

小樽市観光基本計画策定委員会 第二回委員会議事録

日時 平成 28 年 5 月 31 日 (火) 16:00~18:00

場所 小樽市役所別館 3 階 第 2 委員会室

次第

- (1) 開 会 李委員長より開会の挨拶があった。
その後、前回欠席された委員 2 名の紹介(自己紹介)が行われた。

(2) 小樽市観光基本計画の策定イメージについて

●事務局より、基本計画の提言取りまとめまでのスケジュールと内容について説明があった(配布資料 1)。当初の計画からの変更点として、より多くの市民からの意見を取り入れることを目的とした市民対象のワークショップの開催を追加した(9月予定)。内容案については次回委員会で提案する予定。

●イメージを形成するうえで、国や北海道の観光関連の計画を踏まえておく必要はないのか、上位計画との整合性についても確かめたいという意見が出され、今後資料として提供することとした。

(3) 小樽観光の現状と課題、目指すべき姿について

●事務局より、資料をもとに説明があった。

- 「第一次小樽市観光基本計画の検証について」(配布資料 2-1)
- 「第 6 次小樽市総合計画について(観光施策)」(配布資料 2-2、2-3)
- 「国内観光動向と小樽観光の現状の整理」(配布資料 3)
- 「小樽観光の課題と目指すべき姿/議論のポイント」(配布資料 4)

●ホスピタリティの向上については、これまでも重要な施策として位置づけられているので議論にのせておくべきであるという意見が出された。

●第一次計画や観光戦略構想の位置づけや違い、第二次は第一次の継承として構築するのか、なぜ第二次計画を進めるのか、計画のスタンスを明確にしたいという質問があった。それについて委員長から、第一次から 10 年が経ち、小樽を取り巻く状況も大きく変化している中で、これから先どう向き合っていくかという視点で議論を進め、その中から方向性や目標をまとめていきたいとの見解が示された。

●小樽観光の課題や目指すべき姿について各委員から意見を伺った。

主な意見は以下。なお、意見を5つのカテゴリーに分類した。

計画の位置づけ

- 第一次計画の継承として構築するのか。なぜ第二次計画を進めるのか、計画のスタンスを明確にしたい。
- 戦略を議論するのか、夢を語るのか、議論の落としどころはどこにあるのか。尖がった議論が必要か。
- 高いポテンシャルのある地域であるが、優先順位をつけて取り組むことが必要。情報を整理して、小樽の“強み”を地域の関係者が共有しながら目指すべき方向性をまとめてほしい。
- 国や道の計画に触れておく必要はないか。上位計画との整合性も確かめたい。
- ホスピタリティの向上については、これまでも重要な施策として位置付けられているので議論にのせておくべきである。

観光資源

【課題として】

- 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。

【今後の訴求ポイントとして】

- 海よりも“山”をアピール。未開の内陸部の活用に優位性が見いだせるのでは。
- 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。

受入態勢

【課題として】

(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いる(外国人の使い方の問題)。
- 店舗が閉まるのが早すぎると言われている。
- 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。

【今後の訴求ポイントとして】

- 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

【課題として】

- 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。

【今後の訴求ポイントとして】

- 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。シャトルバスの坂のまちに対応した取組も必要では。
- 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

【課題として】

- 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。

【今後の訴求ポイントとして】

- 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。
- この計画に対する提言が市民の意識を高める。

●最後に、森副委員長より全体を通した感想があった。(以下)

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と感じた。同時に、ホンモノの小樽を紹介したい、もっと市民とのふれあいを大切にしてほしいという印象を強く持った。「小樽の人たちと触れ合う中で、新しい気づきを発見してもらい、また来たいと思ってもらえる」そういうイメージを共有することができた。

(10) 閉会

次回は、小樽観光の方向性をまとめる議論とすることを確認して閉会した。

<次回委員会 6月30日(木) 14:00～>