

1 策定の背景

札幌は年間1,300万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。

こうしたなか、札幌市は民間の調査による「全国市町村魅力度ランキング¹」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²として十分には生かされておらず、更なる魅力アップ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³が主流となりつつあり、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、平成27年度(2015年度)の北海道新幹線の新函館(仮称)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りつつあります。

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よう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、国内外からの集客交流人口⁴の確保によって地域経済を維持していくために、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10年間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」を策定します。

2 プランの目的

このプランでは、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の充実・強化と付加価値⁵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、プラン策定や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体制と仕組みを構築します。

¹全国市町村魅力度ランキング …… 「地域ブランド調査(株式会社ブランド総合研究所)」における「魅力度ランキング(市町村)」。全国の約3万人から、魅力度や認知度などについて回答を集めて集計したもの。

²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。

³個人旅行 …… 旅行会社が手配し添乗員が同行するツアーなど、いわゆる「団体旅行」に対し、旅行者が自ら訪問先や宿泊地、交通手段などを決定し、自ら手配する旅行。

⁴集客交流人口 …… いわゆる「定住人口」に対する概念で、日本各地で人口減少の時代を迎えつつある中、地域を訪れる人を人口と捉えて地域の活力を高めようという文脈で使われる。

⁵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。

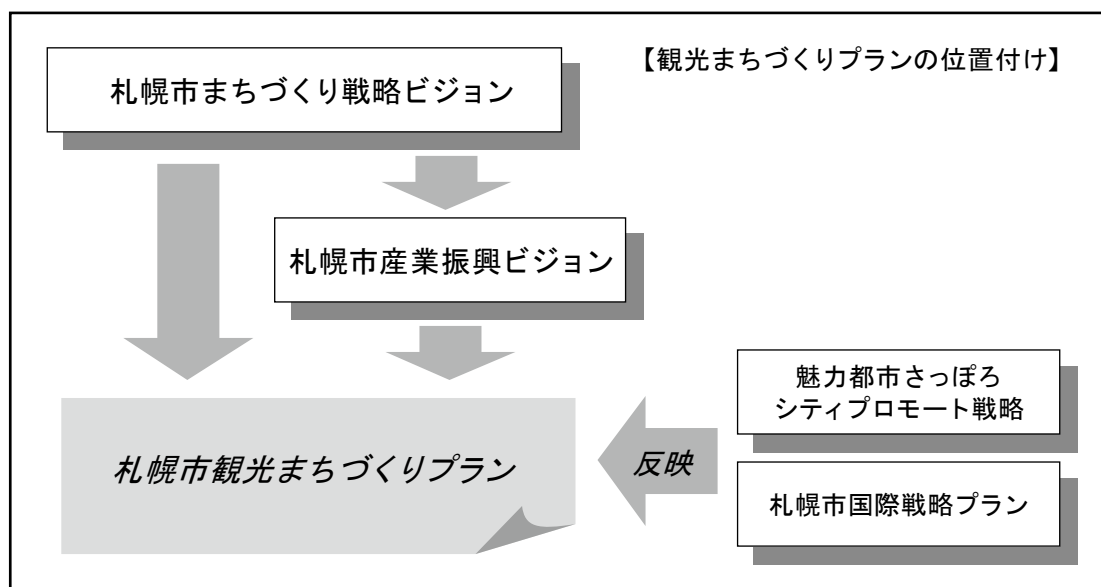
3 プランの位置付け

このプランは、札幌市の新たな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⁶」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⁷」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、このプランは、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、このプランでは、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⁸」や「札幌市国際戦略プラン⁹」の考え方を踏まえて策定しています。

なお、今後は、このプランに基づき新たな「札幌MICE¹⁰総合戦略」や「定山溪魅力アップ構想」を策定する予定となっています。



4 プランの構成

このプランは、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。

⁶ 札幌市まちづくり戦略ビジョン……………平成25年10月策定。所管は札幌市市長政策室政策企画部。

⁷ 札幌市産業振興ビジョン……………平成23年1月策定。所管は札幌市経済局産業振興部。

⁸ 魅力都市さっぽろシティプロモート戦略……………平成24年1月策定。所管は札幌市市長政策室プロジェクト担当部。

⁹ 札幌市国際戦略プラン……………平成26年3月策定。所管は札幌市総務局国際部。

¹⁰ MICE ……………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。

5 計画期間

このプランの計画期間は、平成25年度（2013年度）から平成34年度（2022年度）までの10年間です。

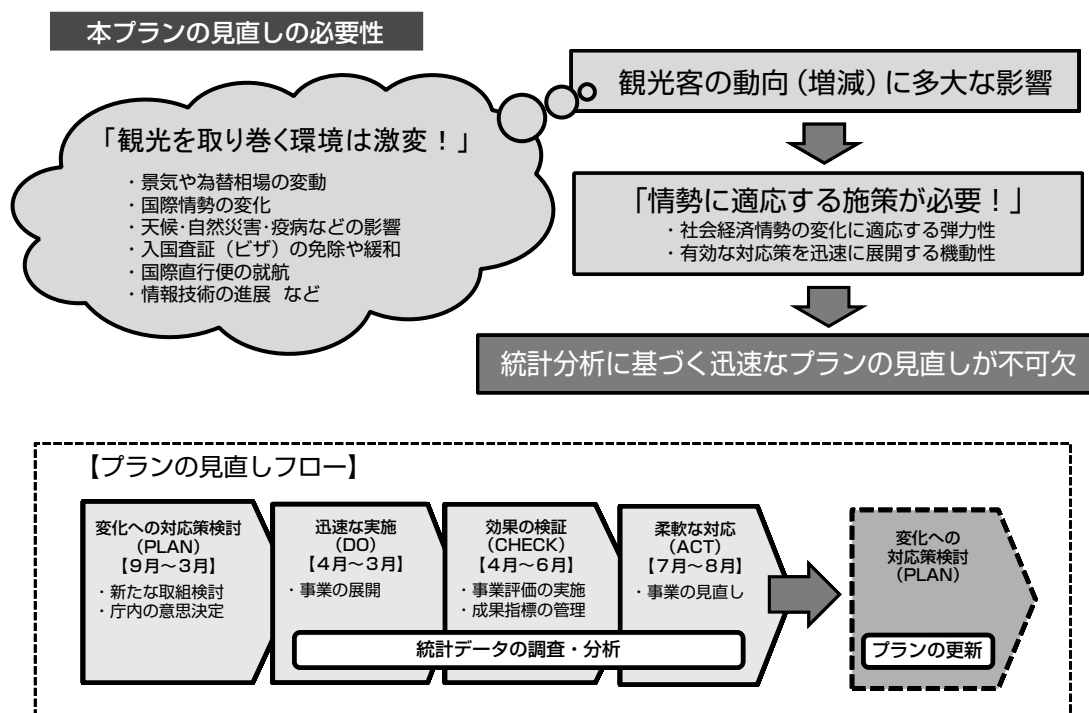
なお、「アクションプラン編」は、前期（平成25年度（2013年度）から平成29年度（2017年度）までの5年間）と後期（平成30年度（2018年度）から平成34年度（2022年度）までの5年間）に分けるものとし、本書では前期の取組を盛り込んでいます。

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街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、この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、当プランの「マスタープラン編」においては、統計データとその分析を毎年度更新するとともに、数値目標や基本方針等も、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、PDCAサイクル¹¹を導入し、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。



¹¹PDCA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