

次期札幌市観光まちづくりプラン 素案

目次

本編	4
第1章 札幌市観光まちづくりプランの策定に当たって	5
1.1. プラン策定の背景と目的	5
1.2. プランの位置づけと計画期間	6
1.3. 観光振興の意義	7
第2章 将来ビジョン	9
2.1. 基本的な考え方	9
2.2. 将来ビジョン	10
第3章 前プランの振り返り	11
3.1. 前プランの概要	11
3.2. 取組結果	12
第4章 現状分析	15
4.1. 観光・MICEを取り巻く情勢	15
人口動態	15
観光動向	16
MICE動向	23
国の動向	26
札幌市の動向	31
その他	32
4.2. 札幌の観光資源と受入基盤	33
観光資源	33
宿泊環境	35
交通環境	37
情報・通信環境	39
インバウンド受入環境	40
4.3. 札幌観光の統計分析	41
観光入込客数	41
観光消費額単価	54

総観光消費額	55
MICE	58
認知度と観光意欲度	61
観光客の属性	63
観光客の動態	65
観光客の評価	66
市民の観光に関する意識調査	70
第5章 施策展開	73
5.1. 施策の方向性	73
5.2. 横断的な視点	75
5.3. 方向性1 「札幌・北海道の魅力を生かしたコンテンツの充実と付加価値の向上」	76
5.4. 方向性2 「戦略的な誘致活動の推進」	81
5.5. 方向性3 「誰もが快適に過ごせる受入環境の整備とおもてなしの向上」	86
5.6. 方向性4 「MICE 誘致の推進」	89
5.7. 方向性5 「持続可能な観光の実現に向けた観光地経営の推進」	93
第6章 成果指標	100
6.1. 目標値	100
6.2. 成果の検証	102
第7章 推進体制	103
資料編	104
A) 関連計画	105
B) 次期札幌市観光まちづくりプラン検討委員会	105
C) 観光事業者ヒアリング調査	105
D) 学生向けワークショップ	105
E) 市民の観光に関する意識調査	106
I. 調査結果	106

本編

第1章 札幌市観光まちづくりプランの策定に当たって

1.1. プラン策定の背景と目的

札幌市では、平成 25 年度（2013 年度）に地域の魅力あふれるまちづくりと観光振興を一体的に進めるという考え方のもと、平成 25 年度（2013 年度）から令和 4 年度（2022 年度）までを計画期間とする「札幌市観光まちづくりプラン」（以降、前プラン）を策定（平成 30 年度（2018 年度）には改訂版を策定）し、様々な観光施策に取り組んできました。

この間、訪日外国人客（以降、インバウンド）の好調な伸びを主因として、札幌市を訪れる観光客は大きく増加しました。

しかし、令和 2 年（2020 年）前半からの新型コロナウイルス感染症の流行により観光客数は大幅に減少し、特にインバウンドはほぼ消滅するなど、市内の観光産業は大きな打撃を受け、現在もその影響は続いています。

そのため、早期に札幌観光を復活させるための取組が求められていますが、コロナ禍を契機として、これまでとは異なる旅行ニーズや、持続可能性への意識の高まりが加速するなどの変化が生じており、今後は単にコロナ禍前の状態への回復を目指すのではなく、こうした変化への対応が求められます。

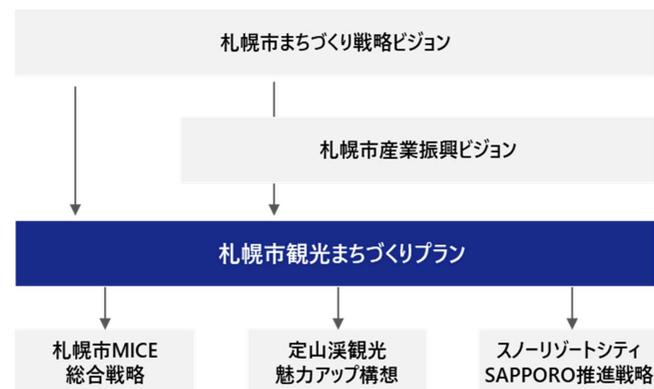
また、本計画の対象期間となる今後 10 年間は、2030 年冬季オリンピック・パラリンピックの招致、2030 年度末の北海道新幹線の札幌延伸、都心部の再開発の加速やハイグレードホテルの建設ラッシュなど、海外における札幌の飛躍的な知名度向上や、国内外からの誘客促進が期待できる、札幌観光にとって千載一遇といえる数々の機会が訪れます。

このような状況の中、訪れる機会を最大限に生かし、その効果を一過性に終わらせることなく、世界から選ばれる持続可能な観光地として札幌がさらに発展していくため、今後 10 年間の観光に関する取組の方向性を示すことを目的として、本プランを策定しました。

1.2. プランの位置づけと計画期間

本プランは、札幌市の長期的な総合計画である「札幌市まちづくり戦略ビジョン」で掲げる基本的方向性に基づく個別計画として位置づけられています。また、札幌市における持続的な経済発展を目指して取組むべき施策の方向性をまとめた「札幌市産業振興ビジョン」では、札幌市経済の成長をけん引する重点分野の一つとして「観光」を掲げており、本プランは、この「札幌市産業振興ビジョン」の観光分野のアクションプランとしての性格も有しています。さらに、本プランには、観光に関する 3 つの個別計画が関連づいており、各計画との整合を図ることが必要です。

なお、本プランの計画期間は、令和 5 年度（2023 年度）から令和 14 年度（2032 年度）までの 10 年間としますが、社会情勢の変化等に応じて、策定後 5 年を目途に改定を検討します。



1.3. 観光振興の意義

ここでは、なぜ札幌市が観光に取り組むのか、その意義を改めて示します。

経済効果

観光は、運輸業や宿泊業、旅行業に加えて、市内に多い飲食業や小売業など様々な業種と関連する、すそ野が広い産業であり、市内での観光消費は地域経済全体に高い経済効果をもたらします。多くの雇用を生み出し、市民の暮らしを支えるとともに、地域に賑わいを創出します。さらに、観光関連事業者や従業者からの税収は、より魅力的なまちづくりを行うための重要な財源となります。

また、札幌は北海道への旅行者の多くが来訪する北海道観光のゲートウェイであり、また、道内他地域の魅力にも触れることのできる、魅力のショーケースとしての機能を果たしています。そのため、多くの観光客が札幌を訪れることは、北海道各地への送客につながり、道内全体の経済循環を高めることに貢献します。

成長性

観光は大きな伸びしろのある産業です。近年では、インバウンドの大幅な増加を背景に、観光 GDP は市内総生産を上回る伸び率で拡大し、札幌の経済成長をけん引してきました。今後も、札幌・北海道の魅力を生かし、成長が見込まれる国際観光需要を取り込むことにより、さらなる成長が期待できます。

市内総生産と観光 GDP

	平成 22 年度 (2010 年度)	平成 26 年度 (2014 年度)	平成 30 年度 (2018 年度)	平成 22-平成 30 年度 増減率
市内総生産(名目、億円)	63,136	65,823	70,531	11.7%
観光 GDP(名目、億円)	2,459	3,027	4,161	69.2%

出所)札幌市資料

人口減少期における重要性

コロナ禍前の平成 30 年度(2018 年度)の市内の総観光消費額は 5,780 億円でした。これは札幌市民 1 人あたりの年間消費額(121 万円)の約 48 万人分に相当し、市内消費に大きく貢献しています。これまで増加の一途をたどってきた本市の人口も減少局面を迎え、市内消費の減少が懸念される中において、外貨を獲得できる観光の重要性は、これまで以上に高まります。

市民生活の豊かさの向上

多くの観光客が札幌を訪れることは、市民と観光客の双方にとって、過ごしやすく、魅力的なまちづくりに貢献します。例えば、多くの人が集まることにより、飲食・買物スポットの充実や、飛行機・バス・鉄道などの公共交通機関の路線や便数の維持・拡大、市民も観光客も楽しめる様々なイベントの充実・継続的な開催などにつながります。また、高齢者や障がい者、外国人等の様々な方が楽しめるよう、バリアフリーをはじめとするユニバーサルデザインの導入などの環境整備の促進にもつながります。

さらに、観光客が札幌の自然や歴史、食文化やライフスタイルに触れてもらうことを通じて、市民自らもその価値を再認識し、自らが住むまちに対する愛着や誇りを醸成することにも貢献します。

第2章 将来ビジョン

2.1. 基本的な考え方

札幌の魅力は、日本でも有数の規模を誇る大都市の背景に、常に北海道ならではの大自然があることです。そして、札幌をハブに、道内各地の魅力的な場所に行けることです。「都市・人間」と「自然」との距離感をうまく保つ中で生まれてきた札幌ならではの食、文化、ライフスタイルが楽しめます。

私たちは、今後10年間に訪れる千載一遇の機会を生かし、この札幌の魅力さをさらに磨きます。そして、磨き上げた魅力を世界に発信し、世界の旅行者に選ばれる観光都市としてのブランドを確立します。

そのためには、旅行者が四季折々の札幌の魅力を楽しむだけでなく、事業者が旅行者に高い価値を提供することで潤い、関連ビジネスが拡大することで、雇用が増え、税収が増える。それが、魅力的なまちづくりをさらに促進し、市民は生活の豊かさ、札幌への愛着、誇りを感じる。そうして生まれる市民の笑顔、おもてなしの心が、地域の魅力をさらに向上させ、旅行者をもっと引き付ける。このような観光まちづくりの好循環を生み出していくことが必要です。

また、好循環の前提として、札幌の魅力の源泉となっている先人から受け継いだ自然や文化などの価値を損なわないよう守り続けなければなりません。また、守るだけでなく、これらの価値を高め、次世代にバトンを受け渡すことが大切です。

そして、もう一つの重要な点は、札幌観光は札幌だけでは完結しないということ。大自然をはじめとする北海道の魅力が背景にあるからこそ、札幌はその魅力を高めることができます。北海道観光のゲートウェイとして、道内各地と一体となって魅力を高めていくこと、そして、北海道の魅力のショーケースとしての機能を今まで以上に発揮していくことが必要です。

こうした取組を続けていくことで、私たちは、札幌市が持続可能な観光都市として発展し続けることを目指します。

2.2. 将来ビジョン

大自然とともにある、北の首都

～世界の旅行者に選ばれる持続可能な観光都市 SAPPORO～

旅行者が行きたい、もっと居たい、また来たいと思う「まち」

- ◆ 札幌・北海道が、世界が憧れるいつか行ってみたい場所のひとつになっています。
- ◆ 行ってみたい場所、食べてみたいもの、体験してみたいことがあふれています。
- ◆ 訪れた人々は、あふれる魅力、居心地の良さに心を掴まれ、再訪を誓っています。

多様な事業者が観光により潤う「まち」

- ◆ 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。
- ◆ 道内事業者が連携し、さらに磨かれた北海道の魅力が旅行者に提供されることにより、広域周遊が促進され、道内全体の経済循環が高まっています。
- ◆ 高い専門性を持つ豊富な観光人材が育成され、活躍できる環境があり、その豊富な人材が自ら楽しみ、誇りをもって、旅行者に対して高い付加価値を生み出しています。

市民が誇りに思う魅力あふれる暮らしやすい「まち」

- ◆ 観光振興により地域の魅力が向上し、世界から旅行先として選ばれ続けるまちであることに市民が誇りを持っています。
- ◆ 観光により地域が潤い、市民にも旅行者にも快適なまちづくりが促進されることで、市民の生活の質が向上しています。
- ◆ 市民が札幌の持つ魅力を楽しみ、それを発信したり、旅行者を案内したり、ともに楽しむことで交流が生まれ、市民と旅行者がお互いに喜びを感じています。

地域一体で持続可能な観光を実現する「まち」

- ◆ 旅行者、事業者、市民のそれぞれが観光による恩恵を受ける好循環が生まれるとともに、先人から受け継いだ環境や文化などの価値が守られ、磨かれ続けています。
- ◆ 多様な主体が参画し、地域一体で持続可能な観光を実現する観光地経営を実践する体制が整備されています。

第3章 前プランの振り返り

3.1. 前プランの概要

目的	<ul style="list-style-type: none"> 札幌の特性を備えた魅力を十分に活用し、札幌の観光コンテンツの充実・強化と付加価値の向上を図ることにより市民や来訪者にとって魅力的なまちづくりを推進 集客交流人口の増加に伴う観光関連収入の確保により、観光を契機とした札幌・北海道内の経済循環と外貨獲得を実現 観光の担い手となる多様な主体同士の結びつきを強め、観光まちづくりの展開において横断的な連携を図ることができるような体制と仕組みを構築 																																														
目標像	<p>「産民学官が連携する観光まちづくりの実現」</p>																																														
成果指標	<table border="1"> <thead> <tr> <th>数値指標</th> <th>単位</th> <th>改定時:2016 年度</th> <th>目標値:2022 年度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>年間来客数</td> <td>万人</td> <td>1,388</td> <td>1,800</td> </tr> <tr> <td> 道内客</td> <td>万人</td> <td>928</td> <td>1,000</td> </tr> <tr> <td> 道外客</td> <td>万人</td> <td>251</td> <td>450</td> </tr> <tr> <td> 海外客</td> <td>万人</td> <td>209</td> <td>350</td> </tr> <tr> <td>総観光消費額</td> <td>億円</td> <td>5,229</td> <td>7,000</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">観光消費額 単価</td> <td>道内客</td> <td>円</td> <td>20,871</td> </tr> <tr> <td>道外客</td> <td>円</td> <td>31,601</td> </tr> <tr> <td>海外客</td> <td>円</td> <td>122,219</td> </tr> <tr> <td>平均滞在日数（国内客）</td> <td>日</td> <td>1.13</td> <td>1.30</td> </tr> <tr> <td>平均滞在日数（海外客）</td> <td>日</td> <td>1.20</td> <td>1.40</td> </tr> <tr> <td>再訪意欲</td> <td>%</td> <td>48.8</td> <td>66.0</td> </tr> </tbody> </table>	数値指標	単位	改定時:2016 年度	目標値:2022 年度	年間来客数	万人	1,388	1,800	道内客	万人	928	1,000	道外客	万人	251	450	海外客	万人	209	350	総観光消費額	億円	5,229	7,000	観光消費額 単価	道内客	円	20,871	道外客	円	31,601	海外客	円	122,219	平均滞在日数（国内客）	日	1.13	1.30	平均滞在日数（海外客）	日	1.20	1.40	再訪意欲	%	48.8	66.0
数値指標	単位	改定時:2016 年度	目標値:2022 年度																																												
年間来客数	万人	1,388	1,800																																												
道内客	万人	928	1,000																																												
道外客	万人	251	450																																												
海外客	万人	209	350																																												
総観光消費額	億円	5,229	7,000																																												
観光消費額 単価	道内客	円	20,871																																												
	道外客	円	31,601																																												
	海外客	円	122,219																																												
平均滞在日数（国内客）	日	1.13	1.30																																												
平均滞在日数（海外客）	日	1.20	1.40																																												
再訪意欲	%	48.8	66.0																																												
基本方針	<ol style="list-style-type: none"> 札幌・北海道の魅力を生かした観光の創造 受入サービス・おもてなしの向上と着地型観光の促進 滞在・周遊・再訪を促進する情報提供の強化 未来を創造していくプロモーションの展開 																																														
重点施策	<ol style="list-style-type: none"> 観光客の誘致活動の推進 MICE誘致の推進 観光客受入環境の充実及び強化 観光コンテンツの充実と魅力アップ 観光イベントの魅力アップ 																																														

3.2. 取組結果

数値目標の達成状況

大半の数値が、新型コロナウイルス感染症の感染拡大前までは順調に増加しており、一定の取組の成果がみられます。ただし、道外客及び海外客の年間来客数や道外客の観光消費額単価については伸び悩みが見られ課題が残ります。なお、令和元年度（2019年度）以降は新型コロナウイルス感染症の影響を受けていることから、達成率については平成30年度（2018年度）を基準として記載しています。

数値目標	単位	2016 改定時	2017	2018	達成率	2019	2020	2021	2022 目標値	
年間来客数	万人	1,388	1,527	1,584	88.0%	1,526	571	789	1,800	
道内客	万人	928	944	958	95.8%	906	422	584	1,000	
道外客	万人	251	326	354	78.7%	378	147	204	450	
海外客	万人	209	257	272	77.7%	242	1	1	350	
総観光消費額	億円	5,229	5,561	5,780	82.6%	5,215	1,808	2,183	7,000	
消費額 観光 単価	道内客	円	20,871	22,949	22,949	99.8%	22,949	22,949	22,949	23,000
	道外客	円	31,601	28,198	28,734	57.5%	26,047	26,520	27,847	50,000
	海外客	円	122,219	106,642	105,606	88.0%	93,627	93,627	93,627	120,000
平均滞在日数*1 （国内客）	日	1.13	1.20	1.28	98.5%	1.35	1.27	1.26	1.3	
平均滞在日数*1 （海外客）	日	1.20	1.20	1.33	95.0%	1.39	1.82	2.05	1.4	
再訪意欲	%	48.8	57.4	56.1	85.0%	58.4	60.4	61.9	66.0	

注記）*1：平均滞在日数 = 延べ宿泊者数 ÷ 実宿泊者数

重点施策の取組状況

前プランの後期5年間に設定した5つの重点施策と取組結果は次の通りです。ここでは、令和元年度（2019年度）以降は新型コロナウイルス感染症の影響を受けていることから、達成率については平成30年度（2018年度）を基準として記載しています。なお、各重点施策の具体的な取組については、資料編に記載しています。

重点施策1「観光客の誘致活動の推進」

成果指標	単位	2016 改定時	2017	2018	達成率	2019	2020	2021	2022 目標値
観光客数（道外客）	万人	251	326	354	78.7%	378	147	204	450
外国人宿泊者数 （海外客）	万人	209	257	272	77.7%	242	1	1	350
欧米等からの宿泊者数	万人	10	12	13	65.0%	16	-	-	20

重点施策2「MICE誘致の推進」

成果指標	単位	2016 改定時	2017	2018	達成率	2019	2020	2021	2022 目標値
国際会議開催件数 （JNTO基準）	件	115	116	109	83.8%	102	2	-	130
インセンティブツアー 誘致支援件数	件	78	86	58	64.4%	69	0	-	90

重点施策3「観光客受け入れ環境の充実及び強化」

成果指標	単位	2016 改定時	2017	2018	達成率	2019	2020	2021	2022 目標値
再訪意欲	%	48.8	57.4	56.1	85.0%	58.4	60.4	61.9	66.0
滞在中のおもてなし 満足度	%	81.7	85.0	82.0	91.1%	83.6	81.9	91.8	90.0

重点施策4「観光コンテンツの充実と魅力アップ」

成果指標	単位	2016 改定時	2017	2018	達成率	2019	2020	2021	2022 目標値
平均滞在日数 （国内客）	日	1.13	1.20	1.28	98.5%	1.35	1.27	1.26	1.30
平均滞在日数 （海外客）	日	1.20	1.20	1.33	95.0%	1.39	1.82	2.05	1.40
定山溪温泉 宿泊者数	万人	121	128	118	90.8%	101	36	39	130

重点施策5「観光イベントの魅力アップ」

成果指標	単位	2016 改定時	2017	2018	達成率	2019	2020	2021	2022 目標値
主要観光イベント 観客数*1	万人	1,097	1,037	1,028	85.7%	1,069	-	-	1,200
さっぽろ雪まつりの 経済効果*2	億円	-	494	-	-	-	-	-	550
オータムフェスト 道外在住者認知度	%	11.8	14.0	10.6	53.0%	11.3	10.4	10.9	20.0

注記）*1：雪まつり、ライラックまつり、YOSAKOI ソーランまつり、夏まつり、オータムフェスト、ミュンヘン・クリスマス市

*2：新型コロナウイルス感染症の影響により、平成29年度（2017年度）より後の経済効果の推計は行っていない

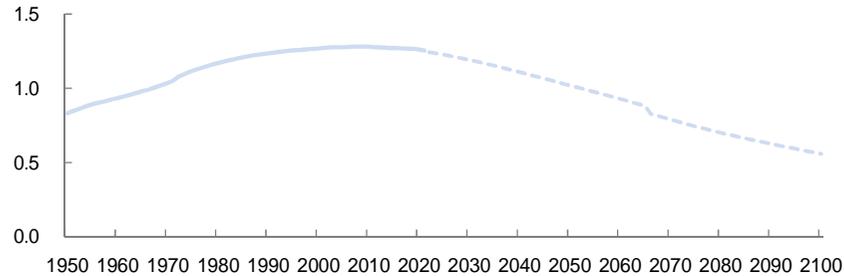
第4章 現状分析

4.1. 観光・MICE を取り巻く情勢

人口動態

日本の人口は減少していくことが推測されており、日本人による国内観光需要は縮小していくと見込まれます。一方で、世界の人口は緩やかに増加すると見込まれています。そのため、長期的な視点に立つと、国内観光市場を拡大していくためには外国人の誘客が重要です。

日本の人口推移（億人） 暦年

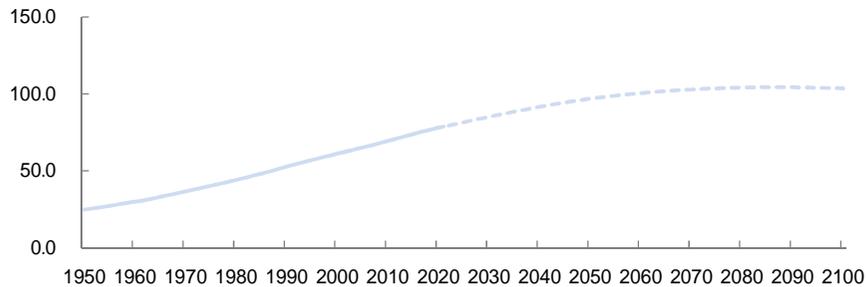


注記）2022年以降は予測

出所）総務省統計局「男女別人口 - 総人口」、

国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口（平成29（2017）年推計）」

世界の人口推移（億人） 暦年



注記）2022年以降は予測

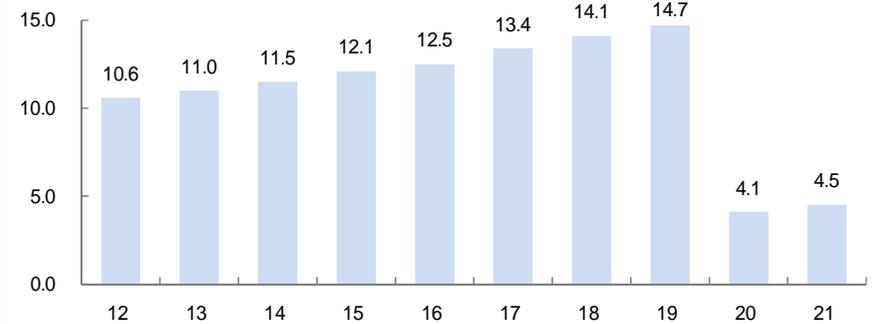
出所）UN「World Population Prospects: The 2019 Revision」

観光動向

世界の観光動向

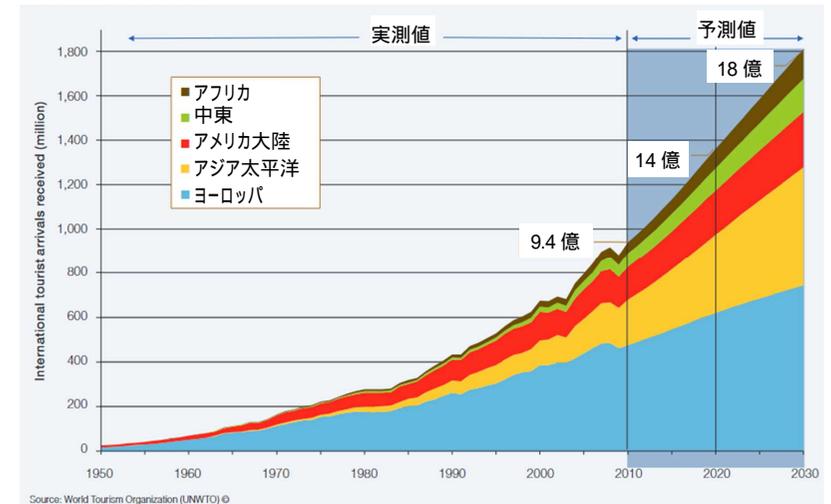
UNWTO（国連世界観光機関）によると、世界の国際観光客数は年々増加しており、平成30年（2018年）には14億人に達しました。また、2030年時点では、世界の国際観光客数は年間18億人に達すると推計しており、世界の観光市場の規模は、長期的に拡大していくことが見込まれます。

国際観光客数（億人） 暦年



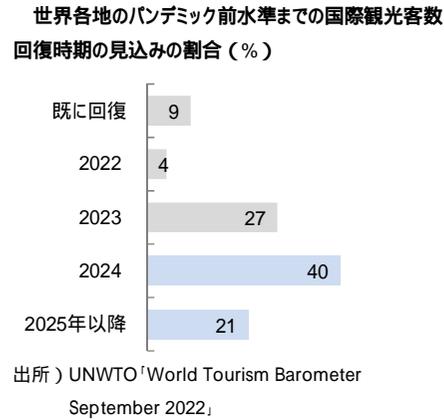
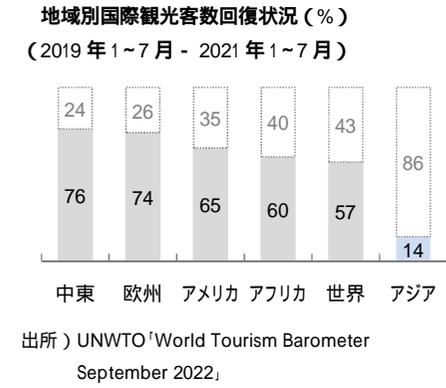
出所）UNWTO「TOURISM DATA DASHBOARD」

国際観光客数の長期予測



出所）UNWTO「Tourism Highlights 2017 Edition」

令和4年(2022年)時点では、世界各地では新型コロナウイルス感染拡大(以降、パンデミック)により一時的に国際観光客数が減少しているものの、世界全体では令和元年(2019年)1~7月時点の水準の6割程度まで回復しています。アジア諸国では、アジア内での渡航制限等をするなど、パンデミックへの対応として欧米諸国よりも厳しい規制がとられたため、回復が遅れています。しかし、UNWTOによると、各国の約6割の専門家が2024年以降にパンデミック前の水準に回復すると見込んでおり、世界の観光市場の長期的なトレンドは変わらないものと考えられます。

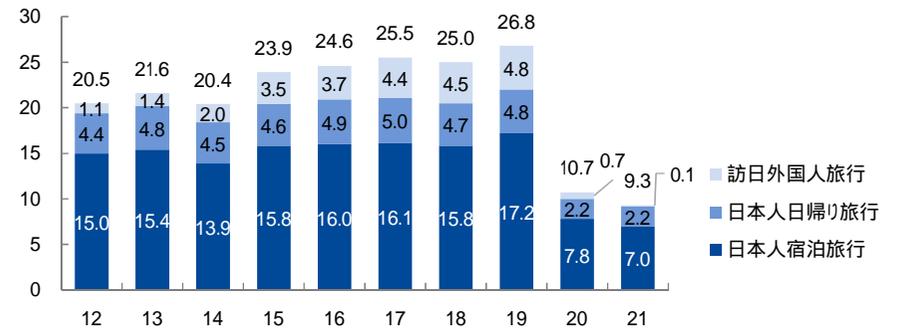


国内の観光動向

旅行消費額

日本国内における旅行消費額は20兆円前後でしたが、インバウンドによる旅行消費額の拡大により、令和元年(2019年)には26.8兆円まで拡大しました。旅行消費額に占めるインバウンドの割合は増加しており、令和元年(2019年)には約2割となりましたが、依然として日本人旅行者(特に宿泊旅行者)が占める割合は高い状態です。

日本国内における旅行消費額の推移(兆円)



注記) 1: 令和3年(2021年)の「日本人海外旅行(国内分)」は、新型コロナウイルス感染症の影響により、海外旅行に関する回答数が少なかったため、試算値

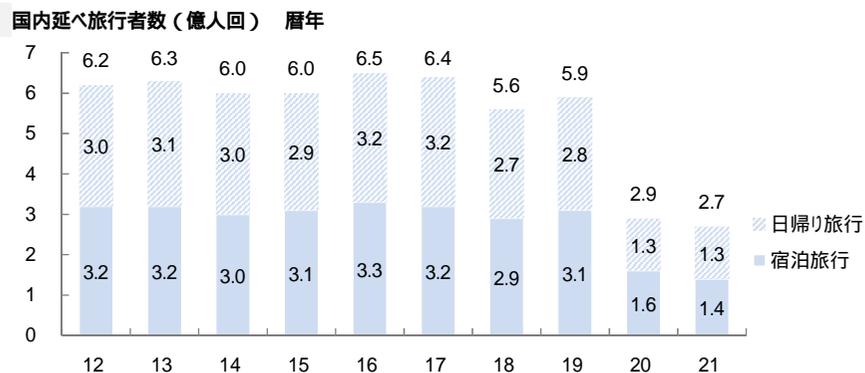
2: 令和3年(2021年)の「訪日外国人旅行」は、新型コロナウイルス感染症の影響により、1-3月期、4-6月期、7-9月期の調査が中止となったため、10-12月期の全国調査の結果等を用いた試算値

3: 2020年(令和2年)の「訪日外国人旅行」は、新型コロナウイルス感染症の影響により、4-6月期、7-9月期、10-12月期の調査が中止となったため、1-3月期の全国調査の結果を用いた試算値

出所) 観光庁「旅行・観光消費動向調査」、観光庁「訪日外国人消費動向調査」

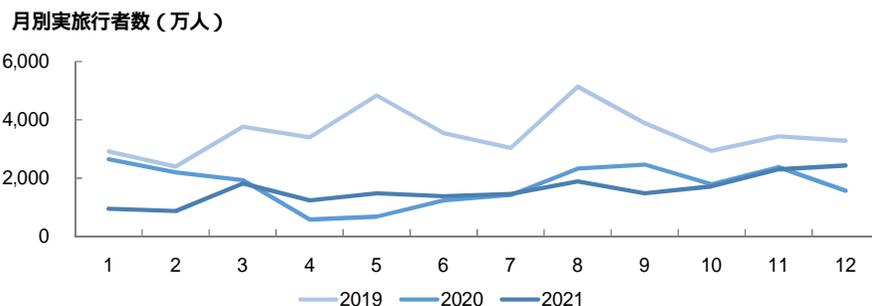
旅行者数

日本人の国内延べ旅行者数は、日帰り旅行者と宿泊旅行者で同程度となっており、近年は減少傾向にありました。パンデミック後の旅行者数は、令和元年（2019年）の5割程度となっており、令和3年（2021年）も回復していません。



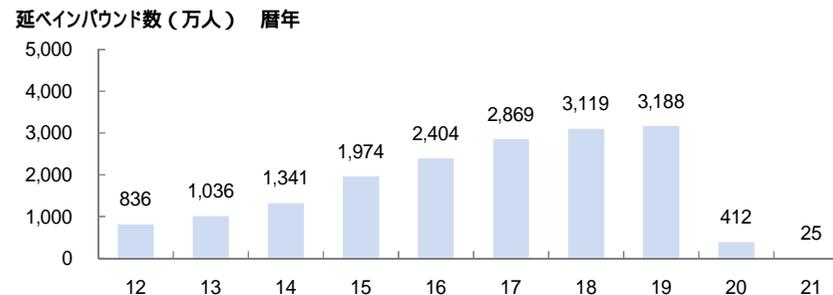
出所) 観光庁「旅行・観光統計調査」

なお、パンデミック後は、日本人の国内旅行スタイルの変化が見られます。月別の国内延べ旅行者数は、令和元年（2019年）では、1～2月が最も少なく、長期休暇のある5・8月が多くなっていました。パンデミック後は、感染状況や旅行者のマインド等に左右される側面があるものの、旅行時期の平準化が見られます。また、観光白書では、旅行者が主要観光地や都市圏を避けて観光地選択を行っている傾向や、山岳や滝等の自然景観が目的地として選ばれる割合の減少幅は小さい傾向がみられることから、旅行者の密の回避等の関心が反映されているのではないかと指摘しています。



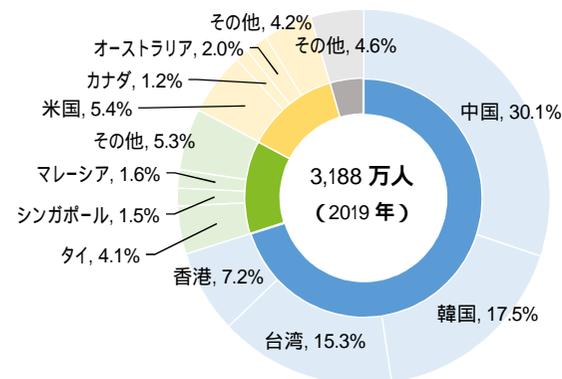
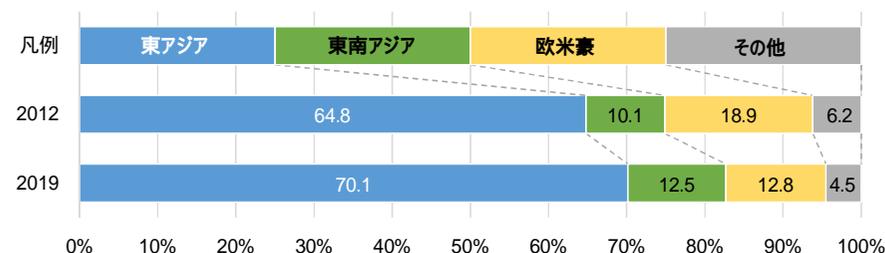
出所) 観光庁「旅行・観光消費動向調査」

一方で、インバウンドは、平成24年（2012年）より増加傾向にありますが、平成29年（2017年）以降は、その増減率は低くなっています。また、国内のインバウンドは、平成24年（2012年）と比較すると、東アジア、東南アジアの割合が増加しています。



出所) JNTO「日本の観光統計データ」

【参考】インバウンドの内訳(%) 2019年



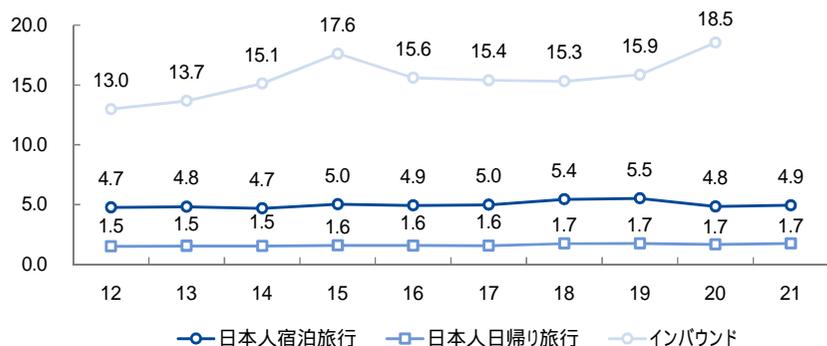
出所) JNTO「日本の観光統計データ」

旅行単価

1回あたりの旅行単価は、日本人は横ばい傾向である一方で、インバウンドは増加傾向にあり、インバウンドの旅行単価は日本人宿泊旅行者の約3倍です。そのため、インバウンドが日本人旅行者数より少ないにもかかわらず、経済面でのインパクトが大きいものとなっています。

平均滞在日数は、パンデミック後を除けば、日本人及びインバウンドともに減少傾向にあり、特にインバウンドの減少が大きくなっています。

1回あたりの旅行単価（万円/回） 暦年



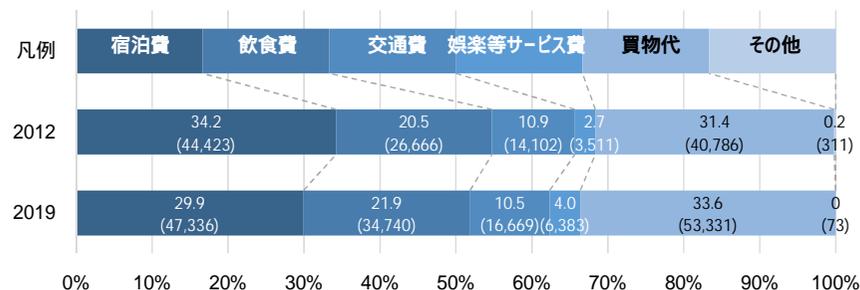
注記 1：令和2年（2020年）の「訪日外国人旅行」は、新型コロナウイルス感染症の影響により、4 - 6月期、7 - 9月期、10 - 12月期の調査が中止となったため、1 - 3月期の全国調査の結果を用いた試算値
 2：令和3年（2021年）におけるインバウンドの旅行単価は、新型コロナウイルス感染症の影響により、大半が長期滞在者であり、値の変動が非常に大きく、51.8万円となっているため、比較対象から除外
 出所）観光庁「旅行・観光消費動向調査」、「訪日外国人消費動向調査」

平均滞在日数（日） 暦年



注記 1：平均滞在日数は、延べ宿泊者数を実宿泊者数で除算して算出
 2：令和3年（2021年）におけるインバウンドの平均滞在日数は、新型コロナウイルス感染症の影響（長期滞在のビジネス客、入国時の隔離等）により、非常に大きな値（27.6日）になっているため、比較対象から除外
 出所）観光庁「宿泊旅行統計調査」、JNTO「日本の観光統計データ」

【参考】インバウンドの旅行単価構成比（%（円））



出所）観光庁「訪日外国人消費動向調査」

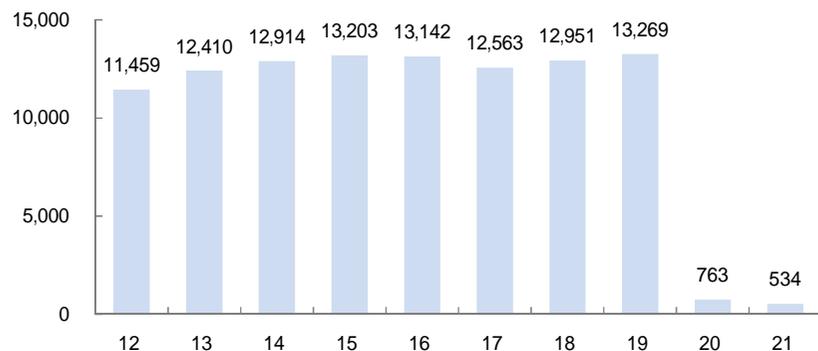
MICE 動向

世界の MICE 動向

ICCA（国際会議協会）によると、国際会議の通常開催件数は、パンデミックにより令和元年（2019年）の通常開催件数（約13,000件）と比較して激減しています。開催国ではアメリカが最も多く、続いて欧州諸国が多くなっており、アジア諸国における国際会議の開催数は多くはありません。一方で、ハイブリッド開催の件数は、パンデミックによる国境封鎖や欧州から地理的に離れていることから、中国・日本・韓国のアジア諸国が多くなっていると考えられます。

また、令和3年（2021年）の開催状況を令和2年（2020年）と比較すると、延期または中止の割合が減少する一方で、オンラインまたはハイブリッドでの割合が約6割まで高くなっています。今後も、このオンラインの活用は拡大するものと考えられます。

国際会議の通常開催件数（件） 暦年



出所) JNTO「2020年 JNTO 国際会議統計」

開催状況（2019年）

順位	開催国	予定会議数
1	アメリカ	934
2	ドイツ	714
3	フランス	595
4	スペイン	578
5	イギリス	567
6	イタリア	550
7	中国	539
8	日本	527
9	オランダ	356
10	ポルトガル	342

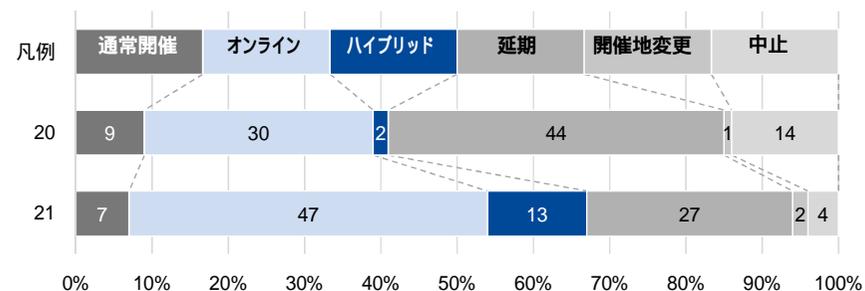
出所) ICCA「2019 ICCA Ranking Public Abstract」

開催状況（2021年、%）

順位	開催国	予定会議数	ハイブリッド
1	アメリカ	512	54
2	スペイン	369	52
3	ドイツ	354	42
4	フランス	331	48
4	イタリア	331	46
6	イギリス	337	29
7	日本	364	61
8	ポルトガル	246	34
9	中国	233	71
10	韓国	211	56

出所) ICCA「2021 ICCA Ranking Public Abstract」

開催状況の推移（%） 暦年

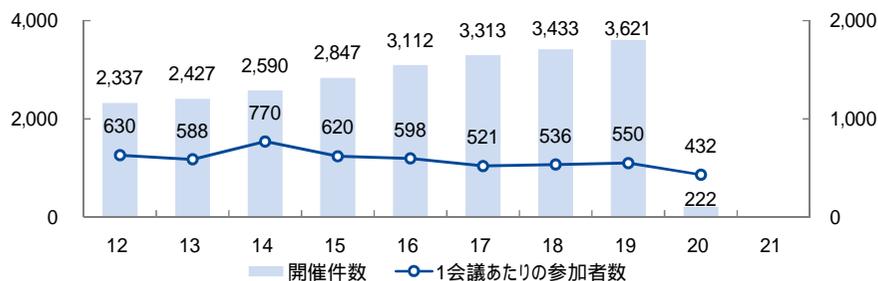


出所) JNTO「2020年 JNTO 国際会議統計」

国内の MICE 動向

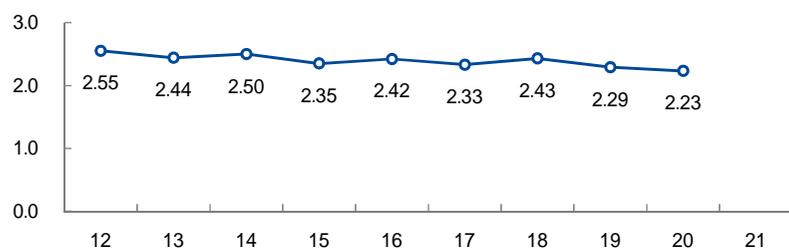
国内で開催された国際会議は平成 24 年（2012 年）から増加していましたが、世界の MICE 動向と同様、パンデミック後に大きく減少しました。また、パンデミック前から 1 会議あたりの参加者数及び平均開催日数は、減少傾向です。

開催件数（左軸、件）と 1 会議あたりの参加者数（右軸、人） 暦年



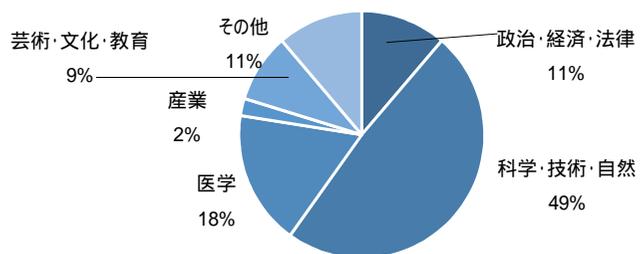
出所) JNTO「2020 年 JNTO 国際会議統計」

平均開催日数（日） 暦年



出所) JNTO「2020 年 JNTO 国際会議統計」

分野別開催割合 (%) 2020 年



出所) JNTO「2020 年 JNTO 国際会議統計」

国の動向

観光ビジョン

政府は、「観光先進国」を目標とした国づくりに向けて、平成 28 年（2016 年）3 月に「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定し、インバウンドを令和 2 年（2020 年）に 4,000 万人、2030 年に 6,000 万人とする目標を掲げており、パンデミック発生後も、目標値を維持することを明言しています。

また、政府は、観光戦略実行推進会議を開催し、令和 2 年（2020 年）7 月に、「観光ビジョン実現プログラム 2020」を策定しました。ここでは、パンデミックの状況を見極めながら、国内観光産業の体質強化や国内旅行の需要喚起等を推進し、インバウンドの再開に向けて戦略的に受入環境整備やコンテンツ作りに取り組むことを掲げています。観光庁は、令和 4 年（2022 年）11 月に、外国人観光客の数を 2025 年にパンデミック前の水準まで回復させることを目標とする考えを示しています。

「明日の日本を支える観光ビジョン」の数値目標

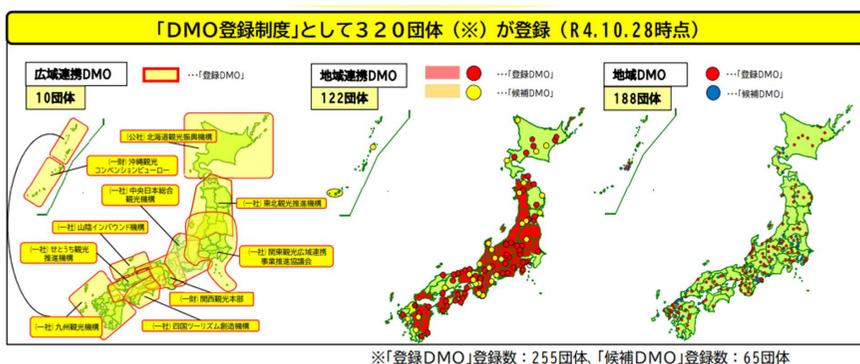
指標	2015 年基準値	2020 年目標	2030 年目標
訪日外国人旅行者数	1,974 万人	4,000 万人	6,000 万人
訪日外国人旅行消費額	3 兆 4,771 億円	8 兆円	15 兆円
地方部での外国人延べ宿泊数	約 2,500 万人	7,000 万人泊	1 億 3,000 万人泊
外国人リピーター数	約 1,018 万人	2,400 万人	3,600 万人
日本人国内旅行消費額	約 20 兆円	21 兆円	22 兆円

出所) 観光庁「明日の日本を支える観光ビジョン」

観光地経営の推進

観光庁は、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりを支援するため、観光地域の舵取り役としての観光地域づくり法人（以降、DMO¹）の登録制度を創設しています。令和4年（2022年）10月末時点で320団体が登録されており、札幌ではDMOは設立されていませんが、道内では地域DMOが12か所、政令指定都市では、京都市・横浜市・神戸市の3か所が既に認定を受けています。日本各地におけるDMOによる観光地経営の推進により、地域における観光施策の計画・実行・検証といった取組が一体的に推進されることから、都市間競争は激化するものと考えられます。

DMO登録状況



出所）観光庁

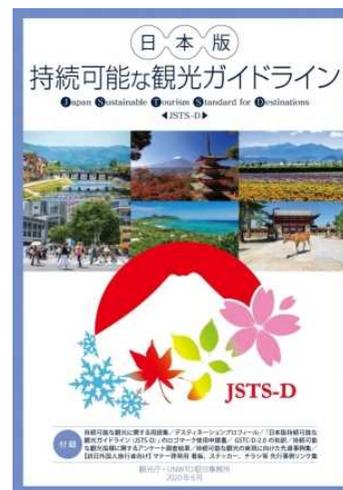
¹ DMO：Destination Management / Marketing Organization の略称。地域の稼ぐ力を引き出し、地域への誇りと愛着を醸成する観光地経営の視点から、観光まちづくりの推進役として、地域の多様な関係者と協同しながら、戦略を策定し、戦略を実行するための調整機能を備えた法人。

持続可能な観光

SDGs に対する意識が高まる中、パンデミックによって、持続可能な観光²への意識が更に高まりました。国際的には2000年代初頭から、持続可能な観光を推進するための国際基準となる指標を策定する機運が盛り上がり、GSTC-D³が開発されています。観光庁は、この国際基準に準拠した「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」⁴を開発し、これを各地方自治体やDMO等が活用することにより、地域での多面的な現状把握を可能にし、継続的なモニタリングと証拠資料（エビデンス）に基づいた観光政策や計画の策定、それらに基づく持続可能な観光地マネジメントの促進を図っています。

宿泊予約サイト booking.com によると、日本を含む世界全体の旅行者（世界32カ国と地域にわたる30,000人以上）の内、約8割がサステナブルな旅が重要であると回答しており、持続可能な観光に対する旅行者の配慮や意識が高まっていることが明らかになっています。

JSTS-D

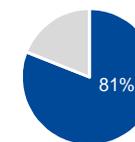


出所）観光庁「日本版持続可能な観光ガイドライン」

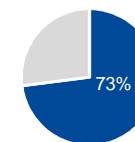
booking.com 調査

サステナブルな旅が自身にとって重要である割合

世界の旅行者



日本の旅行者



出所）booking.com

「Sustainable Travel Report 2022」

² 持続可能な観光：訪問客、業界、環境及び訪問客を受け入れるコミュニティのニーズを保ちつつ、現在及び将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光。

³ Global Sustainable Tourism Criteria for Destinations の略。国連で観光地が最低限遵守すべき項目として位置づけられた持続可能な観光地経営のための指標。

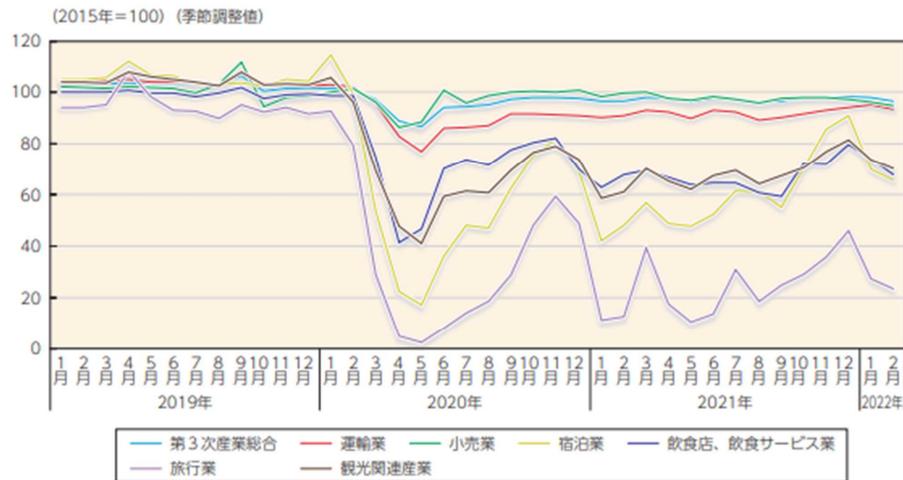
⁴ JSTS-D は、「持続可能なマネジメント」、「社会経済のサステナビリティ」、「文化的サステナビリティ」、「環境のサステナビリティ」の4分野174項目から、観光という側面から都市の持続可能性を評価する指標。

アフターコロナ・ウィズコロナへの対応

パンデミック防止のため、不要不急の外出抑制や緊急事態宣言等の法的措置による行動制限により、観光関連産業は大きな影響を受けました。パンデミックからの回復の兆しが見られますが、その余波は現在も続いています。観光庁は、独自に特別相談窓口を設置し、相談を受けた観光事業者に対して関係省庁と連携した支援を行っています。

また、観光白書によると、新型コロナウイルス感染症の影響により、旅行者の旅行時期や観光地の選択に変化が見られ、旅行におけるニーズや動態に変化が生まれていると指摘されています。新型コロナウイルス感染症で起きた環境変化や観光業が抱える構造的な課題への対応も進めています。

第3次産業活動指数の推移（令和元年（2019年）～令和4年（2022年））



出所）国土交通省「観光白書」

新型コロナウイルス感染症により変化した旅行における動態やニーズの変化

1. 旅行需要の分散化（旅行月の平準化、平日・休祝日間の平準化、夜間の旅行者数の減少）
2. 観光地選択の変化（都市圏・主要観光地の回避、自然景観への志向）
3. マイクロツーリズム⁵（公共交通機関の利用を避けた自家用車で訪問できる近隣地域での観光）
4. 出張・業務旅行の減少（宿泊から日帰りの増加、オンライン化）

出所）国土交通省「観光白書」より整理

⁵マイクロツーリズム：自宅から1時間から2時間圏内の地元または近隣への宿泊観光や日帰り観光をすること。

観光DX⁶の推進

新型コロナウイルス感染症の影響下で、社会経済状況が大きく変化していることに加え、デジタルインフラの飛躍的な整備やデジタル技術利活用の浸透など、様々な情報・サービスを利用できる環境が整いつつあります。また、デジタルの力を活用して地方創生にかかる取組を推進するデジタル田園都市国家構想の実現を目指そうとしています。

観光庁は、観光分野におけるデジタル化を早急に進め、デジタル技術を活用した観光サービスの変革と地域活性化を目指すため、観光地におけるDXを推進しています。

観光DXに利用されている最新技術と活用事例

技術名	特徴	活用事例
第五世代移動通信システム（5G）	多数同時接続、超高速、超低遅延	自動運転、観光地紹介アプリ ファンミーティング、オンラインツアー
Wi-Fi6	高速通信、多数同時接続	xR、デジタルサイネージ
IoT	モノの状況把握、遠隔操作	駐車場・トイレ等の空き情報表示
位置情報	人の所在地、密度の把握	混雑情報の提供、行動・購買履歴等と 組み合わせた販売促進活動
生体認証	身体や声等による本人確認	スマートキー、顧客別の情報提供
xR	CG等により実際と異なる体験を提供	バーチャルツアー、ナビゲーション
AI（人工知能）	人間の思考過程と同様の情報処理技術	チャットボット、パスのルート設定
ロボット技術	センサー、知的制御、 駆動を備えた知能化した機械システム	受付・案内、掃除、運搬、調理その他に 特化したロボット
ビッグデータ	ウェブサイトやスマートフォン、各種センサー から得られる大量情報の分析・活用	パーソナルサービス*1、混雑・渋滞予測
自動運転	人の操作に拠らない運転	移動のユニバーサル・サービス化*2

注記）*1：ビッグデータを用いて個人にパーソナライズされたサービスを提供すること

*2：自動運転によって誰でも公平に移動手段にアクセスできるようになること

出所）日本総合研究所「観光DXの可能性」

⁶DX（デジタルトランスフォーメーション）：デジタル技術及びデータの活用等を通じて製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、組織の文化・風土や業務を変革することで競争上の優位性を確立すること。

札幌市の動向

国際会議・スポーツ競技大会の誘致

札幌市では、2023年にアドベンチャートラベル・ワールドサミット⁷（以降、ATWS）が開催予定であり、観光地としての魅力を世界に発信する機会となっています。また、同年にG7サミットの関係閣僚会合のうち、気候・エネルギー・環境大臣会合も開催予定となっており、観光地としての魅力に加え、持続可能な都市としても、世界に発信する機会を迎えます。

さらに、札幌市では、昭和47年（1972年）の札幌オリンピックのレガシーや、既存の都市機能と豊かな自然環境を生かし、ウィンタースポーツ都市としての誇りや環境を次世代へと継承し、都市基盤の更新や先駆的なまちづくりのモデルを提示するため、2030年オリンピック・パラリンピック冬季競技大会の誘致を進めています。

ATWS



気候・エネルギー・環境大臣会合



冬季オリンピック・パラリンピック



その他

WMO（世界気象機関）は、昭和45年（1970年）から令和元年（2019年）までの50年間で、暴風雨や洪水、干ばつといった世界の気象災害の数が5倍に増加したと発表しています。

日本でも毎年災害が発生しており、北海道によると、平成30年（2018年）に発生した北海道胆振地方中東部地震では、観光消費の総影響額が356億円になると推計しています。

また、地球温暖化等の気候変動によって、降雪量の減少など明瞭な四季を感じられる北海道らしい自然の魅力が損なわれる可能性があり、観光客の減少につながる可能性があります。

環境への配慮

札幌市では、SDGs(持続可能な開発目標)の達成に向けて様々な取り組みを進めており、平成30年（2018年）に内閣府から「SDGs未来都市」として選定されました。また、令和2年（2020年）には、日本の都市では初のLEED⁹ for Cities and Communitiesで最高ランクのプラチナ認証を取得しており、環境に配慮しながら持続可能なまちづくりを進めています。

⁷ アドベンチャートラベル：自然の中でのアクティビティや異文化体験を通じて自分の内面が変わっていくような新たな旅のスタイル。

⁸ アドベンチャートラベル・ワールドサミット（Adventure Travel World Summit）：世界中のアドベンチャートラベル関係者が一堂に会する国際商談会、旅行会社、メディア、アウトドアメーカー、観光局・観光協会、ガイドなど、約60カ国から約800名の関係者が参加し、通常4日間にわたり、AT体験、商談会、セミナー等が行われる。

⁹ LEED：米国グリーンビルディング協会が開発・運用する、国際的に最も認知されている環境性能評価システム。「建築設計・建設(BD+C)」、「インテリア設計・建設(ID+C)」、「既存ビル運用・メンテナンス(O+M)」、「エリア開発(ND)」、「住宅(HOMES)」、「シティとコミュニティ(Cities and Communities)」の6つの認証システムのカテゴリが設けられている。

4.2. 札幌の観光資源と受入基盤

観光資源

札幌市には、大通公園やモエレ沼公園といった緑豊かな公園や、さっぽろ雪まつりに代表される年間を通じた多彩なイベント、ジンギスカンやラーメン、スープカレーなどの魅力的な食文化をはじめ、国内外の観光客に強く訴求する観光資源が多数あります。

主な観光資源

自然資源	自然現象	パウダースノー
人文資源	神社・寺院・教会	北海道神宮
	集落・街	碁盤の目の街並み、すすきの、狸小路、北3条広場（アカブラ）
	郷土景観	中央卸売市場場外市場、二条市場
	庭園・公園	大通公園、モエレ沼公園、中島公園、滝野すずらん公園
	建造物	時計台、北海道大学、赤レンガ庁舎、豊平館、テレビ塔展望台、JRタワー、藻岩山展望台、羊ヶ丘展望台
	年中行事（イベント）	さっぽろ雪まつり、さっぽろライラックまつり、さっぽろ夏まつり YOSAKOI ソーラン祭り、さっぽろオータムフェスト
	動植物園・水族館	円山動物園、サンピアザ水族館
	博物館・美術館	札幌芸術の森、北海道立近代美術館、北海道開拓の村 札幌市青少年科学館、北海道大学総合博物館、 札幌オリンピックミュージアム、サッポロビール博物館
	テーマ公園・テーマ施設	白い恋人パーク、さとらんど
	温泉	定山渓温泉、豊平峡温泉、小金湯温泉
	食	ラーメン、サッポロビール園、ジンギスカン、スープカレー、 札幌ら～めん共和国、
	芸能・スポーツ	札幌ドーム、大倉山ジャンプ競技場、市内スキー場、 ゴルフ場、つどむ、札幌コンサートホール Kitara
	その他商業施設	サッポロファクトリー、ステラプレイス、大通ビッセ、家電量販店

注記）主に札幌市「来札幌観光客満足度調査」の調査票や札幌市「札幌の観光」に記載した観光施設等を抜粋し、公益財団法人日本交通公社の「全国観光資源台帳」による観光資源タイプによって分類

なかでも、イベントは、さっぽろ雪まつりをはじめとする100万人以上の集客力があるイベントが5つあり、四季を通じて観光客や市民が楽しめる観光資源となっています。

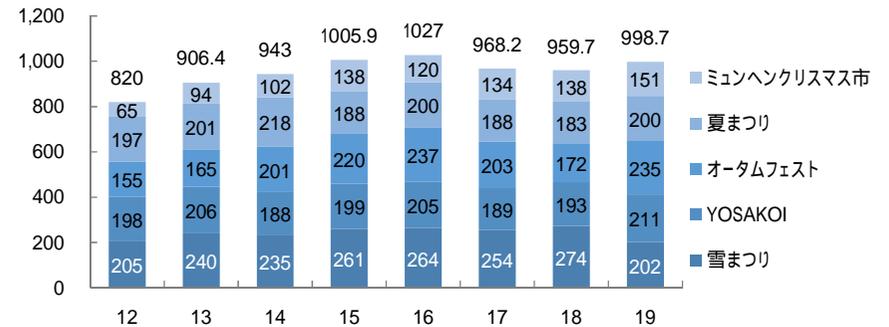
主なイベント

YOSAKOI ソーラン祭り（6月）	さっぽろ夏まつり （7～8月）	さっぽろオータム フェスト（9月）	ミュンヘン・クリスマス 市（11～12月）	さっぽろ雪まつり （2月）
				

出所）YOSAKOI ソーラン祭り：YOSAKOI ソーラン祭り組織委員会

さっぽろ夏まつり、さっぽろオータムフェスト、ミュンヘン・クリスマス市、さっぽろ雪まつり：さっぽろ観光写真ライブラリー

イベントごとの動員数の推移（万人）



出所）札幌市資料

宿泊環境

札幌市内の宿泊施設の客室数は、インバウンド需要の拡大や旅行者の個人旅行ニーズの増大といった、旅行ニーズの多様化を背景に、平成 28 年度（2016 年度）から約 40%増加しました。定山溪地域の客室数は、平成 30 年度（2018 年度）から減少していましたが、令和 3 年度（2021 年度）に地域内で新しいホテルがオープンするなど定員数は増加しています。札幌市内の宿泊施設の観光客受入キャパシティは大きいと言えます。一軒あたりの客室数は減少傾向であり、小規模な宿泊施設が増加しています。これには、個人旅行が進んでいることが影響していると考えられます。また、都心の再開発に合わせて、今まで市内にはなかったマリオットやハイアットなどの最高級ブランドの富裕層向けハイグレードホテルの進出が予定されており、富裕層のニーズに応える宿泊環境が整備されます。

定員数（万人、左軸）と1軒あたりの客室数（室/軒、右軸）



出所) 札幌市「札幌の観光」

進出予定のハイグレードホテル

1.マリオット



出所) 札幌市 HP

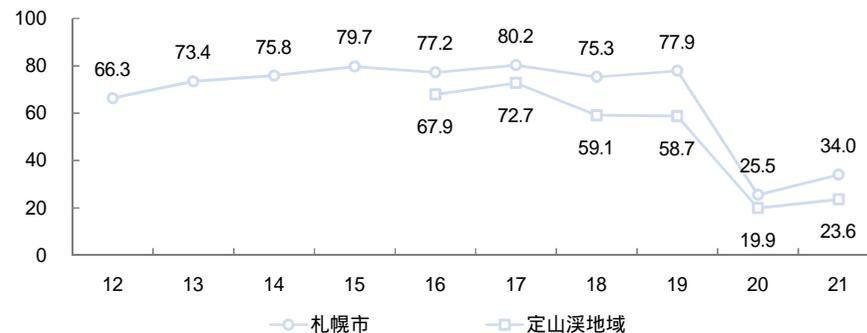
2.ハイアット



出所) NTT 都市開発 HP

客室稼働率は横ばい状況が続いています。定山溪では、市内全域と比較すると客室稼働率が低く、平成 29 年度（2017 年度）からは減少傾向が続いています。市内中心部の宿泊ニーズが、定山溪まで広がっていない状況です。

客室稼働率 (%) *



注記) *: 平成 24 年度（2012 年度）～平成 27 年度（2015 年度）の定山溪地域客室稼働率は、「国指定施設・一般施設・公的施設」に分けて算出されており、総合値がないため、比較対象から除外
出所) 札幌市「札幌の観光」

交通環境

道外または海外との移動手段は航空機に大きく依存しています。新千歳空港は、地方都市との直行便が8地方24都市、国際線が10ヵ国21都市に就航しており、地方空港の中でも利便性は高くなっています。また、新千歳空港は道内空港一括民営化により各空港との連携が強化され、新たな広域周遊の可能性が広がります。さらに、札幌と地方主要都市を航空機で結ぶ札幌市内にある丘珠空港も、滑走路の延長や空港運用時間の拡大が検討されており、さらなる利便性向上が期待されます。道外との移動手段として、2030年度には北海道新幹線が札幌駅まで延伸され、ゴールデンルート（東京・箱根・富士山・名古屋・京都・大阪を巡る広域周遊ルート）との接続や北関東とのアクセス時間の短縮による来札観光客数の増加が期待されます。

新千歳空港の国内路線

青森	茨城	信州まつもと	広島
いわて花巻	成田	富士山静岡	出雲縁結び
仙台	羽田	中部	徳島阿波おどり
秋田	新潟	伊丹関西	松山
山形	富山きときと	神戸	福岡
福島	小松	岡山	那覇

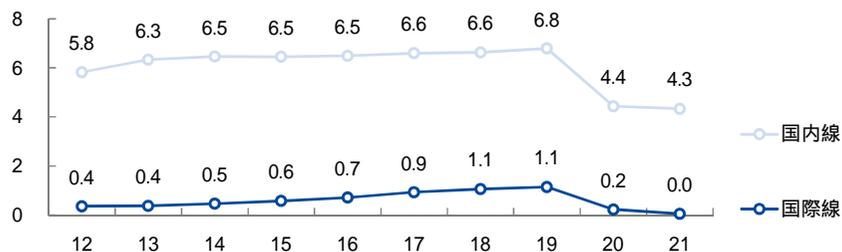
出所) 新千歳空港 HP

新千歳空港の国際路線

国	就航都市数	国	就航都市数
中国	9	マレーシア	1
香港	1	タイ	1
韓国	3	フィリピン	1
台湾	2	フィンランド	1
シンガポール	1	ロシア	1

出所) 新千歳空港 HP

新千歳空港着陸回数(万回) 暦年



出所) 国土交通省「暦年・年度別空港管理状況調査」

北海道新幹線(札幌駅と起点駅との所要時間)

起点	現在	延伸後
東京	約 464 分	約 270 分
函館	約 221 分	約 60 分
二セコ	約 138 分	約 30 分

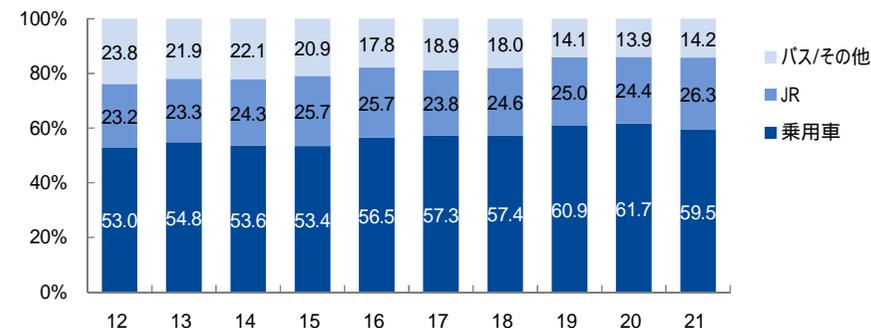
注記) 左記は乗換の待ち時間を考慮しない時間

出所) ジョルダン(令和4年(2022年)12月23日9:00

出発の時刻から算出)

市内の交通環境としては、JR・地下鉄・バス・路面電車・タクシーなどの公共交通機関があります。警察庁(運転免許統計)によると、運転免許保有者数は平成30年度(2018年度)をピークに減少しており、乗用車以外の二次交通の重要性は今後高まっていくものと考えられます。現時点での観光客の来札経路は、乗用車とJRが多く、国内外の観光客で個人旅行が進んでいるため、バスの利用者が減少しています。

来札経路の構成比(%)



出所) 札幌市「札幌の観光」

公共交通機関

区分	平均乗車人員/日	平均本数/日
JR	159,405	870
地下鉄	446,091	994
バス	204,090	10,808
路面電車	17,329	-
タクシー	78,660	- (5,327台)

出所) 札幌市「都市交通データブック2021」

情報・通信環境

札幌市では、期間限定を含む市内5か所に観光案内所を設置しています。また、観光情報サイトとして、国内外に向けた「ようこそさっぽろ」、海外客に特化した「Visit Sapporo」を運営するほか、各種SNSを通じて札幌の魅力や多彩な観光情報を発信しています。

観光案内所

各種観光情報を提供するため、市内に5つの観光案内所を設置（常設3、期間限定2）

観光案内版

4か国語に対応した観光案内版（175基）と、デジタルサイネージ（6基）を設置

公衆無線LAN環境

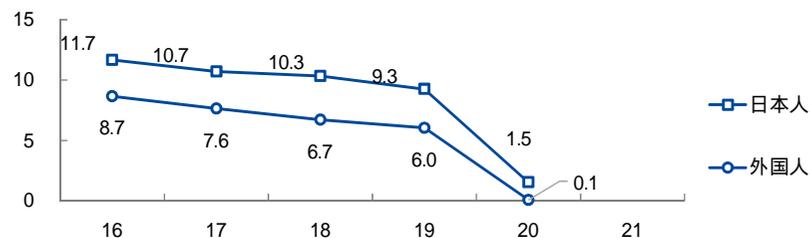
地下鉄主要16駅や観光地、スポーツ施設で無料の公衆無線LANを運用

WEBサイト、SNS等

観光情報サイト「ようこそさっぽろ」、「Visit Sapporo」の運営管理、TwitterやFacebook、Instagramによる情報発信

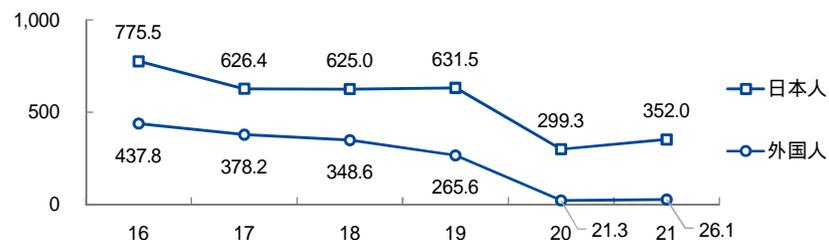
出所）札幌市「札幌の観光」

【参考】観光案内所の利用者数（万人）



出所）札幌市資料

【参考】公式HP「ようこそさっぽろ」のPV数（万）



出所）札幌市資料

インバウンド受入環境

札幌市は、ウィズコロナ、アフターコロナにおける観光需要回復に向けて効率的・効果的に外国人観光客の受入環境を整備するため、受入環境整備の状況を調査しました。調査結果より、食に関連する受入環境の整備等で、改善の余地があることが判明しており、誰もが市内観光を快適にすごしてもらうためには、地域一体となって受入環境を改善していく必要があります。

受入環境項目別の対応状況

受入環境項目	主な対応状況	
ベジタリアン料理の提供	● ベジタリアン料理の提供割合は、宿泊施設、飲食店で約20%、観光・スポーツ施設では提供している施設はない	
特定アレルギー物質や食品内容についての表記	● 多言語表記やピクトグラム表記をしているのは、宿泊施設では約40%、観光・スポーツ施設では約16%、飲食店では少なくとも約3%	
ハラル対応	● ハラル対応をしている施設は少なく、宿泊施設で約8%、飲食店では約14%、観光・スポーツ施設ではなかった ● いずれの施設種別でも「提供する必要があるがしていない」と回答した割合が顕著に高い	
カトラリーの提供	● カトラリー（フォーク・スプーンなど）の提供については、宿泊施設、飲食店では約73%が提供しており、観光・スポーツ施設の中で未回答を除く半数以上がカトラリーの提供を実施している	
トイレの洋式化	● トイレの洋式化は、宿泊施設、ショッピング施設では、「すべてのトイレに洋式トイレを設置している」が90%以上である ● 観光・スポーツ施設では約61%、交通機関では約37%と設置している割合は減少する傾向がみられる	
多言語対応	誘導・記名看板や案内・説明文への言語対応	● 英語併記は「一部併記」を含め80%程度の施設で実施しているが、簡体字・繁体字・ハングルの併記の状況はほぼ同じ傾向で、「一部併記」を含め、30%程度にとどまる
	対面での言語対応	● 英語対応可能な施設は、宿泊施設では約80%、観光・スポーツ施設、飲食店、ショッピング施設では50%を超える ● 一方で、英語以外の言語の対応では、宿泊施設、観光・スポーツ施設、飲食店において、「対応できる」とした施設の割合は10%前後である
	ホームページ多言語対応	● 英語は約30%が「全て対応済み」で「半数に対応」を含めると約50%である ● 簡体字・繁体字・ハングルの「全て対応済み」は約20%で、「半数に対応」を含めると約30%である

出所）札幌市調査（令和3年度（2021年度））

4.3. 札幌観光の統計分析

観光入込客数

総数

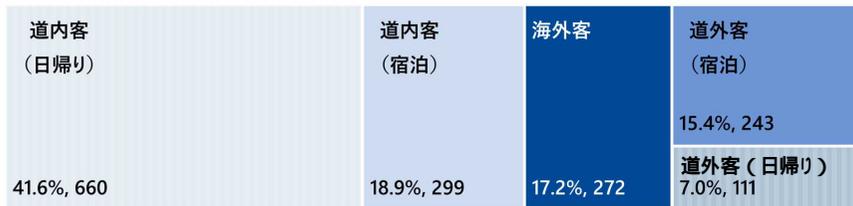
市内の観光入込客数は、国内客が約8割を占める構造となっています。平成24年度（2012年度）以降、観光入込客数は、国内客が横ばいの中、海外客が年々増加し、平成29年度（2017年度）に年間1,500万人に達しました。しかし、パンデミックにより、観光入込客数は、令和元年度（2019年度）と比較すると半減し、ほぼ国内客のみとなりました。

観光入込客数の年次推移（万人）



出所）札幌市「札幌の観光」

<平成30年（2018年）観光入込客数（万人）の構成>



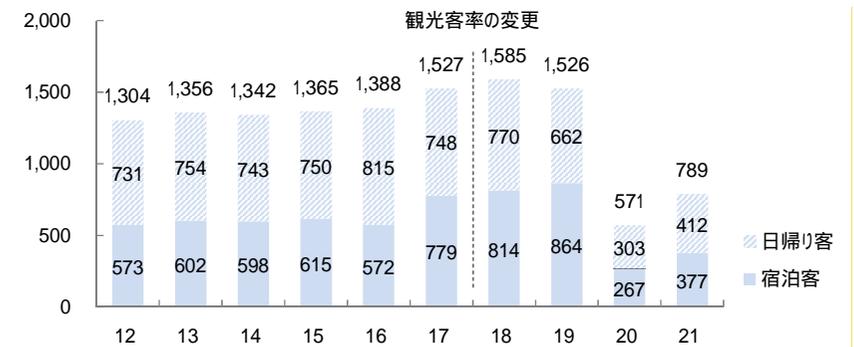
出所）札幌市「札幌の観光」

札幌市の観光客入込数は、道内他市町村と同様に、北海道が策定する「北海道観光入込客数調査要領」に基づき、各交通機関を利用した乗客数等に観光客率を乗じて算出しています（観光客入込数＝乗客数等×観光客率）。平成29（2017）年度は、この観光客率の見直しを行っており、平成29（2017）年度以降と平成28（2016）年度以前の観光客入込数や道内外の内訳を単純比較することはできませんので、ご注意ください。

日帰り客・宿泊客

平成29年度（2017年度）以降、海外客の増加や道外客の回復により、観光入込客数に占める宿泊客数は、日帰り客よりも多くなりました。しかし、パンデミック後には、宿泊客は日帰り客以上に減少しています。

日帰り・宿泊別（万人）

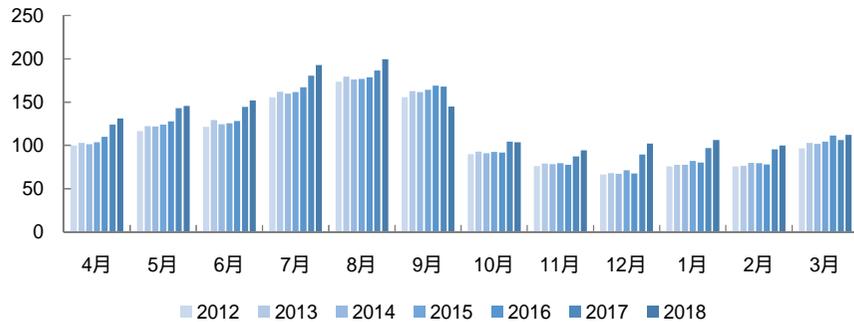


出所）札幌市「札幌の観光」

月別

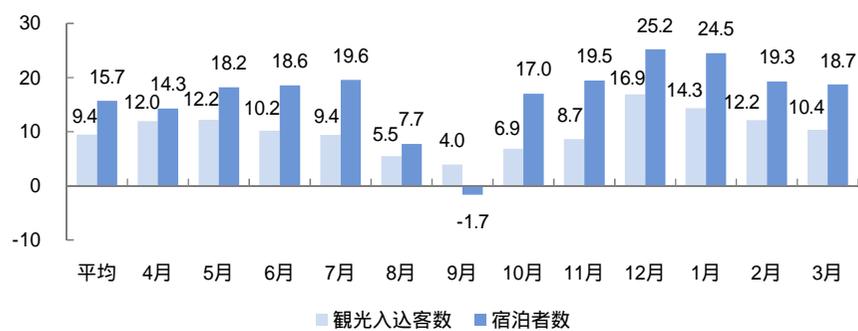
観光入込客数の月別推移では、夏季（7月～9月）が多く、冬季（12月～2月）が少なくなっており、観光需要の繁閑差が見られます。月別の増減率を確認すると、冬季は、宿泊者数の増加によって夏季以上に観光入込客数が増加しており、繁閑差は緩和傾向にあります。

来札観光客入込数の月次推移（万人）



出所) 札幌市「札幌の観光」

月別の増減率（％）



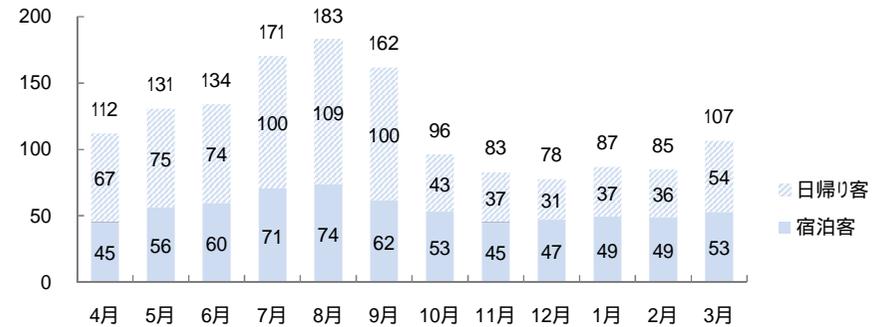
注記) 1: 平成 25 年度 (2013 年度) から平成 30 年度 (2018 年度) の平均値

2: 増減率は、平成 24 年度 (2012 年度) と比較し算出

出所) 札幌市「札幌の観光」を加工

年間を通して、宿泊客は 45 ～ 75 万人の範囲内となっているため、夏季の日帰り客が繁閑差の 1 つの要因として考えられます。

月別の日帰り客と宿泊客（万人）



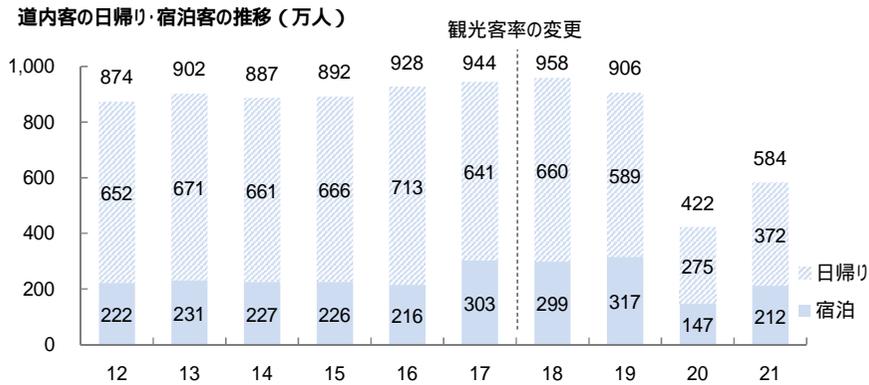
注記) 平成 25 年度 (2013 年度) から平成 30 年度 (2018 年度) の平均値

出所) 札幌市「札幌の観光」を加工

属性別

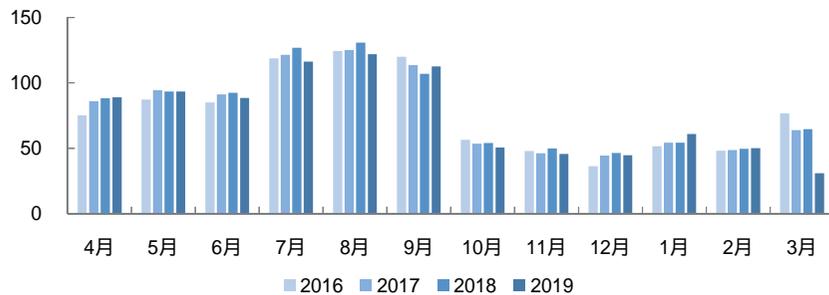
道内客

観光入込客の約6割を占める道内客は、平成29年（2017年）以降、日帰り客から宿泊客への転換が進み、全体では増加傾向にあります。パンデミック後は、日帰り客を中心に大きく減少しましたが、マイクロツーリズムの傾向も高まっており、令和3年度（2021年度）には、平成30年度（2018年度）比の約6割まで回復しています。



出所）札幌市資料

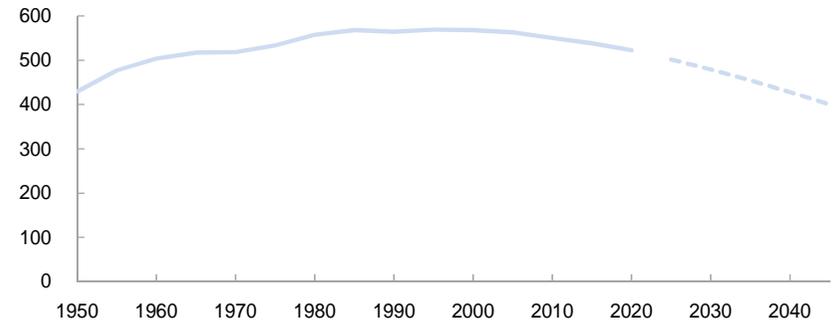
道内客の月別来札観光客数（万人）



出所）札幌市「札幌の観光」

しかし、北海道は既に人口減少が始まっており、今後さらに少子高齢化が進みます。今後、道民に対する札幌への誘客を促進するための取組に加え、道内人口の減少が進む中で、観光客のリピーターの割合を高めていく取組が必要となります。

北海道の人口推移（万人） 暦年



出所）総務省統計局「人口推計長期時系列データ都道府県別人口」

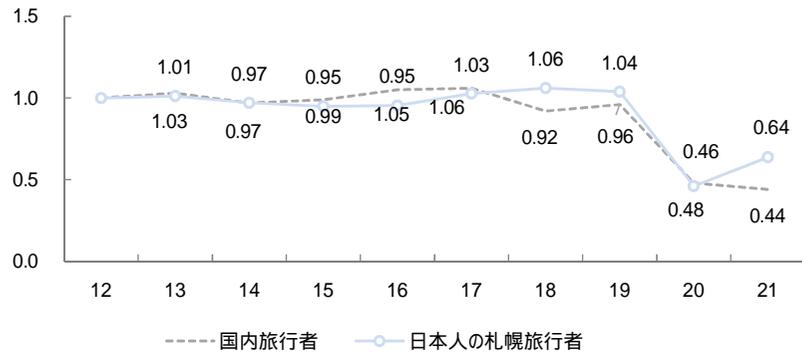
国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口（平成30（2018）年推計）」

【参考】日本人による国内旅行市場との比較

平成 24 年（2012 年）の観光入込客数を 1 とした各年の増減率を見ると、札幌では、平成 26 年（2014 年）から平成 29 年（2017 年）まで全国平均を下回っていましたが、平成 29 年（2017 年）以降、全国平均を上回っています。

令和元年（2019 年）以降、パンデミックの影響を受けて急減しますが、令和 2 年（2020 年）以降のパンデミックからの回復傾向を見ると、全国平均よりも良好な状態です。

平成 24 年（2012 年）を基準とした場合の国内の札幌旅行者数の増減率と全国平均の増減率（倍）



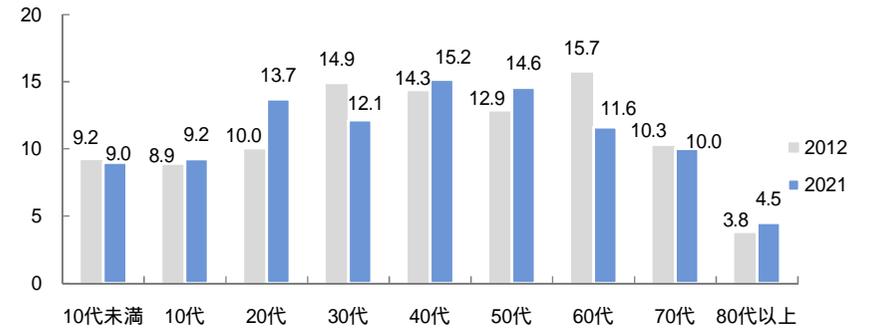
出所）札幌市「札幌の観光」、観光庁「旅行・観光統計調査」

【参考】国内旅行者の年代別割合と将来人口構成比

国内旅行者に占める年代別割合をみると、国内旅行者に 70 歳以上の割合は少なく、5%から 10%程度に留まります。一方、人口構成比では、2032 年に令和 3 年（2021 年）よりも 65 歳以上の割合が増加する見込みです。

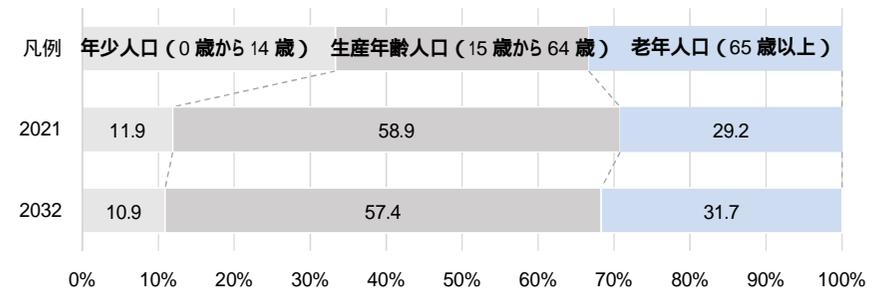
今後、少子高齢化が進行していくため、70 歳以上が旅行者に占める割合は高くないことから、国内旅行者数減少への影響は大きいものになると考えられます。さらに、高齢者では、パンデミックの影響によって旅行を控える傾向が見られたことから、今後新型コロナウイルス感染症と同様の感染症などが発生した場合、高齢者人口の増加による国内旅行者数減少への影響はさらに大きくなると考えられます。

国内旅行者に占める年代別割合 暦年



出所）観光庁「旅行・観光消費動向調査」

人口構成比（%）

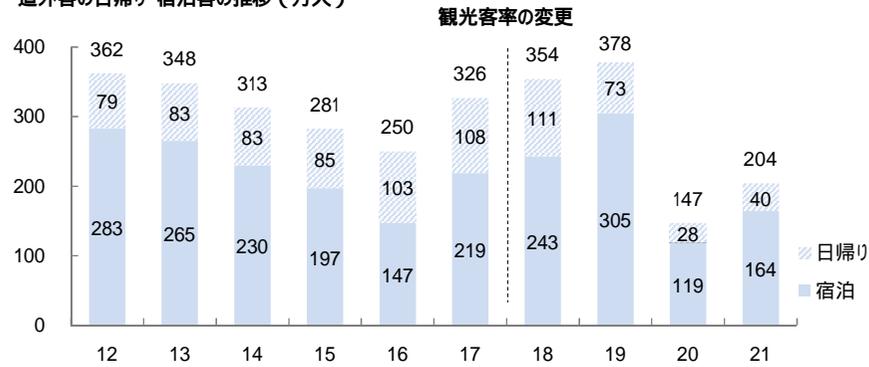


出所）国立社会保障・人口問題研究所「将来推計人口出生中位（死亡中位）推計」

道外客

道外客の宿泊者数は、平成 28 年度（2016 年度）を底として増加に転じており、令和元年度（2019 年度）には、平成 24 年度（2012 年度）の宿泊者数を上回りました。パンデミック後は、回復はしているものの、道内客よりもペースは遅くなっています。また、夏季の来札者は多いものの、冬季（12～2 月）の来札者が増加しており、市内観光需要の平準化に寄与しています。

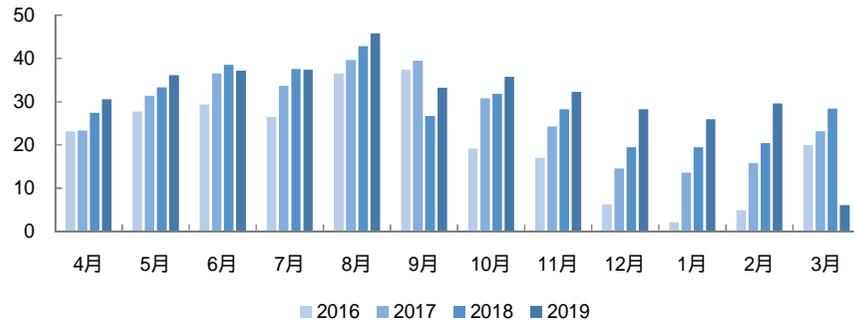
道外客の日帰り・宿泊客の推移（万人）



観光客率の変更

出所) 札幌市資料

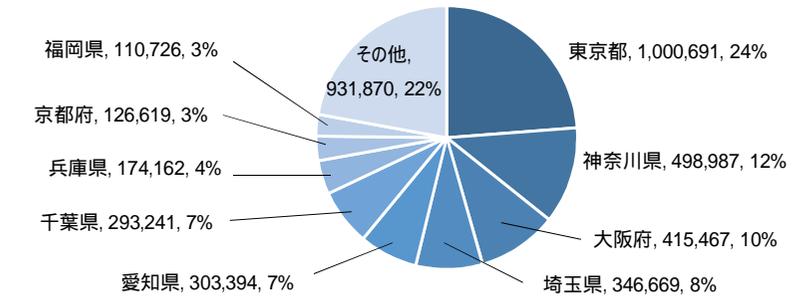
道外客の月別来札観光客数（万人）



出所) 札幌市「札幌の観光」

また、市内に宿泊する道外客の居住地は、現時点では三大都市圏が多くなっています。北海道新幹線の札幌への延伸により東北や北関東からのアクセスの利便性向上により、来札観光客数の増加が期待されます。

居住地別の道外客の延べ宿泊者数（人）と割合（％）

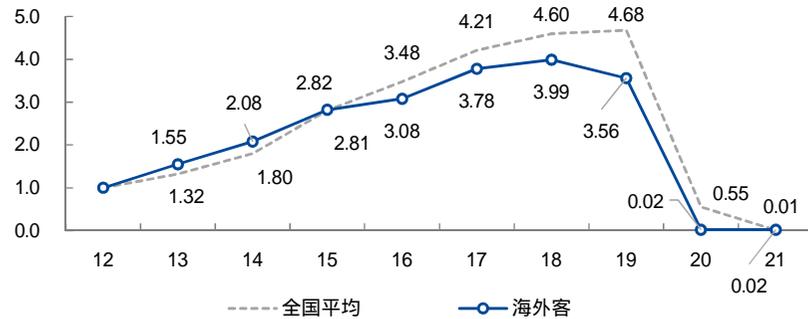


出所) 観光予報プラットフォーム推進協議会「観光予報プラットフォーム」

海外客

観光入込客数増加を牽引している海外客ですが、近年は全国平均と比較すると増加率は低くなっています。国内客とは異なり、冬季（12～2月）の来札者が多いことから、海外客の誘致は繁閑差の縮小にもつながっています。

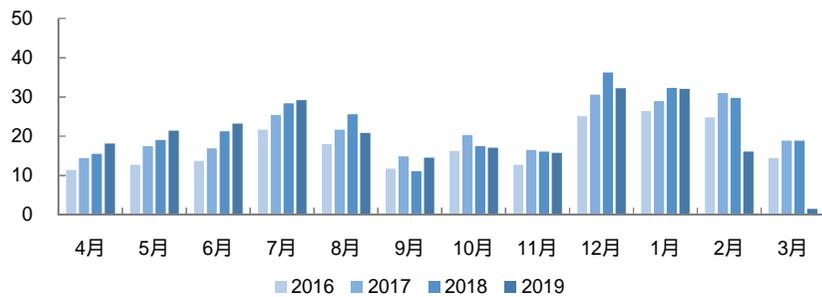
平成 24 年（2012 年）を基準とした場合の各年の増減率（倍）



注記）札幌市は年度、全国平均は暦年のため、3か月の期ズレが生じていることに留意

出所）札幌市「札幌の観光」、JNTO「日本の観光統計データ」

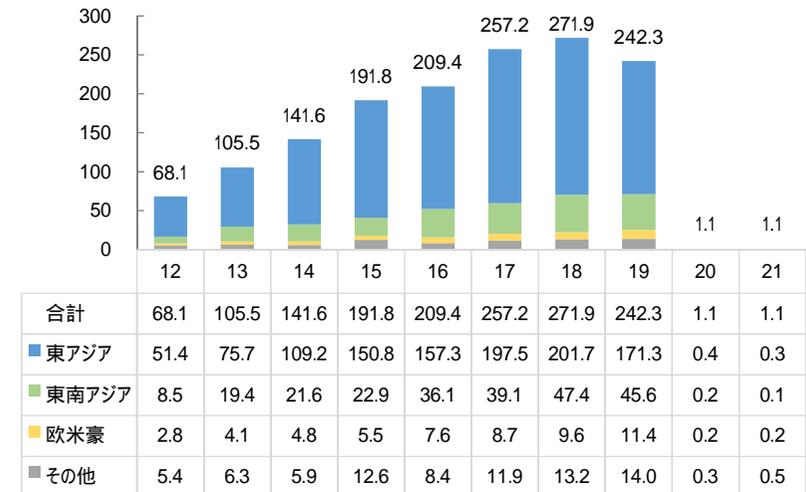
海外客の月別来札観光客数（万人）



出所）札幌市「札幌の観光」

また、地域別では、全国平均と比べると東南アジアの割合が高くなっています。ただし、欧米豪は、宿泊者数は増加しているものの全国平均よりも割合が低く、今後、誘致を強化すべき市場と言えます。

地域別外国人宿泊客の推移（万人）



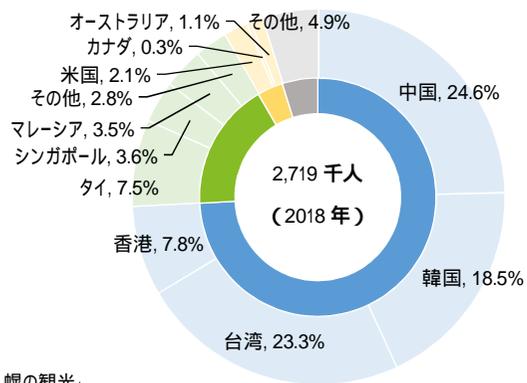
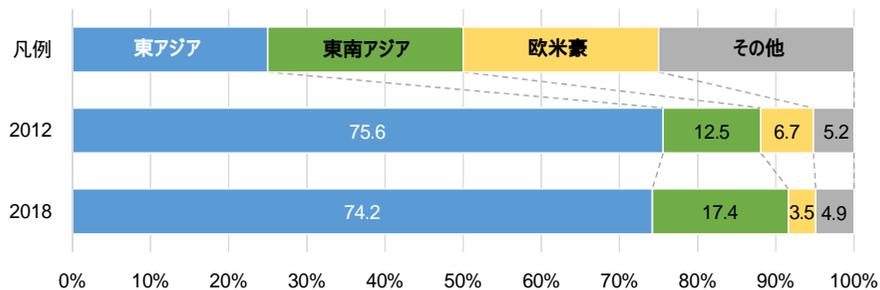
出所）札幌市「札幌の観光」

平成 24 年度（2012 年度）比（倍）



出所）札幌市「札幌の観光」

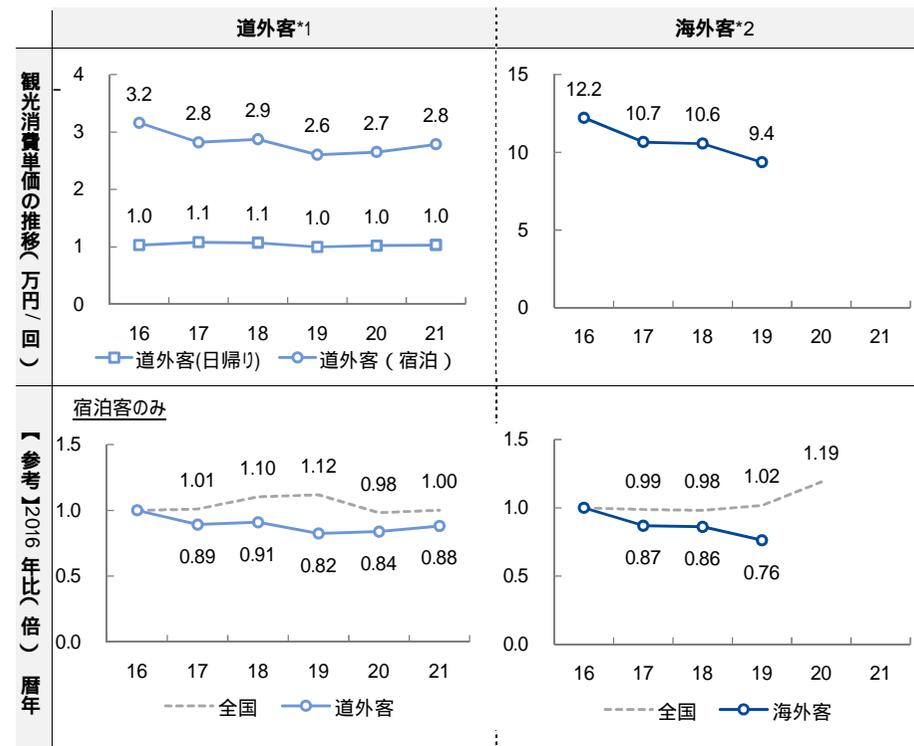
外国人宿泊客の居住地割合（％）



出所) 札幌市「札幌の観光」

観光消費額単価

国内外の宿泊客の観光消費単価は、全国平均では平成 28 年度（2016 年度）よりも増加している一方、札幌においては、道外客は約 1 割、海外客は約 2.4 割の減少となっています。また、札幌での観光消費単価と国内での旅程すべてを含む全国の観光消費単価とは単純比較できませんが、全国と傾向を比較すると、札幌での消費単価の減少が目立ちます。今後は、観光客の消費動向を的確に把握し、ニーズに合った高付加価値の商品・サービスの提供や、滞在日数の長期化を図る取組が求められます。



注記) *1：道内客の観光消費単価（宿泊・日帰り）は、平成 29 年度（2017 年度）以来、調査なし
 *2：令和 2 年度（2020 年度）以降、「外国人個人観光客動態調査」は、新型コロナウイルス感染症の影響により、調査なし

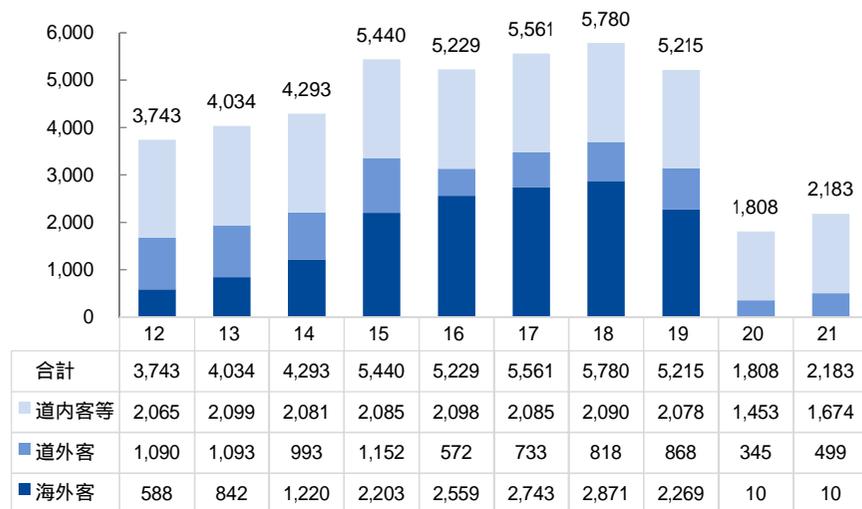
出所) 札幌市資料

観光庁「旅行・観光消費動向調査」 暦年
 観光庁「訪日外国人消費動向調査」 暦年
 JNTO「日本の観光統計データ」 暦年

総観光消費額

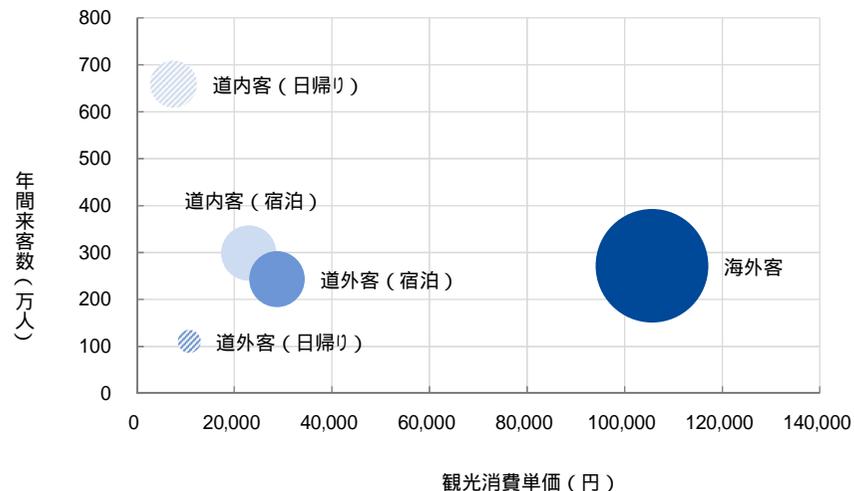
総観光消費額は、観光消費額単価が高い海外客の増加を主因として、平成 29 年度（2017 年度）に約 5,800 億円（構成比 49.7%）を超えました。海外客の観光消費単価は減少していますが観光入込客数が大きく増加しており（前述の に記載）、平成 30 年度（2018 年度）には、札幌市内の総観光消費額の約 5 割を占めるようになりました。道内客は、観光入込客数が多いですが、観光消費単価の低い日帰り客の割合が高いため、札幌市内の総観光消費額は海外客の方が多くなっています。

総観光消費額の推移（億円）

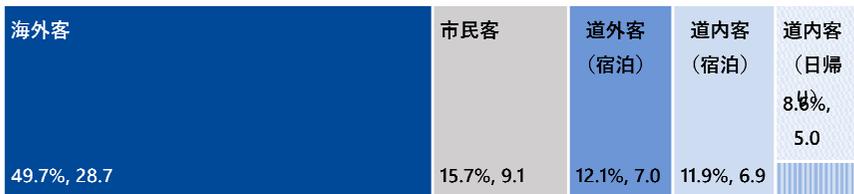


出所）札幌市資料

平成 30 年（2018 年）総観光消費額の相対関係図



2018 年総観光消費額（億円）の構成



道外客（日帰り）・・・ 2.1%、11,887（百万円）

出所）札幌市資料

総観光消費額の増減内訳

内訳	単位	2016年度 改定時	2018年度	2021年度			
				増減率 (%)*	増減率 (%)*		
市民客	総観光消費額	億円	798	908	13.89	908	13.89
	年間来客数	万人	1,429	1,454	1.79	1,454	1.79
	観光消費額単価	円	5,584	6,248	11.89	6,248	11.89
道内客	総観光消費額	億円	998	1182	18.47	765	23.28
日帰り	総観光消費額	億円	548	496	9.42	280	48.86
	年間来客数	万人	713	660	7.47	372	47.76
	観光消費額単価	円	7,683	7,521	2.11	7,521	2.11
宿泊	総観光消費額	億円	450	686	52.40	485	7.84
	年間来客数	万人	216	299	38.60	212	1.93
	観光消費額単価	円	20,871	22,949	9.96	22,949	9.96
道外客	総観光消費額	億円	572	818	43.13	499	12.70
日帰り	総観光消費額	億円	106	119	12.39	41	60.96
	年間来客数	万人	103	111	7.97	40	61.06
	観光消費額単価	円	10,298	10,719	4.09	10,322	0.23
宿泊	総観光消費額	億円	466	699	50.11	458	1.74
	年間来客数	万人	147	243	65.08	164	11.50
	観光消費額単価	円	31,601	28,734	9.07	27,847	11.88
海外客	総観光消費額	億円	2,559	2,871	12.21	10	99.60
	年間来客数	万人	209	272	29.87	1	99.47
	観光消費額単価	円	122,219	105,606	13.59	93,627	23.39

注記) *: 増減率は2016年度比で算出

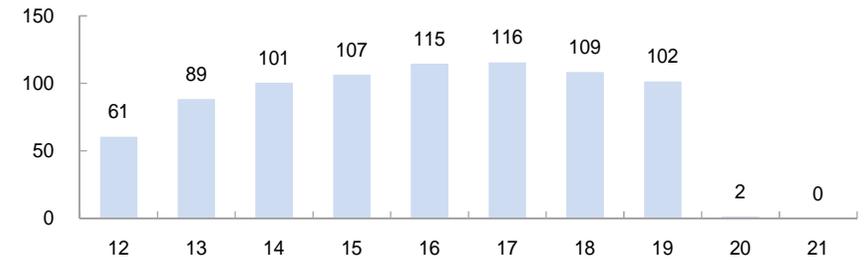
出所) 札幌市資料

MICE

国際会議

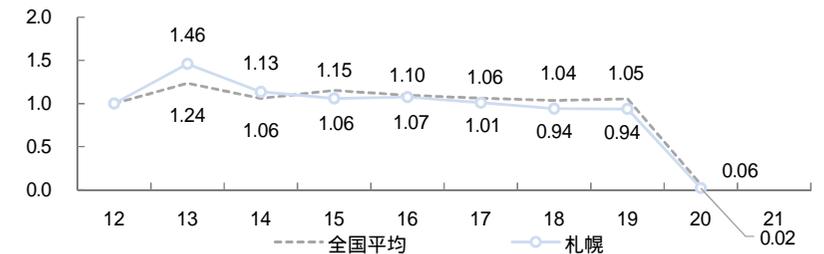
国内での国際会議の開催件数が堅調に増加している一方で、札幌市での国際会議の開催件数は、国内の各都市のMICE誘致競争激化により、平成29年度(2017年)以降は開催件数が減少しています。また、コロナ禍の令和2年度(2020年)以降は開催件数が激減する一方、オンラインを活用した開催方法が増加しています。

開催件数(件)



出所) 札幌市資料

開催件数の増減比較(倍)



出所) 公益財団法人札幌国際プラザ資料

開催方法

暦年	通常開催	オンライン	ハイブリット	延期	中止
2020	1	1	2	12	4
2021	0	12	1	7	1

注記) ICCAの基準による集計結果のため、JNTOの基準での集計結果である開催件数のグラフとは数値が一致しない。

出所) ICCA

【参考】都市別開催件数（件） 暦年

都市	2016	2017	2018	2019	2020	増減率*
全国	3,112	3,313	3,433	3,621	222	16.4%
東京	574	608	645	561	63	2.3%
神戸市	260	405	419	438	23	68.5%
京都市	278	306	348	383	26	37.8%
福岡市	383	296	293	313	15	18.3%
横浜市	188	176	156	277	9	47.3%
名古屋市	200	183	202	252	9	26.0%
大阪市	180	139	152	204	9	13.3%
北九州市	105	134	133	150	6	42.9%
仙台市	115	120	116	136	10	18.3%
札幌市	115	116	109	102	2	11.3%

注記）*：平成 28 年（2016 年）から令和元年（2019 年）の増減率

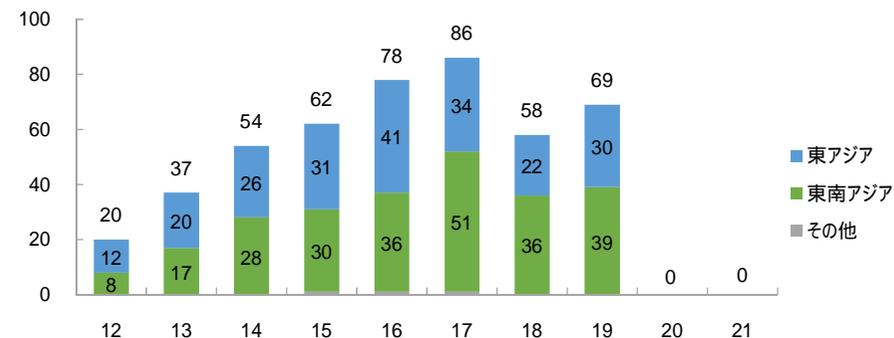
出所）JNTO「2020 年 JNTO 国際会議統計」

インセンティブツアー誘致

インセンティブツアー誘致件数は、国際会議と同様、各都市との競争を背景に、伸び悩んでいます。平成 29 年（2017 年）以降は東南アジアからの誘致が最も多くなっており、東南アジアからの外国人観光客数の増加と同じ傾向が見られます。

インセンティブツアーの参加人数も伸び悩んでいます。東アジアは、件数で比較すると東南アジアよりも少ないですが、参加人数が多くインセンティブツアーの規模が大きいことが特徴となっています。

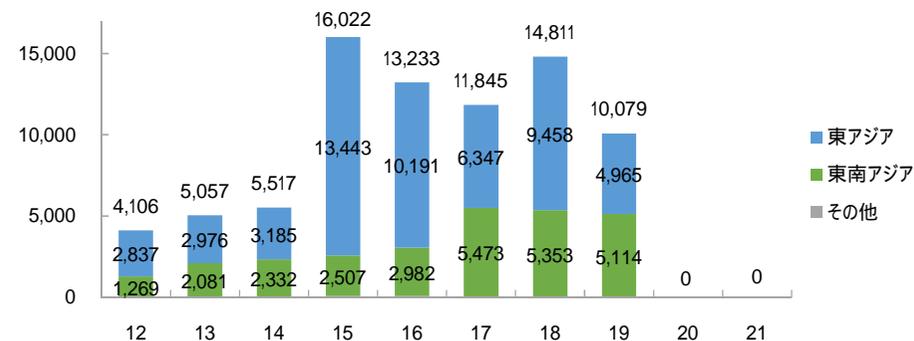
インセンティブツアー誘致件数（件）



注記）5 件未満は数値を非表示

出所）公益財団法人札幌国際プラザ資料

インセンティブツアー参加人数（人）



注記）100 未満は数値を非表示

出所）公益財団法人札幌国際プラザ資料

認知度と観光意欲度

国内

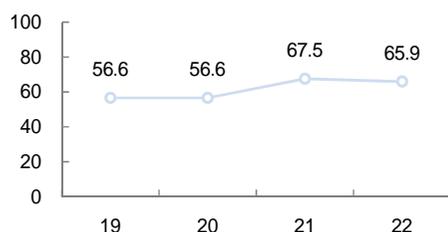
株式会社ブランド総合研究所による地域ブランド調査によると、札幌市は日本人から「観光や旅行に行きたい」まちとして、高い評価を得ています。この評価を維持・向上させていくためにも、観光客が実際に札幌市を訪れた際、観光客の期待に応え、観光客の期待を超えるような満足度の高い観光を提供していくことが重要です。

令和4年(2022年)観光意欲度(点)

	市区町村	観光意欲度	前年差
1	札幌市	65.9	1.6
2	函館市	62.0	3.5
3	京都市	60.0	3.0
4	小樽市	57.8	0.4
5	横浜市	55.7	+ 2.1
6	石垣市	55.6	+ 3.1
7	富良野市	54.9	0.8
8	那覇市	54.5	0.5
9	神戸市	54.0	+ 4.5
10	金沢市	53.2	2.0

出所) 株式会社ブランド総合研究所「地域ブランド調査 2022」

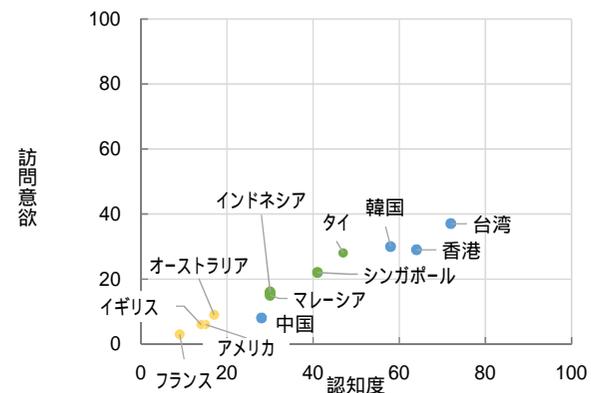
札幌市の観光意欲度の推移(点)



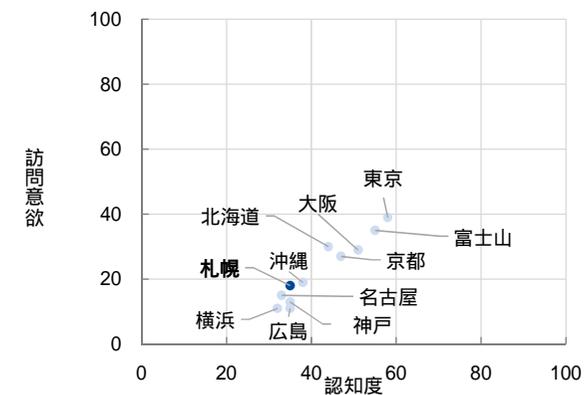
海外

株式会社日本政策投資銀行及び公益財団法人日本交通公社のアジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査 2022 年度版によると、札幌市は、中国を除く東アジアでの認知度と訪問意欲が高くなっています。一方で、欧米豪の認知度と訪問意欲はともに低くなっています。国内他市区町村と比較すると、上位 10 位以内となっていますが、訪問意欲、認知度ともに高いとは言えず、これをいかに向上させ、世界的に増加が見込まれるインバウンド需要を取り込んでいけるかが今後の課題です。

札幌の認知度(%)と訪問意欲(%)



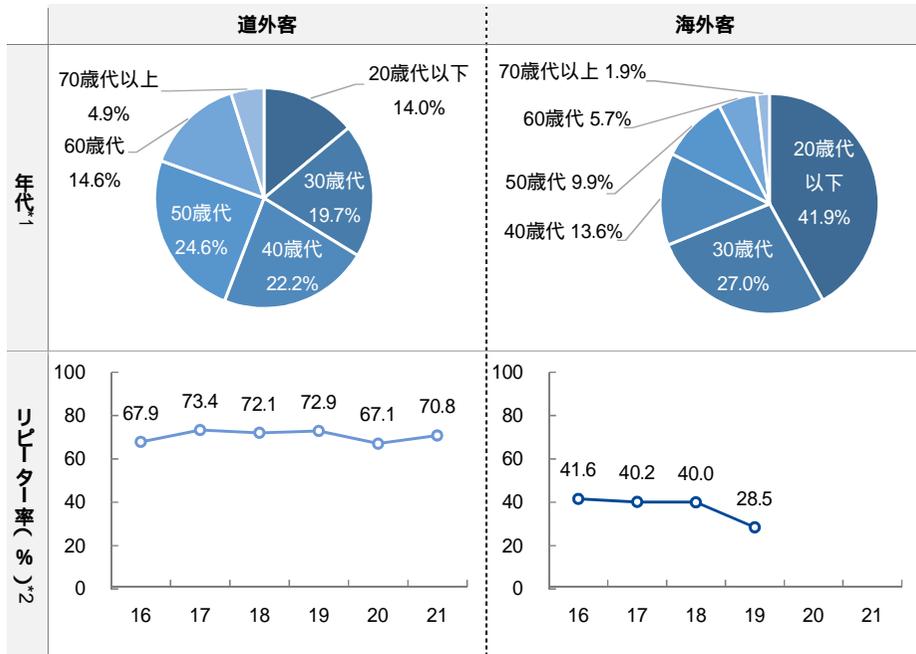
札幌及び他市区町村等観光地の認知度(%)と訪問意欲(%)



出所) 株式会社日本政策投資銀行・公益財団法人日本交通公社
「アジア・欧米豪訪日外国人旅行者の意向調査 2022 年度版」

観光客の属性

道外客は、年代別に見ると40～50歳代が多く来札しています。道外客は2回以上来札しているリピーターの割合が高くなっています。海外客は、年代別に見ると30歳代以下が多く来札しています。リピーターの割合は、コロナ禍前で4割程度でした。

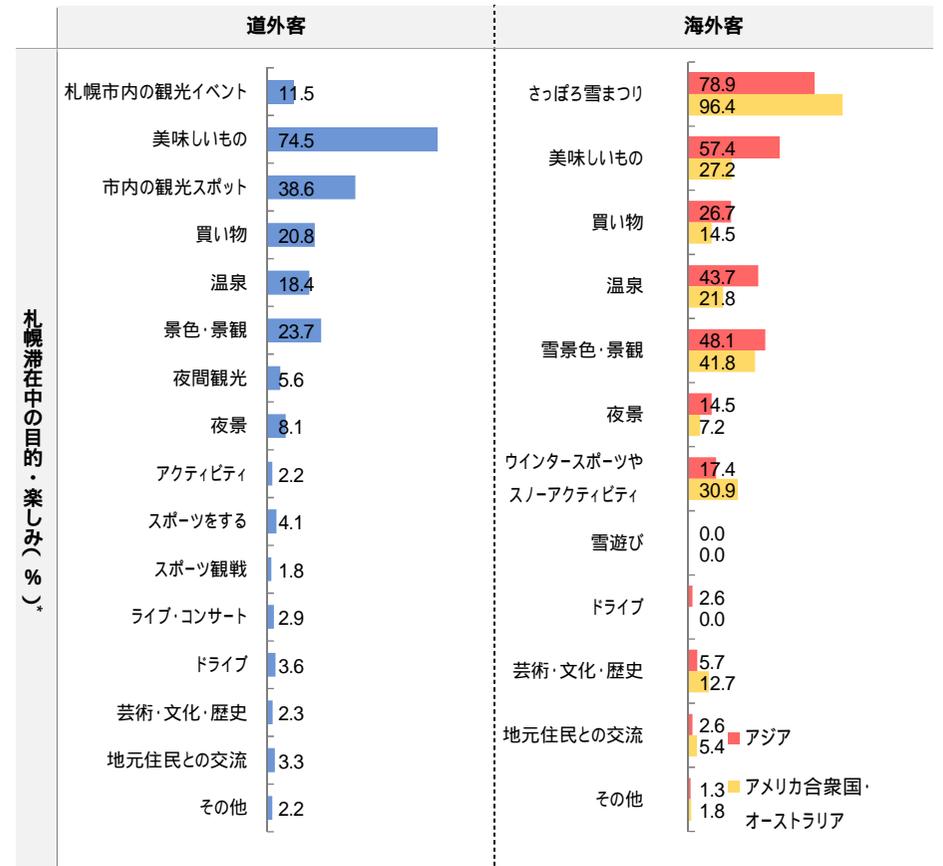


注記) *1: パンデミックの影響のない2018年度の年代別割合を記載

*2: リピーター率: 来札者の内、来札回数が2回以上の来札者の割合

出所) 札幌市「来札観光客満足度調査・外国人個人観光客動態調査報告書」

札幌滞在中の目的・楽しみでは、「美味しいもの」を選択する観光客の割合が道外客・海外客問わず多いです。海外客では、「さっぽろ雪まつり」と回答した割合がアジア・欧米豪を問わず最多ですが、道外客で「札幌のイベント」と回答した割合は多くありません。海外客にとっては、札幌らしい郷土的なイベントのニーズが高くなっています。また、アジアからの海外客では、「温泉」と回答した割合も高くなっています。

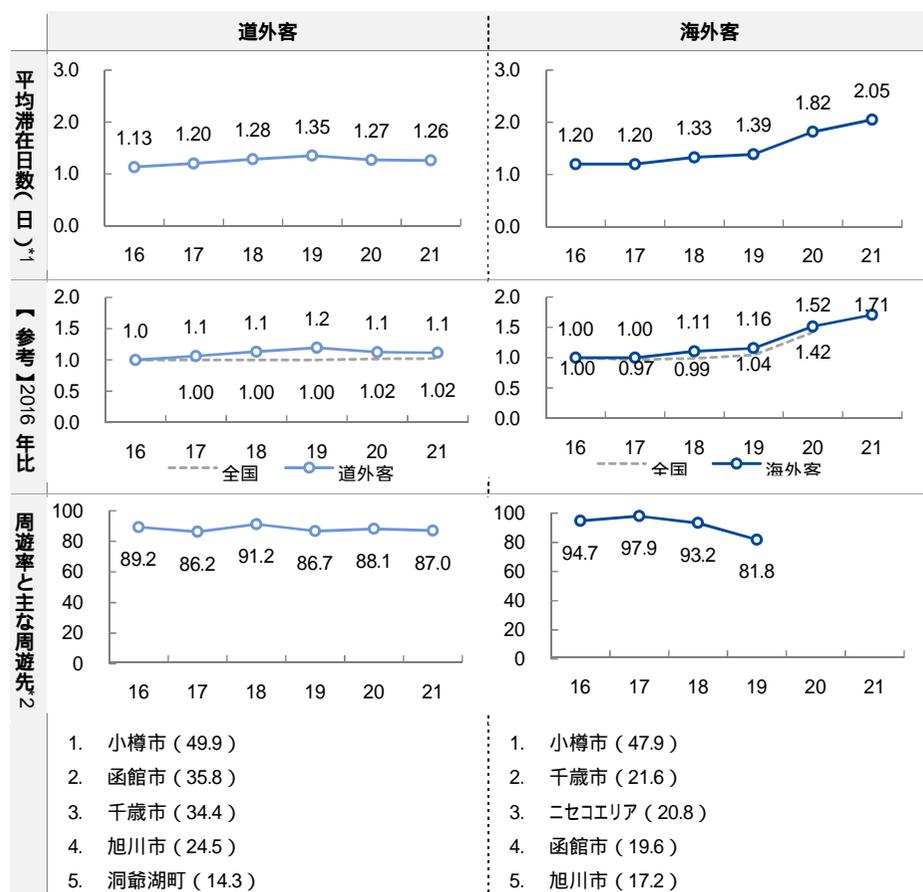


注記) *: 道外客は令和3年度(2021年度)、海外客は令和元年度(2019年度)の値(令和3年度(2021年度)は新型コロナウイルス感染症の影響により、調査なし)

出所) 札幌市「来札観光客満足度調査・外国人個人観光客動態調査報告書」

観光客の動態

道外客、海外客ともに、全国平均を上回るペースで滞在日数が増加しています。また、約8割以上の観光客が、札幌を観光する際に道内の他の自治体も訪問しており、海外客はニセコエリアに多く訪れています。札幌は道内観光のゲートウェイであり、道内各地の魅力が集まるショーケースでもあり、今後も道内連携により、周遊しやすい環境づくりや、一体的な魅力向上に取り組んでいくことが重要です。



注記) *1: 延べ観光入込客数を実観光入込客数で除して算出

*2: 令和3年度(2021年度)以降、「外国人個人観光客動態調査」は、新型コロナウイルス感染症の影響により、調査なし

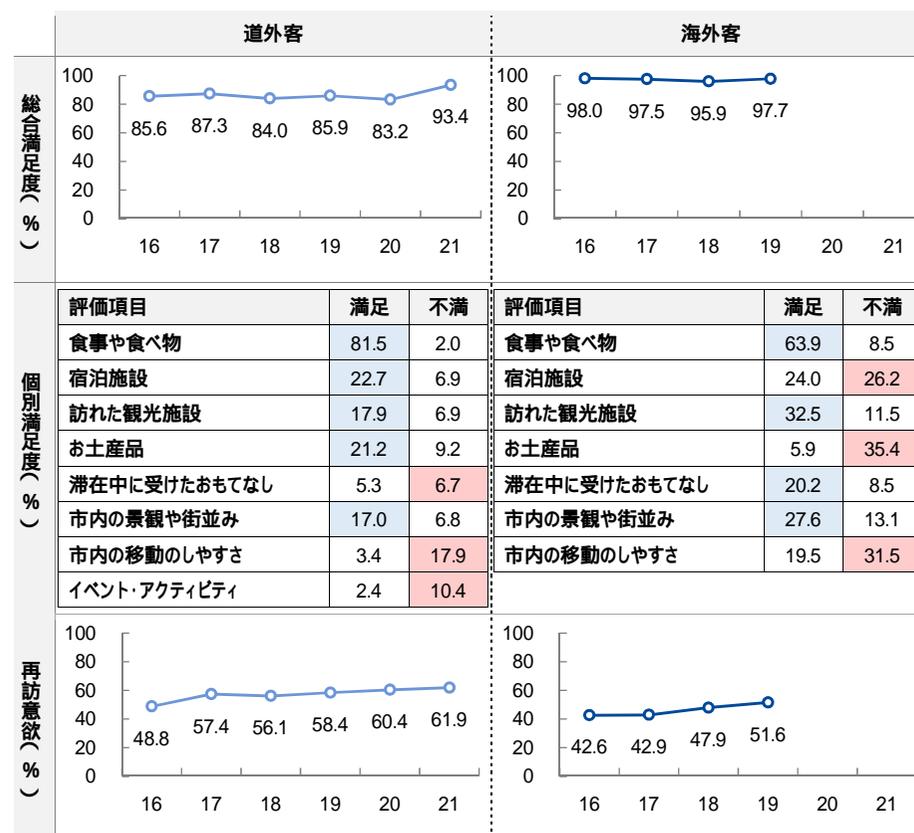
出所) 観光庁「宿泊旅行統計調査」 暦年

札幌市「札幌の観光」、「来札観光客満足度調査」、「外国人個人観光客動態調査」

観光客の評価

観光客の総合満足度は、道外客・海外客ともに高い水準にあります。再訪意欲も年々上昇していますが、海外客は道外客と比較すると低い傾向にあり、一度の来札で満足する観光客が一定数いることがわかります。旅ナカでの満足度の高さを再訪意欲の向上につなげていくための取組が求められます。

また、来札した際の個別の満足度の改善も必要となります。道外客では、滞在中に受けたおもてなしやイベント・アクティビティに関する不満が目立ちます。また、海外客では、宿泊施設やお土産品に関する不満が目立ちます。特に、市内の移動のしやすさは、道外客及び海外客ともに満足よりも不満の割合が高く、改善が必要です。



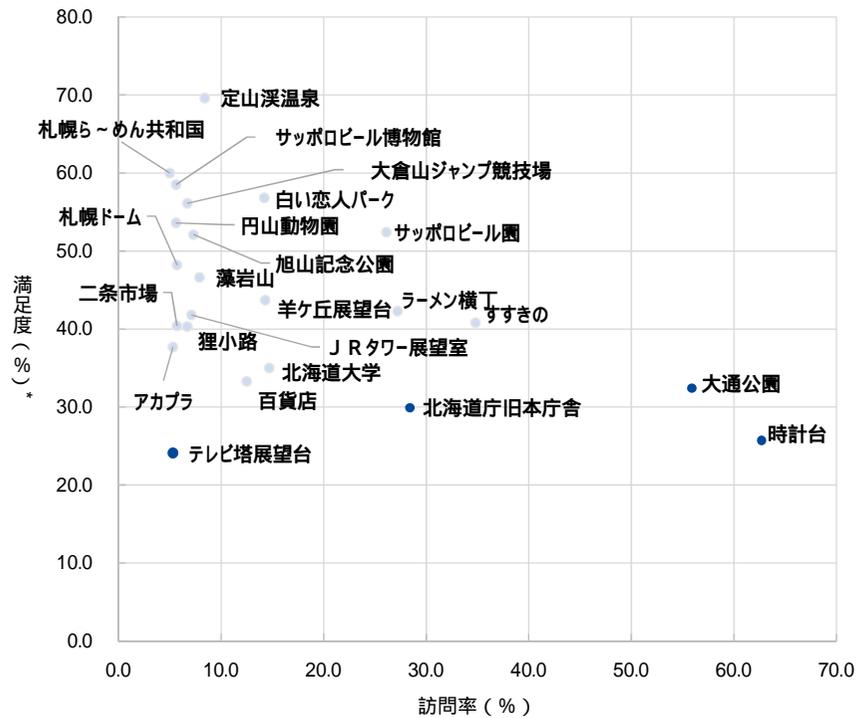
注記) 海外客は、令和2年度(2020年度)以降、新型コロナウイルス感染症の影響により、調査なし

出所) 札幌市「来札観光客満足度調査」 令和3年度、「外国人個人観光客動態調査」 令和元年度

観光施設・スポット

道外客に対するアンケートによると、訪問率が高い定番の観光スポットは満足度が低く、訪問率が低い観光スポットほど満足度が高い傾向がみられます。そのため、定番の観光スポットを見せるだけでなく、その場所では体験できないプログラムを提供するなど、訪問率が高く満足度の低い観光スポットの付加価値を高める取組が必要です。

観光施設・スポットの訪問率（%、横軸）と満足度（%、縦軸）

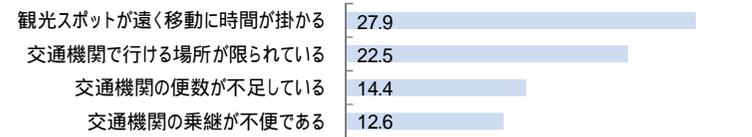


注記）*：「令和3年度来札幌観光客満足度調査」で訪問した観光スポットを「満足」と回答した人の割合
出所）札幌市「来札幌観光客満足度調査」 令和3年度

二次交通

市内の移動のしやすさは、道外客及び海外客ともに不満が高くなっています。道外客には、不満の原因をアンケートしており、郊外の観光スポットへのアクセスや利用しやすさに課題がみられます。観光客のニーズや動態を把握し、周遊しやすい環境を整備していく必要があります。

市内移動のしやすさが低い理由（%）

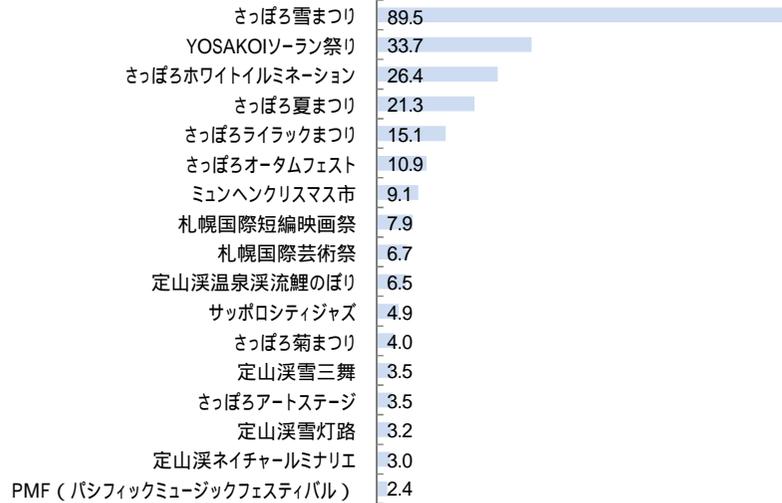


出所）札幌市「来札幌観光客満足度調査」 令和2年度

イベント

道外客に対するアンケートでは、さっぽろ雪まつり以外のイベントの認知度に課題がみられます。イベントに関心を持ちそうな観光客に各種イベントの魅力を効果的に伝えるため、マーケティングやプロモーションの工夫が必要です。また、前述のとおり、満足よりも不満と回答した割合が高いことから、その要因を分析し、イベントの質を高めていくことも重要です。

イベントの認知度（％）



出所) 札幌市「来札観光客満足度調査」 令和3年度

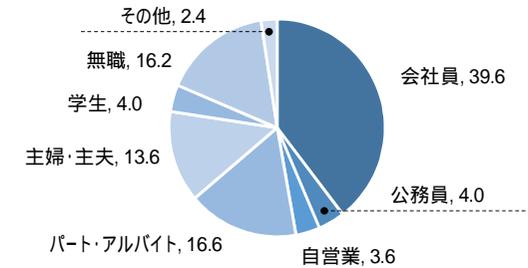
市民の観光に関する意識調査

市民の観光に対する意識を調査するためにアンケート調査を実施しました。札幌市が観光に関する各種施策を推進するにあたっては、市民の観光に関する理解が不可欠であり、近年では、オーバーツーリズムによる観光の負の影響が問題となる地域も多いことから、継続的に市民の観光に対する受け止め方を把握し、観光施策に反映していく必要があります。

調査概要

調査対象	市内在住の満 18 歳以上の市民（男女比を同数、年齢を 10 歳ごとに同数）	
調査方法	民間調査会社のモニター調査（インターネット調査）	
実施時期	令和 4 年（2022 年）11 月	
サンプル数	500 件	
調査項目	設問数	全 16 問
	分野	観光地「札幌」に対する意識・評価（6 問）
		観光客の来訪に対する意識・評価（4 問）
		観光客に対する意識・評価（3 問）
	回答者属性（3 問）	

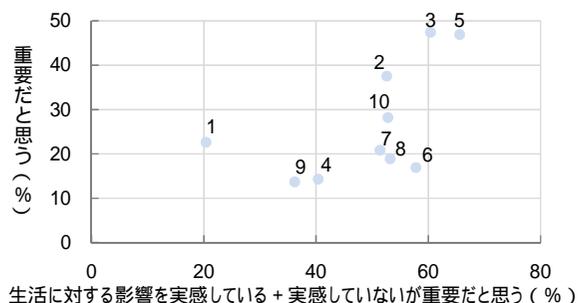
【参考】回答者の職業の割合



調査結果

札幌に多くの観光客が訪れることによって生活に対する影響の有無を調査したところ、下表2～5番のように観光の影響を好意的に捉える項目を実感している、または重要だと感じる市民が多くおり、市民が観光地であることによる影響をおおむね好意的に受け止めていると言えます。一方で、下表7～10番の観光の影響を否定的に捉える項目を実感している、または重要だと感じる市民が2割程度います。

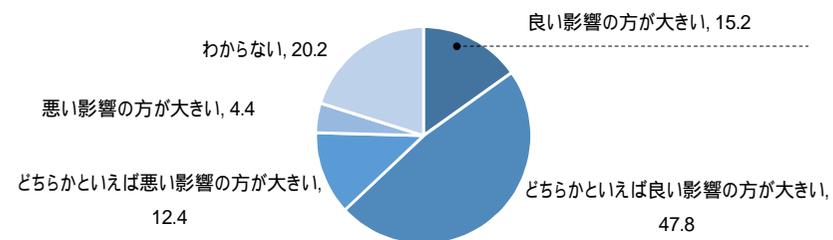
札幌に多くの観光客が訪れることで、あなたの生活に対する影響があると思いますか。以下、それぞれの項目ごとに、実感されているかお答えください。また、あなたにとってその影響が重要だと思われる場合には、チェックをつけてください。



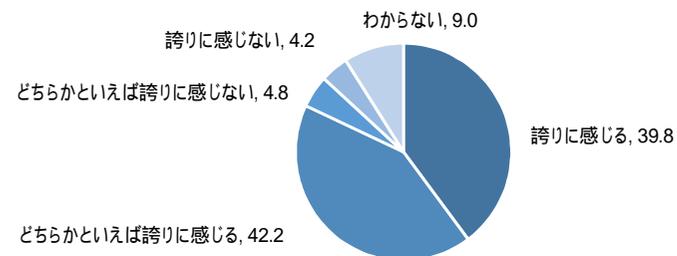
1	勤めている会社等の売上が増加し、給与等への好影響がある	6	観光客が増えることを見越した投資の活発化により、物価や地価が高くなる
2	新規出店等の投資が活性化し、飲食店や商業施設等が充実する	7	観光施設周辺が混雑し、騒音やごみの増加等により生活環境が悪化する
3	町並みがきれいになる、まちに活気がでるなど、生活環境が向上する	8	道路の渋滞や公共交通機関の混雑により交通環境が悪化する
4	観光客と接する機会が増えることで交流が促進され、交友関係が広がる	9	開発によりまち並みや景観、自然が損なわれ、生活環境が悪化する
5	飛行機・鉄道・地下鉄・バスなど、直行便や便数の増加、路線の維持に繋がり、交通の利便性が向上する	10	観光客のマナー違反（食べ歩き、騒音など）によって、迷惑する

約6割の市民が、札幌に多くの観光客が訪れることで自身にとって良い影響があると感じており、良い影響の方が大きいと回答した割合は、悪い影響の方が大きいと回答した割合より10ポイント以上高くなっています。また、約8割の市民が、札幌が観光地として評価されていることに誇りを感じています。

札幌に多くの観光客が訪れることは、あなたにとって良い影響と悪い影響のどちらが大きいですか。(%)



あなたは、札幌が観光地として評価されることを誇りに感じますか。次の中から1つお選びください。



このほかの調査結果は資料編に記載しています。

第5章 施策展開

5.1. 施策の方向性

前プランの振り返りや現状分析などから札幌の観光における機会・脅威・強み・弱みを明らかにし、SWOT分析¹⁰を行ったうえで、目指す将来像の実現のための施策の方向性を定めるとともに、実施すべき施策を整理しました。

施策の方向性と施策一覧

方向性1 札幌・北海道の魅力を生かしたコンテンツの充実と付加価値の向上

- 1-1 都市観光と自然体験の融合など、札幌ならではの付加価値の高いコンテンツ造成
- 1-2 多様な資源を活用した新たな魅力の創造
- 1-3 観光イベントの魅力向上と持続可能なイベント運営
- 1-4 定山溪地区の魅力向上

方向性2 戦略的な誘致活動の推進

- 2-1 マーケティング・市場分析の強化
- 2-2 千載一遇の機会を生かした飛躍的な認知度向上と誘客の促進
- 2-3 情報発信の強化
- 2-4 広域連携の強化

方向性3 誰もが快適に過ごせる受入環境の整備とおもてなしの向上

- 3-1 ユニバーサルツーリズムの推進
- 3-2 多様なニーズに対応した受入環境整備とおもてなしの向上

方向性4 MICE 誘致の推進

- 4-1 MICE における持続可能性の向上
- 4-2 満足度の高い開催支援と受入環境整備
- 4-3 マーケティング・プロモーションの強化

方向性5 持続可能な観光の実現に向けた観光地経営の推進

- 5-1 一体的・戦略的に取り組める組織体制の構築
- 5-2 観光人材の確保・育成
- 5-3 観光への市民の参加と満足度向上
- 5-4 持続可能な観光の実現に資する取組の推進
- 5-5 災害対応や感染症対策の強化・発信
- 5-6 観光振興のための安定的な財源の確保

¹⁰ SWOT分析：組織等の内部における強み（Strengths）と弱み（Weaknesses）、外部環境における機会（Opportunities）と脅威（Threats）を記述することにより、戦略の構築を行う手法。

SWOT分析

		外部環境（社会経済情勢の変化、時代の潮流）	
		機会 Opportunities	脅威 Threats
		<ul style="list-style-type: none"> ・世界の人口増加・観光市場の規模拡大 ・コロナ禍を契機とした旅行スタイル変化/リベンジ需要 ・観光DXによる観光サービスの变革 ・2030年冬季オリンピック・パラリンピック誘致 ・G7サミット関係閣僚会合の開催 ・ATWSを契機としたATの浸透 ・都心部の再開発 ・富裕層向けホテルブランドの進出 ・北海道新幹線札幌延伸等による道外からのアクセス利便性の向上 ・為替変動 	<ul style="list-style-type: none"> ・国内、道内の人口減少/少子高齢化の進展 ・全国各地の観光地経営の推進、都市間競争の激化 ・国内開催の国際会議のオンライン活用 ・MICE誘致競争の激化 ・持続可能な観光に対する配慮、意識の高まり ・自然災害の増加、感染症の流行 ・観光人材の不足
		<p>【方向性1】 札幌・北海道の魅力を生かしたコンテンツの充実と付加価値の向上</p> <p>【方向性2】 戦略的な誘致活動の推進</p> <p>【方向性3】 誰もが快適に過ごせる受入環境の整備とおもてなしの向上</p> <p>【方向性4】 MICE 誘致の推進</p> <p>【方向性5】 持続可能な観光の実現に向けた観光地経営の推進</p>	
内部環境（市の特性・課題）	強み Strengths	<ul style="list-style-type: none"> ・環境に配慮したまちづくり ・明瞭な四季、多種多様な観光資源 ・北海道の食の一大集積地 ・安心して楽しめる繁華街や夜景などの夜間観光 ・パウダースノーを楽しめる都心部に近いスキー場 ・国内での高い認知度とブランド力 ・高い観光満足度と再訪意欲 ・道内周遊の拠点（北海道観光のゲートウェイ）魅力のショーケース 	<p>札幌ならではの付加価値の高いコンテンツ造成</p> <p>多様な資源を活用した新たな魅力の創造</p> <p>定山溪地区の魅力向上</p> <p>マーケティング・市場分析の強化</p> <p>情報発信の強化</p> <p>広域連携の強化</p>
	弱み Weaknesses	<ul style="list-style-type: none"> ・夏季/冬季の繁閑差 ・インバウンドのアジア圏への偏り/欧米豪の少なさ ・観光消費単価の伸び悩み ・欧米豪からの観光地としての低い認知度と訪問意欲 ・インバウンド受入環境の改善余地 ・定番観光スポットの低い満足度 ・悪天候時の移動リスク（飛行機、JR運休等） ・二次交通に対する満足度の低さ ・雪まつり以外のイベントの低い認知度 ・観光に対する市民の理解度/満足度の不十分さ ・地域一体となった観光推進体制の未整備 ・マーケティング等のデータに基づく施策の取組不足 	<p>千載一遇の機会を生かした飛躍的な認知度向上と誘客の促進</p> <p>ユニバーサルツーリズムの推進</p> <p>多様なニーズに対応した受入環境整備とおもてなしの向上</p> <p>MICE における持続可能性の向上</p> <p>（MICE）満足度の高い開催支援と受入環境整備</p> <p>（MICE）マーケティング・プロモーションの強化</p> <p>観光イベントの魅力向上と持続</p> <p>一体的・戦略的に取り組める組織体制の構築</p> <p>観光人材の確保・育成</p> <p>観光への市民の参加と満足度向上</p> <p>持続可能な観光の実現に資する取組の推進</p> <p>災害対応や感染症対策の強化・発信</p> <p>観光振興のための安定的な財源の確保</p>

5.2. 横断的な視点

将来ビジョンの実現のため、施策の検討・実施にあたっては、以下の視点を重視しています。

視点 1：持続可能な観光の実現

環境やサステナビリティへの関心が世界的に高まっており、持続可能な観光を全てに通じる根底的な理念として浸透を図っていく必要があります。市民・事業者・行政など地域が一体となって、持続可能性を基調とした観光まちづくりを推進していくことが求められています。また、観光は SDGs のすべての目標に対して貢献する力があります。持続可能な観光の推進に当たっては、SDGs の考え方に基づいて取組を進めていく必要があります。

視点 2：量から質への転換

これまで観光客数の増加が重視されてきましたが、人気観光地におけるオーバーツーリズムの問題や、コロナ禍の影響、世界的なサステナビリティへの関心の高まりなどを踏まえた新たな観光需要に対応していく必要があります。また、観光がもたらす豊かさを市内全体に広げ、留めるために、地域一体となって数の多さよりも質の高さを重視した観光まちづくりを推進し、同時に事業者間連携や地産地消を推進することで、域内調達率を向上していく必要があります。

視点 3：観光需要の平準化

観光関連産業の経営・雇用の安定化と成長に向けては、閑散期の需要の底上げにより、年間を通しての観光需要の平準化を図ることが重要です。閑散期に需要が見込めるツーリズムの推進や、閑散期の魅力づくりが求められます。

視点 4：観光客満足度の向上

国内人口の減少により観光客の減少が見込まれることから、札幌に何度も訪れてくれる札幌のファン作りが求められており、価値ある観光体験にあふれ、まち全体で観光客をおもてなしする、観光客が心地よい環境を地域一体で作っていく必要があります。

視点 5：デジタル技術の活用

労働生産人口が減少する中で、観光業においてもデジタル技術を活用した生産性向上（DX の推進）が求められます。デジタル技術の活用は、観光客にとっても、予約プラットフォームの構築や、キャッシュレス化、Wi-Fi 環境の整備・運用といった形で利便性の向上に繋がります。

5.3. 方向性 1 「札幌・北海道の魅力を生かしたコンテンツの充実と付加価値の向上」

観光客が行き先として札幌を選び、また、何度も訪れたいくなるようなまちとしていくためには、札幌・北海道の特性を生かした観光資源の魅力を更に高めていく必要があります。

そのため、既存の観光資源の磨き上げを図るとともに、多様な切り口の新しい観光コンテンツや付加価値の高い観光コンテンツの造成を図ります。

- 1-1 都市観光と自然体験の融合など、札幌ならではの付加価値の高いコンテンツ造成
- 1-2 多様な資源を活用した新たな魅力の創造
- 1-3 観光イベントの魅力向上と持続可能なイベント運営
- 1-4 定山溪地区の魅力向上

関連する SDGs 目標



1-1 都市観光と自然体験の融合など、札幌ならではの付加価値の高いコンテンツ造成

各施策は検討中のものであり、事業化を確定するものではありません

札幌独自の付加価値の高いコンテンツを造成するため、自然体験型観光と都市型観光の接続を促進し、札幌の自然と都市を余すことなく楽しむことができるようなコンテンツ造成に取り組めます。

また、パンデミックによる観光ニーズの変化や、サステナブル意識の世界的な高まりなどに対応するため、従来型の大規模なモノ消費型の観光ではない、少人数・高単価・高品質を意識した旅行商品の造成を促進します。

(1) スノーリゾートシティ SAPPORO のブランド化に向けた取組の推進

- ◆ スキー場において、スキーヤーの満足度を高める施設整備やサービス提供を強化するとともに、スキー・スノーボードをしない観光客でも楽しめるコンテンツの充実を図るなど、観光客の多様なニーズに対応できるよう、魅力の向上に取り組めます。
- ◆ スキー場の施設整備等にあたり、良好な自然環境等の保全を前提としたうえで、限定的な土地利用についての検討を進めます。
- ◆ まち全体でスノーリゾートとしてのブランド力向上や周遊促進を図るため、市内6スキー場と関連事業者が一体となった連携事業を推進します。
- ◆ ウィンタースポーツ体験コンテンツやスノーアクティビティ、冬限定プログラム（食・夜景・芸術×雪）の造成など、スキー場以外でも楽しめる、雪のまち札幌ならではの観光コンテンツの充実に取り組めます。

(2) アドベンチャーツーリズムの推進

- ◆ ATWS2023 の開催を通じ、高単価・高付加価値で持続可能な代表的ツーリズムの推進を図るための取組を実施します。

(3) 付加価値の高い観光コンテンツの創出

- ◆ 札幌ならではの観光資源を活用し、本市の観光振興に一層の効果が期待される事業（食、夜間、自然、文化、ツーリズムなど）を実施する民間事業者を支援します。

1-2 多様な資源を活用した新たな魅力の創造

各施策は検討中のものであり、事業化を確定するものではありません

札幌は魅力的なまちとの評価を受けながらも、時計台、ラーメンといった定番の観光イメージで語られてしまうことも多いです。こうした強い定番イメージ以外の、札幌が持つ多彩な都市の魅力やスポーツ・文化・歴史の魅力などを観光資源として磨き上げていくことが必要です。「札幌は多彩な魅力によって多様な観光ニーズに応えることができる」という札幌の新たな観光イメージの普及に向けた取組を推進します。また、多様なニーズに対応することにより、観光閑散期や平日需要の底上げを図ります。

(1) 夜景やすずきの等の魅力を生かした夜間観光の推進

- ◆ 「日本新三大夜景都市」に認定された札幌夜景やすずきの等の夜間の魅力資源を生かした観光コンテンツの充実を図るなど、札幌夜間観光の魅力創出及び魅力発信を行います。

(2) スポーツツーリズムの推進

- ◆ 官民連携により、国際競技大会などのスポーツイベントや合宿の誘致、関係団体や道内自治体と連携したスポーツツーリズムを推進します。
- ◆ 観光閑散期である冬季間の集客交流を促進するため、歩くスキーやスケートなど観光客でも気軽に楽しめるウィンタースポーツの体験事業などを展開します。

(3) 文化芸術の魅力を生かした観光の推進

- ◆ 芸術の森、札幌コンサートホール Kitara、モエレ沼公園、市民交流プラザ、パシフィック・ミュージック・フェスティバル（PMF）、サッポロ・シティ・ジャズ、国際芸術祭など、札幌の文化芸術の魅力を生かした都市観光を推進します。
- ◆ 市民・有識者等と連携し、市内の文化財及び歴史文化を活用した観光拠点づくりなどに取り組めます。

1-3 観光イベントの魅力向上と持続可能なイベント運営

各施策は検討中のものであり、事業化を確定するものではありません

札幌には四季折々の魅力を楽しめるイベントがありますが、近年は観光客数が伸び悩んでおり、雪まつり以外のイベントの道外在住者への認知度向上や、持続的な集客力確保に向けた魅力向上が必要です。また、会場のキャパシティや、感染症対策による制約、環境への配慮の観点などから、観光客の安全・安心を確保しながら、新たな付加価値を提供するなど、持続可能なイベント運営を指向していきます。

(1) イベントの魅力向上

- ◆ 札幌の食のイベントを代表する「さっぽろオータムフェスト」では、「北海道・札幌の食」をメインテーマとして道内各地からの旬の食材、ご当地グルメを一堂に取りそろえることにより、札幌への集客のみならず、道内各地域のアンテナショップとしての役割を果たし、地産地消、域内周遊の促進を図り、北海道全体の活性化に貢献します。
- ◆ 札幌の冬の風物詩である「さっぽろホワイトイルミネーション」では、新たな体験型コンテンツの導入や設備の入れ替え、他の冬季コンテンツとの連携などにより、さらなる魅力向上を図ります。
- ◆ 最大の集客イベントである「さっぽろ雪まつり」では、AR・VR等の先端技術を活用したコンテンツの充実を図るなど、雪像だけではなく新たな魅力を創出します。

(2) 持続可能なイベント運営

- ◆ 飲食イベントでは、リターナブル食器や脱プラ食器への切り替えを進めるほか、会場内に食品ロス削減に向けた啓発ツールを展開するなど、環境負荷に配慮した運営への転換を進めます。
- ◆ 加速している気候変動による影響を踏まえたイベント運営を行うため、近年の小雪傾向と気温上昇を考慮した、持続可能な雪まつりのあり方についての検討を行います。

1-4 定山溪地区の魅力向上

各施策は検討中のものであり、事業化を確定するものではありません

定山溪地区は、支笏洞爺国立公園の区域内に位置する道内有数の規模を誇る温泉地であり、札幌市民や観光客に親しまれているが、近年は人々の旅行目的や嗜好も多様化しており、温泉や宿泊だけでなく、周遊や自然を生かした体験コンテンツの魅力向上などの必要性が増しています。

また、各種施設等の老朽化が進み、景観や温泉街らしさが失われつつあることや、定山溪の認知度不足などといったことが課題となっていることから、定山溪地区の観光資源としての魅力向上を目指し、「定山溪観光魅力アップ構想」に基づく取組などを進めます。

(1) 定山溪地区の魅力向上

- ◆ 温泉街らしさにぎわいを創出し、域内の周遊性を高めるため、魅力的な景観づくりや、足湯の新設などの周辺環境整備を行います。
- ◆ 体験型観光の需要が高まっていることから、アクティビティコンテンツの新規造成やレベルアップを図ることで新たな魅力を創出します。
- ◆ 定山溪の認知度向上のほか、ターゲットに合わせて、誘客・周遊につながる情報発信や誘客プロモーションを多面的に実施します。
- ◆ 観光客の受入体制の底上げのため、定山溪の観光魅力アップやおもてなしのサービスを支える人材を育成します。

(2) 次期定山溪観光魅力アップ構想策定

- ◆ 定山溪の魅力的な観光地づくりを進めるための指針として策定した「定山溪観光魅力アップ構想」の取組期間が令和6年度（2024年度）までで終了することから、次期構想の策定を検討します。

5.4. 方向性2 「戦略的な誘致活動の推進」

観光地として札幌の競争力を高めていくため、的確なマーケティング・市場分析を行い、コンテンツ造成や受入環境の整備、プロモーションに一体的に取り組みます。

また、本プランの計画期間に訪れる2030 冬季オリンピック・パラリンピック誘致や北海道新幹線の札幌延伸をはじめとする数々の機会を最大限に生かし、効果を持続的なものとしていくための取組を行うとともに、情報発信や広域連携を強化します。

2-1 マーケティング・市場分析の強化

2-2 千載一遇の機会を生かした飛躍的な認知度向上と誘客の促進

2-3 情報発信の強化

2-4 広域連携の強化

関連するSDGs目標



2-1 マーケティング・市場分析の強化

各施策は検討中のものであり、事業化を確定するものではありません

これまで実施してきた統計調査に加え、来札観光客の属性や市場動向等の情報収集、分析を強化し、これらを基にした方向性を地域で共有したうえで、コンテンツ造成、プロモーション、受入環境整備等を一体的に展開していきます。また、新型コロナウイルス感染症の影響からの回復過程においては、市場の動向を分析しながら効果的な誘致施策を講じていきます。

(1) マーケティングの強化

- ◆ 観光市場の動向や観光関連事業者の経営状況等を把握し、観光施策に反映させるため、関連データの取得・分析・活用の仕組みを再構築し、観光マーケティングの機能を強化します。
- ◆ データや分析結果を積極的に地域に共有することで、地域が同じ方向性に向かってプロモーション、受入体制整備、コンテンツ造成などに一体的に取り組みます。

(2) コロナ回復期のリベンジ需要の取り込み

- ◆ IATA（国際航空運送協会）は海外旅行者が令和元年（2019年）まで回復するのは2025年と予測しており、インバウンドの回復には時間を要すると考えられます。当面は、来札観光客の8割以上を占める国内市場の重要性が高まることから、変化する感染状況に対応しながら、効果的な観光客誘致を実施していきます。
- ◆ インバウンドに対しては、早期回復が見込まれる市場から重点的にプロモーションを実施するなど、各国・地域の市場の動向を分析しながら効果的な誘致施策を実施していきます。

2-2 千載一遇の機会を生かした飛躍的な認知度向上と誘客の促進

各施策は検討中のものであり、事業化を確定するものではありません

今後の10年間は2030冬季オリンピック・パラリンピック誘致、北海道新幹線の札幌延伸など、札幌の観光においては、千載一遇ともいえる大きな機会が訪れます。こうした機会を最大限に生かし、海外における札幌の認知度の飛躍的な向上と、国内外からの誘客促進を図ります。

(1) 2030 冬季オリンピック・パラリンピック招致に連動したプロモーション

- ◆ 冬季オリンピック・パラリンピックの招致が実現すれば、世界における札幌の認知度は飛躍的に高まり、観光客の増加が期待できます。開催効果を一過性で終わらせることなく持続的なものとするため、観光の側面からの継続的な情報発信、開催期間を挟んだ複数年にわたるプロモーションなどに取り組みます。
- ◆ 冬季オリンピック・パラリンピック招致に向け、各種国際スポーツ大会等の誘致及び開催支援を行い、札幌の国際的な認知度の向上と、集客交流を図ります。

(2) 北海道新幹線の札幌延伸による新たな需要創出

- ◆ 北海道新幹線の札幌延伸により、本州からの陸路による来札の利便性が一気に高まることから、これまでの空路中心の誘客のみならず、東北や北関東などの新幹線沿線地域からの誘客にも取り組みます。また、ニセコや函館などの沿線地域との連携も強化し、周遊や滞在に繋がります。

2-3 情報発信の強化

各施策は検討中のものであり、事業化を確定するものではありません

近年では、旅行形態が団体旅行から個人旅行へ変化しています。自ら情報を収集し、旅行の計画を立て、手配まで行う個人旅行者に対しては、多様な嗜好・ニーズに応じた観光情報の提供が重要となることから、札幌及び道内他市町村の観光情報を多彩なチャネルにより発信し、来訪者の滞在、周遊、再訪につなげます。

(1) 多様な嗜好・ニーズに応じた観光情報の提供

- ◆ 公式観光情報サイト「ようこそさっぽろ」及び SNS 等を活用し、札幌市内の観光スポット、グルメ、宿泊施設、飲食店の情報や、道内他市町村を含むイベント情報などの幅広い観光情報を国内外に多言語で発信します。
- ◆ 海外プロモーションに特化した Web サイト「Visit Sapporo」により、札幌を知らない海外の方にも、札幌の特徴をわかりやすく説明するほか、SNS と連携させ、外国人の視点で札幌の魅力を伝える動画配信を行うなど、インバウンド獲得に向けた情報発信に取り組みます。
- ◆ 外国人観光客の増加に対応するため、観光マップ、パンフレットなど様々な情報媒体の多言語表示を進めます。
- ◆ 北海道新幹線の札幌延伸に伴う札幌駅の改修や、周辺の再開発の進展など、都心部のまちづくりに合わせ、観光案内所等の情報提供機能の整理・強化を図ります。

(2) 多様な主体との連携

- ◆ 幅広いニーズに対応した観光客誘致を推進していくため、北海道や道内の他市町村と連携し、北海道・札幌の魅力に関する一体的な情報発信を行います。
- ◆ 民間のメディアやインフルエンサーなどの影響力のある主体との連携により、効果的な情報発信を行います。

(3) ゴールデンルートからの誘客の推進

- ◆ 地方へ分散化の傾向が見られる海外客の誘致のため、ゴールデンルート周遊客をターゲットとした積極的なプロモーションを実施します。

2-4 広域連携の強化

各施策は検討中のものであり、事業化を確定するものではありません

幅広いニーズに対応した観光客誘致を推進していくため、道内外の自治体等と連携し、北海道・札幌の魅力に関する一体的な情報発信や周遊を促進する取組を実施し、来札動線の多様化や滞在日数の長期化を図ります。

(1) 道内連携

- ◆ 近隣市町村や道内中核都市等との連携によるスケールメリットを生かし、札幌市単独では実施できない、各地域の観光資源と合わせた一体的なプロモーションを実施し、札幌を含む道内への誘客と連携都市との周遊促進を図ります。
- ◆ 札幌近郊都市と連携し、圏域内のコンテンツの磨き上げや周遊する旅行商品の造成・販売を行うことにより、札幌圏の魅力向上と道内観光の拠点としての札幌への滞在日数の長期化を図ります。

(2) 新幹線沿線都市との連携

- ◆ 北海道新幹線の札幌延伸を見据え、道内外の新幹線沿線自治体等と連携し、沿線自治体間の交流人口拡大を図ります。

5.5. 方向性3 「誰もが快適に過ごせる受入環境の整備とおもてなしの向上」

誰もが快適に滞在できる受入環境の整備とおもてなしの向上を通じて、観光客の満足度向上を図り、リピーターの獲得や滞在日数の長期化につなげます。

ユニバーサルデザインの導入や多様な文化・習慣等への対応、公共交通機関の利便性向上、外国人観光客受入環境の整備などを進めるとともに、これらに関する情報発信の強化に取り組みます。

3-1 ユニバーサルツーリズムの推進

3-2 多様なニーズに対応した受入環境整備とおもてなしの向上

関連するSDGs目標



3-1 ユニバーサルツーリズムの推進

各施策は検討中のものであり、事業化を確定するものではありません

年齢、性別、障がいの有無、国籍、民族、文化・習慣等の違いによらず、バリアを感じることなくだれもが快適に札幌観光を楽しめるよう、ユニバーサルデザインの導入をはじめとする受入環境の充実を進めるとともに、それぞれの人にとって必要な情報が得やすい環境を構築することなどを通じ、ユニバーサルツーリズムを推進します。

(1) ユニバーサルデザインの推進

- ◆ 宿泊施設や観光施設、交通機関等におけるバリアフリー化をはじめとしたユニバーサルデザインの導入や、受け入れる従業員のスキルアップを促進します。

(2) 多様な文化・習慣等への対応

- ◆ ベジタリアン・ヴィーガン等の多様な食習慣や、様々な文化・習慣等をもつ方々などに対応した受入環境の充実を図ります。

(3) 情報提供

- ◆ 観光案内所におけるバリアフリー観光に関する相談への対応や、公式観光情報サイト「ようこそさっぽろ」において、観光施設や宿泊施設等におけるバリアフリー対応状況の情報提供を行うことなどを通して、観光客の利便性向上を図ります。

3-2 多様なニーズに対応した受入環境整備とおもてなしの向上

各施策は検討中のものであり、事業化を確定するものではありません

観光客の利便性や快適性を高め、満足度の向上や周遊の促進、リピーターの獲得につなげます。また、外国人観光客のニーズが高い観光施設や公共交通の多言語化、キャッシュレス化やWi-Fi環境の整備などを促進します。

(1) 公共交通の利便性向上

- ◆ 北海道新幹線の札幌延伸や創成川通の機能強化、新千歳空港・丘珠空港の受入機能の充実を図るとともに、都心部のまちづくりを進め、アクセス環境の充実を図ります。
- ◆ 北海道新幹線札幌延伸を見据えた札幌駅周辺の開発等を受け、都心のまちづくりを支える公共交通体系の構築を目指し、社会実験を実施するなど、新たな公共交通システムの検討を行います。
- ◆ 観光バスの状況を的確に把握したうえで、都心部における観光バスの路上駐車に対して、関係機関と連携した対応や待機場の維持管理などバス受入体制を整備します。
- ◆ 観光客の満足度が低い「市内の移動のしやすさ」の改善のため、市内の周遊にあたり観光客が感じる不便さなどについて調査し、課題解決に向けた取組を検討します。

(2) 外国人観光客受入環境の整備

- ◆ 外国人観光客の利便性向上のため、観光案内サインや観光施設、交通機関・飲食・商業施設などにおける多言語対応、Wi-Fi整備やキャッシュレス化を推進します。
- ◆ 事業者向けの外国語講座等を実施することで、外国人対応に関するノウハウの普及や意識の向上を促進し、おもてなし力の増強を図ります。
- ◆ 医療機関受診時における医療通訳の体制を整備し、札幌で安心して過ごせる環境を整えます。
- ◆ 市内企業の外国人材の採用、国際ビジネス人材の育成を支援します。
- ◆ 市内の外国人観光客受入環境の整備状況や外国人観光客のニーズを把握するための調査を定期的実施し、効果的な取組につなげます。

(3) まち全体のおもてなしのレベルアップ

- ◆ 経済団体、観光関連事業者、都心部商店街、市民ボランティア、札幌市などが共同で組織する「札幌おもてなし委員会」を中心に、まち全体のおもてなしをレベルアップするための取組を進めます。

5.6. 方向性4 「MICE 誘致の推進」

札幌 MICE 総合戦略に基づき、札幌の都市の魅力を十分に生かした MICE 施策の推進に取り組み、地域への直接的な経済波及や札幌のブランド力向上、観光を含めたリピーター確保、学術レベルの向上・発展、市民における創造性の育成などを図ります。

また、コロナ禍の影響により、MICE は従来のような一堂に会する方式から、オンライン開催やハイブリッド開催が増加しているため、新たな MICE ニーズへの対応を図ります。

4-1 MICE における持続可能性の向上

4-2 満足度の高い開催支援と受入環境整備

4-3 マーケティング・プロモーションの強化

関連する SDGs 目標



4-1 MICE における持続可能性の向上

各施策は検討中のものであり、事業化を確定するものではありません

MICE を開催する上でも、持続可能性が求められるようになりつつあることから、MICE の持続可能性向上が見込まれる取組を促進します。

(1) 環境配慮型 MICE の推進

- ◆ 環境に配慮された MICE の開催事例を研究するとともに、地域の MICE 関連事業者等と連携し、札幌における環境配慮型 MICE を推進します。

(2) 提供可能な情報の整理

- ◆ 市内において、国際的な認証を有する事業者や持続可能性の向上に資する取組を行う事業者の情報を整理し、主催者や参加者の求めに応じて、速やかに提供できるようにします。

4-2 満足度の高い開催支援と受入環境整備

各施策は検討中のものであり、事業化を確定するものではありません

コロナ禍を経て変化した主催者の価値観や目的に沿った MICE の開催を支援するとともに、参加者が MICE の前後に札幌観光をしたくなるような環境を整えます。

(1) ニーズを踏まえた助成制度の検討

- ◆ 多様化する主催者のニーズを適時把握しつつ、既存制度の利用実績や効果を検証の上、制度改正や新制度の創設について検討します。

(2) 魅力的な MICE コンテンツの開発

- ◆ アフターコロナの MICE のあり方を踏まえた新たな価値を付加し、参加者が札幌に足を運びたいくなるような MICE コンテンツの開発に取り組みます。

4-3 マーケティング・プロモーションの強化

各施策は検討中のものであり、事業化を確定するものではありません

MICE 市場の動向や札幌市内の MICE 開催状況等を把握し、MICE 見本市等への出展や関係事業者へのセールスなど、積極的なプロモーションを継続します。

(1) 市場動向の分析

- ◆ MICE 関連機関が公開する各種統計や報告書を活用した市場動向の分析を行い、国・分野毎の開催傾向等を踏まえ、誘致活動に反映します。

(2) 海外 MICE 見本市等への出展

- ◆ 積極的な海外 MICE 見本市への出展や、出展に合わせた現地旅行会社等へのセールスにより、キーパーソンとの関係を構築し、その後の招請事業等につなげます。

(3) トップセールスの強化

- ◆ 世界から注目が集まる国際会議や、大規模 MICE 等の誘致に向け、トップセールスの機会を増やします。

5.7. 方向性 5 「持続可能な観光の実現に向けた観光地経営の推進」

札幌が将来にわたって観光地として世界に選ばれるまちであり続けるために、持続可能な観光地であることが求められます。

地域が一体となって、市民生活や経済、環境に配慮した観光地経営を推進します。

5-1 一体的・戦略的に取り組める組織体制の構築

5-2 観光人材の確保・育成

5-3 観光への市民の参加と満足度向上

5-4 持続可能な観光の実現に資する取組の推進

5-5 災害対応や感染症対策の強化・発信

5-6 観光振興のための安定的な財源の確保

関連する SDGs 目標



5-1 一体的・戦略的に取り組める組織体制の構築

各施策は検討中のものであり、事業化を確定するものではありません

持続可能な観光地として、地域一体で戦略的に観光地経営に取り組むため、DMO 設立を含めた、札幌市全体での持続可能な観光戦略の推進を担う体制・組織の強化を行います。

(1) 札幌観光の推進体制の強化

◆ 多様な関係者と合意形成を図りながら、地域が一体となった観光振興を行っていくため、観光地経営の視点に立った観光地域づくりを実践することができる体制を構築します。

(2) 有効なマーケティングデータの収集・分析・発信

◆ 観光関連事業者等がリアルタイムに活用できる観光市場の動向や顧客ニーズ等のマーケティングデータの収集・分析・発信に取り組みます。

5-2 観光人材の確保・育成

各施策は検討中のものであり、事業化を確定するものではありません

札幌が現在及び将来にわたって持続可能な観光地であるためには、将来を担う人材の確保育成が不可欠です。持続可能な観光地づくりを進めるうえで必要な専門的な知識を有する人材や、自分の住むまちの魅力を十分に理解し、様々な切り口から紹介できる人材の育成を進めます。

(1) 観光人材の確保・育成

- ◆ 地域資源の発掘から実際の誘客に至るまでの各プロセスにおいて、専門的な知識を持ち、地域の現場においてこれらを活用するための実践的な技能を有する専門人材の育成を産学官連携により進めます。
- ◆ 札幌ならではの新しく、付加価値の高い観光コンテンツの発掘、開発などの作業を通して、観光人材のスキルアップを図るとともに、発掘、開発された観光コンテンツを関連事業者と共有し、活用を促進する取組を継続的に行うことで、新たな観光体験を継続的に生み出す仕組みを構築します。

5-3 観光への市民の参加と満足度向上

各施策は検討中のものであり、事業化を確定するものではありません

持続可能な観光地であるためには、市民が観光地であることに満足し、誇りに思い、市民生活に観光が貢献していると実感できることが大切です。

市民自身が札幌の魅力をもっと知り、楽しむ機会の提供や、観光の地域への貢献に関する理解を深めるための啓発、観光客との交流促進などを通して、市民の誇りの醸成と満足度の向上を図ります。

(1) 市民理解の促進

- ◆ 市民が札幌のまちづくりにとっての観光の重要性や市民生活とのかかわりの深さなどについて理解を深めるための機会を作ります。
- ◆ 将来のまちづくりの担い手となる子供たちへ、学校教育の中で観光に関する理解を深める機会を作ります。
- ◆ 市民が地域の観光資源を知り、楽しむ機会を積極的に提供し、市民による観光情報の発信を促進します。

(2) 市民の観光への参加

- ◆ 多様な観光ニーズへの対応やおもてなしを支える重要な担い手として、観光ボランティアの活動支援や育成を行います。
- ◆ 市民参加による地域ならではの観光資源の発掘や磨き上げを推進します。

5-4 持続可能な観光の実現に資する取組の推進

各施策は検討中のものであり、事業化を確定するものではありません

本プランの推進に当たっては、観光が地域に与える影響のプラス面を最大化し、マイナス面を最小化するため、「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」を活用していきます。また、持続可能な観光の推進に取り組む観光事業者を支援します。

（１）持続可能な観光指標への取組み

- ◆ 持続可能な観光（訪問客、産業、環境、受入地域の需要に適合しつつ、現在と未来の環境、社会文化、経済への影響に十分配慮した観光）の実現に着実に取り組むため、持続可能な観光の国際指標（GSTC-D）に準拠した持続可能な観光地経営を行うためのツールである「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D）」に沿った取組を進めます。
- ◆ 持続可能な観光の推進に資する取組みを積極的に行う観光事業者に対し支援を行うとともに、好事例の地域への普及を図ります。

（２）SDGsの取組を通じた教育旅行の誘致

- ◆ 市内の観光施設等でSDGsが学べる多彩な教育旅行用プログラムを提供し、観光を通じて子供たちへのSDGsの浸透に貢献するとともに、新たな札幌ファンの獲得につなげます。
- ◆ 提供プログラムは新規プログラムの追加や既存メニューの磨き上げを行い、レベルアップを図ります。

5-5 災害対応や感染症対策の強化・発信

各施策は検討中のものであり、事業化を確定するものではありません

近年、新型コロナウイルス感染症の流行や頻発する自然災害などにより、旅行者の安全・安心に対する意識が高まっています。感染症対策や災害対策に継続的に取り組み、旅行者に安全・安心な滞在を提供できる体制を整えます。

（１）新型コロナウイルス感染症への対応

- ◆ 観光施設等における感染症対策に継続して取り組むとともに、観光関連事業者が行う感染症対策への支援や業種別ガイドラインに沿った取組を推進します。

（２）災害時における観光客の滞在場所の確保

- ◆ 災害時の観光客の滞在場所を確保するため、民間宿泊施設との連携を図るとともに、停電時にも受け入れを継続できるよう、宿泊施設の非常用自家発電設備等の整備を推進します。

（３）適切な情報発信

- ◆ 緊急時に必要となる災害情報や避難所情報、医療関連情報などを、防災、災害時の情報ポータルサイト「さっぽろ防災ポータル」や公式観光情報サイト「ようこそさっぽろ」などを通じて多言語で提供します。

5-6 観光振興のための安定的な財源の確保

各施策は検討中のものであり、事業化を確定するものではありません

観光を取り巻く環境が絶えず変化するなか、観光施策を戦略的に展開し、札幌の地域経済を維持・発展させていくためには、更なる継続的な投資が必要であるため、安定的な財源の確保を図ります。

(1) 宿泊税導入に向けた検討

- ◆ 札幌が魅力ある観光地として国内外から高く評価され続けるよう、観光振興を継続的に推進するための安定的な財源として、宿泊税導入に向けた検討を進めます。

第6章 成果指標

6.1. 目標値

本プランに基づく取組について、進捗管理や効果検証を行うための目安となる成果指標と目標値を設定します。また、成果指標の目標達成に関連する指標についても目標値を設定し、管理します。

	指標	基準値 (2018)	現状値 (2022)	目標値 (2032)	
成果指標	総観光消費額(億円)	5,780	今後集計	10,000	
	観光客満足度(%)	道外客	26.8	今後集計	56.0
		海外客	60.2	今後集計	78.0
	市民満足度(%)	-	63.0	70.0	
関連指標	観光客数(万人)	道内客	958	今後集計	1,000
		道外客	354	今後集計	450
		海外客	272	今後集計	550
		合計	1,584	今後集計	2,000
	観光客消費額単価(円)	道内客	22,949	今後集計	28,000
		道外客	28,734	今後集計	35,000
		宿泊客の単価	105,606	今後集計	131,000
	平均滞在日数(日)	国内客	1.28	今後集計	1.40
		海外客	1.33	今後集計	1.50
	延べ宿泊者数(万人)	道内客	383	今後集計	490
		道外客	312	今後集計	500
		海外客	361	今後集計	820
		合計	1,056	今後集計	1,810
	再訪意欲(%)	道外客	56.1	今後集計	73.0
海外客		47.9	今後集計	69.0	
リピーター率(%)	道外客	72.1	今後集計	80.0	
	海外客	40.2	今後集計	50.0	

成果指標・関連指標の算出方法と目標値設定の考え方

指標		算出方法	目標値設定の考え方	
成果指標	総観光消費額	観光客消費額単価×観光客数	1兆円の大台に到達 (基準値のおよそ1.7倍)	
	観光客満足度	観光客へのアンケート調査「観光地としての総合満足度」(5段階)で最上位の「満足」と回答した割合	道外客:2018年度に「まあ満足」と回答した57.2%の約半数が「満足」に転換 海外客:2018年度に「まあ満足」と回答した35.7%の約半数が「満足」に転換	
	市民満足度	市民へのアンケート調査「札幌に多くの観光客が訪れることは、あなたにとって良い影響と悪い影響のどちらが大きいですか」で「良い影響の方が大きい」又は「どちらかといえば良い影響の方が大きい」と回答した割合	2022年度に「どちらかといえば悪い影響の方が大きい」と回答した12.4%の約半数が「良い影響の方が大きい」又は「どちらかといえば良い影響の方が大きい」に転換	
関連指標	観光客数	「北海道観光入込客数調査要領」に基づき、各交通機関(JR、航空機、貸切バス、路線バス、国道、高速道路)を利用した乗客数に観光客率を乗じて算出	コロナ禍前の水準に回復する時期を道内客は令和5年度、道外客は令和6年度、海外客は令和7年度と想定し、過去の伸び率等を勘案	
	観光客消費額単価	道内客	「北海道観光産業経済効果調査」を基に算出	基準値に平均滞在日数の伸び率や物価上昇率を勘案
		道外客 海外客	「北海道観光産業経済効果調査」を基に、観光客へのアンケート調査での消費額(2か年平均)の対前年増減率を乗じて算出	基準値に平均滞在日数の伸び率や物価上昇率を勘案
	平均滞在日数	延べ観光客数÷実観光客数	基準値から10%程度伸長	
	延べ宿泊者数	実宿泊者数×平均滞在日数	目標平均滞在日数と目標観光客数を基に設定	
	再訪意欲	観光客へのアンケート調査「観光目的でまた札幌に行きたいと思いますか」(5段階)で最上位の「ぜひ行きたい」と回答した割合	道外客:2018年度に「行きたい」と回答した32.6%の約半数が「ぜひ行きたい」に転換することを目標として設定 海外客:2018年度に「行きたい」と回答した40.8%の約半数が「ぜひ行きたい」に転換	
	リピーター率	観光客へのアンケート調査「観光での来札回数」で2回以上と回答した割合	道外客:現状よりおおむね10ポイント程度増加 海外客:現状よりおおむね10ポイント程度増加	

6.2. 成果の検証

統計数値は、毎年度更新し、成果指標の進捗管理を行うとともに、必要に応じて適宜見直しを行います。また、社会経済情勢、成果指標、事業の進捗状況を照らし合わせながら、事業が適切に進行しているか検証を行います。検証の結果を踏まえ、必要に応じて事業の追加や見直しを行うほか、データの収集方法を見直すなど、適宜対策を立案し、実行していきます。

資料編

A) 関連計画

B) 次期札幌市観光まちづくりプラン検討委員会

C) 観光事業者ヒアリング調査

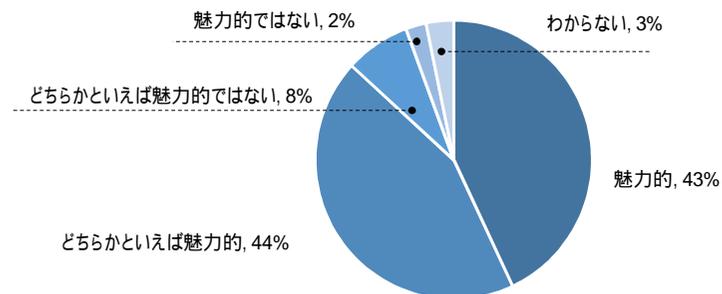
D) 学生向けワークショップ

E) 市民の観光に関する意識調査

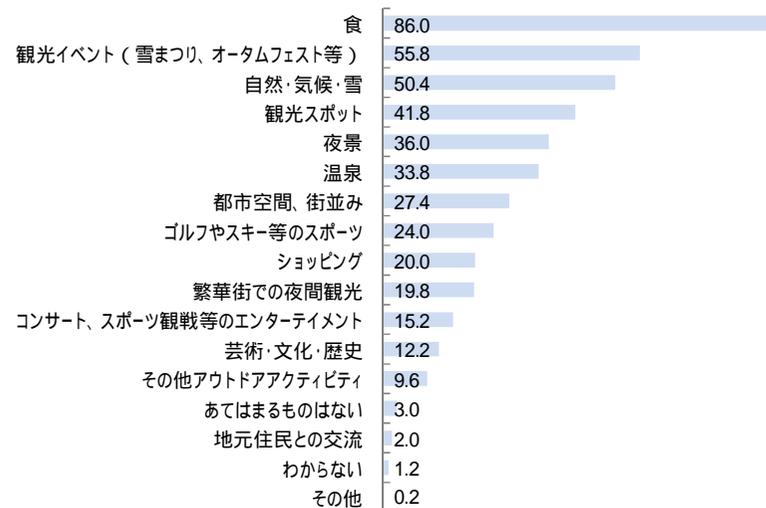
I. 調査結果

第4章に掲載した以外の調査結果

あなたは、札幌が観光地として魅力的だと思いますか、次の中から1つお選びください。

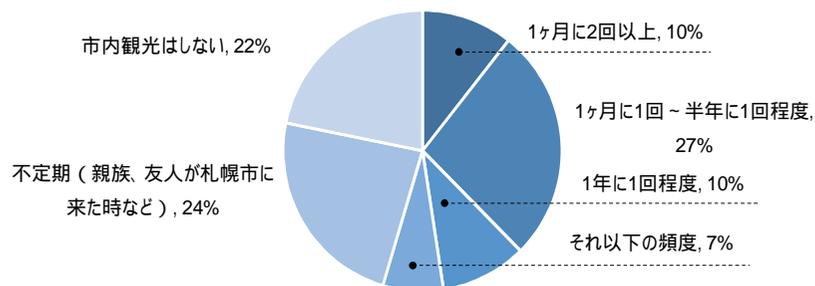


あなたは、札幌観光の魅力はどこにあると思いますか。次の中から、あてはまるものをすべてお選びください。(いくつでも)



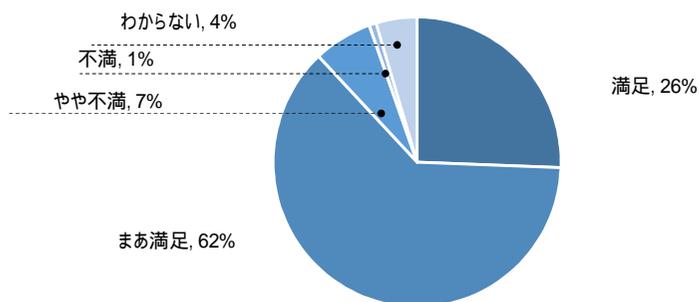
観光地「札幌」に対する意識・評価

あなたは、普段どの程度の頻度で札幌市内を観光（観光スポットや美術館、博物館、体験施設等への訪問など）しますか。次の中から1つお選びください。



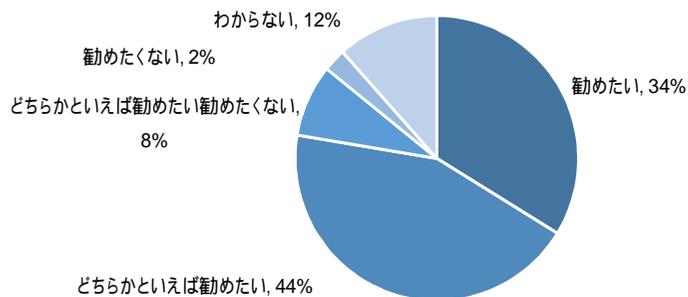
前問で「市内観光はしない」以外を回答した方にお聞きします

今までに、あなたが札幌市内を観光した際の満足度について、次の中から1つお選びください。



あなたは、札幌市外にいる親族や友人等に対して、観光地として札幌を勧めたいですか。

次の中から1つお選びください。

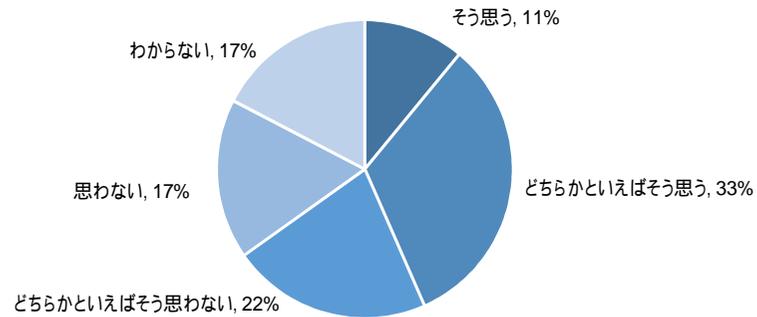


観光客の来訪に対する意識・評価

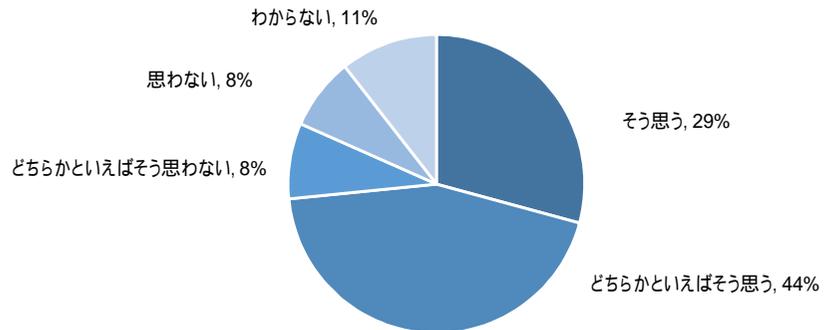
札幌に多くの観光客が訪れることで、あなたの生活に対する影響があると思いますか。以下それぞれの項目ごとに、実感されているかお答えください。また、あなたにとって、その影響が重要だと思われる場合には、チェックをつけて下さい。

	実感している	実感していないが、そう思う	実感していない	わからない	重要だと感じる
1.勤めている会社等の売上が増加し、給与等への好影響がある	3.8	16.6	56.0	23.6	22.6
2.新規出店等の投資が活性化し、飲食店や商業施設等が充実する	11.4	41.2	29.2	18.2	37.5
3.町並みがきれいになる、まちに活気がでるなど、生活環境が向上する	17.8	42.6	27.2	12.4	47.4
4.観光客と接する機会が増えることで交流が促進され、交友関係が広がる	7.0	33.4	44.2	15.4	14.3
5.飛行機・鉄道・地下鉄・バスなど、直行便や便数の増加、路線の維持に繋がり、交通の利便性が向上する	20.2	45.4	24.2	10.2	46.9
6.観光客が増えることを見越した投資の活発化により、物価や地価が高くなる	16.8	41.0	23.2	19.0	16.9
7.観光施設周辺が混雑し、騒音やごみの増加等により生活環境が悪化する	17.0	34.4	29.4	19.2	20.8
8.道路の渋滞や公共交通機関の混雑により交通環境が悪化する	18.0	35.2	30.8	16.0	18.9
9.開発によりまち並みや景観、自然が損なわれ、生活環境が悪化する	11.2	25.0	43.6	20.2	13.7
10.観光客のマナー違反（食べ歩き、騒音など）によって、迷惑する	20.8	32.0	31.2	16.0	28.2

札幌に多くの観光客が訪れることは、あなたの生活を豊かにすると思いますか。次の中から1つお選びください。

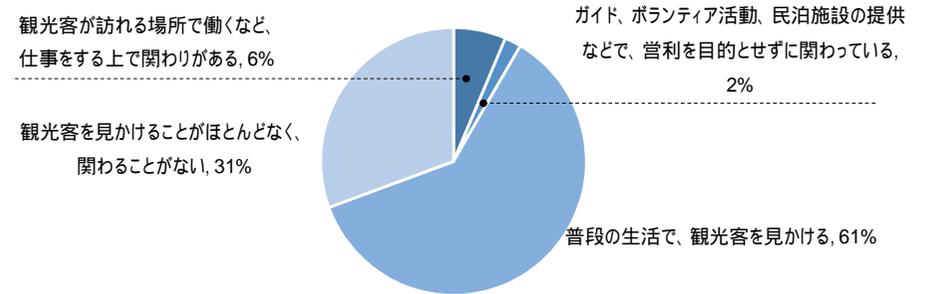


あなたは、札幌の発展に、観光は重要な役割を果たしていると思いますか。次の中から1つお選びください。

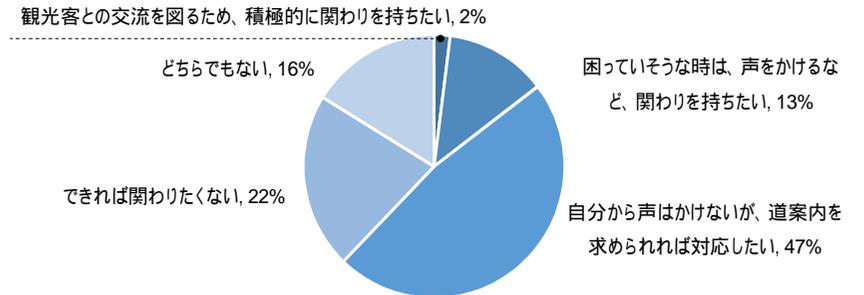


観光客に対する意識・評価

あなたは、札幌に来る観光客との関わりがありますか。次の中から1つお選びください。



あなたは、札幌に来る観光客との関わりを持ちたいと思いますか。次の中から1つお選びください。



あなたは、札幌に来る観光客が増えてほしいですか。次の中から1つお選びください。

