

計画推進の主体と役割

（１）市民の役割

- ・小樽の理解と観光へのさらなる関り
- ・観光客への温かく親切なおもてなしの心
- ・観光客と小樽の魅力を共有

（２）観光事業者の役割

- ・連携を密にし観光地としてのイメージアップ
- ・人材の育成やサービスの質の向上

（３）観光関連団体の役割

- ・組織体制の充実・強化
- ・団体間、市民、観光事業者、経済界、行政との連携強化

（４）経済界の役割

- ・観光と各種産業との連携を強化

（５）行政の役割

- ・観光振興施策の推進
- ・各主体の観光事業への支援
- ・現状分析、ニーズの把握及び情報発信
- ・観光関連団体や事業者等への情報提供と共有化
- ・周辺市町村と連携した広域的観光振興の推進
- ・各部局の連携と深い知識を持つ職員の育成

これからの小樽観光の推進体制づくり

今後の観光振興を主体的に進め、観光地経営や取組の効果測定などを行うことができる、新たな観光推進組織として、地域DMO(※)の構築を視野に推進体制の整備を進めます。

※DMOとは、観光物件、自然、食、芸術・芸能、風習、風俗など当該地域にある観光資源に精通し、地域と協同して観光地域づくりを行う法人のこと。地域DMOとは、DMOの形態のひとつで、原則として、基礎自治体である単独市町村の区域を一体とした観光地域として、マーケティングやマネジメント等を行うことにより観光地域づくりを行う組織。

第一次小樽市観光基本計画「新・いいふりこき宣言」の検証について

- 目標 1「観光客の満足度を高める」 ⇒ 冬季においてはやや増加したが全体的には減少傾向
2「宿泊滞在型観光への移行を進める」⇒ 宿泊者数は増加傾向
3「観光の経済波及効果高める」 ⇒ 年間観光総消費額は若干増加

※主要施策では小樽観光大学校設立や小樽ふれあい観光大使制度の創設などの成果があったが、今後も継続して、観光客の満足度向上などの観光振興を推進していく必要がある。

第二次小樽市観光基本計画 〔概要版〕

小樽運河の再開発以降、明治～昭和初期の面影を街並みに色濃く残し、情緒あふれる雰囲気漂う小樽は、観光客の人気を呼び、国内でも有数の観光都市として成長してまいりました。本市では、持続可能な観光都市として発展していくために平成１８年に１０年間の観光振興の指針となる小樽市観光基本計画「新・いいふりこき宣言」を策定いたしました。

そしてこの度、これから観光都市として更に発展していくため、今後１０年を見据えた指針として「第二次小樽市観光基本計画」を策定いたしましたので、その概要をお知らせします。

〔計画期間：２０１７年（平成２９年）度から２０２６年（平成３８年）度までの１０年間〕



第二次小樽市観光基本計画（概要版）

平成29年４月

小樽市産業港湾部観光振興室

〒047-8660 小樽市花園2丁目12番1号

TEL. (0134) 32-4111（内線450）FAX. (0134) 33-7432

E-mail kanko@city.otaru.lg.jp ホームページ <https://www.city.otaru.lg.jp>

小樽市

平成２９年４月

小樽観光の＜目指すべき姿＞

ホンモノの小樽とふれあう

観光客と市民がふれあい、新しい発見があり、また来たいと思える街 ——

小樽独自の歴史や文化に裏打ちされた奥深さこそがホンモノの小樽であるということを柱に据え、小樽が有する多彩な観光資源を掘り起こし、新たな魅力として磨き上げ、観光客に訴求します。

ホンモノの小樽とは——

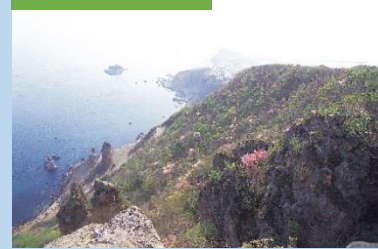
小樽には、**海、港、山、坂、四季折々の顔、運河と倉庫群、古い街並、歴史的建造物、産業遺産、遺構、神社・寺院・教会、食文化**…数え上げたら切りがないくらいのコンテンツがそろっており、日本有数の豊富な観光資源に恵まれている街です。

また、このようなホンモノの資源・遺産を古くから守り抜いてきた市民の「実直さ」、「頑固さ」、「義理人情」などの気質も小樽独自の歴史・文化であり、**市民の生活、市民のなりわいそのもの**が魅力であり、ホンモノの小樽と言えます。

観光客と市民が、数あるホンモノの魅力を味わい、交流を通じて**ふれあう**ことが、成熟した観光都市を目指すうえでの新たな一歩になると考えます。

【ホンモノの小樽を構成する主な魅力の数々】

豊かな自然



市民生活と地域文化



何気ない風景



新鮮・豊富食と酒



守り抜かれてきた遺産と繁栄の歴史



継承と開発小樽ブランド

ずっと小樽にいるから私たち市民は気付かない、その日常が、観光客がふれたい小樽です。

小樽観光の目指すべき姿を具現化するための

＜方向性＞

（１）小樽の魅力を深める

気付かれていない魅力 → 新たな魅力

＜歴史・文化・芸術・四季・自然・食・景観＞
掘り起し

＜既存資源・アクセス＞
深掘

＜小樽ならではのストーリー＞
まとめ

観覧コンテンツ
↓
体験プログラム

（２）小樽の魅力を広げる

小樽オンリーの魅力 → 後志・札幌とセットの新たな魅力

（※）＜小樽地域内の連携＞
地域DMO → さらに広域連携

＜広域観光ルート＞
主に札幌 → 後志・札幌・プラスα

＜PRのあり方＞
小樽単独 → 広域

点の魅力
↓
面の魅力

ホンモノの小樽とふれあう

（３）小樽の魅力を共有する

事業者・団体が主役 → 市民・事業者・団体が主役

＜観光客と市民＞
情報→理解

＜市民＞
小樽の理解→観光への理解と参加

市民が、より小樽の魅力に
気づき、さらに愛着を持つ

観光まちづくり
事業者・団体
↓
市民主役

＜主要施策＞

（１）小樽の魅力を深める

独自性を生かした魅力発掘で、多様化するニーズに対応する取組 ——

①キャンペーン等各種情報発信の強化

輸送機関や広告媒体等を利用したキャンペーンを積極的に仕掛けて。旅行者のニーズに合わせた戦略的なプロモーション活動をより一層積極的に展開し、小樽の存在感を幅広くアピールします。

②小樽の“四季”の魅力発信

観光客が多く訪れる夏季だけでなく、外国人観光客に人気の高い冬季など、季節ごとに豊かな表情を見せる、小樽の“四季”の魅力を情報発信するほか、メリハリの効いた春夏秋冬それぞれの魅力をニーズに合わせて的確に訴求します。

③歴史・文化・芸術の体験プログラムの構築

「小樽は屋根のない博物館」と言われています。現存する著名な歴史的建造物、防波堤や鉄道などの産業遺産としての価値に景観美、食資源、この地にしかないバックグラウンドなど、それぞれをより身近に体感できるプログラムを構築します。

④小樽に点在する観光資源のニーズを捉えた磨き上げと発掘

豊かな自然や歴史的建造物など、市内各地域別に点在する特色ある観光資源を、それぞれの観光客のニーズを捉えた効果的な磨き上げを行うほか、潜在する観光資源の発掘を行い、小樽観光の奥深さを訴求します。

⑤観光客が快適に過ごせる環境整備

小樽を訪れた様々な観光客がストレスなく滞在時間を快適に過ごすことができるよう、交通アクセスについての情報提供のほか、トイレや駐車場などの受入施設の整備などの環境整備を行います。

⑥日本遺産認定に向けた活動の推進

小樽のブランド力向上や地域活性化を目指し、港や銀行街、鉄道施設など数々の遺産を生み出した小樽の歴史・文化のストーリーをまとめあげ、観光振興に生かしていきます。

⑦滞在型観光に向けたプランの拡充

観光資源を組み合わせた魅力あるプログラムの開発、ナイトツーリズムの確立を通じて、小樽を起点とした観光行動促進への取組を加速させます。

⑧ロケ地誘致活動の推進

人気の衰えを知らない、小樽が舞台の映像コンテンツ。訴求力のある小樽の価値を、新たな映像コンテンツの素材として、より積極的なプロモーション活動を行います。

⑨小樽の“山”の知られざる魅力の発信

緑、空気、山から望む海のロケーションなど、小樽の山々が有する、未だ知られていない魅力についての発信強化を図ります。

⑩水辺を生かした誘客活動の推進

商工港湾都市の発祥の基点となる水辺を魅力ある交流の場として活用促進を図るほか、クルーズ客船の寄港促進と寄港時対応の充実などにより誘客を推進します。

（２）小樽の魅力を広げる

点在する資源を“面”として活用する、広域連携による取組 ——

①地域DMO構築を視野に入れたアプローチ

小樽が後志地域や札幌などと共に、今後繁栄していくためには近隣自治体と広域的な連携を図り戦略的な観光施策を展開することが求められます。地域DMO構築を視野に、広域での連携を強化していきます。

②広域的な観光圏の形成

観光の広域化の推進力になり得る、歴史・文化・伝統などのストーリーと、後志ブランドの核である「食」をテーマとした観光ルートの確立を目指します。広域での情報発信や、後志産品の活用のほか、多彩な一次産品を生かし、付加価値の高い加工品の開発などを含めた多面的な取組を行います。

（３）小樽の魅力を共有する

市民の意識改革を図り、市民が積極的に参加する取組 ——

①外国人観光客との相互理解

外国人観光客に対して、的確かつ丁寧な対応ができるよう事業者や市民に対して情報提供等を行うほか、外国人観光客に対しても日本のマナーやルールの周知を行い市民と外国人観光客の相互理解を深めます。

②観光への意識を高める活動の推進

市民一人ひとりがそれぞれの小樽の歴史的価値のある資源を再認識し、ホスピタリティの啓発事業などを通じて、観光地として小樽はどう在るべきか、どのように広域連携すべきか、また、市民は何をすべきかなど、観光への意識を高める取組を行います。

③教育カリキュラム編成に向けた提案

観光地・小樽ならではの強みを次世代を担う子供の教育の視点から波及させます。観光資源の奥深さの追求、異文化とのコミュニケーションを実践するための教育カリキュラム編成に向けた提案を行います。

④市民が観光客とふれあう機会の提供

市民が観光客へ接する機会を提供できるカリキュラムの実施や次世代のリーダー育成を行い、観光ボランティアの底上げを図ります。