

テーマ		産業・活力				
創造戦略		都市ブランド創造戦略 ～道内循環を高め、道外需要を取り込む手法と基盤づくり				
「成果指標」 実績値の推移に係る検証と今後の取組		(現状値)	25年度末 (実績値)	26年度末 (実績値)	----->	34年度 (目標値)
5-① 世界の活力を取り込む国際戦略の積極的展開						
29	「グローバル化への取組を行っている企業の割合」	8.7% (24年度)	8.2% (25年度)	12.3% (26年度)		45% (34年度)
	・成功事例による他企業への波及などにより、グローバル化に取り組む企業は増加しているものの、ネットワークやノウハウなどに障壁があり、全体へ浸透していない状況にある。 ・今後とも、海外とのネットワーク構築や市場情報等の収集、販路の開拓・拡大などを支援していく。					
30	「国際会議の開催件数」	83件 (23年度)	86件 (25年度)	101件 (26年度)		130件 (34年度)
	・実績値は上昇しており、継続的な誘致支援活動が実績へ結び付いていると考えられる。 ・今後は、札幌の強みを生かした誘致戦略を展開するとともに、誘致や開催支援を担う体制の強化を行う。					
5-② 創造性を生かしたイノベーションの誘発						
31	「IT・コンテンツを活用して高付加価値をつけよう と思っている企業の割合」	13.2% (24年度)	15.2% (25年度)	14.0% (26年度)		20% (34年度)
	・実績値は下降しており、製造業や情報通信業において取り組む割合が高い一方で、その他のサービス業への取組が広がっていないなど業種ごとの活用割合に差が出ている状況にある。 ・今後とも、IT企業やコンテンツ事業を営む者と、他産業企業とのさらなる連携促進に取り組んでいく。					
32	「クリエイティブ産業の従事者数」	37,390人 (21年度)	【参考】 33,947人 (24年度)	35,231人 (26年度)		39,000人 (34年度)
	・実績値は上昇しており、東日本大震災の影響により落ち込みがあった建設設計業に回復が見られるほか、ソフトウェア業の増加が要因となっている。 ・今後とも、創造的な民間の経済活動を積極的に支援するとともに、官民組織横断的な人的ネットワークを形成し、官民一体でクリエイティブ産業を振興する取組を推進していく。					
5-③ 広域連携ネットワークの強化と投資環境の充実						
33	「札幌を含めた広域経済圏の輸出額」	1,838億円 (23年度)	2,622億円 (25年度)	3,072億円 (26年度)		2,000億円 (34年度)
	・実績値は、輸出額自体が大きい自動車部品の増加が要因となり、大きく上昇している。 ・今後とも、市場情報の収集・発信、商談の機会提供、商品改良支援を継続するとともに、ターゲットを絞った海外展開を支援していく。					
34	「誘致施策を活用した立地企業数」	80社 (24年度)	95社 (25年度)	111社 (26年度)		175社 (34年度)
	・実績値は上昇しており、これは、東日本大震災以降の企業のリスク分散の動きや、首都圏でのIT人材確保の難しさを契機とした地方での開発拠点設置の高まりなどにより、コールセンター・バックオフィスや、IT・コンテンツ・バイオ企業の立地が多いことが要因となっている。 ・今後とも引き続き、近隣自治体、民間事業者等と連携を図りながら、誘致活動を進めていく。					

テーマ	2	産業・活力				
創造戦略	5	都市ブランド創造戦略 ～道内循環を高め、道外需要を取り込む手法と基盤づくり				
「成果指標」 実績値の推移に係る検証と今後の取組		(現状値)	25年度末 (実績値)	26年度末 (実績値)	----->	34年度 (目標値)
5-④ シティプロモート戦略の積極的展開						
35	「観光地としての総合満足度(「満足」と回答した人の割合)」【再掲 創造戦略4 NO. 22】	27% (24年度)	21.9% (25年度)	23.0% (26年度)		40% (34年度)
	<ul style="list-style-type: none"> 実績値は横ばいとなっているが、各観光スポットにおける取組などが、観光客に好印象を与えていると考えられる。 今後も引き続き、雪まつりやオータムフェストなどの観光イベントや、定山溪、すすきのなど集客交流拠点の更なる魅力アップを図っていく。 					
36	「年間来客数」 【再掲 創造戦略4 NO. 24】	1,304万人 (24年度)	1,356万人 (25年度)	1,342万人 (26年度)		1,500万人 (34年度)
	<ul style="list-style-type: none"> 実績値は横ばいとなっており、外国人観光客は増加しているものの、消費税や貸切バス料金の高騰など観光環境の変化が影響していると考えられる。 今後も引き続き、アジア各国への誘客プロモーションを強化することに加え、Wi-Fi環境の充実や観光情報の発信力強化など受入体制改善に取り組んでいく。 					