかった」174人（49.7%）【図2.11】。「いずれにも行ったことはなかった」が半数近く、定期観光バスを利用してはじめて冬の函館の観光スポットを訪れていることがわかる。ただし、「ペリエリア・赤レンガ倉庫群」、「湯の川温泉」、「元町の坂道と教会群」は2割以上であり、一定程度の冬の観光スポットのリピーターが居ることがわかる。

これまでに何度も冬の函館を訪れた人で、冬の函館観光の課題や要望について「冬限定のスイーツや味覚があれば良い」が多い傾向がみられた。他の項目であまり差は見られず、何度も冬の函館を訪れている人で函館観光への希望が、寒さ対策についての情報提供、冬のイベントなどだけではなく、冬



限定のスイーツや味覚などに移っていくことがわかる。冬の函館観光の頻回  
なりピーター確保のためには冬限定メニューの開発が必要と考えられる。

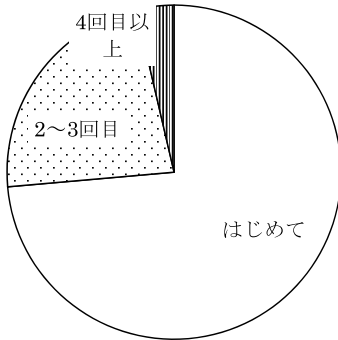


図2.10 これまでに函館を訪れた経験（冬）

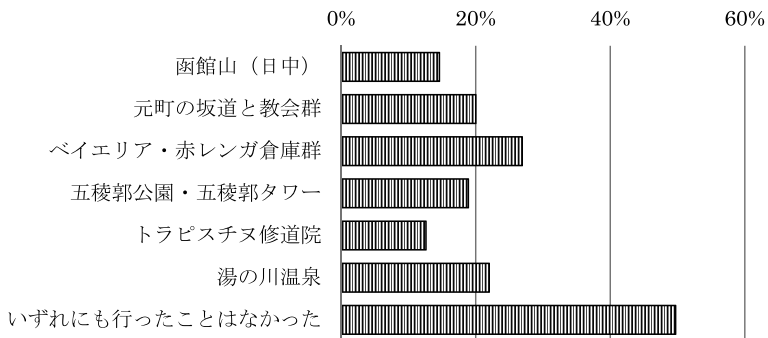


図2.11 これまでに冬に訪れたことがある函館の観光スポット

### 3. まとめ

春から秋に来たことがなく冬にはじめて函館に来た人が4割おり、必ずしも春から秋に来た人が冬に再訪しているとは限らず、冬の観光のために函館に来ている人がいることがわかる。逆に、春から秋に函館に来たことがある人は、春から秋に一度訪れた観光スポットに、冬に再び訪れている。

加えて、冬に何度も訪れている人が1/4いる。今回の定期観光バスを利用する前に、2割の人がベイエリア・赤レンガ倉庫群、湯の川温泉、元町の坂道と教会群を訪れたことがあり、一定程度のリピーターがいることがわかる。

冬の函館観光の魅力として、魚介類などの冬の味覚、雪景色などがあげられており、冬のイベントや冬限定のスイーツや味覚への要望があがっている。特に冬の函館の頻回なりピーターで、冬限定のスイーツや味覚への要望が高い傾向があり、これらの解決が望まれる。

### Ⅲ. 紅葉の季節イベント

#### 1. イベント概要

函館市内の名勝庭園である香雪園において、毎年10月下旬から11月上旬にかけて、紅葉のライトアップ、ミニライブ、古い庭園（園亭）の抹茶席・雅楽、手工芸の体験会などが行われている。入場無料であり、抹茶席、手工芸の体験会のみ実費負担である。市民だけでなく、各地からの観光ツアーのコースにも組み込まれ、多数の観光客が訪れている。

香雪園は桜の名所でもあり、雪景色も楽しむことができる。ほたる池があり、蛍が飼育されている。ミニライブ、手工芸の体験会などが行なわれる「緑のセンター」では、年数回、講座やイベントが行われている。

#### 2. 調査方法

2014年10月下旬から11月上旬、香雪園において来訪者に対してアンケート調査を行った。調査日にアコーディオン、ピアノ演奏などのミニライブ、ミニ風づくりの体験会、抹茶席・雅学が行われた。

調査項目は、回答者基本属性（性別・年代・居住地）、香雪園を訪れた経験、函館市内の交通手段、函館近郊で香雪園前後に立ち寄る観光スポット、イベントで体験したプログラムの満足度などである。

函館市内及び函館市以外の渡島・檜山管内を「函館近郊」、渡島・檜山管内以外の道内、北海道以外を「函館近郊以外」として比較を行った。

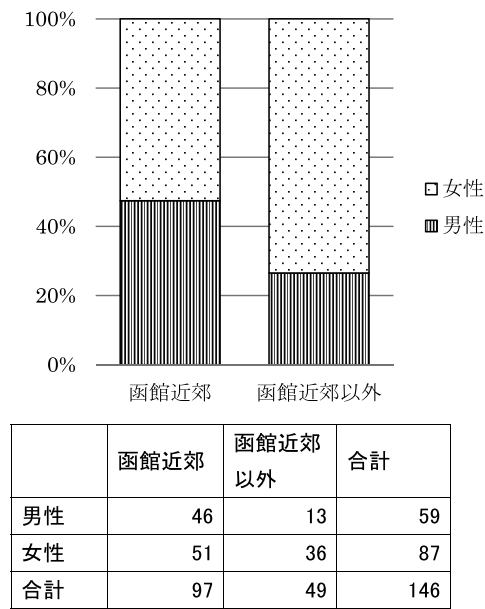
#### 3. 調査結果

##### (1) 回答者基本属性

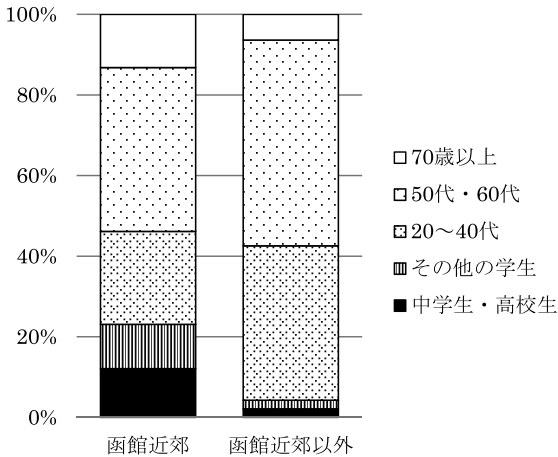
回答者数151人。男性62人(41.3%)、女性88人(58.7%)、女性が6割であった。

中学生・高校生12人(8.5%)、その他学生11人(7.9%)、20～40代40人(28.6%)、50代・60代62人(44.3%)、70歳以上15人(10.7%)。50代・60代が4割であった。

函館市内80人(54.4%)、函館市以外の渡島・檜山管内18人(12.2%)、渡島・檜山管内以外の道内8人(5.4%)、北海道以外41人(27.9%)。函館市内が半数、北海道以外が3割であった。函館市内は香雪園周辺の戸倉町(38人)、高丘町(8人)が多い。函館市以外の渡島・檜山管内は函館近隣の七飯町(9人)、北斗市(7人)が多い。渡島・檜山管内以外の北海道は札幌(5人)が多かった。北海道以外は東北15人、関東甲信越11人、中部6人、近畿3人であった。函館近郊以外で女性が多く、やや年配の傾向がみられた【図表3.1、3.2】。



図表3.1 回答者基本属性（性別）



	函館近郊	函館近郊以外	合計
中学生・高校生	11	1	12
その他の学生	10	1	11
20～40代	21	18	39
50代・60代	37	24	61
70歳以上	12	3	15
合計	91	47	138

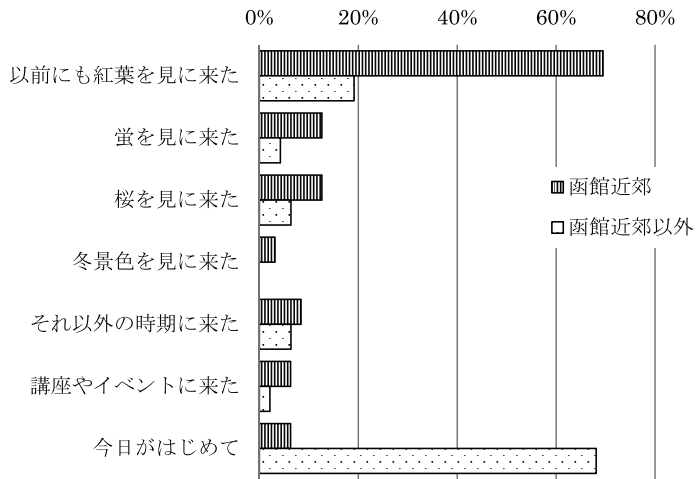
図表3.2 回答者基本属性（年代）

## （２）香雪園を訪れた経験

回答者数145人の複数回答で「今日がはじめて」39人（26.9%）、「以前にも紅葉を見に来た」76人（52.4%）、「蛍を見に来た」14人（9.7%）、「桜を見に来た」15人（10.3%）、「冬景色を見に来た」3人（2.1%）、「それ以外の時期に来た」11人（7.6%）、「講座やイベントに来た」7人（4.8%）、「その他」4人（2.8%）。「以前にも紅葉を見に来た」が半数、「今日がはじめて」

が3割、「桜を見に来た」が1割であった。

居住地別にみると、函館近郊は7割が「以前にも紅葉を見に来た」ことがあり、蛍や桜など他の時期にも来たことがある人が1割であった。函館近郊以外では「今日がはじめて」が7割近かった【図表3.3】。



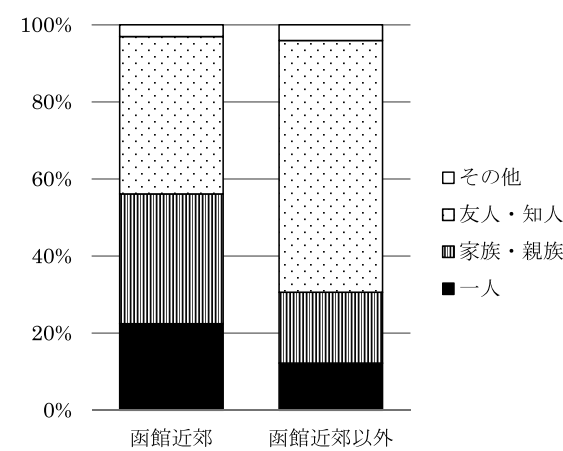
	函館近郊 (n=95)	函館近郊 以外 (n=47)
以前にも紅葉を見に来た	66	9
蛍を見に来た	12	2
桜を見に来た	12	3
冬景色を見に来た	3	0
それ以外の時期に来た	8	3
講座やイベントに来た	6	1
今日がはじめて	6	32

図表3.3 香雪園を訪れた経験

(3) 同行者、交通手段

調査日の同行者は「一人」28人(18.7%)、「家族・親族」44人(29.3%)、「友人・知人」73人(48.7%)、「その他」5人(3.3%)。「友人・知人」が半数、「家族・親族」が3割であった。

居住地別にみると、函館近郊以外で「一人」、「家族・親族」が比較的少なく、「友人・知人」が多くなっていた【図表3.4】。

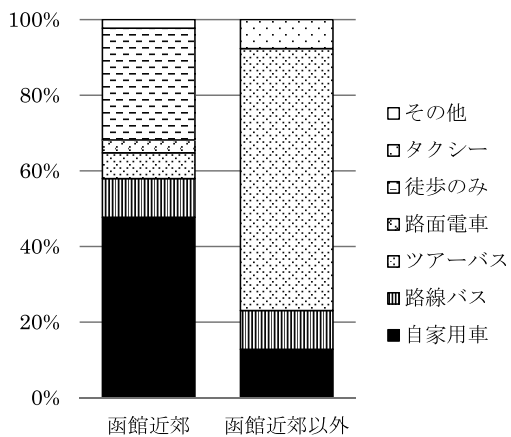


	函館近郊	函館近郊以外	合計
一人	22	6	28
家族・親族	33	9	42
友人・知人	40	32	72
その他	3	2	5
合計	98	49	147

図表3.4 同行者

函館市内の香雪園への交通手段は「自家用車」48人（31.8%）、「路線バス」14人（9.3%）、「ツアーバス」34人（22.5%）、「路面電車」3人（2.0%）、「徒歩のみ」26人（17.2%）、「タクシー」3人（2.0%）、「その他」2人（1.3%）。「自家用車」が3割、「ツアーバス」、「徒歩のみ」の順であった。「その他」には自転車などがあった。

居住地別にみると、函館近郊では「自家用車」が半数近く、函館近郊以外では「ツアーバス」が7割であった【図表3.5】。



	函館近郊	函館近郊以外	合計
自家用車	42	5	47
路線バス	9	4	13
ツアーバス	6	27	33
路面電車	3	0	3
徒歩のみ	26	0	26
タクシー	0	3	3
その他	2	0	2
合計	88	39	127

図表3.5 函館市内の交通手段



#### (4) 函館近郊以外の人が函館近郊で立ち寄るところ

函館近郊以外の人が調査日（ツアーの場合は今回の旅行で）、香雪園の前後に函館近郊で立ち寄るところは46人の複数回答で、他の観光スポットでは「湯の川温泉」16人（34.8%）、「トラピスチヌ修道院」7人（15.2%）、「五稜郭公園」25人（54.3%）、「函館駅前と朝市」5人（10.9%）、「函館山」18人（39.1%）、「西部地区の教会群と坂道」2人（4.3%）、「大沼公園」17人（37.0%）。「五稜郭公園」が最も多く、「函館山」、「大沼公園」、「湯の川温泉」の順であった【図3.6】。

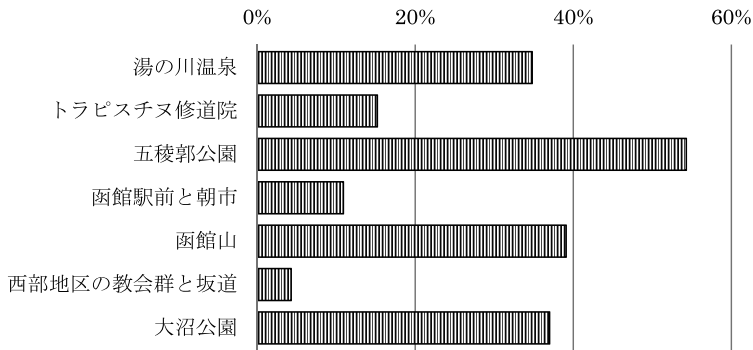


図3.6 函館近郊以外の人がイベント前後に立ち寄る観光スポット

飲食店では「香雪園周辺」1人（2.2%）、「湯の川温泉周辺」16人（34.8%）、「五稜郭周辺」14人（30.4%）、「函館駅前」4人（8.7%）。「湯の川温泉周辺」、「五稜郭周辺」がそれぞれ3割であった【図3.7】。

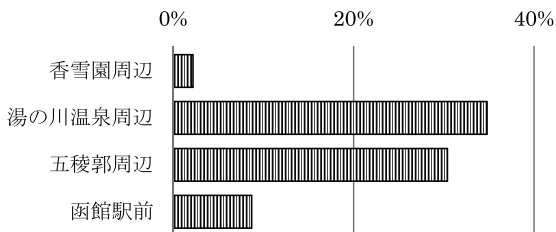


図3.7 函館近郊以外の人がイベント前後に立ち寄る飲食店

買い物先では「香雪園周辺」1人(2.2%)、「湯の川温泉周辺」12人(26.1%)、「五稜郭周辺」16人(34.8%)、「函館駅前」4人(8.7%)。「五稜郭周辺」、「湯の川温泉周辺」がそれぞれ3割であった【図3.8】。

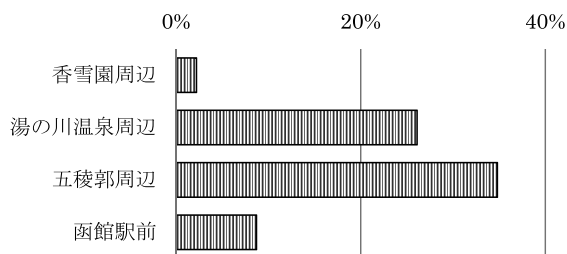


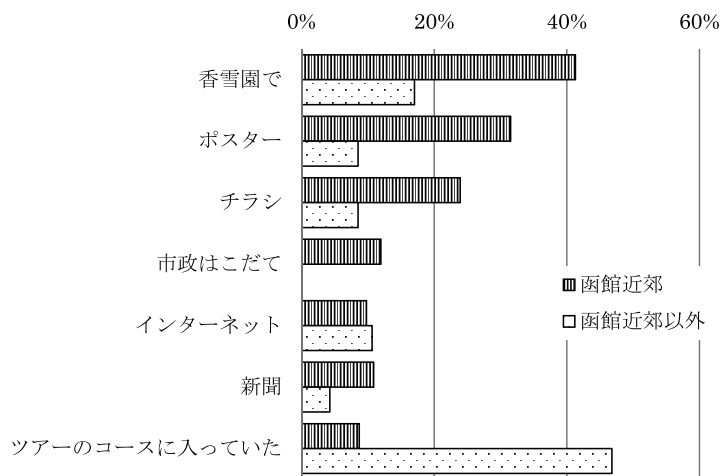
図3.8 函館近郊以外の人がイベント前後に立ち寄る買い物先

#### (5) 知った経緯、満足度

紅葉の季節イベントを知った経緯は142人の複数回答で、「香雪園で」46人(32.4%)、「ポスター」34人(23.9%)、「チラシ」26人(18.3%)、「市政はこだて」11人(7.7%)、「インターネット」14人(9.9%)、「新聞」13人(9.2%)、「ツアーのコースに入っていた」30人(21.1%)、「その他」13人(9.1%)。「香雪園で」が3割、「ポスター」、「チラシ」、「ツアーのコースに入っていた」がそれぞれ2割であった。「その他」には友人などがあつた。

居住地別にみると、函館近郊は「香雪園で」、「ポスター」が多く、函館近郊以外は「ツアーのコースに入っていた」が多かった【図表3.9】。

	函館近郊 (n=92)	函館近郊 以外 (n=47)
香雪園で	38	8
ポスター	29	4
チラシ	22	4
市政はこだて	11	0
インターネット	9	5
新聞	10	2
ツアーのコースに入っていた	8	22

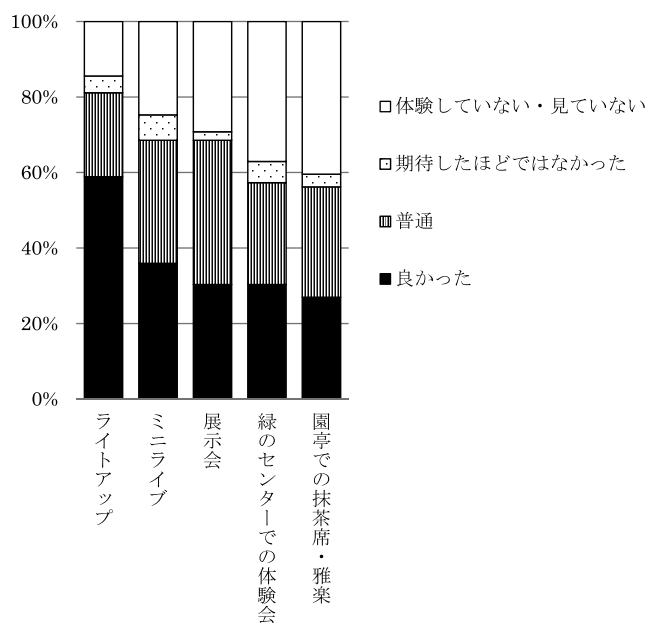


図表3.9 イベントを知った経緯

イベントのプログラムの満足度は、ライトアップで「良かった」83人(63.4%)、「普通」23人(17.6%)、「期待したほどではなかった」4人(3.1%)、「体験していない・見ていない」21人(16.0%)。ミニライブで「良かった」45人(34.4%)、「普通」38人(29.0%)、「期待したほどではなかった」9人(6.9%)、「体験していない・見ていない」39人(29.8%)。展示会で「良かった」42人(32.1%)、「普通」41人(31.3%)、「期待したほどではなかった」4人(3.1%)、「体験していない・見ていない」44人(33.6%)。緑のセンターでの体験会で「良かった」38人(29.0%)、「普通」35人(26.7%)、「期待していたほどではなかった」6人(4.6%)、「体験していない・見ていない」52人(39.7%)。園亭での抹茶席・雅楽で「良かった」38人(29.0%)、「普通」33人(25.2%)、「期待したほどではなかった」4人(3.1%)、「体験していない・見ていない」56人(42.7%)。

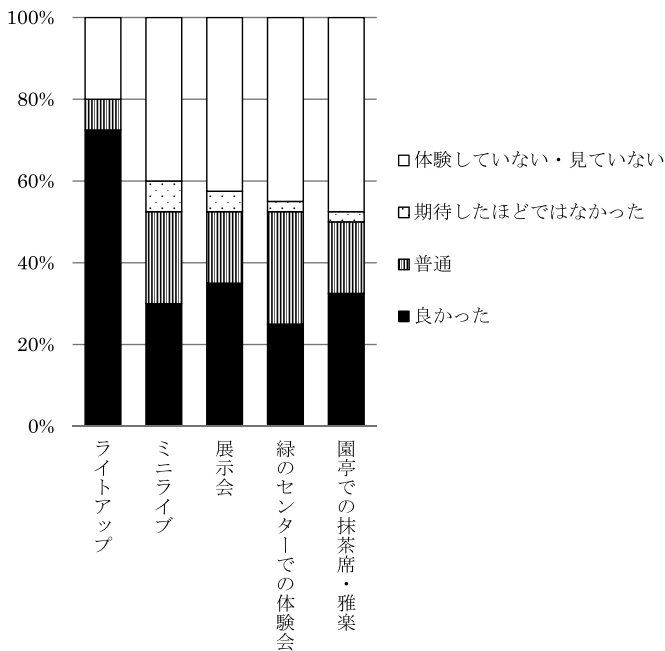
函館近郊、函館近郊以外ともにイベントのプログラムを体験したことがある・見たことがある人は「良かった」、「普通」と答え、ほぼ満足していた【図表3.10、3.11】。

自由記入で「きれいだった」、「写真がきれいにとれた」、「子どもが喜んでくれてうれしかった」などの意見があった。「紅葉を毎年見ているがすばらしい」、「もう一度来たい」という声もあり再度の来園が期待できる。「ライトアップがきれい」、「ミニライブが良かった」などの意見がある一方で、「もっと宣伝をした方が良い」、「軽く食べられるところが欲しい」、「寒くてゆっくりできない」などの声もあがっていた。



	良かった	普通	期待したほどではなかった	体験していない・見ていない	合計
ライトアップ	53	20	4	13	90
ミニライブ	32	29	6	22	89
展示会	27	34	2	26	89
緑のセンターでの体験会	27	24	5	33	89
園亭での抹茶席・雅楽	24	26	3	36	89

図表3.10 イベントの満足度（函館近郊）



	良かった	普通	期待したほどではなかった	体験していない・見ていない	合計
ライトアップ	29	3	0	8	40
ミニライブ	12	9	3	16	40
展示会	14	7	2	17	40
緑のセンターでの体験会	10	11	1	18	40
園亭での抹茶席・雅楽	13	7	1	19	40

図表3.11 イベントの満足度（函館近郊以外）

#### 4. まとめ

紅葉の季節イベントは「ツアーのコースに入って」おり、函館近郊以外から多くの「はじめて」訪れる人を呼び込んでいる。函館近郊、函館近郊以外ともにイベントのプログラムを体験した人はほぼ満足しており、再度の来園が期待できる意見もある。

函館近郊以外の人は香雪園の前後に、五稜郭公園、函館山、大沼公園、湯の川温泉などの他の観光スポットを訪れ、3割が五稜郭周辺、湯の川温泉周辺で飲食及び買い物をしている。紅葉の季節イベントがきっかけとなり、秋の函館観光につながっていることが分かる。

### Ⅳ. 季節と関連のない文化イベント

#### 1. イベント概要

函館港において、毎年12月はじめの3日間、新人監督による映画を中心に多数の映画が上映される。シナリオ募集や選考なども行われ、多くの受賞作が映画化されている。新人映画作家の育成、函館を舞台にした映画制作を目的としている。

上映場所は市民活動支援センター、観光スポットにある上映ホール2か所の計3か所である。それぞれの場所で3日間に7～9本の映画が上映されており、入場料1本500～1000円で、一日券及び三日券もある。

季節とは関連のない文化イベントであるが、観光スポットを利用して毎年行われるイベントであり、函館市民を含めて多くの来場者を集めている。

#### 2. 調査方法

2014年12月6日（土）・7日（日）、映画祭の全上映場所3か所で来場者アンケートを行った。アンケートは上映会場入口で入場時に配布し、退場時に回収した。

調査項目は、回答者基本属性（性別・年代・居住地）、これまでに来た回数、知った経緯、イベントの担い手としての関わりなどである。

居住地によって、函館市内を「函館市民」、函館市以外道内と北海道以外を「それ以外」として比較を行った。

### 3. 調査結果

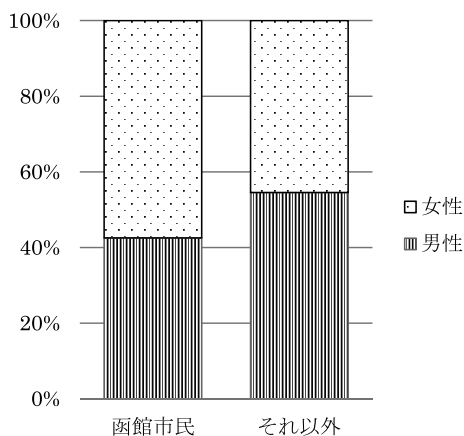
#### (1) 回答者基本属性

回収数131人。男性58人(45.0%)、女性71人(55.0%)。女性が少し多い。

19歳以下6人(4.7%)、20代14人(10.9%)、30代15人(11.6%)、40代32人(24.8%)、50代31人(24.0%)、60代24人(18.6%)、70歳以上7人(5.4%)。40代が1/4と最も多く、50代、60代の順であった。

居住地は、函館市内97人(74.6%)、函館市以外道内20人(15.4%)、北海道以外13人(10.0%)。

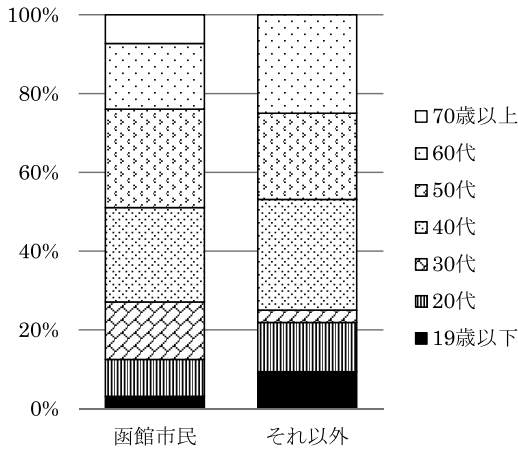
函館市民とそれ以外で、性別や年代に差は見られなかった【図表4.1、4.2】。





		区分		合計
		函館市民	それ以外	
性別	男性	40	18	58
	女性	54	15	69
合計		94	33	127

図表4.1 回答者基本属性（性別）

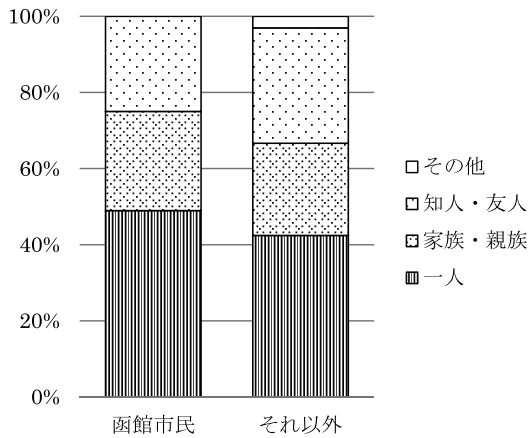


		区分		合計
		函館市民	それ以外	
年代	19 歳以下	3	3	6
	20 代	9	4	13
	30 代	14	1	15
	40 代	23	9	32
	50 代	24	7	31
	60 代	16	8	24
	70 歳以上	7	0	7
合計		96	32	128

図表4.2 回答者基本属性（年代）

(2) 同行者・知った経緯・これまでに来た回数

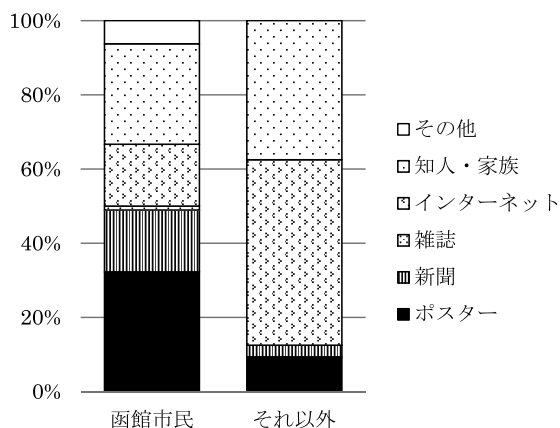
同行者は一人62人 (47.7%)、家族・親族33人 (25.4%)、知人・友人34人 (26.2%)、他1人 (0.8%)。一人が半数近く、家族・親族、知人・友人がおおむね1/4程度ずつであった。函館市民とそれ以外で差は見られない【図表4.3】。



		区分		合計
		函館市民	それ以外	
同行者	一人	47	14	61
	家族・親族	25	8	33
	知人・友人	24	10	34
	その他	0	1	1
合計		96	33	129

図表4.3 同行者

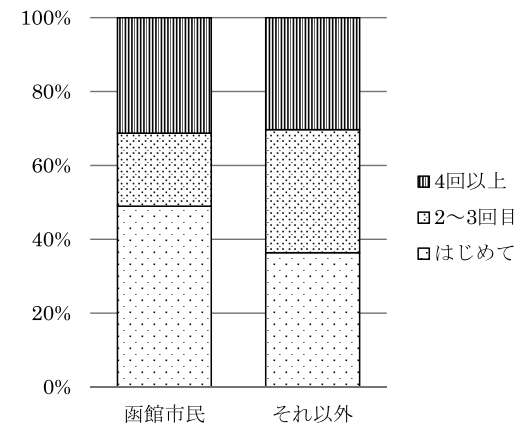
イベントを知った経緯は、ポスター 34 人 (26.6%)、新聞 17 人 (13.3%)、雑誌 1 人 (0.8%)、インターネット 32 人 (25.0%)、知人・家族 38 人 (29.7%)、他 6 人 (4.7%)。知人・家族の口コミが3割と最も多く、ポスター、インターネットがおおむね1/4程度ずつであった。函館以外の人はインターネットが多い。その他にはチラシなどがあった【図表4.4】。



		区分		合計
		函館市民	それ以外	
知った 経緯	ポスター	31	3	34
	新聞	16	1	17
	雑誌	1	0	1
	インターネット	16	16	32
	知人・家族	26	12	38
	その他	6	0	6
合計		96	32	128

図表4.4 イベントを知った経緯

イベントにこれまでに来た回数は、「はじめて」61人(46.6%)、「2～3回目」30人 (22.9%)、「4回以上」 40人 (30.5%)。「はじめて」が半数近いが「4回以上」も3割ある。函館以外の人でも4回以上がある【図表4.5】。



		区分		合計
		函館市民	それ以外	
これまでに 来た回数	はじめて	47	12	59
	2～3 回目	19	11	30
	4 回以上	30	10	40
合計		96	33	129

図表4.5 これまでに来た回数

### (3) 担い手としての関わり、イベントの魅力

担い手としてイベントに関わった経験は128人のうち、自分がシナリオ大賞に応募したことがある3人(2.3%)、自分が制作に関わった映画を上映したことがある5人(3.9%)、自分がスタッフやボランティアでかかわったことがある4人(3.1%)、その他2人(1.6%)。その他には「エキストラで出演」などがあった。担い手として関わったことがある人は少数である【表4.6】。

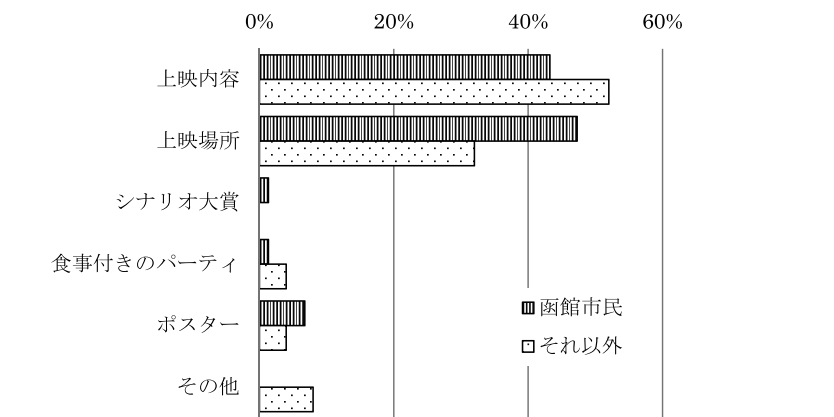
表4.6 イベントへの担い手としての関わり

		区分		合計
		函館 市民	それ 以外	
担い手 としての 関わり	自分がシナリオ大賞に応募したことがある	2	1	3
	自分が制作に関わった映画を上映したことがある	5	0	5
	自分がスタッフやボランティアに関わったことがある	3	1	4
	その他	2	0	2
	担い手として、映画祭に関わったことはない	81	31	112
合計		93	33	126

魅力的だと思ったところは101人の複数回答で、上映内容46人(45.5%)、上映場所44人(43.6%)、シナリオ大賞1人(1.0%)、食事付きパーティ2人(2.0%)、ポスター6人(5.9%)、その他2人(2.0%)。上映内容、上映場所がそれぞれ4割であり、上映場所は特に函館市民が魅力的だと思っている【図表4.7】。

「いつも楽しみにしています」、「応援しています」、「もっと盛り上げて欲しい」などの意見があり、「普段見られないような映画がみられるのはとても良い機会だと思う」、「思いがけない映画で思いがけない感動を感じられること」、「関係者の話が聞けるのも素晴らしい」、「参加者の中から日本の映画を豊かにしてくれる人材があらわれてくれると信じています」などの感想がよせられている。他方で「日程がわかるのが遅い」、「一日券を売っているの

に、タイムテーブルが重なって思うように見られない」、「駐車場がない会場は利用しにくい」、「ドキュメンタリーなど、もう少し選びやすい説明書きが欲しいです」などの意見があった。



		区分		合計
		函館市民	それ以外	
魅力的だと思っ たところ	上映内容	32	13	45
	上映場所	35	8	43
	シナリオ大賞	1	0	1
	食事付きのパーティ	1	1	2
	ポスター	5	1	6
	その他	0	2	2
回答者数		74	25	99

図表4.7 魅力的だと思ったところ

#### （４）函館市民以外の函館市内での宿泊

函館市民以外の32人のうち、23人（71.9%）が当日、函館市内に宿泊している【図4.8】。

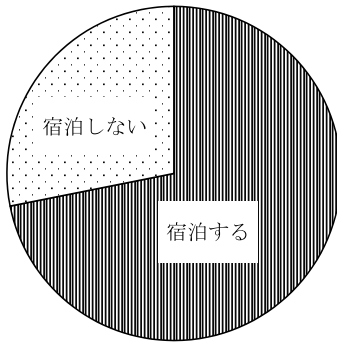


図4.8 函館市民以外の函館市内での宿泊

#### 4. まとめ

イベントに来た回数は「はじめて」が半数近いが「4回以上」も3割ある。函館以外の人でも4回以上があり、函館港ルミナシオン映画祭がはじめての人を引き寄せているとともに、函館以外からも頻回なりピーターを作り出していることがわかる。

担い手として関わったことがある人は少数である。観客と担い手経験者とは異なっている。

魅力的だと思ったところは上映内容と上映場所がそれぞれ4割ずつである。上映内容はもちろんだが、観光スポットである上映場所が高い評価を受けている点の特徴である。

函館市民以外の7割が当日、函館市内に宿泊している。イベントが函館での宿泊をつくりだしていることがわかる。

## V. クリスマスイベント

### 1. イベント概要

赤レンガ倉庫群のある函館港付近において、毎年11月末から12月25日まで、クリスマスイベントが行われる。毎日18:00に巨大ツリーの点灯式が行われ、赤レンガ倉庫群や街周辺がイルミネーションで飾られる。近隣レストランでの食事だけでなく、ワンコイン500円でさまざまな味が楽しめるスープバーがもうけられる。ミニコンサート、ナイトクルーズ、冬の花火なども行われ、観光客が訪れている。

赤レンガ倉庫群ではクリスマスイベント以外に、花火、夏祭りなど一年間を通じて各種イベントが行われている。赤レンガ倉庫を利用した飲食店や雑貨店で、食事や買い物ができ、観光ツアーのコースにも組み込まれている。

### 2. 調査方法

2014年12月、赤レンガ倉庫群のある函館港付近において、来街者アンケートを行った。加えて、クリスマスイベントがコースに組み込まれている定期観光バスにおいて、乗客アンケートを行った。バスの座席にアンケート用紙を事前に準備しておき、コース終了時に記載されているものを回収した。

調査項目は、回答者基本属性（性別・年代・居住地）、イベントを知った経緯、来街目的、満足度などである。

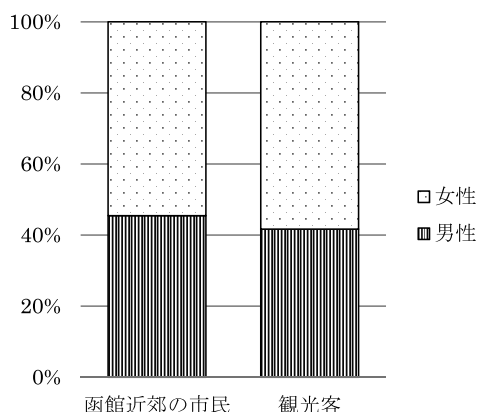
居住地によって、地元の函館市及び近郊の七飯町・北斗市を「函館近郊の市民」、それ以外を「観光客」として比較を行った。

### 3. 調査結果

#### (1) 回答者基本属性

回収数160人。男性70人(44.0%)、女性89人(56.0%)。女性がやや多かった。函館近郊の市民と観光客で差は見られなかった【図表5.1】。



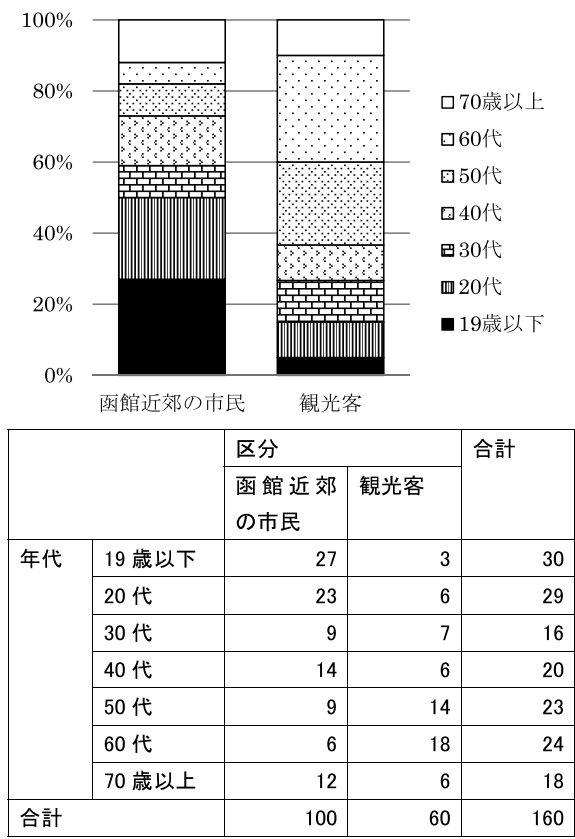


		区分		合計
		函館近郊 の市民	観光客	
性別	男性	45	25	70
	女性	54	35	89
合計		99	60	159

図表5.1 回答者基本属性（性別）

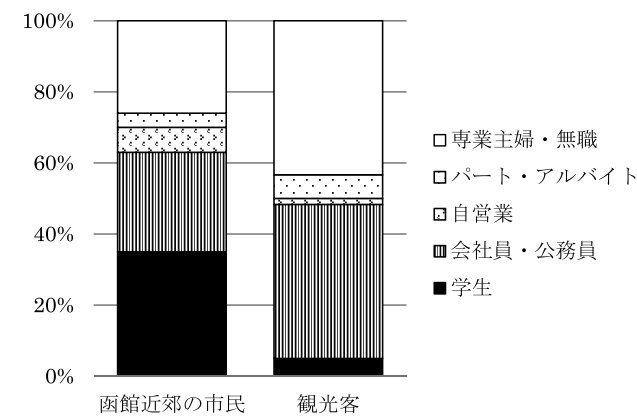
19歳以下30人（18.8%）、20代29人（18.1%）、30代16人（10.0%）、40代20人（12.5%）、50代23人（14.4%）、60代24人（15.0%）、70歳以上18人（11.3%）。19歳以下、20代がともに2割程度であった。函館近郊の市民は19歳以下、20代で半数を占めるが、観光客は60代、70歳以上で4割を占め、観光客が年配である【図表5.2】。

居住地は函館市内65人（40.6%）、函館近郊の七飯町・北斗市35人（21.9%）、それ以外の北海道内18人（11.3%）、東北14人（8.8%）、関東27人（16.9%）、海外1人（0.6%）。地元の函館市民が4割、函館近郊が2割、北海道以外が3割であった。海外は香港からである。



図表5.2 回答者基本属性（年代）

職業は学生38人(23.8%)、会社員・公務員54人(33.8%)、自営業8人(5.0%)、パート・アルバイト8人(5.0%)、専業主婦・無職52人(32.5%)。会社員・公務員、専業主婦・無職がそれぞれ3割であった。函館市民は若年層が多いため、学生が多く、観光客は年配者が多いため、専業主婦・無職が多くなっている【図表5.3】。

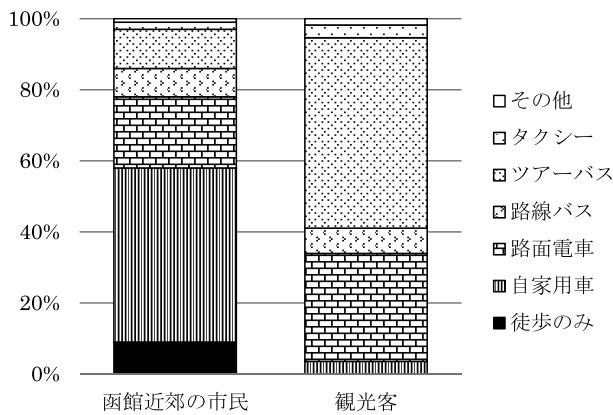


		区分		合計
		函館近郊 の市民	観光客	
職業	学生	35	3	38
	会社員・公務員	28	26	54
	自営業	7	1	8
	パート・アルバイト	4	4	8
	専業主婦・無職	26	26	52
合計		100	60	160

図表5.3 回答者基本属性（職業）

(2) 交通手段・同行者

函館市内の主な交通手段は、徒歩のみ9人(5.8%)、自家用車51人(32.7%)、路面電車37人(23.7%)、路線バス12人(7.7%)、ツアーバス41人(26.3%)、タクシー4人(2.6%)、その他2人(1.3%)。自家用車3割、ツアーバスが1/4であった。その他は自転車などであった。



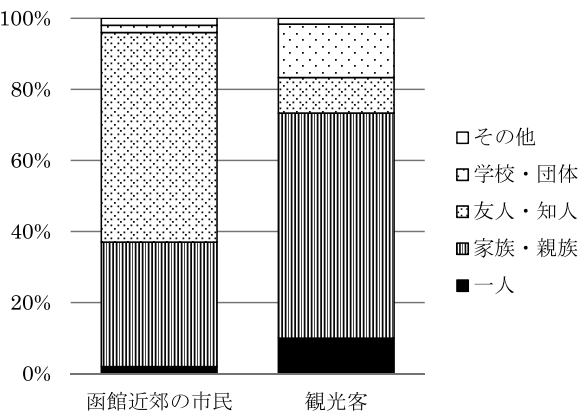
		区分		合計
		函館近郊 の市民	観光客	
交通 手段	徒歩のみ	9	0	9
	自家用車	49	2	51
	路面電車	20	17	37
	路線バス	8	4	12
	ツアーバス	11	30	41
	タクシー	2	2	4
	その他	1	1	2
合計		100	56	156

図表5.4 市内の主な交通手段

函館近郊の市民は自家用車が半数近くであり、路面電車が続くが、ツアーバスもある。ツアーバスはイベント会場への送迎を含む定期観光バスであり、観光客だけでなく函館近郊の市民にも利用されていることがわかる。観光客はツアーバスが半数であり、路面電車が3割である【図表5.4】。

イベント会場への同行者は、一人8人（5.0%）、家族・親族73人（45.7%）、友人・知人65人（40.6%）、学校・団体11人（6.9%）、その他3人（1.9%）。家族・親族が半数近く、友人・知人が4割であった。

函館近郊の市民は友人・知人が多く、観光客は家族・親族が多い【図表5.5】。

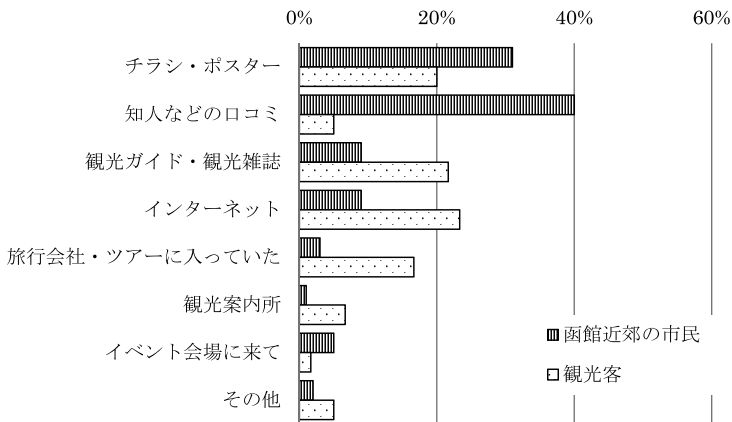


		区分		合計
		函館近郊 の市民	観光客	
同行者	一人	2	6	8
	家族・親族	35	38	73
	友人・知人	59	6	65
	学校・団体	2	9	11
	その他	2	1	3
合計		100	60	160

図表5.5 同行者

(3) 知った経緯・これまでに来た回数

クリスマスイベントを知った経緯は、チラシ・ポスター 43人 (26.9%)、知人などの口コミ 43人 (26.9%)、観光ガイド・観光雑誌22人 (13.8%)、インターネット 23人 (14.4%)、旅行会社・ツアーに入っていた 13人 (8.1%)、観光案内所5人 (3.1%)、イベント会場に来て6人 (3.8%)、その他5人 (3.1%)。チラシ・ポスター、知人などの口コミが多くなっていた。その他にはテレビ



		区分		合計
		函館近郊の市民	観光客	
知った経緯	チラシ・ポスター	31	12	43
	知人などの口コミ	40	3	43
	観光ガイド・観光雑誌	9	13	22
	インターネット	9	14	23
	旅行会社・ツアーに入っていた	3	10	13
	観光案内所	1	4	5
	イベント会場に来て	5	1	6
	その他	2	3	5
回答者数		100	60	160

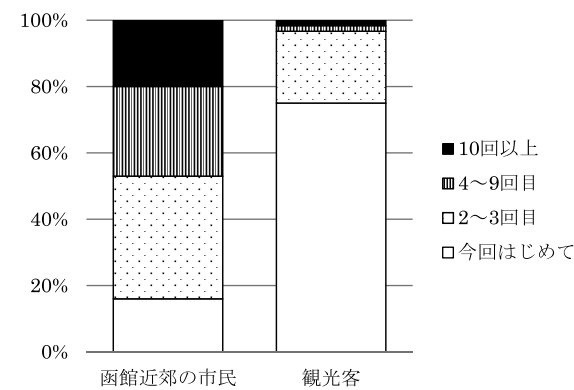
図表5.6 イベントを知った経緯

などがあった。

函館近郊の市民は知人などの口コミが多く、チラシ・ポスターが続く。観光客はインターネット、観光ガイド・観光雑誌、チラシ・ポスターなどが多い【図表5.6】。

これまでに当該クリスマスイベントに来た回数は「今回はじめて」61人(38.1%)、「2～3回目」50人(31.3%)、「4～9回目」28人(17.5%)、「10回以上」21人(13.1%)。「今回はじめて」が4割、「2～3回目」が3割であった。

函館近郊の市民は8割以上が2回目以上であり、観光客は2回目以上のリピーターが2割を超える【図表5.7】。



		区分		合計
		函館近郊の市民	観光客	
来場回数	今回はじめて	16	45	61
	2～3回目	37	13	50
	4～9回目	27	1	28
	10回以上	20	1	21
合計		100	60	160

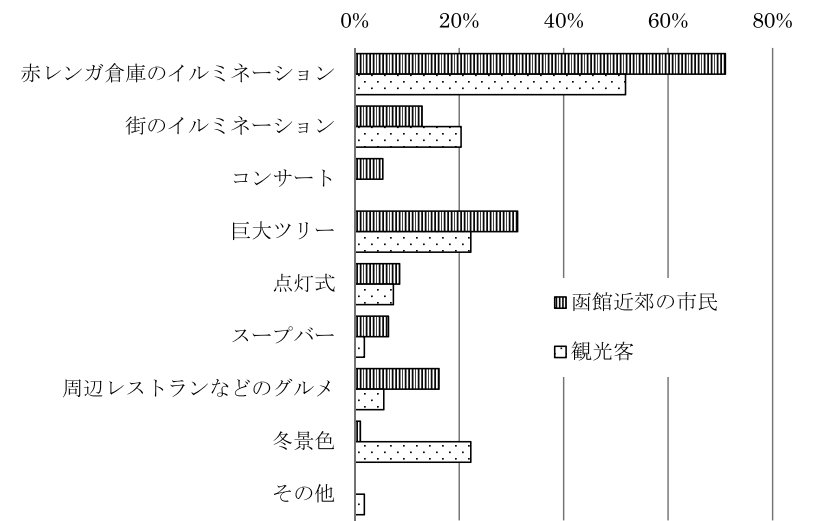
図表5.7 イベントにこれまでに来た回数

#### (4) プログラムの印象

クリスマスイベントで楽しみにしていたプログラムは147人の複数回答で、「赤レンガ倉庫のイルミネーション」94人(63.9%)、「街のイルミネーション」23人(15.6%)、「コンサート」5人(3.4%)、「巨大ツリー」41人(27.9%)、「点灯式」12人(8.2%)、「スーパー」7人(4.8%)、「周辺レストランなどのグルメ」18人(12.2%)、「冬景色」13人(8.8%)、「その他」1人(0.7%)。「赤レンガ倉庫のイルミネーション」が最も多く、「巨大ツリー」の順であった。

函館近郊の市民、観光客ともに「赤レンガ倉庫のイルミネーション」が最も多く、「巨大ツリー」が続く。観光客では「冬景色」も2割を超えている【図表5.8】。





		区分		合計
		函館近郊 の市民	観光客	
楽しみにし ていたプロ グラム	赤レンガ倉庫のイルミネーション	66	28	94
	街のイルミネーション	12	11	23
	コンサート	5	0	5
	巨大ツリー	29	12	41
	点灯式	8	4	12
	スーパード	6	1	7
	周辺レストランなどのグルメ	15	3	18
	冬景色	1	12	13
	その他	0	1	1
回答者数		93	54	147

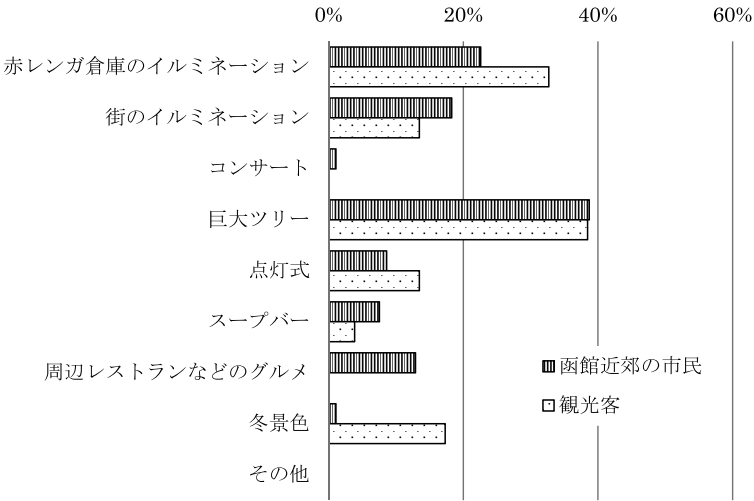
図表5.8 イベントで楽しみにしていたプログラム

体験して魅力的だったプログラムは145人の複数回答で、「赤レンガ倉庫のイルミネーション」38人(26.2%)、「街のイルミネーション」24人(16.6%)、「コンサート」1人(0.7%)、「巨大ツリー」56人(38.6%)、「点灯式」15人(10.3%)、「スーパバー」9人(6.2%)、「周辺レストランなどのグルメ」12人(8.3%)、「冬景色」10人(6.9%)、「その他」0人(0.0%)。「巨大ツリー」が最も多く、「赤レンガ倉庫のイルミネーション」の順であった。

函館近郊の市民、観光客ともに「巨大ツリー」が最も多く、「赤レンガ倉庫のイルミネーション」が続く。観光客では「冬景色」が楽しみにしていたプログラムと同様に2割近い【図表5.9】。

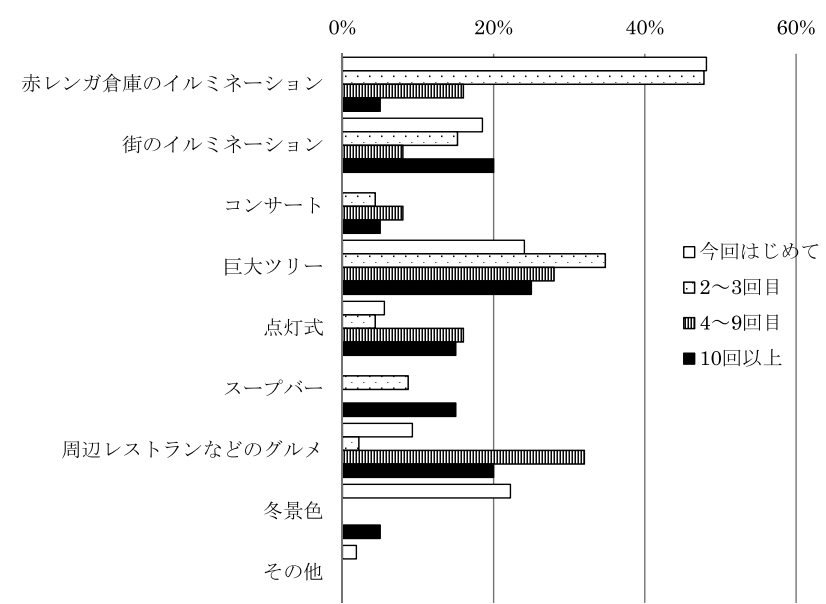
当該クリスマスイベントに来た回数によって見ると、「赤レンガ倉庫のイルミネーション」は今回はじめて、2～3回目の人に楽しみにされており、「周辺レストランなどのグルメ」は4～9回目、10回目以上の人に楽しみにされている。「巨大ツリー」はこれまでに来た回数に関係なく楽しみにされていることがわかる【図表5.10】。

「これからも毎年続けて欲しい」、「毎年楽しみです」という意見がある一方で、「マンネリ化している」という声があがっていた。イルミネーションなどについては「すごくきれいで、来てよかった」、「ツリーがきれいでした」などという評価があり、「もっとイルミネーションがあってもいいかも」、「もっと盛り上げてもいい」という声もあった。



		区分		合計
		函館近郊の市民	観光客	
魅力的だったプログラム	赤レンガ倉庫のイルミネーション	21	17	38
	街のイルミネーション	17	7	24
	コンサート	1	0	1
	巨大ツリー	36	20	56
	点灯式	8	7	15
	スーパー	7	2	9
	周辺レストランなどのグルメ	12	0	12
	冬景色	1	9	10
	その他	0	0	0
回答者数		93	52	145

図表5.9 イベントで魅力的だったプログラム



		来場回数				合計
		今回 はじめて	2～3 回目	4～9 回目	10回 以上	
楽しみに していた プログラム	赤レンガ倉庫のイルミネーション	26	22	4	1	53
	街のイルミネーション	10	7	2	4	23
	コンサート	0	2	2	1	5
	巨大ツリー	13	16	7	5	41
	点灯式	3	2	4	3	12
	スーパー	0	4	0	3	7
	周辺レストランなどのグルメ	5	1	8	4	18
	冬景色	12	0	0	1	13
	その他	1	0	0	0	1
回答者数		54	46	25	20	145

図表5.10 イベントに来た回数別、イベントで楽しみにしていたプログラム

### (5) 函館近郊の観光

観光客に、これまでに函館に来た回数を尋ねたところ、春から秋にかけては「来たことがない」26人(48.1%)、「これまでに1回」11人(20.4%)、「2～3回」10人(18.5%)、「4～9回」5人(9.3%)、「10回以上」2人(3.7%)。「来たことがない」が半数近く、クリスマスイベントをきっかけに冬にはじめて函館を訪れてることがわかる【図5.11】。

冬では「今回はじめて」39人(73.6%)、「2～3回目」7人(13.2%)、「4～9回目」3人(5.7%)、「10回以上」4人(7.5%)。「今回はじめて」が7割であるが、冬に何度も訪れているリピーターも居る【図5.12】。

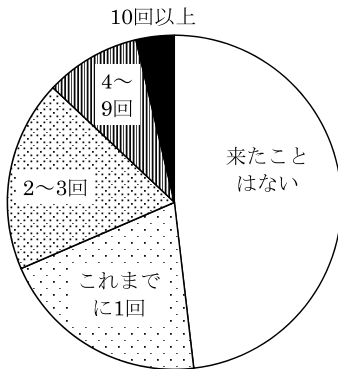


図5.11 これまでに函館に来た回数  
(春から秋)

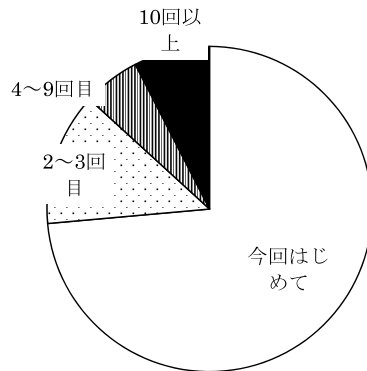


図5.12 これまでに函館に来た回数  
(冬)

函館市内に宿泊する人は52人(96.3%)。9割以上が、クリスマスイベントの前後に市内に宿泊している。

函館近郊で合わせて訪れる観光スポットは54人の複数回答で、函館山24人(44.4%)、西部地区の坂と教会群13人(24.1%)、五稜郭公園27人(50.0%)、トラピスチヌ修道院5人(9.3%)、函館朝市17人(31.5%)、湯の川温泉22人(40.7%)、大沼公園3人(5.6%)。五稜郭公園が半数、函館山、湯の川温泉が4割であった【図5.13】。

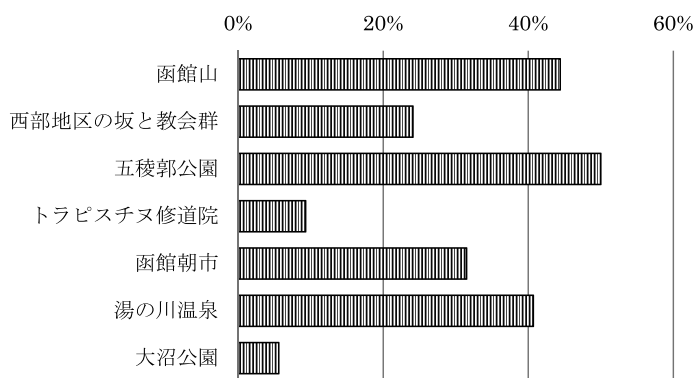


図5.13 函館近郊で合わせて訪れる観光スポット

#### 4. まとめ

函館近郊の市民は2回以上、イベントに来ている人が多い。観光客は「今回はじめて」多いが、リピーターも2割を超えている。函館近郊の市民、観光客ともに「巨大ツリー」、「赤レンガ倉庫のイルミネーション」などが楽しみにされており、実際に魅力的だったと回答されている。クリスマスイベントに来たのが「今回初めて」、「2～3回目」では「赤レンガ倉庫のイルミネーション」が楽しみにされており、「4～9回目」、「10回以上」では「周辺レストランなどのグルメ」が比較的多くなっている。「巨大ツリー」はこれまでに来た回数に関係なく楽しみにされており、「巨大ツリー」のPRが多様な人々の誘客につながっている。

観光客の半数近くが春から秋にかけて函館に来たことがなく、冬にはじめて函館を訪れており、冬に何度も訪れている人が3割近く居る。春から秋にかけて函館に来た観光客が冬に再び訪れるかたちだけでなく、冬にはじめて観光に来たり、冬の観光に何度も訪れる人たちが一定程度いることがわかる。ほとんどの観光客は、クリスマスイベントの前後に湯の川温泉に宿泊し、函館山、五稜郭公園、函館朝市などを訪れている。イベントをきっかけに函館の冬の宿泊観光がつくりだされている。

## Ⅵ. まとめ

秋冬の季節イベント、季節に関係のない文化イベントにおいて、イベントの前後に函館の他の観光スポットを訪れたり、函館市内で宿泊したりされていた。閑散期のイベント実施が周辺を含めた観光につながっていることがわかる。秋冬の季節イベントは繁忙期の観光スポットで実施されており、文化イベントは観光スポットである実施場所への評価も高い。観光需要の季節的な変動に対して、繁忙期の観光スポットで観光イベントを実施することが重要であると考えられる。

はじめて函館を訪れる人もいるが、一定程度のリピーターもいる。加えて、閑散期である冬の時期にはじめて函館を訪れた人もおり、繁忙期に函館を訪れた人が必ずしも閑散期に再訪しているわけではない。閑散期における観光スポットでのイベント実施が、繁忙期につながる観光客の呼び込みに役立っていることがわかる。

合わせて、閑散期である冬の函館観光の魅力として、魚介類などの冬の味覚、雪景色などがあげられており、特に冬の函館の頻回なりピーターから冬限定のスイーツや味覚への要望があがっていた。閑散期の観光において、観光スポットにでのイベントに加えて、季節柄の風景、旬の味覚などを組み合わせた季節限定の思い出づくりへの取り組みが求められる。