

函館観光周遊に関する調査

大橋 美幸

1. はじめに

函館は多くの観光スポットをかかえる日本有数の観光地である。2012年度の入込客数は約450万人。道外からが2/3で関東、東北からが比較的多い¹⁾。近年、函館ー台北の直行便ができ、海外からの観光客も増加している²⁾。

観光客が函館を選ぶ理由は夜景8割、歴史的建造物やグルメ6割、温泉3割であり、9割が函館ベイエリア・元町・函館山、8割が五稜郭、7割が朝市・自由市場、5割が湯の川温泉を訪れている³⁾。函館ベイエリア・元町・函館山は満足度も高いが、他方で不満だった点として市内の移動手段があがり、アクセスが良くない、道がわかりにくいなどの意見がある⁴⁾。

このような点を改善する基礎的資料として、複数の観光スポットを観光客がどのように選択しているのか観光周遊に関する調査を行った。調査時期は2013年5月～7月、函館観光の繁忙期にあたる⁵⁾。調査場所は函館朝市、函館山、函館ベイエリア、元町であり、観光客（比較のために函館市民を含む）にアンケート調査を行った。

2. 函館朝市から見た海外観光客の観光ポイント

2-1. 調査方法

2013年5月下旬～7月上旬、土・日曜日8:00～12:00に函館朝市でア

ンケート調査を行った。函館朝市の営業時間は 5:00～12:00 であるが、ツアーバスが到着し、朝市がにぎわうのは 10:00 頃である。

なお、比較のために海外観光客だけでなく、国内からの来街者を含めて調査対象とした。

調査項目は回答者基本属性（性別・年代・居住地）、日本及び函館を訪れた回数、函館で訪れた（訪れる予定）の観光ポイント、函館の観光情報の入手先、函館朝市への交通手段、函館朝市の印象などである。函館で訪れた（訪れる予定）の観光ポイントは、元町周辺、ベイエリア、五稜郭、湯の川、トラピスチヌ、函館山を尋ねた。

アンケート用紙は日本語だけでなく、海外観光客向けに英語・中国語を準備し、英語・中国語でアンケートを実施した。

調査結果は居住地ごとに、函館市内（以下、函館市民）、函館市外道内（以下、道内観光客）、道外日本国内（以下、道外観光客）、海外に分けて集計を行った。海外については、北海道を訪れる海外観光客は台湾からが多い²⁾ため、台湾（以下、台湾観光客）とそれ以外（以下、台湾以外海外観光客）に分けて集計を行った。

2-2. 調査結果

(1) 回答者基本属性

函館市民 64 人、道内観光客 74 人、道外観光客 166 人、台湾観光客 36 人、台湾以外海外観光客 15 人、計 355 人。道内観光客は函館市近郊の七飯町 3 人、北斗市 4 人、その他に札幌市 25 人、旭川市 4 人、帯広市 2 人、苫小牧市 3 人などがある。道外観光客は東北 41 人、関東 62 人、中部 20 人、関西 21 人、中国・四国 15 人、九州 7 人。台湾以外海外観光客はアメリカ 4 人、イギリス 1 人、オーストラリア 1 人、タイ 1 人、中国 8 人。

男女はおおむね半数ずつくらいであり、函館市民・台湾観光客・台湾以外海外観光客は 20 代が多く、道内観光客で 40・50 代、道外観光客で 60 代

が多い【表 2-1、2-2】。

表 2-1 回答者基本属性：性別

	男性	女性	合計
函館市民	31 (48.4%)	33 (51.6%)	64 (100%)
道内観光客	32 (43.8%)	41 (56.2%)	73 (100%)
道外観光客	88 (53.3%)	77 (46.7%)	165 (100%)
台湾観光客	15 (44.1%)	19 (55.9%)	34 (100%)
台湾以外海外観光客	6 (40.0%)	9 (60.0%)	15 (100%)
合計	172 (49.0%)	179 (51.0%)	351 (100%)

表 2-2 回答者基本属性：年代

	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	合計
函館市民	5 7.8%	17 26.6%	7 10.9%	8 12.5%	13 20.3%	11 17.2%	3 4.7%	64 100%
道内観光客	2 2.7%	11 14.9%	8 10.8%	15 20.3%	18 24.3%	14 18.9%	6 8.1%	74 100%
道外観光客	2 1.2%	16 9.7%	19 11.5%	19 11.5%	33 20.0%	60 36.4%	16 9.7%	165 100%
台湾観光客	5 13.9%	14 38.8%	8 22.2%	6 16.7%	1 2.8%	2 5.6%	0 0.0%	36 100%
他海外観光客	0 0.0%	6 40.0%	4 26.7%	2 13.3%	1 6.7%	2 13.3%	0 0.0%	15 100%
合計	14 4.0%	64 18.1%	46 13.0%	50 14.1%	66 18.6%	89 25.1%	25 7.1%	354 100%

(2) これまでに日本及び函館を訪れた回数

これまでに日本に来た回数は、台湾観光客が「はじめて」22人(61.1%)、「2、3回目」10人(27.8%)、「4回以上」4人(11.1%)。台湾以外海外観光客は「はじめて」7人(46.7%)、「2、3回目」5人(33.3%)、「4回以上」3人(20.0%)。はじめて日本に来た海外観光客が、函館を訪れていることがわかる。

これまでに函館に来た回数は、台湾観光客が「はじめて」34人(94.4%)、「2、3回目」2人(5.6%)、「4回以上」0人。台湾以外海外観光客は「はじ

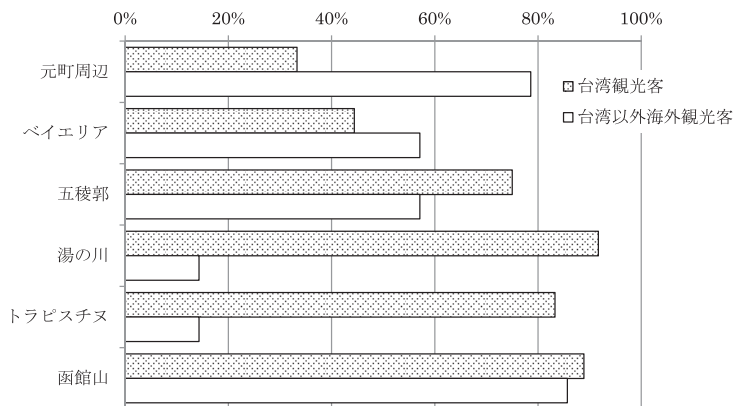
めて」13人(86.6%)、「2、3回目」1人(6.7%)、「4回以上」1人(6.7%)。はじめて函館に来た海外観光客が圧倒的であるが、複数回来たことがある人もいる。

(3) 訪れた(訪れる予定)の観光ポイント、宿泊先

訪れた(訪れる予定)の観光ポイントは台湾観光客、台湾以外海外観光客ともに函館山が9割近い。湯の川、トラピスチヌは多くの台湾観光客が訪れているが、台湾以外海外観光客は少ない。逆に、元町周辺は多くの台湾以外海外観光客が訪れているが、台湾観光客は少ない【図表2-3】。

このような傾向には宿泊先が関連している。台湾観光客の9割は湯の川に宿泊しているが、台湾以外海外観光客は半数以上が駅前である。台湾観光

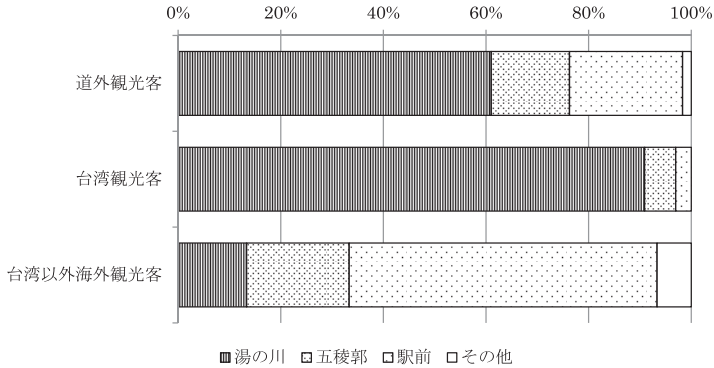
図表2-3 海外観光客が訪れた(訪れる予定)の観光ポイント



	台湾観光客 (n=36)	台湾以外海外観光客 (n=14)	合計 (n=50)
元町周辺	12 (33.3%)	11 (78.6%)	23 (46.0%)
ベイエリア	16 (44.4%)	8 (57.1%)	24 (48.0%)
五稜郭	27 (75.0%)	8 (57.1%)	35 (70.0%)
湯の川	33 (91.7%)	2 (14.3%)	35 (70.0%)
トラピスチヌ	30 (83.3%)	2 (14.3%)	32 (64.0%)
函館山	32 (88.9%)	12 (85.7%)	44 (88.0%)

客は湯の川に宿泊した前後に、湯の川やトラピスチヌを観光していると推測される。ちなみに道外観光客は宿泊先の6割が湯の川である【図表2-4】。

図表 2-4 函館市内の宿泊先



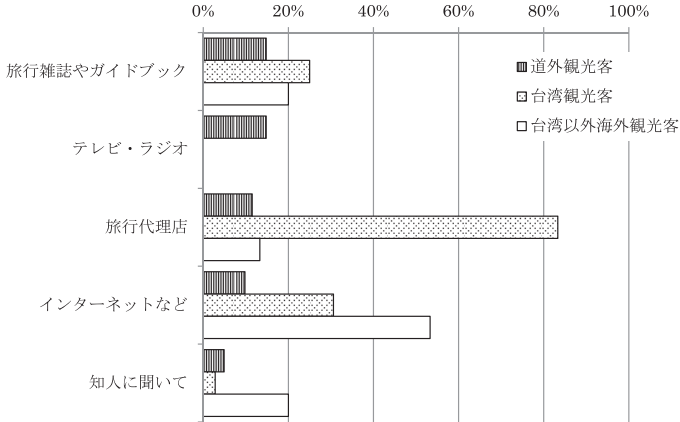
	湯の川	五稜郭	駅前	その他	合計
道外観光客	36 (61.0%)	9 (15.3%)	13 (22.0%)	1 (1.7%)	59 (100%)
台湾観光客	30 (90.9%)	2 (6.1%)	1 (3.0%)	0 (0.0%)	33 (100%)
他海外観光客	2 (13.3%)	3 (20.0%)	9 (60.0%)	1 (6.7%)	15 (100%)
合計	76 (63.3%)	15 (12.5%)	27 (22.5%)	2 (1.7%)	120 (100%)

(4) 観光情報の入手先、お土産購入

函館の観光情報の入手先は、旅行雑誌やガイドブックが道外観光客、台湾観光客、台湾以外海外観光客のそれぞれ2割程度ある。台湾観光客は旅行代理店が多く、台湾以外海外観光客はインターネットなどが半数ある【図表2-5】。

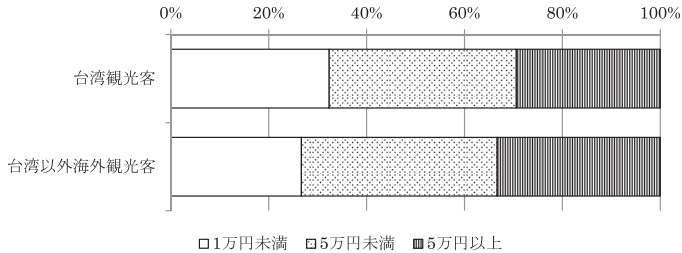
函館市内での土産の購入金額は、台湾観光客、台湾以外海外観光客でさほど変わらない【図表2-6】。お土産の種類は、台湾観光客にはスイーツや乳製品、台湾以外海外観光客には海産品が人気である【図表2-7】。

図表 2-5 函館の観光情報の入手先



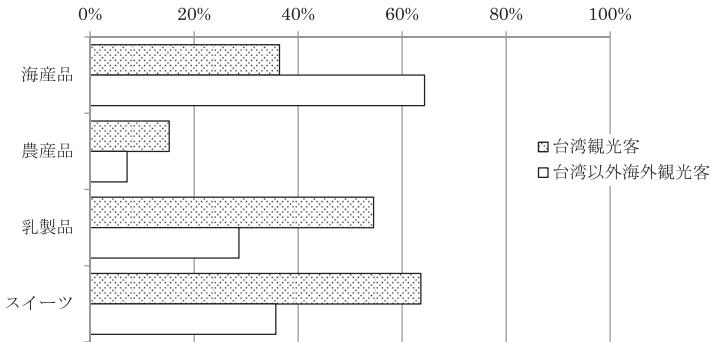
	道外観光客 (n=61)	台湾観光客 (n=36)	台湾以外海外観光客 (n=15)
旅行雑誌やガイドブック	13 (21.3%)	9 (25.0%)	3 (20.0%)
テレビ・ラジオ	9 (14.8%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
旅行代理店	7 (11.5%)	30 (83.3%)	2 (13.3%)
インターネットなど	6 (9.8%)	11 (30.6%)	8 (53.3%)
知人に聞いて	3 (4.9%)	1 (2.8%)	3 (20.0%)

図表 2-6 函館で購入するお土産の購入額



	1万円未満	1万円以上 5万円未満	5万円以上	合計
台湾観光客	11 (32.4%)	13 (38.2%)	10 (29.4%)	34 (100%)
台湾以外海外観光客	4 (26.7%)	6 (40.0%)	5 (33.3%)	15 (100%)
合計	15 (30.6%)	19 (38.8%)	15 (30.6%)	49 (100%)

図表 2-7 函館で購入するお土産の種類



	台湾観光客 (n=33)	台湾以外海外観光客 (n=14)	合計 (n=47)
海産品	12 (36.4%)	9 (64.3%)	21 (44.7%)
農産品	5 (15.2%)	1 (7.1%)	6 (12.8%)
乳製品	18 (54.5%)	4 (28.6%)	22 (46.8%)
スイーツ	21 (63.6%)	5 (35.7%)	26 (55.3%)

(5) 函館朝市への交通手段

函館朝市への交通手段は、台湾観光客の9割がツアーバス、台湾以外海外観光客はツアーバスと徒歩に分かれる【表2-8】。これは宿泊先によるものであり、台湾観光客は湯の川温泉に宿泊してツアーバスで函館朝市を訪れているのに比べ、台湾以外海外観光客は半数以上が駅前に宿泊しているため、近郊の函館朝市まで徒歩で訪れている。なお、台湾以外海外観光客の「その他」2人はレンタカーであり、レンタカーの利用も行われている。

ちなみに函館市民及び道内観光客は自動車は半数程度、道外観光客は4割がツアーバスである。道外観光客の「その他」のうち7人はレンタカーである。

表 2-8 函館朝市への主な交通手段

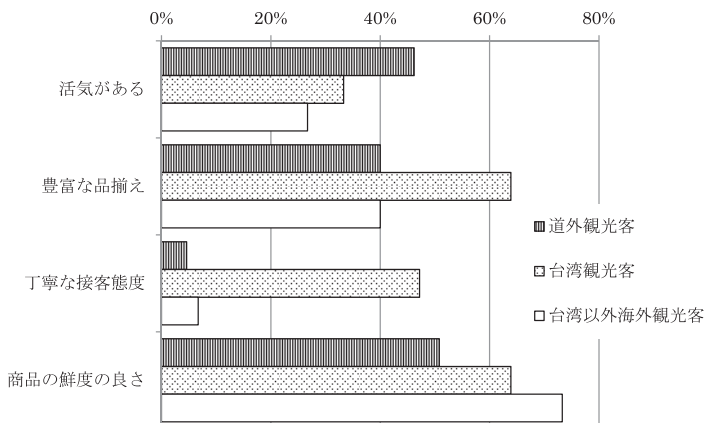
	JR	市電	ツアーバス	路線バス	タクシー	自動車	徒歩	その他	合計
函館市民	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	9 27.3%	5 15.2%	17 51.4%	0 0.0%	2 6.1%	33 100%
道内観光客	15 21.1%	0 0.0%	14 19.7%	4 5.6%	3 4.2%	32 45.2%	3 4.2%	0 0.0%	71 100%
道外観光客	21 16.3%	4 3.1%	52 40.3%	4 3.1%	11 8.5%	1 0.8%	13 10.1%	23 17.8%	129 100%
台湾観光客	0 0.0%	0 0.0%	32 88.8%	2 5.6%	2 5.6%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	36 100%
他海外観光客	1 6.7%	2 13.3%	4 26.7%	0 0.0%	1 6.7%	0 0.0%	5 33.3%	2 13.3%	15 100%

(6) 函館朝市の印象

函館朝市の魅力として、台湾観光客、台湾以外海外観光客ともに「商品の鮮度の良さ」が多いが、台湾観光客は半数近くが「丁寧な接客態度」をあげているのに比べ、台湾以外海外観光客ではほとんどいない【図表 2-9】。

ちなみに道外観光客と比べると「商品の鮮度の良さ」が半数であり、「丁寧な接客態度」をあげている人はほとんどいない。

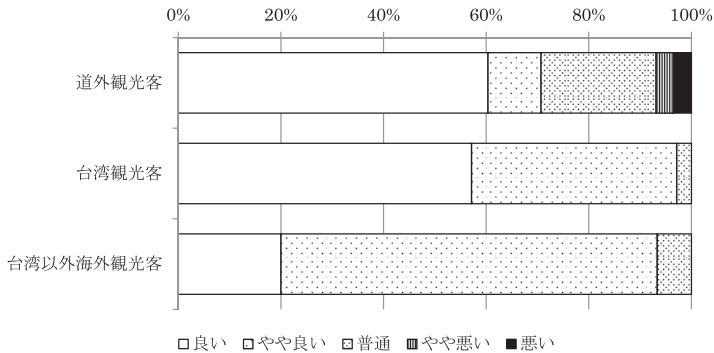
図表 2-9 函館朝市の魅力



	道外観光客 (n=65)	台湾観光客 (n=36)	台湾以外海外観光客 (n=15)
活気がある	30 (46.2%)	12 (33.3%)	4 (26.7%)
豊富な品揃え	26 (40.0%)	23 (63.9%)	6 (40.0%)
丁寧な接客態度	3 (4.6%)	17 (47.2%)	1 (6.7%)
商品の鮮度の良さ	33 (50.8%)	23 (63.9%)	11 (73.3%)

函館朝市の店員の接客態度を「良い」から「悪い」まで5段階で尋ねると、台湾観光客では「良い」が6割あり、台湾以外海外観光客は「良い」は少ないが「やや良い」を合わせると9割を超える。ちなみに道外観光客でも「良い」が6割あるが、「客引きがしつこい」などの意見もある【図表 2-10】。

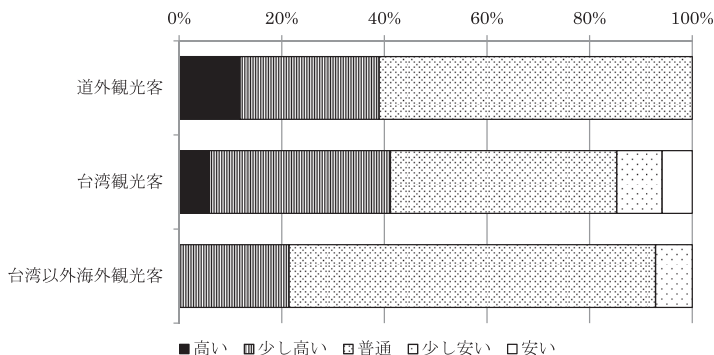
図表 2-10 函館朝市の店員の接客態度



	良い	やや良い	普通	やや悪い	悪い	合計
道外 観光客	35 60.5%	6 10.3%	13 22.4%	2 3.4%	2 3.4%	58 100%
台湾 観光客	20 57.1%	14 40.0%	1 2.9%	0 0.0%	0 0.0%	35 100%
他海外 観光客	3 20.0%	11 73.3%	1 6.7%	0 0.0%	0 0.0%	15 100%

函館朝市の値段設定を「高い」から「安い」まで5段階で尋ねると、台湾観光客は「少し高い」と「普通」がそれぞれ4割前後であり、台湾以外海外観光客は「普通」が多い。ちなみに道外観光客は「普通」が6割であり、「高い」も1割ある【図表 2-11】。

図表 2-11 函館朝市の値段設定



	高い	少し高い	普通	少し安い	安い	合計
道外観光客	7 11.9%	16 27.1%	36 60.0%	0 0.0%	0 0.0%	59 100%
台湾観光客	2 5.9%	12 35.3%	15 44.1%	3 8.8%	2 5.9%	34 100%
他海外観光客	0 0.0%	3 21.4%	10 71.5%	1 7.1%	0 0.0%	14 100%

なお、道外観光客は観光だけでなく、買い物や食事のために函館朝市を訪れており、函館市民や道内観光客の3割程度が買い物のために函館朝市を訪れている【表 2-12】。

表 2-12 函館市民・道内観光客・道外観光客が函館朝市を訪れる理由

	函館市民 (n=35)	道内観光客 (n=57)	道外観光客 (n=101)
買い物	12 (34.3%)	17 (29.8%)	41 (40.6%)
食事	19 (54.3%)	21 (36.8%)	37 (36.6%)
観光	5 (14.3%)	34 (59.6%)	59 (58.4%)

3. 函館観光における函館山の位置づけ

3-1. 調査方法

2013年5月下旬～7月上旬、土・日曜日13:00～19:00に函館山ロープウェイ山頂駅でアンケート調査を行った。函館山はロープウェイだけでなく車やバス、徒歩でも登ることができるが、ロープウェイ山頂駅が山頂展望台になっており、ロープウェイ利用者でなくても山頂駅を訪れる。函館山は夜景が有名であり、ロープウェイ山頂駅の利用客が多くなるのは夕方以降である。

比較のため、観光客だけでなく函館市内の居住者を含めて調査対象とした。

調査項目は、回答者基本属性（性別、年代、居住地）、函館及び函館山を訪れた回数、函館山までの交通手段、同行者、滞在時間などである。

調査結果は、居住地ごとに函館市内（以下、函館市民）、函館市外道内（以下、道内観光客）、道外（以下、道外観光客）に分けて集計を行った。

3-2. 調査結果

(1) 回答者基本属性

函館市民111人、道内観光客75人、道外観光客166人、計352人。性別はおおむね男女半数くらいずつである【表3-1】。年代は20代から60代まで幅広く、函館市民・道内観光客・道外観光客で大きな違いは見られない【表3-2】。

表3-1 回答者基本属性：性別

	男性	女性	合計
函館市民	62 (55.9%)	49 (44.1%)	111 (100%)
道内観光客	42 (56.0%)	33 (44.0%)	75 (100%)
道外観光客	90 (54.5%)	75 (45.5%)	165 (100%)
合計	194 (55.3%)	157 (44.7%)	351 (100%)

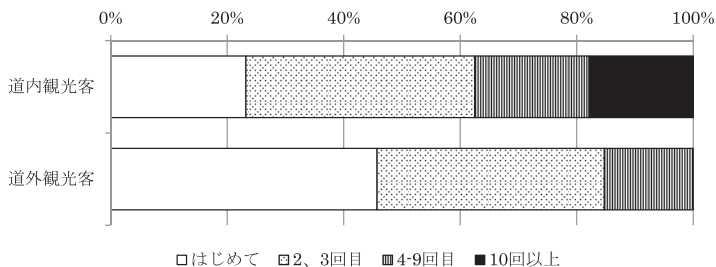
表 3-2 回答者基本属性：年代

	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	合計
函館市民	18 16.2%	26 23.5%	17 15.3%	17 15.3%	11 9.9%	21 18.9%	1 0.9%	111 100%
道内観光客	8 10.7%	23 30.7%	22 29.3%	12 16.0%	5 6.7%	4 5.3%	1 1.3%	75 100%
道外観光客	7 4.2%	33 19.9%	36 21.6%	27 16.3%	22 13.3%	27 16.3%	14 8.4%	166 100%
合計	33 9.4%	82 23.3%	75 21.3%	56 15.9%	38 19.8%	52 14.8%	16 4.5%	352 100%

(2) これまでに函館を訪れた回数、訪れた観光ポイント

これまでに函館を訪れた回数は、道内及び道外観光客で「はじめて」88人(40.0%)、「2、3回」86人(39.1%)、「4～9回」36人(16.4%)、「10回以上」10人(4.5%)【図表 3-3】。2回以上、函館を訪れている人も多い。

図表 3-3 回答者基本属性：これまでに函館を訪れた回数

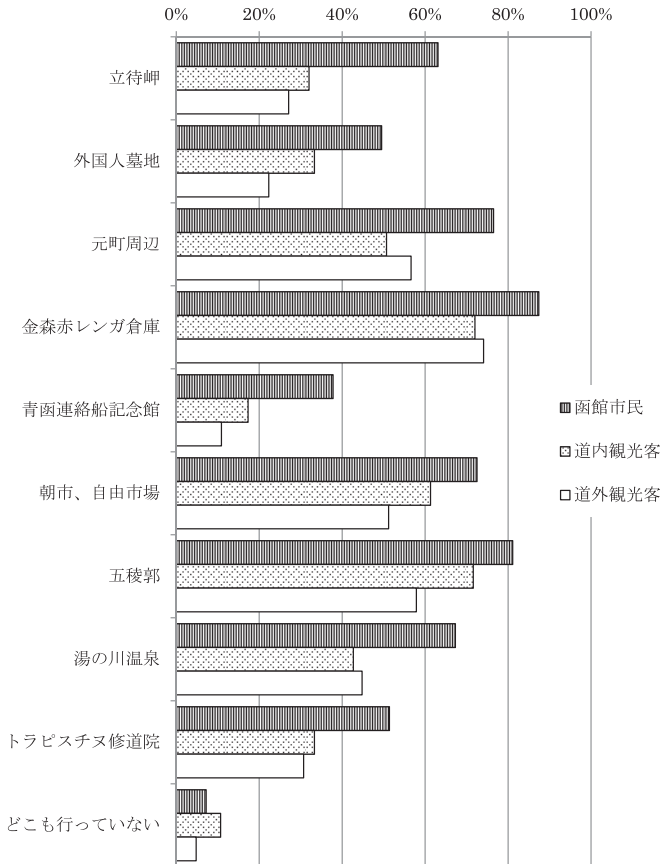


	はじめて	2、3回目	4～9回目	10回以上	合計
道内観光客	13 (23.2%)	22 (39.3%)	11 (19.6%)	10 (17.9%)	56 (100%)
道外観光客	75 (45.8%)	64 (39.0%)	25 (15.2%)	0 (0.0%)	164 (100%)

函館山以外にこれまでに訪れた観光ポイントは、函館山近郊の金森赤レンガ倉庫、元町周辺が多く、駅前から函館山に向かう途中にある朝市も多くなっている。五稜郭、湯の川温泉は必ずしも函館山に近くないが、函館を訪れる際に訪れる観光ポイントになっている。逆に、立待岬や外国人墓地は函館山

近郊にあり、青函連絡船記念館は朝市周辺にあるが、道内及び道外観光客はあまり訪れていない【図表 3-4】。当然のことながら、函館を訪れた回数が多いほど、それぞれの観光ポイントを訪れた人の割合は増える【表 3-5】。

図表 3-4 これまでに訪れた観光ポイント



	函館市民 (n=111)	道内観光客 (n=75)	道外観光客 (n=166)
立待岬	70 (63.1%)	24 (32.0%)	45 (27.1%)
外国人墓地	55 (49.5%)	25 (33.3%)	37 (22.3%)
元町周辺	85 (76.5%)	38 (50.7%)	94 (56.6%)
金森赤レンガ倉庫	97 (87.4%)	54 (72.0%)	123 (74.1%)
青函連絡船記念館	42 (37.8%)	13 (17.3%)	18 (10.9%)
朝市、自由市場	79 (72.5%)	46 (61.3%)	84 (51.2%)
五稜郭	90 (81.1%)	53 (71.6%)	95 (57.9%)
湯の川温泉	74 (67.3%)	32 (42.7%)	73 (44.8%)
トラピスチヌ修道院	57 (51.4%)	25 (33.3%)	51 (30.7%)
どこも行っていない	8 (7.2%)	8 (10.7%)	8 (4.8%)

表 3-5 これまで訪れた観光ポイント と 観光客がこれまでに函館を訪れた回数

	はじめて (n=91)	2、3回目 (n=87)	4回以上 (n=45)
立待岬	15 (16.5%)	23 (26.4%)	18 (40.0%)
外国人墓地	10 (11.0%)	25 (28.7%)	19 (42.2%)
元町周辺	43 (47.3%)	49 (56.3%)	29 (64.4%)
金森赤レンガ倉庫	52 (57.1%)	69 (79.3%)	40 (88.9%)
青函連絡船記念館	7 (7.7%)	6 (7.0%)	12 (26.7%)
朝市、自由市場	34 (37.4%)	54 (62.1%)	32 (71.1%)
五稜郭	36 (40.4%)	61 (70.1%)	39 (86.7%)
湯の川温泉	20 (22.0%)	46 (52.9%)	32 (71.1%)
トラピスチヌ修道院	8 (8.8%)	31 (35.6%)	27 (60.0%)
どこも行っていない	11 (12.1%)	2 (2.3%)	0 (0.0%)

(3) 函館山までの交通手段、同行者、滞在時間

函館山までの交通手段は、函館市民及び道内観光客は自家用車が多く、道外観光客は函館市電、ツアーバス、自家用車などに分かれている【表 3-6】。これまでに函館を訪れた回数との関係を見ると、「はじめて」で市電が比較的多く、「2、3回目」と「4回以上」で自家用車やツアーバスが多くなる【表 3-7】。これらは居住地別に見ても同じ傾向が見られる。「はじめて」函館を訪れた人は函館山まで市電を利用するが、リピーターは市電を利用して函館

山へ行くことが不便であると感じて自家用車やツアーバス利用になることが推測される。

表 3-6 函館山までの交通手段

	市電	ツアーバス	路線バス	タクシー	自家用車	レンタカー	徒歩・自転車	その他	合計
函館市民	14 13.2%	0 0.0%	7 6.7%	1 0.9%	64 60.3%	0 0.0%	16 15.1%	4 3.8%	106 100%
道内観光客	5 7.1%	10 14.3%	1 1.4%	0 0.0%	50 71.5%	1 1.4%	1 1.4%	2 2.9%	70 100%
道外観光客	35 25.0%	42 30.0%	14 10.0%	6 4.3%	28 20.0%	10 7.1%	1 0.7%	4 2.9%	140 100%
合計	54 17.1%	52 16.5%	22 7.0%	7 2.2%	142 44.8%	11 3.5%	18 5.7%	10 3.2%	316 100%

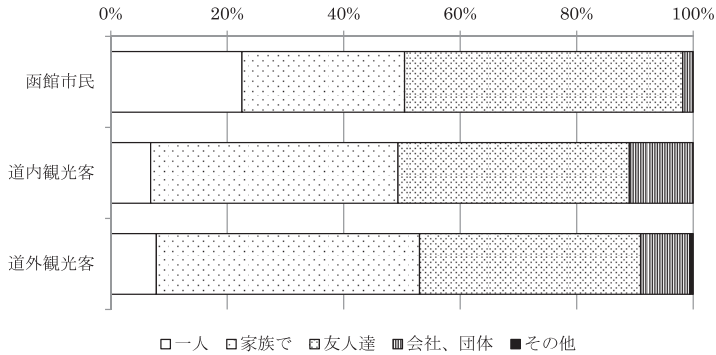
表 3-7 函館山までの交通手段 と 観光客がこれまでに函館を訪れた回数

	市電	ツアーバス	路線バス	タクシー	自家用車	レンタカー	徒歩・自転車	その他	合計
はじめて	26 34.7%	14 18.7%	9 12.0%	4 5.3%	13 17.3%	4 5.3%	2 2.7%	3 4.0%	75 100%
2、3回目	10 13.5%	22 29.7%	7 9.5%	2 2.7%	27 36.5%	4 5.4%	0 0.0%	2 2.7%	74 100%
4回以上	2 4.7%	15 34.9%	0 0.0%	1 2.3%	21 28.8%	3 7.0%	0 0.0%	1 2.3%	43 100%

同行者は家族、友人達が多いが、函館市民で「一人」が若干多い【図表 3-8】。交通手段との関係を見ると、他に比べて「一人」で市電が若干多く、「会社、団体」でツアーバスが多い【表 3-9】。これまでに函館を訪れた回数による差は見られない。

滞在時間は多くが1時間までである【図表 3-10】。交通手段、同行者、これまでに函館を訪れた回数によって滞在時間に差は見られない。

図表 3-8 同行者

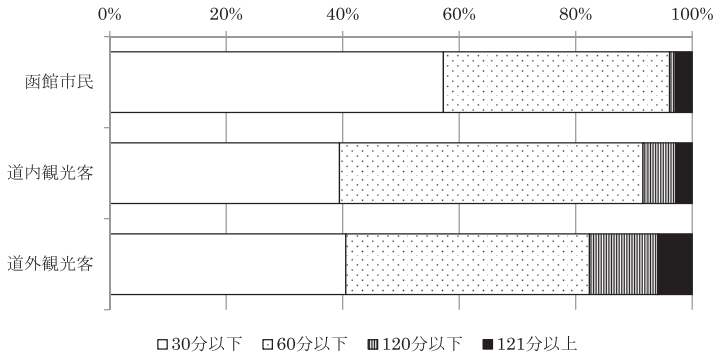


	一人	家族で	友人達	会社、団体	その他	合計
函館市民	25 22.5%	31 28.0%	53 47.7%	2 1.8%	0 0.0%	111 100%
道内観光客	5 6.8%	31 42.5%	29 39.7%	8 11.0%	0 0.0%	73 100%
道外観光客	13 7.8%	75 45.2%	63 38.0%	14 8.4%	1 0.6%	166 100%
合計	43 12.3%	137 39.1%	145 41.4%	24 6.9%	1 0.3%	350 100%

表 3-9 同行者と交通手段

	市電	ツアーバス	路線バス	タクシー	自家用車	レンタカー	徒歩・自転車	その他	合計
一人で	11 27.5%	2 5.0%	3 7.5%	0 0.0%	12 30.0%	0 0.0%	7 17.5%	5 12.5%	40 100%
家族で	20 17.1%	16 13.7%	7 6.0%	3 2.6%	57 48.7%	4 3.4%	6 5.1%	4 3.4%	117 100%
友人達	21 15.4%	24 17.6%	11 8.1%	3 2.2%	68 50.1%	3 2.2%	5 3.7%	1 0.7%	136 100%
会社、団体	2 8.7%	10 43.5%	1 4.3%	2 8.7%	4 17.4%	4 17.4%	0 0.0%	0 0.0%	23 100%

図表 3-10 滞在時間



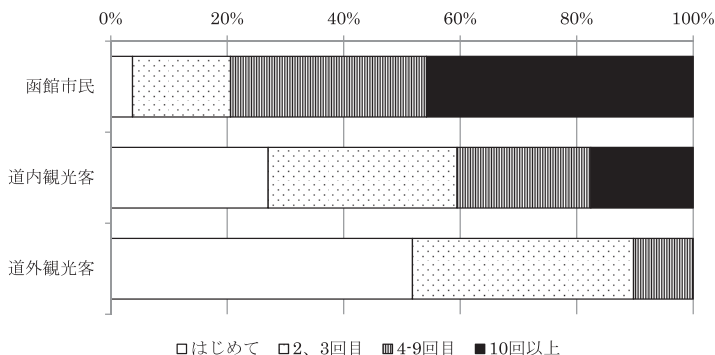
	30分以下	60分以下	120分以下	121分以上	合計
函館市民	59 (57.3%)	40 (38.8%)	1 (1.0%)	3 (2.9%)	103 (100%)
道内観光客	28 (39.4%)	37 (52.2%)	4 (5.6%)	2 (2.8%)	71 (100%)
道外観光客	62 (40.5%)	64 (41.8%)	18 (11.8%)	9 (5.9%)	153 (100%)
合計	149 (45.6%)	141 (43.1%)	23 (7.0%)	14 (4.3%)	327 (100%)

(4) これまでに函館山を訪れた回数、函館山の印象

これまでに函館山を訪れた回数は、複数回以上訪れているリピーターが道内観光客で7割を超え、道外観光客でも半数近い。函館市民では10回以上訪れている人が4割を超える【図表 3-11】。

これまでに函館を訪れた回数との関係を見ると、「はじめて」函館を訪れた人が函館山を訪れており、函館山は「はじめて」函館を訪れた人が来る観光スポットになっている。加えて、函館を「2、3回目」に訪れている人の8割が函館山を「2、3回目」に訪れており、函館を「4回以上」訪れている人の6割が函館山を「4回以上」訪れている。つまり、函館山は函館を訪れるたびに来る観光スポットになっていることがわかる【表 3-12】。

図表 3-11 これまでに函館山を訪れた回数



	はじめて	2、3回目	4～9回目	10回以上	合計
函館市民	4 (3.7%)	18 (16.8%)	36 (33.6%)	49 (45.9%)	107 (100%)
道内観光客	20 (27.0%)	24 (32.4%)	17 (23.0%)	13 (17.6%)	74 (100%)
道外観光客	86 (51.8%)	63 (38.0%)	17 (10.2%)	0 (0.0%)	166 (100%)
合計	110 (31.6%)	105 (30.3%)	70 (20.2%)	62 (17.9%)	347 (100%)

表 3-12 観光客のこれまでに函館山を訪れた回数 と これまでに函館を訪れた回数

		これまでに函館山を訪れた回数			合計
		はじめて	2、3回目	4回以上	
これまでに 函館を訪れた 回数	はじめて	91 (100%)			91 (100%)
	2、3回目	18 (20.7%)	69 (79.3%)		87 (100%)
	4回以上	2 (4.3%)	15 (32.6%)	29 (63.1%)	46 (100%)
合計		111 (49.6%)	84 (37.5%)	29 (12.9%)	224 (100%)

交通手段との関係を見ると、函館を訪れた回数と同様に、「はじめて」函館山を訪れた人で市電の利用が比較的多いが、複数回以上訪れているリピーターは自家用車が多くなる。

これまでに函館山を訪れた回数によって同行者に差は見られない。

これまでに函館山を訪れた回数が多くなると、滞在時間がやや短くなる傾向が見られる【表 3-13】。

表 3-13 滞在時間 と これまでに函館山を訪れた回数

	30分以下	60分以下	120分以下	121分以上	合計
はじめて	27 (27.6%)	55 (56.1%)	10 (10.2%)	6 (6.1%)	98 (100%)
2、3回目	44 (43.1%)	40 (39.2%)	12 (11.8%)	6 (5.9%)	102 (100%)
4～9回	44 (64.7%)	23 (33.8%)	1 (1.5%)	0 (0.0%)	68 (100%)
10回以上	33 (55.9%)	24 (40.7%)	0 (0.0%)	2 (3.4%)	59 (100%)
合計	148 (45.3%)	142 (43.4%)	23 (7.0%)	14 (4.3%)	327 (100%)

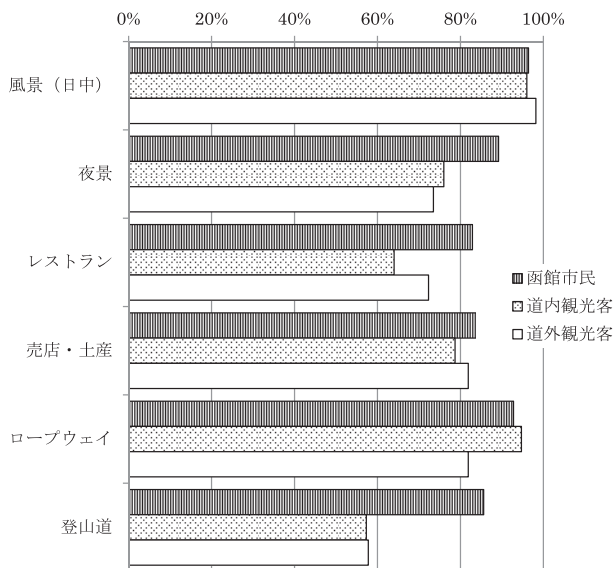
函館山で体験した施設・サービスは、函館市民がいずれも8～9割以上であるのに比べて、道内及び道外観光客は夜景・レストランが6～7割であり、登山道が6割を下回る【図表3-14】。これは函館山を訪れた回数に関係があり、今回の調査は夜景が見られない時間帯から行っており、「はじめて」函館山を訪れたものは半数が夜景を見ていない【表3-15】。複数回以上函館山を訪れているリピーターは9割前後が夜景を見ており、8割前後がレストランを利用し、7～9割が登山道を通ったことがある【表3-15】。他方で、函館山は夜景が有名であるにもかかわらず、10回以上函館山を訪れているものでも夜景の体験は100%にはならない。天候により夜景が見られないことがあり、回数を重ねても体験できない、もしくは必ずしも夜景が目的でないものが居ることがわかる。同行者、滞在時間による差は見られない。

函館山の風景（日中）を体験したものの印象は、函館市民、道内及び道外観光客を問わず、6割前後が「非常に魅力的」だと感じている【図表3-16】。

夜景を体験したものの印象は、函館市民、道内及び道外観光客を問わず、8割前後が「非常に魅力的」だと感じている【図表3-17】。

レストランを利用したものの印象は、函館市民、道内及び道外観光客の2～3割が「非常に魅力的」だと感じている【図表3-18】。

図表 3-14 函館山で体験した施設・サービス

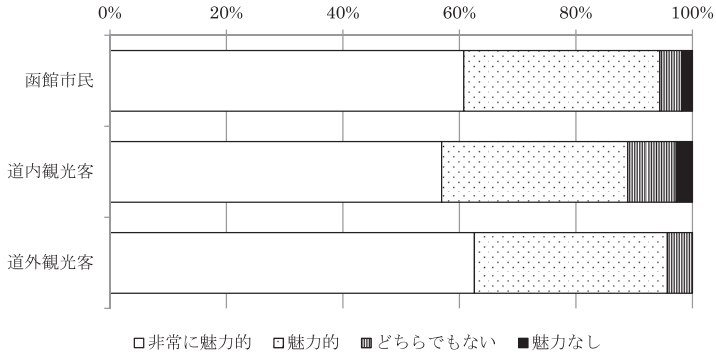


	函館市民 (n=111)	道内観光客 (n=75)	道外観光客 (n=166)
風景 (日中)	107 (96.4%)	72 (96.0%)	163 (98.2%)
夜景	99 (89.2%)	57 (76.0%)	119 (73.5%)
レストラン	92 (82.9%)	48 (64.0%)	120 (72.3%)
売店・土産	101 (91.0%)	59 (78.7%)	136 (81.9%)
ロープウェイ	103 (92.8%)	71 (94.7%)	136 (81.9%)
登山道	95 (85.6%)	43 (57.3%)	96 (57.8%)

表 3-15 函館山で体験した施設・サービス と これまでに函館山を訪れた回数

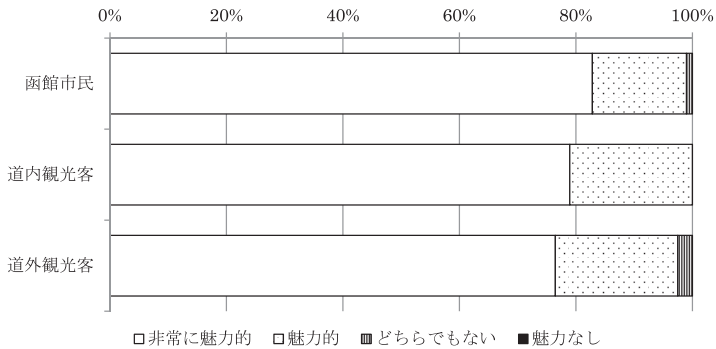
	はじめて (n=113)	2、3回目 (n=107)	4～9回目 (n=70)	10回以上 (n=62)
夜景	57 (50.4%)	96 (89.7%)	65 (92.9%)	57 (91.9%)
レストラン	68 (60.2%)	82 (76.7%)	59 (84.3%)	51 (82.3%)
登山道	51 (45.1%)	72 (67.3%)	57 (81.4%)	55 (88.7%)

図表 3-16 風景（日中）の印象



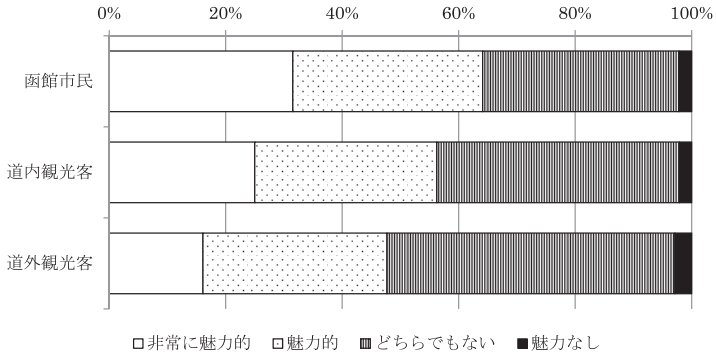
	非常に魅力的	魅力的	どちらでもない	魅力なし	合計
函館市民	65 (60.8%)	36 (33.6%)	4 (3.7%)	2 (1.9%)	107 (100%)
道内観光客	41 (57.0%)	23 (31.9%)	6 (8.3%)	2 (2.8%)	72 (100%)
道外観光客	102 (62.6%)	54 (33.1%)	7 (4.3%)	0 (0.0%)	163 (100%)
合計	208 (60.8%)	113 (33.0%)	17 (5.0%)	4 (1.2%)	342 (100%)

図表 3-17 夜景の印象



	非常に魅力的	魅力的	どちらでもない	魅力なし	合計
函館市民	82 (82.8%)	16 (16.2%)	1 (1.0%)	0 (0.0%)	99 (100%)
道内観光客	45 (78.9%)	12 (21.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	57 (100%)
道外観光客	91 (76.5%)	25 (21.0%)	3 (2.5%)	0 (0.0%)	119 (100%)
合計	218 (79.2%)	53 (19.3%)	4 (1.5%)	0 (0.0%)	275 (100%)

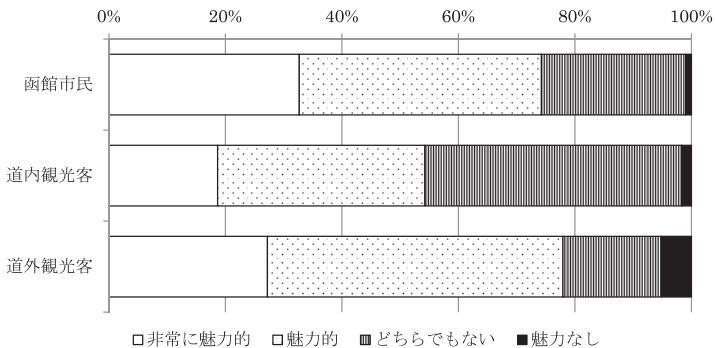
図表 3-18 レストランの印象



	非常に魅力的	魅力的	どちらでもない	魅力なし	合計
函館市民	29 (31.5%)	30 (32.6%)	31 (33.7%)	2 (2.2%)	92 (100%)
道内観光客	12 (25.0%)	15 (31.3%)	20 (41.7%)	1 (2.1%)	48 (100%)
道外観光客	28 (23.3%)	55 (45.8%)	35 (29.2%)	2 (1.7%)	120 (100%)
合計	69 (26.5%)	100 (38.5%)	86 (33.1%)	5 (1.9%)	260 (100%)

売店・土産を利用したものの印象は、函館市民と道外観光客の3割程度が「非常に魅力的」と感じているが、道内観光客は4割が「どちらでもない」と回答している。売店・土産が道内観光客に魅力的に映っていないことがわかる【図表 3-19】。

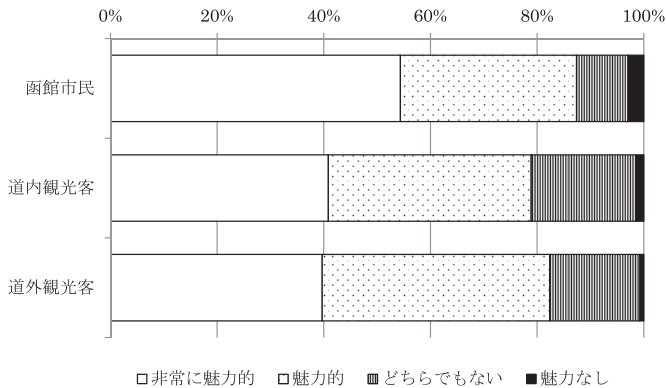
図表 3-19 売店・土産の印象



	非常に魅力的	魅力的	どちらでもない	魅力なし	合計
函館市民	33 (32.6%)	42 (41.6%)	25 (24.8%)	1 (1.0%)	101 (100%)
道内観光客	11 (18.6%)	21 (35.6%)	26 (44.1%)	1 (1.7%)	59 (100%)
道外観光客	37 (27.2%)	69 (50.8%)	23 (16.9%)	7 (5.1%)	136 (100%)
合計	81 (27.4%)	132 (44.6%)	74 (25.0%)	9 (3.0%)	296 (100%)

ロープウェイを利用したものの印象は、函館市民、道内及び道外観光客の4～5割が「非常に魅力的」だと感じている【図表3-20】。ここまで、これまでに函館山を訪れた回数、同行者による差は見られない。

図表 3-20 ロープウェイの印象

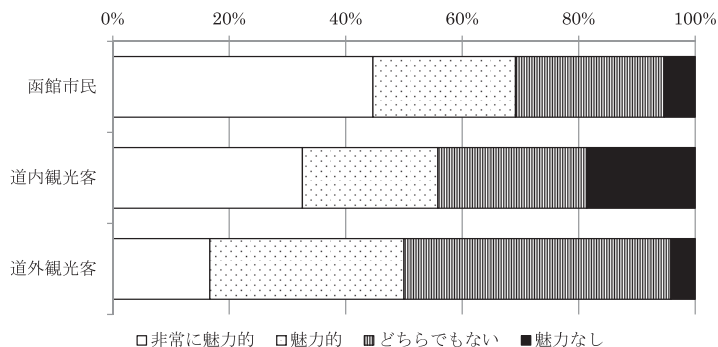


	非常に魅力的	魅力的	どちらでもない	魅力なし	合計
函館市民	56 (54.4%)	34 (33.0%)	10 (9.7%)	3 (2.9%)	103 (100%)
道内観光客	29 (40.9%)	27 (38.0%)	14 (19.7%)	1 (1.4%)	71 (100%)
道外観光客	54 (39.7%)	58 (42.7%)	23 (16.9%)	1 (0.7%)	136 (100%)
合計	139 (44.8%)	119 (38.4%)	47 (15.2%)	5 (1.6%)	310 (100%)

登山道を利用したものの印象は、函館市民及び道内観光客の3～4割が「非常に魅力的」だと感じているが、道外観光客は4割が「どちらでもない」と回答している【図表3-21】。函館山を10回以上訪れているもので「非常

に魅力的」だと感じているものが多い【表3-22】。函館山を訪れた回数によって日中（風景）、夜景、レストラン、売店・土産、ロープウェイの印象に差がないことと合わせて考えると、函館山に10回以上訪れる頻回なりピーターは登山道により魅力を感じていることが推測される。同行者との関係を見ると、「一人」のものの半数が「非常に魅力的」だと感じている。一人で函館山を訪れるものに、登山道がより魅力的に感じられていることがわかる【表3-23】。性別や年代による差は見られない。

図表 3-21 登山道の印象



	非常に魅力的	魅力的	どちらでもない	魅力なし	合計
函館市民	42 (44.7%)	23 (24.5%)	24 (25.5%)	5 (5.3%)	94 (100%)
道内観光客	14 (32.5%)	10 (23.3%)	11 (25.6%)	8 (18.6%)	43 (100%)
道外観光客	16 (16.7%)	32 (33.3%)	44 (45.8%)	4 (4.2%)	96 (100%)
合計	72 (30.9%)	65 (27.9%)	79 (33.9%)	17 (7.3%)	233 (100%)

表 3-22 登山道の印象 と これまでに函館山を訪れた回数

	非常に魅力的	魅力的	どちらでもない	魅力なし	合計
はじめて	8 (16.0%)	15 (30.0%)	25 (50.0%)	2 (4.0%)	50 (100%)
2、3回目	19 (26.4%)	18 (25.0%)	30 (41.7%)	5 (6.9%)	72 (100%)
4～9回目	16 (28.1%)	20 (35.1%)	13 (22.8%)	8 (14.0%)	57 (100%)
10回以上	30 (54.6%)	11 (20.0%)	12 (21.8%)	2 (3.6%)	55 (100%)
合計	73 (31.2%)	64 (27.4%)	80 (34.1%)	17 (7.3%)	234 (100%)

表 3-23 登山道の印象 と 同行者

	非常に 魅力的	魅力的	どちらでも ない	魅力なし	合計
一人	15 (51.7%)	6 (20.7%)	6 (20.7%)	2 (6.9%)	29 (100%)
家族で	32 (33.7%)	31 (32.6%)	27 (28.4%)	5 (5.3%)	95 (100%)
友人達	24 (24.0%)	23 (23.0%)	44 (44.0%)	9 (9.0%)	100 (100%)

函館山を再び訪れたいと答えた人は、函館市民 102 人 (93.6%)、道内観光客 74 人 (98.7%)、道外観光客 160 人 (97.0%) であった。函館市民、道内及び道外観光客を問わず、多くの人が再び訪れたいと思っていることがわかる。

4. 函館ベイエリアから見た周遊

4-1. 調査方法

2013 年 5 月下旬～6 月上旬、土・日曜日 11:00～16:00、函館ベイエリアで 2 種類のアンケート調査を行った。比較のため、観光客だけでなく函館市内の居住者を含めて調査対象とした。調査結果は、居住地ごとに函館市内 (以下、函館市民)、函館市外道内 (以下、道内観光客)、道外 (以下、道外観光客) に分けて集計を行った。

1 つ目は西波止場付近で街頭アンケート調査を行った。西波止場は湾内をめぐるフェリー乗場や海鮮土産品、レストランなどがあり、函館初のスターバックスコーヒー店を中心に人通りが多いところである。

調査項目は、回答者基本属性 (性別、年代、居住地)、函館ベイエリアに来る前に訪れた (行く予定の) 観光スポット、函館ベイエリアまでの交通手段、同行者、滞在時間、函館を訪れた回数、宿泊先などである。

観光スポットは、「函館山」、「立待岬」、「外国人墓地」、「元町周辺・坂道と教会」、「朝市・自由市場」、「五稜郭」、「湯の川温泉」、「トラピスチヌ修道院」、「大門横丁」の選択肢をもうけた。函館ベイエリアは、「朝市・自由市場」と「元町周辺・坂道と教会」及び「函館山」の間にあたり、函館ベイエリア

に来る前に訪れた（行く予定の）観光スポットとして「朝市・自由市場」、「元町周辺・坂道と教会」及び「函館山」があがることが期待された。

2つ目は金森赤レンガ倉庫群内でアンケート調査を行った。金森赤レンガ倉庫群は複数の建物からなり、それぞれの建物にレストラン、カフェ、土産物店、小物雑貨店、衣料品店などが並んでいる。

調査項目は回答者基本属性（性別、年代、居住地）、これまで金森赤レンガ倉庫を訪れた回数、交通手段、訪れた目的、買物の内容、印象などである。

訪れた目的は「風景」、「食事」、「買物（自分のもの）」、「買物（土産）」、「宿泊」の選択肢をもうけた。買物の内容は自分のものとお土産を分けて「食品」、「衣類」、「アクセサリー」、「食器類」、「置物」の選択肢をもうけた。

4-2. 函館ベイエリアの前後に訪れる観光スポット

(1) 回答者基本属性

函館市民 73 人、道内観光客 59 人、道外観光客 98 人、計 230 人。性別は函館市民、道内及び道外観光客ともに若干女性が多い【表 4-2-1】。函館市民は 10 代・20 代、道内観光客は 20 代、道外観光客は 50 代・60 代が多く、年齢層が若干異なる【表 4-2-2】。

これまでに函館を訪れた回数は、道内観光客で「4～9 回目」と「10 回以上」がそれぞれ 3 割を占め、道外観光客で「2、3 回目」が半数近い【図表 4-2-3】。

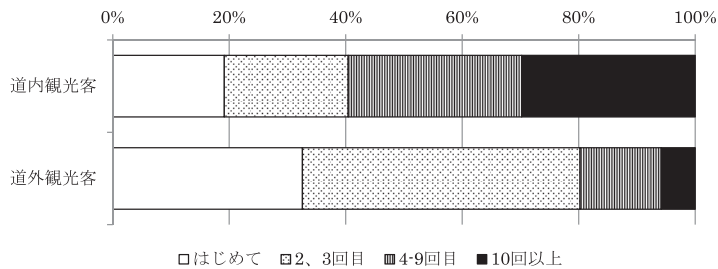
表 4-2-1 回答者基本属性：性別

	男性	女性	合計
函館市民	33 (45.2%)	40 (54.8%)	73 (100%)
道内観光客	22 (37.3%)	37 (62.7%)	59 (100%)
道外観光客	36 (36.7%)	62 (63.3%)	98 (100%)
合計	91 (39.6%)	139 (60.4%)	230 (100%)

表 4-2-2 回答者基本属性：年代

	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70歳以上	合計
函館市民	29 39.8%	17 23.3%	8 11.0%	9 12.3%	3 4.1%	5 6.8%	2 2.7%	73 100%
道内観光客	11 18.6%	22 37.3%	10 16.9%	3 5.1%	3 5.1%	7 11.9%	3 5.1%	59 100%
道外観光客	3 3.1%	13 13.3%	6 6.1%	11 11.2%	23 23.5%	28 28.5%	14 14.3%	98 100%
合計	43 18.7%	52 22.6%	24 10.4%	23 10.0%	29 12.6%	40 17.4%	19 8.3%	230 100%

図表 4-2-3 観光客のこれまでに函館を訪れた回数



	はじめて	2、3回目	4~9回目	10回以上	合計
道内観光客	9 (19.6%)	10 (21.7%)	14 (30.4%)	14 (28.3%)	46 (100%)
道外観光客	28 (32.6%)	41 (47.6%)	12 (14.0%)	5 (5.8%)	86 (100%)

(2) 交通手段、同行者、滞在時間

函館ベイエリアまでの交通手段は、函館市民で函館市電と自家用車がそれぞれ3割を占め、道内観光客は半数以上が自家用車である。道外観光客はその他が半数近く、タクシー、レンタカー、船などがある。当日、函館ベイエリアに客船が入港しており、船で函館ベイエリアを訪れた人も居る【表 4-2-4】。

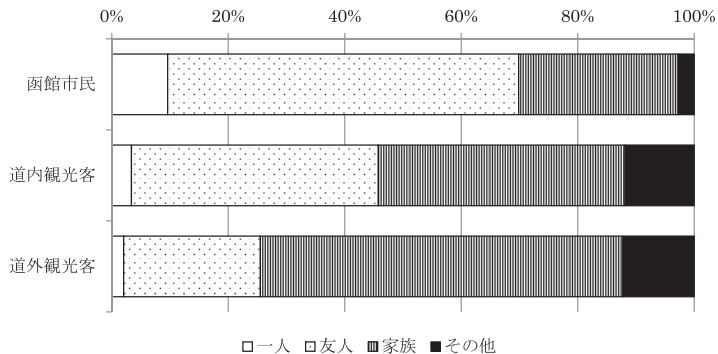
表 4-2-4 函館ベイエリアまでの交通手段

	函館市電	バス	自家用車	その他	合計
函館市民	23 (31.5%)	16 (21.9%)	23 (31.5%)	11 (15.1%)	73 (100%)
道内観光客	17 (28.8%)	2 (3.4%)	33 (55.9%)	7 (11.9%)	59 (100%)
道外観光客	19 (19.4%)	24 (24.5%)	7 (7.1%)	48 (49.0%)	98 (100%)
合計	59 (25.7%)	42 (18.3%)	63 (27.4%)	66 (28.6%)	230 (100%)

同行者は、函館市民は友人と訪れたものが6割であり、道内観光客は友人と家族がそれぞれ4割、道外観光客は家族が6割である【図表 4-2-5】。

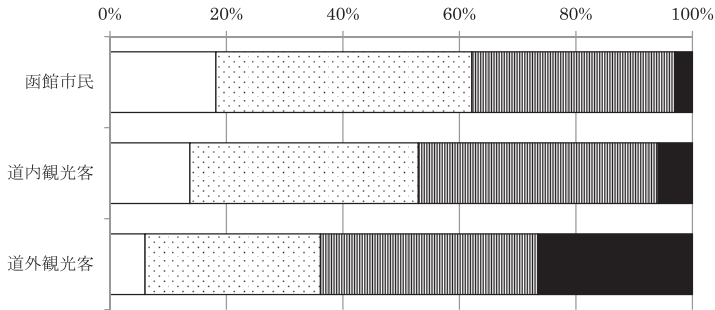
滞在時間は、函館市民、道内及び道外観光客いずれも「31分以上60分以下」と「61分以上120分以下」で7割程度を占めるが、函館市民が若干短く、道外観光客が若干長い傾向が見られる【図表 4-2-6】。函館ベイエリアに来た時間帯によって、滞在時間に差は見られない【表 4-2-7】。

図表 4-2-5 同行者



	一人	友人	家族	その他	合計
函館市民	7 (9.6%)	44 (60.3%)	20 (27.4%)	2 (2.7%)	73 (100%)
道内観光客	2 (3.4%)	25 (42.4%)	25 (42.4%)	7 (11.9%)	59 (100%)
道外観光客	2 (2.0%)	23 (23.5%)	61 (62.3%)	12 (12.2%)	98 (100%)
合計	11 (4.8%)	92 (40.0%)	106 (46.1%)	21 (9.1%)	230 (100%)

図表 4-2-6 滞在時間



□30分以下 □60分以下 ■120分以下 ■121分以上

	30分以下	60分以下	120分以下	121分以上	合計
函館市民	12 (18.2%)	29 (44.0%)	23 (34.8%)	2 (3.0%)	66 (100%)
道内観光客	7 (13.7%)	20 (39.2%)	21 (41.2%)	3 (5.9%)	51 (100%)
道外観光客	5 (6.0%)	25 (30.1%)	31 (37.4%)	22 (26.5%)	83 (100%)
合計	24 (12.0%)	74 (37.0%)	75 (37.5%)	27 (13.5%)	200 (100%)

表 4-2-7 函館ベイエリアに来た時間帯 と 滞在時間

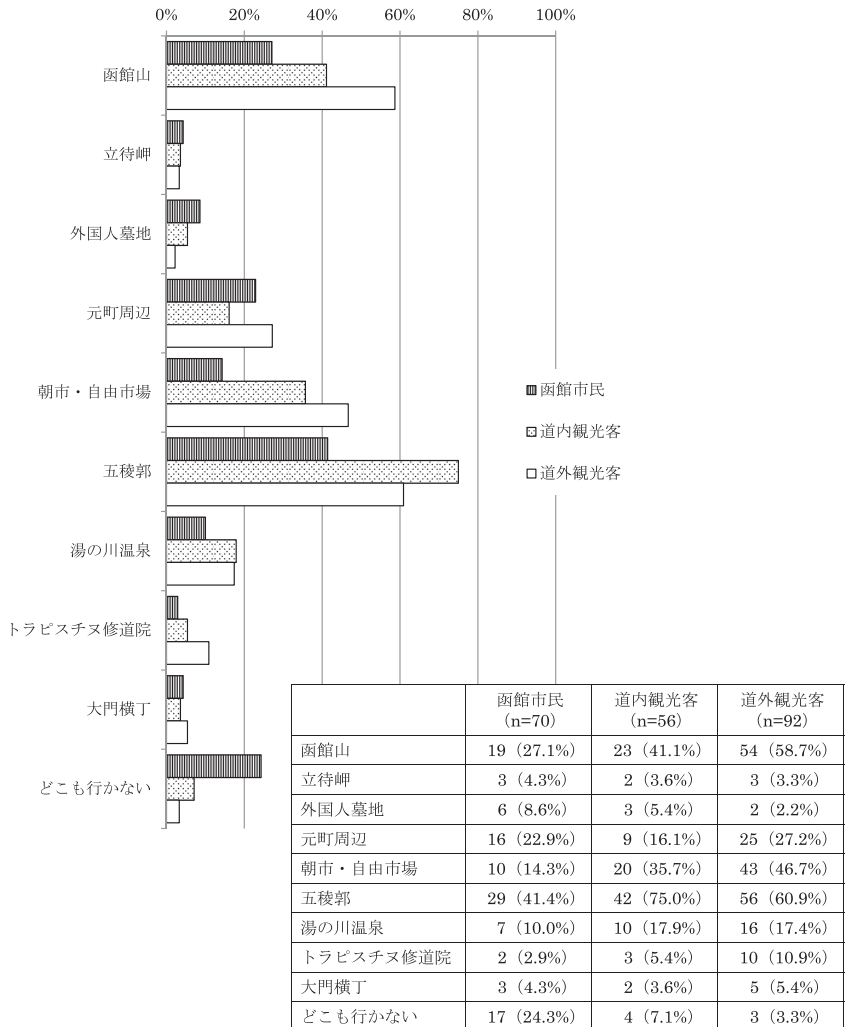
時間帯	30分以下	60分以下	120分以下	121分以上	合計
12:00 まで	10 (9.5%)	35 (33.3%)	40 (38.2%)	20 (19.0%)	105 (100%)
15:00 台まで	8 (11.1%)	30 (41.7%)	29 (40.3%)	5 (6.9%)	72 (100%)
16:00 以降	5 (29.4%)	4 (23.5%)	6 (35.3%)	2 (11.8%)	17 (100%)
合計	23 (11.9%)	69 (35.6%)	75 (38.6%)	27 (13.9%)	200 (100%)

(3) 来る前に訪れた (これから行く予定の) 観光スポット

函館市民の3割、道内観光客の4割、道外観光客の6割が、函館ベイエリアに来る前またはこれから函館山を訪れると回答している。函館山同様に函館ベイエリア近郊にある元町周辺は2～3割である。五稜郭は函館ベイエリアと近くはないが、函館の観光名所として道内及び道外観光客の6割以上が函館ベイエリアの前後に訪れており、湯の川温泉も函館市民、道内及び道外観光客の1～2割が訪れている。五稜郭と函館ベイエリアの間にある朝市・自由市場は道内及び道外観光客の4～5割が訪れている。函館ベ

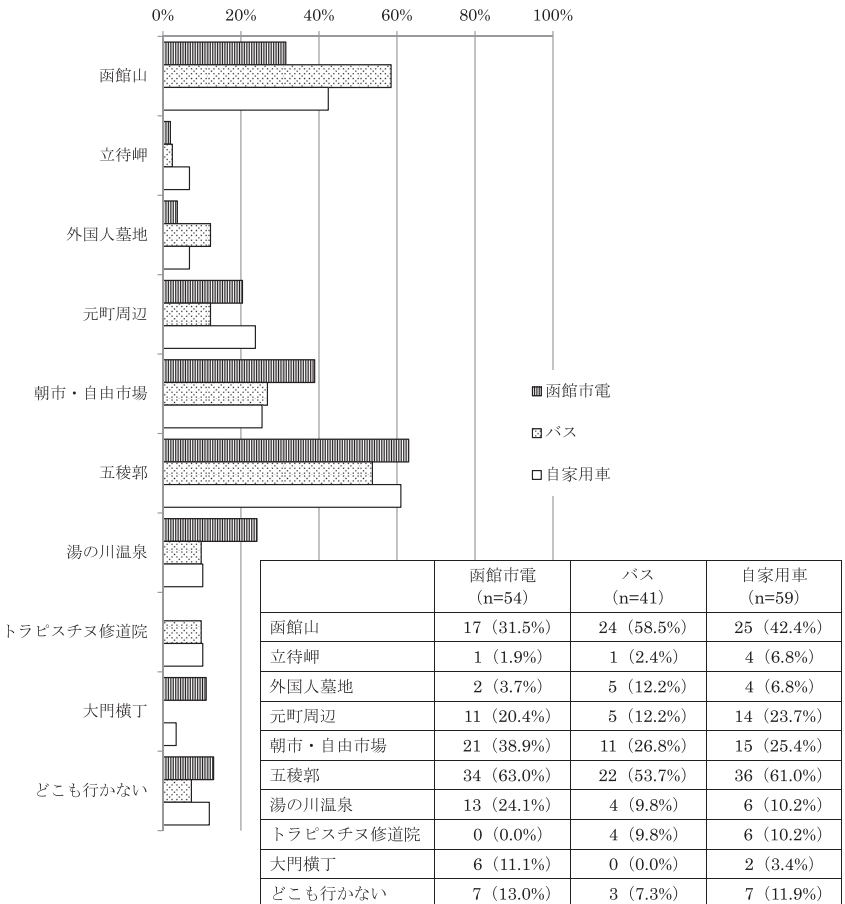
イエリアのみで、前後にどこにも行かない人は函館市民の2割、道内及び道外観光客の1割に満たない【図表4-2-8】。函館ベイエリアと前後して周辺、さらには五稜郭、朝市・自由市場にまで立ち寄っていることがわかる。

図表 4-2-8 函館ベイエリア前後に訪れた（訪れる予定の）観光スポット



函館ベイエリアへの交通手段との関係を見ると、バスで函館ベイエリアに来た人で函館山、函館市電で函館ベイエリアに来た人で朝市・自由市場、湯の川温泉を訪れることが比較的多い【図表 4-2-9】。複数の観光スポットの利用に公共交通手段が有効に活用されており、特に自家用車に限らない周遊が行われていることがわかる。

図表 4-2-9 函館ベイエリア前後に訪れた（訪れる予定の）観光スポット と 函館ベイエリアまでの交通手段



(4) 宿泊先

道内観光客で函館市内の宿泊施設に1泊しているのは19人(36.6%)、2泊以上しているのは14人(26.9%)、函館市内で宿泊せずに市外の宿泊施設に1泊以上しているのは2人(3.8%)、日帰りが10人(19.2%)、その他7人(13.5%)。道外観光客で函館市内の宿泊施設に1泊しているのは29人(31.5%)、2泊以上しているのは11人(12.0%)、函館市内で宿泊せずに市外の宿泊施設に1泊以上しているのは4人(4.3%)、日帰りが3人(3.3%)、その他45人(48.9%)である。道外観光客で「その他」が多いのは、当日、函館ベイエリアに客船が入っており、船内で宿泊しているためである。

函館市内の宿泊先を見ると、道内観光客は湯の川地区・五稜郭地区・函館駅前・函館ベイエリア地区にわかれており、道外観光客は湯の川地区が多く、次に函館ベイエリア地区である【表4-2-10】。宿泊施設種類は、道内観光客は半数近くがビジネスホテルであり、道外観光客は温泉や夕食がついたホテルが多くなっている【表4-2-11】。

表4-2-10 函館市内の宿泊場所

※割合が多い選択肢の抜粋

	道内観光客 (n=41)	道外観光客 (n=68)
函館ベイエリア地区	8 (19.5%)	13 (19.1%)
湯の川地区	11 (26.8%)	17 (25.0%)
五稜郭地区	11 (26.8%)	7 (10.3%)
函館駅前	10 (24.4%)	3 (4.4%)

表4-2-11 函館市内の宿泊施設種類

※割合が多い選択肢の抜粋

	道内観光客 (n=42)	道外観光客 (n=72)
ビジネスホテル	20 (47.6%)	6 (8.3%)
ホテル(温泉あり・夕食あり)	8 (19.0%)	16 (22.2%)
ホテル(温泉あり・夕食なし)	4 (9.5%)	9 (12.5%)
ホテル(温泉なし・夕食あり)	5 (11.9%)	3 (4.2%)
旅館	3 (7.1%)	4 (5.6%)

宿泊先と訪れる観光スポットの関係を見ると、函館ベイエリア地区に宿泊する人は元町周辺、函館駅前に宿泊する人は朝市・自由市場、五稜郭を訪れる傾向が見られる。函館山などの他の観光スポットはあまり差が見られない。

4-3. 函館ベイエリアを訪れる理由

(1) 回答者基本属性

函館市民 119 人、道内観光客 101 人、道外観光客 96 人、計 316 人。性別はおおむね男女半分ずつくらいである【表 4-3-1】。年代は函館市民及び道内観光客で 10 代・20 代が多く、道外観光客はやや年配になっている【表 4-3-2】。

表 4-3-1 回答者基本属性：性別

	男性	女性	合計
函館市民	60 (50.4%)	59 (49.6%)	119 (100%)
道内観光客	45 (44.6%)	56 (55.4%)	101 (100%)
道外観光客	43 (44.8%)	53 (55.2%)	96 (100%)
合計	148 (46.8%)	168 (53.2%)	316 (100%)

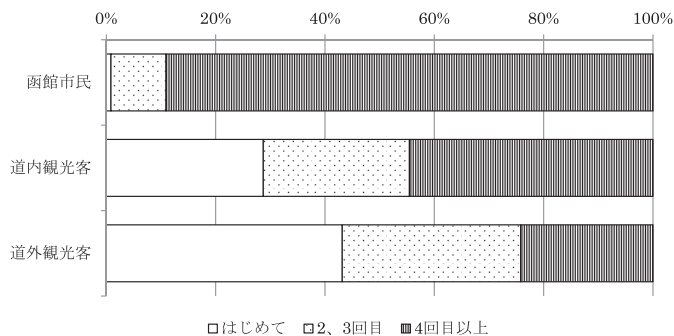
表 4-3-2 回答者基本属性：年代

	10代	20代	30代	40代	50代	60歳以上	合計
函館市民	49 41.1%	19 16.0%	9 7.6%	13 10.9%	12 10.1%	17 14.3%	119 100%
道内観光客	28 27.7%	34 33.6%	12 11.9%	5 5.0%	14 13.9%	8 7.9%	101 100%
道外観光客	4 4.2%	12 12.5%	14 14.6%	17 17.7%	18 18.7%	31 32.3%	96 100%
合計	81 25.6%	65 20.6%	35 11.1%	35 11.1%	44 13.9%	56 17.7%	316 100%

函館ベイエリアで調査場所となった金森赤レンガ倉庫をこれまでに訪れた回数は、函館市民は多くが「4 回目以上」、道内観光客も「4 回目以上」が 4 割を超える。道外観光客は「はじめて」が 4 割、「2、3 回目」が 3 割である【図表 4-3-4】。

函館ベイエリアまでの交通手段は、函館市民および道内観光客は半数が自家用車であり、道外観光客は3割が函館市電である【表4-3-5】。

図表 4-3-4 これまでに金森赤レンガ倉庫を訪れた回数



	はじめて	2、3回目	4回目以上	合計
函館市民	1 (0.8%)	12 (10.1%)	106 (89.1%)	119 (100%)
道内観光客	29 (28.7%)	27 (26.7%)	45 (44.6%)	101 (100%)
道外観光客	41 (43.2%)	31 (32.6%)	23 (24.2%)	95 (100%)
合計	71 (22.5%)	70 (22.2%)	174 (55.3%)	315 (100%)

表 4-3-5 函館ベイエリアへの交通手段

	函館市民 (n=119)	道内観光客 (n=101)	道外観光客 (n=95)
函館市電	31 (26.1%)	17 (16.8%)	32 (33.3%)
路線バス	10 (8.4%)	4 (4.0%)	5 (5.2%)
ツアーバス	0 (0.0%)	3 (3.0%)	9 (9.4%)
自家用車	57 (47.9%)	52 (51.5%)	16 (16.7%)
タクシー	4 (3.4%)	4 (4.0%)	2 (2.1%)
その他	17 (14.3%)	38 (37.6%)	31 (32.6%)

(2) 訪れる理由と買物

函館ベイエリアを訪れた目的は「買物（自分のもの）」、「食事」がそれぞれ函館市民、道内及び道外観光客の4～5割を占める。「風景」は道外観光客で6割、「買物（土産）」は道内観光客の3割、道外観光客の半数になる

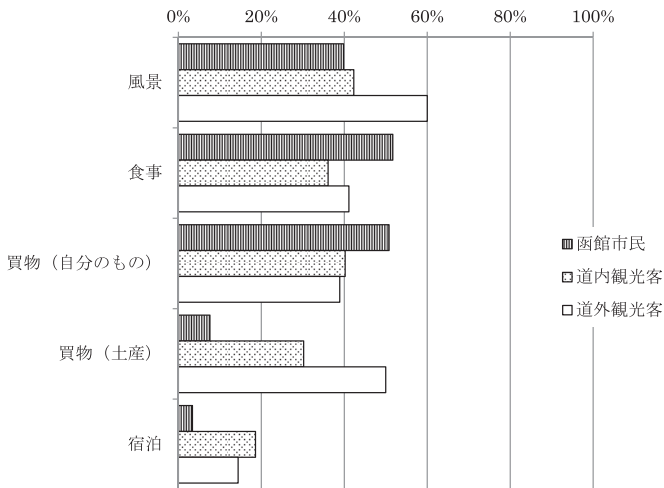
【図表 4-3-6】。道外観光客にとって函館ベイエリアは観光スポットの一つでもあるが、函館市民と道内及び道外観光客ともに買物や食事を楽しむ場所になっており、道内及び道外観光客のお土産購入先になっていることがわかる。

これまでに金森赤レンガ倉庫を訪れた回数によって差は見られない。

金森赤レンガ倉庫で購入したものは、自分のものとして食品やアクセサリー、お土産で食品が多い。お土産（食品）は当然のことながら函館市民よりも道内及び道外観光客の方が多く、自分のものとして食品やアクセサリーを購入するのは函館市民に限らず、道内及び道外観光客でも2～3割程度ある【図表 4-3-7】。

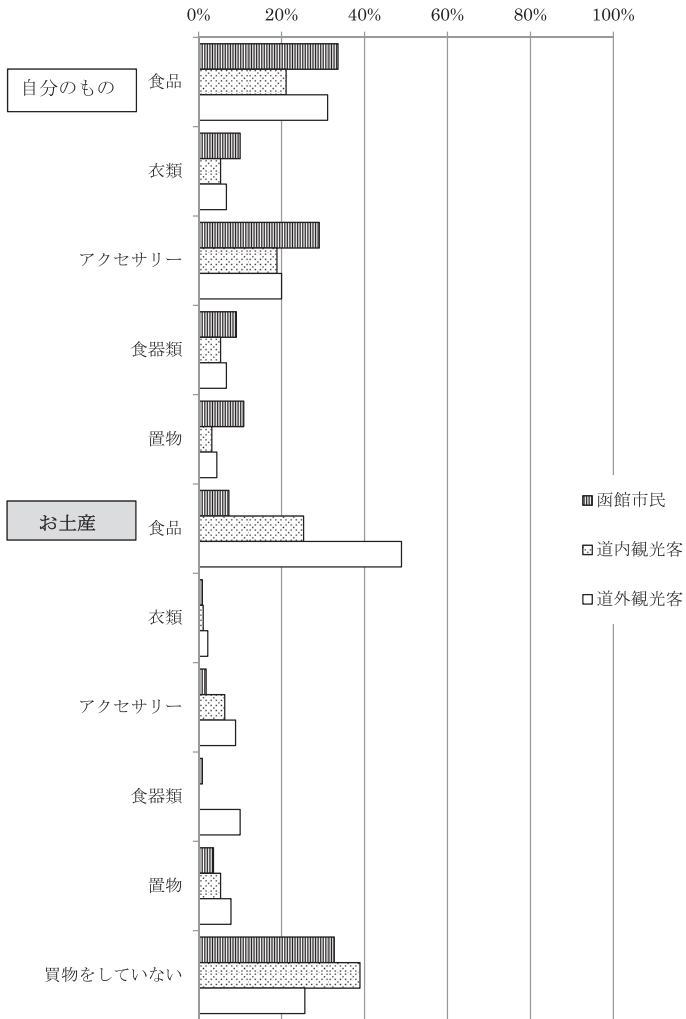
性別や年代による差は見られない。

図表 4-3-6 函館ベイエリアを訪れた目的



	函館市民 (n=118)	道内観光客 (n=97)	道外観光客 (n=90)
風景	47 (39.8%)	41 (42.3%)	54 (60.0%)
食事	61 (51.7%)	35 (36.1%)	37 (41.1%)
買物 (自分のもの)	60 (50.8%)	39 (40.2%)	35 (38.9%)
買物 (土産)	9 (7.6%)	29 (30.2%)	45 (50.0%)
宿泊	4 (3.4%)	18 (18.6%)	13 (14.4%)

図表 4-3-7 金森赤レンガ倉庫で購入したもの

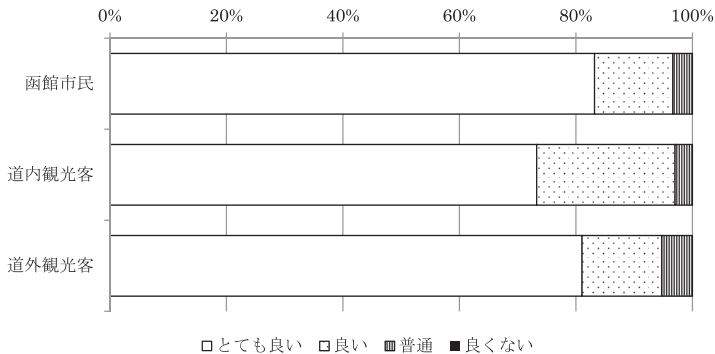


		函館市民 (n=110)	道内観光客 (n=95)	道外観光客 (n=90)
自分のもの	食品	37 (33.6%)	20 (21.1%)	28 (31.1%)
	衣類	11 (10.0%)	5 (5.3%)	6 (6.7%)
	アクセサリー	32 (29.1%)	18 (18.9%)	18 (20.0%)
	食器類	10 (9.1%)	5 (5.3%)	6 (6.7%)
	置物	12 (10.9%)	3 (3.2%)	4 (4.4%)
お土産	食品	8 (7.3%)	24 (25.3%)	44 (48.9%)
	衣類	1 (0.9%)	1 (1.1%)	2 (2.2%)
	アクセサリー	2 (1.8%)	6 (6.3%)	8 (8.9%)
	食器類	1 (0.9%)	0 (0.0%)	9 (10.0%)
	置物	4 (3.6%)	5 (5.3%)	7 (7.8%)
買物をしていない		36 (32.7%)	37 (38.9%)	23 (25.6%)

(3) 印象と再訪希望

函館市民、道内観光客及び道外観光客はともに金森赤レンガ倉庫に良い印象を持っている【図表 4-3-8】。性別や年代による差は見られない。函館ベイエリアを訪れた目的（風景／食事／買物：自分のもの／買物：土産／宿泊）による差は見られない。金森赤レンガ倉庫で買物をしていない人よりも買物をした人の方が若干良い印象を持っている傾向が見られる【表 4-3-9】。

図表 4-3-8 金森赤レンガ倉庫の印象



	とても 良い	良い	普通	良くない	合計
函館市民	99 (83.2%)	16 (13.4%)	4 (3.4%)	0 (0.0%)	119 (100%)
道内観光客	74 (73.2%)	24 (23.8%)	3 (3.0%)	0 (0.0%)	101 (100%)
道外観光客	77 (81.0%)	13 (13.7%)	5 (5.3%)	0 (0.0%)	95 (100%)
合計	250 (79.4%)	53 (16.8%)	12 (3.8%)	0 (0.0%)	315 (100%)

表 4-3-9 金森赤レンガ倉庫の印象 と 金森赤レンガ倉庫での買物

	とても 良い	良い	普通	良くない	合計
買物をした	171 (85.1%)	25 (12.4%)	5 (2.5%)	0 (0.0%)	201 (100%)
していない	65 (66.4%)	26 (26.5%)	7 (7.1%)	0 (0.0%)	98 (100%)
合計	236 (78.9%)	51 (17.1%)	12 (4.0%)	0 (0.0%)	299 (100%)

金森赤レンガ倉庫にもう一度来たいと回答したのは函館市民 118 人 (99.2%)、道内観光客 101 人 (100%)、道外観光客 92 人 (96.8%) であった。

5. 元町地区の散策パターン

5-1. 調査方法

2013年5月下旬、土・日曜日 11:00～16:00 に元町地区で街頭アンケート調査を行った。比較のため、観光客だけでなく函館市内の居住者を含めて調査対象とした。

調査項目は、回答者基本属性（性別、年代、居住地）、元町地区で訪れる観光スポット、元町地区への同行者、交通手段、観光情報の入手先などである。

元町地区は坂が有名であり、ガイドブックには 10 を超える坂が紹介されている。そのうち比較的分かりやすい「護国神社坂」、「二十間坂」、「チャチャ登り・大三坂」、「八幡坂」、「日和坂」、「基坂」、「東坂」、「弥生坂」、「常盤坂」、「幸坂」を観光スポットの選択肢としてもうけた。なお、函館山から見て「護国神社坂」が最も右手（谷地頭側）にあり、順に並んでおり、「幸坂」が最も左手（函館どつく側）にある。「八幡坂」が一番有名である。

加えて、元町地区の観光名所として「カトリック元町教会」、「聖ヨハネ教

会」、「ハリストス正教会」、「旧函館区公会堂」、「旧イギリス領事館」、「元町公園」の選択肢をもうけて、行く順序を尋ねた。前の3つは「チャチャ登り・大三坂」付近にあり、「八幡坂」、「日和坂」をはさんで、後の3つは「基坂」付近にある。

調査結果は、居住地ごとに函館市内（以下、函館市民）、函館市外道内（以下、道内観光客）、道外（以下、道外観光客）に分けて集計を行った。

5-2. 調査結果

(1) 回答者基本属性

函館市民59人、道内観光客52人、道外観光客115人、計226人。函館市民、道内及び道外観光客ともに男女半分ずつくらいである【表5-1】。年代は50代と60歳以上で4割を占め、函館市民、道内観光客よりも道外観光客がやや年配である【表5-2】。

表5-1 回答者基本属性：性別

	男性	女性	合計
函館市民	25 (42.4%)	34 (57.6%)	59 (100%)
道内観光客	26 (50.0%)	26 (50.0%)	52 (100%)
道外観光客	49 (42.6%)	66 (57.4%)	115 (100%)
合計	100 (44.2%)	126 (55.8%)	226 (100%)

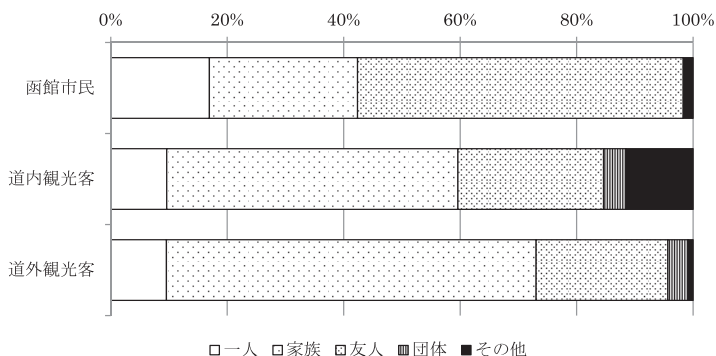
表5-2 回答者基本属性：年代

	10代	20代	30代	40代	50代	60歳以上	合計
函館市民	11 18.6%	9 15.3%	10 16.9%	10 16.9%	12 20.4%	7 11.9%	59 100%
道内観光客	4 7.7%	14 26.9%	3 5.8%	9 17.3%	9 17.3%	13 25.0%	52 100%
道外観光客	1 0.9%	12 10.5%	19 16.7%	19 16.7%	33 28.9%	30 26.3%	114 100%
合計	16 7.1%	35 15.6%	32 14.2%	38 16.9%	54 24.0%	50 22.2%	225 100%

(2) 同行者、交通手段

同行者は、函館市民の6割が友人、道内及び道外観光客の半数以上が家族である【図表5-3】。交通手段は、函館市民と道内観光客の半数以上が自家用車であり、道外観光客は函館市電が4割である。「その他」には徒歩、タクシー、レンタカーなどがある【表5-4】。

図表5-3 同行者



	一人	家族	友人	団体	その他	合計
函館市民	10 16.9%	15 25.4%	33 56.0%	0 0.0%	1 1.7%	59 100%
道内 観光客	5 9.6%	26 50.0%	13 25.0%	2 3.8%	6 11.5%	52 100%
道外 観光客	11 9.6%	73 63.4%	26 22.6%	4 3.5%	1 0.9%	115 100%
合計	26 11.6%	104 46.1%	72 32.0%	6 2.7%	8 3.6%	225 100%

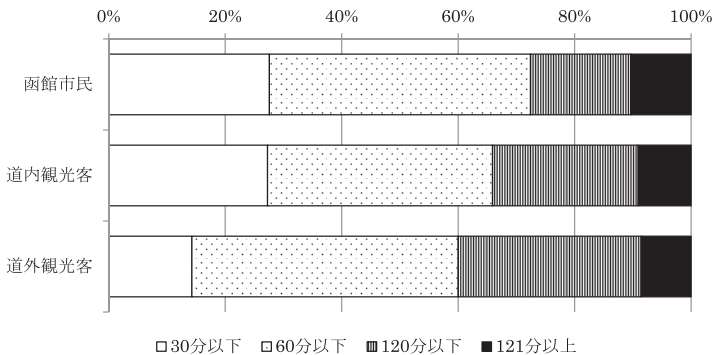
表5-4 元町地区への交通手段

	函館市電	バス	自家用車	その他	合計
函館市民	8 (17.8%)	5 (11.1%)	24 (53.3%)	8 (17.8%)	45 (100%)
道内観光客	6 (20.7%)	2 (6.9%)	19 (65.5%)	2 (6.9%)	29 (100%)
道外観光客	16 (36.4%)	7 (15.9%)	4 (9.1%)	17 (38.6%)	44 (100%)
合計	30 (25.4%)	14 (11.9%)	47 (39.8%)	27 (22.9%)	118 (100%)

元町地区の滞在時間は函館市民、道内及び道外観光客ともに1時間以下が6～7割である【図表 5-5】。前述の函館ベイエリアでの滞在時間よりも道外観光客で若干短い(「4-3. 函館ベイエリア前後に訪れる観光スポット」参照)。性別、年代、交通手段によって滞在時間に差は見られない。同行者で「友人」は「一人」や「家族」に比べて、滞在時間が若干短い傾向が見られる。

道外観光客の元町地区の観光情報の入手先はガイドブック 21 人 (29.6%)、雑誌・新聞 14 人 (19.7%)、テレビ 12 人 (16.9%)、ネット 10 人 (14.1%)、ツアーのコースに入っていた 2 人 (2.8%)、その他 12 人 (16.9%)、特になし 11 人 (15.5%)。「その他」には知人から聞いた、ポスターやチラシなどがある。

図表 5-5 元町地区の滞在時間

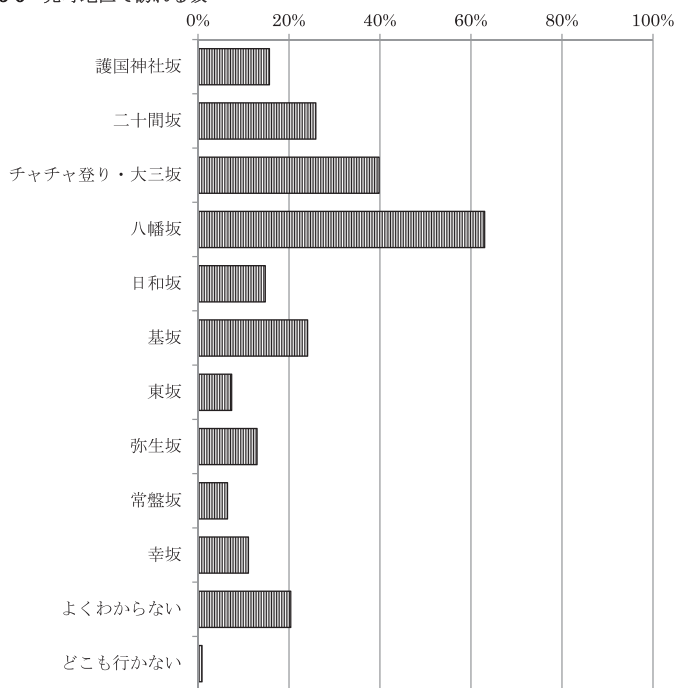


	30分以下	60分以下	120分以下	121分以上	合計
函館市民	8 (27.6%)	13 (44.9%)	5 (17.2%)	3 (10.3%)	29 (100%)
道内観光客	12 (27.3%)	17 (38.6%)	11 (25.0%)	4 (9.1%)	44 (100%)
道外観光客	10 (14.3%)	32 (45.7%)	22 (31.4%)	6 (8.6%)	70 (100%)
合計	30 (21.0%)	62 (43.3%)	38 (26.6%)	13 (9.1%)	143 (100%)

(3) 元町地区で訪れる観光スポット

元町地区で訪れた(訪れる予定の)坂は「護国神社坂」17人(15.7%)、「二十間坂」28人(25.9%)、「チャチャ登り・大三坂」43人(39.8%)、「八幡坂」68人(63.0%)、「日和坂」16人(14.8%)、「基坂」26人(24.1%)、「東坂」8人(7.4%)、「弥生坂」14人(13.0%)、「常盤坂」7人(6.5%)、「幸坂」12人(11.1%)、「よくわからない」22人(20.4%)、「これらのどこにも行かない」1人(0.9%)【図5-6】。やはり有名な「八幡坂」を訪れる人が多いが、「チャチャ登り・大三坂」が4割あり、「二十間坂」・「基坂」も2割を超えている。

図5-6 元町地区で訪れる坂



10の選択肢のうち、訪れる坂の数を見ると「0(どこにも行かない)」20人(18.5%)、「1つ」26人(24.1%)、「2,3つ」45人(41.7%)、「4つ以上」

17人(15.7%)。函館市民と道内及び道外観光客で訪れる坂の数に差は見られないが、「護国神社坂」は函館市民が比較的訪れている。性別、年代、同行者による差は見られない。滞在時間による差は見られず、60分程度の滞在時間ですべての坂を訪れているものがある。

坂に加えて、元町地区で訪れる観光名所は「カトリック元町教会」41人(41.4%)、「聖ヨハネ教会」34人(34.3%)、「ハリストス正教会」70人(70.7%)、「旧函館区公会堂」68人(68.7%)、「旧イギリス領事館」29人(29.3%)、「元町公園」41人(41.4%)である【図5-7】。前の3つの観光名所は「チャチャ登り・大三坂」付近にあり、「八幡坂」、「日和坂」をはさんで、後の3つの観光名所は「基坂」付近にあるが、多くの人が双方を訪れている。訪れる順序を見るとハリストス正教会から訪れる人が多く、ハリストス正教会から聖ヨハネ教会、カトリック元町教会など周辺をめぐり、八幡坂を経て、旧函館区公会堂及び元町公園方面へ移動したことが推測される【表5-8】。逆に旧函館区公会堂及び元町公園からはじめた人は旧イギリス領事館をまわって、八幡坂を経て、ハリストス正教会方面へ移動したことが推測される。

図5-7 元町地区で訪れる観光名所

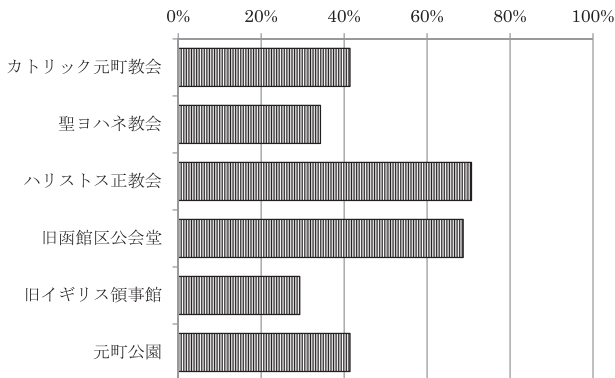


表 5-8 観光名所を訪れる順序

	1位	2位	3位	4位
1番目	ハリストス正教会 43人 (43.4%)	旧函館区公会堂 15人 (15.2%)	元町公園 15人 (15.2%)	
2番目	聖ヨハネ教会 20人 (20.2%)	旧函館区公会堂 20人 (20.2%)	ハリストス正教会 12人 (12.1%)	元町公園 10人 (10.1%)
3番目	旧函館区公会堂 17人 (15.7%)	カトリック元町教会 12人 (12.1%)	旧イギリス領事館 11人 (11.1%)	
4番目	旧函館区公会堂 11人 (11.1%)			

6つの選択肢のうち、訪れる数を見ると「0(どこにも行かない)」5人(5.1%)、「1つ」17人(17.2%)、「2、3つ」46人(46.4%)、「4つ以上」31人(31.3%)。函館市民、道内及び道外観光客で差は見られない。性別や年代、同行者による差は見られない。

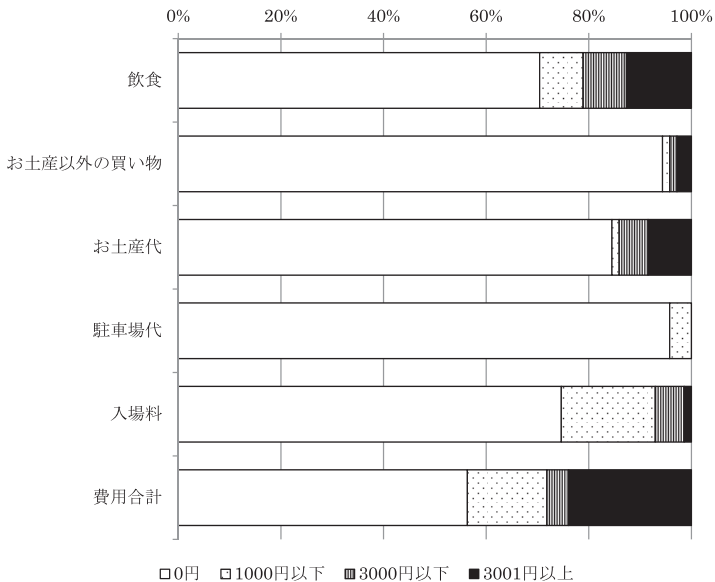
(4) 費用

元町地区で使った一人当たりの金額は、飲食代「0円(なし)」62人(57.4%)、「1円～1000円」22人(20.4%)、「1001円～3000円」13人(12.0%)、「3001円以上」11人(10.2%)。お土産以外の買物(自分のもの)は「0円(なし)」101人(93.4%)、「1円～1000円」2人(1.9%)、「1001円～3000円」2人(1.9%)、「3001円以上」3人(2.8%)。お土産代は「0円(なし)」95人(87.9%)、「1円～1000円」2人(1.9%)、「1001円～3000円」5人(4.6%)、「3001円以上」6人(5.6%)。駐車場代は「0円(なし)」103人(95.4%)、かかった人はいずれも1000円で5人(4.6%)。入場料は「0円(なし)」85人(78.7%)、「1円～1000円」18人(16.7%)、「1001円～3000円」4人(3.7%)、「3001円以上」1人(0.9%)。合計金額は「0円(なし)」51人(47.3%)、「1円～1000円」25人(23.1%)、「1001円～3000円」9人(8.3%)、「3001円以上」23人(21.3%)。半数近くが元町地区でまったくお金を使っていない。

道外観光客は飲食代「0円（なし）」が函館市民や道内観光客に比べてやや多く、6割近くが元町地区でまったくお金を使っていない【図表 5-9】。

性別、年代、滞在時間、訪れた坂の数・名所の数、同行者による差は見られない。

図表 5-9 道外観光客が元町地区で使った費用



6. まとめ

(1) 宿泊先と観光スポットの選択

台湾からの観光客は湯の川温泉に宿泊し、ツアーバスで朝市、五稜郭、函館山、トラピスチヌ修道院をまわっている。台湾以外の海外観光客は函館駅前などに宿泊し、朝市、五稜郭、函館山、元町周辺をまわっている。

道外観光客は湯の川温泉での宿泊が多く、道内観光客は湯の川・五稜郭・

函館駅前・函館ベイエリアに分かれている。函館ベイエリアに宿泊する人は元町周辺、函館駅前に宿泊する人は朝市・自由市場、五稜郭を訪れる傾向が見られる。函館山などの他の観光スポットはあまり差が見られない。

(2) 交通手段

函館山は函館に来るたびに訪れる観光スポットになっており、初回は函館市電が使われるが、リピーターは自家用車やツアーバスを利用している。

道内及び道外観光客は函館ベイエリアに行く前後に、函館山、五稜郭、朝市・自由市場などに立ち寄っている。バス利用者で函館山、函館市電利用者で朝市・自由市場、湯の川温泉を訪れることが比較的多く、自家用車に限らない周遊が行われている。

元町地区と函館ベイエリアを一緒に訪れることは、自家用車よりも市電やバス利用者で比較的良好に行われている。

(3) 観光情報の入手先

台湾からの観光客は旅行代理店が多く、台湾以外の海外観光客はインターネットなどが半数程度ある。

道外観光客は「ガイドブック」、「テレビ・ラジオ」、「旅行代理店」の順である。

(4) 観光スポットの印象

①函館朝市

台湾からの観光客は、函館朝市を品揃えが豊富で、商品の鮮度が良く、接客態度が丁寧だと感じている。台湾以外の海外観光客、道外観光客は商品の鮮度が良いと感じている。

台湾からの観光客、道外観光客の4割が、函館朝市の値段設定を「高い」、「少し高い」と感じている。

②函館山

道内及び道外観光客、函館市民ともに、8割が函館山の夜景を「非常に魅力的」だと感じている。日中の風景は6割、ロープウェイは4～5割である。これらの印象ははじめて函館山を訪れた人も、リピーターもあまり変わらないが、登山道は10回以上函館山を訪れている頻回なりピーターに評価されている。

③函館ベイエリア（金森赤レンガ倉庫）

金森赤レンガ倉庫は道外観光客の2割、道内観光客の6割が4回以上訪れている。風景だけでなく、食事や買物（自分のもの）を楽しむ場所として利用されており、自分のものとして食品やアクセサリ、お土産の食品などが購入されている。道内及び道外観光客の多くが良い印象を持っており、特に買物をした人の印象が良い。

④元町地区

ハリストス正教会、旧函館区公会堂を訪れる人が多く、坂では八幡坂、チャチャ登り・大三坂を訪れる人が多い。坂道や教会群など訪れる先は多いが、道外観光客の滞在時間は函館ベイエリアよりも短く、飲食や買物があまり行われていない。函館山や函館ベイエリアなどとともに元町地区をめぐるかたちで利用されており、飲食や買物は函館山や函館ベイエリアで行われていることが推測される。

注記

- 1) 来函観光入込客数推計（函館市観光コンベンション部観光振興課）によれば、2012年度の入込客数は4,501,200人。昨年度から9.6%増加。道外から2,964,000人（65.8%）、道内から1,537,200人（34.2%）。宿泊が2,991,200人（66.5%）、日帰りが1,510,000人（33.5%）である。
- 2) 2012年秋に函館—台北線が定期便となった。北海道観光入込客数調査報告書（北海道経済部観光局）によれば、台湾からの函館市内宿泊者数は2011年度において86,872人泊（震災の影響により前年度比75.7%）。北海道の海外からの宿泊者数は台湾が最も多く、香港、中国、韓国、シンガポールの順である。
- 3) 平成24年度観光アンケート調査の結果（函館市観光コンベンション部観光振興課、函館国際コンベンション協会）によれば、函館市観光案内所及び函館山・元町周辺・五稜郭公園等の観光ポイントの観光客が函館を選んだ理由は複数回答で夜景79.3%、歴史的建造物60.3%、グルメ56.1%、温泉32.9%、ツアー20.4%など。函館の観光ポイントで行った、または行く予定のところは、函館ベイエリア（ウォーターフロント）90.0%、元町周辺88.4%、函館山87.2%、五稜郭80.3%、朝市・自由市場69.0%、湯の川温泉52.5%、トラピスチヌ修道院31.1%、立待岬9.9%、外国人墓地8.4%、摩周丸6.3%、大門横丁3.5%。
- 4) 平成24年度観光アンケート調査の結果（函館市観光コンベンション部観光振興課、函館国際コンベンション協会）によれば、実際に訪れた観光地で特に満足だったところとして69.0%が函館山をあげている。次いで元町周辺（63.1%）、ウォーターフロント（52.1%）であり、朝市・自由市場は6.2%である。
不満だった点で最も多いのは市内移動手段であり、物販施設の販売内容、函館から情報提供、飲食店の食事内容などが続く。市内交通手段に対する不満の理由は「道がわかりにくい」、「交通費が高い」、「五稜郭へのアクセスがよくない」、「市電の乗り方、行き先がよくわからない」、「バスの路線・乗車券が複雑でわかりづらい」などである。なお、函館市内の主な移動手段は複数回答で路面電車43.4%、バス41.3%、徒歩28.1%、タクシー19.4%、自家用車11.5%、レンタカー5.6%。
- 5) 来函観光入込客数推計によれば、例年、観光客数が最も多いのは8月であり、5月～10月頃が多い。逆に最も少ないのは1月であり、11月～4月頃が少ない。