

## 第4節 札幌市における市民参加型のまちづくり

岡田めぐみ

### 1. 北海道札幌市を選んだ理由

私はこのたび、「大都市」というテーマに基づき北海道札幌市を選択した。選択に至った経緯は単純明快であった。私は青森県八戸市出身である。海や山に囲まれ、さらに高校の目の前には牧場があり夏には3頭の馬が颯爽と駆けていた。また海まで徒歩10分という好立地の場所に位置し常に自然に囲まれた生活を送っていた。そんな自然に囲まれ且つ経済効果を発揮している都道府県はどこか考えた結果、政令指定都市でありさらに青森県からも近い北海道を選択した。北海道の中でも多くの観光客が訪れ、人の移動も多い札幌市を焦点に調べてみようと思った。調べるにあたって何を調査しようか考えた時八戸も札幌市同様、海や自然、国立公園などの観光地や美食があるにも関わらず、北海道・札幌市に集客が集まるのはなぜなのだろうかと思った。この違いは何か少しばかり比較し考えていきたい。また北海道の中には他にも、函館や旭川のような有名な観光地が存在する。しかし人がより集まるのは交通網の発達や知名度の高さがある札幌市ではないかと思った。このように交通手段や知名度が都市の集客にどのように影響するのかということも考えていきたい。ここで調べたい都市を確定し、調査する前に自身が持つ札幌市のイメージを考えてみた。観光地への観光客の多さ、活気ある商店、季節ごとに楽しめるイベント（札幌雪祭り、YOSAKOIソーラン祭りやラベンダー畑など）そしてTV番組による宣伝などが考えられた。このイメージは調査することによって変化するのも考えていきたい。

### 2. 札幌市の概要

札幌市は北海道の中心から見て西に位置しており、人口約200万人で人口密度は1,710人/㎢、世帯数は約10万世帯である。気候は日本海型気候であり、春から夏にかけて晴れの日が多く冬は積雪寒冷の特徴がみられる。今の時期、本土では梅雨が人々の生活に大きな影響を与えているが、このようなことは札幌ではほとんど起きない。秋に差し掛かるにつれ気温が徐々に下がり降雪が始まる。そして年間降水量は1,100mmである。北海道は元々アイヌ民族が住んでいた土地であり、明治時代本土からの北海道開拓使により京都やアメリカのタウンシップ制をモデルとした碁盤目状の都市づくりが行われた。1896年に北海道となり1922年札幌市が制定される。札幌市は現在10区の区に分かれている。札幌市には北日本最大の繁華街である、「すすきの」と呼ばれる場所がありこれは歌舞伎町（東京新宿区）、中洲（福岡市）に並ぶ3大歓楽街と称されている。さまざまな業種の店が点在している。またここでは「花魁道中」と呼ばれるイベントがあり、約28キロの衣装を身にまとい約1時間30分かけて大通りを練り歩く。またYOSAKOIソーランをはじめとした数多くのイベントが行われている。さらに札幌市には海外との姉妹都市が多くあり、アメリカ・ドイツ・ロシア・中国・韓国と提携を結び文化交流を積極的に行っている。<sup>1</sup>

<sup>1</sup> 札幌市中央区役所 HP『市電ふるさと中央区～歴史の散歩道～』（2014 7月現在）  
<http://www.city.sapporo.jp/CHUO/gaiyo/history/index.html>

### 3. 観光客を集客するにあたりどのような方法を使っているのか

札幌市の行政機関では、HPを有効に活用し細かな情報を多く配信している。<sup>2</sup>例えば昨年末の情報では「外国人観光客向けの無料Wi-Fiのサービスの開始」という情報や「上半期の来札観光客数」の統計の増減などを細かく明記している。さらに札幌市はイベントが多くイベントカレンダーというものをHPにアップロードしている。また観光客だけでなく市民にも観光地へ呼び寄せるために、市民だけの割引情報を記載するなども行っている。そのほかに、外国人観光客の集客を伸ばすために観光地の写真をHPに掲載し、英語をはじめとした多言語での観光地の案内や解説をHP内で行っている。一方で札幌市ではイベントごとが数多くある。最近のイベントでは札幌国際芸術祭2014や様々なジャンルの音楽フェス、札幌市の自然を活かした自転車ツーリング特集などをHPのイベント情報配信ページで一番上に紹介している。情報を掲載し紹介するにあたり、その特集にあったイメージが伝わりやすい大きな写真を載せ、さらに見ている人を引きつける見出しをうまく活用している。私自身もかなりその特集について興味を持ち、そのページを開いてしまった。それぐらい札幌市のHPは工夫がなされている。

また、月別にイベントの内容を同様にHPで公表し、これも写真を使って簡単なイベント情報を記載してイベント内容を全く知らない人でもとてもわかりやすいと思った。さらにIT社会となり私たちが様々な情報を日々得る中で欠かせないものでもあるメールマガジンを札幌市ではHPを通じて配信している。つまり札幌市では主にHPを活用しさらにメールマガジンの配信を行い、市民や観光客を集めている。HP以外での集客方法にアンテナショップの活用がある。アンテナショップには北海道の食材や資源が置かれており、札幌市から北海道の魅力を配信していくことも観光客集客に関係するのではないかと考えた。

私自身札幌市を訪れたことはない。そこで主な観光地はどこなのか少し例を挙げたい。

(1)北海道開拓の村、(2)サッポロビール博物館、(3)札幌市時計台、(4)中島公園などがあることが分かった。歴史や文化に関係した観光地が多いと思った。これらの観光地は一か所に集中しているわけではなく札幌市10区に点々と存在している。そのため各観光地への移動手段は電車か車となってしまう。そのほかに他県では珍しい市電が札幌市では通っている。札幌市では電車の他に市電も通っている。札幌市によれば、仮に、車いすでの乗入れ要望があった場合電車はもちろんだが、市電も前もって連絡していれば係員が対応してくれる。しかし今自家用車の利用が増える一方で電車や市電の利用客が減少しているのも課題となっている。さらに市電では線路の拡大によって多大な資金を必要としている。

利用客の減少には観光も大きくかかわっていると考える。ここで観光客の推移を年代別にここ8年間のデータを元に比較してみたいと思う。平成18年(14,104人)、平成19年(13,781人)、平成20年(12,995人)、平成21年(13,014人)、平成22年(12,605人)、平成23年(12,165人)、平成24年(13,014人)であった。平成18年が観光客の来客数が一番多く、平成23年度が一番少ない。理由として、平成18年は日ハムファイターズがセ・パ交流戦で優勝した年だったため来客数が増加したと考える。一方平成23年度は、

<sup>2</sup>札幌市HP『札幌の観光行政』(2014年7月現在)

<https://www.city.sapporo.jp/keizai/kanko/>

あの東日本大震災が起こった年であったため来客が減少したと考える。<sup>3</sup> ここで現在神奈川県横浜市に住む、服部裕美さんにお話を伺った。彼女は北海道苫小牧出身であり私の高校の時の同級生であり、高校在学中もしばしば北海道へ帰省し札幌へも多く足を運んでいた。そして今回彼女にいくつかの質問をした。札幌市では市民参加型のイベントが多いが参加したことがあるか、という質問に対して多くはないが参加していたと述べている。さらに、観光客や観光地が多いことでプラスやマイナスのイメージはなかったかという質問に対し彼女は、マイナスのイメージはなくむしろプラスのイメージしかないと述べてくれた。また彼女は、札幌をはじめとした北海道には今知られているところよりもっと素晴らしい観光地があり、多くの場所で宣伝し広めてほしい。自然や食べ物なども優れており、人々が癒される場所がまだまだあると答えてくれた。

#### 4. 市民参加型のイベント活動

札幌市では市民の参加型の行事に力を入れている。HP で行政が観光ボランティアを募集し、市民が観光客をおもてなしさらに札幌の歴史や文化を自分自身も学び郷土愛を育むことによって、観光地の促進化を目指している。<sup>4</sup>

さらに市民参加型のイベントには行政の呼びかけだけでなく、企業の協力とともに行われている。コカ・コーラやさっぽろホールディングス、雪印メグミルクなど他7社が「さっぽろまちづくりパートナー」として提携を結んでいる。また大企業だけでなく NPO 団体の協力もありさまざまな方面からのイベントにより多くの市民が参加している。イベントには市民の意見も多くかかわっている。行政機関では必ずと言っていいほど市民からの意見を HP などでも募集している。この集まった市民からの意見を参考に改善や企画などを行っている。企業以外にも商工会議所や商店街の方たちの協力もありお祭りごとの行事などは成り立っている。また「ジョイまちゼミナール」というものがありこれは、市民と職員を中心に「まちづくり活動の企画立案方法」について一緒に学んでいく研修がある。プログラム内容はテーマに沿ったオリエンテーションを行いみんなで現地見学をし、その後課題・意見、アイデアを出し合い内容をまとめ発表するという流れである。このようにイベントや行事には市民の声が大きく反映されており、市民とともに改善していくというスタンスが札幌市の素晴らしいところだと思った。

#### 4. シティプロモート

札幌市では、東日本大震災以降大量消費や右肩上がりだけの経済でなく、「競争から協力へ」という価値観が高まってきている。そのような中で札幌市では「笑顔、スマイル」というコンセプトを掲げ、サッポロスマイルというロゴマークを製作した。<sup>5</sup>

<sup>3</sup>総合政策部経済調査課『平成18年度の経済概況(その1)』(2007年3月)

<http://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/kks/ksk/tgs/hakusho.htm>

<sup>4</sup>札幌市HP『まちづくり・市民活動』(2014年7月現在)

<http://www.city.sapporo.jp/kurashi/machizukuri/shimin/index.html>

<sup>5</sup>札幌市HP『魅力都市さっぽろシティプロモート戦略について』(2014年7月現在)

<http://www.city.sapporo.jp/kikaku/citypromote/plan/index.html>

# SAPPORO

このロゴマークのイメージテーマとして札幌市によると、「美味しいものを食べたり、豊かな自然に触れるたりすることで、人は笑顔になります。多くの魅力資源に恵まれている札幌には笑顔があふれ、笑顔のあるところに人は集まります。また、誰にでも気持ちを伝えることができる笑顔は、観光客を迎えるホスピタリティも表します。」という意味が込められている。また札幌市民のライフスタイルの向上のために3つの基本方針<sup>6</sup>が定められた。1.魅力を再発見する～「行きたいまち」から「住みたいまち」へ、2.魅力を味わい発信する～「札幌・北海道の魅力を支え、発信するまち」へ、3.魅力を創造する～「新たな挑戦を支援するまち」へ、である。札幌市の、魅力の再発見や情報の発信、まちづくりによって札幌市の良さをアピールしていくことを意味している。また札幌市のシティプロモートの狙いの中に、「札幌らしいライフスタイル」<sup>7</sup>を原動力の一つ一つ個別の事業を一か所に集中させることにより効率的にかつ相乗効果を期待しているということがあった。札幌市は市全体をあらゆる視点から見つめ、いつでも対応できるようにすることを目標としている。また札幌市は政令指定都市に含まれている市であり日本の主要企業が集約している。<sup>8</sup>つまり札幌市は北海道民の道外への人口流出を、雇用主である主要企業がしっかりしているため防ぐことができている。さらに市民の札幌市に対する好感度は97%ときわめて高い数値となっており、永住に関するアンケートでも85%以上の人が永住意向を示している。全国の魅力度ランキングでは札幌市は1位であり、観光意欲度や、産品購入意欲度が1位となっている。札幌市へのブランド意識は非常に高いものといえる。札幌市の魅力資源は一つ一つの存在が大きい。これらの存在があるからこそ、市民の意識や生活スタイルが独自に形成され住みやすい街へと変化していったと考える。札幌市では都心に行きやすいJRや地下鉄、バスの公共交通ネットワークが整っている。また路面電車の活用や地下歩行空間、タクシー（近距離の移動に使う自転車タクシー：通称ベロタクシーや札幌都心部の自転車共同利用サービス：通称ポロクル）などもある。また観光地特有の渋滞の緩和のため高速道路や1本の環状道路にするなど観光地に適応した道路整備も行っている。そして札幌市は札幌駅から新千歳国際空港まで約40分と比較的アクセスしやすく、観光地としては好条件の位置にあるのが札幌市である。

これらのように札幌市によればシティプロモートの最終地点は「笑顔になれる街」とある。<sup>9</sup>なぜ笑顔なのか。笑顔は人を呼び且つ幸福をもたらすものであり、札幌市民のライフスタイルに適しているという考えの元「笑顔」が一番のプロモートと述べられている。食・文

<sup>6</sup>札幌市 HP『魅力都市さっぽろシティプロモート戦略について』（2014年7月現在）  
<http://www.city.sapporo.jp/kikaku/citypromote/plan/index.html>

<sup>7</sup>シティプロモート戦略の本書について『札幌市におけるシティプロモートの目的と役割』（2012年1月）  
<http://www.city.sapporo.jp/kikaku/citypromote/plan/documents/cp1.pdf>

<sup>8</sup>シティプロモート戦略の本書について『札幌のポジショニング』（2012年1月）  
<http://www.city.sapporo.jp/kikaku/citypromote/plan/documents/cp2.pdf>

<sup>9</sup>シティプロモート戦略の本書について『シティプロモートのゴール』（2012年1月）  
<http://www.city.sapporo.jp/kikaku/citypromote/plan/documents/cp3.pdf>

化・自然などすべての資源が札幌市のゴールである「笑顔」にたどり着くことを目指し札幌市は日々考えを練っている。

### 5. 札幌市から八戸市を考える

わたしは札幌市を調べていくうちに札幌市の魅力にどんどん惹かれていった。始めは札幌とは観光地として有名ということでは知らず、札幌市がいかに市民と一体となって活発的に展開してきたかが札幌市のHPやインタビューを受けてくれた服部さんの答えから読み取ることができた。わたしは彼女に最後の質問として札幌市や北海道を愛しているか尋ねた。彼女は即答で、はいと答えた。青森に住んでいても横浜に住んでいたとしてもどこであっても北海道が一番だと答えてくれた。彼女がこれほどまで愛しているのはやはり札幌市をはじめとした北海道全域のまちづくりの良さが影響しているのではないかと思う。わたしの場合出身である八戸についてここまで強い愛を持つことはない。それ故に市民の郷土愛は素晴らしいと感じた。また私が札幌市のHPを閲覧した時に感動したのは完成度やデザイン性の高さである。一番はイベント情報のページであった。シンプルではあるものの、人々を惹きつけるものを目立つように紹介しそこに何の情報があるのかまたカレンダーでもわかりやすく情報を提示しているのでとても感動した。行ってみたい、もっと知りたいというように、ここまで惹きつけられた行政のHPはないと思う。また何においても手を抜いているようには全く見えないのが札幌市のまちづくりにも表れていると思った。今回の札幌市のまちづくり調査で、出身地の八戸市の行政での活かせないかと考えた。八戸市も高齢化が進み若者がますます市外や県外へと流出してしまう。それを防ぐためにも札幌市のまちづくりを参考に八戸市ももっと活発になっていかないかと思った。八戸市にも観光地や自然、食などの魅力資源は多くある。それを無駄にしないためにも札幌市の考えがとても参考になると思った。さらに市民と一体となりこれからを考えていくことは実に地域活性化やまちづくりに大切なことだと今回の調査で分かった。まちを作っていく者は行政の人たちだけでなく市民が一番の力になると思った。今後、今回の調査で分かったことが地元や訪れた先で活かすことができればよいと思う。