平成26年度　まちづくり戦略ビジョン進行調書

様 式 ア

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)	---------->	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)		45% (34年度)
	・海外進出に意欲のある企業を対象としたセミナー、留学生を対象とした就職支援プログラムの実施等により、市内企業のグローバル化を推進しているものの、実績値は24年度と同程度となっている。 ・今後はさらに留学生の誘致を促進するとともに、大学等と連携し、国際感覚やビジネス実務を身につけた日本人学生の育成などを強化することにより、グローバル人材の育成と市内企業のグローバル化を推進する。				
30	「国際会議の開催件数」	83件 (23年度)	86件 (25年度)		120件 (34年度)
	・東日本大震災の影響により、一時的に落ち込みを見せたが、25年度は順調に回復している。 ・今後は、札幌の魅力的な都市環境や豊富な観光資源を生かしながら、ターゲットを定めたMICE誘致を展開していくとともに、MICEの誘致・開催支援体制の強化などを図る。				
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)		20% (34年度)
	・IT企業と他産業企業との商談の機会を積極的に創出するなど、IT利活用に向けた取組を推進したこと等により、実績値は上昇している。 ・今後も引き続き、IT企業と、「食」「環境」「健康・福祉」分野を始めとした他産業の連携促進に向けた取り組みを推進することで、ITを活用した新たな製品やサービスの創出、販路拡大などを図る。				
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)		39,000人 (34年度)
	・24年度実績値は減少しており、その一因として、東日本大震災の影響により、多くの建築設計業に係る従事者が震災復興に携わったことが考えられる。 ・今後も、活動拠点の整備やプロモーションの機会を提供することなどを通じ、創造的なものづくりにチャレンジするベンチャー企業や起業家を生み育てるとともに、文化芸術などの創造的な活動と「食」「環境」「健康・福祉」分野等の産業との交流を促進することにより、クリエイティブ産業の裾野を広げていく。				
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)		2,000億円 (34年度)
	・苫小牧からの自動車部品の北米向け輸出が大幅に増加したこと等に伴い、実績値は上昇している。 ・今後、札幌を含めた広域経済圏の輸出拡大に向けて、アジアを中心とした国・地域別の市場情報を収集し、新興地域ではシティプロモーションによる北海道ブランドの確立、重点地域では販路拡大を強化するなど、ターゲットに応じた市内企業の海外展開を支援する。				
34	「誘致施策を活用した立地企業数」	81社 (24年度)	95社 (25年度)		175社 (34年度)
	・リスク分散を意識したバックオフィス等の立地が一段落した一方、IT・コンテンツ・バイオについては、これらの分野に特化した補助制度を利用した企業立地が目立ち、実績値は上昇している。 ・今後も引き続き、低い自然災害リスク、農水産品の生産地との近接性、学術研究機関やIT企業等の集積など、札幌市及び札幌圏の強みを活かした企業立地を促進し、立地環境の改善や立地企業の支援を推進する。				

平成26年度　まちづくり戦略ビジョン進行調書

様 式 ア

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)	---------->	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)		40% (34年度)
	・実績値は低下しているものの、観光イベントや観光スポットの魅力を高める取組を推進したことなどにより、「満足」と「まあ満足」の合計については、24年度は91.4%、25年度は92.5%と上昇している。 ・今後も、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渓など集客交流拠点の更なる魅力創出に向けた取組を推進していく。				
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)		1,500万人 (34年度)
	・景況感の回復による観光需要の増加を背景としてLCCを含む新千歳線が好調であった事などにより、来客数は24年度から増加したと考えられる。 ・今後も引き続き、観光イベント及び集客交流拠点の魅力アップを図るとともに、ソーシャルメディアを活用した情報発信、国・地域のニーズを捉えた効果的な海外プロモーション等を通じて、更なる誘客を推進する。				