

第三次小樽市観光基本計画策定委員会（第4回）議事概要

1. 会議概要

- ・ 日時：2026年5月8日（金）13:00～15:00
- ・ 場所：小樽市保健所講堂
- ・ 目的：第二次小樽市観光基本計画の振り返り

2. 議事

(1) 第3回委員会の振り返り【資料1】

- 事務局より前回議事の概要について説明。
- 質疑なし。

(2) 観光立国推進基本計画（第5次）および第6期「北海道観光のくにづくり行動計画」について説明【資料2】

- 本年度発表された各上位計画の要点をまとめたうえで説明。
- 質疑なし。

(3) 第二次小樽市観光基本計画（現計画）の施策振り返り（取組内容・実績）【資料3】

- 事務局より、現計画における各施策のこれまでの取組内容や実績の要点について説明。

(4) 第三次小樽市観光基本計画の方向性に関する意見交換（主な論点）

① 「通過型」から「滞在型」への転換と「稼ぐ観光」の推進

- 冬季観光はアジア圏の観光客誘客など一定の成果が出ている一方、宿泊施設の増加に伴い、夜間の飲食環境の充実や宿泊客が夜間にゆったり観光できる施策など、滞在の質を高める取組が必要。
- 通過型から滞在型への転換において小樽単体での完結は難しいため、積丹・ニセコ・余市といった北後志地域との広域的な連携強化を継続すべき。
- 新たな宿泊施設の開設を地元物品の地域内消費に繋げる視点や、従来の「山」に加えて「海」の潜在力にも着目したコンテンツ造成など、小樽経済への寄与を重視した「稼ぐ観光」へのシフトが必要。
- 観光を単なる経済産業として捉えるだけでなく、セカンドライフ層や子育て世代への移住促進（人口の社会増）の有力な手段として位置づけるべきとの提案があった。

② エリア偏在の改善と二次交通・受入環境の整備

- 観光客が運河周辺エリアへ一極集中（偏在）している課題に対し、市内各所の豊富な資源や歴史ストーリーを活用した動線づくりを行い、町全体を面的に回遊させる施策の展開が求められる。
- 主要観光拠点間（天狗山や祝津方面など）を繋ぐ移動手段（二次交通）に大きな課

題があり、過去に実施された自動運転バスの実証実験などの知見を交通利便性の向上に活かすべき。

- 輸送人員に対して不足している観光地トイレ（特に女性用）の充実や、冬季における荷物移動の快適性・雪対策など、受入キャパシティの整備が旅行満足度に直結する。
- 北海道新幹線の開通や、公共交通運休により「陸の孤島」になるリスク、災害時の避難所設置といった安心安全の確保への注力について、次期計画内に記載が必要であるとの指摘があった。

③ 歴史・文化資源の保存・活用と景観・コンテンツの高度化

- 現計画期間中に新たに認定・策定された「日本遺産（3 件）」や「歴史的風致維持向上計画」を活かし、次期計画においてこれらをどう位置づけ、観光に落とし込んでいくかが極めて重要。
- 修理工事を終えた旧日本郵船小樽支店などの文化財活用を進めることで、観光客の誘客だけでなく、市民の地域の歴史への関心向上を図る。
- 北海製罐小樽工場第3倉庫について、単なるカフェにするのではなく、小樽の歴史文化を発信し、市民が集い、賛同が得られる拠点として活用すべきとの具体的な要望が出された。
- クルーズ船来訪時の出迎え（ターミナルの印象）の工夫や、運河周辺のライトアップ、ガス灯の点灯時間について、来訪者目線に立った劇的な改善・強化が必要。

④ 受入環境整備・オーバーツーリズム・人材

- 国・道の方向性は「プロモーション」より受入（マネジメント）重視。旅行者増と多様化対応、オーバーツーリズム懸念を踏まえ、量ではなく質へ転換が必要。等の意見が出た。

⑤ 市民理解の醸成と「おもてなし」への主体的な市民参画

- オーバーツーリズムなどの問題を踏まえ、市民が観光振興のメリットや経済的恩恵を実感し、観光に対する関心と理解を深められる仕組みづくりが不可欠。
- 市民の満足度と安心感が確保されていることこそが、観光客への「おもてなし」の前提。
- 高単価な飲食店の増加や SNS 社会におけるリスクを考慮し、受入れ意識の醸成と住民の生活の質の確保を主軸に据えるべき。
- 俱知安町での宿泊税の住民還元事例を参考に、宿泊税を住民が主体となった文化伝統の継承や市民生活を守るための施策へ充当することへの提案。
- イベント（雪あかりの路等）の市民ボランティアや、クルーズ船出迎えにおける市民ブラスバンドの有償起用など、地域内クーポンや報酬を適切に支払うことで、既存のボランティア層を超えた市民参画や若手人材の育成を促す仕組みが必要。

といった意見が出た。

⑥ 観光 DX・マーケティングと進行管理（数値目標）の強化

- ターゲット層への効果的なアプローチに向けて、プロのクリエイターと連携した SNS 広告運用や、デジタル上での情報発信を戦略的に行うべき。
- 観光 DX においては、単に情報量を増やすだけでなく、ローカル文化との接続や市民目線のおすすめといった「感情を含めた視点」を取り入れ、小樽らしい体験をどう編集していくかが重要。AI を効果的に活用して効率的に競争力をつける。これまでの計画には明記されていなかった数値目標（KPI や KGI 等）を、量から質への転換という論点も含めて本計画内でしっかりと定める方向で、今後議論を深めることとした。

⑦ 推進体制と今後の進め方

- 観光基本計画の推進にあたっては、観光部局に限らず行政の各部局が横断的に緊密に連携し、地方公共団体としての「総合力」を発揮して取り組む。
- 市が定めた 10 年間の長期的な基本計画（大きなビジョン）を受け、実務組織である DMO（小樽観光協会）が 4～5 年間の「観光地経営戦略」を策定し、環境変化に機動的かつしなやかに実行していく推進体制について確認。

次回の第 5 回委員会では、これまでの幅広い委員意見を整理・集約した「次期計画の方向性となる柱」の素案をベースに、基本理念を中心に議論を構築していく予定。