

小樽市観光基本計画

「新・いいふりこき宣言」

～歴史と誇りと技が織りなす ふれあい都市「小樽」へ～



小樽市

小樽観光の新たなステージに向けて



観光は 21 世紀のリーディング産業といわれ、様々な地場産業との連携により地域経済に大きな効果をもたらすことが期待されています。また、観光の振興により、人、モノ、情報の交流が活発化し、経済の活性化は言うに及ばず、地域の再発見につながることで、市民生活にゆとりや豊かさを創出します。

本市におきましても、このような観点に立って、これまでも観光振興に努めており、観光入込客数は、昭和 61 年の小樽運河の整備完了後から大幅な増加傾向を示しております。特に四季折々の豊かな自然景観や、小樽運河をはじめ多くの歴史的建造物が織りなす街なみが、独特の都市景観を形成するとともに、それらが醸し出すノスタルジックな雰囲気が多くの人々を魅了し、今や年間 700 万人を超える観光客が訪れる全国有数の観光都市にまで成長しました。

しかしながら、今後も持続可能な観光都市として発展していくためには、観光客を温かくもてなすホスピタリティの向上や、日帰り通過型観光から宿泊滞在型観光への移行などといった諸課題への積極的な取組みと新たな観光の魅力づくりが求められています。

こうしたことを踏まえ、小樽運河の再生から 20 年を経た本年、小樽観光の新たなステージとなる今後 10 年を見据えた、本市の観光振興の指針となるものとして「小樽市観光基本計画」を策定しました。

本計画による観光まちづくりの実現に向けては、市民、事業者、行政が連携し一体となって取り組むべきものであり、皆様のご協力をよろしくお願いいたします。

終わりに、本計画の策定にあたり、この間、多大な時間を費やし活発な議論を重ねていただきました小樽市観光基本計画策定委員会委員の皆様をはじめ、ご協力いただきました関係者の皆様に心よりお礼を申し上げます。

平成 18 年 4 月

小樽市長 山田 勝 磨

序 章 計画の策定にあたって

- 1 計画策定の趣旨・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1
- 2 計画の性格・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
- 3 計画の期間・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2

第1章 国内の観光動向と小樽観光の現状・課題

- 1 国内の観光動向・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 3
 - (1) 観光の国際化と国の施策・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 3
 - (2) 国内の観光動向・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 3
 - (3) 道内の観光動向・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 4
 - (4) 観光客の行動特性・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 5
- 2 小樽観光の現状・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 6
 - (1) 観光入込客数の現状と推移・・・・・・・・・・・・・・・・ 6
 - (2) 観光客の動態・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 7
 - (3) 観光の経済効果・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 12
 - (4) 市民の観光意識・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 12
- 3 小樽観光の課題・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 13
 - (1) マス・ツーリズム依存からの脱却・・・・・・・・・・ 13
 - (2) 国際化・グローバル化への対応強化・・・・・・・・ 13
 - (3) 滞在型・歩いて楽しむ街への変革・・・・・・・・ 13
 - (4) 多様な地域資源の活用と広域連携の推進・・・・ 14
 - (5) 個性豊かで人情味あふれる小樽人の活用・・・・ 14
 - (6) さらなる意識改革の必要性・・・・・・・・・・・・ 14

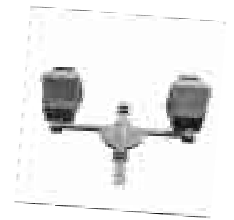
第2章 小樽観光の基本的な考え方

- 1 観光振興が果たす役割・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 15
- 2 小樽観光の基本理念と本計画のタイトル・・・・・・・・ 16
- 3 小樽観光・4つの基本的な考え方・・・・・・・・・・・・ 17
 - (1) 小樽観光を支える担い手の多様化を図ります・・・・ 17
 - (2) 観光を軸にして小樽の産業構造を改革していきます・・ 17

(3) 多様な客層に対応できる受け皿づくりを推進していきます・・・	17
(4) 「選択と集中」を基本とした観光まちづくりを進めます・・・	17
4 目標設定の基本的な考え方・・・	18
第3章 小樽観光の目指すべき姿と主要施策	
1 小樽観光の目指すべき姿・・・	19
(1) ゆっくりと時間が流れるまち・おたる・・・	19
(2) 心と体においしいまち・おたる・・・	19
(3) 海を感じさせるまち・おたる・・・	19
(4) 路をつなぐまち・おたる・・・	19
2 主要施策・・・	20
第4章 小樽観光重点地域の展開方向	
(1) 中央・手宮地域・・・	28
(2) 祝津・高島地域・・・	29
(3) 天狗山地域・・・	30
(4) 朝里川温泉地域・・・	31
(5) ぱるて築港地域・・・	32
第5章 小樽観光の推進のために	
1 計画推進の主体と役割・・・	33
(1) 市民の役割・・・	33
(2) 観光事業者の役割・・・	33
(3) 観光関連団体の役割・・・	33
(4) 経済界の役割・・・	33
(5) 行政の役割・・・	34
2 小樽観光の構造改革に向けた推進体制づくり・・・	34
資料・・・	35

本文中の※印が付いた用語は、巻末の
“用語解説”で説明しています。

序章 計画の策定にあたって



1 計画策定の趣旨

21世紀に入り、高度情報化や少子・高齢化、あるいはグローバル化^{*}の進展などにより、我が国の社会・経済環境は大きく変化しています。また、国民の生活意識は、経済的な豊かさからゆとりや潤いを重視する生活へと変化をしてきており、人々の価値観やライフスタイルの多様化も一層進みつつあります。

国民の観光動向についても、個性に応じた旅行の多様化や、高齢者の旅行機会の増加とともに、これまでの団体型旅行から家族や友人を中心とした個人・グループ型旅行への移行が進み、価値観やライフスタイルが旅行行動を決める傾向にあります。

こうした中、現在の小樽観光は、毎年700万人を超える観光客が訪れており、全国的にも有数の観光都市として人気を集めています。しかしながら、今後とも小樽観光の人気を持続させていくためには、多様化する旅行ニーズに対応した観光地づくりが求められています。

人や情報の移動・交流が伴う観光は、21世紀における基幹産業としてますます期待される産業分野となっています。地域の自然や歴史などの多彩な資源を活用し観光振興を図ることは、都市に人、モノ、情報、文化が集まり、その交流や活動が行われることで経済の活性化ばかりでなく、魅力的なまちづくりや文化の振興など地域の活性化を導き、市民生活の豊かさの向上にもつながります。

小樽は、明治以来、道内外から人やモノが集まることにより発展し、まさに北海道の玄関口としての役割を果たすことで都市の繁栄を生み出してきました。戦後の長い斜陽の時代を経て、本市は今、自然と歴史・文化が調和したまちづくりを進めることにより、なお一層の観光都市としての位置付けを高め、多くの来訪者との交流による発展の可能性を有しています。

このような小樽における観光の意義を認識し、本市の持つ可能性や地域資源、特性を最大限に生かし、都市の総合力を発揮することで観光振興の推進を図るとともに、観光施策を総合的かつ体系的にとりまとめ、民間の自主性・主体性を重視しながら、今後さらに市民と行政が一体となった観光振興の推進体制を確立することを目的として「小樽市観光基本計画」を策定するものです。

2 計画の性格

本計画は、小樽市の総合計画における観光分野の基本計画であり、本市の観光振興の理念や将来的な方向性を示すとともに、市民、観光事業者、観光関連団体、経済界、行政が協働のもと、魅力的な観光都市づくりを推進するための指針となるものです。

3 計画の期間

本計画の期間は、2006（平成 18）年度から 2015（平成 27）年度までの 10 年間とします。



手宮公園



船見坂

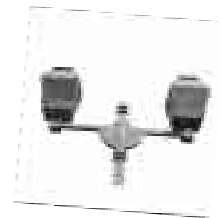


堺町通り



赤岩海岸

第1章 国内観光動向と小樽観光の現状・課題



1 国内の観光動向

(1) 観光の国際化と国の施策

世界規模の大交流時代を迎えて、各国では観光振興の促進が国家・都市経営の重要な戦略の一つとなり、国家・都市間での競争の時代に入っています。世界観光機関（WTO）によれば、2002（平成14）年の全世界の海外旅行者数は、世界の総人口の1割を超える7億1500万人を数え、史上初の7億人を突破しました。また、2010年には10億人、2020年には16億人になると予測されています。

この海外旅行者を対象とする観光関連産業は、現在では世界全体の総生産の11.4%を占め、同時に2億人以上の雇用を生み出し、観光関連産業は雇用拡大を含めて、21世紀の成長産業として期待されています。

国においては、2010年までに訪日外国人旅行者を1000万人とする目標の達成に向けて、様々な観光政策を進めております。観光立国懇談会のまとめた報告書においては、「住んでよし、訪れてよしの国づくり」を進めるため、日本の魅力を改めて認識し、国を挙げて観光立国への総合的な戦略展開を図るとしています。また、国土交通省は、世界に開かれた観光大国を目指し、観光関連産業を21世紀のリーディング産業とすべく、2003（平成15）年7月には「観光立国行動計画」を発表しました。現在、訪日外国人旅行者の割合の多い韓国・台湾・中国・香港・米国をはじめ、オーストラリア、カナダ、タイ、シンガポールを重点市場とするビジット・ジャパン・キャンペーン（VJC）などの施策を実施しています。

(2) 国内の観光動向

国民の観光ニーズは、自由時間の増大等を背景に、今後さらに増大していくものと思われます。

平成17年版観光白書によれば、2004（平成16）年の国民の旅行動向では、国民1人当たりの国内宿泊旅行回数は平均2.00回（対前年比5%減）、国内宿泊観光旅行回数は平均1.18回（同比8%減）であり、また、国内宿泊観光旅行の宿泊数は平均1.92泊（同比4%減）と、宿泊を伴う観光旅行は減少傾向となっています。

海外旅行の動向では、日本人海外旅行者数は1683万人（同比26.6%増）で2000（平成12）年に次ぐ人数となり、また、訪日外国人旅行者数は614万人（同比17.8%増）と初めて600万人を突破し過去最高を記録しました。

訪日外国人の都道府県別訪問率は、1位が東京都56.5%で半分以上の外国人が

訪れており、以下、大阪府 25.2%、京都府 15.8%、神奈川県 15.6%、千葉県 11.2%の順となっています。なお、北海道は 2000（平成 12）年調査では 2.7%で第 16 位となっています。

消費支出総額及び自由時間関連支出に占める旅行関連支出の割合は、近年低下傾向にありましたが、2004（平成 16）年は、対前年比それぞれ 0.2%、0.8%の増となりました。

国民の旅行等に対する意識動向では、国民生活に関する世論調査で「レジャー・余暇生活」についてその満足度を見ると、「満足している」とする割合は 56.5%と半数を超えています。

また、国民の希望する余暇活動の第 1 位は「国内観光旅行（避暑、避寒、温泉など）」75.6%、第 2 位が「海外旅行」45.7%、「ピクニック・ハイキング・野外散歩」34.7%、「音楽会・コンサートなど」30.1%となっており、観光旅行に対する需要は依然として他の活動に比べて高くなっていることがうかがえます。

全国各地では、地域活性化策として観光地づくりへの取組みが盛んに行われるようになり、国内の観光地間競争は激しさを増してきています。

さらに、グローバル化^{*}の進展や低廉な海外パッケージツアーの商品化等を背景に、海外観光地との競合も加わるようになり、今後、国内外における観光地間競争は、ますます拍車がかかっていくものと考えられます。

(3) 道内の観光動向

平成 16 年度の北海道観光入込客数は、4839 万人（対前年度比 98.0%）と推計され、その内訳は、道外客数 632 万人（同比 99.5%）、道内客数 4207 万人（同比 97.7%）となっており、この道外客・道内客の構成比（13.1%・86.9%）は、ここ数年大きな変化は見られません。

日帰り・宿泊客別にみると、日帰り客 3348 万人で前年度の 97.3%、宿泊客は 1491 万人で同 99.5%といずれも減少となっています。

季節別にみると、夏季が最も多く全体の 51.0%を占め、この期間の入込みの集中は以前より北海道観光の特徴として指摘されています。次に入込みが多いのは、「さっぽろ雪まつり」などのイベントやスキーなどのウインタースポーツの楽しめる冬季で、20.2%となっています（以下春季 15.4%、秋季 13.4%の順）。

圏域別では、ここ数年順位と構成比に大きな変動はありませんが、最も多いのが札幌市や小樽市を中心とする道央圏で、全体の 5 割以上を占め、ついで道北圏（構成比 16%程度）、道南圏（同 10%程度）、オホーツク圏（同 8%程度）、釧路・根室圏（同 7%程度）、十勝圏（同 6%程度）の順となっています。

(4) 観光客の行動特性

成熟社会を迎える中で、価値観の多様化は旅行行動にも明確にあらわれてきており、これまでの名所や旧跡めぐりに加えて、体験（学習）やグルメ、いやし、歴史・文化・芸術、さらには地域の人との交流や生活文化とのふれあいなど、観光目的の多様化・個性化が進んでいます。

また、旅行形態についても、安価な旅行商品への人気が高まり、旅行期間の短縮や近郊地型旅行の傾向が続くとともに、一方で、高価でも質に見合ったものは人気があり、個人の価値観を満足させる旅行に対しては支出をいとわないという“本物志向”の傾向も強まってきています。行動形態も職場や地域等の団体旅行が減少し、夫婦や家族、友人・知人等との小グループや個人旅行が増加する傾向がみられます。



小樽運河地区

2 小樽観光の現状

(1) 観光入込客数の現状と推移

平成 16 年度の本市観光入込客数は、宿泊観光客数 73.2 万人、日帰り観光客数は 680.8 万人、合計 754 万人となっています。

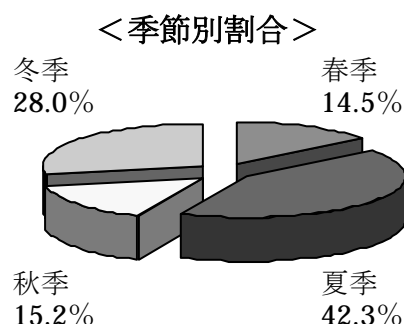
道外・道内の別で見ると、道外観光客数 217.4 万人、道内観光客数 536.6 万人となっています。

宿泊観光客数は、平成 12 年度の 79.0 万人（宿泊客延数 86.5 万人）をピークに減少傾向にあります。また、日帰り観光客数も、平成 11 年 3 月に「マイカル小樽」（現「ウイングベイ小樽」）が開業したことにより、平成 11 年度は 894.6 万人を数えましたが、その後、平成 13 年度を除き減少傾向にあります。なお、道外・道内観光客数の推移についても日帰り観光客数と同様に推移しています。

外国人観光宿泊客数については、近年、香港や台湾などの東アジア圏を中心に大幅な伸びを示しています。

月別の観光客数の推移については、5 月から観光客数が増加し、8 月にピークを迎え、その後減少に転じ、2 月の「小樽雪あかりの路」などのイベント時期に増加するものの、引き続き 4 月まで減少傾向にあります。

季節別の割合では、春季（4～5 月）14.5%、夏季（6～9 月）42.3%、秋季（10～11 月）15.2%、冬季（12～3 月）28.0%、となっています。



＜観光入込客数の推移＞

(単位：万人)

	平成 12 年度	平成 13 年度	平成 14 年度	平成 15 年度	平成 16 年度
観光入込客数	859.3	893.3	847.6	800.2	754.0
道外客	232.3	236.3	236.3	221.5	217.4
道内客	627.0	657.0	611.3	578.7	536.6
日帰り客	780.3	815.8	773.4	726.8	680.8
宿泊客	79.0	77.5	74.2	73.4	73.2

＜外国人観光宿泊客数の推移＞

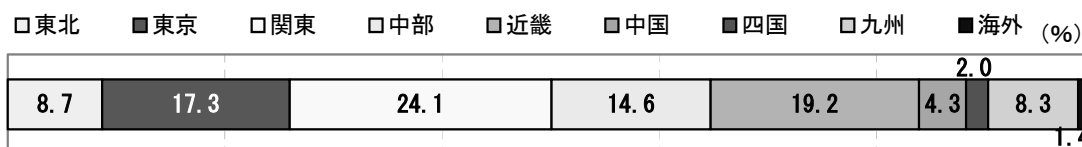
(単位：人)

	平成 12 年度	平成 13 年度	平成 14 年度	平成 15 年度	平成 16 年度
外国人宿泊客数	7,981	12,219	16,984	22,161	30,871

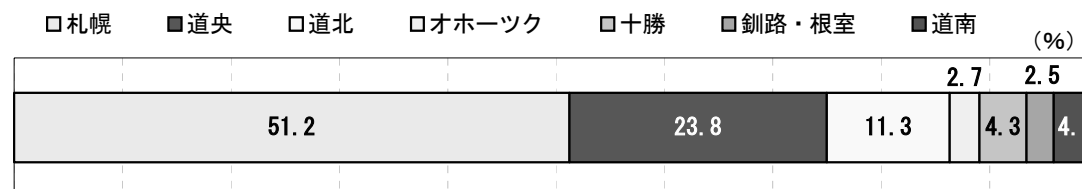
(2) 観光客の動態

平成 15・16 年度に実施した「小樽市観光客動態調査」(サンプル数 5766 件)では、来樽観光客の居住地構成は、道外客では東京、関東圏が 4 割と最も多く、次いで近畿、中部、東北の順となっています。道内客では、札幌が 5 割を占め、道央圏を含めると 7 割強となり、道内客は道央圏がほとんどを占めています。以下、道北圏、道東圏の順となっています。

<道外客の地方別内訳>

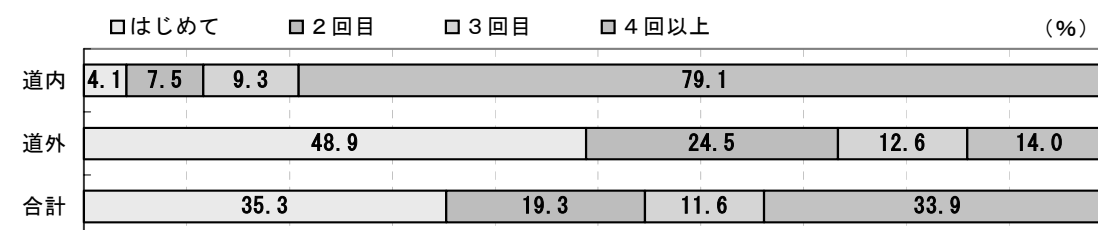


<道内客の圏域別内訳>



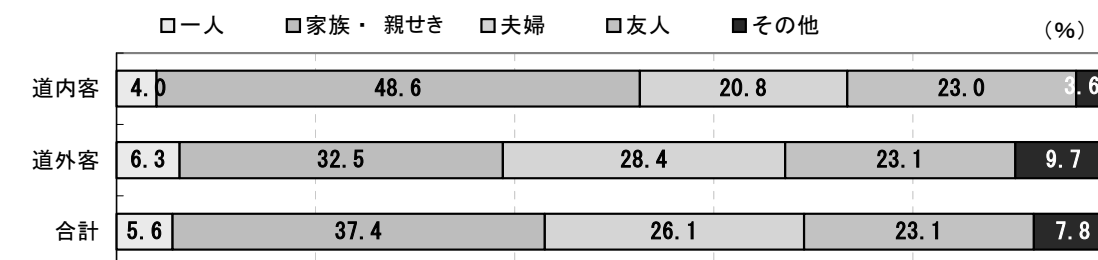
来樽回数については、6 割以上が 2 回目以上の来訪者(リピーター)であり、道内客については 9 割以上がリピーターとなっています。

<道内外別の来樽観光回数>

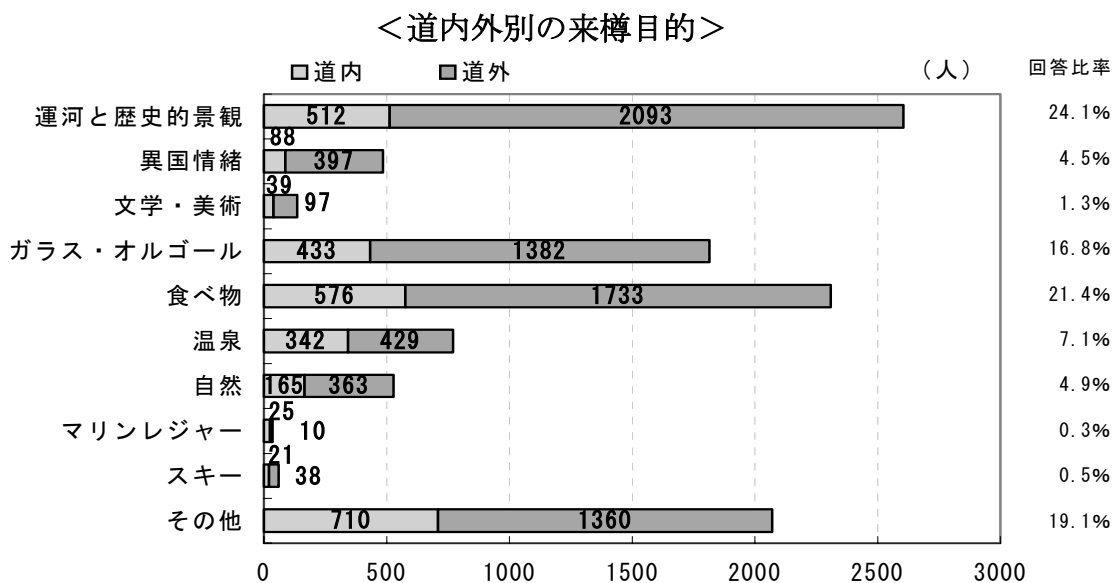


来樽時の同行者については、友人、夫婦、家族・親せきが多く、旅行形態の小グループ化の傾向があらわれており、個人旅行の割合が増加傾向にあります。

<道内外別の同行者構成>

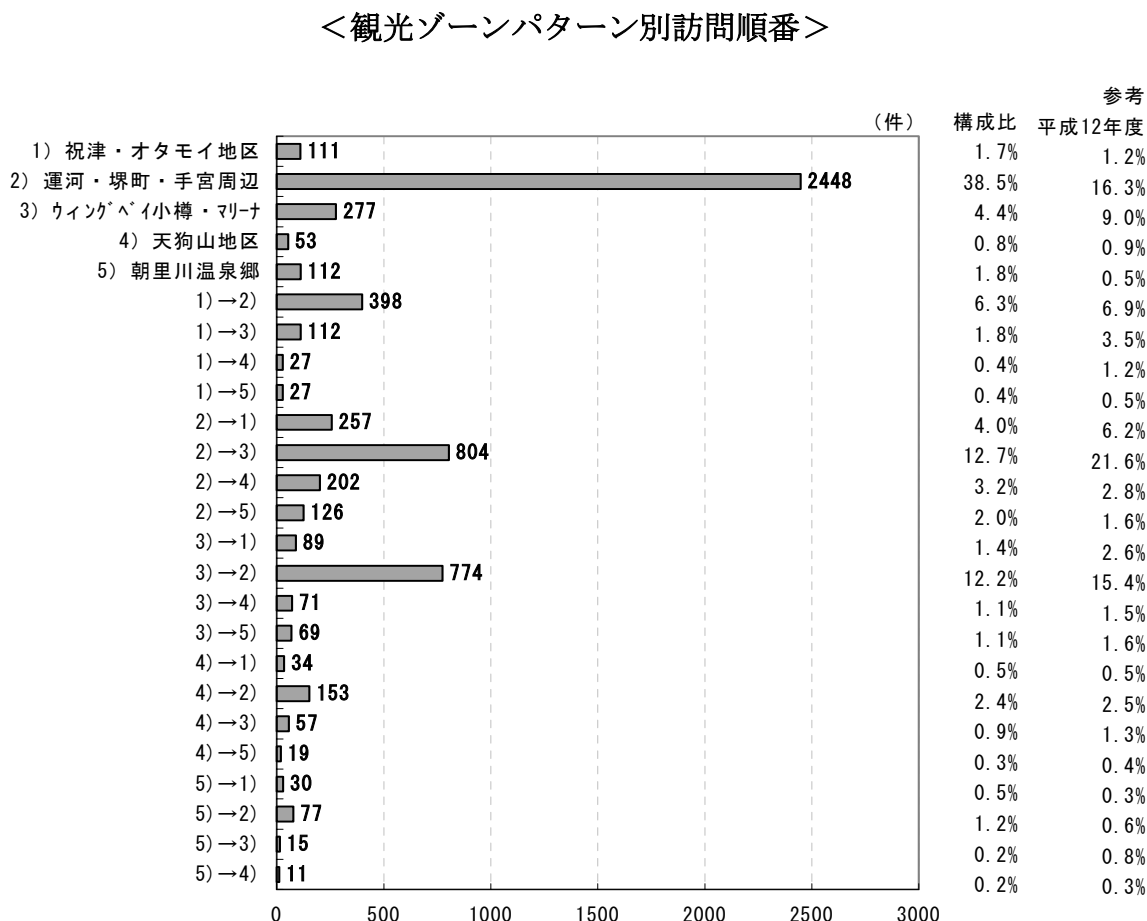


来樽目的については、「運河と歴史的景観」が最も多く、次に「食べ物」、「ガラス・オルゴール」、「温泉」の順となっています。

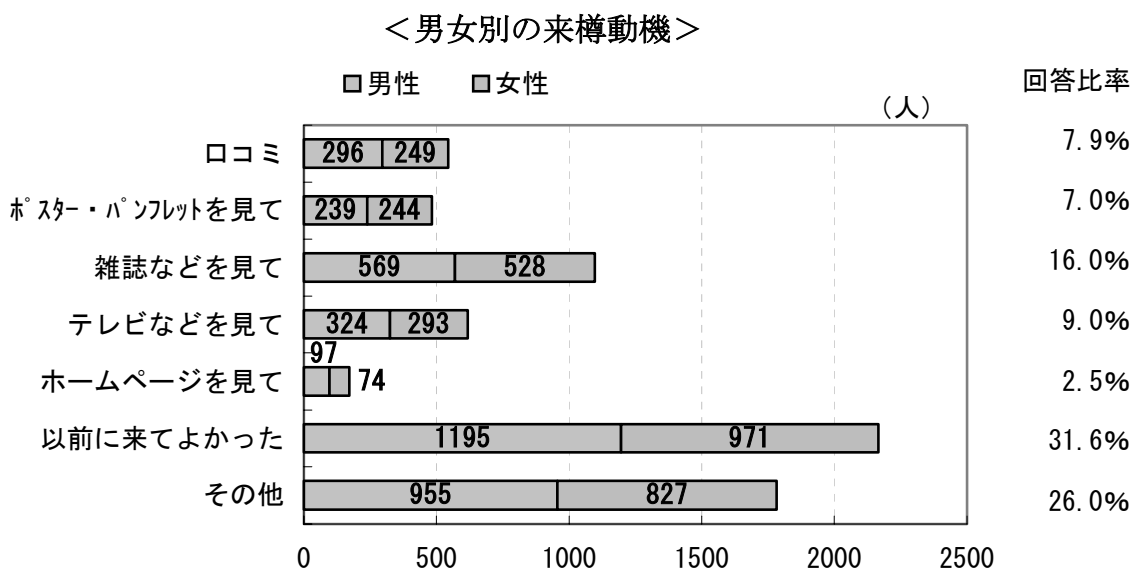


訪問地点は、ゾーン別では「運河・堺町（通り）・手宮周辺」ゾーンが一番多く、次に「運河・堺町・手宮周辺」ゾーンから「ウイングベイ小樽・マリーナ周辺」ゾーンへの行き来を行う観光客が多くなっています。

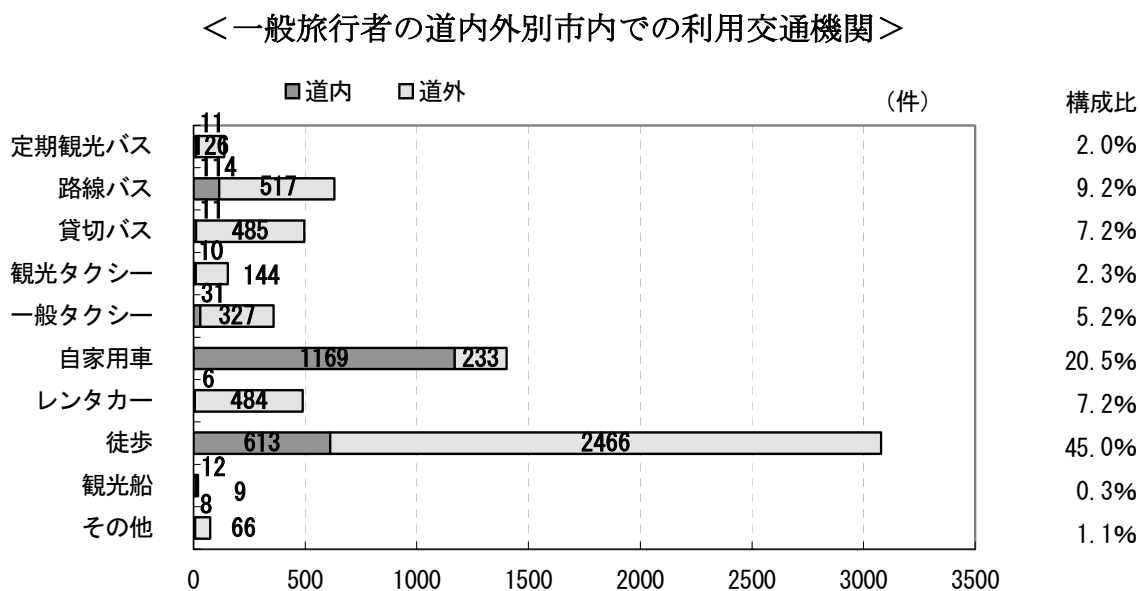
また、観光施設等でも、「小樽運河」が一番多く、以下、「北一硝子三号館」、「小樽オルゴール堂」の順となっています。



なお、来樽動機については、「以前に来てよかったから」が一番多く、次に「雑誌などをみて」、「テレビなどを見て」、「口コミ」の順となっています。



市内での移動手段は、「徒歩」が一番多く、次に「自家用車」、「路線バス」、「レンタカー」の順となっています。



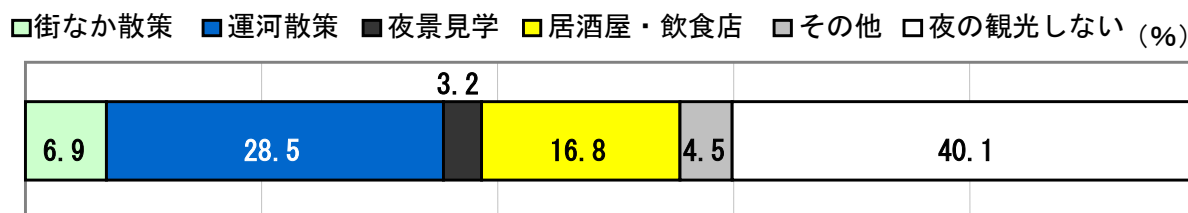
小樽市内での宿泊施設については、市内中心部のホテルが約 6 割を占め、次に朝里川温泉となっています。

<小樽での宿泊場所>



小樽の夜の観光については、「運河散策」が最も多く、以下、「居酒屋・飲食店」、「街なか散策」と続きますが、「夜の観光をしない」という回答も 4 割あります。

<小樽の夜の観光>



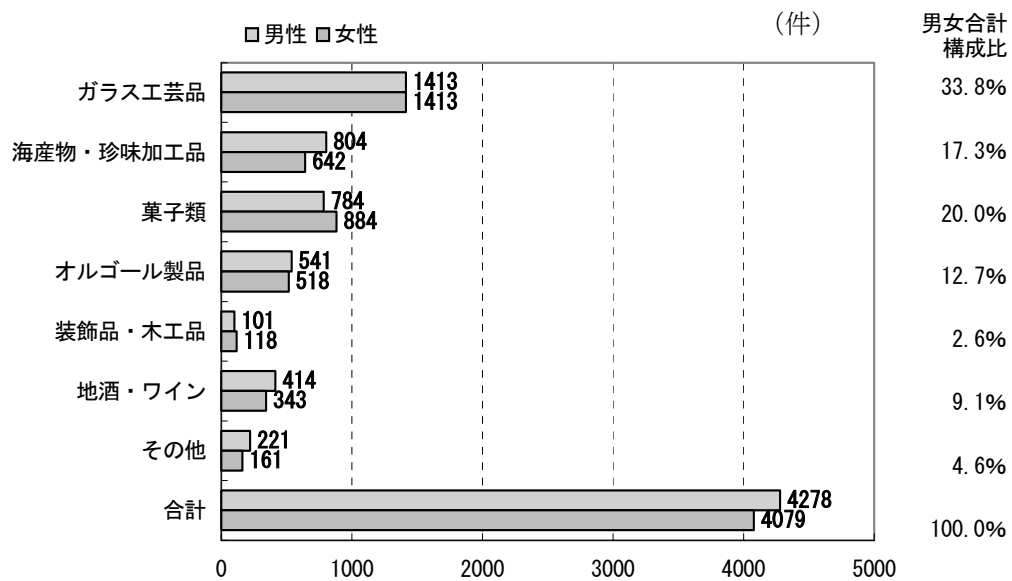
小樽は、明治以来 100 有余年にわたり多くの人々の手によりまちづくりが続けられ今日に至っています。このコラムでは、5 回にわたり時代の荒波にもまれながらも、わが街・小樽のまちづくりを担った小樽人の足跡をご紹介します。

コラム まちづくりを担った小樽人たち 1 広井 勇

小樽は商業都市として発展を遂げてきたが、この発展に欠かせないものが「港湾」であった。現在、大型フェリーや外国からの船が安全に停泊することのできる小樽港も、明治の中ごろまではひとたび北からの暴風に見舞われると、船舶に多大な被害を及ぼしていた。経済的な損失も大きく、本格的な防波堤建設が急がれることとなる。防波堤建設という、当時としては巨大な国家プロジェクトの重責を担ったのが札幌農学校出身でドイツへ留学した「広井勇」であった。彼は、当時の日本でまだ確立していなかったコンクリートの製造技術を確認した人物として知られている。北防波堤は、明治30年に建設が開始され、41年に完成。南防波堤が完成するのは大正3年のこと。また、明治40年代、小樽港の今後の船舶荷役をふ頭式にするか運河式にするかという激しい議論があった時、広井の意見が採用され運河式に決定する。大正3年、小樽運河の建設着工。北防波堤と小樽運河、今も小樽の発展を支えている港湾施設の建設にかかわった広井の胸像は、旧日本郵船小樽支店前の運河公園にあり、小樽の港を見守り続けている。

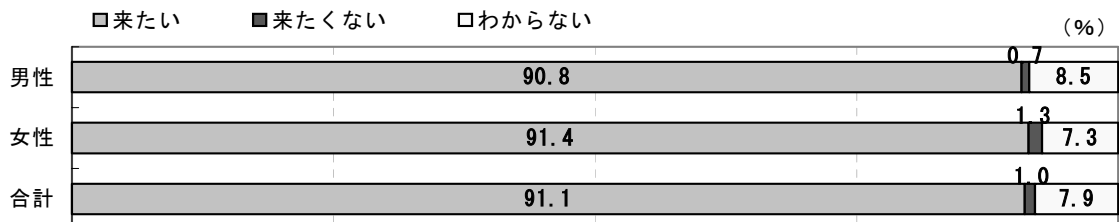
小樽で購入するお土産品については、「ガラス工芸品」が一番多く、以下、「菓子類」、「海産物・珍味加工品」、「オルゴール製品」の順となっています。

<男女別の購入土産品>



小樽観光の満足度については、再訪の意思において「来たい」と答えた方が 9 割強おり、おおむね満足しているものと推測されますが、「来たくない」、「わからない」という答えは合わせて 1 割弱あります。

<小樽再訪意思>



ガラス工芸品

(3) 観光の経済効果

平成 15 年 10 月から平成 16 年 9 月に観光客が市内で消費した年間観光総消費額は、1319 億円であり、この年間観光総消費額がもたらす市内で生じる総売上高（観光客の消費額と原材料購入費等、及びそれらの所得増加による新たな消費の合計）は、2668 億円と推計されました。これは、平成 12 年度市民経済計算における市内産出額 8540 億円の 31.2%となり、また、観光経済波及効果に対応する雇用効果は、18499 人と推計され、観光産業は本市経済に大きな効果をもたらしています。

(4) 市民の観光意識

平成 15 年度に実施した「小樽市民観光意識調査」（サンプル数 1232 件）では、市民の多くは、観光客数が今より増えたほうが良いと考えており、特に宿泊客数については、市民の 9 割が今より増えたほうが良いと考えています。

市民は、観光化のプラス要因として、知名度の向上や街の活気、経済の活性化などをあげ、マイナス要因としては、交通事情の悪化や観光客専門の商店の増加、商店のホスピタリティ^{*}の低下、物価の上昇などを問題視しています。

市民のレジャー活動は、市外では自然・景観や観光施設、温泉、ドライブなどが主で、市内では街なか散策や買物・飲食、祭り・イベントなどとなっています。

最近 1 年間で「市内の観光地区（運河、堺町通り周辺など）」へ出かけた市民は約 8 割に及び、主な目的は飲食が最も多く、以下、買物、客の案内、観光施設訪問の順となっています。

市民の好きな場所は、「ウイングベイ小樽」、「運河周辺」、「朝里ダム湖畔園地」、「天狗山」、「手宮公園」の順で、あまり好きでない場所は、「銭函海水浴場」、「街なか商店街等」、「堺町通り・メルヘン交差点」、「運河周辺」の順となっています。

市民が抱く街のイメージについては、観光施設や宿泊施設、道路、駐車場などに関してはマイナス評価が多く、自然環境や歴史的な建造物・街なみなどに関してはプラス評価が多くなっています。また、土産品やイベント、公共交通機関に対する評価はプラス傾向にあります。街なかの情報やくつろげる場所の有無に関しては、マイナス評価となっています。

市民は、小樽の街の良さが観光客には十分に伝わっていないと考えています。

市民が市外の人に伝えたいと思う「小樽の魅力」は、「小樽の自然、海や山」が最も多く、次いで「小樽の食べ物・味覚」、「観光地区以外の小樽の街なみ・景観」、「季節ごとの小樽」の順となっており、小樽の自然の豊かさに対する市民の思い入れがみられます。

市民の観光を通したまちづくりに対する思いは、「観光客に道を尋ねられたら親切に教えたい」では 9 割以上が同意をしており、「ボランティアガイドとして接したい」は 3 割、「穴場情報を教えたい」7 割弱、「イベント等に参加したい」4 割となっています。また、まちづくりについて関心やかかわりを持ちたいと考えている人も 5 割程度います。

小樽観光の今後については、市民は、本市が観光都市として発展することや、観光を中心とした産業振興を望んでいます。また、一方で、生活環境を重視したまちづくりや港湾・商工業を中心とした産業振興を望む声もあります。

3 小樽観光の課題

小樽観光を取りまく現状を踏まえ、今後取り組むべき課題として次の 6 つの事項があげられます。

(1) マス・ツーリズム依存からの脱却

小樽に訪れる観光客の旅行形態としては、これまで「運河」、「ガラス・オルゴール」、「寿司」を目的とした立ち寄り型の団体周遊旅行が主流を占めていましたが、今後は増加傾向にある小グループ旅行や個人旅行の多様なニーズにも対応できる受入態勢の整備が重要となっています。

これまでの観光入込客数の増加を主眼としてきたマス・ツーリズム[※]依存型の小樽観光から、訪れた観光客の満足度の向上を目指す、つまり「量」から「質」への転換が必要となっています。

(2) 国際化・グローバル化への対応強化

明治の時代より国際貿易港として発展してきた小樽は、常に国内外からの情報を取り入れ、“北のウォール街”と呼ばれていたように金融の拠点ともなっていました。

今日においては、こうした先進的であった気風を国際的にも通用する観光地づくりに生かしていく必要があります。

近年、東アジア圏を中心とした外国人観光客の来訪が急増しており、観光案内や各種サービスの提供といった問題から緊急医療の問題まで幅広い対応が必要となっています。

(3) 滞在型・歩いて楽しむ街への変革

宿泊や交通ターミナル機能が集積する札幌に至近なことなどから、観光客の小樽での滞在は短時間となっている現状にあります。

今後は地域特性を生かしながら、本物志向や体験学習志向などの観光ニーズへの対応を行い、“時間消費型観光”に転換していくことが求められています。

「観光は地域の総合力」といわれるように、自然環境や観光施設はもとより、これからは市民の暮らしや産業など、小樽のすべてを観光資源として観光客に紹介することにより、豊かな時間を過ごしてもらおう滞在型への移行が課題となっています。

そのためには、小樽の街を、観光客が時間をかけて歩いて楽しんでもらえる、観光地へと変革していく必要があります。

(4) 多様な地域資源の活用と広域連携の推進

小樽には市内中心部や運河周辺地区だけではなく、朝里川温泉など他の地域にも魅力的な観光資源が存在しています。

観光客により深く小樽を楽しんでもらうこと、そしてまた、いつ来ても新たな発見や喜びがあること、こうした観光地を目指すためには、市内の多様な資源を最大限に活用していくことが課題となっています。

資源の活用にあたっては、明治・大正期の近代化遺産を通して、“新しい（ハイカラな）懐かしさ”を感じさせる街であるとともに、にしん漁で栄えた町、人・モノが行き交う港町という小樽のイメージを通して、“海”を感じさせる「まち」であるという観点を認識する必要があります。

また、観光客により質の高い、多様な観光メニューを提供するために、後志管内をはじめ周辺観光地との広域連携が課題となっています。

(5) 個性豊かで人情味あふれる小樽人の活用

繁栄と低迷という時代の波にもまれながら、小樽市民は個性豊かで人情味あふれる精神風土を培ってきました。この市民・小樽人の存在こそ、まちづくりの主役であり、これからの小樽観光を担う原動力であります。

冬のイベントとして定着した「小樽雪あかりの路」は、市民パワーによって実現したまちづくりの成果であり、今や冬季観光の最大の魅力にもなっています。まさに小樽観光は市民によるまちづくりと密接につながっていることを実証しています。

さらに、榎本武揚や広井勇といったまちづくりにかかわってきた著名な人々や小林多喜二や伊藤整、石原裕次郎など小樽が輩出した有名人、そして長年にわたり技術を磨き上げ、伝えてきた職人たちなどの系譜があります。

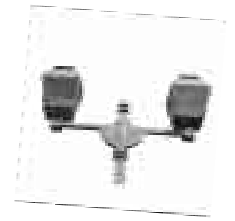
こうした多彩な小樽人が築き上げてきた業績と人情味あふれる市民の活力を観光振興に効果的に生かしていく必要があります。

(6) さらなる意識改革の必要性

これからの観光まちづくりを進めていくうえで、市民がその主役ではあるものの、現状においては観光に対する市民の意識は高いとはいえません。街の美化に取り組んだり、街の良さをアピールするなど、郷土を愛する意識や訪れた観光客を温かく迎え入れる姿勢を持つなど、市民の観光まちづくりに向けた一層の意識改革が求められています。

また、観光関連団体においては観光の活性化に向けた組織改革、小樽観光総体としては意識改革を含めた観光構造の変革が課題となっており、オール小樽で観光振興に取り組むための体制づくりが求められています。

第2章 小樽観光の基本的な考え方



1 観光振興が果たす役割

多くの観光客が小樽を訪れることにより、市内においては様々な効果をもたらしますが、観光振興はこうした効果を本市の経済の活性化や地域振興に有機的に結びつけていくという重要な役割を担っています。

市内において観光客の行動によってもたらされる効果は、「経済的效果」と「社会的効果」に大きく分けられます。

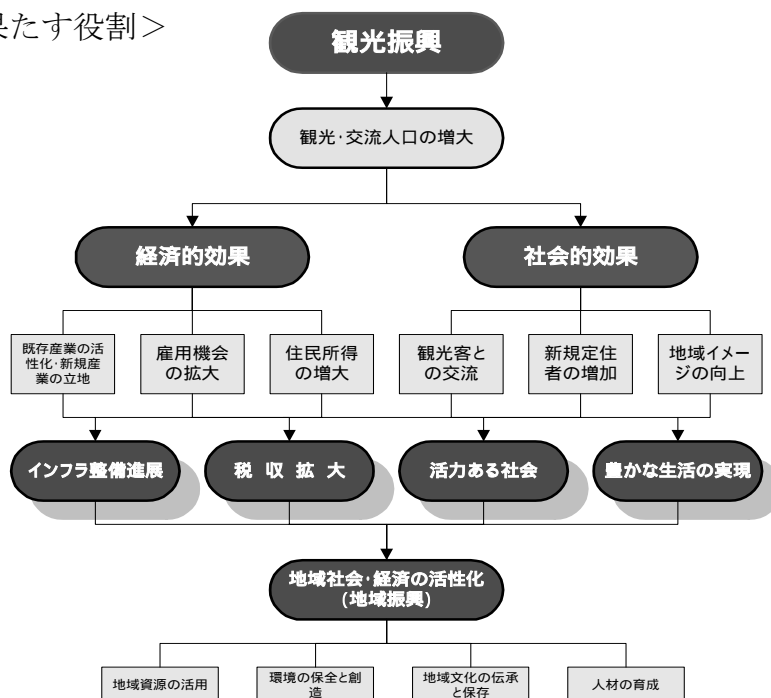
「経済的效果」とは、観光客の消費支出の増大により既存産業の活力が拡充し、新規産業の立地が展開されることであり、これに伴い市内における雇用の拡大が図られ、市民所得が増加することが予想されます。本市の観光が基幹的産業にまで成長を遂げた現状においては、このような経済面での波及効果が全市にわたり、かつ、幅広い産業分野にわたって拡大することが期待されています。

「社会的効果」とは、観光客と市民との交流の活発化や小樽に魅力を感じる観光客の定住促進などにより、生活文化の向上が図られることであり、ひいては観光を通じて全国的に知名度が高まり、都市イメージの向上につながることもなります。

さらにこれらが相乗的な効果を生みだし、社会基盤の整備をはじめとした活力ある地域社会の実現に結びつくことが観光振興の果たす役割として期待されています。

なお、本市の経済の活性化や地域振興を推進する切り口としては、小樽市とその周辺地域における「資源の活用」、「環境の保全」、「伝統文化の保存」、「人材の育成」などが挙げられますが、これらの達成に当たっては、「まちづくり」を担う市民の活動がいかに地域を動かし、地域に浸透できるかが問われています。

<観光振興が果たす役割>



出典：財団法人日本交通公社

2 小樽観光の基本理念と本計画のタイトル

前章で整理した様々な課題を克服し、小樽が今後も国内有数の観光都市として高い評価を保ち続けていくためには、何よりもまず、観光行動が展開される「まち」そのものの魅力を高める必要があります。端的に言えば、「“まちづくり”の推進が小樽観光の振興につながる」ということです。

しかも「まちづくり」の主体は「市民」であり、小樽には市民が主体となって「まちづくり」を実践してきたという誇るべき歴史があります。

小樽は、明治初期から北海道開拓における物流の拠点都市として港や鉄道を中心に重要な役割を担ってきましたが、以来、国内外から流入してくる人・モノ・文化を受容しつつ、さらにはこれらを基礎として小樽独自の文化を創りあげてきました。その文化を育て、定着させ、伝え続けてきた主役は市民・小樽人であり、こうした市民の存在こそが小樽観光を支え、その魅力を醸成してきたといえるでしょう。

現在、市内には小樽の歴史を物語る建物が数多く残され、独特の街なみを形成し、今では小樽市民の宝物となっています。これらは、多くの先人達が隆盛を極めた商都・小樽の経済活動の中で生み出された財産を惜しげもなく投入した証であり、つまりは時代を先取りしようとする真しな心意気を、時には「いいふりこき（自分を良く見せようとする人）」といわれながらも、おくすることなく抱き続けたたまものでもあります。このような精神が、後世の人々に「まちづくり」への熱い思いを喚起させ、育てあげてきたといっても過言ではありません。

小樽観光の推進に当たっては、これら先人達の「まちづくり」への意志を引き継ぎ、今後も市民一人ひとりが主体となって観光まちづくりに積極的に取り組むことが求められています。

また、人情味あふれる小樽人として、おもてなしの心を持って観光客を温かく迎え入れ、ふれあい交流を深めていくことが小樽観光を一層発展・充実させていく原動力になるものと考えます。

このような観点を踏まえ、『今後の小樽観光の発展に向けて、市民自らが誇りを持って観光まちづくりを担い、観光客に小樽の街をつい自慢したくなるような「観光都市・小樽」の実現を図るという新たな「いいふりこき」の心を市民全員で共有し、協働で取り組む』ことを小樽観光の基本理念とします。

この基本理念をもとに、本計画のタイトルを

『新・いいふりこき宣言』

～歴史と誇りと技が織りなす ふれあい都市「小樽」へ～

とします。

3 小樽観光・4つの基本的な考え方

これまでの「観光振興が果たす役割」、「小樽観光の基本理念と本計画のタイトル」を踏まえ、ここでは観光振興を進めるための基本的な考え方を示します。

(1) 小樽観光を支える担い手の多様化を図ります【参加と協働】

これからの小樽観光は、観光事業者や観光関連団体だけではなく、高齢者や学生などの多様な市民をはじめ、ボランティア団体やまちづくり団体そして行政が協働して観光振興を進めることが求められています。観光の担い手が多様化することで、より楽しく、効果的なまちづくりを進めることができます。

また、観光産業においては、民間が主体となりますが、基盤整備や推進体制の充実など、民間が動きやすい環境づくりや支援は行政の役割であり、それぞれの役割を果たしながら協働して観光振興を推進します。

(2) 観光を軸にして小樽の産業構造を改革していきます【産業構造改革】

観光産業は、幅広い産業との連携が可能なことから、横ぐし産業ともいうことができます。例えば農業や漁業と観光が連携することにより地場の食材の観光客への提供、製造業では土産品、建設業では観光施設の整備というような各種産業と観光との連携が考えられます。

また、観光消費額の増加を図るために観光の付加価値を高め、できる限り市内でお金が循環するような産業構造にしていくことで地域自立型経済への転換を促します。観光の売上げが市外に流出しているのは小樽が観光に取り組む意義は半減してしまいます。

(3) 多様な客層に対応できる受け皿づくりを推進していきます【受入態勢の拡充】

小樽観光の客層は、団体周遊客から個人や家族連れ、グループ客まで多様化しており、また、外国人客も近年増加傾向にあります。

こうした客層が思い思いに小樽で質の高い豊かな時間を過してもらえるよう、滞在メニュー・プログラムの充実を図り、多様な客層に対応できる受入態勢の整備を推進していきます。

さらに、地震や台風などの自然災害や新興感染症^{*}などの発生を想定し、事前に民間と行政が情報を共有するなど危機管理意識をもって、安全で快適な観光地づくりを進める必要があります。

(4) 「選択と集中」を基本とした観光まちづくりを進めます【観光まちづくりの推進】

少子高齢社会、人口減少社会を迎えて財政がひっ迫する中で、これからはまんべんなく広く、薄くという従来型の手法ではなく、やる気があり優れたアイデアを提示したところを「選択」し、「集中」して支援していく方式へと転換することが求められています。

こうしたことを念頭に置き、行政だけではなく民間においても選択と集中を基本としより効果的な事業を展開することで、それぞれの担い手が協働して観光まちづくりを推進していきます。

4 目標設定の基本的な考え方

市民、観光事業者、観光関連団体、経済界、行政が協働して観光振興を図るための指標として、本計画の目標を以下のように設定します。

○ 量的目標

これまでは、観光入込客数を増加させることが、最優先の目標として位置付けられてきましたが、今後は観光入込客数の増減のみにこだわらず、むしろ小樽観光の質的向上を重要視することが必要と考えます。そのため、本計画ではあえて量的目標は設定しないこととします。

○ 質的目標

小樽観光の質的な向上を図るためには、観光客の様々なニーズに応えられる受入環境の整備を進めるとともに、四季を通じて、観光客にゆっくりと時間をかけて小樽の魅力を味わってもらえる、観光地づくりを進めることが重要といえます。

こうした観光地づくりを進めることにより、宿泊滞在型観光への移行を推進し、観光の経済波及効果を高めていくことが期待されます。

このことを踏まえ、本市が観光都市として今後も成立し続けていくための指標として以下のとおり質的目標を設定します。

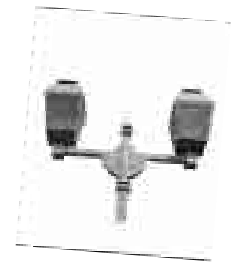
- (1) 観光客の満足度を高めます
- (2) 宿泊滞在型観光への移行を進めます
- (3) 観光の経済波及効果を高めます



コラム まちづくりを担った小樽人たち 2 加藤秋太郎

加藤秋太郎は、愛知県で生まれ東京浅草で修行の後、明治41年に花園町で「蛇の目寿司」を開業、店は大いに繁盛した。大正10年ごろには店を大規模に改築し、寿司のほかにフランス料理や中華料理もメニューに加わり、店名も「蛇の目」となった。昭和7年ごろ、長橋の知人から景勝地オタモイの話を耳にしたことから、秋太郎の建築好きと新しもの好きの血がさわぎ、昭和10年、約10万坪におよぶオタモイ遊園地をばく大な費用をかけて完成させた。園内には龍宮閣、弁天食堂、演芸場などを建設。特に、龍宮閣は海上50mもの断がい絶壁にあり、すべての資材を海上から搬送するなど作業は困難を極めたが、その威容は京都の清水寺をしのぐと絶賛された。しかし、戦時体制が厳しさを増してきた昭和17年以降、蛇の目とともにオタモイ遊園地を手放す。秋太郎は負債もなく自分の意のままに事業をやり遂げたことを、終生誇りにしていたという。

第3章 小樽観光の目指すべき姿と主要施策



1 小樽観光の目指すべき姿

小樽観光の目指すべき姿として、以下の4つの都市像を設定します。

(1) ゆっくりと時間が流れるまち・おたる 【基本方針 時間消費型観光の推進】

観光資源の発掘、整備を促進するとともに、多様なニーズに対応した情報案内サービスや新たな観光メニューづくりなどを進めることにより、観光客がノスタルジックな雰囲気を楽しむ観光まちづくりを目指します。

(2) 心と体においしいまち・おたる 【基本方針 ホスピタリティ意識の向上】

個性豊かで人情味のあるおもてなしの心をもって国内外からの観光客を迎え入れることができるよう、受入態勢の整備を進めるとともに、観光の主要目的のひとつである「食」の充実を図り、市民との交流を通して観光客が満足感を充足できる観光まちづくりを目指します。

(3) 海を感じさせるまち・おたる 【基本方針 海と港の活用】

本市の豊かな自然環境、とりわけ「海」を親水空間として重要な観光資源と位置付け、北海道遺産である防波堤やウォーターフロント[※]の多様な観光活用や、海上交通の活性化を図るとともに、親水性を生かしたイベントの創出につとめることにより、観光客が「海」を満喫できる観光まちづくりを目指します。

(4) 路をつなぐまち・おたる 【基本方針 観光プロモーションの推進】

民間と行政が連携を図り、旅行ニーズの多様化に合わせた商品開発や様々なツール[※]を活用した情報発信を積極的に進め小樽ブランドを確立させるとともに、国内・国外観光プロモーション[※]の積極的な展開、さらには広域連携による観光プロモーション[※]を推進することにより、観光客の来訪・再訪意欲をかきたてる魅力ある観光まちづくりを目指します。

コラム まちづくりを担った小樽人たち 山田吉兵衛

初代小樽商工会議所会頭山田吉兵衛の生涯は、「小樽へ移住」、「小樽有力商人の養子」、「若くして家督相続」という明治初期の典型的な小樽商人形成過程をたどっている。養父兵蔵は、幕末期に御用所備蓄米五百俵を寄付した江州(滋賀県)出身の商人。兵蔵は、早くから町づくりに関心があり、慶応元年に土場町から出火し、金曇(こんたん)、信香両町の遊郭などを焼く大火の復興に際しては、溝きょを掘って新地町を新たに造っている。兵蔵に続いて吉兵衛も、明治15年に所有地の相生町から水天宮山の西すそを通して堺町のオコバチ川までの道路造成を私費で実施したいと郡役所に出願する。当時は海が荒れると勝納川河口にあった市街地から手宮港方面へいく海岸道路の通行ができなかったが、吉兵衛が費用全額を負担して翌年完成させた。明治19年、地元ではこれに感謝して彼の名から「山田町」と命名した。

2 主要施策

(1) ゆっくりと時間が流れるまち・おたる 【基本方針 時間消費型観光の推進】

1. 観光資源の発掘と整備の促進

観光客に多様な魅力を提供するため、豊かな自然などの地域資源や石造倉庫などの産業遺産を観光資源として発掘、整備を促進し、個性を生かした観光活用を図ります。

また、歴史的な建造物等が老朽化により解体されるケースが予測されるため、これらの情報収集を行うとともに、その存続・活用の可能性の研究に努めます。



2. 観光情報提供ネットワークの拡充

観光客にきめ細かな情報を提供するため、観光ガイドや市民ボランティアガイドを養成し組織化を推進するとともに、だれもが利用しやすい観光案内所機能の拡充に努めます。

また、ガイド組織と観光案内所の連携を強化し、観光客が快適で充実した観光を楽しめるネットワークづくりを進めます。



3. 歩いて回れる観光地づくり

観光客がゆっくりと散策できるよう、観光マップ等の作成や、観光案内板、案内標識の整備を進めるとともに、だれもが安全・快適に観光を楽しめるようユニバーサルデザイン[※]の導入に努めます。

また、商店街をはじめ市内中心部や各エリアへの回遊性を高めるため、様々な観光資源を組み合わせた多彩な観光コースの提案、提供に努めます。



4. いやしの観光地づくり

観光客にゆったりとした時間を過してもらえよう、歴史的な建造物や街なみ景観などが醸し出す「懐かしさ」や「ノスタルジックな雰囲気」を感じさせる都市イメージを大切にするとともに、安心して観光を楽しむいやしの観光地づくりを進めます。



5. 伝統ある行祭事と魅力あるイベントの充実

観光客に多彩な魅力を提供するため、伝統ある行祭事や、「おたる潮まつり」、「小樽雪あかりの路」など個性あるイベントの一層の充実を図るとともに、四季を通して観光客と市民がともに楽しめる様々なイベントの開催に努めます。



6. 環境や景観づくり意識の向上

個性豊かで魅力ある都市空間を形成するため、歴史や文化を感じさせる景観の保全や歴史的な建造物等の保存に努めるとともに、市民や観光客の環境美化や観光マナーに対する意識の醸成を図ります。

また、屋外広告物の規制等により良好な景観の維持に努めます。



7. 伝統技術の観光活用

長年にわたり市民生活や地場産業の中で培われた伝統的な「技」を産業観光として活用するため、修学旅行生をはじめ観光客に工房見学や製作体験など職業文化に触れる機会の提供を促進するとともに、これら伝統技術の保存・継承に努めます。



8. 夜の魅力づくり

観光客が夜も楽しむことができるよう、市内の眺望地点からの夜景のPRや、歴史的な建造物等のライトアップによる景観演出に努めるとともに、様々なイベントの開催や飲食店・商店街等の夜のにぎわいづくりを促進し、夜の魅力の向上を図ります。



9. リピーターづくり

小樽の文化や雰囲気、市民との交流など幅広い魅力に触れて、小樽に愛着を持ち「小樽ファン」になってもらえるリピーターづくりを進めます。

また、リピーターの中から、ロコミ等で魅力を語ってくれる存在（いわゆるサポーター）になってもらえる仕組みづくりを進めます。

重点施策（主要施策のうち、優先的に取り組む施策）

1. 観光資源の発掘と整備の促進
2. 観光情報提供ネットワークの拡充

(2) 心と体においしいまち・おたる 【基本方針 ホスピタリティ意識の向上】

1. おもてなし意識のレベルアップ

市民一人ひとりが小樽の魅力を再認識するとともに、親切な道案内やハンディキャップをもった人への思いやりあるサポートなど、観光客に優しい対応ができるよう、おもてなし意識のレベルアップを図ります。

また、観光客を温かく迎えるため、観光関連団体、行政が連携してホスピタリティ[※]啓発運動を進めます。



2. 接客サービスの向上

観光客の満足度を高めるため、観光事業者をはじめ観光関連団体、行政が一体となって人材育成を図り接客サービスの向上に努めるとともに、観光情報を共有し、観光客のニーズに適切に対応した情報の提供に努めます。



3. 交流観光を担うリーダーの育成

ホスピタリティ[※]や観光案内の充実に向け、歴史や文化をはじめ、接客サービス、情報提供等の分野において専門的知識を修得できる養成機関を設置するなど、様々な機会を設けて、交流観光の担い手となるリーダーの育成を図ります。



4. 外国人対応の向上

香港や台湾など東アジア圏を中心に急増する外国人観光客に対応するため、観光マップや観光案内板などの多言語表記を進めるとともに、市内在住の外国人や留学生などと連携し、受入態勢の整備に努め、外国人に優しい観光地づくりを進めます。



5. 小樽ならではの食の提供

観光客の食の満足度を高めるため、地元をはじめ後志地域の豊富な海の幸、山の幸などを活用したいわゆる産消協働[※]の料理を提供するとともに、地場産品を活用したフードフェスティバルなどを開催し、小樽ならではの名物料理の創出を促進するなど、食産業の域内ネットワークの構築を図ります。

6. 食文化を生かした魅力づくり

観光客に小樽の多彩な食文化を体験してもらうため、地場で育まれてきた食の技術を提供するとともに、ガラス食器など、地場製品をもちいて小樽ならではの雰囲気づくりを進め、付加価値を高めた新たな食の魅力づくりを促進します。



7. 専門店文化の発展・継承

市内には寿司屋や蕎麦屋などの「屋」の付く食の専門店が数多く存在しています。こうした専門店が築き上げてきた風土に根ざした食の文化を観光客に紹介・提供するとともに、次代を担う人材の育成に努め、専門店文化の発展・継承を促進します。



重点施策（主要施策のうち、優先的に取り組む施策）

1. おもてなし意識のレベルアップ
3. 交流観光を担うリーダーの育成

コラム まちづくりを担った小樽人たち 4 藤山 要吉

藤山要吉は嘉永4年、秋田に生まれ、17歳の時に福山（松前）で奉公入りした。21歳の時に小樽へ移り、そこで回船問屋藤山重蔵に見込まれ、養子となったのが要吉にとって人生の転機になる。その翌年に重蔵が亡くなると家業を継いだ。が、「自前の船で商売をやる」と決心し、海運業へ進出。それが時代の動きと符合して、藤山海運の規模は拡大し続けた。一代で藤山財閥とよばれるまでになった要吉は、後に大正天皇となる皇太子が小樽へ行啓することになった時、皇太子の宿泊所に充てるべく、自費で267坪の純和風御殿を建てて提供した。この建物は後に小樽区（当時）へ寄付されて、今も小樽市公会堂として使われている。藤山要吉をはじめとする小樽の豪商たちは、派手な遊び方でも名を馳せた。小樽商人のけた外れな遊び方は、遠く東京方面でも有名になり、数々の「成金」話が一人歩きした。



小樽市公会堂

(3) 海を感じさせるまち・おたる 【基本方針 海と港の活用】

1. 観光交流空間としての港湾施設等の活用

市民や観光客が気軽に海に親しめるウォーターフロント^{*}を創出するため、歴史的港湾施設としての小樽運河や周辺環境と調和した整備を進めます。

また、国内外から来訪する旅客船の受入機能を整備するとともに、旅客船誘致のための積極的なポートセールス^{*}を展開し港湾施設等の観光活用を図ります。



2. 防波堤の観光活用

小樽港防波堤は北海道遺産に登録されており、これを生かした観光ツアーの誘致を促進するとともに、魅力ある観光活用に向けた研究を進めます。



3. ばるて築港地域の魅力の向上

ばるて築港地域の親水性や交通アクセスの良さを生かし、一層の魅力の向上を図るため、ウイングベイ小樽や小樽港マリーナ、築港臨海公園など、各施設の特性を組み合わせた魅力の創出や、クルージングなど海を体感できる多様なメニューづくりを進めます。



4. 港での多彩なイベントの開催

海にちなんだ魅力づくりを図るため、地場で水揚げされる海産物の提供や、漁業体験などを組み込んだ、イベントの企画・開催に努め、海を感じる機会の創出を図ります。



5. 観光資源としての海の活用

屋形船や観光船、クルーザーなど様々な海上交通手段を活用して、港内遊覧やオタモイ・積丹クルージングなど海の魅力を体感できる機会の提供に努めます。

また、海上交通手段と観光施設との連携を図り、新たな観光メニューの開発を進めます。

重点施策（主要施策のうち、優先的に取り組む施策）

3. ばるて築港地域の魅力の向上

4. 港での多彩なイベントの開催

(4) 路をつなぐまち・おたる 【基本方針 観光プロモーションの推進】

1. 多様なニーズに合わせた旅行商品の開発「ニーズと文化をつなぐ」

旅行ニーズの多様化に対応するため、本市の豊富な観光資源を活用した着地型旅行商品^{*}や教育旅行にターゲットをあてた歴史や文化、体験メニューなどを組み合わせた、小樽ならではの学習プログラムの開発を進めます。



2. 積極的な情報発信「ニーズとイメージをつなぐ」

観光客の来訪・再訪意欲を高めるため、多様な情報の収集に努めるとともに、効果的な情報発信手段を用いながら、国内外に向け新鮮で魅力ある情報を積極的に発信し本市の観光イメージの確立に努めます。



3. 映画やテレビドラマ等の誘致促進

映画やテレビなどの映像に映し出されることで、地域のイメージや知名度が向上し、新たな魅力の発見やロケ地観光が期待されることから、小樽フィルムコミッションなど関係団体と連携を図り、映画やテレビドラマ等の誘致や支援の取組みを進めます。



4. 観光大使制度の創設

小樽出身者やゆかりのある人などを観光大使に任命し、居住地域や職域などにおいて小樽の魅力を広くPRしてもらうため、観光大使制度を創設します。

5. 国内観光プロモーションの推進

国内観光客の誘致については、道内や道外の地域別や属性別にターゲットを明確化し、ターゲットに応じた観光情報の提供や、旅行商品の開発に努めるとともに、旅行エージェントやマスコミに対して積極的なプロモーション^{*}を推進します。

また、教育旅行については、小樽ならではの学習プログラムを開発し、学校関係者や旅行エージェントに対し効果的なプロモーション^{*}を推進します。



6. 国際観光プロモーションの推進

現在、訪日外国人観光客数の割合が多く、国のビジット・ジャパン・キャンペーンの重点市場にもなり、今後とも成長が期待される、韓国、台湾、中国、オーストラリアなどのアジア・オセアニア圏の国々を中心に、国や観光関連団体等と連携を図りながら、効果的な観光プロモーション[※]の展開を図ります。



7. 広域観光プロモーションの推進「わざ・みち・まちをつなぐ」

宿泊滞在型観光の推進に向けて、後志圏や札幌市をはじめとする道央圏などと連携し、インターネットを活用した情報発信機能の充実や広域観光ルートづくりなど新たな魅力づくりを進め、国内・国外における合同キャンペーンの実施など広域性のメリットを生かした観光プロモーション[※]の展開を図ります。



重点施策（主要施策のうち、優先的に取り組む施策）

1. 多様なニーズに合わせた旅行商品の開発
5. 国内観光プロモーションの推進
6. 国際観光プロモーションの推進
7. 広域観光プロモーションの推進

コラム まちづくりを担った小樽人たち 5 辰野金吾 VS 小坂秀雄

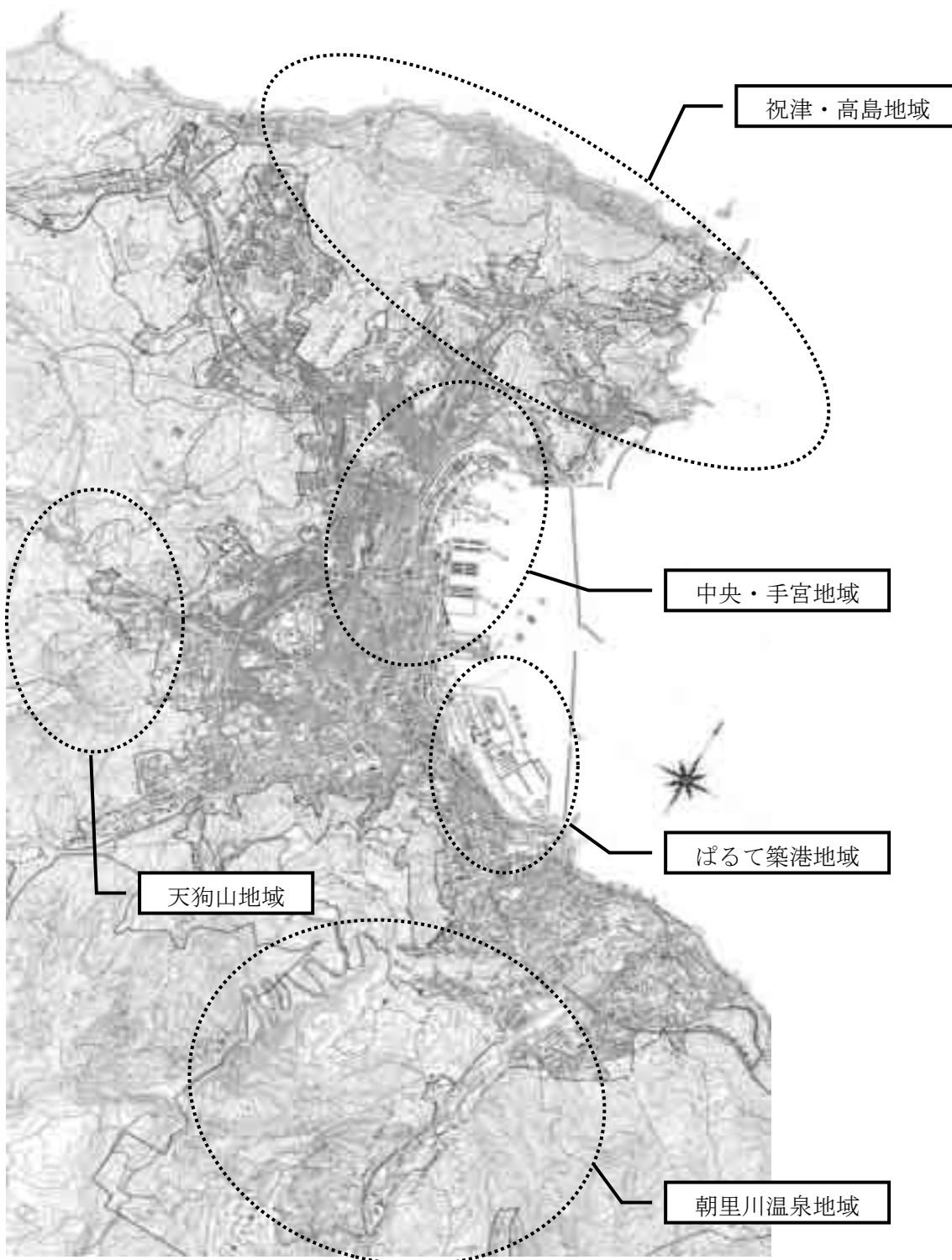
小樽には各時代の建築物が軒を並べ、独特の風景を形成している。特に、市の文化財に指定された日本銀行旧小樽支店の周辺は、北海道における商業・金融の中心だった時代の雰囲気の色濃く残している。この建物の設計は、日銀本店や東京駅を手がけた辰野金吾によるものであるが、小樽の並み居る歴史的な建造物の中でも代表的な存在である。一方、その真向かいに、現在文学館などが入る小樽市分庁舎が建っている。こちらは昭和27年に小樽地方貯金局として建てられたもので、日本銀行旧小樽支店と比べるとマイナーな存在。しかし、設計者は戦後のモダニズム建築の旗手「小坂秀雄」である。モダニズム建築では機能と実用が重視され、装飾的なものは不要であり、過去の様式にとらわれない。一方、辰野金吾は国家の権威を代表するような建築を多く手がけており、小坂とは全く正反対といえる。小樽の建築物には、権威主義と機能主義が時空を超えて対峙している。

第4章 小樽観光重点地域の展開方向



本市の観光振興を着実に進めていくためには、前章で示した主要施策の展開を図るとともに、市内各地域の特性を生かした観光資源の整備・活用を推進する必要があります。

このため本市の地理的特性や観光資源の状況などを踏まえて、小樽観光の重点地域として5つの地域を設定し、それぞれの地域における目指すべき展開方向を示し、特色ある観光地づくりを推進します。



(1) 中央・手宮地域

◎ 地域特性

この地域は小樽港に面し、小樽運河をはじめ、旧日本郵船小樽支店や日銀金融資料館などの歴史的な建造物、手宮線跡地などの観光資源が数多く点在し、小樽ならではの景観を形成しており、特に運河周辺からメルヘン交差点付近にかけては、宿泊、飲食、土産等の多様な観光施設が集積し、多くの観光客が訪れています。

また、JR小樽駅やバスターミナルなどの公共交通の拠点や各種店舗、商店街、市場など、商業、サービス機能を有し、人、モノ、情報が絶えず交流する小樽の中心的な地域です。

さらには、海の玄関口であり物流拠点、海上交通拠点など様々な機能を備えた港湾地区や観光客にも親しまれている小樽公園や手宮公園、水天宮などの眺望地点を有しています。

◎ 展開方向

歴史的な建造物の保存や歴史的景観の保全に努めるとともに、情緒豊かな街なみの形成を推進し小樽観光のシンボリックな地域としてさらなる魅力の向上を図ります。

また、地域内の回遊性を向上させるため、観光客へのきめ細かな情報や多彩な観光コースの提供に努めます。

さらに、小樽運河及び周辺地区においては、歴史的港湾施設の景観を保全し観光客にやすらぎを与える親水空間の形成に努めるとともに、港湾施設、とりわけ小樽港第3号ふ頭及び周辺地区においては、港湾機能の将来活用計画と連動させて、観光交流空間の創出に向けた検討を進めます。

◎ 展開方策

- ・ 新旧調和のとれた街なみの形成
- ・ 観光客の地域内回遊性の向上
- ・ 魅力ある親水空間の形成



(2) 祝津・高島地域

◎ 地域の特性

この地域は、にしん漁で繁栄した歴史を今に伝える、「小樽市鯨御殿」をはじめとするにしん漁場建築や道内有数の規模を誇る「おたる水族館」を有しています。

また、新鮮な海産物を提供する飲食施設や特色ある宿泊施設が点在しています。

さらには、ニセコ積丹小樽海岸国定公園に指定されている赤岩・オタモイ海岸の勇壮な自然景観や小樽海岸自然探勝路、観光船、ヨットハーバーなど多彩な観光資源を有しています。

◎ 展開方向

「小樽市鯨御殿」をはじめとするにしん漁場建築や「おたる水族館」、飲食施設などの連携により、地域のにしん漁の歴史や文化を活用した観光資源の発掘・整備に努めます。

また、国定公園に指定されている赤岩・オタモイ海岸の勇壮な自然景観を保全するとともに、魅力ある景勝地としての活用を図ります。

さらには、新鮮な海産物を提供するとともに、観光・マリンレジャーの充実に努め、地域特性である「海」の魅力を最大限に活用します。

◎ 展開方策

- ・ にしん漁の歴史や文化を活用した観光資源の発掘・整備
- ・ 勇壮な自然景観の保全
- ・ 「海」を生かした新たな魅力づくり



(3) 天狗山地域

◎ 地域の特徴

この地域は、市街地や石狩湾を一望できる景観や豊かな自然環境に恵まれた天狗山を有し、その山ろくにはキャンプや自然体験を楽しめる「おたる自然の村」、製作体験も可能なガラス工房、飲食、宿泊施設などが点在しています。

また、夏季にはハイキングやパークゴルフなど、冬季にはスキーをはじめ各種ウインタースポーツなど、四季を通じて楽しめるスポーツ・レクリエーション施設が充実しています。

さらには、市中心部からの公共交通アクセスも整備されており、天狗山山頂から望む夜景は目を見張るものがあり、夜の観光を推進するうえで重要な観光資源として位置付けられています。

◎ 展開方向

恵まれた自然環境を観光資源として有効活用を図るため、既存施設の整備充実にも努めるとともに、季節に応じた新たな魅力づくりを進め、四季を通じて楽しめるスポーツ・レクリエーション基地としての整備を進めます。

また、特色ある観光施設と連携して自然体験や製作体験といった体験型観光の推進に努めます。

さらには、公共交通アクセスの利便性を高め、天狗山山頂からの雄大な眺望のPRにも努めるとともに、山頂からの魅力ある夜景と中央地域をはじめ他の地域との連携を強化し夜の観光の推進を図ります。

◎ 展開方策

- ・ 自然観光を活用し、季節に応じた新たな魅力づくり
- ・ 特色ある観光施設間連携による体験型観光の推進
- ・ 夜景PRによる夜の観光の推進



(4) 朝里川温泉地域

◎ 地域特性

この地域は、三方を山に囲まれ豊かな自然環境に恵まれた市内唯一の温泉郷で、スキー場やゴルフ場のほかテニスコートや多目的グラウンドなどのスポーツ施設が集積しており、四季を通して保養・レクリエーション地域として、観光客が訪れています。

また、朝里ダム周辺や朝里川には自然遊歩道などが整備されており、市民や宿泊客に水辺を生かした散策コースとして人気があります。

さらには、国道5号や国道393号、道道1号、札幌自動車道朝里インターチェンジなど交通アクセスに恵まれた地域であることから、今後も多くの観光客の来訪が期待されています。

◎ 展開方向

市内唯一の温泉郷であり、自然環境に恵まれた地域であることから、今後も保養・レクリエーション地域として位置付け、観光客の多様なニーズに対応できる観光地づくりを進めます。

とりわけ温泉を活用したいやしの空間づくりを進めるとともに、四季折々に変化を見せる自然環境を生かした回遊散策ルートを整備、提案するなど新たな魅力づくりを進めます。

また、良好な交通アクセスを生かし、観光客が気軽に立ち寄れる休憩施設などの整備を促進するとともに、イベント等の開催によるにぎわいづくりや宿泊客などが楽しめる夜の魅力づくりを進めます。

◎ 展開方策

- ・ 温泉を生かした保養・レクリエーション機能の整備
- ・ 自然環境、親水空間を活用した新たな魅力づくり
- ・ 地域特性を生かしたイベント等の開催によるにぎわいづくり



(5) ぱるて築港地域

◎ 地域特性

この地域は、複合商業施設のウイングベイ小樽を中心として、石原裕次郎記念館や観覧車をはじめとしたアミューズメント^{*}施設が充実しており、様々な集客交流機能を備えています。

また、小樽港マリーナや築港臨海公園などの親水性の高いレクリエーション施設などが整備されており、観光客が海に親しめるウォーターフロント^{*}を形成しています。

さらに、札幌自動車道やJR小樽築港駅など、交通結節点^{*}機能が充実しており、なおかつ広大な駐車場スペースが確保されていることから、小樽のみならず札幌圏からも大量集客が可能な立地環境を備えています。

◎ 展開方向

この地域の中核施設である複合商業施設が有する集客交流機能を活用し、多彩なイベントなどの開催によるにぎわいづくりを進めます。

また、小樽港マリーナや築港臨海公園などのウォーターフロント^{*}を活用した魅力づくりを図り、観光客が海を身近に感じ憩える空間づくりを進めます。

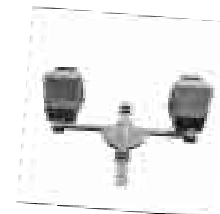
さらには、複合商業施設とウォーターフロント^{*}の有する機能を有機的に連携させ、アミューズメント^{*}と親水性を組み合わせた新たな魅力づくりを進めます。

◎ 展開方策

- ・ 多様な施設機能を生かしたイベントなどの開催
- ・ 海に親しみ憩える空間づくり
- ・ 地域特性を活用した新たな魅力づくり



第5章 小樽観光の推進のために



1 計画推進の主体と役割

本計画を着実に推進していくためには、その主体となる市民、観光事業者、観光関連団体、経済界、行政がそれぞれの役割に応じて、自主的、積極的な取組みを進めるとともに、相互に協力・連携を図りながら協働で観光振興施策を展開する必要があります。

ここでは、市民、観光事業者、観光関連団体、経済界、行政のそれぞれの役割を示します。

(1) 市民の役割

市民は、長年にわたり小樽のまちとともに歩み、まちの歴史や財産を築きあげてきました。こうしたまちづくりの主役であるというアイデンティティ^{*}を持ちながら、市民は、地域の自然・歴史・文化への理解を深めるとともに観光地としての郷土の魅力^{*}を再発見し、郷土に対する愛着と誇りを持って観光地づくりに参加することが求められています。

また、観光客に対しては、観光客を温かく迎える親切なおもてなしの心を持ち、観光客との積極的な交流に努めることが期待されています。

(2) 観光事業者の役割

観光事業者は、小樽の観光産業の担い手として新たな魅力づくりに取り組むとともに、交通・宿泊・飲食・土産等、観光事業者相互の連携を密にし、観光地としてのイメージアップに努めます。

また、小樽観光の最前線で観光客と接するという認識を持ち、おもてなしの心を持って接客できる人材の育成や、観光客の多様なニーズに対応した質の高いサービスの提供に努めます。

(3) 観光関連団体の役割

社団法人小樽観光協会をはじめとする観光関連団体は、観光振興を推進する中核的存在としての役割を發揮するため、組織体制の充実・強化に努めます。

また、団体間の連携を強化するとともに、市民、観光事業者、経済界、行政との調整・連携^{*}を図り、効果的な誘致宣伝の展開やホスピタリティ^{*}の向上に努めます。

(4) 経済界の役割

小樽商工会議所をはじめとする経済界は、観光が本市経済における基幹産業のひとつに成長し、市内の様々な産業分野に直接、間接に経済効果をもたらしていることから、より一層の経済活性化を図るため、観光と各種産業との連携を強化することが求められています。

また、地域自立型経済への転換を図るため、観光事業者、観光関連団体、行政と連携し、観光消費額の市内での経済波及効果を高めるなど、観光を軸とした産業構造の改革推進に努めます。

(5) 行政の役割

行政は市民、観光事業者、観光関連団体、経済界との協働のもと、各部局の連携を十分図りながら、小樽市総合計画や本計画に基づく総合的な観光振興施策を推進するとともに、各主体が自主的に取り組む観光振興事業への支援に努めます。

さらに、社会経済環境の変化に適切に対応するため、国・道及び周辺市町村等との連携を図り、情報収集・分析及び提供に努めるとともに、観光振興のための調査・研究を行います。

2 小樽観光の構造改革に向けた推進体制づくり

観光振興にまちをあげて取り組むことの意味表示として、「観光都市宣言」を行い、「観光都市・小樽」を市内外に広くアピールします。

また、本計画に基づく施策を推進するため、(社)小樽観光協会及び小樽市を中心とした「(仮称)小樽観光推進プロジェクト会議」を設置するなど、民間と行政が協働して観光のまちづくりを進める推進体制を構築します。



旭展望台からの眺望

資料

「小樽市観光基本計画」策定に係る経過

○計画策定に係る経過

- 平成15年8月25日 小樽市企画会議において「小樽市観光基本計画」策定の提案・了承
- 平成15年9月1日 広報おたる9月号「観光のまちづくり市民の手で①」を掲載
- 平成15年10月1日 広報おたる10月号「観光のまちづくり市民の手で②」を掲載
- ・小樽市観光基本計画策定委員会市民委員の募集（公募）
 - ・小樽市観光基本計画策定に係る意見募集
- 平成17年12月20日 「小樽市観光基本計画（案）」へのパブリックコメントの募集
- 平成18年2月7日 小樽市観光基本計画策定委員会から小樽市へ「小樽市観光基本計画（案）」の提出
- 平成18年2月13日 小樽市企画政策会議において「小樽市観光基本計画」を決定

○小樽市観光基本計画策定委員会の開催

- 第1回策定委員会（平成15年11月21日）
- ・委員長、副委員長の選任
 - ・計画の目的、策定の観点について
 - ・観光の現状等について
- 【臨時会】（平成16年1月27日）
- ・小樽観光の現状について
- 第2回策定委員会（平成16年3月31日）
- ・観光基礎調査の実施概要について
 - ・観光懇談会の報告について
- 第3回策定委員会（平成16年6月2日）
- ・検討部会の報告について
 - ・今後の進め方について
- 第4回策定委員会（平成16年8月3日）
- ・計画のタイトルについて
- 第5回策定委員会（平成16年10月6日）
- ・サブタイトルについて
- 第6回策定委員会（平成16年11月17日）
- ・サブタイトルについて
 - ・基本方針について
- 第7回策定委員会（平成17年1月18日）
- ・観光基礎調査結果等概要について
 - ・基本方針について
 - ・主要施策について
- 第8回策定委員会（平成17年2月25日）
- ・基本方針について
 - ・主要施策について
- 第9回策定委員会（平成17年3月25日）
- ・計画の構成について
 - ・今後の進め方について
- 第10回策定委員会（平成17年5月11日）
- ・基本戦略について
- 第11回策定委員会（平成17年8月17日）
- ・主要施策について

- 第12回策定委員会（平成17年11月8日） ・ 検討部会の報告について
- 第13回策定委員会（平成17年11月18日） ・ 小樽市観光基本計画案について
- 第14回策定委員会（平成17年12月1日） ・ 小樽市観光基本計画案について
- 第15回策定委員会（平成18年1月31日） ・ 小樽市観光基本計画提出案の決定について

○検討部会の開催

平成16年5月24日～平成17年11月2日 合計19回開催

- ・ タイトル、サブタイトルについて
- ・ 基本方針について
- ・ 計画案について

○施策検討部会（A・B班）の開催

平成17年5月27日～平成17年8月25日 合計7回開催

- ・ 主要施策の検討について

○観光懇談会の開催

- 第1回観光懇談会（平成16年1月27日） 観光施設・宿泊施設等21社21名参加
- 第2回観光懇談会（平成16年1月30日） 旅行業・運輸業等6社8名参加
- 第3回観光懇談会（平成16年2月2日） イベント実施団体8団体11名参加
- 第4回観光懇談会（平成16年2月4日） 市民団体等10団体16名参加
- 第5回観光懇談会（平成16年2月23日） 土産・飲食関係等6社10名参加
- 第6回観光懇談会（平成16年2月24日） 観光・産業関連団体7社12名参加

○庁内検討会議の開催

- 第1回庁内検討会議（平成16年3月22日） 計画策定の目的及び観点について
- 第2回庁内検討会議（平成16年4月28日） 市民意識調査及び観光関連団体所属会員調査概要について
- 第3回庁内検討会議（平成17年12月27日） 計画案について
- 第4回庁内検討会議（平成18年1月24日） 計画案について

○各種調査の実施

- 観光客動態調査（平成15年11月21日～平成16年8月8日）有効回答数5766票
- 小樽市民観光意識調査（平成15年12月15日～平成16年1月10日）有効回答数1232票
- 小樽市観光関連団体調査（平成15年12月15日～平成16年1月15日）有効回答数114票
- 観光経済事業所調査（平成15年12月18日～平成16年1月15日）有効回答数242票

「小樽市観光基本計画策定委員会」委員名簿

* 役職は委員就任時のもの

構成分類	推薦母体	役職	氏名	備考
有識者	小樽商科大学ビジネス創造センター	社会情報学科教授	奥田 和重	委員長
観光団体	社団法人小樽観光協会	理事	小川原 格	副委員長
		理事	米花 正浩	
	小樽観光誘致促進協議会	事業推進委員	眞田 俊之	
		おもてなしボランティア	合田 朗枝	
経済団体	小樽商工会議所	観光委員会副委員長	田中 一良	副委員長
	小樽青年会議所	常任理事	坂田 理	
	北海道中小企業家同友会 しりべし・小樽支部	副幹事長	石井 伸和	
商業団体	小樽市商店街振興組合連合会		山城 栄太郎	
市民団体	小樽市総連合町会	副会長	石井 正己	
	小樽市民会議	幹事	比良 嘉恵	
	クラスター研究会「小樽 ゆらぎの里」	事務局長	井上 晃	
市民委員	市民公募委員		倉重 紀久男	
			太田 善之	
行政機関	北海道運輸局	観光振興課長	横井 康行	H16. 4. 1 ~
	北海道運輸局	観光振興課長	本間 孝一	H15. 11. 21 ~ H16. 4. 1
	北海道後志支庁	商工労働観光課長	針山 百合江	H16. 4. 1 ~
	北海道後志支庁	地域政策課長	追分 泰	H15. 11. 21 ~ H16. 4. 1
アドバイザー	(財)日本交通公社	研究調査部次長	梅川 智也	

用語解説

本文中の※印が付いた用語を解説しています。【 】内の番号は掲載ページを表しています。

アイデンティティ (identity) 【33】

自分が自分であることの認識。独自性。

アミューズメント (amusement) 【32】

娯楽。楽しみ。

ウォーターフロント (water front) 【19・24・32】

都市の海や河川に面した地域のこと。

グローバル化 (global) 【1・4】

グローバルとは「地球的な」という意味。経済活動や環境問題などを地球的な規模で考えていかなければならない状態をいう。

交通結節点 【32】

道路、鉄道、航空、船舶などの異なる交通手段を相互に連結させる地域のこと。

産消協働 【22】

地域に住む「消費者」と「生産者」が緊密な連携をとりながら、地元にある資源、生産物をできるだけ地元で消費・活用することにより、域内循環を高めて地域経済の活性化を図ること。

新興感染症 【17】

新しい病原体が発見され、局地的あるいは国際的に公衆衛生上問題となる感染症の総称。(エイズ、大腸菌O-157など)

着地型旅行商品 【25】

旅行者を迎える側（地域）でつくる地元の旅行商品のこと。

ツール (tool) 【19】

道具。手段。

プロモーション (promotion) 【19・25・26】

促進。奨励。商品の販売促進のために行なう宣伝のこと。

ホスピタリティ (hospitality) 【12・22・33】

歓待。ここでは、観光客に対し心のこもったおもてなしをすること。

ポートセールス (port sales) 【24】

港の利用促進を図る宣伝活動のこと。

マス・ツーリズム (mass tourism) 【13】

マスは集団、大量のこと。ツーリズムは観光旅行のこと。ここでは団体観光旅行をいう。

ユニバーサルデザイン (universal design) 【20】

障がい者、高齢者、健常者の区別なしに、すべての人が使いやすいように製品・建物・環境などを設計・計画すること。

小樽市観光基本計画

「新・いいふりこき宣言」

～歴史と誇りと技が織りなす ふれあい都市「小樽」へ～

平成18年4月

小樽市経済部観光振興室

〒047-8660 小樽市花園2丁目12番1号

TEL (0134) 32-4111 (内線 451)

FAX (0134) 33-7432

E-Mail : kanko@city.otaru.hokkaido.jp

ホームページ : <http://www.city.otaru.hokkaido.jp/>