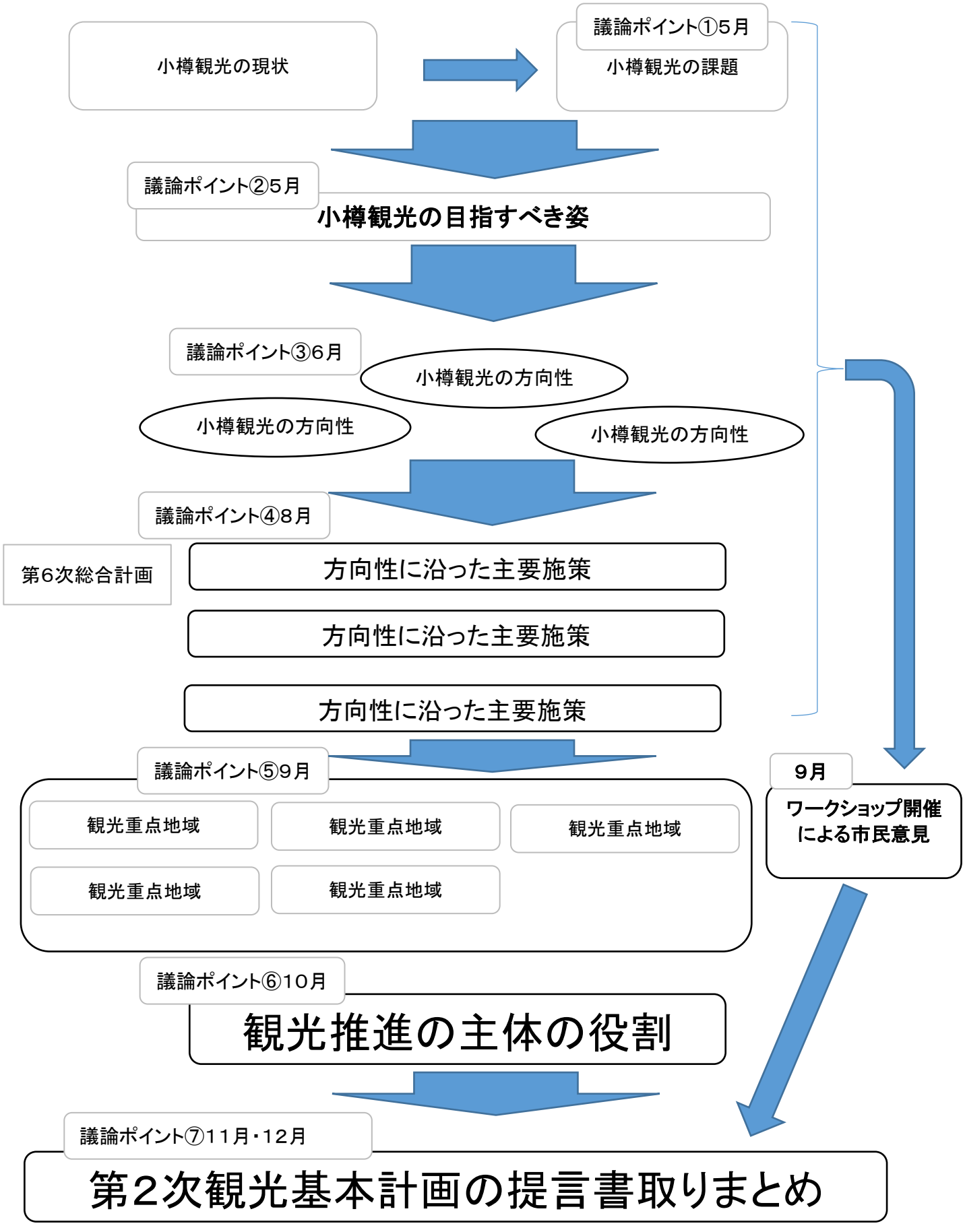
小樽市観光基本計画の策定イメージ



第一次小樽市観光基本計画の検証について

小樽市産業港湾部観光振興室

第一次小樽市観光基本計画についての検証①

第１章　国内の観光動向と小樽観光の現状・課題
３　小樽観光の課題
(1) マス・ツーリズム依存からの脱却　(2) 国際化・グローバル化への対応強化
(3) 滞在型・歩いて楽しむ街への変革　(4) 多様な地域資源の活用と広域連携の推進
(5) 個性豊かで人情味あふれる小樽人の活用　(6) さらなる意識改革の必要性

小樽観光戦略構想より（抜粋）Ｐ１０～Ｐ１１
・観光客への多様なニーズに応えるためには、観光案内所の機能充実が求められるが、現行の態勢では不十分ではないか。特に年々増加する外国人観光客への対応が不十分であり、通訳ボランティアやガイド組織と連携してサービス向上に取り組む必要があるのではないか。
・市民の意識レベル、接客レベルの向上などについて、観光への意識や接客態度に大きな変化は見られない。
・受け入れ態勢の整備やリーダーの育成などが盛り込まれているが、２０～３０歳での中心となれる人材を発掘もしくは呼び込みができていない。
・国内外へのプロモーションや広域観光については取組が進んでいるものの、札幌市との連携が不十分ではないか。
・実行部隊となる民間・住民も、市やその他の機関と連携して取り組んでいこうという意識が低い。

第一次小樽市観光基本計画についての検証②

第2章　小樽観光の基本的な考え方

２　小樽観光の基本理念

「今後の小樽観光の発展に向けて、市民自らが誇りをも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」

３　小樽観光・4つの基本的な考え方

(1) 小樽観光を支える担い手の多様化を図ります　(2) 観光を軸にして小樽の産業構造を改革していきます
(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　(4)「選択と集中」を基本とした観光まちづくりを進めます

小樽観光戦略構想より（抜粋）P10～P11

・受け入れ態勢の整備やリーダーの育成などが盛り込まれているが、20～30歳での中心となれる人材を発掘もしくは呼び込みができていない。
・実行部隊となる民間・住民も、市やその他の機関と連携して取り組んでいこうという意識が低い。
・観光客への多様なニーズにこたえるためには、観光案内所の機能拡充が求められるが、現行の体制では不十分ではないか。特に年々増加する外国人観光客への対応が不十分であり、通訳ボランティアやガイド組織連携してサービス向上に取り組む必要があるのではないか。
・行政が、より重点施策を示し、その項目に合致するものについて金銭的・人的支援を集中させることが必要ではないか。

第一次小樽市観光基本計画についての検証③

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

(1) ゆっくりと時間が流れるまち・おたる（時間消費型観光の推進　(2) 心と体においしいまち・おたる（ホスピタリティ意識の向上）
(3) 海を感じさせるまち・おたる（海と港の活用）　(4) 路をつなぐまち・おたる（観光プロモーションの推進）

小樽観光戦略構想より（抜粋）P10～P11

・ぱるて築港を含めた海や港を活用したイベントなどは開催されているが、地域の豊富な特性を生かす余地はまだあると思われる。海は大きな資源であり、活用策を積極的に検討する必要があるのではないか。
・実行部隊となる民間・住民も、市やその他の機関と連携して取り組んでいこうという意識が低い。
・国内外へのプロモーションや広域観光については取組が進んでいるものの、札幌市との連携が不十分ではないか。

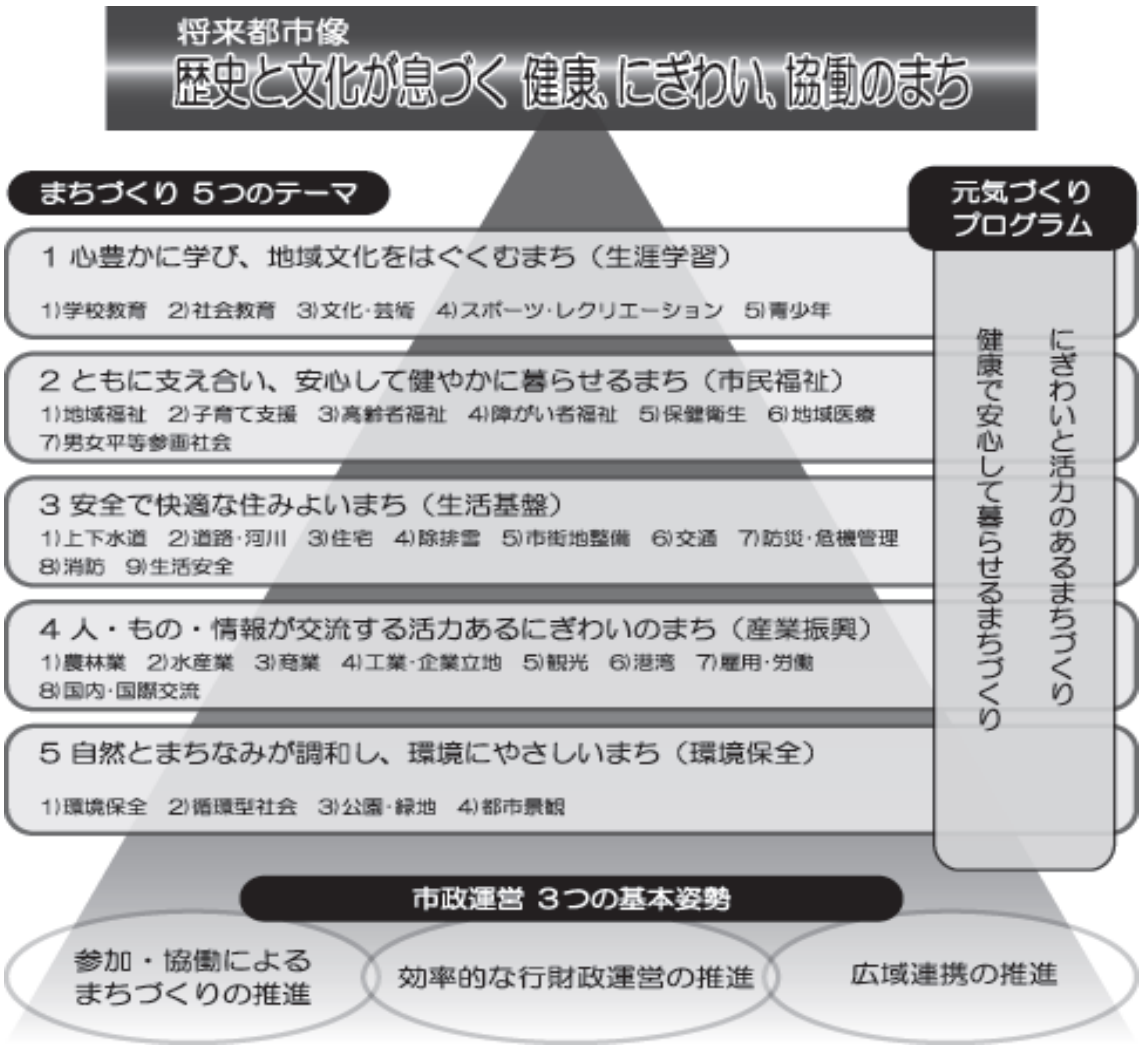
小樽市総合計画まちづくり5つのテーマ　→　4「人・もの・情報が交流する活力あるにぎわいのまち（産業振興）」　5）観光
施策体系　①時間消費型観光への移行　②受入れ体制の整備・充実　③観光客誘致の推進

元気づくりプログラム　→　戦略2「観光波及効果の拡大」による元気づくり
戦略の概要　①時間消費型観光の推進　②旧国鉄手宮線の整備と利活用　③国内外クルーズ客船の寄港促進

→　第6次小樽市総合計画　中間点検報告書（抜粋）参照

第６次小樽市総合計画について（観光施策）

＜施策の体系＞



５）観光

○施策の目指すべき姿とその展開方向

恵まれた自然や特有の都市景観をはじめ、ガラスなどの伝統的工芸や新鮮な海の幸など小樽が持つ多様な資源を活用し、四季を通じて何度でもゆっくりと時間をかけてまちの魅力を味わってもらえる「観光まちづくり」を目指します。

このため、観光資源の発掘や観光拠点の整備、多彩なイベントの創出、観光客のニーズに対応した情報やメニューの提供など観光客の回遊性を高めることにより、時間消費型観光への移行を進め、基幹産業としての発展に努めます。

また、国内外への情報発信や観光プロモーションを推進するとともに、ホスピタリティの向上など受入れ体制の充実を図り、リピーターを含む観光客の誘致に努めます。

○成果指標の達成状況

指標名	指標の内容	基準値	H30 目標値	現状値	達成状況や今後の取組予定
観光入込客数	観光を目的として本市を訪れた人数	740 万 5,800 人 (H19 年度)	減少傾向に歯止めをかける	659 万 9,000 人 (H24 年度)	①達成状況：年間 600 万人を超える観光客の入込はあるが、減少傾向で推移している。 ②要因：小樽運河をはじめとした観光スポットに代わる新しい素材が不足していることが要因の一つと考えられる。 ③今後：新しい観光素材の発掘や、今まで知られていなかったが観光素材として有力なものなどを数多く発信していくことにより、減少傾向に歯止めをかける。
宿泊率	観光客入込客数に対する宿泊客数の割合	9.0% (H19 年度)	11%	9.3% (H24 年度)	①達成状況：増加傾向で推移している。 ②要因：新千歳空港に格安航空会社が就航したこと等により、道外からの観光客が増え、それに伴って宿泊客も増加したと考えられるため。 ③今後：道外客誘致に向けた出張プロモーションやエージェント(旅行代理店)、メディア等の関係者の招請などを実施していく。

○実施した主な事業

◆観光資源の整備・観光拠点の振興

H21～25：朝里川温泉給湯施設等の維持管理、朝里川温泉組合に対する補助

◆観光施設維持・管理事業

H21～25：朝里ダム記念館、旭展望台、毛無山展望所、小樽市鰊御殿、市内９海水浴場の維持管理

◆観光イベント支援事業

H21・22：地域魅力度アップ観光イベント創出事業（H21・22 助成実績：計４団体）

H21～25：おたる潮まつり（H24 来場者数実績：1,150 千人）、小樽雪あかりの路（同：497 千人）

◆夜の魅力づくり推進事業

H21～25：歴史的建造物（小樽運河倉庫群、旧小樽倉庫レンガ棟屋根のシャチホコ、旧三井銀行小樽支店、旧日本郵船小樽支店）のライトアップ

◆回遊・散策ルート企画推進事業

H21～25：散策コースパンフレットの作成（毎年改訂の上作成、H23 に 1 コース増。H24 作成実績：4 コース 47,000 部）

◆広域観光事業

H21～25：SL ニセコ号運行（倶知安町が事務局となって実施する事業への参画）

H22・23：各団体主催のキャンペーンへの参画（H22：上海キャンペーン（後志観光連盟）、H23：台湾ミッション（北海道））

H22～25：札幌 MICE 広域連携推進会議参画などによる MICE 誘致の取組

◆観光情報提供事業

H21～25：観光案内所（小樽駅、浅草橋街園、運河プラザ）の運営（H24 来客数：90,575 人（国際インフォメーションセンター分を含む））

H24・25：国際インフォメーションセンター（運河プラザ）の運営（外国人向けスタッフ 3 名（英語・韓国語・中国語））

H23：外国人向け案内標識の整備

H23～25：臨港線沿いの観光バス駐車場の管理運営

◆観光 PR 情報提供事業

H21～23：観光情報誌（「きらっと小樽」、年 4 回×1 万部発行）

H21～25：観光マップの作成（H21・24 はリニューアル、H24 作成実績：冊子・地図統合版 100 万部）

H22：観光ポスターの作成（2 種×5,000 枚、4 種（春夏秋冬）×500 枚）

◆観光客誘致対策事業

H21～25：海外キャンペーンの実施（H21：香港、H22：上海、H23：香港・台湾、H24：韓国、H25：香港）

H21～25：教育旅行誘致への取組（スキー修学旅行への助成（H22～H24）、教育誘致キャンペーンの実施（H21：道東・四国、H22：九州、H23：道東）、教育旅行用資料（ガイドブック）の作成（H22：2,000 部、H25 改訂版作成予定）、H24 実績：191 校 19,403 人宿泊）

◆小樽フィルムコミッション運営事業

H21～25：映画・テレビ・雑誌等取材協力（H24 実績:91 件）、会報誌発行（年 2 回）

◆小樽ショートフィルムセッション運営事業（隔年実施）

応募作品実績（H21：14 作品、H23：13 作品）、ワークショップ開催実績（H23：49 人参加、H25：59 人参加）

◆東アジア圏観光客誘致推進事業

誘致活動実績（H21：上海キャンペーン、H22：上海万博へ参加、H23：韓国プロモーション・台湾プロモーション（道関連事業）・上海プロモーション、H25：タイキャンペーン）

○主な事業の課題や今後の方向性

□夜の魅力づくり推進事業

本市観光の魅力の一つである歴史的建造物のライトアップにより、「ライトアップ散策ツアー」をはじめとした夜の小樽を楽しんでもらう企画が生まれるなど、観光拠点間の回遊を高める環境づくりを進める上で効果が見られたことから、引き続き実施していく。なお、ライトアップ機器の老朽化が進んでおり、省電力であるＬＥＤ機器への更新を検討していく。

□回遊・散策ルート企画推進事業

観光客にゆっくりと時間をかけて本市の魅力を堪能してもらうため、徒歩での散策を主としたパンフレットを作成しており、平成23年度には3コースから4コースにコースを増やすなど充実に努めている。観光客からも好評で、観光施設などからの需要も高まっており、今後も時間消費型観光の促進に向けて、継続的なパンフレットの発行と新たなコースの検討を行っていく。

□広域観光事業

道外や海外からの観光客誘致に向けては、観光素材の内容も含め、小樽単体でのプロモーションを行うだけでは限界があるため、後志や道央圏の市町村等との連携により、各地域の魅力を広域的に集約した上でより効果的な誘致活動を継続していく。

□観光情報提供事業

本市の基幹産業の一つである観光を支える「観光客」への接客や対応は、満足度の向上を図るためには非常に重要である。年々増加している外国人観光客も本市の経済に大きく寄与しており、今後も国際インフォメーションセンターでの多言語対応の継続など、観光客への情報提供体制の充実を図っていく。

□小樽ショートフィルムセッション開催事業

本市には、歴史や文化に裏付けされた歴史的建造物や産業遺構などの映像となり得る資源が数多く存在しており、応募者に新たな地域資源を発見してもらうことや、入賞作品をPR映像として活用することにより、新たな視点からまちの魅力を提供することが可能となることから、継続して開催していく。

□東アジア圏観光客誘致推進事業

本市の観光にとって重要な対象である外国人観光客の誘致促進のために、これまで実績のある香港や台湾、韓国のほか、増加傾向にあるタイやシンガポール、マレーシアなど新たな観光客の入込が期待できる国へのプロモーション方法を検討していく。

戦略２）　「観光波及効果の拡大」による元気づくり

○戦略の目指すべき姿とその展開方向

観光による波及効果の拡大のため、魅力的な地域資源と本市ならではの食の楽しみを生かした多彩な観光コースを企画提案するとともに、夜のにぎわいづくりを進め、様々なニーズに対応した時間消費型観光を促進します。

また、旧国鉄手宮線の整備と利活用による新たな魅力の創出に努めるとともに、まちなかとの至近性や多彩な観光メニューを生かした国内外のクルーズ客船の寄港促進を図ります。

(1)時間消費型観光の推進

(2)旧国鉄手宮線の整備と利活用

(3)国内外クルーズ客船の寄港促進

○実施した主な事業

◆夜の魅力づくり推進事業【再掲】

H21～25：歴史的建造物（小樽運河倉庫群、旧小樽倉庫レンガ棟屋根のシャチホコ、旧三井銀行小樽支店、旧日本郵船小樽支店）のライトアップ

◆回遊・散策ルート企画推進事業【再掲】

H21～25：散策コースパンフレットの作成（毎年改訂の上作成、H23に1コース増。H24作成実績：4コース47,000部）

◆東アジア圏観光客誘致推進事業【再掲】

誘致活動実績（H21：上海キャンペーン、H22：上海万博へ参加、H23：韓国プロモーション・台湾プロモーション（道関連事業）・上海プロモーション、H25：タイキャンペーン）

◆旧国鉄手宮線活用事業【再掲】

H21：旧国鉄手宮線活用懇話会開催（計3回）、「旧国鉄手宮線活用計画」策定

H22：色内駅ステーション整備

H24：小樽市土地開発公社から土地の買い戻し（中央通～総合博物館、延長=1,096m、面積=1.5ha）

H25（予定）：散策路・広場整備（中央通～長橋線付近、延長=560m）

◆クルーズ客船誘致事業【再掲】

H21～25：歓迎行事の実施、企業訪問の実施、海外クルーズコンベンション協賛（H21：ハンブルグ・マイアミ、H22：中国蘇州市、H23：シンガポール・マイアミ、H24：マイアミ）

H23・25：セミナー開催（東京）（H23参加実績:19社22名）

H24.4：環日本海クルーズ推進協議会設立（設立当初：小樽港・伏木富山港・舞鶴港、H25.5：秋田港・能代港・船川港・境港が参加）…海外クルーズコンベンション参加（H24：中国上海市、H25（予定）：マイアミ）、パンフレット作成（日本語版及び英語版各1,000部）、ホームページ作成（H25予定）

H25.4：小樽港クルーズ推進協議会設立

クルーズ客船誘致事業実績

	H21	H22	H23	H24
小樽港へのクルーズ客船寄港回数（回）	15	16	17	20
小樽クルーズ客船歓迎クラブ会員数（人）	292	362	434	510
企業訪問の実施回数（回）	6	8	12	14

○主な事業の課題や今後の方向性

□夜の魅力づくり推進事業【再掲】

本市観光の魅力の一つである歴史的建造物のライトアップにより、「ライトアップ散策ツアー」をはじめとした夜の小樽を楽しんでもらう企画が生まれるなど、観光拠点間の回遊を高める環境づくりを進める上で効果が見られたことから、引き続き実施していく。なお、ライトアップ機器の老朽化が進んでおり、省電力であるＬＥＤ機器への更新を検討していく。

□回遊・散策ルート企画推進事業【再掲】

観光客にゆっくりと時間をかけて本市の魅力を堪能してもらうため、徒歩での散策を主としたパンフレットを作成しており、平成23年度には3コースから4コースにコースを増やすなど充実に努めている。観光客からも好評で、観光施設などからの需要も高まっており、今後も時間消費型観光の促進に向けて、継続的なパンフレットの発行と新たなコースの検討を行っていく。

□東アジア圏観光客誘致推進事業【再掲】

本市の観光にとって重要な対象である外国人観光客の誘致促進のために、これまで実績のある香港や台湾、韓国のほか、増加傾向にあるタイやシンガポール、マレーシアなど新たな観光客の入込が期待できる国へのプロモーション方法を検討していく。

□旧国鉄手宮線活用事業【再掲】

市中心部と北運河や総合博物館等の観光スポットをつなぐ散策路が整備されることにより、市民や観光客の回遊性向上などが期待できるとともに、運河を運航している「小樽運河クルーズ」や市内観光スポットを循環している「小樽散策バス」などとの連携による相乗効果も期待できることから、平成27年度までの整備を継続していく。

□クルーズ客船誘致事業【再掲】

クルーズ客船の寄港は、港湾収入のほか、乗船客の観光消費による経済効果が期待できることから、平成24年4月に「環日本海クルーズ推進協議会」、平成25年4月には「小樽港クルーズ推進協議会」を設立し誘致活動を強化してきた。外国船社のアジア地域への進出により小樽港への寄港が急増しており、今後も寄港回数の増加が見込まれるため、これまで以上にクルーズ客船船社、外国船社代理店、旅行業者への企業訪問による寄港誘致活動などに取り組んでいく。また、クルーズ客船の大型化が進んでおり、一度に多くの乗船客が上陸するため、受入体制等の強化も行っていく。

小樽市観光基本計画策定委員会
第二回会議資料

「国内観光動向と小樽観光の現状の整理」

2016.5.31小樽市観光基本計画策定委員会

国内の観光動向

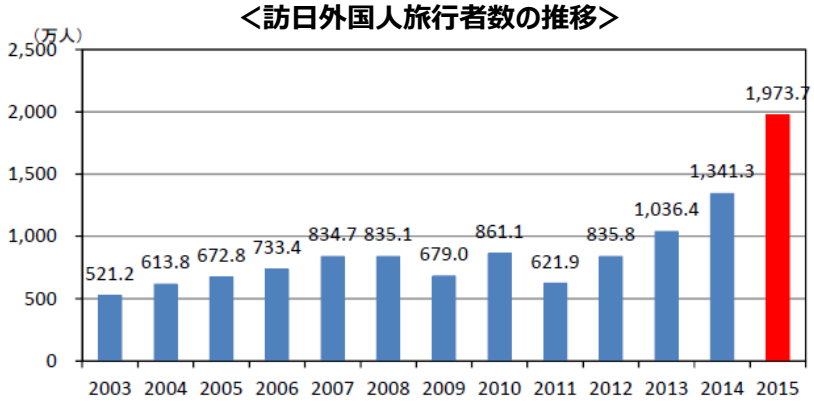
観光の国際化にむけた動きが活発化

訪日外国人客数は急増

2015年の訪日外国人旅行者数は、過去最高であった2014年の1,341万人をさらに上回り、1,974万人(対前年比47.1%増)となり、３年連続で過去最高を更新した。また、統計を取り始めた1964年以降で最大の伸び率を記録した。

訪日外国人はビザ発給要件の緩和や円安を受けて東アジア諸国を中心に急増。「2020年2000万人」という目標を５年前倒しでほぼ達成したことから、政府はこの４月、訪日外国人観光客の目標を2020年4000万人、2030年6000万人とする「明日の日本を支える観光ビジョン」を決定した。

＜訪日外国人旅行者数の推移＞

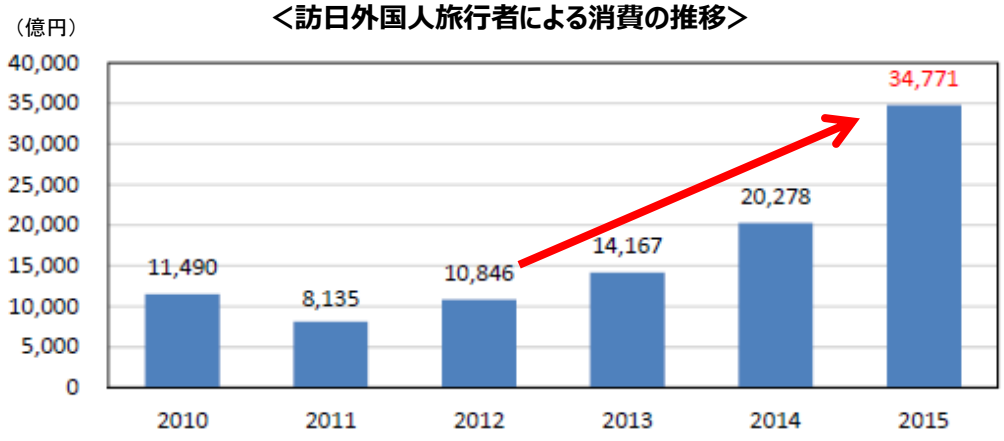


【Ｈ28.観光庁「平成27年観光の動向」より】

訪日外国人の消費額は３兆円を突破

訪日外国人旅行者による日本国内における消費額は、2012 年から2015 年にかけて急速に拡大し、2015 年は３兆4,771 億円と、前年の２兆278 億円を大きく上回る71.5%増となった。

＜訪日外国人旅行者による消費の推移＞



【H28.観光庁「平成27年観光の動向」より】

国・地域別の旅行消費額では、最も多いのは中国で前年比153.9%増の1兆4,174億円と1兆円を突破。次いで台湾が同46.9%増の5,207億円、韓国が同43.9%増の3,008億円だった。

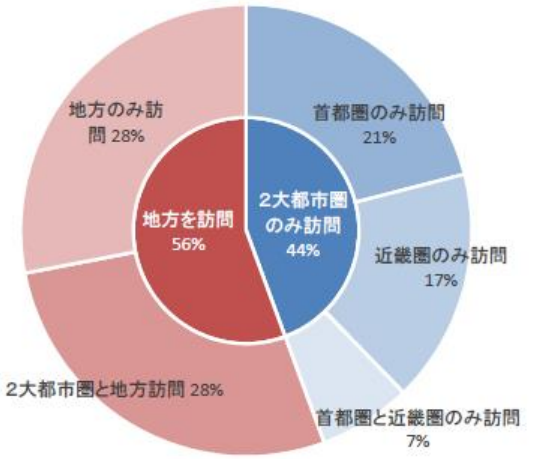
政府は、訪日外国人が宿泊や飲食などに使う消費額は、2015年の3兆4771億円から、2020年に8兆円、2030年に15兆円に増やす目標を掲げている。

訪日外国人の、地方への関心を象徴

2014年の訪日外国人観光客の都道府県別訪問率を見ると、2大都市圏のみ訪問した観光客は44%なのに対し、地方を訪問した割合は56%を占めた。また、地方のみを訪問した割合は28%であった。

また、「JNTO訪日外客訪問地調査2010」の訪日外国人の都道府県別訪問率では、北海道は訪問率8.8%で全国で**8位**という結果だった。
ちなみに、前回の小樽市観光基本計画時に参照していた2000年の調査では、訪問率2.7%で**16位**だった。

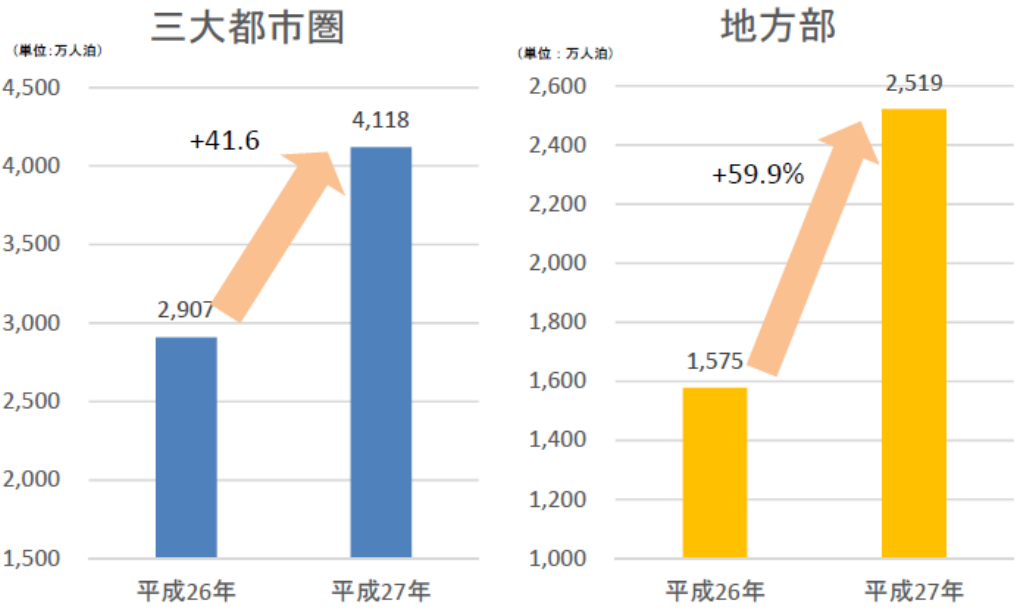
＜地方訪問率＞



【H27.観光庁「訪日外国人消費動向調査」より】

2015年の外国人延べ宿泊者数の対前年比を三大都市圏(※)と地方部で比較すると、三大都市圏で41.6%増、地方部で59.9%増となっており、地方部の伸びが三大都市圏の伸びを大きく上回った。
(※)三大都市圏とは、「東京、神奈川、千葉、埼玉、愛知、大阪、京都、兵庫」の8都府県をいう。

＜三大都市圏及び地方部の延べ宿泊者数の推移＞



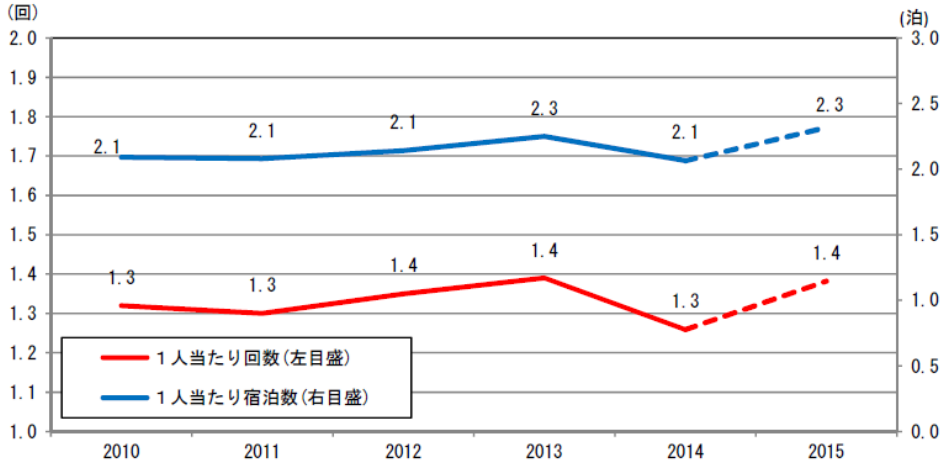
【H28.観光庁「平成27年観光の動向」」より】

政府は、訪日外国人を都市部だけでなく、全国各地に呼び込むため、3大都市圏以外の外国人宿泊者数の目標を設定。2015年の延べ2519万人から、2020年に同7000万人、2030年に同1億3000万人に増やした。観光は成長戦略の大きな柱と捉え、観光先進国へ向けた動きが活発化している。

行動、消費ともに停滞感漂う国内需要

2015年の日本人の国民１人当たりの**国内宿泊観光旅行の回数**は1.4回(前年比9.8%増)、国民１人当たりの**国内宿泊観光旅行の宿泊数**は2.3泊(同12.3%増)だった。ともに、2014年は消費税率引上げの影響もあり減少に転じたが、2015年は、前年の落ち込みの反動から再び増加に転じたと分析しているが、ここ数年はほぼ横ばいの動きを見せている。

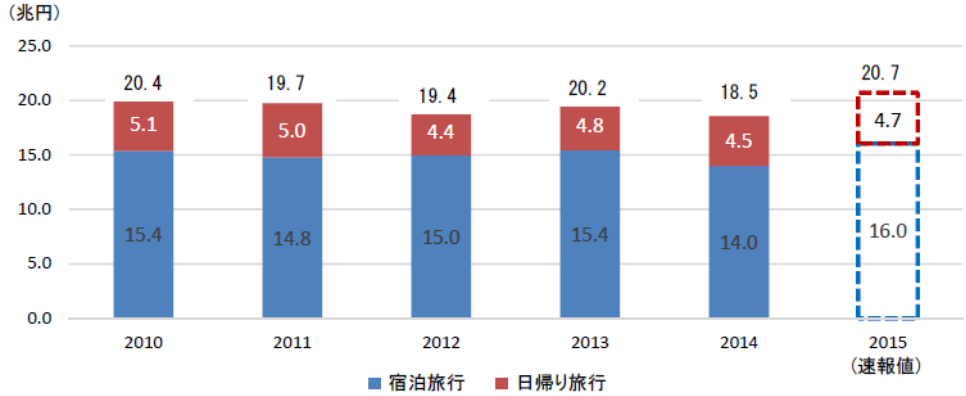
＜国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移＞



【H28.観光庁「平成27年観光の動向」より】

国内旅行消費額については、2014 年は対前年で減少したものの、2015 年は11.7%増加し20.7 兆円であったが、ここ数年は一進一退の印象である。

＜国内旅行消費額の推移＞



【H28.観光庁「平成27年観光の動向」より】

2016.5.31小樽市観光基本計画策定委員会

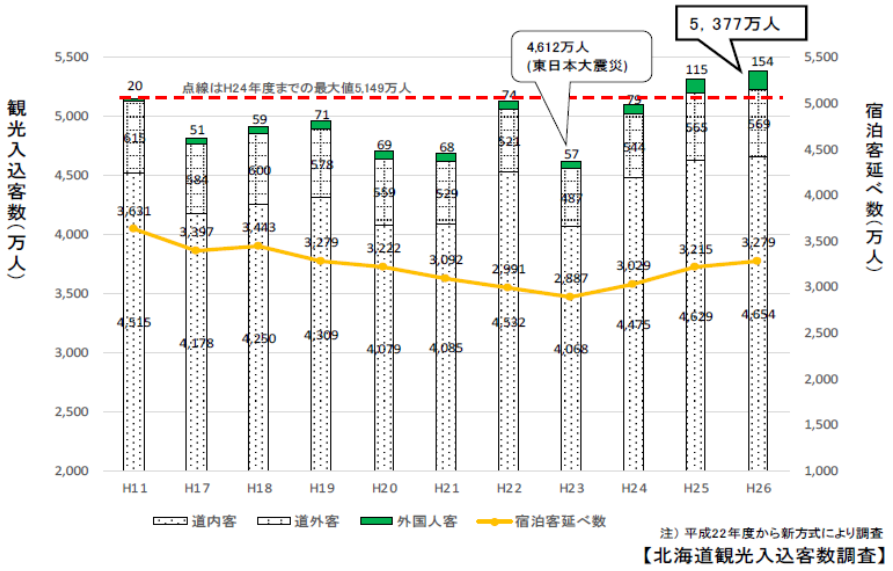
北海道の観光動向

外国人観光客が牽引役

観光入込客数、外国人来道者数ともに過去最高

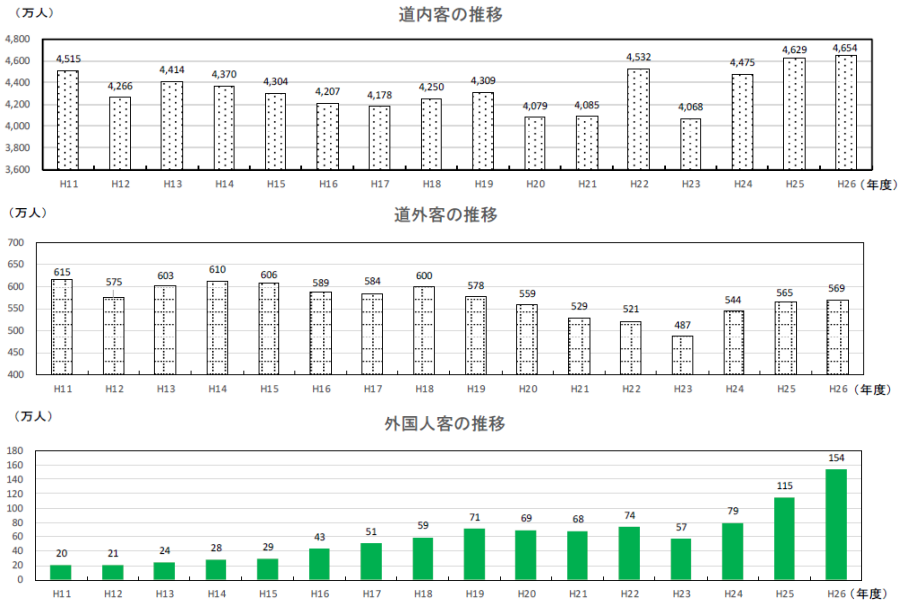
北海道の観光入込客数(実人数)は2011年は東日本大震災の影響などにより落ち込んだが、2012年は観光需要が回復基調に転じ、さらに2013年以降は景気の回復に伴い、国内外の観光需要が引き続き回復基調にあったほか、高速道路の延伸や航空路線の新規就航など交通アクセスの向上などにより、2014年は5,377万人（前年度比1.3%増）となり、過去最高を更新した。
観光消費額の高い道外客の入込は、1999年の最高値(615万人)を超えておらず、伸び悩みの傾向にある。

＜観光入込客数(実人数)及び宿泊客数の推移＞



【北海道観光入込客数調査】

「外国人客」の伸びは顕著で、2014年は154万1,300人（前年度比33.7%増）と、過去最高を更新し、日本全体の訪日外国人旅行者1,467万人の約１割を占めている。



【H27.北海道経済部観光局「北海道観光の現況2015」より】

2016.5.31小樽市観光基本計画策定委員会

小樽市への来客数２位も、宿泊客数は７位に後退

観光入込客数（実人数）を市町村別でみると、札幌市が1,342万人（前年度比1.1%減）で最も多く、次いで、小樽市745万人（同４.８%増）、旭川市535万人（同０.３%増）の順だった。
一方、宿泊客延べ数でみると、札幌市が1,110万人泊（前年度比１.９%増）で最も多く、次いで、函館市361万人泊（同２.１%増）、釧路市129万人泊（同７.６%増）と続いた。

＜観光入込客数(実人数)市町村別＞

＜観光入込客数(実人数)の多い市町村＞

順位	市町村名	入込客数	前年度比
1	札幌市	1,342万人	△1.1%
2	小樽市	745万人	＋4.8%
3	旭川市	535万人	＋0.3%
4	函館市	484万人	＋0.4%
5	千歳市	468万人	△7.0%
6	釧路市	392万人	＋11.1%
7	登別市	354万人	＋6.4%
8	洞爺湖町	279万人	＋7.6%
9	喜茂別町	264万人	△0.3%
10	帯広市	258万人	＋2.8%
11	上川町	206万人	＋1.7%
12	七飯町	195万人	△1.3%
13	苫小牧市	186万人	＋1.3%
14	石狩市	182万人	△0.0%
15	白老町	179万人	＋2.3%

＜宿泊客延べ数の多い市町村＞

順位	市町村名	宿泊客延べ数	前年度比
1	札幌市	1,110万人泊	＋1.9%
2	函館市	361万人泊	＋2.1%
3	釧路市	129万人泊	＋7.6%
4	登別市	121万人泊	＋0.2%
5	帯広市	102万人泊	＋5.5%
6	倶知安町	97万人泊	＋8.3%
7	小樽市	78万人泊	＋3.9%
8	旭川市	74万人泊	＋8.4%
9	上川町	72万人泊	△1.0%
10	富良野市	71万人泊	＋3.0%
11	北見市	70万人泊	＋34.5%
12	洞爺湖町	63万人泊	＋9.6%
13	ニセコ町	61万人泊	＋11.9%
14	網走市	45万人泊	△0.2%
15	音更町	44万人泊	△0.3%

外国人客受入の格差拡大の兆候も

外国人宿泊の多い地域は札幌が圧倒的だが、ニセコを擁する倶知安町、層雲峡温泉のある上川町がルート観光の宿泊拠点として、それぞれ上位にランクされた。

小樽市は「香港」と「タイ」の宿泊延べ数が道内で5番目という結果だった。

＜訪日外国人来道者の宿泊延べ数／市町村別上位（抜粋）＞

【宿泊延べ数の多い上位5カ国・地域】

順位	国名	宿泊延べ数	前年度比
1	台湾	1,518,409人泊	＋16.1%
2	中国	897,051人泊	＋117.9%
3	香港	560,944人泊	＋8.8%
4	韓国	430,742人泊	＋43.3%
5	タイ	301,709人泊	＋22.7%

【宿泊延べ数の多い市町村】

順位	市町村名	宿泊延べ数	前年度比
1	札幌市	1,804,999人泊	＋32.6%
2	登別市	372,555人泊	＋18.5%
3	函館市	363,560人泊	＋21.1%
4	倶知安町	291,986人泊	＋6.6%
5	上川町	217,154人泊	＋20.6%

【中国の宿泊延べ数の多い市町村】

順位	市町村名	宿泊延べ数	前年度比
1	札幌市	405,004人泊	＋125.0%
2	函館市	55,124人泊	＋244.9%
3	登別市	50,125人泊	＋185.2%
4	洞爺湖町	48,488人泊	＋160.4%
5	壮瞥町	44,520人泊	＋104.8%

【韓国の宿泊延べ数の多い市町村】

順位	市町村名	宿泊延べ数	前年度比
1	札幌市	210,936人泊	＋56.7%
2	登別市	56,067人泊	＋15.1%
3	壮瞥町	21,580人泊	＋147.4%
4	留寿都村	20,242人泊	＋61.5%
5	洞爺湖町	18,351人泊	＋60.5%

【台湾の宿泊延べ数の多い市町村】

順位	市町村名	宿泊延べ数	前年度比
1	札幌市	491,136人泊	＋25.5%
2	函館市	232,542人泊	＋7.6%
3	登別市	172,584人泊	＋4.7%
4	上川町	139,327人泊	＋15.0%
5	洞爺湖町	80,220人泊	＋34.0%

【香港の宿泊延べ数の多い市町村】

順位	市町村名	宿泊延べ数	前年度比
1	札幌市	241,740人泊	＋10.0%
2	倶知安町	49,932人泊	＋9.9%
3	登別市	34,962人泊	＋9.2%
4	ニセコ町	29,753人泊	＋45.9%
5	小樽市	17,451人泊	△23.2%

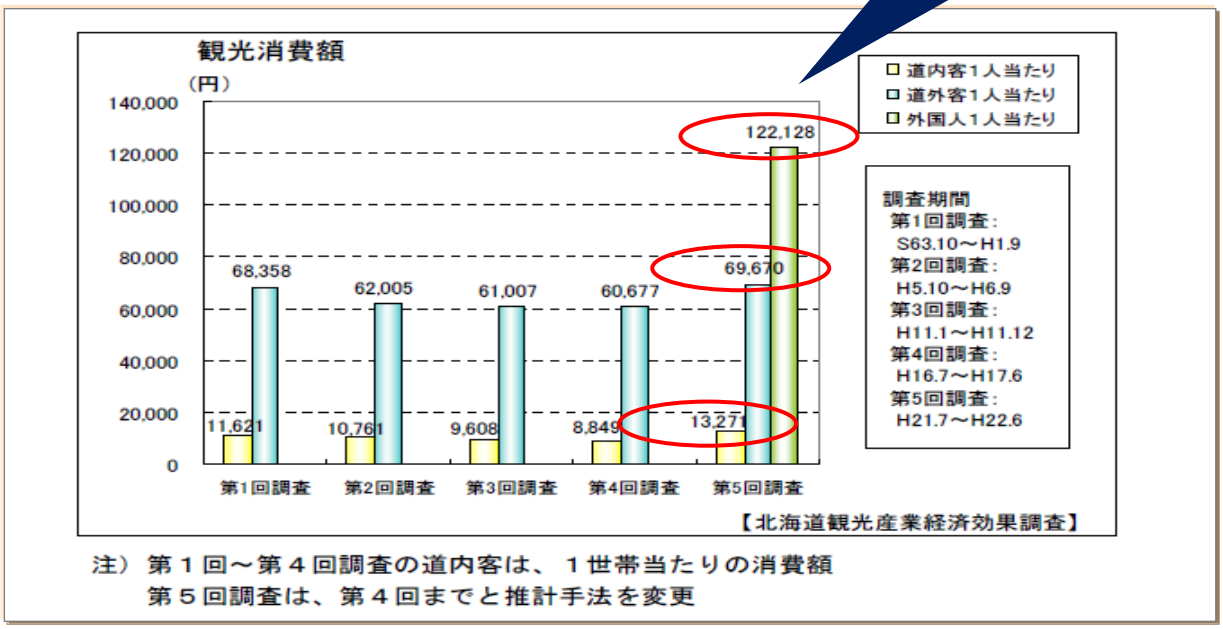
【タイの宿泊延べ数の多い市町村】

順位	市町村名	宿泊延べ数	前年度比
1	札幌市	143,740人泊	＋11.8%
2	上川町	22,150人泊	＋71.0%
3	登別市	17,451人泊	＋9.9%
4	壮瞥町	13,151人泊	＋17.5%
5	小樽市	12,718人泊	＋80.5%

【H27.北海道経済部観光局「北海道観光入込客数調査報告書平成26年度」より】

訪日外国人の消費額の大きさが際立つ

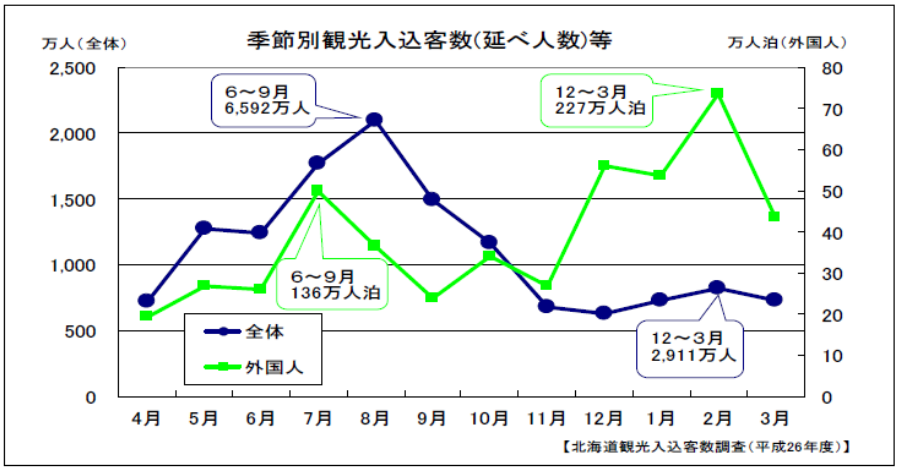
北海道における観光消費額の推計結果を「道内客」、「道外客」、「訪日外国人」で比較をすると、訪日外国人消費額は、道内客の約10倍、道外客の約1.8倍という結果だった。
なお、今回の調査は、前回までと調査方法を変更しているため、過去の推移との比較はできないが、参考までに過去の調査結果と合わせた。



【H23.北海道観光産業経済効果調査委員会「第5回北海道観光産業経済効果調査」より作成】

観光客は夏季に集中

2014年の観光入込客数の延べ人数（１億3,343万人）を季節別にみると、年間入込客数の約半分が夏季（6～9月）に集中し、冬季（12～3月）の入込客数は2割程度にとどまっている。一方、外国人は、夏と冬の２つのピークがある。



【H27.北海道経済部観光局「北海道観光の現況2015」より】

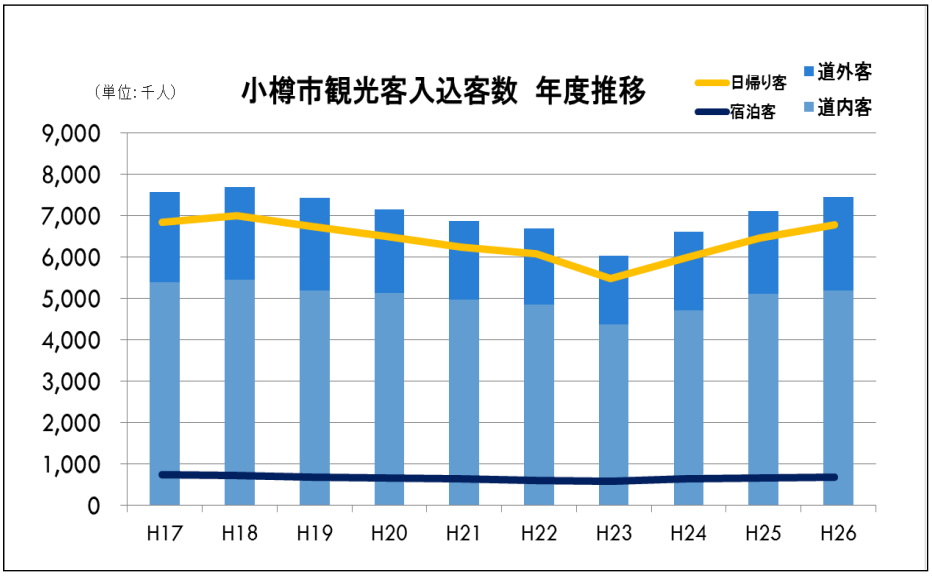
2016.5.31小樽市観光基本計画策定委員会

小樽市の観光動向

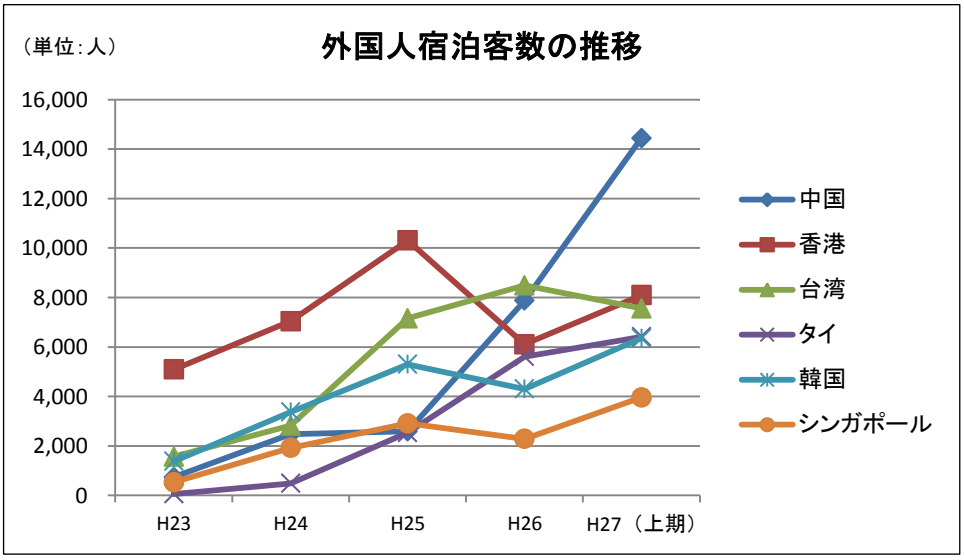
独自性を活かした新たな展開に期待

入込数は堅調に推移も、日帰りと宿泊の格差は埋まらず

平成26年度の観光入込客数は、外国人観光客が好調に推移していることから、対前年度比で104.8%の744万7,800人となり、３年連続の増加となった。
この10年間でみると、小樽市の観光客の特徴として「道内客」と「日帰り客」を軸にしていることがよくわかる。東日本大震災の影響による減少時期を除いて、「道外客」と「道内客」の構成比や、「日帰り客」と「宿泊客」の構成比にも傾向の変化は見られなかった。



宿泊客数は、対前年度比で102.8%の66万3,900人となった。特に、外国人宿泊客数については、円安やビザ発給要件の緩和、消費税免税制度の拡充などにより、対前年度比で135.3%の9万8,610人となり２年連続で過去最高を更新した。下の表からも、中国の伸びが際立っていることがわかる。



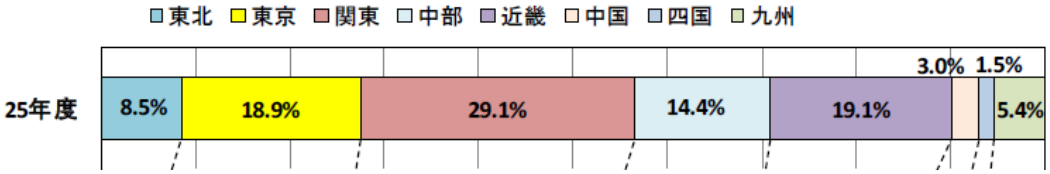
【小樽市産業港湾部観光振興室のデータをもとに作成】

2016.5.31小樽市観光基本計画策定委員会

来樽観光客の特性を把握する

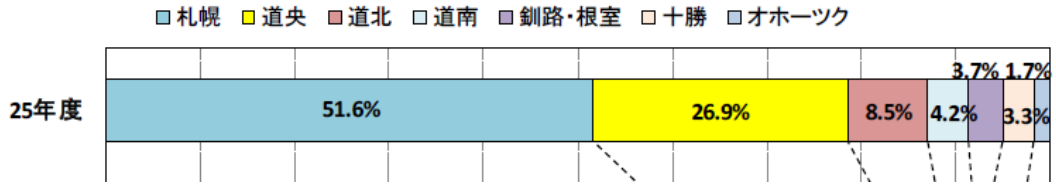
平成25年度に、小樽市産業港湾部観光振興室が実施した「小樽市観光客動態調査」の結果を抜粋し、観光客の特性を整理する。あわせて前回の小樽市観光基本計画時の調査(平成15年)からの動向の変化も把握する。

＜道外客の地域別構成＞



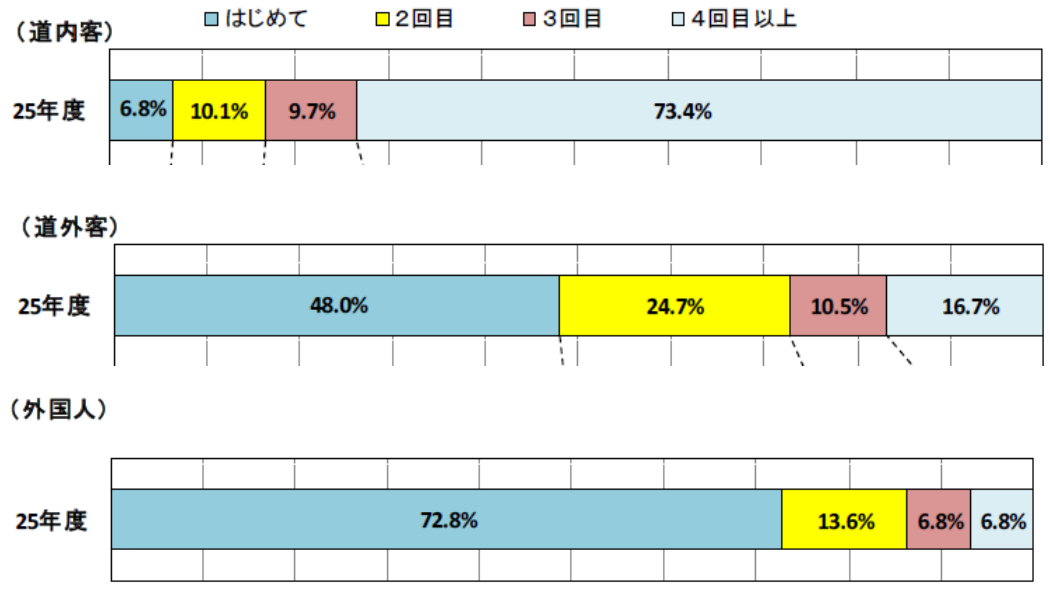
道外客では「東京」、「関東圏」が5割近くを占め、平成15年の調査時よりも20%ほど比率が上がった。

＜道内客の地域別構成＞



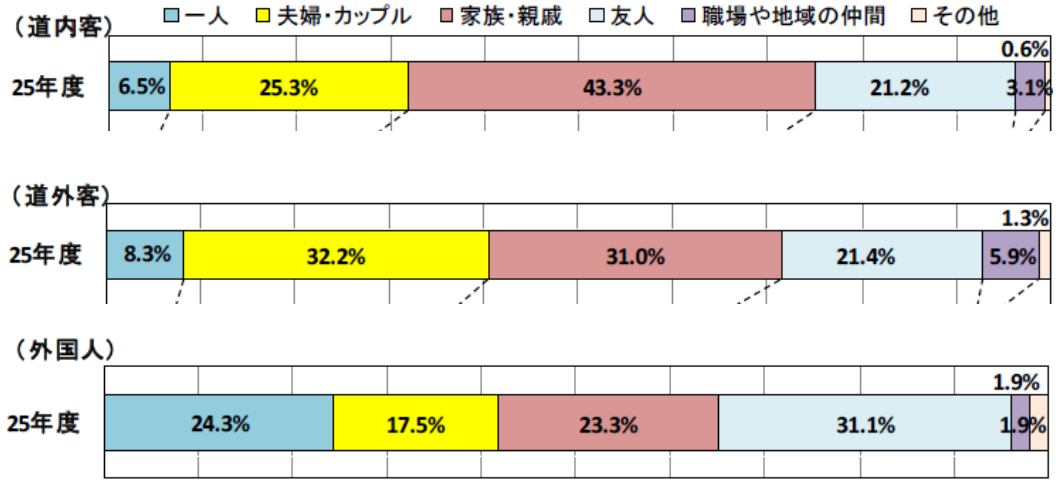
道内客では、「札幌」が5割を占め、道央圏を含めると7割強となり、平成15年と同様の結果だった。

＜来樽観光回数＞



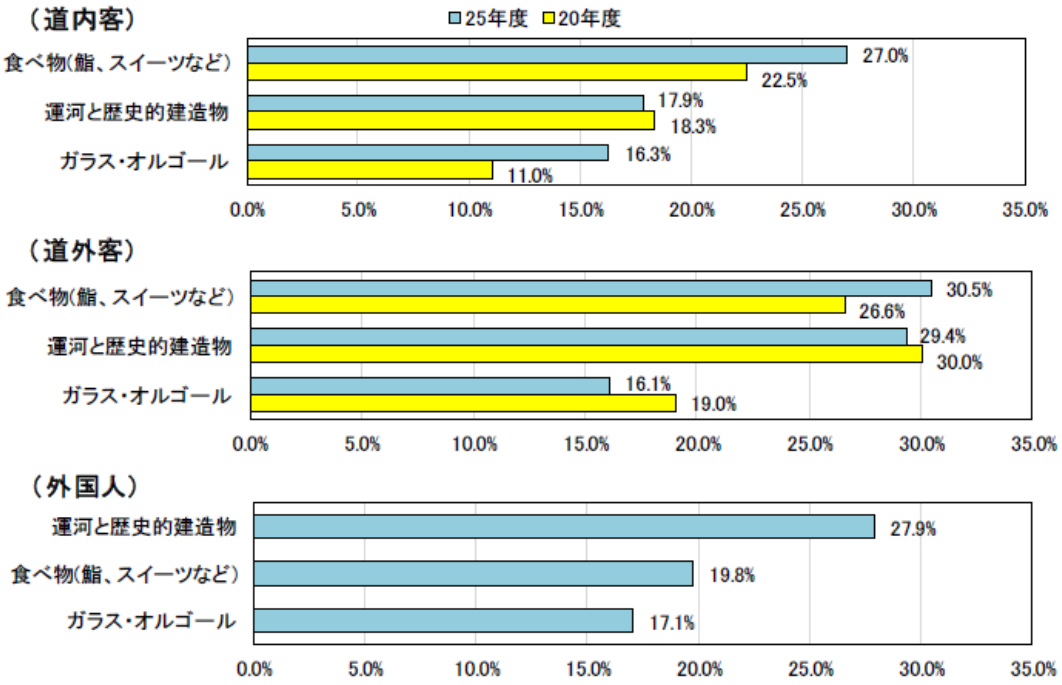
道内客は、9割以上がリピーター、道外客も過半数はリピータだった(平成15年と傾向は変わらず)。一方、外国人は7割が「はじめて」だった(外国人は今回の調査から)。

＜同行者構成＞



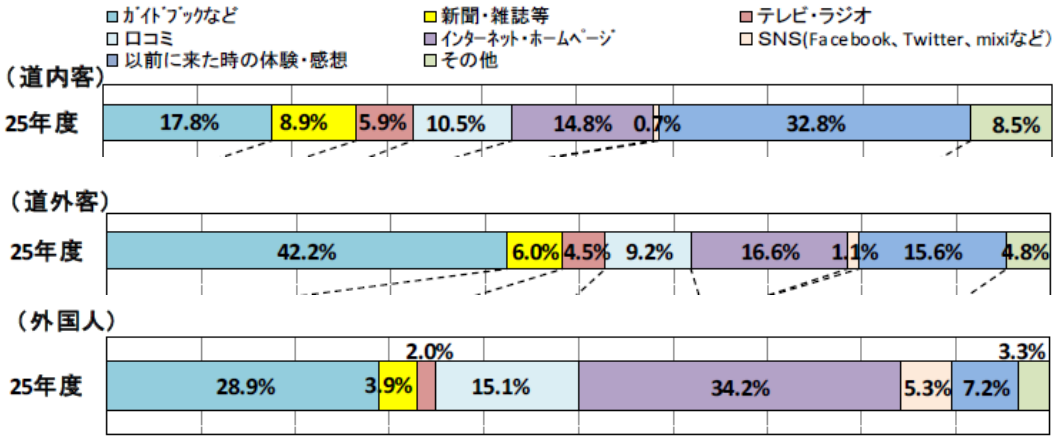
道内、道外客とも「家族」、「友人」、「夫婦」、「家族・親せき」が多かった (傾向変わらず)。
一方、外国人では「一人」、「友人」の割合が高かったのが特徴的だった。

＜来樽目的＞



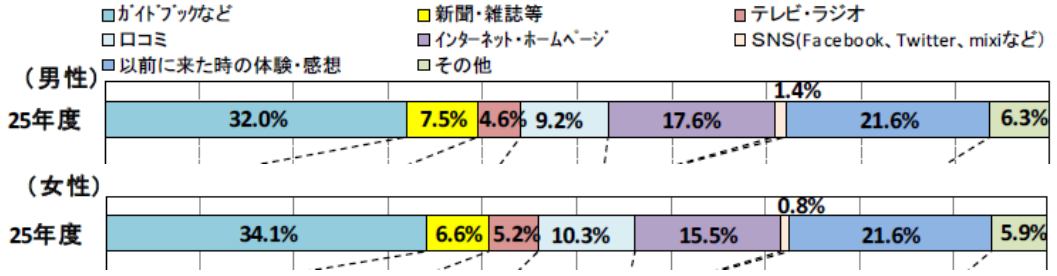
道内、道外客とも「食べ物」、「運河と歴史的建造物」、「ガラス・オルゴール」の順だった。平成15年では道外客は「運河と歴史的建造物」が「食べ物」を上回っていたが、逆転した結果となった。外国人は「運河と歴史的建造物」に関心の高さを表す結果となった。

＜来樽動機／道内外別＞



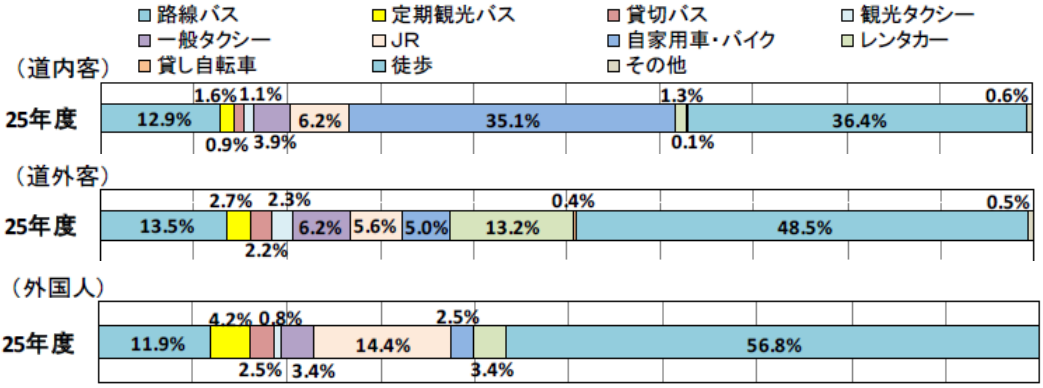
道内客は「以前に来た時の体験・感想」、道外客は「ガイドブックなど」、外国人は「インターネット・ホームページ」が最も多く、それぞれの特徴を表した。

＜来樽動機／男女別＞



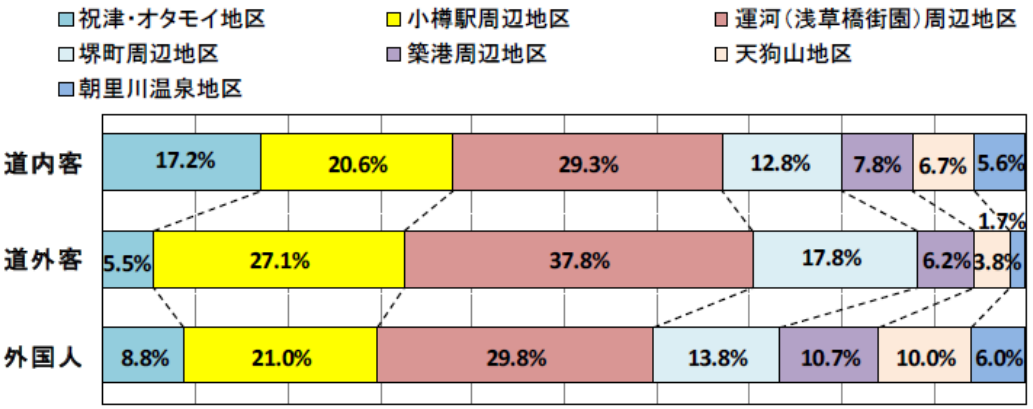
男女別でみると、男女とも「ガイドブックなど」、「以前に来た時の体験・感想」、「インターネット・ホームページ」の順となった。平成15年のときは、男女とも「以前に来た時の体験・感想」が最も多く、次いで「雑誌などを見て」、「テレビなどを見て」、「口コミ」の順だった。活用メディアの違いなど、時代の変化を感じる結果となった。

＜市内での移動手段＞



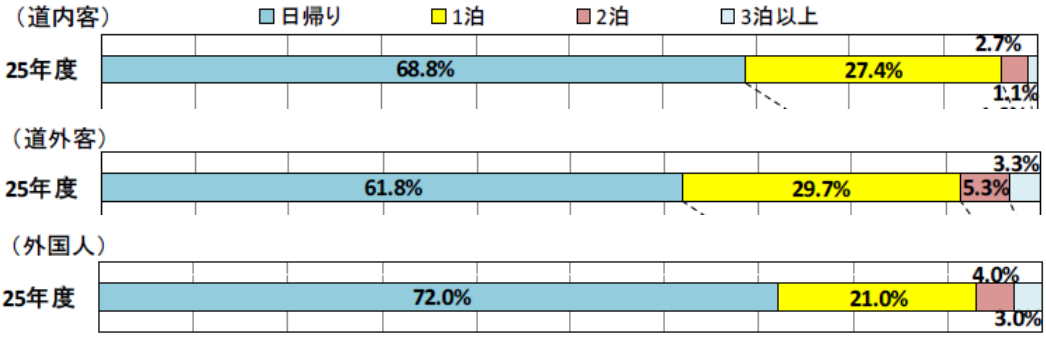
道内客は、「徒歩」、「自家用車・バイク」、「路線バス」の順、道外客は「徒歩」が最も多く、次いで「路線バス」、「レンタカー」。平成15年時と傾向はそれほど変わっていない。
外国人は、「徒歩」が最も多く、次いで「JR」、「路線バス」だった。

＜周遊観光ゾーン＞



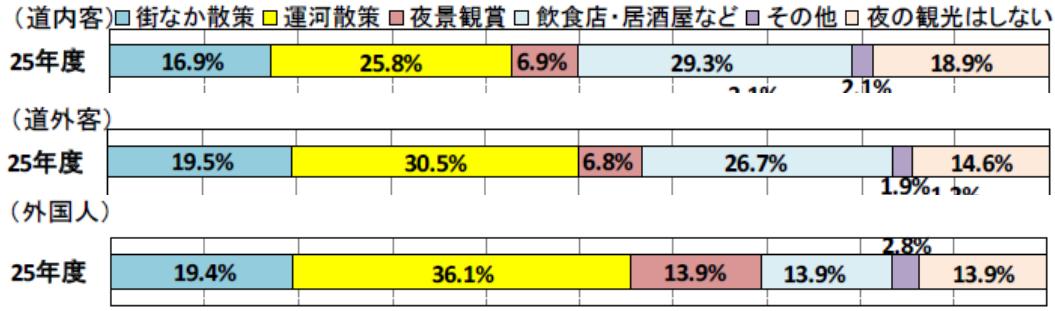
いずれも、「運河周辺地区」、「小樽駅周辺地区」への比率が高かったが、市中心部より離れた「祝津・オタモイ地区」、「朝里川温泉地区」などは他のゾーンと比較し道内客が多く、市中心部の「運河(浅草橋街園)周辺地区」、「小樽駅周辺地区」、「堺町周辺地区」は道外客が多い結果となった。また、「築港周辺地区」、「天狗山地区」、「朝里川温泉地区」は、外国人の訪問割合が高い結果となった。

＜宿泊の有無＞



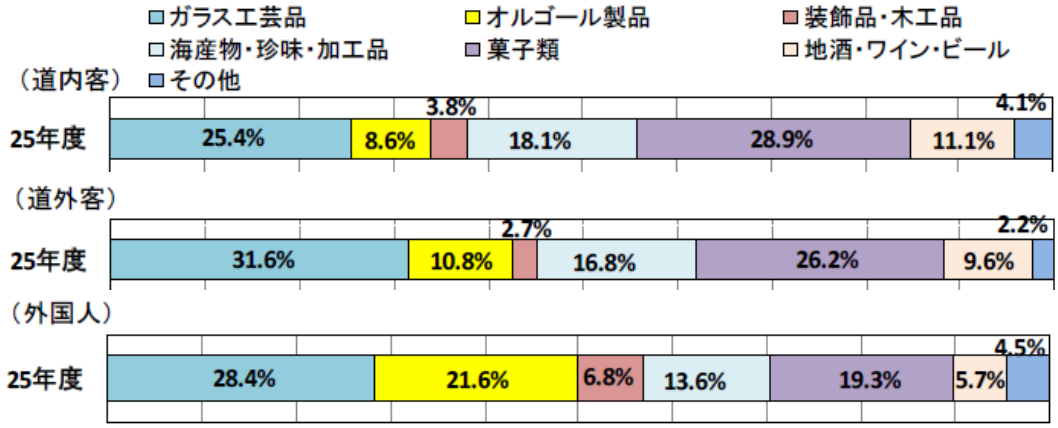
宿泊はいずれも３割に満たない結果だった。「日帰り観光が主」という小樽市の特徴を表す結果だった。

＜夜の観光＞



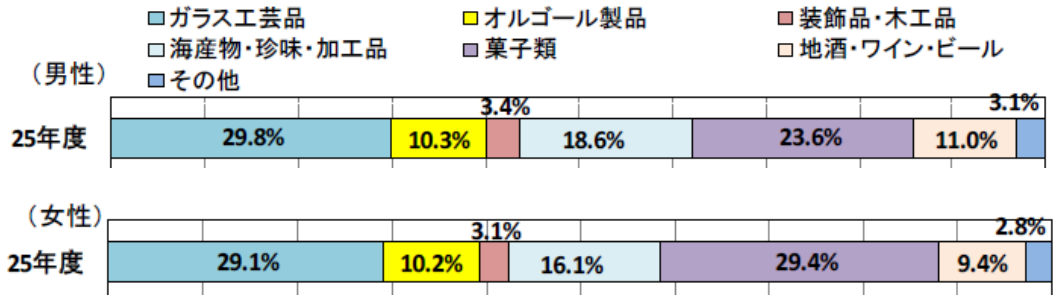
宿泊した観光客の夜の観光では、道内客は「飲食店・居酒屋など」が最も多く、道外客、外国人客は「運河散策」が最も多かった。「夜の観光はしない」は、平成15年時が４割程度だったのと比べると大きな変化と言える。

＜土産品／道内外別＞



購入した土産品では、道内客は「菓子類」最も多く、次いで「ガラス工芸品」、「海産物・珍味・加工品」となっている。道外客は「ガラス工芸品」が最も多く、次いで「菓子類」、「海産物・珍味・加工品」。外国人は、「ガラス工芸品」が最も多く、次いで「オルゴール製品」、「菓子類」となっている。

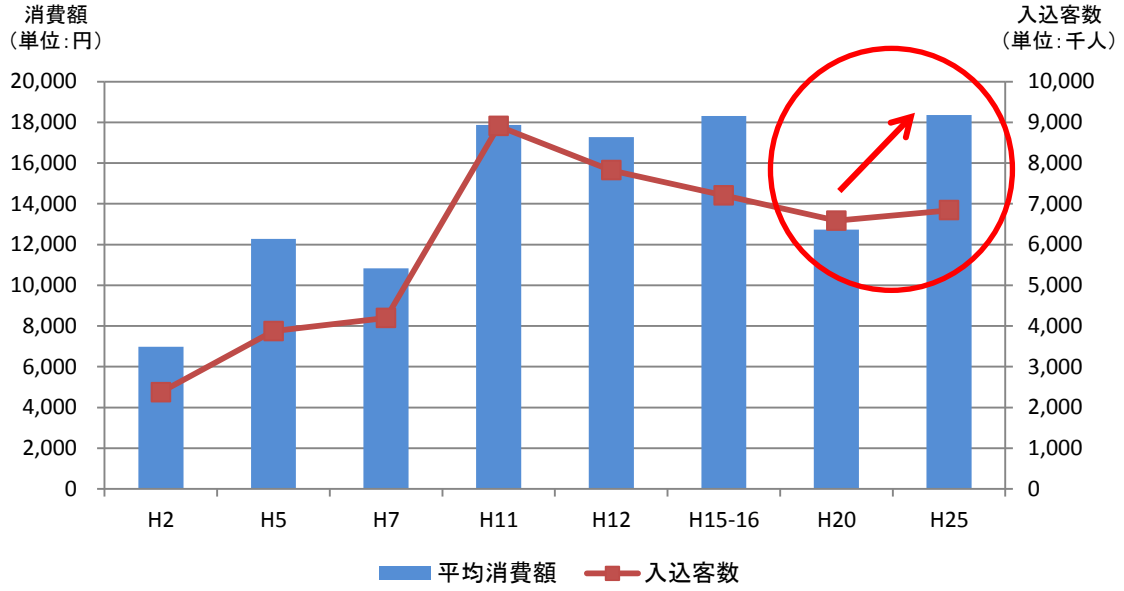
＜土産品／男女別＞



購入した土産品を、男女別にみると、男性は「ガラス工芸品」が最も多く、次いで「菓子類」、「海産物・珍味・加工品」となっている。女性は「菓子類」が最も多く、次いで「ガラス工芸品」、「海産物・珍味・加工品」となっている。平成15年時と比べると、「菓子類」の需要が高くなっている。

＜観光客一人当たり消費額＞

年間観光総消費額の推計結果に基づく、平成25年度の観光客一人当たりの平均消費額は、18,355円となり、平成20年度調査と比べると5,615円増となった。



小樽観光の課題と目指すべき姿
５月３１日　議論ポイント

小樽市産業港湾部観光振興室

計画の前提として（総合計画と観光基本計画）

第6次小樽市総合計画
2009-2018

基本理念：「市民福祉の向上」

目的：
「市民と行政がともに知恵を出し合い、協働のまちづくりを進め、市民が快適で安心して心豊かに暮らせる、活力あふれる地域社会の実現を目指す」

将来都市像：「歴史と文化が息づく健康、にぎわい、協働のまち」

まちづくり5つのテーマ　→　4「人・もの・情報が交流する活力あるにぎわいのまち（産業振興）」　5）観光
施策体系　①時間消費型観光への移行　②受入れ体制の整備・充実　③観光客誘致の推進

元気づくりプログラム　→　戦略2「観光波及効果の拡大」による元気づくり
戦略の概要　①時間消費型観光の推進　②旧国鉄手宮線の整備と利活用　③国内外クルーズ客船の寄港促進

第2次小樽市観光基本計画

小樽観光の現状と課題、目指すべき姿

小樽観光の課題

議論ポイント
①（5月）

（参考） 第一次計画（H18）での課題

①マス・ツーリズム依存からの脱却

②国際化・グローバル化への対応強化

③滞在型・歩いて楽しむ街への変革

④多様な地域資源の活用と広域連携の推進

⑤個性豊かで人情味あふれる小樽人の活用

⑥さらなる意識改革の必要性

（参考） 小樽観光戦略構想（H25）での課題（キーワード）

観光の将来像やビジョン
実施主体間の連携、財政基盤の確保
若い人材不足
情報発信力
シビックプライド
市民の観光への意識
観光関係事業者の意識改革
イベントの効果・検証
観光ルートの固定化
時間消費型観光に対応する施設・メニュー
新たな消費・購入対象
観光消費額の伸び
歴史的建造物の老朽化
観光客向けインフラ整備
海と港、クルーズ客の活用
宿泊客数・施設の不足
新たな交通手段への対応
夜の魅力づくり
繁忙期と閑散期のギャップ
人口減少抑制への貢献

（参考） 第6次総合計画（H21）での課題（キーワード）

日帰り客の割合が高い
国際観光への対応（プロモーション・受入れ体制の整備
多様化する観光ニーズへの対応
観光ホスピタリティ

小樽観光の現状と課題、目指すべき姿

小樽観光の目指すべき姿

議論ポイント
②（５月）

（**参考**） 第一次計画（H18）での目指すべき姿
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

（**参考**）小樽観光戦略構想（H25）での最終目標と将来像

＜最終目標＞
観光客が継続的に安定して訪れてもらえる態勢を確立し継続させていくとともに、ロングステイの促進を実現することにより市内で享受する経済波及効果を高め、ひいては観光関連の雇用機会の拡大・創出により人口減少の抑制にもつなげていく

＜将来像＞
歴史・文化・自然など多彩な魅力を守りつつ、新たなことにも挑戦することで、国内外から訪れる人びとに様々な満足感を提供する観光交流都市