

## 札幌市まちづくり戦略ビジョン審議会 経済・雇用部会（石森委員提出資料）

北海道大学観光学高等研究センター  
石森 秀三

## 1. クリエーティブ産業の振興とクリエイティブ人財の育成

- \*都市の魅力と活力を高める創造戦略として、既存の「創造都市さっぽろビジョン」は重要であるが、メディアアートの分野に特化し過ぎている。
- \*既存の「創造都市さっぽろビジョン」は、クリエイティブ産業の創出やクリエイティブ人財の育成にあまり力点が置かれていない点が問題である。
- \*経済産業省は「クリエイティブ産業」の振興を図ろうとしており、国の政策との連動性も考慮すべきである。経産省の方針では、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、という6分野を「創造的なクリエイティブ産業」と位置づけている。
- \*札幌市においても、メディアアートだけでなく、観光やファッションや食や住まいや地域産品なども「クリエイティブ産業」と位置づけて振興する必要がある。
- \*特区構想との連動性も考慮する必要がある。「北海道フード・コンプレックス国際戦略総合特区」「札幌コンテンツ特区」を活用して、クリエイティブ産業の振興やクリエイティブ人財の育成を行うべきである。
- \*クリエイティブ産業の振興やクリエイティブ人財の育成に関連して、ソーシャル・ビジネスやソーシャル・エンタプライズの創出が必要であり、「さっぽろクリエイティブファンド」や「さっぽろクリエイティブ起業塾」などを立ち上げるべきである。
- \*札幌市立大学は、クリエイティブ産業の振興とクリエイティブ人財の育成にかかわる高等教育・研究にもっと力を入れるべきである。

## 2. 観光産業の振興と観光人財の育成

- \*東アジア諸国やロシアの経済発展によって、観光・コンベンション分野における札幌市の重要度・優位性はさらに高まることが期待されており、従来にも増して、観光・MICE分野の産業振興と人財育成が必要になる。
- \*「さっぽろディステーション・マーケティング会社」を設立して、アジアの専門的人財をスカウトすることによって、プロフェッショナルによる観光・MICE分野のマーケティング体制の強化を図る必要がある。
- \*1985年に創設された「欧州文化首都（European Capital of Culture）」を参考にして、「東アジア創造首都（Asian Creative Capital）」事業を提唱して東アジアの諸都市と連携して、クリエイティブ産業や観光・MICE産業の振興を図るべきである。
- \*「さっぽろ観光年（Visit Year）」を提唱して、観光・MICE振興に力を入れるとともに、市民に対して観光・MICEの重要性をアピールする必要がある。
- \*PMFなどの国際イベントをもっと統合的に活用する方策を考える必要がある。