

第3章 札幌が目指す国際都市像

1 国際化推進プランの成果と課題

(1) 概要

平成 14 年(2002 年)に策定され、これまで札幌市の国際化推進施策の指針としてきた「札幌市国際化推進プラン」は、グローバル化によってもたらされる社会の変化に対応するために、札幌の国際化を目指すものでした。その理念である『グローバル・パートナーシップが魅力と活力を生み出す世界都市さっぽろ』は、市民、企業、行政など各主体が「交流」を推進することにより、その刺激が「創造」へとつながり、生まれた魅力と活力を世界に向かって「発信」という「交流」―「創造」―「発信」の好循環により、国際化がまさに魅力と活力をもたらす構想でした。そして、国内外の市民や企業、行政の様々な連携・協働関係を「グローバル・パートナーシップ」と呼び、国際化推進のキーワードとしました。

【「平成 14 年度 札幌市国際化推進プラン」の概要】

基本理念

『グローバル・パートナーシップが魅力と活力を生み出す世界都市さっぽろ
～世界を結び、共に創る「共創」のまちづくり～』

国際化推進施策の方向性

(1)市民が主体の国際化 (2)市民生活を豊かにする国際化 (3)札幌の優位性を発揮できる国際化

基本目標

- (1)世界の人々が住みたくなる共生都市さっぽろ
 - 異文化理解と国際感覚の醸成 ○外国人も暮らしやすい環境づくりの推進 ○豊かな共生交流空間の創造
- (2)世界の発展に貢献する協働都市さっぽろ
 - 協働による国際交流・協力の推進 ○都市ネットワークの積極的な活用
 - 札幌の特長を生かした国際協力の推進
- (3)世界が集う魅力と活力ある創造都市さっぽろ
 - 札幌の国際化を牽引する経済交流の推進 ○世界の人々が出会う国際集客交流の推進
 - 世界都市としての文化と環境づくり

基本指針の推進にあたって

- (1)活発な市民活動の形成に向けて
 - ①活動の場の充実 ②市民参加の促進 ③市民活動団体の自立の促進
- (2)国際化を推進する行政の体制づくり
 - ①国際感覚豊かな職員の育成 ②国際化推進に向けた庁内の連携強化
 - ③近隣市町村や関係機関との連携強化
- (3)協働による国際化の推進に向けて
 - ①相互理解の促進 ②協働事業の促進 ③(財)札幌国際プラザの機能強化

(2) 成果と課題

国際化推進プランにおいては、異文化理解の機会の充実や市民交流の促進など、市民の国際理解を進める施策に取り組んできました。また、姉妹・友好都市や世界冬の都市市長会の会員都市、当時大きく成長が見込まれていた東アジアの都市との交流を活発に行ってきたほか、研修員受入れなどの国際協力を進め、札幌独自のネットワークを構築してきました。

市民意識調査(資料編 5-(1)「日本人市民意識調査」(平成 23 年 3 月))の結果では、10 年間で海外旅行などをしたことがある人は約 2 倍に増加しており、海外が身近になっている一方、外国人との交流や仕事をした経験がある人の割合は、ほぼ横ばいとなっています。

前プランでは、最終的な目標として、国際化が札幌に魅力と活力をもたらすことを構想していましたが、実際の取組は、国際理解を深め、海外とのつながりを作る段階に留まっていると言えます。

今後は、これまでに果たしてきたような国際化を活用し、海外からの活力を取り込んでいくとともに、地域の活性化につながる戦略を展開していくことが求められています。

2 札幌が目指す国際都市像

(1)「札幌市まちづくり戦略ビジョン」が目指す都市像

本プランの上位計画である「まちづくり戦略ビジョン」では、市民・企業・地域・行政などが、それぞれの立場でまちづくりへの役割を果たし、都市の活力と生活の質を高め、次世代にまちを引き継いでいく視点から、二つの目指すべき都市像を掲げています。

<まちづくり戦略ビジョン都市像>

『北海道の未来を創造し、世界が憧れるまち』

札幌・北海道の様々な魅力資源を、一人一人の創造性によって、より磨き上げながら、それを国内および世界に発信することで、世界との結び付きを強め、投資や人材を呼び込むなど、世界が憧れ、活力と躍動感にあふれる、心ときめくまちを実現します。

『互いに手を携え、心豊かにつながる共生のまち』

誰もが生きがいと誇りを持ちながら、互いにつながり、支え合うことで、生きる喜びと幸せを感じられる、心豊かで笑顔になれるまちを実現します。

また、札幌市では、都市戦略モデルである「創造都市」の考え方を取り入れ、文化芸術の多様な表現に代表される創造性を生かして、地域の活性化などのまちづくりを推進していくこととしています。そのため、札幌市の既存の魅力資源を活用して多くの人を呼び込むとともに、多様な交流により生まれる新たな創造性を育む環境整備を進めています。

本プランにおいては、「まちづくり戦略ビジョン」の二つの都市像と、「創造都市さっぽろ」の実現に向けた国際施策の展開を目指します。

(2) 国際施策の方向性

人口減少・超高齢社会の進行や産業構造の変化など、初めて直面する様々な課題を克服していくために、札幌もこれまでと違った新しい価値を生み出せるような、抜本的な変化を遂げていかなければなりません。そのため、国際施策の展開においても、イノベーションの誘発を促進するよう海外から活力を取り込み、地域活性化につなげていく視点が求められています。札幌の魅力を発信し、国内はもとより海外からも多くの人々が札幌に引き寄せられ、そこから新しい価値が生まれていく、という創造性の基盤構築、また、それを核としてさらなるイノベーションが起こる創造の連鎖へと発展させていきます。

(3) 札幌の魅力発信

札幌が新しい価値を生み出していくためには、海外からの活力を取り込んでいく必要があります。そのため、まず札幌が世界から注目され、「札幌に行きたい」と思わせることが第一段階です。一方で、グローバル

化を背景として、様々な目的地に選ばれるための都市間競争が激しさを増しており、人々の関心を呼ぶためには、他地域にはない札幌の魅力を、効果的に発信していくことが必要です。

年間6メートルもの降雪がある札幌は、世界の中でも、特色ある大都市です。四季に彩られる豊かな自然と隣り合わせでありながら、都市としての快適さや利便性がある「札幌の自然と都市が共存するライフスタイル²⁶」は、世界に発信していくべき魅力資源です。

また、札幌は、自然の恵みと共に暮らしてきた人たちと、日本各地から移住してきた人々が、それぞれの文化を育みながら、外国の英知も取り入れて発展してきました。札幌の文化には、市民の多様性²⁷を背景に、しがらみのない生活様式や新しいものを気軽に受け入れるオープンな気質が現在に引き継がれていると言われています。

このような「自然と都市が共存するライフスタイル」と「多様な文化を受容するオープンな気質」という他地域とは異なる魅力を、札幌の強み・札幌市民のアイデンティティ²⁸として改めて認識し、市民、企業、行政などが、それぞれの立場で、様々な接点を活用して効果的に世界へ発信し、札幌への憧れを醸成していくことが、今後の海外からの活力の取り込みにつながっていくと考えます。

(4) 海外活力の取り込み

これまでも札幌は、観光客や MICE の誘致など集客交流人口を増やす取組を積極的に進めてきました。札幌・北海道はアジアで、国内の他都市よりも認知度が高いというデータもあります。

今後は、強みともいえる札幌・北海道の認知度の高さを生かし、海外からの観光客や MICE の誘致といった集客交流を拡大する取組はもとより、国内市場の縮小を背景に海外展開の必要性が高まりつつある道内企業の支援や、多様な人材の活用促進などにより、まちの国際競争力を高め、海外需要の獲得につなげていくことが必要です。

また、そのためには、様々な国籍や文化の人々誰もが能力を発揮して活躍できる社会の実現や、海外諸都市との多様な交流が不可欠であり、これらは国際都市の基盤といえます。札幌の情報発信と国際都市の基盤強化を進めていくことによって、海外活力の取り込みが促進されることにより、まちの多様性や創造性が高まり、地域が活性化していくことにもつながっていくと考えられます。

(5) 目指す国際都市像

創造性と活力あふれ、誰もが住みたくなる国際都市さっぽろ

そこで、本プランでは、10年後の札幌の国際都市像として、創造性に満ち、活力にあふれる誰もが住みたくなるような都市を目指していきます。札幌の歴史に根差す「多様な文化を受容するオープンな気質」を生かし、海外との様々な交流から創造性を生み出す国際都市の実現に取り組みます。

国際都市としてまちが活性化されると、札幌の魅力がさらに向上して、新たな札幌のライフスタイルが人々を引き付ける、という好循環が期待されます。将来的には、札幌の魅力に引き付けられた多くの人々が国内外から集まり、異なる視点を持つ人々が影響し合ってイノベーションを誘発し、新たな文化・産業を創出するまちとなることを理想とします。

²⁶ライフスタイル 人々の生活様式、行動様式、思考様式のこと。また、本人の人生観や価値観を反映した個人の生き方のこと。

²⁷多様性 幅広く性質の異なるものが存在すること。本プラン内では特に民族、地域及びコミュニティが独自の歴史的背景を持った様々な文化を有すること、或いはそのように様々な文化が存在する状態を意味する「文化多様性」のことを指す。

²⁸アイデンティティ ある人・物が他の人・物と異なって持っている独自性。同一性。

図 3-1 「創造性と活力あふれ、誰もが住みたくなる国際都市」の実現

