

平成20年度第2次新まちづくり計画事業進行調書(その1)

計画体系コード	5-4-2	事業名	ターゲット別国内観光プロモーション事業				
担当	観光文化局観光部観光企画課 笠井		211-2376				
全体計画							
事業内容	<p>(1) ROUND-TABLE about SAPPORO TOURISM：首都圏、関西圏及び中京圏の旅行会社の商品企画担当者を対象にした観光誘致に関する説明会を引続き開催する。毎年開催することに提案内容を拡充させるなどレベルアップしながら継続していくことで、旅行会社との関係を深めるとともに、より多くの旅行商品化を目指す。説明会では、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。</p> <p>(2) 一般向けキャンペーン：不特定多数に向けた観光PRキャンペーンについて、独自に企画・運営するのではなく、東京事務所や、他都市及び関連団体と連携し、効率的な展開を図る。特に、首都圏と並んで大きなマーケットである関西圏からの誘客を図るため、PRを強化していく。</p> <p>(3) スイーツプロモーション：札幌の新たな都市ブランドとして発信中の「さっぽろスイーツ」について、引き続きスイーツ王国さっぽろ推進協議会と協力し、受地での魅力づくりとして市民に広くPRするとともに、首都圏や関西圏及び中京圏で札幌観光の魅力としてPRし、誘客を図る。</p> <p>(4) 首都圏における修学旅行誘致：北海道道央圏修学旅行・観光客誘致団と連携し、誘致ツール(パンフレット等)を制作する。ツールは、東京事務所が首都圏において、学校関係者、旅行会社(教育旅行担当)への誘致活動に活用していく。</p> <p>(5) 旅行商品提案プロジェクト：首都圏の旅行商品企画担当者や札幌の旅行商品仕入れ担当者を対象に、札幌の新たな観光素材を紹介し新たな商品化を目指す事業。個別の旅行会社のリクエストを把握し、それらのリクエストに応えられるよう、札幌の観光関係事業者と交渉を進め、新たな旅行商品の造成を目指していく。また、札幌の新たな魅力を実際に旅行商品企画担当者に体験していただき、商品化を目指すため、招へい事業を実施する。</p>		<年度別の事業内容>				
			<p>平成19年～22年度</p> <p>(1) ROUND-TABLE about SAPPORO TOURISM</p> <p>(2) 一般向けキャンペーン</p> <p>(3) スイーツプロモーション</p> <p>(4) 首都圏での修学旅行誘致</p> <p>(5) 旅行商品提案プロジェクト</p>				
事業内容・量・場所・規模・件数等	平成19年度事業内容(決算)		平成20年度事業内容(予算)				
	<p>(1) ROUND-TABLE about SAPPORO TOURISM 平成19年11月12、13、14日(東京、名古屋、大阪)</p> <p>(2) 一般向けキャンペーン 首都圏店頭プロモーション：平成19年5月25日、東京 シティセールイベント：平成19年6月3日、東京 お台場観光客集客イベント：平成19年10月27～28日、東京 北海道大物産展：平成19年11月3日、長野</p> <p>(3) スイーツプロモーション エージェンツ・マスコミを対象とした商品説明会における白いティラミスの提供：平成19年5月24日、東京 さっぽろスイーツ2007パンフレットの作成 ミュンヘンクリスマス市におけるPRブースの出演</p> <p>(4) 首都圏における修学旅行誘致：教育旅行ガイドブック作成</p> <p>(5) 旅行商品提案プロジェクト：商品化した件数 6件</p>		<p>札幌市国内観光プロモーション実行委員会負担金5,000千円内訳</p> <p>(1) ROUND-TABLE about SAPPORO TOURISM 2,800千円</p> <p>(2) 一般向けキャンペーン 400千円</p> <p>(3) スイーツプロモーション 1,500千円</p> <p>(4) 首都圏での修学旅行誘致 300千円</p> <p>旅費 1,500千円 内訳</p> <p>(1) 観光プロモーション 1,000千円</p> <p>(2) 旅行商品提案プロジェクト 500千円</p>				
達成目標の状況							
項目		18年度末 (現状)	19年度末 (実績)	20年度末 (予定)	21年度末 (予定)	22年度末 (予定)	22年度末 (目標)
道外観光客の来客数		6,398千人	6,104千人	未定	未定	6,791千人	6,791千人
スイーツを楽しみにした観光客の増加		24.2%	20.6%	未定	未定	35%	35%
市民・企業等との協働の状況(市民・企業等の参加、支援、協力の状況)							
<p>市民との連携、市民参加 企業等との連携・協働 [資金協力]実行委員会事業費として札幌市、札幌観光協会、札幌商工会所が相互に負担金を支出 [人材協力]実行委員会を札幌圏の観光関連事業者で構成 市民・企業等が参加しやすい環境づくり</p>							

平成20年度第2次新まちづくり計画事業進行調書(その2) (単位:千円)

計画体系コード	5-4-2	事業名	ターゲット別国内観光プロモーション事業			
評価(成果)			課題			
<p>当該事業の目的達成のためには、受け入れ側が消費者にとって魅力ある観光素材を提供し、旅行会社による商品化に結びつける必要がある。事業実施にあたっては、商品を作成する旅行会社との人的ネットワーク及び観光素材の提供を行う札幌圏の観光関連事業者間での相互協力体制の構築と維持に力を入れ、効果的なプロモーションの実施につなげることができた。その結果として複数の旅行商品が作成された。商品化まで至らないまでも商談が行われたケースが多数あった。直接旅行会社からの要望を聞くことでマーケティングにつながっていった。など観光客誘致に向け多くの成果をあげることができた。</p>			<p>集客拡大を図っていくためには、魅力ある観光素材を消費者へ常に供給し続けるだけでなく、札幌観光を訪れた人々の満足度を上げていくことが重要となる。このためには、受け地である地元の観光関連事業者による相互の連携を強化していくことが重要な課題となっている。</p>			
今後の事業の予定・方向						
<p>観光振興の推進は経済の活性化、新たな雇用の確保など地域の活力を生み出すために必要不可欠な取り組みである。今後はこれまで培ってきた旅行会社との人的ネットワーク、受け地である地元の観光関連事業者間による相互のつながりを強化していきながら、他の関係事業とも連携し、消費者が札幌観光に対してより強い満足感を覚えるような魅力ある観光素材の提供と受入体制の充実を図っていくこととしたい。</p> <p>また、近年増加している個人旅行への対応にあたっては、札幌は観光地として食・遊び・温泉・都市機能など幅広い年齢層に満足してもらえる要素を多分に備えていることから、その優位性を生かした親子、孫の3世代への訴求力のある商品の開発も検討していきたい。</p> <p>また、札幌は食・遊び・温泉・都市機能など幅広い年齢層に満足してもらえる要素を多分に備えている。増加する個人旅行への対応にあたっては、少子高齢化が進む現代において、札幌の優位性を生かした親子、孫の3世代への訴求力のある商品の開発も検討していきたい。</p>						
事業費の推移						
項目		19年度	20年度	21年度	22年度	計
計画	事業費	9,000	9,000	9,000	9,000	36,000
	財源					
	国・道支出金	0	0	0	0	0
	市内債	0	0	0	0	0
	その他	0	0	0	0	0
一般財源	9,000	9,000	9,000	9,000	36,000	
予算	事業費	9,000	6,500	-	-	15,500
	財源					
	国・道支出金	0	0			0
	市内債	0	0			0
	その他	0	0			0
一般財源	9,000	6,500			15,500	
実績	事業費	7,197	-	-	-	7,197
	財源					
	国・道支出金	0				0
	市内債	0				0
	その他	0				0
一般財源	7,197				7,197	
事業費の進捗率		(19年度実績事業費 + 20年度予算事業費) / (計画事業費)				38.0%
計画との差異(予算・事業内容・規模・時期等)						
(全体)						
[19年度]						
[20年度]						
既存事業の見直しとマンパワーを最大限活用したことで事業費が抑制された結果による						