

【第2次札幌新まちづくり計画 平成22年度進行管理評価結果】

『政策目標5 文化の薫る、都市の魅力が輝き、にぎわう街』

重点課題4 新たな集客交流資源の創出と魅力の発信

<施策の基本方針>

世界の集客交流都市さっぽろの実現を目指し、札幌の魅力である、食や自然、文化芸術などのハード・ソフトの資産を集客交流資源として積極的に活用し、札幌独自の魅力づくりや観光資源の発掘を行うとともに、受入対応を充実するなど、観光やコンベンションの一層の振興を図ります。また、道内各市町村とも連携して道内各地の食や観光などの情報を発信する拠点機能を充実するなど、集客交流を推進します。

● 事業費の進捗率

57.8% 算出式: (H19決算額+H20決算額+H21決算額+H22予算額) 1,000,371千円 / (計画事業費) 1,730,000千円

● 施策別の主な取組内容

19~21年度(実績)

【施策1】観光魅力づくりの推進

- ・雪まつり第2会場をつどーむに移転。入場者数増(H21:472,000人)
- ・ライラックまつり期間延長。ライラック音楽祭を実施(H21:377,600人)
- ・藻岩山魅力アップ構想に基づき基本設計実施、ソフト事業充実
- ・オータムフェストを平成20年度に新規実施(H21:1,304,000人)
- ・大通公園1丁目にスケートリンクを設置(H21:12,483人)
- ・梅林のライトアップを環境に配慮しつつ実施(H21夜間:27,246人)
- ・ミュンヘンクリスマス市を休前日終了時間を30分延長(H21:572,000人)

【施策2】観光客及びコンベンションの受入強化と誘致促進

- ・個人客対応、来客受入、魅力づくり発信、コンベンションの各プロジェクトを実施
- ・旅行会社向け観光セミナーや首都圏等の一般市民を対象とした広告・イベント等によるPRを実施
- ・海外プロモーション、メディア等招へい、外国語観光マップ制作
- ・首都圏シティPRとして各種広告メディア、イベントによる札幌のPR、コンベンション等の誘致

【施策3】道内各市町村と連携した魅力の発信

- ・オータムフェストを実施。道内市町村と連携し、食材を提供、PR
- ・さっぽろ広域観光圏での2泊3日以上の滞在を促進する事業を実施
- ・道産品アンテナショップ「HUGマート」、「HUGイート」をオープン

22年度(予定)

【施策1】観光魅力づくりの推進

- ・雪まつりつどーむ会場で参加・体験プログラムを充実
- ・ライラック音楽祭を継続実施
- ・藻岩山施設再整備の実施設計実施、建設工事開始、ソフト事業の継続実施
- ・オータムフェストを市内中心部の回遊を意識しつつ継続実施
- ・大通公園スケートリンクを継続実施
- ・梅林ライトアップを継続実施
- ・ミュンヘンクリスマス市を21年度同様に継続実施

【施策2】観光客及びコンベンションの受入強化と誘致促進

- ・個人客対応、来客受入、魅力づくり発信、コンベンションプロジェクトを継続
- ・旅行会社向け観光セミナーや首都圏等の一般市民を対象とした広告・イベント等によるPRを実施
- ・海外プロモーション、メディア招へい、外国語観光マップ制作を継続
- ・首都圏シティPRとして各種広告メディア、イベントによる札幌のPR、コンベンション等の誘致を継続

【施策3】道内各市町村と連携した魅力の発信

- ・オータムフェストを道内市町村やさっぽろ広域観光圏と連携し継続
- ・さっぽろ広域観光圏での2泊3日以上滞在を促進する事業を実施

● 市民・企業等との協働の状況

■ 市民との連携、市民参加

- ・雪まつり第2会場内で、市民参加による自主運営コーナーとして、市民が企画から運営までを行い、来場者へのおもてなしを行った。
- ・新たな秋のイベント事業(オータムフェスト)について、市民、学生、観光関連団体から意見聴取を実施し、それを踏まえて企画立案を行った。
- ・ミュンヘンクリスマス市について、食器洗浄ボランティア、通訳ボランティアとして多くの市民が参加・連携している。

■ 企業等との連携・協働

- ・各事業において、限られた予算の範囲内で実施するため、協賛スポンサーから資金協力を得ている。
- ・北海道洞爺湖サミットを契機に設立した官民一体の「札幌おもてなし委員会」でまち全体のおもてなしレベルアップ事業・活動を行っている。

■ 市民・企業等が参加しやすい環境づくり

- ・各事業において、広報さっぽろ、ホームページ等を利用して、ボランティアの募集、多くの市民や団体が参加しやすい環境づくりに努めた。

● 評価(成果)と課題

【施策1】観光魅力づくりの推進

- ・各種イベント実施による街の活性化、集客交流の促進が図られた。イベントの魅力アップによる一層の集客、効率的な事業運営、スポンサーの確保、PR、寒さ対策が課題である。
- ・藻岩山の魅力が市民に定着してきており、ロープウェイの利用者が増加。環境配慮ガイドラインに基づく施設再整備の徹底、ソフト事業の充実、関係機関との調整による円滑な事業進行為課題である。

【施策2】観光客及びコンベンションの受入強化と誘致促進

- ・個人客対応、来客受入、魅力づくり発信、コンベンションの各プロジェクトにおいて実績をあげ、旅行会社等との人的ネットワーク、相互協力体制を構築できた。また、札幌の認知度を向上させ、旅行商品造成につなげたことで、札幌への集客に貢献した。今後も、観光客の満足度アップのため、観光関連業界との一層の連携を図る必要があるとともに、出入国手続体制整備等にも一層取り組む必要がある。

【施策3】道内各市町村と連携した魅力の発信

- ・オータムフェストについて、道内市町村と連携を図り新規開催した。イベントの知名度アップ、スポンサーの確保が課題である。

● 今後の重点取組

- 藻岩山魅力アップ事業について、平成23年の施設リニューアルにむけ、民間事業者、関係機関との適切な役割分担のもと「藻岩山魅力アップ構想」の着実な推進及び具体化を図っていく。
- オータムフェストについて、平成22年度までは大通公園において内容の充実を図りながら実施することに加え、平成23年度以降は「創成川広場」が供用されることを踏まえ、都心部全体の賑わい創出を見据えた事業展開を検討していく。
- 観光・コンベンションの誘致促進のため、地域間や関連業界と連携のもと、魅力ある観光素材の提供と受入体制の充実を図るとともに、さまざまなメディアを活用し、積極的なシティPRを実施していく。

● 主な達成目標の状況

達成目標名	目標値(目標年度)	H18(現状)	H21(実績)
ライラックまつりの観客数	500,000人(H22)	346,700人	377,600人
さっぽろ雪まつり魅力アップ参加団体数	15団体(H22)	9団体	14団体
藻岩山の再整備	整備(H22)	—	基本設計
大通公園スケートリングスクエアの利用者数	1万人(H22)	—	12,483人
平岡公園・梅林ライトアップ期間中の夜間入場者数	17,600人(H22)	—	27,246人
札幌観光の満足度(おもてなし)	75%(H22)	69.5%	調査未実施
外国人観光客のリピーター率	30%(H22)	25.4%	調査未実施
コンベンションの開催件数	1,050件(H22)	911件	987件
観光集客イベントの集客人数(首都圏シティPR事業)	7.5万人(H22)	7.1万人	25.6万人
道外観光客の来客数	6,791千人(H22)	6,398千人	5,758千人
外国人延べ宿泊者数	70万人(H22)	559,272人	649,210人
スイーツを楽しみにした観光客の増加	35%(H22)	24.2%	調査未実施
[新たな秋のイベント]観客数	80万人(H22)	—	130万4千人

● 主な施設・サービスの整備水準

該当なし

● 成果指標等の動向

