

令和7年度 事業報告

地域 DMO の取組

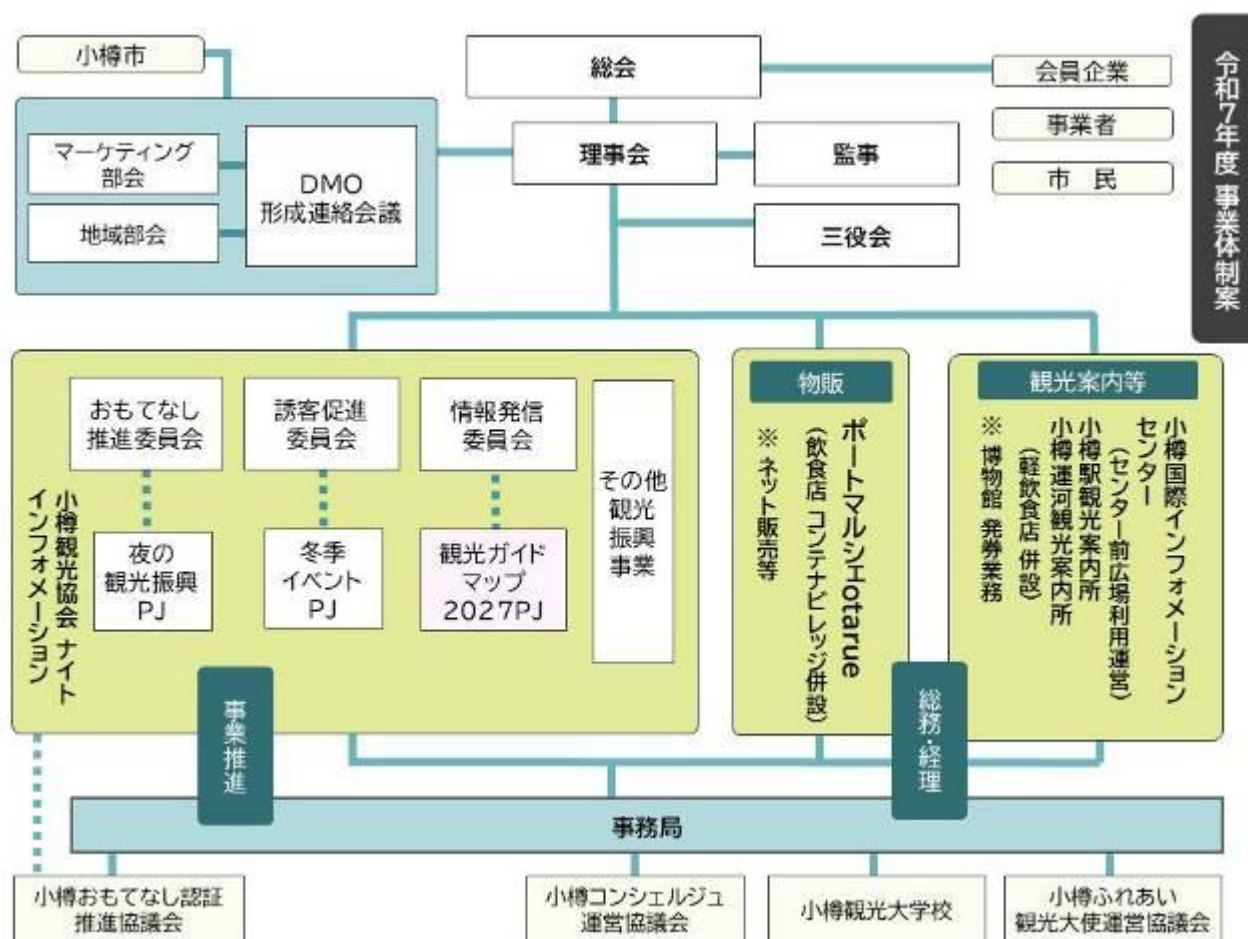
【方針と戦略】

観光による地域経済の活性化に向け、特に“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、以下の3点を重点項目として継続し、各種事業の推進に取り組んだ。

- 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 観光事業の推進

多様な関係団体・事業者との協働と、一般社団法人小樽観光協会が推進する委員会・プロジェクト体制を活用し、各種観光振興事業を推進した。



2 戦略立案・マーケティング

形成連絡会議を開催し、観光庁への報告資料をベースに、戦略の策定と目標とする指標(KPI)の達成に向けた取組みや計画値、登録 DMO 更新申請の協議のほか、ガイドライン改正の概要等を確認した。

- ・ 形成連絡会議：令和7年7月22日開催

3 アンケート調査

小樽を訪れる観光客を対象として、動態や意向、消費金額の変化などを調査し、観光施策推進のための基礎資料とするアンケート調査を毎年度実施。

Google フォーム活用したアンケート方法に変更し3年目となり、回答数の増加を図るため、設置箇所を増やし、英語表記も加えるなど改善策を行ったが、減少となった。結果からは、宿泊者からの回答割合が多いことや、外国人客の回答が伸び悩み少ないという傾向は継続している。

- ・ 対象 : 小樽を訪れる観光客(国内外観光客／宿泊・日帰り)
- ・ 回答 : 日本語／英語／中国語簡体字／中国語繁体字／韓国語
- ・ 実施期間 : 令和 7 年(2025 年)4 月 20 日～令和 8 年(2026 年)3 月 20 日
- ・ 周知 : ポスター(A3)を十数か所に掲示、ポストカードサイズ POP を作成し 69 か所に設置
- ・ 回答件数 : 592 件 (うち外国観光客 67 件)
～ 内 訳 : 日本語 525、英語 28、中国語簡体字 9、中国語繁体字 29、韓国語 1
- ・ 回答謝礼 : 毎月抽選で 10 名に 500 円分の Amazon ギフト券をプレゼント

4 観光庁への報告と登録 DMO 更新

- ① 登録DMOとしての自己点検の実施及び事業報告書の提出 : 令和 7 年 7 月 16 日
- ② 令和 4 年 10 月 28 日付けで「登録観光地域づくり法人(登録 DMO)」として、観光庁の登録を受け3年が経過することから、令和 7 年度は、初めてとなる更新申請となった。観光庁から更新手続きは、事業報告時に申請する指示があり、事業報告に合わせて更新申請を行った。観光庁からは令和 7 年 10 月 31 日付けで更新の登録が公表された。
- ③ 令和 7 年度 DMOの「現状調査票」の提出 : 令和 7 年 12 月 17 日

5 DMO ガイドライン改正への対応

- ・ 観光庁は令和 7 年 3 月 25 日付けで DMO ガイドラインを改正し、活動成果の定量的かつ定性的な評価のほか、基礎的な研修の受講の要件化や観光地経営戦略の策定の義務化などのほか、意思決定機関での議事録内容の公表などを求められるものとなった。
- ・ この改正ガイドラインに基づき、より本質的な DMO としての質を高めた活動については、改正ガイドラインの基準が適用される次期更新期(令和 10 年度)の前年度までに実現しなければ、登録が取り消されることとなった。
- ・ ガイドライン各項目の実施については、小樽市の理解と支援が必要であることに加え、令和 8 年度に小樽市で宿泊税の課税が開始され、その予算編成を迎えることから、当協会としての今後の具体的な取組方針等も含め、「改正 DMO ガイドラインに対応した戦略的な観光地経営に向けた構想」としてまとめ、令和 7 年 12 月 19 日に小樽市長に説明し協力を要請した。



6 情報公開

- ・ 公式ウェブサイトで観光庁へ報告した「観光地域づくり法人(DMO) 事業報告書(様式1、形成・確立計画)」を公表

7 人材育成

- ・ DMO 更新登録要件として、観光庁が指定する研修を受講する必要があることから、令和 7 年度は、1 名(専務理事)が公益社団法人日本観光振興協会主催の「観光地経営人材認証(中核)地域マネジメント」研修を受講し、令和 8 年 1 月 20 日付けで修了した。

観光事業推進

1 受入推進事業

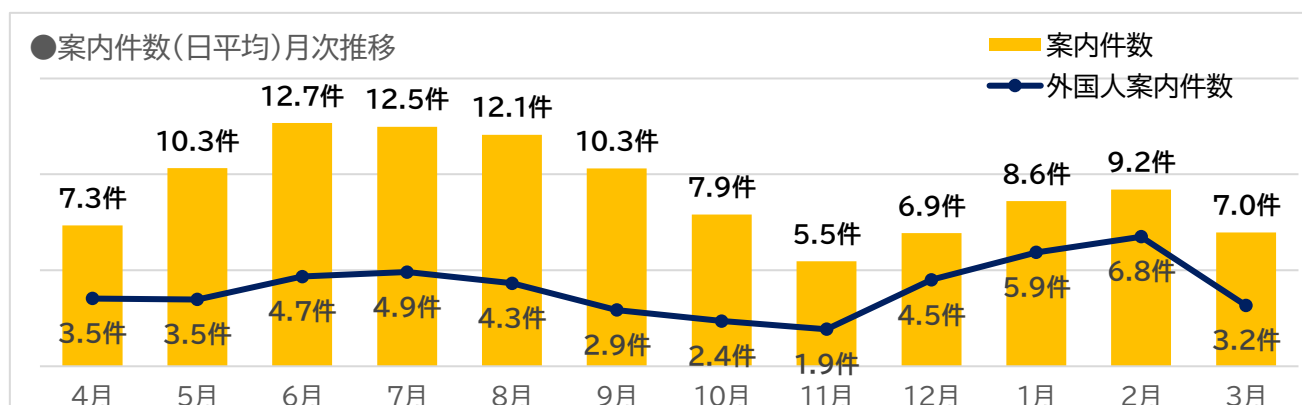
観光客の利便性を高め、観光に携わる事業者や小樽市民による“おもてなしマインド”の向上を目指す企画を進めることで、小樽で心地良い時間を過ごす観光客が増え、選ばれる観光地となっていくための取組を展開した。

(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】【3,010,549 円】

ナイトタイムエコノミーを推進するために、夜間の飲食店や観光スポットなど観光客に最適な情報を提供することで、夜間の観光客数の増加を図り、観光客が夜の小樽をより楽しむことができるようにするナイトインフォメーションを運営。

- ・ 場所：おたる屋台村レンガ横丁入口(サンモール一番街)、
- ・ 時間：17:00～22:00

案内実績	案内件数	案内人数	案内店舗数(飲食店)				案内件数のうち外国人対応件数
			登録店	未登録店	計	うち電話予約	
R7 年度計	3,339	7,040	1,176	765	1,941	240	1,459
R7 年度日平均	9.3	19.6	3.3	2.1	5.4	0.7	4.1
R6 年度計	4,451	10,012	1,698	959	2,657	580	1,845



○お客様の声・要望

- ・ 21 時閉店は早い。遅くまで営業している定食屋、レストランが少ない。
- ・ 英語対応の店。
- ・ 寿司屋が満席で入れない。
- ・ 駅方面に居酒屋が少ない。
- ・ 音楽を楽しめる店。
- ・ ㄆパフェ、ㄆラーメンの店が少ない。
- ・ テイクアウト可能な店舗。
- ・ 地元の酒。
- ・ 年末年始の臨時休業が多い。
- ・ ベジタリアンやハラル対応。
- ・ 鍋料理(外国人に多い)。
- ・ 小樽らしい、北海道らしい食事。
- ・ 地元の人が利用する店。
- ・ 喫煙可能な店。
- ・ 子どもも楽しめる食事場所。
- ・ 近くの店。
- ・ 運河以外の夜の観光スポットが不足。
- ・ 遊べる場所がない。
- ・ 夜に土産を購入できる店。
- ・ 翌日の朝食。
- ・ タクシーがつかまりづらい。
- ・ 外貨両替やキャッシング。
- ・ 聖地巡礼、ロケ地めぐり。

(2) 受入整備事業【おもてなし推進委員会】 【78,129 円】**① 北運河美化活動(草むしり、ゴミ拾い)**

- ・ 観光協会会員や地域住民に参加呼びかけを行い、委員会を中心に計 7 回実施
- ・ (公財)日本観光振興協会 北海道支部の助成金を活用し、オリジナルラバー軍手を作成、参加者に配布
- ・ 実施時間 : 8:00~9:00 清掃活動

4月9日	4月23日	5月21日	7月16日	8月20日	9月10日	10月15日	合計
25 名	24 名	17 名	25 名	21 名	23 名	30 名	163 名

**(3) おもてなし啓発事業【おもてなし推進委員会】 【256,454 円】****① 「教えてください、小樽のちょっといい話」 大募集**

おもてなし向上を目的とした啓発活動の一環として、感動エピソードを募集

- ・ 応募実績 104 件(ハガキ 79 件、ウェブ 24 件) ※ 前年度実績 41 件
- ・ エピソードは、「おたるぽーたる」掲載・SNS 発信のほか、FM おたる「ASAKATSU」内のコーナーにて毎月紹介

② エピソード感謝状

前年令和6年度のエピソード募集において、ホスピタリティあふれる対応により、小樽ファン獲得に貢献した施設に「感謝状」を贈呈した。

- ・ 対象数施設 13 軒： ローソン小樽花園二丁目店、おたるワインギャラリー、ローソン小樽色内店、Creators Shop BASE-C96、Otameshi(ウイングベイ小樽)、北ーヴェネツィア美術館、堺町通り商店街、浅原硝子製造所、かもめや、斎藤鮮魚店(南樽市場)、人力車えびす屋、六花亭、おたる宏楽園

③ メディアを使用したおもてなし事業紹介

- ・ 雑誌「HO」(10/25 発売号)にて、小樽おもてなし認証の事例を紹介

④ 高校生向けおもてなし出前授業【事務局】

小樽おもてなし認証推進協議会 運営審査委員会のメンバーを講師として派遣し、小樽未来創造高校にて、おもてなしについての出前授業を講話とワークショップの形式で実施した。

- ・ テーマ：「学校生活と小樽のまちに役立つおもてなし」
- ・ 日程： 令和 8 年 1 月 29 日(木)・30 日(金)の 2 回実施

(4) 外国人観光客受入事業【おもてなし推進委員会】 【330,401 円】

外国人観光客受入対応の向上ため、以下の取組を実施

① 外貨両替カード製作

- ・ポストカードサイズの情報ツール 20,000 部製作
- ・外貨両替の情報を掲載したページへ誘導

② 「小樽おもてなし英会話」フレーズ集制作

- ・小樽の観光現場を想定して制作
- ・データ版(紙媒体なし)配布。おたるぽーたるに掲載
- ・令和 7 年 12 月発行(令和 8 年 3 月改訂)

③ FM おたる番組「Otaru さわやか English」製作

- ・放送期間：令和 8 年 1 月～3 月、月～金 7:55～7:59
- ・出演：パシフィック英会話スクール&おもてなし推進委員会
- ・フレーズ集に掲載されている内容を中心に、観光現場で役立つ英会話表現を紹介

④ (飲食店対象)調査事業

市内飲食店について、外国人観光客の受入れに関する現状を明らかにし、課題の把握や受入対応の改善策を検討することを目的に実施。

- ・期 間：令和 7 年 6 月 23 日(月)～8 月 31 日(日)
- ・調査対象：小樽市内飲食店
- ・調査方法

a) Google フォーム上に回答フォームを設定、E メールでアンケート周知。

- ・対 象：小樽観光協会 会員／関係団体にも依頼

b) アンケート回答用紙を印刷し、ポスティング。回答は同封の用紙に記入し、FAX にて送信
または記入面を撮影したものをメールや LINE で送信

※ 回答用紙に記載の QR コードから、Google フォームへの回答も可能

- ・対 象：メールアドレスを把握できていない店舗、花園エリア飲食店等
- ・回答数：51 件

**○アンケート回答から**

外国人観光客対応状況	スムーズに対応(31.4%)、対応に不安や課題あり(61.8%)、対応してない／できない(7.8%)
外国人観光客対応で困っていること(複数回答)	言葉が通じない(48%)、マナーや文化の違い(42%)、トラブル時の対応(44%)、語学力不足(44%)
外国人観光客受入支援で希望すること	多言語対応ツールやアプリの紹介(46%)、接遇異文化理解の研修(26%)、多言語パンフ配布(34%)、海外向け情報発信のサポート(28%)、特にない(18%)
今後、外国人観光客の受け入れに積極的に取り組みたいと思いますか？	ぜひ取り組みたい(26%)、できれば取り組みたい(38%) あまり取り組みたくない(10%)、取り組む予定はない(26%)

⑤（飲食店対象）外国人観光客対応のヒント 情報共有会

外国人観光客受入を前向きに考えていくための情報交換会を開催、飲食店での外国人観光客対応の具体的なヒントや、明日から実践できる小さな工夫を登壇者から紹介。

- ・ 日程：令和 8 年 3 月 10 日(木)18:00～19:00、 会場：華婉(小樽市花園)
- ・ 対象：レストラン、居酒屋、バー、スナックなどにお勤めの方
- ・ ゲストスピーカー：みなとまち情報社 湊 一浩 氏
「観光客受入のメリット、外国人対応の好事例等」
- ・ 参加者：飲食店関係者 11 名 + 委員 10 名



(5) バリアフリー事業【おもてなし推進委員会】 【219,426 円】

① アンケート調査実施

当協会会員や堺町通り商店街加盟店等を対象に、バリアフリー観光の受入実態について、アンケートを実施。

- ・ 実施期間：令和 7 年 12 月 22 日(月)
～令和 8 年 1 月 23 日(金)
- ・ 回答方法：Google フォームから回答、または用紙に記入後メール・FAX にて協会宛送信
- ・ 寄せられた困りごとや質問は、ミニ勉強会でのフィードバックと後日会員向けに情報共有。



② バリアフリーミニ勉強会

車いす体験や当事者に気軽に話を聞くことができる機会を通じ、小樽らしいバリアフリー観光づくりにむけた気づきの機会を提供

- ・ 日程：令和 8 年 3 月 5 日(木)
18:30～20:00
- ・ 会場：小樽港観光船ターミナル
- ・ 内容：車いす利用者接遇・視覚障がい者接遇体験、当事者講師とのトークタイム
- ・ 対象：市内観光関連施設 従事者(当協会会員、堺町通り商店街振興組合等)
- ・ 参加人数：12 名(申込み 15 名、3 名欠席)



○参加者の声

- ・さまざまな個性がある中で、その人にあった楽しみ方があると感じた。五感で楽しむお話の中で、目や耳が全てではなく香りや振動で伝わるのがわかった。
- ・実際に疑似体験できて良かった。誘導の難しさがよくわかった。

(6) 夜の魅力発信事業【夜の観光振興プロジェクト】 【1,565,525 円】

ナイトタイムエコノミーの推進を目指し、店舗周遊企画や各種媒体を通じた小樽の夜の魅力発信事業を展開した。

① (観光事業者向け企画)スナックママとめぐる ぶらり花園 夜さんぽ 実施

小樽市内の観光施設のスタッフや観光案内に携わる方を対象に、花園地区を舞台に散策企画を開催、旅行者や観光客へのご案内に活用いただく機会を提供。

- ・開催日：①9月18日(木)4名参加(当日キャンセル有)、②9月30日(火)9名参加

○参加者感想

普段通らない道を通り行った事の無いお店や話しを見聞きしていつもと違った花園の雰囲気を知る事が出来た。お店選びの際もっとインフォメーションにも立ち寄り新規開拓したい。



② 夜の情報発信事業

紙媒体「おたるナイトマップ」、ウェブサイト「ON-Otaru Night-」、小樽商工会議所青年部制作のウェブアプリ「おたるあそび」の3媒体を連携させる情報発信事業を引き続き展開。

観光客を歓迎し、夜 21:00 の時点で営業している店であることを条件に掲載募集を行った。

- ・掲載料 10,000 円(年額)※3 媒体に掲載
- ・掲載店数 飲食店 21 軒+おたる屋台村
／バースナック 38 軒
- ・小樽ナイトマップ 発行部数 20,000 部

③小樽ナイトガチャ事業

飲食店への回遊策として、利用料金が明快で、かつ遊び要素のある企画「小樽ナイトガチャ」をナイトインフォメーションに設置した。

- ・協力飲食店数 9 軒



2 誘客・プロモーション事業

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) 海外誘客事業[誘客促進委員会] 【902,462 円】

①「Visit Japan トラベル & Mice マート 2025(VJTM)」出展

国内最大のインバウンド商談会において、小規模自治体(市町村)向け HALF 参加枠にて国内セラーとして参加し、小樽観光コンテンツの紹介と情報収集を展開。MICE やオーダーメイド型案件等、商談素材も多様化の傾向。観光コンテンツの情報とあわせて、宿泊施設の情報を求められるケースが多かった。

- ・開催期間：令和7年9月25日(木)～9月27日(土)
- ・会場：Aichi Sky Expo(愛知県国際展示場)展示ホール A
- ・主催：日本政府観光局(JNTO)
- ・商談実績

	国・地域	商談数	内 訳
東アジア	1	2	台湾2
東南アジア	2	10	シンガポール 6 フィリピン4
オセアニア	1	1	オーストラリア 1
北アメリカ	1	1	カナダ 1
ヨーロッパ	1	1	ドイツ1
計	6	15	

② スキープromoーション

a) フリーペーパー「SNOW HEAVEN JAPAN」出稿

ワールドクラスのスキー場は世界各地にあるが、経験豊富なスキーヤーには、町場に近いスキー場の方が人気である。小樽のアフタースキーのPRや電車乗ったら札幌行ける他地域へのアクセスが魅力。地元の近さと人間のつながり、食の魅力を訴求する。

- ・ 英語語版冊子の発行＋英語版 e-Book＋日本語版 e-Book
- ・ 3 ページ掲載/2025 年 12 月発行/海外スキーPR イベントや国内スキー関連施設等で配布

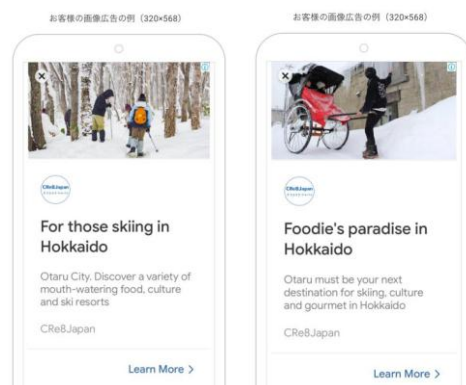


b) ウェブプロモーション「CRe8Japan」掲載、広告 PR

- ・小樽情報をサイトに掲載

<https://www.cre8japan.net/>

- ・ウェブ広告を配信(10/15-1/31)
配信ターゲット:オーストラリア在住 英語話者
Google 広告表示回数 329,464
広告クリック 3,503 回
広告タイプ レスポンシブディスプレイ広告



③ 意見交換会・セミナー参加・招聘事業受入対応

以下の商談会・招聘事業について、情報交換や
市内視察対応を行った。

招 聘 者	主 催	内 容
インドネシア旅行会社 意見交換会	北海道観光機構	令和 7 年 7 月 4 日(金)@札幌
フィリピン市場 意見交換会	北海道観光機構	令和 7 年 7 月 7 日(月)@札幌
ドイツ旅行会社 意見交換会	北海道観光機構	令和 7 年 8 月 8 日(金)@札幌
イタリアメディア招聘	ANA あきんど	令和 7 年 10 月 11 日 市内視察
エアアジア招聘	北海道観光機構	令和 7 年 10 月 31 日～11 月 1 日 市内視察
首都圏ランドオペレータ向けセミナー	北海道観光機構	令和 7 年 11 月 6 日(木)@東京・新宿

(2) 国内誘客事業[誘客促進委員会] 【2,504,066 円】

① 情報交換会、商談会等への出席 (toB)

a) 北海道観光機構 地方都市相互送客連携事業 参画

北海道との航空便のある他県地方都市との相互送客事業において実施される観光情報交換会(現地メディア、旅行会社)や一般消費者向けプロモーションにて、小樽 PR を実施した。

地域	日 程	内 容
福岡	10/3(金)13:30～16:00	情報交換会(メディア・旅行会社)
	10/4(土)10:00～18:00	現地 PR イベント、ブース来場 355 名・アンケート回答 161
熊本	10/5(日)13:30～16:00	現地 PR イベント、ブース来場 197 名・アンケート回答 99
	10/6(月)10:00～17:00	情報交換会(メディア・旅行会社)

福岡、熊本、ともに「小樽雪あかりの路」が知られていないので、重点的に紹介。次いで、「小樽めし」「朝活マップ」の流れで、宿泊を促した。「小樽めし」から焼肉スープを紹介し、花園エリア(スナック街)の紹介にもつなげ、地元民の楽しみ方という視点で PR を展開した。



b) ツーリズム EXPO ジャパン 2025 愛知・中部北陸

毎年開催されているツーリズム EXPO ジャパン(TEJ)に、北海道ブース・後志総合振興局の枠で参加。道内各地域と連携を図りながら、世界最大級の観光産業イベントである TEJ にて、業界関係者向け展示商談会と一般消費者向け国内プロモーションを実施し、旅行会社・メディア等(BtoB)と観光意識の高い一般消費者(BtoC)の双方に対し、小樽 PR を実施した。

- ・ 日 程：令和 7 年 9 月 25 日(木)～28 日(日)
(25 日(木)・26 日(金) 展示商談会、27 日(土)・28 日(日) 一般日)
- ・ 会 場：Aichi Sky Expo(愛知県国際展示場) 中部国際空港直結
- ・ 主 催：公益社団法人 日本観光振興協会／一般社団法人 日本旅行業協会(JATA)／
日本政府観光局(JNTO)

c) 小樽港クルーズ・プロモーションにおける観光 PR

クルーズを取り扱う旅行会社やメディア向けに、北後志地域との連携で、観光 PR を実施。小樽市長による小樽港プレゼン、北後志観光協会による地域プレゼンに続き、懇親会にて情報交換が行われた。

- ・ 日 時：令和 7 年 11 月 18 日(火)18:00～19:45 @上野精養軒
- ・ 招待客：約 40 名(船社・旅行会社等)
- ・ 地域側：北後志観光協会(小樽・余市・仁木・古平・積丹)
事業者(天狗山、オルゴール堂、サツドラ、貴賓館、日本旅行小樽支店、
龍宮クルーズ、北海道ワイン、札幌国際スキー場)
- ・ 主 催：小樽港クルーズ推進協議会(事務局 小樽市産業港湾部港湾室)

○参加事業者の声

- ・ ツアー企画について、仮契約を結べた。
- ・ 自社開拓ではほぼ難しい企業との名刺交換ができた。小樽地区の会社との繋がりを持つことができた。
- ・ 圏域全体としてクルーズ船寄港の効果は極めて大きい。プロモーションは継続してほしい
- ・ 可能であれば小樽での視察も含めてより知っていただく機会があればよいと感じた。

② 消費者向けプロモーション (toC)

a) 北海道の物産と観光展

北海道観光機構が道外で実施する北海道物産展の会場で放映する PR 動画編集に参画
・ 全 31 会場で放映

b) 仙台藤崎百貨店「小樽の物産と観光展」連携事業【事務局】

小樽製品の PR や観光コーナーへの来場、藤崎での購買促進を目的とし、期間中「小樽の物産と観光展」の対象売場にて商品を税込 5,000 円以上(合算可)お買い上げの方を対象に、小樽旅行や小樽名産品が当たる抽選会事業にて景品の一部提供で連携

- ・ 期 間：令和 7 年 12 月 11 日～24 日(14 日間)
- ・ 「小樽の物産と観光展」の売場販売員に 5000 円以上購入のレシート(合算可)提示で応募ハガキをお渡し。必要事項を記入の上、応募箱に投函してもらう。
- ・ 「小樽に泊ってみま賞」ペア1組様プレゼント

③ 国内プロモーション 朝活 & フェリー航路活用事業

フェリー航路を活用した観光 PR について検討するため、現地調査を兼ねた小樽・後志観光 PR 事業を実施。後志総合振興局との事業連携のもと、乗船客の実態について傾向を探るとともに、観光のニーズ調査を行うことにより、海の玄関口である小樽港から後志への周遊促進の可能性を探った。

・ 期 間： 令和 7 年 7 月 31 日～令和 8 年 2 月 27 日

・ 内 容： 船内での小樽後志 PR／下船後の周遊促進対策(朝活マップ増刷)／タビマエ PR

○船内での小樽後志 PR ①小樽・後志の観光 PR デスク パンフレット配布、案内業務

航路	① 新 潟		② 新 潟		③ 舞 鶴	
	小樽→新潟	新潟→小樽	小樽→新潟	新潟→小樽	小樽→舞鶴	舞鶴→小樽
日程	9/9(火) 17:00 発 ↓ 9/10(水) 9:15 着	9/10(水) 12:00 発 ↓ 9/11(木) 4:30 着	10/17(金) 17:00 発 ↓ 10/18(土) 9:15 着	10/18(土) 12:00 発 ↓ 10/19(日) 4:30 着	荒天による 欠航 ※航空機にて 移動	(予定) 1/13(火) 23:50 発 1/14(水) 21:15 着
						(遅延) 1/13(火) 27:00 発 1/14(水) 25:00 着
アンケート 回答数	95	109	82	75	—	12



○振り返り

- ・新潟航路では「朝活マップ」が好評(下船後に行く場所の提案)
- ・小樽の訪問先は、運河が必ず入るが、運河クルーズや海上観光船など船アクティビティも人気
- ・小樽は経由地なので、観光しない人も多数。北海道一周を計画している人が多い
- ・「後志」とは何か？と聞かれることが多かった

○タビマエ PR

2025 年新造船デビューを果たした舞鶴航路の「けやき」の乗船レポの記事を作成し、小樽観光協会公式サイトにて掲載 (※ウェブマガジン「小樽通 番外編」として配信)

④ 道内客向けプロモーション (メディア活用) [事務局]

道内客をターゲットとしたプロモーション、メディア媒体を活用したプロモーションを実施

媒体名	頁数	出版	内容
poroco 2025 年 5 月号	1	えんれいしゃ	小樽おもてなし認証
HO 増刊号	1	ぶらんとマガジン社	日本遺産 北海道の心臓
北海道生活 2025 夏号	2	えんれいしゃ	夏のアクティビティメニュー
フリーペーパー道の駅	1	RSP 道の駅	小樽めし

(3) 教育旅行誘致事業【事務局】 【53,225 円】**① 教育旅行受入れ対応およびコーディネート**

職業講話、職業インタビューや班別発表会対応をコーディネート、実績 6 校

学校名	地域	実施日	内 容
北広島市立緑が丘小学校	北広島	2025/9/8	小樽体験：新日本海フェリー船内見学
北海道教育大学附属 札幌中学校	札幌	2025/5/21	職業講話、まちづくりインタビュー
小樽市立菁園中学校	小樽	2025/4/20	横浜の商店街での小樽 PR(物販、PR 活動)
明秀学園日立高等学校	茨城	2025/9/25	札幌での小樽 PR に向けた出前授業
札幌市立八条中学校	札幌	2025/6/10	まちづくりインタビュー
小樽市立菁園中学校	小樽	2025/5/22	札幌での小樽 PR に向け出前授業

② 他地域事例視察

小樽での教育旅行誘致や市民の教育への関心を高める仕掛けとして、事例研究として、小中学生が地元の魅力を再発見し、観光の基礎や地域貢献を学ぶ「子ども観光学」講座を視察。

- ・ 視察日：令和 8 年 2 月 28 日(土) 10:00～16:00 @まちなか交流館(旭川市)
- ・ 主 催：あさひかわ創造都市推進協議会（事務局：旭川市経済部産業振興課）
- ・ 講 師：寺本 潔 名桜大学 特任教授

(4) 冬季閑散期対策事業 【4,288,566 円】**① 青の運河、ワイングラスタワー【事務局】**

冬季の集客対策の一環で、イルミネーションやオブジェを設置。

- a) 青の運河：令和 7 年 11 月 1 日(土)
～ 令和 8 年 1 月 31 日(土)

b) ワイングラスタワー

地元高校生ボランティア(小樽未来創造高等学校、小樽潮陵高等学校、小樽桜陽高等学校、小樽水産高等学校)の企画制作のもと、高さ3mのタワーを展示

- ・ 期 間：令和 7 年 11 月 30 日(日)
～ 令和 8 年 2 月 15 日(日)
- ・ 会 場：ルタオ運河プラザ店

**② YOI-TARU プロジェクト【冬季イベントプロジェクト】**

小樽観光協会と余市観光協会の連携のもと、冬季閑散期対策に取り組む「YOI-TARU プロジェクト」にて、小樽と余市の周遊企画や小樽での味覚祭、余市でのワインイベントを展開した。

※ 北海道観光機構 道央地域分科会 地域提案事業 活用

a) YOI-TARU 味覚祭 2025 in サンモール一番街

小樽と余市の食と酒を体感してもらうため、両地域の飲食店や酒造事業者による出店イベントを開催。ポスターやチラシ、SNS 広告等での PR を展開。2 日間の来場数は約 8,000 名。

- ・ 名 称 : 「YOI-TARU～味覚祭 2025 inサンモール一番街～」
- ・ 日 時 : 令和 7 年 11 月 8 日(土)、9 日(日)
土曜日 11:00～19:00、日曜日 11:00～17:00
- ・ 会 場 : サンモール一番街(小樽市稲穂)
- ・ 出店数 : 一般募集出店 テント 9 店(出店料 40,000 円／2 日間)
- ・ 公式サイト : <https://www.yoi-taru-project.com/>



ニッカウキスキー余市 スペシャルブース	新ブランド「ニッカフロンティア」、および「ブラックニッカの PR」のドリンク販売を実施	売上総額 683,670 円
ご当地グルメ販売	余市ひる貝カレー(1日目)、シャコ汁ブース・販売(2日目)	
小樽余市物販ブース	余市観光協会、ポートマルシェ otarue が地域産品を販売	
オープニングセレモニー	りんごのほっぺとニッカウキスキーハイボールをふるまい、会場全体で乾杯	
ステージ企画	小樽商科大学小林友彦ゼミ生による研究発表	
	YOI-TARU 味覚祭りりんご皮むき世界選手権	
	音楽ステージ	
	よさこいステージ	
	余市パイピングソサイエティバックパイプ	
ゲームゾーン	ホタテつ～みつみ／シャコボーりんご	
会場演出	焚火・マシュマロコーナー	

○プロモーション

- ・ 公式サイト、SNS での発信
- ・ SNS 広告運用 (50,000 円／43,646 インプレッション)
- ・ ポスター 400 枚製作、チラシ 20,000 部配布、パブリシティ 15 件

b) 小樽余市周遊企画:YOI-TARU JOURNEY

地元民による小樽・余市の魅力を紹介する周遊観光ガイドを制作。観光地として定番のスポットに加え、地元民だからこそ知る穴場や楽しみ方を掲載し、訪れる人々に“本当の小樽・余市”を体感してもらうことを目指した。



- ・印刷部数 10,000 部、
- ・SNS 発信 15 本の動画を発信(総ビュー15,000)

3 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) Web マガジン「小樽通」配信【情報発信委員会】 【385,510 円】

本体記事を公式サイトに掲載後は、各種公式 SNS によるプッシュ配信を展開した。

- ・令和 7(2025)年 12 月までは季刊誌として配信、令和 8(2026)年 3 月からは毎週更新に変更した。
- ・毎号、読者アンケートを設定し、配信内容についての分析を実施するとともに、読者プレゼントで地域製品の PR も行った。
- ・総記事数 44、配信後から令和 8(2026)年 3 月 31 日までの記事総数の表示回数 55,347 (前年実績 34,763)
- ・HBC ウェブメディア「Sitakke」との連携により、一部の記事は 2 次活用された。

	記事タイトル	
夏号 2025 年 6 月	美しい小樽の海 紺碧の舞台へ出陣[つむぐおたる深堀りレポ]	6/15
	ひんやり美味しいカフェめぐり。小樽の夏に出会う3つの物語	6/17
	小樽で選ぶ 暮らしを彩る雑貨さがし	6/18
	保存版！小樽の日本遺産を歩く 歴史が息づくまちを旅しよう	6/20
	『おたるのほそ道』～稲穂・仲見世通りをゆく～	6/21
	潮まつりだ！サアサー踊ろうよ♪知られざる舞台ウラ	6/23
	花園女子旅レポート vol.4 しあわせの味を届ける、花園のスイーツ職人たち	6/24
	これもおもてなし♪藪半・宏楽園・運河クルーズ・大正硝子[おもてなし認証バナシ]	6/27
	「飴色に染まる空間で悠久の時を」旧日本郵船株式会社 小樽支店を徹底解剖！	6/28
	積丹ブルーと海の恵みを満喫 一家族でめぐる夏の積丹半島一周ドライブ	6/30
秋号 2025 年 9 月	金賞ミニトマト「ほおばりっち」 海と大地が育てた小樽のごちそう	9/15
	行ってみたら新発見！小樽・朝里川温泉旅	9/16-9/18
	『おたるのほそ道』～静屋通りをゆく コーヒー・カヌレ・音楽の沼へ	9/19

	つなぐおもてなし - 小樽からの 2 年目の挑戦	9/20
	小樽人が愛する町中華	9/22-9/23
	鼓動を続ける小樽の港と鉄道[つむぐおたる深堀り]	9/25
	花園女子旅レポート vol.5 奥花園の隠れ家を訪ねて	9/26
	[エッセイ] 紅、赤、黄…ツタの紅葉が街を彩る、小樽の秋は天然の芸術祭	9/28
	教科書じゃわからない！小樽の新名所、浮世絵美術館の魅力とは？	9/29
	ただ泊まるだけじゃない！ゲストハウスで作る“旅の思い出”	9/30
	号外 YOI-TARU JOURNY～小樽から余市編～	10/24
増刊号	遠くても、味わえる。小樽の冬支度グルメ。	12/9
冬号 2025 年 12 月	地元で愛される洋食屋さんで、あたたかい小樽の冬を	12/15
	「冬の小樽に何着てく？」ここによく過ごす地元女子の服選び	12/16
	街歩きでタイムスリップ！？ 小樽のレトロ銀行街 [つむぐおたる深堀]	12/17
	スキーだけじゃ終わらない。小樽市民の“アフター雪山”の楽しみ方	12/18
	小樽からふらっとすぐ行ける後志(しりべし)あったか日帰り温泉特集(第二弾！)	12/18
	それぞれのおもてなし - 田中酒造・ウィンケル・北ガス小樽支店	12/22
	[エッセイ] 雪国の朝は忙しい～宿のおかみは今日も行く～	12/23
	小樽雪あかりの路 — ボランティアの友情と愛情	12/24
	『おたるのほそ道』入船通りをゆく バリーバリーストロベリー、時代屋、キッチンぐるぐる	12/25
	小樽の締め焼肉 “スタンダード”と”新風”をめぐる 花園女子旅レポート vol.6	12/26
増刊号	爆弾低気圧の日本海に行く。新日本海フェリー「けやき」の個室が最高だった	2/26
週刊	運次第の奇跡の絶景「群来(くき)」。なぜ海は白くなる？を水族館で聞いてみた	3/19
週刊	うどんのしろ 生き様がつくる最高の一杯『おたるのほそ道』公園通りをゆく①	3/26



○読者アンケート

アンケート回答者を対象に読者プレゼントを実施。当選者は各号 3 名ずつ

配信号	2025 夏号	2025 秋号	2025 冬号
実施期間	6 月 15 日～7 月 31 日	9 月 15 日～10 月 31 日	12 月 15 日～1 月 31 日
回答件数	146 件	92 件	128 件

動機付け	特に「小樽に行ってみたくなりました」「また行きたくなりました」といった声が多数を占める
気づき	内容面で「知らなかった小樽を知れた」「新たな発見があった」「小樽の裏側まで知ることができた」といった反応も多い。「今まで見過ごしていた場所に気づいた」「こんなに魅力があるとは思わなかった」といった発見を知らせる感想も
行動喚起	グルメやカフェ、街歩き、自然体験など幅広いテーマに対し、「行ってみたいお店が増えた」「次の旅行の参考になる」といった具体的な行動意欲が見られた。
再認識	地元在住者から「住んでいても知らないことが多い」「改めて小樽の良さを再認識した」との声
高揚感	写真やストーリー性について「ワクワクした」「実際にいる気分になった」など。
課題	「記事にたどり着きにくい」といった導線面や、〇〇の記事が見たいという意見も散見。

〇SNS 広告配信(Instagram・Facebook)

読者プレゼントの呼びかけに合わせて、SNS 広告を配信。記事の閲覧を促した。

	2025 夏号	2025 秋号	2025 冬号
消化金額（円）	11,987	11,854	10,793
閲覧数	31,985	26,609	18,761
リンククリック	710	245	651
リーチ	19,251	11,854	9,315
エンゲージメント	4,249	3,133	3,679

〇振り返り

- ・ 前年度より地元ライターが増加し、より地域に根差した角度からの情報発信ができ、「知らなかった小樽を知れた」「新たな発見があった」という評価につながっている。
- ・ 観光客だけでなく地元住民からも「住んでいても知らないことが多い」「魅力を再認識した」との反応があり、地域のメディアとして存在感を強めることができている。
- ・ 写真撮影講座を開催し、撮影技術をライター内で共有できたことで写真の質が向上。SNS で転載した際も Instagram を中心に一定の成果を上げている。
- ・ 小樽観光協会のメール配信からの流入も多く、既存ファンの創出ができた。
- ・ Sitakke 転載や SNS 展開により、ウェブ以外の露出先を作り出すことができた。

(2) デジタルマーケティング事業【事務局】 【1,083,867 円】

a) SNS マーケティング

各種 SNS アカウント「小樽よいとこ」にて、小樽の情報発信を展開

SNS 名	アカウント名	リンク
X(旧 Twitter)	小樽よいとこ	https://x.com/OtaruYoitoko
Instagram	小樽よいとこ	https://www.instagram.com/otaruyoitoko/
Facebook	小樽よいとこ	https://www.facebook.com/otaruyoitoko/
TikTok	小樽よいとこ	https://www.tiktok.com/@otarutourismassociation

	X	Instagram	Facebook	TikTok
フォロワー数(2026年3月31日現在)	5,980	13,485	1,918	969
フォロワー増加数(前年度比)	2,077	6,576	596	532
投稿数	1,570	182	171	62
平均投稿数(週)	30	3.5	3	1
閲覧数	5,052,667	6,188,309	836,587	365,049
リーチ数	-	838,280	210,246	271,026
インタラクション	337,072	93,000	20,312	8,046
プロフィールへのアクセス	14,752	70,765	11,425	4,264
リンククリック	-	8,682	1,853	6

○振り返り

- ・ Instagram では保存性の高い情報提供、Facebook では地域密着型の共感醸成、TikTok では動画による拡散、X では高頻度投稿による認知拡大と、各 SNS の特性に応じた役割分担のもとで、異なる価値提供ができています。
- ・ Instagram を中心に、イベント情報や季節情報、飲食店情報など行動につながる投稿がユーザーの保存や反応の良さに繋がっており、ニーズを捉えた情報発信ができています。
- ・ 「新たな発見」だけでなく「思い出」や「共感」を提供する投稿ができており、フォロワーの小樽愛を育む投稿を実現できている
- ・ 投稿数の増加および反応の良い投稿の継続によりフォロワー数が伸びていることから、継続的な情報発信によりアカウントを成長させることができた

b) Sitakkeソフトクリームラリー

ウェブメディア「Sitakke」(HBC 運営)が、パートナーメディアである「Chai」(十勝毎日新聞社運営)のソフトクリームラリー企画の全道版として開催する事業に「小樽ポータル」メディアとして連携。

- ・ 開催期間：令和7年6月1日(日)～8月31日(日)
- ・ 参加方法：キャンペーン対象店舗で台紙をGET。ソフトクリームを購入し、スタンプを獲得。
ハガキ投函で応募
- ・ 告知：HBC 各種テレビ・ラジオ番組／ソフトクリームラリーCM の放送
交通広告／ SNS 広告／新千歳空港内ビジョン広告 等
- ・ 小樽市内からの参画店舗：7 店
- ・ 参加者：スタンプラリー台紙 62,610 枚配布 参加者約 55,000 名
- ・ 経済効果：1 個 400 円×3 個×55,000 人 → 6,600 万円の経済効果が推定

c) 各種ホームページ運営

- ・ おたるぼーたる <https://otaru.gr.jp/>
- ・ キタル、オタル。 <https://otaru.jp/>
- ・ Visit Otaru <https://www.visit-otaru-en.info/>
- ・ デジタルマップ Gnome
https://uu-nippon.jp/gnomemap/index_en.html?area=6#18/43.20105/141.00028



○公式ウェブサイト「おたるぽーたる」アクセス実績

おたる ぽーたる	ユーザー数比較			セッション数		
	2024 年度	2025 年度	比較	2024 年度	2025 年度	比較
合 計	1,700,481	1,449,910	▲14.7%	2,363,223	2,159,567	▲8.62%
月平均	141,076	120,826		196,935	179,964	

d) ウェブバナー広告事業

- ・ 運用開始から 9 年目、計 10 事業者の広告枠を獲得。広告収入 420,000 円



e) ウェブサイトリニューアル事業

- ・ 令和 7 年度中のサイトリニューアルを目指し、再構築検討を開始。
- ・ 専門家によるウェブ解析のもと、全面的なリニューアルに向けて、令和 8 年実施に事業移行。
※ 事業変更に伴い、補助金 1,100,000 円を小樽市に返還

(3) 公式小樽観光ガイドマップ 2025 配布事業【事務局】 【241,152 円】

小樽への旅行を検討また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 2025 の配布、活用を推進した。

(4) 観光ガイドマップ 2026 製作【情報発信委員会／事務局】 【16,555,262 円】

小樽観光ガイドマップ 2026 年度を制作。前年度制作の「つむぐおたる」の在版修正を基本方針とし、冊子版の地図面の改良と別冊マップのデザイン変更(表紙・地図面)を行った。また、ウェブサイトでの情報訴求の強化も引き続き取り組み、観光客や旅行者にとってタビナカで便利に利用できるマップ制作を進めた。(※広告掲載 87 企業 105 施設)

① 小樽観光ガイドブック 2025「つむぐおたる」（本誌）

A4版 / 表紙含め全 16 ページ / 50 万部

② 別冊マップ（A5 サイズ相当）

日本語版 20 万部 / 英語版 12 万部

中国語繁体字・韓国語 各 7.5 万部 / 中国語簡体字 3 万部

▼ 主な配布先

- ・ 小樽市内の観光案内所、観光施設、宿泊施設、飲食施設
- ・ 道央圏の公共交通機関、札幌圏・後志圏の宿泊観光施設
- ・ 道外物産展会場、観光案内所、交通機関等各所

③ 「つむぐおたる」ウェブ展開

本誌掲載の小樽の紹介「海と運河がつむぐ 7 つの物語」ほか、広告掲載施設のインタビュー取材を行った情報を掲載（QR コード遷移 / <https://tsumugu-otaru.jp/>）



（5）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の対応を行った。

- ・ 対応件数 26 件

4 その他観光振興事業【事務局】

（1）音声合成キャラクター活用事業：小樽潮風高校 Project

TOKYO6ENTERTAINMENT 及び小樽商科大学との連携を継続し、小樽まちめぐりスタンプラリーや飲食店コラボ企画等の企画を通じた観光地めぐりを展開した。

① 第六回 小樽まちめぐりスタンプラリー

- ・ 開催日時：令和7年5月31日～8月4日
- ・ 各施設に 3 キャクターのスタンプを計 27 個設置
- ・ グッズ販売実績 スタンプ帳 748 冊
- ・ 参加店のオリジナルイラストを活用したオリジナル商品グッズの制作、販売



② 飲食店コラボ企画

「小樽まちめぐりスタンプラリー」の開催にあわせて実施。飲食店は、キャラクター3名のコラボメニューを提供、ご利用のお客様には、特典としてオリジナルコースターをプレゼント。

- ・ 提供店舗 7 店舗参加
- ・ 売上実績 1,594,190 円（オリジナルメニューの実績）



③ 市内街頭放送：時事放声社、6 分に1回（15秒）

(2) 夜の魅力づくり事業：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 Phase II

※ 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 を活用

【12,000,000 円（うち補助金 10,000,00 円）】

一般社団法人赤井川村国際リゾート推進協会(赤井川村 DMO)と連携し、小樽築港エリアにおけるナイトタイムコンテンツ造成(2 年目)に取り組んだ。

海のそばというポテンシャルを生かしたナイトタイムコンテンツとして、マリーナレストランを展開した。今年度は、悪天候時や大型MICE案件への対応を視野に、屋内フロアの拡充とともに、地域食材を生かした新メニューの開発に取り組んだ。また 1 年目の課題から、ライトアップの充実と巡回バスの運行により、認知度向上と交通アクセスの改善を図った。

- ・ 期間:令和 7 年 6 月 29 日~10 月 5 日
- ・ 実績 : ランチ、アフタヌーンティ利用人数は、1 日あたり 41 名、売上額は 27.8%の増加(前年度実績 34 名)。ターゲットに合わせた集客を重視したことで、量から質への転換を実現。2 年目はメニュー単価を上げたことで、利用人数が伸び悩む局面もあったが、結果としてランチ・ディナー共に大幅な増収を達成した。



(3) 体験型コンテンツ造成事業：

「日本遺産認定『北海道の『心臓』と呼ばれたまち・小樽』ガイド付きストーリーツアー造成

・販売事業」 ※ 観光庁 地域観光魅力向上事業 を活用

【6,600,000 円（うち補助金 5,300,000 円）】

地域のストーリーを求める国内外の知的好奇心が強いターゲット(FIT)に向けて、日本遺産「北海道の『心臓』と呼ばれたまち・小樽」や「ニセコ積丹小樽海岸国定公園」などの地域資源を活用し、地域の歴史や自然に紐づいたストーリーの魅力を来訪者に伝えることで、エリア全体としての魅力を向上させるガイド付き高付加価値型ストーリーツアーの造成・販売を行った。

特に AT 商品は、インバウンドをターゲットに英語対応ガイドによるツアーで外国人観光客の満足度を高めるとともに、不足しているガイドスキルについては、ガイド向けのワークショップと研修の開催によりスキルの向上及び人材育成につなげた。

販売拡大に向けては、SNS や OTA を活用し、ターゲットへ情報発信を行う。公式サイトでの予約販売 JTB BOKUN の活用も継続。

【造成商品 4 本】

- ① 小樽田中酒造・酒蔵バックヤードツアー
(Otaru Tanaka Sake Brewery: Behind-the-Scenes Tour)
- ② 小樽いにしへの漁村・自然と歴史ショートトレッキングツアー
(Otaru's Old Fishing Village: Nature and History Short Trekking Tour)
- ③ 【1日限定の市場食堂】
小樽商人の原点「ガンガン」魂を握る。魚料理研究家とつくる「おにぎり」教室
([One-Day-Only Market Kitchen]
An Onigiri Class with a Seafood Expert)

④ 小樽まち歩きプレミアムガイドツアー（Otaru Premium Walking Guide Tour）

会員増加の取組【新規】

会員数の規模は、当協会存立の基礎であり、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から、令和 7 年度は、会員の裾野を広げる新たに会員増加を事業計画に盛り込み取り組んだ。

具体的取組みの中で、小樽観光や当協会の事業活動に対して、多くの市民からの理解や協力が重要であることから、従来の個人会員の規定を改正し、市民の皆様とのネットワーク拡大に向けて、「サポーター」として募集も開始した。

それぞれ取組みが秋以降になったものの、1年間の取組みの結果は次のとおりである。

○令和 7 年度の会員・口数の増加に向けた取組

		会員事業者数	口 数
令和 7 年度当初の会員数		365	513
年度中の増減	新 規	26	29
	退 会	△ 7	△ 7
令和 7 年度末の会員数		384	541

※ 口数増の取組：4 事業者から計 10 口へ変更（従来 4 口、会費の反映は令和 8 年度）

○令和 7 年度のサポーター会員の取組

	会 員 数	説 明
令和 7 年度当初のサポーター（個人会員）数	12	11 名新規申込
令和 7 年度末のサポーター数	23	

物販事業等**1 物販事業**

2年目となった小樽国際インフォメーションセンター内の「ポートマルシェ otarue」は、令和 7 年度来館者数が 52 万人となり、前年度比では約 5%の減少はあったものの、初年度に引き続き 50 万人を超える多くのお客様に来場いただいた。

その傾向としては、本市への観光客入込数に比例してグリーンシーズンが多いものの、前年度比では前面の第3号ふ頭基部緑地の工事の影響もあると推測しているが、8 月から 10 月の観光のトップシーズンが減少したことや、初年度同様に 11 月からの気候が厳しいシーズンの来館者の大幅に減少したことに加え、今冬 1 月は、厳しい降雪による交通機関への影響が大きかった日が多く、観光客の動向にも大きな影響（減少）があった。一方、2 月からは、雪やイベントを楽しみに来樽するインバウンドや、翌3月も卒業旅行を中心に来場者が大きな増加傾向を示している。

来館者数に連動して売上額が 2 年連続で 3 億円を上回ったものの、収支状況は、後述する会計決算報告のとおり、コンテナ店舗がリニューアルしたものの売上が伸び悩んだことや、初年度よりは改善しているが物価高騰の影響など仕入を含めた経費の割合が高く赤字決算となった。

初年度は展開できなかったオンラインショップの再開やふるさと納税への商品掲載について、当協会らしいオール小樽の詰合せ商品などを展開したが、販売期間の短さや商品掲載数の少なさから収益に大きな貢献がある段階には至らなかった。

この2年間の来場者数の動向から気候が厳しい期間の来場者数の減少は、初年度から引き続く大きな課題であるが、運河周辺の宿泊施設に対するチラシ配布や SNS による情報発信等による効果もあり、今年に入ってから前年度比で増加傾向を継続している。

さらなる施設の認知度向上を図るためにも、SNS 発信の強化や、今春にオープンした第3号ふ頭基部緑地「おたるポートスクエア」でのイベントとの連動、センター前広場の活用促進などにより来館者数の増加につなげ黒字化を図りたい。

(1) 「ポートマルシェ otarue」(自販機、ガチャなどを含む) : 決算報告を参照

(2) コンテナ活用の焼立てパン店「Port bakery nomnom」・「コンテナバーガー -SUN-」 : 決算報告を参照

(3) ネット活用事業 : オンラインショップの再開(6月)、ふるさと納税への出品(2月)

(4) 小樽国際インフォメーションセンター前広場の活用

- ① 自主事業 : 夏季かき氷販売、農産品販売、潮まつりや海王丸などイベント時の出店など
- ② 他事業者の利用 : 延べ43件

(5) 新たな販売促進事業

- ・ コンテナバーガーでデリバリーサービスを8月から開始 2社 (UBER EATS、Wolt)
- ・ コンテナ焼立てパンを済生会小樽病院内「ぷりもぱっそ」で2月から販売開始 (週1回)

(6) 出張販売

- ① 市・他団体への協力
 - ・ きて・みて・たべて・しる「きた☆しり」 in あいくる (北しりべし定住自立圏事業、2回)
 - ・ 北海道豊かな海づくり大会 (北海道主催、ウィングベイ小樽)
 - ・ 北海道ご当地キャラフェスタ in 小樽 (ウィングベイ小樽)
- ② 自主事業
 - ・ YOI-TARU～味覚祭 2025 (サンモール一番街)

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

小樽市からの支援を受け、「小樽国際インフォメーションセンター」、「浅草橋観光案内所」、「小樽駅観光案内所」の3か所を運営している。

浅草橋観光案内所は、隣接する似鳥文化財団の「浮世絵美術館」の開設に合わせて、同施設内に移転することとなり、令和7年6月17日に新たな名称「小樽運河観光案内所」としてオープンした。なお、新施設に合わせてお客様へのサービス向上策として、自動販売機の移設や新たにコインロッカーを設置したほか、浅草橋観光案内所内で連携企業と運営していたテイクアウト飲食店も同美術館内に移転オープンした。

3か所の案内所では、日本語スタッフのほか、英語、中国語、韓国語の通訳スタッフによる観光案内を実施。国際インフォメーションセンターは、日本政府観光局の外国人観光案内所(ビジット・ジャパン案内所(カテゴリー2))を、その他2施設はカテゴリー1の認定を受けて運営。

また、前年度の国際インフォメーションセンターでの「小樽おもてなし認証」の取得に引き続き、令和7年度は「小樽駅観光案内所」で認証取得やセミナー参加など接客向上に努めている。

- ・ 観光案内所利用客数を公式ウェブサイトで公表

○令和 7 年度 案内実績（単位：件）

	人 数	うち日本人	うち外国人
国際インフォメーションセンター	18,090	12,770	5,320
小樽運河観光案内所(旧浅草橋含む)	18,546	10,585	7,961
小樽駅観光案内所	39,959	24,191	15,763
計	79,913	47,551	29,044
前年度対比	95.8%	89.8%	107.7%

(1) 観光客へのサービス事業

① 外貨両替機

外貨両替機は、当協会が旧運河プラザを管理運営していた際に導入し、令和 6 年 3 月、小樽国際インフォメーションセンター開設の際も引き続き設置したことに加え、小樽クルーズターミナルの供用に合わせて、同施設内にも新設し、外国人観光客のサービス向上に努めている。

近年は、小樽運河から堺町通り商店街の周辺一帯で、コンビニエンスストアを中心に外貨両替機の設置箇所が増えており、本市への外国人観光客は増加傾向にあっても当協会の外貨両替機の利用実績は増加していない状況にある。

令和 7 年度の両替実績		国際インフォメーションセンター		小樽クルーズターミナル	
日本円出金合計(換算)		728 回	14,670,196 円	751 回	5,542,674 円
USD	アメリカドル	456 回	10,926,505 円	526 回	4,243,857 円
EUR	欧州連合ユーロ	39 回	1,192,405 円	88 回	801,078 円
GBP	イギリスポンド	5 回	16,442 円	6 回	46,119 円
CNY	中国元	40 回	497,955 円	15 回	81,823 円
KRW	韓国ウォン	54 回	475,096 円	38 回	114,704 円
HKD	香港ドル	12 回	83,349 円	7 回	17,736 円
TWD	台湾ドル	38 回	362,581 円	8 回	22,607 円
SGD	シンガポールドル	20 回	401,572 円	1 回	1,005 円
THB	タイバーツ	9 回	37,845 円	3 回	7,548 円
MYR	マレーシアリングgit	22 回	102,808 円	1 回	1,883 円
AUD	オーストラリアドル	20 回	313,168 円	43 回	178,909 円
PHP	フィリピンペソ	13 回	260,470 円	15 回	25,405 円

② 車椅子の貸出（無料）： 301 件、ベビーカーの貸出（ベビカル有料）： 179 件

③ スマホ充電器の設置

④ コインロッカーの設置（センター：計 10 口、運河案内所：11 口）：延べ利用約 330 回

(2) 小樽駅観光案内所に関する要望

（令和 8 年 4 月 1 日の要望となったが、令和 7 年度中の理事会で合意事項であるため記載）

- ・ 小樽市長と当協会会長の連名で北海道旅客鉄道(株)小樽地区駅・小樽駅 駅長宛て
- ・ 要望内容：現在の「小樽駅観光案内所」が、小樽駅で降車したお客様から分かりづらい配置であるため、小樽駅のインバウンドを含む旅行者の増加に伴う混雑状況の改善に向けた改修（検討）に合わせて、案内所をコンコースに面した位置への変更を要望

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（小樽市教育委員会から業務受託）

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

- ・ おたる案内人検定試験及び試験にかかる検定講座の実施
- ・ 公式テキストブックや認定バッジなど物販事業
- ・ おたる案内人の諸活動(まちなみ散策ガイドツアーやジュニア育成プログラムなど)との連携

(2) 小樽ふれあい観光大使運営協議会

- ・ 交流会：令和7年5月25日
東京小樽会に合わせて開催、大使5名が参加
- ・ 新たな大使：Da-iCEの工藤大輝氏が就任



(3) 小樽コンシェルジュ運営協議会

- ・ 小樽の魅力発信をするSNS発信などの活動を随時実施
- ・ 初寄港等のクルーズ客船の入港セレモニー7回
(いずれも第3号ふ頭)
- ・ 道外物産店等への協力4回
：金沢エムザ、そごう広島、水戸京成、天満屋岡山
- ・ 知産志食しりべし小樽駅即売会、JRひとめぐり号ほか、イベントへの参加11回
- ・ 2027小樽コンシェルジュの選定のための募集・審査会を実施



(4) 小樽おもてなし認証推進協議会

令和6年度から始動した「小樽おもてなし認証」制度の運営、およびに課題解決に取り組むとともに、制度の普及啓発とともに認証施設の増加に向け各種活動を推進した。

① 事業運営体制

- ・ 以下の7構成団体で「小樽おもてなし認証推進協議会」を設立し運営している。

(構成団体) 小樽商工会議所、小樽市商店街振興組合連合会、(一社)北海道中小企業家同友会しりべし・小樽支部、国立大学法人北海道国立大学機構 小樽商科大学、北海道全調理師会 小樽支部、(一社)小樽青年会議所、(一社)小樽観光協会

- ・ 協議会内に、旧おもてなし力向上委員会PJメンバーを主要委員として構成する運営審査委員会を設置し、認定審査や普及活動などを実施

② 審査活動、認証取得施設対象の取り組み

a) 令和7年 小樽おもてなし認証 審査

お客様満足度調査(覆面調査)・審査会の実施、審査判定会議



b) 令和 7 年 小樽おもてなし認証 認証式の開催

- ・ 日時：令和 7 年 7 月 17 日、・ 場所：小樽芸術村 旧三井銀行小樽支店
- ・ 第2部として、「おもてなし力向上セミナー」を実施

○ 令和 7 年 認証取得施設数：8事業者・11 施設

1	株式会社ウィンケル	Winkel Village	1
2	株式会社アートクリエイト	大正硝子びーどろ館	2
		大正硝子宇宙(SORA)	3
		大正硝子かんざし屋	4
3	田中酒造株式会社	田中酒造 本店	5
		田中酒造 亀甲蔵(きっこうぐら)	6
4	北海道中央バス株式会社	小樽バイン	7
5	一般社団法人小樽観光協会	小樽駅観光案内所	8
6	オーセントホテルズ株式会社	オーセントホテル小樽	9
7	株式会社小樽水族館公社	おたる水族館	10
8	北海道ガス株式会社 小樽支店	北ガス小樽支店	11

c) フィードバック勉強会

- ・ オンライン勉強会「事例から学ぶ、おもてなしの実践」：令和 7 年 8 月 19 日
- ・ フィードバック勉強会「小樽おもてなし研究会 ver.2」：同年 10 月 29 日 観光船ターミナル

③ 令和 8 年 小樽おもてなし認証 エントリー募集の取組み

a) エントリー募集セミナー：令和 8 年 2 月 2 日 小樽経済センター

- ・ 講演 1：「お客様の声の重要性と覆面調査の活用事例」
- ・ 講演 2：「デジタル社会における、おもてなしによる差別化の取り組み」

b) 令和 7 年認証取得に向けたエントリー受付 令和 8 年 2 月 1 日～3 月 31 日

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：道外の市・県議会、商工会 計 6 団体、56 名（資料有料）

3 関係団体との連携事業

- ・ 小樽国際観光客誘致実行委員会（構成団体）・インバウンド戦略部会（構成員）
- ・ 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、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組み（北海道観光 a 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