

るとのこと。

データが保管されているサーバールームは、1,400社のデータが完全に温度調整がされた室内で、マシンの熱を発する面と発しない面とが向き合う配置とされており、館内監視カメラで完全に死角なしの管理のもと、入室でもICカード対応で完全チェックされており完璧なセキュリティーがなされていた。

人材育成では、技術者を海外からも受け入れて対応しているとのこと。

データセンターを視察して、サイバー攻撃など何時いかなる状況が発生するかわからない現在において、横須賀市でも「児童相談システム」だけでなく、他の情報管理においても外部のデータセンターの利用も考える必要性を感じたので今後議論をしていきたい。

11月1日(水)

北海道函館市 国際水産・海洋総合研究センター 海洋都市構想について

函館市の出席者 一般財団法人 函館国際水産・海洋都市推進機構
事務局長 備前 悟様
産学官連携コーディネーター 安部智貴様

研究センターの土地は、函館ドックが最初は所有していたが、その後北海道振興を経て、函館市が所有し現在に至っているとのこと。センターの建設費については約45億円でそのうち合併特債を43億円使い建設された。

現在は函館市から、指定管理者に約9,000千円あり、約1/3人件費、2/3が施設運営費にあてられているとのこと。

函館のこの地にセンターが誘致された条件として、施設の敷地にドック跡が存在していたことと、函館近海は対馬海流・リマン海流・千島海流という3つの異なった海流が流れ込む条件にあるとともに、優位性として①暖流・寒流が流れ込む地理的・自然的に恵まれていた。②多くの学術研究機関が立地しており、400名の研究者と5,500名の学生に恵まれていた(北海道大学・公立はこだて未来大学・函館工業高等専門学校など)。③水産・海洋に関する様々な関連産業が集積されていて、マリンIT・観測ブイなどの研究機能の充実、共同研究や産業連携・施設の整備がなされている。こうした地域の優位性をより高めようとして「国際水産・海洋都市構想」が生まれ、目指しているのは国際的な水産・海洋に関する学術研究拠点都市の形成で産官学が連携して、マリンサイエンス分野で世界をリードする研究成果や革新技術を生み出し、雇用の創出と産

業経済の活性化に結びつけるのが目的であるとのこと。

主要施設として、①水産・海洋に関する学術研究機関の集積として、学術研究機関の充実・誘致、調査船等の寄港基地化 ②地域と学術研究機関の連携として、高等教育機関と研究機関の連携、起業家支援環境の構築 ③観光と学術研究の融合として、観光資源の有効活用・大型クルーズ船の寄港基地化 ④水産・海洋と市民生活の調和として、マリンスポーツの振興・まちかど水族館の創出などを実践しており、特に市民との係わりとしては、市民講座やシンポジウムの開催・海のイベントの開催・タッチプールや乗船実習などさまざまな行事を開催するとともに函館港を一望できる展望ロビーや市民ギャラリーのエントランスホールなど施設を平日一般市民に無料で開放していることや、施設入居者には研究開発に必要な実験や分析などをおこなう供用実験施設などを整備しているとのこと。

また、北大の実習船「おしよろ丸」「うしお丸」を係留できる岸壁も整備されているとのこと。

このセンターは地の利を生かして、産学官の協力でベンチャー企業の育成や各研究機関の誘致を図り、海洋関係の特許取得や商品化をいままでに 200 以上開発し経済効果は 220 億円以上あったとのこと、特に「がごめこんぶ」を新たな地域ブランドとして開発し商品化したことを強調していた。

横須賀も三方海に囲まれ、追浜の「海洋研究開発機構」をはじめとして、海洋に関する施設を行政がうまくリードして、子ども達に海に親しみを感じてもらうとともに、産官学で地域振興をはかる取組みができるように今後議論していきたい。

11月2日（木）

北海道札幌市 魅力都市さっぽろシティプロモート戦略について

札幌市の出席者 札幌市総務局広報部広報課
シティプロモート担当係長 大木 貴敏様

人口減少社会を迎えるなか、札幌市民の自らのライフスタイルの中に本当の住みやすさを再発見、再発進し、その魅力に創造性を掛け合わせた新たな魅力を推し進める取組みを視察した。

大木様は担当係長の職であるが部下はおらず一人でこの戦略担当をしているとのこと。

はじめに、札幌市の概要についての説明をうけた。

札幌は国内で5番目の人口を持つ街で、北海道の中心都市として公共交通機関など充実した都市基盤ができており、「もの」を造り、売ることによって利益を得る第二次産業は12.2%で、「ひと」に対しサービスを提供することで利益を得る第三次産業は87.7%で三次産業に特化した産業構造となっている。

ポテンシャル1の自然は、みどり豊かな都市で市街化区域が約25ha・市街化調整区域が約31.7haで、6割以上を森林が占める恵まれた自然と充実した都市機能が共存する街で、中心部から2^{キロ}の円山地区には原生林が存在しているとのこと。

ポテンシャル2の雪は、1年間に6mの雪が降る大都市で、雪を生かし、冬季オリンピックや冬季アジア札幌大会開催など、世界的なウィンタースポーツ大会の開催都市として選ばれている。

ポテンシャル3として季節は、変化の鮮明な四季とイベントで、春はライラックまつり、夏は大通公園の500m以上のビアガーデン、秋は中島公園などの紅葉、冬はミュンヘンクリスマス祭りに、100万個のホワイトイルミネーションに、雪まつりなど11月以外は大通公園でイベントが開催されて人を呼び込む作戦をおこなっている。

ポテンシャル4の食は、食の宝庫である北海道の新鮮な食材が札幌に集まり、「札幌グルメ」が誕生し、大きな魅力のひとつとなっている。

ポテンシャル5のエンターテインメントは、野球・ショッピング・ジャズ・スキーなどの多彩な楽しみが札幌にはあるとのこと。

札幌市民の郷土愛は、好き・どちらかといえば好きが89%の愛着度があり、札幌市内に住み続けたいが84.6%と定住意向が強く、郷土意識をもっているという調査結果があるとのこと。

外部評価としては、選ばれるブランドとして2012年までは1位であったが、近年は京都・函館に抜かれて3位で絶対値が減っているため、その原因調査をおこなう必要性を感じているとのこと。

シティプロモートの最たるものは映像であり、特に外国向けを考え、札幌市としては8分の動画と短いものの両方を用意してある。将来の更なる人口減少に対応してプロモートを考えなければいけないと考え、人が減ると経済のパイが減るため、観光客でおぎなわなければならないとのこと。

観光客入込数と外国人宿泊数をみると、平成18年度は観光客入込数は14,104千人に対し、外国人宿泊数は502千人だったのが、平成28年度には観光客入込数13,880千人と減少しているが外国人宿泊数は約4倍の2,094千人と増えており、そのうち約93%が中国・韓国のアジア圏の旅行者が占めているとのこと。観光客（道外在住者）の評価調査によくと、札幌観光の満足度では、満足・まあ満足が89.1%で、札幌への再訪意欲では、ぜひ来たい・来たいが88.1%と高い

評価をうけているとのこと。

平成 22 年度の有識者(札幌に在住していた人・23 名)のヒアリング調査では、ストレスフリーで過ごしやすく暮らしやすいイメージで楽しいライフスタイルを持てる街との調査結果があり、平成 23 年度におこなった市内関係者による議論(シティプロモート戦略会議・5 回開催)では、楽しいライフスタイルや生活文化があり、住みやすい街で恵まれている素材や独自のライフスタイルの価値を、市民が気付き世界に発信することが必要との調査結果となった。

札幌の魅力を一言で言えば、「笑顔で楽しんでいる市民の生活そのもの」で「ライフスタイル」にあるとのこと。

「笑顔になれる街」・「さっぽろスマイル」と笑顔を合言葉に、①美味しいものを食べて「笑顔」になろう ②癒しと高揚感ある観光で「笑顔」になろう ③環境にやさしく未来の子ども達も「笑顔」にしよう ④豊かな自然と芸術文化で「笑顔」になろう ⑤スポーツと健康でいつまでも「笑顔」でいよう ⑥北海道を支え北海道を楽しんで「みんなで笑顔」になろう ⑦都市間競争より助け合って「笑顔」を守ろう と単純に札幌をプロモートするのではなく、全北海道のことを考えているとのこと。

シティプロモート戦略の基本方針は、①魅力を再発見する(札幌市民・企業・行政などが、それぞれ自分たちの街の魅力を知り、愛着をふかめること) ②魅力を味わい発信する(市民自らが街を楽しみ、魅力を発信するとともに、市民によるおもてなし力を強化すること) ③魅力を創造する(創造的な活動が活発に行われることで、人々が集まり、交流が生まれる新たな挑戦を支援する街を目指す) と 3 つの基本方針のもとに取組みをおこない、定住よりも 2 つの居住地を持ってもらいたいと考えて行動しているとのこと。

サッポロスマイルロゴを通じたシティプロモートで、行政・民間企業・市民が一体となり「住む人も笑顔、訪れた人も笑顔になれる街さっぽろ」を目指していくとのこと。

シティプロモートを進めるにあたり、サッポロスマイルパートナーズという組織を立ち上げ、業種に拘らず協力してくれる企業等に、バッジの着用・ポスター、ステッカーの掲示にご協力をいただき、平成 25 年に設立して現在 461 団体が加盟しており、いまでも年間 100 社ほどが新たに加盟しているとのこと。主な取組みは、市内バス事業者は市内の路線バス及び観光バスにサッポロスマイル貼付、ホテル・郵便局員のスマイルバッジ着用、ホテルではスマイルをテーマにしたパーティプランを設定しロゴをモチーフにしたお菓子を制作、建設会社による工事現場の足場へのロゴ活用など、「会員になるだけでなく必ず何かをやってもらおう」と皆さんに意識をもってもらおう活動をしているとのこと。

今後の課題としては、①ロゴマークのさらなる周知 ②「我が街さっぽろ」

への愛着をより深めてもらい、「魅力発信」や「おもてなし」の実践につなげる
③若い人、特に大学生に参加を促すとともに、映像では除雪の風景や雪まつりの雪像の撤去風景などをもりこんでいきたいとのこと。

今回視察し、札幌ほどの認知度もあり、多くの観光客が訪れている都市でも、さらなる集客に向かって官民一体で取組みをしていることが良く理解でき、横須賀においては今回視察したことを何も取り組んでいない状況で、言葉だけで集客に取り組んでいることを反省して、今後、行政・企業・市民と全ての横須賀人がスマイルでおもてなしをしていくことの重要性を感じた。良い学習ができたので今後の議論に活かしていきたい。

サッポロスマイル ログoiriコースター

