

平成21年度第2次新まちづくり計画施策進行調書(その2)

政策目標	5	文化の薫る、都市の魅力が輝き、にぎわう街					
重点課題	4	新たな集客交流資源の創出と魅力の発信					
達成目標の状況							
施策番号	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)
1	〔さっぽろ雪まつり魅力アップ〕参加団体数	9団体	10団体	13団体	14団体	15団体	15団体
1	雪まつりの満足度	57.7%	-	67.2%	68.0%	70.0%	70.0%
1	〔ライラックまつり魅力アップ〕観客数	346,700人	363,500人	373,250人	450,000人	500,000人	500,000人
1	〔「ミュンヘン・クリスマス市 in Sapporo」〕来場者数	44.6万人	45.1万人	50.6万人	50万人	50万人	50万人
1	藻岩山の再整備	-	-	基本計画案 策定	基本設計 実施設計	建設工事	整備
1	定山溪の来客数	2,435千人	-	-	-	-	-
1	定山溪の来客の満足度	82.6%	-	-	-	-	-
1	〔代替目標〕定山溪の宿泊者数	1,813千人	1,408千人	1,394千人	1,536千人	1,600千人	1,600千人
1	〔新たな秋のイベント〕観客数	-	-	72万4千人	80万人	90万人	80万人
1	〔大通公園スケATING・スクエア〕利用者数	-	5,083人	10,374人	1万人	1万人	1万人
1	〔平岡公園・梅林〕梅開花時期の夜間入園者数	-	14,300人	22,372人	未定	未定	17,600人
1	コミュニティガーデン設置数(累計)	-	1カ所	11カ所	21カ所	31カ所	30カ所
1	花を活用した管理を行う道路残地箇所数(累計)	-	-	1カ所	4カ所	10カ所	10カ所
2	外国人観光客のリピーター率	25.4%	28.9%	未定	28.85%	30%	30%
2	札幌観光の満足度(おもてなし)	69.5%	78%	未定	73.6%	75%	75%
2	コンベンションの開催件数	911件	952件	1,059件	1,015件	1,050件	1,050件
2	観光集客イベントの集客人数	7.1万人	7.0万人	7.6万人	7.4万人	7.5万人	7.5万人
2	コンベンション開催団体への訪問回数	501件	547件	573件	620件	620件	620件
2	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
2	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%
2	外国人延べ宿泊者数	559,272人	752,081人	766,854人	未定	未定	70万人
2	〔アジア学生交流〕市民交流事業等参加者数	-	-	321人	500人	500人	500人
2	サミットの支援	-	-	推進			推進 (20年度)
2	〔国際園芸博覧会構想の検討〕開催誘致の是非決定	-	-	-	決定		決定 (20年度)
3	〔都心部における北海道の魅力発信〕来場者数	-	-	70,256人	8万人	10万人	10万人
3	〔都心部における北海道の魅力発信〕道内各地域からの出展者数	-	-	33件	40件	50件	50件
3	〔(仮称)札幌広域ドライブルートマップ作成〕参画施設の入場者数の伸び率	-	-	-	-	-	1.5%アップ
	(以下余白)						

〔代替目標〕定山溪の宿泊者数は、定山溪の来客数及び定山溪の来客の満足度について、19年度以降公表を取りやめたこと等により、代替の達成目標として設定したものである。

平成21年度第2次新まちづくり計画施策進行調書(その3)

政策目標	5	文化の薫る、都市の魅力が輝き、にぎわう街
重点課題	4	新たな集客交流資源の創出と魅力の発信
主 な 取 組 内 容		
施策1	観光魅力づくりの推進	
	19年度(実績)	20年度(実績)
	<p>雪まつりさとらんど会場で、過去最高の入場者数を記録。ライラックまつりの期間を2日間延長し、観客数は前年比16,800人増の363,500人を記録。</p> <p>藻岩山の具体的な整備内容の検討、環境配慮ガイドラインの策定、札幌紹介施設の基本設計、ソフト事業の展開。</p> <p>定山溪健康保養温泉地のまちづくり事業補助。</p> <p>秋祭りシンポジウム、企画書の制作。</p> <p>大通公園1丁目にスケートリンクを設置し、5,083人が入場。</p> <p>梅林のライトアップを11日間実施し、全来場者数の16%14,300人が来場。</p>	<p>会場をさとらんどからつどーむに移転し、雪まつり魅力アップ事業を実施</p> <p>ライラック音楽祭を継続、大連市交流訪問団による記念公演を実施</p> <p>藻岩山魅力アップ構想施設再整備基本計画案の策定、札幌紹介施設の実施設設計に向けた調整、ソフト事業の拡大</p> <p>定山溪健康保養温泉地のまちづくり事業補助継続</p> <p>オータムフェストを新規実施</p> <p>大通スケートリンクのサイズ拡張、開催期間を延長</p> <p>梅林ライトアップ方法の工夫、環境への配慮</p> <p>コミュニティガーデンの設置拡大、ぶらり さっぽろ花ロードプランの対象路線を拡大</p> <p>ミュンヘンクリスマス市について、企画コンペを実施、運営を民間委託、開催期間の延長等を実施</p>
	21年度(予定)	22年度(予定)
	<p>雪まつり第2会場「つどーむ」会場において、屋外と屋内施設を活用した参加・体験プログラムの充実を図る。</p> <p>ライラック音楽祭を継続</p> <p>藻岩山魅力アップ事業について、施設再整備の基本設計・実施設計を実施。札幌紹介施設で上映するコンテンツ制作、ソフト事業の新たな事業展開を進める。</p> <p>定山溪健康保養温泉地のまちづくり事業補助継続</p> <p>大通スケートリンクについて、期間短縮、営業時間延長の上、継続実施</p> <p>梅林ライトアップを継続実施</p> <p>ミュンヘン・クリスマス市について、休前日の終了時間を30分延長し継続実施</p> <p>オータムフェストについて、市内中心部の回遊を意識しつつ継続実施</p> <p>コミュニティガーデン等の継続実施</p>	
施策2	観光客及びコンベンションの受入強化と誘致促進	
	19年度(実績)	20年度(実績)
	<p>個人客対応充実、来客受入強化、魅力づくり発信、コンベンションの各プロジェクトを実施。</p> <p>ROUND-TABLE、首都圏店頭、スイーツの各プロモーション、修学旅行誘致、旅行商品提案を実施。</p> <p>シンガポール他での観光プロモーション、旅行博覧会出展、観光と物産展、旅行社・メディア等招へい、キーパーソン招へい、外国語観光ガイド制作を実施。</p>	<p>個人客対応充実、来客受入強化、魅力づくり発信、コンベンションの各プロジェクトの継続</p> <p>メディアの活用、集客イベント開催により、シティPRを実施</p> <p>ROUND-TABLE、首都圏店頭、スイーツの各プロモーション、修学旅行誘致、旅行商品提案の継続</p> <p>シンガポール他での観光プロモーション、旅行博覧会出展、観光と物産展、旅行社・メディア等招へい、キーパーソン招へい、外国語観光ガイド制作の継続</p> <p>北海道洞爺湖サミットの開催にあたり、「札幌市サミット推進本部」を立ち上げ、全庁体制で準備に取り組んだ。</p> <p>「21世紀東アジア青少年大交流計画」の受入団体と協力し、東アジアからの訪問団に対する交流事業を行った。</p> <p>国際園芸博覧会について、市民アンケート調査を実施</p>
	21年度(予定)	
	<p>受入強化のため個人客対応充実、来客受入強化、魅力づくり発信、コンベンションの各プロジェクトの継続</p> <p>国内プロモーションとして、エージェント及びメディア向けプロモーション、エンドユーザー向けプロモーション、スイーツの各プロモーション、修学旅行誘致、旅行商品提案の継続</p> <p>国際プロモーションとして、北京他での観光プロモーション、旅行博覧会出展、観光と物産展、旅行社・メディア等招へい、外国語観光ガイド制作の継続</p> <p>首都圏シティPRとして、各種メディアの活用、集客イベント、コンベンション等の誘致を継続</p> <p>アジア学生交流事業として、学校交流、地域交流を継続</p>	

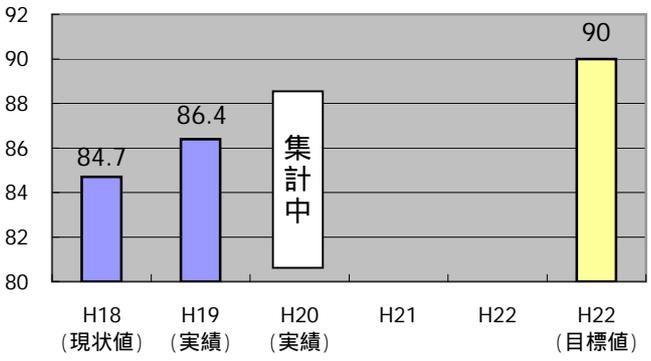
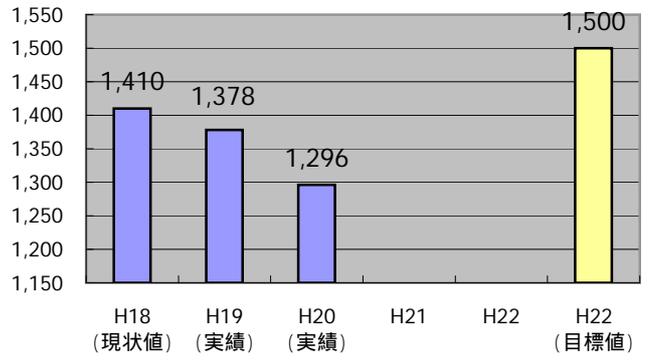
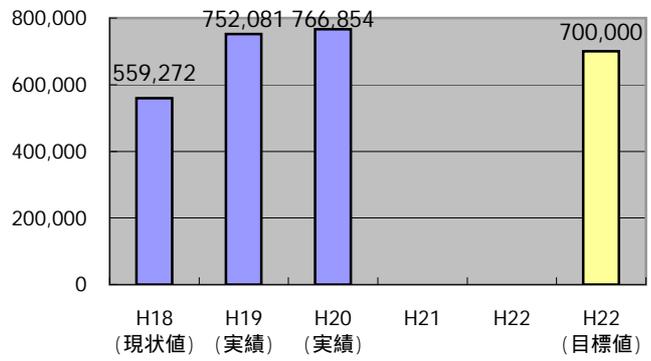
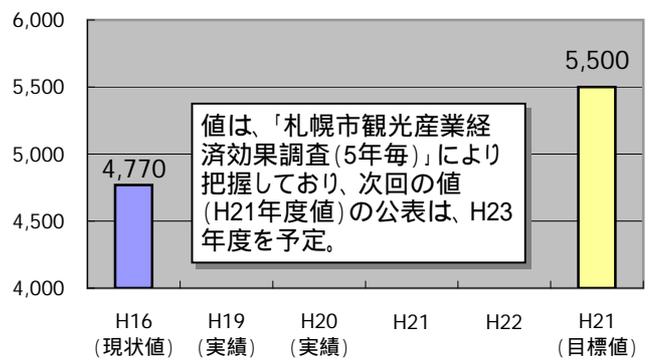
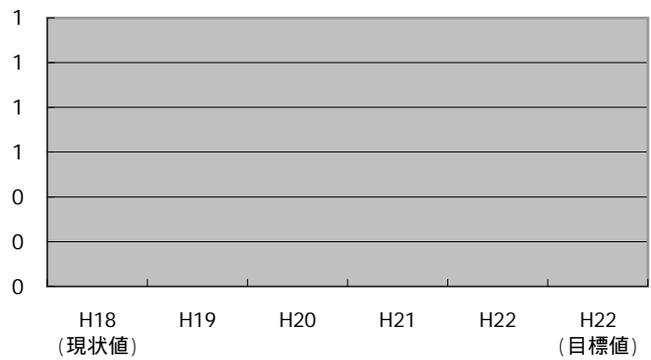
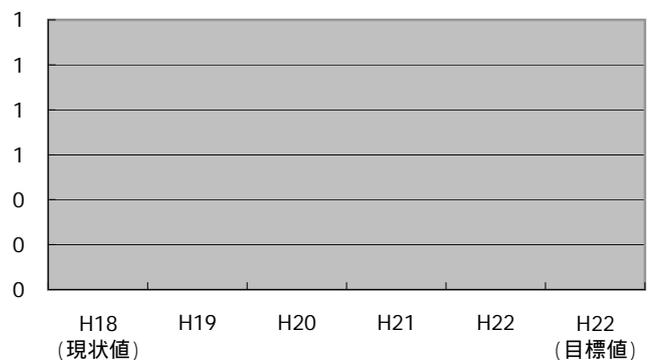
平成21年度第2次新まちづくり計画施策進行調書(その4)

政策目標	5	文化の薫る、都市の魅力が輝き、にぎわう街				
重点課題	4	新たな集客交流資源の創出と魅力の発信				
主 な 取 組 内 容						
施策3 道内各市町村と連携した魅力の発信						
19年度(実績)			20年度(実績)			
<p>オータムフェスト2008の開催に向け、道内市町村との協力関係の構築に努めた。</p> <p>札幌広域圏組合との観光振興担当者会議の開催、札幌広域圏ドライブルートマップの作成、札幌広域圏ネット(メーリングリスト)による情報共有などを行った。</p>			<p>オータムフェストを新規実施。道内市町村と連携し、道内各地の旬の食材を提供、PRした。</p> <p>札幌広域圏内の観光施設などを対象としたスタンプラリーを実施するなど、広域圏組合との連携を継続</p> <p>道産品アンテナショップ「HUGマート」、屋台風イートインスペース「HUGイート」をオープンし、運営補助を実施</p>			
21年度(予定)			22年度(予定)			
<p>道産品アンテナショップに対し、賃借料相当分の補助を継続</p> <p>オータムフェスト2009の開催に向け、道内市町村や「さっぽろ広域観光圏推進協議会」との連携を強化していく。</p> <p>広域ドライブルートマップ作成事業を「さっぽろ広域観光圏推進協議会」に統合し、圏域内における2泊3日以上滞在を促進するため、宿泊の魅力向上、宿泊の魅力向上等を図る各種事業を実施する。</p>						
主 な 施 設 、 サ ー ビ ス の 整 備 水 準						
施設(サービス)名	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)

平成21年度第2次新まちづくり計画施策進行調書(その5)

政策目標	5	文化の薫る、都市の魅力が輝き、にぎわう街
重点課題	4	新たな集客交流資源の創出と魅力の発信
評価(成果)		課題
施策1 観光魅力づくりの推進		
<p>雪まつり第2会場での市民参加、来場者へのおもてなし向上により、集客交流の促進に寄与 ライラックまつりが市内中心部の活性化につながった。 藻岩山の魅力が市民に定着してきており、ロープウェイの利用者は増加傾向。豊かな自然環境の活用と環境保全の重要性の理解促進という藻岩山の機能も発揮 定山溪温泉まちづくり委員会策定のアクションプラン実現を支援し、定山溪温泉地域の魅力づくりと賑わい創出に貢献 平岡公園梅林のライトアップにより、市民と観光客に新たな魅力を提供し、集客交流に貢献した。 ミュンヘン・クリスマス市では、過去最多の来場者数を記録し、観光端境期となる初冬季札幌の観光に貢献 コミュニティガーデン造成により、地域や市民が主体となったみどり豊かな街づくりへの取組が推進された。 オータムフェストについて、幅広い年代の支持を受けた。 大通スケートリンク事業について、新たな雪まつりの楽しみ方を提案できた。</p>	<p>雪まつり第2会場の魅力アップによる一層の集客交流のため、参加団体の募集手法や会場構成の検討 ライラックまつりの悪天候時の対応、平日の集客 藻岩山の自然環境保全のため環境配慮ガイドラインに基づく施設再整備の徹底、関係機関との調整による円滑な事業進行、ソフト事業の充実、人材育成、体制整備 国道拡幅等の定山溪のまちづくりに影響を及ぼす諸計画の動きを注視し、関係機関と連携する必要 梅林ライトアップは、照射方法の一層の工夫、旅行者等へのPRにより観光資源としての定着、道外観光客の誘客 ミュンヘン・クリスマス市では、民間知識の一層の活用・効率化を目指すと共に、安定的な財政運営を確保する必要 花とみどりのまちづくりをさらに推進させるため、ボランティア活動団体等の連携強化 オータムフェストのスポンサー確保、寒さ対策の検討 大通スケートリンク事業は、安定運営のため、支出負担軽減、スポンサーの確保</p>	
施策2		
<p>個人客対応充実、来客受入強化、魅力づくり発信、コンベンションの各プロジェクトにおいて、それぞれ実績をあげた。 首都圏シティPRについて、各種メディアを活用し、札幌の魅力をアピールできた。 国内プロモーションについて、旅行会社等との人的ネットワーク、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が実施できた。 国際プロモーションについて、札幌市の旅行先としての認知度向上、旅行商品造成を促進する事業を行い、札幌への集客に貢献した。</p>	<p>観光都市さっぽろ推進のため、旅行代理店、航空会社、ホテル、タクシー業界等との連携を一層進める必要 首都圏でのシティPRは高い効果を期待できるものであり、より効率的に札幌の観光資源をPRできるよう工夫する必要がある。 国内プロモーションについて、札幌観光に訪れた人の満足度を上げるために、観光関連業者による相互の連携を強化していかなければならない。 国際プロモーションについて、外国人観光客を多く誘致するため、誘致宣伝活動に加えて、受入環境整備、規制緩和、出入国手続き体制整備など、新たな魅力づくりに取り組む必要がある。</p>	
施策3 道内各市町村と連携した魅力の発信		
<p>オータムフェストは、観光関連団体、学生・市民等と懇談会を実施し意見交換を行ったため、幅広い年代の方が来場し、落ち着いた大人の雰囲気があるイベントとして好評を博した。 アンテナショップの開設により、大通地区の活性化や北海道の魅力発信につながった。 アジア学生との交流により、市民の国際理解を醸成し、また、将来的な集客促進効果が期待できる。 サミットを契機としたおもてなしの機運の醸成、札幌の魅力発信 国際園芸博覧会について市民アンケートを実施</p>	<p>オータムフェストは新規の事業であることから、イベントの知名度アップのための広告・宣伝が必要。道外観光客の入り込み、出展者・スポンサー、事業費の確保等 アンテナショップについて、道内市町村との連携強化、経営の安定化、集客促進 アジア学生との交流について、市民参加のための関係機関との協働、広報の工夫 サミットに関して、今後のまちづくりにどう生かしていくかが課題 国際園芸博覧会について、議会、関係団体等の状況を見極め開催を判断する必要</p>	
今後の重点取組		
<p>藻岩山魅力アップ事業について、平成23年の施設リニューアルにむけ、民間事業者、関係機関との適切な役割分担のもと「藻岩山魅力アップ構想」の着実な推進及び具体化を図っていく。 オータムフェストについて、平成22年度までは大通公園において内容の充実を図りながら実施することに加え、平成23年度からは「創成川広場」が供用されることを踏まえ、都心部全体のにぎわい創出を見据えた事業展開を検討していく。 観光・コンベンションの誘致促進のため、魅力ある観光素材の提供と受入体制の充実を図るとともに、さまざまなメディアを活用し、積極的なシティPRを実施していく。 「さっぽろ広域観光圏推進協議会」について、構成市町村の中心である札幌市がリーダーシップをとり、圏域内2泊3日以上滞る促進を図る各事業を各関係団体と連携のうえ実施していく。</p>		

平成21年度第2次新まちづくり計画施策進行調書(その6)

政策目標	5	文化の薫る、都市の魅力が輝き、にぎわう街											
重点課題	4	新たな集客交流資源の創出と魅力の発信											
項目1	観光地としての総合満足度(単位:%)												
 <table border="1"> <caption>観光地としての総合満足度(単位:%)</caption> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>満足度(%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>H18 (現状値)</td> <td>84.7</td> </tr> <tr> <td>H19 (実績)</td> <td>86.4</td> </tr> <tr> <td>H20 (実績)</td> <td>集計中</td> </tr> <tr> <td>H22 (目標値)</td> <td>90</td> </tr> </tbody> </table>	年度	満足度(%)	H18 (現状値)	84.7	H19 (実績)	86.4	H20 (実績)	集計中	H22 (目標値)	90	項目2	年間来客数(単位:万人)	
年度	満足度(%)												
H18 (現状値)	84.7												
H19 (実績)	86.4												
H20 (実績)	集計中												
H22 (目標値)	90												
 <table border="1"> <caption>年間来客数(単位:万人)</caption> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>来客数(万人)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>H18 (現状値)</td> <td>1,410</td> </tr> <tr> <td>H19 (実績)</td> <td>1,378</td> </tr> <tr> <td>H20 (実績)</td> <td>1,296</td> </tr> <tr> <td>H22 (目標値)</td> <td>1,500</td> </tr> </tbody> </table>	年度	来客数(万人)	H18 (現状値)	1,410	H19 (実績)	1,378	H20 (実績)	1,296	H22 (目標値)	1,500			
年度	来客数(万人)												
H18 (現状値)	1,410												
H19 (実績)	1,378												
H20 (実績)	1,296												
H22 (目標値)	1,500												
項目3	外国人延べ宿泊者数(単位:人)												
 <table border="1"> <caption>外国人延べ宿泊者数(単位:人)</caption> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>延べ宿泊者数(人)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>H18 (現状値)</td> <td>559,272</td> </tr> <tr> <td>H19 (実績)</td> <td>752,081</td> </tr> <tr> <td>H20 (実績)</td> <td>766,854</td> </tr> <tr> <td>H22 (目標値)</td> <td>700,000</td> </tr> </tbody> </table>	年度	延べ宿泊者数(人)	H18 (現状値)	559,272	H19 (実績)	752,081	H20 (実績)	766,854	H22 (目標値)	700,000	項目4	札幌市内での総観光消費額(単位:億円)	
年度	延べ宿泊者数(人)												
H18 (現状値)	559,272												
H19 (実績)	752,081												
H20 (実績)	766,854												
H22 (目標値)	700,000												
 <table border="1"> <caption>札幌市内での総観光消費額(単位:億円)</caption> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>消費額(億円)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>H16 (現状値)</td> <td>4,770</td> </tr> <tr> <td>H19 (実績)</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>H20 (実績)</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>H21 (目標値)</td> <td>5,500</td> </tr> </tbody> </table> <p>値は、「札幌市観光産業経済効果調査(5年毎)」により把握しており、次回の値(H21年度値)の公表は、H23年度を予定。</p>	年度	消費額(億円)	H16 (現状値)	4,770	H19 (実績)	-	H20 (実績)	-	H21 (目標値)	5,500			
年度	消費額(億円)												
H16 (現状値)	4,770												
H19 (実績)	-												
H20 (実績)	-												
H21 (目標値)	5,500												
項目5	項目6												
	項目6												
成果指標等から見た重点課題の評価													
<p>「観光地としての総合満足度」および「外国人延べ宿泊者数」が向上しており、受入体制の強化、魅力づくりに、観光プロモーションについて一定の成果が上がっていると評価できる一方、「年間来客数」は、景気動向に左右されるものではあるが、19年度は減少しており、今後さらなる魅力づくりや魅力発信のための取組を推進する必要がある。</p>													