

新まちづくり計画（H16～18）事業総括調書

施策体系コード	1-4-2	事業名	札幌ブランド構築・推進事業
担当	経済局産業振興部産業企画課 松川 211-2372		
全体計画（当初）			
事業内容	札幌の高い都市イメージを戦略的に活用し、幅広い産業分野が横断的・有機的に結びつき、活性化を図っていくため、「札幌ブランド」を発掘・構築し、その普及と定着を進める。 札幌スタイルの資源発掘：デザイン会議の開催、調査事業 札幌スタイルの構築・具現化：デザインコンペティションの開催、認証制度 札幌スタイルの普及・定着：デザインギャラリーの開設、セミナーの開催 人材の育成・定着：インターンシップ事業		<年度別の事業内容> (平成16年度)札幌スタイル・デザインコンペティション開催、札幌スタイル・デザイン会議開催、札幌スタイル製品認証事業、デザインギャラリー開設、デザインセミナー開催、インターンシップ事業、産学官によるデザイン開発プロジェクト (平成17年度)コンペ入賞入選作品の商品化事業、デザイン会議開催、認証事業の継続、ギャラリー運営、デザインセミナー開催、デザイン開発プロジェクト (平成18年度)平成17年度実施事業の継続のほか、第2回札幌スタイル・デザインコンペティションの開催、中小企業経営者デザイン塾、デザイン・インターンシップ、ユニバーサルデザイン推進事業の実施
	平成16年度事業内容（決算）		平成17年度事業内容（決算）
事業内容（量・場所・規模等）	札幌の高い都市イメージを戦略的に活用し、幅広い産業分野が横断的・有機的に結びつき、活性化を図っていくため、「札幌ブランド」を発掘・構築し、その普及・定着を進める。 札幌スタイルの資源発掘 ・札幌スタイル・デザイン会議（年2回開催） 札幌スタイルの構築・具現化 ・札幌スタイル・デザインコンペティションの開催（応募182点入賞入選16点） ・認証事業（年2回実施／応募64製品中28製品を認証） ・デザイン開発プロジェクト（室内用歩行器の販売開始ほか） 札幌スタイルの普及・定着 ・デザインギャラリーの開設・運営（平成16年4月28日開設／来客数約1万人） ・デザインセミナーの開催（全19回開催、延べ参加人員1,338名） デザイン系の人材育成 ・インターンシップ事業（参加学生：市立高等専門学校生16名／受入企業11社）	札幌の高い都市イメージを戦略的に活用し、幅広い産業分野が横断的・有機的に結びつき、活性化を図っていくため、「札幌ブランド」を発掘・構築し、その普及・定着を進める。 札幌スタイルの資源発掘 ・札幌スタイル・デザイン会議（年1回開催） 札幌スタイルの構築・具現化 ・入賞入選作品の商品化事業（2商品） ・認証事業（年2回実施、新たに17製品を認証。） ・デザイン開発プロジェクト（室内用木製歩行器がグッドデザイン2005受賞。開発第3弾として木製ソリを試作） 札幌スタイルの普及・定着 ・デザインギャラリーの運営管理 ・デザインセミナーの開催（全22回開催、延べ参加人員1,402名）  インターンシップ事業については、デザイン環境ステップアップ事業（別枠・新規事業）の一部に組み替えて実施	
事業内容（量・場所・規模等）	平成18年度事業内容（決算）	評価（成果）	
事業内容（量・場所・規模等）	札幌の高い都市イメージを戦略的に活用し、幅広い産業分野が横断的・有機的に結びつき、活性化を図っていくため、「札幌ブランド」を発掘・構築し、その普及・定着を進める。 札幌スタイルの資源発掘 ・札幌スタイルデザイン会議（1回開催） 札幌スタイルの構築・具現化 ・デザインコンペティション2006開催（応募総数145点、13点が入賞） ・認証事業（年1回公募：新たに11製品を認証） ・デザイン開発プロジェクト（木製ソリの商品化、大手ホームセンターから販売開始、今シーズンの生産ロット数は完売） 札幌スタイルの普及・定着 ・デザインギャラリーの運営管理 ・デザインセミナーの開催（計15回開催、延べ参加者数2,444名） ・中小企業経営者デザイン塾（1回開催） ・デザインインターンシップ（参加学生：市立高専学生22名／受入企業7社参加） ・北海道ビジネスフォーラムの開催（H18.10.19 北海道銀行、日経BP社との共催） ・「らくらフェア」開催（H18年11月30日から4日間開催、サッポロファクトリー） 平成17年度に実施した「デザイン環境ステップアップ事業」を「札幌ブランド構築・推進事業」に統合	市内中小企業が「デザイン」を経営資源の一つとして認識し、積極的に自社製品（サービスを含む）の高付加価値化、差別化等に取り組む環境を構築するとともに、デザインコンペ入賞作品の商品化や産学官によるものづくりプロジェクトの活動等を通じて、デザイナーと地元企業の連携による札幌発の商品開発を進めるモデルケース（成功事例）の蓄積を行うことができた。また、デザインと産業の融合を目指すNPO法人が誕生し札幌初のデザイナーズウィークを開催するなど、民間主体の自律的なデザイン振興の下地が作られた。  課題 デザインを活用した成功事例の創出が見られるにいたったが、デザインギャラリーの在り方やコンペ入賞作品の製品化に向けたより効率的な仕組みづくりなど事業課題が明らかになってきたことから、これらの課題解決に向けた方策を検討するとともに、長期的な視点にたった札幌スタイル事業の再構築を図る必要がある。	
19年度以降の方向性（事業予定）			
<p>（社会的背景） 人口減少時代の到来やグローバルな事業展開が加速する中、新しい成長を維持していくためには、産業の競争力強化や企業ブランド確立対策として、デザイン力を重要な経営資源の一つに位置づけたビジネス戦略がますます重要となってくる。なかでも、高齢化、国際化、多様化の進展に対応するためのユニバーサルデザインや環境問題に対応するためのエコデザインなどにデザイン市場は拡大し、新しい産業の創出やビジネスモデルの可能性が大きくなると予想される。</p> <p>（今後の方向性） 現在、産学官の有識者で構成する「札幌スタイル・デザイン会議」において、「札幌ブランド構築・推進事業」の成果の検証と課題の解決について議論しているところであり、その議論を踏まえながら、今後のデザインを活用した産業振興に係る方向性ならびに具体的な取組を平成19年8月までに策定し、より長期的・戦略的な観点で事業を推進していく。</p>			

