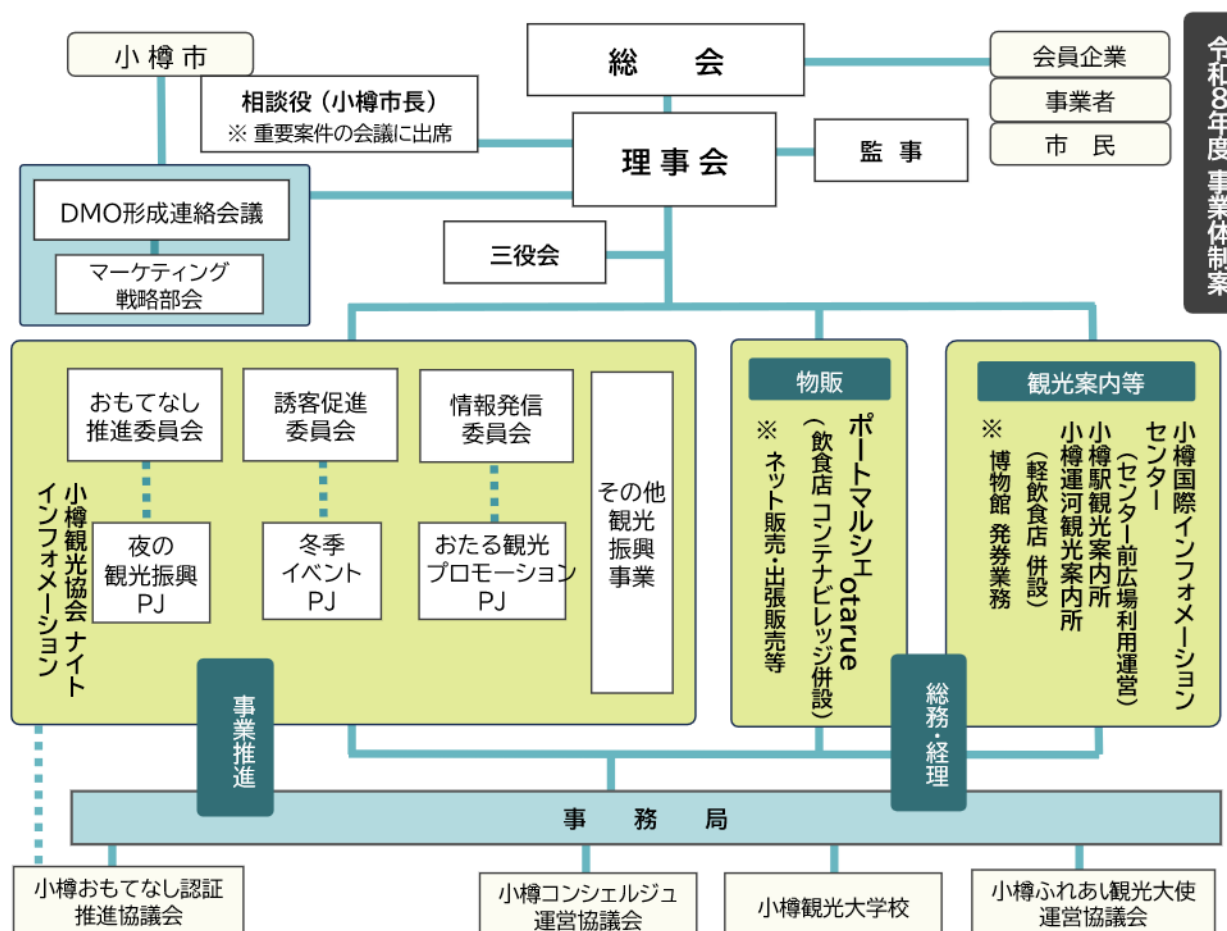


令和8年度 事業計画



地域 DMO の取組

【方針と戦略】

観光による地域経済の活性化に向け、“長期滞在型観光を推進し、観光による消費額を増やす”ため、引き続き次の3項目を重点項目とし各種事業の推進に継続して取り組む。

- ① 多彩な観光資源を活用した体験型コンテンツの充実による、滞在時間の延長を図る。
- ② おもてなし力の向上を図り、長く滞在したくなる、また来たくなる小樽を目指す。
- ③ 安心して楽しめる夜の街の魅力を発信し、宿泊への動機付けを増やす。

1 DMO ガイドライン改正への対応と宿泊税を用途とした事業の拡大

- ・ 令和 8 年度から始まる宿泊税の用途としての事業提案を含め、ガイドライン改正に対応した取組等について、小樽市に要請した結果、理解を得られ、令和 8 年度小樽市予算において、当協会に対し「地域DMO交付金」として、従来の当協会への補助金事業の統合・再編を行ったうえで、新たに DMO として必須となった観光地経営戦略の策定や各種調査事業費のほか、戦略的なプロモーション・魅力づくりに対する事業費が大きく増額となった。
- ・ このことから DMO としての使命と責任が一層増し、改正ガイドラインによる令和 10 年度も更新されるよう、市との連携を強化し、機動力を強化できるよう組織改編等を行うとともに、関係団体や市民との理解を広げ・深めながら、積極的に各取組を推進する。

(1) 組織体制の強化

① 小樽市長の相談役就任

- ・ ガイドライン改正により DMO に権限と責任の付与や地方自治体による一定の財政支援の必要性が示された一方、自治体首長のリーダーシップ発揮が極めて重要と示されたことから、これまで顧問であった小樽市長を相談役に就任いただいたうえで、観光地経営戦略や事業計画など重要案件を協議する際の理事会に出席いただくこととした。

「小樽市観光基本計画」に記載される方向性やビジョンとの整合性や、各事業の KPI 等の達成状況や PDCA サイクルによる見直しなどの協議に意見反映いただくものである。

② DMO 形成連絡会議内のマーケティング部会と地域部会の見直し

- マーケティング部会は、メンバーを一新するとともに「マーケティング戦略部会」と名称変更し、DMO としての本題である“地域が稼ぐ”につながり、必須項目の実行計画を伴う「観光地経営戦略」の策定に向けた協議に加え、戦略の PDCA 協議や KGI・KPI の進捗管理など継続して活動する。
- 地域部会は、体験型観光と住民理解の促進をテーマとする取組みだったが、体験型観光については、市と連携して事務局に担当者配置(後述)し推進することや、住民理解の促進は、改正ガイドラインの重点の一つであり、事業計画において項目を設け内容を拡充し、当協会として日常的業務として取組むことから部会を廃止する。

③ 事務局職員の増員

a) CMO (Chief Marketing Officer: データ分析に基づくマーケティング責任者)

- ・ 市の DMO 交付金により採用し、各種データに基づく持続可能な観光地づくりに向けた方針や戦略的マネジメントなど、「マーケティング戦略部会」等と協議しながら活動する。

b) 地域おこし協力隊による体験型観光担当者の配置

- ・ 市と連携して事務局に、“地域おこし協力隊”を体験型観光の担当者として配置し、各関係事業者や団体等を調整し、体験型商品を造成(拡充)し、販売を促進する。

2 主な取組

① 観光地経営戦略の策定等

- ア) KGI・KPI 設定等に向けた各種調査 : 来訪者・住民・観光事業者へのアンケート調査
- イ) 観光地経営戦略 : 令和8~9年度にマーケティング戦略部会で協議しながら策定
- ウ) データ管理プラットフォーム : 市やマーケティング戦略部会委員と共有し、進捗管理

② 情報公開・地域住民の理解促進等

- ア) 意思決定機関の議事録内容の公表 (公式ウェブサイト)
- イ) 各データや観光庁への事業報告等の公表 (公式ウェブサイト)
- ウ) 理解促進に向けた取組 (公式ウェブサイトや紙媒体、ワークショップやセミナー等の検討)

③ 戦略的なプロモーション・魅力づくりに対する事業拡充 : “観光事業推進”項目に記載

④ 多様な関係者との体制(合意形成)構築に向けた組織統合

- ・ 現状の DMO 形成連絡会議と理事会の二つの合議体での運営から、今後の迅速な協議や意思決定が図るため、令和9年度の理事改選時において統合する方針とし、当協会理事会を DMO 基準とするために地域住民や一次産業等の団体など、関係機関と合意形成を図る。
なお、統合後の組織体制案を次ページに示す。

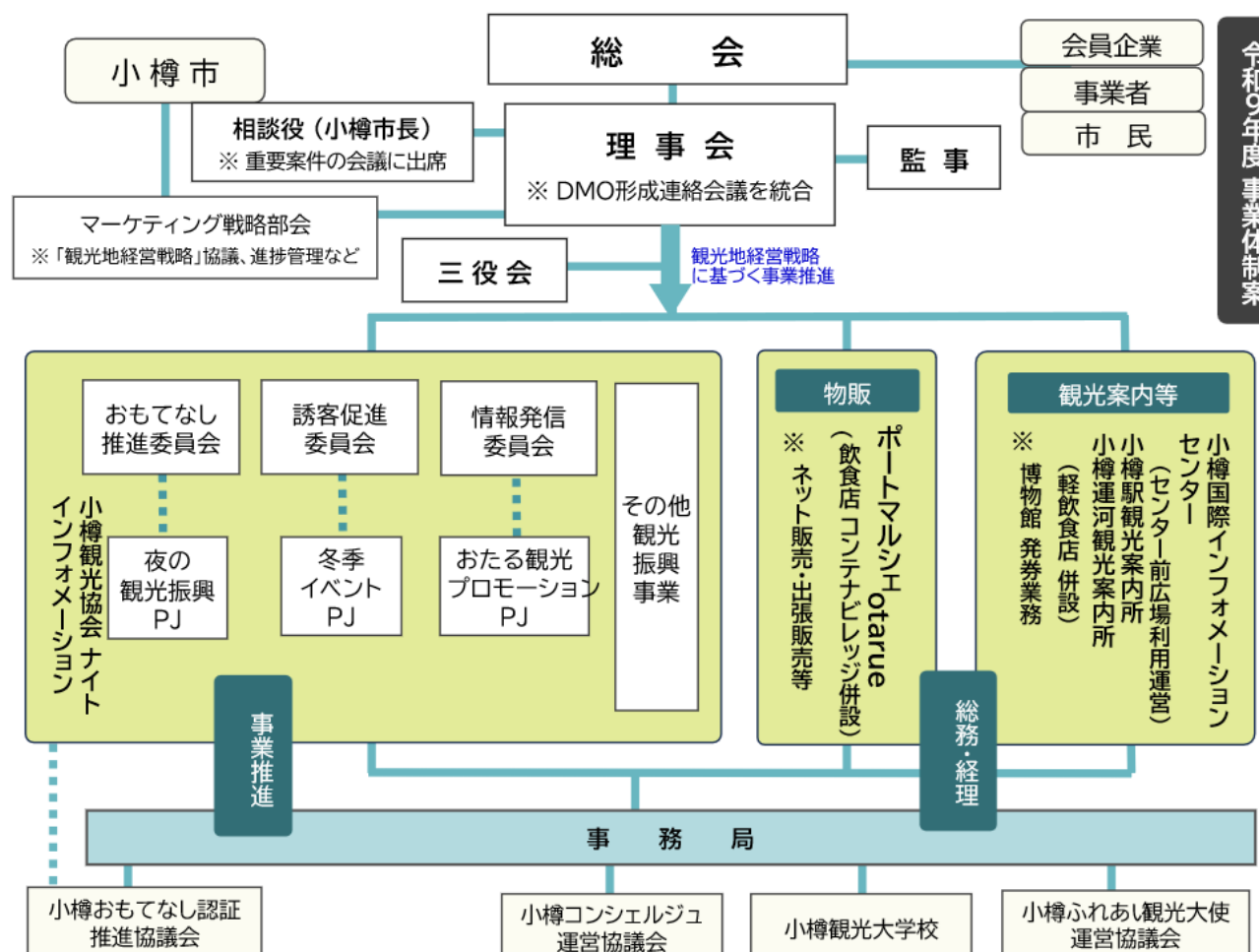
⑤ 定期的な総会・理事会の開催

- ・ 各年度の総会のほか、毎月、理事会を開催し、各事業の進捗管理や方向性、重要事項を協議

⑥ 人材育成

- ・ DMO 更新登録要件として、観光庁が指定する研修受講を3名以上とするため、今年度は、新たに採用予定の CMO も含めて複数名の研修修了を目指して取り組む。

《 統合後の組織体制案（令和9年度の案）》



観光事業推進

1 観光誘致促進事業

国内外マーケットにおける目的とターゲットを整理し、宿泊喚起・連泊やリピーターの誘客促進につなげるプロモーションを展開することで、観光消費の拡大を目指す。

(1) メディアタイアップ事業【事務局対応】 【2,000 千円】

素材やテーマに応じて、ターゲットやエリアを設定し、メディア媒体を活用したプロモーションを展開する。（雑誌、新聞、ウェブメディア、テレビ・ラジオ等）

(2) 国内外誘客事業【誘客促進委員会】 【3,100 千円】

① 消費者向けプロモーション（toC）

- ・ 物産展における小樽 PR（仙台藤崎百貨店「小樽の物産と観光展」、高崎高島屋「小樽・しりべしの物産と観光展（仮称）」、北海道の物産と観光展など）
- ・ 旅行博、展覧会イベント等への出展
- ・ 道内客向け観光PR事業

② 旅行博・情報交換会等への出展（toB）

- ・「VISIT JAPANトラベル & MICE マート 2026」「ツーリズム EXPO ジャパン 2026」等、各種商談会や招聘事業への参加
- ・地方都市相互送客連携事業（北海道観光機構 主催）への参画

③ フェリー航路活用事業

北海道への海の玄関口となるフェリー航路を活用したプロモーションを実施

- ・小樽を起点とした後志周遊に向けた PR
- ・舞鶴航路における船内 PR およびアンケート調査

④ スキープロモーション事業

雑誌やウェブ媒体、ウェブ広告を活用し、小樽を拠点としたスキー・スケートボード客の長期滞在の促進を訴求する。

⑤ クルーズ客船プロモーション事業

- ・小樽港クルーズ・プロモーションにおける観光 PR やクルーズ船社招聘対応
- ・クルーズ客船向け旅行商品造成

（3）教育旅行誘致促進事業【事務局対応】 【5,980 千円】

① セールスコールを旅行会社や学校関係者向けに実施（平成 29 年の実施以来 9 年ぶり）

- ・訪問先：東北、関東、中部、近畿、中国・四国、九州（6 エリア）
- ・教育旅行コンテンツの紹介、および教育旅行実施の現況や今後についての意見交換を行う

② 教育旅行コンテンツの造成（現地学習用テキスト素材の作成）

③ キャリア教育、地域交流学習等の受入れ対応およびコーディネート

（4）外国人観光客誘致広域連携事業【事務局対応】 【7,363 千円】

「小樽国際観光客誘致実行委員会」事業を継承し、外国人観光客誘致に取り組む。

- ・AT コンテンツ造成事業
- ・海外 OTA 活用事業（小樽特集ページの作成）
- ・TikTok を活用した宿泊促進事業 など

2 情報発信事業

多彩な観光資源を活用した滞在型コンテンツや小樽宿泊の情報発信をターゲット層別に展開し、小樽への訪問意欲の向上や滞在時間の延長を働きかけ、観光による消費額の向上を目指す。

（1）PR ツール作成事業 【34,998 千円】

① 公式小樽観光ガイドマップ 2027 の製作【おたる観光プロモーション PJ】

3 年ぶりの大幅リニューアルとなる観光ガイド（パンフレット・マップ）の製作業務（紙面編集・広告募集等）

② 公式ブランドブックの製作【おたる観光プロモーション PJ】

観光の質的向上、小樽ブランドの再定義およびシビックプライドの醸成を目的に、「小樽という都市の価値を編集し、所有される本」として、ブランドブックを新たに製作する。

- ・販売：令和 9 年度販売予定

③ 公式小樽観光ガイドマップ 2026「つむぐおたる」配布事業【事務局】

小樽への旅行を検討や実行予定の観光客層や小樽を観光中の旅行者に対する情報発信ツールとして、「小樽観光ガイドマップ 2026」の配布や活用を推進する。

(2) 公式ウェブサイト「おたるぽーたる」リニューアル【事務局】 【10,000 千円】

前年度に実施したウェブサイト分析をもとに、9年ぶりとなるリニューアルを実施し、ユーザーにとってより使いやすく、小樽の情報が伝わりやすいサイトを構築する。

(3) デジタルプロモーション事業

① Web マガジン配信【情報発信委員会】 【1,000 千円】

地元発の特性を活かした情報発信として、Web マガジン「小樽通」を毎週配信する。

- ・ 小樽の食、歴史文化、イベント、自然景観、旬のトピック等の紹介
- ・ 後志の魅力発信
- ・ HBC(北海道放送)メディア「ウェブマガジン Sitakke」とのタイアップ

② SNS 配信 【500 千円】

Web マガジン「小樽通」のコンテンツや旬の小樽の観光情報を、各種 SNS を活用したプッシュ配信を展開する。

- ・ 利用 SNS : Instagram、X、Facebook、TikTok

③ 各種サイト管理【事務局】 【500 千円】

- ・ 公式ホームページ「おたるぽーたる」「キタル、オタル。」等を活用した情報発信
- ・ 小樽観光協会 公式 SNS「小樽よいとこ」を活用したプッシュ型情報発信
- ・ 「おたるぽーたる」トップページでのウェブバナー広告運営
- ・ 各種アクセス数値の改善とファン／フォロワー数の増強

(4) 広報パブリシティ対応【事務局】

各種メディアや旅行会社、観光関連団体等への情報提供・情報発信を展開する。

3 受入推進事業

観光客の利便性を高め、観光に携わる事業者や市民によるおもてなしの向上を目指し、小樽が選ばれる観光地となっていくための取組みを展開する。

(1) 「小樽観光協会ナイトインフォメーション」事業【おもてなし推進委員会】 【4,638 千円】

夜の観光を楽しむための情報提供を通じた観光客の市内回遊と消費の増強に向けて、さらなるナイトインフォメーションの利用促進に取り組む。

(2) 研修事業【おもてなし推進委員会・事務局】 【1,750 千円】

市内事業者や市民等を対象とした各種勉強会を開催し、観光知識や受入マインドの向上を目指し、年度内に 5 種の事業を実施予定。

(3) 受入整備・おもてなし啓発事業【おもてなし推進委員会】

- ① 北運河美化活動
- ② おもてなしエピソード募集
- ③ おもてなしツール作成、観光客対応に向けた事業者支援事業

(4) ユニバーサルツーリズム推進事業【事務局】

- ① 観光介助士(初級)講座の開催
- ② ハラル・ヴィーガン等受入勉強会
- ③ バリアフリーサイトのコンテンツ拡充

4 観光課題対策事業

小樽観光の課題である宿泊者数の増・宿泊施設の稼働向上と閑散期周遊の改善に向け、各種事業を展開する。

(1) 宿泊需要喚起対策事業 【3,000 千円】

① 夜の魅力発信事業【夜の観光振興 PJ】

ナイトタイムエコノミーの推進を目指した取組みのほか、ナイトマップ製作、ウェブサイト「ON-Otaru Night-」・小樽観光ガイドウェブアプリ「おたるあそび」（運営：小樽商工会議所青年部）を通じた情報発信を展開する。

② 朝活コンテンツ造成事業【事務局】

- ・小樽の朝体験（日の出、朝さんぽ、食）のコンテンツを造成し、販売する（実証事業）
- ・「朝活マップ」の配布、ウェブ媒体 2 次活用を通じた PR を実施する。

(2) 閑散期周遊促進事業 【2,690 千円】

① YOI-TARU プロジェクト【YOI-TARU プロジェクト】

余市観光協会と連携し、閑散期に向け、地域の食を活かしたイベントや周遊企画の実施による誘客促進と域内消費の喚起に向けた取組みを展開する。

- ・YOI-TARU 味覚祭：令和 8 年 10 月 10 日（土）～12 日（月祝）

② イルミネーション「青の運河」、「ワイングラストワー」展示【役員、事務局対応】

③ クリスマスプロモーション

5 その他観光振興事業

(1) 小樽潮風高校 Project【事務局】

TOKYO6ENTERTAINMENT と小樽商科大学との連携を継続し、音声合成キャラクターを活用したイベント企画などにより、観光 PR 等で市内周遊を促進。

① 「第七回 小樽まちめぐりスタンプラリー・飲食店コラボ

- ・実施期間：令和 8 年 5 月 30 日（土）～8 月 3 日（月）、飲食店コラボ企画も展開
- ・参加店：29 店舗（新規参加店 6 店舗）、飲食店参加は 10 店舗
- ・スタンプ数：35 個（新スタンプ 10 店舗）
- ・周知：ノースウェーブ KAT'S IN THE MORNING」の小樽市情報発信コーナー「OTARU FULL OF DREAMS」、街頭放送での案内（5/17～8/3）

② 小樽市×春日部市都市間協定のコラボ企画

- ・2都市によるスタンプラリー・等身大パネルの設置
- ・両市で活動している音声合成キャラクターのコラボ

③ その他、市内イベントとの連携 など

(2) 高崎高島屋「物産と観光展」への協力【事務局】

高崎高島屋開店 50 周年を記念した「小樽・後志の単独物産・観光展」を小樽市・小樽物産協会・小樽堺町通り商店街振興組合と当協会により実行委員会を組織し、小樽観光の PR イベントや物産販売を実施

- (3) 小樽築港エリア・新しいナイトタイムコンテンツ造成事業 PhaseⅢ[事務局][12,000 千円]
 (公益社団法人北海道観光機構 伴走支援型観光地域力強化推進事業[DMO 枠部門] 採択)
 潜在的な魅力が大きい築港ベイエリアに着目したナイトタイムコンテンツ造成事業を展開、エリアの更なる認知度向上に取り組む。BBQ ガーデンの新設や巡回バスの運、自走化に向けたプロモーション強化等を実施（一般社団法人赤井川村国際リゾート推進協会との連携事業）

物販事業等

1 物販事業

収益事業の柱である物販事業は、初年度は新規オープンにかかる経費の多さ、2年目の前年度は、施設前面の第3号ふ頭基部緑地の工事が長期間実施されていた影響など、来場者数の増加数が予想を下回ったことから、2か年連続で赤字決算となってしまった。これまで来客数の動向や売上額、運営経費などの経営環境も十分把握した3年目を迎えた今年度は、黒字転換が必須の使命である。

本年 2 月以降は、好調な来場数(前年度比で増加)が継続しており、当施設の認知度の高まりとともに売上の底上げを実感しているが、さらなる増加を図るため、これまで効果があった企画等の周辺ホテルへの周知や SNS 投稿などの取組みを継続するほか、新たな賑わいづくりを目指す第3号ふ頭の再開発事業が前年度の工事を終え、今春から基部緑地の名称を「おたるポートスクエア」としオープンしたことに加え、クルーズターミナル駐車場が一般開放(団体バス)したことや、当施設前をバス乗降場所とし道内バス事業者に周知したことで、その効果が明らかに見えている。さらに、今夏にはポートスクエア内に“小樽港みなと緑地 PPP”による複数の飲食店の開業も予定されており、ポートスクエアでのイベントとともに、このエリアの集客効果が図られることを予想している。センター前広場のさらなる利用促進やイベント展開などを加え、来場者数に比例した売上額の増加を見込んでいる。

商品や店内については、小樽・後志地域を中心とした魅力ある商品の開拓や、季節の変化・観光客の動向に応じた品揃えの充実を引き続いて取り組むほか、新たに旅行会社のツアー商品への組み込みや、当店限定の小樽潮風高校 Project のオリジナルグッズの企画販売、小樽・後志産の日本酒やワインの試飲(有料)コーナーの設置など、売上向上に向けた展開を図りながら、上述した第3ふ頭再開発エリア全体としての魅力向上を図り、お客様に喜ばれるエリア・店づくりを展開する。

経費については、この2年間で現状の運営に応じた人員数になったことや減価償却費等の削減見込があるほか、さらなる経費抑制に努め利益率の向上を図りたい。

- (1) ポートマルシェ otarue における物販
- (2) コンテナ店舗・焼立てパン店「Port bakery nomnom」、「コンテナバーガー ーSUNー」
- (3) ネット活用事業：オンラインショップ、ふるさと納税への出品
- (4) 小樽国際インフォメーションセンター前広場活用事業
- (5) 販売促進事業・出張販売

観光案内所運営・独自サービス事業・受託業務

1 観光案内所運営事業(小樽国際インフォメーションセンター、小樽駅、小樽運河の3か所)

昨年度に隣接する小樽芸術村「浮世絵美術館」内に移転した小樽運河観光案内所は、利用が伸び悩んでいる要因となっている、浅草橋街園と当施設へと誘導する階段やスロープの通行止め解除を期待して止まないが、現状における利用増に向け、さらなる多言語によるタイムリーな話題提供や、観光客へサービスとしてコインロッカー・自動販売機の設置や飲食店などの PR など、SNS等の活用を一層促進したい。

- ① 外貨両替機の設置：小樽国際インフォメーションセンター、クルーズ船ターミナル
- ② 車椅子の貸出(無料)、ベビカルによるベビーカー貸出(有料)：同上センター
- ③ スマホ充電器の設置：同上センター、小樽運河観光案内所
- ④ コインロッカー：同上センター、同上案内所

2 小樽市総合博物館本館・運河館窓口発券業務、入館料及び有償書籍売払代金に係る徴収事務業務

3 新たなサービスや受託事業等の検討

小樽にお越しいただく観光客の受入向上と当協会の収益向上を目指し、これまでも新たなサービスや小樽市から業務受託を目指し取り組んできたが、これまでの課題の克服を図りながら、次年度以降の実施や受託を目指して検討を進める。

会員増加の取組【令和7年度から継続】

令和7年度から新たに取り組んだ会員増加の取組は、約20事業者の会員増の成果があったが、取組は緒に就いたところであり、当協会の目的や事業に賛同する会員の増加が協会事業の理解者を増やし、組織としての力を高めることに繋がることや、観光は、すそ野が広く関連する事業者も多い産業であることから、500事業所を目標に継続する。合わせて取り組んでいる口数変更(増)についても継続する。

また、会員増加の取組の中から新たに展開した「サポーター」募集(従来の個人会員)についても、DMOとして多くの市民からの理解や協力が一層重要になっていることから継続する。

その他事務局対応事業

1 事務局を担っている事業等

- (1) 小樽観光大学校：継続した取組みを基本とする。
- (2) 小樽ふれあい観光大使運営協議会：同上

(3) 小樽コンシェルジュ運営協議会：同上

- ・ 2026 小樽コンシェルジュ選定について
～ 前年度(令和 8 年 3 月 2 日)に実施した
審査会において、2名を決定した。

【写真を参照(向かって)】

右側：笠井 真実(かさい まみ)さん

左側：平山 あずさ(ひらやま あずさ)さん



(4) 「小樽おもてなし認証」制度の推進【小樽おもてなし認証推進協議会】

小樽らしさを強みにして、顧客体験価値を高められる事業者を対象とする「小樽おもてなし認証」の取組を通じ、小樽ファンを増やしリピーター獲得・増加を目指すとともに、事業者にとっては、現状のサービスレベルをお客様目線で確認し業務改善に繋げて売上向上に結び付けることを目的としており、認証事業所の増加が重要なことから次の取組を強化する。

- ① 小樽おもてなし認証 事業運営（エントリー募集、審査、認証）
- ② 勉強会・セミナー開催、高校生向け出前授業（講話・ワークショップ）
- ③ 認証取得事業者の取組み紹介
- ④ ウェブサイト、SNSを通じた認証制度の周知活動

2 その他の事業

(1) 会員への情報共有等

- ・ 毎月のメールマガジンの発行のほか、各機関からの公募事業や周知事業などのメール連絡

(2) 行政視察等の受入対応：資料の有料化は実施済だが、受入対応についても有料化を検討

3 関係団体との連携事業

- ・ 小樽市オーバーツーリズム対策協議会（構成団体）・部会（構成員）
- ・ その他、多数の小樽市の事業への参画や協力
- ・ 潮まつり実行委員会、雪あかりの路実行委員会等への参画
- ・ 市内関係団体と連携した取組み
- ・ 小樽商科大学との連携（地域連携プロジェクト）
- ・ 道内関係団体と連携した取り組み（北海道観光振興機構主催事業等への参画）
- ・ 後志地域での広域連携事業への参画
- ・ 札幌小樽 芸術文化・観光に関する連携協定に基づく事業 など