

**目的** 海を結節点として、地域経済の活性化、子どもや市民が愛着と希望を持てる地域づくりを目指し、函館の新たな価値創造(食文化の創造・観光コンテンツ創造)を通して、関係人口を増加させていく一翼を担う。

**目標** 新施設において、新たな体験プログラムや、コミュニティイベントが創発され、観光客・市民の双方から喜ばれ、多くの集客が見込める施設となっている。2024年の飲食体験プログラムの参加者数が、2023年実績の倍以上になるよう、市民のコミュニティイベントが定例化されていて、多くの市民が施設に訪れ賑わっている状況をつくる。

## 2023年度実施内容のまとめ



【海と食の体験プログラムの開発】  
函館の海と食のつながりを、寿司握りを通して体感する、海を味わうコンテンツ「寿司ゼミ」の開発



【OPEN前：施設で使う椅子をつくるワークショップ】  
地元道南杉を使った椅子を組み立てて、みなと大学のモチーフでもある「ロープ」を使って座面を編み込む。



【OPEN後：年越しそばをつくろう】  
地元のそばづくり体験の講師を呼んで、年越しそばをつくるコミュニティイベントを実施。

## 定量的な成果

- ① メディア掲載：北海道新聞（11月15日・11月23日）・函館新聞（12月9日、2月1日）・NHKほっとニュース（12月21日）、じゃらん北海道4月号など
- ② 11月にOPENしてから3月まで、5000人の集客目標に対して、5278人。（達成率105%）
- ③ コミュニティイベントを複数開催。寿司づくり含めて食系のイベントで地域の方の集客を300名目標に対して、348名で達成（達成率116%）

## 定性的な成果

- ① NHKほっとニュースでは約8分間の特集で、コンセプトから店舗の紹介、海の学びについても放送することができた。
- ② 寿司ゼミ体験者や飲食利用者が、じゃらんやGoogle MAPの口コミサイトに掲載。じゃらんでは5.0の満足度。Google MAPは4.8。
- ③ インスタが非常に好評で、コミュニティイベントの様子なども細かに発信して、SNSでの集客につながっている。

## 2023年度 課題点

通常営業での体験メニューや飲食営業が、冬季間の営業では非常に集客が厳しいタイミングが多々あった。改めてイベントや企画がなくても、函館市民や、観光客が訪れる場所にするべく、改めて店舗のプランディングを考え、ファサードを見直し、まずは通常時の客数を増やしていける施策が必要。

## 2024年度 改善点

・店舗のリニューアルを実施（ファサード・サイン計画・メニュー）  
・体験メニューに関しては、短時間でライトな体験ができるコンテンツを開発する。  
・「タッチプール」が好評だったので、を複数回実施して、地元顧客のコミュニティを作り、今後のイベント等の告知やPRに役立てるようする。