

## 平成21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	観光文化局観光コンベンション部観光企画課 笠井 211-2376		
全体計画			
事業内容	<年度別の事業内容>		
	<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より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として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>		
事業内容	平成19年度事業内容(決算)	平成20年度事業内容(決算)	
	<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 シティセールスイベント: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 エージェント・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ブースの出展</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>(1) ROUND-TABLE about SAPPORO TOURISM 平成20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 シティセールスイベント:平成19年6月8日、9月7日(東京) 上野恩賜公園観光客集客イベント:平成20年11月1、2日(東京) JAL機内ビデオ放映用映像の制作</p> <p>(3) スイーツプロモーション エージェント・マスコミを対象とした商品説明会におけるさっぽろスイーツ2008の提供:平成20年5月28日(東京) さっぽろスイーツパンフレットの増刷 ミュンヘンクリスマス市におけるPRブースの出展</p> <p>(4) 首都圏における修学旅行誘致:説明会実施負担金</p> <p>(5) 旅行商品提案プロジェクト:商品化した件数 2件</p>	
事業内容	平成21年度事業内容(予算)	平成22年度事業内容(予算)	
	<p>(1) 旅行会社及びメディア向けプロモーション ・ROUND-TABLE about SAPPORO TOURISM:11月 東京、大阪、仙台 ・首都圏観光プロモーション:6月4日 東京 ・メールマガジンによる情報提供:毎月 ・取材協力</p> <p>(2) エンドユーザー向けプロモーション ・広告事業 ・観光物産展 ・静岡空港開港フェア:5月31日 静岡市 ・上野恩賜公園観光客集客イベント:9月12、13日 東京</p> <p>(3) スイーツプロモーション</p> <p>(4) 教育旅行誘致</p>		
規			
模			
件			
数			
等			

## 平成21年度第2次新まちづくり計画事業進行調書(その2)

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		
<b>達成目標の状況</b>							
項目	18年度末 (現状)	19年度末 (実績)	20年度末 (実績)	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	5,707千人	6,690千人	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	32.3%	35%	35%	
<b>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)</b>							
<p>市民との連携、市民参加 (該当なし)</p> <p>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            [情報協力](該当なし)            [その他の協力](該当なし)            市民・企業等が参加しやすい環境づくり            (該当なし)</p>							
<b>評価(成果)</b>			<b>課題</b>				
<p>事業実施にあたり、より良い観光素材としていくため、受入側の相互協力体制が構築、拡充がなされたことで、観光客にとって利便性の高い魅力的な札幌観光を提供できるきっかけができたとともに、事業の結果、構築された旅行会社やメディアなどの人的ネットワークを生かし新たな旅行商品の造成や札幌観光の露出機会の増加につながった。</p>			<p>集客拡大のためには、札幌観光に訪れた人々の満足度を上げリピーターを確保していくとともに、滞在日数を増やし、消費額の増加を図っていくことが重要となる。このためには、受入側である地元観光関連事業者により相互の連携を強化を図り、充実した札幌観光を提供するとともに、旅行商品、メディア等における恒常的な札幌観光の露出を促していく必要がある。</p>				
<b>今後の事業の予定・方向</b>							
<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、平成21年4月に認定されたさっぽろ広域観光圏の事業やその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くとともに、旅行商品、メディア等における恒常的な札幌観光の露出を図っていき、エンドユーザーの札幌に対する旅行機運の盛り上がりを促すこととしたい。</p>							

## 平成21年度第2次新まちづくり計画事業進行調書(その3) (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		
<b>事業費の推移</b>							
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	
	財源内訳						
	国・道支出金	0	0	0	0	0	
	市の債	0	0	0	0	0	
	その他の他	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	6,200	-	21,700	
	財源内訳						
	国・道支出金	0	0	0		0	
	市の債	0	0	0		0	
	その他の他	0	0	0		0	
一般財源	9,000	6,500	6,200		21,700		
実績	事業費	7,197	5,887	-	-	13,084	
	財源内訳						
	国・道支出金	0	0			0	
	市の債	0	0			0	
	その他の他	0	0			0	
一般財源	7,197	5,887			13,084		
事業費の進捗率		(H19実績事業費 + H20実績事業費 + H21予算事業費) / (計画事業費)				53.6%	
<b>計画との差異(予算・実績・事業内容・規模・時期等)</b>							
(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							
[21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							