

第2次 札幌市観光まちづくりプラン（概要）

第1章 第2次札幌市観光まちづくりプラン策定に当たって

■プラン策定の背景と目的

- 単なるコロナ禍前への回復ではなく、旅行ニーズの変化や、持続可能性への対応が必要
- 国は、新たな「観光立国推進基本計画」を策定
- 観光立国の持続可能な形での復活に向け、観光の質的向上を象徴する「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」の3つをキーワードに、持続可能な観光地域づくり、インバウンド回復、国内交流拡大の3つの戦略に取り組むとしている
- 今後は、より質の向上を重視した観光への転換が求められている
- 経済的側面からは、高い付加価値の提供や、滞在日数の長期化などにより、来訪客一人当たりの消費単価を増大させていくことが重要
- 社会的側面からは、環境負荷の低減、市民生活にも配慮した観光まちづくりを進める必要がある
- そのためには、適切なマネジメントを行うための体制の充実、財源の充実などに取り組み、持続可能な観光地経営を推進していくことが必要
- 近年の情勢変化に適切に対応するとともに、新幹線の延伸、都心の再開発の加速などの数々の機会を生かし、持続可能な観光地として札幌が更に発展していくため、本プランを策定

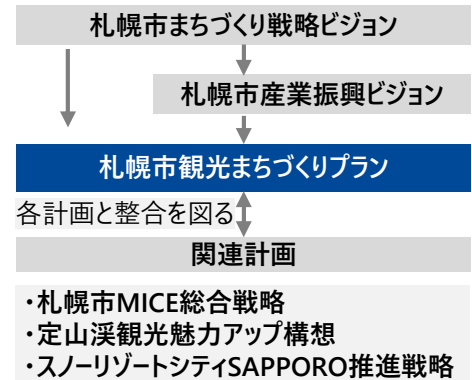
■プランの位置づけと計画期間

【位置づけ】

- ・「札幌市まちづくり戦略ビジョン」に基づく個別計画
- ・「札幌市産業振興ビジョン」の観光分野の個別計画

【計画期間】

令和5年度(2023年度)～令和14年度(2032年度)
※5年後をめどに改定を検討



■観光振興の意義

- ①経済効果 ➢ すそ野が広く高い経済効果、雇用、賑わい、税収、道内全体の経済循環に貢献
- ②成長性 ➢ 観光GDPは市内総生産を上回る伸び率、国際観光需要は今後も成長見込み

	平成22年度 (2010年度)	平成26年度 (2014年度)	平成30年度 (2018年度)	平成22-平成30年度 増減率
市内総生産（名目、億円）	63,136	65,823	70,531	11.7%
観光GDP（名目、億円）	2,459	3,027	4,161	69.2%

- ③人口減少期における重要性 ➢ 人口減による消費減少懸念→国内外から人を呼び込み消費を獲得できる観光の重要性はさらに高まる
※2018年度の総観光消費額5,780億円は市民48万人分の年間消費額に相当し、そのうち、海外客分は2,871億円で市民24万人分に相当
- ④市民生活の豊かさの向上 ➢ 施設の充実、交通の維持、イベントの充実、バリアフリー化などの環境の充実
⇒市民にとっても過ごしやすく魅力的なまちづくりに貢献
➢ 観光客が札幌の魅力に触れることで市民が価値を再認識⇒愛着や誇りを醸成
- ⑤観光を通じた交流の効果 ➢ 観光客との交流を通じて、異なる文化や習慣への市民理解の促進
➢ 市民の間に新たな考え方や視点、刺激がもたらされ、創造的な活動が生まれる

第2章 将来ビジョン

North Capital Backed by Nature

大自然とともにある、北の首都

～世界の旅行者に選ばれる持続可能な観光都市SAPPORO～

旅行者が行きたい、もっと居たい、また来たいと思う「まち」

多様な事業者が観光により潤う「まち」



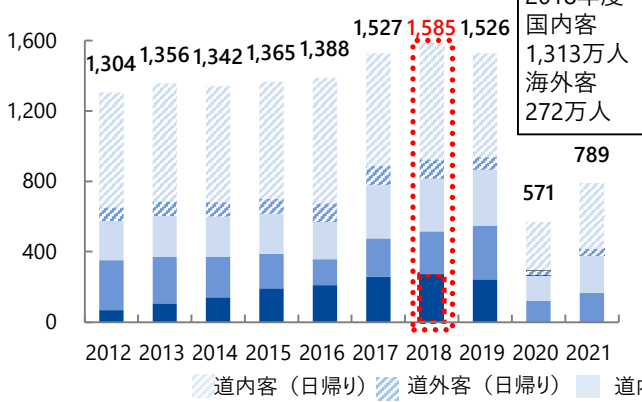
市民が誇りに思う魅力あふれる暮らしやすい「まち」

地域一体で持続可能な観光を実現する「まち」

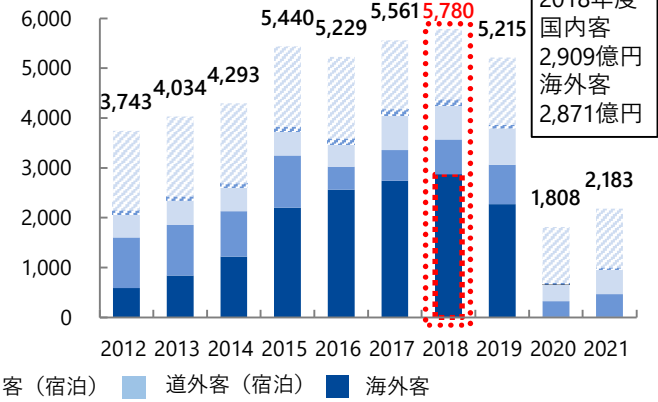
第3章 現状分析

2018年度の入込客数では、海外客は約2割に過ぎないが、総観光消費額では海外客が約5割を占める。（消費額単価が海外客105,606円、国内客（道外宿泊客）28,734円であり、海外客は国内客の約3.7倍。）
 総観光消費額の増加には高付加価値化や滞在日数長期化による単価向上、高単価の海外客の誘致が重要。

●観光入込客数の年次推移（万人）

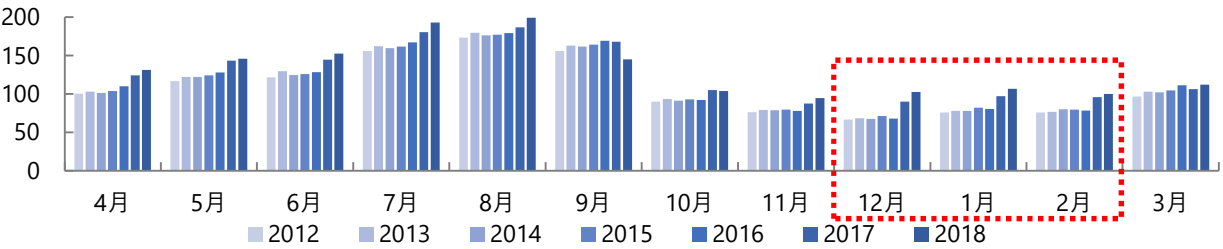


●総観光消費額の推移（億円）

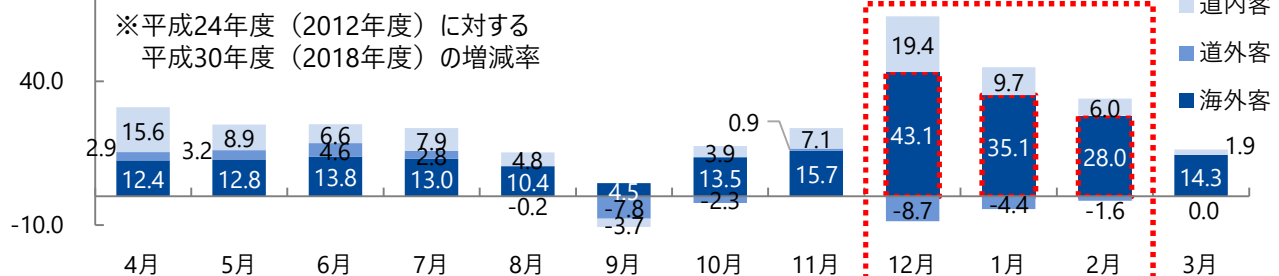


観光客数は夏季が多く冬季が少ない。事業者の経営・雇用安定化、成長のため繁閑差の縮小、冬季の需要底上げが必要。コロナ前までは冬季の海外客の伸びが大きく、海外客誘致は繁閑差の緩和にもつながっていた。

●来札観光客入込数の月次推移（万人）



●月別の観光入込客数の増減率の内訳（%）



第4章 施策展開 ■施策の方向性

札幌の観光における機会・脅威・強み・弱みを明らかにし、SWOT分析を行った上で、目指す将来像の実現のための施策の方向性を定めるとともに、実施すべき施策を整理

	強み Strengths	弱み Weakness
市の特性 内部環境 課題	<ul style="list-style-type: none"> 明瞭な四季、多種多様な観光資源 北海道の食の一大集積地 パウダースノーを楽しめる都心に近いスキー場 高い観光満足度と再訪意欲 安心して楽しめる繁華街や夜景などの夜間観光 国内での高い認知度とブランド力 道内周遊の拠点（北海道観光のゲートウェイ/魅力のショーケース） 	<ul style="list-style-type: none"> 夏季/冬季の繁閑差 観光消費額単価の伸び悩み 二次交通に対する満足度の低さ 外国人観光客のアジア圏への偏り/欧米豪の少なさ 外国人観光客受入環境の改善余地 雪まつり以外のイベントの低い認知度 観光に対する市民の理解度/満足度の不十分さ
社会情勢 外部環境 時代潮流	<ul style="list-style-type: none"> 世界の人口増加/国際観光市場の拡大 国による観光地域づくりへの支援 コロナ禍を契機とした旅行動態やニーズの変化/リベンジ需要 観光業の構造転換/観光DXによる観光サービスの革新 アドベンチャータラベル/ツーリズムの普及 都市のリニューアル 道外からのアクセス利便性の向上 	<ul style="list-style-type: none"> 日本の人口減少/国内観光市場の縮小 MICE誘致競争の激化 持続可能な観光に対する意識の高まり 全国各地の観光地経営の推進、都市間競争の激化 自然災害の増加、感染症の流行への対応 観光人材の不足

■横断的な視点

施策の実施にあたっては、以下の視点を重視して取り組む

視点1： 持続可能な観光の実現	・環境やサステナビリティへの関心の高まり ・持続可能な観光⇒全てに通じる根底的な理念として浸透を図る
視点2： 量から質への転換	・オーバーツーリズム、コロナ禍の影響、サステナビリティへの関心、市民生活との調和 ・数の多さよりも質の高さを重視した観光まちづくり、一人当たりの観光消費額の増加
視点3： 観光需要の平準化	・経営・雇用の安定化と成長⇒閑散期の需要の底上げ、観光需要の平準化が重要 ・閑散期に需要が見込めるツーリズムの推進、閑散期の魅力づくりが必要
視点4： 観光客満足度の向上	・人口減により国内観光客の減が見込まれる⇒リピーターの獲得が必要 ・価値ある観光体験、おもてなしなど観光客が心地よい環境を地域一体で作っていく
視点5： デジタル技術の活用	・労働生産人口が減少⇒デジタル技術を活用した生産性向上（DXの推進） ・観光客の利便性向上

■施策と具体的な取組

方向性1 「札幌・北海道の魅力を生かしたコンテンツの充実と付加価値の向上」

旅行先として選ばれ、リピーターを獲得するためには、札幌・北海道ならではの観光資源の魅力向上が必要。既存観光資源の磨き上げ、多様な切り口の観光コンテンツ、付加価値の高い観光コンテンツの造成を図る。

主な取組

- スノーリゾートの推進（雪の魅力を生かした冬季の誘客、滞在日数の長期化）
- アドベンチャーツーリズムの推進（ATWS2023を通じたATの浸透、富裕層にも訴求する高付加価値商品造成）
- 閑散期における大規模イベントの誘致（閑散期の需要創出）
- 観光イベントの魅力向上、持続可能なイベント運営（閑散期の持続的な集客力確保、環境負荷への配慮）
- 定山溪の魅力向上（周辺環境整備、アクティビティコンテンツの充実等による魅力向上）

方向性2 「戦略的な誘致活動の推進」

競争力向上のため、的確なマーケティング・市場分析を行い、コンテンツ造成や受入環境の整備、プロモーションに一体的に取り組む。また、多様な嗜好・ニーズに応じた情報発信や広域連携を強化する。

主な取組

- マーケティング・市場分析強化（データに基づくコンテンツ造成、プロモーション、受入環境整備等の一体的展開）
- インバウンドに特化したWEBサイトやSNSによる情報発信の強化
- 道内市町村と連携した一体的プロモーションや旅行商品の造成・販売
- 都心のまちづくりに合わせた観光案内所等の情報提供機能の整理・強化

方向性3 「誰もが快適に過ごせる受入環境の整備とおもてなしの向上」

誰もが快適に滞在できる受入環境の整備とおもてなしの向上を通じて、観光客の満足度向上を図り、リピーターの獲得や滞在日数の長期化につなげる。

主な取組

- 外国人観光客受入環境の整備（SDGs対応、交通機関・施設等の多言語化、キャッシュレス化）
- 都心へのハイグレードホテル建設時の容積率の緩和
- 公共交通の利便性向上（新幹線延伸、都心アクセス、丘珠空港の受入機能の拡充、都心のまちづくり、新たな公共交通システムの検討）
- ユニバーサルツーリズムの推進（宿泊施設、交通機関等のバリアフリー化などユニバーサルデザインの導入推進、受入事業者のスキルアップ、多様な文化・習慣への対応）

方向性4 「MICEの推進」

札幌の都市としての魅力と地域の強みを生かしてMICE施策の推進に取り組み、地域への経済波及効果や学術・産業の発展、市民における創造性の育成等の社会的効果の創出を促進する。また、オンライン開催やハイブリッド開催も予測されるため、環境整備・技術力向上等、主催者ニーズに対応して誘致力を高める。

主な取組

- 閑散期におけるMICE誘致（閑散期の需要創出）
- 施設機能の強化（環境配慮、ハイブリッド型MICE対応設備の充実、新MICE施設整備・運営手法の検討）
- MICE都市としてのブランド構築（強みのある学術分野、強化したい産業分野の重点的誘致）
- 誘致から開催まで寄り添う伴走型支援の実施、関連人材の育成

方向性5 「持続可能な観光地経営の推進」

世界に選ばれるまちであり続けるために、地域が一体となって、市民生活や経済、環境に配慮した持続可能な観光地経営を推進する。

主な取組

- DMO設立を含めた推進体制の強化（観光地経営を実践できる体制の構築、マーケティングデータの共有による地域の集客や収益の最大化）
- 宿泊税導入に向けた検討（取組をより一層発展させていくための財源の確保）
- 観光人材の確保・育成（産学官連携による専門人材育成、事業者の採用活動への支援）
- 市民理解の促進（市民向け啓発、市民が楽しむ機会の提供、観光客との交流促進）
- 事業者が行う持続可能な観光に関する認証ラベルの取得や環境負荷低減等の取組への支援

第5章 成果指標

■ **目標値** ※目標値の設定にあたっては新型コロナウイルス感染症の影響がない2018年度を基準値としている。

成果指標		基準値 (2018、一部2022)	目標値 (2032)
総観光消費額		5,780億円	1兆円
観光客満足度	道外客	84.0% (満足26.8%、まあ満足57.2%)	90.0% (満足56.0%、まあ満足34.0%)
	海外客	95.9% (満足60.2%、まあ満足35.7%)	97.0% (満足78.0%、まあ満足19.0%)
市民満足度	※多くの観光客が訪れることは「(どちらかと言えば)良い影響の方が大きい」と回答した割合 (2022) 63.0%		70.0%
関連指標		基準値 (2018、一部2022)	目標値 (2032)
観光客数	道内客	958万人	958万人
	道外客	354万人	354万人
	海外客	272万人	520万人
	合計	1,584万人	1,832万人
観光消費額単価 ※宿泊客の単価	道内客	22,949円	28,000円
	道外客	28,734円	35,000円
	海外客	105,606円	140,000円
平均滞在日数	国内客	1.28日	1.40日
	海外客	1.33日	1.60日
延べ宿泊者数	道内客	383万人	410万人
	道外客	312万人	340万人
	海外客	361万人	830万人
	合計	1,056万人	1,580万人
リピーター率	道外客	72.1%	80.0%
	海外客	40.2%	50.0%
GSTCの国際基準に準拠する認証ラベルの取得等の取組を行った市内事業者・施設数		(2022) 2	38

(参考) 目標値の受け入れ可能性

観光客の受け入れに不可欠である宿泊施設と航空機のキャパシティの側面から、目標値の受け入れは可能

① 宿泊施設	【客室数】 2022：約35,000室 ⇒ 2032：40,000室程度まで増加する必要 ・2028年度までの5年間で3,000室程度増加見込み（公開情報等から） ・40,000室程度に増加するためには更に2,000室程度増加する必要があるが、過去実績（2017～2022で7,000室増）から増加余地は十分にあり、観光客数増に対応可能
② 航空機	来札海外客の増による新千歳空港の旅客数増は北海道エアポート(株)の計画値の範囲内であり、来札観光客数増に対応可能

第6章 推進体制の強化に向けて

- R4年度に有識者会議（次期札幌市観光まちづくりプラン検討委員会）で推進体制について議論
- 推進体制の強化、DMOの設立が必要との提言を受領

札幌版DMOの設立に向けた検討を進める

< 設立目的 > 地域の集客・収益の最大化

< 期待される効果 > 「観光関連事業者等の強固なネットワーク構築」「専門人材による情報の収集・分析」「分析に基づく効果的・効率的な企画立案」「臨機応変でスピード感のある対応」など