

平成 2 1 年度 調査・研究事業

「新幹線新函館駅開業に伴う
観光産業への影響に関する調査」

報 告 書

平成 2 2 年 2 月

社団法人 中小企業診断協会 北海道支部

目次

はじめに.....	2
第1章 道南圏の観光の現状.....	3
1. 道南圏の観光の現状	3
2. 函館市観光客の動向	9
第2章 新幹線新函館駅開業に向けた調査と行政等の取り組み	13
1. 北海道経済連合会	13
2. 北海道の取り組み	14
3. 渡島支庁の取り組み	15
4. 函館市の取り組み	15
5. その他の機関等	19
6. まとめ	19
第3章 新幹線新函館駅開業に伴う観光産業への影響に関する調査.....	20
1. 調査の概要	20
2. 回答企業の属性	21
3. アンケート集計結果	22
第4章 道南圏における観光活性化に向けた提言	40
1. 取り組むべき課題	40
2. 活性化に向けた提言	40
おわりに.....	44
付属資料.....	45

はじめに

新青森駅から青函トンネルを通過して札幌駅へ至る北海道新幹線のうち、新青森駅・新函館駅（仮称：以下同様）間については平成 17 年に工事が着工された。新函館駅は平成 27 年度の開業が予定されている。新函館駅から札幌駅までの延伸計画については流動的な部分も存在するが、本年（平成 22 年）12 月には、本州側の起点となる新青森駅が開業することから、北海道新線への関心は高まると予想される。

平成 17 年の着工から平成 27 年の新函館駅開業までの約 10 年間のうち、間もなく約半分の 5 年が経過する。この 5 年間を長かったとみるか、短かったと見るかはそれぞれの立場で違うであろうが、数年後に新函館駅が開業するのは確かなことである。

本文でも触れているが、北海道新幹線着工にあたっては事前にシンクタンク等による経済波及調査などが行われ、着工後は道内行政機関や関係諸団体による様々な検討やアクションプラン、啓蒙活動が行われている。これらの提言や取り組みは北海道新幹線開業を大きな機会ととらえ、地域を活性化するために欠かせないことである。そして、その実現は個々の事業所や企業による具体的な行動に大きく依存している。今回の我々の調査研究は、中小企業診断士の視点から、個々の事業所や企業が具体的に北海道新幹線新函館駅開業をどう考えているのか、何かしらの取り組みを開始しているのか、などについてアンケート調査から明らかにしようとするものである。

本報告書は、第 1 章で函館を中心とした道南圏観光の観光客の推移等、第 2 章で先行調査と行政等の取り組み等を概観し、第 3 章でアンケート調査の集計と分析、最後に第 4 章でアンケート結果を踏まえた中小企業診断士としての視点からの提言を行っている。

平成 22 年 2 月

社団法人中小企業診断協会 北海道支部

支部長 笹山喜市

委員 中小企業診断士 田中修身

中小企業診断士 中野貴英

1. 道南圏の観光の現状

(北海道のホームページより)

(北海道のホームページより)

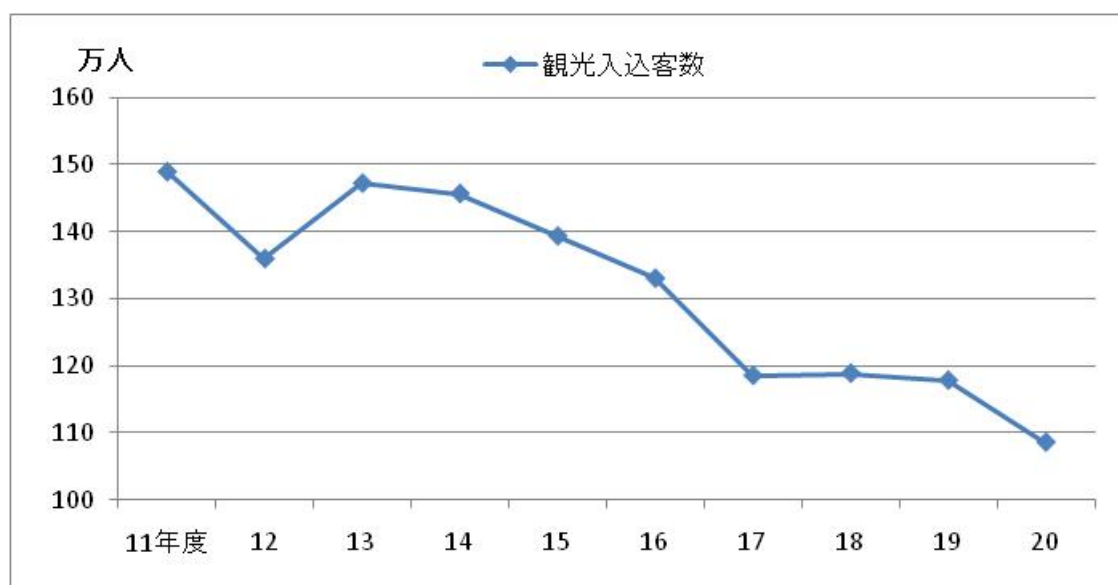
平成 20 年度の道南圏の観光客数は次のとおりである。

観光入込客数	10,850,500 人	前年比 92.1%
道外客数	4,993,400 人	前年比 91.3%
道内客数	5,857,100 人	前年比 92.8%
日帰り客数	7,420,800 人	前年比 91.3%
宿泊客数	3,429,700 人	前年比 94.0%
外国人宿泊客数	62,662 人	前年比 79.8%

年別観光客の推移

3

<図表 1-1> 観光入込客数の推移

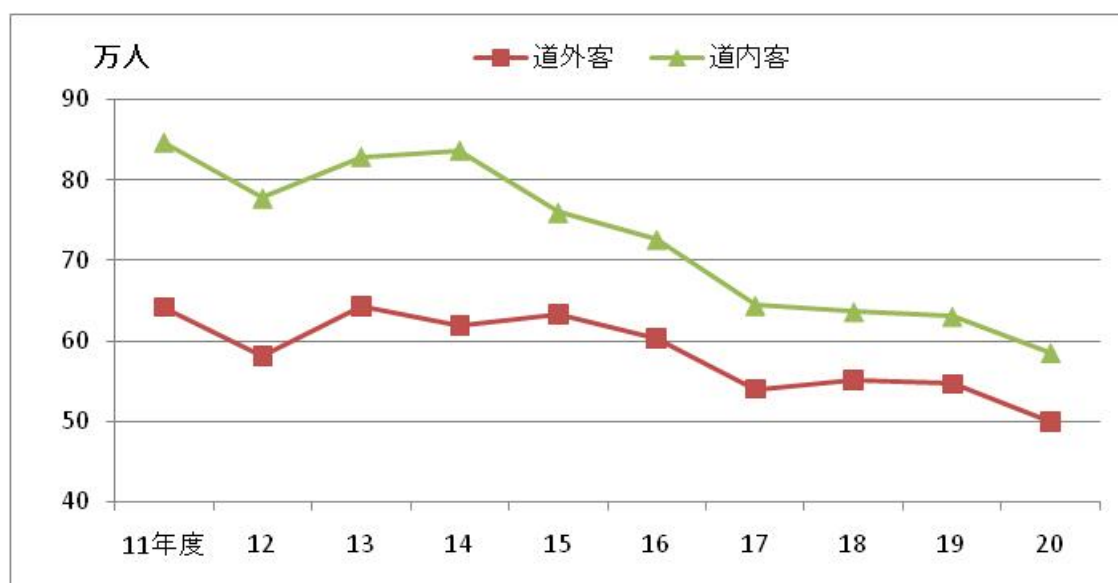


資料：平成 20 年度北海道観光入込客数調査報告書（北海道経済部観光局）

道外客と道内客の推移

道外客は、平成 11 年度 64 万人から平成 20 年度 50 万人と 14 万人減少しており、10 年間で 22%減となっている。道内客は、平成 11 年度 85 万人から平成 20 年度 59 万人と 26 万人減少しており、10 年間で 31%減となっている。

<図表 1-2> 道外客数・道内客数の推移

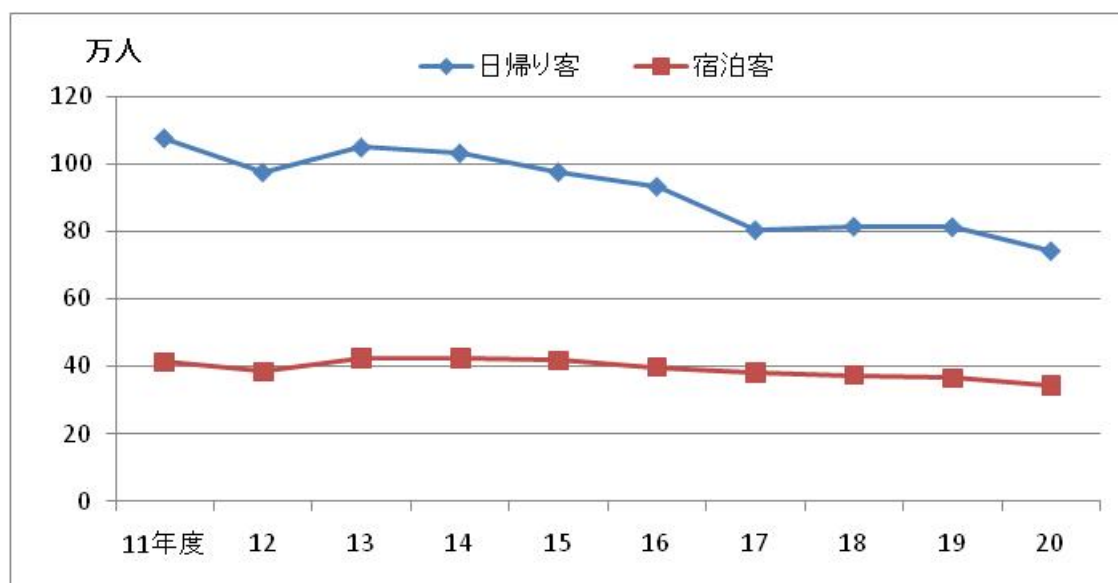


資料：平成 20 年度北海道観光入込客数調査報告書（北海道経済部観光局）

日帰り客と宿泊客の推移

日帰り客は、平成 11 年度 108 万人から平成 20 年度 74 万人と 34 万人減少しており、10 年間で 31% 減となっている。宿泊客は、平成 11 年度 41 万人から平成 20 年度 34 万人と 7 万人減少しており、10 年間で 17% 減となっている。日帰り客の減少に比べて、宿泊客は緩やかな減少となっている。

< 図表 1-3 > 日帰り数・宿泊客数の推移



資料：平成 20 年度北海道観光入込客数調査報告書（北海道経済部観光局）

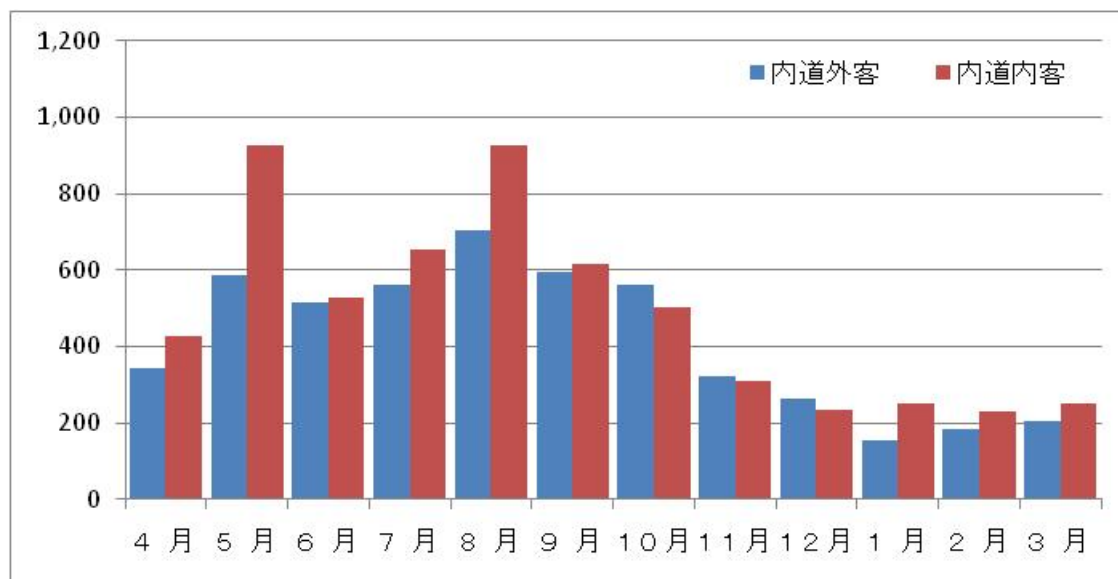
月別観光客の動向

月別観光客の動向を道外客・道内客別にみると、5 月から 10 月の期間が多く、冬季間の観光客数は少ない。道外客は 8 月が最も多く、道内客については 5 月も 8 月と同様に観光客が多い月となっている。

日帰り客・宿泊客の月別動向についても、5 月と 8 月を中心に多くなっているが、5 月は他の月に比べて日帰り客の割合が高くなっている。

<図表 1-4> 月別観光客の動向（道外客・道内客）

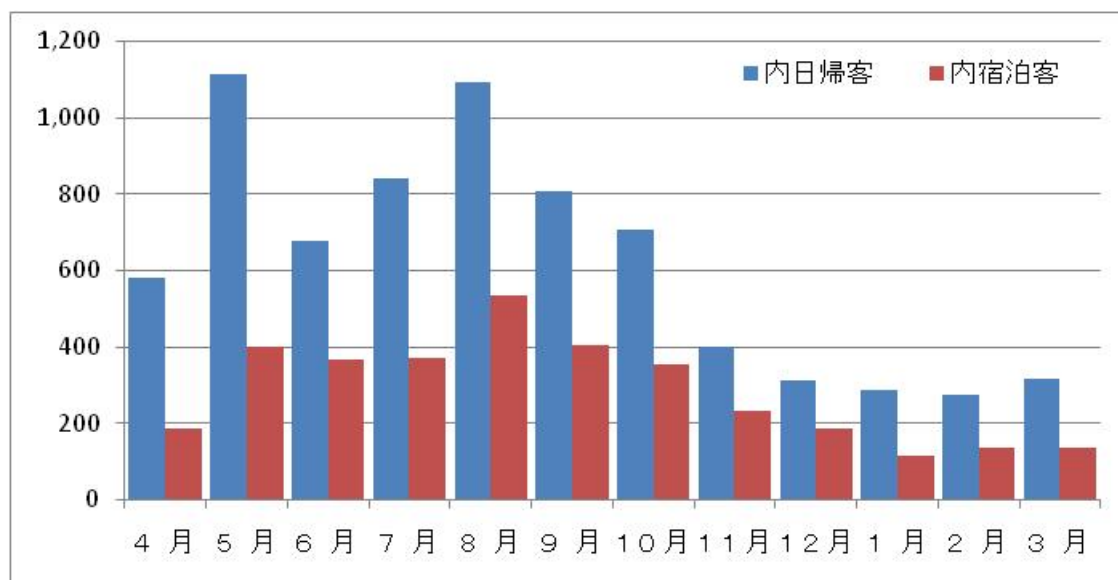
（単位：千人）



資料：平成 20 年度北海道観光入込客数調査報告書（北海道経済部観光局）

<図表 1-5> 月別観光客の動向（日帰り客・宿泊客）

（単位：千人）



資料：平成 20 年度北海道観光入込客数調査報告書（北海道経済部観光局）

地域別観光客の推移

道南圏の観光入込客数のうち、渡島支庁が 89.7%を占めており、そのうち函館市 42.0%七飯町 16.9%となっている。

道外客については、函館市 59.9%、七飯町 23.2%と比率は高くなっている、一方、道内客については函館市 26.9%、七飯町 11.5%と比率は下がり、他の地域の比率は上がっている。また、宿泊客については、函館市が 85%を占めており、日帰り客については、七飯町が 23.7%と最も多く、次いで函館市 22.2%となっている。

<図表 1-6> 地域別観光客数

(単位：千人)

		入込総数									
			圏域比	道外客	圏域比	道内客	圏域比	日帰り客	圏域比	宿泊客	圏域比
函館市	函館市	4,562	42.0%	2,989	59.9%	1,573	26.9%	1,648	22.2%	2,914	85.0%
	松前町	484	4.5%	102	2.0%	382	6.5%	427	5.8%	57	1.7%
	福島町	69	0.6%	6	0.1%	62	1.1%	66	0.9%	2	0.1%
	知内町	113	1.0%	35	0.7%	78	1.3%	102	1.4%	11	0.3%
	木古内町	29	0.3%	1	0.0%	27	0.5%	27	0.4%	2	0.0%
	北斗市	652	6.0%	47	0.9%	606	10.3%	628	8.5%	24	0.7%
	七飯町	1,832	16.9%	1,159	23.2%	673	11.5%	1,755	23.7%	77	2.2%
	鹿部町	218	2.0%	39	0.8%	179	3.0%	154	2.1%	64	1.9%
	森町	734	6.8%	53	1.1%	681	11.6%	659	8.9%	75	2.2%
	八雲町	413	3.8%	97	1.9%	316	5.4%	385	5.2%	28	0.8%
	長万部町	632	5.8%	245	4.9%	386	6.6%	608	8.2%	24	0.7%
渡島支庁		9,736	89.7%	4,772	95.6%	4,963	84.7%	6,460	87.0%	3,276	95.5%
檜山支庁	江差町	404	3.7%	153	3.1%	251	4.3%	369	5.0%	35	1.0%
	上ノ国町	92	0.8%	17	0.3%	74	1.3%	89	1.2%	2	0.1%
	厚沢部町	134	1.2%	5	0.1%	130	2.2%	122	1.6%	12	0.3%
	乙部町	142	1.3%	22	0.4%	119	2.0%	132	1.8%	10	0.3%
	奥尻町	41	0.4%	10	0.2%	32	0.5%	1	0.0%	41	1.2%
	せたな町	236	2.2%	14	0.3%	222	3.8%	184	2.5%	52	1.5%
	今金町	66	0.6%	1	0.0%	66	1.1%	63	0.9%	3	0.1%
道南圏域計		10,851	100.0%	4,993	100.0%	5,857	100.0%	7,421	100.0%	3,430	100.0%

資料：平成 20 年度北海道観光入込客数調査報告書（北海道経済部観光局）

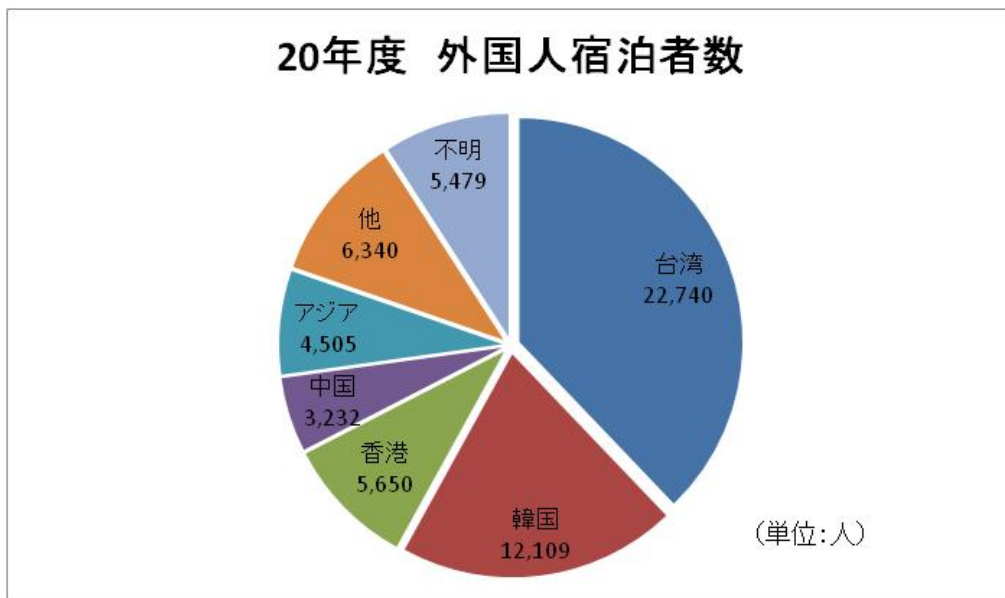
外国人宿泊者数

平成 20 年度の外国人宿泊者数は 62,662 人となっている。宿泊者全体（3,429,700 人）に占める比率は 1.8%と道央圏（ ）の同比率 9.6%と比べると外国人宿泊者数の割合は低い。

最も多いのは台湾で 22,740 人、次いで韓国 12,109 人となっており、アジア全体では 77%を占めている。

道央圏：石狩支庁、後志支庁、空知支庁、胆振支庁、日高支庁

<図表 1-7> 外国人宿泊者数



資料：平成 20 年度北海道観光入込客数調査報告書（北海道経済部観光局）

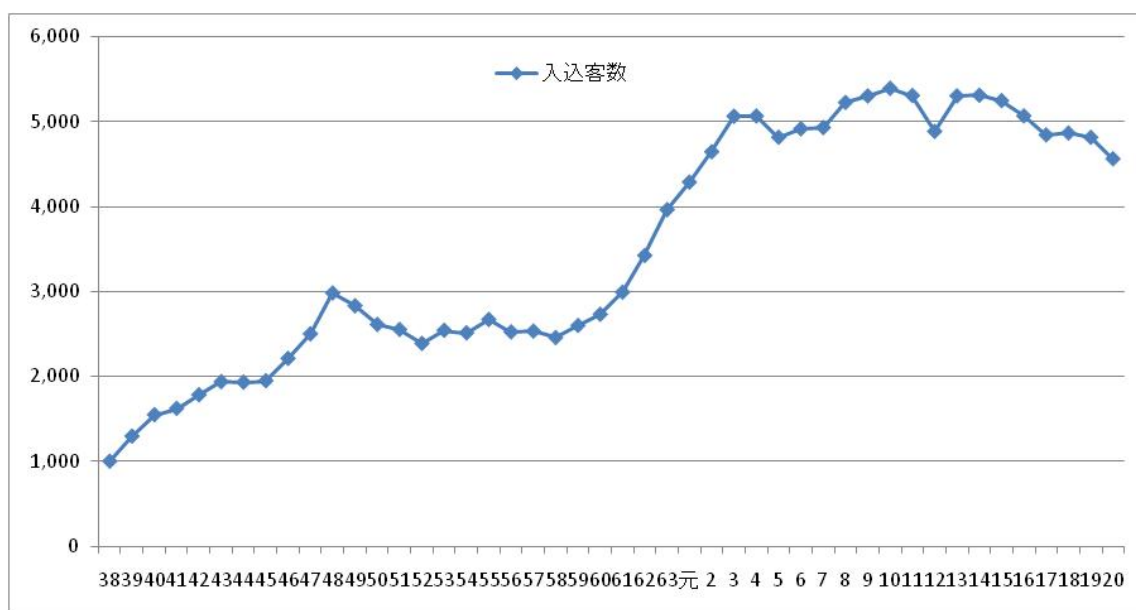
2. 函館市観光客の動向

(1) 年別観光客数の推移

函館市の観光入込客数は、昭和 46 年度に 200 万人を超えて以降、250～300 万人の水準で推移、そして、昭和 63 年度に青函トンネルが開通してから、観光入込客数は大幅に増加し、500 万人を超える水準となった。その後、平成 10 年度の 539 万人をピークに減少傾向が続いており、平成 20 年度は 456 万人となっている。

<図表 1-8> 来函観光入込客数の長期推移

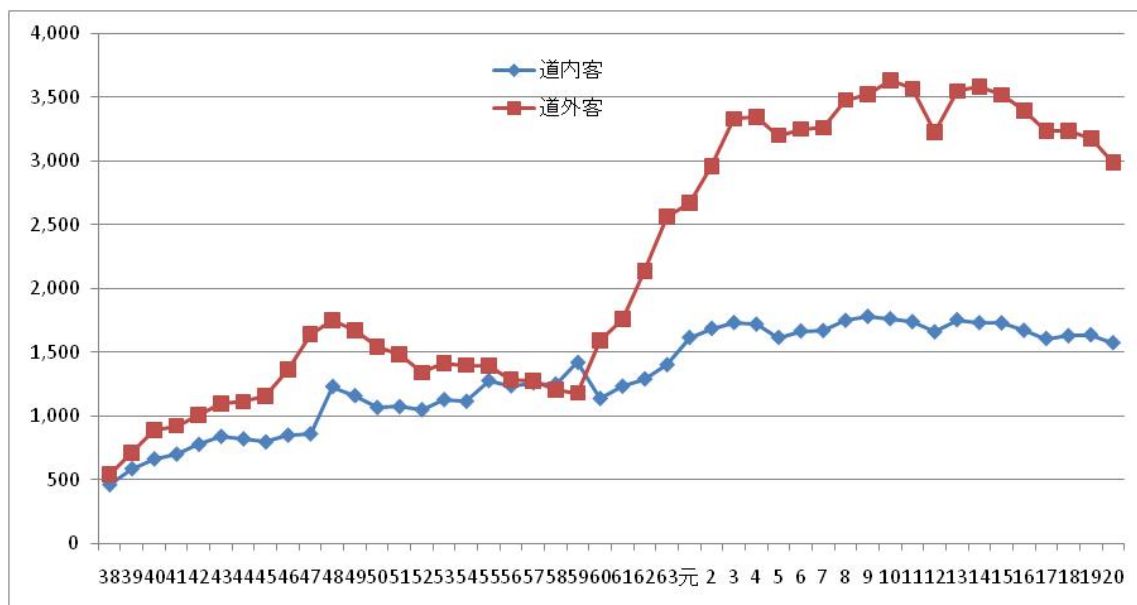
(単位：千人)



資料：函館市観光コンベンション部

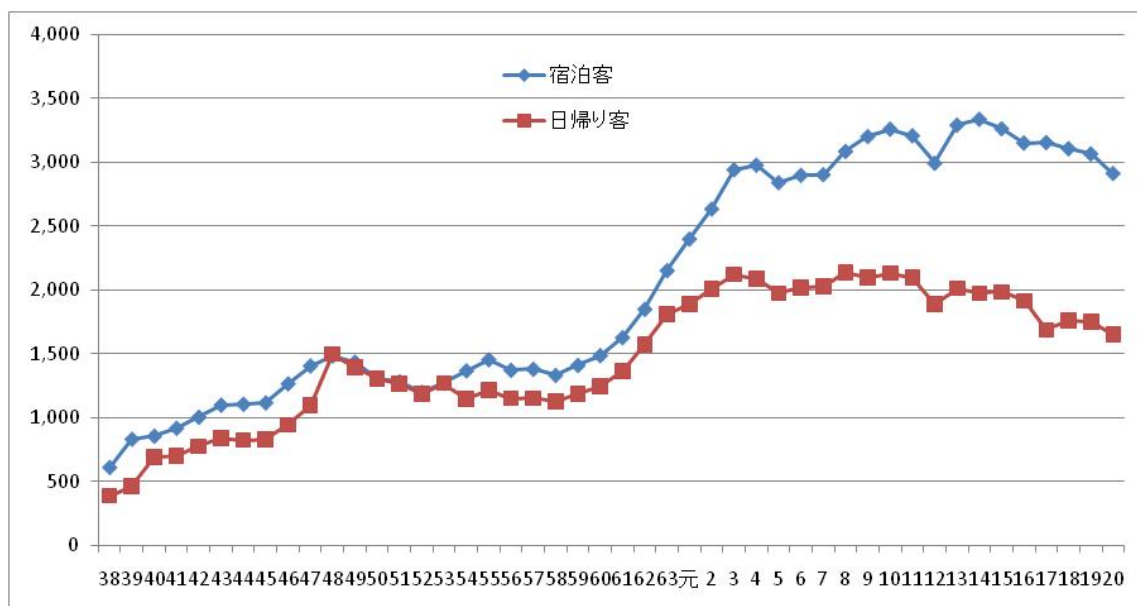
内訳を見てみると、青函トンネルの開通に伴い、道外客が大幅に増加し、宿泊客も増加していることが分かる。青函トンネル開通前の昭和 59 年度の道外客 118 万人と、ピーク時の平成 10 年度は 363 万人を比べると 3 倍以上の増加となっている。

< 図表 1-9 > 来函観光入込客数の長期推移（道外客・道内客別）（単位：千人）



資料：函館市観光コンベンション部

< 図表 1-10 > 来函観光入込客数の長期推移（宿泊客・日帰り客別）（単位：千人）



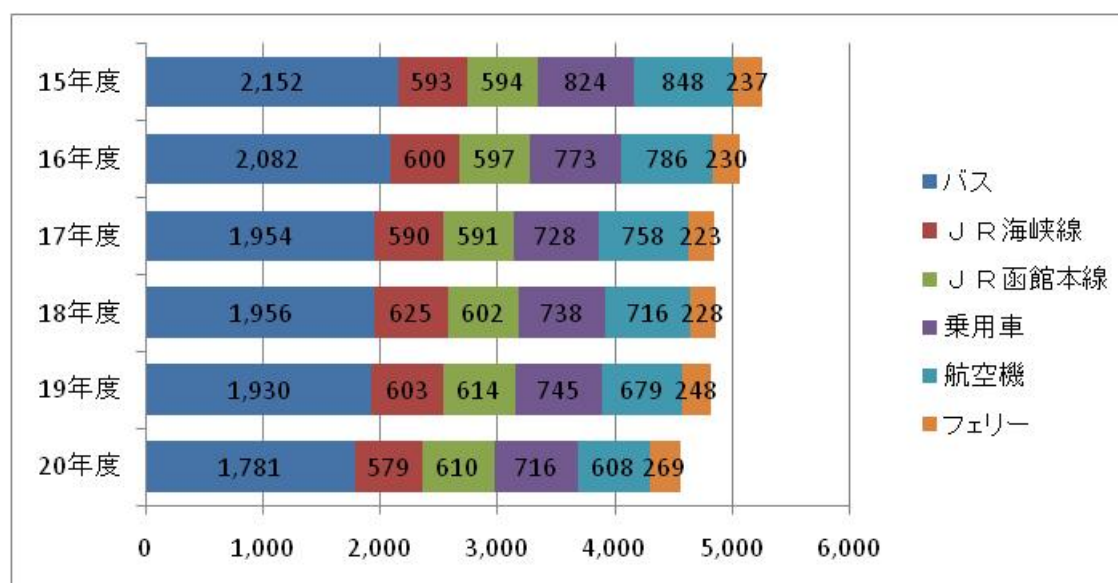
資料：函館市観光コンベンション部

(2) 交通機関別入込客数

交通機関別の入込客数をみるとバスの利用が最も多くなっているが、年々減少している。ＪＲの利用については、海峡線、函館本線ともにほぼ横ばいで推移している。乗用車、航空機については減少傾向にある。

< 図表 1-11 > 交通機関別入込客数

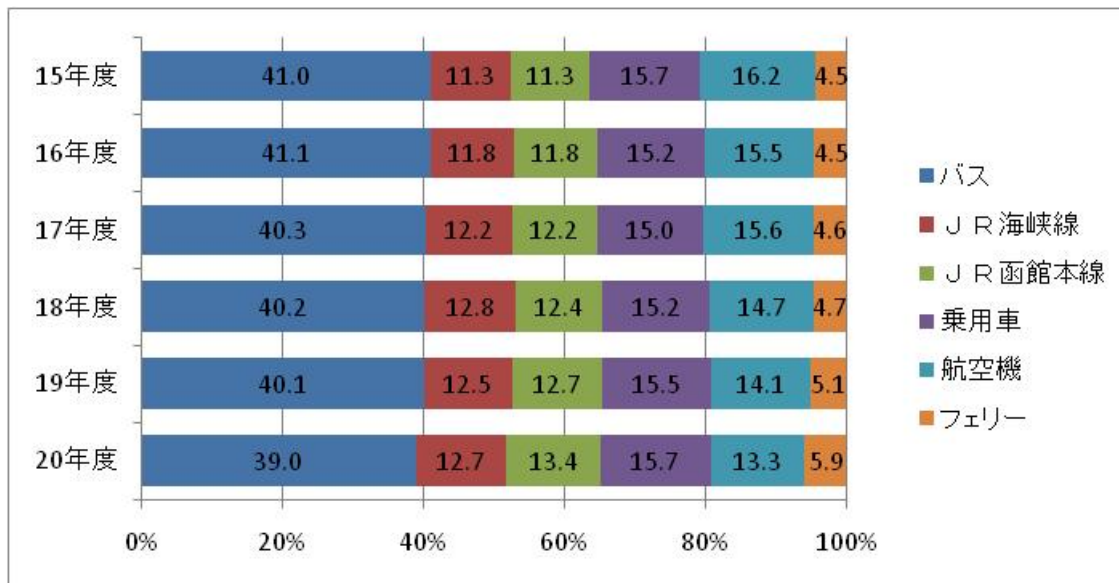
(単位：千人)



資料：函館市観光コンベンション部

交通機関別の構成比の推移は、平成 15 年度から平成 20 年度において、バスは 2.0 ポイント、ＪＲ（海峡線・函館本線）は + 3.5 ポイント、乗用車は増減なし、航空機は 2.9 ポイント、フェリーは + 1.4 ポイントとなっている。

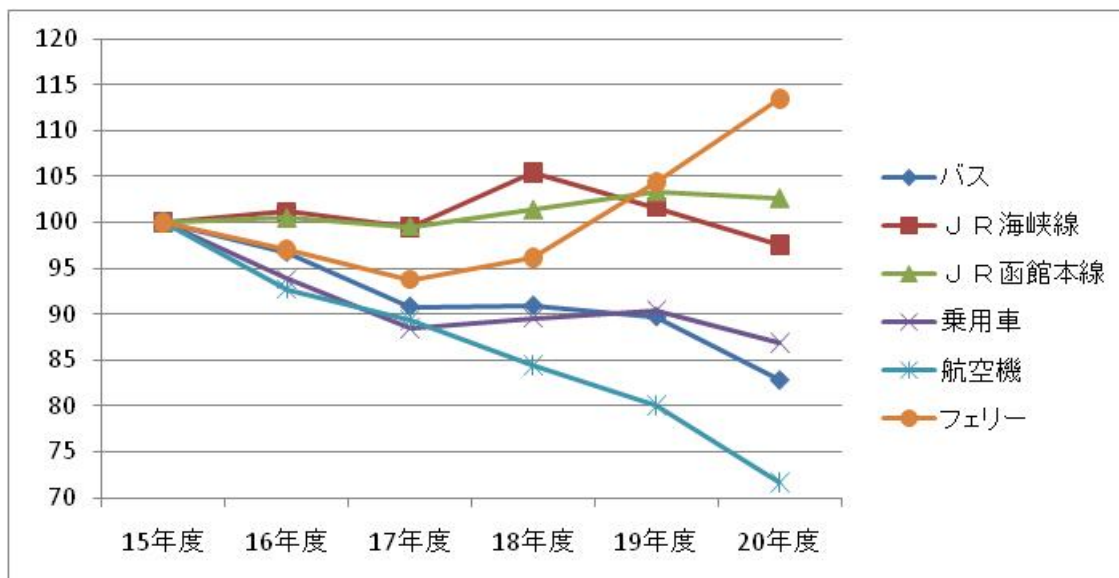
< 図表 1-12 > 交通機関別構成比



資料：函館市観光コンベンション部

平成 15 年度の数値を基準値（＝100）とした場合の交通機関別の指標をみると、最も大きく減少しているのは、航空機となっており、次いでバス、乗用車の減少が大きい。一方、J R については大きな変動はなく比較的安定した推移となっている。

< 図表 1-13 > 交通機関別入込客数（平成 15 年度を基準値とした場合）



資料：函館市観光コンベンション部

第2章 新幹線新函館駅開業に向けた調査と行政等の取り組み

前章でみたとおり、函館および函館を地中心とした道南圏観光の観光入込客数は減少傾向である。特に道外客数、宿泊客数、外国人宿泊客数の減少が大きい。また、冬期間の観光入込客数が夏期間に比べて大幅に少なく、季節による繁閑差が大きい。こういった状況に対して、新幹線新函館駅開業の以下のような特徴は、函館を中心とした道南圏観光にとって大きな機会となると考えられている。

- 道外からの鉄道による移動所要時間が大幅に短縮される。
- 一度に大量の輸送が可能である。
- 天候の影響を受けにくい。
- 車内での自由度が高い。
- 運賃が安くなる可能性がある。
- 陸上交通としての安心感がある。

以下に、新幹線新函館駅開業に向けての各種調査や行政および各種関係団体等の取り組み状況を概観する。

1. 北海道経済連合会

(1) 北海道経済連合会による調査

北海道経済連合会は、平成15年に「新幹線新函館駅開業の経済効果」(委託先：(株)野村総合研究所)さらに平成18年から19年にかけては「北海道新幹線札幌延伸に伴う効果と地域の課題」(委託先：(株)北海道二十一世紀総合研究所)を実施した。この2つの調査は以降で触れる行政や各種関係団体等の報告や提言の前提になっている。

(2) 各報告書の概要

「新幹線新函館駅開業の経済効果」から

新青森～新函館間の新幹線建設および新函館駅開業後の経済効果に関する調査である。建設期間中の経済効果は4,901億円、開業後の経済効果は年間120億円、また、鉄道客流量は開業前の年間138万人から年間300万人へと増加し、そのうち47万人は新幹線開業効果による新規誘発客流量とされている。

「北海道新幹線札幌延伸に伴う効果と地域の課題」から

さらに新函館から札幌まで新幹線が延伸した場合についての調査である。建設期間中の経済

効果は1兆9,082億円、開業後の経済効果は年間1,443億円とされている。

2. 北海道の取り組み

(1) 北海道新幹線開業効果拡大・活用庁内検討会議

北海道は、平成17年5月に庁内組織として「北海道新幹線開業効果拡大・活用庁内検討会議」を設置し、事務局は総合政策部新幹線・交通企画局新幹線対策室である。副知事を座長とし、最終的には札幌延伸を見込んで経済効果を最大限に発揮させる政策の検討・推進を図ることを目的としていると考えられるが、平成21年4月現在の構成員として参加している支庁は渡島支庁と檜山支庁である。

(2) 北海道新幹線開業効果拡大・活用検討会議

平成17年7月には、学識経験者を座長として、道のほか道南の市町、民間の団体、機関等が参加する庁外組織「北海道新幹線開業効果拡大・活用検討会議」が設置された。同会議では、平成19年3月に「北海道新幹線『新函館（仮称）駅』開業に関するアンケート調査」（委託先：株式会社北洋銀行調査部）を実施しその報告書や過去の諸調査結果を踏まえ「北海道新幹線開業効果拡大・活用検討会議」報告書を発表した。

(3) 報告書の概要

「北海道新幹線『新函館（仮称）駅』開業に関するアンケート調査」からの提言

- 1) 地域の「強み」「弱み」を洗いなおす。
- 2) 来道者ニーズと実際の対応のズレを減らす。
- 3) 情報をきちんと伝える。
- 4) 異質性を保つ。
- 5) もてなしの心を磨く。
- 6) 来道する必然性をつくる。

「北海道新幹線開業効果拡大・活用検討会議」報告書からの提言

- 1) 函館の知名度を生かした広域観光の展開
- 2) 新たな観光ルートづくり
- 3) 観光振興方策
- 4) 魅力ある観光メニュー
- 5) 新しい観光資源の発掘

3. 渡島支庁の取り組み

(1) 渡島支庁新幹線推進連絡検討会議

渡島支庁は、平成 17 年 6 月に渡島支庁および渡島教育局で構成する「渡島支庁新幹線推進連絡検討会議」を設置し、事務局は渡島支庁地域政策部地域政策課新幹線推進室である。

(2) 北海道新幹線の開業を活かした地域づくり懇談会

平成 17 年 8 月には、渡島・檜山支庁管内の行政機関、経済界などで構成される「北海道新幹線の開業を活かした地域づくり懇談会」が設置された。同観光振興部会は、平成 19 年 3 月に「観光振興部会検討結果報告書」を、同新函館（仮称）駅駅舎機能検討部会は、平成 20 年 3 月に「新函館（仮称）駅駅舎機能検討部会検討結果報告書」を発表している。

(3) 報告書の概要

「観光振興部会検討結果報告書」からの提言

（観光振興に関して）

- 1) 広域観光の拠点作りの推進
- 2) 地域連携による広域観光ルートの開発推進
- 3) 観光情報発信力の強化
- 4) 大都市圏市場へのマーケティング活動の強化
- 5) 青森県や北東北との連携による広域観光の推進

「新函館（仮称）駅駅舎機能検討部会検討結果報告書」からの提言

（新函館駅に求められる機能）

- 1) 乗り換えがスムーズで利用客の負担の少ない交通結節機能
- 2) 道外の観光客向けに南北海道全域の観光・特産品情報発信機能
- 3) 南北海道の新たな顔としてのランドマーク機能
- 4) 地域の人やモノが行き交う交流・プラザ機能

4. 函館市の取り組み

(1) 北海道新幹線の開業に向けた検討会議

函館市は、平成 17 年 8 月に庁内組織として「北海道新幹線の開業に向けた検討会議」を設置し、事務局を新幹線対策室に置いた。実は、北海道新幹線のルートは函館市内を全く通過しない。しかしながら、道南観光および道南経済の中心的存在としての役割と責任から、新函館駅開業に向けて、道南圏観光の推進、産業の振興、新函館駅と周辺のアクセス、在来線のあり方、まちづ

くり施策等について詳細な検討を行っている。同会議は、平成 20 年 3 月に「『新幹線で未来を創るまちづくり』構想」を発表した。

(2) 「『新幹線で未来を創るまちづくり』構想」の概要

報告書は、構想の柱として「観光の振興」、「まちの賑わいの創出」、「企業の育成・誘致」、「交通網の充実」をあげ、それぞれについて具体的な施策を掲げている。各施策には、実施目標時期とその実施主体が明示されており、その実行を促すものとなっている。

これを見ると、「観光の振興」の各施策は、実施目標時期については短期が多く早期の取り組み開始の必要性を示しており、実施主体についてはすべての施策について事業者が関わっている。全体をとおしても全 27 施策中 22 施策について事業者が主体とされており、事業者の取り組み姿勢が構想自体の実現に大きな影響を与えることがわかる。

以下に各施策の実施目標時期と実施主体を整理した。なお、実施目標時期は、短期とは新青森駅が開業する平成 22 年度まで、中期とは新函館駅が開業する平成 27 年度まで、長期とは新函館駅開業以降を意味している。

分野	施策	実施目標時期			実施主体		
		短期	中期	長期	函館市	事業者	市民・団体
観光の振興	観光情報提供体制の充実		○			○	○
	滞在型観光の促進		○			○	
	未利用資源を活用した観光ツアーの実施	○				○	
	「自分を磨く旅」の創出	○				○	
	観光客等誘致活動の推進	○			○	○	
	コンベンション機能の充実	○	○	○	○	○	○
	ホスピタリティ意識の普及啓発	○			○	○	○
	観光コンシェルジュ機能の充実	○				○	
	「はこだてチケット」の創出	○				○	
	「手ぶらで観光」サービスの創出		○			○	
まちの賑わいの創出	中心市街地の活性化		○	○	○		
	駅前通のグレードアップ		○		○	○	
	函館秀麗ポイントの整備		○		○		
	空家・空地の活用（長屋のリノベーション）		○			○	

企業の育成・誘致	就業体験機会の拡充		○			○	
	函館ブランドの確立		○		○		
	地元食材を生かした「食」の魅力向上		○		○		
	大学学術研究機関等と産業界の交流促進		○		○	○	
	水産資源を活用した新たな産業の創出		○	○		○	
	物流拠点の整備検討		○	○		○	
交通網の充実	新函館駅と現函館駅との鉄道アクセスの充実		○			○	
	新函館駅にアクセスする道路ネットワークの整備	○	○	○	○		
	並行在来線の経営分離後における市民の利便性の確保		○		○		
	バス交通網の充実		○			○	
	レンタカー機能の充実		○			○	
	新幹線と飛行機の有機的な連携		○			○	
	誰にでも使いやすい交通体系の整備		○		○	○	

(3) 北海道新幹線開業はこだて活性化協議会

平成 18 年 9 月、函館市のほか、函館商工会議所、函館国際観光コンベンション協会、関連観光団体等により「北海道新幹線開業はこだて活性化協議会」が設置され、事務局は函館商工会議所である。同協議会は、平成 20 年 11 月「北海道新幹線はこだて活性化アクションプラン」を発表した。函館市の『「新幹線で未来を創るまちづくり」構想』を踏まえ、緊急性、重要性、具現性の高いものに対する具体的アクションプランである。

(4) 「北海道新幹線はこだて活性化アクションプラン」の概要

函館市の『「新幹線で未来を創るまちづくり」構想』の基本的な考え方を踏まえ、主要施策のなかから緊急性を要するもの、重要度や具現性の高いものを抽出し、官民協働で取り組むとしている。観光振興分野、産業振興分野、交通アクセス分野について 26 の施策がまとめられている。観光振興分野については 13 の施策がある。

コード	施 策	分 野		
		観光	産業	交通
0 1	全市民をあげて観光客を迎える態勢づくり	○		
0 2	函館観光の「質」の向上	○		
0 3	新たな観光資源の整備と既存資源の磨き上げ	○		
0 4	体験観光メニューの創出・充実強化	○		
0 5	イベントの充実による魅力創出	○		
0 6	道南圏周遊型広域観光ルート開発と滞在促進	○		
0 7	青函圏観光ルート・新規交流プログラムの創出	○		
0 8	着地型情報提供の充実	○		
0 9	コンベンション・ロケーションの受入環境整備	○		
1 0	マーケティング強化による戦略的なＰＲの実施	○		
1 1	函館の魅力を伝えるプロモーションの充実強化	○	○	
1 2	真の「国際観光都市」づくりのための環境整備	○	○	
1 3	函館ブランドの創出・向上・販路拡大	○	○	
1 4	地域の未来を担う人材の定着		○	
1 5	新幹線を活用した市場開拓と基盤整備		○	
1 6	ステークホルダーの連携促進による産業育成・創出		○	
1 7	域内需要創出・所得循環化の促進		○	
1 8	中心市街地への賑わいの誘導・創出		○	
1 9	函館圏域の連携強化		○	
2 0	域内交通・交流インフラの整備促進		○	○
2 1	新函館駅連絡バス運行の充実			○
2 2	タクシーサービスの充実			○
2 3	レンタカー機能の充実			○
2 4	新函館駅・現函館駅間の鉄道アクセスの充実			○
2 5	新函館駅との接続道路、接続環境の整備			○
2 6	新幹線運行の充実			○

5. その他の機関等

札幌商工会議所は北海道新幹線建設促進札幌圏期成会の事務局として北海道新幹線の札幌延伸に向けて活動しているほか、北洋銀行も平成 18 年「北海道新幹線札幌延伸に向けて」というレポートを発表している。

6. まとめ

以上のように、平成 17 年 5 月に北海道新幹線新青森・新函館間が着工した直後から、行政および行政と各種関係団体等による各種検討会議が設置され、平成 19～20 年にかけてその報告書が相次いで公表されている。その内容はほぼ共通しており、以下のようにまとめられる。

(1) 取り組みの必要性

新幹線開業は大きなプラス効果となるが、一過性でとどまる可能性もある。

一方で、通過型観光、ストロー現象といったマイナス効果も予想される。

マイナスをプラスに変えその効果を継続させるためには、今からの取り組みが不可欠。

行政や関係諸団体のリーダーシップと個々の事業所の行動。

(2) 取り組みの内容

滞在型、連泊型観光への誘導。

ホスピタリティの浸透。

道南圏全体で広域連携の必要性。

既存の観光資源の磨き上げと新しい観光資源の発見。

東北地域との連携による新しい観光メニューの開発。

情報発信とマーケティング。

新函館駅を起点とした交通網の整備。

第3章 新幹線新函館駅開業に伴う観光産業への影響に関する調査

1. 調査の概要

(1) 本調査研究の目的

北海道新幹線新函館駅開業あるいは札幌延伸に関する調査や提言は数多く存在するが、その多くは北海道経済連合会の2つの報告書や独自の顧客ニーズに関する調査等から、行政や業界としての提言を行っているものである。これらの提言や取り組みは北海道新幹線開業を大きな機会ととらえ、地域を活性化するために欠かせないことである。そして、その実現は個々の事業所や企業による具体的な行動によるものである。今回の我々の調査研究は、中小企業診断士の視点として、個々の事業所や企業が具体的に北海道新幹線新函館駅開業をどう考えているのか、何かしらの取り組みを開始しているのか、などについてアンケート調査から明らかにしようとするものである。

(2) アンケート項目

本調査研究では、対象企業について以下の項目からなるアンケートを行った。なお、アンケート項目は、一般的な内容から次第に個々の事業所や企業の内容に踏み込むような順に設定した。

新幹線新函館駅開業に対する認知度

開業の予定時期、新函館駅までのルート、函館市および函館商工会議所等の取り組みに対する認知度、道南圏観光全般に与える影響、道南圏観光全般における重要な観光資源。

アンケート対象企業の顧客について（属性）

国内顧客の居住地域、国外顧客の居住地域、利用単位、利用目的、顧客アンケートの実施有無、自社のセールスポイント。

アンケート対象企業の新幹線新函館駅開業に対する取り組みについて

自社への影響、取り組みの有無と内容、取り組まない理由。

アンケート対象企業の経営動向について

営業項目、地域、資本金、従業員数、売上、経常利益、自由記入。

(3) 調査方法

調査の方式

書面郵送によりアンケート調査票を送付し、FAXにての回答を依頼した。

調査の時期

平成21年9月9日に発送し、回答期限は9月30日とした。

(4) 調査の対象

函館商工会議所に登録している観光関連企業およびその他函館近郊の観光関連企業等 319 社を対象とした。

(5) 回収数

33 社から回答があった。回答率は 10.3 % である。

2. 回答企業の属性

本アンケート調査では、問 16 ~ 21 において個々の企業の属性や経営内容を問うている。問 16 で中心となる営業項目を問うており、その内容は以下の通りである。

番号	内容	件数	割合
	宿泊	13	39.4%
	飲食	10	30.3%
	販売	2	6.1%
	観光施設	3	9.1%
	旅客(交通機関)	2	6.1%
	その他	1	3.0%
	無回答	2	6.1%
	合計	33	100.0%

この内容から回答企業の属性を次の 3 分類としてクロス集計を行うこととした。

(1) 宿泊

宿泊、全体に占める割合 39.4% (13 件)。

(2) 飲食

飲食、全体に占める割合 30.3% (10 件)。

(3) その他

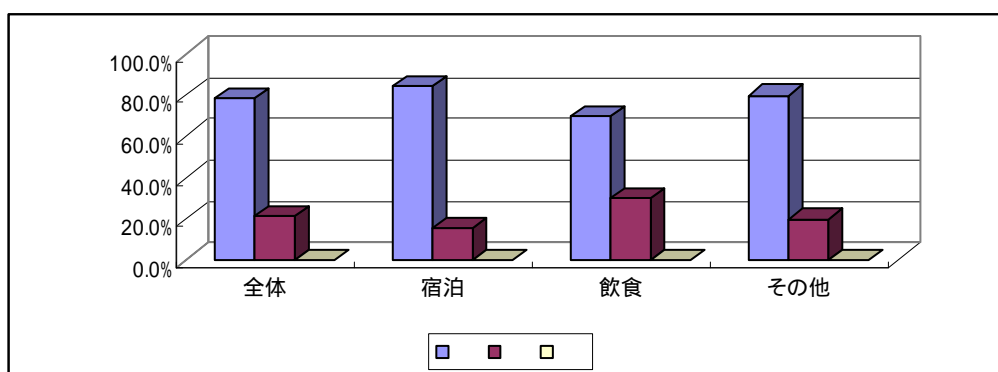
販売、観光施設、旅客、その他、無回答、全体に占める割合 30.3% (10 件)。

3. アンケート集計結果

(1) 新幹線新函館駅開業と函館市等の施策に対する認識について（問１～５）

【問１】新幹線新函館駅（仮称，以下同じ）が平成２７年度（２０１５年度）に開業することに関して，以下の当てはまる番号に１つ 印をつけてください。

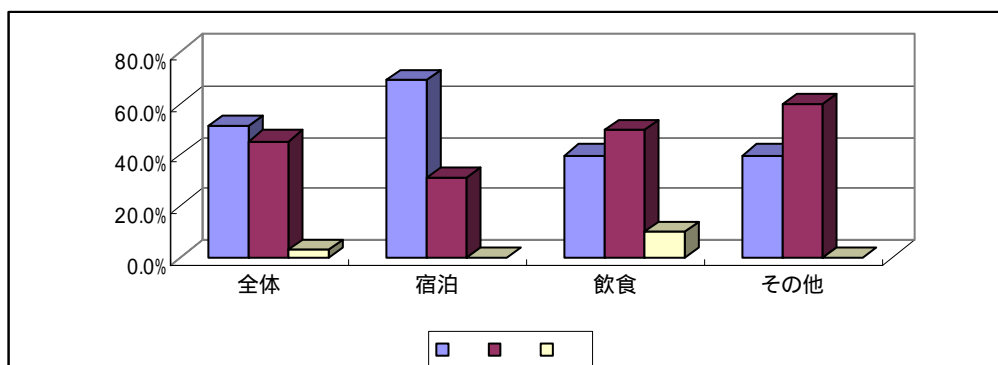
番号	内容	全体	宿泊	飲食	その他
	知っている	78.8%	84.6%	70.0%	80.0%
	開業は知っているが時期は知らない	21.2%	15.4%	30.0%	20.0%
	知らない	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%



新幹線新函館駅の開業については、「知らない」と答えた事業所は無い。全体では、時期を含めて「知っている」のは全体で 78.8%に上る。業態別でみると、宿泊が 84.6%、その他が 80%、飲食が 70%の順である。

【問２】新幹線新函館駅の位置および東北新幹線新青森駅から新函館駅までのルートについて，当てはまる番号に１つ 印をつけてください。

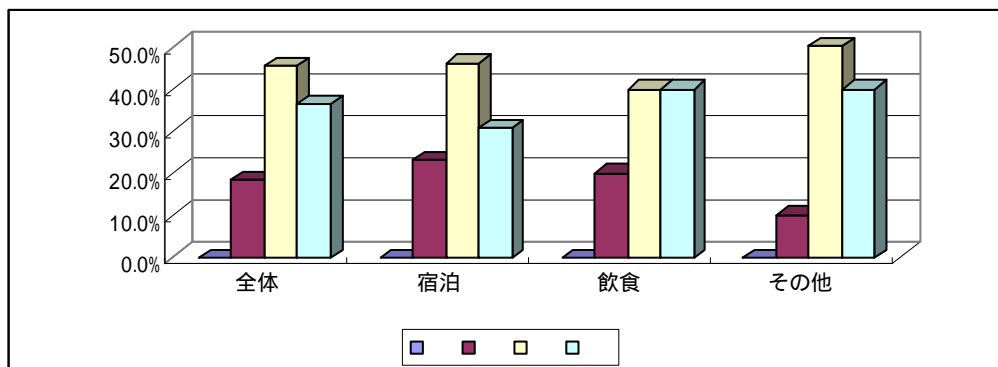
番号	内容	全体	宿泊	飲食	その他
	ほぼ正確に知っている	51.5%	69.2%	40.0%	40.0%
	だいたい知っている	45.5%	30.8%	50.0%	60.0%
	知らない	3.0%	0.0%	10.0%	0.0%
	合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%



新青森駅から新函館駅にいたるルートについては、「ほぼ正確に知っている」と答えたのは全体で 51.5%である。業態別では、宿泊が 69.2%で最も高く、飲食、その他はそれぞれ 40%である。また、飲食は 10%が「知らない」と答えている。

【問 3】新函館駅開業に向けて函館市が作成した「新幹線で未来を創るまちづくり構想」、あるいは、北海道新幹線開業はこだて活性化協議会（事務局：函館商工会議所）が作成した「北海道新幹線開業はこだて活性化アクションプラン」について、当てはまる番号に 1 つ 印をつけてください。

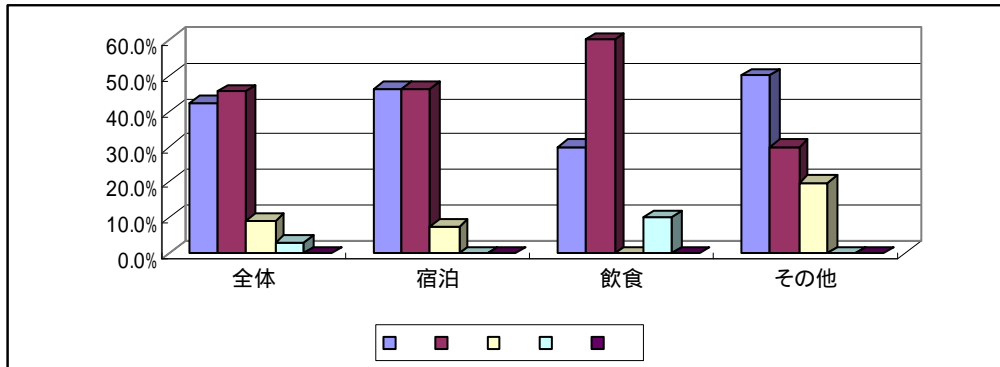
番号	内容	全体	宿泊	飲食	その他
	内容を理解している	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	内容を一部理解している	18.2%	23.1%	20.0%	10.0%
	内容についてはよくわからない	45.5%	46.2%	40.0%	50.0%
	存在を知らない	36.4%	30.8%	40.0%	40.0%
	合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%



新函館駅開業に向けて函館市が作成した「新幹線で未来を創るまちづくり構想」、あるいは、北海道新幹線開業はこだて活性化協議会（事務局：函館商工会議所）が作成した「北海道新幹線開業はこだて活性化アクションプラン」についての認知度を問う設問では、「内容を理解している」と答えた企業は無かった。「内容を一部理解している」と答えた企業は全体で 18.2%であり、業態別では、宿泊が 23.1%、飲食が 20%、その他が 10%であった。

【問 4】新函館駅開業が函館を中心とした道南圏観光全般に与える影響について、当てはまる番号に 1 つ 印をつけてください。

番号	内容	全体	宿泊	飲食	その他
	大きなビジネスチャンスである	42.4%	46.2%	30.0%	50.0%
	どちらかといえばビジネスチャンスである	45.5%	46.2%	60.0%	30.0%
	特に影響はない	9.1%	7.7%	0.0%	20.0%
	どちらかといえばマイナスである	3.0%	0.0%	10.0%	0.0%
	大きなマイナスである	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

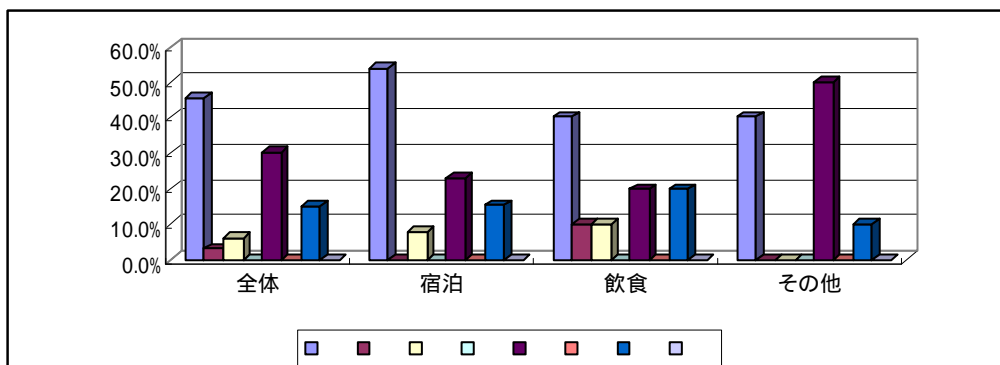


新函館駅開業が道南観光全般に与える影響については、「大きなビジネスチャンスである」と「どちらかといえばビジネスチャンスである」の合計が全体で 87.0%にのぼる。業態別では、「大きなチャンスととらえている」のは、その他が 50%、宿泊が 46.2%、飲食が 30%である。飲食企業は「大きなチャンスととらえている」のは 30%にとどまるが、「どちらかといえばビジネスチャンスである」が 60%と最も高い。また、「どちらかといえばマイナスである」が 10%あるのが特徴である。

【問 5】函館を中心とした道南観光全般における観光資源について「最も重要度が高いもの」と「次に重要度が高いもの」をそれぞれ 1 つ選んで、解答欄にその記号をご記入ください。

1) 最も重要度が高いもの

番号	内容	全体	宿泊	飲食	その他
	自然景観	45.5%	53.8%	40.0%	40.0%
	温泉	3.0%	0.0%	10.0%	0.0%
	グルメ	6.1%	7.7%	10.0%	0.0%
	特産品・お土産	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	歴史	30.3%	23.1%	20.0%	50.0%
	文化	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	交通アクセス	15.2%	15.4%	20.0%	10.0%
	その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%



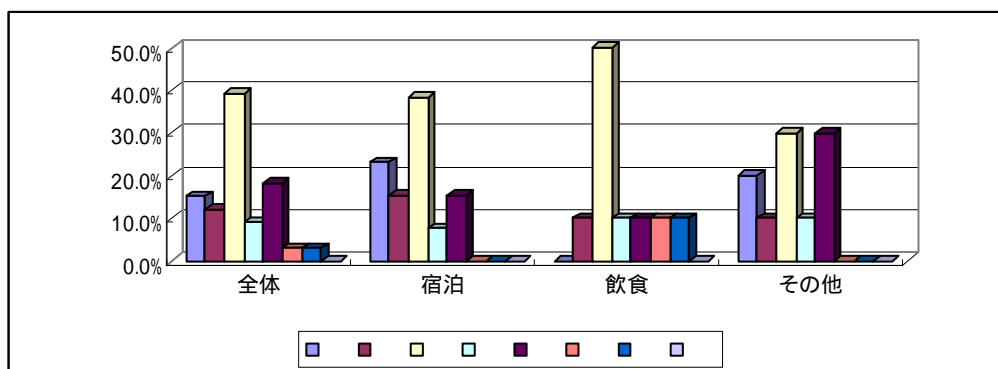
函館を中心とした道南観光全般についての重要な経営資源についての設問では、「最も重

要度が高いもの」は、全体では「自然景観」が最も高く 45.5%、ついで「歴史」が 30.3%である。

業態別では「自然景観」については、宿泊が 53.8%、飲食が 40%、その他が 40%の順、「歴史」については、その他が 50%、宿泊が 23.1%、飲食が 20%の順である。

2) 次に重要度が高いもの

番号	内容	全体	宿泊	飲食	その他
	自然景観	15.2%	23.1%	0.0%	20.0%
	温泉	12.1%	15.4%	10.0%	10.0%
	グルメ	39.4%	38.5%	50.0%	30.0%
	特産品・お土産	9.1%	7.7%	10.0%	10.0%
	歴史	18.2%	15.4%	10.0%	30.0%
	文化	3.0%	0.0%	10.0%	0.0%
	交通アクセス	3.0%	0.0%	10.0%	0.0%
	その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%



「次に重要度が高いもの」として挙げられたのは、全体では「グルメ」が 39.4%で最も高い。これに「歴史」が 18.2%、「自然景観」が 15.2%、「温泉」が 12.1%、「特産品・お土産」が 9.1%と続く。

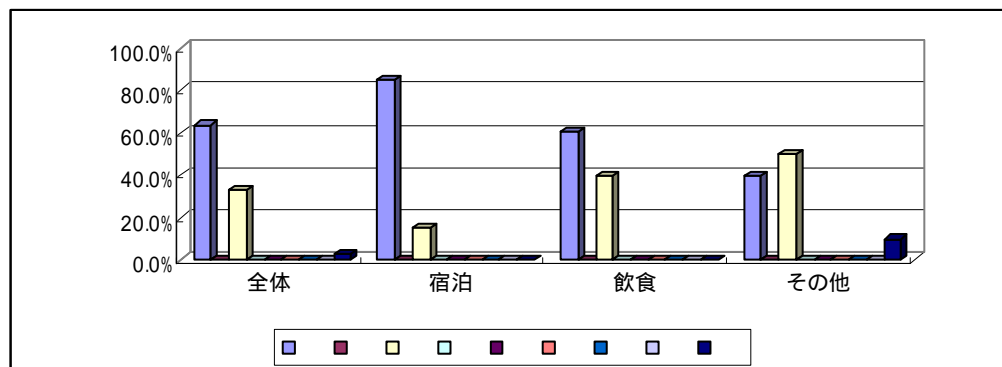
以上より、函館を中心とした道南観光全般についての経営資源として重要なものは、「自然景観」「グルメ」「歴史」であり、業態別では、宿泊は「自然景観」、飲食は「グルメ」、その他は「歴史」を中心に、それぞれ他の 2 項目を補完的に重要視していることが分かる。また、飲食においては「交通アクセス」も重要な資源と考えられており、アクセスの善し悪しが営業に大きな影響を与えることを示している。

(2) 調査企業の顧客について（問6～11）

【問6】貴社の国内からのお客様の住んでいる地域で「最も多い地域」と「次に多い地域」を以下から選び、解答欄に記入してください。

1) 最も多い地域

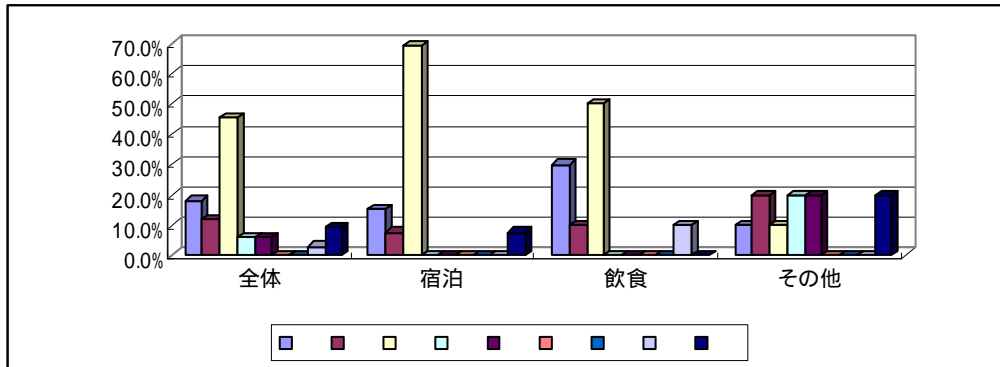
番号	内容	全体	宿泊	飲食	その他
	北海道	63.6%	84.6%	60.0%	40.0%
	東北地方	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	関東地方	33.3%	15.4%	40.0%	50.0%
	中部地方	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	近畿地方	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	中国地方	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	四国地方	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	九州地方、沖縄地方	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	無回答	3.0%	0.0%	0.0%	10.0%
	合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%



国内からの顧客が住んでいる地域で最も多い地域は、全体では「北海道」で 63.6%、次いで「関東地方」が 33.3%である。業態別にみると、北海道の割合は特に宿泊で 84.6%と突出しており、飲食が 60%、その他が 40%と続く。

2) 次に多い地域

番号	内容	全体	宿泊	飲食	その他
	北海道	18.2%	15.4%	30.0%	10.0%
	東北地方	12.1%	7.7%	10.0%	20.0%
	関東地方	45.5%	69.2%	50.0%	10.0%
	中部地方	6.1%	0.0%	0.0%	20.0%
	近畿地方	6.1%	0.0%	0.0%	20.0%
	中国地方	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	四国地方	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	九州地方、沖縄地方	3.0%	0.0%	10.0%	0.0%
	無回答	9.1%	7.7%	0.0%	20.0%
	合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

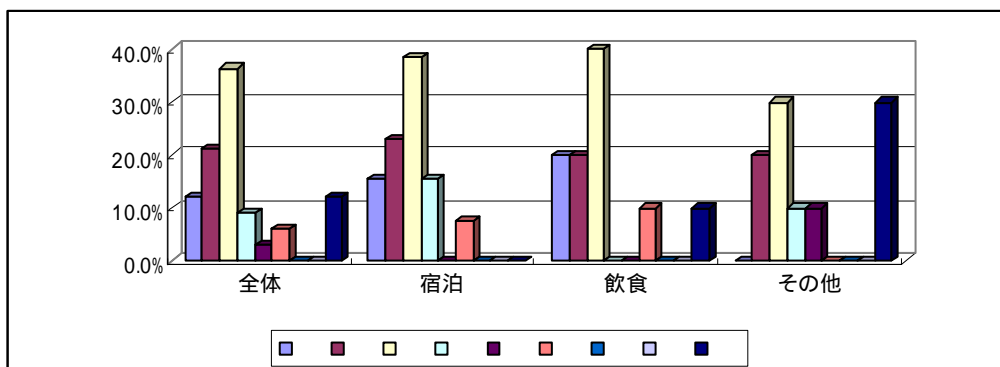


次に多い地域は、全体では「関東地方」が45.5%、「北海道」が18.2%、「東北地方」が12.1%である。以上より、国内からの顧客は「北海道」もしくは「関東地方」であり、次いで「東北地方」であることが分かる。

【問7】貴社の国外からのお客様の住んでいる地域で「最も多い地域」と「次に多い地域」を以下から選び、解答欄に記入してください。

1) 最も多い地域

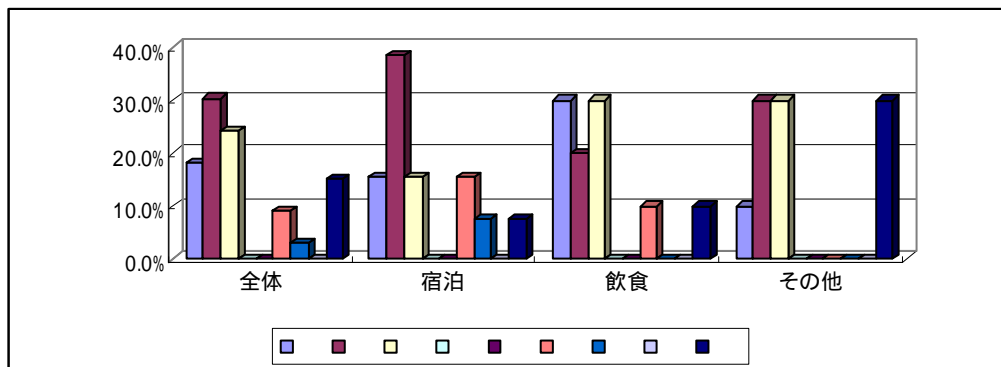
番号	内容	全体	宿泊	飲食	その他
	アジア(中国)	12.1%	15.4%	20.0%	0.0%
	アジア(韓国)	21.2%	23.1%	20.0%	20.0%
	アジア(台湾)	36.4%	38.5%	40.0%	30.0%
	アジア(その他)	9.1%	15.4%	0.0%	10.0%
	ヨーロッパ	3.0%	0.0%	0.0%	10.0%
	アメリカ、カナダ	6.1%	7.7%	10.0%	0.0%
	オーストラリア	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	無回答	12.1%	0.0%	10.0%	30.0%
	合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%



国外からの顧客が住んでいる地域で最も多い地域は、全体で「アジア(台湾)」が36.4%、「アジア(韓国)」が21.2%、「アジア(中国)」が12.1%で、この3地域で約70%に達する。業態別でも、ほぼ同様の傾向である。

2) 次に多い地域

番号	内容	全体	宿泊	飲食	その他
	アジア(中国)	18.2%	15.4%	30.0%	10.0%
	アジア(韓国)	30.3%	38.5%	20.0%	30.0%
	アジア(台湾)	24.2%	15.4%	30.0%	30.0%
	アジア(その他)	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	ヨーロッパ	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	アメリカ、カナダ	9.1%	15.4%	10.0%	0.0%
	オーストラリア	3.0%	7.7%	0.0%	0.0%
	その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	無回答	15.2%	7.7%	10.0%	30.0%
	合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

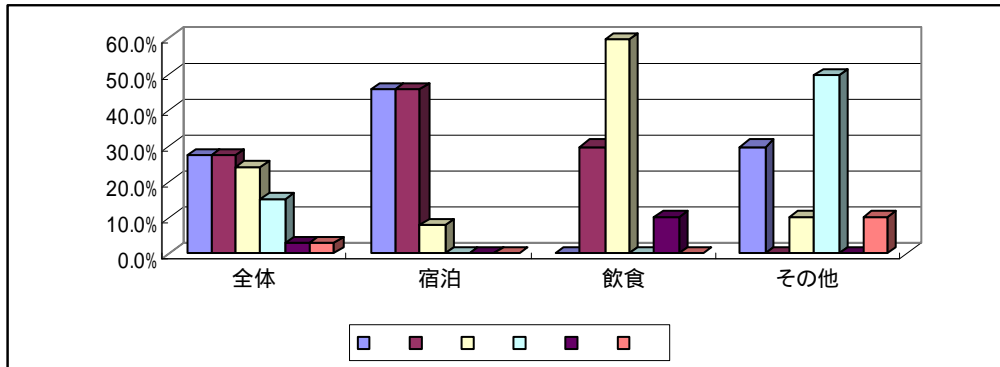


次に多い地域は、アジア（韓国）である。以上より、外国人観光客は台湾からがもっとも多く、次いで韓国、中国の順である。

【問8】貴社のお客様の利用単位で「最も多い利用単位」と「次に多い利用単位」をそれぞれ1つ選んで、解答欄にその記号をご記入ください。

1) 最も多い利用単位

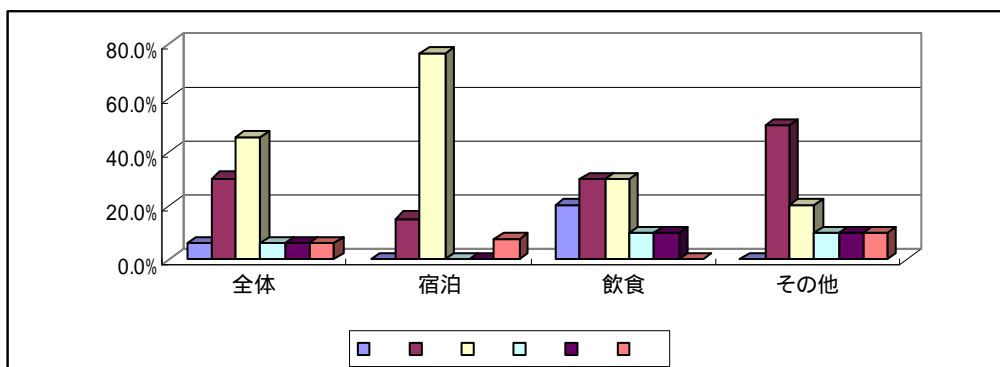
番号	内容	全体	宿泊	飲食	その他
	1人	27.3%	46.2%	0.0%	30.0%
	家族	27.3%	46.2%	30.0%	0.0%
	友人同士	24.2%	7.7%	60.0%	10.0%
	団体旅行	15.2%	0.0%	0.0%	50.0%
	その他	3.0%	0.0%	10.0%	0.0%
	無回答	3.0%	0.0%	0.0%	10.0%
	合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%



最も多い顧客の利用単位は、全体では「1人」と「家族」が27.3%、「友人同士」が24.2%でほぼ同じ割合であるが、業態別では大きな差がある。宿泊は「1人」が46.2、「友人同士」が46.2%、飲食は「友人同士」が60%、「家族」が30%、その他は「団体旅行」が50%、「1人」が30%である。

2) 次に多い利用単位

番号	内容	全体	宿泊	飲食	その他
1	1人	6.1%	0.0%	20.0%	0.0%
2	家族	30.3%	15.4%	30.0%	50.0%
3	友人同士	45.5%	76.9%	30.0%	20.0%
4	団体旅行	6.1%	0.0%	10.0%	10.0%
5	その他	6.1%	0.0%	10.0%	10.0%
6	無回答	6.1%	7.7%	0.0%	10.0%
7	合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

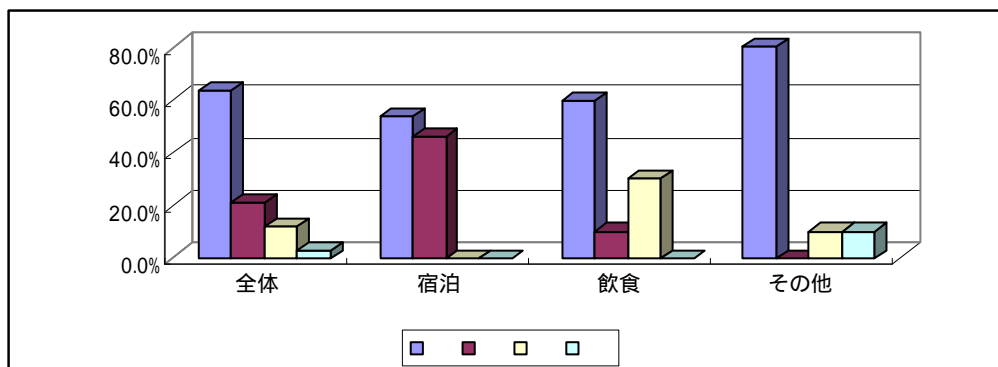


次に多い利用単位は「友人同士」である。以上より、「1人」、「家族」、「友人同士」が主な利用単位であり、これに比べて団体旅行の割合は大変低いことがわかる。

【問9】貴社のお客様の利用目的で「最も多い利用目的」と「次に多い利用目的」をそれぞれ1つ選んで、解答欄にその記号をご記入ください。

1) 最も多い利用目的

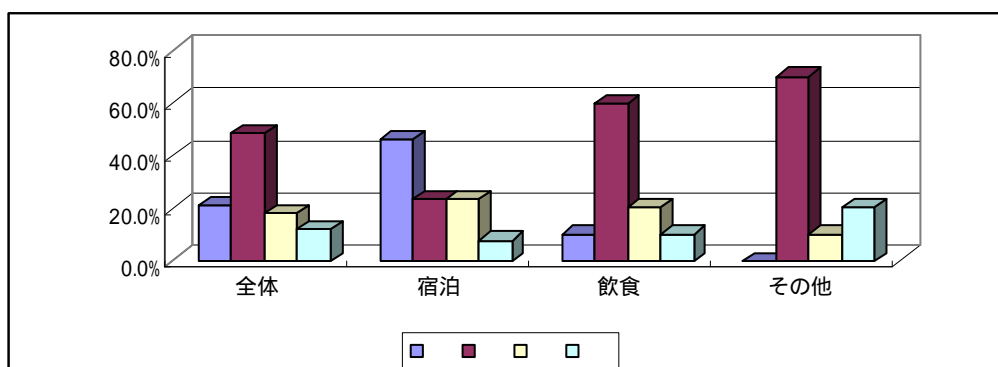
番号	内容	全体	宿泊	飲食	その他
	観光旅行	63.6%	53.8%	60.0%	80.0%
	ビジネス	21.2%	46.2%	10.0%	0.0%
	その他	12.1%	0.0%	30.0%	10.0%
	無回答	3.0%	0.0%	0.0%	10.0%
	合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%



最も多い利用目的は、全体では観光旅行（63.6%）である。業態別では宿泊で「ビジネス」が多い。

2) 次に多い利用目的

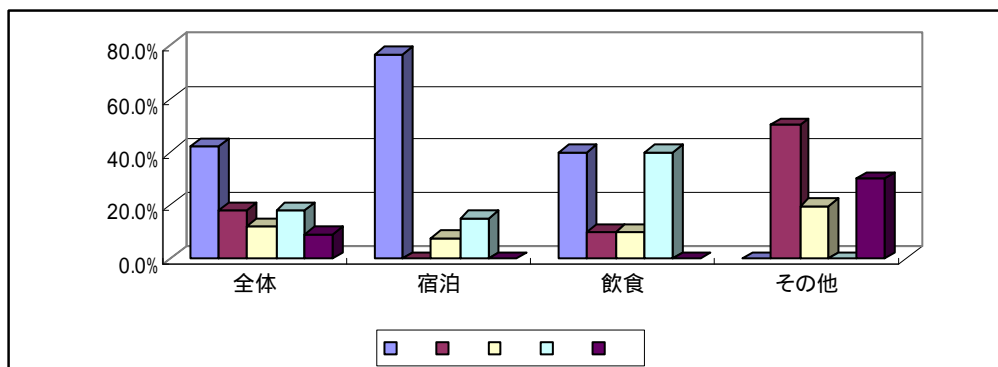
番号	内容	全体	宿泊	飲食	その他
	観光旅行	21.2%	46.2%	10.0%	0.0%
	ビジネス	48.5%	23.1%	60.0%	70.0%
	その他	18.2%	23.1%	20.0%	10.0%
	無回答	12.1%	7.7%	10.0%	20.0%
	合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%



次に多い利用目的は「ビジネス」である。以上より、最も多い利用目的は観光旅行であるが、ビジネス利用も非常に多いことがわかる。

【問１０】貴社はお客様に対して顧客満足度や顧客ニーズを把握するためのアンケート調査やその分析を行っていますか。当てはまる番号に１つ 印をつけてください。

番号	内容	全体	宿泊	飲食	その他
	調査・分析している	42.4%	76.9%	40.0%	0.0%
	調査しているが分析には至っていない	18.2%	0.0%	10.0%	50.0%
	調査していない(方法がわからない)	12.1%	7.7%	10.0%	20.0%
	調査していない(必要がない)	18.2%	15.4%	40.0%	0.0%
	無回答	9.1%	0.0%	0.0%	30.0%
	合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

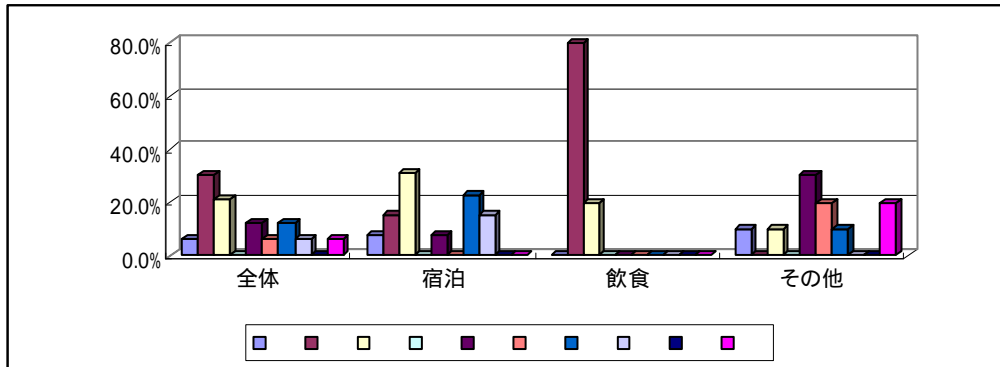


顧客満足度や顧客ニーズの調査については、「調査・分析している」と答えた企業は全体では42.4%であるが、業態別では傾向が大きく異なる。宿泊は76.9%が「調査・分析している」と答えているのに対し、飲食では「調査・分析している」が40%である一方、「調査していない(必要がない)」も40%ある。その他では、「調査しているが分析には至っていない」が50%を占める。

【問１１】貴社のセールスポイントとして「最も重要視していること」と「次に重要視していること」をそれぞれ１つ選んで、解答欄にその記号をご記入ください。

1) 最も重要視していること

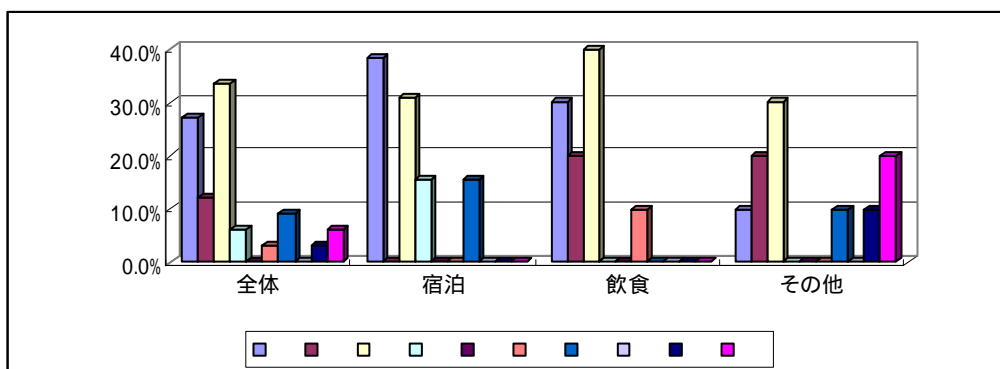
内容	番号	全体	宿泊	飲食	その他
	価格	6.1%	7.7%	0.0%	10.0%
	料理	30.3%	15.4%	80.0%	0.0%
	接客	21.2%	30.8%	20.0%	10.0%
	温泉	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	設備	12.1%	7.7%	0.0%	30.0%
	伝統	6.1%	0.0%	0.0%	20.0%
	周辺環境	12.1%	23.1%	0.0%	10.0%
	交通アクセス	6.1%	15.4%	0.0%	0.0%
	その他	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	無回答	6.1%	0.0%	0.0%	20.0%
	合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%



セールスポイントとしてもっとも重要視していることは、全体では「料理」である。業態別では、宿泊では「接客」、飲食では「料理」、その他では「温泉」や「設備」である。これらは、各業態の「中心的な商品やサービス」である。

2) 次に重要視していること

番号	内容	全体	宿泊	飲食	その他
	価格	27.3%	38.5%	30.0%	10.0%
	料理	12.1%	0.0%	20.0%	20.0%
	接客	33.3%	30.8%	40.0%	30.0%
	温泉	6.1%	15.4%	0.0%	0.0%
	設備	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	伝統	3.0%	0.0%	10.0%	0.0%
	周辺環境	9.1%	15.4%	0.0%	10.0%
	交通アクセス	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	その他	3.0%	0.0%	0.0%	10.0%
	無回答	6.1%	0.0%	0.0%	20.0%
	合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

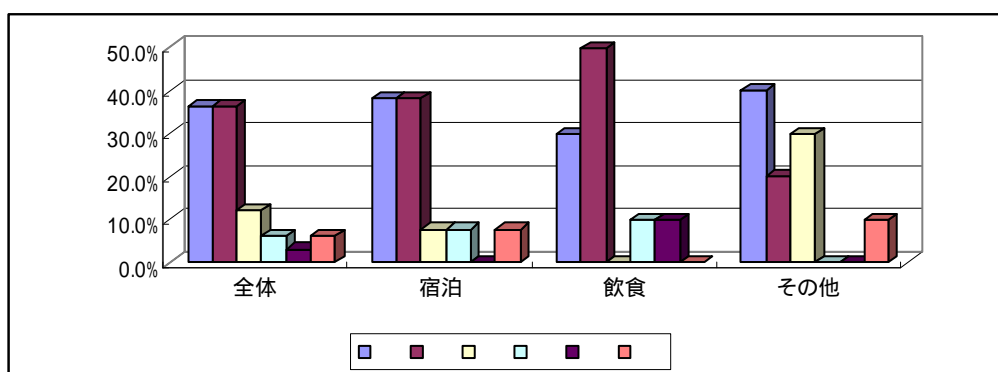


次に重要視していることは、「接客」と「価格」である。以上より、セールスポイントとして重要視していることは、業態別の「中心的な商品やサービス」に加えて、「接客」、「価格」であることがわかる。

(3) 調査企業の新函館駅開業に対する取組（問１２～１５）

【問１２】貴社に対して新函館駅開業が与える影響について、当てはまる番号に１つ 印をつけてください。

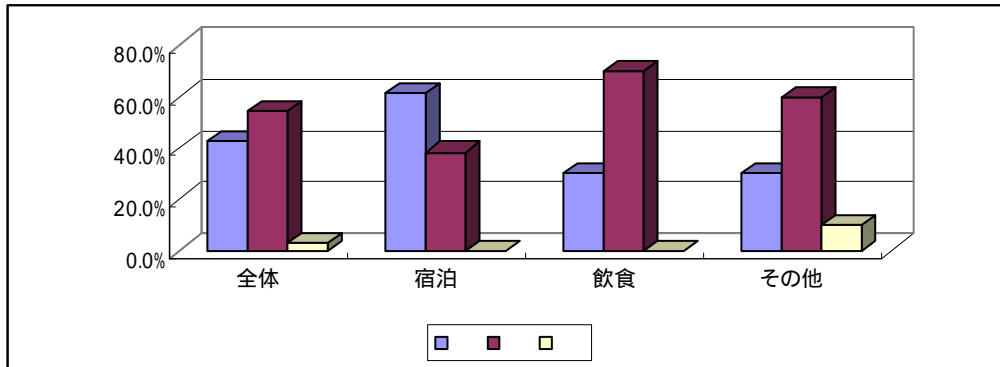
番号	内容	全体	宿泊	飲食	その他
	大きなビジネスチャンスである	36.4%	38.5%	30.0%	40.0%
	どちらかといえばビジネスチャンスである	36.4%	38.5%	50.0%	20.0%
	特に影響はない	12.1%	7.7%	0.0%	30.0%
	どちらかといえばマイナスである	6.1%	7.7%	10.0%	0.0%
	大きなマイナスである	3.0%	0.0%	10.0%	0.0%
	無回答	6.1%	7.7%	0.0%	10.0%
	合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%



全体として70%以上がビジネスチャンスであると答えている。業態別には、飲食で「どちらかといえばビジネスチャンスである」が50%ある一方で、「どちらかといえばマイナスである」、「大きなマイナスである」がそれぞれ10%ある。個別企業でとらえ方に温度差が感じられる。

【問１３】貴社は新幹線新函館駅開業に向けて何らかの取り組みを行っていますか。当てはまる番号に１つ 印をつけてください。

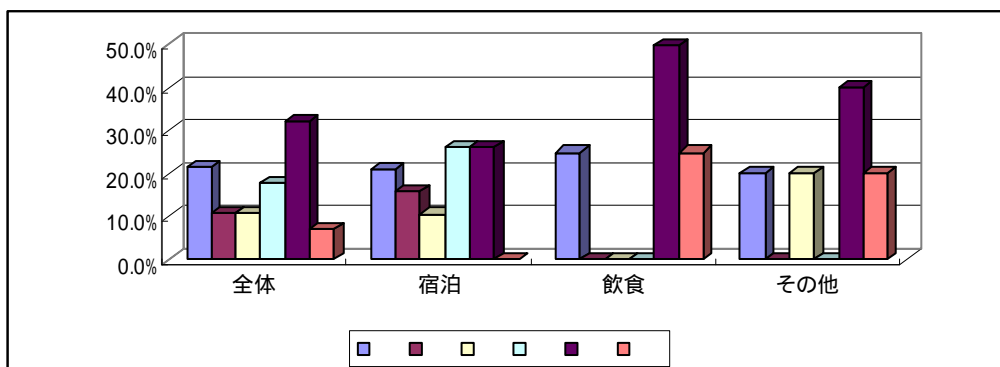
番号	内容	全体	宿泊	飲食	その他
	はい	42.4%	61.5%	30.0%	30.0%
	いいえ	54.5%	38.5%	70.0%	60.0%
	無回答	3.0%	0.0%	0.0%	10.0%
	合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%



全体では「いいえ」が半数以上（５４．５％）であり、「はい」は４２．４％にとどまる。業態別では、宿泊で「はい」が６１．５％であり、飲食（３０％）、その他（３０％）と大きく異なっている。

【問１４】【問１３】で「はい」とお答えの企業様への質問です。取り組みの内容について、当てはまる番号にいくつでも 印をつけてください。

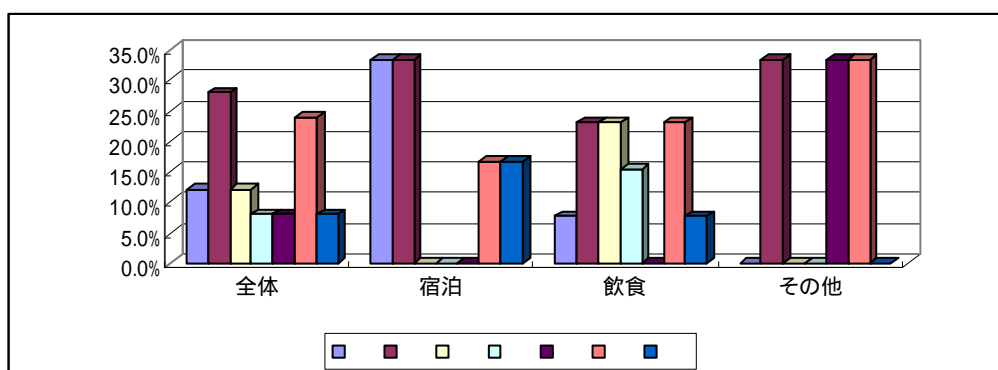
番号	内容	全体	宿泊	飲食	その他
	新しいサービスメニューの開発を進めている	21.4%	21.1%	25.0%	20.0%
	従業員教育などソフト面での充実を進めている	10.7%	15.8%	0.0%	0.0%
	設備の追加・更新・修繕などハード面の充実を進めている	10.7%	10.5%	0.0%	20.0%
	同業他社との連携を進めている	17.9%	26.3%	0.0%	0.0%
	異業種との連携を進めている	32.1%	26.3%	50.0%	40.0%
	その他	7.1%	0.0%	25.0%	20.0%
	合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%



取り組みを行っている企業の取り組み内容で多いのは、「異業種との連携」と「新しいサービスメニューの開発」である。特に飲食において「異業種との連携」が多い。宿泊では「同業他社との連携」と「従業員教育などソフト面での充実」が見られるのが特徴であり、飲食、その他ではそれらの取り組みはない。

【問１５】【問１３】で「いいえ」とお答えの企業様への質問です。その理由について、当てはまる番号にいくつでも 印をつけてください。

番号	内容	全体	宿泊	飲食	その他
	必要性を感じないから	12.0%	33.3%	7.7%	0.0%
	まだ先のことから	28.0%	33.3%	23.1%	33.3%
	資金が足りないから	12.0%	0.0%	23.1%	0.0%
	人材がいないから	8.0%	0.0%	15.4%	0.0%
	進め方がわからないから	8.0%	0.0%	0.0%	33.3%
	先のことを考える余裕がないから	24.0%	16.7%	23.1%	33.3%
	その他	8.0%	16.7%	7.7%	0.0%
	合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

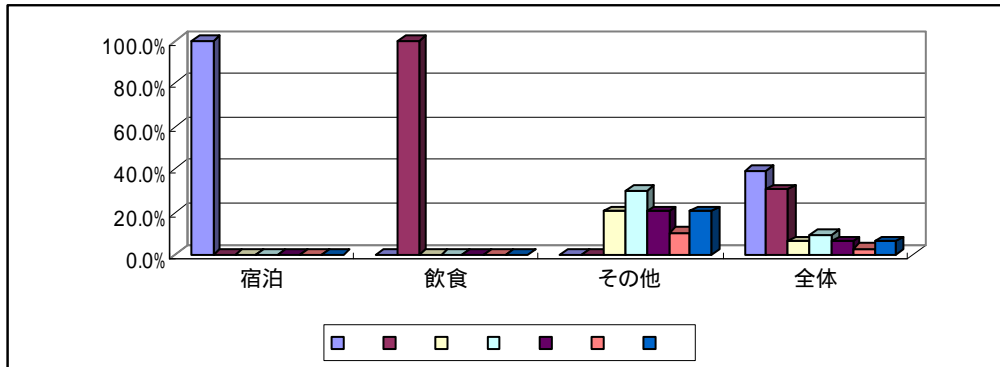


取り組みを行っていない企業の理由で多いのは「まだ先のことから」と「先のことを考える余裕がないから」である。飲食では「資金」や「人材」の不足、その他では「進め方がわからない」といった理由も見られる。

(4) 調査先企業の経営動向について

【問１６】貴社の営業項目の中で最も中心をなすものは何ですか。当てはまる番号に１つ 印を付けてください。

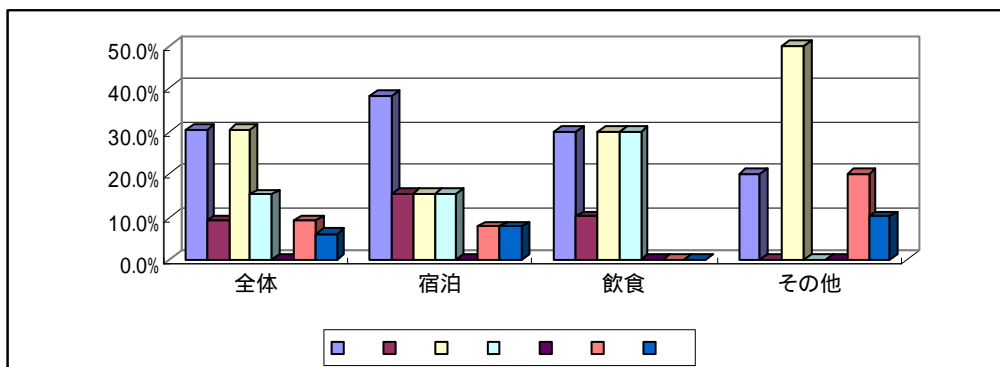
番号	内容	全体	宿泊	飲食	その他
	宿泊	39.4%	100.0%	0.0%	0.0%
	飲食	30.3%	0.0%	100.0%	0.0%
	販売	6.1%	0.0%	0.0%	20.0%
	観光施設	9.1%	0.0%	0.0%	30.0%
	旅客(交通機関)	6.1%	0.0%	0.0%	20.0%
	その他	3.0%	0.0%	0.0%	10.0%
	無回答	6.1%	0.0%	0.0%	20.0%
	合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%



「2.回答企業の属性」参照。

【問１７】貴社の営業エリアで最も中心をなす地域はどこですか。当てはまる番号に１つ 印を付けてください。

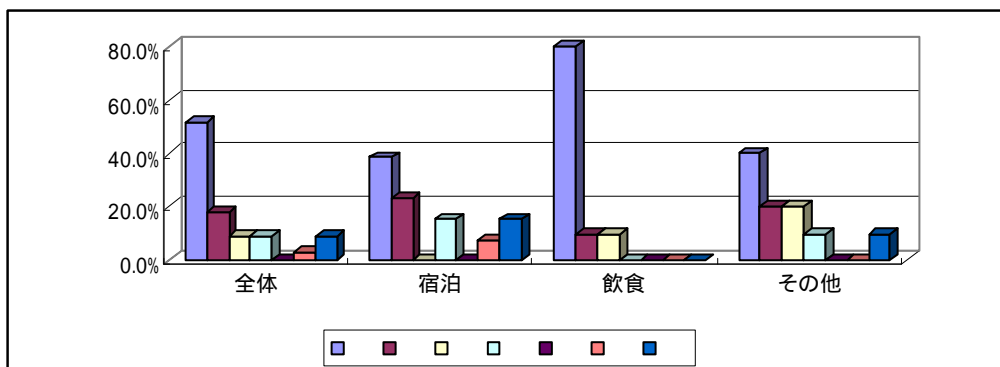
番号	内容	全体	宿泊	飲食	その他
	函館駅周辺	30.3%	38.5%	30.0%	20.0%
	湯の川	9.1%	15.4%	10.0%	0.0%
	西部・景観地区	30.3%	15.4%	30.0%	50.0%
	五稜郭	15.2%	15.4%	30.0%	0.0%
	北部・七重浜	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	その他	9.1%	7.7%	0.0%	20.0%
	無回答	6.1%	7.7%	0.0%	10.0%
	合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%



全体では、「函館駅周辺」と「西部・景観地区」が多い。宿泊は「函館駅周辺」、その他は「西部・景観地区」が多く、飲食は偏りが少ない。

【問 1 8】貴社の資本金について，当てはまる番号に 1 つ 印を付けてください。

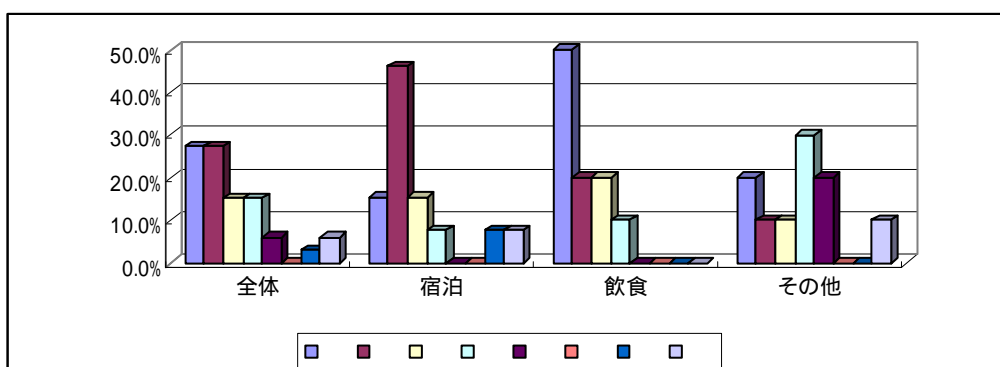
番号	内容	全体	宿泊	飲食	その他
	1千万円以下	51.5%	38.5%	80.0%	40.0%
	1千万円超～3千万円以下	18.2%	23.1%	10.0%	20.0%
	3千万円超～5千万円以下	9.1%	0.0%	10.0%	20.0%
	5千万円超～1億円以下	9.1%	15.4%	0.0%	10.0%
	1億円超～3億円以下	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	3億円超	3.0%	7.7%	0.0%	0.0%
	無回答	9.1%	15.4%	0.0%	10.0%
	合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%



全体では「1千万円以下」が半数を占める。業態別では、飲食の80%が「1千万円以下」である。

【問 1 9】貴社の従業員数（短期的なパート・アルバイトを除く）について，当てはまる番号に 1 つ 印を付けてください。

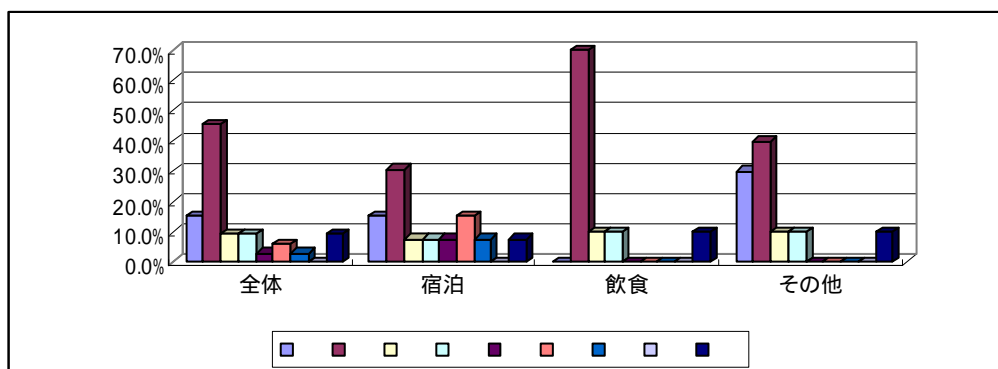
番号	内容	全体	宿泊	飲食	その他
	5名以下	27.3%	15.4%	50.0%	20.0%
	5名超～20名以下	27.3%	46.2%	20.0%	10.0%
	20名超～50名以下	15.2%	15.4%	20.0%	10.0%
	50名超～100名以下	15.2%	7.7%	10.0%	30.0%
	100名超～200名以下	6.1%	0.0%	0.0%	20.0%
	200名超～300名以下	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	300名超	3.0%	7.7%	0.0%	0.0%
	無回答	6.1%	7.7%	0.0%	10.0%
	合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%



全体では、半数以上が20名以下である。業態別では、宿泊は「5名超～20名以下」が多く、飲食は半数が「5名以下」である。

【問20】貴社の観光関連の売上高（平成20年度）は3年前（平成18年度）と比較してどのように変化しましたか。当てはまる番号に1つ 印をつけてください。

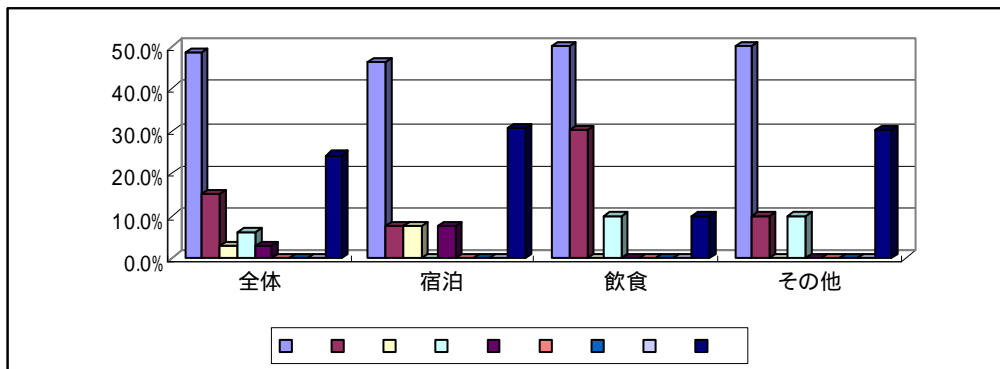
番号	内容	全体	宿泊	飲食	その他
	30%以上の減少	15.2%	15.4%	0.0%	30.0%
	10%以上～30%未満の減少	45.5%	30.8%	70.0%	40.0%
	1%以上～10%未満の減少	9.1%	7.7%	10.0%	10.0%
	ほとんど変わらない	9.1%	7.7%	10.0%	10.0%
	1%以上～10%未満の増加	3.0%	7.7%	0.0%	0.0%
	10%以上～30%未満の増加	6.1%	15.4%	0.0%	0.0%
	30%以上～50%未満の増加	3.0%	7.7%	0.0%	0.0%
	50%以上の増加	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	無回答	9.1%	7.7%	10.0%	10.0%
	合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%



全体では、30%未満の減少が約半数で約70%が減少と回答している。宿泊で約30%がなにがしかの増加と回答しているのに対し、飲食、その他では増加したと回答した企業はゼロである。

【問21】貴社の最近決算期（平成20年度）における売上高経常利益率について、当てはまる番号に1つ 印をつけてください。

番号	内容	全体	宿泊	飲食	その他
	マイナス	48.5%	46.2%	50.0%	50.0%
	2%未満	15.2%	7.7%	30.0%	10.0%
	2%以上～4%未満	3.0%	7.7%	0.0%	0.0%
	4%以上～6%未満	6.1%	0.0%	10.0%	10.0%
	6%以上～8%未満	3.0%	7.7%	0.0%	0.0%
	8%以上～10%未満	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	10%以上～15%未満	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	15%以上	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	無回答	24.2%	30.8%	10.0%	30.0%
	合計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%



約半数が「マイナス」と回答している。業態別に見ても同様であるが、飲食では「2%未満」(ほぼ収支ゼロ)が30%あった。

第4章 道南圏における観光活性化に向けた提言

この章では道南圏の観光動向の現状と新函館駅開業に向けた事業者の意識と対応状況を踏まえ、今後のビジネスチャンスを生かすための課題整理と対応の方向性について考える。

1. 取り組むべき課題

新函館駅開業に向けた準備とは一体何か。各事業者の「開業記念サービスやキャンペーン」の開発といったスポット的な取組はもちろんであるが、それ以上に大事なものは、事業者の競争力そのものを強化しておくことにあるのではないだろうか。新函館駅開業により、観光客が増加し、自社の顧客が増加するというのはあくまでも外的要因であり、事業者自身の内的要因によるものではない。外的要因によって増加した顧客は、逆に外的要因により減少する可能性も高い。第1章にあるように道南の観光客は減少傾向にあり、アンケート結果からも観光産業における各事業者は厳しい経営環境に置かれていることが推察される。2015年の新函館駅開業までの期間を本質的な競争力強化を図り、内的要因による顧客増を図るための準備期間と考え、決して長い期間であるとは思えない。新函館駅開業というビジネスチャンスをその後も活かせるのは、そういった事前準備に真剣に取り組む事業者のみといっても過言ではないだろう。

2. 活性化に向けた提言

(1) 事業者の意識向上

新幹線新函館駅の開業に対する地元事業者の関心は高くビジネスチャンスとして捉えている一方で、「新幹線で未来を創るまちづくり構想」や「北海道新幹線開業はこだて活性化アクションプラン」に対する認識度の低さや事前の取組が十分に進んでいないことなどがアンケート結果に表れており、事業者意識は依然として高まっていないと考えられる。絶好のビジネスチャンスを最大限に活かすため、事業者の積極的な取組姿勢が期待される。

(2) 中期対応プランの作成

アンケート結果から、新幹線開業が「まだ先のこと」と捉えている事業者も少なくないことが分かった。しかし、事前の取組については内容によっては一定期間を要するものもあり、計画的な取組が必要となる。そこで、各事業者は「北海道新幹線開業はこだて活性化アクションプラン」等の地域の全体的な動きを踏まえつつ、自社で取り組むべきことについて整理し、新函館駅開業に向けた中期対応プランを作成することが求められる。

(3) 具体的な対応策

各事業者は、まず、自社の強みや弱みについて現状を把握することが重要である。そのうえで、

強みを活かし、逆に弱みを克服できるような対応策を検討することが必要である。

また、アンケート結果を踏まえ、業種別の提言内容についてまとめる。

宿泊業

1) 宿泊したいと思わせる工夫

新函館駅開業により宿泊客が増える可能性はあるが、宿泊施設として特徴がなければ、宿泊客の増加は外部要因頼みでしかない。その場合、繁忙期以外は稼働率が低かったり、他社との価格競争になるといったことも想定される。宿泊先を検討している顧客に「宿泊したい」と思わせる特徴や工夫が必要である。

2) きめこまやかな対応

本質的な競争力を向上させるためには、ターゲット別の戦略を明確にしておく必要がある。そして、最も重要なことは宿泊客がリピーターとなってくれることであり、「ここに泊って良かった。また、泊まりたい」と言ってもらえることである。顧客によって求めるものが異なるため、きめこまやかな対応を想定しておかなければならない。

そして、必ずアンケートなどによる顧客満足度向上のための調査を行い、サービス向上に結び付ける仕組みづくりが重要である。その際、アンケート回収率を高めるための取組も必要となる。

また、サービス品質向上のための社員教育については計画的に取り組むべきである。

3) 観光資源の活用

アンケート結果にもあるように道南圏は、自然景観、歴史、グルメが魅力の中心となっており、それらの観光資源が活かされるような取組も重要である。単に宿泊施設という機能だけでなく、独自の観光ツアーの企画開発などにより宿泊施設を観光の起点とするような取組も有効である。

飲食業

1) メニュー開発

観光地では、同じようなメニューを展開する飲食店が競合するケースがある。独自性の高いメニューを開発することで、観光客の取り込みを図ることが重要である。目玉メニューの認知度が上がれば、店舗のアピールもしやすくなり、観光客も観光ルートに取り込む可能性が高まる。

2) 接客品質

スタッフの接客態度は、顧客の印象に与える影響は大きく、スタッフの教育は重要である。

3) 顧客層を意識した店づくり

観光客に利用しやすい店づくりになっているか。例えば、小さな子供連れの家族客が利用しやすいレイアウト、テーブル、椅子を採用しているか、外国人観光客にも注文しやすいシステムになっているかなど。

4) 観光客を意識した P R

観光客の情報源としてインターネットの活用は不可欠となっている。ホームページを活用して、自店の魅力を伝えることも重要である。

5) 地元の人にも受け入れられているか

地元の人にもファンが多い店は、観光客にも人気が出やすい。観光客は、旅行先での食事を楽しみにしていることが多く、地元で人気のお店には足を運びやすい。

その他

1) 他業者との連携

自社単独での取組に留まらず、他業者との協力により、集客や販売促進を検討することも有効である。

< 道南圏の主な観光資源 >

テーマ	観光資源
景観	函館山夜景、活火山「恵山」、大沼国定公園、赤松海道、城岱牧場、遊楽部川、きじひき高原、重内展望台、ひょうたん沼、鳥崎溪谷八景、砂崎、八越海岸、なべつる岩、奇岩怪石（親子熊岩、窓岩、兜岩、三本杉岩、くぐり岩）
歴史	旧イギリス領事館（開港記念館）、禅燈寺、殿様街道、寺町、旧国鉄戸井線アーチ橋、大船遺跡、トラピスト修道院、勝山館跡ガイダンス施設、いにしえ街道、木彫熊発祥地
花景	特別史跡五稜郭跡、級岩船氏庭園（香雪園）、つつじ／恵山、ひまわり／大沼、オニウシ公園・青葉ヶ丘公園、フラワーロード、あやめ／長万部町、エゾカンゾウ／長万部町、カタクリ／北斗市、松前藩戸切地陣屋敷、芝桜／木古内町、そばの花／福島町、水仙／せたな町、松前城（松前さくらまつり）
名湯	函館市営谷地頭温泉、流山温泉、しかべ間歌泉公園、温泉めぐりスタンプラリー（青龍園、銀婚湯、熊嶺荘、おぼこ荘、見市温泉、遊楽亭又は遊楽亭熊石ひらたない荘）、二股らぢうむ温泉、知内温泉、駒ヶ峯温泉、湯の川温泉の外湯、湯とぴあ臼別、
体験	函館山砲台跡、イカ釣り体験、道産子乗馬、函館市灯台資料館ピカリン館、観光農園、大沼アウトドア＆インドア、石器づくり体験、鳴き砂体験、青函トンネル記念館、松前藩屋敷と文化の香り漂う書の散歩道北鷗碑林（松前公園）、元和台海浜公園、江差手ほどき工芸館
祭り	はこだてクリスマスファンタジー、いか踊り、函館野外劇、函館五稜郭際、南かやべひろめ舟祭り、大沼湖水まつり、江差姥神大神宮渡御祭、八雲山車行列、北海道女だけの相撲大会、寒中みそぎフェスティバル、松前城下時代まつり、あっさぶふるさと夏まつり～世界一メーカーインコロッケ＆クワガタの祭典、せたな漁火まつり、しりうち味な合戦冬の陣力キ VS ニラまつり、夏の祭り in もり

資料：みなみ北海道ぐるりんMAP 2009（北海道のホームページ掲載）

おわりに

本文でもたびたび触れたが、約 5 年後に迫った新幹線新函館駅開業に向けての個々の事業者の意識や取り組み状況をアンケート調査により明らかにし、提言を行うことが本調査研究の目的であった。寄せられた回答数は多いとは言えないが、全体的に共通して言えることと、3つの業種分類によって差異があることが明らかになったのは収穫である。この結果をもとに、機会があればさらに詳細な調査と提言を実施してみたい。

中小企業診断士としては、新幹線新函館駅開業に向けた個々の企業の経営体質強化に始まり、行政機関や関係諸団体の協力を得ながら、業界内外の連携、さらには地域活動について助言し取り組んでいくことによって、地域社会に大いに貢献できる可能性があることが明らかになった。

本調査研究の方向性やアンケート設計に先立ち、函館商工会議所にインタビューをお願いしたところ、専務理事はじめ地域振興課の皆様に快くご協力いただき、函館市企画部、同観光コンベンション部、北海道新幹線新函館駅開業対策推進機構よりも同席をいただいての大変有意義なものとなった。心より感謝申し上げます。また、業務多忙のなかアンケートに回答いただいた事業所の方々にも御礼申し上げます。

付属資料

アンケート依頼文

アンケート用紙

「新幹線新函館駅開業に伴う観光産業への影響に関する調査」ご協力のお願い

拝啓 時下ますますご清祥のこととお慶び申し上げます。

さて、これまで中小企業診断協会北海道支部では、北海道経済産業局、北海道、全道市町村などの行政機関並びに中小企業基盤整備機構、北海道中小企業総合支援センター、商工会議所、商工会などの指導機関とともに、北海道経済の振興のため努力してきたところであります。

この度、当協会支部の調査研究事業として、「新幹線新函館駅開業に伴う観光産業への影響に関する調査」を実施する運びとなりました。平成 27 年度に予定される新幹線新函館駅の開業は、北海道、とりわけ函館を中心とする道南圏の観光産業や地域経済に多大な影響を与えることが予想されております。このような状況の下、観光関連企業の現状と今後の取組等を把握し、新幹線新函館駅開業に向けて観光産業の活性化に向けた提言をまとめることを目的としております。その趣旨をご理解いただき、アンケート調査へのご協力をお願い致します。

なお、本調査研究の報告書は、各行政機関等へ配布する予定でございます。

誠に忙しいとは存じますが、ご協力のほどよろしくお願い申し上げます。

敬具

調査研究担当

中小企業診断士 田中 修身

中小企業診断士 中野 貴英

----- 記 -----

1. 函館市周辺の観光関連企業（旅客、飲食、宿泊、施設）、約 300 社を調査対象としております。
2. アンケート用紙は統計処理するものであり、皆様が書いたものがそのまま公表されることは絶対にありません。
3. アンケートにご回答いただいた企業様には、アンケートの集計結果を報告致します。
4. お手数ですが、アンケート用紙はご回答の上、9月30日までに下記 FAX 番号までご送信いただきますようお願い申し上げます。なお、送付状などは不要です。本文のみご送信ください。

社団法人 中小企業診断協会 北海道支部

〒060-0004 札幌市中央区北 4 条西 6 丁目 1 番地 毎日札幌会館 4 階

TEL：011-231-1377 FAX：011-231-1388（ご回答送信先）

本調査研究の内容についてのお問い合わせは、下記担当者までお願い致します。なお、状況により電話に出られない場合がございます。かけ直しますのでメッセージを登録してください。

担当 田中 （携帯）090-7650-1757 （メール）osami0813t@nifty.com

以上

「新幹線新函館駅開業に伴う観光産業への影響に関する調査」

1. 新幹線新函館駅開業について

【問１】新幹線新函館駅（仮称，以下同じ）が平成２７年度（２０１５年度）に開業することに関して，以下の当てはまる番号に１つ 印をつけてください。

知っている 開業することは知っているが時期は知らなかった
開業が決まっていることは知らなかった

【問 2】新幹線新函館駅の位置および東北新幹線新青森駅から新函館駅までのルートについて、当てはまる番号に 1 つ 印をつけてください。

ほぼ正確に知っている だいたい知っている 知らない

【問３】新函館駅開業に向けて函館市が作成した「新幹線で未来を創るまちづくり構想」、あるいは、北海道新幹線開業はこだて活性化協議会（事務局：函館商工会議所）が作成した「北海道新幹線開業はこだて活性化アクションプラン」について、当てはまる番号に１つ 印をつけてください。

存在を知っていて、内容をほぼ理解している
存在を知っていて、内容を一部理解している
存在を知っているが内容についてはよくわからない
存在を知らない

【問４】新函館駅開業が函館を中心とした道南圏観光全般に与える影響について、当てはまる番号に１つ 印をつけてください。

大きなビジネスチャンスである	どちらかと言えばビジネスチャンスである
特に影響はない	どちらかと言えばマイナスである
大きなマイナスである	

【問5】函館を中心とした道南観光全般における観光資源について「最も重要度が高いもの」と「次に重要度が高いもの」をそれぞれ1つ選んで、解答欄にその記号をご記入ください。

自然景観	温泉	グルメ	特産品・お土産
歴史	文化	交通アクセス	その他（ ）

解答欄	最も重要度が高いもの	次に重要度が高いもの
-----	------------	------------

2. 貴社のお客様について

【問6】貴社の国内からのお客様の住んでいる地域で「最も多い地域」と「次に多い地域」を以下から選び、解答欄に記入してください。

北海道 東北地方 関東地方 中部地方
近畿地方 中国地方 四国地方 九州地方、沖縄地方

解答欄	最も多い地域	：		次に多い地域	：	
-----	--------	---	--	--------	---	--

【問7】貴社の国外からのお客様の住んでいる地域で「最も多い地域」と「次に多い地域」を以下から選び、解答欄に記入してください。

アジア（中国） アジア（韓国） アジア（台湾）
アジア（その他） ヨーロッパ アメリカ、カナダ
オーストラリア その他（ ）

解答欄	最も多い地域	：		次に多い地域	：	
-----	--------	---	--	--------	---	--

【問8】貴社のお客様の利用単位で「最も多い利用単位」と「次に多い利用単位」をそれぞれ1つ選んで、解答欄にその記号をご記入ください。

1人 家族 友人同士
団体旅行 その他（ ）

解答欄	最も多い利用単位	：		2番目に多い利用単位	：	
-----	----------	---	--	------------	---	--

【問9】貴社のお客様の利用目的で「最も多い利用目的」と「次に多い利用目的」をそれぞれ1つ選んで、解答欄にその記号をご記入ください。

観光旅行 ビジネス その他（ ）

解答欄	最も多い利用目的	：		次に多い利用目的	：	
-----	----------	---	--	----------	---	--

【問10】貴社はお客様に対して顧客満足度や顧客ニーズを把握するためのアンケート調査やその分析を行っていますか。当てはまる番号に1つ印をつけてください。

調査・分析している 調査しているが分析には至っていない
調査していない（方法がわからない） 調査していない（必要がない）

【問11】貴社のセールスポイントとして「最も重要視していること」と「次に重要視していること」をそれぞれ1つ選んで、解答欄にその記号をご記入ください。

価格 料理 接客 温泉 設備
伝統 周辺環境 交通アクセス その他（ ）

解答欄	最も重要視していること	：		次に重要視していること	：	
-----	-------------	---	--	-------------	---	--

3. 貴社の新函館駅開業に対する取り組みについて

【問12】貴社に対して新函館駅開業が与える影響について、当てはまる番号に1つ 印をつけてください。

大きなビジネスチャンスである
特に影響はない
大きなマイナスである

どちらかと言えばビジネスチャンスである
どちらかと言えばマイナスである

【問13】貴社は新幹線新函館駅開業に向けて何らかの取り組みを行っていますか。当てはまる番号に1つ 印をつけてください。

はい

いいえ

【問14】【問13】で「はい」とお答えの企業様への質問です。取り組みの内容について、当てはまる番号にいくつでも 印をつけてください。

新しいサービスメニューの開発を進めている
従業員教育などソフト面での充実を進めている
設備の追加・更新・修繕などハード面の充実を進めている
同業他社との連携を進めている
異業種との連携を進めている
その他（ ）

【問15】【問13】で「いいえ」とお答えの企業様への質問です。その理由について、当てはまる番号にいくつでも 印をつけてください。

必要性を感じないから	まだ先のことから
資金が足りないから	人材がいらないから
進め方がわからないから	先のことを考える余裕がないから
その他（	）

4. 貴社の経営動向について

【問16】貴社の営業項目の中で最も中心をなすものは何ですか。当てはまる番号に1つ 印を付けてください。

宿泊	飲食	販売	観光施設
旅客（交通機関）	その他（		）

【問17】貴社の営業エリアで最も中心をなす地域はどこですか。当てはまる番号に1つ 印を付けてください。

函館駅周辺	湯の川	西部・景観地区
五稜郭	北部・七重浜	その他（

【問 18】貴社の資本金について、当てはまる番号に1つ 印を付けてください。

1 千万円以下

1 千万円超～3 千万円以下

3 千万円超～5 千万円以下

5 千万円超～1 億円以下

1 億円超～3 億円以下

3 億円超

【問 19】貴社の従業員数（短期的なパート・アルバイトを除く）について、当てはまる番号に1つ 印を付けてください。

5 名以下

5 名超～20 名以下

20 名超～50 名以下

50 名超～100 名以下

100 名超～200 名以下

200 名超～300 名以下

300 名超

【問 20】貴社の観光関連の売上高（平成 20 年度）は 3 年前（平成 18 年度）と比較してどのように変化しましたか。当てはまる番号に1つ 印をつけてください。

30 %以上の減少

10 %以上～30 %未満の減少

1 %以上～10 %未満の減少

ほとんど変わらない

1 %以上～10 %未満の増加

10 %以上～30 %未満の増加

30 %以上～50 %未満の増加

50 %以上の増加

【問 21】貴社の最近決算期（平成 20 年度）における売上高経常利益率について、当てはまる番号に1つ 印をつけてください。

マイナス

2 %未満

2 %以上～4 %未満

4 %以上～6 %未満

6 %以上～8 %未満

8 %以上～10 %未満

10 %以上～15 %未満

15 %以上

【自由記入欄】新幹線新函館駅開業に際してのご意見などを自由にご記入ください

アンケート集計結果の送付先をご記入ください。

会社名			
所在地		電話番号	
担当者		所属	

ご協力ありがとうございました。