



札幌市観光まちづくりプラン

2013 - 2022

改定版

— 札幌市 —

第1編 マスタープラン編

第1章	札幌市観光まちづくりプランの策定に当たって	02
1	策定の背景	02
2	プランの目的	03
3	プランの位置付け	03
4	プランの構成	04
5	計画期間	04
6	プランの点検・見直し（進捗管理）	05
第2章	札幌市観光まちづくりプランの改定に当たって	06
1	観光を取り巻く主な情勢の変化	06
2	プラン改定の必要性	06
3	マスタープラン編の従来の数値目標への評価	07
第3章	現状分析と課題	09
1	観光に関する社会経済情勢	09
2	札幌市の現状分析と課題	15
第4章	観光まちづくりの目指す姿	40
1	目標像	40
2	目標像の実現に向けた取組の基本的な考え方	42
3	目標像の実現に向けた数値目標	45
第5章	観光まちづくりの基本方針	48
基本方針1	札幌・北海道の魅力を生かした観光の創造	51
基本方針2	受入サービス・おもてなしの向上と着地型観光の促進	53
基本方針3	滞在・周遊・再訪を促進する情報提供の強化	55
基本方針4	未来を創造していくプロモーションの展開	57

第2編 アクションプラン編

第6章	重点施策	60
1	重点施策（後期）の体系.....	60
2	前期重点施策の成果指標への評価.....	62
3	重点施策（後期）における各項目の設定に対する考え方.....	64
	重点施策1 観光客の誘致活動の推進.....	66
	重点施策2 MICE誘致の推進.....	68
	重点施策3 観光客受入環境の充実及び強化.....	70
	重点施策4 観光コンテンツの充実と魅力アップ.....	72
	重点施策5 観光イベントの魅力アップ.....	74
第7章	個別事業	78
第8章	観光まちづくりの展開に当たって	100
視点1	道内連携の積極的な推進.....	100
視点2	産民学官が連携して取り組む体制づくり.....	100
視点3	海外における人的ネットワークの積極的な活用.....	100
視点4	ターゲットを意識した事業展開.....	101
視点5	札幌の観光の動態を把握するための情報の整備.....	101
視点6	札幌市における推進体制の強化.....	101
	策定経過	102



第1編 マスタープラン編

<2013年度～2022年度>

1 策定の背景

札幌は年間約 1,400 万人もの観光客が訪れる国内有数の観光都市であり、その観光客がもたらす「外貨」は、札幌の地域経済において欠かせないものとなっています。

しかし、人口減少や少子高齢化、経済の低成長のもと、全国の都市においては、経済活性化の柱として国内外の観光客誘致の取組を強化してきており、観光をめぐる都市間競争は今後一層激しくなるものと予想されます。

こうした中、札幌は民間の調査による「全国市町村魅力度ランキング」で常に上位に位置するなど、魅力的な都市として国内で高く評価されており、また、市民の札幌の街への好感度も高く、観光に関しては非常に恵まれた状況にあります。

しかし、これまでの札幌の観光は、時計台や大通公園、すすきの、ラーメン、さっぽろ雪まつりなどの特定のイメージで語られてきた面があり、札幌が本来持っている多彩な都市の魅力や、文化・暮らしの魅力などは、観光資源¹として十分には生かされておらず、新たな魅力発掘の可能性が眠っていると言えます。

また、最近では、インターネットなどを活用して自ら情報を収集し、旅行の計画を立て、手配まで行う個人旅行の割合が増加し、旅行スタイルや旅行者ニーズが多様化するとともに、その土地ならではの文化との出会いや人々との交流など、広がりや深みのある観光を求める志向が高まっています。

さらには、格安航空会社（LCC）の相次ぐ就航や新千歳空港における発着枠の拡大、北海道新幹線（新青森・新函館北斗間）の開業など、北海道を訪れやすい交通環境が整いつつあり、幅広い層の方が気軽に札幌を訪れることができるようになってきています。

今後は、地元の人々が愛している、誇りにしている、大切にしている、親しんでいる、風土や文化、暮らしそのものが、訪れる人々にとっても魅力を感じる観光資源となりえます。つまり、訪れる人々に地域ならではの魅力的な風土や文化、ライフスタイルを実感してもらえらるような新しい観光の在り方を育てて、発信していくことがこれからの地域の観光にとって重要となります。

札幌が今後も訪れたい、住みたい魅力的な「まち」であり続けるため、また、国内外からの交流人口²の確保によって地域経済を維持していくためには、今後は地域の魅力あふれるまちづくりと観光振興を一体的に進める「観光まちづくり」という考え方を取り入れていく必要があることから、今後の観光に関する取組の方向性などをまとめた「札幌市観光まちづくりプラン」（以降、「本プランと言います。」）を策定しました。

¹観光資源……………観光やレジャーといった余暇を楽しむ需要に応じられる要素のこと。

²交流人口……………地域を訪れる（交流する）人のことであり、日本各地で人口減少の時代を迎えつつある中、「定住（居住）人口」に対する概念として、地域の活力を高めるための人口と捉えている。

2 プランの目的

本プランでは、札幌の特性を備えた魅力資源を十分に活用し、札幌の観光コンテンツ³の充実・強化と付加価値⁴の向上を図ることにより、市民や来訪者にとって魅力的なまちづくりを推進するとともに、集客交流人口の増加に伴う観光関連収入の確保によって、観光を契機とした札幌・北海道内の経済循環の実現と外貨獲得を実現するための基本的な方向性や重点的に進めるべき取組などを提示します。

また、プラン推進のプロセスを通して、観光の担い手となる多様な主体同士の結びつきを強め、観光まちづくりの展開において横断的な連携を図ることができるような体制と仕組みを構築します。

3 プランの位置付け

本プランは、札幌市の長期的な総合計画である「札幌市まちづくり戦略ビジョン⁵」で掲げる基本的方向性に基づく個別計画として位置付けられています。

また、札幌市における持続的な経済発展を目指して取り組むべき施策の方向性をまとめた「札幌市産業振興ビジョン⁶」では、札幌市経済の成長をけん引する重点分野の一つとして「観光」を掲げており、本プランは、この「札幌市産業振興ビジョン」の観光分野のアクションプランとしての性格も有しています。

さらに、本プランでは、観光分野と関わりの深い計画である「魅力都市さっぽろシティプロモート戦略⁷」や「札幌市国際戦略プラン⁸」の考え方を踏まえて策定しています。

なお、本プランに基づき「札幌MICE⁹総合戦略」や「定山溪観光魅力アップ構想」を策定しています（76 ページ参照）。



³観光コンテンツ……………観光スポットやイベント・体験など、観光客をひきつける魅力的な素材のこと。

⁴付加価値……………生産過程で新たに付け加えられる価値。総生産額から原材料費と機械設備などの減価償却分を差し引いたもの。

⁵札幌市まちづくり戦略ビジョン……………平成25(2013)年10月策定。所管は札幌市まちづくり政策局政策企画部

⁶札幌市産業振興ビジョン……………平成23(2011)年1月策定、平成28(2016)年12月改定。所管は札幌市経済局産業振興部。

⁷魅力都市さっぽろシティプロモート戦略……………平成24(2012)年1月策定。所管は札幌市総務局広報部。

⁸札幌市国際戦略プラン……………平成26(2014)年3月策定。所管は札幌市総務局国際部。

⁹MICE……………マイス。多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称で、Meeting(会議)、Incentive travel/tour(報奨旅行)、Convention(国際会議・学会)、Event/Exhibition(イベント/展示会)の頭文字をとった造語。

4 プランの構成

本プランは、長期的な展望に立ち、施策の方向性を示した「マスタープラン編」と、重点的に展開すべき短・中期的な取組を記した「アクションプラン編」で構成されています。

マスタープラン編においては、札幌観光を取り巻く現状の分析を行うとともに、観光まちづくりを目指すための将来像や、基本的な施策の方向性を示した基本方針を掲げています。

また、アクションプラン編においては、今後、優先的・集中的に実施すべき重点施策や、基本方針の体系別に整理した個別事業などを設定しています。

マスタープラン編 … 目指すべき目標像や基本方針を掲示（2013～2022年度）

【目標像】産民学官が連携する観光まちづくりの実現

- (1) 地域の特性を活かした魅力の創造
- (2) 市民が都市観光を自ら楽しみ育てる環境づくり
- (3) 観光関連産業の持続的成長を支える担い手づくり

【基本方針】（策定時）

- (1) 札幌らしい都市文化やライフスタイルの魅力を活かした観光の創造
- (2) 受入サービス・おもてなしの向上と着地型観光事業者の育成
- (3) 来訪者の滞在・周遊・再訪を促進する情報提供機能の強化
- (4) 札幌・北海道の魅力を活かし、共に未来を創造していくプロモーションの展開

アクションプラン編 … 優先的に取り組む重要施策、個別事業
（前期：2013～2017年度、後期：2018～2022年度）

アクションプラン編（前期）

- 重点施策1 観光イベントの魅力アップ
- 重点施策2 集客交流拠点の魅力アップ
- 重点施策3 MICE誘致の推進
- 重点施策4 外国人観光客誘致の推進

5 計画期間

本プランの計画期間は、平成 25（2013）年度から 2022 年度までの 10 年間です。

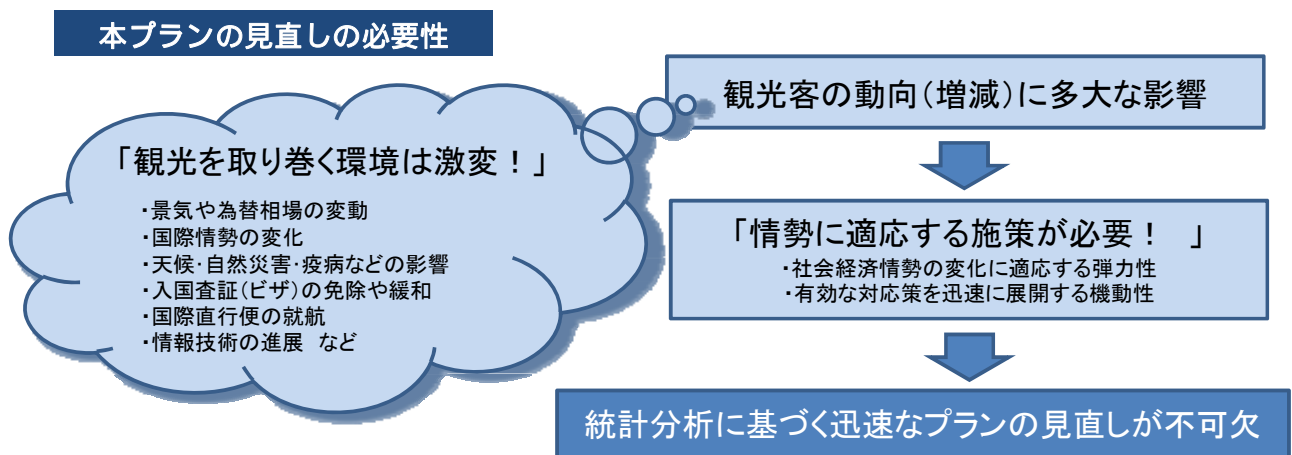
なお、「アクションプラン編」は、前期（平成 25（2013）年度から平成 29（2017）年度までの 5 年間）と後期（平成 30（2018）年度から 2022 年度までの 5 年間）に分けるものとしています。

6 プランの点検・見直し（進捗管理）

観光を取り巻く社会経済情勢は、日々刻々と変化しており、厳しい都市間競争の中、札幌が観光客にとって魅力的なまちであり続けるためには、時代の変化に的確に対応した観光施策を弾力的かつ機動的に展開していく必要があることから、本プランも柔軟に見直しを行うなど、情勢適応型の計画にしていくことが求められます。

こうしたことから、PDCAサイクル¹⁰を導入し、「マスタープラン編」においては、統計数値を毎年度更新し、数値目標について進捗管理を行うとともに、観光を取り巻く環境の変化などを踏まえ、必要に応じて適宜見直しを行っていきます。

また、「アクションプラン編」においては、原則、毎年度点検・評価を実施し、時流に沿った新たな取組を追加・補強していくなど、進捗管理を行っていきます。



¹⁰ PDCA サイクル…事業活動における管理業務を円滑に進める手法の一つ。Plan(計画)→Do(実行)→Check(評価)→Act(改善)の4段階を繰り返すことによって、業務を継続的に改善していくもの。

第2章 札幌市観光まちづくりプランの改定に当たって

1 観光を取り巻く主な情勢の変化

プラン策定後、観光を取り巻く社会経済情勢は日々変化し続け、訪日外国人観光客数は、平成25(2013)年に初めて1,000万人を超え、その後も年々増加し、平成28(2016)年には2,400万人を超えました。全国的に外国人観光客が増加するなか、札幌においても外国人観光客が増加し続け、平成28(2016)年度には、初めて200万人を超え、札幌の地域経済に大きな影響を与えています。

こうした流れを受け、平成28(2016)年3月に政府が開催した「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」において、2020年の訪日外国人観光客数の目標が4,000万人に設定され、平成28(2016)年9月には、北海道が外国人観光客を2020年までに500万人に増やす方針を表明し、併せて北海道インバウンド加速化プロジェクトを設定しました。東京2020オリンピック・パラリンピックに向けて、今後も外国人観光客数の増加が見込まれ、札幌の観光をより発展させていくための好機となっています。

さらに、平成27(2015)年10月の新千歳空港の深夜早朝時間帯(午後10時～翌午前7時)の発着枠拡大や平成29(2017)年3月の新千歳空港の日中時間帯の発着枠拡大(32回/時間⇒42回/時間)などによって、国際線直行便や格安航空会社(LCC)が相次ぎ就航したほか、北海道新幹線(新青森・新函館北斗間)の開業など北海道を訪れるための交通環境にも変化が生じています。

【表1】新千歳空港の新規就航国際路線

年度	路線
平成27年(2015) (6路線)	平成27年5月:タイ・エアアジアX バンコクドムアン 就航 平成27年7月:テーウェイ航空 大邱 就航 平成27年10月:ハワイアン航空 ホノルル 就航 平成27年10月:エアアジア クアラルンプール 就航 平成27年12月:エアアジア 釜山金海 就航 平成27年12月:エアアジア スワンナプーム 就航
平成28年(2016) (5路線)	平成28年7月:アジアナ航空 ソウル仁川 就航 平成28年7月:チェジュ航空 ソウル仁川 就航 平成28年10月:スクート シンガポール就航(台北経由) 平成28年12月:エアアジア 大邱 就航 平成29年3月:中国東方航空 南京 就航
平成29年(2017) (4路線)	平成29年4月:吉祥航空 上海 就航 平成29年7月:イースター航空 仁川 就航 平成29年9月:ピーチ航空 台北 就航 平成29年11月:スクート シンガポール 就航

(2017年11月現在)

2 プラン改定の必要性

札幌市観光まちづくりプランのマスタープラン編で掲げた従来の数値目標は、近年の観光を取り巻く環境の変化を受けて、外国人観光客の急増や観光消費額の上昇等により、11項目のうち5項目が達成済となりました。

プラン策定以降の国や北海道におけるインバウンド目標数値の新たな設定や新千歳空港の就航便の増加など、札幌の観光を取り巻く情勢が大幅に変化していることを踏まえ、これらの変化に的確に対応するプラン内容の見直し、文言の追加等が必要となっています。

観光を取り巻く環境の変化

- 国の観光ビジョンの策定、政策強化
- 国内外の景気動向、為替相場
- FIT化による受入環境の整備
- 「モノ消費」→「コト消費」
- 観光業界の人材不足
- 住宅宿泊事業法の制定(民泊)
- 国際情勢の変化(テロ等)
- 天候や自然災害、疫病の影響
- 入国査証(ビザ)の緩和
- 国際線直行便、LCCの就航
- SNSなどICT技術の進展 など

また、マスタープランの従来の数値目標は、外国人観光客数などの急増や観光消費額の上昇に伴い、達成済の項目が出ていることから、現状分析や課題整理を行い、数値目標の再設定が必要です。

さらには、本プランは平成 29（2017）年度で策定から 5 年経ち、計画期間 10 年（平成 25（2013）年度～2022 年度）の見直しの時期となります。

このため、これまでの取組の成果や観光を取り巻く情勢、新たに設定するマスタープラン編の数値目標などを踏まえ、後期（平成 30（2018）年度～2022 年度）の重点施策の設定も必要となっています。

今回のプランの見直しについては、これまでの進捗管理等とは異なり、今後 5 年間のアクションプラン編を新たに設定する必要があることから、平成 29（2017）年度に札幌市内の観光関係団体や有識者をメンバーとした「札幌市観光まちづくりプラン改定検討委員会」を設置し、全体を通じて内容を見直し、従来プランの基本的な構成を維持しつつ、これまでの成果や観光を取り巻く情勢を踏まえ、「マスタープラン編」の目標像や基本方針、これに伴う数値目標を見直すとともに、「アクションプラン編」の重点施策として、平成 30（2018）年度以降の後期 5 年間の取組を盛り込んでいます。

3 マスタープラン編の従来の数値目標への評価

【表 2-1】従来の数値目標 取組結果一覧

プラン	数値目標	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)	2022年		
マスター プラン	年間来客数	万人	1,356	1,342	1,365	1,388	1,500		
	道内容	万人	902	887	892	928	900		
	道外客	万人	349	313	281	251	443		
	海外客	万人	105	142	192	209	157		
	観光消費額	億円	4,034	4,293	5,440	5,229	4,700		
	消費額 単価	道内容	円	20,871	20,871	20,871	20,871	23,000	
		道外客	円	38,215	39,553	53,191	31,601	39,000	
		海外客	円	79,796	86,148	114,888	122,219	73,000	
	滞在 日数	道外客	日	3.5	3.4	3.3	3.4	4.0	雪まつり時期
		海外客	日	3.1	2.8	3.1	4.2	4.9	雪まつり時期
	再訪意欲	%	49.9	52.1	55.7	48.8	66.0		

※赤字の項目は、旧目標を達成した数値目標

(1) 年間来客数

道内客数が堅調に推移し、既に 2022 年度までの数値目標を達成したことは、札幌に商業施設や大規模スポーツ施設などが集中していることに加え、これまで取り組んできた道内都市との連携、周遊促進などの事業が一定の成果を見せているものと考えられます。

また、海外客の増加については、これまで外国人観光客誘致に積極的に取り組んできた結果、海外からの国際線直行便が新規就航・増便したことに併せて、アジア諸国におけるプロモーションやメディア招請などが効果的に成果を見せたと考えられます。

一方、道外客に関しては、札幌市においてもプロモーションなどに取り組んできたところですが、国内の少子高齢化や人口減少に伴い、市場規模も縮小しており、全国的に旅行回数が減少している中で、札幌も同様に道外客数が減少しています。このことについては、消費税の増税、観光バスの新運賃・料金制度適用に伴う料金の高騰なども影響していると考えられます。

引き続き、国内旅行に関するプロモーションに取り組み、M I C E 誘致なども含めて、札幌への誘客に取り組む必要があります。

(2) 観光消費額

札幌市内の観光消費額については、外国人観光客の宿泊単価の上昇や「爆買い」等によって、海外客の消費額単価が上昇したことに伴い、全体の観光消費額が底上げされたと考えられます。これらは、札幌の観光目的の 1 つとして「買い物」という視点があることに加え、海外における円安基調の継続や消費税免税制度の拡充などが起因していると考えられます。

現状では、観光消費額は順調に推移し、評価できるものと考えられますが、為替や海外の免税制度の改正、インターネット通販による購買の普及などによって観光客の消費動向は大きく変動することが考えられます。今後は、観光客の消費動向を的確に把握し、産民学官が連携して観光客の消費意欲に応える仕組みづくりを検討していく必要があります。

(3) 滞在日数

従来の滞在日数の目標は、雪まつり開催時期の観光客の滞在日数を 0.5 日増加させることとしてきました。しかし、個人旅行（F I T）の観光客が増加し、各地の観光スポットに分散化する傾向がある中で、当数値目標は伸び悩んでいる状況です。

また、こうしたイベント開催時や繁忙期は、滞在日数が比較的長期になり、この時期を目標とすることは、札幌の経済に対する効果を全体的に把握することに適していません。今後は、閑散期も含めて年間を通じた滞在日数の延長を基本に、施策を展開することが必要です。

(4) 再訪意欲

再訪意欲は、札幌市が行う観光客満足度調査によって把握していますが、この中では、外国人観光客が高い満足度を維持している一方、国内観光客には満足度の低下が見受けられる状況にあり、再来訪に結びついていないと考えられます。

プラン策定時に設定した再訪意欲 66% という数値目標は、引き続き今後の数値目標として設定し、これに係る受入環境強化などの重点施策を設定の上、取組内容を充実させていくことが必要です。

第3章 現状分析と課題

観光を取り巻く社会経済情勢は、近年、大きく変化しており、この変化をしっかりと踏まえたうえで、今後の取組を検討していく必要があります。

そこで、この章では、札幌の観光に関する現状を分析するとともに課題を整理し、その課題を踏まえた今後の対応の方向性を示します。

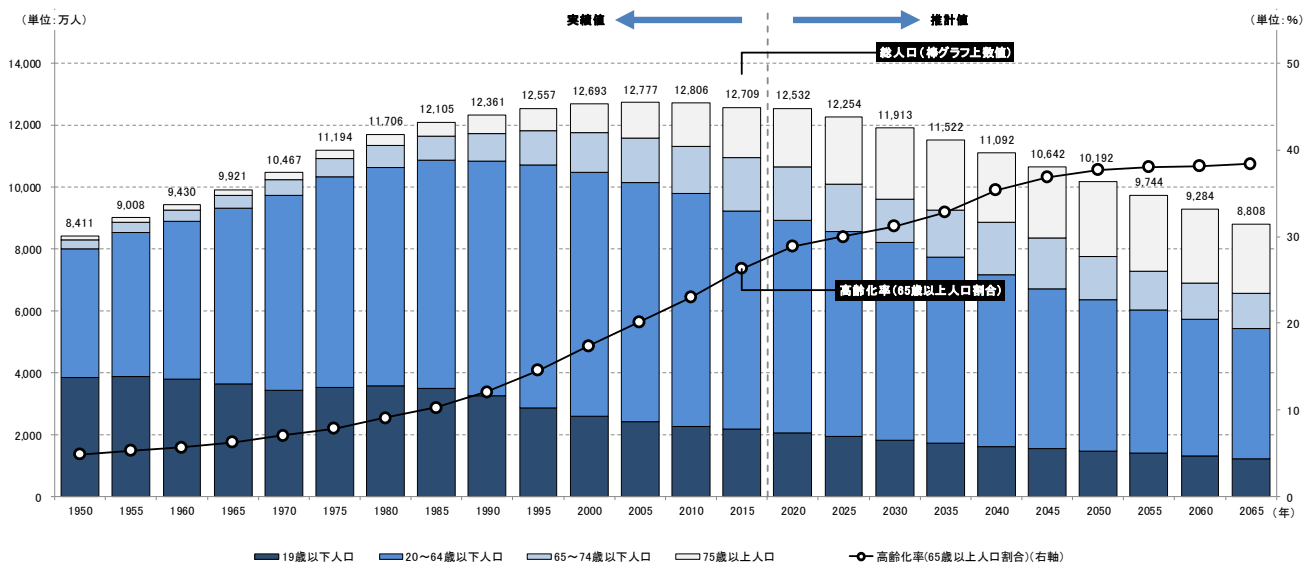
1 観光に関する社会経済情勢

(1) 人口減少社会の到来と超高齢社会の進行

平成 29（2017）年 4 月に国立社会保障・人口問題研究所が公表した「日本の将来推計人口」における推計結果によると、日本の総人口は、今後、人口減少過程に入り、2065 年には 8,808 万人になり、現在の 7 割程度まで人口が減ると推計されています。また、超高齢社会¹¹がさらに進行し、50 年後には、高齢化率は約 40% にもなるとも予測されています。

これらにより、様々な分野で経済活動が縮小していくことが懸念され、また、バリアフリー対応など高齢化の課題に取り組んでいく必要性も、より高まっています。

【図 3-1】日本の人口と高齢化率の推移



(資料：平成 27（2015）年までは総務省「国勢調査」、2020 年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（2017 年 4 月推計）」の出生中位・死亡中位仮定による推計結果）

※昭和 25（1950）年～平成 27（2015）年の総数は年齢不詳を含む

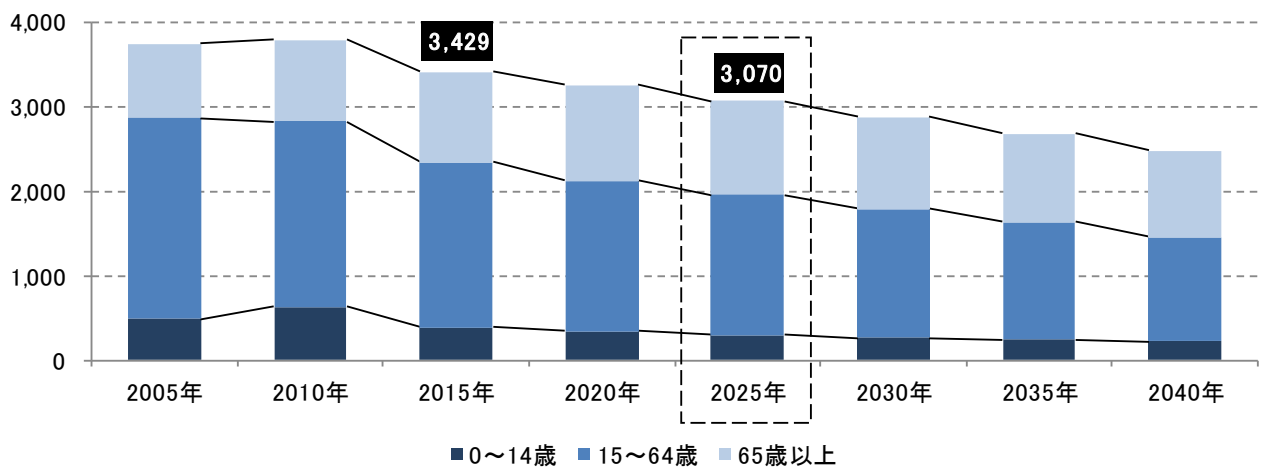
¹¹超高齢社会…総人口に占める 65 歳以上の割合が 21%を超える社会のこと。なお、7%以上 14%未満を「高齢化社会」、14%以上 21%未満を「高齢社会」と呼ぶ。

こうした中、札幌に目を向けると、市内を訪れる観光客の約7割は道内からの観光客であり、札幌の観光は北海道全体によって支えられていると言えますが、札幌市以外の道内他市町村の人口は既に大幅な減少局面に突入しており、今後、生産年齢人口の減少による経済規模の縮小に伴い、観光関連産業¹²を含めた道内経済に大きな影響を与えることが懸念されています。

また、国内旅行者の数は回復傾向にあるとはいえ、札幌を訪れる観光客の約3割を占める道外観光客についても、全国的な人口減少傾向が進んでいることなど、国内の観光市場は非常に厳しい状況にあると言えます。

【図 3-2】道内他市町村の人口の将来見通し

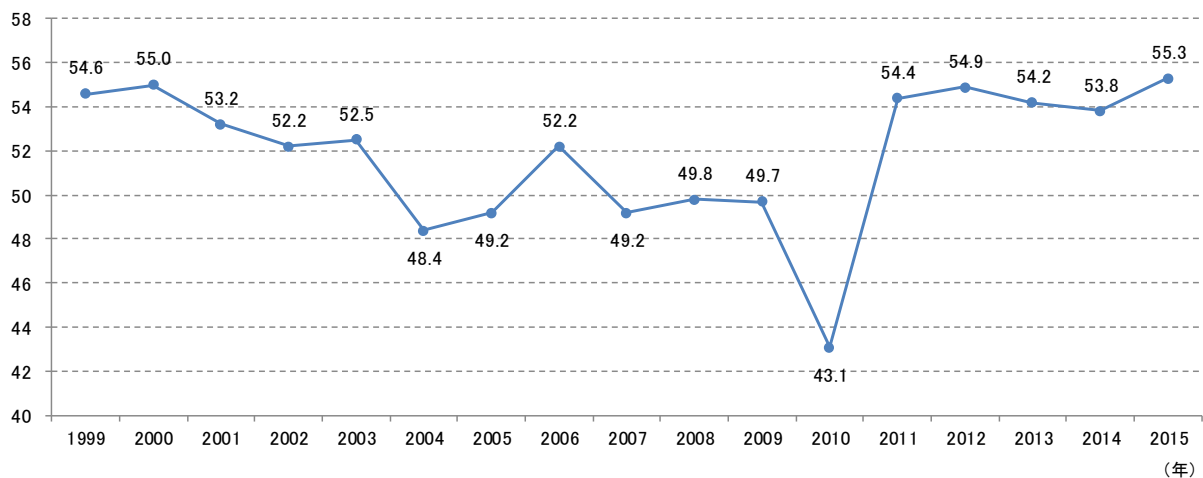
(単位:千人)



(資料:総務省「2015年国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所(2017年4月推計))

【図 3-3】宿泊観光旅行参加率<国内>

(単位:%)



(資料:一般社団法人日本観光振興協会「2016年度版観光の実態と志向」)

¹²観光関連産業…観光が経済にもたらす効果は宿泊、交通、飲食、小売など特定の産業分野に限定されない。その影響は軽重様々であるが、本プランでは、観光と少なからず関連がある業種を広く観光関連産業と呼ぶ。

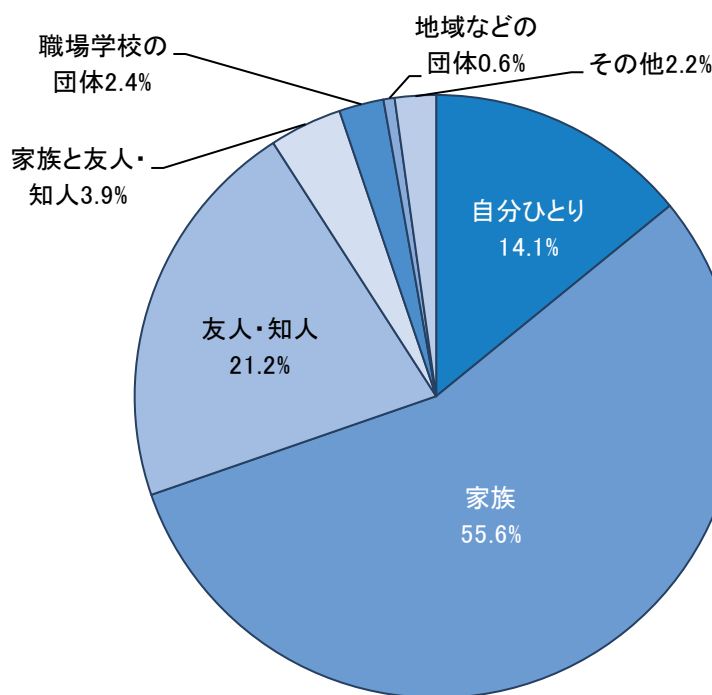
一方で、いわゆる団塊の世代を含めた 60 歳以上のシニア世代は、国内消費の 4 割以上を占めているとも言われていますが、時間と経済力に余裕があるとともに旅行に対する意識も強いことから、新たな国内観光市場のけん引役となることが期待されています。

(2) 旅行者ニーズの多様化

近年、旅行者のニーズは多様化し、観光スポットを訪れるだけの観光から、地域における街歩きや人々との交流、地域ならではの様々な体験を楽しむ観光などに旅行者の関心が広がっていることから、地域が主導的に地域の魅力を作り上げ商品化する着地型観光¹³への取組が重要となっています。

また、地域での誘客に当たっては、その地域だけで取り組むのではなく、観光客の滞在日数に合わせた広域観光周遊ルートを形成することにより、観光客の周遊の促進が期待されます。

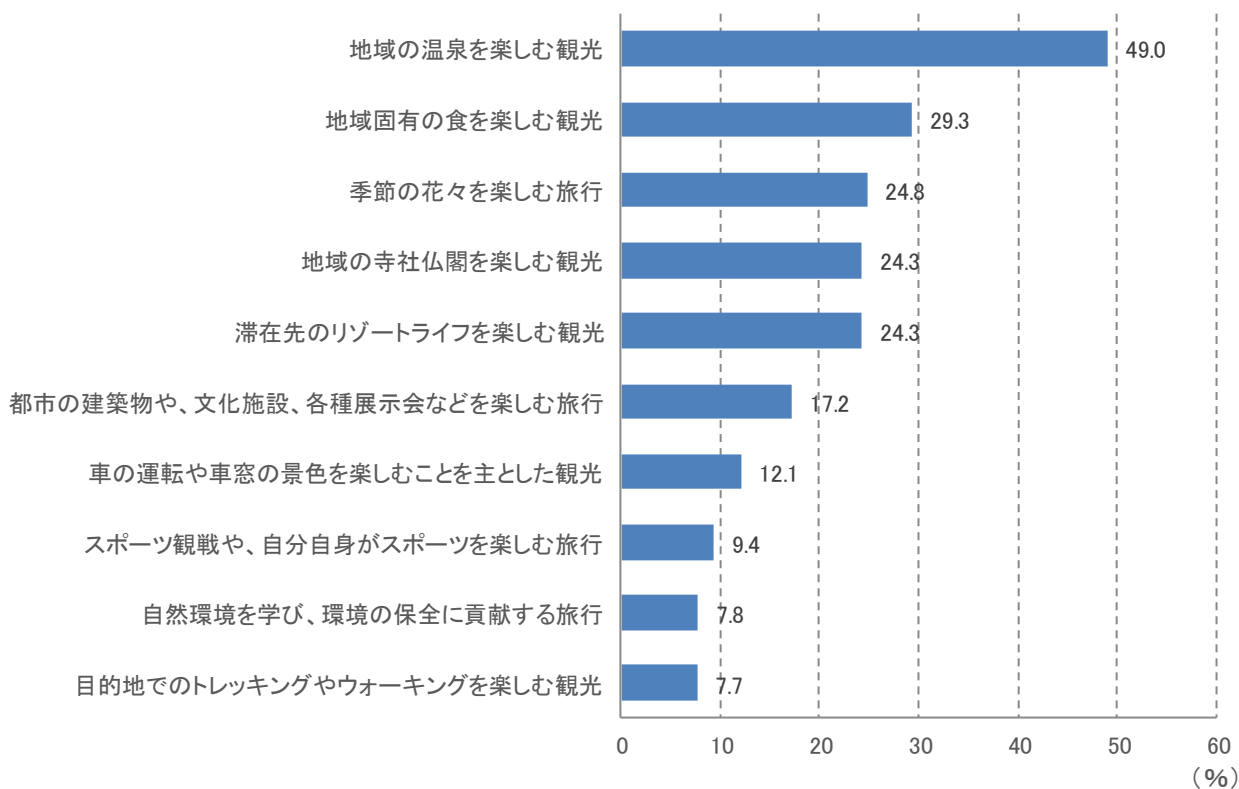
【図 3-4】 宿泊観光の同行者の種類〈国内〉



(資料:一般社団法人日本観光振興協会「2016年度版観光の実態と志向」)

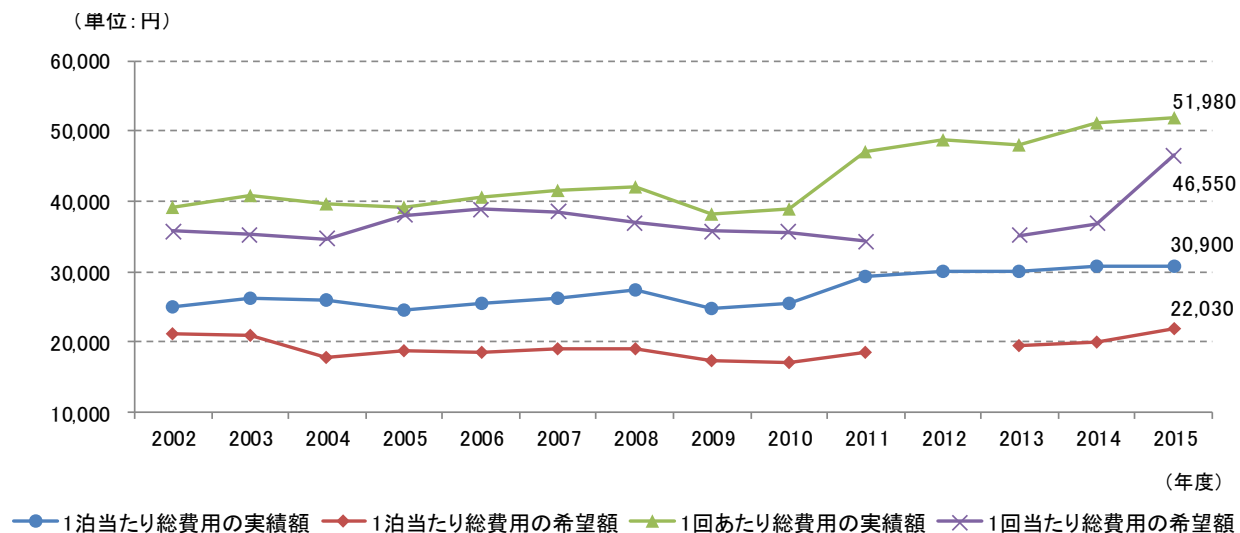
¹³着地型観光…旅行目的地(着地)の旅行業者が企画するいわゆる現地発着のツアーや乗馬等の体験アクティビティなどを指す。地元の情報に詳しい現地の旅行会社が企画するため、その土地ならではのコンテンツを楽しめるという特色がある。旅行出発地(発地)の旅行業者がオプションツアーとして取り扱うこともある。

【図 3-5】 今後 1 年間に希望する旅行の種類〈国内／上位 10 位まで〉



(資料:一般社団法人日本観光振興協会「2016年度版観光の実態と志向」)

【図 3-6】 1泊当たり総費用の実績額と希望額の推移〈国内〉



(資料:一般社団法人日本観光振興協会「2016年度版観光の実態と志向」)

※ 2012年度の希望額についての調査は、調査形式が郵送調査からインターネット・モニター調査になったため、比較対象外とする。

(3) 情報化の進展への対応

情報化技術の進展は、観光分野にも大きく影響を及ぼしており、観光情報の発信においては、パンフレットなどの紙媒体だけではなく、インターネット上のウェブサイトの重要性が高まっています。

また、ツイッターやフェイスブック、インスタグラムなどのソーシャル・ネットワークワーキング・サービス¹⁴による旅行情報の流通も活発化しています。

さらに、スマートフォンやタブレット端末などの携帯情報端末が普及しており、旅行者にとって自由に旅行情報にアクセスできる環境が整いつつあります。

(4) 観光政策に関する国や地方の取組

観光産業は他の産業に比べて経済波及効果が大きく、また雇用効果や税収効果の高い産業であることから、国においては、観光振興を重要政策として位置付け、これまで様々な取組を進めてきました。

平成 14 (2002) 年には「グローバル観光戦略」が策定され、「ビジット・ジャパン・キャンペーン¹⁵」が展開されるとともに、平成 19 (2007) 年には「観光立国推進基本法」を制定し、これに基づき「観光立国推進基本計画」が策定されました。

また、観光立国を実現するためには、関係省庁との連携・調整を強化して、総合的かつ計画的に施策を推進する必要があることから、平成 20 (2008) 年には国土交通省の外局として「観光庁」が発足されました。

その後、リーマンショック¹⁶を契機とした世界的な景気後退や新型インフルエンザの感染拡大、東日本大震災と原子力発電所事故による風評被害など、観光を取り巻く社会情勢が大きく変化してきたことを踏まえ、平成 24 (2012) 年には、新たな「観光立国推進基本計画」が策定され、平成 25 (2013) 年には「日本再興戦略」が閣議決定されました。

東京 2020 オリンピック・パラリンピックの開催を控え、訪日外国人がさらに増加することが期待されており、政府は平成 28 (2016) 年 3 月 30 日に開催した「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」において、2020 年の訪日外国人観光客数の目標を 4,000 万人に増やすことを決めました。

一方、地方においても、観光を地域経済活性化の重要な要素として捉え、国の施策と連動して観光振興への取組を積極的に展開しているところが増えています。

北海道においては「北海道観光のくにつくり条例」(平成 13 (2001) 年制定)に基づき、平成 25 (2013) 年 5 月に「北海道観光のくにつくり行動計画」、同年 7 月には「北海道外国人観光客来訪促進計画」を策定し、平成 29 (2017) 年 2 月に「北海道インバウンド加速化プロジェクト」を策定したほか、北海道運輸局も、平成 25 (2013) 年 3 月に「北海道観光推進戦略」を公表するなど、様々な主体が北海道の観光振興の促進に取り組んでおり、今後、札幌市もこれらの取組に協調し、相乗効果を出していく必要があります。

¹⁴ソーシャル・ネットワークワーキング・サービス (SNS) …交友関係や社会的ネットワークをインターネット上で構築するサービスの一つ。既存のユーザーからの招待で参加できる会員制のものと、誰でも自由に参加できるものがある。代表的な SNS として、Facebook、Instagram、mixi などがある。

¹⁵ビジット・ジャパン・キャンペーン … 訪日外国人旅行者数の拡大を目的として、平成 15 (2003) 年度から官民一体となって進めているキャンペーン。

¹⁶リーマンショック … 平成 20 (2008) 年に起きた米国大手銀行の破綻と、それを原因とする世界同時不況のこと。

【表 3-1】「明日の日本を支える観光ビジョン」の概要

項目	内容
「3つの視点」と「10の改革」	視点1 「観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に」 ■「魅力ある公的施設」を、ひろく国民、そして世界に開放 ■「文化財」を、「保存優先」から観光客目線での「理解促進」、そして「活用」へ ■「国立公園」を、世界水準の「ナショナルパーク」へ ■おもな観光地で「景観計画」をつくり、美しい街並みへ
	視点2 「観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に」 ■古い規制を見直し、生産性を大切にする観光産業へ ■あたらしい市場を開拓し、長期滞在と消費拡大を同時に実現 ■疲弊した温泉街や地方都市を、未来発想の経営で再生・活性化
	視点3 「すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に」 ■ソフトインフラを飛躍的に改善し、世界一快適な滞在を実現 ■「地方創生回廊」を完備し、全国どこへでも快適な旅行を実現 ■「働きかた」と「休みかた」を改革し、躍動感あふれる社会を実現
目標値(2020年)	訪日外国人旅行者数 4,000万人 訪日外国人旅行消費額 8兆円 地方部での外国人延べ宿泊者数 7,000万人泊 外国人リピーター数 2,400万人 日本人国内旅行消費額 21兆円

【表 3-2】「北海道インバウンド加速化プロジェクト」の概要

項目	内容
施策展開の方向性	1 国際的に質の高い観光地づくり ■地域における推進体制づくり ■観光人材の確保・育成 ■観光商品の造成
	2 旅行者の快適性・満足度向上 ■多言語対応 ■通信環境、宿泊施設、買い物環境の充実 ■交通ネットワークの充実、緊急時対応
	3 戦略的な宣伝・誘致活動 ■成熟・成長・欧米市場からの誘客 ■MICE誘致 ■訪日教育旅行の促進
	4 規制緩和の検討 ■法制度の整備要望 ■特区制度の活用
目標値(2020年)	訪日外国人来道者数 500万人 成熟市場 240万人、成長市場 220万人、欧米市場 27万人

2 札幌市の現状分析と課題

(1) 観光客入込数

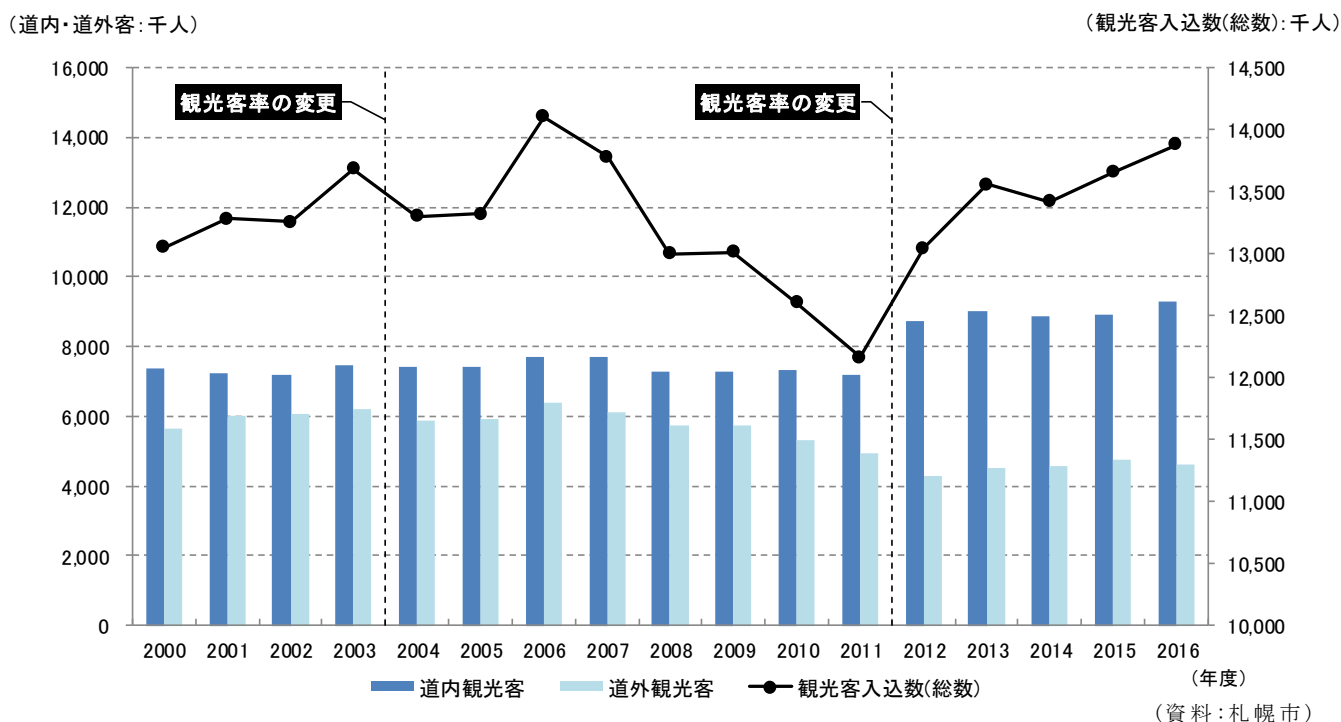
現状分析と課題

札幌の観光客入込数（年間来客数）は、平成 23（2011）年度及び平成 24（2012）年度に札幌市が調査、算出した市内流入人口における観光客の割合（観光客率）によって推計したものとなっています。

これを基に観光客入込数の推移【図 3-7】や【図 3-8】を見ると、道内観光客の割合は高い傾向が見られますが、これまで見てきたように札幌市以外の道内市町村の人口は、すでに大幅な減少局面に入っており、今後の道内観光客数への影響が懸念されるところです。

また、平成 25（2013）年度以降、国内客が減少傾向である一方、外国人観光客数の急増によって、1,350 万人前後で推移していることがわかります。今後、観光客入込数を増やすためには、外国人観光客の増加に頼るだけでなく、国内客の減少傾向に歯止めをかける取組が必要となります。

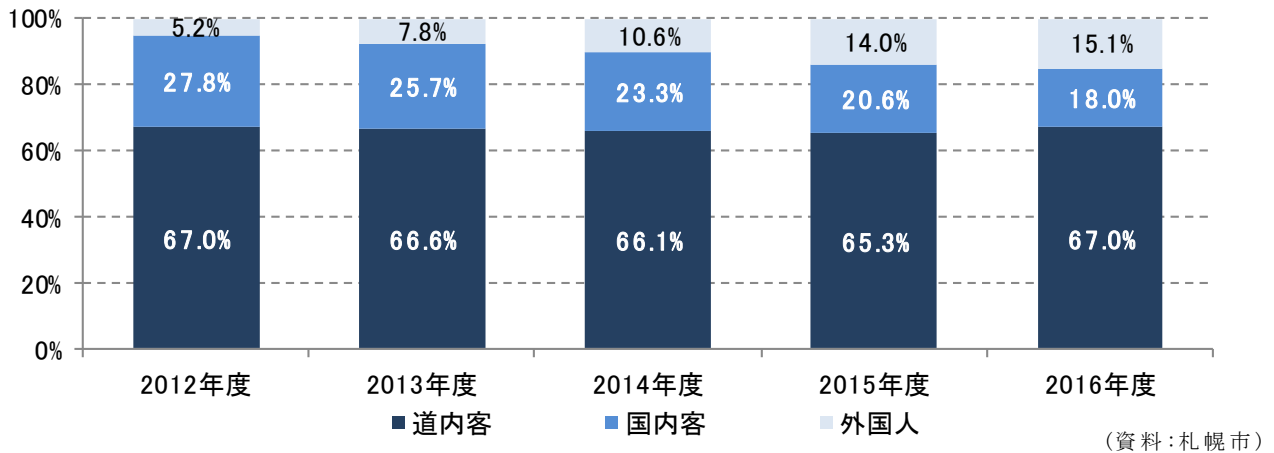
【図 3-7】 観光客入込数の年次推移



※札幌市の観光客入込数は、道内他市町村と同様に、北海道が策定する「北海道観光入込客数調査要領」に基づき、各交通機関を利用した乗客数等に観光客率¹⁷を乗じて算出しています（観光客入込数＝乗客数等×観光客率）。平成 24（2012）年度は、この観光客率の見直しを行っており、平成 24（2012）年度以降と平成 23（2011）年度以前の観光客入込数や道内外の内訳を単純比較することはできませんので、ご注意ください。

¹⁷観光客率…様々な交通機関で札幌入りした入込数に占める観光客（通勤・通学やビジネスのみを目的とした訪問を除く）の割合のこと。この観光客率は、JR・航空機・路線バス・乗用車の利用者を対象に行う居住地や来札目的などのアンケート調査の結果を基に算出している。なお、観光客率の見直しは数年に一度行うことになっており、前回は平成 16（2004）年度に見直しを行っている。

【図 3-8】 来札観光客の割合



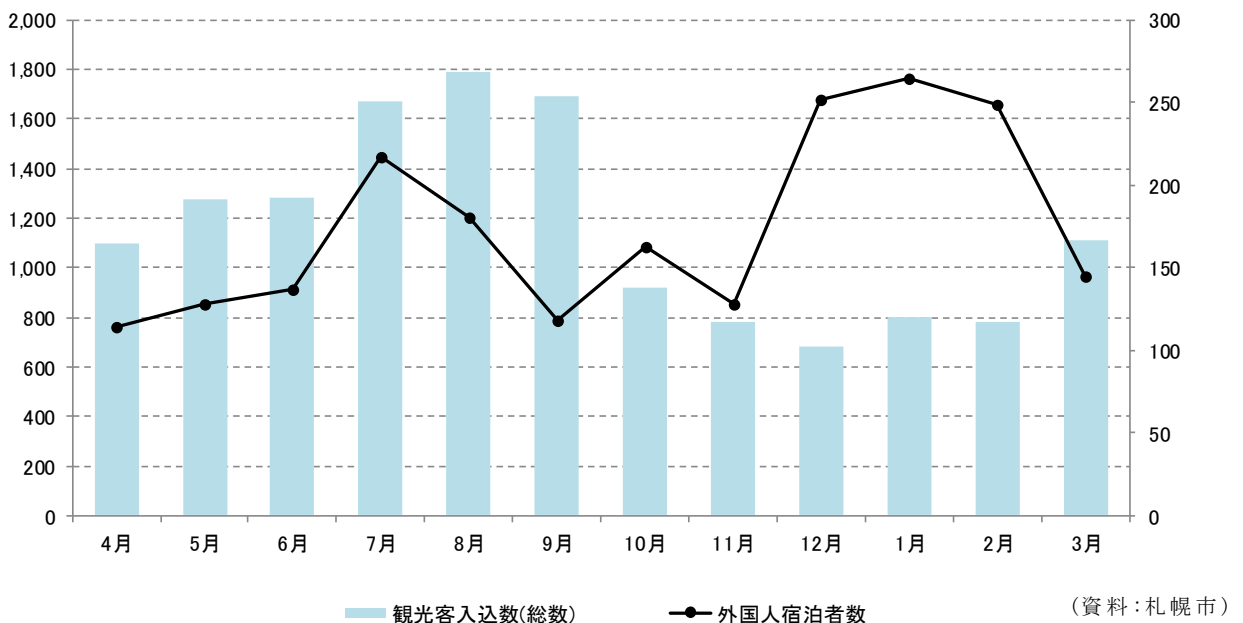
次に、【図 3-9】にある月別の観光客入込数を見ると、繁忙期(7月～9月)と閑散期(11月～4月)の差が大きいことが特徴として挙げられます。閑散期における観光客数の減少は、宿泊施設の稼働率の低下につながるなど、観光関連事業者の収益を停滞させ、札幌の経済にとって大きな課題となっています。

また、外国人観光客は、札幌の紅葉や雪などに魅力を感じ、閑散期においても宿泊する傾向があるため、こうしたインバウンド需要をいかに取り込めるかについても課題となります。

【図 3-9】 観光客入込数の月別推移 (平成 28 (2016) 年度)

(観光客入込数(総数):千人)

(外国人宿泊者数:千人)



課題を踏まえて

道内をはじめとした国内の人口減少傾向を踏まえると、道内循環をより高めていくことはもとより、国内外を問わず道外観光客の誘致推進に対する積極的な取組が重要となります。

また、閑散期の集客対策が求められており、国内と繁忙期が異なる海外市場からの観光客誘致や、通年需要が期待できるMICEの推進といった取組の強化が必要となっています。

(2) 外国人宿泊者数¹⁸

現状分析と課題

外国人宿泊者の消費額単価は、道内観光客や道外観光客などと比べて高く、また、今後の人口増加や経済成長が予測されている国も多くあることから、今後の観光客誘致において有望な顧客として期待されています。

こうした中、外国人宿泊者数は、平成 20（2008）年度までは、国の施策と連動し順調に推移してきましたが、その後は、新型インフルエンザの流行（平成 21（2009）年）や東日本大震災に伴う原子力発電所事故（平成 23（2011）年）などの影響を大きく受けて一進一退を繰り返し、入国査証（ビザ）発給要件の緩和や円安の影響、新千歳空港における国際直行便の新規就航や発着枠の拡大などにより急速に回復し、平成 28（2016）年度には過去最高の数値となりました。

しかし、平成 27（2015）年度から平成 28（2016）年度にかけての外国人観光客の増加率は、国、北海道、札幌市ともにやや鈍化しています。札幌市においては、中国、台湾からの観光客数の伸び悩みが見られており、これらは個人旅行（FIT）の増加で目的地の分散化などが影響していると考えられます。

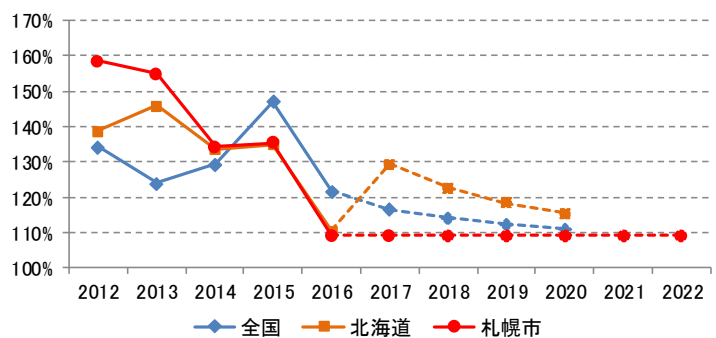
次に、外国人宿泊者を国別に見てみると、台湾・香港・中国・韓国の東アジア地域の割合が7割以上を占めていますが、これと同様の傾向は国においても見受けられ、特定の市場に依存した訪日外客構造のせい弱性が指摘されています。

また、外国人宿泊者数は年々増加する一方、札幌での滞在日数はやや減少傾向にあることから、周辺都市との連携を図ることにより、札幌を含む道内での周遊や滞在を促進する必要があります。

【表 3-3】外国人観光客増加率比較

	2010～2016年度 平均増加率	2015～2016年度 実増加率	2017～2020年度 想定増加率
国	131.4%	121.8%	113.6%
北海道	138.3%	135.0%	119.3%
札幌市	138.5%	109.2%	112.2%

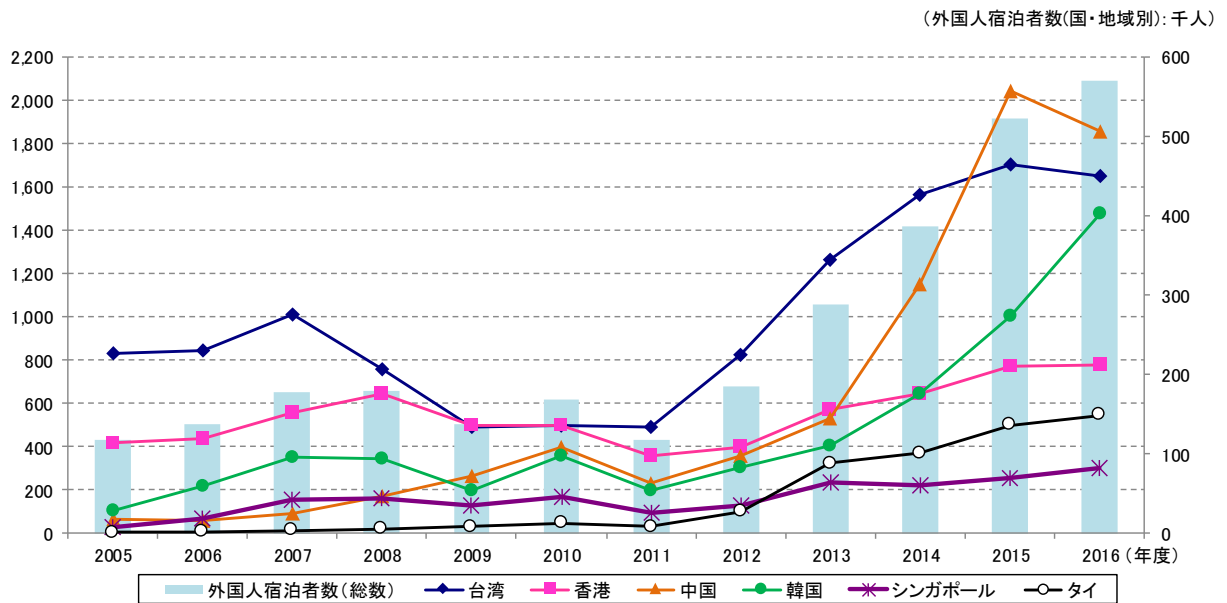
【図 3-10】外国人観光客増加率推移



(資料：札幌市)

¹⁸外国人宿泊者数…ここでは、札幌市内に宿泊した外国人の数を指す。市内にある全ての宿泊施設に調査票を送付し、国別に回答を集計したものであり、観光以外の目的での利用者も含まれている。

【図 3-11】 外国人宿泊者数の推移（国別は上位 6 各国・地域）

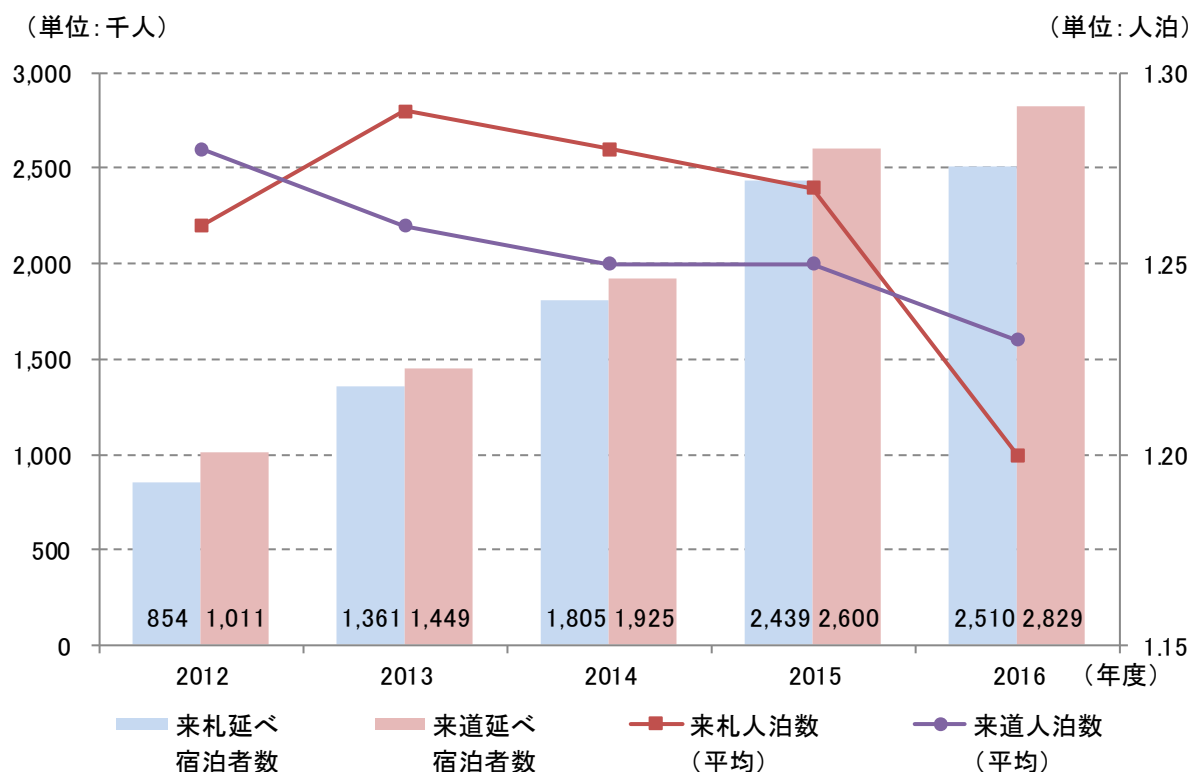


【表 3-4】 国籍・地域別にみる訪日外国人 1 人当たり観光消費額 (単位:円/人、人)

国	2016年	2015年	2014年	来札宿泊者数 2016年
オーストラリア	246,866	231,349	227,930	22,266
中国	231,504	283,842	231,708	506,272
ロシア	190,874	182,484	191,608	5,267
フランス	189,006	209,333	194,728	2,592
ベトナム	186,138	198,840	242,488	2,592
イギリス	181,795	210,681	187,272	5,794
アメリカ合衆国	171,418	175,554	165,305	47,145
シンガポール	163,210	187,383	155,763	82,131
香港	160,230	172,356	147,945	212,445
カナダ	154,977	170,696	170,525	7,020
インドネシア	136,619	147,149	119,926	24,455
マレーシア	132,353	150,423	145,477	86,751
タイ	127,583	150,679	146,007	148,902
台湾	125,854	141,620	125,217	450,727
フィリピン	112,228	126,567	105,297	14,464
韓国	70,281	75,169	75,846	403,122
その他	183,083	178,179	-	71,787
全国籍・地域	155,896	176,167	151,216	2,093,732

(資料:日本政府観光局(JNTO)ホームページ、札幌市)

【図 3-12】 外国人観光客延べ宿泊者数と平均滞在日数



(資料:札幌市、北海道ホームページ)

課題を踏まえて

今後、外国人観光客をより増加させるためには、国や北海道の観光施策に連動して外国人の受入環境の充実や、プロモーションなどのインバウンド誘致¹⁹の強化に取り組んでいく必要があります。

こうした取組の中でも、台湾・香港・中国・韓国といった東アジア圏からの観光客などに対して公衆Wi-Fiの整備や案内情報の充実など受入環境を向上させる取組に加え、今後の人口増加や経済発展が見込まれる東南アジア圏からの誘致に取り組むことはもとより、欧米、豪州、ロシア等のアジア圏以外の新しい市場からの誘致に取り組む、バランスの良い外国人観光客の構成比率を目指すことが重要です。

また、観光消費額を増大させるために、富裕層の誘致など、新たな切り口での取組も並行して実施する必要があります。

外国人観光客の誘客に向けて、「ラグビーワールドカップ2019」や「東京2020オリンピック・パラリンピック」などが開催されることを契機に、これらの集客力を生かした誘客の取組を積極的に推進する必要があります。これらイベントは、北海道・札幌を国内外に認識してもらう絶好の機会と言えます。

リピーター対策²⁰や観光消費額の増大を目指す上では、外国人観光客をはじめとして観光客が札幌市内での滞在を楽しめるよう、食や自然など観光コンテンツの魅力アップの取組も欠かせません。これまでの取組で進めた藻岩山やモエレ沼公園などの集客交流拠点ごとの魅力をベースとして、食や自然を生かした体験、夜景や温泉など札幌の特性を生かした観光コンテンツを創出、磨き上げていく必要があります。

¹⁹インバウンド誘致…外国人旅行者を日本へ誘致すること。これに対し、日本人による海外旅行をアウトバウンドと呼ぶ。

²⁰リピーター対策…一度来た観光客が、繰り返し来訪するための方策。

(3) M I C E

現状分析と課題

M I C E参加者は観光による来訪者に比べて消費額単価²¹が高いなど、M I C Eには高い経済効果が期待されています。

また、経済面だけではなく、安定した通年需要や世界に向けたP R、再訪問の誘発などの効果も大きいと言われており、国内外においてM I C E開催誘致の都市間競争が激化しています。

こうした中、世界、とりわけアジアでの国際会議の開催件数は増加傾向となっており、札幌での国際会議開催件数も同様の動きを見せています。また、平成24(2012)年度以降、インセンティブツアーの誘致・支援件数も増加しています。

しかし、札幌は、都市としての規模や魅力度等のM I C E誘致・開催に有利となる条件は優れているものの、札幌のM I C E関連施設にはホールと展示場が併設されていないなど、他都市のM I C E関連施設と比較して劣っている状況から、札幌における国際会議の開催件数の増加率は、全国平均よりやや低く推移しています。

今後、札幌がM I C Eにおける激しい都市間競争に打ち勝つためには、世界の国際会議の開催動向や他都市の状況を見据えた開催支援の強化、大規模なM I C Eの開催機能を備えた施設整備、周辺自治体等との連携の推進が課題となります。

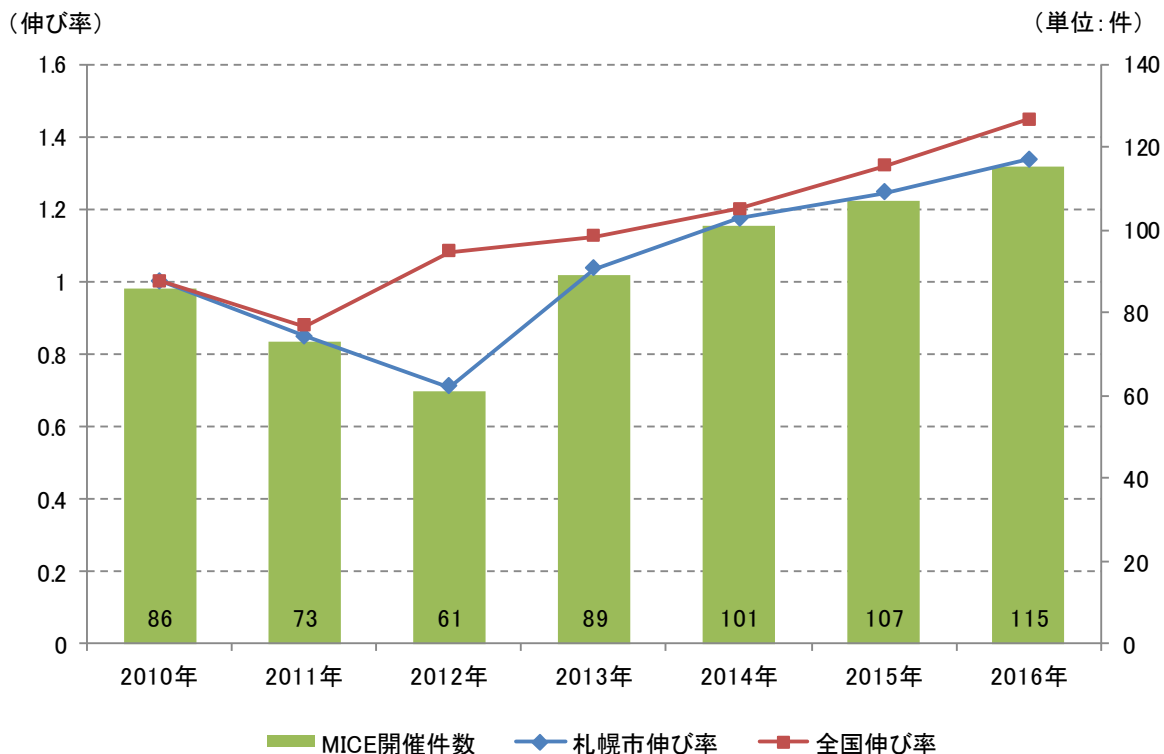
【表 3-5】国内のM I C E開催状況（J N T O基準、暦年）

都市名等	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2016/2010
全国	2,159	1,892	2,337	2,427	2,590	2,847	3,121	144.6%
東京(23区)	491	470	500	531	543	557	574	116.9%
福岡市	216	221	252	253	336	363	383	177.3%
京都市	155	137	196	176	202	218	278	179.4%
神戸市	91	83	92	93	82	113	260	285.7%
名古屋市	122	112	126	143	163	178	203	166.4%
横浜市	174	112	126	143	163	190	189	108.6%
大阪市	69	72	140	172	130	139	180	260.9%
仙台市	72	40	81	77	80	221	115	159.7%
札幌市	86	73	61	89	101	107	115	133.7%
北九州市	49	38	45	57	73	86	105	214.3%
広島市	25	24	37	50	50	59	76	304.0%

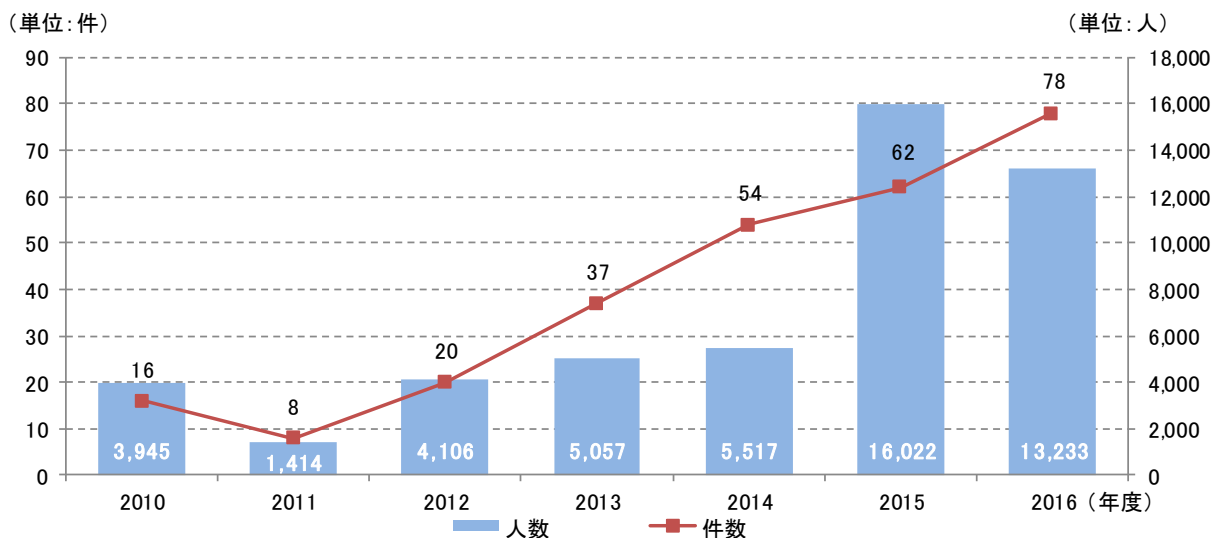
(資料：日本政府観光局（J N T O）「2016年国際会議統計」)

²¹消費額単価…一人が一回当たりの来札において消費する額の平均値。

【図 3-13】 札幌市 M I C E 開催件数と伸び率



【図 3-14】 インセンティブツアー誘致・支援件数



(資料: 札幌市)

課題を踏まえて

年間を通じて国内外の年間来客数の増加をけん引し、ひいては観光消費額を増加させるなど、多様な効果をもたらすMICEは、観光を補完するための重要な役割を期待されており、その誘致推進に向けては、様々な機能強化が必要となります。

MICE先進都市においては、MICE開催支援制度の充実やMICE関連施設の整備などが見られることから、札幌市においても、世界的に増加傾向にある国際会議を今まで以上に誘致していくために、ユニークベニューの開発や主催者への開催支援などの事業展開の強化、大規模MICEの受入を目指した新たなMICE施設の整備などに積極的に取り組む必要があります。

(4) イベント

現状分析と課題

札幌の観光の閑散期における集客力向上が課題となっており、イベント開催は集客の大きな誘因となります。

しかし、特に、「雪まつり」や「YOSAKOIソーラン祭り」以外のイベントでは、道外在住者の認知度が低く、魅力的な観光資源を生かすための効果的なプロモーションが不足していると言えます。

また、雪まつりをはじめとした各イベントにおいて、リピーターを意識し、再訪意欲の向上を図るため、新たな魅力アップに努めていく必要があります。

各イベントとも、安全上の観点から会場の収容力の限界などにも課題を抱えていますが、こうした状況の中でも、観光が札幌の経済をけん引する産業となるためには、観客数の維持・増加といった取組と同時に、札幌に対する経済効果を維持・向上させる取組を検討していく必要があります。

【表 3-6】 市内で開催される主なイベント観客数の推移

(単位：千人)

イベント	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度
雪まつり ²²	2,402	2,350	2,609	2,643
YOSAKOIソーラン祭り ²³	2,063	1,875	1,987	2,054
オータムフェスト ²⁴	1,647	2,009	2,203	2,372
夏まつり ²⁵	2,011	2,176	1,879	2,001
ミュンヘン・クリスマス市 ²⁶	941	1,020	1,381	1,200
ライラックまつり ²⁷	398	499	593	704

(資料：札幌市)

²²雪まつり……………昭和 25 (1950) 年に始まった雪像等を楽しむ祭り。大通会場の大雪像が有名で、国内外に知られている札幌の冬の一大イベント。

²³YOSAKOIソーラン祭り…平成 4 (1992) 年に始まった踊りのイベント。高知のよさこい踊りと北海道のソーラン節を組み合わせ、あでやかな衣装に身を包んだ踊り子チームが、市内各会場で独自のよさこい踊りを披露する。

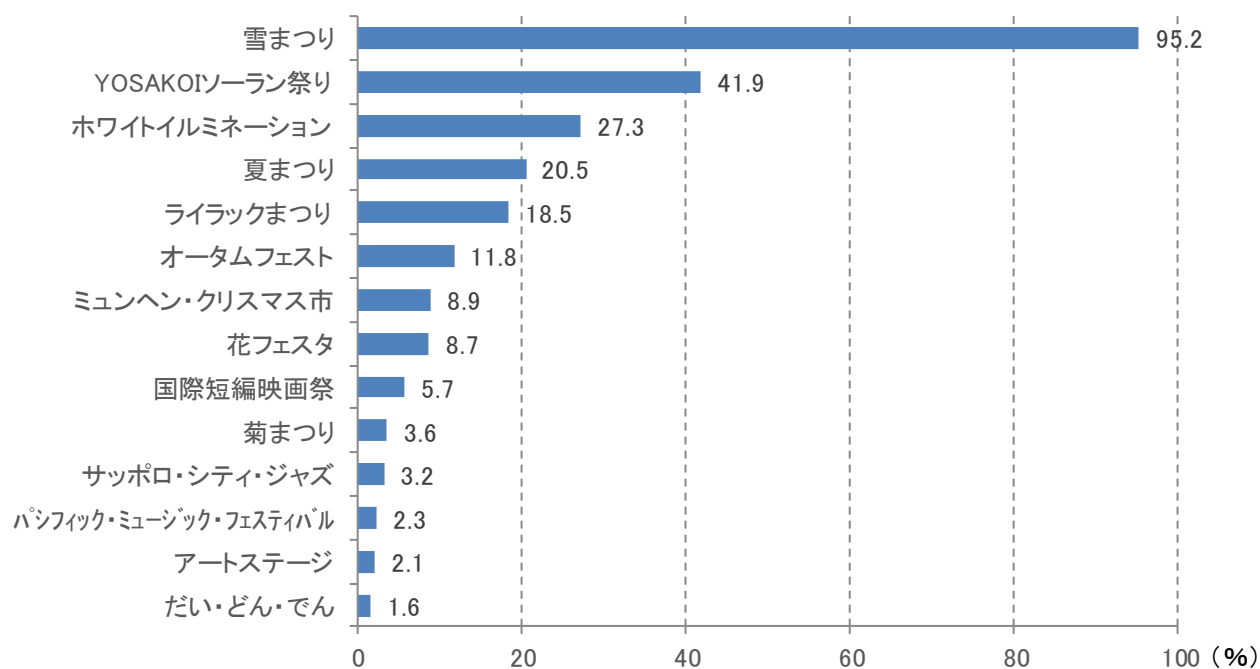
²⁴オータムフェスト……………平成 20 (2008) 年に始まった食のイベント。「北海道・札幌の食」をテーマとし、道内各市町村で採れた農産物や海産物、地元の食材を生かしたご当地グルメ、道産の酒やおつまみといった各地の特産品が並ぶ。

²⁵夏まつり……………昭和 29 (1954) 年に始まった夏の一大イベント。「さっぽろ大通ビアガーデン」や「北海盆踊り」が催され、大勢の市民と観光客でにぎわう。

²⁶ミュンヘン・クリスマス市…平成 14 (2002) 年にミュンヘン市との姉妹都市提携 30 周年を記念して始まったイベント。ドイツを思わせる露店や幻想的なイルミネーションの下、ロマンチックな雰囲気を楽しめる。

²⁷ライラックまつり……………昭和 34 (1959) 年に始まった祭り。半年続く長い冬からの解放と野外散策の季節の到来を市民に告げるイベントであり、「ライラック音楽祭」や「ワインガーデン」などが催される。

【図 3-15】 道外在住者のイベント認知度



(資料:札幌市「来札観光客満足度調査(2017年2月)」)

【表 3-7】 観光イベントの経済効果

		第 69 回さっぽろ 雪まつり	さっぽろオータム フェスト 2017	第 16 回ミュンヘン・ クリスマス市
市内総消費額		494 億円	475 億円	414 億円
波及 効果	生産誘発額	650 億円	621 億円	234 億円
	粗付加価値誘発額	364 億円	349 億円	349 億円
	雇用誘発者数	5,313 人	5,097 人	3,423 人
	税収効果	17 億円	17 億円	11 億円

※波及効果は、平成 23 (2011) 年札幌市産業連関表による推計

(資料:札幌市「さっぽろ雪まつり経済効果調査(2018年3月)」「オータムフェスト経済効果調査(2017年12月)」「ミュンヘン・クリスマス市経済効果調査(2018年2月)」)

課題を踏まえて

イベントの集客力を高めるためには、各イベントのマーケティング²⁸を十分に行うとともに、新たな価値を創造していく取組や観光客の安全・安心を確保する取組を通じて、札幌らしいイベントによる集客交流を図り、札幌に対する経済波及効果を高める取組が必要です。

また、各イベントの認知度を高める取組も必要であり、例えば、SNSを活用したイベントの発信の強化や日本の人口の6割以上を占める東京、大阪、名古屋の3大都市圏などでのプロモーションが重要となります。

²⁸マーケティング…企業や非営利組織が行うあらゆる活動のうち、「顧客が真に求める商品やサービスを作り、その情報を届け、顧客がその商品を効果的に得られるようにする活動」の全てを表す概念。

(5) 宿泊環境

現状分析と課題

札幌市内における観光客の日帰り、宿泊の構成は、近年、日帰り客が55%程度、宿泊客が45%程度で推移しています。

しかし、平成28(2016)年度では、前年度同期比で日帰り客が8.7%増加する一方、宿泊客は6.9%の減少がみられました。こうした動向を反映し、近年は70~80%を推移していた宿泊施設の稼働率は、平成28(2016)年度には、やや低下しており、札幌の経済への影響が懸念されるところです。

次に、宿泊単価については、他都市と比較して、大阪市について上昇幅が大きくなっており、年間で約15%の上昇がみられます。これは観光消費額を上昇させる要因となっています。

札幌市内の宿泊施設の数については、年々増加しており、報道されている情報等を集計すると、今後も一定程度の増加が見込まれます。これは、外国人観光客の増加をはじめとした観光客の宿泊需要を見込んだホテル建設(投資)が行われていると考えられます。

また、観光客を増加させるためには、宿泊施設で働く人材の確保も課題となります。平成28(2016)年12月に北海道が実施した「宿泊業アンケート(事業者)」では、現在の経営上の問題点として、「施設の老朽化(57.8%)」の次に「スタッフの確保、育成、活性化(53.9%)」が挙げられています。特に、正社員の数では約3割、非正規社員の数では約4割の不足と事業者が回答している状況です。

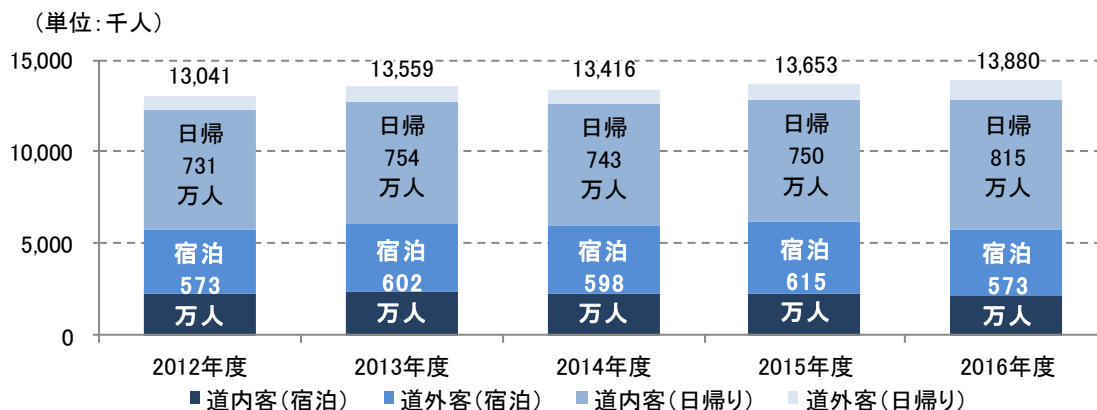
さらに、住宅宿泊事業法の施行(平成30(2018)年6月)により、一般住宅への宿泊需要及び供給も見込まれることから、今後の動向を見据えた宿泊環境の考え方、整備、多様なニーズへの対応が求められます。

【表3-8】 宿泊施設の建設予定

年度	新設・増設	増加室数	宿泊キャパシティ
~2017年度	7件	850室	3.1%増
~2018年度	8件	1,617室	5.7%増
~2019年度	0件	0室	-
2020年度~	4件	740室	2.5%増
合計	19件	3,207室	11.8%増

(札幌市集計)

【図3-16】 市内観光客の日帰り、宿泊構成



(資料:札幌市)

【表 3-9】 宿泊施設稼働率と平均宿泊単価の推移

(単位：円)

年度	市内稼働率	平均宿泊単価						
		札幌	東京	横浜	名古屋	京都	大阪	福岡
2013年度	73.4%	9,902	13,882	10,182	8,697	13,808※	10,583	8,977
2014年度	75.8%	11,245	15,692	12,296	9,489	14,319	12,257	10,337
2015年度	79.7%	13,088	16,945	13,928	10,945	16,334	15,157	11,209
2016年度	71.6%	—	—	—	—	—	—	—

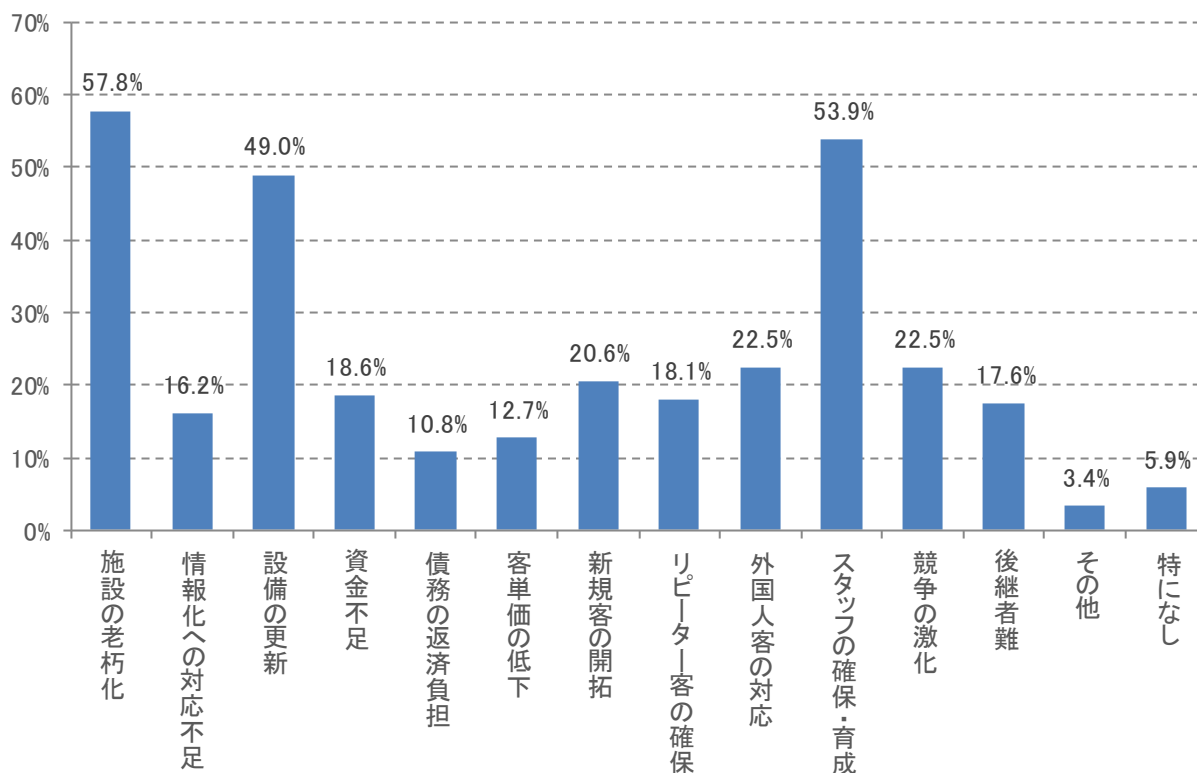
(資料：Hotels.com ホームページ)

【表 3-10】 宿泊施設の年度別推移 (単位：軒、室、人)

年度	軒数	客室数	定員数
2012年度末	183	26,296	50,620
2013年度末	183	26,202	50,150
2014年度末	191	26,642	51,285
2015年度末	191	26,927	52,064
2016年度末	201	27,119	52,507

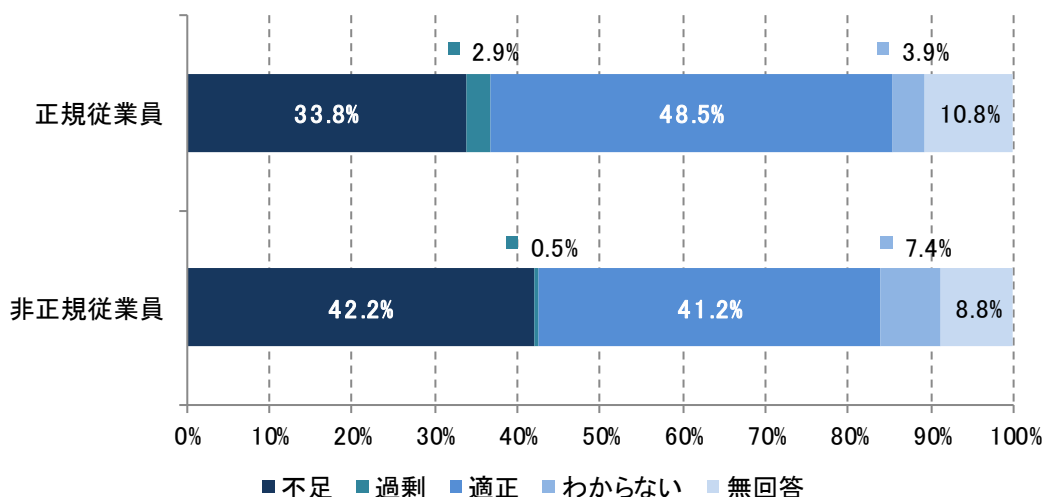
(資料：札幌市)

【図 3-17】 宿泊事業における経営上の問題点



(資料：宿泊業における従業員の働き方改革に向けて (2016年度北海道))

【図 3-18】 宿泊事業における従業員の過不足状況



(資料：宿泊業における従業員の働き方改革に向けて (2016年度北海道))

課題を踏まえて

年間来客数や滞在日数、再訪意欲を向上させるためには、これらを受け入れる宿泊キャパシティやサービスの向上など、宿泊環境に関する現状と課題を分析し、満足度を高めるための受入環境整備が重要となります。このため、国内外からの観光客の誘致と連動し、それらの受入環境の向上を図る必要があります。

宿泊環境に関しては、近年の外国人観光客や個人旅行（FIT）による観光客の増加などで多様化する旅行ニーズに対し、観光客の受入環境として、外国人観光客への多言語対応、富裕層向けの宿泊施設の整備に向けた支援、住宅宿泊事業法による宿泊事業の適切な運用など、札幌市内の宿泊施設の動向を見極め、質の向上等に取り組んでいく必要があります。

また、北海道の観光業界における人材確保が課題となっており、札幌においても宿泊業をはじめとして同様の傾向がみられます。このため、全国の人材確保に向けた先進的な事例の紹介やサービス生産性の向上に向けた支援などの新たな取組も重要となります。

(6) 交通環境

現状分析と課題

観光客の来札経路としては、乗用車とJRが多く、観光バスについては平成26（2014）年の新運賃・料金制度適用以後、減少傾向にあります。観光バスの利用者が減少したその他の理由としては、旅行形態が団体旅行から個人旅行へ変化していることや、道外からの観光客の減少が観光バスの利用の低下に繋がっていると考えられます。

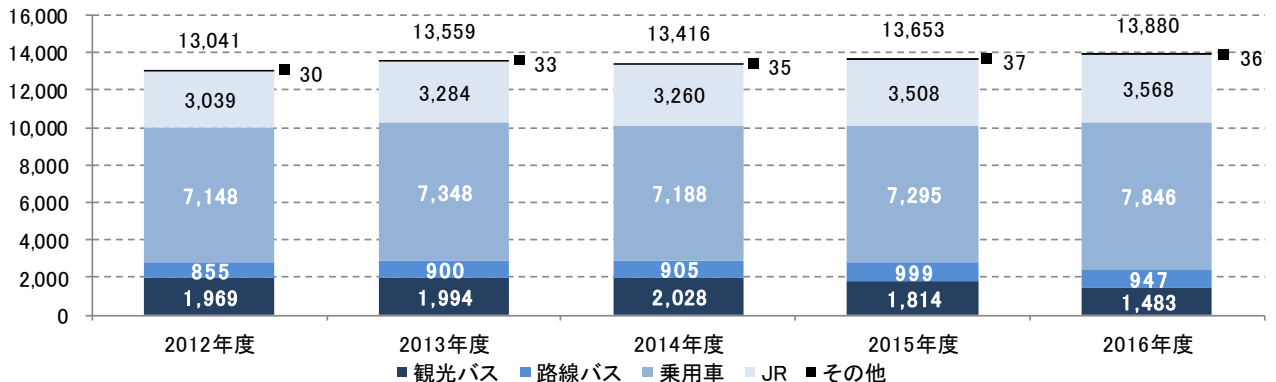
道外や海外からの観光客を増加させるためには、来道するまでの交通機関を確保・充実させることが基本的な課題として挙げられ、道外観光客が航空機により来道した後、札幌まで訪れる手段として観光バスの確保や乗降場の整備など二次交通²⁹の課題にも注視していく必要があります。

また、札幌と地方主要都市を飛行機で結ぶ丘珠空港は、新千歳空港との役割分担を踏まえながら、道央圏と道内各地の交流を支える道内航空ネットワークの中核を担う空港として位置づけられています。これまではビジネス利用が多い傾向がありましたが、静岡空港とのジェット便就航（夏季ダイヤ）などによって、観光客の利用も期待されており、観光客受入機能の充実や札幌都心部へのアクセス環境の向上を目指す必要があります。

現状では、道外との移動手段は航空機に大きく依存しており、週末や夏季、イベント開催時は航空機が満席になることも多く、交通手段の多様化が必要とされています。特に、平成28（2016）年12月に新千歳空港で多くの観光客が足止めされた事例をはじめとして、冬季は悪天候による遅延、欠航の発生リスクが高くなります。このため、北海道新幹線の早期札幌延伸が実現するよう取り組むことは、特に時間短縮効果が大きい東北地方からの新たな観光客の増加や、相互送客から創出される経済・文化交流による経済効果の波及などが期待されることに加え、道外との安定的な交通手段の確保にもつながる重要な取組となります。

さらに、新千歳空港の発着状況や空港連絡バスなど、悪天候時の公共交通機関の運行状況を観光客にわかりやすく提供できるよう、ICT技術などを活用した取組も必要となっています。

【図 3-19】 来札経路の構成



(資料：札幌市)

²⁹二次交通…複数の交通機関等を使用する場合の、二種類目の交通機関のこと。

【表 3-11】各都市への所要時間

区間		新幹線	航空機
札幌駅から	新函館	約50分	約2時間30分
	新青森	約1時間20分	約3時間00分
	盛岡	約2時間00分	約3時間10分
	仙台	約2時間50分	約3時間20分

※新青森-札幌間の最高速度を 300 km/h と想定

(資料:北海道経済連合会調べ(2007年))

【表 3-12】国内(道外)航空路線(新千歳空港発着)

2017年10月現在

地 方	空 港	航空会社									
		ANA	JAL	JJP	VNL	APJ	ADO	SKY	FDA	SJO	WAJ
東 北	青 森	○	○								
	いわて花巻		○								
	仙 台	○	○			○	○				
	秋 田	○	○								
	山 形								○		
	福 島	○									
関 東	茨 城							○			
	成 田	○	○	○	○	○				○	
	羽 田	○	○				○	○			
中 部	新 潟	○	○								
	富 山	○									
	小 松	○									
	信州まつもと								○		
	富士山静岡	○									
	中 部	○	○	○			○	○			○
近 畿	伊 丹	○	○								
	関 西	○	○	○		○					
	神 戸	○					○	○			
中 国	岡 山						○				
	広 島		○				○				
九 州	福 岡	○	○			○		○			
沖 縄	那 覇	○									

(資料:新千歳空港ターミナルビルホームページ)

※航空会社欄の ANA は全日本空輸、JAL は日本航空、JJP はジェットスター・ジャパン、VNL はバニラエア・ジャパン、APJ はピーチ・アビエーション、ADO は AIRDO(旧:北海道国際航空)、SKY はスカイマーク、FDA はフジドリームエアライン、SJO はスプリング・ジャパン、WAJ はエアアジア・ジャパンを示す。

【表 3-13】 国際航空路線（新千歳空港発着）

2017年10月現在

路線	航空会社	便数
北京	中国国際航空	週7便
上海	中国東方航空	週7便
	春秋航空	週7便
	上海吉祥航空	週4便
天津	天津航空	週2便
南京	中国東方航空	週2便
杭州	海南航空	週2便
高雄	チャイナエアライン	週5便
台北	ピーチ	週3便
	エバー航空	週14便
	チャイナエアライン	週7便
香港	キャセイパシフィック航空	週5便
	香港航空	週9便

路線	航空会社	便数
ソウル（仁川）	大韓航空	週13便
	イースター航空	週7便
	アジアナ航空	週7便
	済州航空	週7便
	ジンエアー	週7便
	ティーウェイ航空	週7便
釜山	エアブサン	週6便
	大韓航空	週3便
大邱	エアブサン	週5便
シンガポール	スクート	週3便
クアラルンプール	エアアジアX バハド	週4便
バンコク	タイ国際航空	週5便
ホノルル	ハワイアン航空	週3便
グアム	ユナイテッド航空	週2便
ユジノサハリンスク	オーロラ航空	週3便

（資料：千歳市ホームページ）

課題を踏まえて

道内外・海外からの観光客数を増加させるためには、直行航空便の就航が効果的であり、これを促進する取組は、観光客の誘致活動の一環として引き続き重点的に取り組む必要があります。

また、航空便就航や発着枠の拡大、新幹線開業の効果を最大限に生かすためには、二次交通の充実を図ることが必要です。北海道・札幌は、空港などの交通拠点や観光スポットの移動距離が比較的長く、二次交通は欠かせないものであり、観光施設等を周遊する手段の充実は年間来客数のみならず、満足度や再訪意欲などの向上に影響するものと言えます。

今後は、個人旅行（FIT）による観光客が増加することが見込まれることから、受入環境、着地型サービスの一つとして、公共交通の情報を迅速かつ丁寧に提供する仕組みづくりなどに取り組む必要があります。

(7) 経済効果

現状分析と課題

札幌は国内有数の観光都市であり、観光分野の活性化を図ることで、小売、飲食、運輸、宿泊業など、多様な分野への経済効果が期待されます。

観光消費額や消費額単価は、外国人観光客、道外客の順に高く、特に宿泊を伴う観光は、札幌への経済効果が高いことから、市内への宿泊を伴う観光客の誘客や滞在日数の延長の促進などに取り組むことによって、経済効果を高めることが可能になります。

平成 22 (2010) 年度以降、第 5 回北海道観光産業経済効果調査 (平成 21 (2009) 年度 北海道実施) を基準として、札幌市が独自に市内の観光消費額を算出しており、平成 27~28 (2015~2016) 年度においては、外国人観光客の「爆買い」や宿泊単価の上昇などで、総観光消費額は増加しています。

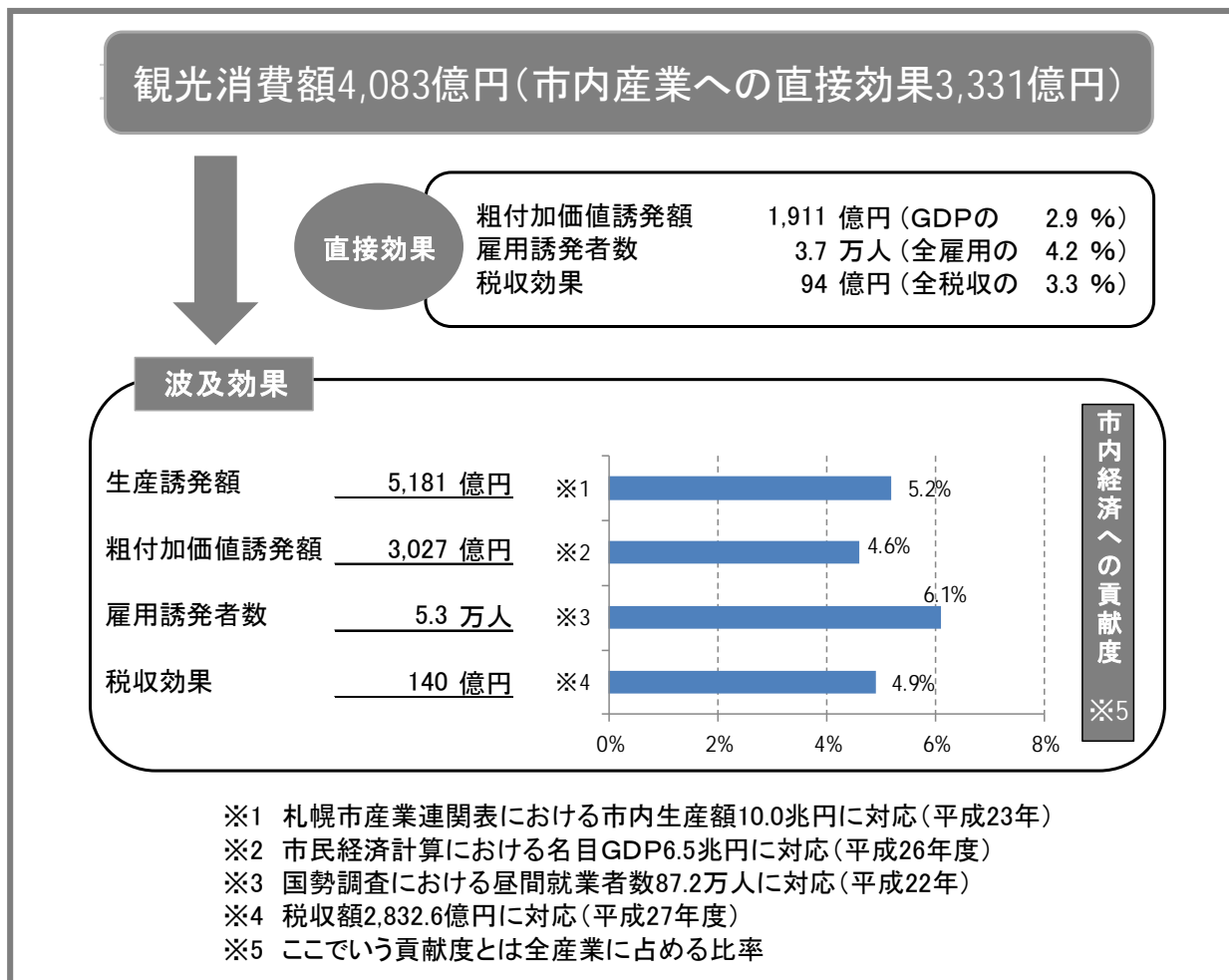
しかし、これらは国内外の経済状況、為替、免税制度、インターネット通販による購買の普及などによって大きく左右される傾向があることから、観光客の消費動向を的確に把握し、観光客の消費意欲に応える仕組みづくりを検討していく必要があります。

【表 3-14】観光消費額単価の推移

年度	消費額単価			総観光消費額
	道内客	道外客	海外客	
平成25年 (2013年)	20,871円	38,215円	79,796円	4,034億円
平成26年 (2014年)	20,871円	39,553円	86,148円	4,293億円
平成27年 (2015年)	20,871円	53,191円	114,888円	5,440億円
平成28年 (2016年)	20,871円	31,601円	122,219円	5,229億円
平成28年 (試算)	22,949円	29,121円	109,915円	4,788億円
当初目標値	23,000円	39,000円	73,000円	4,700億円

※第 6 回北海道観光産業経済効果調査 (2017 年度) を基準に試算した消費額単価と、第 5 回調査 (2009 年度) を基準に推計した消費額単価を比較すると、道内客においては消費額単価の上昇が見られ、道外客・海外客においては、消費額単価の減少が見られる。

【図 3-20】 平成 26（2014）年度札幌経済への波及効果



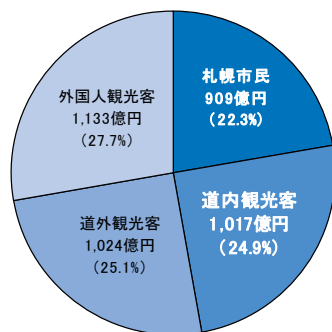
(資料:札幌市「第5回観光産業経済効果調査(2017年12月)」)

【表 3-15】 平成 26（2014）年度総観光消費額

区 分	観光消費単価 (円/人)【A】	年間観光客数 (万人)【B】	総観光消費額 (億円)【A×B】	構成比
札幌市民	6,248円	1,454	909	22.3%
札幌市以外に居住する道民	-	887	1,017	24.9%
うち日帰り観光	7,521円	661	497	12.2%
うち宿泊観光	22,949円	227	520	12.7%
道外客	-	313	1,024	25.1%
うち日帰り観光	14,405円	83	119	2.9%
うち宿泊観光	39,346円	230	905	22.2%
外国人客	80,028円	142	1,133	27.7%
合 計	-	2,796	4,083	100.0%

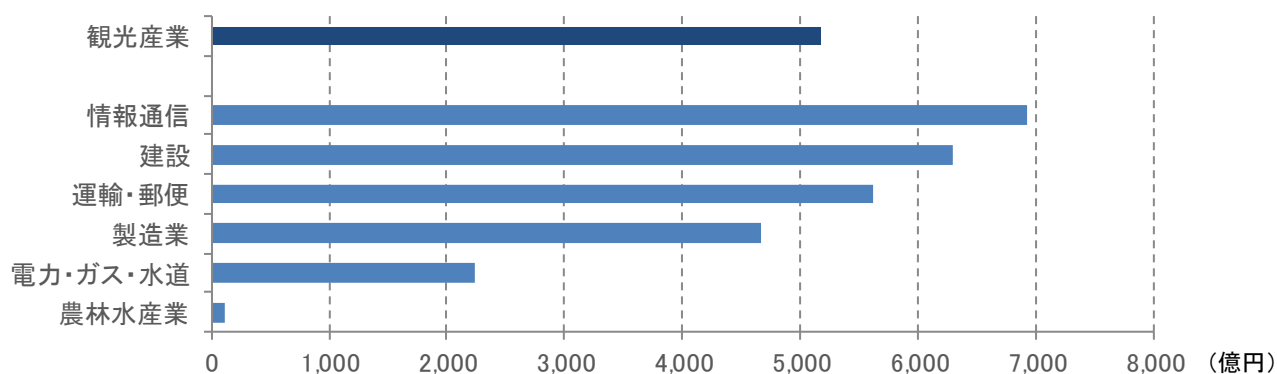
(資料:札幌市「第5回観光産業経済効果調査(2017年12月)」)

【図 3-21】平成 26（2014）年度 観光消費額の属性別内訳



＜資料＞札幌市「第 5 回札幌市観光産業経済効果調査」
(2017 年 12 月)

【図 3-22】平成 26（2014）年度 札幌市における観光産業と他産業との市内生産額の比較



(資料:札幌市「第 5 回札幌市観光産業経済効果調査(2017 年 12 月)」「2011 年札幌市産業関連表(2017 年 12 月)」)

【表 3-16】平成 26（2014）年度産業別経済波及効果 (単位:百万円)

区分	観光消費額	生産誘発額	粗付加価値誘発額	雇用誘発者数(人)
製造業	64,839	26,263	9,109	2,033
商業	73,948	93,672	60,949	12,985
運輸・通信業	71,799	98,667	62,980	6,993
サービス	183,800	229,799	122,865	24,742
飲食サービス	67,334	73,588	30,501	8,512
宿泊業	69,240	69,306	36,723	8,458
その他サービス	47,226	86,905	55,640	7,772
その他	13,928	69,711	46,796	6,099
合計	408,314	518,113	302,698	52,851

(資料:札幌市「第 5 回観光産業経済効果調査 (2017 年 12 月)」)

課題を踏まえて

札幌市における「観光」は、さまざまな業種に経済波及効果をもたらし、札幌の経済を牽引する産業として、重要な役割を担っています。こうした産業振興の観点から、今後の観光振興の施策には、観光の消費単価が高い外国人観光客や道外観光客の誘客が重要であるとともに、これらの観光客の滞在日数を延ばし、飲食や小売業などの関連する消費行動を活性化させる取組が必要です。例えば、市内の都心部だけではなく、郊外部の観光地まで足を運んでいただくICTなどを活用した周遊促進やMICE誘致の推進、宿泊を伴う夜間観光の推進などに取り組むことなどが施策として重要であり、一体的に進めていくことが求められます。

また、観光消費額を高めるためには、定山溪温泉をはじめとした集客交流拠点や観光コンテンツなどの付加価値を向上させるなど、一人当たりの消費額単価を高めるための取組のほか、消費額単価の高い道外観光客や外国人観光客に対する誘客の促進を図ることも重要な取組となります。

また、観光消費額の増加には、来札観光客数を増加させるための取組と併せて、滞在日数の延長の促進も重要です。これには、イベントの魅力アップや夜間観光の促進など、閑散期も含めて年間通じた観光客の滞在日数の底上げを図るような取組が必要です。

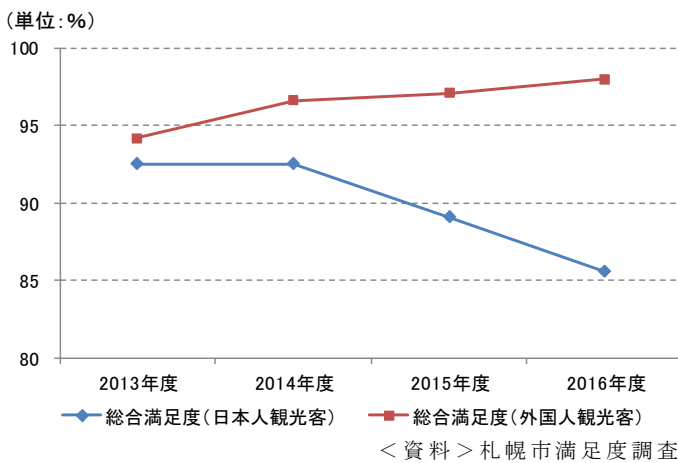
(8) 観光客評価

現状分析と課題

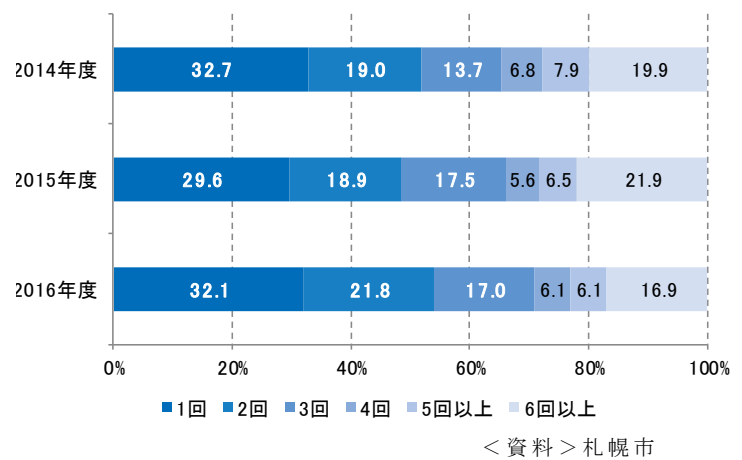
札幌を訪れる観光客の6割以上が、札幌を2回以上訪れたことがあるリピーターですが、毎年国内の道外客に対して実施している調査によると、プラン策定以降、再訪意欲がやや減少傾向となっています。

この理由として「1回の来札で満足」「都市化しており、自然が少ない」などの意見が出されており、再訪意欲を高める観光コンテンツの魅力向上が求められます。食や自然、スポーツ、アートなど様々なツーリズムが札幌には育まれており、こうした観光コンテンツを多様化する観光客のニーズに対応することで、札幌観光の満足度の向上を図り、更なるリピーターの増加が喫緊の課題となっています。

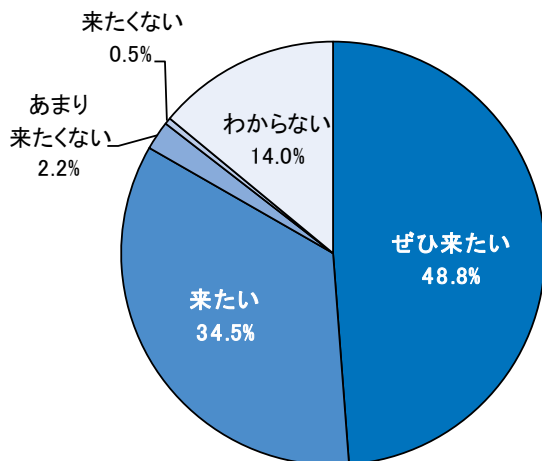
【図 3-23】 札幌観光の満足度



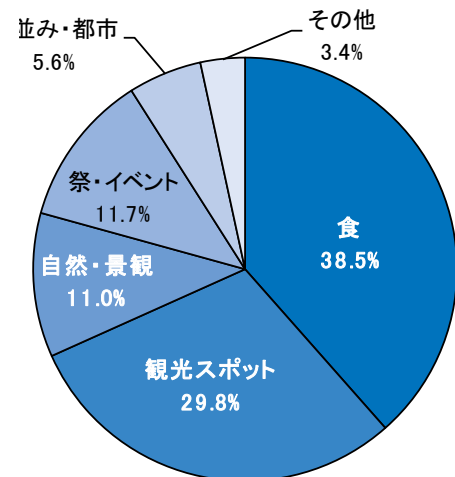
【図 3-24】 観光客の来札回数



【図 3-25】 札幌への再訪意欲



【図 3-26】 札幌観光のイメージ



(資料:札幌市「来札観光客満足度調査(2017年2月)」)

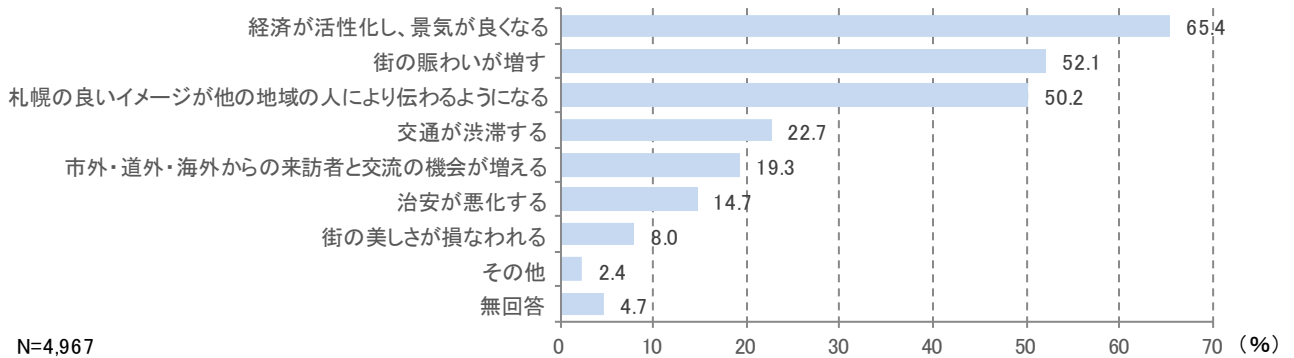
課題を踏まえて

観光統計の数値からは、来札観光客の満足度は比較的高いと言えます。しかし、外国人観光客が高い満足度を維持している一方、国内観光客には満足度の低下が見受けられ、満足度の低下は、再訪意欲の低下につながります。

団体旅行から個人旅行（FIT）へのシフトや外国人観光客の増加、格安航空会社（LCC）の就航による多様な旅行形態の拡大に対応するためには、来札観光客の感想を単なる「満足」から「感動」へと変えていくことや、観光コンテンツやイベントの魅力向上、着地型観光サービスの充実が重要となります。そのため、発地ごとに異なる観光客ニーズや、観光を取り巻く時代の変化を常に的確に捉え、満足度を高めるための対応を迅速かつ積極的に実践していくことが求められます。また、ICT等を活用し、観光客の動向、消費行動などを把握し、民間事業者と情報を共有し、受入体制・サービスの強化を行うなどの取組も重要となります。

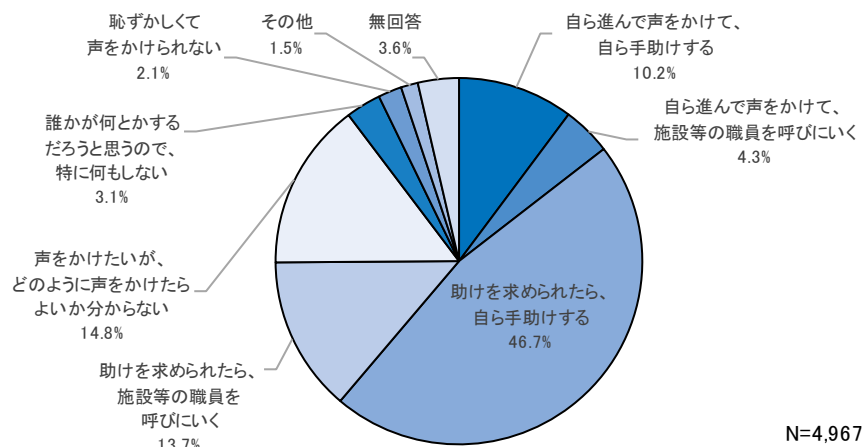
(9) 札幌市民の観光に対する意識
 (『2014年度第1回市民アンケート報告書』より)

【図 3-27】 観光客増加による生活の変化



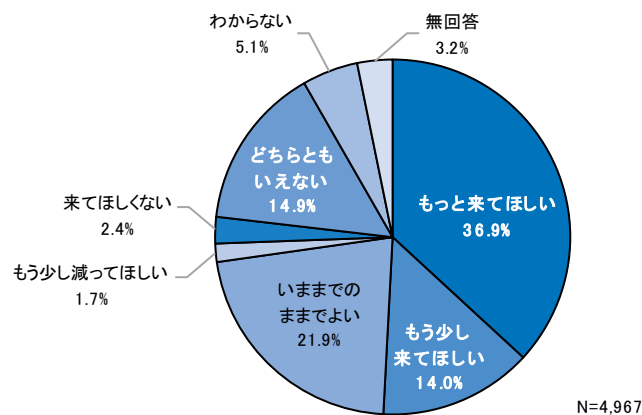
観光客増加による生活の変化は、「経済が活性化し、景気が良くなる」が65.4%、「街のにぎわいが増す」が52.1%、「札幌の良いイメージが他の地域の人により伝わるようになる」が50.2%となっており、観光客増加に対して、良い影響があると考えている人の割合が多くなっています。

【図 3-28】 困っている観光客への対応



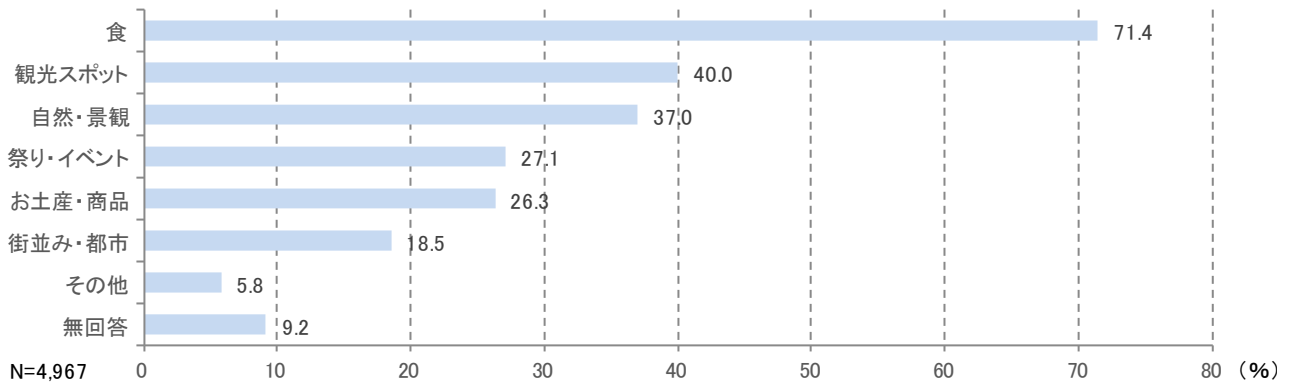
困っている観光客への対応は、「助けを求められたら、自ら手助けする」が46.7%、「声をかけたいが、どのように声をかけたらよいか分からない」が14.8%、「助けを求められてら、施設等の職員を呼びこいく」が13.7%となっており、自ら手助けすると答える人が多い一方、声の掛け方が分からないと答えている人もいます。

【図 3-29】 外国人旅行者増加の希望

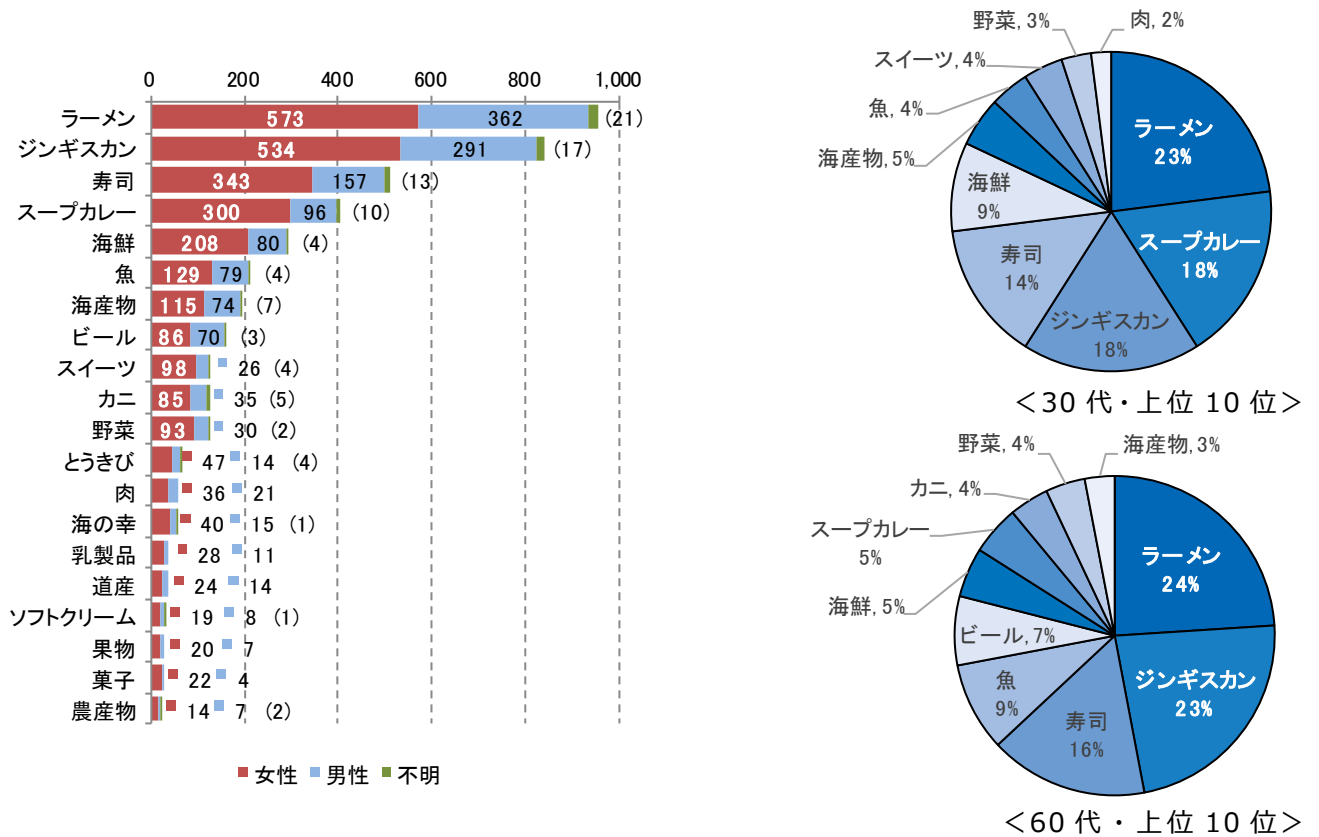


外国人旅行者増加の希望は、「もっと来てほしい」が36.9%、「もう少し来てほしい」が14.0%と半数を超えています。

【図 3-30】 札幌のお勧めしたいもの

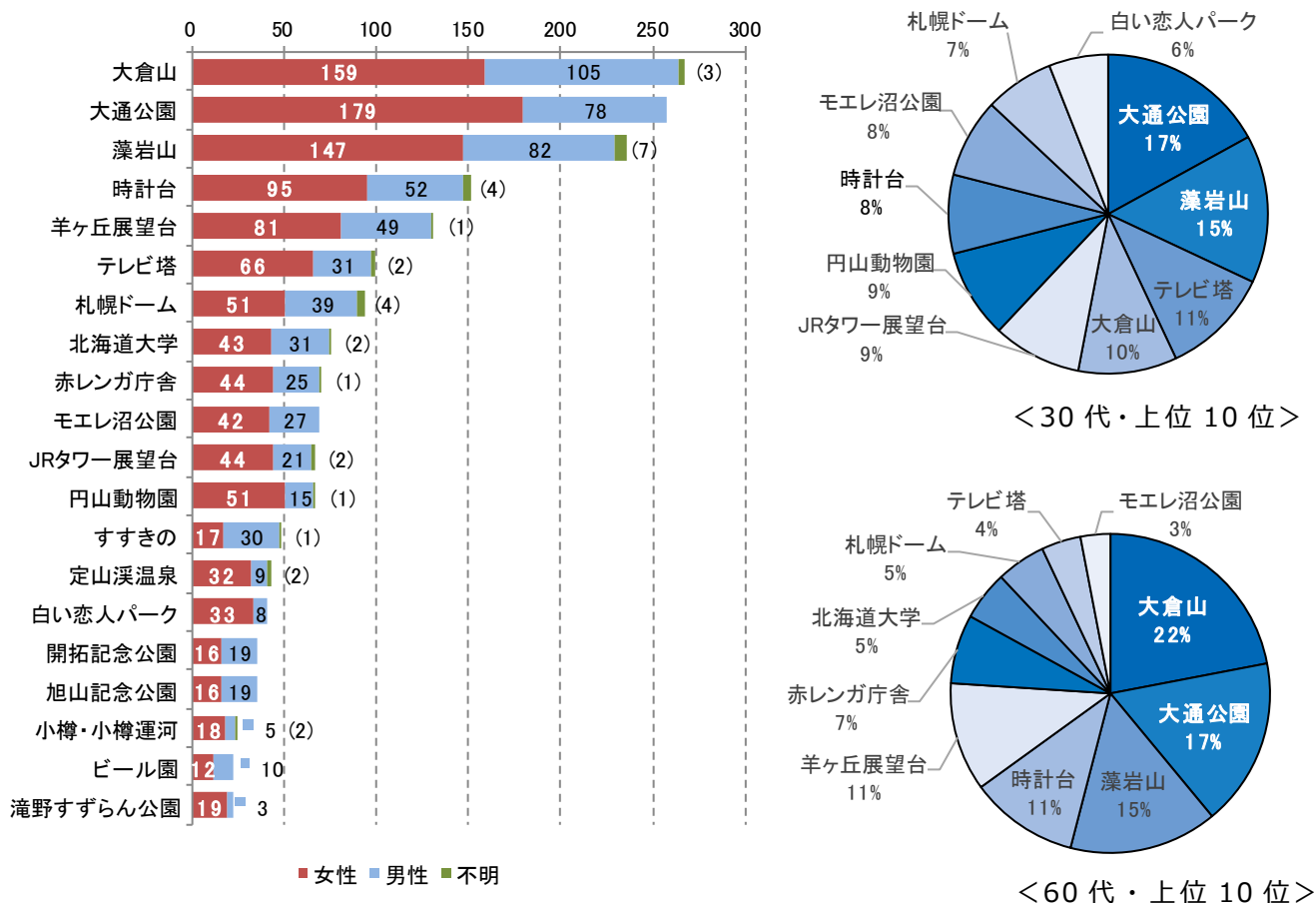


【図 3-31】 札幌のお勧めしたいもの(具体的な記載・食)



札幌のお勧めのうち、「食」と答えた人の具体的な記載では、ラーメンやジンギスカンなどが上位となっているほか、消費をけん引する女性にスイーツや野菜が指示されていることや、若い世代にはスープカレーの人気の定着していることが特徴的です。

【図 3-32】 札幌のお勧めしたいもの(具体的な記載・観光スポット)



札幌のお勧めのうち、「観光スポット」と答えた人の具体的な記載では、大倉山、大通公園、藻岩山が上位となっているほか、外国人観光客に人気の高い花を楽しめる施設などはあまり観光資源として認識されていない状況です。若い世代では、円山動物園の人气が高くなっています。

【表 3-17】 札幌の経済産業における「観光の重要性」

	回答数	割合
とても重要だと思う	104	81.9%
まあまあ重要だと思う	17	13.4%
あまり重要ではないと思う	1	0.8%
全く重要ではないと思う	1	0.8%
無効回答	1	0.8%
無回答	3	2.4%
合計	127	100.0%

【表 3-18】 観光客にアピールできる札幌の1番の魅力

	回答数	割合
様々な観光イベント(さっぽろ雪まつり、さっぽろオータムフェストなど)	47	37.0%
「食」が充実している(飲食店が豊富、道内各地の食が楽しめるなど)	38	29.9%
藻岩山やさっぽろテレビ塔等からの夜景	1	0.8%
雪を活かした景観やウィンタースポーツがある	7	5.5%
全国的に有名な「すすきの」がある	4	3.1%
夏場の過ごしやすい気候	8	6.3%
モエレ沼公園、芸術の村などの文化芸術施設	0	0.0%
道内各地へのアクセスがしやすい立地環境	5	3.9%
その他	7	5.5%
無効回答	8	6.3%
無回答	2	1.6%
合計	127	100.0%

(資料「札幌市観光まちづくりプランパネル展」アンケート調査(2017年11月))

現状を踏まえて

各アンケートの結果によると、札幌市民は、観光に対して好意的であり、観光客を受け入れる意識も高いと考えられます。

札幌市が平成 29（2017）年 11 月に実施した「札幌市観光まちづくりプランパネル展」の来場者アンケートによると、観光客の増加が札幌の経済に良い影響をもたらしていると認識している方が 9 割以上となっており、プラン策定以降も、市民意識の傾向は変わっていないと考えられます。増加する国内外からの観光客をより温かく迎え、再び札幌を訪れてもらえるように、まち全体のおもてなしをレベルアップする取組を実施していくことが重要です。

今後も、観光振興は札幌の経済をけん引する産業の一つとして認識され、市民自らが、おもてなしの気持ちで観光客とふれあい、市民一人ひとりが札幌の魅力を向上させ、発信していけるよう、観光コンテンツの魅力向上と同時に、観光資源についての情報提供の充実を図っていくことが必要です。

第4章 観光まちづくりの目指す姿

第2章及び第3章で述べた観光を取り巻く状況の変化や、これまでの取組成果、課題などを考慮し、今後、札幌市が目指す目標像を掲げるとともに、これを実現するための取組の基本的な考え方や数値目標を設定します。

1 目標像

『産民学官が連携する観光まちづくりの実現』

「観光まちづくり」とは、市民がその地域ならではの風土や文化などを積極的に楽しみ、その魅力的なライフスタイルを訪れる人々と共有し、市民と来訪者とのふれあいやつながりを深めることにより、滞在性や再訪性の高い都市観光³⁰の創造と観光関連産業の持続的な成長を目指す取組です。

“観光まちづくり”とは

『観光地域づくり』

「観光地域づくり」とは、地域に息づく暮らし、自然、歴史、文化等を最大限活用し、住まう人にとっても訪れる人にとっても心地よい空間、また訪れたいと思う地域づくりを進めることです。

この取組を通じて、住まう人の人間性を豊かにし、経済力を含めた地域力を高めると同時に、訪れる人の精神的充足を養うことを目的とします。

取組を進めるうえで重要なことは、既存の観光の概念から脱却し、「観光地域づくり」という考え方へ、住まう人の意識をスイッチすることです。

国土交通省観光政策審議会答申「21世紀初頭における観光振興方策」

『観光まちづくり』

観光客が訪れてみたい「まち」は、地域の住民が住んでみたい「まち」であるとの認識のもと、従来は必ずしも観光地としては捉えられてこなかった地域も含め、当該地域の持つ自然、文化、歴史、産業等あらゆる資源を最大限に活用し、住民や来訪者の満足度の継続、資源の保全等の観点から持続的に発展できる「観光まちづくり」を、「観光産業中心」に偏ることなく、「地域住民中心」に軸足を置きながら推進する必要がある。

国土交通省観光庁「観光地域づくりのノウハウ 東北 SWITCH」

「観光地づくり」と「まちづくり」を一体的に行うことにより、観光資源を劣化させることなく、将来に渡って住民の満足、来訪者の満足を維持し、向上させることを目指すまちづくりの考え方

野村総合研究所 持丸伸吾『地域づくりの新しい考え方「観光まちづくり」』

³⁰都市観光…都市の有する歴史的・文化的遺産、現代都市としての機能、娯楽、商業、サービス等都市の様々な魅力を観光資源と位置付けた観光。名所旧跡を巡る観光に対しての概念で、アーバンツーリズムとも言う。

つまり、地域の特徴的なまちづくりや市民の暮らしに根ざした魅力的な都市観光を創造する活動を展開することで、地域が持つ多彩な価値や資源を掘り起こし、あるいは磨きをかけて、豊かなまちづくりと観光振興を一体的に推進しようという考え方であり、次の 3 つのステップが循環することで、その実現に向けて進んでいきます。

(1) 地域の特性を生かした魅力の創造

札幌は北方都市特有の自然風土に加えて、自然と共生してきた先住民族のアイヌ文化や、日本の近代化・西洋化の先陣を切った開拓の歴史など、日本の中でも非常に際立った特徴を持っています。

また、年間の降雪量が 6 メートルを超えるような豪雪地において 190 万人もの人口を抱えている都市は、世界中でも他に例を見ません。

こうした都市の特性や背景のもと、創造性豊かな都市環境や都市文化、ライフスタイルなどが生み出され、それらが札幌の魅力や個性の源泉となり、市民の札幌への愛着心の高さや都市の魅力の高さにもつながっています。

そして、このような個性や魅力を生かしながら、観光に携わる者だけでなく、デザインやアート、スポーツなど様々な分野の人がアイデアを出し合い、観光資源を進化させ、札幌を訪れる人に感動を与えることが大事であり、このような新しい都市観光のあり方を創造することが、創造都市にふさわしい「観光まちづくり」の基本となります。

(2) 市民が都市観光を自ら楽しみ育てる環境づくり

市民が札幌の多彩な魅力を探訪し、楽しむことで、その魅力はより一層育てられます。

また、この札幌市民の暮らしにおける札幌の楽しみ方を、訪れる人々に体験してもらうことで、それぞれの魅力は、札幌ならではの都市観光コンテンツとなります。

市民と観光客が同じものを楽しむことにより、市民が札幌を訪れる人々と交流したり、つながりを深めたり、親切に案内したり、笑顔でおもてなしをするなど、人と人のふれあいを大切にすることも重要です。

これにより、訪れた人が札幌を好きになるだけでなく、訪れた人から高い評価を得ることで市民の札幌への誇りが育まれます。

(3) 観光関連産業の持続的成長を支える担い手づくり

観光は関連する産業分野が幅広く、経済波及効果も高いものであり、札幌の地域経済においても重要な役割を担っています。

その経済効果としては、1 年あたり 4,084 億円の観光消費と、4,952 億円の生産波及効果、5 万人の雇用を支える効果があります（平成 26（2014）年度基準、札幌市産業連関表に基づき算出）。

観光から持続的に経済的価値を生み出し続けるためには、ホテルや交通機関な

ど第一線に立つ観光サービスの担い手によるおもてなしの充実はもちろん、着地型観光事業者や体験観光ガイド、観光案内ボランティアの育成などにより、来訪者の多様なニーズを満たせる担い手づくりが不可欠です。

第一線に立つ観光サービスの担い手、新たな都市観光の担い手に加え、イベント会社、広告代理店、マスメディア、出版社など関連する企業・団体間の連携によって、滞在性や再訪性の高い都市観光の充実、新たな観光需要の創出、観光サービスの品質と付加価値の向上などを促進し、観光関連産業の持続的な成長を目指します。

これらの3つのステップを進めていくに当たっては、様々な実施主体が積極的に関わっていく必要があります。

例えば、観光関連事業者は、札幌観光をけん引する最も基本的な実施主体として、観光客を引き付ける魅力づくりや、観光客の受入環境の充実に力を入れていただくとともに、市民には、札幌が持つ魅力をもっと知り、楽しみ、それを発信していくこと、観光客に対するおもてなしの心を充実させていくことなどが求められています。また、大学等の教育機関は、今後の観光産業を担う人材育成の重要な担い手となり、行政は、様々な実施主体の取組を積極的に支援していくことが求められています。

そして、これらの産・民・学・官が別々に観光振興に取り組むのではなく、連携し、様々な役割を担い合いながら観光都市としての魅力を高めていくことにより、札幌が目指すべき観光まちづくりが実現していくのです。

2 目標像の実現に向けた取組の基本的な考え方

札幌は魅力的なまちとの評価を受けながらも、時計台、ラーメン、すすきのといった定番の観光イメージのみで語られてしまうことが多いのも事実です。

これらの強い定番イメージ以外にも「札幌は多彩な魅力によって多様な観光ニーズに応えることができる」という札幌の新たな観光イメージを普及させることが、今後観光まちづくりを進めるに当たって、最も重要な課題であると考えます。

例えば、平成27(2015)年10月に日本新三大夜景都市に認定されたことを契機に、藻岩山などの夜景スポットでは来場者数が着実に増加しており、今後は、札幌の新たな観光コンテンツとして、より一層国内外に発信していくことが求められます。

また、札幌には、多くの外国人観光客が訪れていますが、札幌市の調査によると、来札目的として「食」や「自然」が挙げられており、とりわけアジアからの観光客は「雪」に対する関心の高さがうかがえます。外国人観光客の消費志向が、購買中心である「モノ消費」から、体験観光を中心とする「コト消費」にシフトしてきている現在、インバウンドに対するスキーなどの冬のアクティビティなども、優れた特性を持つ札幌のコンテンツであり、更なる発信が必要です。

札幌の観光コンテンツをより多くの人に伝えていくには、まず札幌市民がその魅力を楽しみ、発信し、観光客とともに育てていくことが重要です。このことについては、既に札幌らしい食やアート、スポーツ、歴史文化、夜景などに焦点を当てて、市民や民間主体で「ツーリズム」が形成されていることを生かし、国内外の観光客

誘致に取り組むことが効果的です。

札幌市民も楽しい、多くの人がワクワクして、思わず話題にしてしまうような出来事が、いつもこの街にあふれている、そんな「住んで楽しい、訪れて楽しい札幌」の実現が、「観光都市札幌」の構築につながっているのです。

こうした「観光まちづくり」の具体的な進め方について、以下の3つがポイントだと考えられます。

(1) 札幌市民が、札幌の魅力を探し、知り、日常的に楽しむこと

札幌らしい、札幌ならではの魅力（特色ある歴史や文化、気候風土や地理的要因などを背景に育まれてきたもの）は、他の地域にはない、または他よりも優れている札幌という都市の魅力を指します。

これは難しく考えるようなものではなく、それぞれの市民が今現在実践している「自分なりの札幌の楽しみ方」そのものにヒントが隠れています。

例えば「行きつけのカフェ」を例にとると、明治期に北海道に導入された洋式牧畜が発展を遂げて北海道では良質な牛乳が多く生産され、それが道都札幌に集められ、目の前にあるおいしいカフェオレや焼き立てのパンの材料となっています。

このように、地域の魅力には、何かしら土地に根ざした歴史的な背景があり、そのような魅力こそが札幌ならではの魅力とすることができます。

(2) 札幌市民・観光関連事業者等が、札幌の魅力を提供し、情報を発信していくこと

札幌の魅力であっても、それを知っている人だけが楽しんでいては、その魅力の持つ可能性が十分に発揮されたとは言えません。皆が魅力ある情報を提供しあうことで、多くの人々が次々と魅力を知ることができます。

特に、フェイスブックやインスタグラムなどのソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）などは、それを容易に可能としています。

魅力を提供する側にとっては、顧客の増加によって安定的に営み続けることができますし、競争は生まれますが、切磋琢磨は個々の魅力を磨くことにつながるものでもあります。

(3) 来訪者が札幌の魅力の情報に触れ、楽しむこと

地元の人々が愛している、誇りにしている、大切にしている、親しんでいる、そうした風土や文化、暮らしそのものが、訪れる人々にとっても魅力を感じる観光資源となります。つまりは、札幌市民が楽しんでいる魅力の情報を外の人に上手に届けることが重要です。

情報が伝わることで、札幌を訪れたいと思う人が増え、また再訪・滞在日数の増加にもつながります。

また、市民と来訪者との交流を通して、札幌と他の地域との違いを認識することができ、札幌の魅力を磨くための「気付き」を得ることにつながります。

さらに、市民が地元札幌への誇りを育むことにもつながります。

以上の3つのステップが展開されることにより、市民、観光関連事業者、行政、来訪者による札幌の観光振興が円環的に繰り広げられ、上昇気流を生み出し、札幌の都市の魅力が次々と発掘され、洗練され、発信されていくことでしょう。

それは自分たちのまちへの愛着や誇りを高めることになるとともに、観光客と市民が同じものを一緒に楽しむことで交流が生まれ、再訪や新たな魅力づくりのアイデアを生み出すことにつながっていきます。

それが“観光まちづくり”のダイナミズムであり、これからの札幌の観光のあるべき姿だと考えます。

3 目標像の実現に向けた数値目標

「観光まちづくり」の取組によって、札幌が目指す姿は「豊かなまち」です。

魅力があふれ、暮らして楽しい、笑顔になれる「心豊かなまち」を目指すと同時に、訪れる人から観光関連収入を得て、「経済的にも豊かなまち」になることを目指します。

計画後期における数値目標は、前期に達成した数値もあることから、改めて再設定します。

また、札幌の観光の現状に即した目標設定とするため、必要に応じて見直していきます。

●年間来客数

(2012年度)	(2016年度)	(2022年度)	※旧目標
1,304万人	→ 1,388万人	⇒ 1,800万人	1,500万人

	(2012年度)		(2016年度)		(2022年度)		※旧目標
道内容	874万人	→	928万人	⇒	1,000万人		900万人
道外客	362万人	→	251万人	⇒	450万人		443万人
海外客	68万人	→	209万人	⇒	350万人		157万人

【目標再設定の考え方】

観光庁が提示している「観光入込客統計に関する共通基準」に基づき、平成28(2016)年度及び平成29(2017)年度にかけて最新の観光客率を調査、算出したところ、札幌市の観光客率は上昇する見込みとなっています。この新観光客率を用いて平成28(2016)年度の年間来客数を試算すると約1,500万人となります。(平成30(2018)年度年間来客数から新観光客率を適用)。

また、東京2020オリンピック・パラリンピックの開催なども、観光客増加の要因として考慮されることから、年間来客数全体としては1,800万人を新たな数値目標としました。

その内訳として、道内容については、人口減少等によって大幅な増加は見込めませんが、プラン策定時からの増加率を考慮し、1,000万人とします。

次に、道外客は、最新の観光客率では約3割の上昇がみられることや従来の数値目標が達成できていないことを考慮し、従来の数値目標とほぼ同数の設定とします。

最後に海外客については、国や北海道の2020年に向けた目標値の想定増加率と札幌における過去の増加傾向を考慮し、年間1割程度の上昇を見込み、2022年度までに350万人と設定します。

【表4-1】札幌の年間観光客数 (単位：万人)

年度	道内容	道外客	海外客	合計
2013年度	902	348	105	1,355
2014年度	887	312	141	1,340
2015年度	892	281	192	1,365
2016年度	928	251	209	1,388
2016年度 (試算)	946	337	209	1,492

(資料：札幌市)

●観光消費額

(2010年度)	(2016年度)	(2022年度)	※旧目標
3,689億円	→ 5,229億円	⇒ 7,000億円	4,700億円

	(2010年度)	(2016年度)	(2022年度)	※旧目標
道内客	20,871円	→ 20,871円	⇒ 23,000円	23,000円
道外客	35,404円	→ 31,601円	⇒ 50,000円	39,000円
海外客	66,347円	→ 122,219円	⇒ 120,000円	73,000円

【目標再設定の考え方】

年間来客数（道内客、道外客、海外客）の目標と連動して、それぞれの観光消費額単価（北海道の調査結果を基に札幌市内の1回当たりの旅行消費額を算出したもの）をベースに、観光消費額を上方に修正します。

なお、観光消費額は、国内外の経済状況、為替、免税制度などによって大きく左右される傾向があることから、直近の消費動向を捉えた調査結果も十分に考慮し、目標数値の見直しに当たっては、「第5回札幌市観光産業経済効果調査（2017年12月）」に基づき試算した観光消費額も参考にしています。

●平均滞在日数

通年の平均滞在日数を約15%延長させます。

	(2016年度)	(2022年度)	※旧目標（雪まつり時期）
国内客	1.13日	⇒ 1.30日	道外客 3.5日 → 4.0日
海外客	1.20日	⇒ 1.40日	海外客 4.4日 → 4.9日

【目標再設定の考え方】

今回のプラン改定では、札幌の観光が活性化することで、札幌に大きな経済波及効果をもたらすことを考慮し、観光客の購買意欲の促進や消費行動の活性化等に取り組んでいくことが重要となります。これに対しては、市内観光地の周遊促進や夜間観光などを通じて、市内に観光客がより長く滞在してもらうことが重要であり、この考え方を基に引き続き「平均滞在日数」を数値目標とします。

イベント期間中の平均滞在日数では、当イベント開催期間に大きく左右されるものであり、また札幌の経済への効果を測る上では、年間を通じた宿泊動向を反映していないため、的確な数値目標とは言えませんでした。

このため、滞在日数の考え方について、従来の0.5日（約15%）増であった考え方を引き継ぎ、一年通じた平均滞在日数に対し、約15%増加させる方向で、新たな数値目標の設定を行います。

●再訪意欲（「ぜひ、また来たい」と答えた人の割合）

45.0%(2012年度) → 48.8%(2016年度) ⇒ 66.0%(2022年度)

【目標再設定の考え方】

観光統計の数値からは、来札観光客の満足度は比較的高いといえますが、国内観光客には満足度の低下が見受けられる状況にあり、これが再来訪に影響を及ぼす可能性が十分にあります。

プラン策定時に設定した再訪意欲 66%という数値目標は未達成であり、年間来客数や観光消費額の引き上げには重要な項目であることから、引き続き今後の数値目標として設定し、これに係る重点施策の設定、取組内容の充実で対応していくこととします。

第5章 観光まちづくりの基本方針

第3章で整理した札幌観光の動向や様々な統計データやアンケート調査による特性に基づき、札幌の観光が持つ強みや弱み、また、外部環境の変化などの視点で分析を行ったうえで、今後に向けた課題を整理しました。

【札幌観光の動向・特性と課題】



この章では、これらの課題を体系的に整理し、第4章「観光まちづくりの目指す姿」で掲げた観光まちづくりを実践していくために、今後の施策展開について4つの基本方針を定め、それぞれについて具体的な施策の方向性を示しています。

■ 観光まちづくりの基本方針

近年の札幌の観光を取り巻く状況を踏まえて、プラン後期5年間のマスタープラン編における「基本方針」は、以下のとおりとします。

＜プラン後期の基本方針見直しの考え方＞

- 基本方針1において、滞在日数を延ばしていくためには、札幌の周辺都市との連携による観光の創造、周遊の促進を図る必要があります、こうした都市間連携の視点が入るよう、北海道全体の魅力を活用する視点を追加します。
- 基本方針2において、現状では、様々な札幌のツーリズム（着地型観光サービス）が醸成されてきており、今後はこれを活用していく段階であるという視点を追加します。
- 基本方針3において、「ようこそさっぽろ」「札幌いんふお」など情報提供機能は既に充実してきており、今後はICT活用など提供方法を強化する視点を追加します。
- 各項目において、国内観光客の取込やICT技術の活用などの視点を追加します。

基本方針 1	札幌・北海道の魅力を生かした観光の創造
1-1	産民学官による札幌の魅力発信の促進
1-2	札幌独自の資源を生かした体験観光の育成、周遊の促進
1-3	文化・スポーツ観光の創出
1-4	食などの観光資源の活用と観光客周遊及び購買行動への連動
1-5	特色あるイベント展開による集客交流の促進と周遊促進
1-6	札幌の奥座敷である温泉観光地「定山溪」の魅力アップ
1-7	観光コンテンツの魅力アップ及びプロモーションの促進

基本方針 2	受入サービス・おもてなしの向上と着地型観光の促進
2-1	着地型観光コンテンツのPRと担い手育成
2-2	多様なニーズに対応した受入環境整備
2-3	官民協働による、まち全体のおもてなしの向上
2-4	MICEの受入体制の充実
2-5	ユニバーサルデザインの推進

基本方針 3	滞在・周遊・再訪を促進する情報提供の強化
3-1	I C T や S N S を活用した観光情報の集約及び発信の強化
3-2	市民、来訪者、観光関連事業者の情報共有の促進
3-3	公共交通の案内充実、周遊する仕組みの強化
3-4	観光案内の強化
3-5	魅力のショーケースとしての機能の強化

基本方針 4	未来を創造していくプロモーションの展開
4-1	多様なツーリズムを活用した国内外へのプロモーション
4-2	国内外観光客の誘致活動の推進
4-3	国内外のM I C E 誘致活動の強化
4-4	シティプロモートの展開

基本方針 1

『札幌・北海道の魅力を生かした観光の創造』

課題

- 定番観光の充実と体験観光への誘導（歴史・文化などストーリー性のある観光情報の提供）
- 秋から冬の都市文化のアピール（秋のイベント強化、冬のライフスタイル体験）
- 都心周辺・郊外エリア周遊の促進（札幌にしかない自然・歴史・文化資源の活用）

基本方針のねらい

札幌・北海道の自然風土、開拓や発展の歴史、市民の暮らしなどに根ざした札幌らしい都市文化やライフスタイルの魅力を、市民が探訪し、学び、楽しみ、育て、これらの魅力を来訪者にじっくりと味わってもらい、札幌ならではの多彩な「体験」を重視した都市観光を充実します。

施策の方向性

1-1 産民学官による札幌の魅力発信の促進

- ソーシャルメディア³¹などを活用して市民が札幌の魅力やホットな情報を発信する取組を広げます。
- 市民・NPO・まちづくり組織・大学などによる、札幌の観光資源を発掘・創出する活動を促進するとともに、様々な世代の視点を生かしながら札幌の魅力を向上させていきます。

1-2 札幌や北海道独自の資源を生かした体験観光の育成、周遊の促進

- 藻岩山や定山溪エリアなどの身近な自然を生かして、市民や来訪者が自然とふれあえる観光を育てます。
- 四季それぞれのアウトドアレジャーやスポーツの楽しさを、体験観光コンテンツとして活用します。
- 市内や周辺市町村での農業体験を観光コンテンツとして活用するとともに、地元の人々との交流を通して、温かみのある観光を育てます。
- 道内中核都市³²などと連携しながら、道内の航空網・鉄道網・高速道路網などを活用し、札幌と道内各地をつなぐ周遊観光を促進します。
- さっぽろ広域観光圏³³を中心とする近隣市町村や道内中核都市と連携してそれぞれの魅力を生かしながら、広域エリアとしての魅力アップと満足度の向上を図り、札幌を含む道内での周遊や滞在を促進します。

³¹ソーシャルメディア…インターネットの普及によって個人・組織による情報発信が容易となったことで生じたブログ、ツイッター、Facebookなどに代表される新たなメディア。マスメディアに対する概念で、知識や情報の大衆化や、双方向性といった特徴を持つ。

³²中核都市…都市圏または生活圏の核となる機能を備えた都市を指す言葉で、道内では札幌市、函館市、旭川市、釧路市、帯広市、北見市の6市で「道内中核都市観光連携協議会」を設立し、観光情報の発信、観光プロモーション事業などで連携している。

³³さっぽろ広域観光圏…観光圏の整備による観光旅客の来訪及び滞在の促進に関する法律に基づき、札幌市、江別市、千歳市、恵庭市、北広島市、石狩市、当別町、新篠津村で認定を受けた観光圏。

1-3 文化・スポーツ観光の創出

- 開拓期の文化財や過ごしやすい気候で開催されるスポーツイベントなどを活用し、市民や来訪者に札幌のまちづくりの物語を伝える観光を創出します。
- 定番観光資源の歴史性や文化性をクローズアップし、眺めるだけではない、厚みのある観光を提供します。

1-4 食などの観光資源の活用と観光客周遊及び購買行動への連動

- 北海道産の良質な食材、それを活用した様々な料理や「さっぽろスイーツ³⁴」など、食のブランドを活用して、集客、再訪、滞在を促進します。

1-5 特色あるイベント展開による集客交流の促進と周遊促進

- 札幌の魅力を体感できる四季折々のイベントの魅力をさらに高めます。
(春) ライラックまつり、YOSAKOIソーラン祭り など
(夏) 夏まつり、大通ビアガーデン など
(秋) オータムフェスト、菊まつり など
(冬) ホワイトイルミネーション、ミュンヘン・クリスマス市、雪まつり など
- 芸術の森、札幌コンサートホールKitara、モエレ沼公園、市民交流プラザ（平成30（2018）年10月オープン予定）、パシフィック・ミュージック・フェスティバル（PMF）、サッポロ・シティ・ジャズ、国際芸術祭など、札幌の文化芸術の魅力を生かした都市観光を推進します。
- 札幌ドーム等におけるプロスポーツやコンサートなど、集客力の高いコンテンツをきっかけとした滞在・周遊を促進します。

1-6 札幌の奥座敷である温泉観光地「定山溪」の魅力アップ

- 「定山溪観光魅力アップ構想」に基づき、定山溪の活性化や総合的な再整備を進めます。
- 都市型温泉観光地としての景観的な魅力を高め、演出や仕掛けにより、そぞろ歩きが楽しいにぎわいのある温泉街の創出に取り組みます。
- 支笏洞爺国立公園や札幌国際スキー場など自然環境を生かした体験観光コンテンツやレクリエーション、イベントなど、周辺エリアとの連携による回遊性の向上を図り、定山溪エリアへの誘客と滞在の促進、満足度の向上を図ります。

1-7 観光コンテンツの魅力アップ及びプロモーションの促進

- 都心の5つのエリア（駅前通地区・大通地区・すすきの地区・創成東地区・大通公園西周辺地区）それぞれの魅力を一層高めることにより、国内外の観光客をひきつける札幌ならではの都市観光を展開します。
- モエレ沼公園・さとらんど周辺、歴史的建造物など、観光資源としての魅力をさらに高めるために、これらの地域のまちづくりについて観光の視点でマネジメントしていくことを検討します。
- 夜景などの観光コンテンツの魅力を高めるとともに、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ます。

³⁴さっぽろスイーツ……冷涼で爽やかな気候、豊富で新鮮な食材、スイーツのイメージにふさわしい美しい街並みといった札幌の特徴を生かして取り組んでいる地域ブランド。

基本方針 2

『受入サービス・おもてなしの向上と着地型観光の促進』

課題

- きめ細やかな案内・交通・体験サービスの提供など着地型観光サービスの充実
- 量から質を重視する観光への転換（滞在や再訪を重視したサービスの強化）
- 人と人のつながりによる情報の波及を図るためのソーシャルメディアなどの活用

基本方針のねらい

体験観光ガイド、コンシェルジュ³⁵、外国語ボランティアの人材育成などによる観光客受入体制の充実や、市民のおもてなし意識の一層の向上に取り組みます。

また、体験観光など新たな観光分野に取り組む事業者を育成し、魅力あるコンテンツの提供体制を強化します。

施策の方向性

2-1 着地型観光コンテンツのPRと担い手の育成

- 体験観光などの着地型観光コンテンツの担い手の起業支援や人材育成に取り組みます。
- 着地型観光コンテンツを活用した集客、滞在を促進するため、魅力発信・PR活動に取り組みます。

2-2 多様なニーズに対応した受入環境整備

- 避暑や保養など、長期滞在旅行の需要を取り込むため、長期滞在に適した宿泊施設の提供や、長期滞在者向けの情報発信、案内サービス提供などの環境づくりを進めます。
- 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・丘珠空港の受入機能の充実を図るとともに、都心部のまちづくりを進め、アクセス環境の充実を図ります。
- 多様な宿泊ニーズ（住宅宿泊事業・富裕層）に対応した受入環境の整備を行います。
- 宿泊、運送、飲食業など観光関連産業における人材確保やサービス生産性の向上に向けた支援を行います。
- 外国人観光客が安心して滞在できるような災害時の対応の強化を図ります。

2-3 官民協働による、まち全体のおもてなしの向上

- 経済団体、観光関連事業者、都心部商店街、市民ボランティア、札幌市などが共同で組織する「札幌おもてなし委員会³⁶」を中心に、まち全体のおもてなしをレベルアップするための取組を進めます。
- 観光ボランティアや観光おもてなしタクシー³⁷について、持続可能な取組となるよう、支援を行います。

³⁵コンシェルジュ……お客様の様々な要望への対応や案内などを行う職務を担う人の職名

³⁶札幌おもてなし委員会……まち全体のおもてなし向上を目指すため、観光関連団体（経済団体、観光関連事業者、都心部商店街、市民ボランティア、行政など）と連携し立ち上げた官民合同組織。

³⁷観光おもてなしタクシー……平成23（2011）年4月より始まった北海道観光おもてなしタクシー乗務員認定制度により、観光知識や接客マナーに関する専門的な研修を受け、試験に合格したタクシー乗務員が運転する観光タクシー。愛称は「夢大地北海道ガイドタクシー」。

- 来訪者への親切な行動が自然に出てくる、市民の優しい「おもてなし」を一層広める啓発活動に取り組みます。

2-4 MICEの受入体制の充実

- MICEのワンストップサービスセンター³⁸である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受入体制を強化します。
- MICEの動向を見据えた新たなMICE施設の整備を推進します。
- MICE分野に関わる関係団体などと連携を図り、MICE産業従事者の人材育成を支援します。

2-5 ユニバーサルデザイン³⁹の推進

- 札幌オリンピック・パラリンピックの誘致や国内からのシニア層観光客の誘客を視野に入れた観光施設内のバリアフリー化の推進、サポート体制の情報提供・仕組みづくりなどに取り組みます。
- 交通の要所、雪まつりなどのイベントや観光関連施設などにおける外国語対応の充実に取り組みます。

³⁸ワンストップサービスセンター…ここでは、会場や交通の手配等、主催者が必要とする情報やサービスを一か所で提供する機能を担う機関。

³⁹ユニバーサルデザイン…文化、言語、国籍、性別、年齢、障がいの有無、能力の如何などを問わずに利用することができるよう、普遍性を持たせた施設・製品・情報などの設計・デザイン。

基本方針 3

『滞在・周遊・再訪を促進する情報提供の強化』

課題

- 滞在型・体験型観光の充実（四季折々の札幌の楽しみ方を提供）
- 魅力的な食文化の更なる充実（道産食材や料理のショーケース機能⁴⁰の発揮）
- 札幌と道内各市町村との連携強化（北海道全体の観光市場を創出する取組の推進）

基本方針のねらい

近年、旅行スタイルの主流となりつつある個人旅行においては、来訪者の多様な嗜好・ニーズに応じた観光情報が重要となることから、来訪者の滞在、周遊、再訪に結びつくよう、札幌及び道内各市町村の観光情報の発信・提供機能を強化します。

施策の方向性

3-1 ICTやSNSを活用した観光情報の集約及び発信の強化

- 観光案内所や札幌の公式観光サイト「ようこそさっぽろ⁴¹」、SNSを活用した観光情報の集約を行い、札幌市内の飲食店の情報や、道内各市町村のイベント情報などの観光情報を多言語で発信します。
- ICTを用いた観光客動態の把握により、周遊、購買行動への連動の促進を図ります。

3-2 市民、来訪者、観光関連事業者の情報共有の促進

- ソーシャルメディアなどを活用して市民、来訪者、観光関連事業者が札幌の魅力情報を発信し、情報の共有を進めます。
- 札幌の旬の魅力や新鮮な情報を、市民、来訪者、観光関連事業者などに届けるため、情報発信を充実します。

3-3 公共交通の案内充実、周遊する仕組みの強化

- 公共交通機関や地下街・地下歩行空間などの利用を促す情報を発信するとともに、民間ビルの建て替え更新等を通じて、地上部の回遊空間の充実を図りながら地下空間ネットワークと沿道ビルとの接続を促進することで、地上地下の重層的なネットワークを強化・拡充し、都心部での観光客の周遊を促進します。また、観光バスの受入環境整備について、官民連携により取り組みます。
- ICTを活用し、交通情報や観光スポットの情報を組み合わせ、札幌の来訪者が市内を周遊する仕組みを検討します。

3-4 観光案内の強化

- 外国人観光客の増加に対応するため、観光マップ、パンフレットなどの多言語表示を進めるとともに、外国人観光客からのニーズが高い無線通信環境の充実に取り組みます。

⁴⁰ショーケース機能…店頭で商品の実物を見ることができるよう、札幌では北海道内の農産品や料理などを見たり、実際に食べたりすることができ、札幌は道内の魅力資源の広告塔の役割を担っていることを指す。

⁴¹ようこそさっぽろ…札幌の公式観光サイト。<http://www.welcome.city.sapporo.jp/>

- 来訪者に体験観光などの着地型観光コンテンツを案内し、提案や手配を行う案内デスクの設置を促進します。

3-5 魅力のショーケースとしての機能の強化

- 都心部でのイベントや道内他市町村との連携を通じて、札幌・北海道の観光・物産などの魅力を集積し、来訪者が知り、触れる機会の拡大を図ります。
- 旅行会社・メディア関係者のモニターツアーや商談会を開催して、魅力の認知度アップを図ります。

基本方針 4

『未来を創造していくプロモーションの展開』

課題

- アジア諸国との交流拡大（国際航空路線の拡大、双方向の観光交流の強化）
- 都市間競争・地域間競争への対応（国内外への戦略的な観光誘致活動の展開）
- シティプロモート⁴²の積極的展開（国内トップの都市イメージを世界に発信）

基本方針のねらい

札幌は、食や自然といった北海道の豊かな観光資源を背景に持ちつつ、美しい街並みや高い都市機能を有していることなどにより、魅力的な観光都市として国内外から高く評価されていることから、札幌の発展は北海道と共にあることを常に意識しておく必要があります。

その上で、今後は札幌・北海道の強みをお互いに生かしながら、国内外に向けて積極的にプロモーションを展開することで、観光客やM I C Eの誘致につなげ、世界が憧れる札幌・北海道を実現していきます。

施策の方向性

4-1 多様なツーリズムを活用した国内外へのプロモーション

- 「魅力都市さっぽろシティプロモート戦略」と連携し、札幌の魅力的な都市イメージやライフスタイルを国内外にアピールする取組を進めます。
- 札幌の多様なツーリズムの魅力や楽しみ方を生かし、周辺都市と連携しながら、誘致活動や多様なメディアを活用した広報戦略を推進します。
- ツーリズムの推進に当たっては、札幌市や民間企業、関係団体等が連携して取り組みます。
- 旅行メディア⁴³やマスメディアを通じたP R活動、大都市圏や航空路線就航都市でのプロモーション活動など、国内での誘致活動に取り組みます。
- 新たな旅行商品造成のため、旅行業者などに対し、商談会、現地視察への招請等による積極的な働き掛けを行います。

4-2 国内外観光客の誘致活動の推進

- 国内外の有望市場を中心に、現地の旅行会社向けのプロモーション活動、旅行博覧会⁴⁴への出展、旅行・メディア関係者の招請、国内外のホテルとの連携強化など、観光客の誘致活動に取り組みます。
- 観光客の増加に大きな影響がある航空便の誘致に取り組むとともに、二次交通のアクセスの充実を図ります。
- 都市間交流を通じた相互送客による観光振興を図ります。
- 世界的な知名度を誇る「さっぽろ雪まつり」や北海道の「食」、豊富かつ良質な「雪」、冬季オリンピックの開催地など、「Sapporo」の知名度・ブランドを、集客やM I C E誘致に活用します。

⁴²シティプロモート…ここでは、町の魅力を再発見し、創造することで新しい都市の輝きをつくり出すとともに、市民が誇りを持ってその魅力を内外に発信することで、世界の人々と多様な関係をつくり出すための一連の活動をいう。

⁴³旅行メディア…観光、グルメ、温泉、地域情報など旅行関連のテーマを扱うテレビ番組や雑誌など。

⁴⁴旅行博覧会…一般消費者・旅行者向けに、各国・各地域のP Rブース等が集う展示会。

- ユネスコ創造都市ネットワーク加盟や「環境都市・札幌」宣言、札幌市平和都市宣言など、札幌市が世界に誇れる取組を積極的にPRするとともに、札幌市国際戦略プランで掲げる多文化共生社会の実現を推進し、集客交流を促進していきます。
- 冬や雪など、札幌の個性を生かしながら、誘致ターゲットの国や客層のニーズに合わせて、戦略的に観光資源を発掘・創造・活用し、その魅力を映像などにより効果的にPRすることで、観光客の誘致、再訪、周遊、滞在の促進に取り組みます。
- 創造都市さっぽろ⁴⁵や映像の力により世界が憧れるまちさっぽろを実現するための条例⁴⁶などの取組と連携し、新たな方法での情報発信に取り組みます。
- 国の成長戦略における観光政策の推進に加え、東京2020オリンピック・パラリンピックの開催などにより、今後増加することが見込まれる訪日外国人観光客を効果的に取り込み、来札に導くための誘客策を展開します。

4-3 国内外のMICE誘致活動の強化

- 札幌市内の優れたMICE開催機能を戦略的に国内外に発信するとともに、大規模MICEに伴うエクスカッション⁴⁷の充実などについて、周辺自治体等との連携を図ります。
- コンベンションの開催経費などに対して助成を行います。
- 札幌のオリジナリティを発揮し、MICE開催地としての優位性を高めるユニークベニュー⁴⁸やチームビルディング⁴⁹などの開発、周辺地域を含む他都市と連携した企画の検討などを行います。
- インセンティブツアー⁵⁰に対する助成制度を活用し、誘致の強化を図ります。

4-4 シティプロモートの展開

- 相互の観光資源を活用して観光振興を図る道内他市町村と連携を深めながら、シティプロモーションを展開していきます。
- 修学旅行誘致のターゲットを設定し、具体的な体験学習プログラムや歴史文化学習プログラムを開発するとともに、道内他市町村と連携し、首都圏をはじめとする道外からの修学旅行や社会見学などの誘致活動に積極的に取り組みます。
- さっぽろ広域観光圏を中心とする近隣市町村や道内中核都市などとの連携により、新たなツーリズムを提案する周遊キャンペーンなど、様々な事業を展開するとともに、これを積極的に道外にPRします。

⁴⁵創造都市さっぽろ……………文化芸術の多様な表現に代表される創造性を生かした産業振興や地域の活性化、多様な交流を図る札幌市の取組。

⁴⁶映像の力により世界が憧れるまちさっぽろを実現するための条例……………市民、事業者及び市が協力・連携しながら映像の力を活用したまちづくりを進めることで、札幌をより豊かで魅力的なまちとし、世界が憧れるまちさっぽろを実現することを目的とした条例。

⁴⁷エクスカッション……………地域の自然や歴史、文化などをテーマにした体験型の視察会。

⁴⁸ユニークベニュー……………会議やレセプションで利用することにより特別感や地域の特性を演出できる個性的・独創的な会場。(例：モエレ沼公園ガラスのピラミッド、大倉山ジャンプ競技場等)。

⁴⁹チームビルディング……………チームワークを高めるためにゲームやアトラクションを競い合うプログラム。

⁵⁰インセンティブツアー……………企業の行う報奨・研修旅行。



第2編 アクションプラン編

<2018年度～2022年度>

第6章 重点施策

1 重点施策（後期）の体系

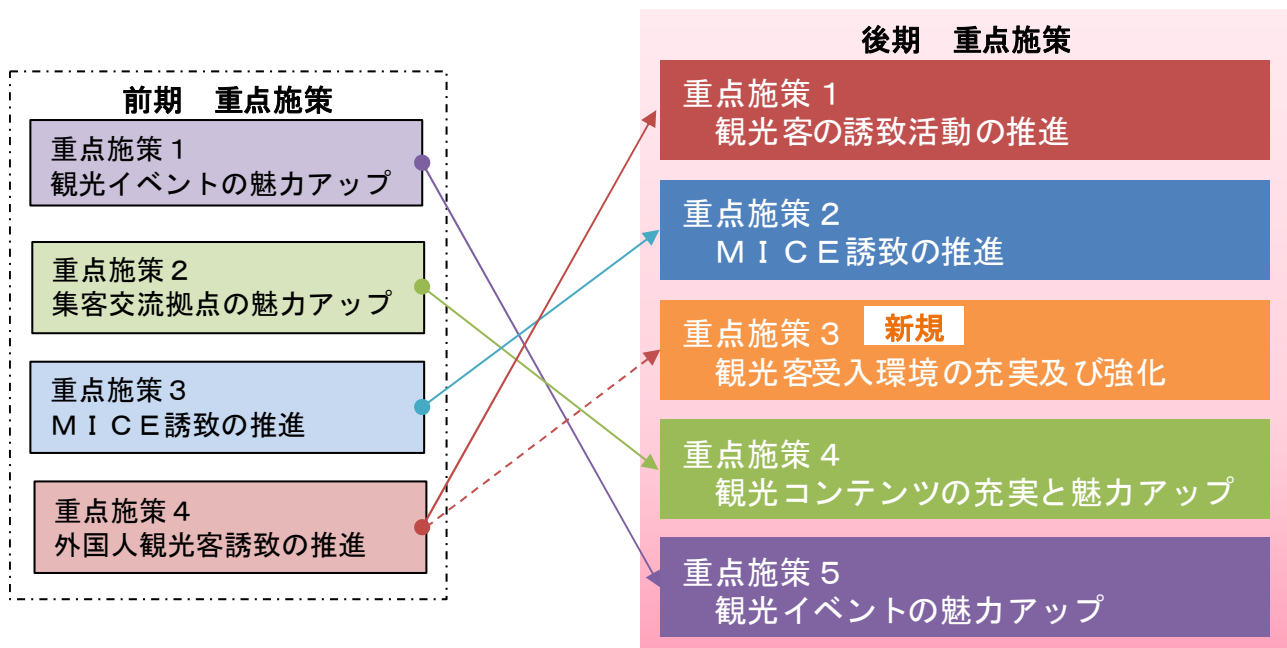
第1編「マスタープラン編」では、目指すべき将来像や基本的な施策の方向性を定めた基本方針などを掲げてきました。

「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。

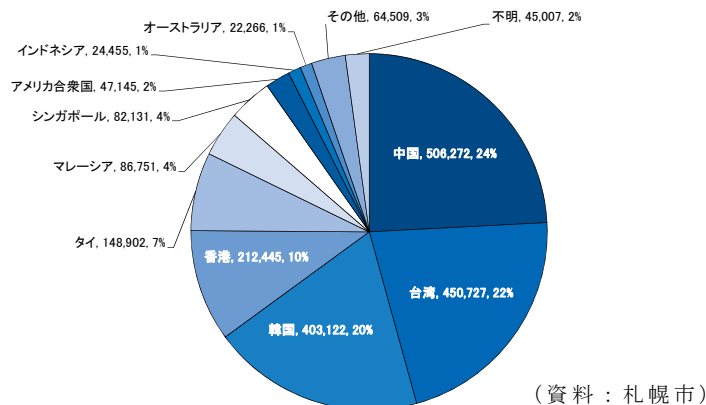
国際定期便路線の開設、増便等に向けた取組を進め、国際観光都市を目指し、これまで重点的に取り組んできた東アジア及び東南アジア諸国からの観光客誘致に加えて、欧、米、豪、露や富裕層など幅広いインバウンド誘致活動を展開し、持続的なインバウンドの獲得を推進します。

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

⁵¹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

⁵²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

⁵³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⁵⁴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）

⁵⁴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(ICCAs)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>

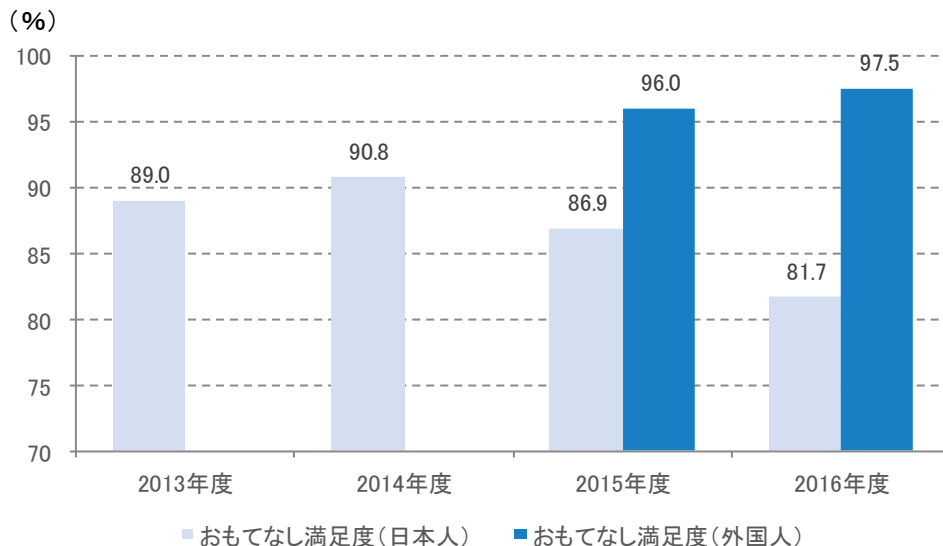
■再訪意欲

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)

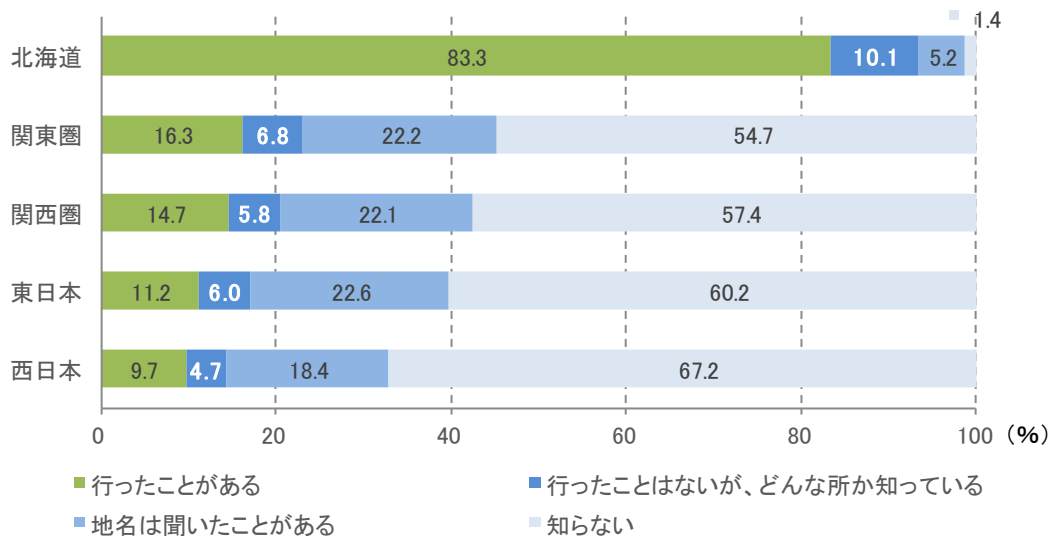
■ 外国人観光客の平均滞在日数

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⁵⁵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)

⁵⁵ 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⁵⁶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

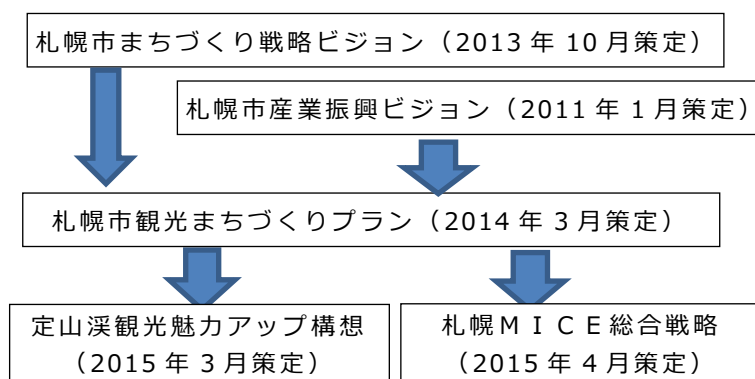
- 大通会場を核としながらも、創成川イースト、円山、すすきの、藻岩など他会場への広がりを持たせることにより、まち全体で賑わいを創出
- 東京、大阪、名古屋の3大都市圏など、道外におけるイベントの認知度を上げ、集客力を高めるためのプロモーション活動の展開

⁵⁶3D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 エリアマネジメントの推進

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

■ 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

第7章 個別事業

この章では、観光まちづくりを実現するために、第5章「観光まちづくりの基本方針」において整理した施策体系をもとに、本プラン計画期間中に取り組む個別事業を整理します。この個別事業については、原則、毎年度点検・評価を実施し、時流に沿った新たな取組を追加・補強していくなど、進捗管理を徹底します。

なお、ここに掲げる事業は、札幌市の中期実施計画である「札幌市まちづくり戦略ビジョンアクションプラン 2015」に位置付けられている取組や第6章「重点施策」で掲げた取組などを中心に掲載しています。

【基本方針1】

『札幌・北海道の魅力を生かした観光の創造』

施策1-1 産民学官による札幌の魅力発信の促進

事業名	事業内容	担当部
市民力を活用した情報発信	来訪者の多様なニーズに応じた観光情報を発信するため、ブログなどのソーシャルメディアを活用して、市民、来訪者、観光関連事業者が魅力と感じている観光地や観光施設などの情報を発信し、さらに情報の相互交流を進める、いわゆる口コミによる情報発信の形成を促進します。	経) 観光・MICE 推進部
おもてなし推進・レベルアップ事業	おもてなしの推進と受入体制の強化により、来札者の満足度を向上させ、再訪者の増を図ります。	経) 観光・MICE 推進部
シティプロモート推進	札幌のライフスタイルの発信など新たな都市イメージを発信する事業を庁内連携のもとで実施します。	総) 広報部
SAPPORO (サッポロスマイル) 笑顔になれる街の普及推進	市民のおもてなし意識の醸成を図るとともに、市民や企業が、札幌ならではの魅力に誇りを持ち、その魅力を高めて世界に発信していくコミュニティづくりを進めるため、笑顔をキーワードとするシンボルマークの普及促進などを実施します。	総) 広報部
創造都市ネットワーク活用事業	ユネスコ創造都市ネットワークを生かして、世界の創造都市との知の交流を図ることで札幌の街の活性化を図るとともに、メディアアーツ都市としての札幌の魅力を世界に発信します。	市) 文化部
札幌のネットワークを活用した情報発信	国内の外国大使館や札幌に所在する外国公館、自治体国際化協会海外事務所などとの関係を活用して、多文化共生のまちや暮らしなどの情報発信を行います。	総) 国際部

事業名	事業内容	担当部
まちの魅力再発見事業	「楽しい、美味しい、面白い、珍しい」など、一般的な観光情報では知ることのできない中央区内各所の隠れた魅力を掘り起し、小冊子を発行して区内外に広く発信します。	中) 市民部
「住んでよし、訪れてよし」の魅力あふれるまち	南区内の観光施設、町内会、大学、商店街約 40 団体で活動している団体「札幌シーニックバイウェイ藻岩山麓・定山溪ルート」と連携して、南区の魅力を広く PR します。	南) 市民部
地域スポーツコミッション事業	地域スポーツコミッションによる国際競技大会や合宿の誘致、スポーツツーリズムを推進します。	ス) 招致推進部

施策 1-2 札幌や北海道独自の資源を生かした体験型観光の育成、周遊の促進

事業名	事業内容	担当部
さっぽろ雪まつり事業	さっぽろ雪まつり実行委員会に対する補助を行うほか、引き続き大通会場やつど一む会場の会期を延長させ、来場者数の増を目指します。さらに、プロジェクトマップの活用など雪まつりにアート性を持たせる取組を推進するとともに、駅前通地下歩行空間での PR イベントなど、まち全体で祭りを盛り上げるための魅力づくりを行います。	経) 観光・MICE 推進部
広域連携による観光復興	近隣市町村や道内中核都市などとの連携によるスケールメリットを生かし、PR 事業の共同実施など観光客の誘客や周遊促進を図るための様々な事業を実施します。	経) 観光・MICE 推進部
定山溪地区魅力アップ事業	定山溪地区の観光資源としての魅力向上を目指して平成 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、温泉街の環境整備やにぎわいづくり、周辺観光資源と連携した定山溪エリアとしての新たな魅力創出などを行います。	経) 観光・MICE 推進部
さっぽろ観光魅力創出事業	新たな札幌の魅力を創出するため、民間事業者等が行う夜間観光、体験型観光、道産食材を活用した事業などに補助を行います。	経) 観光・MICE 推進部

施策 1-3 文化・スポーツ観光の創出

事業名	事業内容	担当部
スポーツツーリズム推進事業	ウインタースポーツをはじめとする札幌の豊富なスポーツを資源としたスポーツツーリズムの推進を図り、観光客の集客につなげます。	経) 観光・MICE 推進部 ス) 招致推進部
カーリング普及事業	通年型カーリング場を活用し、カーリング人口の拡大、競技力の向上を図るため、初心者への技術指導や子供向けの体験会などを通じて誰もが気軽にカーリングを体験できる環境を提供していきます。	ス) スポーツ部
アートツーリズム推進事業	パシフィック・ミュージック・フェスティバル（PMF）やサッポロ・シティ・ジャズ等のイベントや、札幌芸術の森や札幌コンサートホール Kitara など、札幌を代表する文化芸術の魅力を国内外に発信し、観光資源としての一層の活用を図ります。	経) 観光・MICE 推進部 市) 文化部
(仮称)札幌博物館整備に関連する計画の策定	市民とともに、自然史の視点から札幌の自然、歴史、文化の独自性を明らかにする、自然史系博物館を創り上げていくために必要な事項を整理した「(仮称)札幌博物館基本計画」を2014年度に策定し、2017年度には「展示・事業基本計画」を策定しました。今後は、2つの基本計画をもとに、具体的な設備・運営方法などについて検討を進めます。	市) 文化部
丘珠縄文遺跡運営管理	サッポロさとらんど内に保存されている丘珠縄文遺跡を活用して、札幌の縄文文化の魅力を発信するために、体験学習館等の運営管理を行います。	市) 文化部
豊平館保存活用事業	重要文化財としての価値を維持しながら、観覧・貸室等を行うことにより、魅力ある集客交流資源としての活用を図ります。	市) 文化部
旧永山武四郎邸及び三菱鉱業寮保存活用事業	平成30(2018)年6月にリニューアルオープンし、観覧・貸室等を行うほか、集客機能の一つとして飲食事業を展開することにより、魅力ある歴史文化観光スポットとしての活用を図ります。	市) 文化部
時計台魅力アップ推進事業	札幌のシンボルとして、魅力アップと更なる集客を図るために、時計台の外部改修工事を行います。	市) 文化部

事業名	事業内容	担当部
歴史的資産活用推進事業	顕在化していない歴史的資産を発掘し、まちづくりや観光、地域活性化などに有効活用していくために、札幌市歴史文化基本構想を策定します。	市) 文化部
アイヌ伝統文化振興事業	アイヌ伝統文化の保存、継承、振興等を目的として各事業を行うほか、適切な情報発信を適宜行うことなどにより、多文化共生とアイヌ文化に対する市民理解の促進を図ります。	市) 市民生活部
アイヌ文化を発信する空間整備事業	地下鉄南北線さっぽろ駅コンコースにアイヌ文化を発信する空間を整備します。	市) 市民生活部

施策1-4 食などの観光資源の活用と観光客周遊及び購買行動への連動

事業名	事業内容	担当部
さっぽろオータムフェスト事業	「北海道・札幌の食」をメインテーマとし、道内各地からの旬の食材、ご当地グルメを一堂に取りそろえることにより、道内各地域のアンテナショップとしての役割を果たします。また、市内各地域との連携を図り、市内全体のにぎわいを創出し、市民や観光客の市内周遊を促進します。	経) 観光・MICE 推進部
さっぽろスイーツ推進事業	市民や観光客に認知されつつある「さっぽろスイーツ」を、札幌を代表する地域に根付いたブランドの一つとして確立させるとともに、関連産業の振興を図ります。	経) 国際経済戦略室
アジアをはじめとした海外展開の支援	企業の海外展開・販路拡大を推進するため、輸出コーディネーターの設置、海外展示商談会・物産展への出展支援、海外の市場視察、中国市場向け輸出モデルの構築、ASEAN諸国への商流・販路拡大の促進等を実施します。	経) 国際経済戦略室
北海道フード・コンプレックス国際戦略総合特区の活用	札幌における食品産業の付加価値を高めるため、特区の税制優遇などを活用しながら、海外への輸出拡大や農水産物の輸入代替の推進を図るとともに、食関連産業の企業集積を促進します。	経) 国際経済戦略室

事業名	事業内容	担当部
外食産業の海外展開支援事業	札幌をはじめとした道内の外食産業企業の海外展開を促進することにより、経営基盤の強化とブランド力の向上を図ります。また、海外の消費者に北海道の飲食を継続的に訴求することによるインバウンド観光客の増加等の波及効果を見込みます。	経) 国際経済戦略室
安全安心の確保による食のブランド力の向上	札幌の食のブランド力を高めるため、食の安全・安心の確保に向けた取組を一層推進します。	保) 保健所

施策 1-5 特色あるイベント展開による集客交流の増加と周遊促進

事業名	事業内容	担当部
観光行事助成	さっぽろ夏まつりなどの各種イベントに関して、実行委員会に対する補助を行います。	経) 観光・MICE 推進部
さっぽろ雪まつり事業 【再掲】	さっぽろ雪まつり実行委員会に対する補助を行うほか、引き続き大通会場やつど一む会場の会期を延長させ、来場者数の増を目指します。さらに、プロジェクションマッピングの活用など雪まつりにアート性を持たせる取組を推進するとともに、駅前通地下歩行空間でのPRイベントなど、まち全体で祭りを盛り上げるための魅力づくりを行います。	経) 観光・MICE 推進部
さっぽろホワイトイルミネーション事業	さっぽろホワイトイルミネーション実行委員会に対する補助を行い、日本新三大夜景都市・札幌の象徴的イベントであり、日本三大イルミネーションに認定されたホワイトイルミネーションの魅力アップを図るとともに、ミュンヘン・クリスマス市 in Sapporo と一体化を行い、まち全体でクリスマスムードを盛り上げていきます。	経) 観光・MICE 推進部
さっぽろオータムフェスト事業 【再掲】	「北海道・札幌の食」をメインテーマとし、道内各地からの旬の食材、ご当地グルメを一堂に取りそろえることにより、道内各地域のアンテナショップとしての役割を果たします。また、市内各地域との連携を図り、市内全体のにぎわいを創出し、市民や観光客の市内周遊を促進します。	経) 観光・MICE 推進部

事業名	事業内容	担当部
さっぽろアートステージ事業	市内各所で多彩な文化事業を開催することにより、市民が身近に芸術文化に触れたり参加したりする機会を創出するとともに、街中に文化芸術によるにぎわいを創出します。	市) 文化部
サッポロ・シティ・ジャズ事業	サッポロ・シティ・ジャズの開催により、文化芸術活動を活発化させ、地域の活性化や集客交流につなげます。	市) 文化部
パシフィック・ミュージック・フェスティバル事業	パシフィック・ミュージック・フェスティバル(PMF)の開催により、文化芸術活動を活発化させ、地域の活性化や集客交流につなげます。	市) 文化部
国際芸術祭事業	札幌国際芸術祭を3年に1度定期的で開催し、また、開催までの間に芸術祭の普及啓発に関する取組を実施することで、文化芸術の振興を図るとともに、地域の活性化や集客交流につなげます。	市) 国際芸術祭担当部
500m美術館運営管理	大通駅とバスセンター前駅を結ぶ大通地下コンコースに設置された500m美術館に国内外の作家のアートを展示することにより、市民が多彩な芸術作品に触れる機会を創出し、札幌の文化芸術を国内外に発信します。	市) 文化部
冬季オリンピック・パラリンピックの招致	冬季オリンピック・パラリンピック招致へ向けた招致機運の醸成を図るPR活動や、IOCとの協議及び国際会議への出席など、大会招致に取り組みます。	ス) 招致推進部
スポーツイベント誘致促進	冬季オリンピック・パラリンピック招致に向けた、スポーツイベントの誘致・開催支援を行います。	ス) 招致推進部
ラグビーワールドカップ2019大会開催準備	ラグビーワールドカップ2019の札幌開催に向けた準備及び機運醸成を図るPR活動等を行います。	ス) 招致推進部
東京2020オリンピック・パラリンピック開催準備	東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の札幌開催に向けた準備を行います。	ス) 招致推進部
地域スポーツコミッション事業【再掲】	地域スポーツコミッションによる国際競技大会や合宿の誘致、スポーツツーリズムを推進します。	ス) 招致推進部

事業名	事業内容	担当部
スポーツツーリズム推進事業【再掲】	ウインタースポーツをはじめとする札幌の豊富なスポーツを資源としたスポーツツーリズムの推進を図り、観光客の集客につなげます。	経) 観光・MICE 推進部 ス) 招致推進部
文化芸術・スポーツ施設の活用	札幌コンサートホール Kitara や札幌市民交流プラザ、モエレ沼公園、札幌ドームなど、文化芸術、スポーツ施設を活用し、さらなる文化芸術とスポーツの振興と魅力アップを目指します。	市) 文化部 ス) スポーツ部
ミュンヘン・クリスマス市 in Sapporo開催	姉妹都市ミュンヘンの伝統行事であるクリスマス市を大通公園で開催し、市民の異文化理解の促進と、初冬の観光集客、都心空間のにぎわいや魅力の創出につなげていきます。	経) 観光・MICE 推進部
No Maps 事業	クリエイティブ産業の活性化や創業支援、新産業の創造、札幌・北海道の魅力向上などを目的とし、様々なイベントを通して、新しい価値観や文化、社会の姿を提案し、新たなビジネスを生み出す場を提供する「No Maps」の開催を支援します。	経) 国際経済戦略室

施策 1-6 札幌の奥座敷である温泉観光地「定山溪」の魅力アップ

事業名	事業内容	担当部
定山溪地区魅力アップ事業【再掲】	定山溪地区の観光資源としての魅力向上を目指して平成 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、温泉街の環境整備やにぎわいづくり、周辺観光資源と連携した定山溪エリアとしての新たな魅力創出などを行います。	経) 観光・MICE 推進部

施策 1-7 観光コンテンツの魅力アップ及びプロモーションの促進

事業名	事業内容	担当部
観光資源と周辺地域の総合的なマネジメント	市民にも来訪者にも魅力的なまちづくりを進めるため、外国人観光客のニーズに合致した観光資源の発掘・創出を図るとともに、既存の観光資源（定山溪・藻岩山・歴史的建造物など）と周辺地域を含めたまちづくりを総合的にマネジメントします。	経) 観光・MICE 推進部

事業名	事業内容	担当部
さっぽろ観光魅力創出事業【再掲】	新たな札幌の魅力を生み出すため、民間事業者等が行う夜間観光、体験型観光、道産食材を活用した事業などに補助を行います。	経) 観光・MICE 推進部
夜景観光推進事業	標高の異なる豊富な視点場を有する札幌の夜景の魅力を官民一体で高めるとともに、他の夜景都市と連携してプロモーションを行います。	経) 観光・MICE 推進部
札幌市資料館リノベーション事業	歴史的建造物である札幌市資料館を後世に継承するため、耐震性不足、老朽化やバリアフリー化に対応、アートを中心とした多様な芸術表現の発信や市民の交流の場とするためのリノベーションを進めます。	市) 文化部
都心エリアマネジメント推進事業	札幌をけん引する都心の継続的な発展を支えるため、都心各地区（駅前通、大通、すすきの、創成東）の特性に応じたエリアマネジメントをさらに推進するとともに、都心における官民連携のマネジメント体制を構築することで、重層的なエリアマネジメント体制の確立を図ります。	政) 都心まちづくり推進室
札幌駅交流拠点まちづくり推進事業	北海道新幹線の札幌延伸を見据え、札幌駅周辺の魅力を高めるため、（仮称）札幌駅交流拠点まちづくり計画を策定し、北5西1・北5西2街区や関連施設の整備、周辺街区の事業化に向けた検討に官民協働で取り組みます。	政) 都心まちづくり推進室
創世交流拠点まちづくり推進事業	象徴的な都市空間・景観の創出など、創世交流拠点のポテンシャルを最大限に生かしたまちづくりの実現に向け、市民交流プラザの整備推進、必要となる公共空間のあり方等について検討します。	政) 都心まちづくり推進室 市) 文化部 教) 中央図書館
大通情報ステーション運営事業	「大通情報ステーション」の窓口及びウェブサイトにて、市内及び札幌近郊における文化、観光、交通、イベントに係る情報や札幌市都心部のショッピング情報を集約し、市民や観光客に対しわかりやすく提供します。	政) 都心まちづくり推進室

【基本方針 2】

『受入サービス・おもてなしの向上と着地型観光の促進』

施策 2-1 着地型観光コンテンツのPRと担い手育成

事業名	事業内容	担当部
国内観光振興事業	地域別、対象別に、直接または各メディアや旅行会社などとの連携により、国内の一般消費者に対する観光情報の発信を行います。	経) 観光・MICE 推進部
札幌いんふおの運営	公式観光アプリ「札幌いんふお」（日本語版、英語版、中国語版（簡体字・繁体字）、韓国語版、タイ語版）を運営し、国内外に札幌の魅力を発信します。	経) 観光・MICE 推進部
首都圏における札幌市及び札幌広域圏の魅力発信事業	観光客を札幌及び札幌広域圏に誘致するため、首都圏の旅行会社や出版会社等とのネットワークを活用するとともに、メディアやイベントを通じて、食、イベント、観光施設、文化や芸術、都市と自然の共存、豊富な体験型観光メニューなどといった札幌及び札幌広域圏の魅力を首都圏に広くPRします。	総) 東京事務所
創業・雇用創出支援	創業する者および創業後間もない者、または雇用の創出に寄与する者を対象とした低利かつ長期の融資制度により、中小企業者等の創業や雇用創出を支援します。	経) 産業振興部

施策 2-2 多様なニーズに対応した受入環境整備

事業名	事業内容	担当部
観光関連サービスの質的転換の促進	来訪者の満足度向上や、一人当たりの観光消費額の増加を図るため、観光統計調査を充実させ、観光客のニーズ把握に努めます。また、観光分野における民間投資を誘発させるため、札幌観光の現状や魅力を発信するツールを作成するほか、宿泊施設の新築や増改築など観光客受入環境改善に資する設備投資等に対する補助制度を創設します。	経) 観光・MICE 推進部
配慮が必要な外国人観光客の受入環境向上	多様な文化圏からの集客及び言語や食文化の異なる外国人観光客の受入環境強化のため、飲食店等における外国人向けメニュー作成支援等に取り組みます。	経) 観光・MICE 推進部

事業名	事業内容	担当部
国内観光振興事業 【再掲】	地域別、対象別に、直接または各メディアや旅行会社などとの連携により、国内の一般消費者に対する観光情報の発信を行います。	経) 観光・MICE 推進部
さっぽろ天神山アートスタジオ運営管理	市民の創造性を高め、まちの活性化を図るため、アーティスト・イン・レジデンスの実施を通じた国内外のアーティスト等の活動により、市民が身近に芸術に触れあう機会を提供します。	市) 文化部
シティプロモート推進 【再掲】	札幌のライフスタイルの発信など新たな都市イメージを発信する事業を庁内連携のもとで実施します。	総) 広報部
国際ビジネス人材育成事業	国際感覚豊かな人材の育成や地元定着を図るため、日本人学生の留学支援、海外からの留学生の就職支援等を実施します。	経) 国際経済戦略室
札幌みらい資金	「札幌市産業振興ビジョン」の5つの重点分野である「観光」「食」「環境（エネルギー）」「健康福祉・医療」「IT・クリエイティブ」に関連する中小企業者等を対象とした低利かつ長期の融資制度により、中小企業者等の資金調達を支援します。	経) 産業振興部
外国人患者受入医療機関確保事業	夜間・休日に外国人患者を受け入れる医療機関に対し、通訳対応に係る経費の一部を負担します。	保) 保健所
災害時の外国人支援に係る体制の構築・強化	災害時要支援者となる外国人のサポート体制強化を目的に、外国籍市民を対象とした実践型防災研修等を複数回実施して地域リーダーの育成を図るほか、在札外国公館など関係機関との通常時及び災害時の情報共有を目的に、プラットフォームを創設します。	総) 国際部
新千歳空港国際化推進協議会負担金	新千歳空港の国際化や国際エアカーゴ基地の形成について調査検討、推進活動を行う当協議会へ参加することで、札幌の経済や産業の振興に資する取組を支援します。	政) 総合交通計画部

事業名	事業内容	担当部
丘珠空港利用促進事業	道内外からのアクセス性を高め、ヒトの流れを加速させるため、広域的な連携による航空路線の拡充促進や関係団体との協働によるプロモーションなどを通じて、丘珠空港の利用促進を図ります。	政) 総合交通計画部
北海道新幹線推進事業	北海道新幹線の札幌延伸の早期実現に向けて、関係機関と連携した要望活動や市民への情報発信による地元機運の醸成を図るとともに、新幹線開業を見据えたまちづくりの検討を進めます。	政) 総合交通計画部
都心アクセス強化検討調査事業	都心へのアクセス強化や都心部を通過する自動車を効果的に抑制することを目的として、創成川通の機能強化や豊平川通の南伸・北伸について、国などの関係機関と連携しながら検討を進めます。	政) 総合交通計画部
地下鉄さっぽろ駅魅力アップ事業	地下ネットワークの充実強化・新たなにぎわいや回遊性の創出のため地下鉄さっぽろ駅を改修し、道都札幌の玄関口にふさわしい質の高い空間を形成します。	政) 都心まちづくり推進室
都心エネルギーネットワーク構築推進事業	都心エネルギーマスタープランに基づき、建物の建て替えに合わせてエネルギーネットワークの構築等の取組を進め、来札者に安心・安全を提供するためのエリア防災の強化や、多様な人々が快適で健康的に過ごせる魅力ある都市空間づくりを進めます。	政) 都心まちづくり推進室

施策2-3 官民協働による街全体のおもてなしの向上

事業名	事業内容	担当部
おもてなし推進・レベルアップ事業【再掲】	おもてなしの推進と受入体制の強化により、来札者の満足度を向上させ、再訪者の増加を図ります。	経) 観光・MICE 推進部
姉妹友好都市交流関係事業	姉妹・友好都市等との友好交流を通して市民の国際理解を促進するとともに、それぞれの都市が持つ特長を捉えた交流の強化と施策の学びあいを進めます。	総) 国際部
少年国際交流事業	市内の中高生を対象とした姉妹都市（ノボシビルスク市・大田広域市）やシンガポールとの相互派遣・受入を通して、国際感覚を身につけた青少年の育成を図ります。	子) 子ども育成部

事業名	事業内容	担当部
中高一貫教育校での国際感覚豊かな人材育成	市立札幌開成中等教育学校において、国際バカロレアのプログラムの実施などを通じて国際感覚豊かな人材を育成します。	教) 学校教育部
外国語指導助手関係事業	外国語指導助手(A L T)を活用した外国語活動及び外国語の授業の実施により、市立小・中・高等学校等でのコミュニケーション能力の育成と国際理解教育を進めます。	教) 学校教育部
さっぽろ市民カレッジ	市民の多様で専門的な学習ニーズに対応し、自発的な学習を支援することを通じて、自己充実及び生きがいを促進することと、まちづくりの担い手育成及びまちづくりの促進を目的として、札幌市生涯学習センターなどで学習機会の提供を行います。本事業の学習分野の1つである「市民活動系」において、札幌の魅力を発信する観光ボランティアの育成や、外国の方との交流に関する講座を開講し、おもてなしの向上を図ります。	教) 生涯学習部
スポーツ姉妹都市交流事業	各姉妹都市と札幌の中学生選手団がスポーツを通して交流し、国際感覚豊かな人材を育成します。また、交流した相手都市から選手団を札幌マラソン大会に招待し、相互理解を深めます。	ス) スポーツ部

施策2-4 M I C E の受入体制の充実

事業名	事業内容	担当部
コンベンションビューロー運営費補助	札幌国際プラザ・コンベンションビューローに対して、M I C E の誘致促進、開催支援、プロモーション等の各種事業の実施を目的とした補助金を交付します。	経) 観光・MICE 推進部
M I C E 施設整備事業	M I C E の受入環境を強化するため、新たなM I C E 施設の整備を推進します。	経) 観光・MICE 推進部
M I C E やインバウンドの誘致強化と推進体制の充実	M I C E やインバウンドの誘致を行う札幌国際プラザ・コンベンションビューローをはじめとする推進体制の充実を図ります。また、w e b 媒体の活用等により、M I C E の受入環境等に関する対外的な発信力の強化を図ります。	経) 観光・MICE 推進部

施策 2-5 ユニバーサルデザインの推進

事業名	事業内容	担当部
外国人観光客受入環境整備事業	中心市街地における観光バスの危険・迷惑な駐停車を減らす取組として、観光バス待機場等の運営や実態把握のほか、富裕層受入のための市内宿泊施設環境整備支援、観光サインの維持・管理などを行います。	経) 観光・MICE 推進部
多言語対応の促進	外国人観光客の満足度を向上させるため、交通機関・飲食・商業施設などにおける多言語対応を促進します。	経) 観光・MICE 推進部
公衆無線 LAN(Wi-Fi)環境の充実	地下鉄主要駅、大通公園、札幌コンベンションセンター、定山溪温泉街等で整備した Sapporo City Wi-Fi の運営を行います。	経) 観光・MICE 推進部
バリアフリー化の推進	高齢者を含む歩行者の利便性の向上を図るため、再開発等を活用した空中歩廊の整備や地下接続などを進めるとともに、地下鉄駅周辺などの重点整備地区におけるバリアフリー化を推進します。	交) 高速電車部 政) 都市計画部 政) 総合交通計画部
冬期間も快適な歩行空間の創出促進	高齢者をはじめ、誰もが冬期間でも安心・快適に移動することができる空間を創出していくため、再開発などを活用した地下鉄コンコースへの接続や、空中歩廊による駅への接続などを促進します。	交) 高速電車部 政) 都市計画部
ユニバーサルデザインタクシー導入補助	誰もが乗り降りしやすく、大きな荷物の積み下ろしも容易なユニバーサルデザインタクシーの普及促進を図ります。	政) 総合交通計画部

【基本方針3】

『滞在・周遊・再訪を促進する情報提供の強化』

施策3-1 ICTやSNSを活用した観光情報の集約及び発信の強化

事業名	事業内容	担当部
観光情報ポータルサイトによる情報発信	公式観光情報サイト「ようこそさっぽろ」（日本語版、英語版、中国語版（簡体字・繁体字）、韓国語版、タイ語版、インドネシア語版）で国内外に札幌の魅力を発信します。	経）観光・MICE 推進部
札幌いんふおの運営【再掲】	公式観光アプリ「札幌いんふお」（日本語版、英語版、中国語版（簡体字・繁体字）、韓国語版、タイ語版）を運営し、国内外に札幌の魅力を発信します。	経）観光・MICE 推進部
観光案内所運営	JR札幌駅西コンコース「食と観光」情報館管内にある北海道さっぽろ観光案内所や大通公園観光案内所等の円滑な運営を行います。また、近年の外国人観光客の増加等に対応するため案内所の機能強化にも取り組みます。	経）観光・MICE 推進部
地下空間におけるICT活用実証実験	札幌地下情報アプリ「さつちか」（日本語版、英語版、中国語版（簡体字）により、地下鉄時刻表やイベント情報のほか、エレベーターやトイレといった施設案内など、都心のまち歩きに役立つ情報を提供します。	政）都心まちづくり推進室

施策3-2 市民、来訪者、観光事業者の情報共有の促進

事業名	事業内容	担当部
国内観光振興事業【再掲】	地域別、対象別に、直接または各メディアや旅行会社などとの連携により、国内の一般消費者に対する観光情報の発信を行います。	経）観光・MICE 推進部
観光案内所運営【再掲】	JR札幌駅西コンコース「食と観光」情報館管内にある北海道さっぽろ観光案内所や大通公園観光案内所等の円滑な運営を行います。また、近年の外国人観光客の増加等に対応するため案内所の機能強化にも取り組みます。	経）観光・MICE 推進部
観光情報ポータルサイトによる情報発信【再掲】	公式観光情報サイト「ようこそさっぽろ」（日本語版、英語版、中国語版（簡体字・繁体字）、韓国語版、タイ語版、インドネシア語版）で国内外に札幌の魅力を発信します。	経）観光・MICE 推進部

施策3-3 公共交通の案内充実、周遊する仕組みの強化

事業名	事業内容	担当部
札幌いんふおの運営 【再掲】	公式観光アプリ「札幌いんふお」（日本語版、英語版、中国語版（簡体字・繁体字）、韓国語版、タイ語版）を運営し、国内外に札幌の魅力を発信します。	経）観光・MICE 推進部
利便性向上などによる公共交通の利用促進	持続可能な交通体系を維持していくため、再開発を活用したバリアフリー化の促進等により、駅周辺施設などの利便性の向上を図ることや、地下鉄駅構内の未利用空間を活用したにぎわいや交流の場を創出することなどにより、公共交通の利用を促進します。	政）都心まちづくり推進室 政）都市計画部 交）高速電車部 交）事業管理部
駅電照標識または補助標識の外国語表記	地下鉄駅出入口電照標識の改修計画に併せ、標識の4カ国語化を図ります。	交）高速電車部
路面電車活用推進事業	沿線集客観光施設の利用者数増加や、イベント来場者の増加などによる都心を含む路面電車沿線の活性化を図るため、電停バリアフリー化や制振軌道化、低床車両導入等、路面電車の利便性向上などに向けた取組を実施します。	政）総合交通計画部
地下歩行ネットワークへの接続や歩行空間の整備促進	快適な歩行空間の創出により環境負荷の少ないまちづくりを進めるため、再開発や沿道ビルの建て替えなどの機会を捉えて、地下歩行ネットワークへの接続や、空中歩廊・民有地におけるオープンスペースの整備などを促進します。また、都心での歩行者の利便性を高めるために、まちづくりと連携した地下歩行ネットワークの拡充を検討します。	政）都市計画部 政）総合交通計画部
市電と沿線の活性化事業	市民、学校、各団体の連携により、沿線地域の魅力を伝える貸切電車の運行など、市電を活用した様々な事業を展開することで、市民や観光客に市電に乗って沿線を訪れてもらい、沿線地域の活性化を図ります。	中）市民部
さっぽろえきバスナビの運営	公共交通案内「さっぽろえきバスナビ」（日本語版、英語版、中国語版（簡体字・繁体字）、韓国語版）を運営し、公共交通の利便性向上を図ります。	政）総合交通計画部

施策3-4 観光案内の強化

事業名	事業内容	担当部
観光案内所運営 【再掲】	JR札幌駅西コンコース「食と観光」情報館管内にある北海道さっぽろ観光案内所や大通公園観光案内所等の円滑な運営を行います。また、近年の外国人観光客の増加等に対応するため案内所の機能強化にも取り組みます。	経) 観光・MICE 推進部
公衆無線 LAN (Wi-Fi) 環境の充実 【再掲】	地下鉄主要駅、大通公園、札幌コンベンションセンター、定山溪温泉街等で整備した Sapporo City Wi-Fi の運営を行います。	経) 観光・MICE 推進部
多言語対応の促進 【再掲】	外国人観光客の満足度を向上させるため、交通機関・飲食・商業施設などにおける多言語対応を促進します。	経) 観光・MICE 推進部
コールセンターでの多言語対応	生活情報や観光情報など市民の様々な問い合わせに多言語（英語、中国語、ハングル）で対応します。	総) 広報部
外国語ホームページの充実	海外向けのグローバルサイトや外国籍市民向けのホームページで、多文化共生のまちや暮らし・滞在に必要な情報を多言語で発信します。	総) 国際部

施策3-5 魅力のショーケースとしての機能の強化

事業名	事業内容	担当部
さっぽろオータムフェスト事業 【再掲】	「北海道・札幌の食」をメインテーマとし、道内各地からの旬の食材、ご当地グルメを一堂に取りそろえることにより、道内各地域のアンテナショップとしての役割を果たします。また、市内各地域との連携を図り、市内全体のにぎわいを創出し、市民や観光客の市内周遊を促進します。	経) 観光・MICE 推進部
首都圏における札幌市及び札幌広域圏の魅力発信事業 【再掲】	観光客を札幌及び札幌広域圏に誘致するため、首都圏の旅行会社や出版会社等とのネットワークを活用するとともに、メディアやイベントを通じて、食、イベント、観光施設、文化や芸術、都市と自然の共存、豊富な体験型観光メニューなどといった札幌及び札幌広域圏の魅力を首都圏に広くPRします。	総) 東京事務所

事業名	事業内容	担当部
国内観光振興事業 【再掲】	地域別、対象別に、直接または各メディアや旅行会社などとの連携により、国内の一般消費者に対する観光情報の発信を行います。	経) 観光・MICE 推進部
映像産業振興事業	映像関連産業の振興とともに、観光インバウンドや地場商品の販路拡大につなげていくため、平成 28 (2016) 年 6 月に策定した「札幌市映像活用推進プラン」に基づき、撮影環境の整備を進めるとともに、国内外へのロケ誘致活動を推進することで、映像を通じたプロモーションを展開します。	経) 国際経済戦略室
国際ビジネス人材育成事業 【再掲】	国際感覚豊かな人材の育成や地元定着を図るため、日本人学生の留学支援、海外からの留学生の就職支援等を実施します。	経) 国際経済戦略室

【基本方針4】

『未来を創造していくプロモーションの展開』

施策4-1 多様なツーリズムを活用した国内外へのプロモーション

事業名	事業内容	担当部
国内観光振興事業 【再掲】	地域別、対象別に、直接または各メディアや旅行会社などとの連携により、国内の一般消費者に対する観光情報の発信を行います。	経) 観光・MICE 推進部
観光関連産業同士の連携促進	札幌のブランド価値を高めるため、自然・食・文化芸術・スポーツをはじめとした札幌らしい魅力を再発見し、磨き上げるとともに、観光関連産業同士の連携を促進し観光プログラムに活用します。	経) 観光・MICE 推進部
シティプロモート 推進 【再掲】	札幌のライフスタイルの発信など新たな都市イメージを発信する事業を庁内連携のもとで実施します。	総) 広報部
映像コンテンツ販路拡大事業	札幌・北海道で撮影された映像コンテンツの販路拡大を目的とし、国際商談会への出展を行うことで、地元の映像関連企業の売上増に加え、映像の海外放映による観光客誘致等、地域産業の活性化につなげます。	経) 国際経済戦略室
映像制作助成事業	市内における映像制作をより一層促進するとともに、映像を通じた観光インバウンドや販路拡大、および市内映像事業者による海外の事業者との共同映像制作を後押しするため、映像制作に係る経費の助成を行います。	経) 国際経済戦略室
フィルムコミッション事業	撮影誘致のための情報収集・発信のほか、撮影の際の支援や地域における体制づくりなどを行います。	経) 国際経済戦略室
地域スポーツコミッション事業 【再掲】	地域スポーツコミッションによる国際競技大会や合宿の誘致、スポーツツーリズムを推進します。	ス) 招致推進部

施策4-2 国内外観光客の誘致活動の推進

事業名	事業内容	担当部
国際観光誘致事業	国や道などと連携し、札幌への入込が多い国・地域や新興市場に対して旅行博覧会への出展や招請事業等を行うとともに、新千歳空港における国際便の就航を促進するための取組を行います。	経) 観光・MICE 推進部
さっぽろ観光魅力創出事業【再掲】	新たな札幌の魅力を創出するため、民間事業者等が行う夜間観光、体験型観光、道産食材を活用した事業などに補助を行います。	経) 観光・MICE 推進部
国際交流員誘致活用事業	海外観光客を誘致するために、国際交流員による海外ニーズに即したマーケティングや受入体制を整備します。	経) 観光・MICE 推進部
海外シティプロモート推進事業	札幌がこれまで以上に世界から信頼される都市となり、海外で行う事業展開がより効率的・効果的なものになるよう、札幌の認知度と好感度を高めるシティプロモーションを海外で実施します。	経) 観光・MICE 推進部
海外都市との関係強化	世界冬の都市市長会の活動を通じて会員都市など海外都市との関係を強化し、会議に併せて札幌市のPRを行うことで海外観光客の誘致活動を促進します。	総) 国際部
国際機関との連携事業の実施	世界冬の都市市長会が、国連の登録NGOの資格を有することを生かし、国連機関との関係を強化し、連携することで、市長会のPRを行うとともに、札幌のプレゼンスを高める情報発信を行います。	総) 国際部
都市間協定の活用促進	戦略的な要人招請と協力交流に係る連携協定の締結等により、国際社会の知見や活力の取込に資する海外諸都市との関係構築を推進します。	総) 国際部
海外への職員派遣	外務省及びCLAIRに職員を派遣して国際情勢や海外の事例などの情報収集を行うとともに、政策の海外展開を図るうえでの拠点として活用します。	総) 国際部
北京駐在員事務所の運営	北京駐在員事務所を運営し、札幌市内企業の対中国ビジネス支援、札幌への中国人観光客誘致、その他の国際交流支援等を行います。	経) 国際経済戦略室

施策4-3 国内外のMICE誘致活動の強化

事業名	事業内容	担当部
MICE誘致促進助成	市内で開催されるコンベンション主催者に対し、開催資金やシャトルバス借り上げ費用の一部を助成するほか、海外からのインセンティブツアーに対し、パーティでのアトラクション等の提供を行います。	経) 観光・MICE推進部
国際観光誘致事業【再掲】	国や道などと連携し、札幌への入込が多い国・地域や新興市場に対して旅行博覧会への出展や招請事業等を行うとともに、新千歳空港における国際便の就航を促進するための取組を行います。	経) 観光・MICE推進部
政府系国際会議の誘致	外務省や国際機関等への働きかけを行い、大小様々な国際会議の誘致に取り組み、札幌の認知度を高めます。	経) 観光・MICE推進部
札幌国際プラザ運営費補助	市民の国際交流、MICE誘致に資する事業に取り組む(公財)札幌国際プラザの経営の安定を図り、活動の支援を行います。	総) 国際部

施策4-4 シティプロモートの展開

事業名	事業内容	担当部
広域連携による観光復興【再掲】	近隣市町村や道内中核都市などとの連携によるスケールメリットを生かし、PR事業の共同実施など観光客の誘客や周遊促進を図るための様々な事業を実施します。	経) 観光・MICE推進部
地域スポーツコミッション事業【再掲】	地域スポーツコミッションによる国際競技大会や合宿の誘致、スポーツツーリズムを推進します。	ス) 招致推進部

平成 29（2017）年度までに終了又は他事業と統合等した事業

事業名	事業内容	担当部
藻岩山魅力アップ事業 【施策 1-2】	「藻岩山魅力アップ構想」に基づき、施設の運営・管理とソフト事業の推進を実施しました。 （施策 1-7 観光資源と周辺地域の総合的なマネジメントと統合）	経）観光・MICE 推進部
道産有望食品のブランド化 【施策 1-4】	道内連携により、輸出の増加が期待できる道産食品の販路拡大を重点的に支援し、ブランド化と輸出振興を図り、海外で拡大する日本酒等市場を取り込むため、道産酒類のブランド化と輸出振興の取組を実施しました。	経）国際経済戦略室
札幌芸術の森等運営管理 【施策 1-5】	創成川公園に設置されている彫刻作品を管理し、都市芸術空間を創出しました。	市）文化部
冬季国際競技大会の開催・誘致推進 【施策 1-5】	大規模冬季国際競技大会などの誘致、支援等により、札幌の冬の魅力をアピールするほか、ラグビーワールドカップ 2019 や東京 2020 オリンピック競技大会を開催し、札幌の運営能力の高さを示すとともに、札幌のイメージ強化を図り冬季オリンピック・パラリンピックの招致に取り組みます。 （施策 1-5 ラグビーワールドカップ 2019 大会開催準備、東京 2020 オリンピック・パラリンピック開催準備等へ移行）	ス）招致推進部
大通地区活性化検討事業 【施策 1-7】	大通地区の活性化に資する民間が主体となったプロジェクトの実行に向けた検討支援を行いました。 （施策 1-7 都心エリアマネジメント推進事業と統合）	政）都心まちづくり推進室
札幌特区通訳案内士 【施策 2-3】	市内限定で、外国人旅行者に有償で通訳案内を行える資格制度であり、観光に訪れた外国人旅行者の受入体制の充実を図りました。	経）国際経済戦略室
豊平川通南北延伸検討調査事業 【施策 1-7】	都心へのアクセス強化や都心部を通過する自動車を効果的に抑制することを目的として、豊平川通の南伸・北伸について、整備効果の検証や課題解決のための技術的な検討を進めました。 （施策 2-2 都心アクセス強化検討調査事業と統合）	政）総合交通計画部

事業名	事業内容	担当部
国際親善ジュニア スポーツ姉妹都市 交流事業 【施策 2-3】	各姉妹都市と札幌の中学生選手団がスポーツを通して交流を行い、国際感覚豊かな人材を育成しました。 （施策 2-3 スポーツ姉妹都市交流事業へ移行）	ス) スポーツ部
札幌マラソン大会 姉妹都市交流事業 【施策 2-3】	5年毎の姉妹都市提携記念年に、該当する相手都市から選手団を札幌マラソン大会に招待し、相互理解を深めました。 （施策 2-3 スポーツ姉妹都市交流事業へ移行）	ス) スポーツ部
札幌国際短編映画 祭運営事業 【施策 4-1】	世界中から応募された作品による短編映画祭を開催し、映像産業の振興、映像文化を基盤とした国際交流、映像教育の普及などを図りました。 （施策 1-5 No Map s 事業へ移行）	経) 国際経済戦略室
さっぽろツーリズム 推進事業 【施策 4-1】	夜景、歴史、文化、食やライフスタイルといった、定番だけではない、札幌ならではの魅力づくりを生かした新たな観光コンテンツ（さっぽろツーリズム）を創造・発信するモデル事業を実施しました。 （施策 1-2 さっぽろ観光魅力創出事業等へ移行）	経) 観光・MICE 推進部
観光関連産業同士の 連携促進 【施策 4-1】	札幌のブランド価値を高めるため、自然・食・文化芸術・スポーツをはじめとした札幌らしい魅力を再発見し、磨き上げるとともに、観光関連産業同士の連携を促進し観光プログラムに活用しました。 （施策 1-3 スポーツツーリズム推進事業等へ移行）	経) 観光・MICE 推進部
官民連携実務者会 議の開催 【施策 4-2】	国際事情に精通した実務者を国際戦略アドバイザーに委嘱し、事業担当課と意見交換を行い、官民が連携する形で国際施策を推進しました。	経) 国際経済戦略室
世界冬の都市市長 会 2016 年札幌市長 会議の開催 【施策 4-3】	平成 28（2016）年に市長会議を札幌で開催し、会議を活用して札幌の魅力を伝える情報発信や、会員都市との関係強化を図りました。	総) 国際部

第8章 観光まちづくりの展開に当たって

この章では、観光まちづくりの実現に向けた取組を展開するに当たって、特に踏まえるべき6つの視点を示しています。

視点1 道内連携の積極的な推進

札幌と北海道の発展は一体の関係にあり、「北海道の発展なくして、札幌の発展なし」との考えの下、北海道全体の利益を考慮した取組を進めていく必要があります。

そこで、近隣市町村や道内中核都市など、北海道内の他市町村と広域的な連携を図りながら、魅力の充実や共同でのPR事業などを行い、海外・道外からの誘致促進に取り組めます。

また、北海道全体の魅力をさらに向上させるとともに、札幌市民が改めて北海道の魅力に再認識し道内観光を積極的に行うなど、道内の経済循環を高めることも重要です。

視点2 産民学官が連携して取り組む体制づくり

これまでと同様、札幌おもてなし委員会、札幌市国内観光プロモーション実行委員会、札幌市国際観光誘致事業実行委員会などの活動を、民間事業者、観光関連団体、行政が連携しながら進めます。

また、今後はイベント会社、広告代理店、マスメディア、出版社などの連携により、札幌・北海道の魅力の発信力をさらに高めていきます。

さらに、これまでの観光関連の民間事業者・団体に留まらず、食関連の事業者や体験観光事業者、NPO、大学など、新たな分野からの参加を得ながら、新しい観光コンテンツの創出に取り組めます。

視点3 海外における人的ネットワークの積極的な活用

これまで、札幌市は、姉妹・友好都市をはじめとした海外諸都市との交流や多くの留学生・技術研修員等の受入、さらには「パシフィック・ミュージック・フェスティバル(PMF)」「札幌国際短編映画祭(No Maps/FILM)」「サッポロ・シティ・ジャズ」といった国際的文化イベントの開催などにより、海外における多様な人的ネットワークを構築してきました。

今後も「ラグビーワールドカップ2019」や「東京2020オリンピック・パラリンピック」が開催されるなど、国際的なイベントが控えていることから、こうした人的ネットワークを効果的に活用し、世界中に札幌の魅力を積極的に発信してもらい、海外からの集客交流の促進につなげていくという視点が重要になります。

視点4 ターゲットを意識した事業展開

札幌を訪れる方は、ファミリー層、若年層、中高年層といった客層や、所得や資産、道内客、道外客、外国人客といった発地によって、その興味の対象や観光行動は様々です。

例えば、札幌に求められる魅力は、道内客にとっては経済・文化の中心地としての「都会」であり、道外客にとっては「北海道の中心地」、外国人客にとっては「日本文化」であったりするなど様々です。

魅力づくりやイベント、PR活動などの実施に当たっては、ターゲット層のニーズにあわせて、効果的な情報発信・事業展開を行い、成果の拡大に努めます。

視点5 札幌の観光の動態を把握するための情報の整備

来札幌観光客の動向や変化を把握し戦略的に事業を実施していくために、観光客数や外国人宿泊者数などの調査を継続して行うとともに、国内外の来札幌観光客の行動、消費額、宿泊日数、満足度、再訪意向などを定期的に調査します。

また、5年に一度実施される北海道の調査にあわせて、観光による粗付加価値誘発額や雇用誘発者数など、観光が札幌の経済にもたらす影響や効果などを分析・把握します。

さらに、雪まつりなどの大規模イベントに関しても、地域経済への影響を把握するため、定期的に経済波及効果の推計を行います。

視点6 札幌市における推進体制の強化

観光まちづくりは、市民の活動に基礎を置きながら、観光関連の事業者の支援などの産業振興施策、移動の円滑化のための交通関連施策、文化や芸術の振興、美しい都市景観の形成など、様々な行政分野の効果的な連携・調和のもとに進めていかなければなりません。

また、本プランで掲げる「観光まちづくり」の視点は、全庁を挙げて取り組むべき課題であり、各行政分野の計画・施策・事業に取り入れるとともに、経済観光局が庁内の推進役を担いながら庁内連携を強化することにより、集客交流に関連する多様な施策を効果的に推進していきます。

<策定経過>

■観光分野におけるこれまでの部門別計画

・札幌市観光基本計画（平成3～17（1991～2005）年度）

【基本方向】

- ① 国際観光都市への展開
- ② 誘致宣伝の拡充
- ③ 四季を通してにぎわう観光都市
- ④ 北の風土特性が誘う観光資源
- ⑤ 広域観光ネットワークの形成
- ⑥ ホスピタリティあふれる受入体制

・札幌市集客交流促進プラン（平成14～17（2002～2005）年度）

【施策の基本方針】

- ① 来札客誘致拡大に向けた効果的な事業展開
- ② 住んで快適 訪ねて楽しいまちづくり
- ③ 世界の集客交流都市としてのホスピタリティの向上
- ④ 札幌を舞台とした交流活動の促進

・札幌MICE総合戦略（平成22～26（2010～2014）年度）

【施策の基本方針】

- ① 積極的誘致戦略（学術系の大規模会議、東アジア・東南アジアからのインセンティブツアー、政府系国際会議、スポーツ関連の会議・大会・イベント）
- ② 基盤の強化戦略（誘致・開催支援体制、MICE 施設整備とゾーン形成）

・札幌市観光まちづくりプラン（2013～2022年度）

【施策の基本方針】

- ① 札幌らしい都市文化やライフスタイルの魅力を生かした観光の創造
- ② 受入サービス・おもてなしの向上と着地型観光事業者の育成
- ③ 来訪者の滞在・周遊・再訪を促進する情報提供機能の強化
- ④ 札幌・北海道の魅力を生かし、共に未来を創造していくプロモーションの展開

■ 策定経過

- ・「札幌市観光創造研究会」の開催（平成 22（2010）年度：札幌市関係部局と北海道大学観光学高等研究センターの共同によるワーキンググループ）
- ・「札幌市観光振興プラン検討会議」の開催（平成 23（2011）年 5 月～12 月）
- ・市民・道外居住者に対するアンケート調査の実施（平成 23（2011）年 8 月）
- ・札幌商工会議所観光委員会との意見交換
 - 日時 平成 24（2012）年 8 月 22 日（水）11：20～12：40
 - 場所 北海道経済センター 3 階特別会議室 A
- ・中小企業同友会との意見交換
 - 日時 平成 24（2012）年 11 月 20 日（火）14：00～16：00
 - 場所 札幌総合卸センター共同会館

■ 札幌市観光振興プラン検討会議の概要

● 会議内容

【第 1 回】

日時：平成 23（2011）年 5 月 9 日（月曜日）16 時～

場所：札幌市役所本庁舎地下 1 階 3 号会議室

議題：

- （1）札幌市観光振興プランの策定スケジュールおよび検討会議の進め方について
- （2）札幌市観光振興プランの位置づけについて
- （3）札幌市観光振興プランのあり方について
- （4）第 2 回検討会議の日程と議題等について

【第 2 回】

日時：平成 23（2011）年 7 月 8 日（金曜日）10 時～

場所：札幌市役所本庁舎地下 1 階 3 号会議室

議題：

- （1）第 1 回検討会議の論点の確認
- （2）札幌市の観光面の課題について
- （3）インターネットアンケートについて
- （4）意見交換
 - ①札幌市の観光面の課題について
 - ②インターネットアンケートについて
 - ③札幌市の観光振興の目標像について

【第 3 回】

日時：平成 23（2011）年 8 月 31 日（水曜日）10 時～

場所：札幌市役所本庁舎 12 階 4 号、5 号会議室

議題：

- （1）インターネットアンケート結果の報告
- （2）交流・体験型観光の振興について
- （3）これまでの検討会での議論の整理と施策案等について
- （4）意見交換
 - ①これまでの論点整理について
 - ②施策の柱について

【第4回】

日時：平成23（2011）年11月11日（金曜日）10時～

場所：札幌市役所本庁舎2階西会議室

議題：

- (1) インターネットアンケート結果の追記
- (2) (仮称) さっぽろ観光まちづくり推進プラン（素案）について
- (3) 意見交換
 - ①計画の名称について
 - ②観光まちづくりの推進プログラムについて
 - ③成果指標について

【第5回】

日時：平成23（2011）年12月20日（火曜日）15時～

場所：札幌市役所本庁舎地下1階3号会議室

議題：

- (1) 「札幌市観光まちづくり計画～さっぽろツーリズムの展開～」(案) について
- (2) 意見交換

●札幌観光まちづくりプラン策定委員

氏名	役職等
西山 徳明	北海道大学観光学高等研究センター教授
泉山 利彦	札幌商工会議所観光委員会副委員長
猪熊 梨恵	札幌オオドオリ大学学長
岡西 昭子	日本コンシェルジュ協会会長
梶原 隆	(社) 札幌観光協会 専務理事
かとう けいこ	(社) シーニックバイウェイ支援センター 広報部長
佐々木 信	(有) 3KG 代表取締役
佐藤 誠之	(社) 日本旅行業協会北海道支部 副支部長
清水 朋子	市民公募委員
鈴木 宏一郎	(株) 北海道宝島旅行社 代表取締役社長
野口 雅之	市民公募委員
服部 亮太	Sapporo 6h 代表
林 美香子	慶応義塾大学大学院 SDM 研究科 教授
藤野 秀之	札幌市内ホテル連絡協議会 代表幹事
渡辺 俊隆	Sapporo Airlines Association 会長

■札幌市観光まちづくりプラン改定検討委員会の概要

●会議内容

【第1回】

日時：平成29（2017）年7月31日（月曜日）10時～

場所：札幌市役所本庁舎18階3号第1常任委員会会議室

議題：

- （1）プランの概要説明
- （2）策定スケジュールの確認
- （3）観光に関する主要データの説明

【第2回】

日時：平成29（2017）年8月29日（火曜日）15時～

場所：札幌第一ホテル

議題：

- （1）札幌市の観光面の課題整理
- （2）マスタープラン（将来像、基本方針）数値目標の見直しに関する意見聴取
- （3）アクションプラン編①（H25～H29）の検証、課題整理
- （4）観光事業者へのアンケート調査の調整

【第3回】

日時：平成29（2017）年9月25日（月曜日）10時～

場所：札幌市役所地下1階1号会議室

議題：

- （1）第2回会議の論点確認、整理
- （2）アンケート調査結果の報告
- （3）アクションプラン編②（H30～H34）の重点施策の抽出
- （4）重点施策における成果指標の整理

【第4回】

日時：平成29（2017）年10月24日（金曜日）10時～

場所：京王プラザホテル札幌 地下1階チェリールーム

議題：

- （1）プラン改定（素案）パネル展の結果について
- （2）プラン改定（素案）の協議
- （3）今後の札幌の観光の展望について

【第5回】

日時：平成30（2018）年3月6日（火曜日）16時～

場所：札幌市役所8階1号会議室

議題：

- （1）これまでの経過
- （2）観光まちづくりプラン改定版（案）について

●札幌まちづくりプラン改定検討委員

氏名	役職等
北川 泰治郎	小樽商科大学グローバル戦略推進センター 准教授
池田 純久	札幌市内ホテル連絡協議会 代表幹事
岡本 亮輔	北海道大学大学院メディア・コミュニケーション研究院 准教授
高澤 秀司	(一社) 日本旅行業協会北海道事務局 事務局長
田中 雅之	札幌市観光ボランティア連絡会 会長
土田 史郎	(一社) 札幌観光協会 事務局長
樋口 雅宏	札幌商工会議所 国際・観光部長
宮坂 純子	全日空北海道支社 副支社長 (Sapporo Airlines Association)
米澤 佳晃	札幌ホテル旅館協同組合 理事長

(敬称略、委員長以外は五十音順。肩書きは検討会議開催当時のもの)

■札幌市観光まちづくりプラン改定パネル展の概要

●開催目的

計画の改定内容（案）に対する市民の意見を本プランの見直しに反映するためパネル展示を実施した。

●展示日時

- ・ 1回目：平成 29（2017）年 10 月 16 日（月）～19 日（木） 10 時～20 時
- ・ 2回目：平成 29（2017）年 11 月 10 日（金）～12 日（日） 10 時～20 時

●展示場所

さっぽろ地下街オーロラタウン オーロラプラザ

●内 容

- ・ 観光プランの見直しに関する情報を掲載したパネルを展示
- ・ 意見徴収のためのアンケート調査票を設置・回収

●開催結果

(1) 展示したパネルの主な内容

- ・ 札幌市の観光まちづくりについて
- ・ イベント紹介
- ・ 食文化の発信について
- ・ 観光に関するデータ編
- ・ 観光まちづくりプランについて（概要および見直し内容）
- ・ 観光客のおもてなしについて

(2) パネル展への来場者数（概算）

期間中（7日間）の来場者数：約 500 人

(3) アンケート調査

パネル展来場者に対し、意見徴収のためのアンケート調査を実施した。

① 調査方法

記入式アンケート調査

（調査員による聞き取り、または会場に設定した回収箱にて回収）

② 回収数

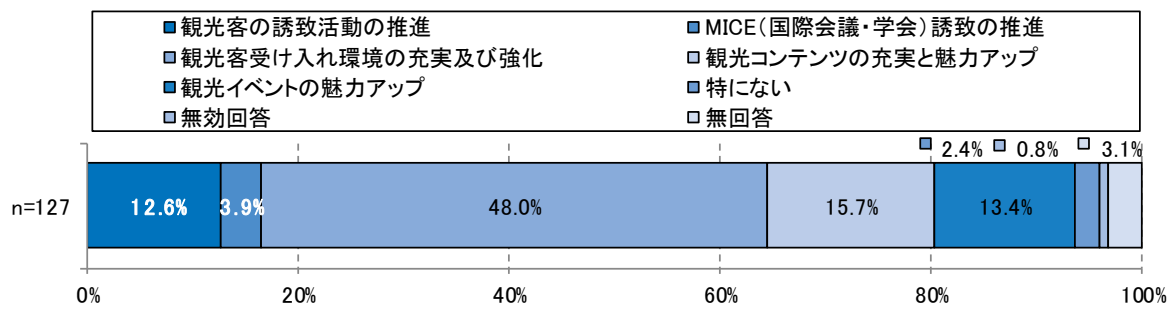
127 票

③ 調査項目

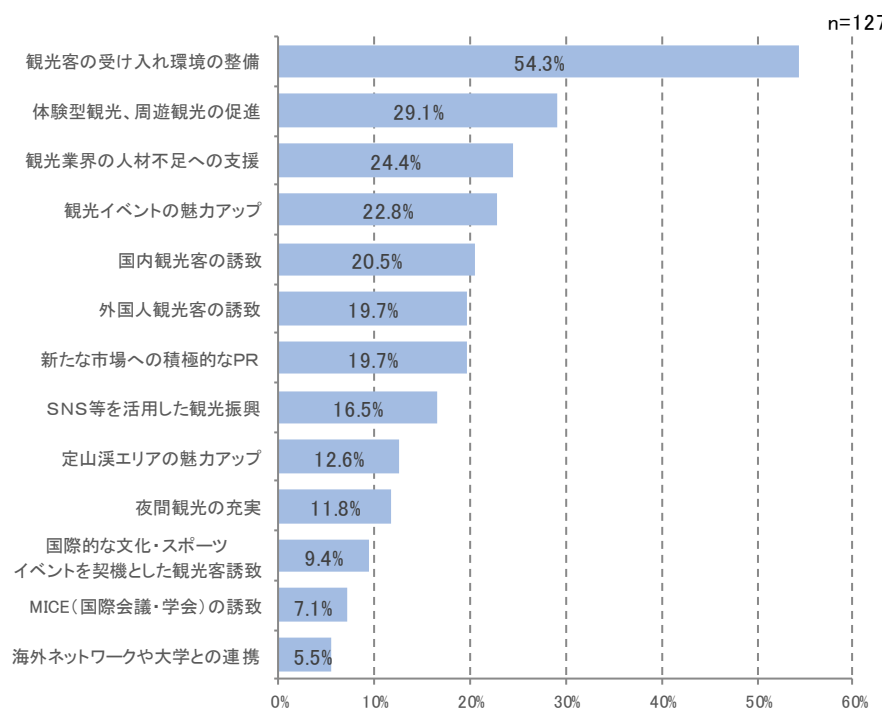
- ・ 札幌市の観光に関する理解度
- ・ 札幌市の観光の重要度
- ・ 観光客にアピールできる札幌市の魅力
- ・ 観光まちづくりプランの重点施策の重要度
- ・ 観光まちづくりプランの取組の重要度
- ・ 属性

④ 調査結果（札幌市観光まちづくりプランの見直しに関する質問）

質問：今後5年間を見据えて、どの重点施策に力を入れるべきだと思いますか？



質問：今後5年間を見据えて、どの取組が重要だと思いますか？（3つまで）



(4) パネル展の様子



■札幌市観光まちづくりプラン改定に向けたヒアリング概要

●調査目的

札幌市における国内客(道外)の増加に向けた今後の観光施策を検討するにあたり、国内の観光市場における札幌市の強み、弱み、位置づけ、今後必要な取組などを把握する。

●調査期間

平成 29 (2017) 年 9 月 11 日 (月) ~12 日 (火)

●調査対象

一般社団法人日本旅行業協会の本部及び関東支部、関西支部、中部支部、九州支部

●調査方法

訪問による聞き取り

●調査内容

- (1) 圏内の観光動向、観光のニーズ(県内・圏内、県外・圏外、海外) など
- (2) 札幌を含む観光ツアー等の動向(道内観光も含め)、北海道・札幌の位置づけ
- (3) 観光面における北海道・札幌市の評価(強み・弱み)、ニーズ(事業者、旅行者)
- (4) 今後の国内観光のニーズ、方向性を踏まえた北海道・札幌市の可能性(札幌の強みを生かせる今後のニーズ など)

●調査結果

(1) 現状について

①最近の国内旅行者の動向

- ・パッケージ旅行は全国的に落ち込み、インターネットでの旅行手配が増加。
- ・大きなイベントや注目される出来事がなければ誘客が厳しい。
- ・東京、大阪のテーマパークの旅行が多く、それ以外でリピーターを増やすことは難しい。
- ・格安ツアーと高額ツアーの2極化が進む。
- ・大河ドラマの影響があり、鹿児島県が注目されている。

②最近のインバウンドの動向

- ・成田空港～関西国際空港のゴールデンルートが主流だったが、近年は北海道や九州などの地方空港に直接流れる動きが増加。
- ・アジアからの安い価格帯の旅行が増え、地元への経済波及効果は薄くなった。

③季節による旅行者数の違いについて

- ・秋冬の落ち込みは全国的な傾向で、閑散期を国内客で埋めることは難しい。
- ・自然については、春夏秋冬でリピーターを作る要素になり得る。

④北海道・札幌ツアーの認識

- ・北海道新幹線の開通に伴い、新幹線を絡めた商品造成が進んでいる。

- ・道東地域は、酪農のイメージが強かったが、北方領土、知床半島を絡めた商品造成が進んでいる。
- ・団体旅行先として、冬の雪と夏期の爽やかさを目的とした旅行が人気。
- ・買い物や自然など、札幌に行けば北海道のものが揃う。
- ・札幌には、旅行最終日に1泊、または立ち寄るツアーが多い。
- ・雪に馴染みがない地域では、旅行の荷造りが進まない（準備すべき物・服装が不明。）。
- ・海外旅行並みの旅行代金のため、海外旅行との比較になる。

(2) 課題について

①北海道・札幌のPR不足

- ・北海道の旅行商品やイベントなどについて、情報発信が積極的ではないが、九州では観光振興機構が中心となり、月に1回程度、商品造成の担当者に営業。

②成熟した都市ブランド

- ・札幌はビジネスを含め、訪問経験がある人が多く、新たな魅力づくりが必要。
- ・道外の空港やテレビ放送での雪まつりの紹介が減少。
- ・雪まつり以外のイベントの認知度が低く、食、夜景、スイーツなどでは1泊程度で終わる。

③社会情勢の変化

- ・インターネット販売の普及や、北海道物産展の開催の増加により、現地に赴かなくても、ご当地の食品を取り寄せることが可能。
- ・スキー人口の減少や近場のスキー場の利用により、スキーを目的とした北海道旅行の減少。
- ・海外旅行を修学旅行先に選択する学校の増加。

(3) 今後の方向性について

①道外からみたときに、北海道・札幌が観光客を呼び込むために必要なこと

- ・道外より少し早い「秋」の利用。
- ・利害関係にこだわらない周辺地域を巻き込んだ地域一体での取組。
- ・就航便が多い関東、関西、中部地方において、ツアーやイベントの積極的なプロモーションの展開。
- ・季節により異なる気候や食を、現地でしか味わえない五感に訴える魅力づくり。
- ・服装、靴、路面情報などの基本的アドバイスのリアルタイム発信。
- ・宿泊施設の提供する食（特に朝食にフォーカスを当てた企画。）。

②ターゲット

- ・今後も国内旅行の中心となる60代以上。
- ・景気に左右されない教育旅行。
- ・地元への経済波及効果が高い欧米。

③最近の旅行トレンドから取り入れた方が良いこと

- ・近年、復活傾向にある企業の慰安旅行や研修旅行。
- ・いつか再訪したいと思える若者向け旅行体験の提供。
- ・SNSの口コミを動機とする人へ向けた情報の発信。

■パブリックコメント実施概要

平成 30（2018）年 2 月 21 日に札幌市観光まちづくりプラン改定版（案）を公表し、同日から 3 月 22 日までの 30 日間、パブリックコメントにより意見を募集し、件の御意見が寄せられました。

●意見の内訳

(1) 意見提出者及び意見数

- (ア) 意見提出者数 4 人（40 代 1 名、50 代 2 名、60 代 1 名）
 (イ) 意見数 25 件

(2) 提出媒体別意見提出者数

- (ア) 電子メール 4 人（100%）

(3) 項目別意見数

- (ア) 第 3 章 現状分析と課題 1 件（4%）
 (イ) 第 5 章 観光まちづくりの基本方針 3 件（12%）
 (ウ) 第 6 章 重点施策 12 件（48%）
 (エ) 第 7 章 個別事業 9 件（36%）

●札幌市観光まちづくりプラン改定版（案）からの修正点

パブリックコメントで寄せられた御意見を踏まえ、平成 30（2018）年 2 月 21 日に公表しました札幌市観光まちづくりプラン改定版（案）から、以下の修正を行いました。

箇所	修正前	修正後
P 53 《第 5 章》 観光まちづくりの基本方針 基本方針 2-2 多様なニーズに対応した受 入環境整備	(記載なし)	<u>外国人観光客が安心して滞 在できるような災害時の対 応の強化を図ります。</u>
P 71 《第 6 章》重点施策 3 観光客受入環境の充実及び 強化	(記載なし)	<u>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</u>
P 71 《第 6 章》重点施策 3 観光客受入環境の充実及び 強化	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	<u>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</u>

平成 30（2018）年 2 月に実施した第 69 回さっぽろ雪まつり経済効果調査の結果を踏まえ、以下の修正を行いました。

箇所	修正前	修正後
P 74 《第 6 章》重点施策 5 成果指標	419（2013 年度） →500 億円（2022 年度）	494（2017 年度） →550 億円（2022 年度）

札幌市観光まちづくりプラン
平成30（2018）年 3月発行

〈企画・編集〉

札幌市経済観光局 観光・MICE推進部 観光・MICE推進課

〒060-8611 札幌市中央区北1条西2丁目

TEL 011-211-2376 FAX 011-218-5129

ホームページ <http://www.city.sapporo.jp/keizai/kanko/>