

行政視察報告書

■目 的

札幌市のシティープロモーション、株式会社 札幌振興公社の札幌もいわ山ロープウェイを活用した観光振興、小樽市の港の魅力を生かしたまちづくりについての調査

■訪問都市

札幌市、小樽市

■期 間

令和5年8月7日（月）から8月9日（水）まで 3日間

高松市議会

<自由民主党議員会>

派遣議員名簿

会 長	中村 順一	副会長	小比賀 勝博
幹事長	佐藤 好邦		白石 義人
	大見 昌弘		坂下 且人
	橋本 浩之		杉本 勝利
	山下 誠		齊藤 修
	辻 正彦		住谷 篤志
	糸瀬 文史		小松 由美
	笹原 勝彦		大浦 真由美
	横井 裕二		崎山 美幸
	牟禮 俊也		

用務の経過と結果及び所感

1 北海道札幌市（8月7日）

(A) シティプロモーション

人口減少社会が到来し、世界の社会経済情勢が大きく変化する中、札幌市は、大量消費の価値観や、右肩上がりの経済成長時代の考え方を再検証し、経済生産性の視点だけで都市を売り込むのではなく、都市の魅力をライフスタイルの中から再発見することにより、新しい都市の輝きを創り出すため、平成24年1月、魅力都市さっぽろシティプロモート戦略を策定した。



(1) 札幌市の特徴

ア 人口 ー国内5番目の人口を持つ街ー

札幌市は、国内5番目の人口規模（人口 1,957,291 人（令和5年4月1日現在））であり、北海道の中心都市として公共交通機関など充実した都市基盤を有している。市内には、北海道大学をはじめ多数の大学や専門学校があり、進学等に伴い、全国から多くの学生等が転入するほか、首都圏の大企業の支店も多数ある。

イ 産業 ー第3次産業に特化した産業構造ー

製造等により、利益を得る第2次産業の割合は14.2%で、サービスの提供等により利益を得る第3次産業は85%を占める。

ウ 自然 ーみどり豊かな都市ー

大都市でありながら、市面積の6割以上を森林が占めるなど、恵まれた自然と充実した都市機能が共存する街である。近年は、市街地に野生の熊やエゾシカが出現する問題が発生している。

エ 雪 ー年間6メートルもの雪が降る大都市ー

大都市でありながら、年間6メートルもの降雪があり、1972年（昭和42年）の冬季オリンピックをはじめとした世界的なウィンタースポーツ大会を開催しているほか、天然雪を求めて主にアジア圏から冬の旅行先として人気を得ている。

オ 季節 ー変化の鮮明な四季とイベントー

季節ごとに大通り公園等を活用した多彩なイベントを開催している。

(ア) 春：さっぽろライラックまつり

(イ) 夏：さっぽろ夏まつり

(ウ) 秋：さっぽろオータムフェスト

(エ) 冬：さっぽろ冬のまつり

カ 食 ー新鮮な食材が集まる街ー

食の宝庫である北海道各地の新鮮な食材が一大消費地である札幌に集まり、海鮮・ラーメン・ジンギスカン・スープカレーなど、グルメの街として、大きな魅力の一つとなっている。

キ エンターテインメント ―多彩な楽しみ―

スキーなどのウィンタースポーツのほか、サッカー、バスケットボール、バレーボール、フットサルのプロスポーツチームの拠点として、様々な本場のスポーツに触れることができる。また、文化芸術に特化した劇場や音楽ホールを整備しており、コンサートや演劇等を楽しめる。

また、プロサッカーチームのコンサドーレ札幌などのプロスポーツチームと民放テレビラジオ局は、スポーツが持つチカラ「心と身体健康づくり」「生きがいづくり」「子どもの健全育成」「経済活性化」「地域コミュニティの振興」そして「夢や希望や勇気を与える」などのまちづくりに欠かせない力を活用し、スポーツで地域を盛り上げるプロジェクト「スポーツのチカラ×まちのミライ」に取り組んでいる。

ク 魅力都市ランキング ―選ばれる「札幌」ブランド―

コンサルティング会社が毎年実施する魅力都市ランキングでは、調査を開始した2006年（平成18年）以降、常にトップ3以内選ばれている。また、都道府県ランキングでは、調査を開始した2009年（平成21年）以降、北海道が15年連続で1位に選ばれている。

ケ 市民の札幌への思い ―札幌市民は札幌が好き！―

札幌市が2022年（令和4年）に実施した市民意識調査では、以下の問いに対し、大多数の市民から札幌が好き、または札幌市内に住みたいとの回答が寄せられた。

- ・札幌が好きですか？ → （95.9%）好き＋どちらかと言えば好き
- ・札幌に住みたいですか？ → （87.5%）札幌市内に住みたい

(2) シティープロモーション戦略策定の背景・過程

札幌市は、人口減少社会到来の予測を踏まえ、観光客に向けて観光資源を発信する傾向のあった従前のシティープロモートを見直し、市民に愛され、楽しめる魅力こそがまちの誇りになるとともに、市民が自信を持って札幌の魅力を発信していくことで、初めて感動が伝わり、世界の都市と多様な関係を作り出すことができるという考えの下、平成24年1月、魅力都市さっぽろシティープロモート戦略を策定した。

同戦略策定に当たっては、庁内組織を横断し議論を行う創造都市さっぽろ・シティープロモート推進本部会議やワーキンググループのほか、官民連携会議として札幌市シティープロモート戦略会議を開催し、シティープロモートの方向性・方針や、具体的な事業の案等を検討しており、官民一体となり策定した戦略であると言える。

(3) 笑顔、スマイル

シティープロモートのコンセプトとして、都市間競争に勝つことではなく、あくまでも市民が笑顔で生活できることを重要視しており、「札幌の魅力は、笑顔で楽しんでいる市民の生活そのもの＝ライフスタイルにある」という考えの下、「笑顔、スマイル」をスローガンに掲げている。

- ・美味しいものを食べて「笑顔」になろう
- ・豊かな自然と芸術文化で「笑顔」になろう
- ・癒しと高揚感ある観光で「笑顔」になろう
- ・スポーツと健康でいつまでも「笑顔」でいよう
- ・環境にやさしく未来の子供たちも「笑顔」にしよう

- ・北海道を支え北海道を楽しんで「みんなで笑顔」になろう
- ・都市間競争より助け合って「笑顔」を守ろう

(4) サッポロスマイルロゴ

SAPPORO

シティープロモートの推進に当たり、コンセプトである「笑顔、スマイル」を連想させ、札幌が笑顔になれる街であることを伝える印として、サッポロスマイルロゴを作成している。当該ロゴは、札幌市が発行する印刷物等に使用されているほか、個人・団体等問わず、申請すれば誰でも使用することができ、ポスターや看板、メール等に表記することにより、市民は街の至る所でロゴを目にすることができる。

なお、当該ロゴについては、商標登録が行われているが、登録に際し、大手飲料メーカーのロゴに酷似していたことから登録許可が得られなかったことから、大手飲料メーカーが商標登録を行い、市が独占使用権を取得する方法を取ることで、ロゴの管理・運用を可能とした。

(5) シティープロモート戦略の基本方針と重点取組分野

市民に愛され、楽しめる魅力こそが街の誇りになるとともに、市民が自信を持って札幌の魅力を発信できるよう、以下の基本方針及び重点取組分野を掲げ、シティープロモートを進めている。

【3つの基本方針】

- ・魅力を再発見する～「行きたいまち」から「住みたいまち」へ
札幌の市民、企業、行政などがそれぞれ自分たちの街の魅力を知り、愛着を深めること。
- ・魅力を味わい発信する～「札幌・北海道の魅力を支え、発信するまち」へ
札幌市民自らが街を楽しみ、魅力を発信するとともに、市民によるおもてなし力を強化すること。
- ・魅力を創造する～「新たな挑戦を支援するまち」へ
創造的な活動が活発に行われることで、人々が集まり、交流が生まれる「新たな挑戦を支援する街」を目指す。

【重点取組分野】

- ・MICEによるプロモート
- ・映画・コンテンツによるプロモート
- ・食によるプロモート
- ・滞在期間の拡大によるプロモート
- ・創造的な活動による都心活性化

(6) サッポロスマイルパートナーズについて

札幌を愛する企業・団体が、札幌市と共にシティープロモートに取り組む会員組織として、平成25年に「サッポロスマイルパートナーズ」を設立し、札幌市・市民・企業（団体）が連携し、1.札幌への愛着の醸成、2.おもてなし意識の醸成、3.札幌の魅力発

信、4. サッポロスマイルロゴの幅広い周知を進めることを目的に運営している。令和5年7月現在、約1000団体が会員となっており、札幌市ホームページでは、会員の企業・団体等の「笑顔になれる街」宣言及び具体的に取り組む内容等を掲載している。

(7) シティープロモートの主な事業・取組

ア 札幌の旬な市政情報や魅力を伝える札幌市広報番組

【テレビ】

番組名	放送日	内容
ウォッチング札幌 NEXT	第1・3日曜日 17:15～17:20	次世代を担う学生が、札幌の「今」をレポートする。
札幌ふるさと 再発見	毎週土曜日 11:35～11:39	地域を元気にする取組を紹介し、札幌の魅力を再発見する。
サッポロスマイル	第2・4日曜日 16:54～17:00	食や自然、イベントなど、札幌の「笑顔の源」となる魅力を紹介する。
いい人、いい街 ＃まいにち金メダル	第1・3日曜日 6:25～6:30	素敵な人や魅力的な場所など、札幌にあふれている「まいにち金メダリスト」を紹介する。

【ラジオ】

番組名	放送日	内容
スマイルさっぽろ リターンズ	第2・4月曜日 9:35～9:45 ごろ 「気分上昇ワイドナルミツ！」内	札幌の旬な情報を届ける。
じゅんきの さっぽろ世話話	毎週水曜日 12:18～12:28 ごろ 「工藤じゅんきの十人十色」内	知っておきたい話題や、誰かに話したくなる情報を語り合ってお知らせする。
突撃！ サッポロッティ	第2・4木曜日 15:25～15:30 ごろ 「Be My Radio」内	札幌のとおきおきの場所やイベントに突撃取材して、街の魅力を引き出す。
Groove SAPPORO (グルーヴサッポロスマイル)	第2・4金曜日 12:15～12:25 ごろ 「Move on up！」内	サッポロスマイルパートナーズの活動を紹介する。

イ 札幌市公式LINE・札幌市公式X（旧：Twitter）による情報発信

SNSを活用し、市民の生活に必要な情報を発信している。コロナ禍においては、「ワクチンロスゼロセンター」を開設し、予約状況等をリアルタイムで発信して登録者数の増加につなげた。最近では、ヒグマの出没情報や、LINEを使った防災訓練の実施等を行っている。

ウ 海外向け Instagram による情報発信

自治体国際化協会ロンドン事務所が開設する海外PR用 Instagram に札幌の風景やイベント（モエレ沼公園、さっぽろホワイトイルミネーション・ミュンヘンクリスマス市、さっぽろ雪まつり、ライラックまつり等）の写真を投稿し、札幌の魅力を発信している。

(8) 東京事務所・どさんこ旅サロン

東京都内の有楽町駅前の東京交通会館内に東京事務所を設置しており、札幌市と首都圏のパイプ役として、中央省庁等との連絡調整のほか、シティPRやMICEの誘致、企業誘致、東京で行うスポーツの招致推進業務等を行っている。

併設されている「どさんこ旅サロン」では、北海道内のパンフレットを取り揃えており、札幌市をはじめ、道内の各市町村の観光情報を発信し、コンシェルジュによる観光相談を行っている。

(B) 主な質疑応答

①シティープロモート事業に係る予算は。

→広報課で行っている事業全てがシティープロモートにつながると捉えており、札幌市民に対する「広報さっぽろ」の発行のほか、テレビやラジオ等の運営など、対外的な情報発信に係る事業等に対し、年間約8億円計上している。



②シティープロモートにおける情報発信とは逆に、市民からの意見を収集する方法は。

→様々な意見や要望を聴く専用の窓口として、コールセンターを設置している。

③高松市は中核市として、香川県内を牽引する都市であるべきと考えているが、北海道を代表する都市として、他自治体との連携をどのように取っているか。

→「札幌の魅力は、北海道の魅力だ」をスローガンに、全179市町村で道内連携の推進・強化に取り組んでおり、全道の魅力を、札幌を介して積極的に発信している。道内のグルメが一堂に楽しめるオータムフェストを大通り公園で開催しているのも、同取組の一つである。

札幌市が常に魅力都市ランキングで上位に入るのは、道内の新鮮な食材や特産品、産業の拠点となっているからであり、北海道庁や各自治体では十分な予算が確保できない状況でも、本市が中心となって事業を行うことにより、道内全体のPRになると考える。

④サッポロスマイルロゴは、何種類のバリエーションを設けているか。

→横書きと、丸型で二段書きの二種類の表記をベースにしている。当該ロゴの作成当初は、使用に関して厳格な規定を設けていたが、現在は、ウインクのような表記も可能とするなど、多少のバリエーションを加えた使用も許可しており、柔軟に対応している。

⑤曜日や時間帯を問わず、中心市街地が多く観光客でにぎわっており、改めて第三次産業が突出している札幌市の強みを感じたが、現在、札幌市で抱えている課題は。

→新型コロナウイルス5類移行後は、特にサービス業においてアルバイト等の雇用を十分に確保できていないなど、人手不足の問題が増えている。また、札幌市は製造業等の第二次産業が弱く、その原因の一つとして、若者が進学等に伴い道外へ転出したまま帰っ

てこないことが挙げられ、人口構造も女性が約 10 万人多い状況である。そのため、シティープロモートを通じたUターン促進への取組が重要であると考えている。

⑥シティープロモートに係る様々な事業やイベントを継続することに伴い、マンネリ化が生じるなど、内容の見直し等が必要になるのではないかとと思うが、企画・運営に当たり、庁内でプロジェクトチーム等は設置しているか。

→現在はプロジェクトチームを設置していないが、大きなイベントの開催等については、主に札幌観光協会に設置する実行委員会が運営を担っている。長くイベントを継続することにより、マンネリ化も危惧されるが、逆にリピーターにとっては、訪れて安心できる街として強みを生かすことができる。ただし、時代に応じたアップデートは必要である。

⑦シティープロモーションでは、都市間競争に勝つことを重要視する自治体が多いが、札幌市は「共に助け合って笑顔」をスローガンに掲げている。その具体的な取組は。

→例えば、千歳市が新千歳に企業誘致を行った際等に、札幌市への訪問を促すため、両市でバスの利用に対する補助事業を行うなど、札幌が盛り上がりとともに、周辺自治体もしっかりサポートできるような取組を行っている。

⑧東京事務所を設置しているが、主な業務内容と事務所設置による効果は。

→東京事務所の業務は、札幌市だけでなく、道内全体の地域に対し、国からの事業や予算を得ることが大きな目的の一つである。本年4月に開催したG7札幌気候・エネルギー・環境大臣会合や、MICE事業の誘致等は、国との連携が欠かせないため、対国会向けの拠点として、非常に重要な役割を担っている。

また、札幌市は、進学等に伴い道外へ転出した若い世代が、そのまま戻って来ない人口流出の課題を抱えているが、東京事務所が窓口となり、東京札幌会（札幌に何らかの縁を持ち、札幌を愛する人たちの会）で各種イベント等を開催するなど、直接交流する機会を作ることにより、転出後も札幌との縁をつなぐ役割を果たしている。

企業誘致においては、ゼロカーボンシティの実現のための取組や、ESTモデル事業として採択された環境的に持続可能な交通システムの充実に関して直接アピールすることにより、コロナ禍においても多数の企業誘致に成功しており、様々な側面で東京事務所の機能を有効に利活用している。

(C) 所感等

札幌市は、「笑顔」をコンセプトに、市民に愛され、笑顔で生活できる街を目指し、市民が自信を持って札幌の魅力を発信していくことが重要であるとの考えの下、魅力都市さっぽろシティープロモート戦略を策定し、行政・市民・民間企業が一体となりシティープロモートの推進に取り組んでいる。シンプルで笑顔を連想させるデザインのサ



ッポロスマイルロゴは、笑顔になれる街・札幌を象徴するロゴとして市民に認識されており、市内の至るところで活用されている。また、東京事務所では、国からの事業や予算獲得のための札幌市とのパイプ役に加え、企業誘致やUターンの促進においても、非常に重要な役割を担っている。

本市では、若者に選ばれる魅力あるまちづくりを進めるため、SNS等を活用した斬新で効果的なシティープロモーションを推進していくこととしており、現在、分野横断的、組織横断的に取り組むための体制強化等を検討しているが、行政の一部門だけの取組に終わらずことなく、庁内全体、民間企業、市民が一体となって取り組むことが重要であり、今後、シティープロモーションの目指す姿を市民や企業等と共有するためのビジョンの策定のほか、若い世代や企業等と一体となり、本市の魅力の情報発信を行う体制整備を官民一体となり進めていく必要があると考える。

2 株式会社 札幌振興公社（8月7日）

(A) 札幌もいわ山ロープウェイを活用した観光振興について

(1) 札幌もいわ山ロープウェイ導入の経緯及び事業概要

札幌もいわ山ロープウェイは、昭和33年、札幌市と小樽市で開催された北海道大博覧会を機に、市民をはじめ札幌を訪れる人たちが楽しめるレクリエーションの場を提供するため、ロープウェイの運行及び観光自動車道の営業をそれぞれ開始した。ロープウェイ関連施設は、昭和60年に札幌市から旧札幌交通開発公社の設立と同時に札幌振興公社に移管され、観光自動車道は、昭和63年に建設局より譲渡された。その後、平成10年12月に旧札幌交通開発公社が札幌振興公社に吸収合併されたため、藻岩山関連施設をそのままの状態で引き継いだ。

その後、札幌市では、藻岩山の今後のあり方、魅力アップの方向性などについて検討を行うため、平成16年度に専門家や公募市民から成る懇談会を設置したほか、市民1万人アンケートの実施やシンポジウム、フォーラム等を通じ、市民の様々な意見を聴取し、これらの市民の意見を踏まえ、策定した「藻岩山魅力アップ構想」に基づき、株式会社札幌振興公社が藻岩山再整備事業を行い、約1年8か月の工期を経て、平成23年12月にリニューアルオープンした。

リニューアル整備は、藻岩山の森林が国有林として保全を図ってきた経緯を踏まえ、森林環境資源の持続的利活用と環境負荷の低減を取組の方針に、豊かな森林資源を活用した市民や観光客の憩いの空間を創出し、総合的な集客交流施設を作り上げることを目的に行われた。

具体的内容としては、ハード面の整備において、駅舎・山頂展望台及びロープウェイ・ミニケーブルカー（新設）の整備、無料シャトルバスの運行を中心に、駐車場、歩道の整備及びバリアフリー設備等を行い、ソフト面の整備においては、平成23年度から札幌振興公社を事務局とする藻岩山観光運営委員会を中心に、札幌市及び市民団体と協議を行いながら、イベント等を展開している。

(2) 来場者数の推移

改修前は年間約48万人だった来場者数は、リニューアルにより約66万人まで増加し、また、平成27年10月に札幌市が「日本新三大夜景都市」に認定されると、インバウンド

の増加も相まって、さらに増加した。しかしながら、令和2年、新型コロナウイルス感染症拡大により、休業や時間短縮営業を余儀なくされ、インバウンドも大きく減少したことから、令和2年度及び3年度においては、最高来場者数を記録した平成29年度の半分以上の来場者数まで減少した。令和4年度はコロナに伴う行動制限等が徐々に解除されたほか、「全国旅行支援クーポン」等の旅行補助等を利用した来場者や、10月中旬以降の訪日外国人解禁の影響等から、団体旅行を含む来場者も回復傾向にあり、コロナ禍前の水準に戻りつつある。

年度	来場者数（延べ）	主な特記事項
H28	774,414 人	
H29	905,995 人	最高来場者数
H30	866,986 人	胆振東部地震（9月）
R 元	807,872 人	搬器衝突事故（8月）
R 2	384,068 人	コロナ休業・時短営業（5・6・2・3月）
R 3	368,460 人	コロナ休業・時短営業（5～9月）
R 4	693,468 人	

(3) 札幌もいわ山ロープウェイの魅力

ア 360度見渡せる大パノラマ

山頂の展望台からは、高層ビルが建ち並ぶ都市部と緑豊かな自然が織りなす絶景を360度余すことなく見渡すことができる。

イ 日本新三大夜景都市に3回連続選出

札幌市の夜景は、平成27年、一般財団法人夜景観光コンベンション・ビューローが認定する「日本新三大夜景都市」に選ばれ、その後、平成30年にも選出された。また、令和4年に実施された第3回認定においても、北九州市、長崎市とともに選出されるなど、夜景観光都市としての地位を確立している。

札幌市の夜景は、ナトリウム灯のオレンジ色の光が多く、温かみのある景色が特徴で、宝石のようにきらめく夜景を目的に多くの利用客が訪れている。

ウ 山頂へのアクセス方法は2種類

展望台へのアクセス方法は、ロープウェイとミニケーブルカーの二つの乗り物で行く方法と、車で観光自動車道路（有料道路）を通り中腹駅まで上り、中腹駅からミニケーブルカーに乗り継ぐ

方法の2種類ある。

中心市街地からロープウェイ乗り場（山麓駅）までは車で約20分、公共交通機関でも約30分程度の距離であり、気軽に来場できる。



(4) 観光振興の取組

札幌市が「日本新三大夜景都市」に認定されて以降、特に山頂展望台からの夜景を目的に訪れる利用客が増加した。ロープウェイは展望台に上がるための移動手段の一つである一方、インバウンドの観光客は、ゴンドラに乗車すること自体を楽しむ利用者も多く、新型コロナウイルス5類移行に伴うインバウンドのさらなる回復を見据え、国内外へ魅力を伝えるため、SNSを活用した情報発信を積極的に行っている。

また、山頂レストランについては、コロナ禍においても予約で満席となるなど、観光客だけでなく市民にも大変人気がある。一方、山頂の店舗への移動手段がロープウェイのみであるため、悪天候等による運休時においては、夏期は観光道路からシャトルバスによる送迎を行うなど、美しい景色を眼下に食事を楽しんでもらうため、代替の移動手段を確保する対策を講じている。



(5) 魅力を伝えるための情報発信

ア ホームページ

当日の運行状況や、料金、アクセス方法等の基本情報をメインに発信している。

イ Twitter

当日の運行状況をメインに、イベント情報や日々の気づきなどのほか、混雑状況、入場規制等、リアルタイムに伝えたい情報を発信している。

ウ Instagram、Facebook

イベントの様子や風景等、いわゆる「映える」写真の投稿を中心に、札幌旅行を予定している人たちや、旅行先を検討している人たちに対し、視覚的にPRを行っている。

エ YouTubeライブ配信

山頂展望台の様子を配信しており、朝の情報番組等で取り上げられるなど、もいわ山のPRの一端を担っている。また、電話で問い合わせがあった際に、景色や混雑情報を具体的に伝えることができるほか、視界不良時においては、当該ライブ配信を案内し、来場の判断材料として役立ててもらっている。

(6) 札幌市との連携

札幌市所管部局（観光MICE）と共有すべき事案等が生じた際には、適宜情報共有を行うほか、毎年実施している救助訓練では、札幌市にも立ち会いを求め、助言等を得ている。

また、札幌市から定期的な補助はないが、施設の魅力アップのための補助金制度が昨年度、今年度と実施されており、昨年度は①運行情報デジタルサイネージ設置②施設内サイン看板改修③山頂展望台ライブカメラ（YouTube）改修工事④山頂標高看板ライブカメラ設置工事等を同補助金事業を活用し実施した。また、コロナ禍以前は、集客のための商談会等にも声かけしてもらうなど、札幌市と連携し、広報活動も行っている。



(7) 課題と今後の展望

札幌もいわ山ロープウェイは、夜景観光の来場者が多く、繁忙期である夏期の夜間においては、入場規制を行うこともあり、来場者数が頭打ちになってしまうことから、より来場者数を伸ばし、収益を上げるため、日中及び冬期における閑散期の集客が必要である。

今後も、札幌の代表的な観光施設として、札幌市や観光事業者と連携を取りながら、インバウンド誘客も含めた広報宣伝活動や、売店を中腹駅から山頂駅に移転したことによる、旧売店スペースを新たな事業を生み出す場所として利活用を図るなど、さらなる観光誘客に取り組むこととしている。



(B) 主な質疑応答

①平成 23 年にリニューアルした再整備事業に係る総費用は。

→約 35 億円で、そのうち 98%を公社の借入及び自己資金で負担し、残りは行政からの補助金で行った。

②ロープウェイ事業の収支は。

→再整備事業に係る多額の設備投資による減価償却の負担等が響き、当該事業単体では赤字である。支出では、運行に係る各種固定費のほか、人件費が一番大きな割合を占めている。公社では、レストラン事業や不動産賃貸事業等の複数の事業を経営しており、他事業の収益で補てんしている。

③集客力を高めるための行政による補助はあるか。

→一時的な補助として、コロナ禍における減収を補うための間接補助はあったが、現在は終了している。継続的な補助としては、札幌市が運営している札幌夜景推進協議会において、夜景観光を盛り上げるための取組に対する予算が組まれている。

④ロープウェイまでのアクセスに係る集客力を高めるための取組は。

→札幌市電の最寄り駅から山麓駅まで、平日夜間と土日祝日に無料シャトルバスを運行している。また、山麓駅駐車場には 120 台、中腹駅駐車場には 80 台分の無料駐車場を整備しており、どちらも大型バスが駐車可能である。

⑤無料シャトルバスは公社負担か。

→公社負担である。最寄り駅からの距離は 600 メートル程度であるが、急こう配の坂道が

続いており、高齢者や子連れ利用客の負担を軽減するため運行している。また、札幌駅からの直通バスもあるが、本数が1時間に1本と少ないため、市電の利用を促す目的もある。

⑥市電または車の利用者の割合は。

→市電利用者が圧倒的に多い。日本三大夜景に選ばれて以降、夜景観光を楽しむスポットとして、中心市街地で食事やお酒を楽しんだ人たちが、市電を利用して訪れている。

また、「都市と隣接する自然」が当施設の魅力なので、タクシーを利用しても20～30分程度であり、気軽に訪れ、自然豊かな景色を楽しんでもらえる。

⑦市電ロープウェイの利用券のセット売りは行っているか。

→セット売りは行っていないが、ロープウェイではオンラインの事前購入割引を勧めている。市電の場合は、スマートフォンアプリによる乗り放題・1日乗車券（どサンコパス）があり、その行先として当施設が人気である。

⑧山頂レストランの利用状況は。

→夜景も楽しめるレストランとして、市民からも観光客からも大変人気があるが、風速15メートルを超える強風や雷等の悪天候時や、冬の降雪時等にロープウェイが運休になり、レストランの利用が制限されるリスクを伴うのが課題である。

⑨運休は、年間でどの程度生じているか。

→完全運休については、全体の10数パーセント程度の割合である。特に冬は天候が荒れるため、運休になる割合が他の時期より高くなる。

(C) 所感等

札幌振興公社では、札幌市が策定した藻岩山魅力アップ構想に基づき、札幌もいわ山ロープウェイのハード、ソフト両面でのリニューアルを行っており、山頂から望む雄大な景色や夜景を生かした魅力あるレストランや展望台の設置、さらにはSNSを活用した効果的な情報発信などの取組により、施設リニューアル後は、札幌市が日本新三大夜景に認定され、来場者も大幅に増加するなど、観光誘客に向けた取組は大変参考になった。



本市が誇る観光地屋島においても、昨年8月の屋島山上交流拠点施設「やしまーる」のオープンを機に、多くの観光客が訪れているが、山上への移動手段は車が主流であるため、道路渋滞や駐車場の混雑などの問題が生じている。山上へのロープウェイの設置は、屋島山上へのアクセス向上に加え、夜型観光振興の原動力となり、新たな観光資源となることが期待されることから、屋島活性化にもつながるロープウェイの設置に向け、官民一体となり取り組んでいく必要があると考える。

3 北海道小樽市（8月9日）

(A) 港の魅力を生かしたまちづくり

小樽市では、第7次小樽市総合計画において、まちづくりのテーマの一つとして、強みを生かした産業振興によるにぎわいのまちを掲げており、港の魅力を生かしたまちづくりを進めている。

令和2年12月に策定した「小樽港長期構想」では、将来像を「ひと・ものが世界と行き交う北海道日本海側の物流・交流拠点 小樽港」とし、フェリーを核とした物流機能の強化やクルーズ振興などによる賑わいの創出により、ひと・ものが世界と行き交う北海道日本海側の物流・交流拠点港としての発展を目指すことを基本理念に掲げている。

また、令和3年12月に改訂した「小樽港港湾計画」では、物流・産業の基盤強化、観光・交流の基盤強化、安全・安心の基盤強化を図る方針を示している。このうち、観光・交流の基盤強化においては、北海道日本海側におけるクルーズ拠点の形成や、観光都市にふさわしい交流空間の形成等に取り組むこととしており、豊富な観光資源を生かした寄港地として、また、利便性が高い交通ネットワークを生かした定点クルーズ発着港やターンアラウンド港として、様々なクルーズを受け入れる日本海側北部のクルーズ拠点としての機能強化を図るほか、第3号ふ頭及び周辺地域とマリーナ周辺地域に賑わい空間の拠点を形成するとともに、小樽港周辺の観光拠点との回遊性を高め、滞在型観光の促進による地域の活性化や海の魅力や歴史を生かした国際的なみなと観光拠点としての機能強化を図ることとしている。

(1) 小樽港の特徴

小樽港は、北、西、南の三方が山に囲まれている比較的静穏度が高い天然の良港であり、中心市街地に近接し、小樽運河やガラス工房など観光エリアも徒歩圏内にあるほか、国道や高速道路、JR駅から近く、新千歳空港からJRで1時間程度と北海道内の観光エリアへのアクセス、発着港としての利用にも便利な立地である。

(2) クルーズ船接岸ふ頭

ア 第3号ふ頭

小樽市中心部に位置しており、中型船（6万トン未満）の受入れを行い、小樽運河や堺町などの観光エリアに隣接している。

イ 勝納ふ頭

小樽港東側に位置しており、大型船（14万トン級まで）の受入れを行い、広大なふ頭用地に多数の大型バス・タクシーが駐車可能な駐車場を整備し、大型船受入れのオペレーションが容易である。

(3) クルーズ船の寄港実績

平成26年以降は、20回以上の寄港が続き、平成31（令和元年）年は29回と増加傾向であったが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で令和2年及び3年の寄港は全てキャンセルとなった。令和4年は3年ぶりに日本船が6回寄港し、令和5年は22回の寄港を予定している。

(4) 小樽港クルーズ推進協議会

ア 概要

(ア) 設立

平成 25 年、小樽港貿易振興協議会から独立分離し、クルーズ事業に特化した組織として設立した。

(イ) 設立目的

小樽港へのクルーズ客船の誘致を通して、後志地域や道央圏との連携を図りながら観光産業をはじめとする地域経済の活性化を推進し、これら地域の振興に寄与すること。

(ウ) 構成員等

会長は小樽市長、構成員は、国等の関係機関、市内の経済・観光・港湾関係団体と北後志（小樽近郊自治体）の 5 町村の観光協会など 23 団体。

(5) クルーズ船誘致促進事業

ア 企業訪問

クルーズ船社、ランドオペレーター、旅行代理店等を訪問し、小樽港の P R 及び情報収集を行う。

イ 「小樽港クルーズプロモーション」の開催

(ア) 首都圏においてクルーズ船社、代理店、ランドオペレーター、旅行会社等を招待し、クルーズ船寄港における小樽港の特徴を説明

(イ) 小樽港の特徴として、①新千歳空港や札幌市とのアクセスが便利、②港と市街地との距離が至近で徒歩での移動が可能、③ツアー等で日帰り可能な人気観光スポットが多い、④クルーズ船岸壁及び周辺再開発の状況等を紹介

(ウ) 小樽観光情報に加え、北後志地域（余市町、仁木町、古平町、積丹町、赤井川村）の観光情報を紹介

ウ 外国船社幹部招請事業

外国のクルーズ船社の寄港地選定担当者を招き、クルーズ船が接岸するふ頭の説明や、市内の観光スポットを案内する視察事業を行う。

エ 広報宣伝事業

海外見本市で配布するクルーズ船誘致用のパンフレットを作成するほか、広告掲載を行う。

(6) クルーズ船の受入・歓迎体制の整備

ア 接岸ふ頭での歓送迎・受入体制

臨時観光案内所の設置（観光ガイド・通訳を配置）や、物産等の販売・紹介、移動式 Wi-Fi スポットの設置、各種団体のパフォーマンスによる見送りを実施。

イ イベントの開催

物産品販売や飲食コーナー、フリーマーケット、アマチュアバンドやダンスグループによるパフォーマンス、ゆるキャラ大集合など、クルーズ船乗客だけでなく、市民も楽しめるイベント等を開催。

- (ア) 2014 小樽クルーズ・ウェルカム・フェスタ（平成 26 年 6 月 7 日（土））
ダイヤモンドプリンセスの初寄港日に実施
- (イ) 2015 小樽クルーズ・ウェルカム・フェスタ（平成 27 年 8 月 29 日（土））
につぼん丸「飛んでクルーズ北海道」10 周年記念として実施

ウ 夜間出港時のふ頭におけるミニ縁日の開催

大型客船の夜間出港（21 時以降）の増加に伴い、ふ頭における夜のにぎわいづくりのため、地ビールやホタテ、海鮮焼きなどのミニ縁日を展開。

エ 出発式や歓迎式の開催

につぼん丸「飛んでクルーズ北海道」など、小樽港発着の定点クルーズ初回に出発式を行うほか、クルーズ船入港時に歓迎式を開催。

オ 他のイベントとの連携

- (ア) 寄港日に開催の「後志収穫祭」と連携し、ふ頭で配布したチラシを持参したクルーズ船関係者に海鮮汁をサービス
- (イ) 寄港日に開催のイベントを P R するため、チラシや交通手段等記載のマップをふ頭で配布
- (ウ) 寄港日に開催の祭りの練り込みに乗船客が参加
- (エ) 地元商店街との連携

(7) クルーズ船対応施設整備

ア 北海道日本海側におけるクルーズ拠点の形成実現のための課題

現在、クルーズ船の大型化が進み、外国船社からは 13 万トン級を超えるクルーズ船の寄港打診が数多く寄せられており、特に中心市街地や小樽運河に近い第 3 ふ頭へ利用が求められているほか、これまで 2 隻及び 3 隻同時の寄港打診も寄せられている。

道内では、室蘭港及び函館港で 16 万トン級が既に寄港し、網走港や釧路港においても 14 万トン級が寄港可能となっており、道内他港との連携により北海道全体としてのクルーズ船寄港拡大を図るためにも、クルーズ船大型化への対応が急務であり、現在、第 3 号ふ頭及び周辺の施設整備に取り組んでいる。

イ 第 3 号ふ頭及び周辺の施設整備

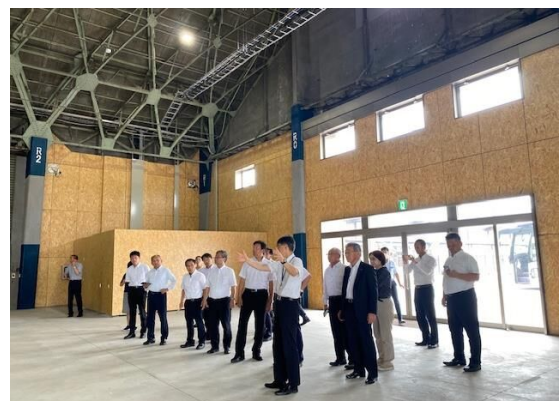
(ア) 岸壁、ドルフィン

令和 5 年度中の完成を目指し、大型船対応岸壁（最大 14 万トン級）整備を行っている。

(イ) 客船ターミナル

既存上屋の一部を改装して整備し、令和 4 年度から供用を開始している。

- ・既存上屋の一部（約 1,700 m²）を改良
- ・C I Q（税関・出入国管理・検疫）スペース、待合室、トイレ、コインロッカー、船社案内カウンター等の整備



(ウ) 大型バス駐車場

大型バス駐車場（収容台数 28 台）を整備し、令和 4 年度から部分供用を開始している。

(エ) 観光船ターミナルを中心とした複合施設

観光船エリアにおける複合施設の整備を行う計画

- ・観光船事業者の事務所、発券所、待合室、トイレの整備
- ・多目的ホームの整備

(オ) 観光・商業施設

民間事業者により整備を行う予定であり、インフォメーションや物販の機能等を導入する計画である。

(8) クルーズ船寄港推進に係る今後の取組の方向性

ア 客船誘致活動の推進

(ア) 発着クルーズの誘致

(イ) クルーズ船によるインバウンド客の獲得

- a 小樽港のクルーズ船受入実績や利便性等の継続的な P R
- b 新たな魅力の掘り起こし、北後志地域と連携した寄港地観光の P R
- c 日本海側港湾と連携し、対岸諸国や諸外国からの寄港地に向けた取組強化

イ 歓送迎体制の充実

(ア) 乗船客に感動を与えるおもてなしを充実させる取組の強化（市民参加の機運づくり）

- a 市民等への客船歓迎意識の浸透（市民参加型イベント等の企画検討）
- b ボランティアやパフォーマンス等との連携強化、新たな演出・担い手の発掘

ウ 観光消費の取り込み

(ア) 市内や北後志地域への回遊性向上

(イ) 増加する外国人乗船客等への対応強化

- a 観光関連事業者や北後志地域との情報共有、連携強化
- b 外国語対応や外貨両替などの対応高度化（観光協会との連携）

エ 受入体制の強化

(ア) 安全で快適なふ頭環境の構築

- a ハイヤー協会（交通誘導員の派遣）など、関係団体との密接な協力連携
- b クルーズ船対応施設整備

(B) 主な質疑応答

①小樽港のふ頭の施設整備等は、小樽市が単独事業か。北海道は関わっているか。

→ふ頭の整備は国の直轄事業ではあるが、地元負担金の支払等は小樽市が行っている。当該整備等の主体は港湾管理者である小樽市であり、北海道は関わっていない。

②高松市の場合、港湾管理者は香川県であり、整備事業等において、県との連携が欠かせないが、貴市が管理している港湾の運営等における、北海道との関係性は。

→観光 P R 面においては北海道の協力が欠かせないが、道内には多数の港があることから、道が全て管理するのは困難である。港湾の管理組合に道が加入している事例もあるが、

各自治体や事業者等が主体となって管理・運営している事例がほとんどである。

③クルーズ船の歓迎イベント等に参加している団体に対し、市から謝礼金等は払っているか。

→歓迎会で和太鼓の演奏をしている団体には、交通費程度の謝礼金を払っている。当該団体は、毎回入港歓迎会で演奏してくれている。

④多くの観光客の受入れに当たり、観光振興による特別税徴収の予定は。

→宿泊税の導入について、現在検討している。

⑤クルーズ振興協議会等に参加している道内の他の港湾についても、大型船の受入れが可能なのか。

→道内の複数の港湾では、既に 14 万トン級を超えるクルーズ船が寄港可能である。小樽港の場合、古い港をそのまま現在も活用しているため、防波堤等の老朽化が進んでおり、外国船社からは、市街地に隣接している第 3 号ふ頭への利用が求められていることから、他港との連携により全体でのクルーズ船寄港拡大を図るためにも、第 3 号ふ頭及び周辺地区の整備を行っている。

⑥クルーズ船入港時のオペレーションやバースの使用料等に係る収支状況は。

→入港時に市が給水やタグボートの牽引等を行っており、その他各施設の使用料の徴収等により、現在収支はプラスである。

⑦外国人富裕層等のチャーター船・スーパーヨットの寄港推進を行う予定は。

→是非入港の誘致を行いたい、具体的なアプローチの方法が分からないので、今後、検討していきたい。

⑧市内のホテルが不足しているとの事だが、クルーズ船入港時の観光振興における各関係機関との連携は。

→観光シーズンとクルーズ船寄港時期が重複している場合、市内での宿泊は難しいが、船会社や旅行代理店に対し、情報提供を常に行っている。また、本市での消費を促す取組として、小樽を周遊するツアーの造成を船会社や観光協会等と連携し、働きかけている。

⑨クルーズ船入港に伴う経済効果は。

→小樽市のみの経済効果を図るのは困難である。2000 人クラスのクルーズ船を受け入れる場合なども、食事場所を単独で提供するのは不可能なため、周辺都市との連携が必須である。

(C) 所感等

小樽市では、北海道全体としてのクルーズ船誘致の拡大に加え、日本海側北部のクルーズ拠点としての機能強化を図るため、小樽市中心部に位置する第 3 号ふ頭において、大型クルーズ船に対応できる岸壁整備と、民間と連携した観光・商業施設の整備を進めている。

また、クルーズ船を誘致するため、クルーズ船社等への訪問や、首都圏での小樽港の PR にも積極的に取り組んでいる。



本市においても、高松港サンポート高松では、11 万トン級大型クルーズ船の受け入れに対応する岸壁の延伸工事を県が主体となり進めているほか、今後、県立アリーナをはじめとする大型施設の整備等にぎわい創出に向けた取組を県とともに進めていくこととしており、県と一体となり、クルーズ船社等への高松港のPRに注力するなど、経済効果が期待されるクルーズ船誘致に積極的に取り組むとともに、高松港周辺のにぎわい創出に向け官民連携し、取組の強化を図ることが必要と考える。