

議事 1

具体的な施策の現状、課題、方向性について 【その2】

施策② 普及啓発

基本計画、条例の位置付け

札幌市都市景観基本計画（平成9年策定）

○意識の高揚・啓発

- ・ 情報交換の充実・・・講演会、シンポジウム等の開催
- ・ 市民参加と啓発活動の推進・・・タウンウォッチング、景観マップの作成、都市景観懇親会の開催
- ・ 景観学習の推進・・・景観研修会等の開催、学校教育における副教材、副読本の作成
- ・ 顕彰制度の充実・・・都市景観賞の実施、景観写真コンテストの開催、まちづくりアイデアの募集

札幌市都市景観条例（平成10年制定 平成19年改正）

○知識の普及等

第10条 市長は、市民及び事業者の都市景観の形成に関する知識の普及及び意識の高揚を図るため、必要な措置を講ずるものとする。

○表彰

第43条 市長は、都市景観の形成に著しく寄与していると認められる建築物その他のものについて、その所有者、設計者、施工者等を表彰することができる。

2 市長は、前項に定めるもののほか、都市景観の形成に著しく寄与すると認められる行為を行ったものを表彰することができる。

普及啓発の取組事例

□講演会、タウンウォッチング等

- ・事業者向け事例紹介セミナーや勉強会を開催
- ・子ども向けタウンウォッチング、景観マップ作成



写真は全て
平成23年度の取組

□都市計画制度等普及事業

- ・まち本（平成17年～）、ミニまち（平成19年～）等の普及啓発冊子の作成、配布
- ・小学生を対象としたミニまち講座・まちなみ案内の開催



普及啓発の取組事例

□ 景観重要建築物の普及啓発

- ・ 冊子「れきけん×ぽろたび」発刊(平成23年)、電子書籍化(平成25年～)



□ 都市景観賞 (昭和58年～平成21年)

- ・ 昭和58年の第1回から隔年で全14回開催
- ・ 景観賞ガイド冊子の作成、配布
- ・ 景観賞連携パネル展等開催



六書堂



珈房 サッポロ珈琲館 月寒店

普及啓発施策の見直し議論（景観賞のあり方検討から）

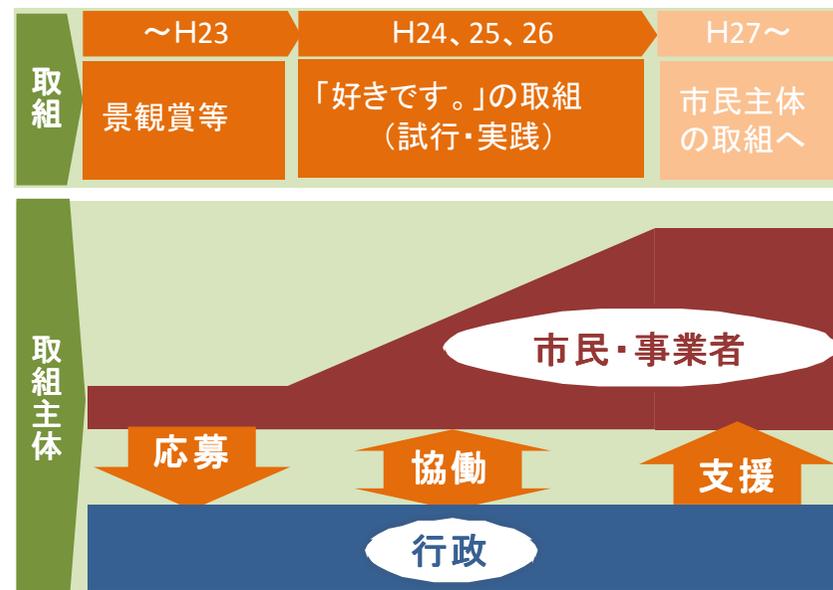
平成23年度（2011年）

○審議会議論（主に都市景観賞のあり方について）

（取組の方向性）

市民ひとり一人が、景観を手掛かりとしながら、都市環境と自分自身を関連付けて捉えていくことで、都市に対する興味や愛着を深め、その魅力に対する気づきを通して、景観まちづくりに主体的に関わっていくきっかけをつくる取組へ。

「表彰」から地域・市民主体の「選出事業」へ



（市民主体の取組への移行イメージ）

平成24年度（2012年）～

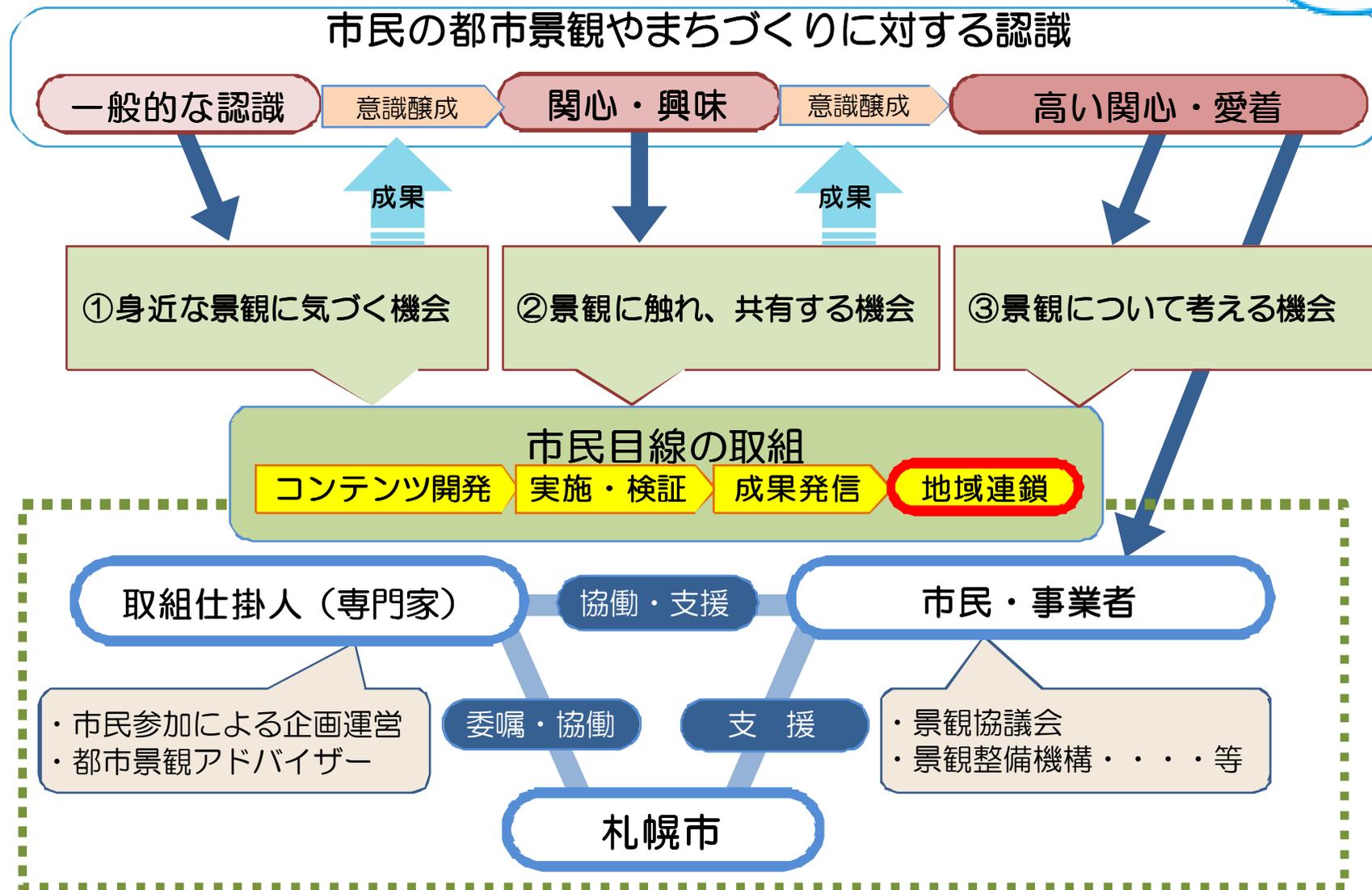
○市民主体の景観資源選出事業「好きです。さっぽろ（個人的に。）」

市民ひとり一人の個人的に好きな場所や風景を集めて共有することで、市民意識を醸成していくと共に、新たな景観資源（価値）を生み出しまちづくりの中で活かしていく取組として実施する。

■市民主体の景観資源選出事業 好きです。さっぽろ（個人的に。）



～取組概念図～





～平成26年度の実行体制～

取組仕掛人

協働・支援

市民・事業者

- 好きですさっぽろ個人的に運営委員会他様々な協力者と取組体制を構築
- ※専門知識、経験を有する市民との協働により企画・運営
- ※景観アドバイザー制度も活用

(H26年度運営委員会メンバー)

- ・服部 彰治 (さっぽろ大通まちづくり株式会社)
- ・金山 敏憲 (さっぽろ大通ワークスペースドリノキ店長)
- ・堀直人 (NPO法人北海道冒険芸術出版代表理事/編集者)
- ・若菜 彩人 (kageraux.cc代表/クリエイティブコーディネーター)
- ・和田 哲 (株式会社あるた出版/まちあるき研究家)

(H26年度運営協力者)

- ・加賀城匡貴 (パフォーマー/「スカツォ」アイデア)
- ・平川敦子 (ヒャッカム---HIRAKAWA Atsukoラジック 作戦室)
- ・西嶋 裕二 他数名 (株式会社 インプル)

- 景観フェスでの連携 (ワークショップブースの出店)
- 景観ドリームプランの応募、景観フェスにおいて企画提案、議論

(市民組織)

- ・任意団体SICS 伊藤 雅彦 他数名
- ・任意団体crage 大阪 匡史 他数名
- ・さっぽろ軟石を語る会 小原 恵 他数名

(事業者)

- ・和信化学工業株式会社 (塗料メーカー)
- ・軟石や (軟石グッズ制作・販売)
- ・札幌昭和会 (塗装事業者の任意団体)

支援

委嘱・協働

札幌市

～それぞれの認識度に応じた取組とそのねらい～



市民の都市景観やまちづくりに対する認識

一般的認識

関心・興味

高い関心・愛着

ねらい

景観を通して地域の魅力
価値を知る

景観的な課題に対する認識
を高める

課題解決に向けた具体的行動
を生み出す

身近な景観に気づく機会

景観に触れ、共有する機会

景観について考える機会

H24～

① 好きです。募集、facebookページ運営

H25年度

② 市民参加ワークショップ（井戸端会議ON市電）

③ まちあるきイベント（まちめぐりロゲイン）

④ 景観まちづくりカードゲーム☆景カード

⑤ トークイベント（景観大喜利）

⑥ 景観資源選出イベント（さっぽろ景観総選挙）

⑦ トークフォーラム（H24～H26）

H26年度

⑧ 企画イベント（景観ドリームプラン募集）

⑨ 様々なコンテンツを用いたイベント（景観フェス）

① 好きです。募集、facebookページの運営

H24～継続中



いいね!は「良い!」、「共感した!」という意思表示。
ページへの「いいね!」は一人一回のみ。
「いいね!」するとユーザーは最新の情報を自動的に受け取ることができる。

- 平成24年度 約380 いいね!
- 平成25年度 約900 いいね!
- 平成26年度 1256 いいね!
(12/1現在)

ページへのいいね!数

⑧景観ドリームプラン募集

⑨景観フェス

イベント概要

開催日時： 11月3日（月・祝）11：00～18：00

会場： ノルベサ 3階 イベントスペース

来場者数： 約200名

イベントプログラム：

○景観えんにち

- ・どサンコパスdeまちめぐりロゲイン
- ・軟石や
- ・和信化学工業
- ・札幌イメージコーディネート研究会
- ・まちバッチリ
- ・米飯十貨店
- ・株式会社インプル
- ・札幌市

○「景観まちづくりカードゲーム☆景カード」体験会

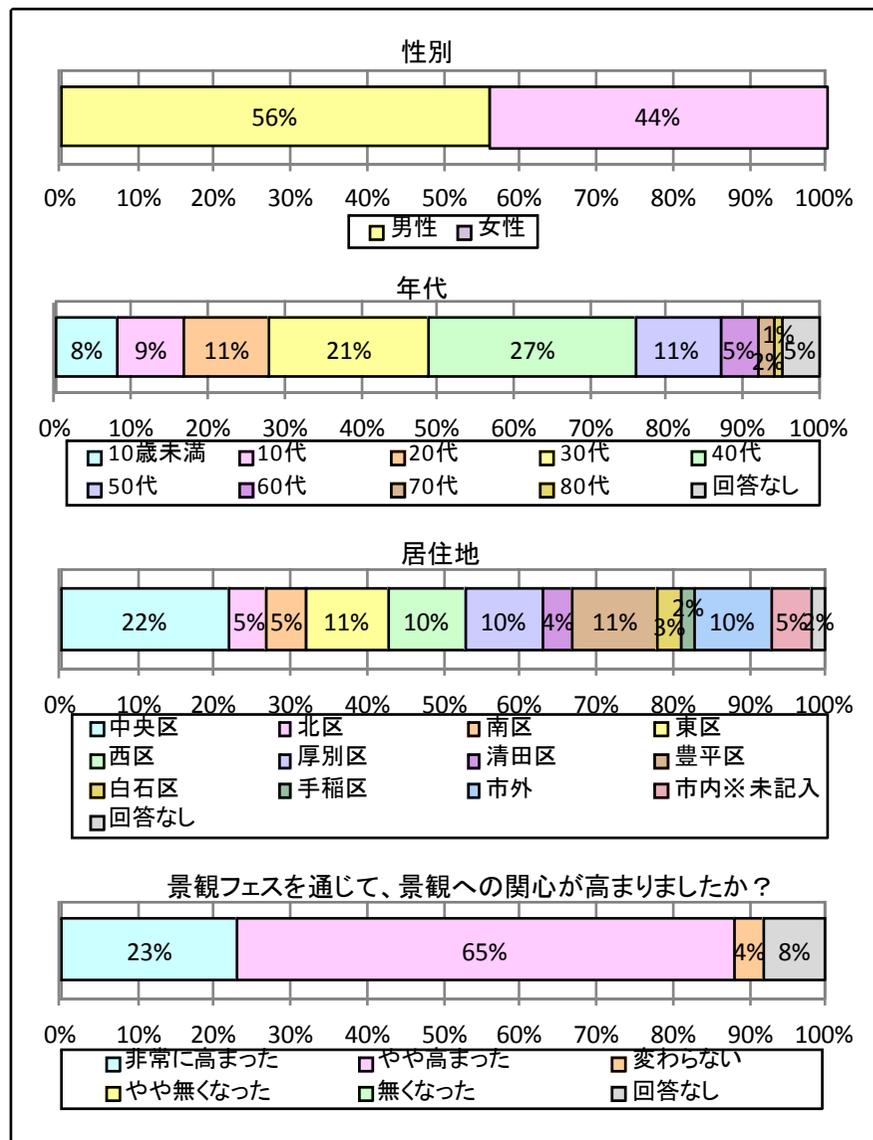
○景観ドリームプランMTG（ミーティング）

○トークセッション「はじめまして、景観」

○「第1回さっぽろ景観ウノレトラクイズ」決勝大会
（予選大会は10月26日 市電で開催）

アンケート結果抜粋

・回収数133件（詳細内容については配布資料にて）



⑨ 景観フェス

アンケート結果（抜粋）

Q 札幌の景観をより良くしていくためには、どのようなことが重要だと思いますか？

みんな一人一人の意識が高くなると良い	20
魅力を大事に、活用しよう（自然、四季、れきけん）	20
ルールが大事	13
イベントがもっとあるとよい	7
ゴミ、タバコを捨てないようにしよう	7
みんなで協力しよう	6
普及・啓蒙活動	6
ハード整備を良いものに	5
PRを充実させる	4
情報を知りたい	2
連携しよう	2
観光客目線	2
景観70色関連	2
住民目線で	1



「好きです。」の取組結果

① 好きです。facebookページ

- ・SNSツールを活用した双方向性のある情報発信の実現→1256いいね！

(参考)

サッポロスマイルfacebookページ

(市長政策室シティプロモート事業) →約7000いいね！



② 井戸端会議ON市電

- ・路面電車や専門講師の誘導によるアイスブレイクにより活発な意見やその今後につながる取組アイデアが生まれた

③ まちめぐりロゲイン

- ・ゲーム形式の仕掛けにより、市民が路面電車沿線の景観資源に楽しみながら触れる機会となった
→着地型観光の1形態として展開の可能性

④ 景カード

- ・児童会館17館においてお試し会を開催、500人以上の児童にルールを説明
- ・各児童会館において継続的に使用 ・まちづくりツールとして期待

「好きです。」の取組結果

⑤ 景観大喜利

- ・楽しみながら景観について考える機会として道行く市民の注目を集めた
- ・市民から飛び入り参加もあり、地域のイベント等でも開催が可能

⑥ さっぽろ景観総選挙

- ・市民にとって分かりやすい仕掛けであり、各種報道機関にて取り上げられた

⑦ トークフォーラム

- ・様々なテーマで講師を招き、幅広い市民の興味関心を引き出し、景観について学ぶ機会となった。

⑧ 景観ドリームプラン募集

- ・市民の様々なアイデアを募集し、情報共有や意見交換等を行うことで、参加した市民のまちづくりに対する関心を高める機会となった。

⑨ 景観フェス

- ・様々なコンテンツを一堂に集め、連動的に開催することで幅広い市民が参加し、意識向上を図る機会となった。

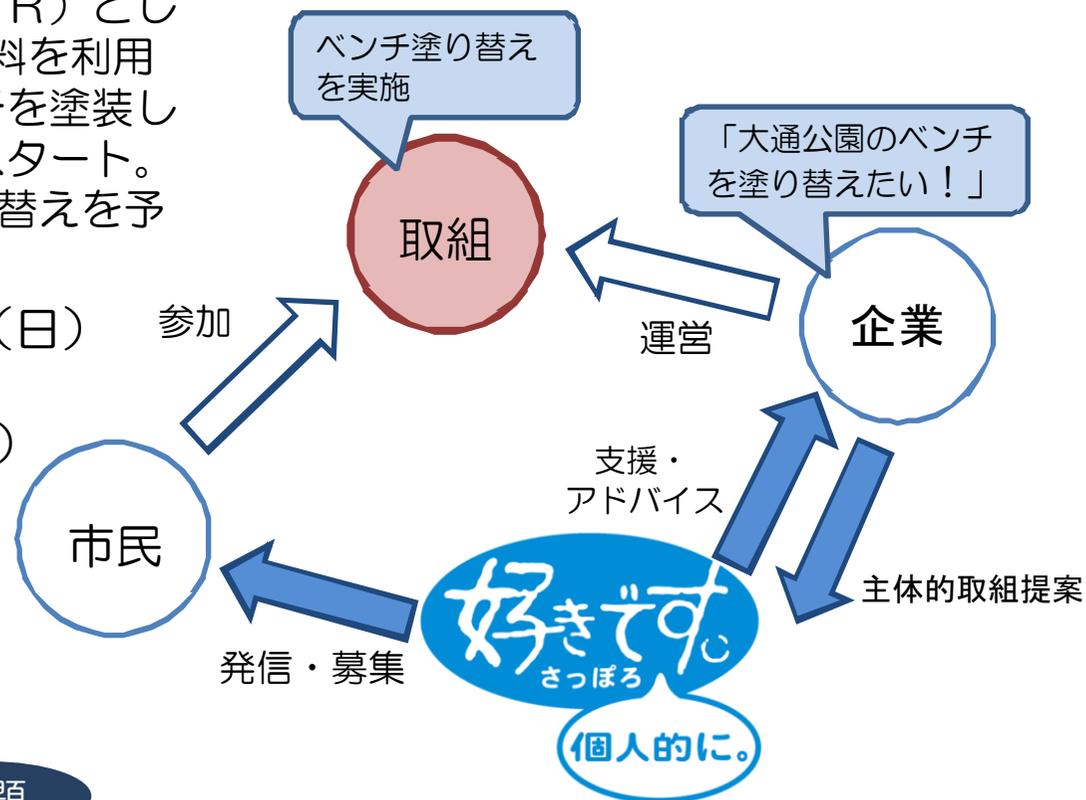
参考事例 その1

大通公園ベンチ塗替えプロジェクト
「SWR
(Sapporo wood repainters)」



塗料メーカーより社会貢献事業（CSR）として自社で開発した景観70色対応の塗料を利用し、ボランティアで大通公園のベンチを塗装したいという申し出がありこの取組をスタート。今後6年で大通公園全域のベンチ塗り替えを予定。

開催日： 平成26年10月19日（日）
会場： 大通公園4丁目
参加人数： 65名（約20脚程度）



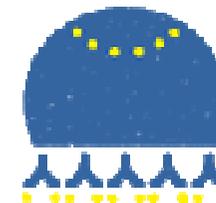
課題

ボランティアとして実施しているが、継続的な取組のためには資金確保や情報発信の工夫も必要

参考事例 その2

継続的取組のために・・・ヒト・コト・モノ + カネ（資金）を生み出す取組（市民主体）

まち型クラウドファンディング「crage（クラゲ）」



crageは、市民と事業者が協力して色々なプロジェクトをまちに送り出すためのしくみ。
crage商品を購入すると、購入金額のうち一定額が取組支援金に充てられる。

1. crage商品の取扱店舗へ

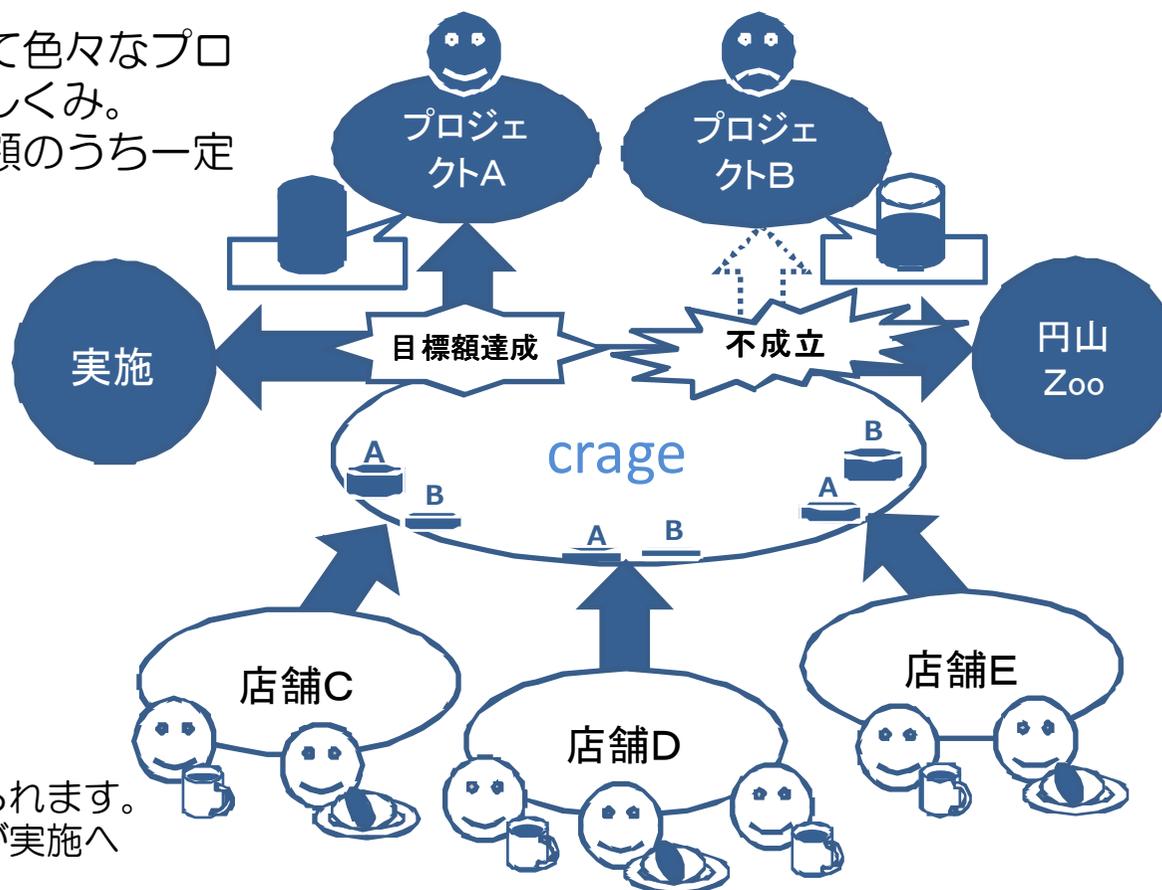
事前登録は不要。

2. crage商品を注文

店頭端末か個人の携帯端末から支援したいプロジェクトを選択、認証メールを受信

3. 普段どおりお支払い。

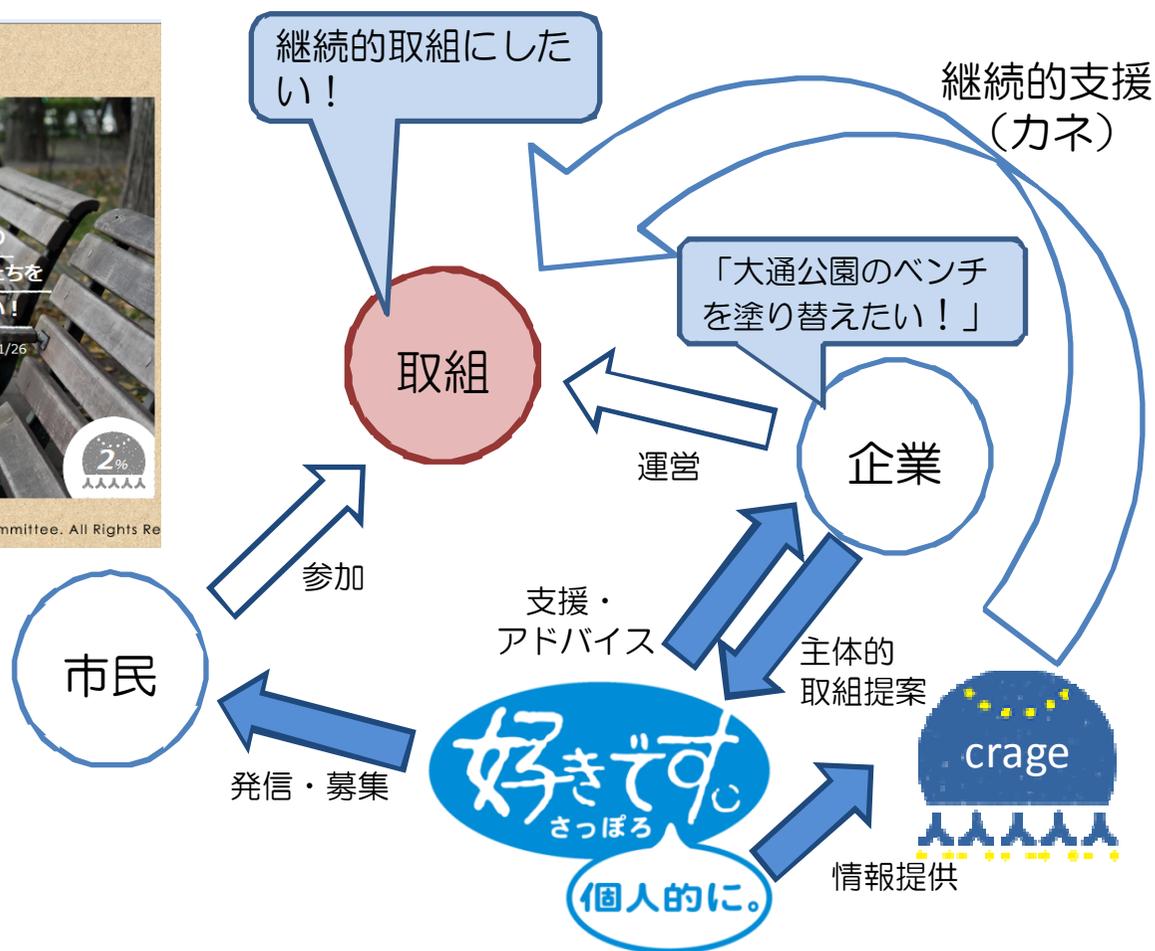
商品金額の一定額が取組支援金に充てられます。期間内に目標額に達したプロジェクトが実施へ



コーディネート事例

大通公園ベンチ塗替えプロジェクト + crage

「SWR(Sapporo wood repainters)」



方向性
(仮説)

都市景観を構成する要素（ヒト/コト/モノ）を幅広くとらえ、これらのコーディネートやマネジメントを通じ、能動的・創造的に、都市の魅力・活力の向上を目指す。

課題

- ・一般の市民への浸透がまだ少ない（とくに若者）
- ・事業者への広がりも限定的な範囲で留まっている
- ・活動の持続性や発展性が必ずしも確保されていない。

方向性

- ・多くの市民や事業者に興味関心を持ってもらえる事業の実施、コンテンツの開発
- ・効果的に連鎖、拡散を生むような情報発信（SNS、口コミ等）
- ・市民、事業者、専門家、行政等各主体の役割の整理とコーディネートの仕組みづくり