

新まちづくり計画 (H16 ~ 18) 事業総括調書

施策体系コード	1-3-1	事業名	国内観光プロモーション
担当	観光文化局観光部観光企画課 屋中 さおり 211-2376		
全体計画 (当初)			
事業内容	首都圏等において、札幌の観光の魅力強くアピールし誘致促進に結びつけるため、一般市民を対象とした街頭啓発運動やマスコミへの表敬訪問のほか、観光関連事業者を対象とした旅行商品造成のためのセミナー・商談会を実施し、さらに懇談会として北の味覚試食会を実施する。また、そこでつながりのできた旅行会社の担当者や旅行ジャーナリスト等を札幌に招へいし、市内観光施設の視察や地元事業者との商談会を開催することにより、新商品の喚起や観光客へのPRを促進する。併せて、札幌市が主催・後援する「北海道の物産と観光展」会場へ札幌市の観光PRチラシ等を送付し、来場者への札幌観光PRを行う。		< 年度別の事業内容 > 平成16～18年度 ・旅行エージェンツ招へい事業 ・首都圏、関西圏や地方中核都市でのプロモーション等
	平成16年度事業内容 (決算)		平成17年度事業内容 (決算)
事業内容 (量)	1. 「ROUND-TABLE about SAPPORO TOURISM 04」 - 札幌市観光客誘致キャンペーンの開催 開催月日・場所：(2004年)11月10日・12日、東京都、大阪市 内容：国内観光プロモーションにおける、首都圏などでの更なる協力体制を構築するため、旅行マーケットに強い影響力を持つ首都圏及び関西圏の旅行会社・メディアに対し、札幌観光の戦略、観光素材などを業態毎に個別提示、各レベルでの意見交換を行った。また市内より協賛企業を募り、観光商品開発・PRなどの面で官民が一体となったプロモーション活動を展開。 2. 「ROUND-TABLE about SAPPORO TOURISM 04」 - 札幌市観光客誘致キャンペーンフォローアップトークの開催 実施月日・場所：(2005年)1月23日～25日、札幌市(コンベンションセンター他) 内容：11月に開催した「ROUND-TABLE about SAPPORO TOURISM 04」の参加者のうち、北海道商品企画担当者などを札幌に招へいし、札幌の現在ある旅行商品・企画や観光地としての魅力を実際に見ていただいたうえで再評価してもらい、今後の札幌観光のあり方について、キャンペーンに出展を行った事業者を含む市内観光関連事業者と共に検討していくことを目的として実施。 3. 北海道の観光と物産展 札幌市が主催する「北海道の観光と物産展」会場への観光PRチラシの送付		1. 「ROUND-TABLE about SAPPORO TOURISM 05」 - 観光客誘致に関する説明会の開催 実施場所・開催月：東京(6月、10月)、名古屋(8月)、大阪(10月) 内容：昨年度に引き続き、国内観光プロモーションにおける、首都圏などでの更なる協力体制を構築するため、旅行マーケットに強い影響力を持つ首都圏及び関西圏の旅行会社・メディアに対し、札幌観光の戦略、観光素材などを業態毎に個別提示、各レベルでの意見交換を行う。また、観光商品開発・PRなどの面で官民が一体となったプロモーション活動を展開したほか、一般市民向け街頭啓発事業としてのキャンペーンも併せて実施。 2. 観光新資源発掘プロモーション - さっぽろアートセミナー 実施場所・開催月：モエレ沼公園(6月・7月) 内容：メディア及び旅行会社向け公園内覧会、ゲストアーティストを招へいしての交流会・意見交換会を開催した。また、アート関連メディアについて記者を招へいし、取材ツアーを実施した。 3. さっぽろ食の魅力発信事業 実施場所・開催月：(財)日本外国特派員協会(10月) 内容：札幌より有名シェフに帯同いただき、協会のメンバー制昼食会において、シェフのレシピにより札幌の旬の食の魅力PRしたほか、観光文化局長より札幌観光の食の魅力についてスピーチを行った。 4. 北海道の観光と物産展 札幌市が主催する「北海道の観光と物産展」会場への観光PRチラシの送付
	事業内容 (量)	平成18年度事業内容 (決算)	
1. 「ROUND-TABLE about SAPPORO TOURISM 06」 - 観光客誘致に関する説明会の開催 実施場所・開催月：東京、名古屋、大阪(11月に実施) 内容：昨年度に引き続き、旅行会社向けセミナーを実施した。名古屋では、18年度初めて開催し、定期的な観光セミナーを望んでいることが明らかとなった。首都圏、関西圏に加え、中京圏でのネットワークを形成することができた。また、東京事務所、神戸市及び民間事業者と連携し、一般市民向け観光PRキャンペーンを効果的に行った。 2. 観光新資源の発掘とプロモーション 定番となっているラーメン、ジンギスカン、寿司(海鮮)といった食だけではない、今まで発信されていなかった新たな食の魅力を発掘・発信するため、市内外の料理人が集う「料理人学会」、札幌洋菓子協会を母体とした「スイーツ王国さっぽろ推進協議会」等との協働で「食の街さっぽろ」のブランド化に向けた事業を推進した。 特に、「さっぽろスイーツ」については、立ち上げまもなくの積極的なPRが必要な時機であったことから、多様な機会を捉えPRを行った。 3. 北海道の観光と物産展 札幌市が主催する「北海道の観光と物産展」会場へ観光PRパンフレットを送付した。		観光客誘致に関連して、旅行会社等の担当者を対象にセミナー形式によるプロモーションを継続的に実施してきた結果、確かな人的コネクションの下、実質的な協議の場を確保でき、東京事務所の協力により「旅行商品造成支援会議」の定期開催へと発展させることができた。また、アートといった次の札幌観光の魅力となりうる資源について、携わる人たちとの協働によるプロモーション体制の構築ができたことで、一過性のものではない地域からの発信が可能となり、観光関連事業の一つのモデルを提示できたと考え、 課題 新しい観光魅力を求める旅行者の要望に応え、札幌を訪れる人々の満足度を更にアップするためには、誘致宣伝と一体となった地元での商品開発は欠かせないものであり、地元の観光関連事業者との更なる連携が課題となっている。	
19年度以降の方向性・事業の予定			
旅行商品の造成や新たな都市イメージのプロモーション等に係る首都圏他での人的コネクションや協議の場を維持する仕組として、引き続きセミナー形式による情報提供、定期的な意見交換の場の創出を続けていく。セミナーでは、札幌を中心とした広域観光の視点を含め、札幌・道央圏エリア一体となった魅力を強く発信していく。 さらに、おもてなしなど受入体制の充実や、民間事業者との協働による商品開発に向けた取組など、これまでの誘致宣伝の枠組みに加え、幅広い連携による事業の充実を目指す。			

