



**第1回北海道・札幌2030オリンピック・パラリンピック
プロモーション委員会**

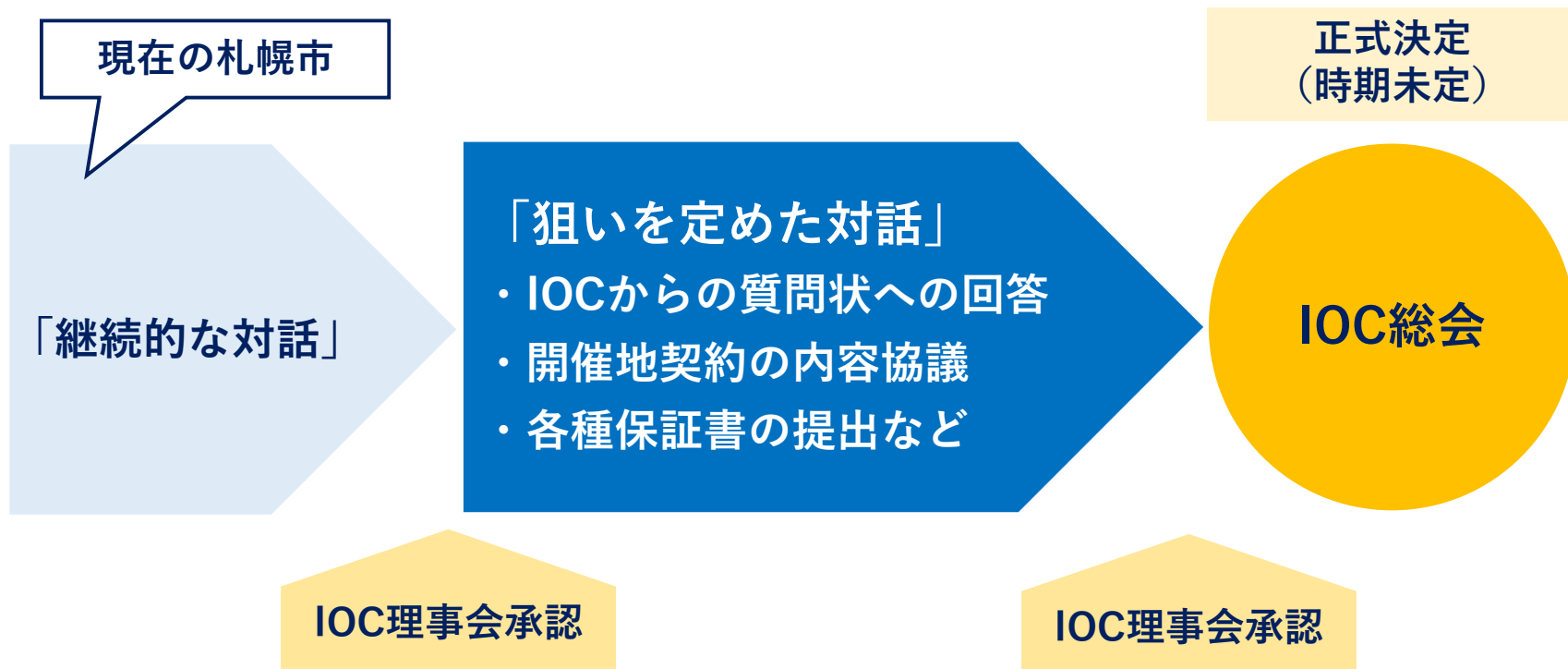
北海道・札幌2030招致について

札幌市／公益財団法人日本オリンピック委員会

新たな招致プロセスについて

■ 開催地選定期期の改正、大会招致プロセスの変更

- ✓ 原則7年前とする開催地選定期期の規定を削除（2019年6月IOC総会で決定）
- ✓ 複数の立候補都市を対象とした投票方式から、個別協議方式に変更
- ✓ IOCの「将来開催地委員会」との2段階の対話プロセスを経たのち、IOC総会で開催地が決定



2030北海道・札幌オリンピック・パラリンピック 冬季競技大会概要(案)について

■ 1972年 冬季オリンピック大会

- ※ 人口急増社会 ～ 100万人 ⇒ 200万人
- ※ 交通渋滞 ～ 大量輸送手段（地下鉄開業）

■ 2030年 冬季オリンピック・パラリンピック大会

- ※ 人口減少・高齢化社会への対応（200万人 ⇒ 155万人）
- ※ 健康寿命の延伸
- ※ 共生社会の実現
- ※ ゼロカーボン都市へ

次の100年も持続可能なまちをつくるため、
大会の準備を含めた取組を通じて必要な取組を加速

2030年オリンピック・パラリンピックは
市民、企業、行政の力を結集する「まちづくりのプロジェクト」

■ 大会ビジョン

札幌らしい持続可能なオリンピック・パラリンピック ～人と地球と未来にやさしい大会で新たなレガシーを～

※ 持続可能な札幌のまち

※ 持続可能な地球環境

※ 持続可能なオリンピック・パラリンピック

を実現

↓

目指すまちの姿（ターゲット）の構築と
大会によりもたらされるもの（レガシー）を明確化

スポーツ・健康

スポーツによる
健康で活力ある社会



ジュニア選手
発掘・育成

社会

全ての人にやさしい
共生社会の実現



バリアフリー
促進

経済・まちづくり

世界に躍進する魅力
あふれるまちづくり



スノーリゾート
地位確立

環境

次世代が豊かな自然を
享受できるまち

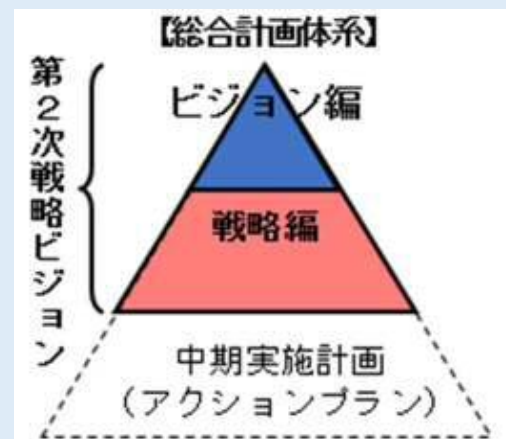


ゼロカーボンシティ
実現への貢献

■ 第2次札幌市まちづくり戦略ビジョン（※現在策定中）

➤ 次の新たな100年の礎となる今後10年間（2022年～2031年）のまちづくりの基本的な指針

- ◆ 札幌市の計画体系で最上位に位置するもの
- ◆ 様々な分野の個別計画はこれに沿って策定
 - **ビジョン編**：今年（2022年）秋頃策定予定
 - ・ 目指すべき都市像
 - ・ まちづくりの重要概念
 - ・ 各分野の基本目標
 - **戦略編**：来年（2023年）秋頃策定予定
 - ・ 基本目標の達成に向けて取り組む施策



< 目指すべき都市像（案） >

「ひと」「ゆき」「みどり」の織りなす輝きが、豊かな暮らしと新たな価値を創る、持続可能な世界都市・さっぽろ

まちづくりの重要概念

ユニバーサル
(共生)

ウェルネス
(健康)

スマート
(快適・先端)

■ 今後のまちづくりとオリ・パラのレガシー

➤ 第2次戦略ビジョンの重要概念とオリ・パラのレガシーが密接にリンク

戦略 ビジョン ×	ユニバーサル (共生)	ウェルネス (健康)	スマート (快適・先端)	
オリ・パラ レガシー	社 会	スポーツ・ 健康	経済・ まちづくり	環 境
まちの姿 (一例)	心のバリアフリー の浸透	スポーツを身近で 楽しむ環境の充実	「スマートシティ」の 取り組みの浸透	
	建築物、 宿泊施設等の バリアフリー化	生涯学習・学び直し の環境の充実	ZEB・ZEHの普及や 再エネ・水素エネルギーの活用	
			スノーリゾートとしての 地位の確立	

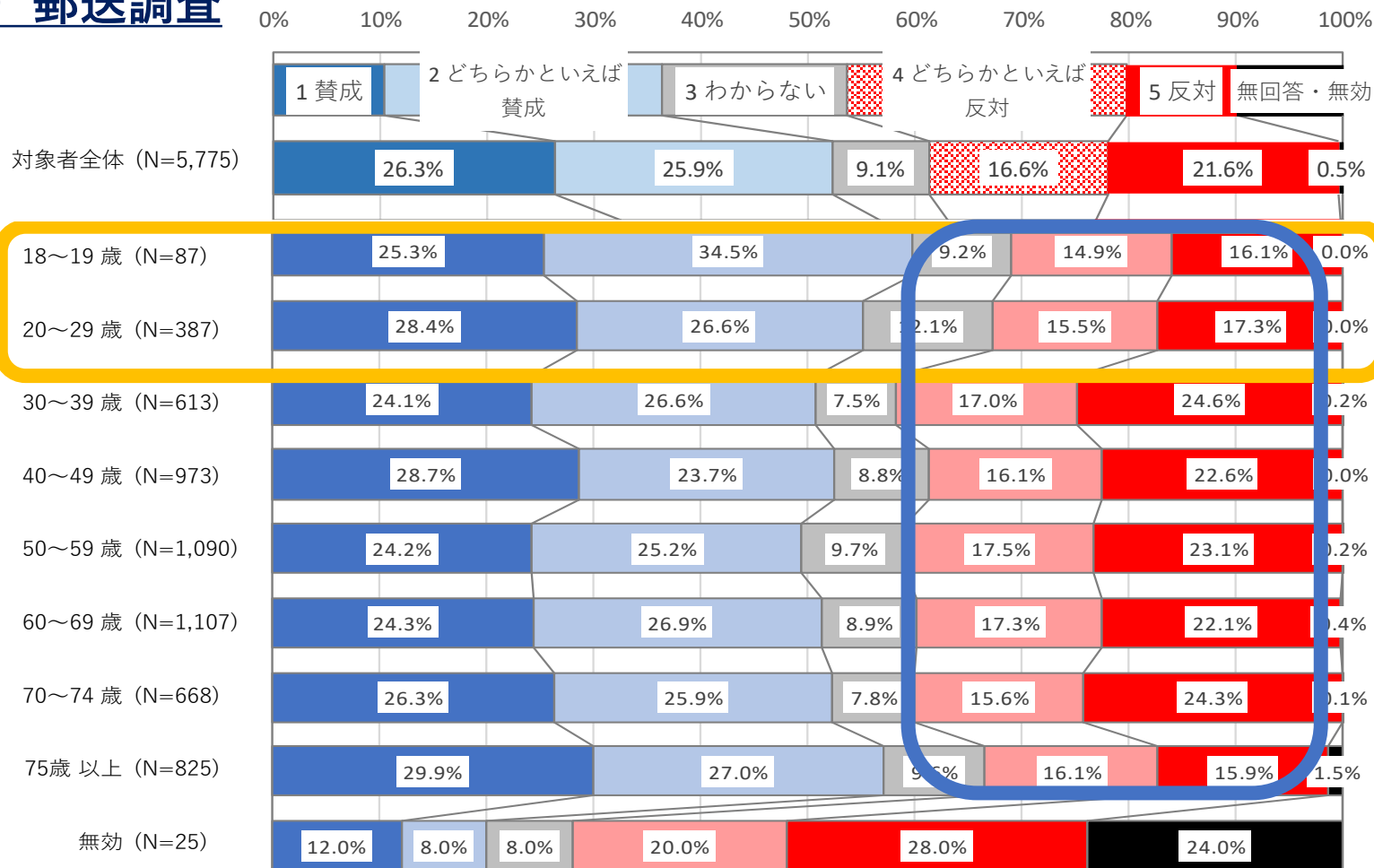
具体的な取組や到達目標などを市民ワークショップ等で議論、目標を共有

意向調査の集計結果について

	郵送調査		インターネット調査		街頭調査	
調査期間	3月2日（水） ～11日（金）		3月7日（月） ～14日（月）		3月2日（水） ～13日（日）	
回答者数 （全体）	札幌市民 5,775人		札幌市民・北海道民 5,540人		映画館に来場した 札幌市民含む北海道民 2,549人	
賛成	26.3%	52.2%	25.9%	56.5%	40.4%	65.5%
どちらかといえ ば賛成	25.9%		30.6%		25.1%	
わからない	9.1%		17.3%		8.2%	
どちらかといえ ば反対	16.6%	38.2%	12.8%	26.2%	12.3%	26.2%
反対	21.6%		13.4%		13.9%	

3つの手法全てにおいて賛成が過半数を超える

例) 郵送調査



他の年代と比べて、若年層からの高い支持

年代を問わず、一定程度反対の声が存在

➤ 市民との対話を継続し、不安や懸念を払拭するための取組を推進

北海道・札幌2030オリンピック・パラリンピック プロモーション委員会について

■ プロモーション委員会の目的・ねらい

大会の開催意義や価値を伝え、多くの理解と共感を得ながら、
大会の開催が日本全体に利益をもたらすよう、オールジャパンで招致を推進

◆ 組織形態

- ・ 札幌市とJOCが立ち上げるオールジャパンによる会議体組織

◆ 主な活動内容

- ・ 定期的な会合を通じて、札幌市・JOCの理解促進や機運醸成活動に対し、さまざまな立場からご意見やご協力をいただく。

■ 第1期：設立～年内（「狙いを定めた対話」移行を見据えて）

① 「日本国内及び世界に向けた開催意義」の議論・取りまとめ

検討の切り口（例）

環境

- ・ クライメートポジティブな大会の実現
- ・ スポーツ大会を通じたゼロカーボンの取組の発信
- ・ 雪を通じた気候変動対策の必要性の訴え

共生社会

- ・ あらゆる人にやさしいまちの実現
- ・ パラスポーツを通じた共生社会の必要性の発信
- ・ ジェンダー平等など多様性の許容

経済・教育

- ・ オリンピック・パラリンピック教育
- ・ コロナ禍からの経済復興
- ・ 世界平和の発信

「日本国内・世界に向けた
開催意義」の取りまとめ・公表

札幌市・JOC

- ・ 将来開催地質問状「大会ビジョン」に反映
 - ・ 招致意義の理解促進、招致機運の醸成に反映
- ⇒ 開催意義のメッセージ化など

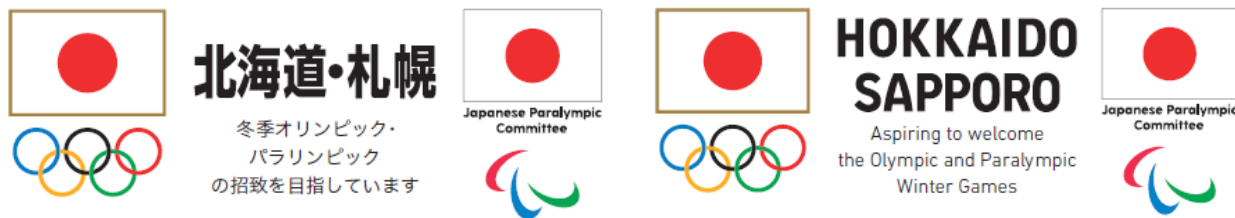
■ 第1期：設立～年内（「狙いを定めた対話」移行を見据えて）

② 各委員の人脈・ネットワークを活用した国内機運醸成の推進

《 招致応援プログラム 》

自治体や経済界等の関係団体が、
ロゴ・冠称・広報PRツール（ポスター・動画など）を活用した
招致応援・PRを担い、各所で展開していただくことにより、
関係者が一体となって招致機運の醸成を推進

<ロゴ>



<冠称>

- ・ 北海道・札幌2030オリンピック・パラリンピック招致応援(プログラム)
- ・ 北海道・札幌2030大会招致応援(プログラム)
- ・ オリンピック・パラリンピック招致応援(プログラム)

<ポスター>



■ 第2期：2023年1月～開催地決定

① 世界への開催意義の発信に関する議論

【第1期】

「日本国内・世界に向けた開催意義」の
取りまとめ・公表

「世界に向けた開催意義」の 発信等について議論

- ※「狙いを定めた対話」移行後にIOCから示される活動（国際会議等での発信の機会等）に応じて協議内容を検討
- ※国民に対する開催意義の継続的な議論も検討

札幌市・JOC

世界への発信に反映
(IOC総会、国際会議等での
プレゼンテーションなど)

■ 第2期：2023年1月～開催地決定

② 招致応援プログラムの本格展開と各委員による世界に向けた発信

招致応援プログラムの内容拡充

- ・「狙いを定めた対話」移行に合わせ、開催年を加えたロゴとピンバッジの制作
- ・メッセージを国内外に訴求するポスター・動画等の制作・活用

< ロゴ2030 ver. > (※デザイン調整中)



北海道・札幌
2030
冬季オリンピック・
パラリンピック
の招致を目指しています



**HOKKAIDO
SAPPORO**
2030
Aspiring to host
the Olympic and Paralympic
Winter Games



■ 取組のロードマップ

【第1期】 「日本国内及び世界に向けた開催意義」の議論・取りまとめ
／国内機運醸成の推進

5月

6～10月頃

12月

プロモーション委員会設立

大会概要（案）のビジョン等を切り口に、
アスリートや有識者から提言をいただきながら、
「日本国内及び世界に向けた開催意義」の議論・取りまとめ

第2回
例) 環境
共生社会

第3回
例) 経済
教育

第4回・第5回
「日本国内・世界に向けた開催意義」
の取りまとめ案の議論

招致応援
プログラム

ロゴ・冠称・広報PRツール（ポスター・動画等）
⇒各委員の人脈・ネットワークを活用した国内機運醸成の推進

札幌市
JOC

招致機運醸成サイト等の構築（ホームページ・SNS）、
メディアPR事業の実施（各メディアでの招致関連番組など）

■ 取組のロードマップ

【第2期】世界への開催意義の発信に関する議論

2023年1月

開催地決定

「世界に向けた開催意義」の発信について議論

札幌市
JOC

IOC総会、国際会議等での
プレゼンテーションなどに反映

招致応援
プログラム

プロモーション委員会の議論を踏まえたメッセージの発信。
関係団体の一層の協力を得て、本格的な機運醸成と共感獲得。
⇒オールジャパンによる国民的運動へ

札幌市
JOC

招致機運醸成サイト等の構築（ホームページ・SNS）、
メディアPR事業の実施（各メディアでの招致関連番組など）