

# Ⅰ 札幌市における シティプロモートの目的と役割

## 1. シティプロモートの考え方

# パラダイムが変わる。今こそ価値観の転換が必要



世界経済の多極化

低炭素型社会に向けた産業構造の変化

人口爆発に伴う地球規模の資源枯渇化

国内人口減少社会への突入。  
高まる地域の存続の壁

大量消費型の経済価値から  
多様な価値観の時代へ

都市間競争から都市間協力の時代へ

ソーシャルメディア※1等の  
役割が増大。誰でも発信できる時代へ

「幸せ度」等、新たな価値観に対する  
国家レベルでの取組み  
(GNH / QOL 等)

いま、私たちは歴史上の大きな転換点にいます。

新興国の経済発展は国際的な勢力図に変化をもたらしています。地球環境を見据えた低炭素型社会の到来が、産業のあり方とライフスタイルを変化させています。また、日本では歴史始まって以来の人口減少社会を迎え(図1)、札幌市もまた2030年には人口185万人規模の都市になると考えられています(図2)。

大量消費型市場がほころびを見せ、経済成長一辺倒の考え方に変化が起き始めています。ソーシャルメディアの普及により世界を一瞬に結ぶと共に、誰もが情報発信者になれる時代になりました。こうしたなかで心のあり方や感性の充足などが、市場や生活の意思決定の重要な要素に浮かび上がり、GNH(国民幸福度)<sup>※2</sup>やQOL(幸福度指数)<sup>※3</sup>等の新たな価値観を今後の社会づくりの指標にしようとする国家レベルの取組みが始まっています。

時代が変わり、人々の考え方や行動が変われば、シティプロモートの考え方も変わるはず。従来の個別事業のPRや、企業や観光客誘致に向かう都市事業のプロモートから、都市そのものの考え方や暮らし方などの発信へ。

新しい時代のプロモートは、札幌らしい、札幌ならではの価値観を世界と市民に向かって発信していくことが、その役割だと考えています。

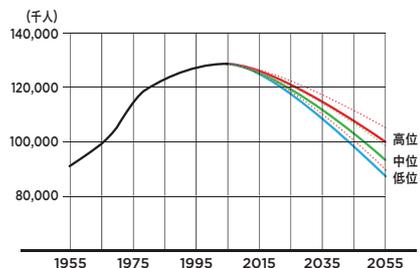


図1 「日本の将来推計人口(平成18年12月推計)」 国立社会保障・人口問題研究所

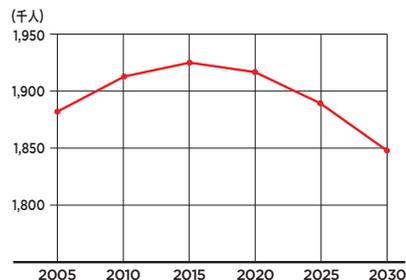


図2 「札幌市の将来推計人口」 札幌市長政策室政策企画部企画課

## 2. シティプロモートの目的と役割の変化

### 他都市との比較を超えて「札幌の魅力」をアピールしよう

- ・ 創造性や多様性で都市の魅力をつくりだす
- ・ 札幌らしいライフスタイルの中から生まれる魅力を発信する
- ・ 市民が誇りを持って内外にアピールできるようにする
- ・ 世界の都市と多様な交流をつくりだす

新しい時代に向けた札幌市のシティプロモートは、経済生産性の視点だけで都市を売り込むのではなく、都市の魅力を再発見したり、再編集することで、新しい都市の輝きをつくりだすことが目的です。

そのためには、従来の発想や価値観から少し離れた、人の暮らし方から生まれる楽しさや感動、創造性等の多様な見方が必要不可欠です。

本来のシティプロモートで発信されるものは、札幌らしいライフスタイルの中から生み出されるべきだと考えます。札幌の魅力を楽しみながら暮らしている姿、札幌の魅力を活用して生き生きと仕事する姿、そしてそこから生み出される多様な魅力が、本当の札幌の魅力です。

市民に愛され、楽しめる魅力こそがまちの誇りになるものです。市民が自信を持って発信していくことで、はじめて感動や感情が伝わり、人と人、都市と都市の新たな関係をつくりだしていくと同時に、札幌が世界から信頼されるプレゼンス<sup>※4</sup>とパートナーシップを獲得することのベースになるのです。市民が誇りを持ってアピールする札幌の魅力が、世界の都市と多様な関係をつくりだしていくのです。

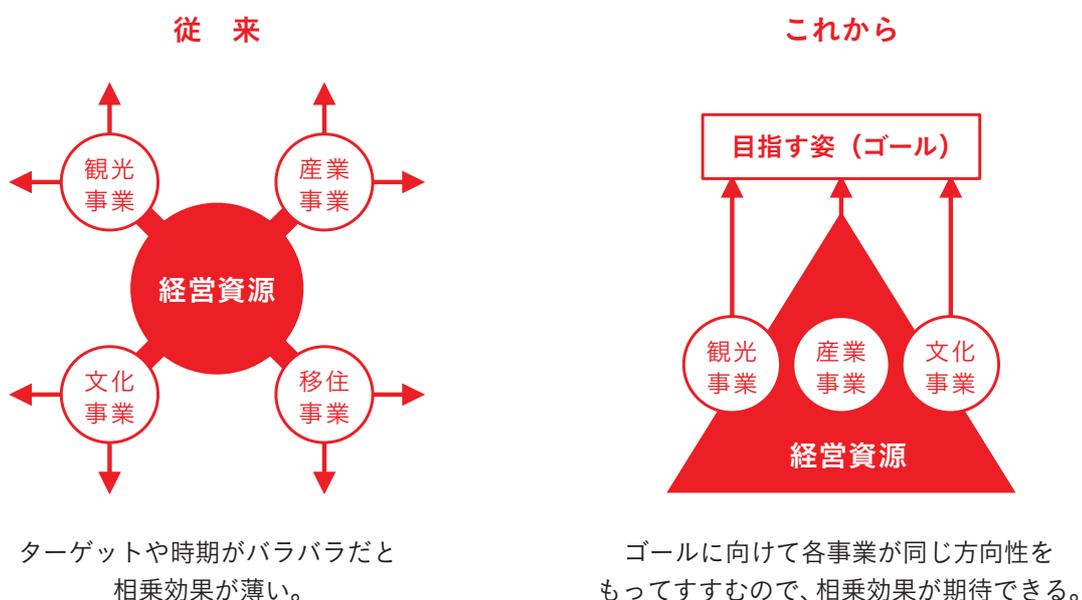
世界の都市へ、様々な事業者や、多様な人達へ。競争から連携。誘致から起業。商いから楽しみ。成長から充足。札幌で暮らすことに誇りを持ち、その魅力をアピールすることがこれからのシティプロモートです。

これまで	これから
<b>目的</b> 都市の経済を成長させる	<b>目的</b> 都市の輝きをつくりだす
<b>役割</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 事業や人を誘致する</li><li>・ 良い印象を与える</li><li>・ 世界に買ってもらう</li></ul>	<b>役割</b> <ul style="list-style-type: none"><li>・ 事業や人を生み出す</li><li>・ 自らが誇りを持つ</li><li>・ 世界とつながる</li></ul>

### 3. シティプロモート戦略の位置付け

## ひとつひとつの活動が「札幌らしいライフスタイル」に

札幌市のシティプロモート戦略は、都市の目指す姿に向かって個別の事業を推し進めるためのエンジンです。個別個別の事業から生み出される全体像が、札幌の魅力として、一貫した都市イメージを結ぶように、統一的で効果的な都市メッセージを世界と札幌市民に向けて発信する仕組みです。



### 4. シティプロモート戦略の展開

## 結果を出しながら柔軟に対応する

- ・ **ゴールを示し、ゴールに向かう取組みの成果を出し続ける**
- ・ **常に見直し走りながら考える柔軟で継続的な体制づくり**
- ・ **産・学・民との連携体制づくり**
- ・ **一体的、横断的、戦略的な展開**

シティプロモートでは、取組みの目標となるゴールを示し、その良さを見えるようにしながら、取組みの成果を出し続けていくことが求められます。

変化する世界に対応していくためには、絶えず戦略を見直しながら、目指すゴールに向かってぶれることなく発信していき、柔軟で継続的体制が必要です。

また、個別の事業に横串を刺す仕組みが不可欠ですし、産学民にとっては目指すゴールに向かう動きや意識をネットワーク化する連携体制が必要となります。

その上で、札幌市のメッセージを世界の人々、また市民ひとりひとりに一体的、横断的、戦略的に展開していくことがシティプロモートに求められています。