

# 第3回 札幌市シティプロモート戦略会議 開催結果概要

## 1. 開催概要

- 日 時 平成 22 年 11 月 17 日（水） 16：00～18：00
- 開催場所 札幌市役所 19 階会議室
- 出席者 ファッションプロデューサー／札幌コレクション実行委員長 佐々木 大輔  
東京大学大学院 客員研究員 杉山 幹夫  
SODA 代表 曾田 雄志  
放送人の会幹事／STV 役員待遇メディア・プロデューサー室専任局長 林 健嗣  
㈱コスモメディア編集局 局長 兼 「poroco」編集長 八木 由起子  
㈱カンディハウス道央支店 白鳥 孝  
㈱JTB北海道法人営業札幌支店営業 3 課営業課長 阿部 晃士  
<事務局>  
札幌市 市長政策室 プロジェクト担当部長 西野 守彦  
〃 課長 北川 憲司  
政策企画部 企画課 企画担当係長 中嶋 俊輔  
企画担当 川上 竜矢  
㈱KITABA 東村、宮崎、吉田、齋藤

(敬称略)

## 2. 議事 ※委員の発言の併記であり戦略会議の一致事項ではありません

### ① シティプロモートのゴールについて

- ・ 戦略では獲得したい具体的なゴールが必要だが、獲得していくことによって得られる札幌の将来像が重要である。将来像を共有できれば市民はそれに向けて進めるし、シティプロモートでは将来像それ自体が札幌のイメージアップにつながるものとして作りだしていかなければならない。
- ・ 「幸せ」は将来像を示すキーワードになるが尺度が国や人によってそれぞれ異なるので、皆が納得できる「幸せ」の共通言語があると良い。
- ・ 「幸せ」の指標になるものはお金だけではない。
- ・ 市民が札幌を愛するだけでなく、札幌が市民を愛するというような方向性も必要である。
- ・ 市民が参加しやすい取組みを推進する必要がある。その中で将来像の実現に向けた意識の向上も図れるのではないか。

## ② シティプロモートの戦略について

### ○市民の自覚の醸成について

- ・ 今の札幌は笑顔が少なくなっているが、幸せ感はある。市民が札幌で暮らす幸せに気付いて笑顔につなげていくことが必要ではないか。
- ・ 市民に愛されないものは付け焼刃であり、数年で忘れられてしまう。長い目でみた市民を巻き込んだ取組みが重要である。

### ○ちょうど良さへの理解について

- ・ 物的な満足だけではなく、ちょっとしたことでも幸せを感じられるシーンを増やせると良い。皆それぞれ「幸せ」の尺度が異なるので共通した「ちょうど良さ」を教えるための方法を考える必要がある。
- ・ 札幌は空気や電車や人の数などが「ちょうどいい」。その「ちょうどいい」をわかりやすく発信してはどうか。

### ○外部へのプロモートについて

- ・ ミシュランのように、外部の権威ある機関や世界的に知名度の高い人から評価をもらう仕組みも重要である。
- ・ 付加価値の視点を忘れてはならない。
- ・ いかに特化したものを作り出せるかが重要である。

### ○情報の伝え方

- ・ プロモートに際しては、プロモートをするものの取り巻く背景や歴史、それがどのように市民と関わってきたかのストーリーなど、情報をきちんと整理する必要がある。

### ○子どもたちのために

- ・ 子ども達と一緒に仕事をしている大人は「幸せ」を感じ「笑顔」で仕事をできる。子どものためだと頑張れる大人のパワーを使ってはどうか。

### ○市職員へのプロモートについて

- ・ 役人が「笑顔」で仕事をしていれば市民も啓発されて「笑顔」になるのではないか。
- ・ 役所の職場内でお互いを応援しあい、笑顔でよりよい仕事につなげていければ良い。職員一人ひとりが笑顔のプロモートの担い手である。

### ③ 具体的なプロモートについて

#### ○「笑い」のプロモートについて

- ・ 北海道には「笑い」が少ない。市民の生活の中に「笑い」を具体的に盛り込んでいくことが重要である（老人ホームや幼稚園等に「笑い」のプログラムを導入する等）。

#### ○札幌の「寿司」の発信について

- ・ 寿司を札幌に来たい理由の一つにできないか。寿司は、世界的にも評価が高く、付加価値の高いので、外部へのプロモートには効果的である。
- ・ 寿司に限らずマナーをきちんと教育し伝統を守ることで文化が発展していくのではないかな。
- ・ 市民に寿司のマナーを理解してもらい、アンケートや寿司券などを活用した寿司通いの普及活動を行ってはどうか。市民が札幌の寿司に愛情を持ち、寿司を解説できる。そこまで育てられれば東京の寿司にも負けることはない。

#### ○アート・芸術に関して

- ・ 誰が見てもすばらしいものを世界基準で考えられる人材が必要である。内部の人材だけでは限界があるのであれば外部から才能ある人を連れてくるための仕組みが必要となる（育成機関等の設置）。

#### ○笑顔のプロモーションについて

- ・ 「縁起もの」を介したコミュニケーションにより「笑顔」のプロモートを行うことができる。縁起ものを置いて写真を撮ると、笑顔の写真がたくさん集まった。

#### ○移住のプロモートについて

- ・ 移住したい人自身から発信してもらう仕組みがあると、当人から本当の言葉が発信されるので効果的なプロモートとなる。移住体験と体験者による CGM（ツイッター）を組み合わせたプロジェクトを試行したところ、大きな反響を生んだ。

#### ○市役所の広報について

- ・ 札幌市の広報課は、市民と外部の両方に対して広報を行ってはどうか。