



# 小樽 2.0

『小樽観光エリア』（北海道小樽市）

## 目次

	ページ
1.地域一体となった高付加価値化事業の種類・要件充足性の確認	1
2.補助対象事業一覧	1
3.地域概要	2
4.地域特性・事業環境	2
5.コロナによる影響及びポストコロナの展望	3
6.地域計画に向けた想い	3
7. SWOT分析（強み・弱み・機会・脅威）	4
8.優位性・差別化のポイント	4
9.地域ビジョン・コンセプト	5
10.ビジョン達成までの課題と解決方針	5
11.地域計画の具体的施策	6
12.地域活性化に向けたこれまでの取組み	6
13. ターゲット・市場規模	7

	ページ
14.目標及び収益計画	7
15.実行上の課題・リスク等	8
16.解決方法	8
17.地域への裨益性・経済波及効果	9
18.地域回遊性	10
19.実施体制	11
20.スケジュール	11
21.審査項目・採択基準	12

### 1.地域一体となった高付加価値化事業の類型・要件充足性の確認

当地域は、「地域一体型」の枠で応募申請したい。また、類型としては「1. 宿泊施設の高付加価値改修」、「2. 観光施設の改修」および「6. 実証実験」を選択したい。

#### 【重点審査項目・要件】

##### 【Ⅰ. 同一地域での面的な取組の推進】

「小樽2.0」のコンセプトに基づき①地域一体となった高付加価値化プロジェクトを発足し、②小樽市が主体となった③市内観光事業者(宿泊事業者を含む)による、地域一体となった面的な取組を形成。

##### 【Ⅱ. 全体計画を実現するための個別事業の設定】

全参加事業者及び金融機関の合意形成を得られており、種々の協議を経て、現状課題・ビジョン・コンセプト・事業内容等に関して、地域計画と個別事業計画の一貫性を得ている。

##### 【Ⅲ. 個別事業の事業性】

個別事業者の設備投資による収益改善計画は、①小樽市及び金融機関により内容精査を行い、②付加価値額及び地域裨益性の上昇が見込まれる計画となっている。

また、地域一体として取り組むことで、実現可能性、継続可能性を高まる座組が形成されている。

##### 【Ⅳ. 賃金待遇の改善】

単なる施設投資にとどまらず、①宿泊単価の向上、②従業員の賃金改善等XX%増の取組みが含まれている。

##### 【Ⅴ. 地域への裨益効果の提示】

景観との調和や夜に楽しめる空間の創出、ラグジュアリー層の長期滞在などを目的とした施設改修が行われることで、宿泊客以外の外部に裨益する「地域への裨益効果」が含まれている。

##### 【Ⅵ. 自治体による計画に連動する取組】

当地域の第二次小樽市観光基本計画（2017年4月）に連動した小樽市独自の取組になっている。

### 2.補助対象事業一覧

(単位：百万円)

補助対象事業	補助対象事業者	補助対象経費	補助率	補助申請額
1. 宿泊施設の高付加価値化	オーセントホテルズ(株) (株)小樽グリーンホテル (株)運河の宿ふる川 (株)パーク・オラルチック・ホーションズ (株)フタガワ 合同会社PoRtaru (株)アンビックス (株)ウインケル 玉川映一 (ロッヂガールミッシェル) (株)グローバルエージェント	非公表	-	433.028
2. 観光施設の改修	平山三起子 (ジーンズショップ ロッキ) (株)Sasson (株)アースキュア (株)なると			
6. 実証実験	一般社団法人小樽観光協会			
合計		1,054.933	-	433.028

3.地域概要

【計画地域】 北海道小樽市 『小樽観光エリア』

【地域計画の対象地域】

- **歴史・文化・街並み景観**などが楽しめる中心部から**四季の美しい景観や自然など地域資源を生かした温泉郷**を核とする朝里川温泉までのエリアを対象

【商工港湾都市から観光都市へ】

- 明治初期から北海道の玄関としての役割を担い、明治・大正・昭和初期を通じて港湾、鉄道など石炭輸送をはじめとした物流拠点、**国内有数の商工港湾都市へ発展**
- モータリゼーションの進展に伴い、海運機能を終えた小樽運河の埋め立て、道路建設計画の是非を巡り**「運河論争」が起こり小樽の名は全国区へ**
- 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、海、港、山、坂、温泉、アクティビティ、食文化など、豊富な観光資源に恵まれ、**国内有数の観光都市として成長**

【「民の力」で創られ蘇った北の商都 ～ 二つの民の力 ～】

- 小樽独自の街並みは、明治以降、**物産とともに各地から押し寄せてきた人々『民の力』**によって創造
- 昭和後期、**全国的に共感を呼んだ小樽運河保存運動『民の力』**を契機に一大観光地へ成長



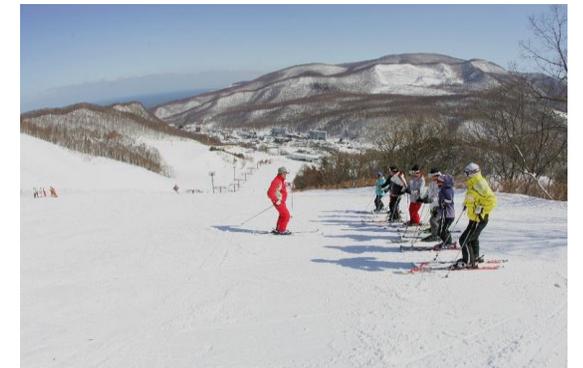
小樽運河の特徴は「湾曲の美しさ」「水辺と倉庫が一体となった独自の景観」「港湾運河から観光運河に再生」「市民運動の成果」



朝里ダムによってできたオタルナイ湖の湖畔は公園として整備され、近くにはテニスコートを併設した運動場もある



1927（昭和2）年竣工の旧三井銀行小樽支店  
2021（令和3）年には国の重要文化財に指定  
現在は似鳥文化財団による歴史的建造物を活用した「小樽芸術村」のシンボリックな銀行建築



1923（大正12年）に最も古い公式スキー大会が開催されたのは小樽  
市内にはスキー場が天狗山、朝里川温泉、オーズ  
の3か所ある

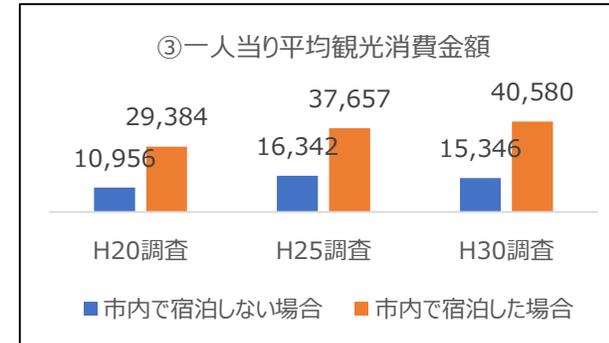
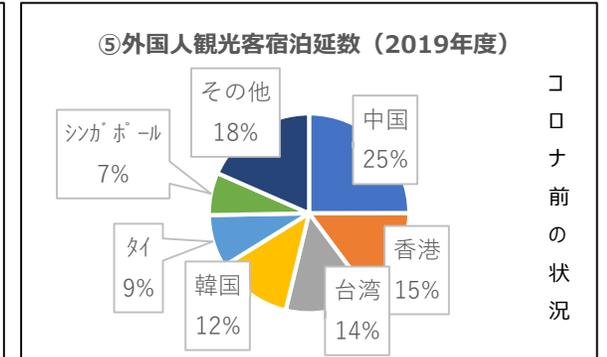
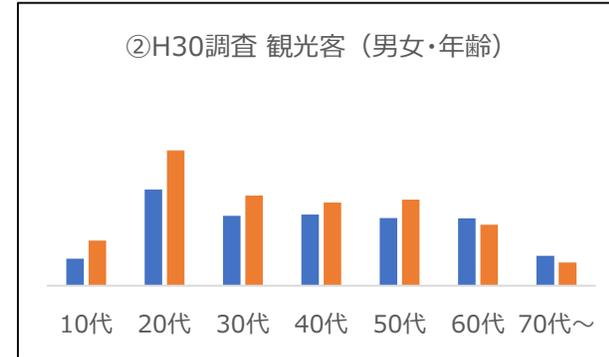
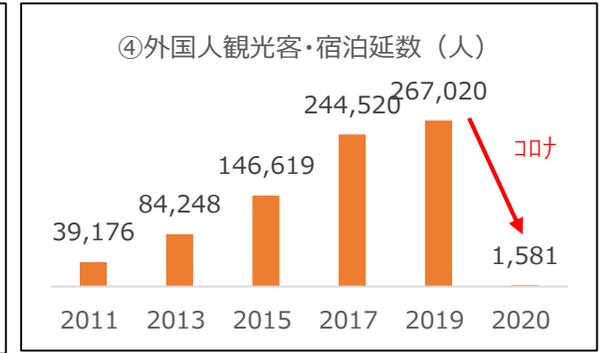
4.地域特性・事業環境

地域ブランド全国ランキング「魅力度4位・行ってみたい4位」

～「小樽運河、歴史的建造物」「ガラス、オルゴール」「食」「自然、温泉」～

- 市内7つの観光ゾーンに分けた訪問割合を見ると、一番高い運河周辺は約80%の方が訪問。一方、朝里川温泉を訪問した方の割合は10%未満。
- 観光客を男女別・年齢別に見ると、**男女ともに20代**が多い。観光施設を利用する性別は、男性・女性が同じくらいの施設が63%、女性が中心の施設が37%。利用する年代は、偏りが無い施設が65%、60代以上が中心の施設が18%、40～50代が中心の施設が12%、40代以上の利用が多い。
- 外国人観光客は、**中国、香港、台湾、韓国、タイ、シンガポール**が多い。特に、中国（本土）からは10倍に増加。  
(H23年度) 6,573人 ⇒ (H30年度) 70,723人
- 外国人観光客の観光ゾーンに分けた訪問割合を見ると、一番高い運河周辺地区は90%を超える方が訪問。一方、朝里川温泉は20%程度。
- 外国人観光客の年齢層は20～40代が中心。  
小樽旅行の目的は、**「小樽運河、歴史的建造物」、「食」、「ガラス、オルゴール」**が中心。
- 小樽市における**年間観光総消費額897億円**と算出。

**観光産業は本市経済において重要な位置を占める。**



⑥類似地域との比較（観光消費額）

総消費額	総消費額		備考
	日帰客	宿泊客	
北海道（道内客）	6,202	22,916	R2調査
北海道（道外客）	25,409	78,587	R2調査
札幌市（道内客）	7,521	22,949	H27調査
札幌市（道外客）	14,405	39,346	H27調査
函館市	22,289	49,123	H29調査
小樽市	15,346	40,580	H30調査

参考 ①、④、⑤ 小樽市観光入込客数調査（小樽市）  
②、③ 小樽市観光客動態調査報告書（小樽市）

参考 北海道来訪者満足度調査（北海道観光振興機構）  
札幌市観光産業経済効果調査（札幌市）  
函館市観光動向調査（函館市）

## 5. コロナによる影響及びポストコロナの展望

## 【コロナによる影響】

コロナ前（平成30年度）とコロナ後（令和2年度）の状況は以下のとおり。

新型コロナウイルス感染症の拡大は、**小樽観光にも甚大な影響**。

年間、**約517億円の観光消費が減少**したものと推計。

- 観光入込客数 約780万人 ⇒ 約260万人 3割程度の水準まで減少
- 宿泊客数 約80万人 ⇒ 約34万人 4割程度の水準まで減少
- 日帰り客数 約700万人 ⇒ 約226万人 3割程度の水準まで減少
- 外国人宿泊客数 約23万人 ⇒ 千人以下

## 【ポストコロナの展望】

## 1) 観光地の面的な再生・高付加価値化の推進

- 宿泊施設、観光施設等の改修、需要の平準化など、観光地の面的な再生・高付加価値化の取組みを推進 ⇒ 『**観光地の魅力や稼ぐ力の向上**』
- キャッシュレス化などを面的に推進  
⇒ 『**旅行者の利便性向上、非接触による安全・安心の確保**』

## 2) 持続観光な観光地経営の確立

- 地域一体となった取組が一過性のものとなることなく、自立・自走したものとして中長期的に発展するよう、**地域における財源・人材等の安定的な確保等**を推進
- 観光客情報等の面的な集約・分析等を行い、**地域の稼ぐ力を高める**

## 6. 地域計画に向けた想い

## 【市制施行100周年】

- 市制施行当時は、札幌よりも人口が多く全国13番目。明治以降の日本の近代化を支え、まちの発展とともに**未来の成功を夢見て小樽に来た人々によってまちが創られ「民の力」によって北日本随一の商都として発展**した歴史がある。

## 【年間800万人の観光都市】

- 高度経済成長期に急速に衰退した小樽は、まちを二分し、約10年にわたる論争となった「小樽運河保存運動」を経て、運河沿いの石造倉庫や銀行建築をはじめとする明治、大正、昭和初期の歴史的景観を生かす機運が生まれた。**この現代の「民の力」による歴史を活かすまちづくりが観光客を惹きつける源泉**となった。

## 【稼げる・持続可能な観光地へ】

- 小樽観光が更に発展していくため、観光客が多彩で奥深い魅力を体感し、何度でも訪れたいと思えるまちを目指す必要がある。本計画では、観光地の高付加価値化を面的に行うことで、**新たなニーズに訴求し、“行きたくなる”、“消費したくなる”観光地へと磨き上げ**を行う。



大正中期の小樽運河（物流倉庫が建ち並ぶ）



今の運河（散策路が整備され観光で賑わう）

## 7.SWOT分析（強み・弱み・機会・脅威）

## 強み

- 急速な経済の衰退により高度経済成長の波に乗り遅れた小樽は、結果的に取り残された歴史的資源を武器に観光都市として生まれ変わった。小樽運河、色内銀行街などの歴史的建造物、手宮線跡など、明治、大正、昭和初期の歴史的資源が残っている。明治13年、日本で3番目、北海道で最初の鉄道が小樽と札幌の間に開通。北海道鉄道発祥の地。
- 文学の歴史（小林多喜二、伊藤整）、食文化（寿司・スイーツ・地元グルメ）、酒文化（日本酒・ワイン・ビール）、祭り（潮まつり、雪あかりの路、神社祭）など、地域文化を堪能できる。
- 谷治いの閑静な温泉郷が広がり、スキー、リバーウォーク、湖畔園地散歩など、四季を通じ自然を満喫できる。

## 弱み

- 通過型観光、訪問先の偏り、観光の平均消費額が少ない
- 夜の観光の弱さ、朝の魅力のPR不足
- 宿泊施設の供給量不足、多様なニーズへの対応、ホスピタリティ、バリアフリー、外国人対応等が不十分
- 歴史的建造物、市場・地元名物店の閉店、職人等の減少により、小樽の魅力を構成する資源が減少

## 機会

- 地域ブランド調査で「魅力度ランキング4位」、「行ってみたいランキング4位」となり、知名度の高さやブランド力が全国的に浸透
- 札幌からの近さ（時間・距離・交通）、新千歳空港、フェリーによる日本海の船旅など交通アクセスの良さ
- 高速道路の後志方面延伸、2030年度末の新幹線駅開業予定、小樽港再開発（第3号ふ頭及びその基部、クルーズの受け入れ）
- 外国人の人気、長期滞在、観光消費額が大きい特徴がある「アドベンチャーツーリズム」の世界的な商談会（ATWS）が北海道で開催（2021年開催、2023年開催予定）

## 脅威

- 札幌からの近さ（時間・距離・交通）
- 若年層の人口流出、札幌市手稲区・西区への転出、合計特殊出生率、労働ミスマッチを背景とする労働力不足
- 新型コロナウイルス感染症、ロシアのウクライナ侵略などにより世界規模で不確実性が高まり、価格高騰による民間消費や企業活動など、経済への影響が懸念
- 新幹線開業、高速道路開通など交通体系再編後の小樽スルー

## 8.優位性・差別化のポイント

## 【札幌市に隣接したアドバンテージ】

- 一般道利用 国道5号経由で約70分（約36km）
- 高速利用 小樽道札幌北IC経由で約50分（約37km）
- 高速バス 円山経由・北大経由で約60分
- JR 快速 約35分 普通 約50分

## 【海や山など豊かな自然、温泉】

- 天狗山（スキー、ジップライン、山頂熱気球）、塩谷丸山（羊蹄までの絶景）、朝里川温泉（スキー場、リバーウォーク、温泉）、朝里ダム（湖畔散策）
- 日本海の玄関口（クルーズ客船、青の洞窟）

## 【守り抜かれてきた遺産と繁栄の歴史、地域文化、食と酒】

- 小樽運河、歴史的建造物、旧国鉄手宮線、銀行建築群、鯉御殿
- 「北前船」「炭鉄港」日本遺産、「北海道の心臓」日本遺産候補地域
- おたる潮まつり、小樽雪あかりの路、神社祭
- 寿司、海鮮丼、若鳥の半身揚げ、あんかけ焼きそば、ぱんじゅう、ワイン

## 【食の宝庫・後志の魅力を発信できるロケーション】

- 余市町（ウイスキー、ワイナリー）、仁木町（果物狩り）、積丹町（うに）など

## 【冬の魅力】

- 冬の魅力として特筆すべき雪が彩る歴史的な街並み
- 小樽雪あかりの路（運河水面にゆらめく灯り、自然と灯りが織りなす異空間）
- 小樽ゆき物語（青の運河、ワイングラスタワー、ガラスアートギャラリー）

9.地域ビジョン・コンセプト

【地域ビジョン】

**繁栄の歴史・文化が詰まった小樽運河・倉庫群、  
唯一の温泉郷「朝里川温泉」で溢れる自然の体験で  
「自らが物語の主人公になれる観光都市」へ**

- 1 小樽運河や倉庫群、小樽繁栄の多様な歴史・文化、唯一の温泉郷「朝里川温泉」で溢れる自然を「**五感**」と「**体験**」を通して感動することができる**自らが主人公になれる観光都市**になっている。
- 2 訪れる人が、**運河保存運動の歴史や文学（伊藤整、石原慎太郎など）に触れる**ことで、**新たな自分自身の物語を生み出す**という、特別な体験をすることができる。
- 3 訪れる人が、**小樽運河、歴史的建造物を活用したカフェや美術館、ガラス・オルゴール**に加え、ワーケーションやスポーツ滞在、リバーウォークなどの**ネイチャーアクティビティ**などを楽しめる。
- 4 **北海道・小樽の食（寿司・スイーツ）を求める**海外のFIT（中国、韓国、香港、台湾 など）をはじめ、**国内外から多くの観光客**が訪れ、賑わっている。

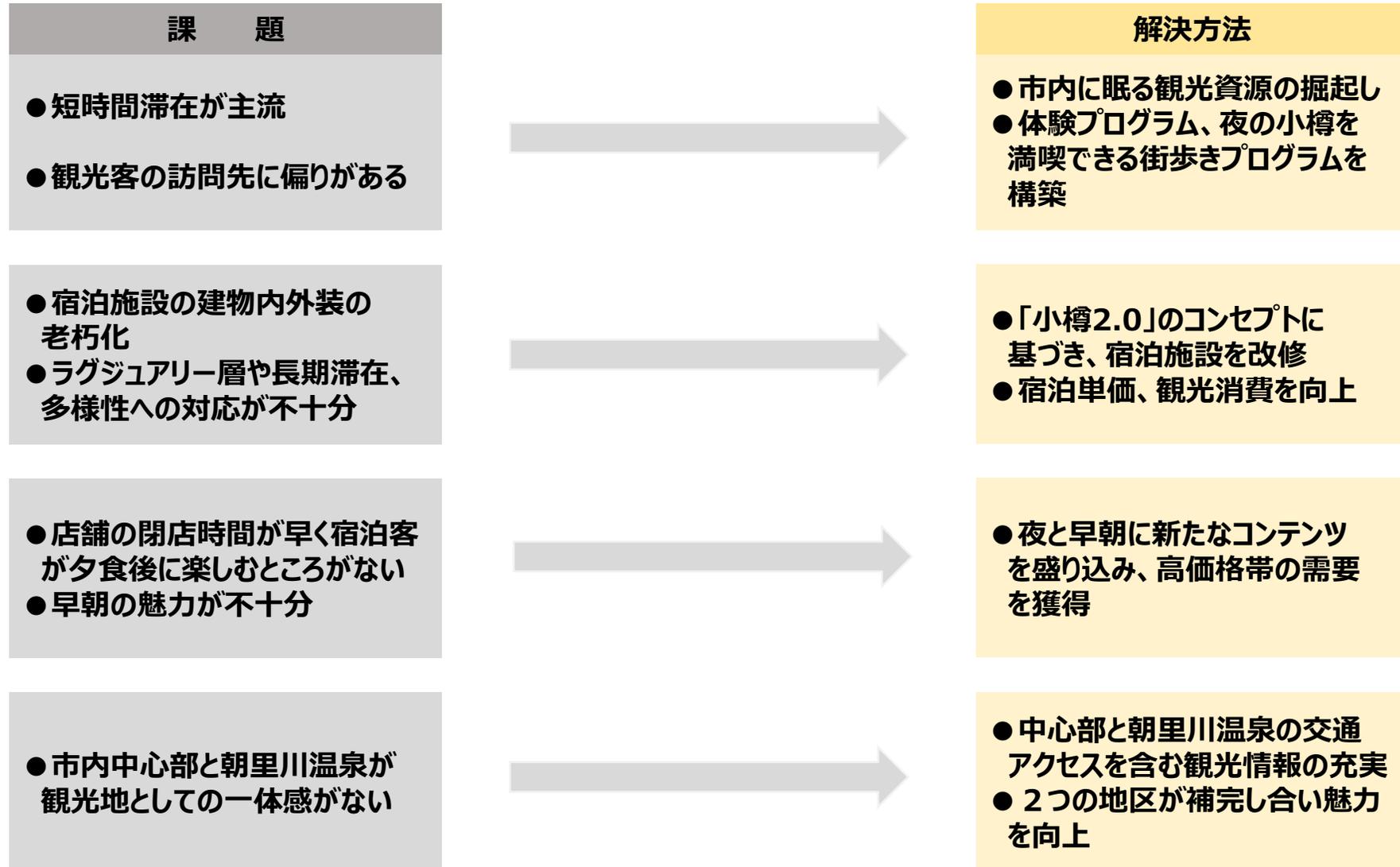
【コンセプト】

**「小樽2.0」～「2」をテーマに、小樽観光をバージョンアップ**

中心部エリアと朝里川温泉エリアが観光地としての一体感に課題があった「小樽1.0」両エリアが補完し合い面的な魅力を向上することで回遊性が生まれる小樽観光エリアとして“2つ”を満喫できる「小樽2.0」へバージョンアップ



10.ビジョン達成までの課題と解決方針



11.地域計画の具体的施策

【施策の全体像】

✓ 歴史・文化・自然を「五感」と「体験」を通して感動できる宿泊施設・観光施設の拡充

✓ 持続可能な観光地経営（多様な旅行ニーズに対応した施設改修）

【具体的施策】

外観改修  
廃屋撤去

- 運河周辺の景観形成に配慮した外壁改修
- 自然環境と調和した外壁改修、廃屋撤去

高付加  
価値化

- エグゼクティブフロア新設
- 愛犬同宿客室など多様な旅行形態への対応
- 遊休エリアをウェルネス施設に改修
- 宿泊施設併設のブックラウンジ、女性ドミトリーの整備
- コワーキングスペースの確保
- バリアフリー化、空き店舗群をアートを通して地域活性化

持 続  
可 能 性

- 食べ歩き用の飲食提供事業者等と連携したイートインスペースによる地域の賑わい創出、女性も安心して花園周遊・宿泊できる体制づくり
- 地域で活用できるコンベンション・イベントセンターへの改修
- 地域独自の観光資源を活用した地域の稼げる看板商品創出事業との連動

各事業者が高付加価値化によって収益拡大を実現し、賃金・待遇改善や雇用創出に繋げ、地域全体として持続可能性を追求する



エグゼクティブフロア新設



まだ見ぬ出会いで小樽を動かす。



飲食提供事業者等との連携による賑わい創出



宿泊施設併設のブックラウンジ

まだ見ぬ出会いで小樽を動かす。  
“遊ぶ” “泊まる” “暮らす” “生み出す”  
異なる目的で訪れた多様な人々が一つ屋根の下に居合わせる。  
そこに“自然な交流”が生まれることで、新しい価値観に出会ったり、何かのきっかけを見つけるかもしれない。  
そんなまだ見ぬ出会いが自然に生まれていくこの場所から、訪れる方を、小樽をちょっぴり今日よりも面白い方へ動かすお手伝いを。



アートという表現を通して地域活性化  
(裏小樽モンパルナス)

12.地域活性化に向けたこれまでの取組み

取組名	参加者	取組内容	工夫した点	取組を通じて明らかとなった課題	今後目指す姿
1 登録DMOに向けた取組 (候補DMO)	(一社)小樽観光協会が母体となり、行政、宿泊業者、観光施設事業者、交通事業者、文化団体、大学・シンクタンク、農林水産業、商工業やボランティアガイド等の地域関係者が参加	<ul style="list-style-type: none"> <li>新たな小樽観光の推進体制として、官民が連携し、登録DMOの設立を目指す。</li> <li>令和3年3月に、候補DMOに登録</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「第1ターゲット層：20～40代国内女性」</li> <li>「第2ターゲット層：中国、台湾、韓国、香港、タイ、マレーシア、シンガポールのF I T・リピーター層」</li> <li>「第3ターゲット層：ステイ型滞在者（主に欧米・オセアニアや国内ワーケーション、クアオルトなど）」と3つのターゲットに分け、それぞれのターゲットに対して戦略的な取組方針を策定した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>安定的な財源確保が課題。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光客と市民とが、数あるホンモノの魅力を味わい、交流を通じてふれあう成熟した観光都市を目指す</li> </ul>
2 日本遺産認定に向けた取組 (シリアル型日本遺産認定・地域型日本遺産候補認定)	小樽市日本遺産推進協議会	<ul style="list-style-type: none"> <li>平成30年にシリアル型日本遺産「北前船」に本市が追加認定</li> <li>令和元年にシリアル型日本遺産「炭鉄港」が認定</li> <li>「北海道の『心臓』と呼ばれたまち・～『民の力』で創られ蘇った北の商都」というテーマで、地域型日本遺産認定に向けた取組を推進している。</li> <li>令和3年7月に候補地域の認定を受け、令和6年度の本認定に向けた事業を実施。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本遺産をテーマとした商品開発を担うプロデューサーを養成した。</li> <li>日本遺産インタプリターを養成し、地域の魅力をより鮮明に伝える人材を育成した。</li> <li>わかりやすい解説を行うための調査研究を実施。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本遺産（候補地域含む）の普及啓発や知名度向上が課題</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本遺産のストーリーを活用して、本市の強みである歴史・文化を活かしたまちづくりによる地域活性化を進めたい。</li> </ul>



候補DMOでは、地域部会とマーケティング部会を設置。観光地域づくり法人形成確立計画を着実に推進



令和3年3月31日付けで候補DMOに登録された一般社団法人小樽観光協会のロゴマーク



国指定重要文化財の旧手宮鉄道施設は日本遺産「炭鉄港」の構成文化財



幌内鉄道の蒸気機関車の内、義経号、弁慶号、しづか号は、京都、さいたま、小樽で保存・展示

12.地域活性化に向けたこれまでの取組み

取組名	参加者	取組内容	工夫した点	取組を通じて明らかとなった課題	今後目指す姿
3 「小樽雪あかりの路」開催による冬の夜の魅力づくり	小樽雪あかりの路実行委員会	<ul style="list-style-type: none"> <li>小樽には、かつて明治初期から栄えた歴史から、歴史的な街並みが残っている。</li> <li>しかし、冬場に観光客が少なく、また、宿泊客が少ないことから、地域への経済効果が十分に得られていないことが課題だった。</li> <li>そこで、毎年2月、夜の小樽の歴史的な街並みを舞台に「雪」と「ろうそくのあかり」のみで演出するイベント『小樽雪あかりの路』を開催し、冬の夜の魅力を創出した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>あえて「手づくり」にこだわり、手間をかけることで、人々とのふれあいが生まれるイベントとした。</li> <li>多くの海外ボランティアが参加する仕組みを構築したことで、国際交流の機会を創出した。</li> <li>イベントに使う「ろうそく」や「浮き球」などを「小樽産」にこだわった。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ボランティアの高齢化</li> <li>コロナ禍で海外ボランティアが参加できなくなったことによる、人手不足</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>冬の夜の魅力を提供し続けていくことで、地域活性化に結び付けていく。</li> <li>メイン会場だけでなく、市民と一体となって、まち全体にあかりを広げたい。</li> </ul>
4 ボランティア団体による観光案内	小樽おもてなしボランティアの会、小樽観光ガイドクラブ、おたる案内人ボランティアガイドの会	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光客に地域の魅力を伝える役割として、ボランティアガイド団体を組織</li> <li>現在3団体が活動し、着地型で楽しむことができるガイドツアーなどを提供している。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>着地型のガイドツアーを提供することで、小樽滞在中の魅力を創出した。</li> <li>ガイドだけでなく、「小樽雪あかりの路」などのボランティア活動を行うなど、まちづくり活動を行った。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>会員の高齢化によるスタッフの確保</li> <li>人材育成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>着地型ガイドツアーにより観光客に魅力を提供することで、滞在時間の延長や宿泊客の増加に繋げたい。</li> </ul>



地域の人たちがつくるイベント。小樽運河、手宮線跡地、朝里川など市内各地が会場となる。



小樽あかりの路では、多くのボランティアスタッフが参加。多くの観光客をおもてなし。



小樽では、小樽おもてなしボランティアの会、小樽観光ガイドクラブ、おたる案内人ボランティアガイドの会が活動。

例年、7月、8月には、『小樽ライトアップ散策ガイドツアー』が開催され、ボランティアスタッフが観光客と一緒に幻想的な夜の街を散策しており、小樽観光の課題である夜の魅力向上に取り組んでいる。

12.地域活性化に向けたこれまでの取組み

取組名	参加者	取組内容	工夫した点	取組を通じて明らかとなった課題	今後目指す姿
5 「おたる案内人」制度の創設による観光ガイドの質の向上	小樽観光大学校	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光客に、小樽の持つ“真の魅力”に触れてもらうことを目的に、産学官により「小樽観光大学校」を設立。小樽観光の本質を捉えた人材育成を行う。</li> <li>「小樽の観光産業を支える人材の育成」と「市民レベルでのホスピタリティ意識（おもてなしの心）の醸成」を行う。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>検定制度では、おたる案内人「2級」「1級」「マイスター」の3階級を設けて、レベルアップを図った。</li> <li>「観光ガイド検定試験」の枠を超え、「ひとつづくり」「まちづくり」「地域を誇る文化の醸成」を組み込んだプログラムにより、小樽の歴史や文化などに対する幅広い知識を有した地域に誇りを抱く市民や産業人の育成を行った。</li> </ul>	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光客をおもてなしする職業に従事する「キャスト」と、地域の活性化を願う「サポーター」市民とで観光地小樽の活性化をしたい。</li> </ul>
6 「おタテ（小樽祝津産ホタテ）」のブランド化による地域活性化	小樽ホタテブランド化推進プロジェクト実行委員会	<ul style="list-style-type: none"> <li>小樽祝津産ホタテは、漁獲金額が市内1位にも関わらず、これまでブランド化されてこなかった。</li> <li>このホタテを「おタテ」とネーミングして、ブランド化に向けた様々な取組を実施。</li> <li>飲食店フェア（市内100店舗参加）の開催、オリジナルソングの制作、ロゴの制作等により、ブランド化を図った。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「おタテ」という親しみやすいネーミングにより、多くの人に知って・呼んでもらえるようにした。</li> <li>生産者にも参画してもらい、垣根を超えた域内連携をすることで、地域一体の取組とした。</li> </ul>	1年を通じた「おタテ」の安定供給 地域の漁業者などステークホルダーとの連携	<ul style="list-style-type: none"> <li>小樽訪問の動機付けとして、食の魅力をより具体的にアピールするための素材として位置付け「地元の食」としての観光資源で地域活性化につなげる。</li> </ul>



小樽観光大学校では、おたる案内人検定（マイスター、1級・2級）を実施。また、おたる案内人ジュニア育成プログラムでは、小学校5～6年生を対象に総合学習授業でおもてなしや歴史などを学ぶ。

小樽はホタテの一大産地。小ぶりだが貝柱の弾力が強く他の産地にはない独特の食感と旨みがある。これまで稚貝出荷が中心だったが成員も安定供給でき、「おタテ」として新たなブランドに成長。

12.地域活性化に向けたこれまでの取組み

取組名	参加者	取組内容	工夫した点	取組を通じて明らかとなった課題	今後目指す姿
7 鉄道遺産を活用した「レールカーニバル」の取組	NPO法人北海道鉄道文化保存会	<ul style="list-style-type: none"> <li>北海道最初の鉄道として明治13年に敷かれた「手宮線」を活用して賑わいを創出。</li> <li>かつて列車が走っていたレールにトロッコを走らせ乗車してもらうことで、市民や観光客に、地域の貴重な鉄道遺産に親んでもらうイベントを開催。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>歴史的な遺産を会場とすることで、「保存」だけでなく「活用」により、新しい価値を創出した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>実施に多くのスタッフが必要となるため、ボランティアスタッフの確保が課題。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>歴史的な鉄道遺産の活用による賑わいを創出することで、地域活性化に繋げたい。</li> </ul>
8 旧手宮線のインスタレーションによる夜の魅力づくり	小樽青年会議所	<ul style="list-style-type: none"> <li>北海道最初の鉄道として明治13年に敷かれた「手宮線」を活用して夜の魅力創出をした。</li> <li>線路の枕木を鍵盤に見立てて、踏むと光って音が鳴る仕掛けにより、光と音の幻想的な空間を演出した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>歴史的な遺産を会場とすることで、「保存」だけでなく「活用」により、新しい価値を創出した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>実施に費用がかかり、継続するための財源が課題</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>夜の魅力創出により、宿泊客の増加や地域活性化に繋げたい。</li> </ul>
9 自然観光資源の整備・活用による新たな観光コンテンツの創出	小樽市、(一社)小樽観光協会、小樽天狗山スキー場等管理運営協議会	<ul style="list-style-type: none"> <li>小樽は、自然豊かな観光資源を有しており、屋外で密にならずに楽しむことができる素材がある。</li> <li>しかし、積極的な活用がされず観光資源として訴求力が低い状態となっていた。</li> <li>施設整備を行うとともに、魅力の発信を行うことで“選ばれるコンテンツ”を創出した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SNSで拡散してもらうことを念頭に、SNS映えるフォトスポットの設置を行い、話題性を作った。</li> <li>制作動画をダウンロードフリー・利活用フリーとすることで、多くの人に見て・活用してもらうようにした。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>本市の自然は、「アドベンチャーツーリズム」として十分に魅力があるものと考えますが、その魅力を伝えるガイドの育成や観光コンテンツとしてのメニュー化が課題。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>自然観光資源の魅力づくりにより、歴史的な街並みだけではない、新たなコンテンツを創出し、観光客の長期滞在に繋げるとともに、ATを好む富裕層への遡及による地域経済の活性化を図りたい。</li> </ul>



旧手宮線跡地を利用し、トロッコを走らせるイベント。子どもたちは楽しみながら小樽の歴史や文化を体験。幌内鉄道全線開通130年を記念し始めた



小樽観光の課題である夜の新たな魅力としてコロナ禍の令和3年度から開催。



小樽の自然観光資源を発信するため令和2年度に動画を作成。YOUTUBEで発信している。

12.地域活性化に向けたこれまでの取組み

取組名	参加者	取組内容	工夫した点	取組を通じて明らかとなった課題	今後目指す姿
10 クアオルト型健康保養地を目指す、朝里川温泉「元気力アップ」プロジェクト	朝里川温泉組合	<ul style="list-style-type: none"> <li>朝里川温泉では、温泉地としての環境を活かし、温泉利用による免疫力向上、ストレス緩和効果を高めるための独自の観光プログラム、観光商品の開発を目指している。</li> <li>健康回復プログラム、自然食メニュー、トレイルコースなど健康をテーマとした各種商品開発や温泉地環境の整備を行い、モニターツアー等によりその効果を検証する実証事業を実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>朝里川温泉の泉質、周辺の自然環境、ホテル等のインフラを活用して温泉療養、健康増進をテーマとすることで、既存の観光資源の磨き上げと活用を行った。</li> <li>ターゲットを近隣都市住民、その他道内観光客、道外観光客の3つを想定し、それぞれの旅行スタイルにあわせたコンテンツ造成を行った。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業を継続していく財源の確保が課題</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>健康保養温泉地としての朝里川温泉のイメージアップを図ることで、誘客に繋げたい。</li> </ul>
11 小樽祝津地区ワーケーションプログラムによる新たな観光コンテンツの創出	特定非営利活動法人おたる祝津たなげ会	<ul style="list-style-type: none"> <li>小樽には、国立公園に指定された海岸を含む恵まれた自然と、鯉文化の遺産が多く残っている。</li> <li>この地域の特性を生かして、ワーケーション環境の実証実験を実施し、魅力を深める取組を行った。</li> <li>具体的には鯉番屋でワークし、国立公園の自然を満喫するプログラムの実証実験などを実施。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>歴史的な建造物でワークする環境を作ることで、特別な体験を提供した。</li> <li>国立公園のガイド付きツアーを行い、本市が有する自然の魅力を満喫できる内容とした。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ワーケーションのニーズとのマッチングが難しく受入態勢を常時準備することが困難。</li> <li>自然ガイドが事業として自走できるだけの需要が無く、事業化が難しい。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>本市が有する歴史的な建造物や自然景観を活かしたコンテンツを作って、活性化に結び付けたい。</li> </ul>



国立公園に指定された海岸を含む自然景観を楽しんだ後、鯉番屋では仕事に励む。小樽で多様な働き方を満喫。

1959（昭和34）年に市営朝里川温泉センターを開設し、その後、旅館やホテルが建ち並ぶ。現在は「ゆらぎの里」という愛称とともにリゾートエリアとして健康と療養の里クアオルト型温泉地を目指す

12.地域活性化に向けたこれまでの取組み

取組名	参加者	取組内容	工夫した点	取組を通じて明らかとなった課題	今後目指す姿
<p>12 「実践型地域雇用創造事業」 「地域雇用活性化推進事業」</p>	<p>小樽市、北海道後志総合振興局、小樽商工会議所、(一社)小樽観光協会、国立大学法人小樽商科大学、(一社)北海道中小企業家同友会しりべし・小樽支部</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>小樽市の基幹産業である観光関連産業と卸売・小売業や、食品関連産業を重点分野とし、「事業所の魅力向上・事業拡大の取組」、「人材育成の取組」、「就職促進の取組」の3つの事業に取り組む。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>基幹産業である観光関連産業と卸売・小売業や食品関連産業を重点分野とし、地域内関係団体との連携のもと、新たな販路開拓や情報発信手法、時代にあった販売手法、事業承継や創業者の育成、多様な人材確保等のセミナー、伴走型支援等に取り組んできた。</li> <li>特に、観光関連産業では、地域の観光資源を有効活用するノウハウを習得し、事業所の更なる魅力向上を図り、食関連産業への経済波及効果を目指した。</li> <li>また、これらを担う人材を各講習会で育成し、合同企業説明会においてマッチングさせることにより雇用の活性化を図った。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>若年層のうち特に20歳台が市外へ流出しており、労働力不足が顕著であり、子育て世代の女性や高齢者、外国人などの多様な人材を受け入れるための環境整備や企業の意識改革が必要である。</li> <li>観光都市として国際化への対応や観光と地場産業との連携による地域内経済循環を高める必要がある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>『観光の街小樽』にしごとをつくり安心して働けるようにする</li> </ul>

『観光の街小樽』の  
厚生労働省委託事業 地域雇用活性化推進事業

# 観光力向上セミナー

企業向け・創業希望者向けセミナーです。

<p>① 6月13日(月)</p> <p>サービスとしての (aaS) 観光経営論</p> <p>小樽商科大学 小樽観光協会 小樽市産業振興部(労務課)</p> <p>アントプレナーシップ専攻 内田 純一氏</p> <p>オンライン同時開催</p>	<p>② 6月14日(火)</p> <p>地域の歴史・観光資源 (日本遺産)について</p> <p>小樽商科大学 グローバル戦略推進センター 高野 宏成氏</p> <p>オンライン同時開催</p>
<p>③ 6月20日(月)</p> <p>小樽の魅力を オンタイムで発信しよう ~ここに暮らして 買っているから出来ること</p> <p>Uki design アートディレクター/デザイナー かつらう けいこ氏</p>	<p>④ 6月21日(火)</p> <p>地域特性を活かした 商品・店舗づくりの基礎</p> <p>Uki design アートディレクター/デザイナー 佐藤じんたん氏</p>

参加無料 定員30名(各回共通)

申込締切/開催3日前

会場 小樽経済センター4階 (福樽2丁目22-1)

時間 18:30~20:30 (各回共通)

主催 小樽地域雇用創造協議会 (事務局 小樽市産業振興部(労務課))

協賛 小樽市、北海道後志総合振興局、小樽商工会議所、(一社)小樽観光協会、国立大学法人小樽商科大学、(一社)北海道中小企業家同友会しりべし・小樽支部

申込方法 裏面の申込用紙に必要事項を記入のうえ、TEL、FAXまたはメールにてお申し込みください。

TEL 64-5780 FAX 64-5781 MAIL info@otaru-kyoyou.jp

観光関連産業における商品の効果的な販売方法やPR手法等を学ぶセミナーや人手不足解消に資する雇用促進セミナーを開催。

小樽市で就職・転職・創業を目指す人を応援!!

# 『観光の街小樽で働く』スキルアップ講座

参加無料 定員15名

<p>ビジネススキルを向上させる充実の10日間集中講座</p> <p>パソコン講座 パソコン検定3級程度のスキルを身につける</p>	<p>英会話講座 接客・販売、営業内ができる英会話力を身につける</p>	<p>おたる案内人講座 小樽の観光関連産業に役立つ基礎知識を習得する</p>	<p>観光関連産業に役立つ3つの講座をすべて習得</p>
--	--------------------------------------	--	------------------------------

6.13(Mon) start!

6/13(月)~24(金) 10:30~12:00・13:00~15:00

会場 ウイングベイ小樽5階4階 ホール・ワン研修室 小樽市高橋11-5 ※駐車場有り

申込締切 6/6 ※定員に達しない場合は、締切後も受付を行います

主催 小樽地域雇用創造協議会 (事務局 小樽市産業振興部(労務課))

協賛 小樽市、北海道後志総合振興局、小樽商工会議所、(一社)小樽観光協会、国立大学法人小樽商科大学、(一社)北海道中小企業家同友会しりべし・小樽支部

申込方法 裏面の申込用紙に必要事項を記入のうえ、TEL、FAXまたはメールにてお申し込みください。

TEL 64-5780 FAX 64-5781 MAIL info@otaru-kyoyou.jp

観光関連産業で求められる知識や技能を習得し、企業から求められる人材へとスキルアップを図るための取組みを実施。

## 13. ターゲット・市場規模

## 【ターゲット】

- 「**歴史・文化や街並みに関心のある国内旅行者**」を中心に、歴史的な街並みや地域文化を楽しんでもらいます。
- 「**健康意識が高く、日常からの解放や休養・リラックスを求める国内旅行者**」を中心に、地域の自然・文化を、アクティビティを通じて体験してもらうことで、長期滞在し、地域ならではの食事や地場産品の購入、温泉などを楽しんでもらう。
- 「**街並み景観の鑑賞や御当地グルメなどの食体験に関心が高い中国、台湾、韓国、香港、タイ、マレーシア、シンガポールの個人旅行者・リピーター層**」に歴史的な街並みや食文化、アクティビティを体験してもらうとともに、高級感のある宿泊施設で長期滞在してもらう。
- 「**ウェルネスやアドベンチャーツーリズムに関心の高い欧米・オセアニア、国内ワーケーションなどステイ型滞在者**」に広めで高級感のある宿泊施設や心と体の健康と癒しをもたらす温泉を楽しんでもらい、長期滞在してもらう。

## 【市場規模】

- 中国、台湾、韓国、香港を中心とする**アジアからの訪日外国人観光客数**は全国で6倍（H23年度）10,172千人⇒（H30年度）61,512千人
- **ウェルネスの市場規模**について、国連世界観光機構（UNWTO）の報告では、**国際観光客到着数は世界全体で12億3,500万人**、世界全体のGDP総額の10%
- **アドベンチャーツーリズムの市場規模**について、ATTAによると、**国際的なアドベンチャートラベルの市場規模は約7.2兆円**、2012年以降、年率11.4%で成長。2016年の三極別の市場規模では欧州が約30兆円で最大、北米と南米が続く。

## 14. 目標及び収益計画

- 令和5年2月までに、**宿泊施設10件、観光施設5件の外観や内観を改修**し、地域一体となって、更なるブランド価値向上を目指す。
- 地域の歴史や文化、豊かな自然などにより、贅沢な滞在時間を過ごすことが可能となる宿泊施設とし、**2025年度までに、平均宿泊単価を引き上げる**。
- ラグジュアリー層やワーケーションなど長期滞在への対応、地域の歴史や文化を感じ贅沢な時間を過ごせる宿泊施設等を7件増やす、テイクアウトや夜の飲食サービス充実、花街での新たな飲食周遊の提供、地域の学生や住民との交流などを可能とする宿泊施設を3件増やす、訪れるたびに新たなサービスを提供する空間の創出や小樽の食文化を伝える観光施設を5件増やすなどの取組により、**日帰り客を宿泊客へ、滞在日数を1泊ではなく2～3泊へとステージを移行**する。これらを通じて、**2025年度までに、観光客一人当たり平均消費金額を（平成30年度）11,695円から17,500円（1.5倍）に引き上げる**。
- これらを通じて、まずは、コロナで落ち込んだ**観光客入込客数、宿泊客延数、年間観光総消費額を2025年度までにコロナ前（2018年度）の水準に引き上げる**。

➤ <b>観光入込客数</b>	<b>259万人 ⇒ 781万人</b>
➤ <b>宿泊客延数</b>	<b>39万人 ⇒ 95万人</b>
➤ <b>年間観光総消費額</b>	<b>283億円 ⇒ 898億円</b>

## 15. 実行上の課題・リスク等

### 【課題】

- 「人口減少・少子高齢化」や「労働条件等のミスマッチ」を背景に、幅広い分野で労働力不足が課題とされている。
- 小樽市内の雇用情勢（令和4年3月）における小樽管内の有効求人倍率は1.19倍。「電気工事、電気配線工は3.20倍」、「建設・土木作業員は1.95倍」、「給仕、接客サービス員は2.35倍」。
- 個別事業計画で予定している宿泊施設等の改修や運営に係る業種は、求人数が求職者数を上回る状況となっております、人材確保・労働力不足が懸念。

### 【リスク】

- 新型コロナウイルス感染症、ロシアによるウクライナ侵略などの影響により、世界規模で不確実性が高まり、価格高騰による民間消費や企業活動など実態経済に影響。北海道経済においても、原油、原料高への対応が重要課題。
- 建設業では、技術職の不足、原材料の値上がりに伴う原価率の上昇などが懸念。宿泊業では、新型コロナウイルス感染拡大やどうみん割の停止などにより新規予約も低調、予約が少ない平日を中心に休館を検討。
- 建設業や宿泊業では、人材確保、材料価格の上昇や材料の入手困難、新型コロナウイルス感染症が社会にもたらす影響が懸念。

## 16. 解決方法

### 【労働力不足】

- 「人口減少・少子高齢化」「働き方の変化」「雇用形態の変化」などが要因
- 各事業者は、個別事業計画に係るきめ細かな調整、地域内における事業者連携なども検討し、着実に事業実施可能な体制を構築する必要がある。
- 第2期小樽市総合戦略において、小樽の強みを活かした地場産業の進行、安定した雇用の確保、安心して子育てできる環境や地域の教育力の向上、生活利便性の確保などの施策を推進。

### 【材料価格の上昇や材料の入手困難】

- 感染症の影響を受けた業種やそこで働く方々など、国民生活や経済への影響は依然として続く中、ロシアによるウクライナ侵略などの影響により、不確実性が高まり、原材料価格の高騰や資材調達困難性がある。
- 各事業者は、これらの不確実性を考慮し、個別事業計画の施行時期や見積もりの積算などを行う必要がある。
- 本市においても、原油等の価格が高い水準で推移し、物資の安定供給が滞り、今後、コロナ禍からの経済社会活動の回復の足取りが阻害される状況が懸念されることから、国の「原油価格・物価高騰等総合緊急対策」に基づき、市内事業者支援を実施。

### 【新型コロナウイルス感染症の影響】

- 国や北海道、市が実施する誘客促進の取組と併せて、保健行政上の指導等に基づく感染防止対策を着実に講じるなどにより、新型コロナウイルス感染症等の危機に対して強靱で持続可能な観光地経営、施設経営を実現。

17. 地域への裨益性・経済波及効果



【THE GREEN OTARU】  
テイクアウト設備及び憩いの  
スペース設置

小樽市内に眠っている観  
光資源を認識し、掘り起  
こし、磨き上げ、国内外  
に訴求。

小樽を実感できる魅力あ  
る体験プログラムや宿泊  
に繋がる夜の小樽を満喫  
できる街歩きプログラムを  
構築し提供。

小樽運河、歴史的建造物、鯉御殿、日本遺産（北  
前船、炭鉄港、北海道の心臓）、寿司、若鳥の半  
身揚げ、あんかけ焼そば、ガラス、オルゴール、小樽雪  
あかりの路 等



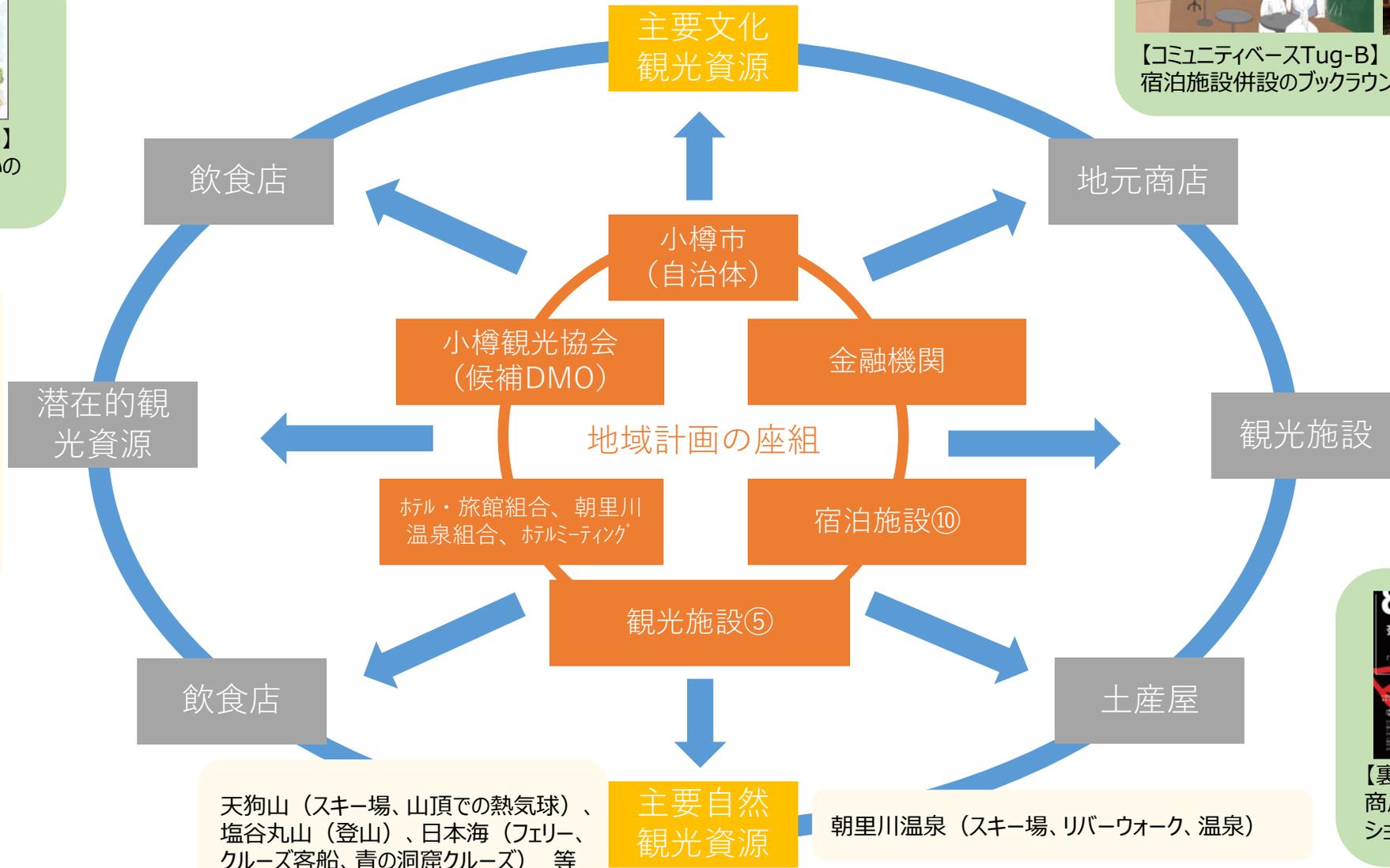
【コミュニティベースTug-B】  
宿泊施設併設のブックラウンジ、女性ドミトリーの整備等

富裕層や長期滞在者が  
市内の商店街や飲食店、  
お土産店などにおいて消  
費を拡大

- ① 富裕層による消費単  
価の増
- ② 長期滞在による消費  
機会の増

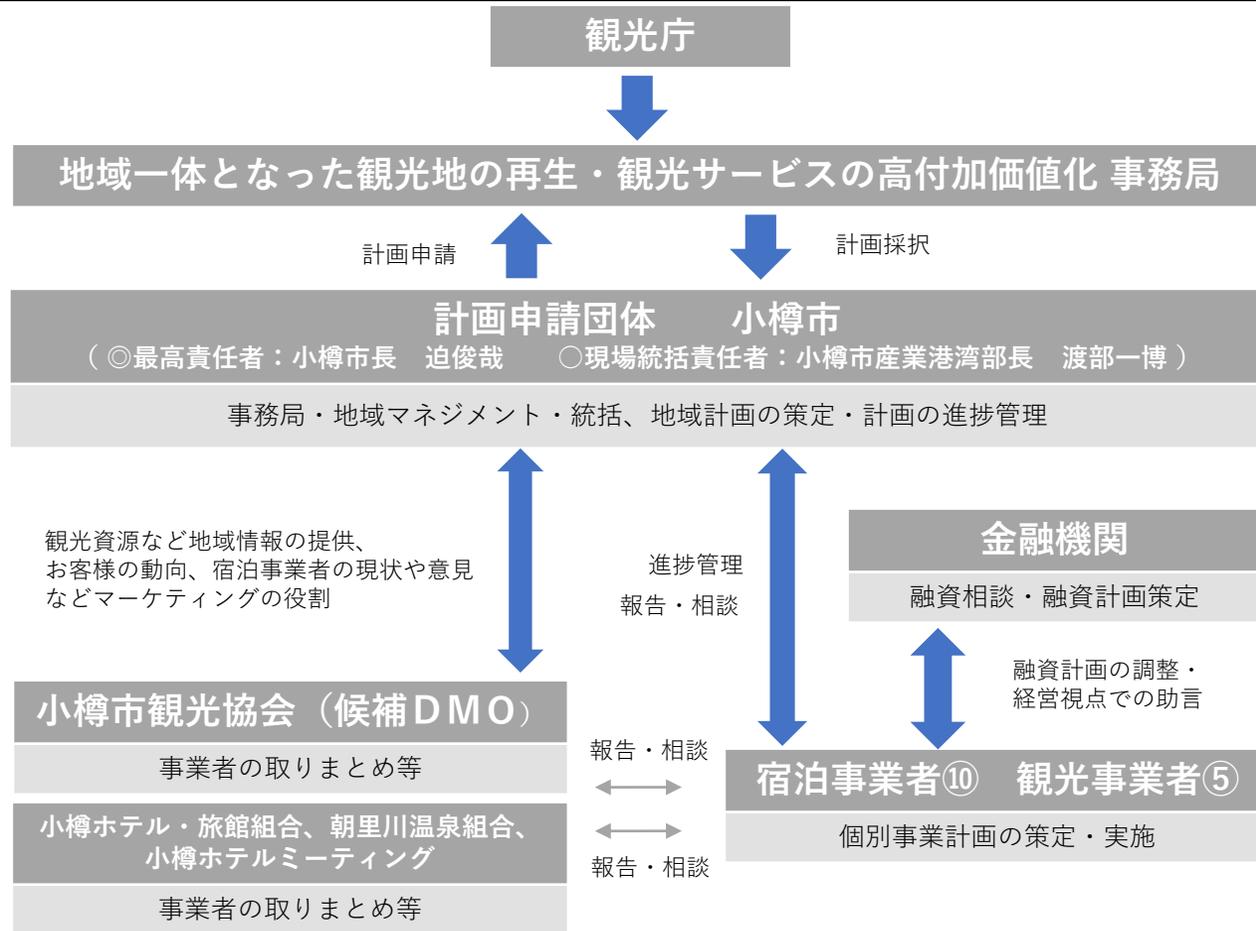


【裏小樽モンパルナス】  
商店街の空き店舗をアンテナ  
ショップや間借りカフェとして再生



19. 実施体制

参加者	役割
小樽市	協議会の事務局、伴走支援チームとの窓口 地域の面的な再生に向けて、地域計画の策定・計画の進捗管理
小樽観光協会 (候補DMO)	会員事業者の連絡調整、地域情報の発信、マーケティング調査の実施 地域の面的な再生に向けて地域計画策定および地域マネジメントを支援、実証実験の実施
宿泊事業者・観光事業者 (内訳は下記参照)	個別事業計画の策定・実施
金融機関 (融資に関わる 地元金融機関)	融資関係の助言、融資計画の策定
宿泊団体 (ホテル旅館組 合、朝里川温泉組合、ホ テルミーティング)	宿泊事業者との連絡調整 地域の面的な再生に向けて地域計画策定および地域マネジメントを支援



- |      |   |
|------|---|
| 宿泊施設 | ①オーセントホテル小樽 (オーセントホテルズ株式会社)、②小樽グリーンホテル (株式会社小樽グリーンホテル)、③運河の宿ふる川 (株式会社運河の宿ふる川)、④グランドパーク小樽 (株式会社パーク・オタルチッコウ・オペレーションズ)、⑤コージーイン (株式会社フタガワ)、⑥コミュニティベースTug-B (合同会社Portaru)、⑦アンワインドホテル (株式会社グローバルエージェンツ)、⑧小樽朝里クラッセホテル (株式会社アンビックス)、⑨貸別荘ウインケル (株式会社ウインケル)、⑩ロッヂガルミッシュ (玉川映一) |
| 観光施設 | ①ジーンズショップロッキ (平山三起子)、②なると (株式会社なると)、③朝里川温泉スキー場施設 (株式会社Sasson)、④湯の花朝里殿 (株式会社アースキュア)  |
| 実証実験 | 一般社団法人小樽観光協会 (候補DMO)  |