

第三次小樽市観光基本計画策定委員会(第1回)議事概要

1. 会議概要

- ・ 日時:2025年11月28日(金)10:00~11:00
- ・ 場所:小樽市保健所講堂
- ・ 目的:第三次小樽市観光基本計画の策定に向けた体制整備と、計画の位置づけ・進め方の共有

2. 小樽市より

- ・ 現状認識:
 - 観光はコロナ前水準まで回復し、宿泊者数は過去最多。
 - 通過型観光から滞在型観光への転換期にある。
- ・ 環境変化:
 - クルーズ船寄港の心頭整備完了。
 - 市単独で3つの日本遺産認定、歴史的風致維持向上計画の認定。
 - 一方でオーバーツーリズムによる影響が顕在化。
- ・ 計画の重要性
 - R8年度からの宿泊税導入検討、DMO要件変更などの制度変化と連動。
 - 今後10年間の観光施策の指針となる計画。

3. 議事

第三次小樽市観光基本計画の位置づけと役割

① 計画とDMOの関係性

- ・ DMO登録要件の変更を踏まえ、
 - 基本計画:市としての「基本的方向性」を示す。
 - 個別・具体施策:DMOを中心とした「観光地経営戦略」に委ねる。
- ・ 第二次計画のように事業を細かく記載せず、裁量性・柔軟性を重視。

② 宿泊税に関する補足

- ・ 観光施策推進のための安定財源として宿泊税導入を検討中。

③ 主な質疑(要点)

- ・ DMO要件設定の背景
 - DMOは自治体補助金依存が強く、単年度主義により柔軟な運営が困難。
 - コロナ禍でその課題が顕在化。
 - より機動的に動ける体制構築を目的に要件が見直された。
- ・ 過去計画との関係
 - 第1次・第2次計画の検証は必ず実施。

。 実現できた点・できなかった点を整理し、継続の可否を議論。

・ 策定委員会のスケジュール

第2回:1月13日(火)13:30～

第3回:3月3日(火)14:00～

① 第2・3回目:

- ・ 市民ワークショップ結果
- ・ 観光関連事業者ヒアリング
- ・ 観光動向調査結果
を踏まえた議論。

② 第4回以降:

- ・ 目指すべき姿、施策の柱を決定。
- ・ 観光基本計画(素案)作成へ。

市民ワークショップ実施報告

1. 開催概要

実施目的:

観光振興に対する理解やマナー問題による市民生活への影響など、基本計画策定に向けた市民の意向を把握するために、実施する。また、ワークショップにおいて、「おたる案内人ボランティアガイド」と街を歩くことで、小樽市の取り組みや現状について市民にも観光に関する理解を深めてもらうことも狙いの一つである。

開催日時:2025年9月2日(火) 13:00~16:30

開催場所:市立小樽文学館・美術館研修室

申込者数:19名

参加者数:12名 + ガイド参加者5名(計4グループ)

実施スケジュール:下表のとおり

時間	内容
12:45~13:00	・ 受付開始
13:00~13:05	・ 開会挨拶(小樽市)
13:05~13:10	・ ワークショップの進め方の説明 ・ おたる案内人ボランティアガイド紹介
13:15~13:30	・ グループごとに自己紹介 ・ グループごとにガイドよりコース説明
13:30~14:40	・ まち歩き 出発
14:40~14:50	・ 帰着/休憩
14:50~15:20	・ ワークショップ①
15:20~15:50	・ ワークショップ②
15:50~16:15	・ 各グループより発表
16:15~16:25	・ 閉会挨拶
16:25~16:28	・ アンケート
16:28~16:30	・ 終了

2. 開催内容

(1) まち歩き

■実施概要

- ・ 13:30 から 14:40 の計 70 分にて実施した。
- ・ まち歩きのコースは、おたる案内人のガイドの方が実施されている「色内銀行街 1 時間コース」のルートにて実施した。
- ・ 計 4 グループであったため、1、2 グループは「色内銀行街 1 時間コース」のルートを右回りで実施し、3～4 グループは左回りで実施した。
- ・ 各グループに1名以上のおたる案内人のガイドの方が付き、お客様に通常案内している通りのご案内を行った。

■まち歩きコース

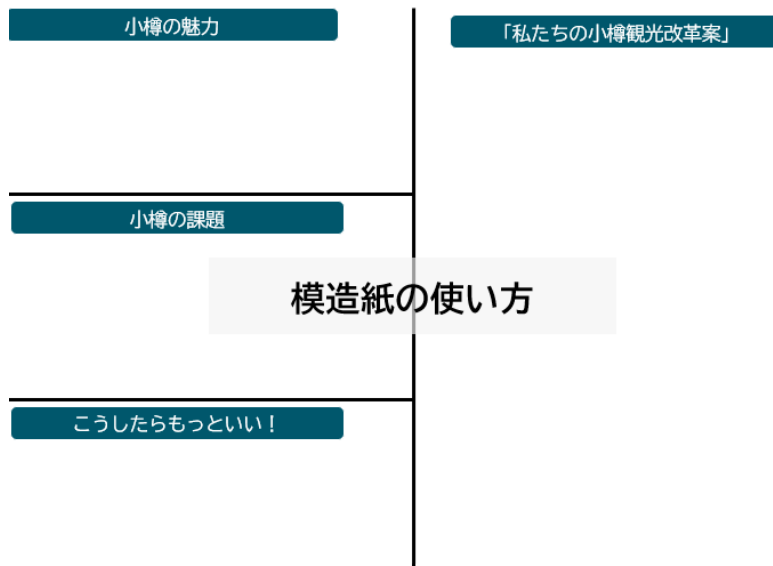
- ・ 下図の通り。「色内銀行街 1 時間コース」を散策した。



■ワークショップ実施概要

- ・ グループごとにワークショップ①、②を実施し、各グループより話合いの内容を発表いただいた。
- ・ ワークショップ①では、まち歩きで発見した「小樽の魅力」、まち歩きや普段の生活で気づいた「小樽の魅力」、「小樽の課題」、小樽は「もっとこうなったらもっといい！（提案）」について議論いただいた。
- ・ ワークショップ②では、ワークショップ①を踏まえた上で、「私たちの小樽観光改革案」～これからの小樽観光で取り組むべきことや実現したいこと～について議論いただいた。
- ・ グループワークは付箋を利用して、模造紙に各自の意見を貼り付けながらディスカッションを進めた。
- ・ 模造紙の使用方法是、下図のとおり。模造紙の左半分には、「小樽の魅力」、「小樽の課題」、「こうしたらもっといい！（提案）」という項目について、付箋を貼り付けていただき、右半分には、「私たちの小樽観光改革案」を記載いただいた。

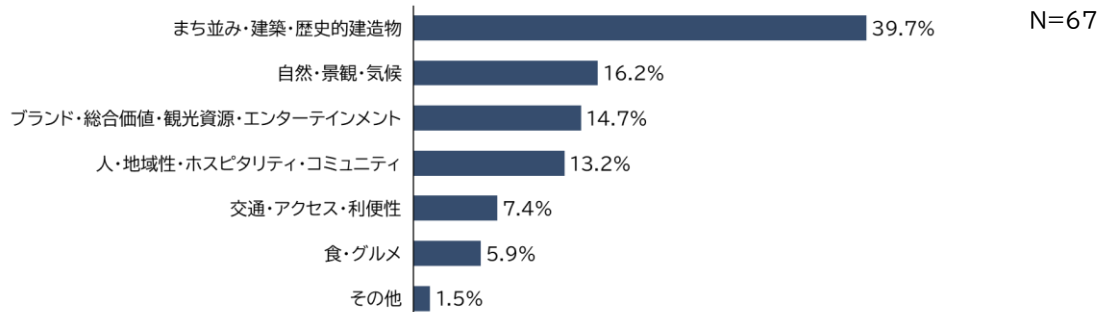
(模造紙の使い方)



3. ワークショップまとめ

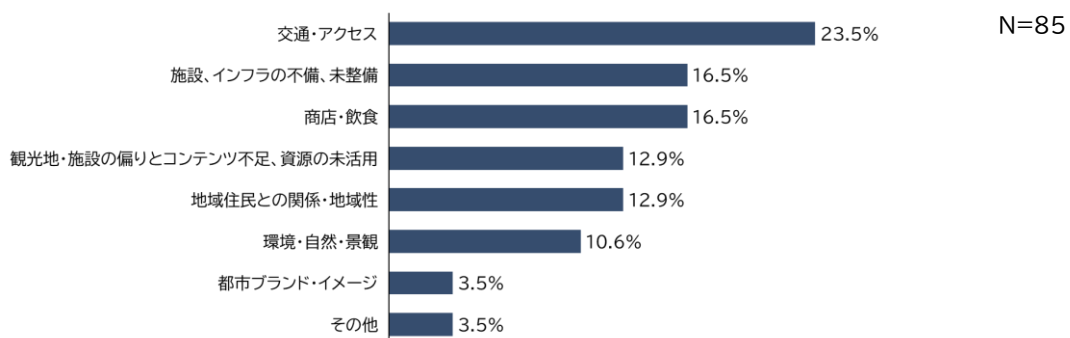
(1) ワークショップで出された意見のまとめ

《魅力》



- ・ 「まち並み・建築・歴史的建造物」については、色内などの旧銀行建築群や旧手宮線について多く言及されている他、古い建物を再生・利活用している取り組みや建物の内部構造の美しさ、まちの成り立ち自体が持つ歴史的価値を魅力として挙げられている。
- ・ 「自然・景観・気候」は、運河の風景や水辺、海に関することで、小樽の美しい夜景や涼しい気候を魅力と感じる意見があった。
- ・ 「ブランド・総合価値・観光資源・エンターテインメント」は小樽が持つ総合的な観光に関するポテンシャルの高さや「小樽」というネームバリューそのものが挙げられた。
- ・ 「人・地域性・ホスピタリティ・コミュニティ」では、小樽市民の地元愛や祭りやイベントなどの地域特性の魅力について評価されていた。
- ・ 「食・グルメ」は海鮮とスイーツが小樽の代表的な魅力として挙がっていた。
- ・ 「交通・アクセス・利便性」は観光エリアがコンパクトにまとまっていることが挙げられている。

《課題》

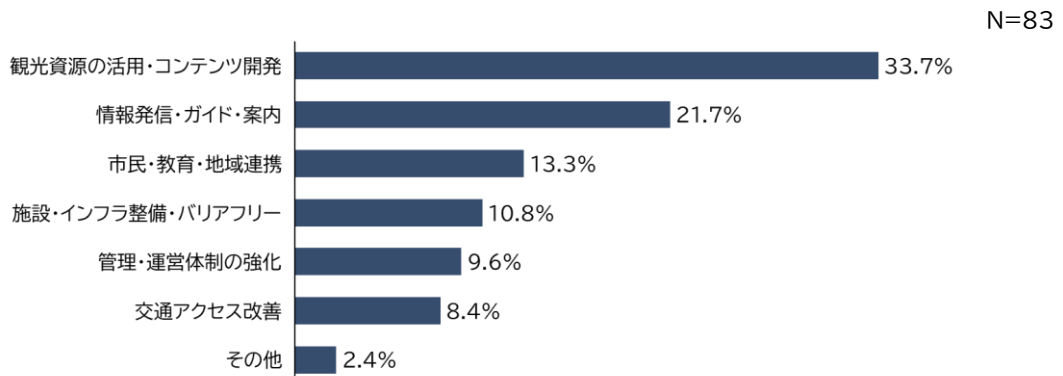


- ・ 「交通・アクセス」に関しては、札幌が近く宿泊需要がないことや、観光ポイントが離れているため広範囲での移動が困難であること、滞在時間の問題や、公共交通機関が不便で観光地が繋がられていないこと、また公共交通機関の不足といった声が上がった。また、観光客のレンタカーやバスのマナーの悪さ、駐車場料金の高さなども課題としてみられた。
- ・ 「施設、インフラの不備、未整備」は、休憩スペースの不足やトイレ、ゴミ箱の未整備といった声

の他、ネット環境の不備、カード決済への対応不足、空調設備の問題、足場の悪さなどが挙げられている。

- ・ 「商店・飲食」飲食店等の営業時間が短く、ナイトタイムに営業している店舗がないことが大きな課題として指摘された。また、商店街や通りの活気のなさも課題として挙げられた一方で、飲食店や商店、民泊の営業のあり方自体が課題という声もあった。
- ・ 「観光地・施設の偏りとコンテンツ不足、資源の未活用」では、観光客の一極集中、観光施設の不足、歴史的建造物の未活用が主な課題として挙げられた。
- ・ 「地域住民との関係・地域性」においては、市民の観光への関心や関与の低さや地元住民に迷惑をかける観光客の存在が問題となった。
- ・ 「環境・自然・景観」は細かい意見が多く、雪道の問題、ライトアップ時間の課題、ドラッグストア出店による景観への影響などであった。
- ・ 「都市ブランド・イメージ」については、「小樽」というネームバリューに対して期待値が低いことや、「当たり前にある観光地」になってしまっているといった意見である。

《提案》



- ・ 「観光資源の活用・コンテンツ開発」に関しては、運河周辺の開発、新たな観光ハード施設の創設、歴史的建物の復元・活用、写真スポットや観光スポットの創設といったハード面に関する事およびスタンプラリーやビアガーデンフェア、自転車で巡る運河ツアーといったイベントや催し、ツアーの造成などのソフト面に関するアイデアが多く挙げられていた。
- ・ 「情報発信・ガイド・案内」は、小樽の歴史やアクセス情報、店舗紹介など小樽の魅力の多様な情報の発信が挙げられた。発信方法として、案内板やマップの活用、ボランティアガイドなど人による案内の他、まち歩きアプリの開発やインターネットでの情報提供といったデジタルを活用した発信方法についても言及されていた。
- ・ 「市民・教育・地域連携」は、市民を巻き込むこと、地域内外との連携について言及する意見があり、具体的には小樽商科大学や商店街、余市・二木町・積丹町・北後志など地域連携も挙げられた。
- ・ 「施設・インフラ整備・バリアフリー」は多様な意見が挙がり、荷物を預けるスペースの確保、休憩場所・施設の確保、道路整備の他、住宅整備といった意見もあった。
- ・ 「管理・運営体制の強化」も同様に様々な意見が挙がり、職員による見回りや整備、サービスの

拡充や規制、景観への配慮などの他、「観光客心得」といった新たな体制・仕組みについてのアイデアが挙がった。

- ・ 「交通アクセス改善」は、北運河へのアクセス向上や堺町以外のアクセスポイントを繋げることなど、二次交通の課題に対し、周遊バスやシェア電気自動車、スクーターといったアイデアが提案された。

(2) ワークショップで出た意見の分析

《総合分析》

市民ワークショップの結果から、小樽の魅力は「歴史的建造物やまち並み」、「自然景観」、そして「小樽」というブランド価値に強く支えられていることが明らかとなった。

一方で、課題としては「観光資源の未活用」と「コンテンツ不足」、「施設・インフラの脆弱さ」、および「市民と観光の関係性」に関する懸念が目立つ。

提案においては、「観光資源の活用・コンテンツ開発」、「情報発信の強化」、「市民・地域連携」が特に多く挙げられており、既存の強みをどう深化させ、市民や地域を巻き込みながら持続可能な観光都市像を築くかが重要である。

《主要課題と方向性》

1. 観光資源の偏在と活用不足

- ✓ 歴史的建造物や旧手宮線などのポテンシャルが十分に活かされていない。
- ✓ 観光が運河・堺町通り周辺に一極集中しており、滞在時間や回遊性が限定されている。

2. 施設・インフラ・環境整備の遅れ

- ✓ トイレや休憩所、Wi-Fi、キャッシュレス対応などの基本インフラ不足が観光体験を損ねている。
- ✓ 雪道対策や景観配慮、夜間営業の不足など、観光地としての利便性・快適性に課題。

3. 交通アクセスと滞在型観光の不足

- ✓ 札幌からの近さが宿泊需要を阻害。
- ✓ 公共交通機関や二次交通の不便さにより、広域的な観光が制限されている。

4. 市民との関係性・地域連携の不足

- ✓ 観光への市民参加や理解が十分でなく、生活と観光の調和が課題。
- ✓ 近隣市町村との広域連携も弱く、魅力を面的に展開できていない。

《市民ワークショップによる観光基本計画への示唆》

1. 観光資源の活用とコンテンツ開発

- 歴史的建造物の復元・再活用: 旧銀行建築群や旧手宮線を文化拠点や体験型施設として活用。
- 滞在型コンテンツの充実: ナイトプログラム(ライトアップ、夜市、音楽イベント)、四季を感じる体験(雪道散策、海辺アクティビティ)。
- 新たな回遊ルート創出: 堺町以外のエリア(色内、北運河、手宮エリアなど)を繋ぐ観光モデルコースの整備。

2. 情報発信・案内体制の強化

- 多言語対応のデジタルツール: アプリや Web での案内、マップ・AR 体験など。
- 人によるガイド体制: ボランティアガイドや学生参加による「まち歩きガイド」制度。
- ブランド強化: 「小樽＝歴史・海・街並み」の魅力を一貫したストーリーで発信。
- 観光客へのマナー啓発: 観光客に対して、「観光の心得」のようなマナー呼びかけ及び啓発を促す情報発信を行うことでレスポンスブルーツーリズムに繋げる。

3. 市民参加と地域連携

- 市民参加型イベント:市民が主体となる祭り・市民ガイド・マルシェを観光と接続。
- 教育機関との連携:小樽商科大学などと協働した観光研究・人材育成。
- 後志広域連携:余市・積丹などとの周遊ルート化で広域観光圏を形成。

4. 施設・インフラ整備

- 快適性・利便性の強化:休憩所、コインロッカー、公共トイレ、フリーWi-Fiの整備。
- バリアフリー化:高齢者・障害者も回遊しやすい道路・施設改修。
- 環境・景観配慮:看板・建物デザインのガイドライン策定、夜間景観の整備。

5. 交通アクセス改善

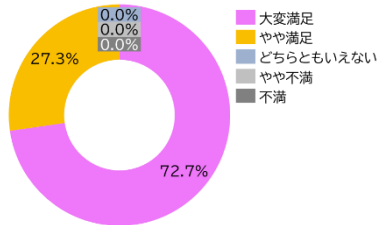
- 二次交通の整備:周遊バス、シェアモビリティ(電動自転車・電動スクーター・EVカーシェア)導入。
- 広域交通との連携:札幌・新千歳空港からの直通アクセス強化、宿泊と結びつけた交通パッケージ開発。
- 観光と生活の両立:駐車場整備や観光客マナー啓発による地域負担軽減。

4. 参加者アンケート結果

参加者に向けてアンケートを実施した。アンケート結果は以下の通り。(回答数 11)

1. 本日のワークショップ全体の満足度について教えてください。

- ・ 「大変満足」「やや満足」で 100%。

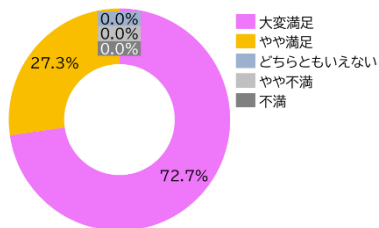


2. 上記の通り回答した理由を教えてください。

- ・ 「気づきがあった」という声とともに「難しかった」も。
- 和気あいあいとした雰囲気づくりが、うまかった。
- もう少し中身をつめたかった
- 改めて、課題の再発見をできました
- 短い時間でしたが、改めて気づきがありました
- 小樽の知らなかったことを多角的な面から知ることができた。
- 様々な意見、楽しかったです。
- むずかしかった。

3. 本日のまち歩き体験の満足度について教えてください。

- ・ 「大変満足」「やや満足」で 100%。

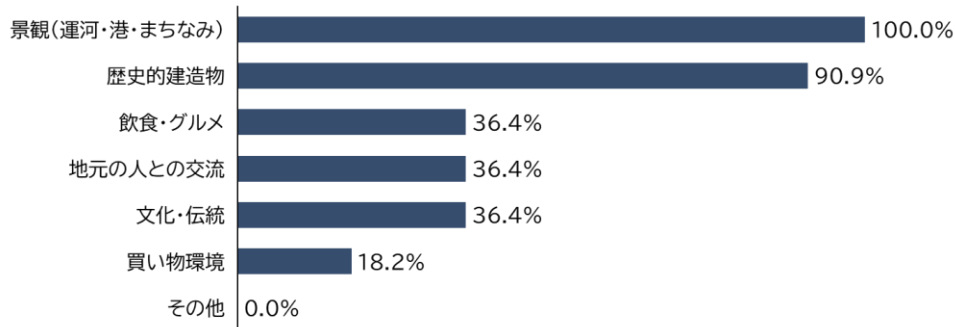


4. 上記の通り回答した理由を教えてください。

- ・ ガイドと歩いたことで新たな気づきを得られたよう。
- 魅力的なお話が素敵でした。
- 知らないことが意外とありました。
- 建物の内部の写真が良かった。
- 知らない体験があった。

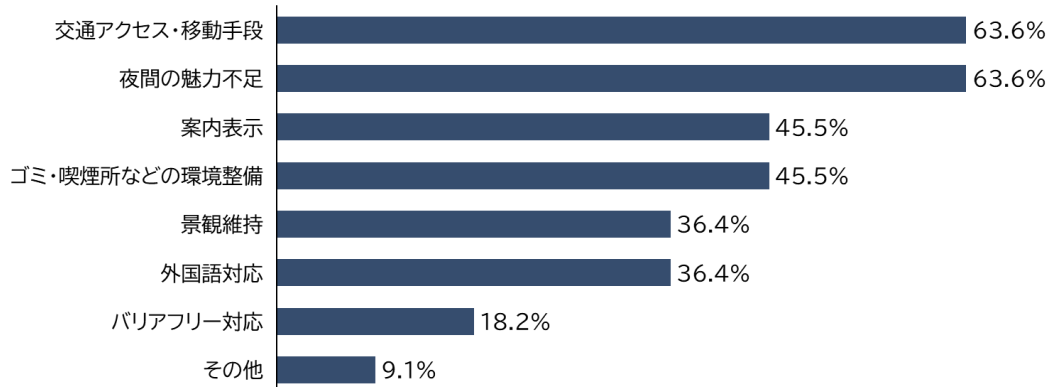
5. 本日のまち歩き、または普段「小樽らしい魅力」と感じた要素として、当てはまるものを全てお選びください。

- ・ 「景観(運河・港・まちなみ)」は全員が回答。次いで、「歴史的建造物」。



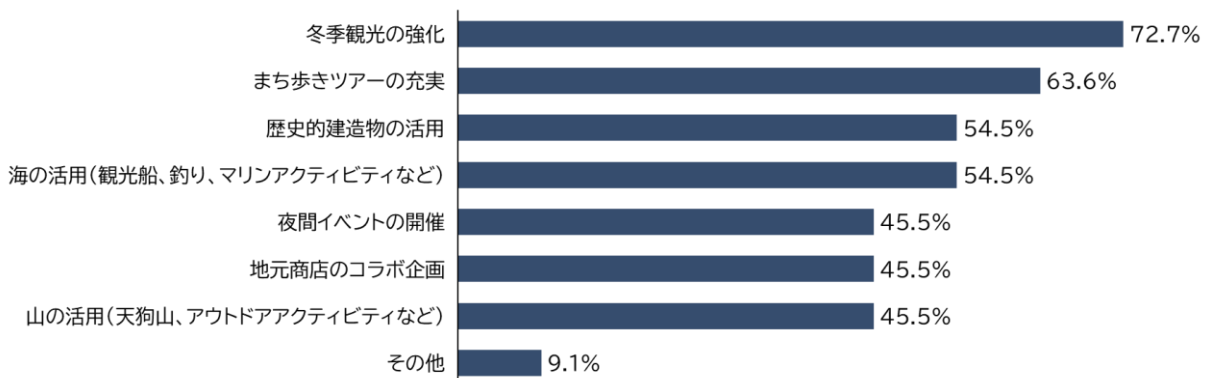
6. 本日のまち歩き、または普段「改善が必要」と感じた要素として、当てはまるものを全てお選びください。

- ・ 「交通アクセス・移動手段」、「夜間の魅力不足」が6割以上。



7. 小樽市に期待する、観光に関する施策について、全てお選びください。

- ・ 「冬季観光の強化」が7割以上。



8. 小樽の観光を持続・発展させるために必要だと思うことをご記入ください。

- ・ 「市民」というキーワードが多く出ている。

- 小樽市民の意識向上
- 市民の理解

- 将来を担う若い市民がどんなことでも良いが、小樽愛を伝えることができる取り組みを最も充実しないと小樽観光はまた廃れる
- 若い人財の育成、定着化
- 交通
- 市民の民意
- 駐車場、交通機関、飲食の充実を
- 文化遺産の価値を市民に知らせること

9. 市民と観光客が共に楽しめるまちにするために必要と思うことをご記入ください。

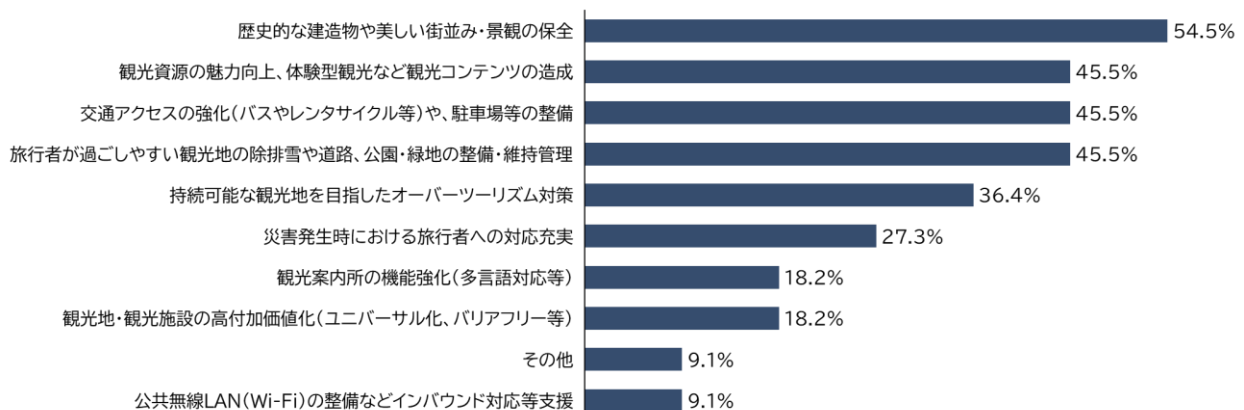
- ・ 「市民」がここでもキーワードとなっている。
 - 市民に向けた観光情報の精選
 - 気軽に歩けるコースメニュー(予算別、エリア別)
 - 相互理解
 - 市民との交流
 - むずかしい。

10. 本日の市民ワークショップについてご意見やご感想をご記入ください。

- ・ 季節を変えて開催を期待する声もある。
 - 厳寒期に開催してほしい
 - 身になりました
 - 市民ワークショップに次の世代を担う若い学生の意見や感想が欲しかった
 - 非常に有意義な会となりました。ありがとうございました。
 - 観光ガイドさんのお話が聞けて大変良かったです。道外から駆け付けた方たちが沢山いらっしゃって、小樽愛を更に感じて胸がいっぱいになりました。
 - 市 観光振興室、観光協会 職員が一日、午前、午後、定点観察で観光の流れ 見廻り。
 - 色々考えるチャンスをいただきありがとうございました。

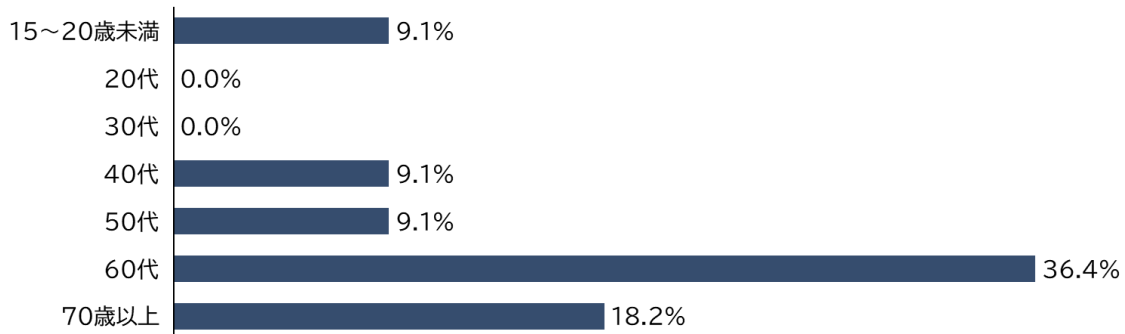
11. 小樽市では令和8年4月から宿泊税を導入して、宿泊者1人1泊につき200円を徴収する予定です。宿泊税を活用して実施すべきと考える施策について全てお選びください。

- ・ 最も多いのは、「歴史的な建造物や美しい街並み・景観の保全」で半数以上。



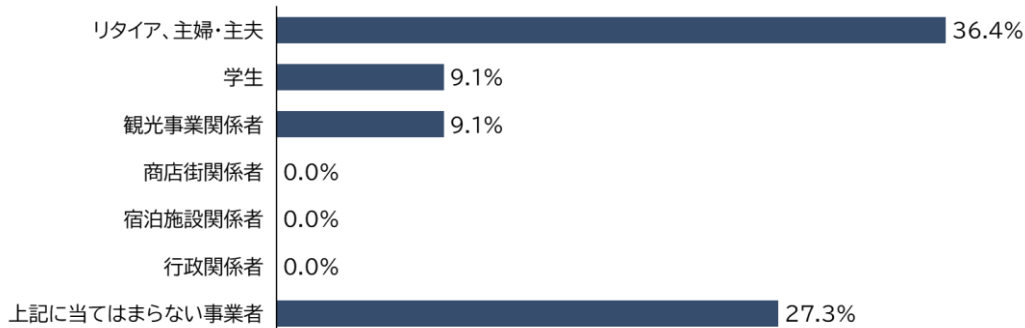
12. あなたの年齢について教えてください。

- ・ 60代以上が多く、子育て世代などが少ない。



13. あなたの職業や所属について教えてください。

- ・ 「リタイア、主婦・主夫」が最も多かった。



《アンケート考察》

● 強みの再確認

「景観×歴史」はほぼ全員が魅力と回答。これまでのワークショップで挙げた「まち並み・歴史資産」の評価とも整合し、小樽ブランドの核であることが裏付けられた。

● 体験設計の重点は「移動」と「夜」

「交通アクセス・移動」と「夜間の魅力不足」が同率最多。二次交通の改善(周遊・回遊性)と、ナイトタイム・プログラムの造成が、満足度の底上げと滞在時間の延伸に直結すると考えられている。

● 冬も強い＝通年化のカギ

最も支持の高い施策は「冬季観光の強化」。除排雪・歩行環境整備やライトアップ・夜間イベントといったハード×ソフトのパッケージ化が有効という示唆も得られた。

また、宿泊税の使途としても除排雪・交通・保全が上位で、投資の受容性が高いといえる。

● 歴史資産の「中身」を見せる

建物内部の価値やストーリーへの言及が散見。内部公開・期間限定開扉・ガイドツアーなど“インサイド体験”は満足度を押し上げ、夜間・冬季プログラムとも親和性が高い領域です。

今回の参加者は60代が中心で、若年層は少数であった。

今後、学生や若手事業者などから意見をもらうことで、ナイトタイムやデジタル施策に関する多様な意見を取り入れられる可能性が高い。

5. まとめ

今回の市民ワークショップを通じて、小樽市の観光に関する「強み」と「課題」が改めて浮き彫りとなった。市民からの意見では、歴史的建造物やまちなみ、運河や自然景観といった資産が小樽ブランドの核であることが強く確認された一方で、観光資源の一極集中、未活用施設、夜間や冬季の魅力不足、交通・インフラの脆弱さといった課題が顕在化した。

ワークショップでは、こうした課題に対し、歴史的建造物の復元・再活用や、ナイトタイム・冬季観光の充実、二次交通の整備、市民参加型イベントや広域連携の推進など、具体的かつ実現性の高い提案が数多く挙げられた。また、観光と市民生活の調和や、観光の経済的価値を市民に分かりやすく伝えることの重要性も指摘された。

提案においては、歴史資産を活かした新たなコンテンツ開発、デジタルを含めた情報発信、市民や周辺地域との連携、二次交通の改善が多数挙げられ、観光の持続可能性と市民生活の調和が求められている。改善策として、観光客に対しても「観光する上でのマナー」を呼びかける声や「マナーブックの作成」などもあり、今後の小樽における責任ある観光(レスポンシブルツーリズム)を進める上でも大きな示唆ともなった。

特に、アンケート結果からも

- ✓ 「交通アクセス・移動」
- ✓ 「夜間の魅力不足」
- ✓ 「冬季観光の強化」
- ✓ 「市民と観光客の調和」

が重点テーマであることが確認されており、宿泊税の活用を含めた戦略的な投資の方向性も明確になった。

今後の第三次観光基本計画の策定においては、

1. 小樽ブランドの核である「景観×歴史」を守り・魅せる
2. 回遊性・滞在性を高める「交通と夜間・冬季コンテンツ」の整備
3. 市民愛と地域連携を基盤とした「開かれた観光まちづくり」

この三点を柱とすることで、観光客にとっても、市民にとっても誇れる「持続可能な観光都市・小樽」の実現が期待されるという示唆が得られた。

小樽市事業者ヒアリング報告書

1. 実施概要

実施目的:

観光動向の把握や観光振興の方向性等に関する基礎情報を収集するため、市内事業者や各種団体等に対しヒアリング調査を実施した。

開催日時:2025年7月1日(火)~7月14日(月)

ヒアリング手法:ヒアリング対象施設の選定にあたっては、観光に関連する商工業、物産、観光推進、観光施設、交通機関、宿泊施設、観光ガイドの各ジャンルを網羅し小樽市と協議の上、決定した。

ヒアリング施設にはアポイントを取り、事前に質問内容をお送りし事務局でヒアリングを行い議事録の作成を行った。

ヒアリング対象施設:

ヒアリングを実施した団体および事業者は下記のとおり。

分類	団体・事業者
商工業・物産	小樽商工会議所
	小樽市商店街振興組合連合会
	小樽堺町通り商店街振興組合
	一般社団法人小樽物産協会
	小樽三角市場
観光施設	中央バス観光開発株式会社
	株式会社小樽水族館公社
	小樽市総合博物館運河館
交通機関	北海道中央バス株式会社 おもたい営業所
	北海道旅客鉄道株式会社 小樽駅
	(小樽ハイヤー協会、小樽ハイヤー協同組合、小樽個人タクシー協同組合にヒアリングを依頼したが、団体の都合により実施には至らなかった)
宿泊施設	朝里川温泉旅館組合(宏楽園)
	小樽ホテルミーティング(オーセントホテル)
	小樽ホテル旅館組合(越中屋)
観光ガイド	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の会
観光推進	一般社団法人小樽観光協会

2. 事業分類ごとのまとめ

1. 商工業・物産関連

【現状】

- 商工会議所会員数は 1,500 名程度だが、10 年前と比較して減少傾向。14 年前から人口減少対策として観光振興を開始し NPO 法人も立ち上げ
- 物産協会は 60 年の歴史を持ち、北海道物産展での「小樽」ブランド活用で売上急増(6 億→十数億円)
- 堺町商店街は 86 店舗が加盟、平均年齢 30 代と若い経営者が中心
- 三角市場は 40 名以上の組合員でインバウンドを中心に SNS などで人気を集めている

【観光客の満足点】

- 歴史的建造物群と街並み景観への高評価
- テーマパーク的な非日常感
- 物産展等での小樽産品への愛着形成
- 小樽の玄関口である駅前での「生きた市場」の存在

【課題】

- 夜間の店舗営業時間の短さ(飲食店・物販店とも早期閉店)
- 観光客向け価格設定による地元住民の利用離れ
- 駐車場不足と料金の高さ
- 商店街の顧客高齢化と品揃えのミスマッチ

【小樽の魅力・優位性】

- 港町特性を活かした港観光への展開可能性
- クルーズ船効果による商店街への波及効果
- 企業知名度より「小樽」地名ブランドの圧倒的優位性
- 歴史的建造物の現存価値と活用可能性
- 歴史的建造物群とは異なる昭和レトロな庶民文化の体現、市場空間の存在

2. 観光施設関連

【現状】

- 博物館:年間 12 万人来館、教育機関として地域の観光産業を支援
- 水族館:40 万人来館回復、冬季外国人比率 60%超
- 天狗山:冬季来訪が夏季を上回る、物販売上がコロナ前の 3 倍に成長

【観光客の満足点】

- 歴史学習後の街歩きによる理解深化
- ペンギン雪中散歩等の季節限定コンテンツ
- 絶景とクラフト商品の組み合わせ

【課題】

- 冬季交通アクセスの制約(バス減便懸念)

- 施設老朽化と改修資金の課題
- インフラ整備の限界(駐車場容量等)

【小樽の魅力・優位性】

- 海岸線 7 割が自然海岸という自然資源
- 駅から近く海・山両方にアクセス可能な立地
- 歴史・食・自然の複合的魅力

3. 交通機関関連

【現状】

- JR:1日1.3万人利用、定期券除く7割が観光利用
- バス:1日1.6万人利用、冬季インバウンド対応で増発実施
- 年間波動が少ない(10-15%程度)ことが特徴

【観光客の満足点】

- 鉄道による都市化歴史の体感可能性
- 公共交通の利便性(特に観光では鉄道比率高い)

【課題】

- 駅のバリアフリー対応不足
- 駅前交通結節点の整理不足
- 夕食時間帯の飲食店案内不足

【小樽の魅力・優位性】

- 建物・線路等の鉄道遺構の現存価値
- 札幌圏からのアクセス良好性

4. 宿泊施設関連

【現状】

- 平均稼働率 65%(中心地ホテル)、冬季外国人 7 割・日本人 3 割
- 宿泊数増加:82万人→124万人(2024年)
- 連泊率向上:1.18泊→1.21泊
- 民泊施設 120か所に増加

【観光客の満足点】

- 歴史ある街並みでのまち歩き体験
- 札幌とは異なるこじんまりとした魅力

【課題】

- ナイトライフ・夜間コンテンツの不足
- 地域全体への経済波及効果の限定性
- 冬季の歩行環境の危険性(転倒事故多発)
- 二次交通の不便さ(余市・ニセコ・積丹方面)

【小樽の魅力・優位性】

- 札幌の宿泊価格高騰による相対的優位性
- 広域観光のハブ機能としての可能性
- 歴史的建造物群の現存価値

5. 観光ガイド、観光協会関連

【現状】

- 観光協会:DMO 法人格取得、会員 370 事業者、おもてなし認証 29 施設
- 3つのボランティアガイド団体が活動(15-40名規模)
- 案内人検定合格者による能力担保システム

【観光客の満足点】

- 歴史的背景を含む専門的解説への高評価
- 英語ガイドでの五つ星評価 95%達成
- 地元生活が見える街歩き体験

【課題】

- 観光案内板の不足
- 時間帯偏在によるオーバーツーリズム
- 若年層の声の把握不足
- バリアフリー対応の遅れ

【小樽の魅力・優位性】

- 徒歩圏内での歴史的建造物群の集積
- 「だまっいても観光客が来る」知名度
- 景観と歩きやすさの両立

小樽市の観光関連事業者や団体の共通する小樽の優位性

1. 立地・アクセスの優位性

【コンパクトな観光エリア】

- 駅・港・商店街が徒歩圏内に集積
- 「手の届く範囲」で歴史を体感できる回遊性
- 海と山の両方にアクセス可能な地理的条件

【札幌圏からの近接性】

- 道央圏からの日帰り・宿泊両方に対応可能
- 新千歳空港からのアクセス良好
- 札幌の宿泊価格高騰による相対的優位性

2. 歴史・文化資源の豊富さ

【現存する歴史的建造物群】

- 明治～昭和の建築物が集積(150年～70年前の遺産)

- 日本銀行旧小樽支店、日本郵船小樽支店等の重要建築
- 「壊されずに残った」石造建築の希少価値

【3つの日本遺産】

- 荒波を超えた男たちの夢が紡いだ異空間～北前船寄港地・船主集落～+
- 本邦国策を北海道に観よ！～北の産業革命「炭鉄港」～
- 北海道の『心臓』と呼ばれたまち・小樽～「民の力」^{たみ}で創られ蘇った北の商都～

【鉄道遺産の価値】

- 旧手宮線跡地の保存・活用
- 総合博物館の転車台・除雪機等の展示
- 都市化の歴史を物語る交通インフラ

3. 景観・自然環境の魅力

【独特の街並み景観】

- 札幌とは異なる「こぢんまりとした」魅力
- 海と山が近い立地による変化に富んだ景観
- 堺町の「テーマパーク的」非日常感

【豊かな自然環境】

- 海岸線の7割が自然海岸
- 砂丘、岩礁、高山植物、野鳥等の多様な自然
- 朝里川等の清流環境旧手宮線跡地の保存・活用

4. ブランド力・知名度

【圧倒的な地名のブランド】

- 企業知名度を上回る「小樽」ブランドの威力
- 映画・ドラマのロケ地としての知名度
- 「小樽」表示の販売促進効果

【安定した観光需要】

- 大きなPRをしなくても観光客が来る状況
- 夏は日本人、冬季はアジア人と年間を通じた観光客の波動の少なさ(10-15%程度の差異)
- リピーター率の高さ

5. 食・物産の魅力

【海産物・農産物の豊富さ】

- 寿司、海鮮丼といった新鮮な海産物
- 小樽ならではの食文化と地場産品の多様性
- 市場などによる朝食需要への対応可能性

【スイーツ文化】

- ルタオ等の全国的知名度
- 小樽運河、ガラス工芸との組み合わせによる独自性

6. 小樽外からの交通・インフラの利便性

【公共交通の充実】

- JR・バスによる札幌圏との良好な接続
- 鉄道利用比率の高さ(新千歳空港から1本で来られる)
- 新幹線開業による将来的なポテンシャル

【港湾機能の向上】

- 観光メイン地域の徒歩圏内に14万トン級クルーズ船、船舶の入港対応な港湾整備

7. 観光インフラ・サービスの充実

【多様な宿泊施設】

- ホテルから旅館、民泊まで幅広い選択肢
- 朝里川温泉等の温泉資源
- 新規ホテル開業による受入容量拡大

【充実したガイド体制】

- 複数のボランティアガイド団体
- 案内人検定による能力担保システム
- 多言語対応の取組み

【インバウンド対応成功例を有する】

- 多言語メニュー・注意書きの整備、スマホ翻訳機能との併用による柔軟な対応
- 「義理堅い」リピーター外国人客の獲得

8. 産業基盤・まちづくり体制

【官民連携の推進体制】

- DMO機能を持つ観光協会
- 商工会議所・観光協会・市の連携体制
- 10年間のブランディング取組みの蓄積

【民間活力の活用】

- ルタオ、ニトリ等による歴史的建造物の活用事例
- 地域商店街の若手経営者の参画
- クラフト作家等との連携による商品開発

9. 季節性・通年観光の可能性

【冬季インバウンドの強み】

- 雪のない国からの観光客への訴求力

- ペンギン雪中散歩等の冬限定コンテンツ
- スキー場・温泉との組み合わせ

【通年観光の可能性】

- 観光地と山と海の自然の豊かさ
- 屋形船、観光船、運河クルーズなどの活用
- 市場の活用による早朝から昼にかけて地元民の日常体験

小樽市の観光関連事業者や団体の共通する重要課題

1. 夜間経済の脆弱性

- ✓ 全分野で指摘される夜間営業の不足
- ✓ 札幌との宿泊競争における不利要因
- ✓ 滞在時間延長・消費額向上の阻害要因

2. 人手不足と事業継承

- ✓ 観光関連事業者の深刻な人材不足
- ✓ 高齢化による事業継続の困難
- ✓ サービス品質維持の課題
- ✓ 商店街の活性化、賑わいの創出

3. インフラの脆弱性

- ✓ 駐車場不足と交通渋滞
- ✓ バリアフリー対応の遅れ
- ✓ 冬季の歩行環境整備
- ✓ 多様な宿泊施設と客室数の少なさ

4. 市民意識と観光誘致の乖離

- ✓ 「観光のまち」としての市民意識の低さ
- ✓ 観光客向け価格による地元利用離れ
- ✓ オーバーツーリズムへの懸念
- ✓ 民泊に対する警戒感

3. 観光関連事業者ヒアリングから得られた観光基本計画への示唆

1. 滞在型観光への転換

- ・ 日帰り客大多数から、宿泊客が約半数への転換
- ・ 宿泊客獲得に向けた夜間コンテンツの充実
- ・ 連泊促進のためのアクティビティ開発、強化

2. 広域観光ハブ機能の強化

- ・ 余市・積丹・ニセコとの連携強化
- ・ 二次交通の充実
- ・ 新幹線開業を見据えた受入体制整備

3. 北運河エリアの活用

- ・ 歴史的建造物群の面的整備
- ・ 第三倉庫等の保全・活用方針明確化
- ・ 運河クルーズの公共交通化検討

4. 日本遺産の活用強化

- ・ 3つの日本遺産の統合的プロモーション
- ・ 市民、観光客に対する日本自然遺産の認知度向上
- ・ 構成文化財の保全・活用計画

5. 宿泊税の戦略的活用

- ・ 観光専用財源として、受入れ先(住民)にも恩恵がる柔軟な運用
- ・ DMO機能強化への投資
- ・ インフラ整備(街灯・清掃・案内板等)

6. ユニバーサルツーリズム対応

- ・ 施設や道路などのバリアフリー化
- ・ 多言語対応の充実
- ・ 高齢者・障害者向けサービスの拡充

7. 人材育成・確保

- ・ ガイド人材の育成・確保
- ・ 外国語対応スタッフの養成
- ・ 学生などを活用した事業承継支援の強化

8. 市民との共生

- ・ 観光による経済効果の市民還元に関する見える化
- ・ 生活と観光の適切な棲み分け
- ・ 市民参加型イベントの充実による理解促進

9. オーバーツーリズム対策

- ・ 時間帯分散化の促進
- ・ 地域別の受入容量管理
- ・ 質の高い観光客の誘致

4. 観光関連事業者ヒアリングから求められる今後の検討課題

第三次小樽市観光基本計画の策定にあたり、観光関連事業者から求められる今後の検討課題としては以下が想定される。

- ◆ 宿泊税の導入による財源確保と投資優先順位の明確化
- ◆ 広域連携の具体的推進体制構築
- ◆ 市民理解促進のための施策設計、情報発信手段構築
- ◆ デジタル技術活用による効率化
- ◆ 気候変動・災害対応を含む危機管理体制
- ◆ 日本遺産のアピールと、海、山といった自然を活用したコンテンツ開発
- ◆ インバウンドの多様化や高齢者・障害者も観光しやすいバリアフリー化、ユニバーサルツーリズムの促進

来訪者調査

1. 調査概要

JTB パワーインデックス:

観光地単位でのイメージや満足度、訪問者と居住者の意識のギャップなどを明らかにすることで、自治体単位のデータだけではとらえきれない、それぞれの地域の魅力や課題をより深く探り、地域の活性化に役立てることを目的に実施されている(株)JTB のオリジナル調査である。

2. 調査概要

(1) 調査手法

- ・ インターネットによるアンケート調査

(2) 調査年

- ・ 2023年

(3) 調査対象者

- ・ 全国に居住する 15 歳～ 79 歳の男女
- ・ 240 地域のうち、少なくとも1つ以上、観光に関し、ある程度のイメージを持っている人

(4) 調査方法

【住民調査・旅行者調査】(スクリーニング調査)

- ・ 47 都道府県 × 性年代(10 区分) × 50 サンプル 計 23,500 サンプル

【訪問者調査】(本調査)

- ・ 住民調査・旅行者調査の回答者のうち、過去3～5年以内に 240 地域のいずれかに訪問経験がある人 計 5,000 サンプルを抽出(各地域 100 サンプル以上を目標とする)*出現率の大小により調整

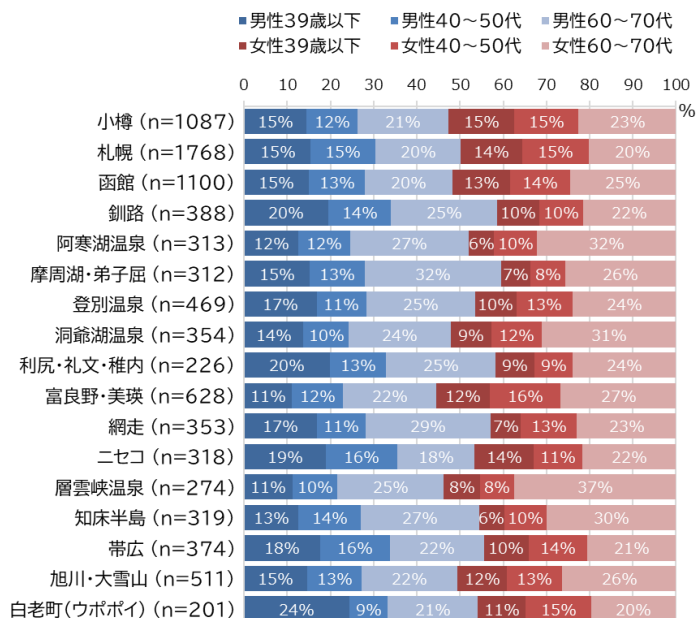
(5) 主な調査項目

- ・ 総合満足度、認知度、訪問経験、宿泊経験、再訪意向
- ・ 要素別満足度(地域の料理・食材、宿泊施設、温泉、など)
- ・ 地域のイメージ
- ・ 思いもよらずよかったもの、他県の人にお勧めしたいこと(自由回答)
- ・ トピックス設問(10 問程度)

3. 調査結果

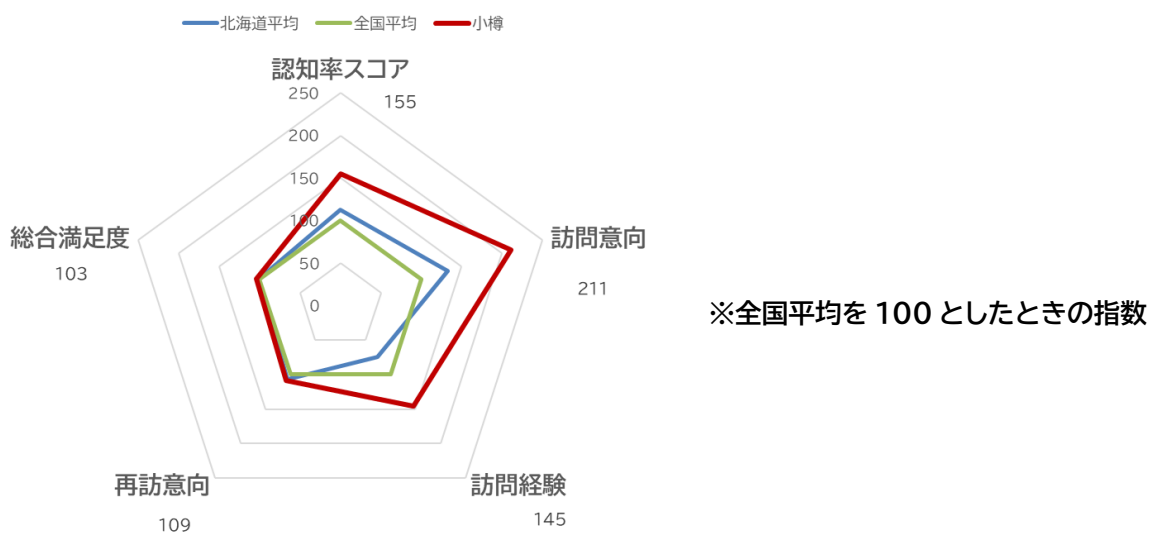
(1) 性年代別訪問経験者

札幌と同等の割合であり、小樽と札幌はセットで訪れていることが見える。



(2) 総合スコア

小樽市は認知率スコア、訪問意向、訪問経験で北海道平均、全国平均を上回っている。特に訪問意向は全国平均の2倍以上である。

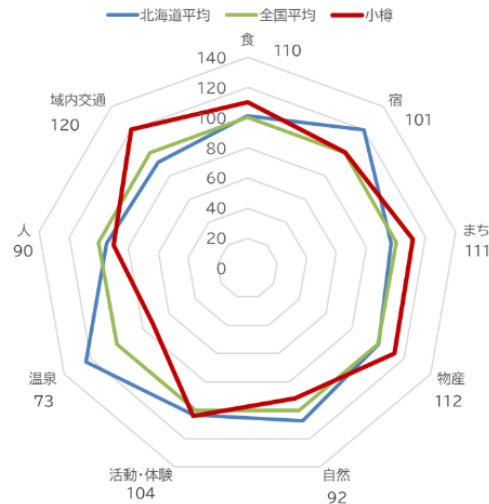


(3) 満足度スコア

小樽市の満足度スコアは、「食」「宿」「まち」「物産」「活動・体験」「道内交通」の各項目において全国平均を上回っている。

なかでも「域内交通」は最も高く、全国平均の 1.2 倍である。

一方、「自然」「温泉」「人」に関しては全国平均を下回っている。



※全国平均を 100 としたときの指数

(4) 北海道内地域別満足度比較

小樽は、「まちの景観・雰囲気」「まちの歩きやすさ」が、非常に満足度が高い。

一方、「地元の人とのふれあい」「地域の温泉」が低い結果となっている。

「地元の人とのふれあい」に関しては、北海道全体として低い傾向である。

単位：%

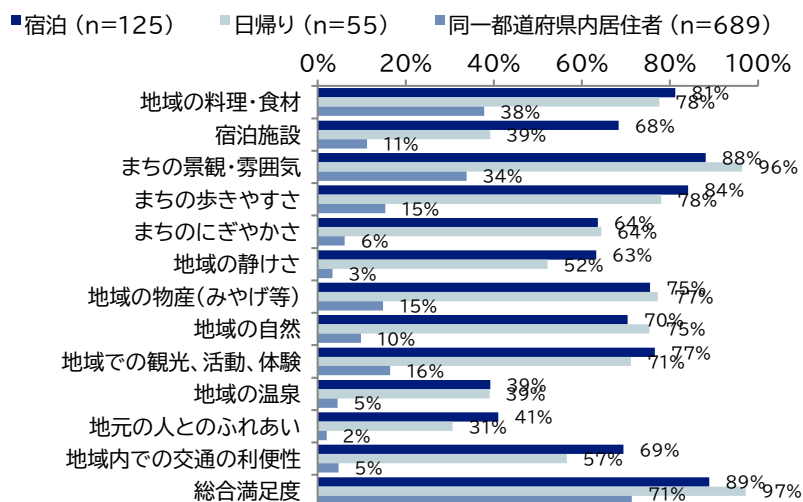
	n=	地域の料理・食材	宿泊施設	まちの景観・雰囲気	まちの歩きやすさ	まちのにぎやかさ	地域の静けさ	(みやげ等)	地域の物産	地域の自然	活動・体験、観光	地域の温泉	地元の人とのふれあい	交通の利便性	域内での
小樽	180	80%	59%	91%	82%	64%	60%	76%	72%	75%	39%	38%	65%		
札幌	310	83%	80%	87%	84%	84%	54%	85%	71%	78%	49%	47%	84%		
函館	167	83%	82%	94%	83%	68%	61%	81%	80%	83%	69%	42%	72%		
釧路	47	78%	65%	74%	58%	51%	58%	66%	83%	70%	75%	47%	54%		
阿寒湖温泉	40	73%	77%	79%	65%	42%	81%	70%	92%	71%	90%	45%	51%		
摩周湖・弟子屈	33	56%	62%	74%	52%	38%	63%	48%	83%	61%	66%	33%	54%		
登別温泉	72	79%	91%	83%	73%	63%	60%	79%	95%	88%	95%	41%	56%		
洞爺湖温泉	63	81%	84%	85%	60%	50%	79%	70%	93%	73%	94%	32%	47%		
利尻・礼文・稚内	44	77%	65%	64%	40%	39%	88%	69%	90%	82%	48%	43%	37%		
富良野・美瑛	115	72%	70%	88%	64%	53%	81%	75%	93%	80%	65%	45%	47%		
網走	44	65%	56%	71%	41%	22%	58%	68%	80%	66%	52%	11%	31%		
二世コ	52	58%	62%	85%	56%	51%	72%	57%	80%	73%	54%	49%	35%		
層雲峡温泉	43	61%	74%	71%	49%	40%	64%	62%	85%	59%	79%	43%	23%		
知床半島	45	85%	81%	81%	56%	36%	76%	65%	91%	81%	66%	31%	40%		
帯広	52	89%	66%	77%	67%	59%	67%	69%	70%	68%	63%	50%	55%		
旭川・大雪山	78	64%	59%	78%	52%	49%	68%	68%	86%	79%	64%	47%	57%		
白老町 (ウポポイ)	40	60%	54%	62%	39%	39%	71%	48%	87%	76%	64%	34%	41%		

凡例：1位 2位 3位 4位 5位 6位 7位 8位 9位 10位

(5) 小樽市の満足度

宿泊客、日帰り客、居住者別の満足度を見ると宿泊客、日帰り客とも「まちの景観・雰囲気」は最も高く約9割である一方、居住者は34%である。

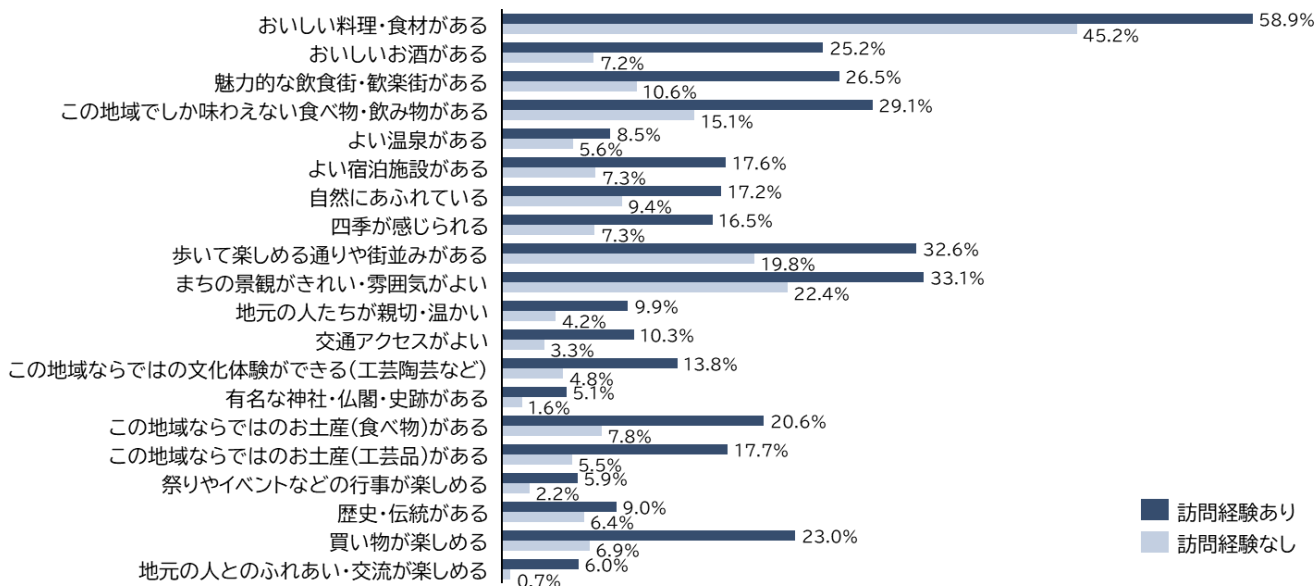
同様に、観光に関する項目で全体的に観光客と居住者で乖離が見られる。



(6) 訪問経験別による小樽市のイメージ

訪問経験の有無による小樽市のイメージを比較すると、訪問経験がある方が、訪問経験がない人よりイメージが高くなる。

特に、「おいしいお酒がある」「魅力的な飲食街・歓楽街がある」は大きな差が見られる。



4. まとめ

本調査結果から、小樽市は全国平均および北海道平均と比較して認知度・訪問経験・訪問意向がいずれも高く、特に訪問意向は全国平均の2倍以上と、非常に高い観光ポテンシャルを有していることが明らかとなった。札幌市と同程度の訪問経験率を示しており、両地域がセットで訪問されている傾向も確認できる。

満足度については、「食」「宿泊」「まちの景観・雰囲気」「物産」「活動・体験」「域内交通」など、多くの項目で全国平均を上回っており、特に「域内交通」や「まちの歩きやすさ」は高く評価されている。一方で、「自然」「温泉」「地元の人とのふれあい」といった項目は相対的に評価が低く、今後の改善余地が示唆される結果となった。

また、宿泊客・日帰り客と居住者との間で観光に対する認識に差が見られ、観光客が高く評価している「まちの景観・雰囲気」等について、居住者の満足度は低い傾向にあることから、観光の価値や効果が十分に地域内で共有されていない可能性がうかがえる。

さらに、訪問経験の有無によるイメージ比較では、訪問経験者の方が小樽市に対して総じて高い評価を示しており、特に「魅力的な飲食街がある」「おいしいお酒がある」といった食に関するイメージで大きな差が見られた。これは、実際の来訪体験が小樽市の魅力認識を高めていることを示している。

この調査より、小樽市は「まち歩き」や「食」を核とした強みをさらに伸ばすとともに、温泉や人との交流といった弱点分野の強化と情報発信が重要であると言える。

また、住民とのギャップを埋めていくうえでも、観光の意義や成果を居住者と共有していく取組が、今後の持続的な観光地域づくりにおいて重要であると考えられる。

市民ワークショップ、小樽市事業者ヒアリング、来訪者調査まとめ

市民ワークショップおよび事業者ヒアリングからの意見と来訪者調査を照合し、1. 小樽市の優位性、2. 小樽市の課題、3. 観光振興の方向性についてまとめた。

1. 小樽市の優位性

(1) 歴史・景観・ブランドという「核の強さ」

- ◆ 歴史的建造物群、運河、旧手宮線などが徒歩圏内に集積
- ◆ 「小樽」という地名ブランドそのものの強さ(特別なPRをしなくても集客力がある)
- ◆ 市民・事業者ともに「景観×歴史」を最大の魅力として認識

(2) コンパクトで回遊可能なまち構造

- ◆ 駅・港・商店街・主要観光地が近接
- ◆ 海と山の両方を楽しめる希少な都市構造
- ◆ まち歩き・ガイドツアーとの親和性が非常に高い

(3) 冬季・通年観光のポテンシャル

- ◆ 冬季インバウンドが強く、季節波動が小さい
- ◆ 雪・夜景・ライトアップ・冬限定体験との相性が良い
- ◆ 温泉・水族館・山(天狗山等)との組み合わせ可能性

(4) 人(ガイド)・物語資源の厚み

- ◆ ガイド人材の蓄積、案内人制度
- ◆ 建物やまちの「ストーリー」を語れる素地がある

2. 小樽市の課題

(1) 滞在・消費につながらない構造

- ◆ 日帰り・短時間滞在が多い
- ◆ 夜間・ナイトタイムの魅力不足
- ◆ 消費が一部エリア・時間帯に集中

(2) 交通・二次交通・回遊性の弱さ

- ◆ 公共交通が観光動線としてつながっていない
- ◆ 冬季の移動・歩行環境が厳しい
- ◆ 主要観光地以外に人が流れにくい

(3) インフラ・受入環境の脆弱さ

- ◆ トイレ、休憩所、Wi-Fi、キャッシュレス等の不足
- ◆ バリアフリー・ユニバーサル対応の遅れ
- ◆ 駐車場・交通混雑問題

(4) 市民と観光の距離感

- ◆ 市民の観光理解・参画が十分でない

- ◆ オーバーツーリズムへの不安
- ◆ 観光の経済効果が「見えにくい」

(5) 人材・事業継続の問題

- ◆ 人手不足、後継者不足
- ◆ 夜間営業・新規チャレンジがしにくい環境

3. 観光振興の方向性

(1) 「景観×歴史」を守るだけでなく「使いこなす」

- ◆ 建物内部公開、夜間活用、体験型・物語型コンテンツ
- ◆ 日本遺産・歴史資源の面的・統合的活用

(2) 滞在型・通年型観光への転換

- ◆ ナイトタイム、冬季観光の強化
- ◆ 連泊を前提とした体験・動線設計

(3) 回遊性を高める交通・空間づくり

- ◆ 二次交通、周遊ルート、拠点分散
- ◆ 「歩きやすい・迷わない」まちづくり

(4) 市民参加型・共生型観光

- ◆ 市民が関わるガイド、イベント、情報発信
- ◆ 観光客マナー啓発、レスポンシブルツーリズム

(5) 財源(宿泊税)を活かした戦略投資

- ◆ インフラ・景観・人材への重点投資
- ◆ 市民にも効果が見える使い方