

第3章 現状分析と課題

観光を取り巻く社会経済情勢は、近年、大きく変化しており、この変化をしっかりと踏まえたうえで、今後の取組を検討していく必要があります。

そこで、この章では、札幌の観光に関する現状を分析するとともに課題を整理し、その課題を踏まえた今後の対応の方向性を示します。

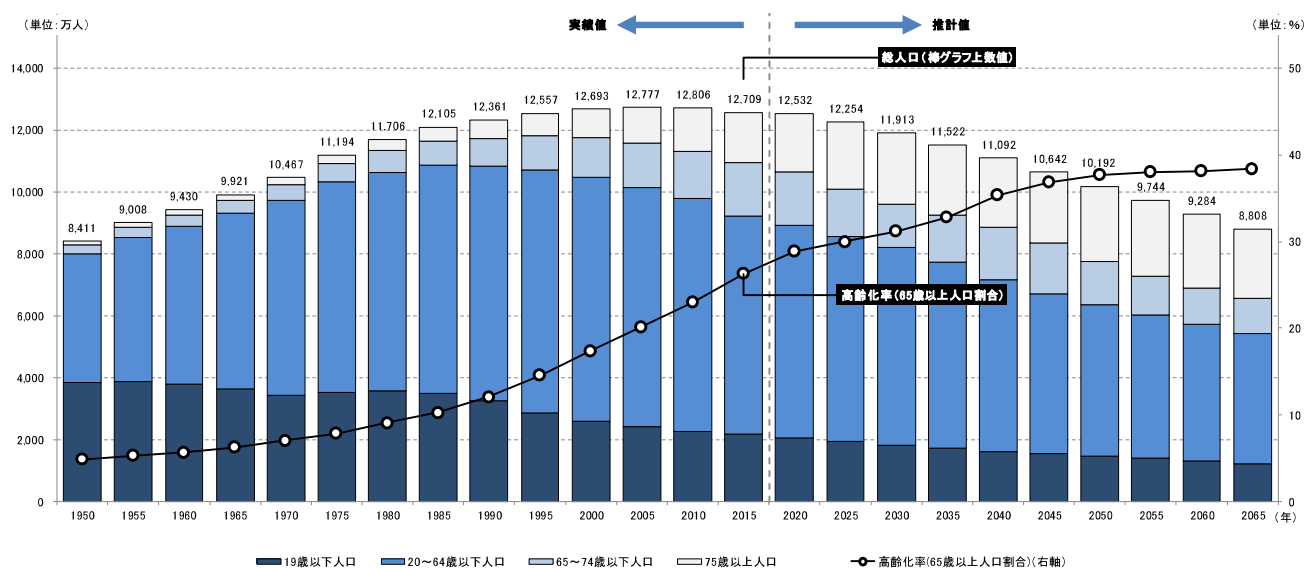
1 観光に関する社会経済情勢

(1) 人口減少社会の到来と超高齢社会の進行

平成 29（2017）年 4 月に国立社会保障・人口問題研究所が公表した「日本の将来推計人口」における推計結果によると、日本の総人口は、今後、人口減少過程に入り、2065 年には 8,808 万人になり、現在の 7 割程度まで人口が減ると推計されています。また、超高齢社会¹¹がさらに進行し、50 年後には、高齢化率は約 40% にもなるとも予測されています。

これらにより、様々な分野で経済活動が縮小していくことが懸念され、また、バリアフリー対応など高齢化の課題に取り組んでいく必要性も、より高まっています。

【図 3-1】日本の人口と高齢化率の推移



（資料：平成 27（2015）年までは総務省「国勢調査」、2020 年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（2017 年 4 月推計）」の出生中位・死亡中位仮定による推計結果）

※昭和 25（1950）年～平成 27（2015）年の総数は年齢不詳を含む

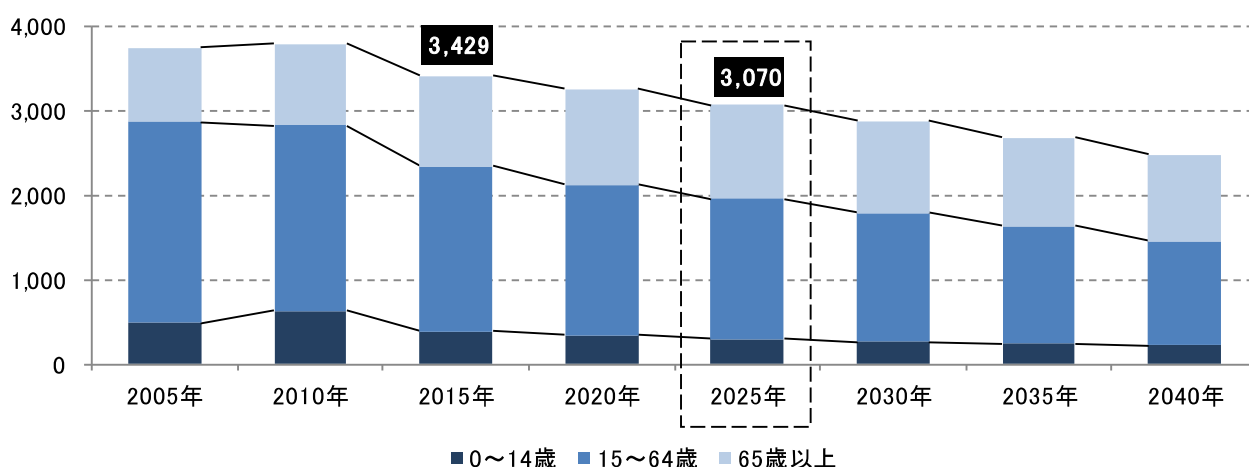
¹¹ 超高齢社会…総人口に占める 65 歳以上の割合が 21%を超える社会のこと。なお、7%以上 14%未満を「高齢化社会」、14%以上 21%未満を「高齢社会」と呼ぶ。

こうした中、札幌に目を向けると、市内を訪れる観光客の約7割は道内からの観光客であり、札幌の観光は北海道全体によって支えられていると言えますが、札幌市以外の道内他市町村の人口は既に大幅な減少局面に突入しており、今後、生産年齢人口の減少による経済規模の縮小に伴い、観光関連産業¹²を含めた道内経済に大きな影響を与えることが懸念されています。

また、国内旅行者の数は回復傾向にあるとはいえ、札幌を訪れる観光客の約3割を占める道外観光客に関しても、全国的な人口減少傾向が進んでいることなど、国内の観光市場は非常に厳しい状況にあると言えます。

【図 3-2】 道内他市町村の人口の将来見通し

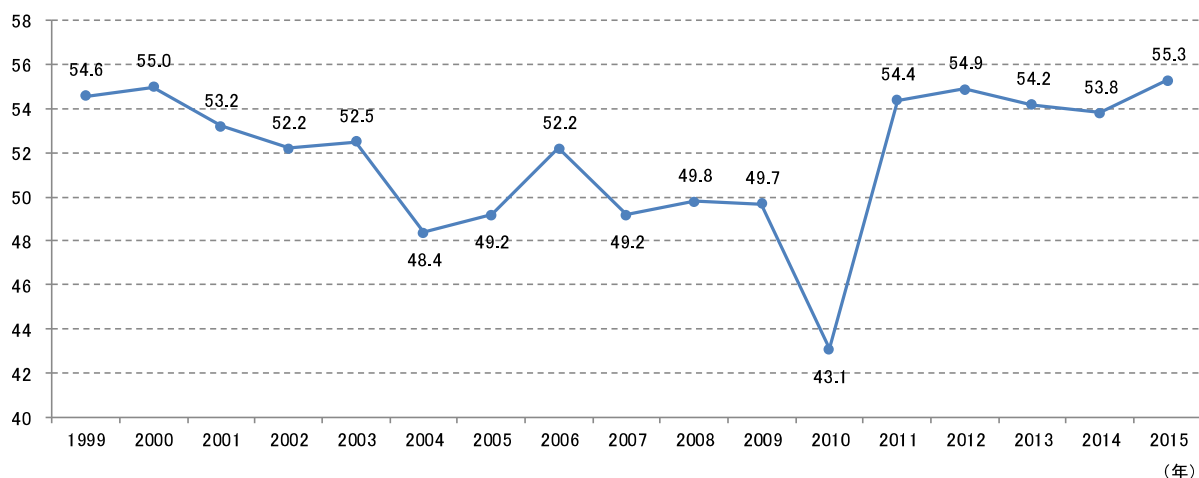
(単位:千人)



(資料:総務省「2015年国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所(2017年4月推計))

【図 3-3】 宿泊観光旅行参加率<国内>

(単位:%)



(資料:一般社団法人日本観光振興協会「2016年度版観光の実態と志向」)

¹²観光関連産業…観光が経済にもたらす効果は宿泊、交通、飲食、小売など特定の産業分野に限定されない。その影響は軽重様々であるが、本プランでは、観光と少なからず関連がある業種を広く観光関連産業と呼ぶ。

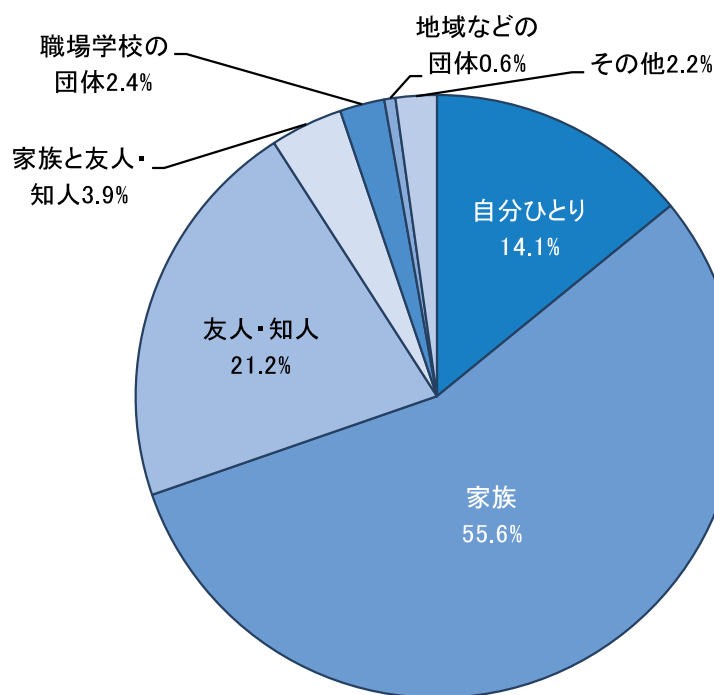
一方で、いわゆる団塊の世代を含めた 60 歳以上のシニア世代は、国内消費の 4 割以上を占めているとも言われていますが、時間と経済力に余裕があるとともに旅行に対する意識も強いことから、新たな国内観光市場のけん引役となることが期待されています。

(2) 旅行者ニーズの多様化

近年、旅行者のニーズは多様化し、観光スポットを訪れるだけの観光から、地域における街歩きや人々との交流、地域ならではの様々な体験を楽しむ観光などに旅行者の関心が広がっていることから、地域が主導的に地域の魅力を作り上げ商品化する着地型観光¹³への取組が重要となっています。

また、地域での誘客に当たっては、その地域だけで取り組むのではなく、観光客の滞在日数に合わせた広域観光周遊ルートを形成することにより、観光客の周遊の促進が期待されます。

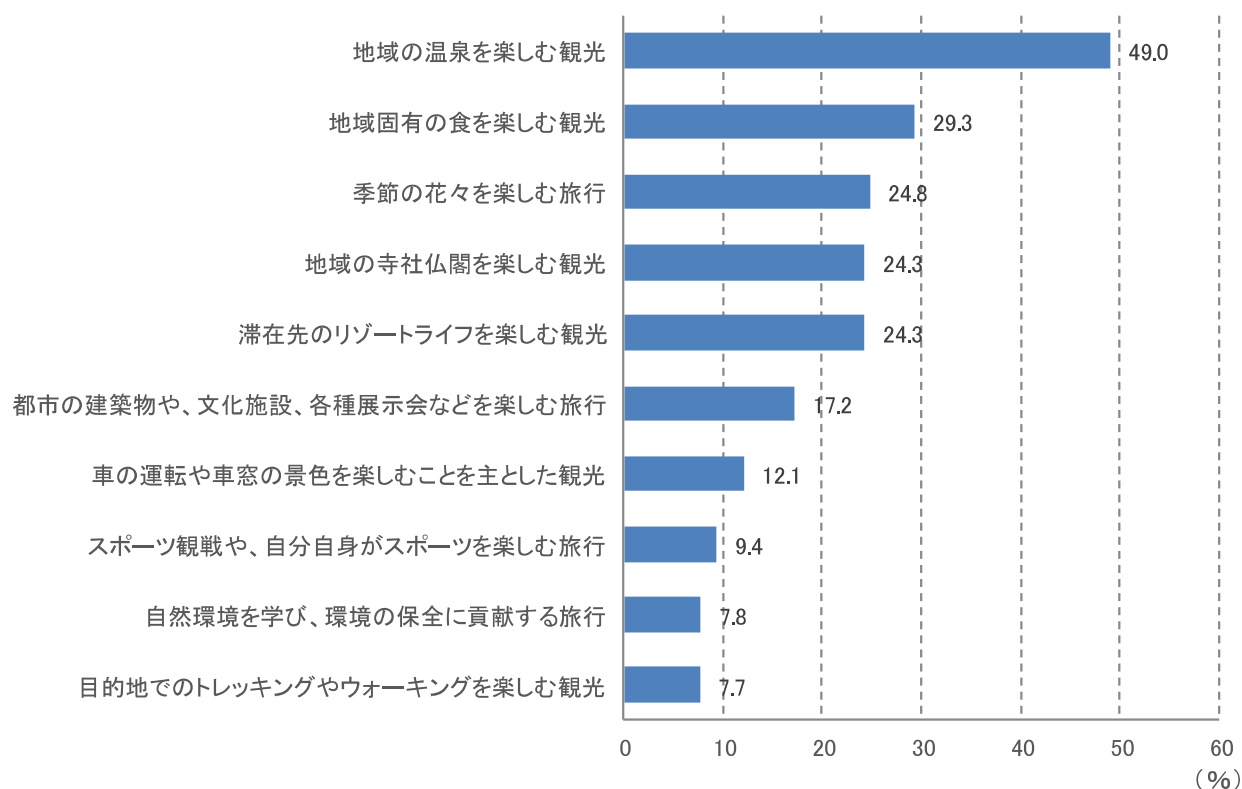
【図 3-4】 宿泊観光の同行者の種類＜国内＞



(資料：一般社団法人日本観光振興協会「2016 年度版観光の実態と志向」)

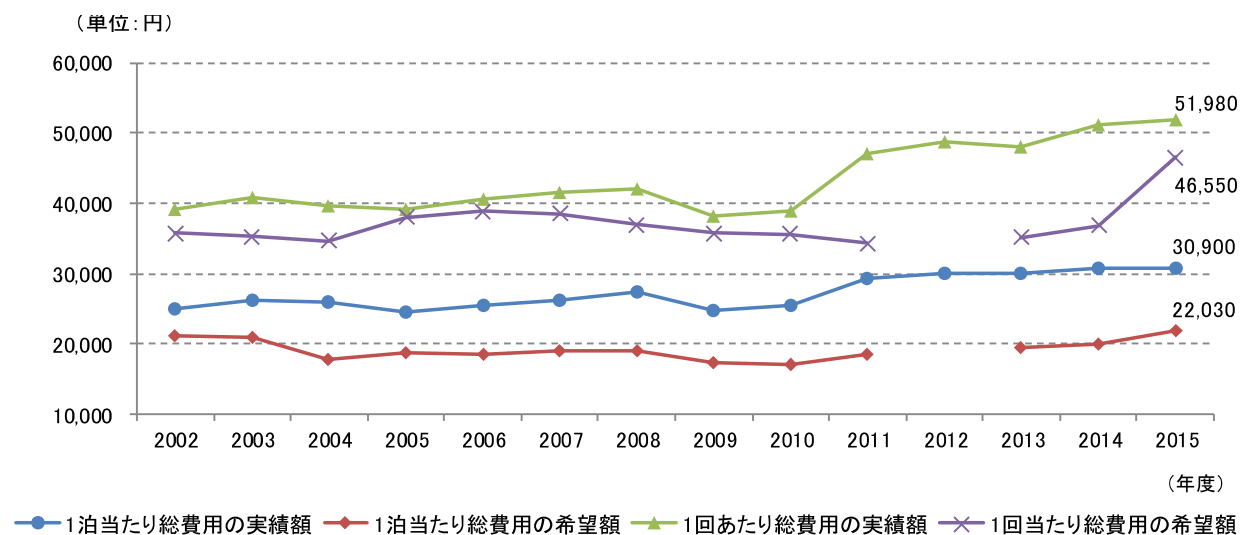
¹³着地型観光…旅行目的地(着地)の旅行業者が企画するいわゆる現地発着のツアーや乗馬等の体験アクティビティなどを指す。地元の情報に詳しい現地の旅行会社が企画するため、その土地ならではのコンテンツを楽しめるという特色がある。旅行出発地(発地)の旅行業者がオプションツアーとして取り扱うこともある。

【図 3-5】 今後 1 年間に希望する旅行の種類＜国内／上位 10 位まで＞



(資料：一般社団法人日本観光振興協会「2016 年度版観光の実態と志向」)

【図 3-6】 1 泊当たり総費用の実績額と希望額の推移＜国内＞



(資料：一般社団法人日本観光振興協会「2016 年度版観光の実態と志向」)

※ 2012 年度の希望額についての調査は、調査形式が郵送調査からインターネット・モニター調査になったため、比較対象外とする。

(3) 情報化の進展への対応

情報化技術の進展は、観光分野にも大きく影響を及ぼしており、観光情報の発信においては、パンフレットなどの紙媒体だけではなく、インターネット上のウェブサイトの重要性が高まっています。

また、ツイッターやフェイスブック、インスタグラムなどのソーシャル・ネットワークワーキング・サービス¹⁴による旅行情報の流通も活発化しています。

さらに、スマートフォンやタブレット端末などの携帯情報端末が普及しており、旅行者にとって自由に旅行情報にアクセスできる環境が整いつつあります。

(4) 観光政策に関する国や地方の取組

観光産業は他の産業に比べて経済波及効果が大きく、また雇用効果や税収効果の高い産業であることから、国においては、観光振興を重要政策として位置付け、これまで様々な取組を進めてきました。

平成 14（2002）年には「グローバル観光戦略」が策定され、「ビジット・ジャパン・キャンペーン¹⁵」が展開されるとともに、平成 19（2007）年には「観光立国推進基本法」を制定し、これに基づき「観光立国推進基本計画」が策定されました。

また、観光立国を実現するためには、関係省庁との連携・調整を強化して、総合的かつ計画的に施策を推進する必要があることから、平成 20（2008）年には国土交通省の外局として「観光庁」が発足されました。

その後、リーマンショック¹⁶を契機とした世界的な景気後退や新型インフルエンザの感染拡大、東日本大震災と原子力発電所事故による風評被害など、観光を取り巻く社会情勢が大きく変化してきたことを踏まえ、平成 24（2012）年には、新たな「観光立国推進基本計画」が策定され、平成 25（2013）年には「日本再興戦略」が閣議決定されました。

東京 2020 オリンピック・パラリンピックの開催を控え、訪日外国人がさらに増加することが期待されており、政府は平成 28（2016）年 3 月 30 日に開催した「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」において、2020 年の訪日外国人観光客数の目標を 4,000 万人に増やすことを決めました。

一方、地方においても、観光を地域経済活性化の重要な要素として捉え、国の施策と連動して観光振興への取組を積極的に展開しているところが増えています。

北海道においては「北海道観光のくにづくり条例」（平成 13（2001）年制定）に基づき、平成 25（2013）年 5 月に「北海道観光のくにづくり行動計画」、同年 7 月には「北海道外国人観光客来訪促進計画」を策定し、平成 29（2017）年 2 月に「北海道インバウンド加速化プロジェクト」を策定したほか、北海道運輸局も、平成 25（2013）年 3 月に「北海道観光推進戦略」を公表するなど、様々な主体が北海道の観光振興の促進に取り組んでおり、今後、札幌市もこれらの取組に協調し、相乗効果を出していく必要があります。

¹⁴ソーシャル・ネットワークワーキング・サービス（SNS） …交友関係や社会的ネットワークをインターネット上で構築するサービスの一つ。既存のユーザーからの招待で参加できる会員制のものと、誰でも自由に参加できるものがある。代表的な SNS として、Facebook、Instagram、mixi などがある。

¹⁵ビジット・ジャパン・キャンペーン …訪日外国人旅行者数の拡大を目的として、平成 15（2003）年度から官民一体となって進めているキャンペーン。

¹⁶リーマンショック …平成 20（2008）年に起きた米国大手銀行の破綻と、それを原因とする世界同時不況のこと。

【表 3-1】「明日の日本を支える観光ビジョン」の概要

項目	内容
「3つの視点」と 「10の改革」	視点1 「観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に」 ■「魅力ある公的施設」を、ひろく国民、そして世界に開放 ■「文化財」を、「保存優先」から観光客目線での「理解促進」、そして「活用」へ ■「国立公園」を、世界水準の「ナショナルパーク」へ ■おもな観光地で「景観計画」をつくり、美しい街並みへ
	視点2 「観光産業を革新し、国際競争力を高め、我が国の基幹産業に」 ■古い規制を見直し、生産性を大切にする観光産業へ ■あたらしい市場を開拓し、長期滞在と消費拡大を同時に実現 ■疲弊した温泉街や地方都市を、未来発想の経営で再生・活性化
	視点3 「すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に」 ■ソフトインフラを飛躍的に改善し、世界一快適な滞在を実現 ■「地方創生回廊」を完備し、全国どこへでも快適な旅行を実現 ■「働きかた」と「休みかた」を改革し、躍動感あふれる社会を実現
目標値(2020年)	訪日外国人旅行者数 4,000万人 訪日外国人旅行消費額 8兆円 地方部での外国人延べ宿泊者数 7,000万人泊 外国人リピーター数 2,400万人 日本人国内旅行消費額 21兆円

【表 3-2】「北海道インバウンド加速化プロジェクト」の概要

項目	内容
施策展開の 方向性	1 国際的に質の高い観光地づくり ■地域における推進体制づくり ■観光人材の確保・育成 ■観光商品の造成
	2 旅行者の快適性・満足度向上 ■多言語対応 ■通信環境、宿泊施設、買い物環境の充実 ■交通ネットワークの充実、緊急時対応
	3 戦略的な宣伝・誘致活動 ■成熟・成長・欧米市場からの誘客 ■MICE誘致 ■訪日教育旅行の促進
	4 規制緩和の検討 ■法制度の整備要望 ■特区制度の活用
目標値(2020年)	訪日外国人来道者数 500万人 成熟市場 240万人、成長市場 220万人、欧米市場 27万人

2 札幌市の現状分析と課題

(1) 観光客入込数

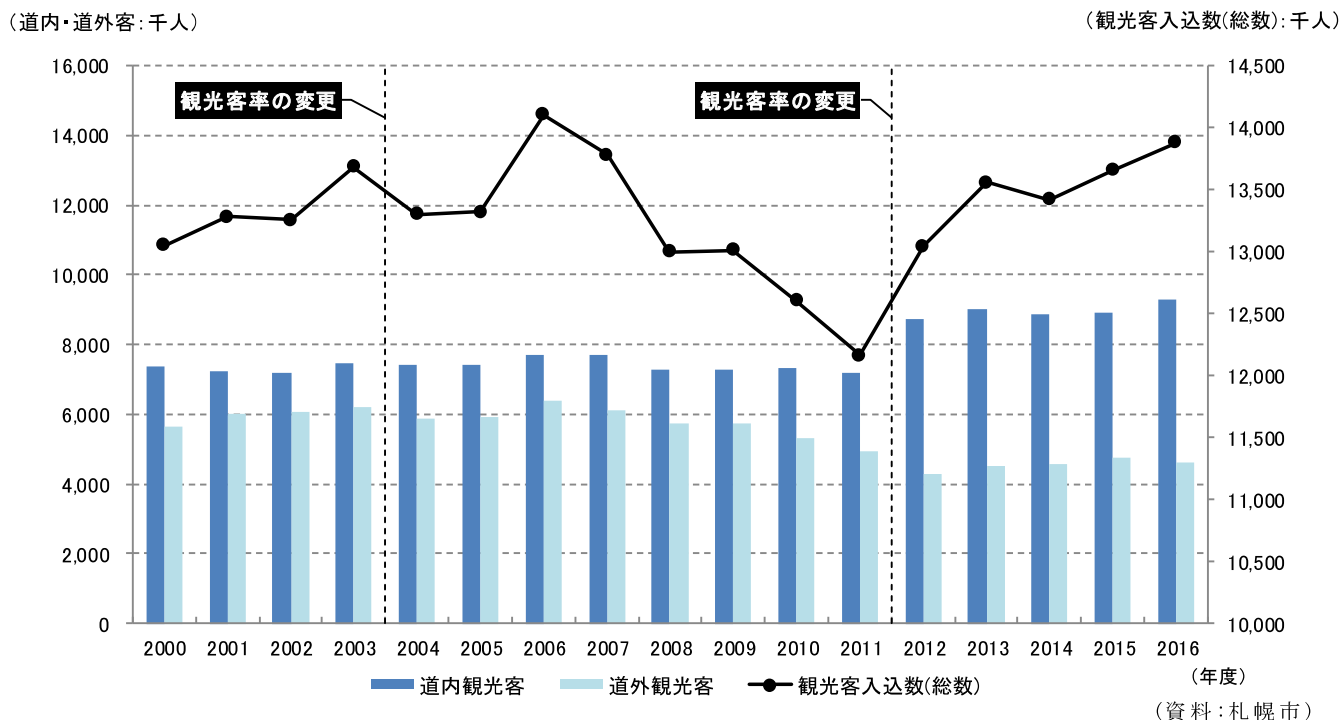
現状分析と課題

札幌の観光客入込数（年間来客数）は、平成 23（2011）年度及び平成 24（2012）年度に札幌市が調査、算出した市内流入人口における観光客の割合（観光客率）によって推計したものとなっています。

これを基に観光客入込数の推移【図 3-7】や【図 3-8】を見ると、道内観光客の割合は高い傾向が見られますが、これまで見てきたように札幌市以外の道内市町村の人口は、すでに大幅な減少局面に入っており、今後の道内観光客数への影響が懸念されるところです。

また、平成 25（2013）年度以降、国内客が減少傾向である一方、外国人観光客数の急増によって、1,350 万人前後で推移していることがわかります。今後、観光客入込数を増やすためには、外国人観光客の増加に頼るだけではなく、国内客の減少傾向に歯止めをかける取組が必要となります。

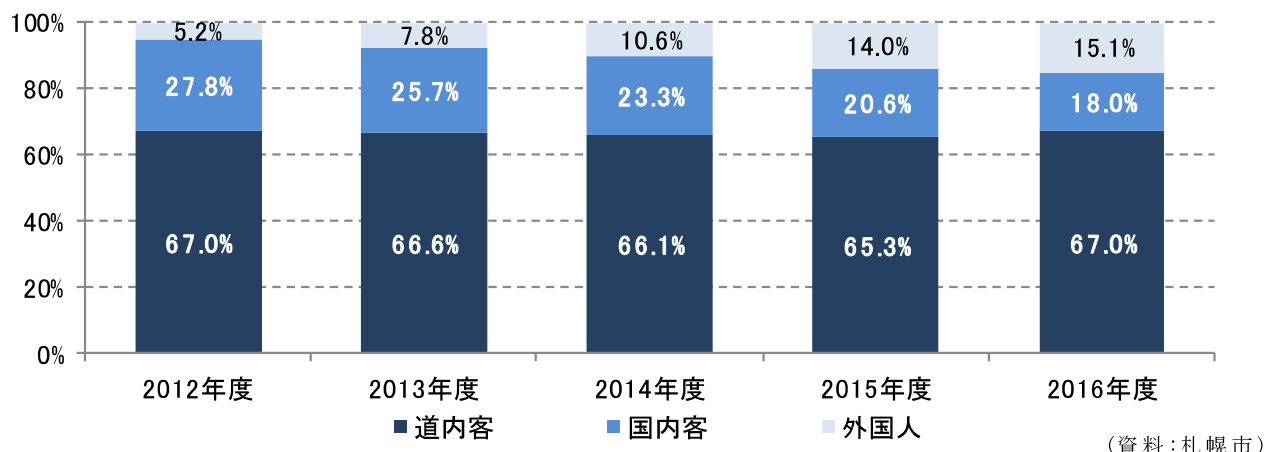
【図 3-7】 観光客入込数の年次推移



※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¹⁷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 24（2012）年度は、この観光客率の見直しを行っており、平成 24（2012）年度以降と平成 23（2011）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。

¹⁷観光客率…様々な交通機関で札幌入りした入込数に占める観光客（通勤・通学やビジネスのみを目的とした訪問を除く）の割合のこと。この観光客率は、JR・航空機・路線バス・乗用車の利用者を対象に行う居住地や来札目的などのアンケート調査の結果を基に算出している。なお、観光客率の見直しは数年に一度行うことになっており、前回は平成 16（2004）年度に見直しを行っている。

【図 3-8】 来札観光客の割合



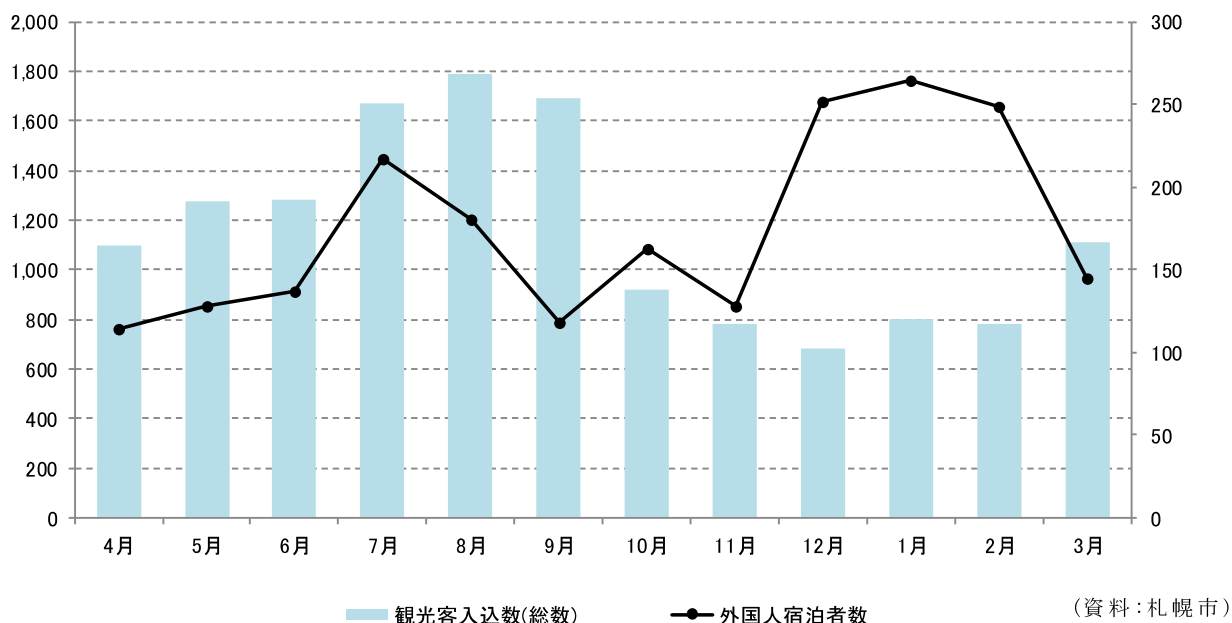
次に、【図 3-9】にある月別の観光客入込数を見ると、繁忙期(7月～9月)と閑散期(11月～4月)の差が大きいことが特徴として挙げられます。閑散期における観光客数の減少は、宿泊施設の稼働率の低下につながるなど、観光関連事業者の収益を停滞させ、札幌の経済にとって大きな課題となっています。

また、外国人観光客は、札幌の紅葉や雪などに魅力を感じ、閑散期においても宿泊する傾向があるため、こうしたインバウンド需要をいかに取り込めるかについても課題となります。

【図 3-9】 観光客入込数の月別推移〈平成 28(2016)年度〉

(観光客入込数(総数):千人)

(外国人宿泊者数:千人)



課題を踏まえて

道内をはじめとした国内の人口減少傾向を踏まえると、道内循環をより高めていくことはもとより、国内外を問わず道外観光客の誘致推進に対する積極的な取組が重要となります。

また、閑散期の集客対策が求められており、国内と繁忙期が異なる海外市場からの観光客誘致や、通年需要が期待できるMICEの推進といった取組の強化が必要となっています。

(2) 外国人宿泊者数¹⁸

現状分析と課題

外国人宿泊者の消費額単価は、道内観光客や道外観光客などと比べて高く、また、今後の人口増加や経済成長が予測されている国も多くあることから、今後の観光客誘致において有望な顧客として期待されています。

こうした中、外国人宿泊者数は、平成 20（2008）年度までは、国の施策と連動し順調に推移してきましたが、その後は、新型インフルエンザの流行（平成 21（2009）年）や東日本大震災に伴う原子力発電所事故（平成 23（2011）年）などの影響を大きく受けて一進一退を繰り返し、入国査証（ビザ）発給要件の緩和や円安の影響、新千歳空港における国際直行便の新規就航や発着枠の拡大などにより急速に回復し、平成 28（2016）年度には過去最高の数値となりました。

しかし、平成 27（2015）年度から平成 28（2016）年度にかけての外国人観光客の増加率は、国、北海道、札幌市ともにやや鈍化しています。札幌市においては、中国、台湾からの観光客数の伸び悩みが見られており、これらは個人旅行（F I T）の増加で目的地の分散化などが影響していると考えられます。

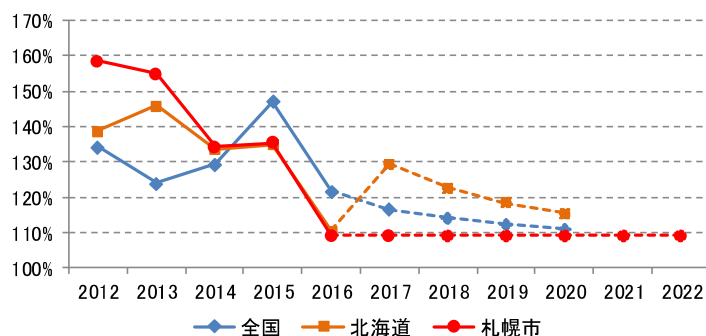
次に、外国人宿泊者を国別に見てみると、台湾・香港・中国・韓国の東アジア地域の割合が7割以上を占めていますが、これと同様の傾向は国においても見受けられ、特定の市場に依存した訪日外客構造のぜい弱性が指摘されています。

また、外国人宿泊者数は年々増加する一方、札幌での滞在日数はやや減少傾向にあることから、周辺都市との連携を図ることにより、札幌を含む道内での周遊や滞在を促進する必要があります。

【表 3-3】外国人観光客増加率比較

	2010～2016年度 平均増加率	2015～2016年度 実増加率	2017～2020年度 想定増加率
国	131.4%	121.8%	113.6%
北海道	138.3%	135.0%	119.3%
札幌市	138.5%	109.2%	112.2%

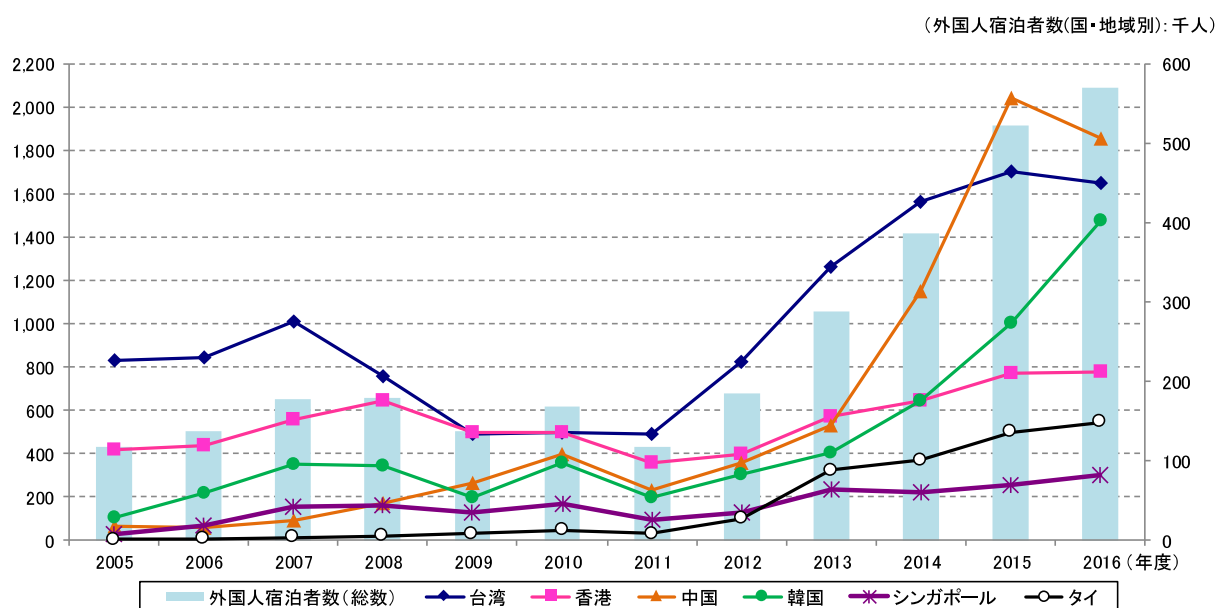
【図 3-10】外国人観光客増加率推移



(資料：札幌市)

¹⁸外国人宿泊者数…ここでは、札幌市内に宿泊した外国人の数を指す。市内にある全ての宿泊施設に調査票を送付し、国別に回答を集計したものであり、観光以外の目的での利用者も含まれている。

【図 3-11】 外国人宿泊者数の推移（国別は上位 6 か国・地域）



(資料: 札幌市)

【表 3-4】 国籍・地域別にみる訪日外国人 1 人当たり観光消費額

(単位: 円/人、人)

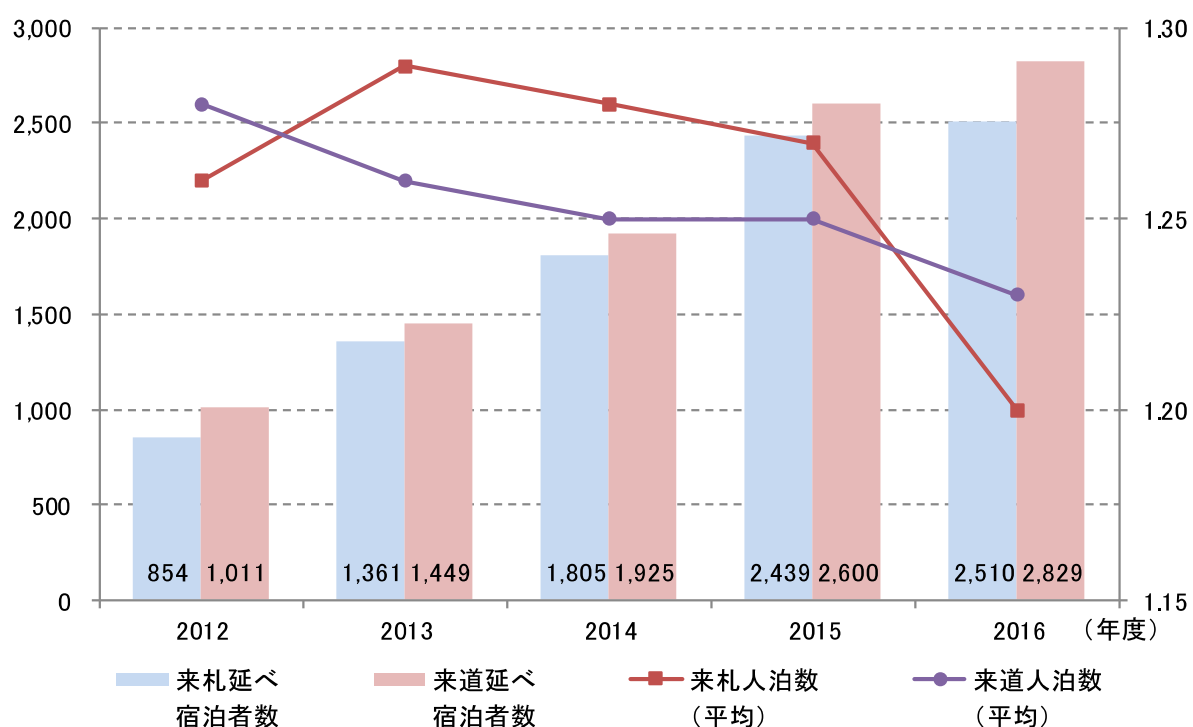
国	2016年	2015年	2014年	来札宿泊者数 2016年
オーストラリア	246,866	231,349	227,930	22,266
中国	231,504	283,842	231,708	506,272
ロシア	190,874	182,484	191,608	5,267
フランス	189,006	209,333	194,728	2,592
ベトナム	186,138	198,840	242,488	2,592
イギリス	181,795	210,681	187,272	5,794
アメリカ合衆国	171,418	175,554	165,305	47,145
シンガポール	163,210	187,383	155,763	82,131
香港	160,230	172,356	147,945	212,445
カナダ	154,977	170,696	170,525	7,020
インドネシア	136,619	147,149	119,926	24,455
マレーシア	132,353	150,423	145,477	86,751
タイ	127,583	150,679	146,007	148,902
台湾	125,854	141,620	125,217	450,727
フィリピン	112,228	126,567	105,297	14,464
韓国	70,281	75,169	75,846	403,122
その他	183,083	178,179	—	71,787
全国籍・地域	155,896	176,167	151,216	2,093,732

(資料: 日本政府観光局 (J N T O) ホームページ、札幌市)

【図 3-12】 外国人観光客延べ宿泊者数と平均滞在日数

(単位:千人)

(単位:人泊)



(資料:札幌市、北海道ホームページ)

課題を踏まえて

今後、外国人観光客をより増加させるためには、国や北海道の観光施策に連動して外国人の受入環境の充実や、プロモーションなどのインバウンド誘致¹⁹の強化に取り組んでいく必要があります。

こうした取組の中でも、台湾・香港・中国・韓国といった東アジア圏からの観光客などに対して公衆Wi-Fiの整備や案内情報の充実など受入環境を向上させる取組に加え、今後の人口増加や経済発展が見込まれる東南アジア圏からの誘致に取り組むことはもとより、欧米、豪州、ロシア等のアジア圏以外の新しい市場からの誘致に取り組み、バランスの良い外国人観光客の構成比率を目指すことが重要です。

また、観光消費額を増大させるために、富裕層の誘致など、新たな切り口での取組も並行して実施する必要があります。

外国人観光客の誘客に向けて、「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」などが開催されることを契機に、これらの集客力を生かした誘客の取組を積極的に推進する必要があります。これらイベントは、北海道・札幌を国内外に認識してもらう絶好の機会と言えます。

リピーター対策²⁰や観光消費額の増大を目指す上では、外国人観光客をはじめとして観光客が札幌市内での滞在を楽しめるよう、食や自然など観光コンテンツの魅力アップの取組も欠かせません。これまでの取組で進めた藻岩山やモエレ沼公園などの集客交流拠点ごとの魅力をベースとして、食や自然を生かした体験、夜景や温泉など札幌の特性を生かした観光コンテンツを創出、磨き上げていく必要があります。

¹⁹インバウンド誘致…外国人旅行者を日本へ誘致すること。これに対し、日本人による海外旅行をアウトバウンドと呼ぶ。

²⁰リピーター対策…一度来た観光客が、繰り返し来訪するための方策。

(3) M I C E

現状分析と課題

M I C E 参加者は観光による来訪者に比べて消費額単価²¹が高いなど、M I C E には高い経済効果が期待されています。

また、経済面だけではなく、安定した通年需要や世界に向けた P R、再訪問の誘発などの効果も大きいと言われており、国内外において M I C E 開催誘致の都市間競争が激化しています。

こうした中、世界、とりわけアジアでの国際会議の開催件数は増加傾向となっており、札幌での国際会議開催件数も同様の動きを見せています。また、平成 24（2012）年度以降、インセンティブツアーの誘致・支援件数も増加しています。

しかし、札幌は、都市としての規模や魅力度等の M I C E 誘致・開催に有利となる条件は優れているものの、札幌の M I C E 関連施設にはホールと展示場が併設されていないなど、他都市の M I C E 関連施設と比較して劣っている状況から、札幌における国際会議の開催件数の増加率は、全国平均よりやや低く推移しています。

今後、札幌が M I C E における激しい都市間競争に打ち勝つためには、世界の国際会議の開催動向や他都市の状況を見据えた開催支援の強化、大規模な M I C E の開催機能を備えた施設整備、周辺自治体等との連携の推進が課題となります。

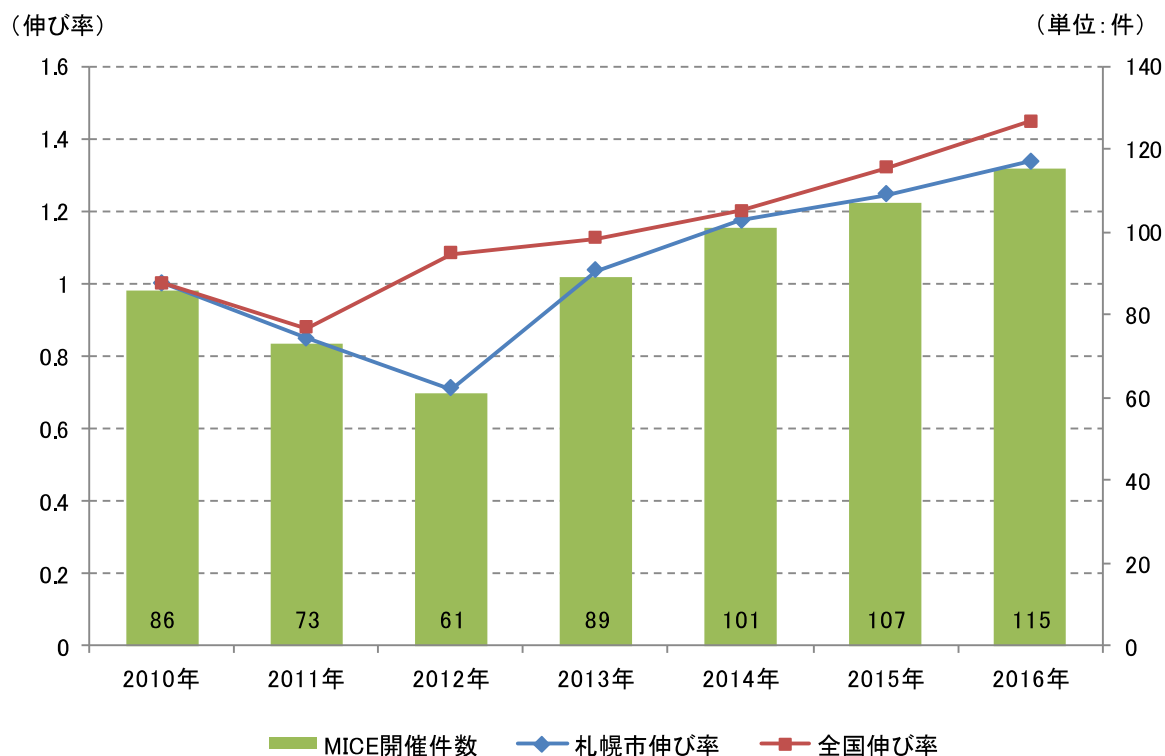
【表 3-5】国内の M I C E 開催状況（J N T O 基準、暦年）

都市名等	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2016/2010
全国	2,159	1,892	2,337	2,427	2,590	2,847	3,121	144.6%
東京(23区)	491	470	500	531	543	557	574	116.9%
福岡市	216	221	252	253	336	363	383	177.3%
京都市	155	137	196	176	202	218	278	179.4%
神戸市	91	83	92	93	82	113	260	285.7%
名古屋市	122	112	126	143	163	178	203	166.4%
横浜市	174	112	126	143	163	190	189	108.6%
大阪市	69	72	140	172	130	139	180	260.9%
仙台市	72	40	81	77	80	221	115	159.7%
札幌市	86	73	61	89	101	107	115	133.7%
北九州市	49	38	45	57	73	86	105	214.3%
広島市	25	24	37	50	50	59	76	304.0%

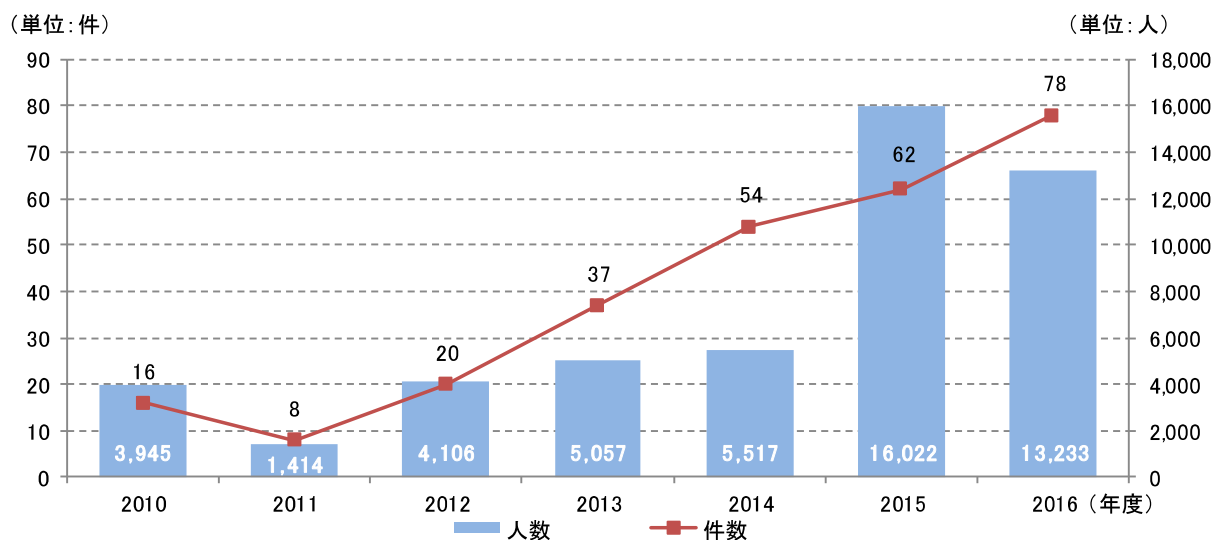
（資料：日本政府観光局（J N T O）「2016 年国際会議統計」）

²¹消費額単価…一人が一回当たりの来札において消費する額の平均値。

【図 3-13】 札幌市 M I C E 開催件数と伸び率



【図 3-14】 インセンティブツアー誘致・支援件数



(資料: 札幌市)

課題を踏まえて

年間を通じて国内外の年間来客数の増加をけん引し、ひいては観光消費額を増加させるなど、多様な効果をもたらすMICEは、観光を補完するための重要な役割を期待されており、その誘致推進に向けては、様々な機能強化が必要となります。

MICE先進都市においては、MICE開催支援制度の充実やMICE関連施設の整備などが見られることから、札幌市においても、世界的に増加傾向にある国際会議を今まで以上に誘致していくために、ユニークベニユーの開発や主催者への開催支援などの事業展開の強化、大規模MICEの受入を目指した新たなMICE施設の整備などに積極的に取り組む必要があります。

(4) イベント

現状分析と課題

札幌の観光の閑散期における集客力向上が課題となっており、イベント開催は集客の大きな誘因となります。

しかし、特に、「雪まつり」や「YOSAKOIソーラン祭り」以外のイベントでは、道外在住者の認知度が低く、魅力的な観光資源を生かすための効果的なプロモーションが不足していると言えます。

また、雪まつりをはじめとした各イベントにおいて、リピーターを意識し、再訪意欲の向上を図るため、新たな魅力アップに努めていく必要があります。

各イベントとも、安全上の観点から会場の収容力の限界などにも課題を抱えていますが、こうした状況の中でも、観光が札幌の経済をけん引する産業となるためには、観客数の維持・増加といった取組と同時に、札幌に対する経済効果を維持・向上させる取組を検討していく必要があります。

【表 3-6】 市内で開催される主なイベント観客数の推移

(単位：千人)

イベント	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度
雪まつり ²²	2,402	2,350	2,609	2,643
YOSAKOIソーラン祭り ²³	2,063	1,875	1,987	2,054
オータムフェスト ²⁴	1,647	2,009	2,203	2,372
夏まつり ²⁵	2,011	2,176	1,879	2,001
ミュンヘン・クリスマス市 ²⁶	941	1,020	1,381	1,200
ライラックまつり ²⁷	398	499	593	704

(資料：札幌市)

²²雪まつり……………昭和 25 (1950) 年に始まった雪像等を楽しむ祭り。大通会場の大雪像が有名で、国内外に知られている札幌の冬の一大イベント。

²³YOSAKOIソーラン祭り…平成 4 (1992) 年に始まった踊りのイベント。高知のよさこい踊りと北海道のソーラン節を組み合わせ、あでやかな衣装に身を包んだ踊り子チームが、市内各会場で独自のよさこい踊りを披露する。

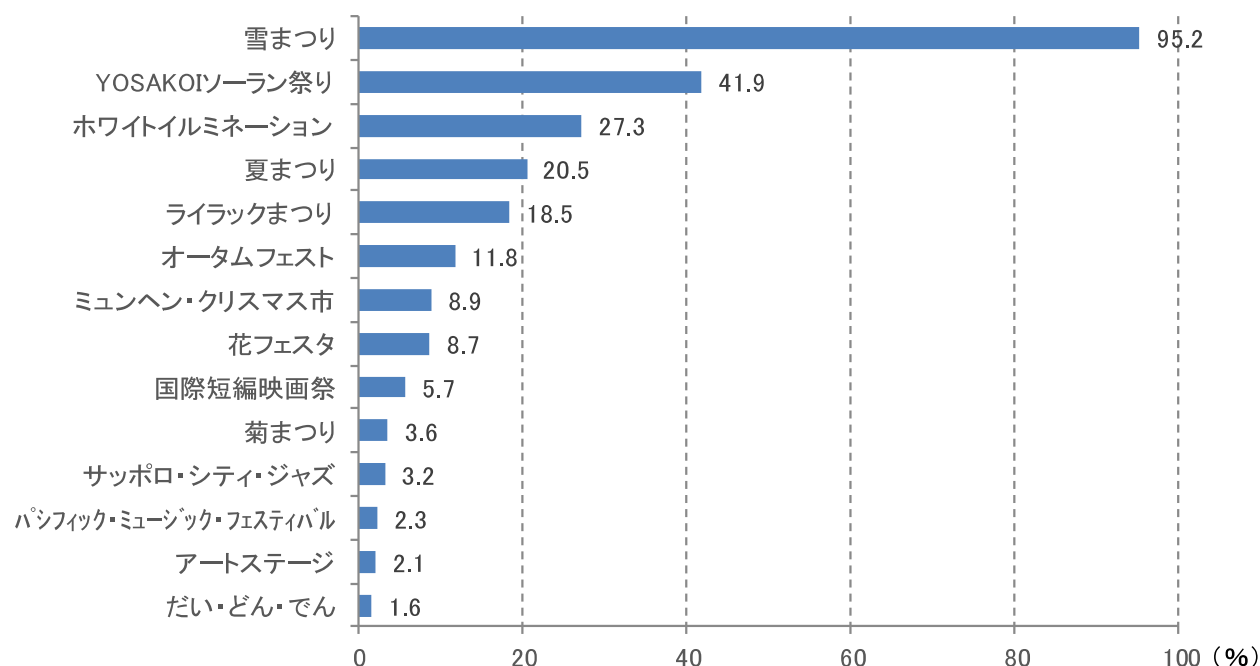
²⁴オータムフェスト……………平成 20 (2008) 年に始まった食のイベント。「北海道・札幌の食」をテーマとし、道内各市町村で採れた農産物や海産物、地元の食材を生かしたご当地グルメ、道産の酒やおつまみといった各地の特産品が並ぶ。

²⁵夏まつり……………昭和 29 (1954) 年に始まった夏の一大イベント。「さっぽろ大通ビアガーデン」や「北海盆踊り」が催され、大勢の市民と観光客でにぎわう。

²⁶ミュンヘン・クリスマス市…平成 14 (2002) 年にミュンヘン市との姉妹都市提携 30 周年を記念して始まったイベント。ドイツを思わせる露店や幻想的なイルミネーションの下、ロマンチックな雰囲気が楽しめる。

²⁷ライラックまつり……………昭和 34 (1959) 年に始まった祭り。半年続く長い冬からの解放と野外散策の季節の到来を市民に告げるイベントであり、「ライラック音楽祭」や「ワインガーデン」などが催される。

【図 3-15】 道外在住者のイベント認知度



(資料:札幌市「来札観光客満足度調査(2017年2月)」)

【表 3-7】 観光イベントの経済効果

		第 69 回さっぽろ雪まつり	さっぽろオータムフェスト 2017	第 16 回ミュンヘン・クリスマス市
市内総消費額		494 億円	475 億円	414 億円
波及効果	生産誘発額	650 億円	621 億円	234 億円
	粗付加価値誘発額	364 億円	349 億円	349 億円
	雇用誘発者数	5,313 人	5,097 人	3,423 人
	税收効果	17 億円	17 億円	11 億円

※波及効果は、平成 23(2011)年札幌市産業連関表による推計

(資料:札幌市「さっぽろ雪まつり経済効果調査(2018年3月)」

「オータムフェスト経済効果調査(2017年12月)」

「ミュンヘン・クリスマス市経済効果調査(2018年2月)」)

課題を踏まえて

イベントの集客力を高めるためには、各イベントのマーケティング²⁸を十分に行うとともに、新たな価値を創造していく取組や観光客の安全・安心を確保する取組を通じて、札幌らしいイベントによる集客交流を図り、札幌に対する経済波及効果を高める取組が必要です。

また、各イベントの認知度を高める取組も必要であり、例えば、SNSを活用したイベントの発信の強化や日本の人口の6割以上を占める東京、大阪、名古屋の3大都市圏などでのプロモーションが重要となります。

²⁸マーケティング…企業や非営利組織が行うあらゆる活動のうち、「顧客が真に求める商品やサービスを作り、その情報を届け、顧客がその商品を効果的に得られるようにする活動」の全てを表す概念。

(5) 宿泊環境

現状分析と課題

札幌市内における観光客の日帰り、宿泊の構成は、近年、日帰り客が55%程度、宿泊客が45%程度で推移しています。

しかし、平成28(2016)年度では、前年度同期比で日帰り客が8.7%増加する一方、宿泊客は6.9%の減少がみられました。こうした動向を反映し、近年は70～80%を推移していた宿泊施設の稼働率は、平成28(2016)年度には、やや低下しており、札幌の経済への影響が懸念されるところです。

次に、宿泊単価については、他都市と比較して、大阪市について上昇幅が大きくなっており、年間で約15%の上昇がみられます。これは観光消費額を上昇させる要因となっています。

札幌市内の宿泊施設の数については、年々増加しており、報道されている情報等を集計すると、今後も一定程度の増加が見込まれます。これは、外国人観光客の増加をはじめとした観光客の宿泊需要を見込んだホテル建設(投資)が行われていると考えられます。

【表3-8】宿泊施設の建設予定

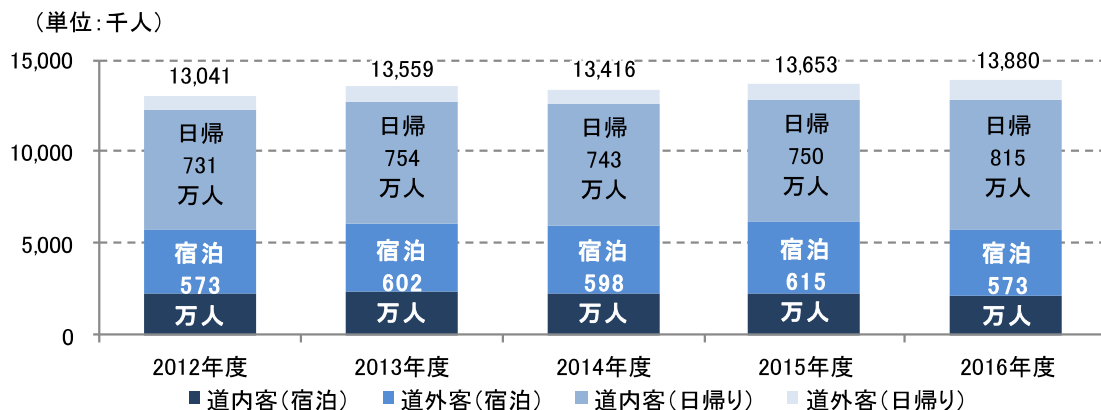
年度	新設・増設	増加室数	宿泊キャパシティ
～2017年度	7件	850室	3.1%増
～2018年度	8件	1,617室	5.7%増
～2019年度	0件	0室	－
2020年度～	4件	740室	2.5%増
合計	19件	3,207室	11.8%増

(札幌市集計)

また、観光客を増加させるためには、宿泊施設で働く人材の確保も課題となります。平成28(2016)年12月に北海道が実施した「宿泊業アンケート(事業主)」では、現在の経営上の問題点として、「施設の老朽化(57.8%)」の次に「スタッフの確保、育成、活性化(53.9%)」が挙げられています。特に、正社員の数では約3割、非正規社員の数では約4割の不足と事業主が回答している状況です。

さらに、住宅宿泊事業法の施行(平成30(2018)年6月)により、一般住宅への宿泊需要及び供給も見込まれることから、今後の動向を見据えた宿泊環境の考え方、整備、多様なニーズへの対応が求められます。

【図3-16】市内観光客の日帰り、宿泊構成



(資料:札幌市)

【表 3-9】 宿泊施設稼働率と平均宿泊単価の推移

(単位：円)

年度	市内 稼働率	平均宿泊単価						
		札幌	東京	横浜	名古屋	京都	大阪	福岡
2013 年度	73.4%	9,902	13,882	10,182	8,697	13,808※	10,583	8,977
2014 年度	75.8%	11,245	15,692	12,296	9,489	14,319	12,257	10,337
2015 年度	79.7%	13,088	16,945	13,928	10,945	16,334	15,157	11,209
2016 年度	71.6%	—	—	—	—	—	—	—

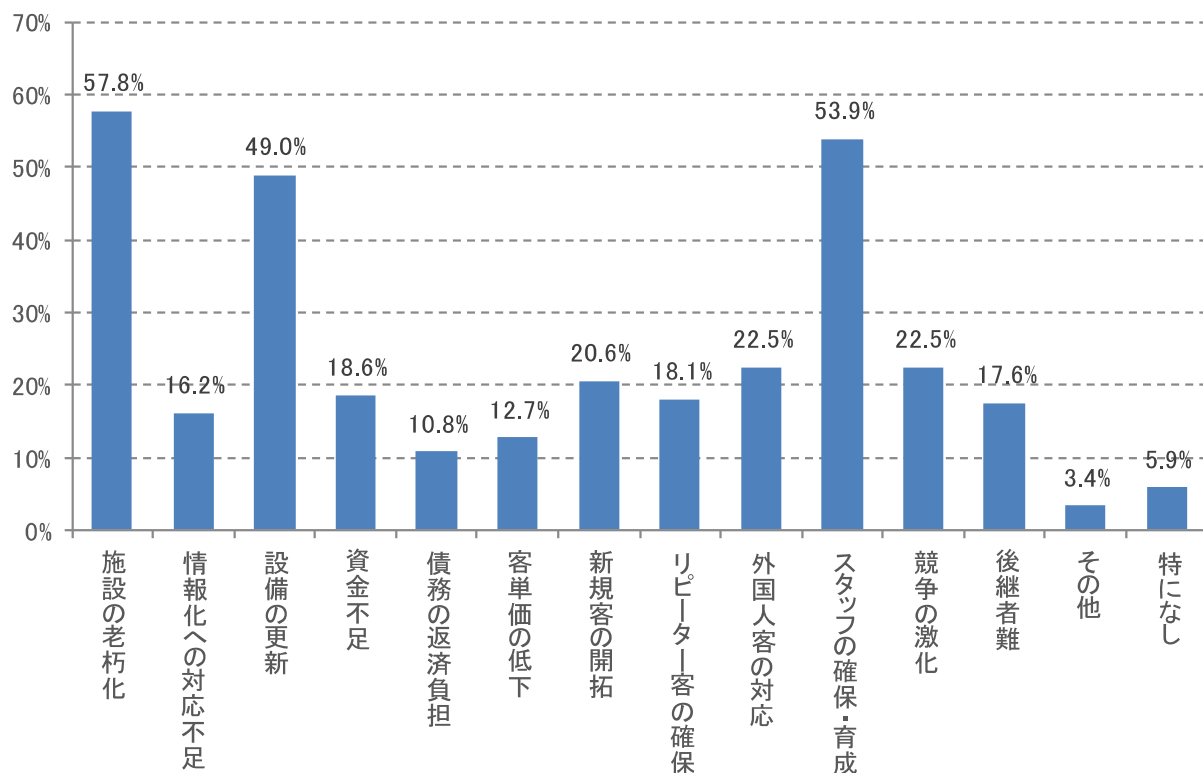
(資料：Hotels.com ホームページ)

【表 3-10】 宿泊施設の年度別推移 (単位：軒、室、人)

年度	軒数	客室数	定員数
2012 年度末	183	26,296	50,620
2013 年度末	183	26,202	50,150
2014 年度末	191	26,642	51,285
2015 年度末	191	26,927	52,064
2016 年度末	201	27,119	52,507

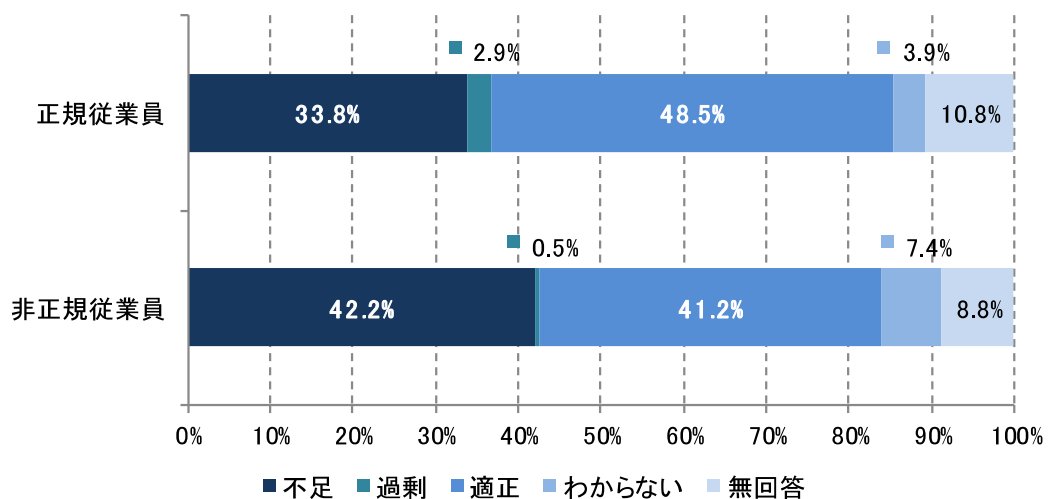
(資料：札幌市)

【図 3-17】 宿泊事業における経営上の問題点



(資料：宿泊業における従業員の働き方改革に向けて (2016 年度北海道))

【図 3-18】 宿泊事業における従業員の過不足状況



(資料：宿泊業における従業員の働き方改革に向けて (2016 年度北海道))

課題を踏まえて

年間来客数や滞在日数、再訪意欲を向上させるためには、これらを受け入れる宿泊キャパシティやサービスの向上など、宿泊環境に関する現状と課題を分析し、満足度を高めるための受入環境整備が重要となります。このため、国内外からの観光客の誘致と連動し、それらの受入環境の向上を図る必要があります。

宿泊環境に関しては、近年の外国人観光客や個人旅行（FIT）による観光客の増加などで多様化する旅行ニーズに対し、観光客の受入環境として、外国人観光客への多言語対応、富裕層向けの宿泊施設の整備に向けた支援、住宅宿泊事業法による宿泊事業の適切な運用など、札幌市内の宿泊施設の動向を見極め、質の向上等に取り組んでいく必要があります。

また、北海道の観光業界における人材確保が課題となっており、札幌においても宿泊業をはじめとして同様の傾向がみられます。このため、全国の人材確保に向けた先進的な事例の紹介やサービス生産性の向上に向けた支援などの新たな取組も重要となります。

(6) 交通環境

現状分析と課題

観光客の来札経路としては、乗用車とＪＲが多く、観光バスについては平成 26（2014）年の新運賃・料金制度適用以後、減少傾向にあります。観光バスの利用者が減少したその他の理由としては、旅行形態が団体旅行から個人旅行へ変化していることや、道外からの観光客の減少が観光バスの利用の低下に繋がっていると考えられます。

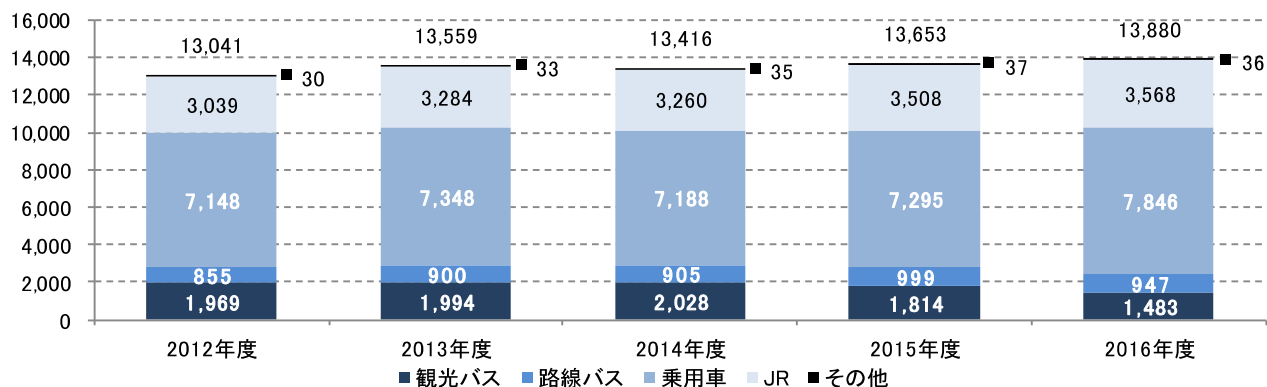
道外や海外からの観光客を増加させるためには、来道するまでの交通機関を確保・充実させることが基本的な課題として挙げられ、道外観光客が航空機により来道した後、札幌まで訪れる手段として観光バスの確保や乗降場の整備など二次交通²⁹の課題にも注視していく必要があります。

また、札幌と地方主要都市を飛行機で結ぶ丘珠空港は、新千歳空港との役割分担を踏まえながら、道央圏と道内各地の交流を支える道内航空ネットワークの中核を担う空港として位置づけられています。これまではビジネス利用が多い傾向がありましたが、静岡空港とのジェット便就航（夏季ダイヤ）などによって、観光客の利用も期待されており、観光客受入機能の充実や札幌都心部へのアクセス環境の向上を目指す必要があります。

現状では、道外との移動手段は航空機に大きく依存しており、週末や夏季、イベント開催時は航空機が満席になることも多く、交通手段の多様化が必要とされています。特に、平成 28（2016）年 12 月に新千歳空港で多くの観光客が足止めされた事例をはじめとして、冬季は悪天候による遅延、欠航の発生リスクが高くなります。このため、北海道新幹線の早期札幌延伸が実現するよう取り組むことは、特に時間短縮効果が大きい東北地方からの新たな観光客の増加や、相互送客から創出される経済・文化交流による経済効果の波及などが期待されることに加え、道外との安定的な交通手段の確保にもつながる重要な取組となります。

さらに、新千歳空港の発着状況や空港連絡バスなど、悪天候時の公共交通機関の運行状況を観光客にわかりやすく提供できるよう、ＩＣＴ技術などを活用した取組も必要となっています。

【図 3-19】 来札経路の構成



（資料：札幌市）

²⁹二次交通…複数の交通機関等を使用する場合の、二種類目の交通機関のこと。

【表 3-11】各都市への所要時間

区間		新幹線	航空機
札幌駅から	新函館	約50分	約2時間30分
	新青森	約1時間20分	約3時間00分
	盛岡	約2時間00分	約3時間10分
	仙台	約2時間50分	約3時間20分

※新青森-札幌間の最高速度を 300 km/h と想定

(資料:北海道経済連合会調べ(2007年))

【表 3-12】国内(道外)航空路線(新千歳空港発着)

2017年10月現在

地 方	空 港	航空会社									
		ANA	JAL	JJP	VNL	APJ	ADO	SKY	FDA	SJO	WAJ
東 北	青 森	○	○								
	いわて花巻		○								
	仙 台	○	○			○	○				
	秋 田	○	○								
	山 形								○		
	福 島	○									
関 東	茨 城							○			
	成 田	○	○	○	○	○				○	
	羽 田	○	○				○	○			
中 部	新 潟	○	○								
	富 山	○									
	小 松	○									
	信州まつもと								○		
	富士山静岡	○									
	中 部	○	○	○			○	○			○
近 畿	伊 丹	○	○								
	関 西	○	○	○		○					
	神 戸	○					○	○			
中 国	岡 山						○				
	広 島		○				○				
九 州	福 岡	○	○			○		○			
沖 縄	那 覇	○									

(資料:新千歳空港ターミナルビルホームページ)

※航空会社欄の ANA は全日本空輸、JAL は日本航空、JJP はジェットスター・ジャパン、VNL はバニラエア・ジャパン、APJ はピーチ・アビエーション、ADO は AIRDO(旧:北海道国際航空)、SKY はスカイマーク、FDA はフジドリームエアライン、SJO はスプリング・ジャパン、WAJ はエアアジア・ジャパンを示す。

【表 3-13】 国際航空路線（新千歳空港発着）

2017 年 10 月現在

路 線	航 空 会 社	便 数
北 京	中国国際航空	週 7 便
上 海	中国東方航空	週 7 便
	春秋航空	週 7 便
	上海吉祥航空	週 4 便
天 津	天津航空	週 2 便
南 京	中国東方航空	週 2 便
杭 洲	海南航空	週 2 便
高 雄	チャイナエアライン	週 5 便
台 北	ピーチ	週 3 便
	エバー航空	週 1 4 便
	チャイナエアライン	週 7 便
香 港	キャセイパシフィック航空	週 5 便
	香港航空	週 9 便

路 線	航 空 会 社	便 数
ソウル（仁川）	大韓航空	週 1 3 便
	イースター航空	週 7 便
	アジアナ航空	週 7 便
	済州航空	週 7 便
	ジンエアー	週 7 便
	ティーウェイ航空	週 7 便
釜 山	エアブサン	週 6 便
	大韓航空	週 3 便
大 邱	エアブサン	週 5 便
シンガポール	スクート	週 3 便
クアラルンプール	エアアジアX バハド	週 4 便
バンコク	タイ国際航空	週 5 便
ホノルル	ハワイアン航空	週 3 便
グアム	ユナイテッド航空	週 2 便
ユジノサハリンスク	オーロラ航空	週 3 便

（資料：千歳市ホームページ）

課題を踏まえて

道内外・海外からの観光客数を増加させるためには、直行航空便の就航が効果的であり、これを促進する取組は、観光客の誘致活動の一環として引き続き重点的に取り組む必要があります。

また、航空便就航や発着枠の拡大、新幹線開業の効果を最大限に生かすためには、二次交通の充実を図ることが必要です。北海道・札幌は、空港などの交通拠点や観光スポットの移動距離が比較的長く、二次交通は欠かせないものであり、観光施設等を周遊する手段の充実は年間来客数のみならず、満足度や再訪意欲などの向上に影響するものと言えます。

今後は、個人旅行（FIT）による観光客が増加することが見込まれることから、受入環境、着地型サービスの一つとして、公共交通の情報を迅速かつ丁寧に提供する仕組みづくりなどに取り組む必要があります。

(7) 経済効果

現状分析と課題

札幌は国内有数の観光都市であり、観光分野の活性化を図ることで、小売、飲食、運輸、宿泊業など、多様な分野への経済効果が期待されます。

観光消費額や消費額単価は、外国人観光客、道外客の順に高く、特に宿泊を伴う観光は、札幌への経済効果が高いことから、市内への宿泊を伴う観光客の誘客や滞在日数の延長の促進などに取り組むことによって、経済効果を高めることが可能になります。

平成 22（2010）年度以降、第 5 回北海道観光産業経済効果調査（平成 21（2009）年度 北海道実施）を基準として、札幌市が独自に市内の観光消費額を算出しており、平成 27～28（2015～2016）年度においては、外国人観光客の「爆買い」や宿泊単価の上昇などで、総観光消費額は増加しています。

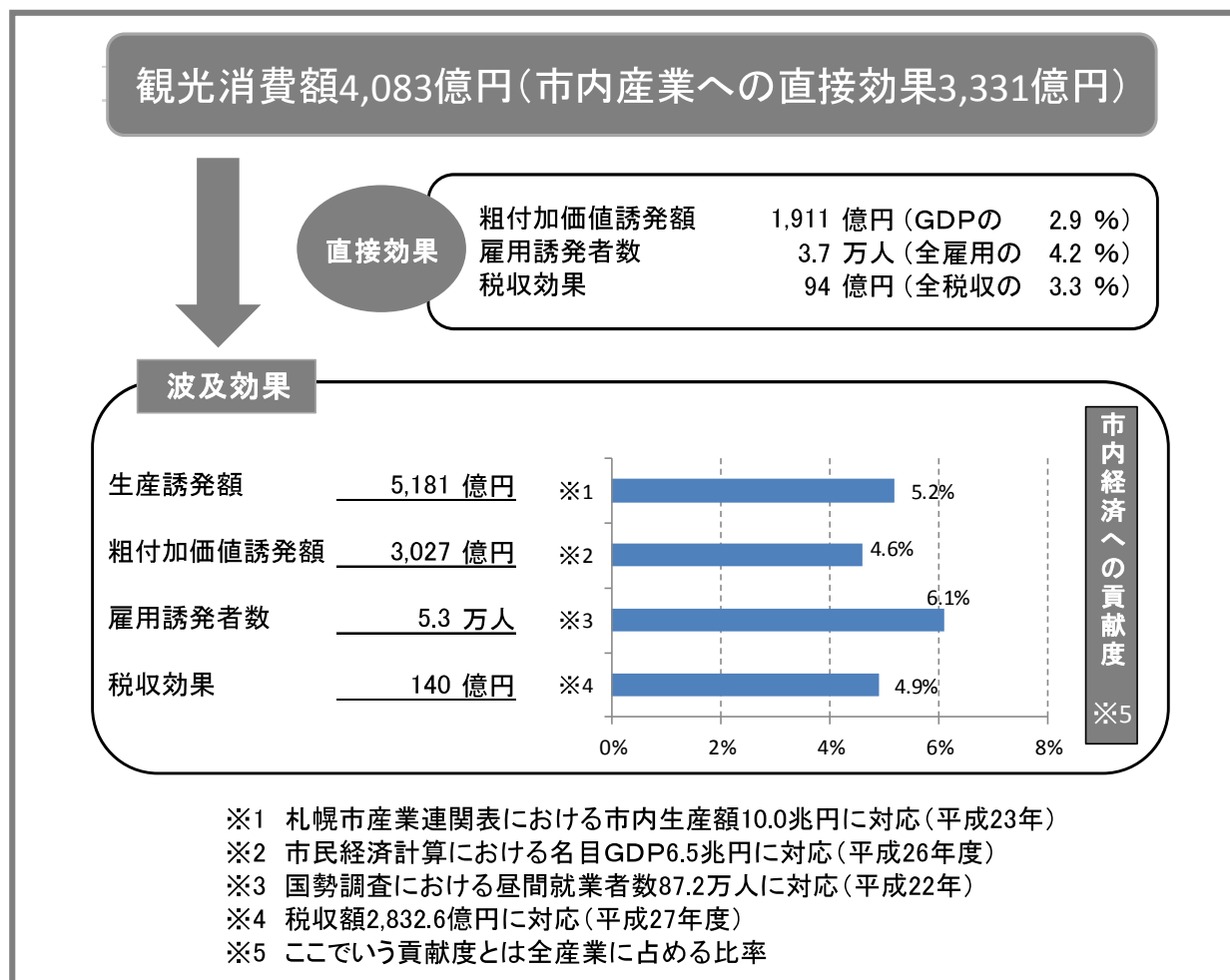
しかし、これらは国内外の経済状況、為替、免税制度、インターネット通販による購買の普及などによって大きく左右される傾向があることから、観光客の消費動向を的確に把握し、観光客の消費意欲に応える仕組みづくりを検討していく必要があります。

【表 3-14】観光消費額単価の推移

年度	消費額単価			総観光消費額
	道内客	道外客	海外客	
平成25年（2013年）	20,871円	38,215円	79,796円	4,034億円
平成26年（2014年）	20,871円	39,553円	86,148円	4,293億円
平成27年（2015年）	20,871円	53,191円	114,888円	5,440億円
平成28年（2016年）	20,871円	31,601円	122,219円	5,229億円
平成28年（試算）	22,949円	29,121円	109,915円	4,788億円
当初目標値	23,000円	39,000円	73,000円	4,700億円

※第 6 回北海道観光産業経済効果調査（2017 年度）を基準に試算した消費額単価と、第 5 回調査（2009 年度）を基準に推計した消費額単価を比較すると、道内客においては消費額単価の上昇が見られ、道外客・海外客においては、消費額単価の減少が見られる。

【図 3-20】 平成 26（2014）年度札幌経済への波及効果



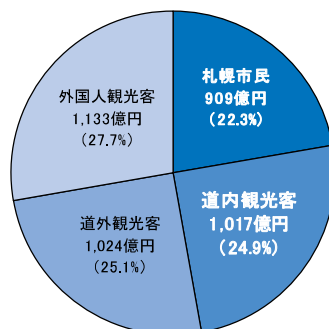
(資料:札幌市「第5回観光産業経済効果調査(2017年12月)」)

【表 3-15】 平成 26（2014）年度総観光消費額

区 分	観光消費単価 (円/人)【A】	年間観光客数 (万人)【B】	総観光消費額 (億円)【A×B】	構成比
札幌市民	6,248円	1,454	909	22.3%
札幌市以外に居住する道民	-	887	1,017	24.9%
うち日帰り観光	7,521円	661	497	12.2%
うち宿泊観光	22,949円	227	520	12.7%
道外客	-	313	1,024	25.1%
うち日帰り観光	14,405円	83	119	2.9%
うち宿泊観光	39,346円	230	905	22.2%
外国人客	80,028円	142	1,133	27.7%
合 計	-	2,796	4,083	100.0%

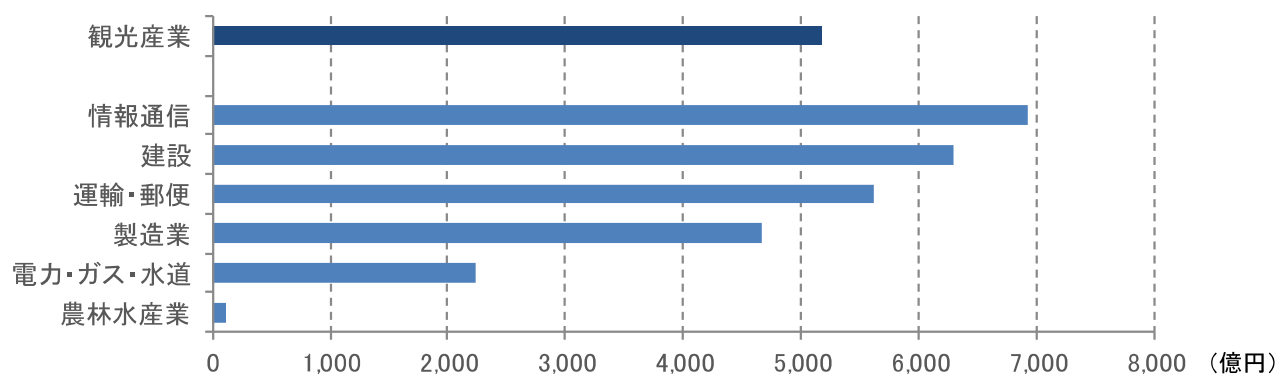
(資料:札幌市「第5回観光産業経済効果調査(2017年12月)」)

【図 3-21】平成 26（2014）年度 観光消費額の属性別内訳



＜資料＞札幌市「第 5 回札幌市観光産業経済効果調査」
(2017 年 12 月)

【図 3-22】平成 26（2014）年度 札幌市における観光産業と他産業との市内生産額の比較



(資料:札幌市「第 5 回札幌市観光産業経済効果調査(2017 年 12 月)」 「2011 年札幌市産業関連表(2017 年 12 月)」)

【表 3-16】平成 26（2014）年度産業別経済波及効果

(単位:百万円)

区 分	観光消費額	生産誘発額	粗付加価値誘発額	雇用誘発者数(人)
製造業	64,839	26,263	9,109	2,033
商 業	73,948	93,672	60,949	12,985
運輸・通信業	71,799	98,667	62,980	6,993
サービス	183,800	229,799	122,865	24,742
飲食サービス	67,334	73,588	30,501	8,512
宿泊業	69,240	69,306	36,723	8,458
その他サービス	47,226	86,905	55,640	7,772
その他	13,928	69,711	46,796	6,099
合 計	408,314	518,113	302,698	52,851

(資料:札幌市「第 5 回観光産業経済効果調査 (2017 年 12 月)」)

課題を踏まえて

札幌市における「観光」は、さまざまな業種に経済波及効果をもたらし、札幌の経済を牽引する産業として、重要な役割を担っています。こうした産業振興の観点から、今後の観光振興の施策には、観光の消費単価が高い外国人観光客や道外観光客の誘客が重要であるとともに、これらの観光客の滞在日数を延ばし、飲食や小売業などの関連する消費行動を活性化させる取組が必要です。例えば、市内の都心部だけではなく、郊外部の観光地まで足を運んでいただくICTなどを活用した周遊促進やMICE誘致の推進、宿泊を伴う夜間観光の推進などに取り組むことなどが施策として重要であり、一体的に進めていくことが求められます。

また、観光消費額を高めるためには、定山溪温泉をはじめとした集客交流拠点や観光コンテンツなどの付加価値を向上させるなど、一人当たりの消費額単価を高めるための取組のほか、消費額単価の高い道外観光客や外国人観光客に対する誘客の促進を図ることも重要な取組となります。

また、観光消費額の増加には、来札幌観光客数を増加させるための取組と併せて、滞在日数の延長の促進も重要です。これには、イベントの魅力アップや夜間観光の促進など、閑散期も含めて年間通じた観光客の滞在日数の底上げを図るような取組が必要です。

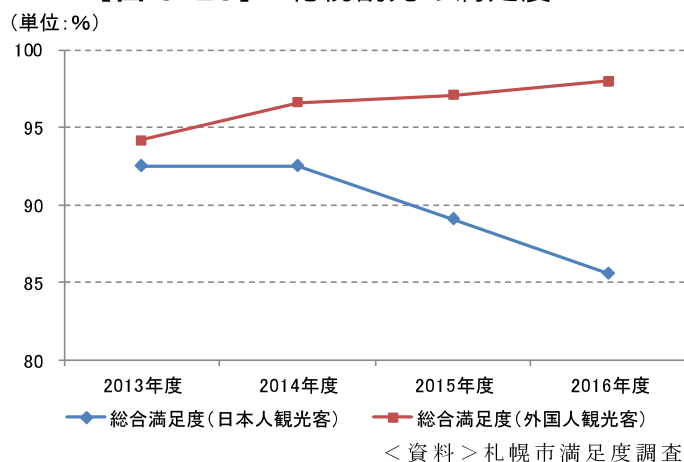
(8) 観光客評価

現状分析と課題

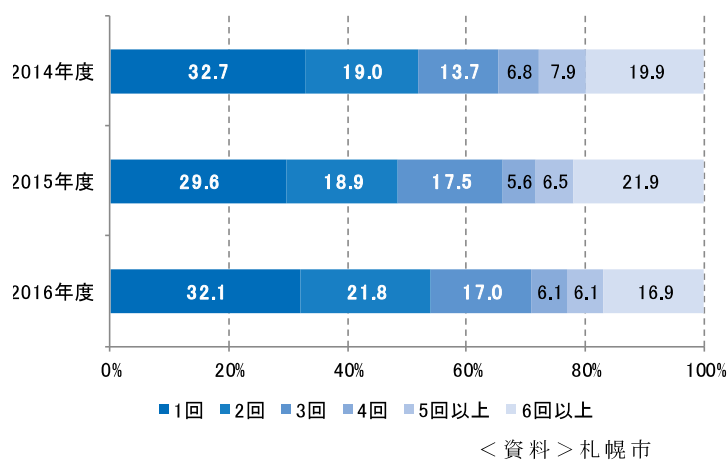
札幌を訪れる観光客の6割以上が、札幌を2回以上訪れたことがあるリピーターですが、毎年国内の道外客に対して実施している調査によると、プラン策定以降、再訪意欲がやや減少傾向となっています。

この理由として「1回の来札で満足」「都市化しており、自然が少ない」などの意見が出されており、再訪意欲を高める観光コンテンツの魅力向上が求められます。食や自然、スポーツ、アートなど様々なツーリズムが札幌には育まれており、こうした観光コンテンツを多様化する観光客のニーズに対応することで、札幌観光の満足度の向上を図り、更なるリピーターの増加が喫緊の課題となっています。

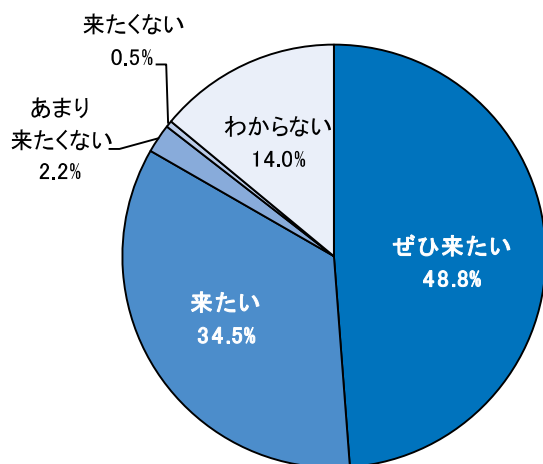
【図 3-23】 札幌観光の満足度



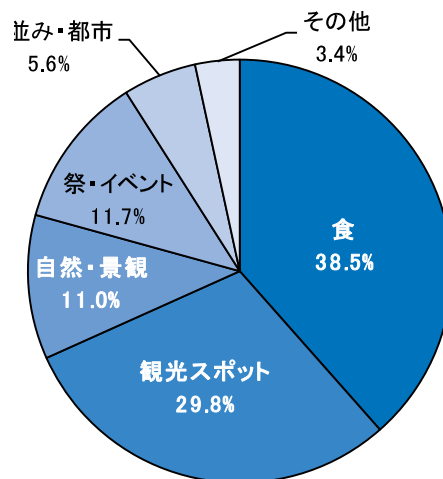
【図 3-24】 観光客の来札回数



【図 3-25】 札幌への再訪意欲



【図 3-26】 札幌観光のイメージ



(資料:札幌市「来札観光客満足度調査(2017年2月)」)

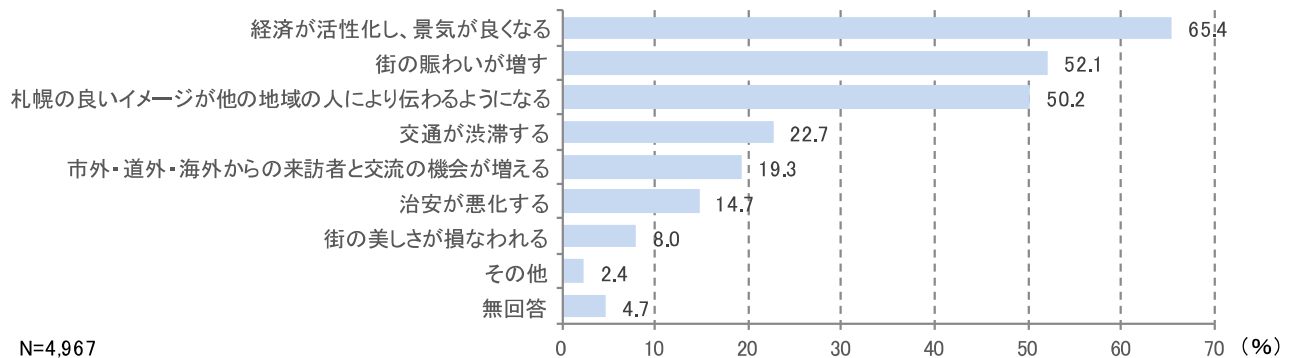
課題を踏まえて

観光統計の数値からは、来札観光客の満足度は比較的高いと言えます。しかし、外国人観光客が高い満足度を維持している一方、国内観光客には満足度の低下が見受けられ、満足度の低下は、再訪意欲の低下につながります。

団体旅行から個人旅行（ＦＩＴ）へのシフトや外国人観光客の増加、格安航空会社（ＬＣＣ）の就航による多様な旅行形態の拡大に対応するためには、来札観光客の感想を単なる「満足」から「感動」へと変えていくことや、観光コンテンツやイベントの魅力向上、着地型観光サービスの充実が重要となります。そのため、発地ごとに異なる観光客ニーズや、観光を取り巻く時代の変化を常に的確に捉え、満足度を高めるための対応を迅速かつ積極的に実践していくことが求められます。また、ＩＣＴ等を活用し、観光客の動向、消費行動などを把握し、民間事業者と情報を共有し、受入体制・サービスの強化を行うなどの取組も重要となります。

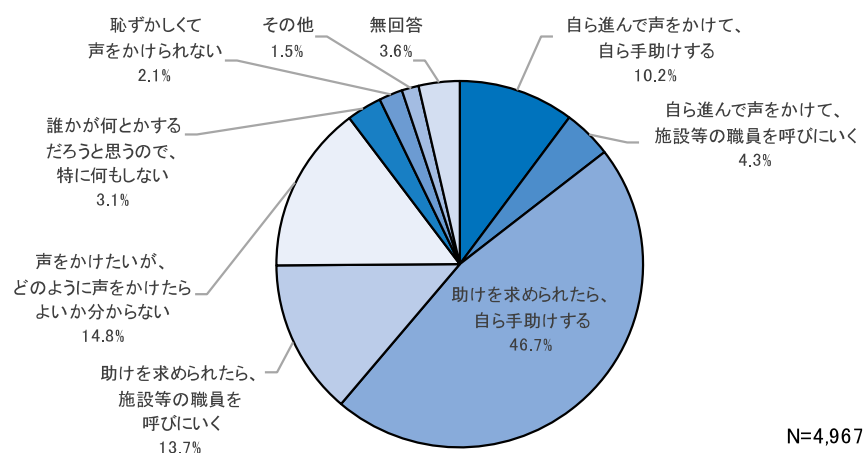
(9) 札幌市民の観光に対する意識
 (『2014 年度第 1 回市民アンケート報告書』より)

【図 3-27】 観光客増加による生活の変化



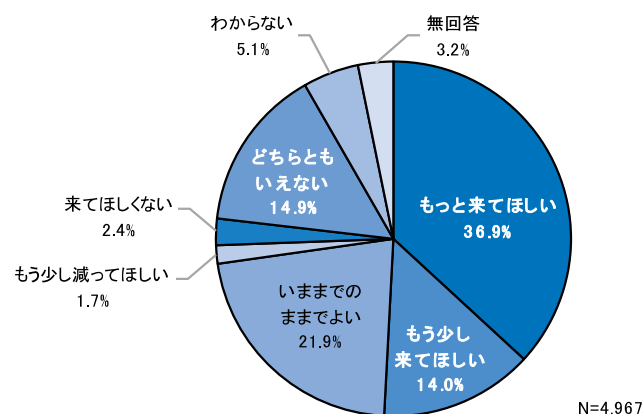
観光客増加による生活の変化は、「経済が活性化し、景気が良くなる」が 65.4%、「街のにぎわいが増す」が 52.1%、「札幌の良いイメージが他の地域の人により伝わるようになる」が 50.2%となっており、観光客増加に対して、良い影響があると考えている人の割合が多くなっています。

【図 3-28】 困っている観光客への対応



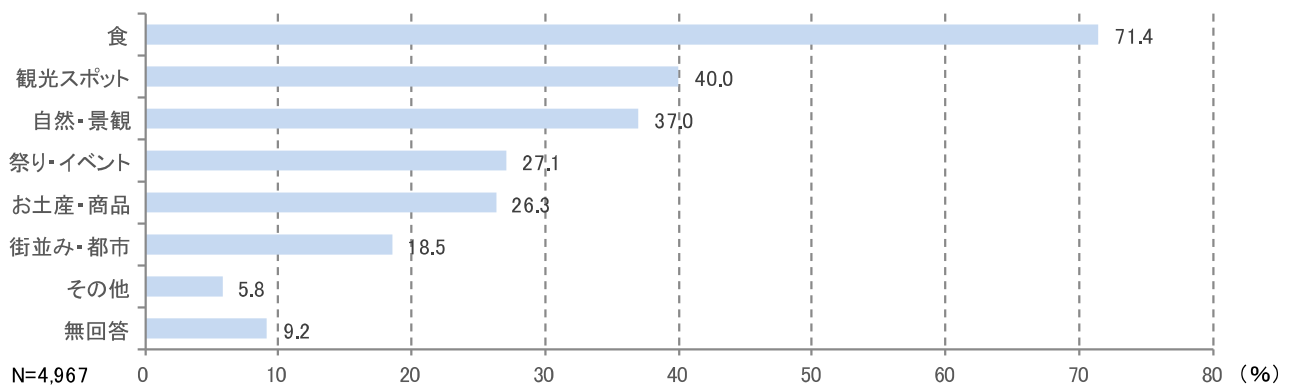
困っている観光客への対応は、「助けを求められたら、自ら手助けする」が 46.7%、「声をかけたいが、どのように声をかけたらよいか分からない」が 14.8%、「助けを求められてら、施設等の職員を呼びにいく」が 13.7%となっており、自ら手助けすると答える人が多い一方、声の掛け方が分からないと答えている人もいます。

【図 3-29】 外国人旅行者増加の希望

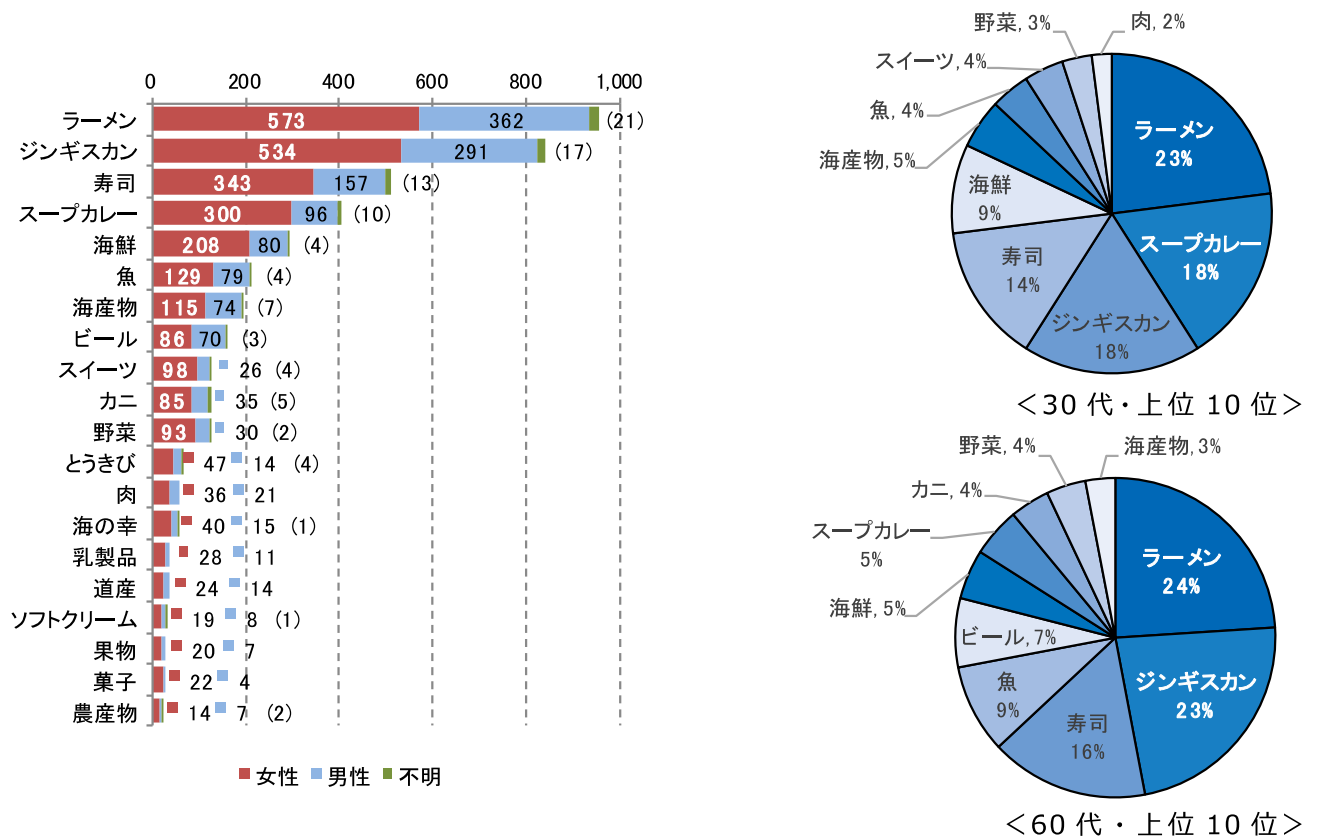


外国人旅行者増加の希望は、「もっと来てほしい」が 36.9%、「もう少し来てほしい」が 14.0%と半数を超えています。

【図 3-30】 札幌のお勧めしたいもの

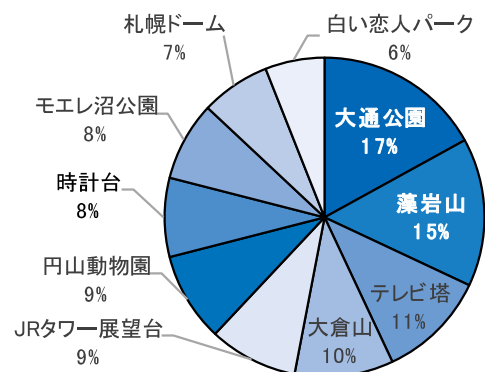
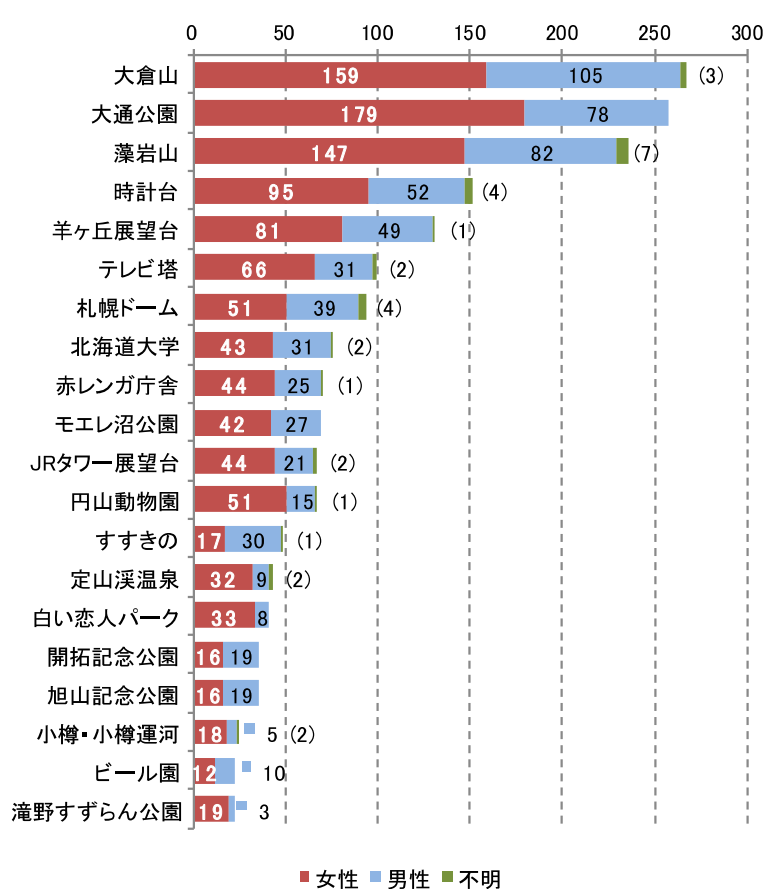


【図 3-31】 札幌のお勧めしたいもの(具体的な記載・食)

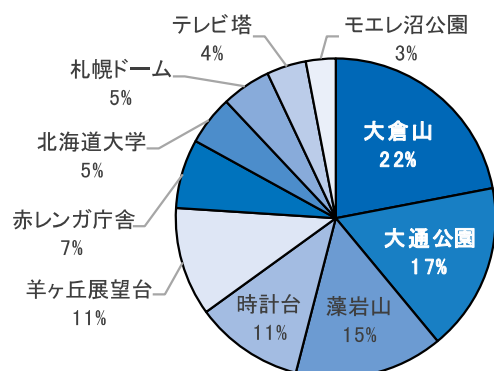


札幌のお勧めのうち、「食」と答えた人の具体的な記載では、ラーメンやジンギスカンなどが上位となっているほか、消費をけん引する女性にスイーツや野菜が指示されていることや、若い世代にはスープカレーの人气が定着していることが特徴的です。

【図 3-32】 札幌のお勧めしたいもの(具体的な記載・観光スポット)



<30代・上位10位>



<60代・上位10位>

札幌のお勧めのうち、「観光スポット」と答えた人の具体的な記載では、大倉山、大通公園、藻岩山が上位となっているほか、外国人観光客に人気の高い花を楽しめる施設などはあまり観光資源として認識されていない状況です。若い世代では、円山動物園の人气が高くなっています。

【表 3-17】 札幌の経済産業における「観光の重要性」

	回答数	割合
とても重要だと思う	104	81.9%
まあまあ重要だと思う	17	13.4%
あまり重要ではないと思う	1	0.8%
全く重要ではないと思う	1	0.8%
無効回答	1	0.8%
無回答	3	2.4%
合計	127	100.0%

【表 3-18】 観光客にアピールできる札幌の1番の魅力

	回答数	割合
様々な観光イベント(さっぽろ雪まつり、さっぽろオータムフェストなど)	47	37.0%
「食」が充実している(飲食店が豊富、道内各地の食が楽しめるなど)	38	29.9%
藻岩山やさっぽろテレビ塔等からの夜景	1	0.8%
雪を活かした景観やウィンタースポーツがある	7	5.5%
全国的に有名な「すすきの」がある	4	3.1%
夏場の過ごしやすい気候	8	6.3%
モエレ沼公園、芸術の村などの文化芸術施設	0	0.0%
道内各地へのアクセスがしやすい立地環境	5	3.9%
その他	7	5.5%
無効回答	8	6.3%
無回答	2	1.6%
合計	127	100.0%

(資料「札幌市観光まちづくりプランパネル展」アンケート調査(2017年11月))

現状を踏まえて

各アンケートの結果によると、札幌市民は、観光に対して好意的であり、観光客を受け入れる意識も高いと考えられます。

札幌市が平成 29（2017）年 11 月に実施した「札幌市観光まちづくりプランパネル展」の来場者アンケートによると、観光客の増加が札幌の経済に良い影響をもたらしていると認識している方が 9 割以上となっており、プラン策定以降も、市民意識の傾向は変わっていないと考えられます。増加する国内外からの観光客をより温かく迎え、再び札幌を訪れてもらえるように、まち全体のおもてなしをレベルアップする取組を実施していくことが重要です。

今後も、観光振興は札幌の経済をけん引する産業の一つとして認識され、市民自らが、おもてなしの気持ちで観光客とふれあい、市民一人ひとりが札幌の魅力を向上させ、発信していけるよう、観光コンテンツの魅力向上と同時に、観光資源についての情報提供の充実を図っていくことが必要です。