

第三次小樽市観光基本計画策定委員会(第2回)議事概要

1. 会議概要

- ・ 日時:2026年1月13日(火)13:30~15:00
- ・ 場所:小樽市市役所別館4階 第3会議室
- ・ 目的:各種調査結果の共有と、第三次観光基本計画の方向性に関する意見交換

2. 議事

・ 各種報告

(1) 第1回委員会振り返り【資料1】:

- 前回議論内容の確認。
- 特段の意見なし。

(2) 市民ワークショップ実施報告【資料2】

- 市民視点からの観光課題・意見の共有。
- 特段の意見なし。

(3) 事業者ヒアリング実施報告【資料3】

- 観光関連事業者の課題・要望の共有。
- 特段の意見なし。

・ 今後の観光基本計画の方向性に関する主な意見【資料5】

① 計画の基本的考え方

- 行政が主体となり方向性を明確に示すべき。
- 具体施策はDMOを中心とした柔軟な運用を想定。
- 第2次計画の検証を踏まえた整理が必要策定委員会のスケジュール

② 小樽の強み・魅力

- 歴史・景観資源の優位性(運河、歴史的建造物等)。
- コンパクトで日帰り可能な観光地特性。
- ナイトタイムや花園エリアなど、時間帯・エリア分散の可能性。
- 朝里川温泉等を含む広域周遊の拠点性。
- 日本遺産の活用余地。

・ 主な課題

① 市民理解・意識醸成

- 観光施策が市民に十分伝わっていない。
- 観光の経済効果・税収効果を数値で可視化する必要。
- 宿泊税の市民還元視点が重要。

② 人材不足

- 飲食・ナイトタイム営業で顕著。

- 若年層・子ども向け育成の継続的取組が必要。
- 外国人季節労働者の活用も検討課題。
- ③ ナイトタイムの弱さ
 - 夜間コンテンツ不足。
 - 交通利便性や人材不足が制約。
- ④ 交通・回遊性
 - 冬季移動の課題。
 - 二次交通、駐車場整備、朝里川温泉へのアクセス改善。
 - 人流データの面的・線的分析の必要性。
- ⑤ リスクマネジメント
 - 感染症・災害・政治情勢変動等への備え。
 - 宿泊税を活用した基金積立の必要性。
- ⑥ 観光と市民生活の調和
 - 民泊増加による住環境影響。
 - オーバーツーリズムは慎重な定義と分析が必要。

・ 今後の施策検討に向けた視点

- 来訪者数だけでなく「観光消費額」目標の検討。
 - インバウンドを国別に細分化した対応。
 - 情報発信の一元化。
 - フィルムコミッションや物産振興との連携。
 - 小樽を後志エリアのハブとして位置付ける視点。
- 市からの情報共有
 - ① 宿泊税(検討中)
 - 想定:約 2 億円/年。
 - リスクマネジメント基金:
 - ・ 初年度 5,000 万円、以降 1,000 万円/年積立
 - ・ 上限 1 億円
 - ② 市民向け広報
 - 「市民の暮らしと小樽観光」リーフレット発行済
 - ③ データ活用
 - 人流データ公開済み。
 - 今後、北海道・小樽市関連データを整理予定。
- 総括
 - 小樽の強み(歴史・景観・コンパクト性)は共通認識。

- 課題は多岐にわたり、特に
 - ・ 市民理解
 - ・ 人材不足
 - ・ ナイトタイム
 - ・ リスクマネジメントが重要論点。
- 第3次計画では
 - ・ 市としての方向性明示
 - ・ DMO との役割整理
 - ・ 数値データに基づく戦略化を重視し検討を進めていく。

<今後の検討会(予定)>

第4回目:5月8日(金) 13:00~15:00

第5回目:6月12日(金) 13:00~15:00

第6回目:7月10日(金) 13:00~15:00

第7回目:9月18日(金) 13:00~15:00

第8回目:10月16日(金) 13:00~15:00

① 第3回目:

- 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。

国、道の観光動向調査

1. 調査の必要性

小樽市の観光政策は、市単独で完結するものではなく

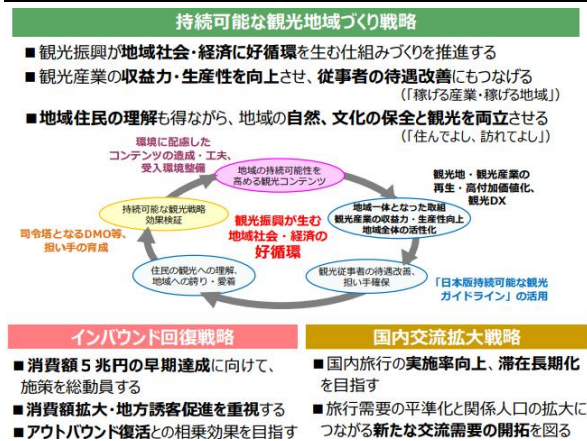
- 国(観光立国政策)
- 北海道(広域観光戦略)
- 市町村(地域特性を活かす施策)

という多層的政策体系の中で整合を取る必要があることから、国、道の観光動向調査を行った。

2. 国の観光動向

(1) 国の観光政策

第4次観光立国推進基本計画(2023~25年度)

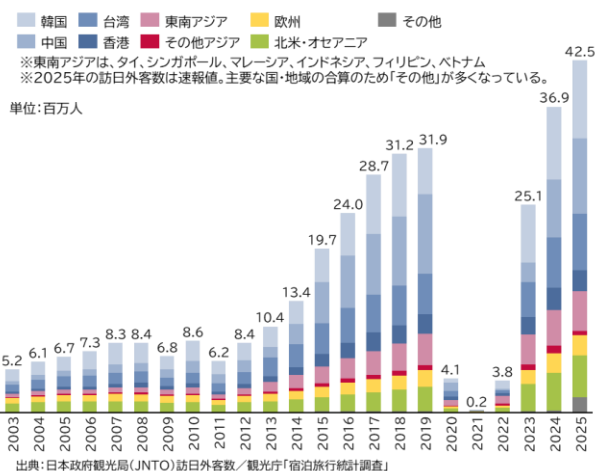


- ・ 「持続可能な観光地域づくり」をコンセプトに掲げ、「人数にとられない指標」を多数設定。
- ・ 3つの柱のうち「インバウンド回復戦略」に多くのページを割いており、消費額やのべ宿泊者数を早期にコロナ前の水準に戻すとしていたが、2024~25年度はコロナ前を上回る大幅な成長がみられた。

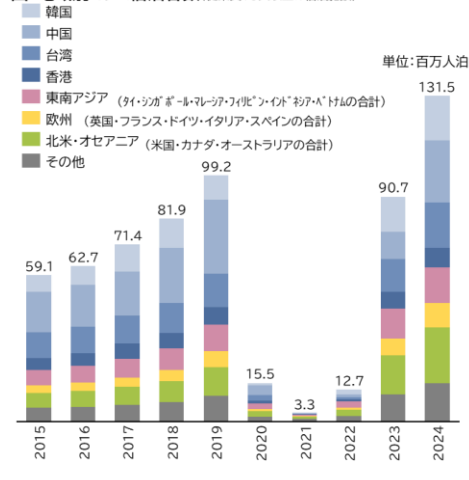
(2) 国内観光動向調査抜粋

訪日外客数・のべ宿泊者数の推移

市場別 訪日外客数

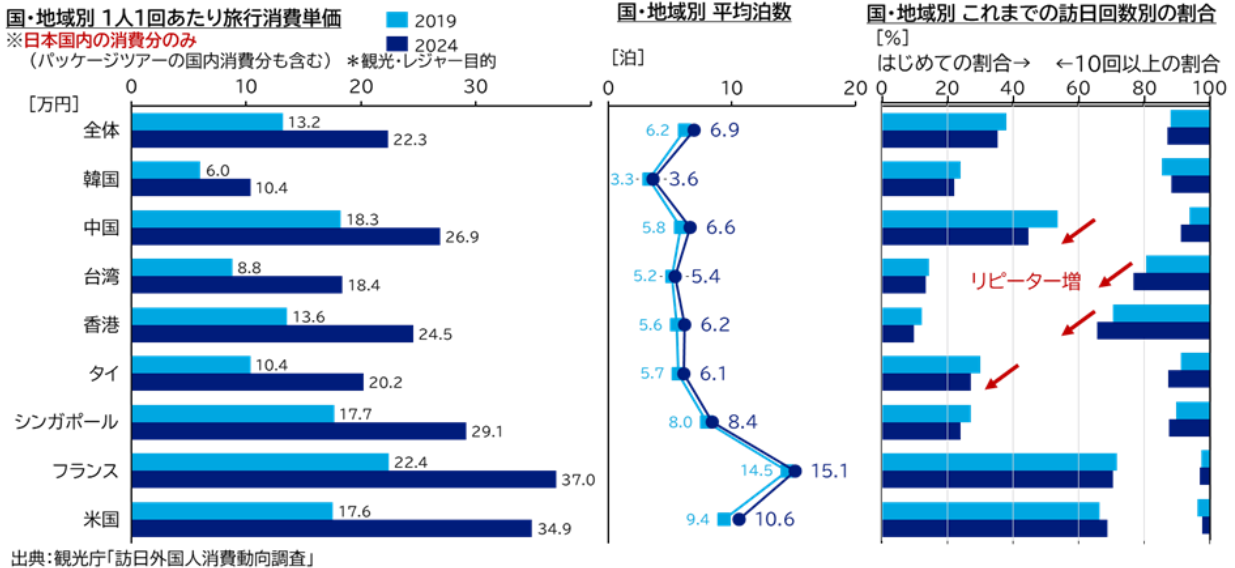


国・地域別のべ宿泊者数(従業員10人以上の宿泊施設)



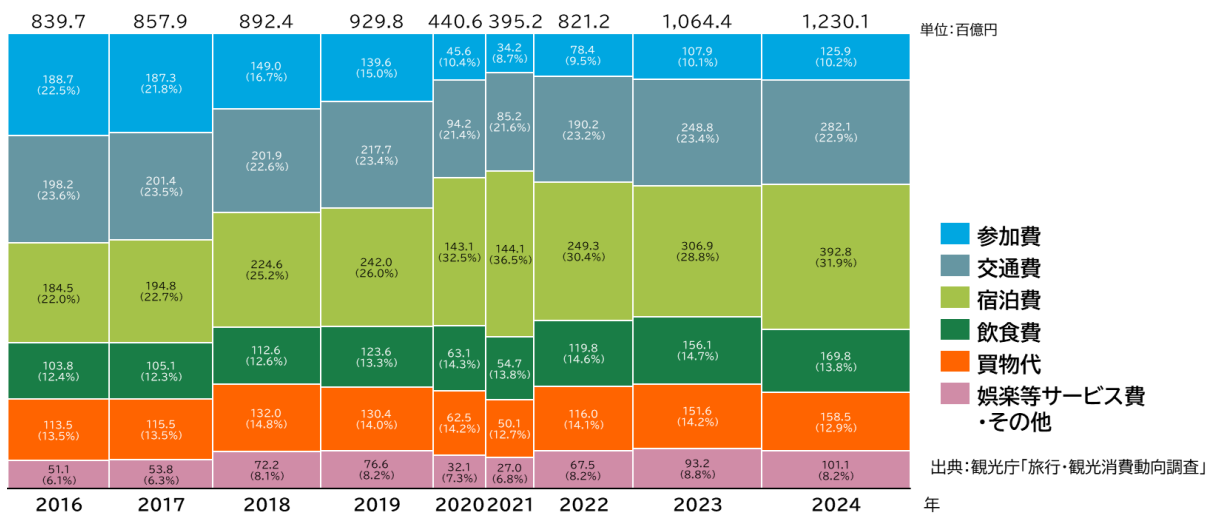
- ・ 訪日外国人のおよそ 2/3 を東アジアが占めており、これらの市場の成長により、訪日旅行者数がこの 10 年で 3 倍に増加し、2025 年には 4,250 万人と過去最高の人数となった。
- ・ 割合としてはまだ低いが、東南アジア・欧米豪の市場が急伸している。
- ・ のべ宿泊者数では、滞在日数の長い欧米豪の存在感が大きい。

訪日外客の市場別消費・滞在日数



- ・ 欧米豪市場のほうが、日本での宿泊日数が長い分消費単価が高い傾向。
- ・ コロナ前の 2019 年と 2024 年を比べると、どの地域でも消費額・宿泊日数が伸びている。
- ・ 台湾・香港は訪日回数 10 回以上のヘビーリピーターが増えている一方で、訪日客数が伸びている欧米豪市場の 2/3 程度が初来日であり、今後のリピーター化が期待できる。

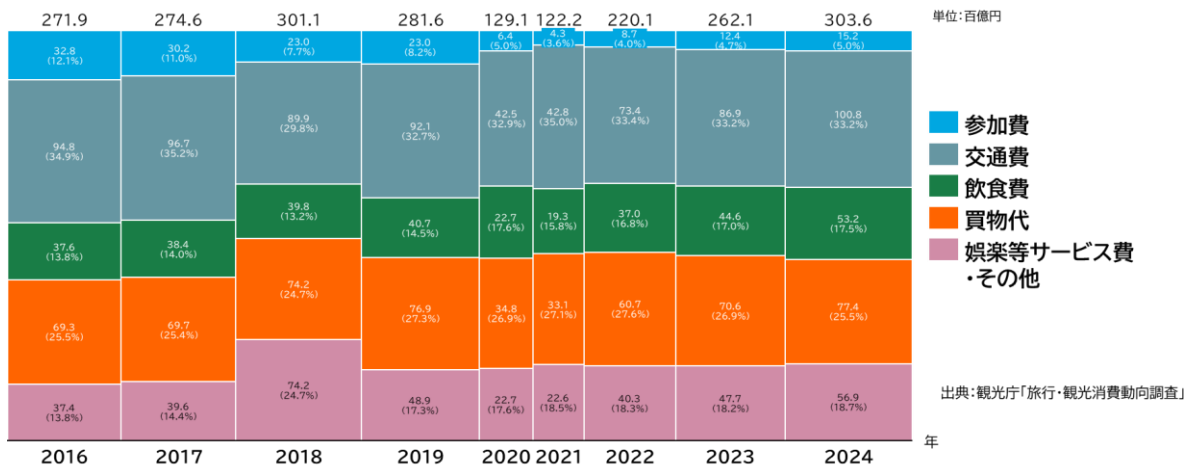
国内旅行消費額の推移(宿泊)



- ・ 国内宿泊旅行の消費額は、2024 年は 12.3 兆円とコロナ前を上回り、近年で最も高くなった。

- ・ 宿泊旅行の消費は、宿泊の割合が高く、また全体消費額に占める割合も増加傾向にある。
- ・ 参加費の割合が低くなっている傾向から、入場料を支払ったり、アクティビティ費用を支払ったりすることがない観光をしている傾向がうかがえる。

国内旅行消費額の推移(日帰り)



- ・ 国内日帰り旅行の消費額は、2024年は3.0兆円と2018年に並ぶ水準に回復したが、宿泊旅行ほどは消費額が伸びていない。
- ・ 日帰り旅行の消費額は、交通費・買物代が多くを占め、この比率には大きな変化がない。

(3) 国内観光市場の動向まとめ

- 日本人の全国的な人口減少で国内旅行市場は緩やかに縮小傾向であることからインバウンドへの消費に期待。
- 訪日外国人客の割合は東アジアが2/3を占めるが、東南アジア・欧米豪が急伸していて今後、市場の転換の必要性が迫られる可能性がある。
- 香港、台湾はヘビーリピーターが多い一方、欧米豪は初来日の割合が多く、リピートを狙い周遊型動線の整備や魅力あるコンテンツの整備が必要。
- 国内旅行消費の傾向として、宿泊旅行は宿泊費の占める割合が高くなっている傾向があるが、全体的に宿泊代の単価そのものが上がっている可能性が高い。
- 一方、日帰り旅行は構造変化が少ないことから宿泊、滞在延長が収益拡大の鍵となる。

3. 北海道の観光動向

(1) 北海道観光の観光政策

第5期 北海道観光のくにつくり行動計画

第5期（令和3年度～7年度） 「北海道観光のくにつくり行動計画」の概要

令和3年（2021年）11月

1 北海道観光の現状と課題

指標	単位	分類	R2目標	R1実績	達成率
観光入込客数	万人	合計	6,000	5,277	88.0%
		道内客	4,880	4,441	91.0%
		道外客	620	592	95.5%
観光消費額単価	円	道内客	14,000	13,432	95.9%
		道外客	76,000	70,773	93.1%
		外国人	200,000	138,778	69.4%
満足度 （「とても満足した」と回答する割合）	%	道内客	47.0	31.6	67.2%
		道外客	57.0	44.3	77.7%
		外国人	64.0	51.3	80.2%

安定した観光入込客数の増加には、災害や感染症、国際情勢などによる影響の縮小化が必要
観光消費単価向上には、モノ消費からコト消費への流れへの対応が必要
ウィズコロナ・ポストコロナ時代を見据えた新たな旅行スタイルを定着させていくことが必要

2 北海道観光が将来的にめざす姿

オンリーワン！自然・食・文化を活かした観光地

- 道民・国民・そして世界からも愛される北海道
- 道民が誇りをもって観光地づくりに関与（HOKKAIDO LOVE）
- アジアに加え、「ATWS北海道/日本」を契機に欧米からの高い認知度
- 「ビジネス+観光」でも快適な滞在型の観光地

いつでも！どこでも！何度でも！

- 繁開差（季節・平日休日等）、地域偏在（道央集中）の解消
- 旅マエ・旅ナカ・旅アト消費の拡大
- 何度来ても満足できる観光地
- 質や満足度の高いサービスの提供に向けてのホスピタリティ向上

誰もが安全・安心・快適に滞在

- 道内客・道外客・外国人が共に楽しめる観光地
- 国籍・年齢を問わないインフラの整備
- ハードとソフト両面における安全・安心の確保
- 道内観光地間を快適に移動できる二次交通
- 多言語・多様な媒体での迅速かつ正確な情報発信

持続的な観光関連産業の発展

- 道民の貴重な財産である自然環境や文化を守り育てながら次の世代につなぐ
- 四季を彩る雄大な自然との共生
- 高い観光推進機能（マーケティング、プロモーション等）
- 観光公害への対応と地域住民による観光産業への理解
- 国内外の人が働きたいと思う職場環境
- 新たな感染症や災害など不測の事態への強い対応力

3 計画期間内の基本的な考え方

「観光立国北海道」の再構築

観光地づくり

観光活動

受入体制整備

新型コロナウイルス感染症の収束時期が見えない中、将来的に北海道観光がめざす姿に向かって、本計画期間中は感染症の状況に応じた施策展開をしていく。

ウィズコロナ

新型コロナウイルス感染症の状況を踏まえた「感染拡大防止と社会経済への影響の最小化」

ポストコロナ

新型コロナウイルス感染症の収束を見据えた「新たな旅行スタイル等の推進」

4 特に注力する施策展開の方向性

クリーン×セーフティ北海道

- 新北海道スタイル、業種別感染症対策ガイドラインの徹底などによる安全・安心の提供
- 広大な自然、密になりにくいアウトドア環境など本道の価値・優位性を再評価
- 積極的な情報発信
- 環境と共生する観光の推進

量×質の追求

- 人口減少社会における道内観光の高付加価値化
- 地元（道民）からも愛される観光地づくり
- 自然環境、食など本道の観光資源のブランド力強化による新規誘客・リピーターの獲得
- 富裕層向け商品・サービスの充実による質の向上
- AI、IoT等先端技術導入による観光産業の収益構造の改善

旅行者比率のリバランス

- 道民の道内再発見、国内旅行の需要喚起
- 渡航制限解除等を見据えた海外需要の獲得
- 欧米等新規市場の開拓による市場拡大

新しい旅行スタイルの推進

- 本道の自然等を活かしたワーケーションの創造などによる滞在型観光の推進
- 「ATWS北海道/日本」を契機に本道の自然・文化等の特性を活かしたアドベンチャトラベルの造成・発信
- MICE・IRなど新たなインバウンド等の取込方策の検討

観光インフラの強靱化

- 広域観光の拠点としての道内空港等の利活用
- 観光産業を支える人材の確保・育成
- 災害時等に観光客の安全・安心に資する基盤の強化

5 目標指標

施策展開の方向性	指標項目	目標値
クリーン×セーフティ北海道	1 コロナ対応の評価(5点満点)	道内客：5点 道外客：5点
	2 満足度(とても満足したと回答した割合)	道内客：40% 道外客：50%
	3 観光消費額単価	道内客：15,000円 道外客：79,000円 外国人：210,000円
旅行者比率のリバランス	4 観光入込客数	道内客：4,880万人 道外客：700万人 外国人：2019年度水準超え
	5 リピーター数(2回以上の来訪)	道外客：570万人
	6 道内入込客数の内、宿泊者数	1,074万人
	7 繁忙・閑散期の宿泊延数比率	60%
	8 道央圏以外の宿泊者数	1,540万人泊
	9 観光消費額単価の内、コト消費の割合	道内客：10% 道外客：10%
	10 宿泊客延数	国内客：3,500万人泊 道外客：112万人
	11 長期滞在者数(5泊以上)	22%
観光インフラの強靱化	12 地方空港利用率(新千歳・丘珠以外)	22%
	13 北海道アウトドアガイドの資格保持者数	550人以上
	14 北海道A Tガイドの資格保持者数	100人

6 観光振興に向けた行動指針と役割

道民	北海道観光振興機構	行政
○ 身近な北海道の魅力を再確認し、その魅力を広く発信、他	○ 広域連携DMOとして、道内観光マネジメントを推進、他	○ 調査データを収集・分析し、観光関係団体等の取組を支援、他
観光事業者	観光関係団体	大学等
○ 観光スタイルの変化等流れを敏感に捉え、長期的視点に立って対応、他	○ 観光振興の主体として、商品づくりや人材育成に取り組む、他	○ 観光振興に求められる人材の育成、他

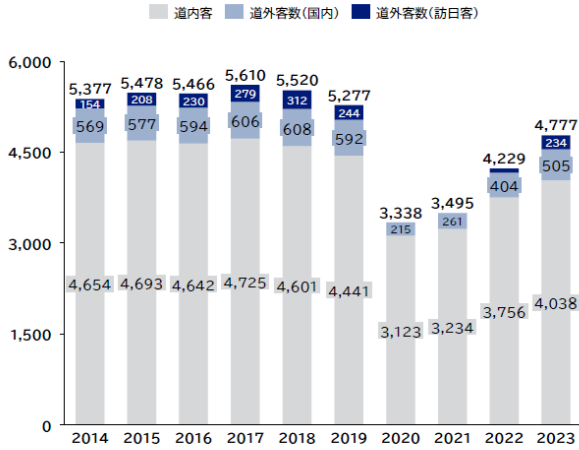
- 「持続可能で、地域が稼ぎ、道民と来訪者の双方が満足する北海道」の実現のために、「自然・文化を守りながら、観光が地域経済と暮らしを支える“持続可能な観光地・北海道”」を目指す。
- 基本的な考え方は以下の通り。
 - 地域主体・連携：地域・事業者・行政・道民が協働
 - 高付加価値化：量より質、体験・滞在・消費単価の向上
 - 国内外からの誘客回復・強化：インバウンド再構築と国内観光の深化
 - 安全・安心・受入環境整備：多言語、デジタル、ユニバーサル対応
 - 人材・基盤づくり：観光人材育成、DX、持続可能な運営
- 重点施策
 - 自然・食・文化を生かした北海道らしい観光
 - 体験型・テーマ型観光(地域資源の磨き上げ)
 - 広域周遊・長期滞在の促進
 - インバウンド再生と市場多角化
 - 観光DX・人材育成の推進

4

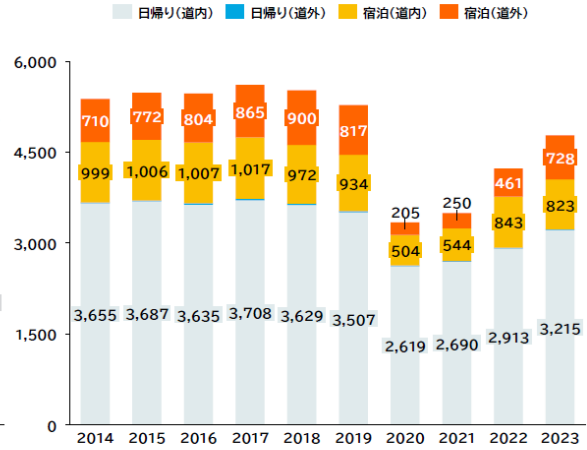
(2) 道内の観光動向調査抜粋

道内全体の観光入込客数

観光入込客数(実人数)の推移と道内外割合(2014~2023年) [万人]



観光入込客数における日帰り、宿泊の割合(2014~2023年) [万人]

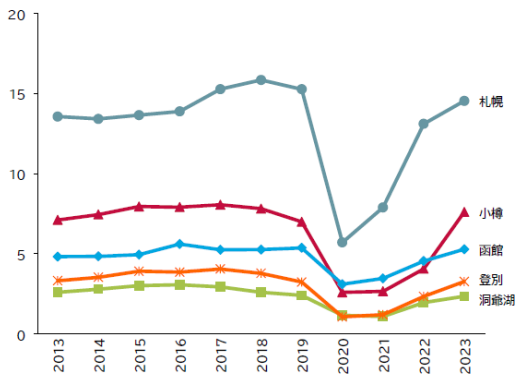


出典:北海道経済部観光局観光振興課「R5観光入込客数(実人数)の推移」「R5訪日外国人来道者数(実人数)の推移」

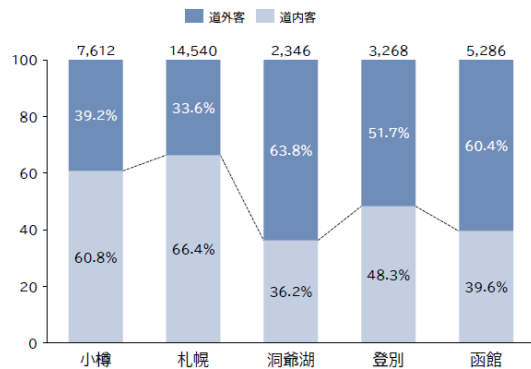
- ・ 道内における観光入込客数は、道内の旅行者の比率が高いのが特徴。
- ・ 日帰り・宿泊の割合をみても、道内の日帰り客が半数以上を占めるとともに宿泊客も道内と道外で半々程度である。
- ・ 北海道内客も北海道観光をけん引しているといえる。

道内主要観光地の入込状況

地域別観光入込客数[千人]



地域別観光入込客数に占める道内外客の割合(2023年) [%]

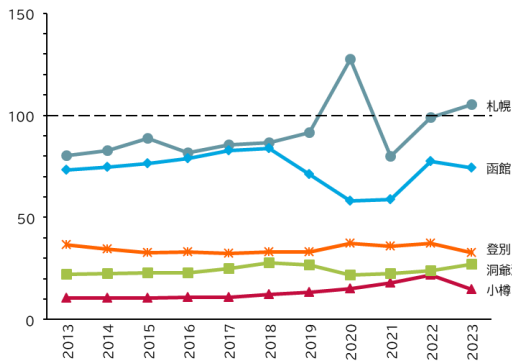


出典:北海道経済部観光局「北海道観光入込客数調査報告書」

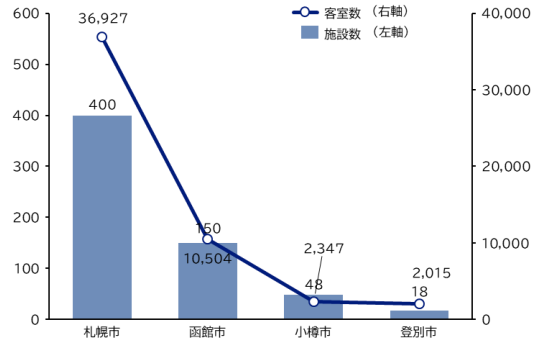
- ・ 道内主要観光地域である札幌、小樽、函館、登別、洞爺湖で比較をしたところ、小樽はコロナ禍から観光客数が大きく伸びている。
- ・ 札幌・小樽は道内客の割合が6割以上である。

宿泊者比率と宿泊キャパシティ

地域別観光入込客数に占める延べ宿泊者の割合[%]



地域別宿泊施設数・客室数(2022)[軒/室]



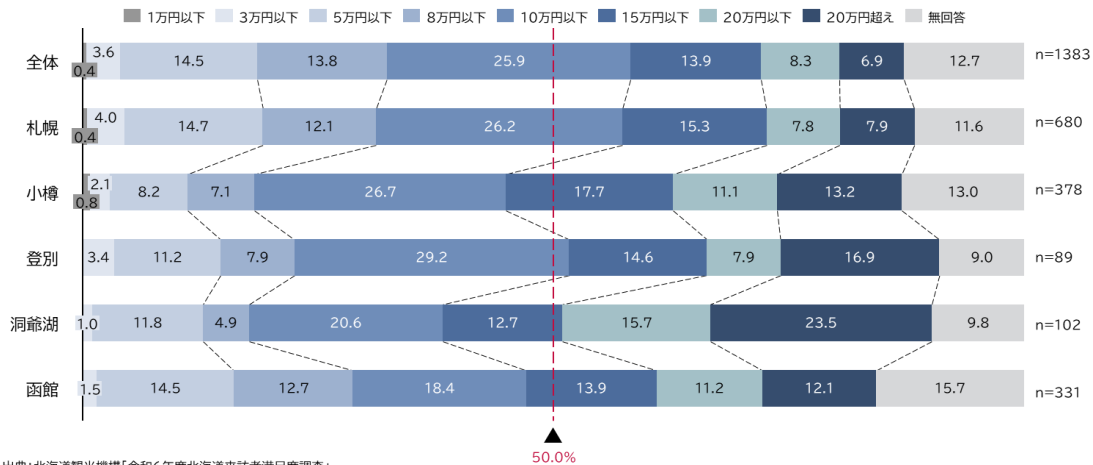
※ 札幌、函館、小樽は保健所単位による調査結果
 ※ 札幌、函館、小樽においては、令和4年度末時点において営業している旅館・ホテルの施設数及び客室数を記載
 ※ 登別市は、調査年時点での宿泊施設(旅館)数と客室数を記載

出典:北海道経済観光局「北海道観光入込客数調査報告書」
 出典:北海道保健福祉部総務課「令和4年(2022年)北海道保健統計年報」/登別市「登別統計書(令和4年版)」

- ・ 宿泊者の比率は小樽が低い傾向にある。

地域別道外客一人あたりの旅行予算

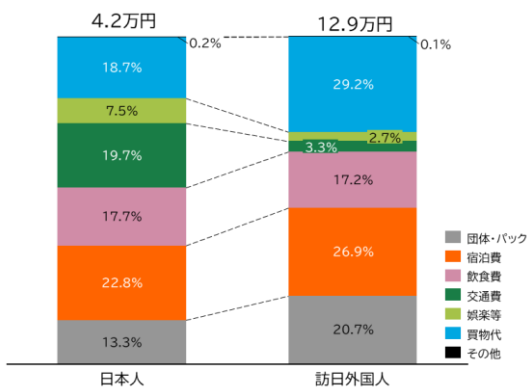
道外客一人あたりの旅行予算に関する割合(2023年)[%]



出典:北海道観光機構「令和6年度北海道来訪者満足度調査」

- ・ 洞爺湖が20万円以上の予算の割合が23%であるが、小樽も予算が10万円以上の割合が4割程度である。

観光消費単価と品目別消費割合



- ・ 訪日外国人は北海道での消費単価は平均12.9万円で日本人のおよそ3倍。
- ・ 特に、買い物代の割合が高い。

(3)北海道観光動向まとめ

- ・ 北海道の観光は、コロナ禍前までの旅行客数に回復はしていないものの、国内客を中心に堅調に推移している。
- ・ 訪日外国人客も本格的な回復傾向が見られるものの、国・地域による回復の差が見られる。
- ・ 国内観光客が早期に回復し、北海道観光の下支えとなっている。
- ・ 特に、道内客が下支えとなっている。
- ・ 訪日外国人客の北海道における消費額は宿泊、飲食、交通などを中心に地域経済の波及効果が大きい。
- ・ 北海道の観光政策からも、今後は「量」から「質・地域循環」への転換が鍵となっていく。

4. まとめ

国・北海道に共通する観光政策の方向性は、次の3点に集約される。

1. インバウンドを成長の柱としつつ多様化への対応
2. 人数拡大型から質・単価重視型への転換
3. 持続可能性と地域経営力(人材確保)の強化

観光は単なる誘客施策ではなく、地域経済を支える基幹産業として高度化を求められる段階に入っている。

今後の地域観光政策においては、「量の回復」ではなく「質の向上」と「地域内経済循環の強化」が中心課題となり、付加価値・滞在型・持続可能型への構造転換期に入っていくと考えられる。

小樽市観光動向調査

1. 小樽市の観光動向調査について

「小樽市総合計画」は小樽市の最上位計画(市政運営の基本方針)であり、市のまちづくり全体の方向性を定める指針である。また、「小樽市観光基本計画」は総合計画に基づく観光分野の個別計画として位置付けられている。

このことから、小樽市の観光振興は、国・北海道の観光政策との整合を図りながらも、「小樽市観光基本計画」を最上位の判断基準とし、歴史・港・運河・市民生活といった地域特性を踏まえて方向性を定めてきた。

しかし、人口減少の進行、インバウンド市場の拡大、旅行消費構造の変化など、観光を取り巻く環境は大きく変化している。こうした変化の中で、的確な方向性を導き、限られた資源を効果的に配分していくためには、経験や感覚だけでなく、客観的なデータに基づく判断が不可欠である。

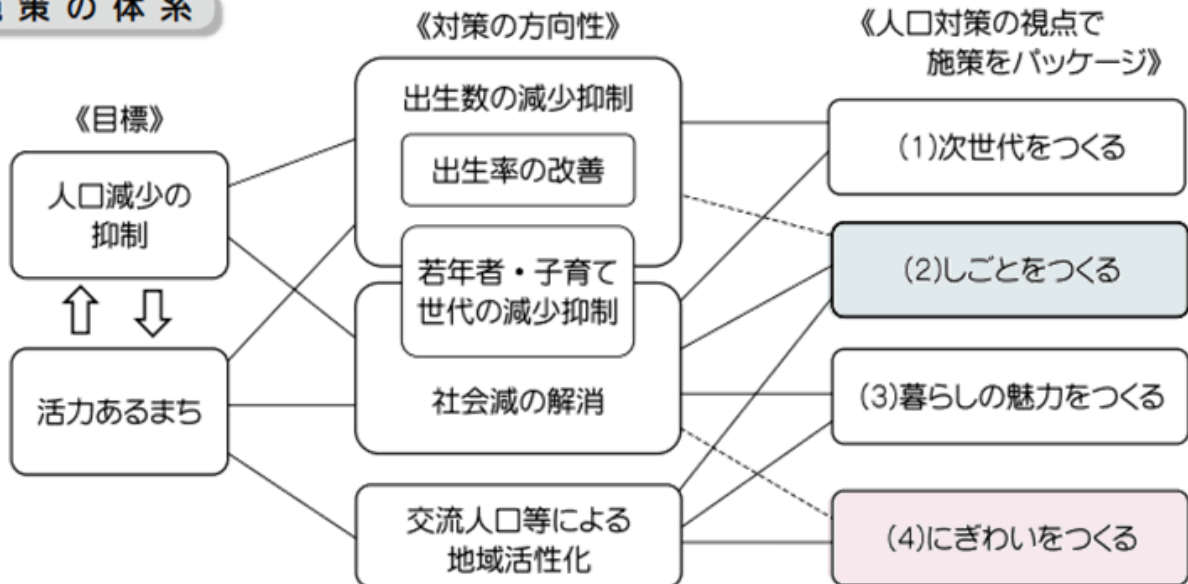
観光客の属性、滞在時間、宿泊率、消費単価、市場別動向などを継続的に把握・分析することにより、施策の優先順位を明確にし、成果を検証し、改善につなげることが可能となる。

2. 小樽市総合計画

(1) 第7次小樽市総合計画(計画期間:令和元年度から令和10年度まで)

第7次小樽市総合計画施策の体系

施策の体系



- ・ 「(2)しごとをつくる」の中で以下の観光施策が挙げられる
 - ✓ 朝里川温泉、天狗山、旧手宮線、北運河、祝津地域など、市内に点在する観光資源のニーズを捉えた磨き上げと発掘及び回遊性を高める取組
 - ✓ 観光資源を組み合わせた魅力あるプログラムの開発や夜の魅力づくりなどによる滞在型観光に向けたプランの拡充
- ・ 「(4)「にぎわいをつくる」の中で以下の観光施策が挙げられる
 - ✓ 国内外での観光キャンペーンの実施とメディア等を活用した情報発信の強化
 - ✓ 外国人をはじめとする観光客が快適に過ごせる環境の整備
 - ✓ 映画やテレビドラマ、CMなどのロケ誘致活動の推進
 - ✓ 戦略的な観光地づくりを行う地域DMOなどと連携した観光の推進

(2)第 7 次小樽市総合計画の主な KPI

■主な KPI	基準値(H30)	現状値(R6)	目標値(R10)
(1) 小樽の魅力を深める取組			
小樽市ののべ宿泊者数	957,100 人	1,187,600 人 ^{*1}	1,359,600 人
観光客満足度	92.5%	91.4% ^{*2}	95.0%
観光消費額	898 億円	1,062 億円	1,228 億円
(2) 小樽の魅力を広げる取組			
北後志 6 市町のべ宿泊者数	1,249,900 人	--	1,700,000 人
小樽市ののべ宿泊者数【再掲】	957,100 人	1,187,600 人 ^{*1}	1,359,600 人
(3) 小樽の魅力を共有する取組			
観光客に伝えたい小樽の良さが あると答えた市民の割合	61.1% (R 元)	--	基準値より増

*1小樽市「令和 6 年度【全期】小樽市観光入込客数の概要」

*2「令和 5～6 年度 小樽市観光客動態調査報告書」

(3)小樽市総合計画のまとめ

- ・ 小樽市総合計画では、観光は「強みを生かした産業振興によるにぎわいのまち」を構成する施策の一つとして位置づけられ、観光客の消費拡大や関連産業への波及、雇用創出を通じて、まちの活力を支える基幹産業と整理されている。
- ・ 歴史的建造物や都市景観は重要な観光資源と明示され、交通・市街地整備においても回遊性向上や滞在型観光を目的とした記述が見られる一方、子ども・子育てや市民福祉分野では観光の直接的な記載はなく、産業振興を中心とした位置づけとなっている。

4. 小樽市観光客動態調査結果

(1) 小樽市観光客動態調査

小樽市を訪れる観光客の動態や小樽に対する意向、消費金額の変化などを調査し、今後の観光施策推進のための基礎資料とするために、小樽市が概ね5年に1回実施(前回調査:平成 30 年度、前々回調査:平成 25 年度)する調査。

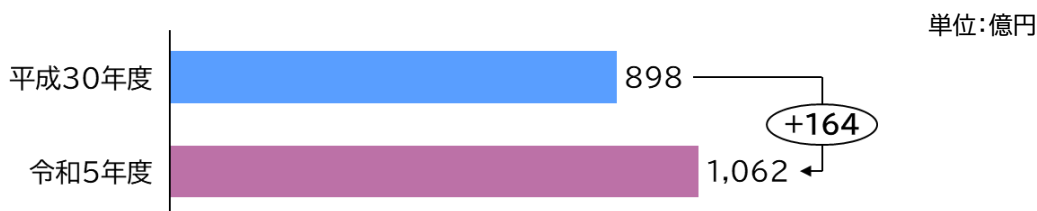
(2) 調査方法

- ・ 市内祝津地区、運河地区、堺町地区、天狗山地区、小樽駅周辺地区、築港地区、朝里川温泉地区の計7地区にて、調査員が直接観光客から聞き取りを実施し、宿泊施設については、アンケート用紙設置により調査。
- ・ 令和5年10月～令和6年8月の期間で、秋季・冬季・春季・夏季の各4日間実施。
- ・ 有効回答数は7041人(うち821人が外国人)。

(3) 調査結果概要

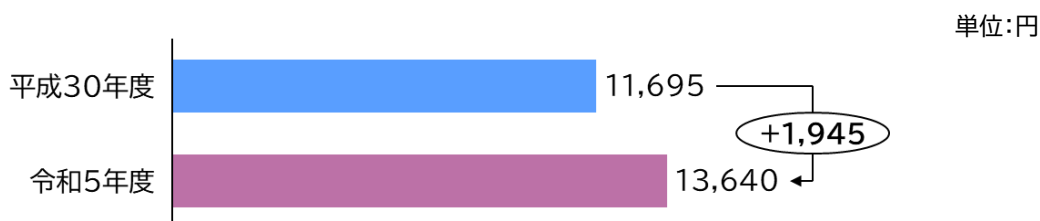
- ・ 一人当たりの平均観光消費額は、市内で宿泊しない場合は 9,548 円、宿泊した場合は 33,562 円
 - ・ 宿泊した場合の消費額は、宿泊しない場合の約 3.5 倍
- ※ 「令和 5 年度」は令和 5 年度～令和 6 年度にかけて実施

年間観光総消費額(円)



- ・ 年間観光入込客数 7,789 千人 (674 千人:+115 千人)
- ※ 海水浴客を除く

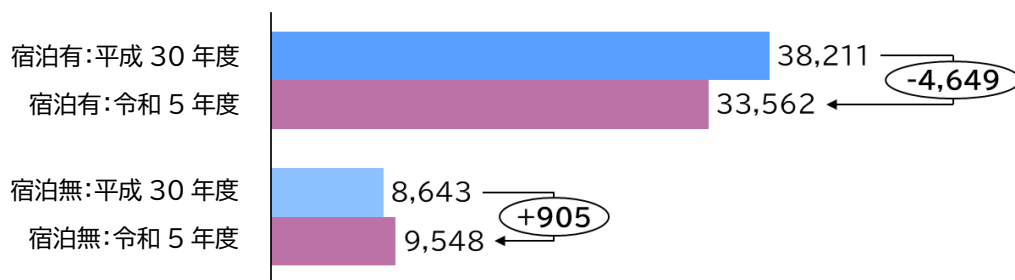
観光客一人当たり平均消費額(円)



- ・ アンケート回答者の宿泊割合が増加(平成 30 年度:約 38%、令和 5 年度:約 43%)

宿泊有無別観光客一人当たり平均消費額(円)

単位:円



<宿泊有>

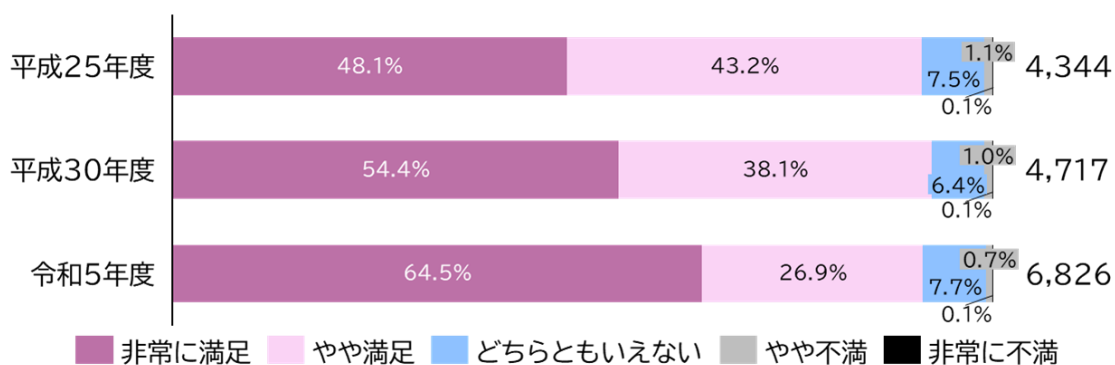
- ・ 前回比で道内、道外客の宿泊費が減少(道内客▲4,945、道外客▲4,486)
- ・ 前回比で土産品購入費が減少(道内客▲308、道外客▲2,128、外国人▲1,411)

<宿泊無>

- ・ 前回比で飲食費が増加(道内客+874、道外客+1,495、外国人+ 1,260)

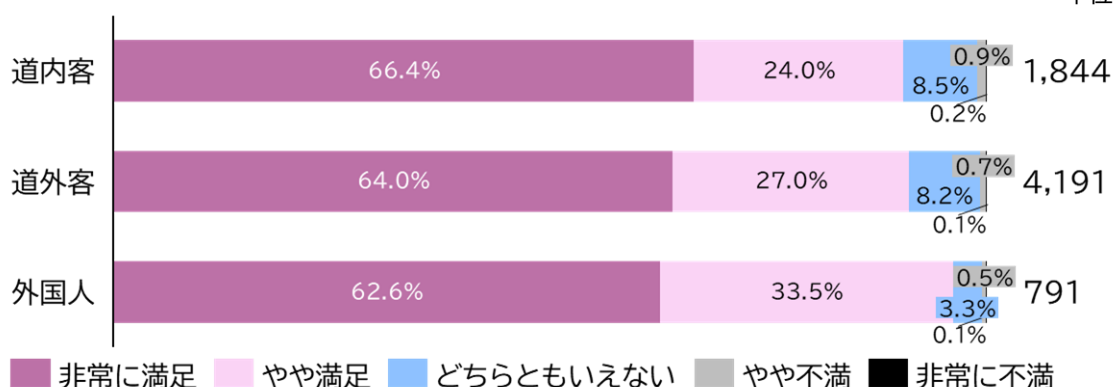
満足度(年度別)

単位:人



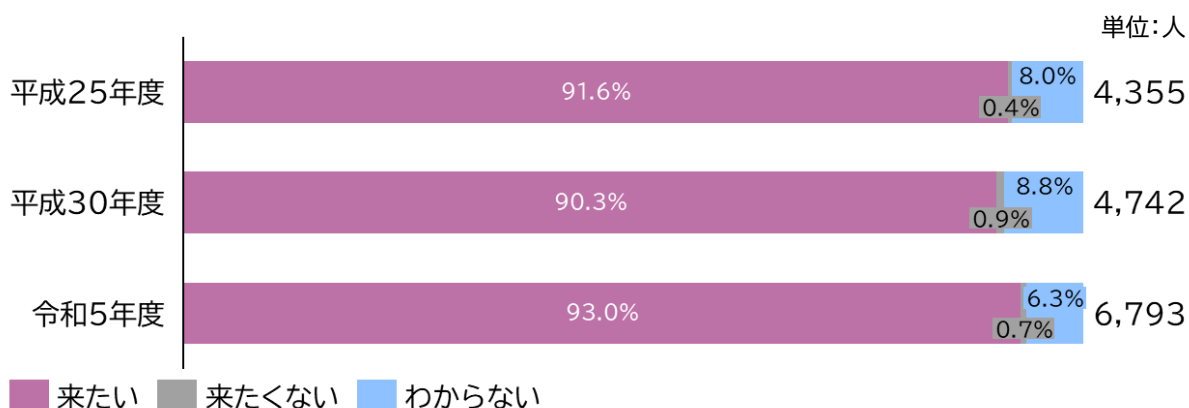
満足度(居住地別)※令和 5 年度

単位:人

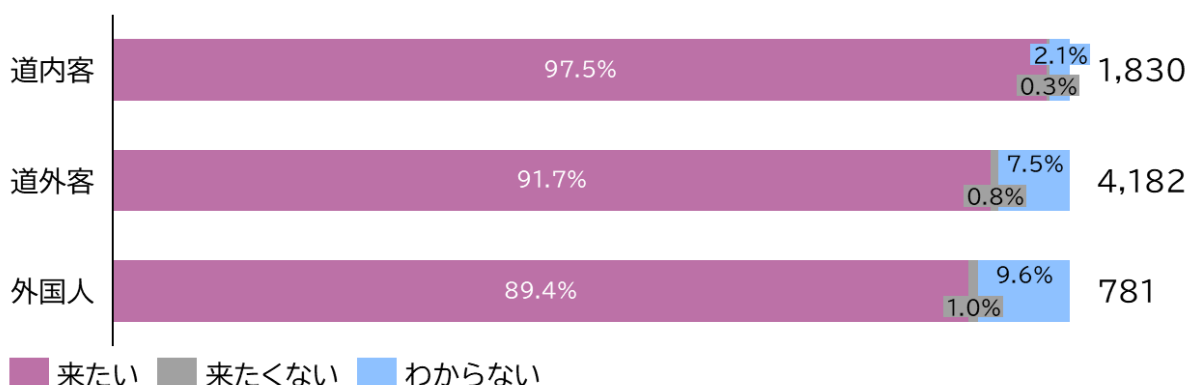


- ・ 「非常に満足」と「やや満足」を合わせた割合は、居住地に関わらず 9 割を超えている。

小樽再訪の意思(年度別)

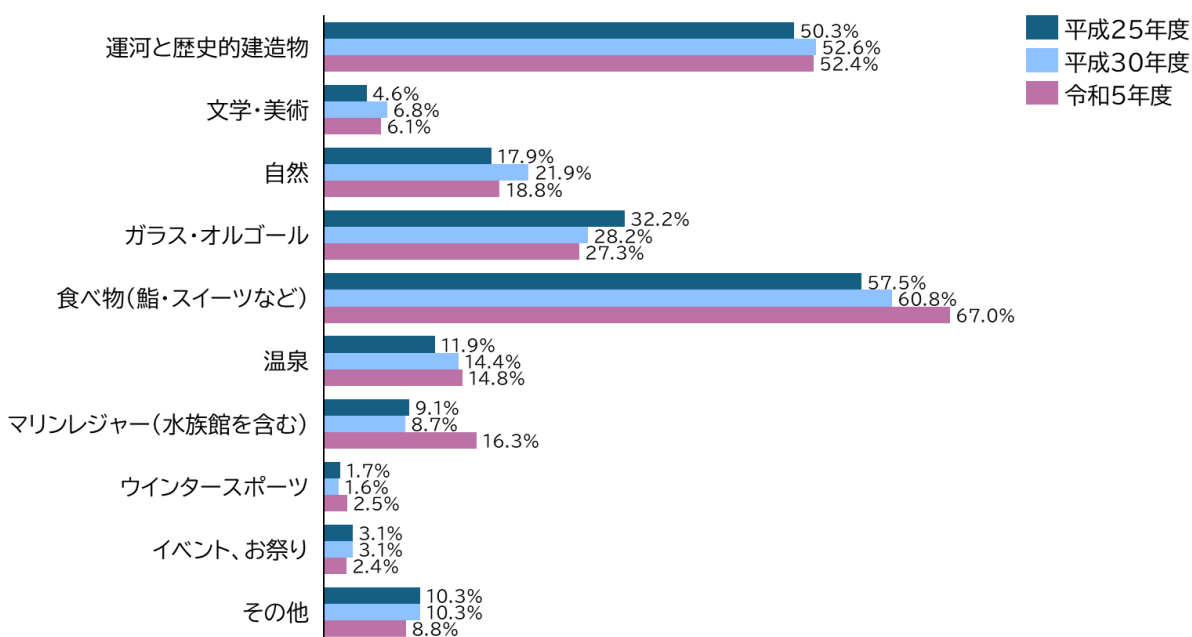


小樽再訪の意思(居住地別)※令和5年度

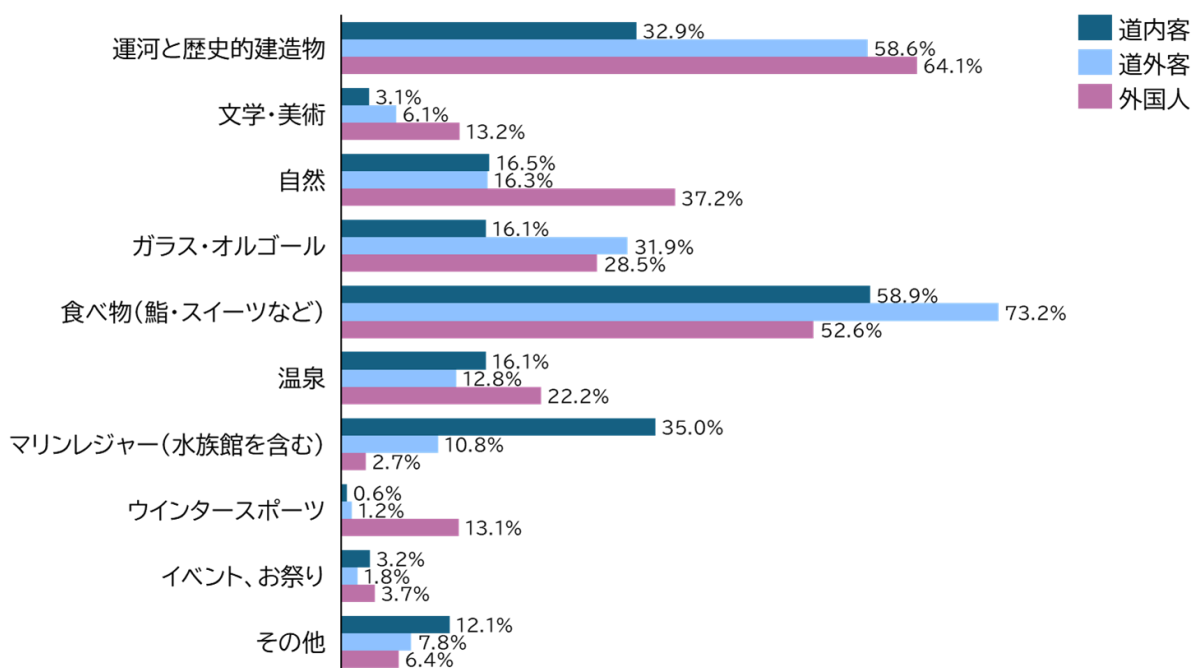


- ・ 年度、居住地に関わらず「来たい」の割合が9割程度。

来樽目的(年度別)

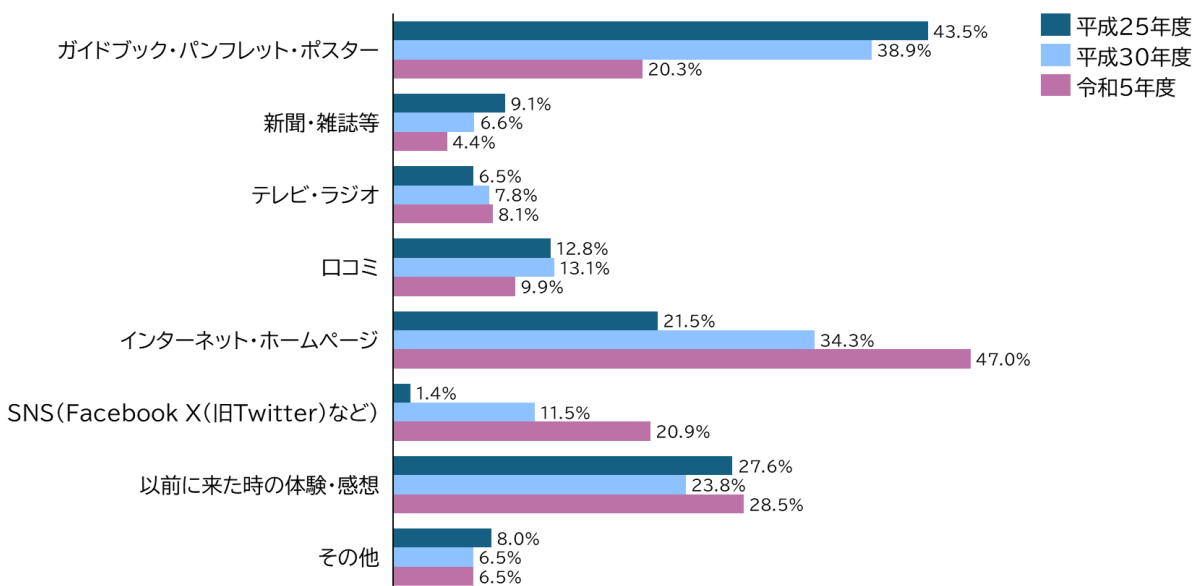


来樽目的(居住地別)

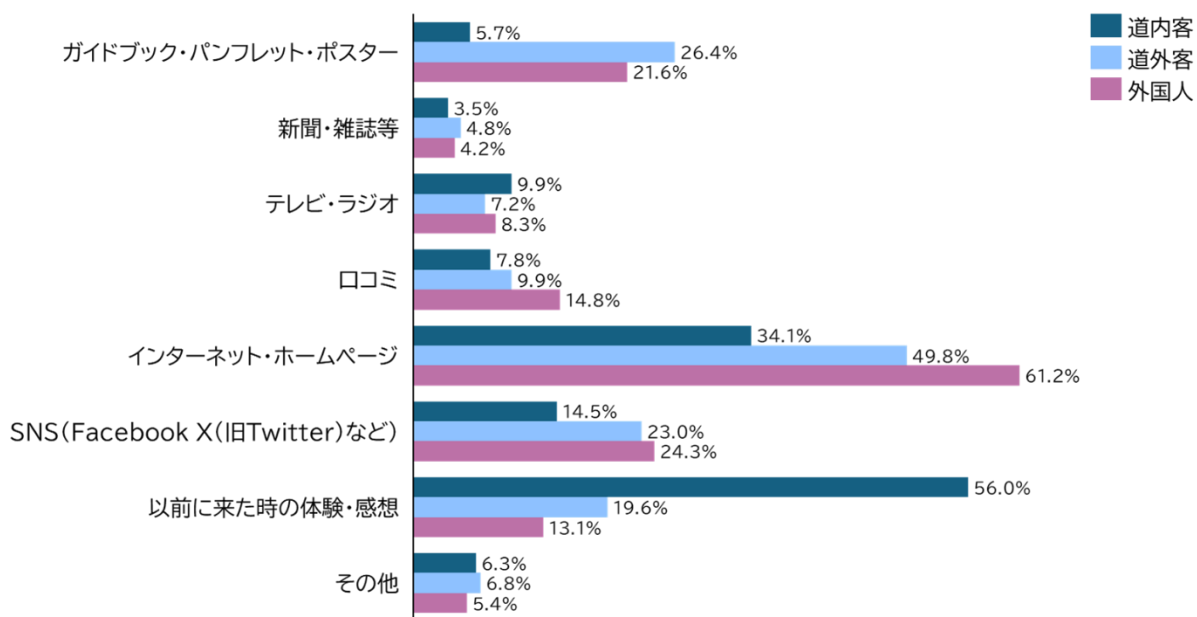


- ・ 年度別および国内客は道内・道外ともに「食べ物」の割合が最多
 - ・ 外国人客は「運河と歴史的建造物」が最多であるほか、国内客よりも「自然」の割合が高い
 - ・ 国内客は「マリンレジャー(水族館を含む)」の割合が高い
- ※ 平成25年度、平成30年度調査時と比較して、合計では大きな傾向の変化はみられないが、国内客においては「マリンレジャー(水族館を含む)」の割合が前回よりも13.2%増加(21.8%→35.0%)している

小樽を選んだきっかけ(年度別)

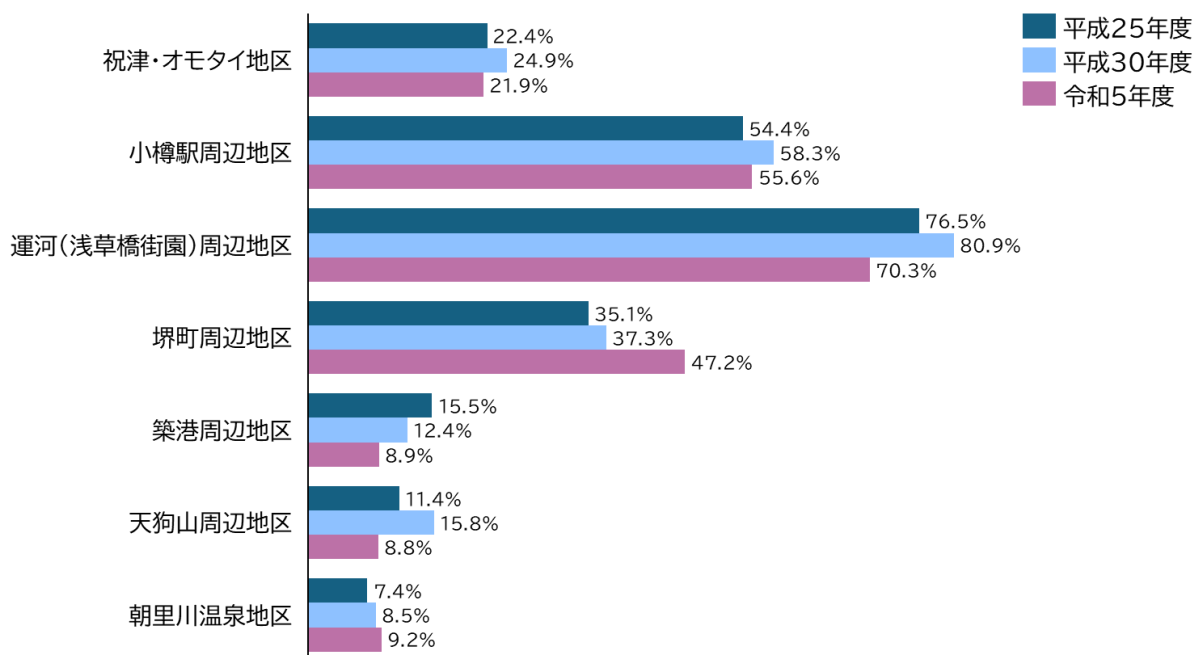


小樽を選んだきっかけ(居住地別)

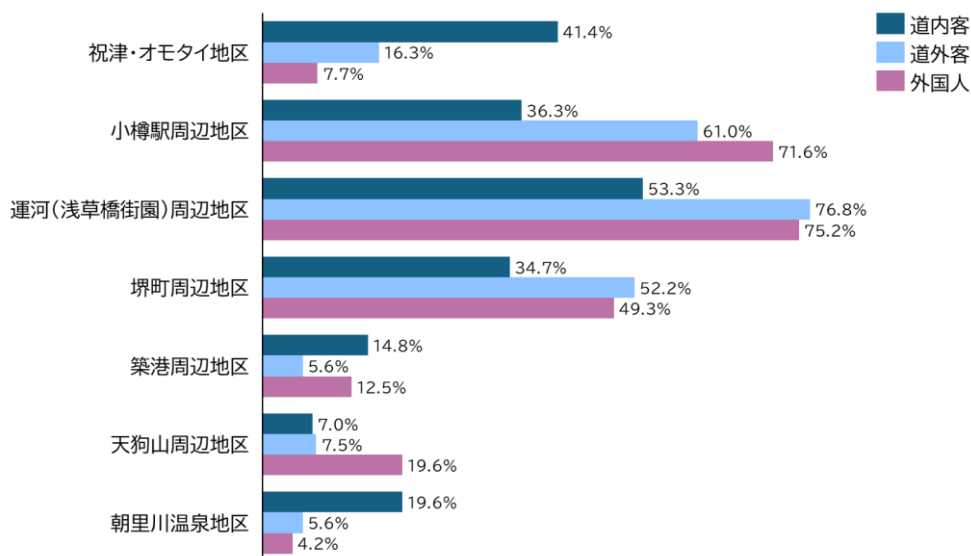


- ・ 道内客は「以前に来た時の体験・感想」が最多
 - ・ 道外客は「インターネット・ホームページ」が最多
 - ・ 次いで「ガイドブック・パンフレット・ポスター」、「SNS」の順
 - ・ 外国人客は「インターネット・ホームページ」が突出している
- ※ 前回、前々回調査時と比較して、「インターネット・ホームページ」及び「SNS」の割合が高くなっている

観光ゾーン(年度別)

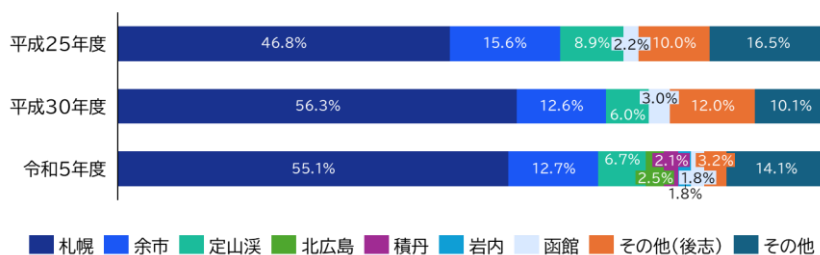


観光ゾーン(居住地別)

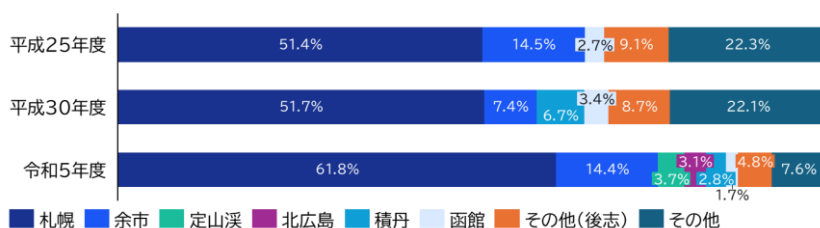


- ・ 居住地に関わらず「運河(浅草橋街園)周辺地区」が最多
- ・ 道内客は次いで「祝津・オタモイ周辺地区」、道外客・外国人客は次いで「小樽駅周辺地区」が高くなっている
- ※ 平成 25 年度、平成 30 年度調査時と比較して、「運河(浅草橋街園)周辺地区」が減となっている一方、「堺町周辺地区」が増となっている

小樽訪問前の立ち寄り観光地(道内客)

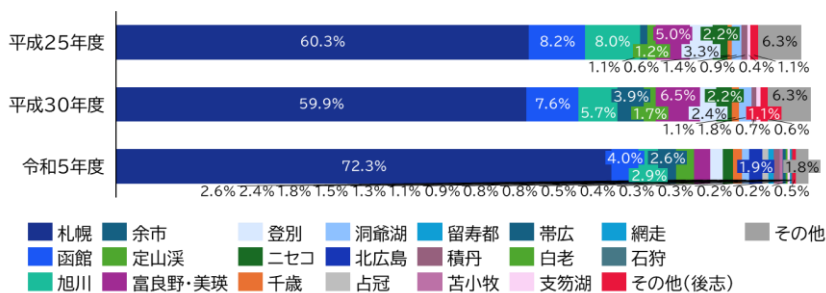


小樽訪問後の立ち寄り観光地(道内客)

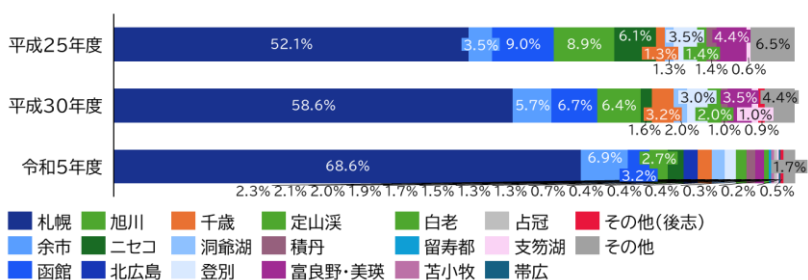


- ・ 小樽訪問前後に立ち寄る観光地としては「札幌」が最も多く、構成比としては 50%以上を占めている

小樽訪問前の立ち寄り観光客(道外)

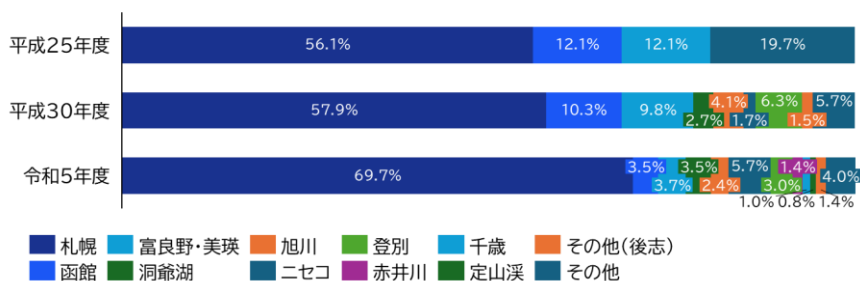


小樽訪問後の立ち寄り観光客(道外)

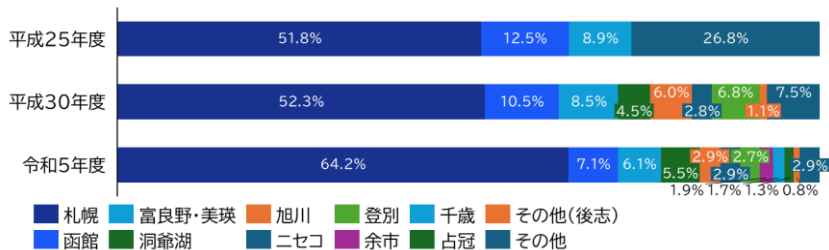


- ・ 小樽訪問前後に立ち寄る観光地としては「札幌」が最も多く、次いで「余市」「函館」等が多くなっている

小樽訪問前の立ち寄り観光客(外国人)

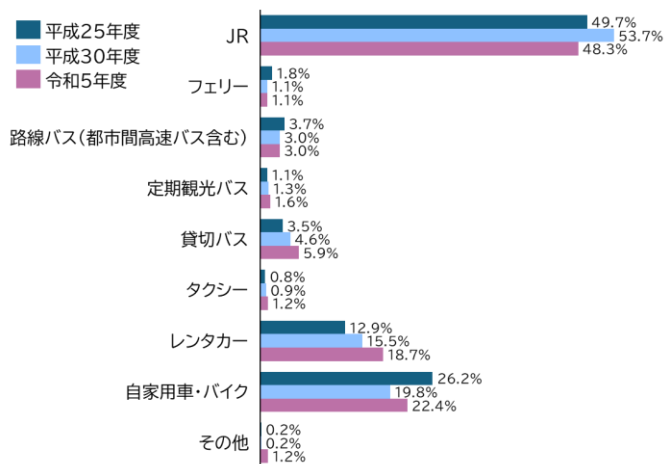


小樽訪問後の立ち寄り観光客(外国人)

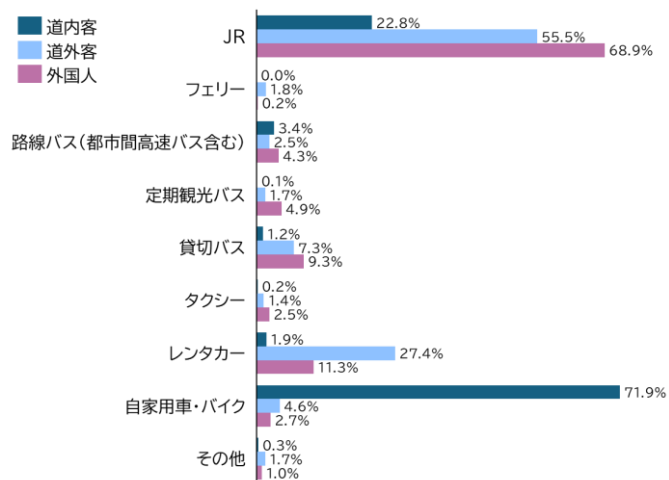


- ・ 小樽訪問前と小樽訪問後を比較すると、小樽訪問前の方が他の観光地へ立ち寄る割合が高くなっている
- ・ 小樽訪問前後に立ち寄る観光地としては「札幌」が最も多く、60%以上を占めている

来訪時利用交通手段の内訳(年度別)

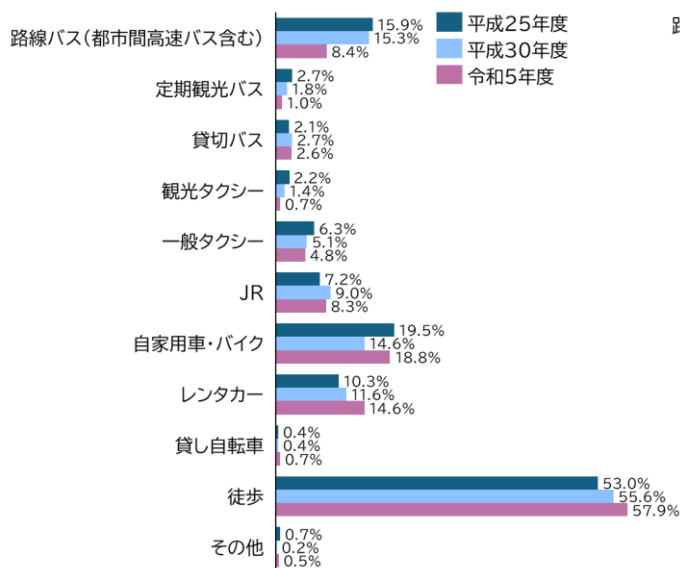


来訪時利用交通手段の内訳(居住地別)

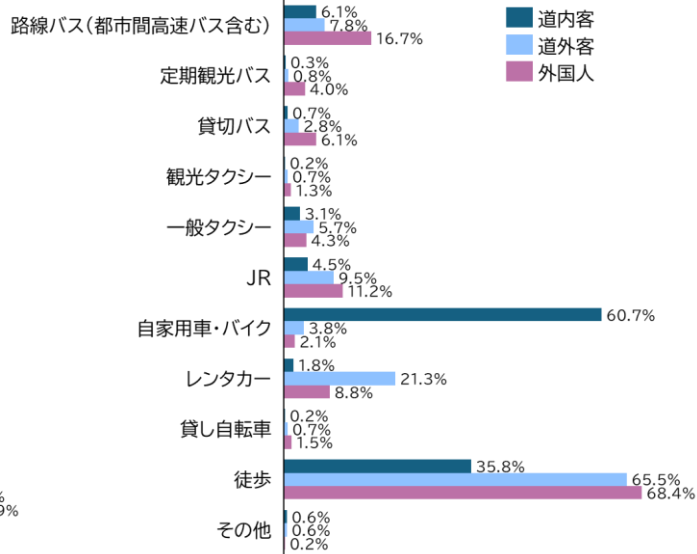


- ・ 道内客は「自家用車・バイク」での移動が最も多い
- ・ 道外客・外国人客は「JR」での移動が最も多い

市内での利用交通機関(年度別)



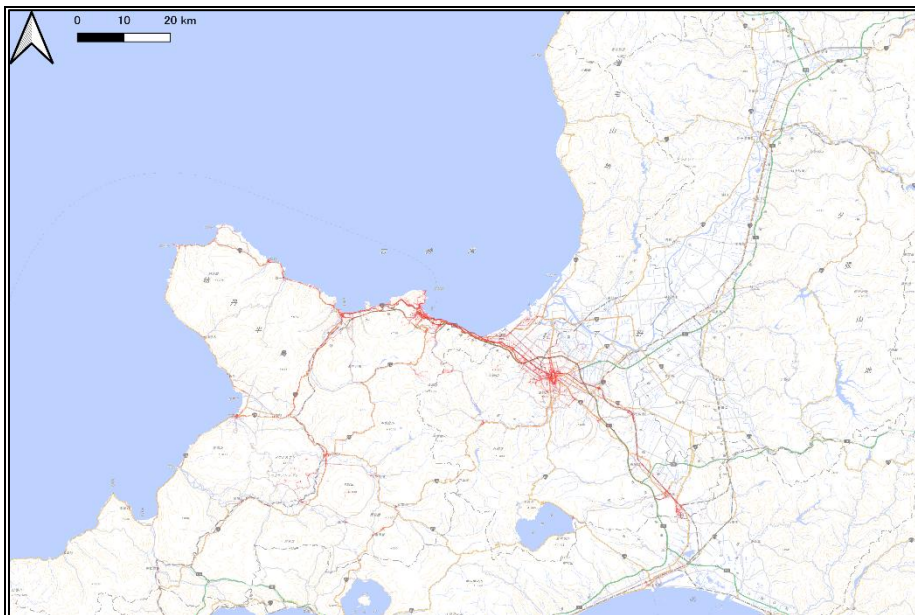
市内での利用交通機関(居住地別)



<参考>

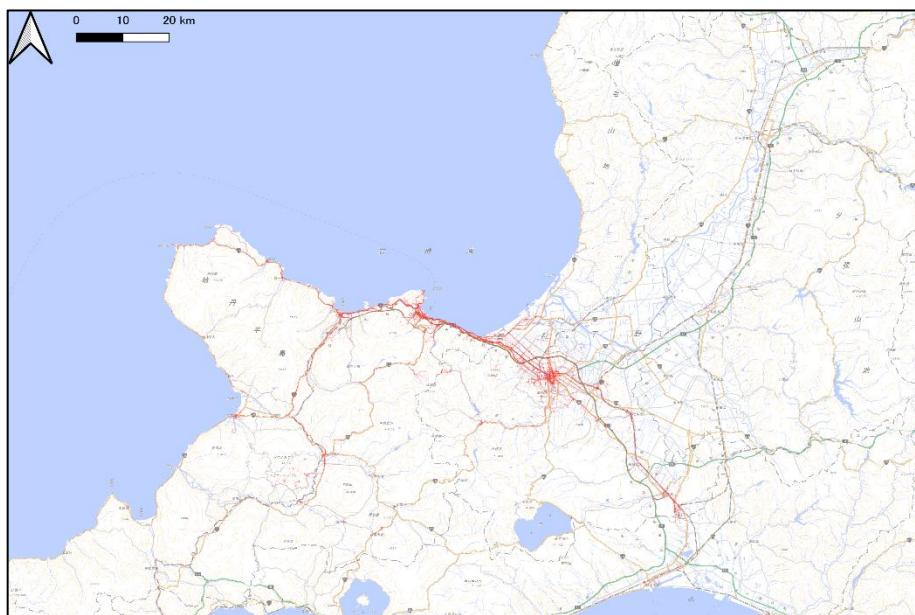
小樽市観光客動態調査の結果をより詳細にみるために、JTB 総合研究所独自の人流分析データを参考資料とした。本データで小樽市への入込状況を可視化した。

小樽訪問前の立ち寄り観光地(日本人)



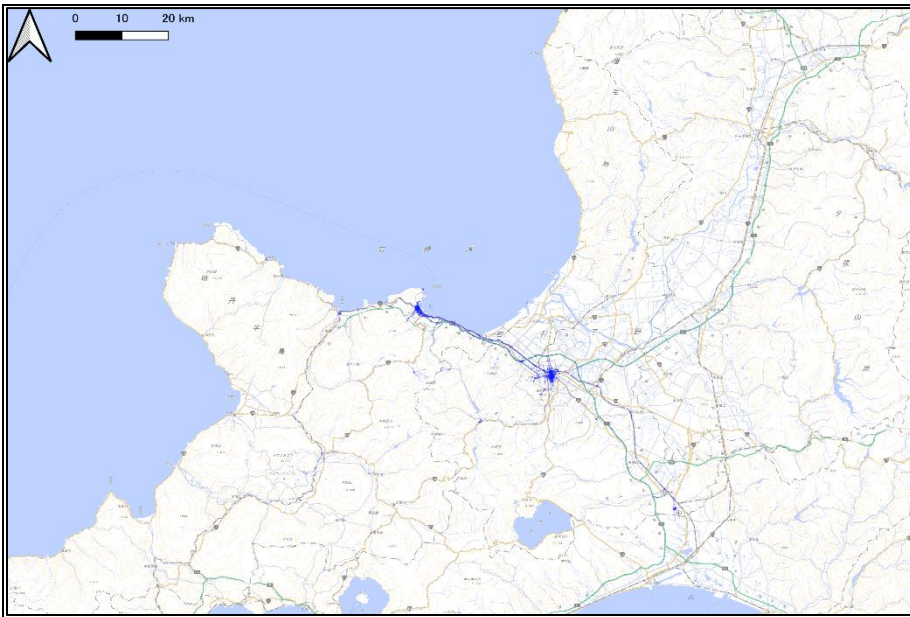
札幌からの流入傾向が最も顕著にみられるものの、余市や新千歳方面からの流入も一定数確認できる。

小樽訪問後の立ち寄り観光地(日本人)



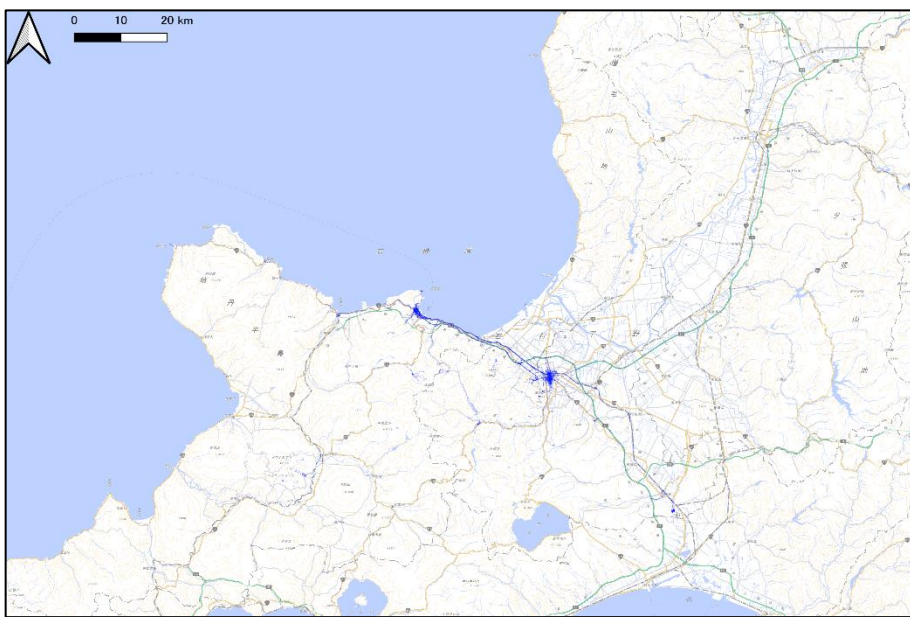
札幌への流出傾向が最も顕著にみられるものの、余市や新千歳方面への流出も一定数確認できる。

小樽訪問前の立ち寄り観光地(インバウンド)



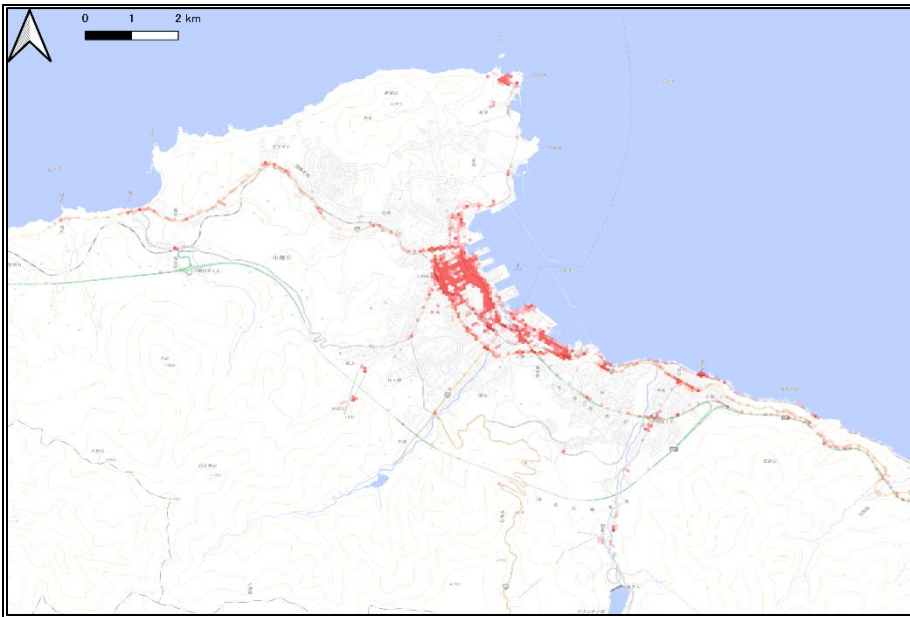
日本人の人流データと比較し、より札幌からの流入傾向が強まり、単一化している。

小樽訪問後の立ち寄り観光地(インバウンド)



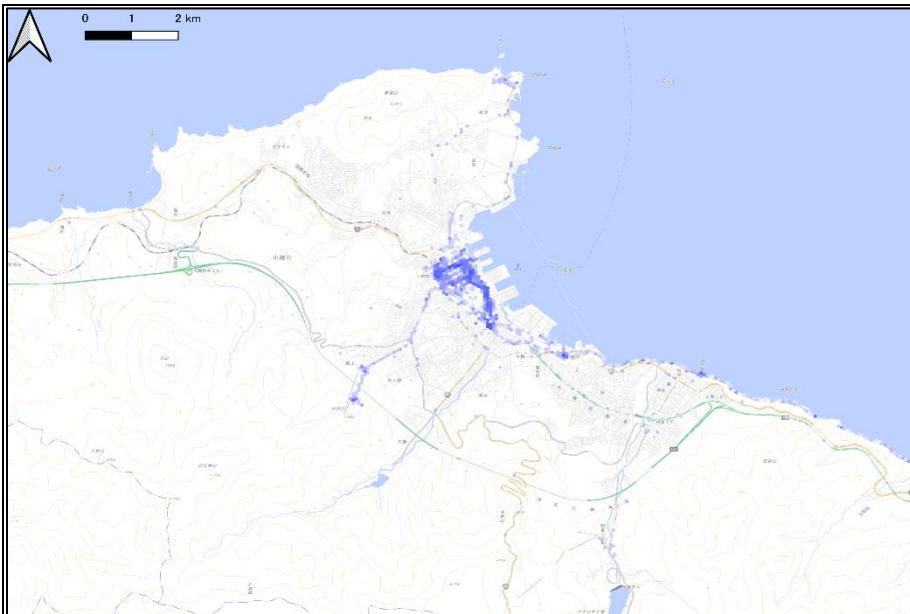
日本人の人流データと比較し、より札幌への流出傾向が強まり、単一化している。

来訪時利用交通手段の内訳(日本人)



札幌方面へは鉄道と車・バスが同程度使用されているが、余市方面への移動は車・バスが大半である。
※住民のデータも含まれている。

来訪時利用交通手段の内訳(外国人)



札幌方面との移動が中心であり、その大半が鉄道を利用して移動している。

小樽に対する感想・意見

批判的な意見

順位	項目	件数	主な意見
1位	道路・歩道整備について	101	冬季の歩道除雪や路面凍結(60件) 道路・歩道の凹凸により歩きづらい(21件) など
1位	駐車場について	101	駐車場が少ない・駐車料金が安い(87件) その他:駐車場の場所がわかりづらい、公共駐車場の要望 など
3位	飲食について	84	閉店時間の早さ(50件) その他:接客態度など
4位	観光(施設含む)について	79	水族館の駐車場からのアクセス・水族館施設のバリアフリー化への要望(30件) その他:観光遊覧船・運河クルーズが混雑していて乗れなかった、ガラス製作体験が予約でいっぱいだった等、個々の施設への不満 など
5位	アーケード・店・コンビニ	36	商店街がシャッター街となっているなど
6位	外国人(観光客)	34	外国人のマナー問題など
6位	飲食、ホテルが高い	34	
8位	その他	31	喫煙所が少ない、トイレが汚い・少ない、無料休憩所が欲しい、Wi-Fiが少ない・電波が弱い など
9位	公共交通機関・施設等	28	タクシーの台数が少ない、観光バスに力を入れてほしい など
9位	観光案内・MAP・パンフなど	28	トイレの場所をわかりやすくしてほしい、駅付近におすすめ観光スポットやその道順が載っている案内板などがあるといい など

好意的な意見、感想・提言的意見

- ・ 好意的な意見として、運河や歴史的建造物をはじめとした景観を高く評価する意見、また来たい・冬に来てみたいなどの再来訪意向、及び食に対する満足感が多くみられた。
- ・ 提言的な意見として、ごみ箱設置の要望や循環バスの要望などがあつた。

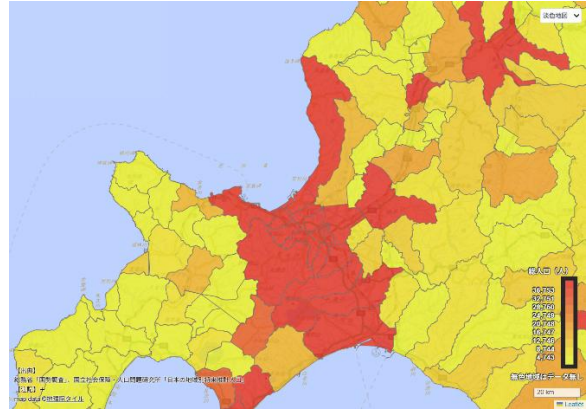
5. 小樽市人流・滞留データ

小樽市は観光地が偏在しているといわれているが、主にどのあたりに人が集中しているのが可視化するために人流および滞留データを示す。

(1) 小樽市のヒートマップ

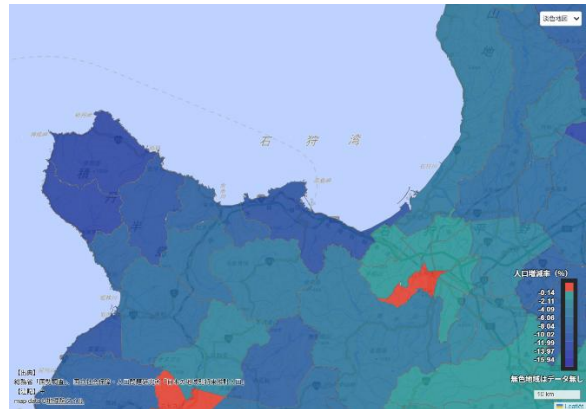
人口のヒートマップ

内閣府と経済産業省が提供している地域経済のデータを可視化できる分析システム「地域経済分析システム(RESAS)」を利用し、人口が集中している部分ほど色が濃くなるヒートマップで滞留人口を見ると、札幌市を中心として人口が密集していることがわかる。他方、小樽市に隣接している西の市町村では、人口が少なくなっている。



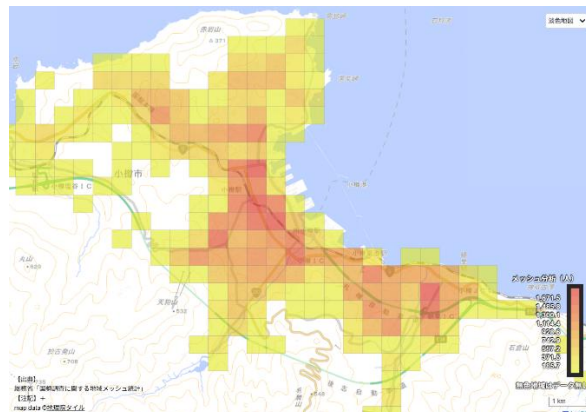
人口減少推計

人口減少の推計によると、2030年の推計で小樽市の人口は減少傾向にあると示されている。



地域人口

小樽市の地域人口を見ると、札幌自動車道及び函館本線沿線に人口が密集している。



今後、小樽市は人口減少が進むとともに、交通至便な所に人が集中し地域によって過疎化が進むことも予測できる。

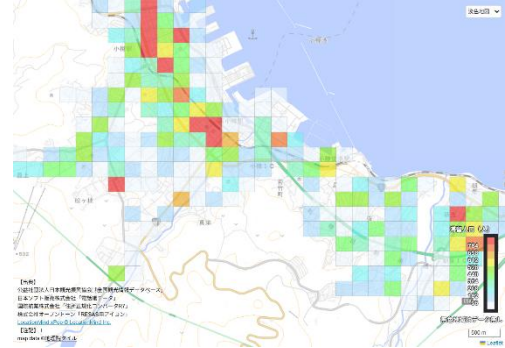
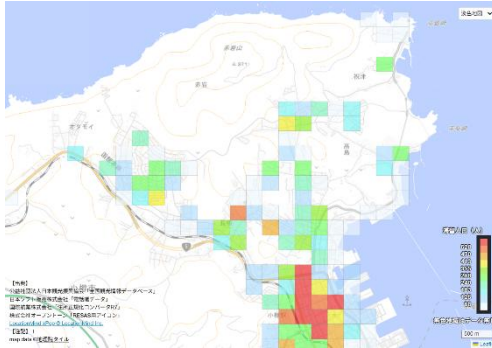
観光を分散化したり、周遊ルートを作ったりして地域が潤う仕掛けをしていく必要がある。

(2)小樽市の観光地滞留分析

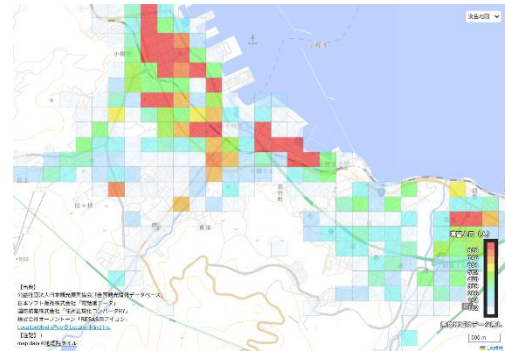
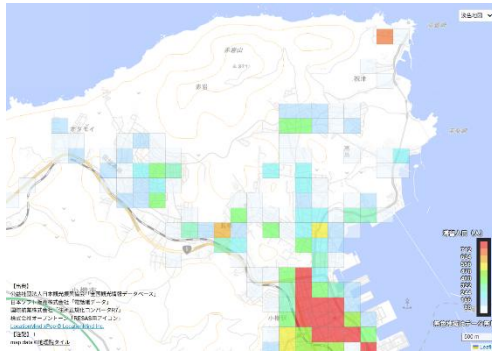
小樽市の各地域において、4月、8月、12月に分け時間ごとにどれだけ人が小樽市に滞留しているのか、小樽駅を中心に北と南に分けて比較した。

4月

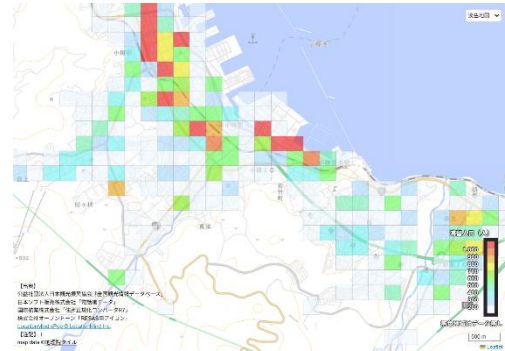
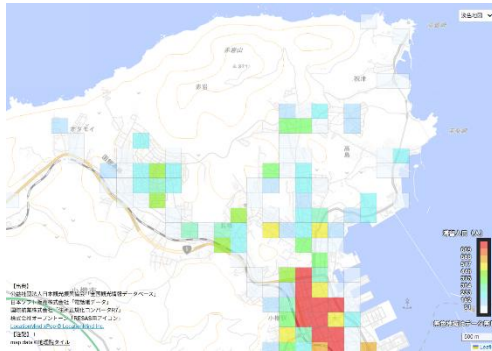
8時



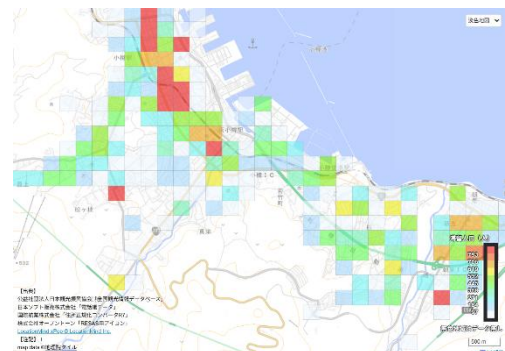
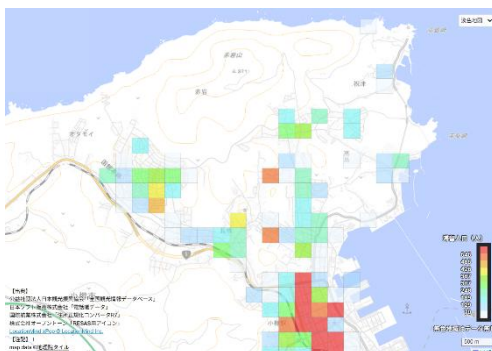
13時



17時

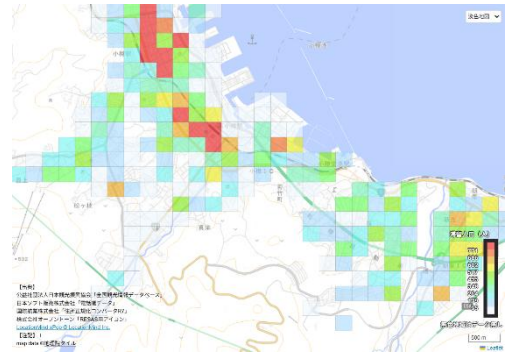
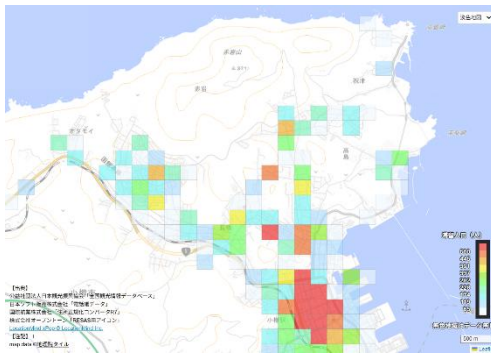


21時

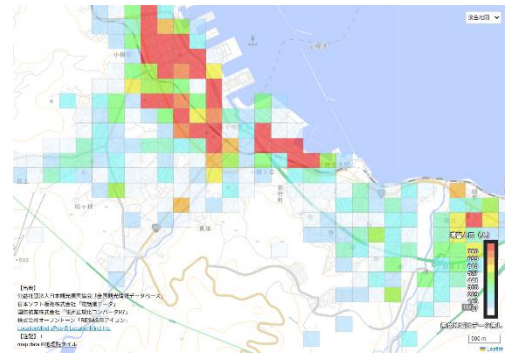
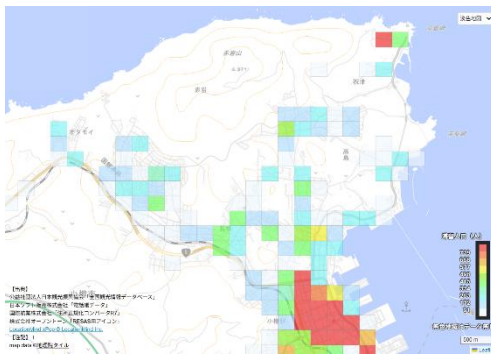


8月

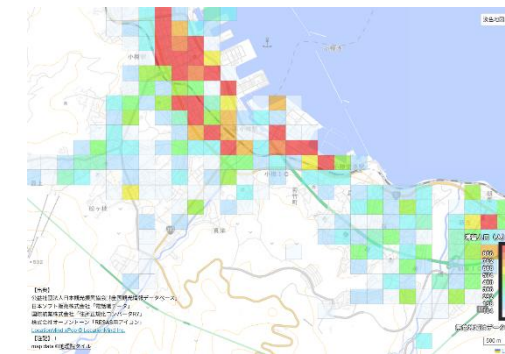
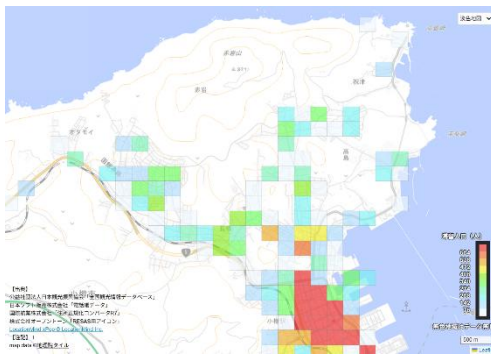
8時



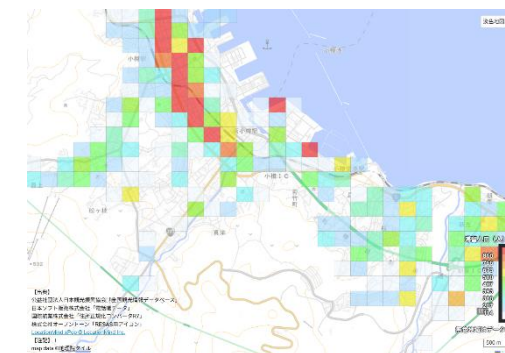
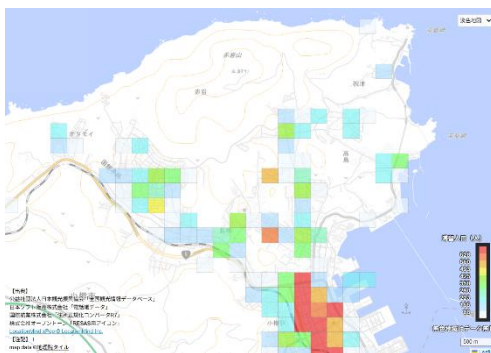
13時



17時

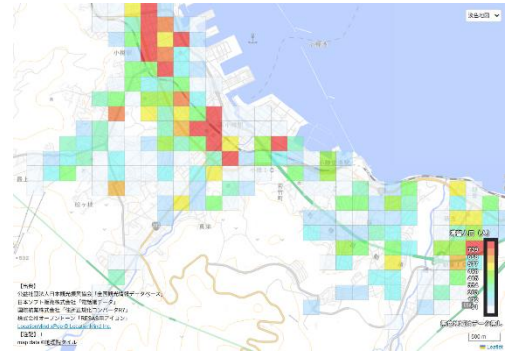
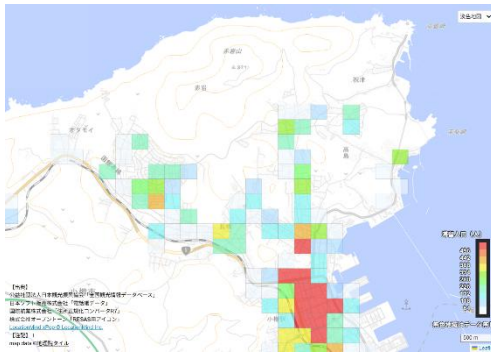


21時

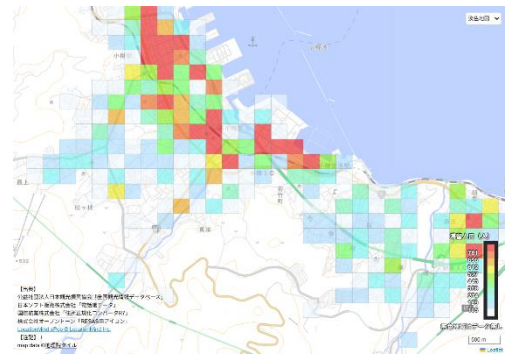
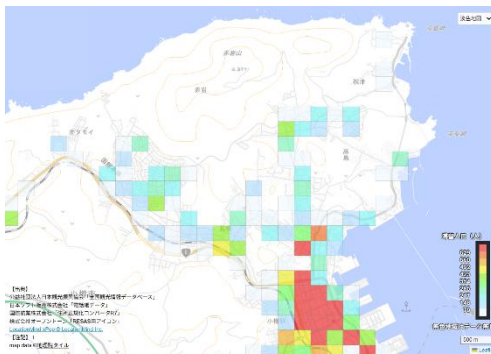


12月

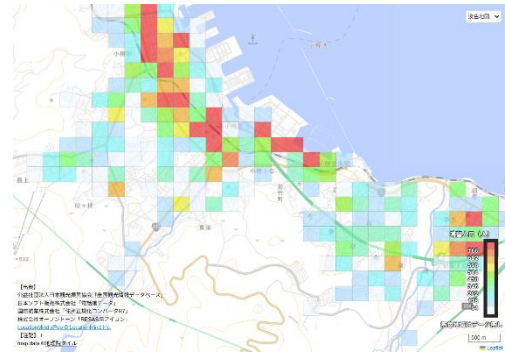
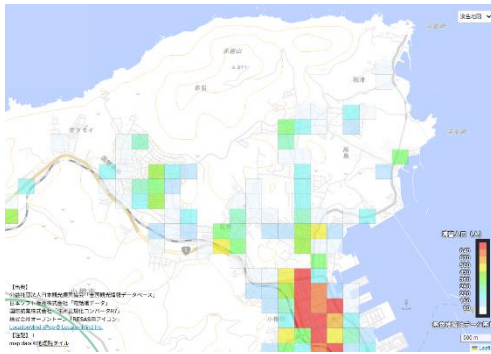
8時



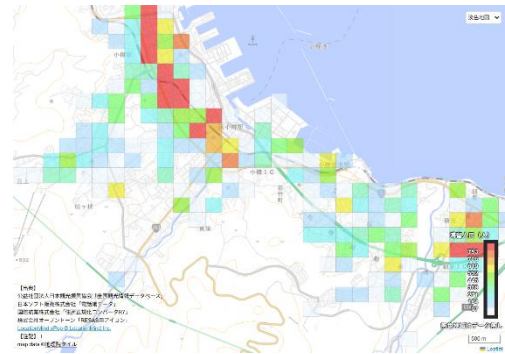
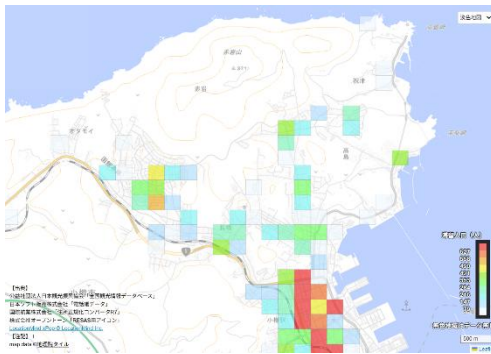
13時



17時



21時



- ・ 年間を通じて、祝津方面に人の滞留が少ない。
- ・ 13時頃に小樽水族館周辺に人が滞留しているが、閉館時間である17時には引けてしまう。
※ 小樽水族館 3月から10月までは17時閉館、10月から2月は16時閉館であることが影響していると考えられる。

- ・ 夏は特に13時頃に小樽水族館に多く人が集中し、その周辺にも動きがある。
- ・ 季節、1日を通して小樽駅周辺には人が多いが、
- ・ 運河周辺の滞留のピークは13時から17時の時間帯である。
- ・ 小樽駅前が8時であるが、通勤・通学の可能性も高い。
- ・ 21時は小樽駅前から南小樽駅前にかけての滞留が見られることから花園街への滞留と考えられる
- ・ 昼間はウイングベイ周辺での滞留が目立つ。
- ・ 小樽駅前を除き、時間帯と地区によって滞留状況の差があり、昼間に観光し、夜には別の地域へ移動する通過型の観光スタイルが定着していることが見られる。
- ・ 前段の地域人口のヒートマップと滞留人口のヒートマップを比較すると地域住民と観光客の境界線のようなものが存在するように見られる。

6. 小樽市観光動向まとめ

本調査から、小樽観光は総じて高い満足度と再訪意向を維持していることが明らかとなった。

「非常に満足」「やや満足」を合わせた割合は9割を超え、再訪意向も同様に高水準である。

特に宿泊者の消費額は日帰り客の約3.5倍に達しており、滞在型観光の推進が地域経済への波及効果を高める鍵であることが確認された。

一方で、消費構造には変化が見られる。

宿泊費や土産購入費は減少傾向にある一方、日帰り客の飲食費は増加しており、観光消費の質が変化している可能性がある。

また、来訪動機は国内客では「食」が中心であり、外国人客では「運河・歴史的建造物」や「自然」への関心が高いなど、市場別の特徴も明確である。

人流データからは、小樽観光が札幌との強い結びつきの中で成り立っている実態が可視化された。

訪問前後ともに札幌との往来が最も多く、特にインバウンドでは流入・流出ともに札幌との往復に集中する傾向が強い。

これは広域連携の重要性を示す一方、小樽単独での滞在時間延伸や周遊拡大が課題であることを示している。

また、市内の滞留分析では観光地の集中傾向が確認され、時間帯や季節による偏在も見られる。

さらに、将来的な人口減少と交通利便性の高い地域への人口集中が予測される中、観光の分散化や周遊ルート形成により、地域全体へ経済効果を波及させる仕組みづくりが求められる。

総じて、小樽観光は高評価を得ながらも、

- ✓ 滞在時間・宿泊率のさらなる向上
- ✓ 消費単価の質的向上
- ✓ 札幌依存構造からの脱却と広域戦略の強化
- ✓ 観光地の分散化と回遊性向上
- ✓ 受入環境(道路・駐車場・除雪・案内等)の改善

といった課題に取り組む必要性が本調査でも示唆された。