

## 平成23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	2-3-1	5-4-3	事業名	都心部における北海道の魅力発信事業
担当	市長政策室政策企画部企画課 田村 Tel 211-2192			
全 体 計 画				
事業内容	北海道全体の魅力向上や活性化を図るため、多くの市民・観光客が集まる札幌都心において、道内市町村と連携し、民間の活力・ノウハウを積極的に取り入れながら、北海道の食や観光などのさまざまな情報を国内外へ向けて発信する拠点機能を強化するため、民間主体の運営による北海道産品を取り扱うアンテナショップ運営への補助を行う。		＜年度別の事業内容＞	
			<p>[平成19年度]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市町村に対する出展意向アンケートの実施</li> <li>・市民アンケート調査の実施</li> </ul> <p>[平成20年度]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・アンテナショップ開設</li> <li>・賃借料相当分の補助</li> </ul> <p>[平成21年度]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・賃借料相当分の補助</li> </ul> <p>[平成22年度]</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・賃借料相当分の補助</li> </ul>	
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>○市町村・団体に対する出展意向アンケートの実施 リンケージアップフェスティバル2007に単独出展予定の77市町村に対して、アンテナショップへの出展意向アンケートを実施 「出展する」「条件次第で出展する」が合わせて63.3% 出展の判断基準・・・「出展料」53.8% 「店舗の場所」28.6%</p> <p>○市民アンケート調査 リンケージアップフェスティバル2007来場者に対するアンケート調査の実施 常設店舗ができれば「ぜひ行きたい」65.4% 「気が向けば行きたい」26.9% 計92.3%</p>		<p>○施設オープン(平成20年12月19日) 施設名称:「道産食彩HUG(ハグ)」 施設形態: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) ※HUGイートは平成21年2月5日オープン 施設設置・運営:狸小路道産食彩協議会 (狸小路商店街振興組合役員中心に設立) 設置場所:狸小路5丁目(空き店舗活用) (HUGマート) 出展(出品)者数:市町村会員 1市5町 生産者会員 160(個人・団体) 取扱商品数:約2,500アイテム(道内77市町村の商品) 催事開催回数:33回(市町村会員3回、生産者会員30回)</p> <p>○賃借料相当分の補助 アンテナショップスペースに係る賃借料相当分補助 平成20年12月～平成21年3月分(4ヶ月)</p>	
事業内容	平成21年度事業内容(決算)		平成22年度事業内容(決算)	
	<p>○賃借料相当分の補助 アンテナショップスペースに係る賃借料相当分補助 平成21年4月～平成22年3月分(12ヶ月)</p> <p>(HUGマート) 出展(出品)者数:市町村会員 1市4町 生産者会員 350(個人・団体) 取扱商品数:約7,000アイテム(常時2,000～3,000アイテム) 道内81市町村の商品 催事開催回数:41回(施設内催事35回、施設外催事6回) 来場者数:258,654人(H21.4～H22.3)</p>		<p>○賃借料相当分の補助 アンテナショップスペースに係る賃借料相当分補助 平成22年4月～平成23年3月分(12ヶ月)</p> <p>(HUGマート) 出展(出品)者数:市町村会員 1市1町 生産者会員 270(個人・団体) 取扱商品数:約7,000アイテム(常時2,000～3,000アイテム) 道内89市町村の商品 催事開催回数:68回(施設内催事62回、施設外催事6回) 来場者数:245,169人(H22.4～H23.3)</p>	
規模				
件数				
数				
等				

## 平成23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	2-3-1	5-4-3		事業名	都心部における北海道の魅力発信事業		
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 (実績)	22年度末 (目標)	
来場者数	-	-	70,256人	328,910人	574,079人	10万人	
道内各地域からの出展者数	-	-	33件	41件	68件	50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 市民が来店することにより、安心・安全な道産品の良さを再確認し、地産地消が進み、消費が増えることにより道内産業の振興につながる。また、来店した市民が道内市町村の観光情報などを入手することにより、道内を観光する市民が増えるなど、交流人口が拡大し、北海道全体の活性化につながる。</p> <p>■企業等との連携・協働 [資金協力] 賃借料相当分を補助することにより出展料を抑え、多くの市町村・生産者が出展しやすい条件を整える。 [人材協力] [情報協力] マスメディアや情報関連企業と連携し、さまざまな媒体を利用して北海道の魅力を発信する。 [その他の協力] 民間事業者のノウハウやネットワークを活かして、広く道内各地の優良な道産品を発掘することが期待される。</p> <p>■市民・企業等が参加しやすい環境づくり 民間事業者の運営とすることにより、ノウハウを活かしたスピーディーかつ柔軟な事業展開が期待でき、道内の様々な企業や団体、個人(生産者)との連携が機動的にできる。</p>							
評価(成果)			課題				
<p>民間事業者が施設の設置・運営を行うこととなったことから、当初予定より1年前倒しで開設することができた。また、狸小路商店街の空き店舗を活用することにより、商店街の活性化ひいては大通地区の活性化に資する施設となった。</p> <p>市町村単位での出展(出品)のみならず、生産者個別の出展(出品)も可能にしたことにより、広く全道各地の道産品を販売することができ、市民や観光客に北海道の魅力を発信することができている。</p> <p>オープン時からテレビ・ラジオ・新聞・雑誌等多くのメディアに取り上げられたこともあり、オープンから平成23年3月末までの来場者数(購入者数)は57万人を超え、当初の目標10万人を大幅に上回っており、多くの市民や観光客に利用されている。</p>			<p>○道内市町村との連携強化 市町村情報の効果的な発信方法を検討し、商品の出品のみならず、市町村PRのために施設を積極的に活用してもらえような体制を整える。</p> <p>○経営の安定化 長期的に安定的な経営を継続していくための運営体制、ビジネスモデルの確立が必要である。</p> <p>○集客への取組 集客へ向けてのイベント展開、道内自治体・生産者の出展による催事(対面販売)、メディアを活用したプロモーションなどを継続して積極的に行う必要がある。</p>				
今後の事業の予定・方向							
<p>開設から3年間(36ヶ月)を限度に賃借料相当分を補助する。 また、補助終了後も安定した運営ができるよう、運営体制の確立に向けた助言、支援等を行う。</p>							

## 平成23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		2-3-1	5-4-3	事業名	都心部における北海道の魅力発信事業			
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	事業費	0	5,000	60,000	0	65,000	
		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	0	0	0	0	0
	一般財源	0	5,000	60,000	0	65,000		
予算	事業費	事業費	0	10,000	12,000	21,592	43,592	
		財源内訳	国・道支出金	0	0	0	9,592	9,592
			市の債	0	0	0	0	0
			その他の	0	0	0	0	0
	一般財源	0	10,000	12,000	12,000	34,000		
実績	事業費	事業費	0	4,000	12,000	18,000	34,000	
		財源内訳	国・道支出金	0	0	0	6,000	6,000
			市の債	0	0	0	0	0
			その他の	0	0	0	0	0
	一般財源	0	4,000	12,000	12,000	28,000		
事業費の進捗率			(H19実績+H20実績+H21実績+H22実績) / (計画事業費)				52.3%	
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] 当初計画では21年度開設予定であったが、民間事業者主体で施設整備を行い20年度中に店舗開設となったため、賃借料相当分の補助を前倒して予算計上・執行した。 [21年度] 施設整備にかかる費用が不要になり、賃借料相当分の補助のみ予算計上・執行した。 [22年度] 引き続き賃借料相当分の補助を予算計上・執行した。								