

## 平成22年度第2次札幌新まちづくり計画事業進行調書(その1)

施策体系コード	5-4-2		事業名	首都圏シティPR事業
担当	総務局東京事務所 中本 和弥 TEL03-3216-5090			
全体計画				
事業内容	札幌の集客交流を図るため、首都圏において札幌の都市イメージやさっぽろブランド、観光の魅力などを発信する。 ①広告メディアを利用した札幌のPR 公共交通機関や各種情報誌などのメディアを活用し、首都圏居住者に札幌の都市イメージやさっぽろブランドを発信する。 ②観光集客イベントの開催 首都圏の集客力・認知度の高いエリアで、札幌の魅力である、食や自然、文化芸術などの集客交流資源を効果的にPRするイベントを開催する。 ③コンベンション・教育旅行の誘致 ビジネスや学校などの団体客の集客交流を促進するため、首都圏に数多く集中している企業や学会事務局、中・高校などを対象にコンベンションや教育旅行の誘致活動を行う。		<年度別の事業内容> 【H19～22年度】 イメージ広告等の掲出(公共交通機関広告制作掲出、旅行情報誌等の紙面の買取)、観光集客イベントの開催、コンベンション・教育旅行の誘致	
	平成19年度事業内容(決算)		平成20年度事業内容(決算)	
事業内容	○広告メディアを利用した札幌のPR 山手・中央線トレインチャンネルや東急線TOQビジョン等を利用して11月～12月の6週間、雪まつりやホワイトイルミネーションなど冬の札幌をPRする映像を放映した。 ○首都圏でのシティPRイベントの開催 10月の2日間、お台場でさっぽろスイーツや札幌の芸術をPRするイベントを開催した。また、6月と12月には有楽町駅前でPMFやさっぽろスイーツ、雪まつり等のグッズの配布や抽選会を実施した。 ○コンベンション・教育旅行誘致 首都圏にある学会や組織団体の事務局を訪問し、全国大会や国際会議などの札幌開催を働きかけた。また、観光部や札幌観光協会と連携し、11月に教育旅行説明会を開催したほか、教育旅行提案書を作成するなどして学校や旅行代理店に情報提供を行った。 【決算額】23,236千円		○広告メディアを利用した札幌のPR 銀座4丁目の街頭ビジョン「HOT VISION銀座」で市内他部局との連携のもと、5月26日から2月11日まで断続的に延べ6か月間具体的な施設・イベントを映像で紹介した。 また、東急線TOQビジョンで11月15日から30日まで雪まつりやホワイトイルミネーションなど冬の札幌をPRする映像を放映するとともに、東急線沿線で創刊されたフリーペーパーに雪まつりの広告を掲載した。 ○首都圏における観光集客イベントの開催 11月の2日間、上野公園でサッポロ・シティ・ジャズやさっぽろスイーツなど首都圏在住者に札幌の魅力を体験してもらうPRイベントを開催した。また、6月、9月には有楽町駅前でPMF、札幌スタイル、さっぽろオータムフェスト、定山渓温泉等のPRを行った。 ○コンベンション・教育旅行の誘致 年間を通じて、首都圏の学会事務局などに札幌へのコンベンション誘致の訪問活動を行った。特にAPEC誘致に関しては、国際部と協力し関係省庁等との連絡調整・情報収集など東京での誘致活動を行った。また横浜市内公立中学校に対し教育旅行意向調査を実施するとともに、観光部や札幌観光協会と連携し、11月に教育旅行説明会を開催したほか、学校にパンフレットを送付したり旅行代理店に情報提供を行うなどの活動を行った。 【決算額】20,578千円	
	平成21年度事業内容(決算)		平成22年度事業内容(予算)	
事業内容	○広告メディアを利用した札幌のPR 5月～2月、銀座4丁目の街頭ビジョン「HOT VISION銀座」において札幌PR映像を放映。「さっぽろオータムフェスト」、「さっぽろ雪まつり」など、時機をとらえた具体的な情報を発信。延べ放映時間は135時間。10月及び2月、FMラジオ番組「Green LIFE」内において札幌のライフスタイルを切り口とした5分間コーナー「green tour to Sapporo city」を8回放送。13万人が聴取。これに関連して、BSテレビにおいて5分間スポット番組「green tour to Sapporo city」を1回放送。49万世帯が視聴。11月、新宿3丁目交差点において冬の札幌をPRする街頭広告を掲出 ○首都圏における観光集客イベントの開催 9月、上野公園において札幌の食や音楽文化などを体感できるイベント「SAPPORO GOURMETRIP 2009」を開催。4万3千人が来場。10月、代々木公園において開催された北海道物産展「北海道フェア in 代々木 2009」に秋から冬にかけての札幌の魅力でPRするブースを出展。21万3千人が来場 ○コンベンション・教育旅行の誘致 コンベンション誘致について、国際プラザと連携のうえ、年間を通じ首都圏の学会事務局等への訪問活動を展開。教育旅行誘致について、誘致拡大につながる情報発信、収集活動を展開 【決算額】19,960千円		○広告メディアを利用した札幌のPR より効果的かつ効率的な手段、方法を選択のうえ、札幌の様々な魅力をメディアで発信。出版社等への訪問によるきめ細やかな情報提供活動もあわせて実施 ○イベントによる札幌のPR 旅行意欲の高いお客さんが集まるイベントを選択し、札幌の魅力を体感できるブースを出展 ○コンベンション・教育旅行の誘致 年間を通じて、国際プラザと連携したコンベンション誘致活動や教育旅行の誘致拡大につながる情報発信、収集活動を展開 【予算額】15,000千円	
	平成21年度事業内容(決算)		平成22年度事業内容(予算)	
事業内容	○広告メディアを利用した札幌のPR 5月～2月、銀座4丁目の街頭ビジョン「HOT VISION銀座」において札幌PR映像を放映。「さっぽろオータムフェスト」、「さっぽろ雪まつり」など、時機をとらえた具体的な情報を発信。延べ放映時間は135時間。10月及び2月、FMラジオ番組「Green LIFE」内において札幌のライフスタイルを切り口とした5分間コーナー「green tour to Sapporo city」を8回放送。13万人が聴取。これに関連して、BSテレビにおいて5分間スポット番組「green tour to Sapporo city」を1回放送。49万世帯が視聴。11月、新宿3丁目交差点において冬の札幌をPRする街頭広告を掲出 ○首都圏における観光集客イベントの開催 9月、上野公園において札幌の食や音楽文化などを体感できるイベント「SAPPORO GOURMETRIP 2009」を開催。4万3千人が来場。10月、代々木公園において開催された北海道物産展「北海道フェア in 代々木 2009」に秋から冬にかけての札幌の魅力でPRするブースを出展。21万3千人が来場 ○コンベンション・教育旅行の誘致 コンベンション誘致について、国際プラザと連携のうえ、年間を通じ首都圏の学会事務局等への訪問活動を展開。教育旅行誘致について、誘致拡大につながる情報発信、収集活動を展開 【決算額】19,960千円		○広告メディアを利用した札幌のPR より効果的かつ効率的な手段、方法を選択のうえ、札幌の様々な魅力をメディアで発信。出版社等への訪問によるきめ細やかな情報提供活動もあわせて実施 ○イベントによる札幌のPR 旅行意欲の高いお客さんが集まるイベントを選択し、札幌の魅力を体感できるブースを出展 ○コンベンション・教育旅行の誘致 年間を通じて、国際プラザと連携したコンベンション誘致活動や教育旅行の誘致拡大につながる情報発信、収集活動を展開 【予算額】15,000千円	

## 平成22年度第2次札幌新まちづくり計画事業進行調書(その2)

施策体系コード	5-4-2			事業名	首都圏シティPR事業		
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 (実 績)	21年度末 (実 績)	22年度末 (予 定)	22年度末 (目 標)	
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	25.6万人	7.5万人	7.5万人	
コンベンション開催団体への訪問回数	501件	547件	573件	589件	620件	620件	
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 活動状況について市ホームページで公開するとともに、マスメディアや各種情報サイト、市観光メールマガジンを通じた情報発信により、市民と情報を共有するよう努めている。</p> <p>■企業等との連携・協働 [資金協力] (該当なし) [人材協力] (該当なし) [情報協力] (該当なし) [その他の協力] イベントにおいて協賛品の提供を受けている。</p> <p>■市民・企業等が参加しやすい環境づくり 協賛企業(東京に支社等のある企業)との情報共有</p>							
評 価 ( 成 果 )			課 題				
<p>○広告メディアを利用した札幌のPR 街頭ビジョン、街頭広告、FMラジオ、BSテレビという様々な広告メディアを用いることで、幅広い層に具体的な札幌の情報を発信することができた。</p> <p>○首都圏における観光集客イベントの開催 札幌を体感できるイベントを開催することで、「札幌の食はおいしい」、「札幌の街は楽しい」など来場者に強い印象を与えることができた。また、アンケート調査や市観光メールマガジン購読者の募集など、双方向性のある活動を展開することができた。</p> <p>○コンベンション・教育旅行の誘致 直接的に札幌への集客に結び付けることができた。</p>			<p>都市間競争が激化する中、首都圏での各自治体によるPR活動の規模も拡大傾向にあり、「目立つ」ことが難しくなっている。</p>				
今 後 の 事 業 の 予 定 ・ 方 向							
<p>シティプロモートに係る札幌市全体の方針に基づき、イベント事業とメディア事業との連動を図るとともに、関係部局の首都圏事業との体系化を図り、一体となった取組を展開する。</p>							

## 平成22年度第2次札幌新まちづくり計画事業進行調書(その3) (単位:千円)

施策体系コード		5-4-2			事業名	首都圏シティPR事業				
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	23,085	22,971	22,972	22,972	92,000				
	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	23,085	22,971	22,972	22,972	92,000					
予算	事業費	23,085	21,931	20,013	15,000	80,029				
	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	23,085	21,931	20,013	15,000	80,029					
実績	事業費	22,236	20,578	19,960	-	62,774				
	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	22,236	20,578	19,960		62,774					
事業費の進捗率		(H19実績事業費+H20実績事業費+H21実績事業費+H22予算事業費) / (計画事業費)					84.5%			
計画との差異(予算・実績・事業内容・規模・時期等)										
《全体》										
[19年度]										
[20年度]										
[21年度]										
[22年度]										