

## 第2回検討委員会でのご意見と対応（次期プラン関係）

発言者		分野	概要	対応
1	泉委員	施策の方向性	大規模イベントの在り方の見直し、リブランド化という表記と、事務局の説明（雪不足を踏まえた持続可能な雪まつり、イベントでのプラスチック食器の見直し）は若干違うので、間違いのないような表記にすべき。	「観光イベントの魅力向上と持続可能なイベント運営」として施策に記載しました。（P79）
2	荻委員	現状分析	現状分析について、インバウンドを意識すると為替の影響が非常に大きいので記載したほうがよい。	SWOT上の「機会」に記載いたしました。
3	荻委員	施策の方向性	施策の方向性にイベント誘致や助成制度創設・見直しとあるが、MICE総合戦略で考えているMICE誘致はオフをオンにする役割を担っている意識が強い。シーズンだけでなく、昼と夜、週末と平日、事業者によるオンオフもある。MICEは時期によらず戦略的に誘致可能。高単価という視点ではなく、オフをオンということも含めてレガシーを残すにはどういったMICEがいいのかを戦略に盛り込もうと考えている。考え方としては量よりも質、クオリティ、そこに単価というものもあるかと思うので、ぜひMICEの分野でもそういった視点で見たい。	「MICE誘致の推進」については施策の方向性3に位置付けており、施策の具体的な記載内容については、MICE総合戦略の議論と整合を取っていきます。
4	金森委員	将来ビジョン	「観光関連事業者はもちろん、多様な事業者が参画し…」という言葉の中で、観光よってに多くの雇用が創出されているということ、また、今後はデジタル人材を含めた新たな人材の雇用が創出されていくと感じており、それらを含めた表現が必要ではないか。	将来ビジョンを次のとおり記載しました「観光関連事業者はもちろん、そこから派生して様々なビジネスが生まれ、多くの雇用を創出しています。」（P10）
5	金森委員	将来ビジョン	自然な形で旅行者との交流や地域資源の紹介・案内をしていくなど、市民が観光に参加していくという考え方を盛り込む必要がある。また、「幸せな暮らしをしている」とあるが現在もおそらく幸せなので、より生活の質が向上していくという流れが必要。	将来ビジョンに次の視点に関する記載を追加しました。「市民参加」「交流」「より生活の質が向上する」（P10）
6	鈴木委員	現状分析	強みの分析が非常に総論。例えば「日本人に対する高い観光ブランド力」「（国内外観光客の）高い再訪意欲」「（海外観光客からの）高い満足度」は、この中身がないと活かすことができない。ここに関してはもう一度、強みを設定するなりしないといけない。	現状分析において、分野別の満足度（P66）などの分析を記載しました。

発言者		分野	概要	対応
7	鈴木委員	将来ビジョン	コンセプトの都市の名前を札幌から他のまちに変えても多分何も違和感がなく、内容についても札幌ならではということではない。何のために観光をやるのかというパーパスが表現されていないとこの後の議論が立ち寄るところがなくなってしまう。世界の旅行者から選ばれるまちであるということは、こちらもどんな人にどんな観光客に、どんなふうに通、空間を過ごしてほしいかというお客様をセグメントすることが大事なので、そのためには札幌市民が納得できるパーパスを提示しないとイケない。ハワイの観光局が「何のために観光に取り組むのか。どんな人に来てほしいんです、だってハワイはこうなりたいから」というメッセージを明示している。前回の会議で、池ノ上副委員長が出されていたコペンハーゲンのメッセージとかそういったところが今見えない。このままではダメ。表現のプロフェッショナルの導入を検討してもよいのでは。	市民向けに観光振興の意義を説明する項（P7）を追加するとともに、将来ビジョンを再考しました（P10）。
8	鈴木委員	成果指標	どれに札幌が一番注力しなければいけないのかというところを決めなくてはイケない。どんな顧客にどんな滞在・来訪してほしいのかというところの設定がないと、全方位目標になってしまう。まずここ、次ここ、くらいのメッセージがあってもよい。	横断的な視点（P75）などで数よりも質を重視する視点を記載しました。
9	鈴木委員	施策の方向性	総論なので、今のところこれでいいが、それぞれのポイントに、例示が欲しい。「サステナブルな旅行商品の造成」などは、誰もイメージがわからない。	施策について、例示や、より具体的な記載を行いました。
10	橋本委員	施策の方向性	「持続可能な観光の実現に向けた観光地経営」に関して、市民の理解には、これからの札幌を考えたときに子供達への教育という部分も絡んでくる。子供たちの海外交流や海外からの子供達の受け入れで、小さい頃から観光客とのふれあいを体験させてあげるということも重要。	施策5-3「観光への市民参加と満足度向上」の中で、子供たちへの教育について記載しました。
11	橋本委員	施策の方向性	札幌は本州に比べて歴史が浅いので、シネマツーリズムのように、ロケ地や作品の舞台としてまちを提供し、新たに聖地が生まれるという取り組み（例えばジョーカーという映画でニューヨークの何の変哲もない路地裏の階段が聖地になってしまう）など、新しい考えで新たな魅力を作り上げていくことも必要。	インバウンドを意識した映像制作の誘致はこれまでも実施してきておりますが、施策1-1（3）「付加価値の高い観光コンテンツの創出」などを通して、新たな魅力づくりに取り組みます。

発言者		分野	概要	対応
12	橋本委員	成果指標	指標に関して札幌市だけでなく商工会議所や観光協会など各組織でバラバラに数字をとっているのではとめる機関があるとよい。	施策5-1(2)「有効なマーケティングデータの収集・分析・発信」で、新たな推進体制においてデータの収集・分析・発信に取り組む旨記載しました。(P94)
13	遠藤委員長	施策の方向性	18ページの「市民の観光に対する理解促進」のところなどで観光教育に触れるとよい。	施策5-3(1)「市民理解の促進」で、子供たちへの教育について記載しました。(P96)
14	桃井委員	将来ビジョン	札幌市の観光は突出した観光資源があるというよりは、いろんな観光資源の組み合わせによって価値を提供したり多様な顧客層にアプローチできるというのが最大の強み。札幌市の意思として、こういう組み合わせによって、こういうお客様にアプローチをしていくとか、こういうところに力を入れていきたいという意味が入ってこない、札幌市の観光まちづくりプランの将来ビジョンとして独自性や意思が出てこない。	札幌らしさが表現できるよう、将来ビジョンを再考しました。(P10)
15	桃井委員	成果指標	持続可能な観光は「環境」「経済」「社会」それぞれにおいて持続的である、というのが基本的な定義のため、環境に関する指標が入った方がいい。ニセコ町が指標としている環境負荷量や沖縄県の宿泊施設で再エネ(再生可能エネルギー)を導入している施設、廃プラを削減している、アメニティを廃止している施設というもある。日本版の持続可能な観光ガイドラインにも環境項目数は相当数入っており、こういったものも参考にすることもあり。3分野それぞれからKPIが入っているというのが持続可能な観光を作っていく札幌市の明確なメッセージとして読んだ人にも浸透する。GSTC-Dのような認証制度を、札幌市のような多様多数な関係者がいる中で達成していくことは相当ハードルが高いので、1つ1つKPIに設定したものをクリアしていくことで、こういったものに近づいていく姿は非常にまちづくりプランとしてはウェルカム。環境観点について何かできないかというところを検討してほしい。	成果指標として個別の環境分野の指標を設定することも検討しましたが、観光分野は裾野が広く、関連する指標が多岐にわたることから、個別の指標設定は行わず、環境分野についてもまとめられているJSTS-Dに沿った取組を進めることで、JSTS-Dの指標を1つ1つクリアしていく方向性として考えております。(P97にJSTS-Dに沿った取組を進めることを記載)
16	遠藤委員長	成果指標	環境の指標は、民間事業者に関するところまでは難しいとすれば、自主事業の中とか、市の中である程度グリップが効く取り組みからやっていくことも1つ。一足飛びにはかなりハードルが高いので、現実的なところで、他都市を参考に次回に向けてご検討を。	大規模イベントでの環境配慮への取組みなどを施策として記載(P79)するとともに、環境分野についてもまとめられているJSTS-Dの指標を1つ1つクリアしていく方向性として考えております。(P97にJSTS-Dに沿った取組を進めることを記載)

発言者		分野	概要	対応
17	桃井委員	成果指標	域内調達率は経済波及効果を算定する中で域内自給率というものを使用して計算され、観光の域内自給率が出てくるわけではない。農産物とかいろいろな項目によってできてくるので何をを使うかは難しいが、自給率的なものも見えるような観光指標になってくると、よりどこの部分がかうまくいっていて、どこの部分がかうまくいっていないのかわかりやすくなる。可能であれば検討してほしい。	ご指摘のとおり、観光に特化した域内自給率はこれまで算出しておりません。独自に算出するには大規模な調査が必要であり、継続して指標として管理していくのは現状では困難ですが、今後、推進体制を強化し、データの収集、分析等を含めた機能強化を図るなかで、域内調達率を含め、取得すべき統計数値について検討していきたいと考えております。
18	吉川委員	将来ビジョン	人材不足は観光業の皆さん口を揃えて困っている。観光まちづくりプランなので、まちの事業者の方々も実現に向けていろいろやっけていなくてはならないので、観光業の皆さんがここに向かって頑張るぞというようなことがもう少し見える記述があってもいい。	人材に関する記載を含め、将来ビジョンを再考しました。（P10）
19	吉川委員	施策の方向性	札幌商工会議所の会議の中で観光に綺麗さを求めすぎではないかと言われていた。大阪のガヤガヤさとか、福岡の屋台で隣の人との肘がぶつかりながら飲むような、そういう楽しみがもう少し札幌に必要ではないかと仰る方がいて、自分もそう思う。	施策1-2（1）の夜間観光の推進をはじめ、多様な魅力の創出に取り組んでいきます。
20	池ノ上副委員長	現状分析	目的をはっきりさせた方がいい。しっかりしたビジョンで動かないとどっちに行ったらいいかわからない。推進体制の話もあるが尚更何をしたらよいかわからないということになりがち。札幌は県庁所在地というにはあまりにも大きな役割を担った都。その都としての立ち位置みたいなことをしっかりと「強み」「脅威」とかの環境分析を含めてできているか。経済、地域内でどうやって経済波及させるかという話があるが、札幌は北海道全体にさらに波及させていかなければいけない役割がある。	市民向けに観光振興の意義を説明する項（P7）を追加するとともに、将来ビジョンを再考しました。（P10）
21	池ノ上副委員長	将来ビジョン、 施策の方向性	観光の人材を大学や専門学校とかも含めて育成しているところは道内で札幌しかない。函館にも8つの高等教育機関があるが、観光人材の育成はどこもやっていない。そういうところが札幌は強みだが、各機関が独立して頑張っている。横の繋がりを持って、大学等の観光人材の連携ができると札幌にとっていいし、そこから道内・世界に人材輩出してほしいと思うぐらい札幌は良い環境。リスクリングみたいな社会人の学びなおしも必要。札幌がやることで北海道に対して貢献できる。札幌がどんな役割を果たしていくのかみたいなことはもっと描けると思う。	産学官連携による人材育成などについて施策5-2において記載しました。（P95）

発言者		分野	概要	対応
22	池ノ上副委員長	成果指標	産業体系について、観光庁が定めた体系でいいのかという考え方があり、旅行業はかなり小さくなっていて、不動産や建設業、さきほどDXとかデジタル人材の話が出たが、いわゆるイノベーション産業というかいろいろなものを繋げて新しい価値を生み出していくという新たな形態に展開している。観光庁の定義と違うものを提示するのは決断が必要だが、観光の消費額の取り方、あるいは経済波及においても、札幌市が出すものなのでかなり影響力があり、全国に提案していくぐらいのものが作れると面白い。	今後、推進体制を強化し、データの収集、分析等を含めた機能強化を図るなかで、取得すべき統計数値について検討していきたいと考えております。
23	荻委員	成果指標	世界という言葉は散見されるが、グローバルな観光のまちを目指すという視点があまり強くは感じられない。MICEでは指標に国際認証GDS-Indexを取り入れている。世界から選ばれるためには世界が認めている国際認証の中でどのぐらいの位置にいるかというのが非常にわかりやすいし、エビデンスになる。国際会議の開催地としての評価も、ICCAという国際会議協会の順位を重視しており、(15ページの)成果指標のところに「他の自治体との比較検証のしやすさ」と、あるが、国内の都市との比較だけでなく、海外の中での位置づけを見るために国際的な第三者機関の認証を指標に入れていくのも1つの方法。	現時点では、成果指標として国際的な指標を設定しておりませんが、国際基準であるGSTC-Dに準拠したJSTS-Dに取り組んでいくこととしたいと考えております。将来的にはGSTC-Dの表彰、認証も視野に入れて取組を進めていきたいと考えております。
24	遠藤委員長	市民アンケート	「札幌市の経済産業にとって「観光」は重要だと思いますか。」という設問の回答について、経済に知識がない方が困ったときのために「わからない」という選択肢があったほうがいい。	選択肢に「わからない」を加えました。
25	鈴木委員	市民アンケート	このアンケートを見て何のためにやるのか全く見えなかった。10年前に比べて市民の意識が変わったのを見たいのか。ただ、だらりと同じ質問をして。仮説が何かあって検証するためのものなのか。敢えて回答率を向上させることに何の意味があるのか。聞きたいことはちゃんと聞くべき。企業がやる最近のアンケートはとても長い。このアンケートの設定には難がある。	アンケートの目的、内容を再整理して実施しました。