

重点戦略課題③

協働による観光振興とコンベンション事業の推進

市民生活の姿

四季が織りなすゆたかな魅力に恵まれた観光都市としての優位性を一層高め、まちが人々を引きつけ、迎える市民のおもてなしでもう一度訪ねたくなるまちになっています。さらに、国内外の人々の交流を演出する多くのコンベンション²¹の開催で、活気があり新たな市民文化をはぐくむまちになっています。

現状と課題

観光客の入り込み状況

札幌を訪れる観光客は、昭和61年度から平成3年度まで急速な伸びをみせた後、バブル経済崩壊の影響もありいったんは低下しました。その後は持ち直したものの、近年は、1,300万人程度で推移しています。

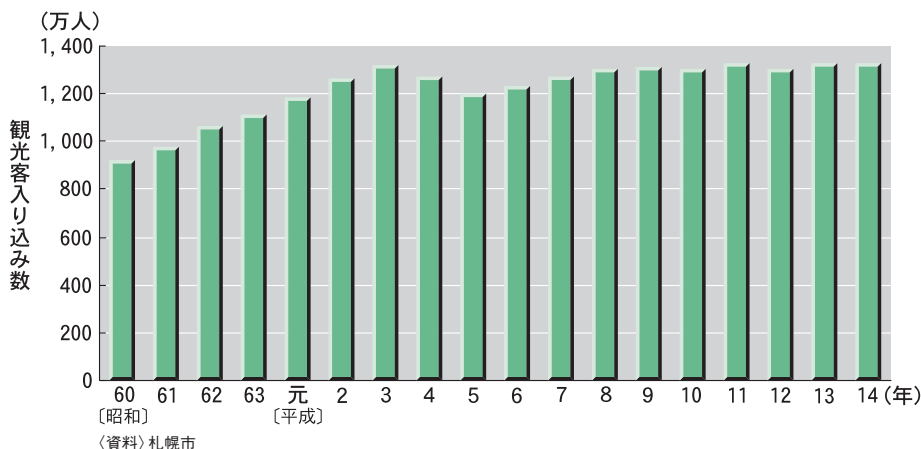
また、海外からの来客は、延べ宿泊者数でみると、平成5年度は90,205人で、その10年後の平成14年度は232,072人と2.6倍に増加しましたが、都道府県別の海外来客の訪問率をみると、平成14年度で9.1%（7位）となっています。

観光やビジネスなどで、より多くの方が札幌を訪れることは、札幌の基幹産業ともいえるすそ野の広い集客交流産業²²に活況を生み、それが広い分野に波及し、雇用の機会が増えるなど地域の経済振興にとって有力な手段になります。さらに、市民と訪れた方との交流が盛んになることで、新たな文化の創出などさまざまな効果が期待できます。そこで、現状の来客数を飛躍的に高めていくことが、札幌にとって大きな課題となっています。

札幌への観光客の入り込み時期をみると、夏場や年末年始、雪まつり時期などに集中し、この期間のホテルの客室稼働率は高いが、これらの時期以外は、限られた来札者を奪い合う厳しい価格競争が展開され、利益を生み出しにくい状況にあります。

このため、年間を通じて安定した集客につなげていくことが、本市の集客交流産業全体にとって大きな課題となっています。

●札幌への観光客数の推移



²¹ コンベンション 大会、会議、展示会、見本市、イベントなどの非日常的な人の集まりを核として、人や物、知識、情報、技術呼び込むしくみ。

²² 集客交流産業 来客への直接的なサービス提供（主なものは、飲食、買い物、レジャー、コンベンション、交通、宿泊）に関連する産業や来客への情報提供（主なものは、観光企画、情報メディア、印刷、通訳）に関連する産業を指す。

集客交流資源の活用・新たな発掘

札幌には、藻岩山などのゆたかな自然や新鮮な食材、定山溪温泉、四季折々の祭りやイベントに加え、札幌コンサートホール（キタラ）、札幌ドーム、モエレ沼公園など数多くの集客交流資源があります。今後は、来客数を増加させるために、それらにふさわしい付加価値づくりや観光ツアーコースの開発などにより、芸術・文化、スポーツなどのハード・ソフトの資産を積極的に活用し、市民と来客が共に楽しめる新たな魅力を発掘する必要があります。

ホスピタリティの充実

札幌への来客数を増やしていくためには、まず市民一人ひとりの温かいおもてなしの心と交流に寄せる熱意をはぐくむとともに、各企業がそれぞれの立場で、また、いろいろな機会を通じて、外国人をはじめとする旅行者を温かく迎える環境を整えていく必要があります。

国内外の観光先進地と比べ、旅行者に対する歓迎メッセージや、外国語標記が少ないこと、旅行者のニーズに対応した観光情報の提供などが必ずしも十分でないことから、市民、関係業界、行政が一体となってホスピタリティ²³の一層の充実を図っていく必要があります。

コンベンション誘致・支援の強化

集客効果の高いコンベンション誘致をめぐる都市間競争が激しくなる中で、平成15年6月に、札幌コンベンションセンターがオープンしました。今後より一層、経済効果の高い大規模コンベンション、都市の知名度アップにつながる国際コンベンション、参加者と市民の交流が図られる社会的効果の高いコンベンションの誘致を推進する必要があります。

●札幌での主なコンベンションの開催実績

| 年 | 開催期間 | 名 称 | 参加国・人数 |
|------|-------------|--------------------------|-----------------------|
| 平成12 | 11. 6—11.11 | 第55回国際青年会議所世界会議 | 102地域8,000人(海外1,500人) |
| 14 | 6. 1— 6. 7 | 2002ワールドカップサッカー大会 | — |
| | 10.13—10.18 | 第6回DPI（障害者インターナショナル）世界会議 | 110カ国3,113人(海外844人) |
| 15 | 6.30— 7.11 | 国際測地学・地球物理学連合総会（IUGG） | 77カ国4,645人(海外2,158人) |
| | 10.31—11. 7 | アジア野球選手権（兼アテネ五輪予選） | 7カ国・地域250人 |

〈資料〉札幌市

²³ ホスピタリティ 来客に対して、受け入れ側の人々が気持ちよく接し、快適で強い印象と深い満足感を与え、再び訪れたいくなるようにさせる心のこもったおもてなし。

道内各市町村との連携

札幌は、北海道の交通網の要衝となっていることから、観光やコンベンションの拠点機能の一層の強化を図る必要があります。また、道内の魅力的な観光地との連携や協力を一層進め、誘致宣伝活動の共同化や情報のネットワーク化、周遊ルートを開発を進めることにより、北海道観光の魅力を高めるとともに、札幌での滞在期間の延長を促す必要があります。

各主体の主な役割

市民・NPO等

- 来客を温かく迎えるおもてなしの実践
- 地域の魅力づくりへの参画
- ボランティアの育成と自立化の支援 など

企業等

- 観光商品の開発、誘致宣伝活動
- 観光客などへのより良いサービスの提供
- 観光都市を支える人材の育成 など

関係団体

- 国内外向けの誘致宣伝活動
- 観光関係者の資質の向上
- 観光資源の保護・活用の促進 など

大学等

- 観光（情報）に関する研究者などの人材育成
- 集客交流に関する研究情報の発信
- 企業、行政との共同調査・研究 など

行政

- 市民、NPO、企業、関係団体などとの連携促進や支援
- 国・北海道・他市町村との連携促進による施策展開 など



施策と事業

施策の基本方針

世界の集客交流都市さっぽろの実現に向けて、札幌の基幹産業の一つである観光やコンベンションの一層の振興に努めていきます。

道内各市町村との連携や市民・企業との協働により、まち全体で誘致・PRやホスピタリティあふれるおもてなしを進めるとともに、芸術や地域文化などのハード・ソフトの資産を集客交流資源として積極的に活用しながら、札幌独自の魅力づくり、情報発信を進め、将来目標として来客2,000万人を目指します。

重点戦略課題③

協働による観光振興と コンベンション事業の推進

施策 1 集客交流都市としての魅力の発信

施策 2 ホスピタリティ向上の推進

施策 3 コンベンション誘致・支援の推進

施策 4 住んで快適、訪ねて楽しいまちづくりの推進

施策 5 道内各市町村と連携した魅力の発掘・アピール

施策 1 集客交流都市としての魅力の発信

年間を通じて繰り上げられる祭りやイベントなどさまざまなエンターテインメントが楽しめる都市と鮮やかな四季の変化やゆたかで美しい自然とを融合させた札幌独自の魅力づくりを進め、集客交流資源として積極的に活用していきます。

このような札幌独自の魅力を生活文化も含めて国内外に情報発信するシティPR²⁴を積極的に展開します。

また、映画などのロケーション誘致を推進する「フィルムコミッション²⁵事業」を展開するなど多角的に本市のイメージアップを図ります。

| 事業名 | 事業内容 | 事業費 | 備考 |
|-------------------------|--|-------|--------------------------------|
| 芸術・文化を活用した まちの魅力発信事業 | 札幌の芸術・文化を新たな観光資源として活用し、イサム・ノグチ、モエリ沼公園などをテーマにした誘致プロモーション（宣伝活動）を実験的に展開します。 | 16百万円 | ●観光業界向けセミナー開催 ●広告宣伝媒体の作成 など |

²⁴ シティPR 都市の知名度やイメージの向上を図るための各種PR。

²⁵ フィルムコミッション 映画、テレビドラマ、CM撮影などにおけるロケーションをスムーズに進めるためのさまざまな情報やサービスを提供する支援組織で、自治体の一部署や民間団体または両者の協力機関で組織する非営利組織。

| 事業名 | 事業内容 | 事業費 | 備考 |
|---------------------------------------|---|-------|--|
| さっぽろフィルム コミッション事業 | 札幌の持つ自然や街並み、歴史や市民文化などの都市の魅力を国内外に発信するとともに、札幌における映像文化の振興を図るため、映画、テレビなどのロケーションの誘致や支援を進めます。 | 73百万円 | <ul style="list-style-type: none"> ●市民エキストラ²⁶育成 ●海外向けロケ誘致活動など |
| 映像を活用した まちの魅力発信事業 | 映像ロケーション都市としての札幌の魅力を発信し、また、札幌における映像文化の振興を図るため、在札若手映像作家によるロケーション地（撮影場所）のショートストーリー（短編映画）制作、紹介を行います。 | 5百万円 | |
| 「ミュンヘン・クリスマス市 in Sapporo」 開催費負担 | 姉妹都市ミュンヘン市の年中行事であるクリスマス市を、ホワイトイルミネーションの実施に合わせて大通公園で開催し、ミュンヘンの文化を身近に感じる冬の集客交流イベントとして推進します。 | 36百万円 | <ul style="list-style-type: none"> ●実行委員会に対する負担金 |
| 都心にぎわいづくり 事業 | 大道芸を中心とした秋のイベント「だい・どん・でん！」や、既存イベントにパフォーマンス ²⁷ を付加したり新たなイベントを行う「都心にぎわいづくり事業」に対して、事業費の補助を行います。 | 45百万円 | |
| 集客交流・シティ PRキャンペーン (ビジュアルプロジェクト) | 市民、企業と協働して、戦略的にPR冊子を配布したり、市民自らがポストカードにより来札を呼びかけるなど、札幌のさまざまな魅力を視覚に訴え、来札意欲を高める事業を展開します。 | 90百万円 | |
| 国内観光 プロモーション | 首都圏、関西圏、地方中核都市などのマスコミ、観光事業者、一般市民などを対象として、イメージ発信、宣伝、旅行商品開発支援などを行います。 | 34百万円 | |
| 首都圏シティPR 事業 | 観光客、コンベンション等の誘致、都市のイメージを向上させるため、各種媒体の効果的な利用や集客イベントなどを通じた首都圏でのシティPRを推進します。 | 79百万円 | |

²⁶ エキストラ 映画、演劇などで、群集シーンなどに、臨時に雇われる出演者。

²⁷ パフォーマンス 街頭などで行う演技、演劇、演奏などの表現。

| 事業名 | 事業内容 | 事業費 | 備考 |
|--|---|-------|----|
| ノルディックスキー世界選手権札幌大会を活用したシティPRおよびおもてなし事業 | 2007年ノルディックスキー世界選手権札幌大会およびブレ大会の開催に合わせて、札幌の魅力を積極的にPRするとともに、臨時観光案内所を設置するなどおもてなし事業を行います。 | 3百万円 | |
| 国際観光誘致事業 | 中国、韓国をはじめとする東アジアを中心にオセアニアを加えた地域を対象として、イメージ発信、宣伝、旅行商品開発支援などを行います。 | 37百万円 | |
| 東アジア都市間交流推進事業 | 東アジア地域との都市間交流を推進するため、中国、韓国から映像文化などの分野のキーパーソン（中心人物など）を招いて両国の文化を紹介するイベントを行うとともに、両国の都市で札幌の都市PRを行います。 | 10百万円 | |

施策 2 ホスピタリティ向上の推進

このまちが好きだからこそ温かく迎えたい。そんな心温まる「おもてなし」の気持ちを、札幌の新たな集客交流資源として活用します。そのために、さまざまな機会をとらえ、まちぐるみで観光案内機能や外国語標記の充実、市民、企業へのPRや研修の実施など、ホスピタリティの向上への取り組みを推進します。

| 事業名 | 事業内容 | 事業費 | 備考 |
|-------------------------------|--|-------|--|
| 集客交流・シティPRキャンペーン（おもてなしプロジェクト） | 市民、企業と協働して、市民のおもてなし意識を高める事業や来訪者に歓迎の気持ちを表す事業など、まち全体で来訪者を温かく迎える事業を展開します。 | 46百万円 | <ul style="list-style-type: none"> ●おもてなし広告宣伝 ●ウェルカムフラッグ（歓迎のための旗）掲出 ●観光ボランティア研修など |
| ホスピタリティ育成支援事業 | 観光ボランティアの一層の質の向上を図っていくため、観光業界を対象としたホスピタリティ研修などに対して事業費の補助を行います。 | 6百万円 | |

施策 3 コンベンション誘致・支援の推進

札幌コンベンションセンターを中心にホテルなど他のコンベンション施設との連携を強化し、札幌ならではの利便性とサービスの向上、さらにはアフターコンベンション²⁸の充実に努めます。また、行政や民間を問わずオール札幌としての機動的な誘致活動やさまざまな支援体制を整備し、経済効果の高い大規模なコンベンションや国際コンベンション、社会的効果の高いコンベンション誘致を推進します。

| 事業名 | 事業内容 | 事業費 | 備考 |
|--|--|-------|--|
| 集客交流・シティPRキャンペーン（コンベンションプロジェクト） | 市民、企業と協働して、市長による直接の誘致活動など、国内外から会議やイベントを積極的に誘致する事業を展開します。 | 50百万円 | <ul style="list-style-type: none"> ●インセンティブツアー²⁹誘致支援 ●テクニカルツアー³⁰支援 ●海外現地広告媒体買取広告掲載 など |

施策 4 住んで快適、訪ねて楽しいまちづくりの推進

集客交流資源の発掘・活用を図るため、都心の整備や美しい都市景観の形成、藻岩山、定山溪温泉などのゆたかな自然環境や市内各所に残る歴史的資産の保全・活用など地域の魅力づくりを目的とした主体的なまちづくり活動に対し、さまざまな側面からの支援を実施します。

また、情報の共有化や相互連携などを図りながら、住んで快適、訪ねて楽しいまちづくりを推進していきます。

| 事業名 | 事業内容 | 事業費 | 備考 |
|-----------------------|--|-------|----|
| 藻岩山観光魅力アップ構想推進 | 重要な観光資源である藻岩山の魅力向上に向けて、市民議論を行いながら基本構想の策定を行い、市、事業者の適切な役割分担のもと、事業計画の策定などを行います。 | 12百万円 | |
| 定山溪温泉活性化補助 | 定山溪地区の観光活性化に向けた自主的なまちづくり活動や、来客誘致のためのPR、受入体制づくりなどのソフト事業に対して事業費の補助を行います。 | 9百万円 | |
| 国際化推進プラン推進事業 | 外国人も暮らしやすい環境づくりを進めるため、外国人市民の生活に必要な情報提供を充実するとともに、外国人も参加する市民会議により国際化のまちづくりについて検討します。 | 12百万円 | |

²⁸ アフターコンベンション コンベンションの後の観光旅行や視察、体験実習など。

²⁹ インセンティブツアー 企業や団体が、内部の活性化や長期的な観点からの販売戦略として、社員や関係者の販売意欲の向上のために招待する団体旅行。

³⁰ テクニカルツアー 工場、店舗などのビジネスの現場や関連する博物館等の施設の視察や関係者による説明・紹介などを含む旅行。

施策 5 道内各市町村と連携した魅力の発掘・アピール

札幌は、北海道の交通網の拠点となっていることから、今後は、他の道内観光地域との連携や協力を一層進め、情報のネットワーク化など先導的な役割を担っていきます。また、札幌や北海道がもつさまざまな独自の魅力を国内外に強力にアピールし、来札意欲を高めるとともに、札幌での滞在期間の延長につながる体験型・滞在型観光の振興に取り組みます。

| 事業名 | 事業内容 | 事業費 | 備考 |
|---------------------|---|----------|---|
| 札幌ビジターズセンター事業 | 国内外から札幌を訪れる来客に対し、道内観光情報の発信などを行うおもてなしの中核拠点、「さっぽろビジターズセンター」に対する支援を行います。 | — | |
| フードランド北海道開催費補助 | 道産食材の消費拡大、観光客誘致の促進、関連産業の活性化を目的に、地産地消をテーマとしたさまざまなイベントを実施する「フードランド北海道」事業に対し、事業費の補助を行います。 | 30百万円 | |
| 丘珠空港整備と空港周辺のまちづくり事業 | 丘珠空港の道内航空網の拠点空港としての機能を保持するため、整備費の一部を負担するとともに、空港緑地の整備など丘珠空港周辺のまちづくり構想に基づく事業を実施し、空港と調和したまちづくりを進めます。 | 3,477百万円 | <ul style="list-style-type: none"> ● 丘珠空港整備事業負担金 ● 空港緑地整備事業 南東地区(継続) 北西北東地区(新規) |

成果指標

| | 現状値 | 目標値 |
|--------------------|------------------|------------------------------------|
| 年間来客数 | 1,325万人 (H14) | 1,500万人 (H18) (将来目標は2,000万人) |
| 来客の満足度 | 84.5% (H14) | 90% (H18) |
| ボランティア体験参加者数(延べ人数) | 3,609人 (H14) | 10,000人 (H18) |
| コンベンション誘致件数 | 608件 (H15) | 1,000件 (H18) |