

## 小樽市観光基本計画 観光のまちワークショップの開催について

### 1 目的

現在、小樽市では観光基本計画の策定に取り組んでいるが、多くの市民の意見を取り入れるため、様々な立場の市民にも、観光という共通のテーマについて意見を出しあっていただくとともに、小樽観光への意識の啓発に繋げるためにワークショップを開催する。

### 2 内容

①SWOT分析を基にしたワークショップ形式で、グループごとにテーマについて意見を出し合い、結論として発表する。

### 3 開催時期、参加人数、テーマ及び開催場所

開催時期：平成28年10月 1日（土）

土曜日 14：00～16：00

参加人数：5人～6人で1グループ 全体5グループ想定

ワークショップテーマ：

①観光客に知ってもらいたい良い所と悪い所

②観光でにぎわうためにみんなでできること

※ 開催場所：運河プラザ3番庫（色内2-1-20）

### 4 告知等

小樽市広報、公式ホームページ及びフェイスブックにて告知の他、観光関連団体及びまちづくり団体にも参加告知を行う。

### 5 開催後の取扱

ワークショップで出された意見については、策定委員会の議論へフィードバックする

観光客に知ってもらいたい良い所 → 小樽観光の目指すべき姿や方向性・主要施策

〃 悪い所 → 小樽観光の課題

観光でにぎわうためにできること → 各主体の役割

## これまでの議論を踏まえた課題

- 我が国の豊富で多様な観光資源を、誇りを持って磨き上げ、その価値を日本人にも外国人にも分かりやすく伝えていくことが必要。
- 観光の力で、地域の雇用を生み出し、人を育て、国際競争力のある生産性の高い観光産業へと変革していくことが必要。
- CIQや宿泊施設、通信・交通・決済など、受入環境整備を早急に進めることが必要。
- 高齢者や障がい者なども含めた、すべての旅行者が「旅の喜び」を実感できるような社会を築いていくことが必要。

## 「観光先進国」への「3つの視点」と「10の改革」

### 視点 1

「観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に」

- **「魅力ある公的施設」を、ひろく国民、そして世界に開放**
  - ・赤坂や京都の迎賓館などを大胆に公開・開放
- **「文化財」を、「保存優先」から観光客目線での「理解促進」、そして「活用」へ**
  - ・2020年までに、文化財を核とする観光拠点を全国で200整備、わかりやすい多言語解説など1000事業を展開し、集中的に支援強化
- **「国立公園」を、世界水準の「ナショナルパーク」へ**
  - ・2020年を目標に、全国5箇所の公園について民間の力も活かし、体験・活用型の空間へと集中改善
- **おもな観光地で「景観計画」をつくり、美しい街並みへ**
  - ・2020年を目途に、原則として全都道府県・全国の半数の市区町村で「景観計画」を策定

### 視点 2

「観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に」

- **古い規制を見直し、生産性を大切にする観光産業へ**
  - ・60年以上経過した規制・制度の抜本見直し、トップレベルの経営人材育成、民泊ルールの整備、宿泊業の生産性向上など、総合パッケージで推進・支援
- **あたらしい市場を開拓し、長期滞在と消費拡大を同時に実現**
  - ・欧州・米国・豪州や富裕層などをターゲットにしたプロモーション、戦略的なビザ緩和などを実施
  - ・MICE誘致・開催の支援体制を抜本的に改善
  - ・首都圏におけるビジネスジェットの受入環境改善
- **疲弊した温泉街や地方都市を、未来発想の経営で再生・活性化**
  - ・2020年までに、世界水準DMOを全国100形成
  - ・観光地再生・活性化ファンド、規制緩和などを駆使し、民間の力を最大限活用した安定的・継続的な「観光まちづくり」を実現

### 視点 3

「すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に」

- **ソフトインフラを飛躍的に改善し、世界一快適な滞在を実現**
  - ・世界最高水準の技術活用により、出入国審査の風景を一変
  - ・ストレスフリーな通信・交通利用環境を実現
  - ・キャッシュレス観光を実現
- **「地方創生回廊」を完備し、全国どこへでも快適な旅行を実現**
  - ・「ジャパン・レールパス」を訪日後でも購入可能化
  - ・新幹線開業やコンセクション空港運営等と連動した、観光地へのアクセス交通充実の実現
- **「働きかた」と「休みかた」を改革し、躍動感あふれる社会を実現**
  - ・2020年までに、年次有給休暇取得率70%へ向上
  - ・家族が休暇をとりやすい制度の導入、休暇取得の分散化による観光需要の平準化

# 「明日の日本を支える観光ビジョン」 施策概要

## 1 観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に

- **魅力ある公的施設・インフラの大胆な公開・開放**
  - ・赤坂や京都の迎賓館に加え、我が国の歴史や伝統に溢れる公的施設を一般向けに公開・開放
- **文化財の観光資源としての開花**
  - ・2020年までに、文化財を核とする観光拠点を全国で200整備、わかりやすい多言語解説など1000事業を展開し、集中的に支援強化
- **国立公園の「ナショナルパーク」としてのブランド化**
  - ・2020年を目標に、全国5箇所の公園について民間の力を活かし、体験・活用型の空間へと集中改善
  - ・2020年までに、外国人利用者数を100万人に
- **景観の優れた観光資産の保全・活用による観光地の魅力向上**
  - ・2020年を目標に、原則として全都道府県、全国の半数の市区町村で「景観計画」を策定
  - ・歴まち法の重点区域などで無電柱化を推進
- **滞在型農山漁村の確立・形成**
  - ・日本ならではの伝統的な生活体験と非農家を含む農村地域の人々との交流を楽しむ「農泊」を推進し、2020年までに全国の農山漁村で50地域創出
- **地方の商店街等における観光需要の獲得・伝統工芸品等の消費拡大**
  - ・2020年までに、商店街等において、50箇所で街並み整備、1500箇所で外国人受入環境整備
  - ・2020年までに、外国人受入可能な伝統的工芸品産地を100箇所に以上
- **広域観光周遊ルートの世界水準への改善**
  - ・修景や体験プログラム開発等に国から専門家チーム（パシフィックチーム）を派遣
- **東北の観光復興**
  - ・東北6県の外国人宿泊者数を2020年150万人泊（2015年の3倍）に

## 2 観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に

- **観光関係の規制・制度の総合的な見直し**
  - ・通訳案内士、予約オペレーター、宿泊業等の抜本見直し
- **民泊サービスへの対応**
  - ・現行制度の枠組みにとらわれない宿泊法制度の抜本見直し（本年6月中目途に検討会とりまとめ）
- **産業界ニーズを踏まえた観光経営人材の育成強化**
  - ・2020年までに、トップレベルの経営人材の恒常的な育成拠点を大学院段階（MBAを含む）に形成
- **宿泊施設不足の早急な解消及び多様なニーズに合わせた宿泊施設の提供**
  - ・旅館等におけるインフラ投資などを促進
- **世界水準のDMOの形成・育成**
  - ・2020年までに、世界水準DMOを全国で100形成
- **「観光地再生・活性化ファンド」の継続的な展開**
  - ・観光まちづくりに関する投資や人材支援を安定的・継続的に提供できる体制を整備
- **次世代の観光立国実現のための財源の検討**
  - ・観光施策に充てる国の追加的な財源確保策を検討
- **訪日プロモーションの戦略的高度化**
  - ・海外著名人の日本文化体験映像を海外キー局で配信
- **インフラ観光促進のための多様な魅力の対外発信強化**
  - ・在外公館や放送コンテンツなどを活用した情報発信
- **MICE誘致の促進**
  - ・政府レベルでの誘致支援体制の構築
- **ビザの戦略的緩和**
  - ・中国、フィリピン、ベトナム、インド、ロシアの5ヶ国を対象
- **訪日教育旅行の活性化**
  - ・「2020年までに4万人から5割増」の早期実現
- **観光教育の充実**
  - ・総合的な学習の時間等における教材の作成・普及
- **若者のアウトバウンド活性化**
  - ・若者割引等のサービス開発を通じた海外旅行の推進

## 3 すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に

- **最先端技術を活用した革新的な出入国審査等の実現**
  - ・世界最高水準の顔認証技術の導入などを促進
- **民間のまちづくり活動等による「観光・まち一体再生」の推進**
  - ・宿泊施設や観光バス乗降場等の整備促進
- **キャッシュレス環境の飛躍的改善**
  - ・2020年までに、主要な観光地等における「100%のクレジットカード対応化」などを実現
- **通信環境の飛躍的向上と誰もが一人歩きできる環境の実現**
  - ・無料Wi-Fi環境とSIMカードの相互補完の利用促進
- **多言語対応による情報発信**
  - ・中小事業者のWEBサイトの約半分を多言語化
- **急患等にも十分対応できる外国人患者受入体制の充実**
  - ・2020年までに、外国人患者受入体制が整備された医療機関を全国100箇所整備（現在の約5倍）
- **「世界一安全な国、日本」の良好な治安等を体感できる環境整備**
  - ・外国語対応可能な警察職員の配置等の体制整備
- **「地方創生回廊」の完備**
  - ・「ジャパン・レールパス」を訪日後でも購入可能に
- **地方空港のゲートウェイ機能強化とLCC就航促進**
  - ・複数空港の一体運営（コンセッション等）の推進
- **クルーズ船受入の更なる拡充**
  - ・2020年に訪日クルーズ旅客を500万人に
- **公共交通利用環境の革新**
  - ・主要な公共交通機関の海外インターネット予約を可能に
- **休暇改革**
  - ・2020年までに年次有給休暇の取得率を70%に
- **利用に向けたエバーグリーン化の推進**
  - ・高い水準のエバーグリーン化と心のバリアフリーを推進

# 新たな目標値について

## 安倍内閣3年間の成果

戦略的なビザ緩和、免税制度の拡充、出入国管理体制の充実、航空ネットワーク拡大など、**大胆な「改革」**を断行。

- ・ **訪日外国人旅行者数**は、**2倍増の約2000万人**に  
(2012年) 836万人 ⇒ (2015年) 1974万人
- ・ **訪日外国人旅行消費額**は、**3倍増の約3.5兆円**に  
1兆846億円 ⇒ 3兆4771億円

## 新たな目標への挑戦！

### 訪日外国人旅行者数

2020年： **4,000万人**  
(2015年の約2倍)

2030年： **6,000万人**  
(2015年の約3倍)

### 訪日外国人旅行消費額

2020年： **8兆円**  
(2015年の2倍超)

2030年： **15兆円**  
(2015年の4倍超)

### 地方部での外国人延べ宿泊者数

2020年： **7,000万人泊**  
(2015年の3倍弱)

2030年： **1億3,000万人泊**  
(2015年の5倍超)

### 外国人リピーター数

2020年： **2,400万人**  
(2015年の約2倍)

2030年： **3,600万人**  
(2015年の約3倍)

### 日本人国内旅行消費額

2020年： **21兆円**  
(最近5年間の平均から約5%増)

2030年： **22兆円** 3  
(最近5年間の平均から約10%増)

# 北海道観光のくにづくり行動計画の概要

(平成25年度～平成29年度)  
H28.2改訂版



大沼と駒ヶ岳



有珠山



礼文島(レブンシオガマの花)



知床連山

北海道観光のくにづくり行動計画は、北海道観光の振興に向けた基本的な計画として、「北海道観光のくにづくり条例」（平成13年10月19日公布・施行）に基づき策定したものです。

道では、今後5年間、観光事業者や観光関係団体はもとより、観光振興にかかわる人々や団体などと連携・協力して、この計画の実現に向け、推進していきます。

この計画は、道政の基本方向を総合的に示す「新・北海道総合計画」（ほっかいどう未来創造プラン）の特定分野別計画として位置づけられています。

平成25年5月、策定  
平成28年2月、改訂

## 北海道

# 北海道観光を取り巻く現状と課題

## 観光入込客数、観光消費額

平成23年度の観光入込客数は、東日本大震災の影響により前年度と比較すると10.0%減少の4,612万人、外国人来道者数は、23.2%減少の57万人でした。

平成24年度からは、観光需要が回復基調に転じ、平成26年度の観光入込客数は、過去最高である5,377万人となりました。中でも、外国人来道者数は、過去最高の154万人となり、当初計画の目標値120万人を超えたことから、一部内容を見直し、平成28年2月に改訂版を策定しました。

平成23年3月に取りまとめた「第5回北海道観光産業経済効果調査」による観光消費額は、道民1人当たりで13,271円、道外客1人当たりが69,670円、外国人来道者1人当たりは122,128円となりました。

これら道民、道外客、外国人来道者による総観光消費額は、年間約1兆3千億円にのぼり、観光消費による生産波及効果はサービス業、運輸・通信業、製造業をはじめとする様々な産業に及び、1兆8千億円を超えると推計されます。

今後は、LCCの就航や北海道新幹線開業などの好機を生かした効果的な誘客活動や、海外マーケットに対する戦略的な誘客活動を促進するとともに、北海道の魅力ある観光資源を活用した滞在型観光地づくりを進めることにより、「世界が憧れる観光立国北海道」をめざしていきます。

## 旅行形態、旅行の満足度

「平成23年度観光客動態・満足度調査」において、道外客の旅行形態は、「家族旅行（夫婦を含む）」が半数以上を占め、旅行日程では、「2泊3日」が3割以上、年齢構成では50代以上が約半数を占めています。

また、道外客の北海道に対する総合的な満足度は、事前の期待度が92.7%に対し、満足度は88.8%、最も期待度の高かった「食事」は、期待度91.3%に対し、満足度84.4%となったほか、「おみやげ品」、「観光施設」などでも満足度が期待度を下回りました。

道内客の総合的な満足度は、事前の期待度が85.4%に対し、満足度は80.1%で、全体的に道外客に比べ満足度は低くなっています。

高齢化が進み、人口減少の加速が予想されている中、シニア層の方などが、何度も訪れたいくなるような北海道の魅力伝える情報発信の工夫や案内機能の充実が重要となっています。

また、地元食材を活用したクオリティの高い料理の提供や、地域資源を生かした特産品の開発、観光に関わる人材の育成などを進めて、北海道観光に対する満足度をさらに高めていくことが必要です。

### 観光入込客数の推移



〔北海道観光入込客数調査〕

### 総観光消費額の推移



〔北海道観光産業経済効果調査〕

### 道外客の旅行形態



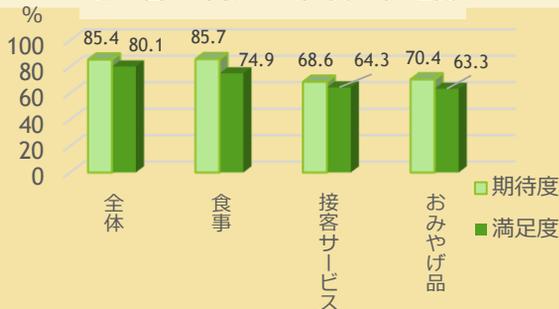
平成23年度観光客動態・満足度調査〕

### 道外客の旅行の期待度・満足度



〔平成23年度観光客動態・満足度調査〕

### 道内客の旅行の期待度・満足度



〔平成23年度観光客動態・満足度調査〕

# 計画の目標

自然環境など地域の資源を生かした  
滞在型の観光地づくり

国内外への効果的な誘客活動による  
旅行市場の拡大

## 観光振興による地域と経済の活性化

道民一人ひとりが自分たちの暮らす地域はもとより道内各地域の魅力を感じ、さらにその魅力を守り、育て、素晴らしさを多くの人々に伝える活動の輪を広げることが大切です。そして、道民を含め、国内外の多くの観光客がもたらす消費をさらに広げて、観光を地域の総合産業として大きく発展させていくことにより、地域と経済の活性化につなげていくことをめざします。

首都圏をはじめ大都市圏など道外からの誘客はもとより、道民の道内旅行を促進していくとともに、国内の旅行需要の減少が懸念される中、将来有望な市場であるアジアなど、海外への戦略的な誘客活動を積極的に推進し、国内外に本道の魅力を広く発信して、旅行市場の拡大を進めていきます。

世界自然遺産などをはじめ、北海道が世界に誇る自然や環境を守り育てながら、温泉や食をはじめ、伝統や生活、文化など豊かな資源を最大限に活用するとともに、質の高いサービスを提供して、繰り返し訪れ、安心してゆっくりと滞在できる北海道らしい魅力ある観光地づくりを進めていきます。

## 目標指標（平成29年度）

- ★ 観光入込客数 6,600万人
- ★ 観光消費額（1人）道内客14,000円 道外客74,000円 外国人155,000円
- ★ 平均宿泊数（道外客）2.8泊
- ★ 満足度 ・食事 道外客 85% 道内客 80% ・接客サービス 道外客 80% 道内客 80%
- ★ リピーターの割合（道外客 5回以上来道）50%
- ★ 体験型観光を目的として訪れる割合（道外客）8%
- ★ 外国人の来道者数 240万人 ※H28.2改訂（120万人→240万人）

## 目標の達成に向けて

### 観光振興に向けた行動指針

この計画の目標の達成に向けて、観光にかかわる人々が連携、協働しながら取組を進めて行くための行動指針を定めます。  
北海道観光振興機構をはじめ観光関係団体、道民、観光事業者それぞれが、この指針をもとに積極的に取り組み、観光のくまなくづくりに向け行動することが何より大切です。

北海道観光の着実な進展を図るためには、近年の旅行形態の変化や計画期間中における交通インフラの整備など、北海道観光を巡る環境変化に対応するため、次のような視点により、この指針による取組を進めていくことが重要です。

#### 北海道観光を巡る環境変化に対応するための視点

- ①新たな「価値」を創り出す観光への転換
- ②結びつきのさらなる強化
- ③LCC就航や新幹線開業を追い風とした取組の推進

地域にこだわり連携して地域の  
魅力を高める

おもてなしの心で交流する

地域の魅力を戦略的に発信する

### 観光振興に関する道の施策

#### 1 自然環境など地域の資源を生かした滞在型の観光地づくり

##### 地域の資源を生かした競争力ある観光地づくり

自然環境と共生する観光地づくり、滞在型や通年化に向けた観光地づくり、食の付加価値向上など魅力を磨く取組の推進、効果的な観光情報提供・案内機能の充実、教育旅行など若者の受入環境整備

##### 満足度の高いサービスの提供

リピーターにつながる心が通うおもてなし、安全で快適な受入環境づくり、旅行しやすい交通ネットワークの形成、観光を支える人材の育成

#### 2 国内外への効果的な誘客活動による旅行市場の拡大

##### 道外からの誘客促進、道民の道内旅行の活性化

北海道新幹線開業などの効果を生かす戦略的誘客の展開、教育旅行の拡大、道民の道内旅行の促進

##### ターゲットを定めた戦略的な海外からの誘客促進

対象国・地域の市場ニーズに応じた戦略的な宣伝誘致活動の推進、特定分野にターゲットを定めたプロモーションの推進、国際定期航空路線等の誘致促進

#### 3 観光振興の基盤強化

マーケットデータの収集や融資制度などの活用による観光基盤の強化、観光に関する普及啓発、観光を学ぶ機会の充実

# 推進体制

この計画を着実に推進していくためには、道をはじめとする行政機関や北海道観光振興機構はもとより、道民や観光事業者、観光関係団体、さらには大学など、観光に携わるすべての者が「北海道観光のくにづくり条例」に基づきそれぞれの役割を認識し、人脈や情報、ノウハウなどお互いに活用するなど、これら産官民学が連携・協働して観光振興を推進していくことが必要です。

このため、道では、この計画の推進に向け、庁内各部や振興局はもとより、北海道観光振興機構や国をはじめ市町村、地域の観光協会など、観光振興に携わるすべての方々と連携・協力しながら、この計画の実現に向けて推進していきます。

## 行動指針の主な取組～積極的に取り組んでいきましょう

### 地域にこだわり連携して地域の魅力を高める

#### <災害等への安全対策>

東日本大震災などの教訓を踏まえ、避難誘導など防災対策の徹底を図っていきましょう。

#### <交通利便性の向上>

各地の創意工夫で、アクセスの充実、接続の改善に努めるとともに、案内板の整備など交通環境の利便性の向上に努めましょう。

#### <環境の保全と活用>

観光地の清掃や廃棄物の発生抑制、省エネルギーなど環境に配慮した行動や、アウトドア資格制度の普及・活用や体験型観光のメニューの充実などに努めましょう。

#### <地域への愛着と歴史や文化の継承>

地域に愛着を持ち、歴史や文化など大切に守り育て、環境と調和した暮らしを伝えるアイヌ文化や北の縄文文化をはじめ、産業遺産など訪れた方々に誇りを持って伝えていきましょう。

#### <食の魅力の向上と食文化の育成>

地元旬の食材の提供をはじめ、新たな食メニューづくりへの意識啓発や調理技術の向上に努めるとともに、食をテーマとした新たなツーリズムの創出に努めましょう。

#### <地域資源の発掘と観光の価値の向上>

身近な素材や隠れた資源を発掘し、関係者が連携して地域資源を生かした特産品開発などに努めるとともに、地域特有の観光メニュー開発を通じて、観光の通年化に努めましょう。

### おもてなしの心で交流する

#### <ホスピタリティの向上>

観光各に対して、私たち一人ひとりが、温かなおもてなしの心で接するとともに、観光ボランティアガイドの育成などに努め、地域全体のホスピタリティを高めていきましょう。

#### <ふれあい交流の推進>

地域のお祭りやイベントなど、地域に根付いた活動を守り育てるとともに、地域以外の活動に参加してふれあいや交流を深め、地域の良さを磨き上げていきましょう。

#### <受入環境の整備>

多くの住民、観光客が訪れるイベントや観光施設などでは、バリアフリー化を進めるとともに、安全面に気を配り、安心して楽しめるよう、常に配慮するとともに、観光客の評価や意見を共有して、一層の改善に向け努力していきましょう。

#### <サービスの質の向上>

質の高いサービスの提供を心がけ、またぜひ来たい、長く滞在したいと思ってもらえる観光施設・観光地づくりを進めるとともに、明日の地域観光を支える優れた観光人材の育成に努めましょう。

### 地域の魅力を戦略的に発信する

#### <道民一人ひとりが観光振興の担い手>

私たち一人ひとりが、地域観光の担い手として、地域の魅力や隠れた資源を掘り起こし、その素晴らしさを発信していくとともに、自らが道内観光を楽しんで、地域経済の活性化につなげていきましょう。

#### <戦略的な情報発信とプロモーション>

インターネットなどの情報通信技術やメディアを活用して、効果的な情報発信に努めるとともに、海外の国・地域別など戦略的なプロモーション活動に取り組んでいきましょう。

#### <東北との連携>

北海道新幹線開業に向けて、東北地域との相互交流を深め、観光客誘致など連携した活動を進めていきましょう。

#### <観光案内機能の充実>

観光案内所をはじめ、「道の駅」など観光客が多く立ち寄り施設を活用して、広域的な観光案内機能を充実していきましょう。

#### <多様な旅行メニューの提供>

イベントの企画や広域観光ルート、テーマ性のある旅行メニューの開発などに取り組むとともに、コンベンション、教育旅行などターゲットを定めた誘客活動、グリーンツーリズムなど多様なツーリズムの推進により、さまざまな国、世代の方々に地域の魅力を伝えていきましょう。



# 小樽観光の方向性 6月30日 議論ポイント

小樽市産業港湾部観光振興室

# 第2次観光基本計画の位置づけ

第1次小樽市観光基本計画(2006)

第6次小樽市総合計画(2009)

小樽観光戦略構想(2015)

- ・第1次計画より10年間～環境の変化
- ・インバウンドの進展
- ・東アジア諸国からの観光客の増加  
(母国のGNPに増加の余地がある→訪日客や観光消費に増加の期待が持てる)
- ・新千歳空港への直行便の増加
- ・北海道新幹線の開通

- ・小樽市総合計画の観光部門の基本計画として必要
- ・観光基本計画はマスタープラン
- ・総合計画の実施計画はアクションプラン  
→アクションプランを総合計画以外に策定すべきとの議論は市役所内ではありませんが、第2次計画でアクションプランについても策定すべきとの意見がある場合、基本計画策定後に検討いたします。

第1次観光基本計画策定から10年間。小樽観光の状況はインバウンドの進展や交通アクセスの変化など大きく変化し、これらは小樽の観光の将来にとって大きなチャンスといえます。一方、第一次計画で指摘されていた課題や方針など、今の時代で考えると基本計画に規定しなくてもよい項目もあります。こうしたことを議論しながら今後の小樽観光の基本的な指針として第2次観光基本計画を策定。

第2次小樽市観光基本計画

# 小樽観光の現状と課題

## 小樽観光の現状

国内観光の現状

北海道観光の現状

小樽観光の現状

## 小樽観光の課題

### 観光資源

- 夜が無く(店が早く閉まる、散策もできない、夕食後遊ぶところがない)、朝が無く(市場が無い、つまらない)など。滞在に結び付けるコンテンツが乏しい。
- 観てもらいたいところに行かずに帰る観光客が多い。

### 受入態勢

(ハード面)

- 繁忙期は宿泊部屋不足によるチャンスロスがある。
- 自由に使えるトイレがなくなってきている(外国人の使い方の問題)。
- ファミリー層が多いが、授乳室が足りない。

(ソフト面)

- 店舗のスタッフは外国人に対して「言葉がわからない、面倒くさい、関わりたくない」という意識がある。
- おもてなしの意識が低いのでは。
- 店舗が閉まるのが早すぎると言われている。

### 情報発信

- 雪あかりの路など、イベントの情報が十分行き届いていないケースがある。
- 市内周遊ゾーンの告知が広く浸透せず、一部の地域でしか観光しないケースがある。
- 函館と勘違いする観光客が多く見受けられ、イメージの差別化が図られていない。
- これまでの計画や構想について市民はどれだけ認識しているのか。

### ターゲット

- 外国人団体客は“一瞬観光”化している。1~2時間程度の滞在で、「人は増えているが購入しない」という実態があり、ツアーは一部のルートにパターン化されている。
- 街の中にも入らない“素通り観光”という動きがある。

# 小樽観光の現状と課題(訴求ポイント)

## 観光資源

- 海よりも“山”をアピール。未開の内陸部の活用に優位性が見いだせるのではないか。
- 陸路の魅力(鉄道発祥の地＝オンリーワン)を訴求する。
- 北国文化をコンパクトに発信する。
- 歴史から始まり、現代までの一連の物語を追体験できる街歩きの仕方や、市民参加型の動きに連動した仕掛けなどが考えられる。
- 運河(海面としての)をもっと活用すること。
- “日本遺産”に値する歴史文化のストーリー性を訴求する。
- 資源を有効に活用した、新しい“気づき”のある観光を促進する。
- まち歩きを楽しめる資源は豊富にあり、マニアックな層を取り込むことが可能である。

## 受入態勢

- 外国人個人客には“民”の宿の活用はどうか。
- 外国語ができるスタッフの確保が必要。都会に流れず小樽で働きたいと思えるまちづくりが大切だと思う。
- “人情”や“ふれあい”を大切にしたコミュニケーションによって、差別化を図った魅力あるまちづくりができる。
- 小樽を体感できる体験メニューの開発がもっと必要であり、そのことが滞在を促進し、さらに満足度向上、再訪意識の高まりにつながると思う。
- 高齢者を外国人のガイド役に起用する。

## ターゲット

- 市民が安らぐ場という視点から、国内客層、特に高齢者層を意識したい。シャトルバスのサービスなど坂のまちらしいことも。
- 小樽らしさ(歴史や文化と新しいコンテンツの融合)を実感できることをアピールし、いかにリピート客を増やせるか。
- 外国人が注目されているが、国内客のリピーターを増やすことも大切である。

## 情報発信

- ゾーン別の魅力を明確に知らせる仕組みづくり。
- 札幌に近いという地の利を生かして、資源の質の高さとともに、道内、道外、海外それぞれに違った視点で魅力を訴求する、中身にこだわった観光を考えるべきでは。
- 提言が市民の意識を高める役割に。

# 小樽観光の目指すべき姿(キーワードと目指すべき姿)

海より山(未開の地)

オンリーワンの魅力(鉄道)

“歴史”を取り巻くストーリーとその追体験

奥深さの体験と“気づき”

市民との交流

おもてなしの当事者意識

“人情”と“ふれあい”

的確な情報提供

市民一人ひとりの自覚

小樽観光の目指すべき姿

ホンモノの小樽とふれあう  
「人とふれあい、新しい発見があり、また来たいと思えるまち」

# 小樽観光の目指すべき姿と方向性

## 小樽観光の目指すべき姿

ホンモノの小樽とふれあう  
「人とふれあい、新しい発見があり、また来たいと思えるまち」

## 小樽観光の方向性

議論ポイント  
(6月)

(参考) 第一次計画

- ① 時間消費型観光の推進
- ② ホスピタリティ意識の向上
- ③ 海と港の活用
- ④ 観光プロモーションの推進