

「魅力都市さっぽろシティプロモート戦略」(案) に対する意見募集の結果について

1 意見募集期間

平成23年11月16日(水) から12月16日(金)

2 意見募集方法

持参、郵送、FAX、電子メール、ホームページ

3 資料配布場所

- (1) 札幌市市長政策室政策企画部企画課
- (2) 札幌市総務局行政部行政情報課
- (3) 各区役所総務企画課広聴係
- (4) 札幌市ホームページ

4 意見募集の結果概要

- (1) 提出者数 4人
- (2) 意見件数 15件
- (3) 項目別意見件数

項目	意見件数
I 札幌市におけるシティプロモートの目的と役割	0
II 札幌のポジショニング	2
III シティプロモートのゴール	3
IV 基本方針	0
V シティプロモートの展開	3
VI シティプロモートの推進	0
その他の意見・要望等	7
合計	15

5 ご意見の概要とそれに対する本市の考え方について

II 札幌のポジショニング		
No.	意見の概要	市の考え方
1	札幌は本州と大きく違う個性があり魅力あふれる場所だが、実際には東京のまねをしており、大切な札幌らしさが失われている。野菜の生育、アイヌの食文化、ワインなど、道外の集客に威力を発揮するものであり、日本の食糧生産地域としてより高いブランド力を発揮すべきである。	ご指摘のとおり、魅力資源にあふれている札幌らしさを再発見し、日本の食糧生産地域である北海道のブランドを支え、活用することを戦略の基本方針としています。頂いたご意見については、今後の情報発信の際に参考にさせていただきます。
2	戦略の達成すべき目標への「方法」「手段」を呈示するための分析は、「平成22年度札幌シティプロモート戦略会議」や「ヒアリングから見える“札幌”のイメージ」において的確に示されているが、「笑顔」の結論にいたるまでの論理の展開が見られないのではないか。	戦略の策定にあたり、さまざまな調査や検討の過程における意見などから、札幌市として実現したい最終的なゴールをイメージし、多くの人と共有するためのものとして「笑顔」と考えました。

III シティプロモートのゴール		
No.	意見の概要	市の考え方
3	笑顔というコンセプトや言葉、デザインについてはプロに依頼すべきであり、大切に表現する必要があるのではないか。笑顔というコンセプト、スマイルというロゴの内容がわかりづらく、笑顔というコンセプトは世界どこの都市でも謳えるものではないか。	笑顔というコンセプトにした理由は、ゴールの状態が写真や映像などでわかりやすく表現出来るものであり、訴求力に優れていることによるものです。 様々な魅力にあふれ、日々の生活に自然に笑顔が溢れている札幌にこそ似合うコンセプトとして「笑顔」を考えています。
4	達成目標である「笑顔」には、「微笑」、「失笑」、「苦笑」、「Japanese smile(曖昧な笑い)」などきわめて多様なものがあるが、その具体的例示が見当たらず、抽象的であるため、戦略目標への理解や判断が出来ない。	この戦略における「笑顔」は、一般的に「笑顔」を想起させる、楽しみ、親しみ、喜び、幸せなどをイメージしています。様々な魅力資源を活用することで、札幌に暮らす人々が笑顔になれる街になることを目標として考えています。
5	市民にとって喜ばしい「笑顔」とは、日常生活にかかる都市基盤施設の充実と保全や市税等の負担軽減である。「個別戦略事業」にはいわゆる「箱もの事業」が提示されているが、財政状況を勘案すれば、「衛生・環境・防災施設」等の更新作業を優先することが、安全都市札幌として国内外へのイメージアップになると考えられる。	戦略の具体的な取組として提示した「個別戦略事業」については、今後の財政状況を勘案した上で計画されているものです。 また、提示された事業以外にも、社会経済状況に合わせて、戦略の実現につながる事業を実施していきたいと考えています。

V シティプロモートの展開		
No.	意見の概要	市の考え方
6	東日本大震災に向けた取組で救援物資を送るシステムを札幌市としても取り組んでほしい。	これまで、被災地への救援物資の輸送や人員派遣などの支援を行ってきました。今後も状況に応じて、適宜対応していきたいと考えています。
7	戦略では IT 関連企業の誘致に希望を持っているような印象を受けたが、札幌の良さは IT ではなく、素朴さ、あたたかみ、おおざっぱさなどの人間くささではないか。	ご指摘のとおり、素朴さやあたたかみなどの札幌市民の人間くささは、市民気質としての札幌の魅力資源と考えています。 IT 技術を活用し、誰もが情報発信者となる時代となり、ソーシャルメディアを活用する中で札幌の市民気質も魅力の一つとして伝えていきたいと考えています。
8	東京と比べて、札幌の人は非常に受け身に見え、自分から何かを起こすという印象が少ない。市民が街を掃除したり、地下鉄の通路を町内会で色を決めて塗ったり、終電後の地下歩行空間を使ったイベントなど、雪国である札幌の人々なりの、本当の笑顔になれる街にしてほしい。	これからのシティプロモートにおいては適切に役割分担をして自ら活動や事業に取り組む必要があると考えています。 ご指摘のとおり、さまざまな価値観、多様な発想から札幌らしい取組をしていきたいと考えています。

その他の意見・要望等		
No.	意見の概要	市の考え方
9	「シティプロモート」という文言は役所用語のようで、専門用語で難解であり、市民にとってなじみがない。「魅力都市さっぽろを語ろうプロジェクト」など、魅力を訴えるのにふさわしい、魅力的な言葉を選ぶべきではないか。	「シティプロモート」とは、行政計画においては一般的に使われている用語ではありませんが、市民向けには「SAPPORO」のロゴを活用した、なじみやすく、分かりやすく展開をしていきたいと考えています。 さまざまな取り組みを通じて、市民の皆さんが身近に感じられるように造り上げていきたいと思えます。
10	行政広報は実施すること自体が目的化しているように見える。一定以上のクオリティを保つためのレベルの底上げが必要であり、しっかりと市民とコミュニケーション出来るような広報戦略を実現してほしい。	今後の広報戦略においては、行政からの一方的な広報だけではなく、市民とのコミュニケーションと様々な人々の参画によって、クオリティの高い札幌の魅力づくりと発信をすすめていきたいと考えています。
11	「戦略」と称するための要件である達成すべき目標への「方法」「手段」が呈示されていない。	シティプロモート戦略の内容としては、これから札幌市全体が協力して戦略的に取り組む大局的な方向性を示しているものであることから、「戦略」という名称を用いることにしました。

1 2	<p>全体的に「戦略」としては不十分なところがあるととも、「市民のための市政」という視点が欠けているのではないか。</p> <p>また、札幌のイメージとして誤解を受けかねない不適切な表現が記載されているのではないか。</p>	<p>札幌がより良くなるため、市民の生活がより充実して魅力あふれるものになるための取組としてシティプロモートを進めてきているところです。</p> <p>また、不適切な表現の疑いがある記載については、札幌のイメージへの誤解がないよう、削除することとしました。</p> <p>17 ページ中段（札幌のイメージ）</p> <p>（修正前）</p> <ul style="list-style-type: none"> 札幌は生まれながらにして美人のお嬢様。恵まれた環境で化粧の仕方も知らずに育ったが、年を取り始めて困っている状況。人口、経済、観光、色々なものが落ち始めており、札幌は化粧が必要になってきている。 <p>（修正後）</p> <p>削除</p>
1 3	<p>障がい者も参加出来る魅力都市さっぽろシティプロモート戦略であってほしい。</p>	<p>誰もが笑顔になれる街になるよう、頂いたご意見の趣旨を踏まえて取り組んでいきたいと考えています。</p>
1 4	<p>原子力発電所を禁止する活動をしてほしい。</p>	<p>札幌市としては脱原発依存の方針について既に表明しています</p>
1 5	<p>原子力に依存しないグリーンエネルギーの活用や、サマータイムの実施など、市民みんなで考える何かを実施してほしい。</p>	<p>グリーンエネルギーの活用などについては個別戦略にもあるとおり、札幌の地域特性を活かした新エネルギー設備の体験施設による普及啓発や、設備導入に対する市民・事業者への支援など、市民も参加できる取組を取り入れながら「環境首都・札幌」の実現を目指していきたいと考えます。</p>