

第8章 観光まちづくりの展開に当たって

この章では、観光まちづくりの実現に向けた取組を展開するに当たって、特に踏まえるべき6つの視点を示しています。

視点1 道内連携の積極的な推進

札幌と北海道の発展は一体の関係にあり、「北海道の発展なくして、札幌の発展なし」との考えの下、北海道全体の利益を考慮した取組を進めていく必要があります。

そこで、近隣市町村や道内中核都市など、北海道内の他市町村と広域的な連携を図りながら、魅力の充実や共同でのPR事業などを行い、海外・道外からの誘致促進に取り組めます。

また、北海道全体の魅力をさらに向上させるとともに、札幌市民が改めて北海道の魅力を再認識し道内観光を積極的に行うなど、道内の経済循環を高めることも重要です。

視点2 産民学官が連携して取り組む体制づくり

これまでと同様、札幌おもてなし委員会、札幌市国内観光プロモーション実行委員会、札幌市国際観光誘致事業実行委員会などの活動を、民間事業者、観光関連団体、行政が連携しながら進めます。

また、今後はイベント会社、広告代理店、マスメディア、出版社などの連携により、札幌・北海道の魅力の発信力をさらに高めていきます。

さらに、これまでの観光関連の民間事業者・団体に留まらず、食関連の事業者や体験観光事業者、NPO、大学など、新たな分野からの参加を得ながら、新しい観光コンテンツの創出に取り組めます。

視点3 海外における人的ネットワークの積極的な活用

これまで、札幌市は、姉妹・友好都市をはじめとした海外諸都市との交流や多くの留学生・技術研修員等の受入、さらには「パシフィック・ミュージック・フェスティバル(PMF)」「札幌国際短編映画祭(No Maps/FILM)」「サッポロ・シティ・ジャズ」といった国際的文化イベントの開催などにより、海外における多様な人的ネットワークを構築してきました。

今後も「ラグビーワールドカップ2019」や「東京2020オリンピック・パラリンピック」が開催されるなど、国際的なイベントが控えていることから、こうした人的ネットワークを効果的に活用し、世界中に札幌の魅力を積極的に発信してもらい、海外からの集客交流の促進につなげていくという視点が重要になります。

視点4 ターゲットを意識した事業展開

札幌を訪れる方は、ファミリー層、若年層、中高年層といった客層や、所得や資産、道内客、道外客、外国人客といった発地によって、その興味の対象や観光行動は様々です。

例えば、札幌に求められる魅力は、道内客にとっては経済・文化の中心地としての「都会」であり、道外客にとっては「北海道の中心地」、外国人客にとっては「日本文化」であったりするなど様々です。

魅力づくりやイベント、PR活動などの実施に当たっては、ターゲット層のニーズにあわせて、効果的な情報発信・事業展開を行い、成果の拡大に努めます。

視点5 札幌の観光の動態を把握するための情報の整備

来札観光客の動向や変化を把握し戦略的に事業を実施していくために、観光客数や外国人宿泊者数などの調査を継続して行うとともに、国内外の来札観光客の行動、消費額、宿泊日数、満足度、再訪意向などを定期的に調査します。

また、5年に一度実施される北海道の調査にあわせて、観光による粗付加価値誘発額や雇用誘発者数など、観光が札幌の経済にもたらす影響や効果などを分析・把握します。

さらに、雪まつりなどの大規模イベントに関しても、地域経済への影響を把握するため、定期的に経済波及効果の推計を行います。

視点6 札幌市における推進体制の強化

観光まちづくりは、市民の活動に基礎を置きながら、観光関連の事業者の支援などの産業振興施策、移動の円滑化のための交通関連施策、文化や芸術の振興、美しい都市景観の形成など、様々な行政分野の効果的な連携・調和のもとに進めていかなければなりません。

また、本プランで掲げる「観光まちづくり」の視点は、全庁を挙げて取り組むべき課題であり、各行政分野の計画・施策・事業に取り入れるとともに、経済観光局が庁内の推進役を担いながら庁内連携を強化することにより、集客交流に関連する多様な施策を効果的に推進していきます。