

# 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 策定の背景

札幌は年間約 1,400 万人もの観光客が訪れる国内有数の観光都市であり、その観光客がもたらす「外貨」は、札幌の地域経済において欠かせないものとなっています。

しかし、人口減少や少子高齢化、経済の低成長のもと、全国の都市においては、経済活性化の柱として国内外の観光客誘致の取組を強化してきており、観光をめぐる都市間競争は今後一層激しくなるものと予想されます。

こうした中、札幌は民間の調査による「全国市町村魅力度ランキング」で常に上位に位置するなど、魅力的な都市として国内で高く評価されており、また、市民の札幌の街への好感度も高く、観光に関しては非常に恵まれた状況にあります。

しかし、これまでの札幌の観光は、時計台や大通公園、すすきの、ラーメン、さっぽろ雪まつりなどの特定のイメージで語られてきた面があり、札幌が本来持っている多彩な都市の魅力や、文化・暮らしの魅力などは、観光資源<sup>1</sup>として十分には生かされておらず、新たな魅力発掘の可能性が眠っていると言えます。

また、最近では、インターネットなどを活用して自ら情報を収集し、旅行の計画を立て、手配まで行う個人旅行の割合が増加し、旅行スタイルや旅行者ニーズが多様化するとともに、その土地ならではの文化との出会いや人々との交流など、広がりや深みのある観光を求める志向が高まっています。

さらには、格安航空会社（LCC）の相次ぐ就航や新千歳空港における発着枠の拡大、北海道新幹線（新青森・新函館北斗間）の開業など、北海道を訪れやすい交通環境が整いつつあり、幅広い層の方が気軽に札幌を訪れることができるようになってきています。

今後は、地元の人々が愛している、誇りにしている、大切にしている、親しんでいる、風土や文化、暮らしそのものが、訪れる人々にとっても魅力を感じる観光資源となりえます。つまり、訪れる人々に地域ならではの魅力的な風土や文化、ライフスタイルを実感してもらえようという新しい観光の在り方を育てて、発信していくことがこれからの地域の観光にとって重要となります。

札幌が今後も訪れたい、住みたい魅力的な「まち」であり続けるため、また、国内外からの交流人口<sup>2</sup>の確保によって地域経済を維持していくためには、今後は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「観光まちづくり」という考え方を取り入れていく必要があることから、今後の観光に関する取組の方向性などをまとめた「札幌市観光まちづくりプラン」（以降、「本プラン」と言います。）を策定しました。

<sup>1</sup>観光資源……………観光やレジャーといった余暇を楽しむ需要に応じられる要素のこと。

<sup>2</sup>交流人口……………地域を訪れる（交流する）人のことであり、日本各地で人口減少の時代を迎えつつある中、「定住（居住）人口」に対する概念として、地域の活力を高めるための人口と捉えている。

## 2 プランの目的

本プランでは、札幌の特性を備えた魅力資源を十分に活用し、札幌の観光コンテンツ<sup>3</sup>の充実・強化と付加価値<sup>4</sup>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するとともに、集客交流人口の増加に伴う観光関連収入の確保によって、観光を契機とした札幌・北海道内の経済循環の実現と外貨獲得を実現するための基本的な方向性や重点的に進めるべき取組などを提示します。

また、プラン推進のプロセスを通して、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します。

## 3 プランの位置付け

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<sup>5</sup>」で掲げる基本的方向性に基づく個別計画として位置付けられています。

また、札幌市における持続的な経済発展を目指して取り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<sup>6</sup>」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、本プランでは、観光分野と関わりの深い計画である「魅力都市さっぽろシティプロモート戦略<sup>7</sup>」や「札幌市国際戦略プラン<sup>8</sup>」の考え方を踏まえて策定しています。

なお、本プランに基づき「札幌MICE<sup>9</sup>総合戦略」や「定山溪観光魅力アップ構想」を策定しています（76ページ参照）。



<sup>3</sup>観光コンテンツ ……観光スポットやイベント・体験など、観光客をひきつける魅力的な素材のこと。  
<sup>4</sup>付加価値 ……生産過程で新たに付け加えられる価値。総生産額から原材料費と機械設備などの減価償却分を差し引いたもの。  
<sup>5</sup>札幌市まちづくり戦略ビジョン ……平成 25 (2013) 年 10 月策定。所管は札幌市まちづくり政策局政策企画部  
<sup>6</sup>札幌市産業振興ビジョン ……平成 23 (2011) 年 1 月策定、平成 28 (2016) 年 12 月改定。所管は札幌市経済局産業振興部。  
<sup>7</sup>魅力都市さっぽろシティプロモート戦略 ……平成 24 (2012) 年 1 月策定。所管は札幌市総務局広報部。  
<sup>8</sup>札幌市国際戦略プラン ……平成 26 (2014) 年 3 月策定。所管は札幌市総務局国際部。  
<sup>9</sup>MICE ……マイス。多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称で、Meeting (会議)、Incentive travel/tour (報奨旅行)、Convention (国際会議・学会)、Event/Exhibition (イベント/展示会) の頭文字をとった造語。

## 4 プランの構成

本プランは、長期的な展望に立ち、施策の方向性を示した「マスタープラン編」と、重点的に展開すべき短・中期的な取組を記した「アクションプラン編」で構成されています。

マスタープラン編においては、札幌観光を取り巻く現状の分析を行うとともに、観光まちづくりを目指すための将来像や、基本的な施策の方向性を示した基本方針を掲げています。

また、アクションプラン編においては、今後、優先的・集中的に実施すべき重点施策や、基本方針の体系別に整理した個別事業などを設定しています。

**マスタープラン編** … 目指すべき目標像や基本方針を掲示（2013～2022年度）

**【目標像】産民学官が連携する観光まちづくりの実現**

- (1) 地域の特性を活かした魅力の創造
- (2) 市民が都市観光を自ら楽しみ育てる環境づくり
- (3) 観光関連産業の持続的成長を支える担い手づくり

**【基本方針】**（策定時）

- (1) 札幌らしい都市文化やライフスタイルの魅力を活かした観光の創造
- (2) 受入サービス・おもてなしの向上と着地型観光事業者の育成
- (3) 来訪者の滞在・周遊・再訪を促進する情報提供機能の強化
- (4) 札幌・北海道の魅力を活かし、共に未来を創造していくプロモーションの展開

**アクションプラン編** … 優先的に取り組む重要施策、個別事業  
（前期：2013～2017年度、後期：2018～2022年度）

**アクションプラン編（前期）**

- 重点施策 1 観光イベントの魅力アップ
- 重点施策 2 集客交流拠点の魅力アップ
- 重点施策 3 M I C E 誘致の推進
- 重点施策 4 外国人観光客誘致の推進

## 5 計画期間

本プランの計画期間は、平成 25（2013）年度から 2022 年度までの 10 年間です。

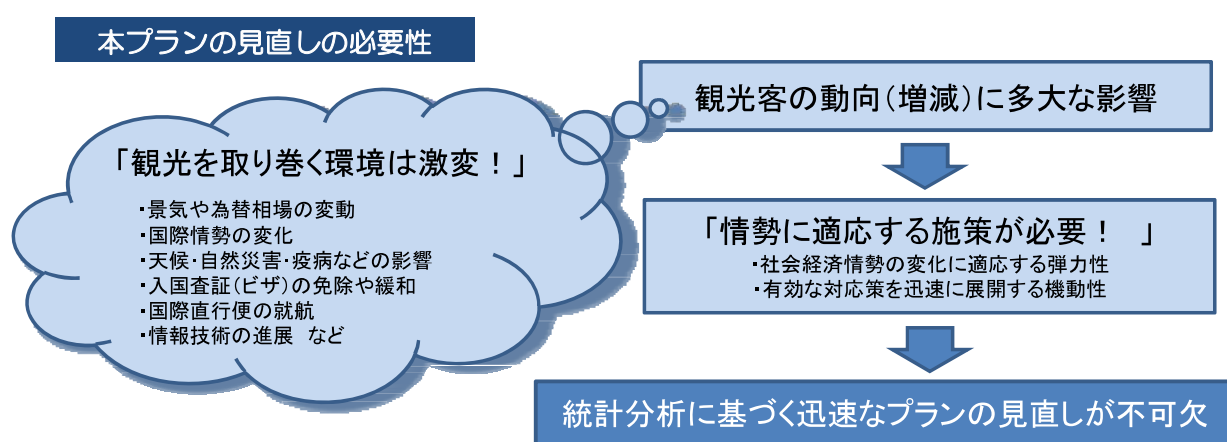
なお、「アクションプラン編」は、前期（平成 25（2013）年度から平成 29（2017）年度までの 5 年間）と後期（平成 30（2018）年度から 2022 年度までの 5 年間）に分けるものとしています。

## 6 プランの点検・見直し（進捗管理）

観光を取り巻く社会経済情勢は、日々刻々と変化しており、厳しい都市間競争の中、札幌が観光客にとって魅力的なまちであり続けるためには、時代の変化に的確に対応した観光施策を弾力的かつ機動的に展開していく必要があることから、本プランも柔軟に見直しを行うなど、情勢適応型の計画にしていくことが求められます。

こうしたことから、PDCAサイクル<sup>10</sup>を導入し、「マスタープラン編」においては、統計数値を毎年度更新し、数値目標について進捗管理を行うとともに、観光を取り巻く環境の変化などを踏まえ、必要に応じて適宜見直しを行っていきます。

また、「アクションプラン編」においては、原則、毎年度点検・評価を実施し、時流に沿った新たな取組を追加・補強していくなど、進捗管理を行っていきます。



<sup>10</sup> **PDCA サイクル**…事業活動における管理業務を円滑に進める手法の一つ。Plan(計画)→Do(実行)→Check(評価)→Act(改善)の4段階を繰り返すことによって、業務を継続的に改善していくもの。