

第6章 推進体制と進行管理

1. 推進体制

(1) 実施主体と役割分担

推進戦略に基づく取組を推進するにあたり、関係する実施主体と、それぞれが果たすべき役割を以下のとおり整理します。それぞれの実施主体が自らの役割をしっかりと果たしながら、互いに連携し、地域が一体となって目指す将来像の実現に向けて取り組んでいきます。

実施主体と役割分担

	実施主体	果たすべき役割
市内スキー場事業者	加森観光(株) 札幌札幌リゾート開発公社 札幌ばんけい(株) 札幌りんゆう観光 SPAC 滝野管理センター	<ul style="list-style-type: none"> ・スキー場の施設・設備の整備・改修 ・スキー場のコンテンツ造成 ・スキー場に係る商品の企画・販売 ・プロモーションの実施 ・スキー場同士や関連事業者との連携・協力
関連事業者	宿泊事業者 交通事業者 飲食事業者 商業施設 観光施設 旅行会社 スキー用品メーカー、ショップ 各種メディア IT 関連企業 アクティビティ事業者	<ul style="list-style-type: none"> ・スキー場との連携事業の企画・協力 ・観光コンテンツの創出・魅力向上 ・プロモーション協力 ・一体的なサービス提供に向けた連携・協力 ・各種企画やイベント等への協賛・協力・支援
関係団体	一社)札幌観光協会 一社)定山溪観光協会 一社)すすきの観光協会 札幌商工会議所 北海道索道協会 さっぽろグローバルスポーツコミッション 各種競技団体 公社)北海道観光振興機構 北海道運輸局	<ul style="list-style-type: none"> ・加盟企業、団体等への周知・協力依頼 ・所管施設の活用 ・各種連携事業やイベント等の企画・協力 ・プロモーション協力 ・一体的なサービス提供に向けた連携・協力 ・各種取組に対する助言・支援
札幌市	経済観光局 スポーツ局 その他関係部局	<ul style="list-style-type: none"> ・取組全体の推進・調整・進捗管理 ・事業支援(事業費の負担・補助、事業者間調整等) ・プロモーションの実施 ・スキー場の活用に向けた、限定的な土地利用に関する検討 ・市有施設の活用、施設・設備の改修等 ・市民に対するウインタースポーツ振興

第1章

第2章

第3章

第4章

第5章

第6章

資料

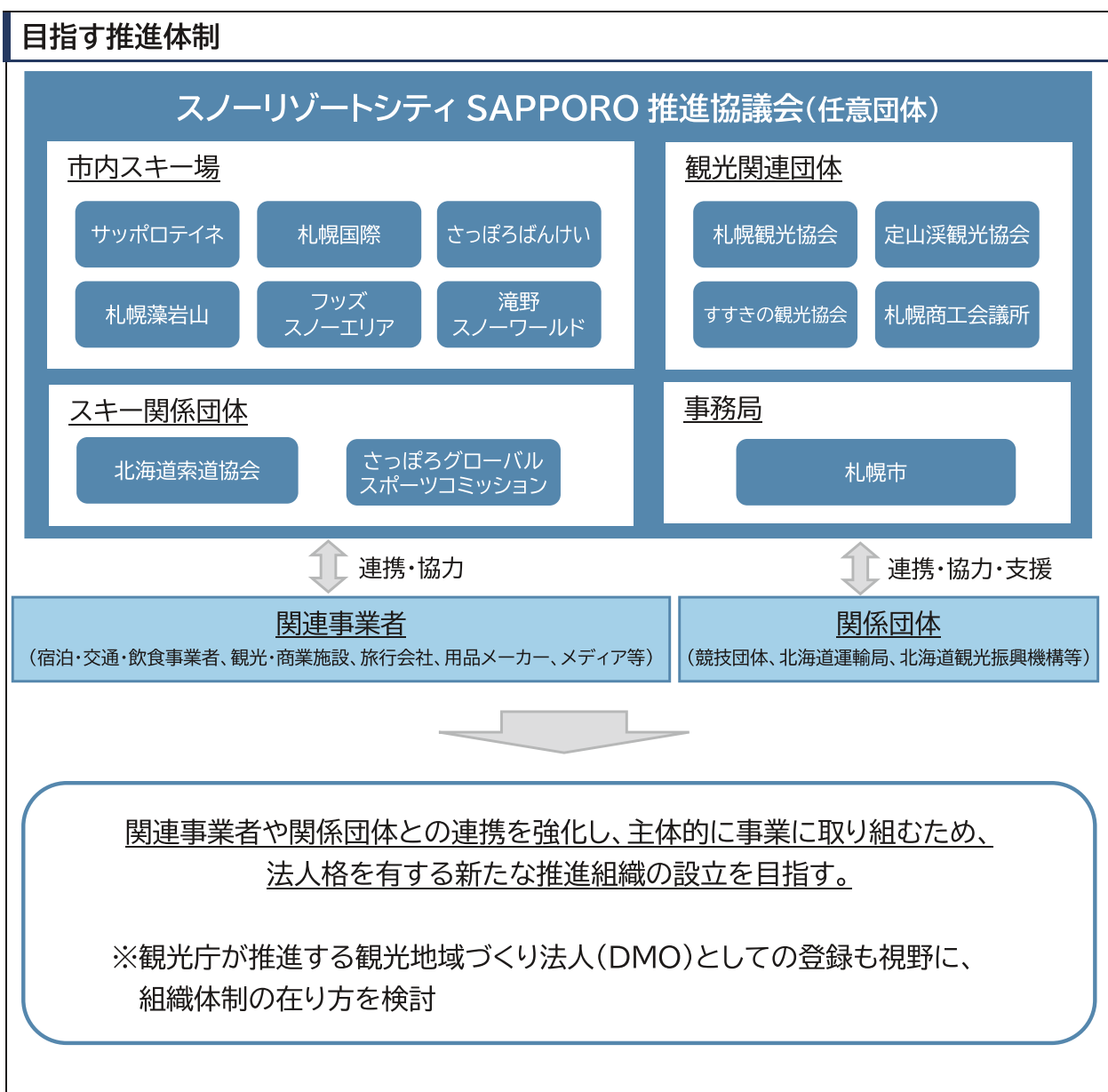
(2) 目指す推進体制

推進戦略に基づく取組を、地域一体となって推進するためには、スノーリゾートシティ SAPPORO のかじ取り役となり、関連事業者・関係団体との調整や、戦略全体のマネジメントを担う推進組織が必要となります。

当面は、市内6スキー場、観光協会、商工会議所、スキー関係団体、札幌市が構成員となって令和2年5月に設立した「スノーリゾートシティ SAPPORO 推進協議会」が、その推進組織としての役割を担っていきます。

しかし、民間事業者との連携を深め、継続的なマーケティング活動や、商品販売・イベント企画等の事業に自ら主体的に取り組んでいくためには、推進組織の体制強化が求められることから、法人格を有する新たな推進組織の設立を目指します。

また、新たな推進組織の設立にあたっては、観光庁が推進する観光地域づくり法人(DMO)としての登録も視野に、組織体制の在り方について検討していきます。



2. 進行管理

(1) 取組の進め方と進捗状況の管理

推進戦略を着実に推進し、目指す将来ビジョンを実現するため、上位計画である札幌市まちづくり戦略ビジョンや札幌市観光まちづくりプランの改定に推進戦略の考え方を反映させていくとともに、新たな推進組織のもとで、より具体的な実施計画を策定するなど、取組を計画的に進めていきます。

また、取組の進捗状況を定期的に把握・点検し、戦略の成果を評価するとともに、関連事業者や関係団体と進捗状況を共有し、進捗が十分でない場合は、その原因を分析したうえで、取組の見直しを検討するなど、適切な進捗管理に努めます。

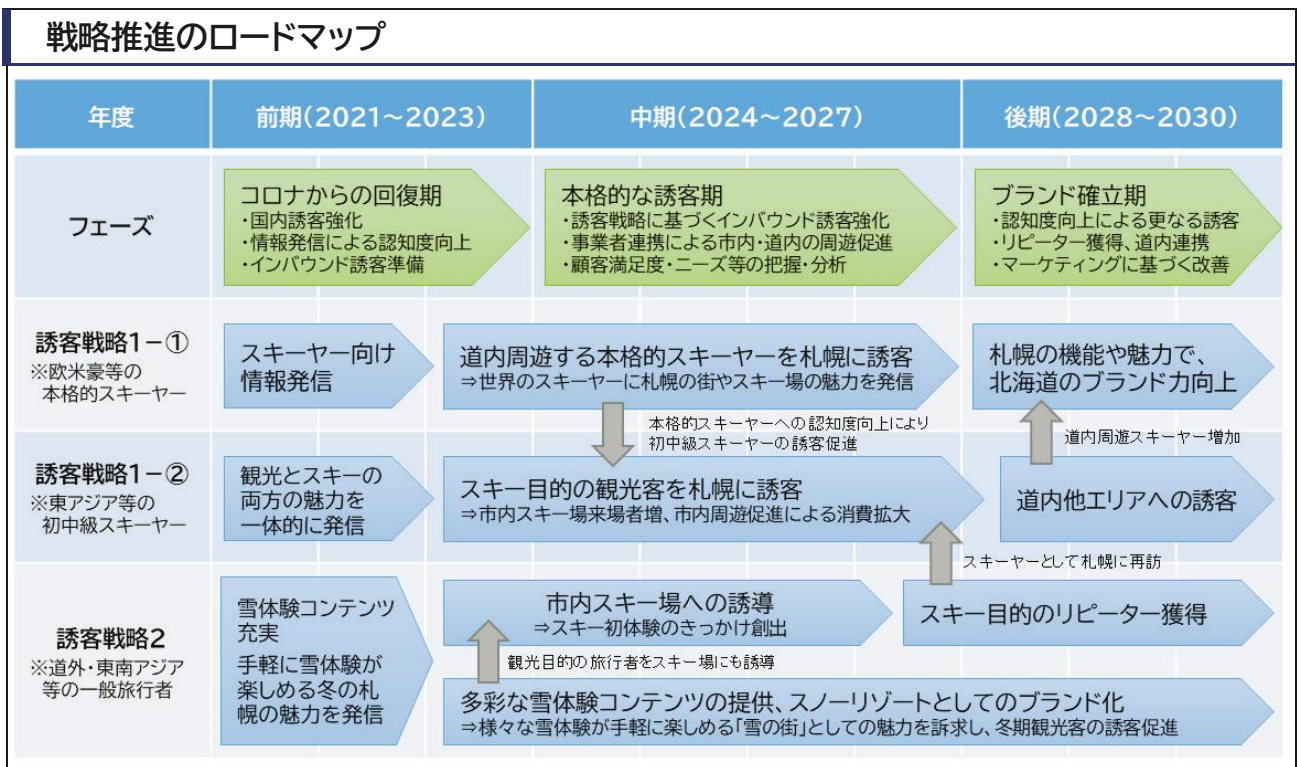
なお、上位計画の改定や、冬季オリンピック・パラリンピック開催計画の動向、社会経済情勢の変化など、今後の状況変化に柔軟に対応するため、必要に応じて中間見直しを行います。

(2) 戦略推進のロードマップ

計画期間の前期では、コロナウイルスの影響からの回復を目指し、国内誘客の強化とスノーリゾートとしての認知度向上に優先的に取り組みます。また、雪体験コンテンツの充実、商品造成、サービス向上、受入環境整備といった将来の誘客に向けた準備に取り組みながら、コロナウイルスの収束状況に応じて段階的にインバウンド誘客を強化していきます。

計画期間の中期では、第4章に定めた誘客戦略に基づく本格的なインバウンドの誘客に取り組み、雪体験を目的とした観光客の増加や市内・道内での周遊促進を図ります。

計画期間の後期では、前期・中期の取組の成果を活かし、認知度向上による誘客促進やスキー目的のリピーター獲得、マーケティング調査に基づく更なる魅力向上などに取り組み、インバウンドの誘客を加速させるとともに、スノーリゾートとしてのブランド化を実現します。



3. 成果指標

推進戦略に基づく取組について、進捗管理や効果検証を行うための目安となる成果指標を下表のとおり定めます。

将来ビジョンの実現に向けては、スノーリゾートとしてのブランド化を目指した取組や、スキー場や冬の観光コンテンツなど「雪の街」の魅力を観光振興に活かす取組の成果を把握する必要があることから、観光客の市内スキー場認知度、市内スキー場来場者数、雪体験目的の来札観光客数を成果指標として設定しています。

なお、推進戦略の最終的な目的である冬期の観光客増加や滞在日数の長期化、観光消費の拡大については、上位計画である札幌市まちづくり戦略ビジョンや札幌市観光まちづくりプランの成果指標に基づき進捗管理や効果検証を行い、これらの計画の改定時には、推進戦略に基づく取組による成果を考慮したうえで、新たな目標値を設定することとします。

成果指標一覧

成果指標		【基準値】 平成 30 年度 (2018 年度)	【現状値】 令和元年度 (2019 年度)	【目標値】 令和 12 年度 (2030 年度)	備考
指標 1	冬期来札観光客の 市内スキー場認知度	—	国内 51.9% 海外 55.9%	国内 90% 海外 90%	市内にスキー場があることを知っている割合
指標 2	市内スキー場 来場者数	96 万人	80.2 万人	116 万人	リフト券購入者数ベース 市内6スキー場合計
指標 3	雪体験目的の 来札観光客数	国内 14.7 万人 海外 23.4 万人	国内 15.1 万人 海外 16.4 万人	国内 23 万人 海外 54 万人	札幌での雪体験(ウインタースポーツや雪遊びなど)が目的の観光客数

※ 指標 2、3 の目標値は、コロナウイルス感染拡大以前の平成 30 年度実績を基準値として算出

【成果指標の考え方】

<指標1>

観光プロモーション、観光パンフレット、Web サイト等のあらゆる機会・媒体を活用し、スキーヤーから一般旅行者まで幅広い層に対して、市内スキー場を始めとしたスノーリゾートとしての魅力を、冬の札幌を代表するコンテンツとして積極的に PR することで、市内スキー場の認知度向上を目指します。札幌がスノーリゾートとしてブランド化するためには、冬期に札幌を訪れる観光客の大多数の認知を得ることが求められることから、認知度 90% を目標値として設定します。

<指標2>

道内を周遊する欧米豪の本格的スキーヤーやアジアを中心とした初中級スキーヤーの札幌への誘客、道外・東南アジア等の観光客にスキー初体験を促すなどにより、市内スキー場の来場者数増加を目指します。計画期間の前半では、コロナウイルス感染拡大以前の水準まで回復することを目指し、計画期間の後半では、特に海外からの利用者の更なる増加を目指すこととし、平成 30 年度実績(96 万人)から 20 万人増の 116 万人を目標値として設定します。

<指標3>

スキーやスノーボード等のウインタースポーツから、スノーモービルやチューブ滑り等のスノーアクティビティ、雪を活かしたイベントや観光コンテンツなど、様々な雪体験が大都市の中で手軽に楽しめるという札幌ならではの魅力を世界中の皆さんに知ってもらうことで、雪体験を目的に札幌を訪れる観光客の増加を目指します。雪への憧れが強い東南アジアや道外の雪の降らない地域に対するプロモーションを強化するなど、雪の街の魅力を活かした取組により国内外の観光客の増加を目指すこととし、平成 30 年度実績(国内 14.7 万人、海外 23.4 万人)から、国内は約 8 万人増の 23 万人、海外は約 30 万人増の 54 万人を目標値として設定します。