

第1回 まちづくり戦略ビジョン審議会 経済・雇用部会 議事録

日時 平成24年(2012年)3月7日(水)14:00～17:00

会場 ホテルニューオータニ札幌 2階 北斗の間

1 開会

【可児部長】

定刻より少し早いが、札幌市まちづくり戦略ビジョン経済・雇用部会を始めさせていただきたい。これまでの審議会でご確認いただいたとおり、今後は3つの専門部会に分かれて主に重点戦略の内容について深くご議論いただく。

また、専門部会ではこれまで事務局にアドバイスを頂いていた専門委員の先生にもご参加いただくことになっている。この経済・雇用部会では、札幌市立大学の山田先生と北海道大学の平本先生にご参加いただく。

本日は中嶋委員と平本専門委員が都合により欠席。

今後の進行については内田部会長に願います。

2 議事

(1) 重点戦略のテーマ設定について

【内田部会長】

前回の審議会重点戦略のテーマ設定について事務局案が出されている。一旦は審議会確認されているが、このことについて改めて確認してから先に進めたいと思うので、事務局から説明をお願いしたい。

～資料1、別添1、2について事務局より説明～

【内田部会長】

非常に多岐にわたって、すでにいろいろな取組みが行われているので、それを前提にして戦略ビジョンを作らなければいけない。メリハリのある形で作っていくことが求められていると思う。

(2) テーマにおける想定取組について

【内田部会長】

各委員の先生方からご提案を事前にいただいているが、それを今日ご披露願いたい。池田委員が遅れて来られるということなので石森委員から。

【石森委員】

提案資料に基づいて私なりに考えていることとお話させていただく。ただいま事務局から説明のあった現状認識と今後の課題ならびに重点戦略のテーマ設定、具体的な戦略テーマ、とくに都市の活力を高める創造戦略という

方向性については大変望ましい方向だと思っている。私もこういう方向で私自身が研究している分野からめてご提案させていただく。

札幌市は創造都市さっぽろビジョンを提唱している。方向性としては望ましいと思うが、もう少し今回のテーマでもある経済や雇用の問題に結び付けないと中途半端に終わってしまうのではないか。決してこれが悪いと言うわけではないが、とくにメディアアート分野に特化しすぎているのではないか。本当は創造都市というのは幅広いものである。現在の札幌市が提唱している創造都市さっぽろビジョンだけでは産業創出や人材育成に直接結びつかないような面もあるのではないか。

経済産業省では“創造的なクリエイティブ産業”として、少なくとも6つの分野を位置づけている。ファッション、食、メディアコンテンツ、地域産品、住まい、観光。そういう意味では札幌が今強く打ち出しているメディアアートの分野はメディアコンテンツというところに入るだろうし、食も観光も住まいもファッションも札幌はすでに様々なものを多く持っているということで、こういう国の動きとの連動性も必要だし、創造都市ということをもっと産業育成や人材育成に結び付ける必要があると感じている。

それから特区構想について。これも特区だけが一人歩きするのではなく、今回のまちづくり戦略ビジョン、とくに経済・雇用について考える時に非常に重要であると思う。北海道フードコンプレックス国際戦略総合特区、これは北海道全体が考えられているが、その中での札幌も重要だし、また、札幌コンテンツ特区については、アジアにおけるコンテンツ産業拠点都市の創造となっている。ただ、これも予算等々の兼ね合いもあると思うが、映像関係に特化しているので、もう少し広い視野で活かすべきである。そのためには大本の創造都市さっぽろというビジョンそのものを今回の我々のテーマである産業振興や人材育成に結び付けていかなければいけないのでは。

ソーシャルビジネスやソーシャルエンタープライズについて、もっともっと若い人を含めて札幌で色々な企業ができることが当然必要になると思うので、そのためには「さっぽろクリエイティブファンド」「さっぽろクリエイティブ起業塾」など、人に対する投資といった点も必要になるのではないか。

札幌市立大学には大いに頑張ってくださいたい。せっかく市が作っているのに、札幌の様々な動きに当然連動させるべき。そういう意味ではクリエイティブ産業の振興や人材育成の面で大いに市立大に頑張ってくださいたいと感じている。

もうひとつは私の専門である観光分野について。東アジア、ロシアの経済発展は問題もあるが今後も続くだろう。そう考えた時に、当然札幌の将来のあり方との関係で観光・MICE 分野が重要になる。これも産業振興や人材育成の面でみると、重要と言われながら問題だらけという感じがしている。札幌市も観光協会などがあるが、アジア諸都市が大競争時代に入っている現在、札幌の観光・MICE の未来を拓くには、もっと専門性を高める必要がある。例えば「ディステーション・マネジメント・カンパニー」あるいは「ディステーション・マーケティング・カンパニー」、これらは欧米やアジアでも当たり前になってきているが、日本ではまだなかなかこういう株式会社をきちんと作って、専門的な人材が地域のマーケティングや地域のマネジメントを行うという動きができない。市の観光協会や観光コンベンションセクションがしっかりしているということかもしれないが、それを超えるプロフェッショナルリティが求められている。

私がしばしば提案しているのが「アジアの専門的な人材をどんどん招き寄せよう」ということ。1980年代にマレーシアのマハティールが「Look East(東方政策)」を行ったが、私は「Look West」を提唱してきた。日本で Look west というすぐ西洋に飛んでしまうが、そうではなくて、観光・MICE 分野については明らかに香港やシンガポール、マレ

ーシア、インドネシア、フィリピンなどが進んでいる。そういうアジアの専門的人材をスカウトして活躍できるようなマーケティング体制の強化も必要だろう。

ひとつの提案としては皆さんご存じの「欧州文化首都」。ギリシャのメリナ・メルクーリ文化大臣が提唱し、1985年に創設されたもので、第1回目がギリシャのアテネ。毎年ひとつの都市をヨーロッパの文化首都と定め、EU諸国がそこで様々な文化的なイベントを行う。それが観光振興にもつながるといふもの。今はたしか毎年3都市ぐらい選ばれていると思うが、そこで「東アジア創造首都(Asian Creative Capital)」という事業を行ってはどうか。東アジアの諸都市が連携してひとつの都市をアジアの創造首都とする。例えば、韓国のプサンなども映画で頑張っているが、色々なところでクリエイティブな産業の振興は図られている。そういうことを通してクリエイティブ産業や観光・MICE産業の振興も図っていくべきではないか。

もうひとつは「ビジットイヤー」という制度があり、これは東南アジア諸国がしばしば設けて、タイなどでは2年に1度ぐらい行っているが、日本はなかなかやらない。観光庁にも2012年は日本を観光年にして、被災地域にも付益するような形で行うべきであったという提案をした。市民にとってはMICEといってもよくわからない。「札幌観光年」のようなものを設定することによって、市民に札幌の未来を考える時に観光・MICE分野が少なからず重要性があるということも併せて考えていただくきっかけになるのではないか。

札幌ではPMFなど素晴らしいイベントがたくさん行われていて、私も評価しているところであるが、もう少し統合的にまちづくり戦略との関係の中で活かすことも必要ではないか。

【川崎委員】

これから幅広い産業育成というものが考えられていくと思うが、その中で付加価値の再設定というか、共通認識として持っておくものが戦略的に必要なのではないかとということと、これから東アジアなど海外のビジネスパートナーなど対外的にアピールする意味でも何かひとつのブランド戦略的なものが必要なのではないかとということを一番目に挙げた。

札幌を魅力的なブランドにするための何かしらの言葉、言葉だけではなく中身も伴っていなければいけないのは当然だが、「SAPPORO スタイル」「SAPPORO デザイン」といったものを確立してはどうか。

これはライフスタイル全般に言えることで、デザインといってもアートのことだけではなく、暮らし全体、衣食住全てに札幌らしさを。今皆さんが持っている札幌のイメージはバラけていると思うので、新たにこれから戦略ビジョンを作っていくにあたり、こういうことを札幌のブランドにしたい、デザインにしたいというものが確立できると、後々価値が出てくるのではないかと思う。

今注目されている北欧のスタイル。とくにスカンジナビア3ヶ国が食の部分でフランスやイタリアよりもフードジャーナリストの間では注目されている。トップレストランの「NOMA」が出たこともあるが、やはりバックに酪農・農業があることが大きい、ということでは札幌に近いイメージがあるのではないか。

私は道外の人間だが、傍から見ていて札幌の郷土色といったものがあまり感じられないので、それを逆手にとった都市生活型、生活の中で楽しむデザインといったものを考えられないか。スウェーデンなどはその部分で尖っている。そういった北欧の魅力が、何度か繰り返されてきたブームではあるが、日本人にとっては好ましいイメージがある。

それを手本にするかはここで議論することではないが、例えば、札幌が作りだすイメージ、住んでいる人のライフ

スタイル、都市のあり方、そういったところでこういったものを目指したいということを掲げられないか。

それに関しては道内、もしくは国外からアーティストを呼んで、どういったことがこれからの魅力になるかを考えるということも、ユネスコの創造都市になるということなので、そういったところとシンクロする部分はあるのではないかと。

こういったことが実際に注目されて、世の中で「札幌は頑張っている、新しい」と認識されると、楽観的かもしれないが産業も生まれると思う。やはりビジョンがないところに具体的な産業は生まれないので、何かそうした旗印的なものがあると良い。私は「デザイン」「スタイル」という言葉がふさわしいのではないかと。

今申し上げたのは幅広い中での共通認識といったことだが、これからの経済を考えると選択と集中が必要になってくる。現在、食は道外にアピールできる非常に優れたコンテンツ。食のジャンルを活性化させていく。HFC特区という利点を最大限に利用する、アピールする仕掛け・話題づくりを考えていくことを考えてはどうか。

現在海外との交流において、都市と都市との交流はあるが、産業と産業の交流ができないか。今、海外の産業市が日本の食のシーンで非常に話題になっている。伊勢丹が行っているチョコレート見本市「サロン・ド・ショコラ」。これはプロが参加する見本市だが、今や一般の人でも観光で行く。それをそのまま持ってきてデパートの催事にした。そういった食の大きなムーブメントを起こせないか。今ちょうど行われているそうだが、パリの大通りにフランス中の農家が集まって、牛や豚まで連れてくる農業見本市がある。これにはパリの一般市民も参加する。あと、イタリアではスローフード運動の祭典「サローネ・デル・グスト(味の祭典)」がある。こちらでも国際的に話題になっている。

そういったものを研究して、札幌ならではオリジナルの食の見本市ができれば、話題にもなるし、経済的な効果もあるのではないかと。都道府県が行う食の運動はどうしてもご当地物、自分のところだけのアピールが多いので、これからは国際的な観点、例えば酪農のフェスティバルをするならば、北海道だけではなく世界のものを持っていくといったように、もう少し視点を他の都道府県より高めて、HFC特区の立ち位置をアピールするようなことができるか。もうひとつは、観光にも結びつけていくということ。オリジナルで考えていくのも良いし、こういったものを日本で、それも東京ではなくて札幌で開催する。ジャーナリストやソーシャルネットなどを呼び込むことで、食のジャンルでは北海道、札幌はひとつ飛びぬけているというアピールができると思う。

あとは、食と文化のジャンルを組み合わせ、安直ではあるが、食をテーマにした文学賞、映画祭など、札幌ならではのしつけ、話題づくりから食の分野を活性化させることはできないか。

3 番目は、既存の文化芸術基本計画を拝見して、関係者から話も聞き、非常にクオリティも高く文化芸術の取り組みに熱心ということがわかるが、北海道・札幌の中で成功しているがゆえに、道外になかなか聞こえてこない。そうしたところにてこ入れする方法はないだろうか。これだけ素晴らしいことをしているので、話題づくりなのか運営の仕方なのか、少しもったいないと思う。とくにPMFなどは若手音楽家を支援するすばらしい取り組みだが、もう少し経済効果も考えられるような広報の仕方があるのではないかと。サッポロシティジャズもこれから中高年層がこれを目当てに札幌に来るといったように観光につなげることができると思う。

【早川委員】

川崎委員の提案について補足というか応援のコメントをしたい。2 ページ目の食のジャンルの提案については市の皆さんはピンと来る部分が多いと思う。すでに札幌市が行っている事業の中に芽のようなものが多いと思う。それを活かしたり、うまく連携させることで川崎委員の仰るように札幌が少し飛び抜けた印象というものができるとはならないか。

例えば、食でいうとオータムフェスト。年々入場者数が伸びている。大通公園で道産品やドイツの提携都市のものを集めて大々的に行われており、札幌の一大イベントに成長する予感を持たせるぐらい。観光客はまだ少ないが、市民の参加はものすごく多い。

同じく秋に開催されるイベントで演劇・音楽など様々なジャンルのものを札幌中で開催する「さっぽろアートステージ」もある。ただ、そのあたりがなかなか有機的に結びついていない状況もあるので、上手くつなげていくことで、札幌の秋の食・アートを組み合わせることができる。映像分野でいえば「SAPPORO ショートフェスト(短編映画祭)」もある。新しいものをつくるだけでなく、今あるものを上手に組み合わせでしっかりアピールすることで、札幌の潜在的なものを出せるのではないかと。

【為定委員】

今日の提言はどの程度具体的なレベルが求められているか分からない部分もあったので、前提となる私の考え方をまとめてみた。具体的な各事業におとしこんで考えていただければと思う。

産業振興策のひとつにこれまでは企業誘致ということがあったが、これまでのような土地分譲型はとりわけ札幌市のような都市ではその役割は終わったと思われる。広大な大規模工業団地が売れ残っていて、そこを何とかしなければいけないということであれば、従来のように税の軽減など制度的な措置で持ってくるという力技が必要だったかもしれないが、今や札幌にはまとまった土地がないと伺っているので、そういうことであればなおさら発想を変えていく必要がある。

どう変えていくかということ、今ある産業、企業、人と何かを組み合わせでどう価値を高めていくか、ないものを補完することで相乗効果を出して、産業を振興させていく。道外企業が補完するのか、札幌の企業が補完するのか、その関係性は色々あると思うが、組み合わせでいくということ。

組み合わせるためにはやはり接点をもたなければいけない。企業の経営者や技術者が出会って情報交換を行うことが必要。ここでプラットフォームという言葉を使ったが、これは物理的なモノではなく、人と人との接点を増やすということ。一民間企業ではできない接点を市が主導して呼びかけていく。

食、バイオ、ITを例にして考えると、それぞれ接点がある。逆に言えば、接点を持たなければ行動化できない業界といえる。そういった重点産業がまとまっているのであれば、そこにどういった産業、技術を組み合わせでいくことで札幌の企業の高度化がなされるかということを考えていく接点の場を設けていただきたい。

それから、具体的なプロジェクトを掲げることで関連企業、技術を集約することが必要と考える。韓国で90年代後半にブロードバンドの普及を国策として掲げ、IT産業が成長した。今札幌にとって何がそれにあたるかと考えた場合に、私は次世代エネルギーネットワークを他地域に先駆けて構築することだと思う。スマートグリッド、スマートメーター等個別の技術や機器の話は新聞に出ているが、全国的にそれほど普及しているわけではない。それであれば、札幌はそこに集中的にお金をつけて特区的な発想でエネルギーネットワークを敷設していく。その関連機器の製造技術、保守メンテナンスなどの産業育成を他地域に先駆けて行っていく。寒冷地で冬場のエネルギーをいかに効率的に使うかということは、札幌・北海道の重要な課題であるが、そのことにも合致する。例えばそういうプロジェクトを一つ掲げて、そこに札幌内外から企業を呼び込んで育成をし、シナジーを出していく。

プラットフォームづくりとしての国際化ということでは、国際会議の誘致は現在も行っていると思うが、会議を誘致するのではなく、産業政策に合致した国際会議を市自らが作っていく。それにより、食なりバイオなりITの国際的な

企業が集まり、接点を持ち、市内、道内、国内の経営者、技術者が触発され、新しい経済活動につながるような場をつくるのも一案かと思う。

2 番目は人づくり。人づくりは別の部会があるが、あえていくつか提言した。日本全体に言えることだが、今後の産業振興、経済力を考えた時に、ぜひ経済政策、産業振興政策の観点からの人づくりをプロジェクトとして具体化していただきたい。「人口は力なり」、合計特殊出生率が年によって 1.0 をきった札幌市は危険水域に入ったといえるのではないかと。人口を維持するには 2.08 が必要といわれている。

子育てができつつ、女性が労働力・経済力につながるということを厚生的な話ではなく、経済的な話としてやっていかなければいけない。そのためには域内の経営者に女性の労働力維持と出生率の向上を両立させる意識を持ってもらう必要がある。

これまでもいろいろ対策はとられていると思うが、一向に改善しない。人口問題は他地域より人口が増えているから軽微とはいえない。逆に 0～14 歳の減少率が札幌は全国平均より速いので、今後ははるかに変化率が速い。変化率の速さに対応できないひとつの原因になると思うので、深刻なことである。産業振興策としての子づくり支援策という発想を持っていただきたい。

国際的な人づくりについて。若者の道外流出を防ぐということも良いが、若者にもっと道外、海外に出て行って、そして戦力として戻ってきてもらう発想をとっていただきたい。国際的な経験のひとつとして留学があるが、これまでは教育の観点から論ぜられてきたが、留学についても産業政策・経済政策の観点からの留学支援も想定していただきたい。

札幌にとって重点産業は何か、そのための人材育成には何が必要か。大学にカリキュラムを設けるのもひとつだが、海外に目を向けて、どこで学んでもらうことが将来の札幌の産業育成に役立つかを調べる。留学というと、これまでは大学と大学の交流だったが、それを地域ぐるみで、札幌圏の大学全ての学生が海外の大学や研究機関に行きやすくする道筋をつけることが産業政策としても国際的な人づくりにつながるのではないかと。

人づくりとしての 3 つ目の考えだが、他地域からの経験を持った人の流入を促すことを産業政策として進めるとのこと。平均寿命が男性 70 歳代後半、女性 80 歳代、元気で長生きされる方が増えている一方で、企業の雇用は延長といってもせいぜい 65 歳まで。今年団塊の世代の方たちがその世代に達して、その方たちが引退すると企業は経験者不足で困る。もっとそういう人々を雇用すればいいが、高齢者を抱えるマイナス面もあり、色々なことがチグハグな状態。

第 2 の人生を大都市ではないところで暮らしたいという人は増えてくるのではないかと。色々な段階での「レーンチェンジ」。最後まで同じ企業で勤め上げるのか、40 代、50 代で居場所を移してこれまでの知見を生かすのか。本当は環境の良い地方で働きたいと思っても、そこで収入を得られるほど、手に職はないということで躊躇されているという方の話はよく聞く。そこで単純な作業につくのではなく、これまでの潜在能力を引き出せるような、職能訓練のようなことをもっていただく。それから、これは観光への応用だが、北海道・札幌に居を移したら何ができるかということを疑似体験できるような場を設けられないか。例えば農業体験などだが、農業だけではなく、色々な産業における体験ができるとすれば観光的な効果も得られると思う。

3 番目はいかに国際化を推進するかということ。札幌・道内企業の海外進出に対する支援については否定はしないが、方向としては逆で、札幌圏をもっと国際化していくことではないかと思う。比較的他地域に比べて新しいイメージ、言葉は古いが高次元なイメージがある札幌だが、外国人の居住者は少ない。労働力としての外国人を多

段階で受け入れていく。技術者やマネジメントの層も招く。一企業で海外まで優秀な人材を探しに行くことは難しいので、そういうことを公的に支援する。その企業に海外で経営を積んだ方が来ることで企業にもちがう発想が芽生えるし、若い社員の国際感覚を磨くことにもつながる。プロ野球の助っ人外国人が良い例。ある程度期間を区切って人材を「借りてくる」という発想があっても良いのではないか。

同じことは大学でもできる。学生が海外のビジネスマンに触れ合うことで、仕事に対する意識を高めることにもつながるのではないか。

東大を中心に9月入学の話があるが、それに対する抵抗も多いと聞く。先だって、秋田の国際教養大学の中嶋嶺雄学長と話をしたが、東大の提案はしごく当たり前だということだった。国際教養大学は秋田市内から離れた地方の郊外で国際教育を実現されていて、非常に人気となっており、倍率も高く、海外からの留学希望も多い。秋田の場合は中嶋学長がほとんど個人で海外の大学と話をつけたと聞かすが、一大学で難しければ札幌圏の大学で連携して海外とネットワークをつくることもできるのではないか。

総括すると、産業振興も国際化も「人づくり」と感じる。日本の国力を維持するのは「人」。私は現在日経の教育事業本部というところで、企業の研修への協力などを行っているが、企業の研修担当者から、大学まで出ているのにこんな研修をしなければいけないのか、といった話をよく聞く。

今、日本が転機を迎えているのは、つまり日本人が転機を迎えていることなのだと思う。まちづくり、経済振興、雇用などについて、従来の発想の政策を否定するわけではないが、発想を少し変えた形で広げていくこと、広げた先の分野がこれからの経済にとって重要になってくるのではないか。

【内田部会長】

今の日本の社会状況を多岐にわたりふまえながら、それを北海道に当てはめた場合にどうなるかというお話で非常に興味深かった。

2点ほど補足すると、人口が伸びない状態で高齢者が増えているのは、札幌市以外の道内から高齢者がたくさん札幌に来ているから。昔のように若い人が増えることで札幌市の人口が増えているわけではない。したがって、札幌は医療・福祉関係のコストがものすごく上がるので予算が厳しい。道民の高齢者を医療や福祉で抱えているのが今の札幌市の実情である。通常のイメージでは子どもが増えたり、若い人が来て人口が増えるが、そういう意味では札幌市は北海道の中でも特殊な状況に置かれている。

もうひとつ、国際化の前に今の札幌の若者の中には東京にも出て行きたくない、という人が増えている。データを見ても北海道と道外との人の行き来が細っている。道内は人の行き来が非常に悪い、孤立化しているといっても差し支えない状況。たしかに情報量は増えているが、生身の人間が行き来していない。ビジネスマンもこちらにメリットがないので来ない。

こういうことを意外と知らない場合が多いので、今までと同じステージで議論するのは間違った方向を出してしまう可能性があるので、今の色々な視点、リアルなデータを確認しながら進めていく必要がある。

【為定委員】

「東京ですら行かなくなった」というのはしごく当然だと思う。東京に行く必然性は薄れてきている。物も情報も全て札幌で手に入る。

【内田部会長】

私が言いたいのは東京にも行けないのであれば海外にも行けないということ。つまり、他地域に行くという勇気や元気がない。今の若い人はここで満足してしまっている。メンタルな面といえそうかもしれないが、メンタルは社会環境が呼び起こすものなので、それをどう直すかということは問われている。

【早川委員】

私は専門の映像制作の分野から提案していきたい。

具体的な提案の核は「札幌市立大にコンテンツ産業の担い手を育てる新しい学部を新設する」ということ。札幌市が今後取り組んでいく産業、成長が見込める、市民の夢を育むことができる、わかりやすい意味合いのものとしてコンテンツ制作や市が今創造都市ネットワークで申請しているメディアアート分野など、そういった関連産業を取り上げるのが良いのではないかと。

新しい学部に関しては、中核組織としてこうした新しい産業への人材供給を行うとともに、研究拠点としてなど、ひとつの核となる場所になってほしい。

提案の背景としては今の札幌市の方向性がある。2006年3月の創造都市宣言や昨年秋のコンテンツ特区の申請など、創造都市という新しく芸術文化、創造ジャンルのところを何とかして産業にしつつ、新しい核にしていこうというような方向性、この中で考えられているもの。

現状で行われているなかで改善すべき点として、創造、メディアアート、コンテンツといっても非常にわかりづらい。一部では経済的な側面もありつつ、文化的な側面もある。そういったところも整理していきたい。

2点目は人材を育てるときに教育的な視点で育てる必要があるということ。先ほどのた為定委員の言葉を借りればもっと経済的な視点で育てるといこと。人材育成の基盤づくりは、せつかく市立大という札幌市が主体として持っている大学があるので、産学官共同でどういう人材を育てていくか、どういった人材を育てていくことが札幌市の活性化につながるのかという視点で考えていく。

教育産業をベースに市立大学をブランド化できないか。川崎委員も仰っていた札幌のイメージづくり、シティプロモーション的な側面もある。北大は全国的に知名度、ブランド力がある。市立大はまだできてから10年に満たないが、これからのあり方としては、今は市立大は看護・デザインで進んでいるが、もっと骨太なイメージづくり、札幌のまちづくりとしっかりリンクするようなイメージづくりをしていただきたい。このジャンルなら札幌の市立大ということで、日本中、世界中から人が来てくれるように。

こういった新しい学部を作るにあたって、映像であれば映像制作者、音楽であれば音楽家、そういう物を作る人間を輩出することも重要だが、それとともにきちんと商売ができる、マネージメント能力を身に着けたコンテンツ制作者を育てる、という視点をしっかり持つ必要がある。これまでの創造文化政策の中では、作るほうは作るほうで文化的な側面からどうしても補助金頼みというか、パトロン制、パトロンがいないと成立しないという状況であった。とくに北海道のようなパトロン文化の根付いていない場所でものづくりの伝統を根付かせるには、自らマネジメントできる素地をしっかり学生時代から身につけておく必要がある。

こういった人材育成の重要なポイントは縦の継続した流れ、スキームをしっかりと作っておくこと。市立大の新しい学部を頂点として、その下に高校、中学、小学校それぞれでコンテンツ制作に関する授業をしっかりと行う。「札幌市

はこういう授業をしているからこういう人間が出てくるんだ」と思われるような。ちなみに川崎市、川口市などでは映像教育というカテゴリーが小中学校の授業の中で取り入れられている。

創造産業は市民レベルでのわかりやすさが必要である。川崎委員が仰ったイメージづくりの部分と密接につながると思うが、札幌はこういうものを目指すという、共有できるようなイメージづくりができるものが新しい産業の顔になってほしい。例をあげると「コンテンツ制作」だとわかりにくい例えば「映画」というとわかりやすくなる。札幌市は映画を中心としたコンテンツを制作したり、映画を中心とした新しい産業で国際的な展開もしていく、映画を中心として観光を行う、といった打ち出し方ができる。

その人材育成の中核として、市立大にそうした拠点を作れないか、そして市立大を中心とした縦のラインをしっかりととること。こうした人づくりは札幌市がこれまでやってこられなかった分野。コンテンツ制作をする若者の支援、私もそれを受けていたくちだが、フリーターを何人作っても仕方がない。フリーターに起業しなさいとお金を渡しても効率は悪い。そうではなく、フリーターにならないようしっかりとしたベースの教育を受けた学生を官民あげて作っていくのいいのではないか。

こうしたことは他の分野についても応用が効くと思う。これまで教育現場や映像制作の現場をとおして見てきた中から、こういう方法が遠回りに見えてじつは近道ではないかと思ひ、提案をさせていただいた。

【池田委員】

自分の周辺に関するところでまとめてみた。最近 TPP の勉強をする機会が何度かあった。その中で、日本が、あるいは、北海道が埋没しないようにするにはどうしたらよいかということが気になっている。その中でも原産地証明、政府調達には地域に大きな影響がある事項と思われる。

食について自分なりに考えてみると、北海道の強みを作ることだと思う。強みを作ると雇用も生まれる、技術も集約される。大地と一年の努力から出来上がってくる食の素材をしっかりと生かす食産業。そこからぶれないことが大きなポイントのひとつだと感じる。たまたま私は食品に関わっているので一層そう思うのかもしれないが。私は食が日本のなかでの大きな切り口であり、力を発揮していくと思う。

北海道の素材を活用すること。わが社でも年間 1400 トンぐらいの原料を扱う中で北海道の素材はまだ半分程度。今回「ゆめちから」という新たな小麦もできたが、5~600トン程度。農商工連携、6次産業化という流れのなかで、材料から最終製品、デザイン、店舗まで。そういった完結型の産業を確立することが大切ではないか。

先ほど部会長から話もあったが、これから稼ぐ人が札幌に職がなくていられない、半ば役割を終えた人が札幌に集まるようではやはり力は減っていく。そういった意味ではやはり人材への投資は必要。

どんな人材かということだが、私自身もグローバル展開をしようとすると何度も語学力の壁にあたった。実践的な語学力を持った人材を地域でどう育てていくか。もちろん、語学だけではなく、その背景にある文化や歴史を学びとる力も必要。

それから、やはりこの都市に行ってもその都市のストーリーを作り続けているような気がする。札幌もそういう努力をこれからも一層しなければいけない。こういうストーリーがあるからこうなっているといったことを発見し、活かしていく。つまり、他地域と差別化した都市空間づくり。そういうことを改めて行っていかなければいけないと思う。何回行ってもすごいと思うのがアスペン会議。世界中の研究者や学生が集まる仕組みを作っている。そこからまた世界中にちらばっていく。そうした人の拠点も含めた在り方についても投資をしなければいけないと思う。

結論としては、食産業でも原料から店舗まで一環した展開ができるように。神戸もスイーツの街と言っているが、各店舗がデザイン力を身につけている。道外から札幌に来た観光客は居酒屋なども「皆同じような店づくりだ」と言う。店舗がデザイン力を身につけたまちづくりが必要。表彰制度のようなものがあったとしても良いと思う。

例えば、学校も夜 19 時ぐらいまで授業をできるようにして、その間就労支援をすとか、先生たちの雇用を増やすといったことができないか。現在ある制度を少し見直して活躍できる人たちの場づくりをしていく。そうした制度を変える力というものもこの都市が持たなければならないということ。そんなことも感じている。

【中嶋委員】(欠席につき浅村課長より報告)

事前に聞き取りも行っているのですが、それも踏まえて中嶋委員提出資料のご説明をさせていただきます。

1 点目は「新しいスタイルでの雇用創出」。従来の日本のスタンダードであったフルタイム雇用がこの 10~20 年の間に崩れてきている。そんな中で就業できない人や自分のスタイルにあった仕事のやり方をしたい人も出てきている。ネガティブな意味でもポジティブな意味でも様々な就業形態がある。そういったことに対して多様な受け皿を作っていくということが必要ではないか。

具体的には在学中の学生や、就職が見つからない若者、フルタイムを望まない主婦や高齢者など、スキルもあり、空いている時間もある人を上手く経済の中で活用していくことができないか。

事例としてはシティガイドや美術館・イベントなどのスタッフ、ガイドブック・パンフレットの作成・翻訳、札幌市公認ビジネスコンサルタントなど。

もうひとつは「文化芸術活動のイベントとブランド化」。札幌の魅力やブランド力を活用して世界的な発信をしていく。例えばミュンヘンのオクトーバーフェスト、エジンバラのミリタリー・タトゥー、直島のベネッセアートサイト、旭山動物園など、核となるイベントや施設を中心に据えて、「札幌といえば・・・」というような形で、そこに様々なものを結び付けていく。そういう意味では雪まつりというものを再ブランディング化したり、PMF、シティジャズフェスティバル等の強化をできないか。

【内田部会長】

一通りご意見をいただいたが、私からも一言。他の委員の繰り返しにならないよう、少し視点を変えてみた。つまり、何をやらなければいけないかということについてはほとんどの方が仰ったので、私はそれをどうやってやらなければいけないかということを書いてみたい。

経済成長が順調な時は人々は寛容になり、民主主義が育つ。逆はない。今の日本の状態は異常で、ほどほどの成長をしていない限り、人々は寛容になれないし、福祉も進まない。今は非常時で寄付なども行われてるが、常時における絆づくりは人々に余裕がなければできない。少しずつ成長していることが基本。経済成長とは究極的には国民、市民の力を引き起こすこと。そこに住んでいる人が持っている潜在能力を引き出す、それが経済成長を呼び起こす。つまり、能力を最大限利用するための仕組みを考えることが経済戦略だと私は思っている。

札幌は女性のほうが良い。女性に経済活動に参加してもらおうという積極的な姿勢を見せる。それには札幌市はワークライフバランスにしっかり取り組むということを声を大にして言う必要がある。ワークライフバランスというのは男性もしっかり家庭の仕事をするということ。そのことがなぜ大事かというと、今の男性は会社のつながりはあるが、地域における人的つながりが全くなくなっている。地域の人と生活をするというスタイルが欠けている。

ワークライフバランスをきちんとしていくことが長期的には札幌市が経済も生活も豊かになっていくことにつながると思う。宣言をしているところはあると思うが、それを実行に移していく。そのために色々な議論をし、色々な意見を聞きながら進めていくということを私は行政に求めたい。

2 つ目は中小企業の連合を市が促すということ。日本はこれまでスケールメリットで成長してきた。売れなくなるとコストアップになる。ある程度売れないと安くない。それで今の大企業は苦戦している。

日本の製品が本当に良かったのかどうかは今まさに問われている。現在はアジアでもっと大きなスケールでやられているので日本は当然コストアップになる。そうすると、スケールを追わないでどうすれば産業が育つかを考えなければいけない。

それを中小企業が単体でやるのは非常に苦しいので、市がある種の連合を何らかの形で考えていく。つまり個別の企業のリスクを低減できるような仕組みを考えること。これはもうすでにやっておられることかもしれないが、それを前面に出すことが必要。

どういう事業をやればいいのかということも大事だが、それを実際にやっていく時の手段・手当てがどういうものかということも議論しておかないと今までと同じような結果になってしまうので、そういうところも考えていただければと思う。

【山田専門委員】

札幌市立大学の空間デザインコースというところで空間アートと建築デザインの教員をしている。

色々な先生方から市立大についてご期待、ご鞭撻をいただいたが、色々な課題はある。私どもはデザインの大学であって、ものづくりの最前線にいななければいけないのに、私も含めて教員から市民の皆さんへ「こういうものが作れる」「今こういうことを試みている」といった説明がまだまだ不足しているような気がする。

デザインというのはある意味努力賞がない。良くなければいけない。デザイン学部の学生や教員が作るからといって良いデザインの担保にはならない。私は以前ノルウェーのデザイン系の大学で3年ほど教えたことがあるが、例えば、学生や教員の作品の講評会は完全に外部の人を呼ぶ。内部の人はその人の努力や悩みを知っているから純粋にクオリティを評価することができない。よって、内部の評価が高いものが落とされたりする。

場合によってはそういった視点も必要かもしれない。デザイン学部の学生が作ったから良いデザインなのではなく、もう少し厳しく、本当の意味でクオリティをあげていくという意識を高めていかなければいけない。

先ほど内田先生からワークライフバランスの話があったが、ノルウェーの授業では20人ぐらいのクラスで3人ぐらいの女子学生が赤ちゃんを連れてきていた。近くの男子学生があやしている。男女も年齢も関係なく学ぶことができ、それが当たり前。

こういった場所にも30分以内で来られるということは、もしかしたら札幌は東京に比べて男性が育児に参加したり、女性が仕事に参加したりすることがしやすいところではないか。余談だが、ノルウェーでは公園デビューはほとんどお父さん。それぐらいに子どもが育ったらお母さんはリラックスしましょうという考え方。

あと、外国に出るということについて。私の教え子たちも「東京に出るのはちょっと」という人は多い。「東京じゃないとデザインの企業はない」と言う。「じゃあデザインの仕事じゃなくても良い」と言う。モチベーションが地域にある。東京を意識せずに生きていければ幸せかもしれないが、クオリティのレベルから言うと、やはり東京や海外を見なければ自分たちで良いと思っているだけかもしれない。

早川委員からご指摘があったコンテンツ分野の話について。私は空間デザイン分野という現地に行かないと現物が見られない分野だが、メディアデザインは、誤解を恐れずにいえば、データさえあればどこでもできる。メディアコンテンツ分野に特化するといった時にサイトに行かなければ見れないものではないものをどうやって札幌のブランドと結びつけるか。私自身もそこがクリアになっていないところ。

最後に、就職難に悩む学生たちも横にいるのでいつも考えていることだが、デザイン・創造という特殊な分野というイメージを常に持たれる。しかし、例えば、六花亭・石屋製菓などにもデザインやインテリアを司る部門がある。もしかしたら、デザイン業界に就職というのではなく、いろいろな分野の企業に少しずつデザインのできる人をちりばめていくことはできるのではないかと思う。

～休憩～

【内田部会長】

事務局でここまでの論点整理をしていただいたのでそれをお示しいただいて、その後意見交換をしたい。

【浅村課長】

これまで出ていた話題について4つ+その他という形でまとめてみた。

1 点目の重点的に取り組むべき分野だが、石森委員からはクリエイティブ産業、早川委員からはコンテンツ産業、石森委員からは観光・MICE 産業ということでもご意見をいただいている。川崎委員からはライフスタイル産業について。池田委員、川崎委員、為定委員から食産業について。為定委員からは IT・バイオ産業について、さらに、次世代型エネルギー産業についてもご意見をいただいている。

2 点目の産業振興の基盤づくりについて。ひとつは場づくり、環境づくり。接点づくり、国際会議のようなものも含めてプラットフォームというものが必ず必要ではないかということ。関連して国際会議について、池田委員からはアспен会議という事例もお示しいただいた。それから、環境づくりということではマーケティング力の強化ということについて何人かの委員からお話があった。それから、札幌市立大学の活用についてもこの中に含まれるかと思う。また、北海道の産業の連携のなかで札幌がどういう役割を果たすべきかということについても、池田委員からデザインなどで札幌がどう関わっていくかという点でご意見をいただいた。それから、ワークライフバランス、起業支援、人材バンクや新しいスタイルの雇用創出ということについても環境づくりという点から捉えてはどうかと思う。内田部会長から頂いた中小企業の連携だが、これもプラットフォームづくりに関連してくると思う。リスク軽減のための仕組みづくり。

3 点目の人づくりについて。ここについては多数の委員からお話をいただいた。移住促進、人材の交流、留学の支援、市立大学の活用、学校教育のあり方ということについても早川委員、池田委員からお話があった。次のグローバル化に関わることだが、グローバル人材、語学教育に力を入れた人材育成についてもご意見が出されたかと思う。

4 点目のグローバル化について。圏域の国際環境の国際化、若者の国際体験機会の提供、海外他都市との連携、これはアジアクリエイティブシティというような石森委員からのご提案があった。それから、地域ごとのマーケティングをしていくということもグローバル化のひとつと思う。

それからその他ということで色々な視点が出ていたが、ひとつは特区をどのように戦略的に活用していくかという

こと。HFC 国際戦略総合特区、コンテンツ特区をそれぞれどのように戦略のなかに組み込んでいくのか、有機的な連携をしていくのかということがある。それから、札幌のブランドの強みを活かした発信・イメージづくりについても、川崎委員他何名かからご意見をいただいた。それに関連するが、今ある色々なイベントをブラッシュアップして、発信することで付加価値を高めていくということもあろうかと思う。

創造都市に関しては、何人かの委員からご指摘を受けたが、札幌市が取り組む中でどう方向を明確化させていくか、どういう方向に向かうべきなのか。そういったこともひとつの視点として出てきた。

他にも色々な話が出ていたかと思うが、大きく分けてこういった論点からご検討、ご審議いただければと思う。

【内田部会長】

一通りそれぞれの委員からご意見を伺ったが、他の委員の意見も踏まえて、さらにお話したいことなどあれば。また、まとめについてこうした形でまとめるべき等、ご意見があればお願いしたい。

【池田委員】

川崎委員の提案の中に「食都」という言葉があって、とても良い言葉と思うが、例えばそれを使ってキャンペーンをしようと思った時に果たして札幌は堂々とそう言えるかどうか、気になる。どういうものが「食都」か。各委員の先生の方で、例えば「芸術都市」といったときに堂々と言えるかどうか、ぜひお聞きしたい。

【石森委員】

言えるかどうかというよりも言っているうちにそうなるというところもある。私も「食都」というのはとても良いと思うが、本来「創造都市」というのはある意味「食都」でもあり「コンテンツ首都」でもある、ともいえる。創造都市の中で堂々と食都と位置付けていっても良いのではないか。

〇〇都市、△△都市・・・ということを論じていっても仕方がないので、あくまで創造都市という中で、どの分野に力を入れて行き、部会としては産業振興や雇用の創出につながるかということが問題になる、というような気がする。

先ほど為定委員がプラットフォームの話がされていた。仰ることはよくわかるし、少なくとも新エネルギーシステムづくりにおいては重要だと思うが、プラットフォームという言葉はじつはあまり好きではない。国が震災復興を進める中で被災地域における観光が重要ということで「観光まちづくりプラットフォーム」を作りなさいと言っているが、それで物事が進むような甘い状況ではないと思う。ステークホルダーが集まって議論し合うのは大切だが、もはやそういうレベルではなく、誰かが責任と権限を持って進めていかないと進まない。

プラットフォームを作ることが活きる分野とそうでない分野があると思う。まちづくり戦略ビジョンのなかでも、プラットフォームが活かせる領域と、そうではなくより具体的な体制を位置づけていくべき領域があると思う。

【内田部会長】

私からは意見を出すための問いかけをしたい。札幌で食の産業といったときに、今でも「札幌の食産業」といえるものはあるのだろうか？例えば札幌ラーメン。これは全国に知れ渡っているが、今どういう波及効果があるのか、それは検証する必要がある。つまり、すでに札幌の食と言われているものはあるので、まずはそれを検証しないと

ない。昔は「札幌に来たらラーメン」だったが、今もそういうイメージなのか、そうでないのか。もう少しはつきりイメージを出してもらえるとありがたい。

【川崎委員】

雑誌を作ってきた人間としては、やはり常に新しい話題がほしい。札幌の食といえば何かと言ったときに 10 人中 6~7 人は札幌ラーメン、いくらなどの魚介をあげるが、やはり一般の人はそれ以外のものを見たいし、知りたいのだろうと思う。人間の心理には知らないものを知りたい、新しいものを提案してほしいという期待がある。それは単に流行に流されるものではなく、札幌の場合、北海道の豊かな農産物・海産物、これからの健康的な食生活という価値観に見合うようなものを期待していると思う。

食の北海道フェスティバルなどで道外の人が求めているのは北海道の乳製品だったり、それを使ったお菓子だったりする。両極だと思う。いかにも「道産子」的なものと、そうではないもの。

あと、料理を作っている人たちを見ていると、北海道・札幌の人は刺激的な店を作っている、こちらの方はそれを享受している。私たちからみると、食の環境や民度といったものは非常に高いと思う。居酒屋文化と自虐的に仰るのではなく、非常に恵まれた食文化を享受している方々がもっと外に向かって、産業振興に向かって発信できるような仕組みがあると良い。

【早川委員】

「食都さっぽろ」は言えると思う。ただ、札幌と北海道をどこで線引きするか。札幌のオリジナルの食と北海道の食は外から見ると概して混同されると思う。札幌ならではの食ということをしっかりイメージしないと戦略としては失敗する気がする。

キーワードは「安全」といった視点だと思う。それは圧倒的に北海道が優位性を持っていると思う。本州にも知り合いはたくさんいるが、北海道ブランドの強さは品質の良さもあるが、やはり安全性や健康志向に見合ったものという部分が強い。そういう意味ではラーメンから北海道のイメージも少しずつ変わってきているかもしれない。

一番問題になるのはついつい地元の人間が自虐的になりがちになるぐらい地元の良さ、普通に食べている例えば玉ねぎやじゃがいもなど良さ、レベルの高さを直感的には理解しているが、文化的には理解していないこと。食は直感的に自分たちの誇れるものと思っているが、食“文化”として誇れるところまでは定着していない。

【為定委員】

食はもちろん人間にとって重要な部分で、それを北海道の目玉にしていくのはもちろん賛成だが、札幌ラーメンなどの食は札幌ブランドのごく一部ではないかと思う。札幌は食の一大加工現場でもある。生産における技術研究、加工における技術研究、産業としての高度化。例えば、食品原料を加工していく機会の高度化を札幌でできないか。札幌で高度な加工をした中間原料を世界に卸していく。留萌で採れたタラコを博多で明太子にするという例は何十年も出されているが、その高度な中間原料の供給基地としての札幌という側面をもっと出して関連業界を育てていくという工夫もできるのではないか。

関連業界が必要なところで育つというのはごく自然な話で、水抜き栓は北海道しかないのも当然北海道で発達している。「必要は発明の母」で必要なところで技術は高度化していく。北海道で採れる水産物、農産物の加工技

術に対する支援・育成のレベルを上げていく。日本人の食に関する担い手が札幌であり北海道だ、という位置づけの中での観光的な側面としての札幌ブランドの食材、食品という形で、広く全体を考えていくべきではないか。

【山田専門委員】

食といった時には、お店で食べる食と食材とがある。たしかに2泊3日の出張で札幌に来るとラーメン、寿司というイメージ。この間、妻がインフルエンザになってスーパーに一週間ほど通ったが、意外と北海道産のものを見つけるのが難しかった。家庭で生活していると、やはり食材にフォーカスが当たる。

デザインやアートで何ができるか。私は現在、魚沼のコシヒカリのPRをお手伝いしているが、どれだけ高品質で安全に作られているかということコンテンツデザインを駆使して発信している。もう魚沼コシヒカリのブランドだけでは売れない。デザイン分野で食材の安全性も発信できる。北海道で食というと出張時の美味しい食べ物と食の安全ということが混在することがある。

ノルウェーのレストランで聞いた話だが、本当に美味しいタラは全部北海道に行っているとのことだった。今は食材が色々なところに行っている時代だが、もしかすると「本当に北海道でしか食べられない」といったところまでできれば良いかもしれない。

【内田部会長】

今の問題で一番大きいのは北海道の場合流通。茨城などから持ってくるのと道内から持ってくるのも距離だけではなく、流通コストの問題で変わらない。今回原発の事故があって、これまでほとんど北海道は東北、茨城、福島などから仕入れていたことに気づいた。そこで最近九州や東海の野菜が入るようになってきた。流通コストが安いから。

北海道における流通コストが基本的に高い。そういう意味で経済問題はある短所があるとして、そこだけに手をつけても上手くいかないことがある。本当に大掛かりにきちんとやっていかなければいけない。札幌市では現在流通を何とかして直接販売しようという取り組みを始めているが、そういう動きをサポートしていく必要はある。

【石森委員】

この部会は経済・雇用部会だが、最初にお示しいただいた重点戦略のなかで「都市の活力」とあるが、活力だけではなく「魅力・活力」を高める創造戦略とできないか。そう考えると、今の皆さんのご指摘の食や、その他住まいなどについても当てはまるではないか。

コンテンツ産業についても、つい先日夕張のファンタスティック映画祭が開かれたが、これも問題を抱えつつも続いている。札幌との連携もあるかもしれないが、キーワードとして創造ということを常に入れておかないと、200万都市札幌では色々なことが出すぎて収集がつかなくなるような危惧も感じる。

そういう意味では「まちづくりに関する様々な分野での創造戦略」という視点を持つとある程度色々なことが共有できると思う。

【池田委員】

今、デパートはほぼ全て本州資本。スーパーもそうってきている。機械も本州。そうすると北海道は原料と加工ということにつける。何兆円という産業規模の何分の一しかないといえる。そこをダイナミックに「この大地から生み出すもの全てに付加価値をつけていく」といった戦略を改めて考えなくてはならないと最近改めて思っている。

その中で完結型で、デザインまで全て関われる企業や人材を作っていくことは重要。

国際化については、実際に海外に行って販売することもあるが、社員に行かせて実際に販売させる。販売させることで初めてその社員が少しずつグローバル化していく。販売することで初めて色々なことが見えてくる。そうしたチャンスをどんどん広げていって最終的に食産業の構築といったところにつなげていくことが大切ではないか。そういうことに尽力していきたい。

【石森委員】

池田委員の意見にすごく共感しているが、食分野で新しい動きをしていくときに、人づくりにおいてどういう点が必要で、どういうシステムが必要になるだろうか？

【池田委員】

- ・ 現在 70 人ぐらいの社員がいるが、外国語ができるのは 1 人か 2 人。それが現実。色々な企業が集まって 20 人ぐらいで海外に物産展に行ってもほとんど英語ができる人がいない。そういう意味合いで先ほど語学力の話をした。
- ・ その他、機械の話だが、例えば、大きなメーカーのノートを全部北海道で作れるところはない。量産という意味では勝てない。同じように機械もどうしても北海道ではできないものも多い。ほとんどの決済は本州にお金が行っていき、日々送金する時にはつらい思いをする。そういったものをデザインから、機械から、少しずつ改良していった北海道の食産業というものを作っていきたいと思う。例えば、現在機械が壊れたら、本州から出張旅費を払って来てもらう。じつは北海道で素材型の工場を作っていきたいと考えているが、今日の皆さんの言ったことが全部含まれているので、具現化したいと思う。協力していただけるとありがたい。

【内田部会長】

具体的にお話していただいたので非常にわかりやすかった。結局上→下か下→上かはわからないが、一連の流れを地域の中である程度のことはできるようにしておくことが先端あるいは元のところにとっても良い。

中小企業といった時にエンドユーザーに近いところだけが注目されるが、そうではなくて内側の、例えば特殊な技術を持った中小企業、大企業ができないようなものを提供できるような人材育成をしていく。サービス化の時代の中で少し逆行しているようにも見えるが、サービスを提供するためにはある種のハードは必ず必要。都市というのはユーザーなのでもともとそういうものが少ないところではあるが、そういうわけにもいかない。何か作り出すということを地道に行っていくスタンスは重要だと思う。

【為定委員】

札幌圏内、道内にもそうしたことができる人材なり企業はあると思う。それをより自己完結型にしていくための仕組みづくりが私の申し上げたプラットフォーム。一見直接つながらない、印刷やデザイン、店舗照明など、これまで

結びつかなかったものをいかに地域で結びつけて完結させるか。それを行政の手助けで何かできないか。

最近アメリカで「linkedin」というソーシャルメディアがあるが、これは仕事探しの登録サイトをソーシャルメディア化したものだが、世界中から人材の登録がある。まだ日本の登録がないのだが、例えば、そういうものの地域版を作ることはできないか。物理的な接点の場を持つ、直接コミュニケーションをとることは IT 時代になればなるほど重要になってくるが、一方で IT 技術を活用してそれをしなくても進む部分については、その仕組み作りを官民あげて、道内の人的な資産、企業の技術的な資産を眠らせないで有機的につなげていく仕組みを作れないか。

【池田委員】

少し話題が変わるが、今度新しく工場を建てる時に札幌軟石を使ってみようと思っているが、子どもたちからはなぜそんな高い石を使うのだと言われる。そこで、昔は石切山というのがあって、そこから軟石をとって…という話をしてピンとこない。

私たちが持っていた昔からのこだわりというか、映像としてうちの工場がどう映ると良いかということも意識しながらやっているが、建築家も若い人だと札幌軟石を知らない人もいる。個人的にはあの温かみを活かしていければと思うが。

例えば、映像として見たときに町工場などはどういう形でクローズアップされていくと良いか。そのためにはどういうことをしていくと良いか。

【内田部会長】

ストーリーを作ることが大事だと思う。つまり、その工場がどうしてそこに位置しているのか、当然そのストーリーの中には北海道ということが基軸として入ってくるが、ストーリーをどういう風にするかということだと思う。

奇抜である必要はないが、例えば、ラーメンがだめになったら代替りのものが出てくれば良いという発想ではなくて、どうしてダメになったのかということを考えて方が良い。食は美味しいだけではだめで、そこにストーリーがないと飽きられてしまう。ヨーロッパの食が良いとよく言われるが、我々は自然にヨーロッパの歴史文化を頭に入れながら食を楽しんでいる。そういう要素はすごく大きい。

札幌は無機的で、ストーリーができないというところもあるので、ある程度作っていくことも必要だと思う。

【為定委員】

一つの良い素材に着目され、それが場合によっては地域おこしにつながるということで、まずは池田委員の会社の HP 等で情報発信をしていただきたい。あるいは工場見学で見られるようにするなど。札幌軟石というキーワードを切り口に、砕石業者が潤い、軟石をデザインする会社が潤うといったような本業とは別のところでのネットワークを作っていただくと、そのネットワークが別のところで池田委員の本業につながってくるかもしれない。

今は特定の中心から情報を発信する時代ではなくなった。どこからでも情報発信ができ、それが瞬間に広がっていく。良い素材を見つけたら、ぜひ地域おこしにつながるネットワークを築いていただきたい。例えばパッケージに軟石の画を入れるということもできるのでは？

【早川委員】

部会長が仰ったストーリーという部分は今回の審議会の中でも重要な点だと思う。映画づくりで、どんなに技術が進歩し、機材が良くなってもいまだに一番大切なのは脚本。ほどほどのレベルの脚本をどれだけ上手に脚色しても人々の心には届かない。

新しいメディアを使いながらも、ベースにあるストーリーというものは、お客さんへの説得力であり、説得力は必然性から生まれてくる。突飛なものに見えてもじつはベースにはちゃんとした説得力と必然性があるということがシナリオづくりのポイントである。こういったまちづくりのビジョンを考える時も基本はそこだと思う。

もし食というものをテーマにあげるとすれば、札幌での必然性というか、説得力がどこにあるのか、創造、文化芸術はなぜ札幌で受け入れられる可能性があるのかということを考える必要がある。

例えば、創造都市についても札幌の負の部分、歴史性のなさ、文化のベースがないということを我々は逆に捉えなければならない。クラーク博士が言ったように何も無いところから新しいものを作っていくというような。それをどのジャンルでいくか、という時に総合して「創造」といっているのではないかという気がする。

デザインにしる、メディアアートにしる、歴史性・文化性がないところからチャレンジして、他の都市と全く違うオリジナリティのあるものが作れる、というストーリーをしっかりと描ければそれは説得力のあるものになる。まだ、そこがしっかり見えきっていない気がする。創造分野が新しい産業分野のひとつになりうるのであればその明確なストーリーづくりをしていきたいと思う。

【為定委員】

最近、北海道発のブランドで成功する時にどうすればいいかというお尋ねを受けた。その答えとしてお話ししたのがまさにストーリーの話。ストーリーにおける札幌・北海道の必然性と製品におけるユニバーサル化。製品におけるユニバーサル化というのは仮にそのストーリーを知らなくても良いと認めてもらうものを作るということ。しかし、その裏に札幌・北海道にしかないストーリーがあるのが一番良いのではないか。ひとつの例にあげたのはソメスサドル。北海道にしかない馬具専門メーカーとして培ってきたストーリーがある。一方で東京の直営店では北海道のアンテナショップほどそこを強調しないが、それを知っている人も知らない人も手にとって良いものだと思えば買っていく。製品までこだわってしまうとお土産物どまりになりかねない。それを超えるには世界中どこに持って行っても誰もが使えるというものがマーケットとしては可能性がある。

【内田部会長】

今のは本質的なことで、いくらストーリーがあっても物がちゃんとしていなければだめだというお話だったと思う。

【為定委員】

質問だが、戦略まちづくりビジョンの経済・雇用にまつわる話と他のビジョンとの位置づけをどうするのかということをも市民に示さなければわかりにくいと思う。4 次長期総合計画に基づく産業振興ビジョンがついこの間でできたばかりで平成 32 年まで有効としている中で、またそこにまちづくりビジョンができて、その中に産業振興の話が仮に出てきたときに、全く同じことを書いても意味がないし、全く矛盾することも出してはいけない。微妙に違う分野のことを書いたときにその 2 つの関係性をどう理解すればいいのか、という言及が必要だと思うので、次の回にでもご提示いただければ。

【内田部会長】

基本的には列車のレールが移るということかと思う。その時々で状況で軌道も変わる。そういう意味ではまちづくり戦略ビジョンに基づく修正版を落としこんでいくという形になる。

【川崎委員】

ユネスコの創造都市だが、現在申請中なのだろうか？

【可児部長】

正確にいうと正式な申請はしていない。色々な機会を通じてユネスコにはプレゼンテーションをしているが、現在パレスチナ問題によりアメリカがユネスコの資金を引きあげたためにユネスコが活動停止している。その活動が始まるのが5月ぐらいと言われているので、その段階で申請できるように今準備を進めている。

【内田部会長】

それでは時間となったので事務局に戻したい。

3 閉会

【可児部長】

本日は本当に色々なご意見を伺えて大変良かった。次の専門部会では本日頂いたご意見をもとに重点戦略のたたき台をご提示して、議論を深めていきたい。日程は4月下旬を予定しているが、詳細については改めて調整させていただきたい。