

主要施策について ——これまでの議論から——

議論から導き出された
キーワード

- 海だけでなく山も(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
方向性

- 1. 点在する資源を“面”として活用する、広域連携による取り組み**
- 2. 独自性を活かした魅力発掘で、多様化するニーズに対応する取り組み**
- 3. 市民の意識改革を図り、市民が積極的に参加する取り組み**

1

点在する資源を“面”として活用する、広域連携による取り組み

小樽の魅力“広げて”考える——

経済の活性化のために、連携は不可欠な要素と捉える。単に地理的なつながりとしてではなく、地域の共通テーマや統一テーマを設定した連携という戦略的な活動が前提。新しい広域イメージづくりは持続的な発展が期待できる。その意味で、DMOのプラットフォーム構築も視野に入れておく。

①地域の資源の魅力を活かした観光ルートづくり

活性化の推進力になり得る、後志ブランドの核である「食分野」を切り口にした、“新しい仕掛”の提案。多彩な一次産品を活かし、安全・安心の信頼度を高めるだけでなく、付加価値の高い加工品の開発や情報発信などを含めた多面的な取り組みを目指す。

②DMO構築を視野に入れたアプローチ

後志地域経済の中心である小樽が、今後繁栄していくためには近隣自治体と連携を図り戦略的な展開を推進することが求められる。DMOのプラットフォーム構築を視野に、広域でのコミュニケーションを強化していく。

2

独自性を活かした魅力発掘で、多様化するニーズに対応する取り組み

小樽の魅力を“深めて”考える——

既存の資源を効果的に演出したり、新しい視点で小樽らしさを見出すことで、固定化された概念を打開する。小樽の多様な観光資源をアピールすることで、観光客は新しい気づきと出会い、再訪意識を高める。

自然環境を活かした知られざる小樽の魅力、“異日常”感のある歴史、文化の訴求や、ITを活用したコンテンツの開発など、観光資源の奥深さを訴求する。

①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経済の活性化のためにステイタスの獲得を目指し、港や銀行街、鉄道施設など数々の遺産を生みだした小樽の歴史・文化のストーリーを生かしたまちづくりを推進する。

②“まちなか”が有機的につながる仕組みづくり

市内各地域別の特色ある観光資源を、より効果的に活用し、小樽観光の奥深さを訴求する。地域間のアクセス方法などを関連させて検討する。

③知られざる“おたるの山”の魅力発信

海とともに、緑、空気、景観など、小樽の山々が有する未開の自然コンテンツの魅力の発信強化を図る。

④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う。

⑤埠頭・運河の拠点整備と誘客活動の推進

独自の文化発祥の基点となる施設の存在、クルーズ客船の寄港と対応、各種アミューズメント企画など、時代のトレンドを把握した環境整備を推進する。

⑥芸術・歴史・文化の体験プログラムの構築

現存する著名な歴史的建造物、防波堤や鉄道の価値に景観美、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する。

⑦キャンペーン等各種情報発信の強化

輸送機関や交通媒体等へのキャンペーンを積極的に仕掛ける。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する。

⑧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、ナイトツアーの積極的アピール等を通じて、小樽を起点とした観光行動促進への取り組みを加速させる。

3

市民の意識改革を図り、市民が積極的に参加する取り組み

市民のモチベーションを“高めて”考える——

市民が観光に対する意識を高く持ち、小樽の歴史や文化を再認識し、小樽らしさや魅力を共有し、質の高い観光を目指す。コミュニティ単位で観光と向き合う企画を取り入れたり、産官学で市民が体験できるプログラムの開発などを図り、小樽ならではの取り組みを具現化する。

①外国人観光客への対応力向上プランの実践

外国人観光客の増加傾向と国や道の誘致促進の現状から、受入態勢の整備・強化が求められている。ハード・ソフト面とものに的確かつ丁寧な対応を図ることができる企画を実施する。

②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教育の視点から波及させる。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う。

③地域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資源に対する価値を再認識し、小樽の歴史や文化を未来へ紡ぐ意識を高める取り組みを行う。

④継続的な意識改革への働きかけ

札幌道や北海道新幹線の延伸等周辺環境整備が進む中、観光目的地としての小樽はどう在るべきか、何をすべきか。市民レベルでの意見交換を継続的に行う機会を創設し、次代の施策に反映させていく。

小樽観光の重点地域について 9月21日 議論ポイント

小樽市産業港湾部観光振興室

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

- 海だけでなく“山”もアピール。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)

海だけでなく山も(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

独自性を活かした魅力発掘で、多様化するニーズに対応する取り組み

点在する資源を“面”として活用する、広域連携による取り組み

市民の意識改革を図り、市民が積極的に参加する取り組み

小樽観光の方向性と主要施策

小樽観光の方向性1

点在する資源を“面”として活用する、広域連携による取り組み

主要施策

- ①地域の資源の魅力を活かした観光ルートづくり
- ②DMO構築を視野に入れたアプローチ

小樽観光の方向性2

独自性を活かした魅力発掘で、多様化するニーズに対応する取り組み

主要施策

- ①日本遺産認定に向けた活動の推進
- ②“まちなか”が有機的につながる仕組みづくり
- ③知られざる“おたるの山”の魅力発信
- ④ロケ地誘致活動の推進
- ⑤埠頭・運河の拠点整備と誘客活動の推進
- ⑥芸術・歴史・文化の体験プログラムの構築
- ⑦キャンペーン等各種情報発信の強化
- ⑧滞在型観光にむけたプランの拡充

小樽観光の方向性と主要施策

小樽観光の方向性3

市民の意識改革を図り、市民が積極的に参加する取り組み

主要施策

- ①外国人観光客への対応力向上プランの実践
- ②教育カリキュラム編成にむけた提案
- ③地域の意識を高める活動の推進
- ④継続的な意識改革への働きかけ

9月21日議論ポイント 小樽観光重点地域について

第一次計画では、これまでの議論による主要施策とともに、市内の5つのエリアを重点地域として、地域特性を生かした観光施策の展開方針を示している。第2次計画についても同様に、市内の重点地域を考えたい。

祝津・高島地域



中央・手宮地域



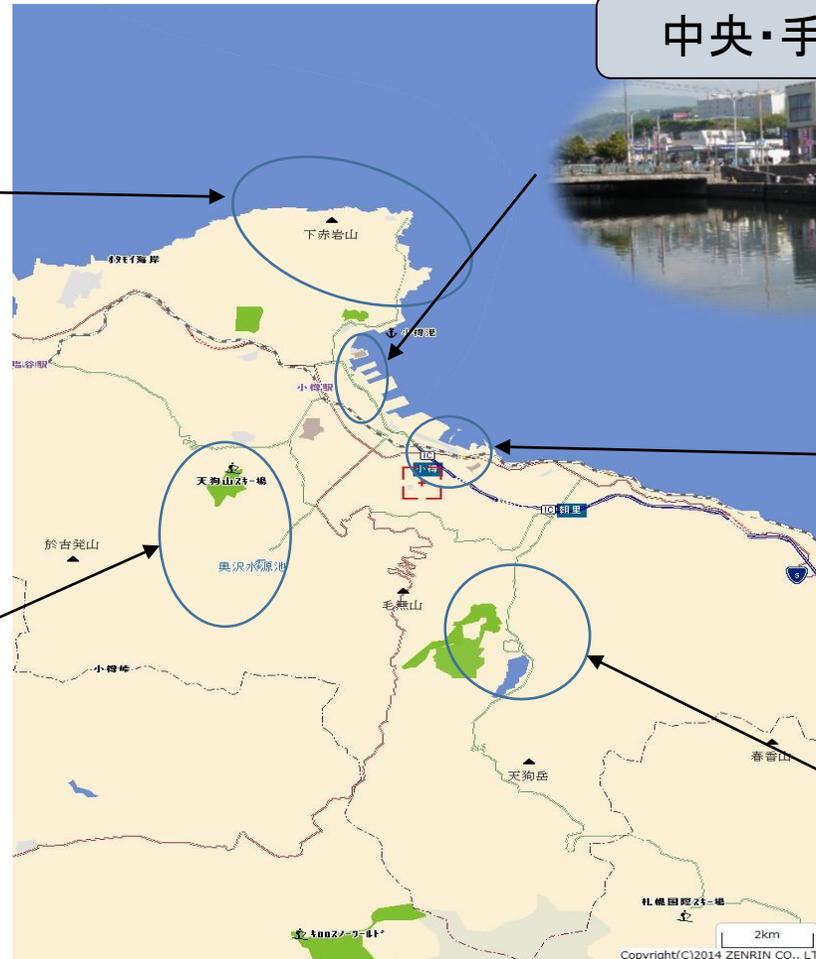
築港地域



天狗山地域



朝里川温泉地区



小樽観光の目指すべき姿

小樽観光重点地域について

中央・手宮地区(総合博物館～メルヘン交差点)

＜地域特性のキーワード＞

(歴史的建造物)小樽運河、旧日本郵船小樽支店、手宮線跡地、金融資料館

(中心的観光スポット)小樽運河～堺町～メルヘン交差点

(都市機能の中心)JR小樽駅、中央バス駅前ターミナル、各種店舗、商店街・市場

(港湾地区)海上観光の拠点 (眺望拠点)小樽公園、手宮公園、水天宮

＜展開方向＞

- ・歴史的景観の保全、情緒豊かな街並みの形成
- ・地域内の回遊性の向上
- ・運河周辺の親水空間の形成、第3号ふ頭及び周辺において港湾機能の利活用と観光交流空間の創出

→ 上記のような捉えでよいか、新たな要素などないだろうか

小樽観光重点地域について

中央・手宮地区(総合博物館～メルヘン交差点)

＜ここ10年の同地区の動き＞

(歴史的建造物)旧安田銀行小樽支店が飲食店として営業

旧三井銀行がニトリにより美術館として営業

旧国鉄手宮線跡地公園化→イベント活用進む(ガラス、鉄道、写真)

(中心的観光スポット)堺町ゆかた風鈴まつりの定着、堺町観光案内所の設置

(都市機能の中心)中央バス運河ターミナルリニューアル(あまとうなど参入)

JR小樽駅リニューアル(タルシェなど参入)、

(港湾地区)観光スポットとして青の洞窟人気、クルーズ客船の寄港増、コンテナカフェによる

新たな港湾地域の活用実証実験、マリン広場のイベント利用の増加、

観光船「あおぼと」就航

小樽観光重点地域について

祝津・高島地域(赤岩・オタモイ海岸～高島)

<地域特性のキーワード>

(歴史的建造物)数々の鯨番屋

(中心的観光スポット)小樽水族館・小樽市鯨御殿

(自然環境)赤岩・オタモイ海岸、小樽海岸自然探勝路などの景勝地

(港湾地区)漁港、ヨットハーバー

<展開方向>

- ・にしん漁の歴史・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」を活かした魅力づくり(海産物・マリンレジャー)

→ 上記のような捉えでよいか、新たな要素などないだろうか

小樽観光重点地域について

祝津・高島地域(赤岩・オタモイ海岸～高島)

<ここ10年の同地区の動き>

(歴史的建造物)NPOによる鯨番屋の利活用

(中心的観光スポット)おたる祝津にしん群来まつり、小樽産しゃこ祭の定着

(自然環境)青の洞窟クルーズ盛況

小樽観光重点地域について

天狗山地域(天狗山山麓・山頂付近)

<地域特性のキーワード>

(自然環境)眺望観光(夜景は北海道3大夜景)

(自然体験、製作体験)おたる自然の村、ガラス工房

(スポーツリクリエーション)スキー、ハイキング、パークゴルフ

<展開方向>

- ・既存施設の整備充実とともに、自然環境を活用し、季節に応じた新たな魅力づくり
- ・観光関連施設間の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

→ 上記のような捉えでよいか、新たな要素などないだろうか

小樽観光重点地域について

天狗山地域(天狗山山麓・山頂付近)

<ここ10年間の同地区の動き>

(既存施設)

(自然環境)

(自然体験、製作体験)

(スポーツリクリエーション)

→ 上記のような捉えでよいか、新たな要素などないだろうか

小樽観光重点地域について

朝里川温泉地域(朝里川温泉付近)

<地域特性のキーワード>

(自然環境)市内唯一の温泉郷、朝里川遊歩道

(スポーツレクリエーション)テニス、スキー

(交通アクセス)高速道路、国道、道道からのアクセスが充実

<展開方向>

- ・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(朝里川)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

→ 上記のような捉えでよいか、新たな要素などないだろうか

小樽観光重点地域について

朝里川温泉地域(朝里川温泉付近)

<ここ10年間の同地区の動き>

(自然環境)朝里川遊歩道の整備

(スポーツリクリエーション)

(イベント)リバーサイドフェスティバルやほたると森の復活祭など地域の特色を生かしたイベントの定着化

→ 上記のような捉えでよいか、新たな要素などないだろうか

小樽観光重点地域について

ぱるて築港地域(築港地域)

<地域特性のキーワード>

(アミューズメント施設)ウイングベイ小樽

(ウォーターフロント)小樽港マリーナ、築港臨海公園などの親水施設

(交通アクセス)高速道路、JR築港駅、広大な駐車所(大量集客が可能)

<展開方向>

- ・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
- ・アミューズメント施設とウォーターフロントを組み合わせた新たな魅力づくり

→ 上記のような捉えでよいか、新たな要素などないだろうか

小樽観光重点地域について

ぱるて築港地域(築港地域)

<ここ10年間の同地区の動き>

(アミューズメント施設)

(ウォーターフロント)「親水」をテーマにイベントの開催など

(交通アクセス)

→ 上記のような捉えでよいか、新たな要素などないだろうか

ワークショップ～小樽の観光について考えよう！ 進行概略

日時：平成28年10月1日（土）14:00～16:30

場所：運河プラザ3番庫

14:00 開会（司会）事務局

14:02 挨拶 小樽市長 森井 秀明

14:05 小樽市観光基本計画の概略説明（事務局）

- ・観光基本計画の必要性（総合計画の下部計画として）
- ・大まかな構成
- ・第一次計画ではどのようなことが記載されているか
- ・第二次計画の議論におけるキーワードは
「ホンモノの小樽とふれあう（人とふれあい、新しい発見がある）」

14:15 ホンモノの小樽とは？（小樽商大 高野氏）

- ・第二次計画の議論におけるキーワードの例示として
（ホンモノの小樽とはどのようなものがあるかを例示として）

14:35 ワークショップテーマ①（進行事務局）

「観光客の皆さんに知ってもらいたい良いところと知ってほしくない悪いところ」

※「ところ」とあるが、場所のみを指しているのではない

概略説明、スタッフ（テーブルマスター）紹介と各班内で自己紹介

14:40 第1段階（意見だし）

14:50 第2段階（意見分類）

15:10 第3段階（関係性の整理）

15:20 ワークショップテーマ②（進行事務局）

「小樽のまちが観光でにぎわうためにみんなでききること」

- ※特にテーマ①の観光客の皆さんに知ってほしくない悪いところを改善するにはどうしたらよいか

15:25 第1段階（意見だし）

15:35 第2段階（意見分類）

15:45 第3段階（関係性の整理）

15:55 休憩

16:00 テーマ①、テーマ②の結論・まとめ

16:15 発表テーブル1～5各3分（コメンテーター 高野氏）

16:30 閉会