

## 第6章 重点施策

### 1 重点施策（後期）の体系

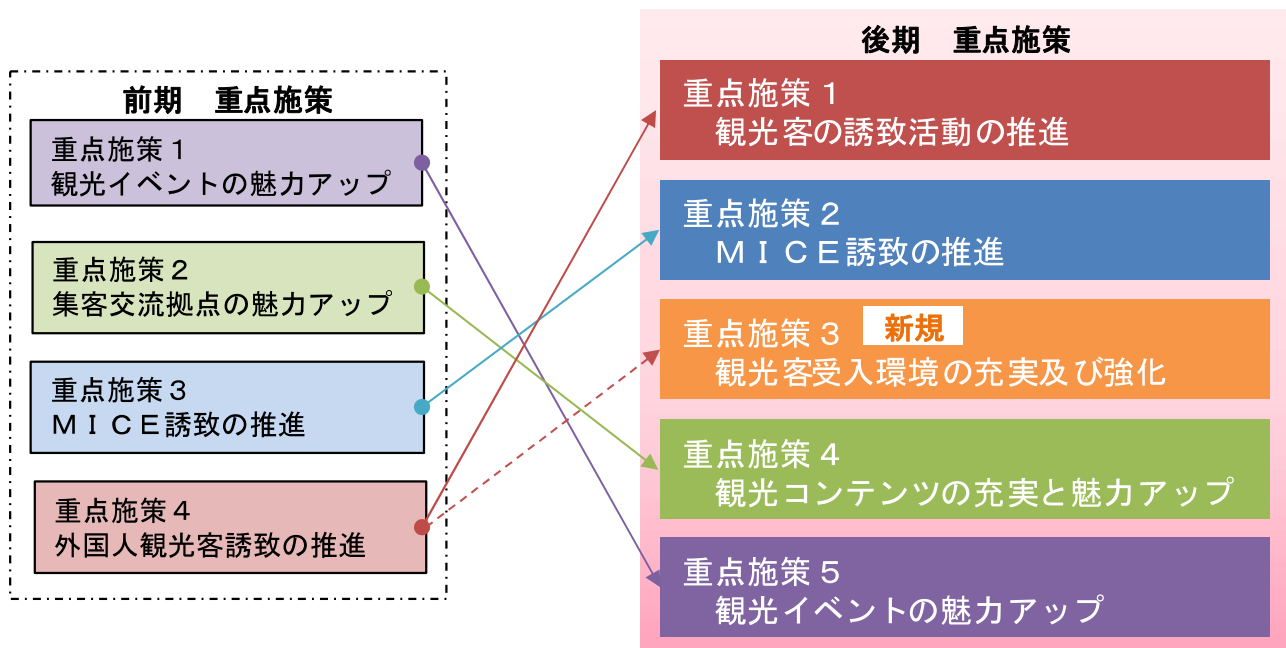
第1編「マスタープラン編」では、目指すべき将来像や基本的な施策の方向性を定めた基本方針などを掲げてきました。

「アクションプラン編」では、前編で掲げた基本的な方向性に基づき、観光まちづくりを実現するための具体的な取組を掲げていきます。

本プランの後期5年間においては、第2章及び第3章で述べた観光を取り巻く環境の変化やこれまでの取組成果などを踏まえて、特に集中的に取り組むべき項目として、国内外の観光客やMICE誘致をベースに、来札観光客に感動を与えるイベント・観光コンテンツの魅力向上の視点や、消費額単価の高いMICE・インバウンドの更なる誘致促進の視点を考慮し、以下の5つを重点施策として設定しました。

- 重点施策1 観光客の誘致活動の推進
- 重点施策2 MICE誘致の推進
- 重点施策3 観光客受入環境の充実及び強化
- 重点施策4 観光コンテンツの充実と魅力アップ
- 重点施策5 観光イベントの魅力アップ

#### 重点施策の体系イメージ



#### 【参考（札幌市産業振興ビジョン改訂版）】

観光分野	基本施策1	札幌らしい観光コンテンツの充実による魅力づくり
	基本施策2	戦略的な観光誘致の推進と受入環境の充実
	基本施策3	札幌の魅力的な都市環境や豊富な観光資源を生かしたMICE誘致の推進

前期の重点施策は、イベントや集客交流施設の魅力向上、あるいはM I C Eの誘致が外国人を含めた観光客の誘致につながるという観光振興の流れを体系的に捉えて構成されていました。

後期の重点施策では、国内外の観光客誘致を加速させていくことを基本として、観光客やM I C Eの誘致などの施策を中心に、観光客を受け入れる環境づくりや、観光コンテンツ及びイベントの魅力アップといった施策に取り組むことによって、相乗効果をもたらすイメージを体系的に捉え構成しました。

なお、それぞれの重点施策は、札幌市産業振興ビジョン改定版に掲げる観光分野の基本施策との連動を図り、設定しています。

## 2 前期重点施策の成果指標への評価

【表 6-1】前期重点施策成果指標 取組結果一覧

重点 施策	成果指標	単位	年度				旧目標値	備考
			平成25年 2013年	平成26年 2014年	平成27年 2015年	平成28年 2016年	平成29年 2017年	
1	雪まつり観客数	万人	240	235	261	264	300	
	オータムフェスト道外在住者認知度	%	10.4	8.8	13.2	11.8	20.0	
	市内主要イベントの観客数	万人	966	1087	1169	1127	1000	※下記イベント
2	観光客の平均滞在日数	日	3.5	3.4	3.3	3.4	4.0	
	滞在中のおもてなし満足度	%	89.0	90.8	86.9	81.7	90.0	
	観光地へのアクセス満足度	%	82.3	85.5	83.5	79.6	90.0	
	定山溪温泉宿泊客数	万人	123	114	126	121	130	
3	国際会議開催件数	件	86	101	107	115	100	暦年
	インセンティブツアー誘致・支援件数	件	37	54	62	78	50	
4	外国人宿泊者数	万人	106	142	192	209	115	
	東南アジアからの宿泊者数	万人	19	21	29	36	20	
	外国人観光客の満足度〈情報提供〉	%	94.0	95.8	93.3	94.5	90.0	

※雪まつり、ライラックまつり、YOSAKOIソーランまつり、夏まつり、オータムフェスト、ミュンヘン・クリスマス市、サッポロ・シティ・ジャズ、アートステージ、パシフィック・ミュージック・フェスティバル

※着色した項目は、旧目標を達成した成果指標

### (1) 「重点施策1 観光イベントの魅力アップ」関連

雪まつりの観客数については、平成29（2017）年度までに300万人を成果指標としていましたが、直近の平成28（2016）年度では264万人となっており、観客数は伸びているものの、成果指標までには届いていません。プラン後期においては、雪まつりにおける札幌への経済波及効果を成果指標として新たに設定したうえで、雪まつりにおける更なる集客を目指していきます。

オータムフェストに対する道外在住者認知度については、平成29（2017）年度までに20%を成果指標としていましたが、10%前後で停滞している状況です。閑散期の集客力を考慮すると、東京や大阪など大都市圏での認知度向上と誘客が重要であり、今後も積極的なプロモーションの継続が必要になっています。

市内主要9イベントの総観客数は、順調に推移しており、平成29（2017）年度までの成果指標1,000万人を超える約1,100万人となっています。イベントの開催は、閑散期も含めた年間来客数の増加に必要なため、後期においても会場キャパシティや運営に関する安全確保の両面を調整しながら、主に観光振興を目的としたイベントにおける総観客数を成果指標に設定し、更なる集客を目指します。

## (2) 「重点施策2 集客交流拠点の魅力アップ」関連

観光客の平均滞在日数については、雪まつり時期における道外客の滞在日数を成果指標としていましたが、現状では伸び悩んでいる状況です。近年の観光客は個人旅行の形態が増えており、それぞれのニーズにあった周遊も進んでいることが、影響していると考えられます。このような状況の中でも、札幌市内の観光消費額を上昇させるためには、観光コンテンツの魅力向上などの滞在日数を伸ばす取組が引き続き必要となっています。

滞在中のおもてなし満足度については、9割が満足しているという成果指標を達成しており、市内のおもてなしサービスは一定の評価を得ていますが、直近の動向ではやや低下しています。全国的にも観光振興、おもてなしの取組が進められている中、観光客のニーズは一層多様化しており、札幌市においても継続して、ニーズの把握と受入環境を充実させる取組などが求められます。

観光地のアクセス満足度に関しては、平成29(2017)年度までに9割が満足している状況を成果指標としていましたが、現状では8割前後を推移しており、目標達成に至っていません。様々な交通手段で移動する観光客には、公共交通の充実や道路環境の整備なども重要であるほか、平成28(2016)年12月には大雪による公共交通機関の運行に支障があったことを契機に、こうした事態に対しても、観光客が交通アクセス状況を把握できるなどの仕組みづくりが、引き続き求められます。

定山溪温泉宿泊者数については、平成29(2017)年度までに130万人を成果指標としていますが、現状では平成27(2015)年度の126万人が最高となっており、達成までは至っていません。特に道外観光客の認知度が低いことや定山溪温泉街の宿泊キャパシティの問題もあり、急激な増加は見込めないものの、温泉という観光コンテンツは安定的な集客力を見込めることから、今後も130万人という成果指標を再び目指す必要があると考えられます。

## (3) 「重点施策3 MICE誘致の推進」関連

国際会議の開催件数やインセンティブツアー誘致・支援件数は、平成29(2017)年度までに掲げた成果指標を達成しており、札幌の都市機能や会場・施設、観光資源などの利点を生かし、公益財団法人札幌国際プラザコンベンションビューローを中心とした誘致活動が一定の成果を出したものと考えられます。

しかし、前述のとおり、他都市と比較すると国際会議の件数は依然として伸びる余地が残っており、今後とも成果指標を高く設定し、誘致に取り組むことで、より多くの経済効果が期待できると思われます。

## (4) 「重点施策4 外国人観光客誘致の推進」関連

外国人宿泊者は、平成28(2016)年度において200万人を突破するなど急激な増加を見せており、国や北海道と連動して札幌市が進めてきたアジア諸国を中心とした外国人観光客の誘致活動が成果を見せていると考えられます。

前期の重点施策では有望市場として東南アジアからの宿泊者を成果指標としてきましたが、これらの地域についても国際線直行便の就航などにより、観光客が増加しており、北海道とともに進めてきた新千歳空港への直行便誘致活動が成果を上げていていると考えられます。

外国人観光客の満足度については、9割以上が満足という高い数値を維持しています。これは、札幌が持つ食や自然といった観光資源が外国人観光客のニーズに合致しているほか、都市機能として公衆無線LANの整備や観光情報の多言語発信などが進み、満足度の向上を後押ししていると考えられます。

### 3 重点施策（後期）における各項目の設定に対する考え方

---

観光客の誘致活動や国際会議等のMICE誘致には、成果が出るまでに相当の時間がかかることから、前期重点施策の内容を引き継ぎ、継続性を重視することが、札幌市にとって効率的かつ効果的な観光振興の取組方法と考えられるため、観光分野に関する重点施策は、施策の継続性を重視して設定します。

以下では、後期の重点施策をそれぞれ設定した考え方について整理します。

#### (1) 「重点施策 1 観光客の誘致活動の推進」について

外国人観光客に重点を置き、これまで取り組んできた施策は、一定の成果が見られ、今後も継続することが必要です。一方、国内観光客は人口減少などで市場全体の縮小が見られますが、観光事業者へのヒアリング等から、北海道・札幌の認知度は依然として高く、今後の復調を目指して重点施策に盛り込み、年間来客数の増加を加速させるよう取り組んでいきます。

したがって、国内外を問わず観光客の誘致を重点化することとし、重点施策として設定します。

#### (2) 「重点施策 2 MICE誘致の推進」について

MICE誘致は、高い経済効果、都市のブランド力の向上などが見込まれる取組であり、今後、国内外の激しい都市間競争に打ち勝つため、更なる支援の強化が必要となります。

このことから、前期重点施策を継続し、MICE開催の支援強化など更なる取組を実施するためにも、重点施策として設定します。

#### (3) 「重点施策 3 観光客受入環境の充実及び強化」について

多様化する観光客のニーズに対応した環境整備に取り組み、満足度や再訪意欲の向上を図る必要があります。今後、増加する外国人観光客に対して、多言語対応や情報通信環境、着地型観光サービスの充実に取り組んでいくことが重要なため、「観光客受入環境の充実及び強化」を新たな重点施策として設定します。

#### (4) 「重点施策 4 観光コンテンツの充実と魅力アップ」について

マスタープラン編における数値目標の年間来客数や再訪意欲などを達成するためには、集客交流拠点ごとの魅力向上に加えて、札幌の特性を生かした観光コンテンツを創出し、磨き上げることが必要です。

特に、観光消費額の上昇には、札幌での滞在日数を延長させるような夜間観光の魅力向上などに取り組む必要性が増してきています。

このため、従来の集客交流拠点の魅力アップという施策を引き継ぎつつ、新たに観光コンテンツに着目した施策内容を追加し、重点施策として設定します。

(5) 「重点施策5 観光イベントの魅力アップ」について

閑散期（11月～4月）の集客力向上に向けて、満足度や再訪意欲が高まるような観光イベントの魅力アップは引き続き実施すべき項目と言えます。

併せて、雪まつり以外のイベントは、道外観光客、外国人観光客の認知度が低く、これらの認知度の向上が喫緊の課題となります。

このため、前期重点施策を継続し、経済波及効果なども成果とした重点施策を設定することとしました。

【表 6-2】後期重点施策成果指標一覧

重点 施策	成果指標	単位	年度				旧目標値	新目標値	備考
			平成25年 2013年	平成26年 2014年	平成27年 2015年	平成28年 2016年	平成29年 2017年	2022年	
1	（国内）道外客観光客数	万人	348	312	281	251	443	450	
	外国人宿泊者数	万人	106	142	192	209	157	350	
	欧米等からの宿泊者数	万人	5	7	8	10	—	20	
2	国際会議開催件数	件	86	101	107	115	100	130	暦年
	インセンティブツアー誘致・支援件数	件	37	54	62	78	50	90	
3	再訪意欲	件	49.9	52.1	55.7	48.8	66.0	66.0	
	滞在中のおもてなし満足度	%	89.0	90.8	86.9	81.7	90.0	90.0	
4	国内観光客の平均滞在日数	日	—	—	—	1.13	—	1.30	
	外国人観光客の平均滞在日数	日	1.28	1.29	1.27	1.20	—	1.40	
	定山溪温泉宿泊客数	万人	123	114	126	121	130	130	
5	市内主要観光イベントの観客数	万人	946	993	1065	1097	—	1200	※下記イベント
	さっぽろ雪まつりの経済波及効果	億円	419	—	—	—	—	500	
	オータムフェスト道外在住者認知度	%	10.4	8.8	13.2	11.8	20.0	20.0	

※雪まつり、ライラックまつり、YOSAKOIソーランまつり、夏まつり、オータムフェスト、ミュンヘン・クリスマス市

## 重点施策 1 観光客の誘致活動の推進

### 現状と課題

国内観光客は、全国的な人口減少が進んでいることや、誘致における地域間競争が激化していることから、今後札幌への誘客拡大を図るには、多様化する観光ニーズを満たす札幌ならではの観光資源を創出・活用するとともに、他の自治体や民間事業者などと連携した、ターゲット層へ訴求する誘致活動がますます求められます。

また、外国人観光客は、国の観光立国の方針のもとで、近年札幌も含めて日本全体で来訪者数の大きな伸びを見せており、今後もこの流れをさらに加速させ、札幌が国際観光都市として確固たる地位を確保することが求められています。その中で、札幌における国別の来訪者数割合を見ると、日本全体の割合と比べて東アジアを中心としたアジア地域に大きく偏っていることが、懸念材料として挙げられています。

そのため、国が策定した「明日の日本を支える観光ビジョン」や北海道が策定した「北海道インバウンド加速化プロジェクト」など他の取組との連動を図りながら、現在の増加の流れを止めることなく、バランスの良い外国人観光客の構成比率を目指す必要があります。

### 重点施策の狙い

北海道・札幌の認知度の高さを活用し、多様な観光ニーズを踏まえながら、モノ消費とコト消費の両面で観光資源をさらに充実させ、国内外に積極的なプロモーションを展開します。

また、札幌における様々なツーリズムの魅力を国内外に発信し、札幌らしい魅力の体験を観光客誘致に生かすとともに、海外都市間とのツーリズムを通じた相互送客による観光振興を進めます。

国際定期便路線の開設、増便等に向けた取組を進め、国際観光都市を目指し、これまで重点的に取り組んできた東アジア及び東南アジア諸国からの観光客誘致に加えて、欧、米、豪、露や富裕層など幅広いインバウンド誘致活動を展開し、持続的なインバウンドの獲得を推進します。

さらに、「ラグビーワールドカップ 2019」、「東京 2020 オリンピック・パラリンピック」など、多くの人々を引き付け、感動を与える文化・芸術、スポーツイベントを観光客誘致に結び付ける取組や、様々なイベントの集客力を生かしたうえで、さっぽろ広域圏の周遊により滞在日数を延長させる取組などの促進を図ります。

### <成果指標>

#### ■（国内）道外客観光客数

251 万人（2016 年度）→450 万人（2022 年度）

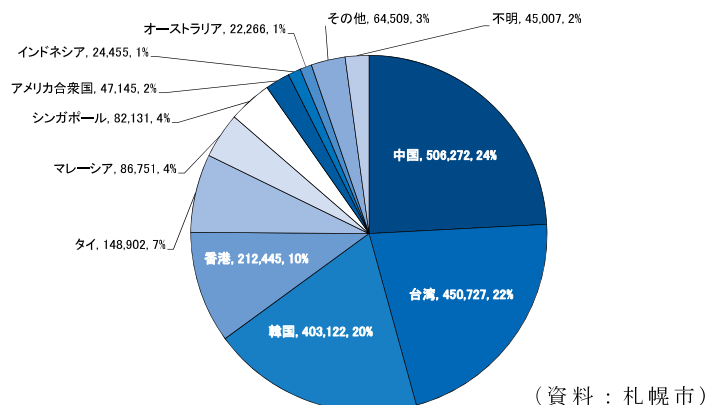
#### ■外国人宿泊者数

209 万人（2016 年度）→300 万人（2020 年度）⇒350 万人（2022 年度）

#### ■欧米等からの宿泊者数

10 万人（2016 年度）→20 万人（2022 年度）

【図 6-1】 国・地域別外国人宿泊者の割合



## 取組内容

### 1-1 新規市場への誘致の拡大

- 2019年ラグビーワールドカップ、東京2020オリンピック・パラリンピックを契機としたゴールデンルートから地方へ分散化の傾向が見られる欧米豪露などへの積極的な誘客プロモーションの実施
- 他自治体や民間事業者等との連携による富裕層誘致を目的とした商談会への参加や招請事業の実施

### 1-2 外国人観光客誘致を加速させる取組

- 北海道や北海道運輸局など他官公庁と連携した外国人観光客誘致や道内大型周遊の促進
- 札幌におけるツーリズムを活用した東アジアや東南アジアの海外都市との連携による相互送客の促進や、持続的な都市間交流をベースとした経済・観光振興の実施
- 北海道との連携による、アジア諸国などから新千歳空港への国際定期便の新規就航や増便に向けた誘致活動の促進
- 「魅力都市さっぽろシティプロモート戦略」の取組との連携によるメディア招請や旅行博出展、トップセールスなどの海外プロモーションの積極的な展開
- 国際交流員51によるダイレクトマーケティング52など、インバウンド誘致機能の強化

### 1-3 国内観光客の誘致

- 自治体などと連携した国内旅行に関する旅行代理店やメディアへの積極的なプロモーションの実施
- 観光関連事業者等との連携による札幌におけるツーリズムの魅力を活用した道外観光客向けプロモーションの実施

### 1-4 国際的な文化・スポーツイベントを契機とした観光客誘致

- 2019年ラグビーワールドカップや東京2020オリンピック・パラリンピックにおけるサッカー予選開催地としての優位性を生かし、官民共同組織である「さっぽろグローバルスポーツコミッション」が中心となって、スポーツツーリズムの取組を強化するとともに、冷涼な気候や魅力的な食といった札幌の魅力をもPRし、アフターオリンピック53の誘客に向けた積極的な来札プロモーションを展開
- 冬期間の集客交流を促進するため、冬季オリンピック・パラリンピックの誘致活動を通じたPRや、歩くスキーやカーリングなど観光客でも気軽に楽しめるスポーツの体験事業などを積極的に展開し、冬期間の集客交流人口の増加を推進

<sup>51</sup>国際交流員（CIR）……自治体の国際交流担当部局等で、主に国際交流活動に従事する外国人など

<sup>52</sup>ダイレクトマーケティング…顧客個人と直接的なコミュニケーションをとるマーケティング手法

<sup>53</sup>アフターオリンピック…オリンピックに関連して東京を訪れた人々が、日本に滞在している時間を使い、様々な余暇活動を行うこと。



## 重点施策 2 MICE誘致の推進

### 現状と課題

第3章で示したとおり、MICEは高い経済効果、ビジネス機会やイノベーションの創出、都市の競争力・ブランド力の向上などにつながるとして、近年、国内外の各都市がMICE推進に力を入れており、都市間競争が激化しています。

こうした状況のもと、日本を含め世界での国際会議の開催件数は増加傾向となっており、札幌における国際会議の開催件数も同様の動きを見せています。しかし、札幌のMICE関連施設にはホールと展示場が併設されていないなど、他都市MICE関連施設と比較して必ずしも優れていないこと等により、国内の国際会議開催上位7都市と比較し、大規模な国際会議の件数や開催割合が大きく劣っており、札幌での国際会議の開催件数の増加率は、全国平均を下回っています。

今後、札幌市が都市間競争に打ち勝っていくためには、国際会議の開催支援の強化や大規模なMICE開催を想定した新たな施設の整備、周辺地域との連携の推進など、更なる取組の推進が必要です。

### 重点施策のねらい

今後、札幌がMICEにおける激しい都市間競争に打ち勝つためには、これまで展開してきたMICE誘致の取組実績を踏まえつつ、MICEを取り巻く近年の動向や他都市の状況を見据えた取組のほか、国内外に札幌のMICE機能を情報発信することなどが重要です。

「札幌MICE総合戦略（平成27（2015）年度策定）」に基づき、札幌の都市の魅力をも十分に生かしたMICE施策の推進に取り組み、地元への直接的な経済波及や札幌のブランド力向上、観光を含めたリピーター確保、学術レベルの向上・発展、市民における創造性の育成などを図っていきます。

#### <成果指標>

##### ■国際会議<sup>54</sup>開催件数

115件（2016年度）→130件（2022年度）

##### ■インセンティブツアー誘致・支援件数

78件（2016年度）→90件（2022年度）

<sup>54</sup>国際会議…ここで言う国際会議は、JNTO（日本政府観光局）の基準に基づき、①「国際機関・国際団体」または「国家機関・国内団体」が主催し、②参加者総数が50名以上、③日本を含む3か国以上から参加、④開催期間が1日以上の条件をすべて満たす会議を指す。

## 取組内容

### 2-1 MICE誘致の基盤づくり

- 平成 31（2019）年度までの計画期間である「札幌MICE総合戦略」の見直しに向けた検討
- 大規模なMICEの誘致・開催が可能な市場ニーズを捉えた、より魅力的なMICE施設の整備の推進
- 国際会議等の主催者に札幌市内のMICE会場等の情報を提供するウェブサイトなどの仕組みの構築や、優れたMICE開催機能の戦略的な国内外への発信
- MICEに関するマーケティングや広報戦略を構築する機能を充実させるため、公益財団法人札幌国際プラザコンベンションビューローの推進体制を強化するとともに、関連団体（大学や観光事業者、周辺自治体など）との連携を促進

### 2-2 MICE誘致を加速させる取組

- ユニークベニューやチームビルディング、周辺地域を含む他都市と連携した企画の検討などMICE誘致に資するコンテンツの開発及び活用
- コンベンションの開催やシャトルバス及びインセンティブツアーに対する助成制度など、MICE誘致を促進するための仕組みづくり
- 海外のMICE見本市等への出展、国内外のMICEキーパーソンの招請等、MICE誘致に向けた積極的な取組

### 2-3 海外ネットワークや大学連携などを活用した取組

- 公益財団法人札幌国際プラザが加盟している国際会議協会（ICCA）のネットワークやデータベースを活用したマーケティング戦略の構築
- 大学研究機関と連携した国際会議の誘致活動やMICE関連産業における人材育成の取組

## 重点施策3 観光客受入環境の充実及び強化

### 現状と課題

札幌の観光に対して、外国人観光客については、高い満足度を維持していますが、日本人観光客については、近年、満足度の低下が見受けられます。

札幌を訪れる国内外からの観光客が満足度を高め、「また来たい」と再訪意欲を喚起させる観光都市を目指すためには、多様化する観光客のニーズを的確に把握し、これに対応した環境整備が必要です。

具体的な取組として、観光バス待機場の整備・利用促進や、観光案内情報の充実、市内周遊における利便性向上などが挙げられるほか、多言語化への対応や快適な情報通信環境の維持など、外国人受入環境の整備も喫緊の課題となっています。

また、富裕層向けの宿泊施設の整備支援、平成30(2018)年6月に施行となる住宅宿泊事業法に適した民泊の適切な運用など、宿泊施設の整備、質向上等も今後、さらに観光客を受け入れていくためには必要です。

また、これに併せて、宿泊業をはじめとした観光事業者における人材確保などに向けた取組も重要となります。

### 重点施策のねらい

外国人観光客の増加や団体旅行から個人旅行(FIT)のシフト、格安航空会社(LCC)の就航による多様な旅行形態の拡大などに対応した着地型観光サービスの充実に取り組み、観光客の満足度及び再訪意欲の向上を目指します。

具体的には、札幌―新千歳空港間などのアクセス環境の充実に向けた検討を進めるとともに、観光客に向けた公共交通状況のわかりやすい情報提供の仕組みを整備し、増加する海外の観光客などを受け入れるため、観光案内などを充実させ、多言語化を推進します。

また、ICT等を活用し、外国人観光客をはじめとした多様な観光目的(動機)、消費動向、周遊状況などを調査し、宿泊施設や小売事業者等と情報を共有することで、受入体制・サービスの強化を連携して進めます。さらに、様々な観光客の宿泊ニーズに応え、札幌らしい観光滞在を提供するため、富裕層に対応した受入環境の整備支援やホテル誘致、民泊施設の適正な運用に向けた監督・指導を行います。

#### <成果指標>

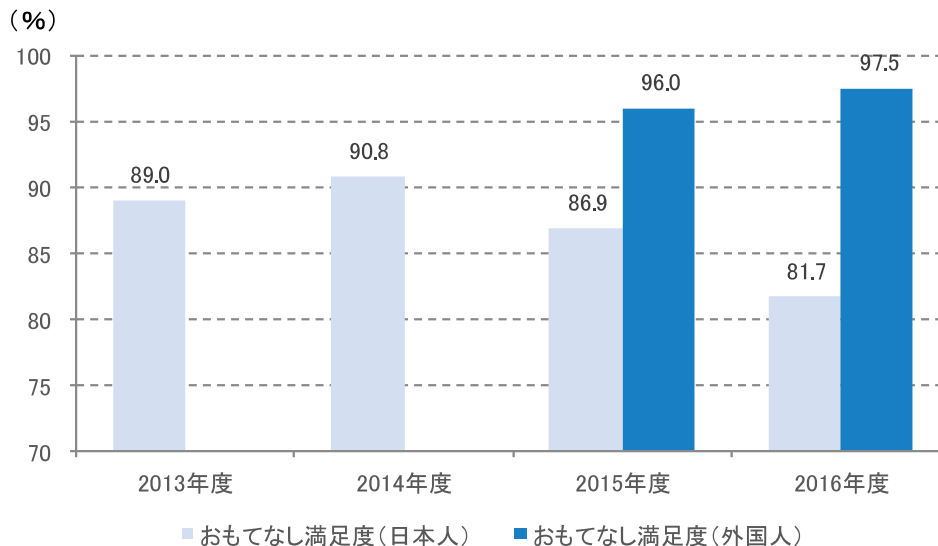
##### ■再訪意欲

48.8% (2016年度) → 66.0% (2022年度)

##### ■滞在中のおもてなし満足度

81.7% (2016年度) → 90.0% (2022年度)

【図6-2】滞在中のおもてなし満足度



## 取組内容

### 3-1 観光客受入環境の整備

- 増加する外国人観光客に対する観光案内情報の多言語化の促進
- 観光施設などにおける無料公衆無線LAN等の通信環境の充実
- 外国人の多様な観光ニーズに対応するための、富裕層向けの宿泊環境及びサービスの充実などに対する宿泊施設の取組支援やグレードの高いホテル等の宿泊施設を誘致するための情報発信、地域と調和する民泊制度の運用・仕組みづくり
- 地域住民や民泊を利用する観光客にとって、安心安全な制度にするための適切な監督
- 都心部におけるグレードの高い宿泊施設を誘導するための容積率緩和等の検討
- 観光バスの状況を的確に把握したうえで、都心部における観光バスの路上駐車に対して、関係機関と連携した対応や待機場の維持管理などバス受入体制を整備
- 北海道新幹線の早期札幌延伸や、創成川通の機能強化、新千歳空港・丘珠空港における観光客受入機能の充実など、札幌へのアクセス環境を向上させる取組の推進
- 新幹線の札幌延伸を見据えた、札幌駅前の再整備における観光案内機能の充実
- 様々な広報媒体を活用した市民のおもてなし意識の醸成やおもてなしを実践する機会の創出
- 多様な観光客ニーズに合わせた観光案内所などの機能強化やこれに係る観光ボランティアの活動の支援

### 3-2 ICTを活用した観光振興

- 国内外の観光客の人流データやインバウンドの購買データ（免税品）などを活用した札幌の宿泊、小売、観光事業者と連携した周遊及び購買促進の取組
- 航空機、鉄道、地下鉄、市電、ロープウェイなどの公共交通に関する情報提供手段の充実と、これらの情報を活用したオプションツアー情報の提供等による観光客の周遊促進
- 札幌の観光ホームページ「ようこそさっぽろ」などを通じた国内外の観光客向けの情報の発信
- 札幌地下情報アプリ「さつチカ」の配信によるビーコンの位置情報を活用した地下鉄や施設案内及びイベント情報など、都心のまち歩きに役立つ情報の観光客への提供

### 3-3 観光産業における人材確保に対応した支援

- シフト管理などの先進事例の紹介や観光関連事業に携わる職員への研修実施による人材確保支援
- 観光産業に関心を誘因するための学生に対するインターンシップの支援

## 重点施策 4 観光コンテンツの充実と魅力アップ

### 現状と課題

観光客数を増加させるためには、札幌の特性を生かした集客交流拠点の魅力をさらに高めていく必要があります。

集客交流拠点の一つである定山溪は、道外・海外の知名度が低く、市民も滞在エリアとしての認識が浸透していないことから、近年、宿泊者数は減少傾向にあり、今後は、新たな魅力づくりとその発信が必要です。

また、札幌を訪れる外国人観光客は年々増加していますが、滞在日数については、減少傾向にあることから、札幌への滞在日数を延長させるような夜のにぎわいを高める取組が必要です。札幌は夜間観光の魅力が昼間に比べて低く、すすきのなど潜在的に集客力のある魅力資源を有効に活用できていないことが課題として挙げられます。

### 重点施策のねらい

既存の観光資源の磨き上げを図るとともに、多様な切り口の新しい観光コンテンツを創出することで、地域の魅力あふれるまちづくりと観光振興の一体的な推進を図り、札幌ならではの魅力的な風土や文化を実感してもらええるツーリズムにより、多種多様なニーズに応え、新たなマーケットを創出します。

また、平成 27 (2015) 年 3 月に策定した「定山溪観光魅力アップ構想」に基づき、定山溪エリアの魅力を高めるため、集客交流拠点施設の検討や民間事業者と連携した景観形成、支笏洞爺国立公園内に立地している利点を生かした周遊の促進など多様な事業に取り組みます。

さらに、日本新三大夜景都市に認定された札幌の夜景をはじめとする夜間観光の魅力を高め、滞在日数の増加を図ります。

### < 成果指標 >

#### ■ 国内観光客の平均滞在日数

1.13 日 (2016 年度) → 1.30 日 (2022 年度)

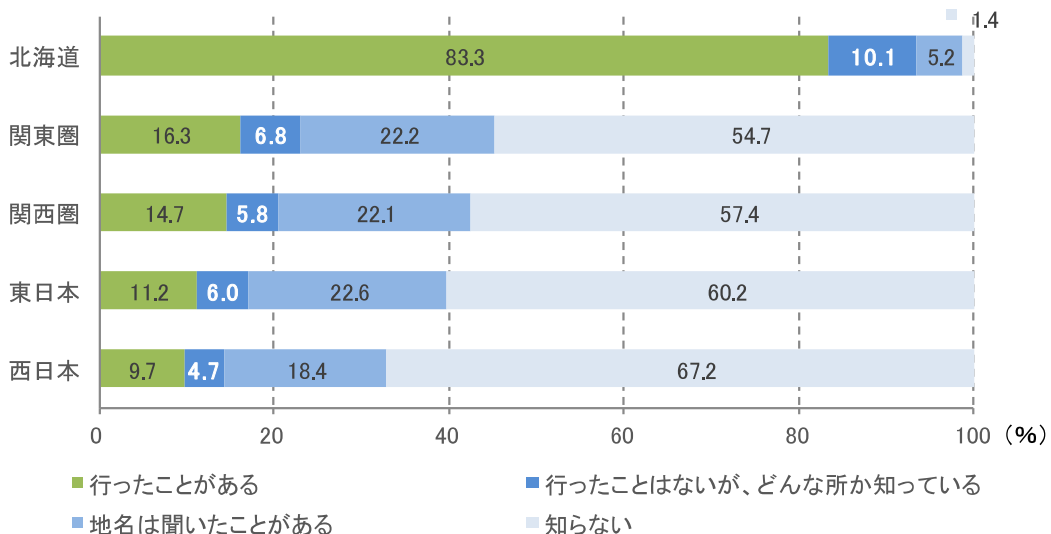
#### ■ 外国人観光客の平均滞在日数

1.20 日 (2016 年度) → 1.40 日 (2022 年度)

#### ■ 定山溪温泉宿泊客数

121 万人 (2016 年度) → 130 万人 (2022 年度)

【図 6-3】 定山溪の認知度



(資料: 定山溪観光魅力アップ構想 (2015 年))

## 取組内容

### 4-1 定山溪エリアの魅力アップ

- 定山溪エリアの周遊促進の核となる集客交流拠点施設の整備検討及び支笏洞爺国立公園の周辺自治体と連携した周遊の促進
- 美しい温泉観光地としての景観形成や温泉施設などの環境整備
- そぞろ歩きを促進する温泉街のライトアップや周辺観光資源を巡る二次交通の充実
- 札幌国際スキー場や豊平峡などの周辺の観光資源との連携による周遊の促進と地域経済の振興
- 定山溪の知名度向上を目的とした首都圏等におけるプロモーション活動の展開

### 4-2 札幌の魅力を生かした体験型観光の育成、周遊の促進

- 藻岩山やモエレ沼公園など市内各地にある既存観光資源において、周遊の利便性向上や魅力を向上させる取組など、観光客が快適に過ごせる環境づくり
- 食やアート、スポーツ、歴史文化などテーマ性のある札幌の楽しみ方を提供する滞在型・体験型観光の創出支援
- スキー場など札幌の郊外型の観光資源を活性化させ、年間通じて誘客に資することができる取組の検討

### 4-3 夜景をはじめとする夜間観光の充実

- 標高の異なる視点場の豊富さ、歴史ある大型夜景イベントの存在、眺望鑑賞の北海道発祥など札幌夜景の強みを掘り起こした「夜景文化発祥の地」ブランドの確立
- 夜景の魅力を伝える語り部の養成や夜景スポットを巡る周遊バス運行などの質的向上
- 他の夜景都市との連携による国内外への夜景に特化したプロモーション
- 体験型・時間消費型の新たな夜間観光コンテンツの創出支援

## 重点施策5 観光イベントの魅力アップ

### 現状と課題

札幌の観光においては、繁忙期(7月～9月)と閑散期(11月～4月)の観光客入込数の差が大きく、閑散期の集客力向上が課題となっています。

第3章で示したとおり、札幌には四季折々のイベントがありますが、それぞれのイベントにおいて、会場のキャパシティの課題や、雪まつり以外のイベントの道外在住者に対する認知度が低迷していることなどにより、観光客数が伸び悩んでいる傾向が見受けられます。今後は、より一層、限られた会場キャパシティの中で、観客の安全面を考慮しながら、より多くの集客促進がなされるよう取り組んでいくとともに、そのイベントの観客によってもたらされる札幌への経済効果を的確に把握していく必要があります。

併せて、イベントの集客力を持続的に高めるために、各イベントのマーケティングを行い、その結果を踏まえた新たな付加価値を創造するなどイベントの魅力アップが課題となります。

さらに、最近では、イベントをきっかけとして道内連携を促進する取組の必要性も高まっています。

### 重点施策のねらい

それぞれのイベントの札幌に対する経済波及効果を把握するとともに、札幌の魅力を生かし新たな価値を創造していく取組や、各イベントにおける警備強化などの観光客の安全・安心を確保する取組を通じて、持続的な札幌らしいイベントによる集客交流を図ります。

また、三大都市圏を中心とした道外在住者を誘客のターゲットとして捉え、効果的なプロモーション活動を展開します。

#### <成果指標>

##### ■主要観光イベント<sup>55</sup>観客数

1,065万人(2016年度)→1,200万人(2022年度)

##### ■さっぽろ雪まつりの経済効果

494億円(2017年度)→550億円(2022年度)

##### ■オータムフェスト道外在住者認知度

11.8%(2016年度)→20.0%(2022年度)

<sup>55</sup> 主要観光イベント…ここでは、雪まつり、ライラックまつり、YOSAKOIソーラン祭り、夏まつり、オータムフェスト、ミュンヘン・クリスマス市を指している。

## 取組内容

### 5-1 雪まつりの魅力アップ

- 3Dプロジェクションマッピング<sup>56</sup>の活用など雪像のテーマやパフォーマンスにアート性を持たせる取組の推進
- つどーむ会場の充実や既存の観光資源を活用した新たな会場づくり、既存の冬のイベントとの連携など、まち全体でまつりを盛り上げるための魅力づくり
- 中華圏の旧正月を意識した日程設定や雪まつり期間の延長など効果的な開催期間の検討

### 5-2 ホワイトイルミネーションの魅力アップ

- ミュンヘン・クリスマス市などと連動した魅力の向上や、イベント開催時期に合わせて市内で行われるライトアップイベントとの連携など、夜間の都心部周遊を促す取組
- 日本三大イルミネーションの一つとしての国内外に向けた更なる発信

### 5-3 オータムフェストの魅力アップ

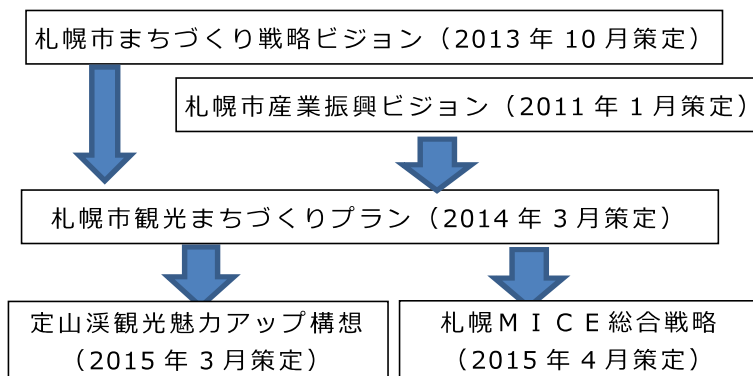
- 大通会場を核としながらも、創成川イースト、円山、すすきの、藻岩など他会場への広がりを持たせることにより、まち全体で賑わいを創出
- 東京、大阪、名古屋の3大都市圏など、道外におけるイベントの認知度を上げ、集客力を高めるためのプロモーション活動の展開

<sup>56</sup>3Dプロジェクションマッピング…プロジェクターで、建築物や自然物など実物の立体対象物の面をスクリーンとして映像を投影する技術。対象物に投影される映像が自在に変化することで、観客に感動を与える新しい表現方法。



## 「定山溪観光魅力アップ構想」と「札幌MICE総合戦略」の策定

平成 26 (2014) 年度には、観光まちづくりプランに基づく2つの重要な計画が策定されました。定山溪地区の将来像を描いた「定山溪観光魅力アップ構想」と、MICE分野の基本計画である「札幌MICE総合戦略」です。これらの計画に基づき、重点施策の取組をさらに推進していきます。



### 定山溪観光魅力アップ構想 (平成 27 (2015) 年 3 月 策定)

今後の定山溪の方向性を明らかにし、札幌市と一般社団法人定山溪観光協会、ホテル・旅館、その他の事業者、住民が一体となって魅力的な観光地づくりを進めるための指針として、取組期間を平成 27 (2015) 年度から 2024 年度までの 10 年間とする「定山溪観光魅力アップ構想」を策定しました。

※計画の詳細：<http://www.city.sapporo.jp/keizai/kanko/jozankei/index.html>

#### 構想の概要

##### 定山溪の特性と強み

- ・支笏洞爺国立公園に立地する豊かな自然
- ・札幌市街地から1時間圏内の都市型温泉観光地
- ・高温で湯量も豊富な自然湧出源泉
- ・泉質の異なる3つの温泉地の立地
- ・2つの大規模なダムやダム湖を有する環境
- ・老若男女が楽しめるさまざまなアクティビティ
- ・新規出店による新しい需要の可能性

##### 観光魅力アップに向けた課題

- ① 宿泊者数の減少、客層の変化への対応
- ② 拠点性と周遊性の向上
- ③ 温泉施設の老朽化などへの対応や環境整備
- ④ 温泉地らしいイメージの創出
- ⑤ 空き店舗や空き施設、空き地への対応
- ⑥ 国道拡幅に合わせたまちづくり
- ⑦ 定山溪エリアの魅力や観光MCU増大と連携強化
- ⑧ 交通アクセスの充実や魅力強化
- ⑨ 定山溪の認知度の向上
- ⑩ 定山溪の観光魅力アップを担う人材や組織の育成

##### ■ 目指す将来像

湯めぐり、森めぐり、水めぐり、四季あそび—札幌定山溪

##### ■ 将来像の実現に向けた基本的な考え方

新・奥座敷へ 心安らぐ“温泉”×心躍る“+α”のリゾート空間

##### ■ 基本的方向性

温泉街としてのさらなる魅力向上

定山溪エリアとしての魅力創出

##### ■ 基本方針

- 1 温泉街らしさにぎわいづくり
  - ① 温泉施設や観光スポットなどの環境整備、② 美しい都市型温泉観光地としての景観形成、③ 温泉街におけるにぎわいの創出
- 2 広域的なネットワーク化による新たな魅力創出
  - ① 新しい魅力エリアの形成、② 温泉街をハブ（拠点）とした周辺観光資源との回遊性向上、③ 定山溪エリアまでの交通アクセスの魅力向上、④ 年間を通じた集客イベント事業の推進
- 3 魅力を伝える情報発信・インフォメーションの強化
  - ① 知名度アップ及びイメージ構築、② 観光行動を促す動機づけ、③ 到着後のサポート
- 4 魅力アップの担い手育成とマネジメント
  - ① おもてなしを支える人材育成、② 定山溪ファンやサポーターづくり、③ IRアマジメットの推進

## 札幌MICE総合戦略（平成27（2015）年4月策定）

札幌の都市の魅力を生かしたMICEの推進に取り組み、地元への直接的な経済波及効果、札幌のブランド力向上と観光を含めたリピーター確保、学術レベルの向上や発展、市民における創造性の育成等を図ることを目的として、2015年度に今後5年間の新たな取組の方向性を示す「札幌MICE総合戦略」を策定しました。

※計画の詳細：<http://www.city.sapporo.jp/keizai/kanko/mice/senryaku.html>

### 戦略の概要

<p><b>札幌の強み</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・都市の魅力</li> <li>・自然環境と都市機能の充実</li> <li>・キーパーソンの集積と札幌での開催ニーズ</li> <li>・海外における札幌・北海道に対する人気</li> <li>・政府系国際会議の誘致及び開催実績</li> <li>・国際的・大規模スポーツ大会の開催実績</li> <li>・官民一体となった取組の蓄積</li> <li>・関連企業や自治体等との連携</li> </ul>	<p><b>市場動向・環境（機会）</b></p> <p>&lt;国の動向&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・国によるMICEの推進</li> <li>・国際会議の動向</li> <li>・インバウンド市場の規模拡大</li> </ul> <p>&lt;アクセス&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・国内外の都市に向け直行便が就航する新千歳空港</li> </ul>
<p><b>札幌の弱み</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・MICE施設の規模</li> <li>・コンベンションビューローの体制</li> </ul>	<p><b>競合相手（脅威）</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・都市間競争の激化</li> <li>・グローバルMICE戦略都市・強化都市の取組</li> </ul>

### ■ 目指すべき方向性

ビジョン：札幌の魅力あふれる“ONLY ONE” MICE都市

### ■ 積極的誘致戦略／重点誘致ターゲット

- 1 国内及びアジアをターゲットとした学術系の大規模会議
- 2 主に東アジア・東南アジアからのインセンティブツアー
- 3 国内外に向けたPR効果の高い政府系国際会議
- 4 札幌の特色を生かしたスポーツ関連の会議、大会、イベント

### ■ 基盤の強化戦略／受入基盤強化

- 1 誘致・開催支援体制の強化
- 2 MICE施設整備とゾーン形成の検討

### 戦略推進の行動指針

- ・ターゲットを見据え、札幌の機能と魅力を売り込む“人”に対するセールス展開
- ・次世代のキーパーソンとの早期のつながりづくりとその強化
- ・主催者の心の中にある期待と要請に応えるサポート
- ・MICE関係事業者や大学等と一体化したサービスの高度化
- ・観光・MICE推進部、国際部、国際経済戦略室、コンベンションビューローを中心とした強固な庁内連携・協力体制

### ■ 具体的施策

- 誘致・セールス
  - 次世代キーパーソンのためのサポート、誘致活動の連携を深める官民での情報共有、大型の社員旅行・視察旅行の誘致に向けた市場調査とセールス活動、主要国首脳会議（サミット）の関係閣僚会合の誘致、スポーツコミッションの設置、国内スポーツ関係団体と連携した情報収集・セールス誘致等
- 開催支援・おもてなし
  - 市民向け公開プログラム等のMICEイベントの開催、MICE主催者や参加者の満足度調査等
- 人材育成・高度化
  - 大学と連携した学生のMICEへの理解を深める機会の創出、官民一体による海外ネットワークを活用したノウハウの高度化等
- 組織・運営力の強化
  - MICE推進委員会ワーキンググループの活用、スポーツコミッションの設置等
- 施設・設備整備
  - 札幌コンベンションセンターに係る連携強化と運営方法等についての検討、MICE施設整備の検討等