

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	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)
担当	観光文化局観光部観光企画課 梶田 鎮敬 211-2376		
全体計画（当初）			
事業内容	<p>来客2000万人を目指し、企業、市民との協働のもとに集客増を図る事業で、平成15年度から3年間のキャンペーンとして実施。来訪者を温かく迎える「おもてなし」、札幌のさまざまな魅力を視覚に訴える「ビジュアル」、会議やイベントを積極的に誘致する「コンベンション」の3本を柱にしており、ビジュアルプロジェクトでは、札幌が持つさまざまな魅力を視覚に訴え、来札意欲を高めるための事業を行う。</p>		<p><年度別の事業内容></p> <p>平成16～17年度</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ポストカードの全戸配布 ・首都圏からの札幌ツアーバージョンアップ ・首都圏での札幌観光意識調査 ・首都圏での札幌観光PR <p>平成18年度</p> <ul style="list-style-type: none"> ・札幌PR冊子制作 ・ポスター制作
	事業内容（量・場所・規模等）	<p>平成16年度事業内容（決算）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ポストカードの全戸配布 広報さっぽろ9月号にて、全世帯（883,000世帯）に4枚組みのポストカードを配布した。 ・首都圏からの札幌ツアーバージョンアップ 16万部の冊子を制作、首都圏の旅行会社窓口約320店舗において配布した。 ・首都圏での札幌観光意識調査 首都圏の消費者における札幌観光のイメージを調査し、今後の戦略構築を検討した。 	<p>平成17年度事業内容（決算）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・首都圏における札幌アートセミナー 札幌の新たな都市イメージとしてアートをブランド化するため、旅行やアートに造詣の深い発言力のある特定ターゲットを対象としたセミナーを開催する。 ・アートによる札幌観光PRコンペ 国内外のアーティストによる札幌観光の魅力再発見と発信をコンペ形式で開催。受賞作品を観光PRツールとして活用する。 ・首都圏および関西圏における札幌観光プロモーション助成事業 札幌市が指向する新たな観光ブランドづくりに合致する企業や団体が行う札幌観光プロモーションに対して、助成を行う。 ・さっぽろ・新たな食の魅力発信事業 札幌の洋菓子＝スイーツを新たな観光資源としてブランド化するため、首都圏で紹介、提供するプロモーションを展開する。 ・集客イベント推進事業 官民共同による集客イベントを推進し、地域の芸能文化の振興を図るため、こうしたイベントの誘致を行い、プロモーション経費の一部を負担する。 ・中国訪日団体観光ビザ拡大ビジュアルキャンペーン 中国から日本への団体観光ビザの対象地域が拡大したことから、イメージの浸透を図るためにポスター等の宣伝ツールを制作し、集中的なキャンペーンを展開する。
事業内容（量・場所・規模等）	<p>平成18年度事業内容（決算）</p> <p>平成18年度より、ビジュアルプロジェクトは「魅力づくり発信プロジェクト」と名称が変更になり、単にメディアへの露出と発信というイメージから、それぞれのターゲットとテーマに合せ民間事業者等と協働でプロモーションに取り組む意欲的な試みとして深化した。</p> <p>主な事業として、観光関連事業者が自主的に取り組む観光プロモーションに対する支援（助成事業）や食、アートといった次の観光資源として期待されるコンテンツの魅力アップと発信、海外向けのPRコンテンツの充実に向けた各事業を実施した。（事業項目）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・札幌観光魅力づくり及びプロモーション助成 ・さっぽろ食の魅力発信 ・FIT（個人自由旅行）市場に対する魅力発信 ・北海道スキー再ブランド化（海外向けスキープロモーション） ・海外向けターゲット別プロモーション映像制作 ・アーティストによるサイレントCMの制作・発信 	<p>評価（成果）</p> <p>集客交流・シティPRキャンペーンの中でも、対外的な発信を担うプロジェクトとして、斬新なアイデアで様々なメディアを駆使し、札幌の都市イメージの魅力アップと露出効果による新たな旅行マーケットの開拓を積極的に行うことができ、また、意欲的な事業者との連携による新たな観光コンテンツの発掘と発信へとつながってきている。</p>	
	<p>課題</p> <p>次の札幌観光の魅力となりうるコンテンツの発掘と発信をメディアの力を活用して同時に行う試みとして、庁内他部局、民間で取組まれている類似の企画とのタイアップによる相乗効果を期待し、常に情報収集と交換により方向性を重ね、連携を深めていく必要がある。</p> <p>また、海外市場に向けたプロモーションでは、各地域の特性を十分踏まえ、それぞれのニーズとそれを支える受け入れ側との連携を図りながらバランスの取れたプロモーションを展開していく必要がある。</p>		
19年度以降の方向性・事業の予定			
<p>ビジュアルプロジェクトは、平成19年度から観光都市さっぽろ推進事業の中の魅力づくり・発信プロジェクトへ移行した。これは単なる移行ではなくレベルアップを図るものであり、地域の魅力アップ強化ときめ細かな情報発信を中心に展開していく予定である。</p> <p>これまで培ってきた人的コネクションや投資した資源を事業成果に結び付けていくため、協働型によるこれらの取組は継続していく必要があり、それを発展的に支える仕組みづくりが求められる。</p> <p>また、当プロジェクトで取組まれてきた個々の事業について、それぞれが持つ事業構造や背景を踏まえ、全庁的な枠組みの中で捉え、発展・深化するよう検討を重ねていき、集客に向けた多角的な情報発信をしていきたい。</p> <p>なお、取り組むテーマの選定にあたっては、集客交流産業の創出・発展という視点も必要である。</p>			

