

「札幌スタイル」の事例

1. はじめに

地域ブランドづくりにおいて、地域の独特の空間(歴史的町並み、路地など)や、地域の名産などを核にした商業振興などが挙げられる。前者では川越の蔵造りの街並み、後者では宇都宮の餃子などがある。これらを核として、取り巻く環境整備やソフト的な仕掛けを用いながら地域振興を行っている。本稿で紹介する札幌スタイルは、これらとは異なり、デザインのまたは、地域イメージをある程度満たした、地元の製品を認証していき、それらをゆるく連携させて地域産業の振興を図っていき、デザインに着目した地域ブランドづくりである。その方法と、展開、課題等について考察する。



札幌スタイルショップ

2. 札幌スタイルの概要

札幌市においては、もともとふるさと創生による基金で、平成 4 目年度より札幌国際デザイン賞といったデザインのコンペを行っており、その事業が 10 年たって基金の終了により終わっている。その他にも製造業支援を目的に顕彰するものや、福祉用具開発プロジェクトなど個別に行われているものもあった。



札幌スタイルロゴ

その後、文化的なコンペから産業的意味合いを持たせるように転換し、工業デザインを主とするものづくりを目指し、札幌市のネームバリューを利用しそのブランド化を目指し「札幌スタイル」として平成 16 年度よりスタートしている。札幌の暮らしがコンセプトとなり、札幌らしさをテーマとした地域部ブランドを創設しそれをプロモーション等を行い支援し産業振興を行っていくとするものである。

3. 札幌スタイル事業

札幌スタイルは札幌市経済局の事業となっており、以下の 5 つの事業によって構成される。

①札幌スタイル認証

- ②札幌スタイルショップ (展示・販売)
- ③札幌スタイルショーケース (展示)
- ④札幌スタイルデザインコンペティション
- ⑤札幌スタイルデザイン開発プロジェクト

このうち④⑤は新たなアイデアの募集や商品を開発するもので札幌スタイルの新たなプレイヤーの育成に向けたもので、①製品の認証を受け②③で展示販売、広報機能によって実際の製品の販売促進が行われる。またホームページや、パンフレットを作成、融資の紹介や認証製品を作る企業同士の交流などによる販路、事業提携の拡大などの支援が行われる。



パンフレット

認証は毎年 11 月頃募集し審査後、1 月に認証され、例年 2 月に行われるインターナショナルギフトショーに出品される。2008 年は新規で約 30 件応募があり 8 件 10 製品を認証している。

4. おわりに

札幌スタイルの認証は現在無料で行っているが、将来的には認知とブランド力が付けば民営化して商標販売できれば行政支援の役割は縮小していくのではないかとのことである。現在はまだ、スタートアップの状況でブランドとしての構築の途上である。また特定の物産を対象としていないため、認知とブランド力の向上は難しい反面、より広い範囲で札幌の製品のデザイン品質に対するイメージ向上に資する面もあり、今後の展開に着目していきたい。

地域データ

人口：1,905,777 名 世帯数：891,145 世帯
(札幌市、平成 22 年 1 月)

場所

札幌スタイルショップ

JR 札幌駅南口直結 JR タワー6 階

札幌スタイルショーケース

地下鉄東西線大通駅コンコース