

2. 北海道小樽市

対象地域	北海道小樽市			
申請主体	小樽市			
計画名	小樽市における「観光がもたらす恩恵」と「市民の安心快適な暮らし」の両立による持続可能な観光地域づくり実施計画			
観光客データ		平成31年	令和5年	令和6年
	入込観光客数(千人)	6,991	7,612	8,068
	- 国内	791	903	983
	- 訪日外国人旅行者	200	213	282
地域の特徴・観光資源等	<ul style="list-style-type: none"> 小樽市は明治以降の歴史の面影を色濃く残す街並みが今も残り、多くの観光客が訪れる国内有数の観光都市 小樽は、海、港、山、坂、運河と倉庫群、歴史的建造物、食文化など豊富な観光資源に恵まれた街 運河論争などの歴史的背景から、市民のまちづくり意識が高く、官民連携し様々な取組を進めてきた(民の力) 宿泊施設の開業により宿泊キャパシティが向上したほか、民泊施設も増加傾向にある 			
協議体制	協議の場			
	小樽市オーバーツーリズム対策連絡協議会			
	参加者			
	行政機関等	住民関係者		
<ul style="list-style-type: none"> 小樽市 北海道運輸局 北海道開発局 北海道後志総合振興局 小樽警察署 	<ul style="list-style-type: none"> 総連合町会 			
事業者	有識者			
<ul style="list-style-type: none"> (一社)小樽観光協会 小樽商工会議所 	<ul style="list-style-type: none"> 北海道旅客鉄道(株) 北海道中央バス(株) 			

エリアマップ



おたる水族館



小樽運河



Google Maps



小樽天狗山
ロープウェイ・スキー場



朝里川温泉

2. 課題

	主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1. 公共交通や観光地の混雑	<ul style="list-style-type: none"> JR函館線（小樽～札幌）や市内バス路線（天狗山ロープウェイ線、祝津線、朝里川温泉線）において、観光客の急増により、住民や観光客が「バスに乗れない」、「大きな荷物が占領しておりJRを利用しづらい」など、過度の混雑が生じている。 	観光客・地域住民
2. 道路の渋滞や混雑	<ul style="list-style-type: none"> 道道小樽港線（小樽運河付近）において、観光バス駐車場への入場待ちのバス列が路肩に駐車することにより、住民や観光客等の車の通行に支障が出ており、過度の混雑が生じている。 	観光客・地域住民
3. マナー問題	<ul style="list-style-type: none"> 一部地域において、路上での写真撮影や他人の土地への無断侵入、ごみのポイ捨てなどの迷惑行為が生じている。 令和7年1月23日には朝里駅周辺の鉄道敷地内に入り写真撮影していた観光客が列車に轢かれ死亡した事故が発生した。 	地域住民

① 公共交通や観光地の混雑



観光客等により混雑する
市内路線バスの停留所

② 道路の渋滞や混雑



観光バス駐車場入場待機する
観光バスの列

③ マナー問題



車道を塞いで写真撮影する観光客

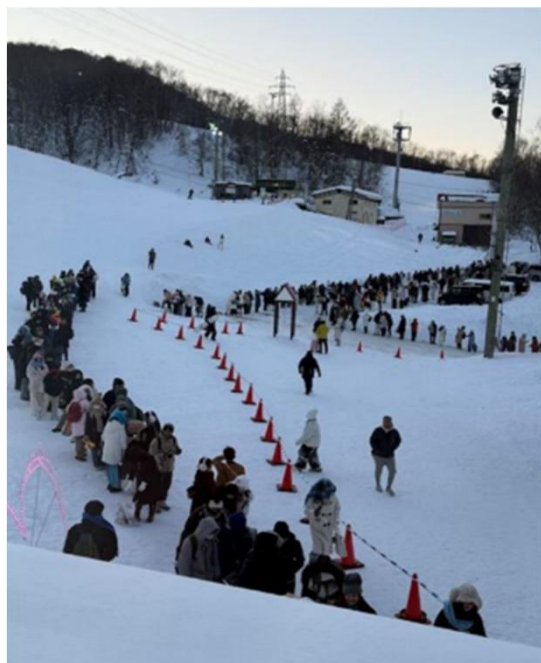
主な背景・要因

1. 国内外観光客等の急増

- ・ コロナ禍以降、本市を訪れる観光客が増加している。令和6年度の観光入込客数は7年ぶりに800万人を突破した。
- ・ 宿泊客数も増加しており、特に訪日外国人旅行者の宿泊客数は過去最多を記録した。主に下期に宿泊客数が増加。これにより、一部地域におけるマナーやルールの逸脱などが冬期間に顕著に発生している。

2. 映画ロケ地やSNS等での人気スポット

- ・ 本市で撮影された映画等のロケ地やSNS等での人気スポットへの来訪者が増加している。
- ・ これにより、現地の混雑、マナーやルールの逸脱などが発生している。



人気スポットの様子

4. 対策の概要

目指す姿	「観光がもたらす恩恵」と「市民の安心快適な暮らし」の両立による持続可能な観光地域づくり
KGI	(指標) 観光都市であることに魅力や活力を感じている市民の割合
	現状値：47.4%（令和5年度） 目標値：50.0%超（令和9年度）

②⑧

- 令和7年2月小樽市オーバーツーリズム対策連絡協議会を設置。地域一体の体制で現状、課題の整理、地域住民や事業者へのヒアリングを行い、対策を協議し、令和7年度施策を取りまとめ補助事業を実施

■ 補助事業の実施概要

受入環境の整備・増強

① 堺町観光バス駐車場周辺の路上駐車対策のための警備員配置及び除排雪

【背景・課題】

- 観光バスが駐車場への入場を待機するため路肩に駐車することから渋滞や混雑が生じている。

【事業内容】

- 冬期間におけるバスの待機場所を別に確保し、待機場所での警備員の配置及び除排雪を実施。

② 小樽駅前ターミナル及びバス停留所混雑緩和事業

【背景・課題】

- 小樽駅前ターミナルや市内バス停留所（天狗山、おたる水族館）において混雑が生じている。

【事業内容】

- カメラ及びスピーカーを設置し、混雑状況把握や増便対応アナウンス、誘導員の配置などを実施。

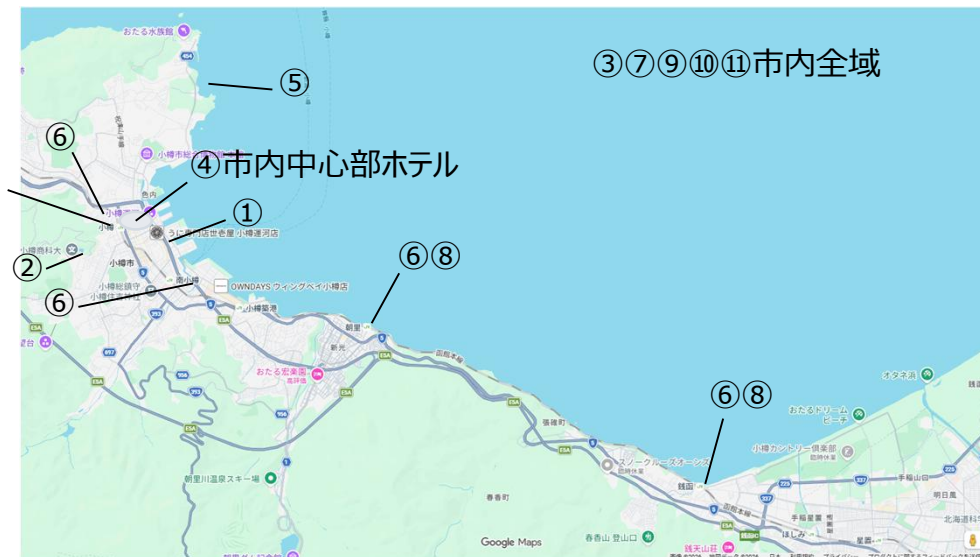
③ インバウンド対策多言語化環境改善事業

【背景・課題】

- 小樽駅前ターミナルや市内各バス停留所における多言語対応不足のため混雑が生じている。

【事業内容】

- ディスプレイや翻訳機、デジタルサイネージを設置し多言語表示対応、バス停の多言語表記を実施。



受入環境の整備・増強

④ 手ぶら観光の推進実証事業

【背景・課題】

- 新千歳空港・小樽間の公共交通機関への大型手荷物持込みによる混雑が生じている。

【事業内容】

- 専用車による新千歳空港・小樽間の手荷物輸送体制構築及び手荷物配送を実施。

需要の分散・平準化

⑤ 需要の分散・平準化に資するコンテンツ造成支援（早朝、北運河ほか）

【背景・課題】

- 人気スポットの昼間の時間帯の混雑が生じている。

【事業内容】

- 早朝に楽しめるコンテンツや北運河方面への回遊性を高めるコンテンツを盛り込んだツアー造成支援を実施。

4. 対策の概要

目指す姿	「観光がもたらす恩恵」と「市民の安心快適な暮らし」の両立による持続可能な観光地域づくり
KGI	(指標) 観光都市であることに魅力や活力を感じている市民の割合
	現状値：47.4%（令和5年度） 目標値：50.0%超（令和9年度）
<ul style="list-style-type: none"> 令和7年2月小樽市オーバーツーリズム対策連絡協議会を設置。地域一体の体制で現状、課題の整理、地域住民や事業者へのヒアリングを行い、対策を協議し、令和7年度施策を取りまとめ補助事業を実施 	

■ 補助事業の実施概要

マナー違反の防止・抑制

⑥ 旅カにおける注意喚起・マナー啓発（地域住民等への注意喚起ポスター配布、注意喚起看板設置、街頭放送による注意喚起・マナー啓発、船見坂等への警備員配置）

【背景・課題】

- 道路上で写真撮影する等車の通行を妨げる行為や他人の土地に無断で入る行為など観光客等によるマナー違反・迷惑行為が生じている。

【事業内容】

- 注意喚起ポスターを地域住民へ配布、注意喚起看板の設置や街頭放送での注意喚起・マナー啓発、警備員配置を実施。

マナー違反行為の防止・抑制

⑦ 旅マ旅カにおける注意喚起・マナー啓発（SNS・インフルエンサー）

【背景・課題】

- 道路上で写真撮影する等車の通行を妨げる行為や他人の土地に無断で入る行為など観光客等によるマナー違反・迷惑行為が生じている。

【事業内容】

- SNSやインフルエンサーを活用し、注意喚起・マナー啓発、WEB広告による旅マ旅カにおけるマナー等の認知、周知を実施。

マナー違反行為の防止・抑制

⑧ インバウンド旅客の安全確保・マナー対策（銭函・朝里・小樽駅の警備員配置）

【背景・課題】

- 訪日外国人旅行者によるマナー違反や危険行為が生じている。

【事業内容】

- ホームにおける注意喚起・マナー啓発、駅構内の旅客流入コントロールのための警備員配置を実施。

⑨ 注意喚起・マナー啓発用PR動画の制作・発信

【背景・課題】

- 道路上で写真撮影する等車の通行を妨げる行為や他人の土地に無断で入る行為など観光客等によるマナー違反・迷惑行為が生じている。

【事業内容】

- 旅マ旅カにおける注意喚起・マナー啓発PR動画の制作、SNS等での発信・拡散を実施。

地域住民と協働した観光振興

⑩ 観光が地域に与える影響を地域で共有する取組

【背景・課題】

- オーバーツーリズムが地域住民の暮らしに影響を与え、観光客が来ることにネガティブな印象になりかねない状況が生じている。

【事業内容】

- 観光が地域にもたらす恩恵を見える化し、地域住民等に説明する資料の作成・周知等を実施。

調査・分析

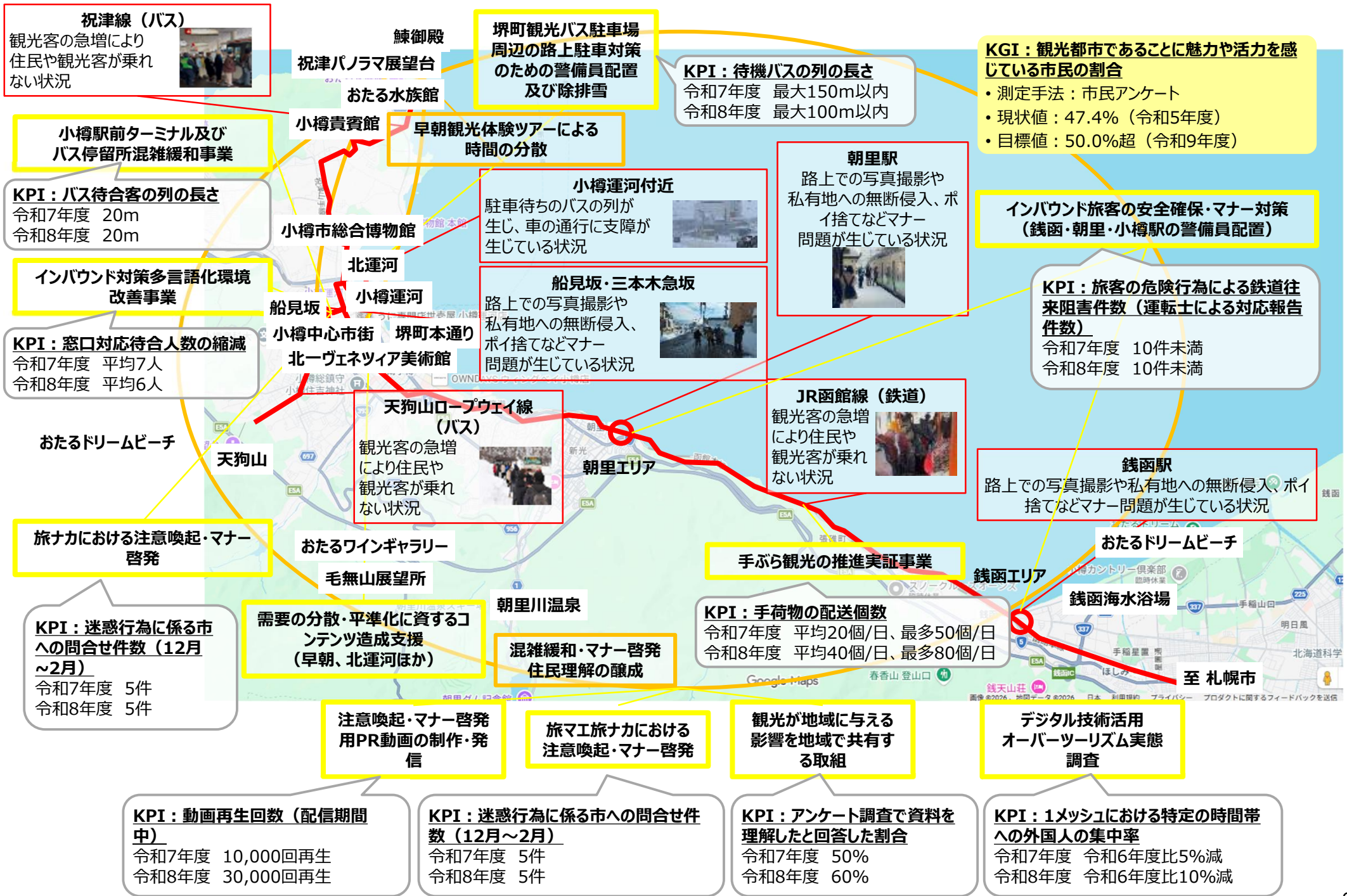
⑪ デジタル技術活用オーバーツーリズム実態調査

【背景・課題】

- オーバーツーリズム対策の協議・検討にあたり、市全域を時空間的に網羅し混雑状況等を可視化したデータの活用（EBPM）が重要である。

【事業内容】

- GPS人流データを活用し、混雑状況を可視化し、オーバーツーリズムの実態や対策後の効果を詳細に把握するほか、分散誘導施策や協議会での検討等に活用し、オーバーツーリズム対策を実施。



需要の分散・平準化

補助事業⑤	需要の分散・平準化に資するコンテンツ造成支援（早朝、北運河ほか）		
事業目的	需要の分散・平準化		
実施主体	小樽市	実施期間	令和7年6月～令和8年2月

【背景・課題】

- 小樽運河周辺等、人気スポットの昼間の時間帯に混雑が生じている。

【事業内容】

- 展望台からの景観や人気食堂での朝食など早朝に楽しめるコンテンツ、旧北海製罐前でのガイドや田中酒造本店での試飲等、北運河方面への回遊性が高まるコンテンツを盛り込んだツアー造成支援を実施する。
- 早朝に楽しめるコンテンツや北運河方面への回遊性を高めるコンテンツを盛り込んだ次の2ツアーの造成を支援し、販売を行った。
 - ①手宮・祝津コース（計87名参加）
7:00に小樽駅改札口付近に集合し、バス又はタクシーで神社の参拝や展望台などを巡る
 - ②北運河コース（計92名参加）
7:30に小樽駅改札口付近に集合し、バス又はタクシーで展望台や試飲を楽しむ

【推進ポイント】

- 民間事業者による自走やガイド育成を含めた事業のあり方を想定し、令和7年9月から10月の間で実証する。
- その際、早朝に楽しめるサービスや景色、小樽での朝食の楽しみ方など改めて整理し、ツアー参加者の満足度や協力事業者にアンケート調査を実施し、その結果を協議会や民間事業者で共有し、今後の取組について協議・検討する。



訪問先①祝津パノラマ展望台



訪問先②小樽市鯉御殿



訪問先③青塚食堂（朝食）



早朝観光プラン（モーニングツアー）パンフレット

補助事業⑤

需要の分散・平準化に資するコンテンツ造成支援（早朝、北運河ほか）

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名 早朝観光プラン参加利用者数

令和7年度に掲げた目標値

- 200人

事業の成果/目標の検証結果

- 179人（事業終了時）

成果の詳細

- 時間帯・観光エリアの分散により混雑が少ない状態での観光に関する付加価値、朝活への肯定的意見や午後の時間を有効活用できる点から、約8割の参加者からオーバーツーリズムの観点で有効性があるとの意見を得た。
- 市内ガイドがコースの考案から参画し、ツアーにも帯同して案内を行ったことから、今まで知られていなかった潜在的観光エリアの発見、宿泊への誘客の可能性がある点などが好意的に評価された。

今年度事業を踏まえた継続課題

1 販売価格

- 参加者アンケート結果から、ツアーの販売価格3,000円～5,000円が目安となることがわかった。
- 受託事業者によると、10名参加の場合の損益分岐点は14,624円である。
- 持続的に事業化していくための目安として、利益率が20%となる販売額を算出すると、19,000円となる。

2 ツアー内容

- 事業化に向けては、より実現性が高い内容（単価に見合うプレミアム感、安価で参加しやすいツアーなど）とする必要がある。

次年度以降の方針

1 需要に基づいたツアーの造成

- 本事業の検証結果について、関係者や事業者に横展開を行い、需要の分（参加者の満足度が非常に高い一方で、事業化に向けては料金体系やターゲットの設定など、より実現可能性が高い内容とする必要がある）散化に寄与するツアーの造成・参入促進につなげていく。



天狗山山頂からの景色を楽しむツアー参加者

マナー違反行為の防止・抑制

補助事業⑦	旅マエ旅ナカにおける注意喚起・マナー啓発（SNS・インフルエンサー）		
事業目的	旅マエ旅ナカにおける観光客等に対する注意喚起やマナー啓発		
実施主体	小樽市	実施期間	令和7年6月～令和8年2月

【背景・課題】

- 道路上で写真撮影する等車の通行を妨げる行為や他人の土地に無断で入る行為など観光客等によるマナー違反・迷惑行為が生じている。

【事業内容】

- SNSやインフルエンサーを活用し、注意喚起・マナー啓発、WEB広告による旅マエ旅ナカにおけるマナー等の認知、周知を実施する。

【推進ポイント】

- 令和7年10月から令和7年12月の期間で実証する。
- 旅行者やHP等の閲覧者に対しアンケートを実施し、認知率の数字の確認を行いその結果を協議会や民間事業者で共有し、今後の取組について協議・検討する。



マナー啓発専用WEBサイトの画像



SNSで発信の様子

補助事業⑦

旅マエ旅ナカにおける注意喚起・マナー啓発（SNS・インフルエンサー）

令和7年度事業の目標（KPI）

指標名 迷惑行為に係る市への問合せ件数（12月～2月）

令和7年度に掲げた目標値

- 5件

事業の成果/目標の検証結果

- 10件（事業終了時）

成果の詳細

- 12月から2月における苦情件数が令和6年度31件に対して、令和7年度においては10件と大幅に減少した。
- 4カ国のインフルエンサーを起用し、総再生回数433万回再生（目標：50万回）と目標を大幅に超えることに成功した。
- マルチプラットフォーム戦略によって、単一のSNSに依存せず市場に合わせて複数の媒体で同時展開したことで、死角のない情報発信を実現した。
- 「マナー啓発」という堅苦しくなりがちなテーマを、インフルエンサーの個性を活かした「旅の楽しみ方」の中に自然に組み込むことで、視聴者の受容性を高めた。

国	チャンネル名	総再生回数	発信媒体数
日本	炭火倶楽部	401,000回	3種類
台湾	Zoebitalk肉比頭	89,000回	1種類(長尺動画)
中国	匠游	3,289,705回	9種類
韓国	kcw.96	551,000回	1種類
合計		4,330,705回	

今年度事業を踏まえた継続課題

1 市場間の成果の偏り

- 中国市場の成果が突出した一方、台湾市場などのデータ貢献度が相対的に低くなった。市場ごとの媒体特性に合わせた企画の見直しが課題である。

次年度以降の方針

1 季節に特化した動画作成

- インフルエンサーによる冬季版動画を製作する。冬期Ver.のマナー啓発（私有地侵入、道路歩行など）を実施する。

2 効果拡大化のための取組実施

- 関連サイトへリンク設置、各インフルエンサーにシェア依頼、WEBサイトへの流入を強化する。

マナー違反行為の防止・抑制

補助事業⑨	注意喚起・マナー啓発用PR動画の制作・発信		
事業目的	旅マエ旅ナカにおける観光客等に対する注意喚起やマナー啓発		
実施主体	Otaru Next100実行委員会	実施期間	令和7年6月～令和8年2月

【背景・課題】

- 道路上で写真撮影する等車の通行を妨げる行為や他人の土地に無断で入る行為など観光客等によるマナー違反・迷惑行為が生じている。

【事業内容】

- オーバーツーリズムを“深刻な問題”として重く扱うのではなく、小さな“思いやり”の積み重ねで、小樽市民・観光客がお互いの印象を変える・変わるというポジティブなメッセージを、動画とダンスで表現する「PR動画（ミュージックビデオ）」を制作・発信し、ルールやマナーの啓発を図ることを目的に実施する。
- 地域の若者世代（地元高校生を含む）約20名がメンバーの中心となり、目的に即した「PR動画（MV）」を企画。同メンバーが出演する形で撮影・編集を行い、動画タイトル『ひとつの海、ひとつの街』を作成する。
- TikTok・YouTube・Instagram（リール動画）を活用し配信する。
- 制作したPR動画の周知・啓発を図るためのリーフレットを作成し、さっぽろ雪まつり、小樽雪あかり等のイベント開催時、特に訪日外国人旅行者が多く訪れる時期を狙って情報発信を行う。
- 上記取組を推進するため、以下のステップで推進した。
 - ✓ 令和7年12月13日(土)・14日(日)：動画撮影
 - ✓ 令和8年1月10日(土)：動画公開
 - ✓ 令和8年2月14日(土)まで：KPI達成の為のPR実施期間
- 動画撮影場所は、小樽運河・北運河、小樽港、堺町通り商店街 他である。



リーフレット

【推進ポイント】

- 地元の高校生などの地域に住む若い世代が中心となり、マナー啓発をダンスで表現するといった
- 他事業と一線を画した手法により話題性を高め、地元メディアに対してもPRしていく。



リーフレットのQRコード



YouTubeのイメージ

補助事業⑨

注意喚起・マナー啓発用PR動画の制作・発信

令和7年度事業の目標 (KPI)

指標名	動画再生回数 (配信期間中)
令和7年度に掲げた目標値	<ul style="list-style-type: none"> 10,000回
事業の成果/目標の検証結果	<ul style="list-style-type: none"> 44,500回 (TikTok:24,000回・YouTube:2,500回・Instagram (リール動画):18,000回再生) ※令和8年2月14日時点

令和7年度に掲げた目標値

- 10,000回

事業の成果/目標の検証結果

- 44,500回 (TikTok:24,000回・YouTube:2,500回・Instagram (リール動画):18,000回再生) ※令和8年2月14日時点

成果の詳細

- 本事業において配信したPR動画の総閲覧数は「計44,500回」(※令和8年2月14日現在)で、計画時目標値以上の結果を出すことができました。
- 取組についての記事を、北海道新聞朝刊(全道紙面)でも紹介いただき、SNS上だけではなく幅広い層にも訴求できた。
- 地域の若者世代が主体的に取り組む姿を通じて、訪れる観光客や地域住民に対し、“思いやり”というメッセージを発信することができた。
- 地元の高校生から観光客まで気軽に閲覧できるSNS「TikTok」を軸に動画配信を展開し、様々な層に対してメッセージを伝えることができた。
- 地域の若者世代が、オーバーツーリズムという地域課題に対して、自分ごととなって考え、自分たちのできるアプローチで主体的に取り組むことができた。
- この事自体が一つのストーリーであり、目標値を上回る成果(閲覧数)に繋がったものと考えられる。

今年度事業を踏まえた継続課題

1 地域住民と観光客の相互理解未実現

- 地域住民と観光客の相互理解(互いのリスペクト)については簡単に実現できるものではないと考えられるが、より大きく拡散に繋がる企画内容の検討や継続した取り組み、着実な積み重ねが必要である。

2 効率的な訴求

- 訪日外国人旅行者へ効果的に訴求するための工夫(映えの意識や多言語対応等)も必要である。

次年度以降の方針

1 事業の拡大

- 本事業をきっかけに開設したTikTokをはじめとするSNSツールを活用しながら、若者視点という特長を活かして、オーバーツーリズムに係るルールやマナー啓発の周知や、需要の分散化を目指した夜間観光の魅力発信等について取り組んでいきたい。

地域住民と協働した観光振興

補助事業⑩	観光が地域に与える影響を地域で共有する取組		
事業目的	観光の意義や効果に係る地域住民の理解・認知向上		
実施主体	小樽市	実施期間	令和7年6月～令和8年2月

【背景・課題】

- オーバーツーリズムが地域住民の暮らしに影響を与え、観光客が来ることにネガティブな印象になりかねない状況が生じている。

【事業内容】

- 観光が地域にもたらす恩恵が見える化し、地域住民等に説明する資料の作成・周知等を実施する。
- 小樽市の現状、観光による経済効果、くらしやまちづくりと観光、市民へのインタビュー、小樽観光の課題と対策、市長からのメッセージ、アンケートを掲載したリーフレット「市民のくらしと小樽観光」を作成する。
- 新聞折込、町会回覧のほか、市内全中学校12校、市内全高校7校に市役所及び出張所、その他市有施設計13か所にてリーフレットを配布する。
- 上記取組を推進するため、以下のステップで推進した。
 - ✓ 令和7年8月～11月：掲載内容の打ち合わせ、作成
 - ✓ 令和7年11月：市有施設、学校での配布、新聞折込
 - ✓ 令和7年12月：町会回覧
 - ✓ 令和7年12月末：アンケート回答締切
 - ✓ 令和8年1月～2月：アンケート集計、報告書作成

【推進ポイント】

- 令和7年12月から令和8年2月の期間で実証する。
- オーバーツーリズムの問題が大きくなる12月よりも前に、地域住民等への周知を行う。



リーフレット

補助事業⑩

観光が地域に与える影響を地域で共有する取組

令和7年度事業の目標 (KPI)

指標名	アンケート調査で資料を理解したと回答した割合
令和7年度に掲げた目標値	<ul style="list-style-type: none"> 50.0%
事業の成果/目標の検証結果	<ul style="list-style-type: none"> 78.1% (令和8年度市民アンケート実施時)

成果の詳細

- アンケート調査にて、本事業が観光振興に対する市民理解の促進に繋がったことが分かった。
- アンケート調査の記述回答にて、オーバーツーリズム、交通、インフラ整備関連の意見や提言が多くあがり、市民意識の向上に繋がった。
- 小樽の現状を国政調査、国立社会保障・人口問題研究所の推計、総務省の家計調査、北海道観光入込調査のほか、小樽市で行っている観光客動態調査、観光基礎調査などの統計資料を用いて現状を数値化したことで、観光が地域にもたらす恩恵を見える化し、市民と共有することができた。

今年度事業を踏まえた継続課題

1 最新情報の不足

- 統計資料の情報が古く、使用できないデータがあった。

2 取り巻く環境の変化に伴ったデータ収集が困難

- 観光を取り巻く環境変化はスピードが速いので、タイムリーな数値を共有することは難しい。

次年度以降の方針

1 調査事業の開始

- 令和8年度事業において調査を実施し、経済波及効果等を最新のデータに更新する。
- 地域住民への共有は令和9年度以降に実施する。

2 データ収集方法の再検討

- タイムリーなデータを取得できる調査方法に変更する。
- GPSを用いた調査を実施し、滞在時間等の正確なデータを取得する。

観光ピクトグラムを活用したマナー啓発
【持続可能な観光の推進・普及啓発に向けた調査事業】

【事業概要】

① JR北海道/札幌管内

- 線路付近のマナー(JR北海道作成)と、観光地でのマナー(観光庁作成)のピクトグラムを組み合わせたポスターを作成
- 札幌管内のJR各線区の車両において上記ポスターB3判、各線区の有人駅において上記ポスターB1判を掲示
- 有人駅の壁面貼りと各車両内の中吊り広告によって、観光ピクトグラムやマナーに関するポスターを掲示



ポスター



中吊り広告

② 小樽市/朝里・銭函・船見坂・三本木急坂エリア

- 銭函駅周辺に、観光ピクトグラムを使用した看板を設置
- 小樽市の住民・事業者に、上記看板と同内容のポスターA2判を配布し、店舗、民家等で掲示
- 小樽市のHPで観光ピクトグラムやマナーに関する情報発信を実施※非予算



撮影の際は
周りに注意



私有地への
立入り禁止



踏切で立ち止
まって撮影禁止



ポイ捨て禁止



駐車禁止

観光ピクトグラム



銭函駅周辺



船見坂周辺



朝里駅周辺

観光ピクトグラム設置場所