

平成 29 年 7 月提出

大船渡市議会議長 熊谷 昭浩 様

会派名 光 政 会

会派視察報告書

視察先／視察項目

(1) 平成 29 年 6 月 27 日（火）13 時 30 分～15 時 00 分

北海道ニセコ町商工観光課

インバウンドの取り組みについて

(2) 平成 29 年 6 月 28 日（水）15 時 00 分～16 時 30 分

北海道石狩市企画経済部企業連携推進課、商工労働観光課

企業誘致の取り組みについて、観光振興計画について

(3) 平成 29 年 6 月 29 日（水）9 時 00 分～12 時 00 分

北海道議会 (株)プレミアム北海道、北海道経済部食関連産業室

海外富裕層観光客誘致の取り組みについて、北海道どさんこプラザについて

視察参加者

市議会議員 小松 龍一、千葉 盛、紀室 若男、伊藤 力也、湊上 清、奥山 行正

報 告

(1) インバウンドの取り組みについて（ニセコ町）

□視察の目的

国においては、成長戦略として訪日外国人旅行者数を「2020 年に 4,000 万人、2030 年に 6,000 万人」との目標を掲げており、受け入れ環境の整備も急ぐこととしている。また、観光は地方創生の切り札として、インバウンドと国内観光の両輪による観光振興を図るとともに、特定の地域に集中している国内外の旅行者を全国各地に分散・拡大させていくとしている。そのような中、大船渡市においては、インバウンドへの対策が十分ではなく、訪日外国人観光客の誘致がほとんどできていない。そこで、インバウンドへの取り組みの先進地であり、また、外国人によるリゾート開発まで行われているニセコ町において、まちづくりの取り組みを研修視察することとした。

□ニセコ町の概要

「ニセコ」はアイヌ語で「深山にあって川岸にかぶさるように出ている崖」のこと
昭和 39 年に町名変更（旧名称：狩太町）

○人口：5,163 人（うち外国人住民 389 人）、世帯数：2,656 世帯 ※平成 29 年 1 月末
面積：197.13 k m²（田畑 28.35 k m²、宅地 2.38 k m²、山林原野 132 k m²）

65 歳以上割合：25.9%

決算状況：40 億 6,545 万円（平成 26 年一般会計歳出）、財政力指数：0.24

議員数：10 名、職員数 88 人（特別職除く）

□天がくれた他にはない「雪」

「奇跡の場所」と呼ばれるニセコ

冬の北海道は、シベリア方面から北西の風が吹く。この風は日本海で水分を蓄え、ニセコの山を一気に駆け上がることで雪となり、ニセコに大量の雪を降らせる。

絶妙な水分量のパウダースノーは、他にはない高い浮遊感を生み出す。この天からの恵みは毎日のように、しかも大量に降る。しかも、標高が 1,308m と低いことも諸外国ではありえないもので「奇跡の場所」と世界中のスキーヤーから注目されている。

□豊富な泉質の「温泉」

ワイス温泉、倶知安温泉、ニセコ駅前温泉、まっかり温泉、アンヌプリ温泉郷、ひらふ温泉郷など温泉が多い。

□清流日本一の川がエリアの中央を流れる

尻別川は清流日本一（5 年連続 13 回目）

幻の魚「イトウ（オビラメ）」が棲む川

古くから農業用水車、水力発電に活用

□道内有数の農業地帯は雪で守られる

降り積もる雪は土地をやさしく包み込み、寒風による表土の飛散を防ぐ。そして、融けた雪は地下へ浸透し豊かで清涼な水となり、土地を潤す。さらに朝昼の寒暖差が大きい高原気候は、おいしい農作物をはぐくむ。

ニセコの農家で出稼ぎに出かける人はいない。

冬はスキー場、除雪など仕事がたくさんある。

□有島武郎の「相互扶助」の精神が生きるまち

「空気や水、土地のようなものは人類全体で共有して個人の利益のために私有されるべきではない。小作人が土地を共有して責任を持ち、『相互扶助』の精神で営農するよう」という有島武郎の精神が地域づくりに息づいている。

□ニセコ町のまちづくりの取り組み

○ニセコ町まちづくり基本条例

まちづくりの 2 大原則⇒住民参加、情報共有

○実践の積み重ねによる基本概念の達成

- ・情報共有の取組み～透明性の確保、説明責任の明確化～
- ・住民参加の取組み～自らが責任を持って行動するまちづくり～
- ・取組みを支えるために～町職員「まちづくり専門スタッフ」の育成～

□ニセコ観光圏「NISEKO,My Extreme」～世界が選ぶニセコ～

恵まれた自然環境×外国人との共生による躍動

【観光圏の区域】 蘭越町、ニセコ町、倶知安町

【観光圏整備計画の期間】 H26.4.1～H31.3.31

【数値目標の設定（H26年度→30年度）】

満足度：夏 59→90% 冬 80→90%

旅行消費額：夏 21→52 千円、冬 59→76 千円

宿泊数：1,527→1,982 千人泊

宿泊者のリピーター率：夏 65→67%、冬 84→87%

滞在プログラム参加者数：1,400 人、満足度：25%

4つの課題

- ・国際リゾートを運営しうる知見、情報の集積
- ・国際リゾートに相応しい空間の形成
- ・地域経済振興を促進させるエコシステムの構築
- ・持続性を持って地域経営を行える組織

取り組みの方針

プレイヤーとなる民間事業者の取り組みを支援し、民間では対応が難しい領域を補完していく仕組みを構築していくことで、NISEKO,My Extreme を実現していく。

- ・基礎的なデータの収集と公開
- ・協働事業を通じたノウハウ蓄積
- ・空間と環境のあり方についての継続事業

□ニセコ観光圏の取り組み

○主たる滞在促進地区の取組

- ・経済循環、観光振興意識調査と検証
- ・受け入れ環境の品質向上
- ・「ニセコルール」（スキー場のエリア外滑走ルール）の充実化
- ・公共交通網の拡充整備
- ・情報媒体の整理統合、提供体制の充実化

○主たる滞在促進地区を起点とした滞在プログラムの取組

機会、そして、日本品質の施設、空間、サービスの提供を通じて、ニセコでしか体験できない究極のバカンス経験を提供。

- ・景観も味わう食体験プログラム
- ・温泉めぐりで健康増進プログラム
- ・スポーツツーリズムの推進
- ・M I C E 誘致の推進

○交流地区の取組

- ・多様な泉質を誇る温泉地域の魅力発信
- ・長期滞在に対応するために、市街地地区との交流促進

○住民に対する意識啓発取組

地域資源や自然環境の保全と持続的活用に向けた検討を進め、ニセコの環境、空間のサステイナブルポリシーを検討する。

○地域経営組織の検討

持続性を持って、地域経営を行える組織の検討（財源確保、法的な権限整備、合意形成）

□ニセコルールの取り組み

「利用者の自由を尊重し、その安全に重大な関心を持つ」

- ・ニセコでの新雪滑走の歴史は 1930 年代から（ゲレンデではなくツアースキー）
- ・1980 年代、山頂付近までリフトが開通。大勢の人たちが簡単にスキー場コース外へ
⇒国内で最も雪崩事故が多い山となった。
- ・2001 年、雪崩事故を無くしたいという地域の想いから「ニセコルール」を制定
⇒コース外との境界にロープを張り、外へ出るときはゲートから出る。
⇒雪崩の危険があるときはゲートを封鎖（コース外へ出てはならないというメッセージをスキーヤーに伝える。
※「コース外は自己責任」という言葉を安易に使わず「利用者の自由を尊重し、その安全に重大な関心を持つ」というのが、「ニセコルール」の精神

□株式会社ニセコリゾート観光協会

<会社概要>

会社商号	株式会社ニセコリゾート観光協会
設立年月日	平成 15 年 9 月 1 日
資本金	2,000 万円〈発行株式 400 株／1 株 5 万円〉
株主	ニセコ町民（121 名）50%（200 株） ニセコ町 50%（200 株）※H27.6.25 現在
H27 年度売上	1 億 5,969 万円（当期利益 362 万円）
取扱業務	旅行業、観光案内業務、特産品の販売、コミュニティ FM 業務他

<行政サイドから見た 7 つのメリット>

- 1 町補助金の削減
- 2 新たな雇用の創出
- 3 町村の枠にとらわれない広域の事業が可能

- 4 地域外からの外貨獲得
- 5 地域経済への貢献
- 6 着地型観光の推進
- 7 行政の役割分担の再構築

□なぜ株式会社であるか

○コンセプトは地域経営会社

町域内部に対して公共性を担保しつつ、スピーディーな意思決定システムを併せ持つ

○行政依存体質からの脱却

町財政の厳しい中、安定した事業運営を図るには自己的財源の確保が急務

○柔軟で市場の変化に対応した意思決定システムの構築

変化する市場に対応したスピーディーな意思決定や民間経営体制のメリットを十分に発揮することが地域産業の発展には必要不可欠

○地域の商品化による産業連携の促進とニセコ業の創造

地域経営会社が広く行動することで、行政の枠を越えた観光促進の牽引役を務めることが可能

□チーム商工観光課

ニセコ町役場では、外国人スタッフ（正職員 1 名、国際交流員 4 名）が日本人スタッフとともに誘客業務に従事。プロダクトマニュアルの作成や各国旅行代理店へメールや電話などによりプロモーションを実施。

□主な質疑の内容

Q、町のインフラ整備の特徴は。また、どういう人たちが来ているのか。

A、ニセコは簡易水道で、水の確保は開発者が行う。農業用水で権利がガチガチであり、水の確保には苦慮している。

個人で来ている人がほとんどで、団体ではない。個人予約で 2 週間宿泊していく。半年前には予約が始まり、8～9 月には締め切る。国は様々で、休みが長く取得でき、お金に余裕がある人が来る。冬がメインでペンションもいっぱいになる。欧米は個人で来る。

Q、現在のような状況になってからの就職、所得、学習環境など地元の中高生などの変化は。

A、地元高校に求人を出してもあまり集まらない。留学して、就職している人もいる。意識は変わってきていると思う。

Q、税収はどのようになっているか。

A、少しずつ増えている。チェーン店が来ても税収は増えない。入湯税が増えている。

Q、広域連携しているが合併などは考えていないのか。

A、元々は一つのまちがわかれてできたまちなので合併しない。実際、話し合いはあったが合併には至らなかった。その代わりに広域でできるものに取り組んでいる。

Q、どのように受け入れ態勢ができたのか。

A、外国人の受け入れについて、はじめはハードルが高かった。外国の方が地域に何度も足を運びその中で地域がなじんでいった。慣れるまで2～3年かかった。観光業で30～40代の方が外から多く入ってくる。

ホテルの進出など開発行為については、町の考え方に合致しているかしっかり示してもらいということん話し合う。町や地域の考え方を理解してもらう。地域にとって良い開発であれば受け入れる。そうでなければどんなに良い話でも受け入れない。

(2) 企業誘致の取り組みについて、観光振興計画について（石狩市）

□視察の目的

当市では、復興まちづくりが進み、大船渡駅前商店街では第2期まちびらきが行われたり、末崎町の被災跡地にトマト工場の誘致が決まるなどしている。しかしながら、復興需要後の経済への不安や市内商店街の誘客への不安など課題が山積している。その課題を解決し地域経済を発展させていくためには、企業誘致による雇用の確保や定住人口の増加、観光振興による交流人口の拡大などを実現していかなければならない。その参考とするため、企業誘致の実績があり、観光まちづくり宣言をしてあらゆる部署で横断的に観光振興の取り組みに力を入れている石狩市を視察することとした。

□石狩市の歴史

○サケのふるさと、石狩川が海と出会うまち

全国2位の流域面積を誇る石狩川は、大雪山系石狩岳に源を発し、ここで日本海と出会い、石狩は鮭が回帰する河口を擁するまちとして古くから栄えた。市内最古の建造物「石狩弁天社」は1694年（元禄7年）に創建され、石狩川の主であった鮫を神格化した「サメ様」（妙亀法鮫大明神）が奉られており、鮭の豊漁をもたらす神として親しまれてきた。その石狩弁天社を1816年（文化13年）に再建した村山家は、松前藩からアイヌとの交易を任せられた日本屈指の豪商で、最盛期には松前藩の参勤交代の費用まで出したといわれている。明治時代は鮭漁の最盛期で、漁期には2,000人以上の出稼ぎ者があり、大いに賑わった。

①企業誘致の取り組みについて

□港を核に躍進する石狩湾新港地域

〈石狩開発株式会社〉

○国内有数の企業集積、700 社を超える立地企業

札幌圏の生産物流拠点として発展する石狩湾新港地域は、国、北海道、小樽市、石狩市と第 3 セクターの石狩開発(株)が一体となって推進している総面積 3,000ha の大規模プロジェクト。食品関連企業や卸売、倉庫、運送などの流通業のほか、リサイクル関連企業など、700 社を超えるあらゆる分野の企業が立地している。創業企業は約 600 社、就業者数約 13,000 人。

□石狩湾新港のセールスポイント

○恵まれた立地環境

- ・札幌市の中心部から約 15km、車で 30 分という利便性の良さ
- ・新千歳空港へは高速道路を利用して 60 分。新千歳－羽田間は 1 日 55 便あり、首都圏からのアクセスも良好

○充実したインフラ整備

- ・道路、上下水道、工業用水道、電力供給、光通信環境、LNG 供給、廃棄物処理施設を完備

○重要港湾「石狩湾新港」

- ・韓国釜山港とを結ぶ外貿コンテナ航路が開設され、北海道の日本海側の国際貿易港として機能

○豊富な人材、集積する研究教育機関

- ・道内人口の 4 割以上を占める札幌圏が背後にあり、大学をはじめとする各種教育機関や試験研究機関、研究開発施設が数多く、充実した人材育成環境と試験研究機能が備わっている。

○リスク分散

- ・北海道は、雷や台風の発生が関東や他地域に比べ約半分。また、日本海側に位置することから地震の発生確率も非常に低い。

○冷涼な気候、多様なエネルギーソース

- ・北海道の冷涼な外気や雪のほか、太陽光や風力など多様なエネルギーソースを活用することで、冷房などのエネルギーコストを削減

□国内最大級郊外型大規模データセンター「石狩データセンター」

○北海道の低温外気を活用した省エネルギー型データセンター

インターネットサービスが普及すれば、それを支える大規模なデータセンターが必要になる。その際問題となるのが機器を動かしたり、サーバールームを冷却したりするための膨大な電力消費だが、コストの面、地球環境の面からも消費電力の削減は望ましく、グーグルやマイクロソフトなどの大規模なデータセンターを運営する企業では、データセンターの冷却に外気を利用する方法が採用されている。2011 年 11 月、日本では、さくらインターネットが他社に先駆けて北海道に大規模なデータセンターを建設。東京ドーム約 1.1 倍という広大な敷地によるスケールメリット、北海道の冷涼な

外気を活用した外気冷房の導入による圧倒的な低コストを実現している。

- ・北海道の冷涼な外気を活用し国内トップクラスの PUE を実現
- ・郊外型大規模データセンターによるスケールメリットと柔軟性
- ・東京、大阪、北海道のデータセンターを大容量回線で相互接続

②観光振興計画について

□石狩市産業振興関連計画案の全体イメージ

共通テーマ「地域づくりの基盤としての観光を視点とした産業振興の推進」

【策定する 4 つの産業振興関連計画】

- ・農業振興計画
⇒石狩市の地域特性を活かした農業振興策を推進するため、今後取り組む事項などを定めるもの。
- ・漁業振興計画
⇒持続可能で魅力的な漁業を目標として、漁業経営の安定化や漁業の近代化を図り生産性の向上を図るための取り組みを定めるもの。
- ・地場企業等活性化計画
⇒石狩市産業の高度化及び多様化並びに本市経済の自立性向上に寄与することを目的に、施策の総合的かつ計画的な推進を図るために策定するもの。
- ・観光振興計画
⇒石狩市の地域個性を生かした観光振興策を推進するため、今後取り組む事項などを定めるもの。

【4 計画で連携して取り組むべき項目】

4 計画の連携にあたっては、次に示す共通のテーマと連携して取り組むべき項目を設定するとともに、策定の過程において、各計画の検討組織からの代表者で組織する連絡調整会議を開催し、相互の連携や整合性を図りながら作業を進めた。

○産業を支える担い手の育成

- ・後継者、新規参入者等の育成
- ・女性、高齢者の活躍
- ・雇用労働の確保

○石狩ブランドの確立

- ・新たなブランドの確立
- ・地域ブランド力の向上
- ・販路拡大を意識したブランド化
- ・農水商工連携によるブランド化

○物産振興体制の確立

- ・石狩の特産品の集約
- ・石狩の特産品の販路拡大

- ・新たな特産品の開発

○道の駅石狩「あいろんど厚田」を起点とした産業、観光振興

- ・石狩北部地区の産業、観光振興
- ・周辺地域資源への誘導

□主な質疑の内容

Q、大船渡においてもデータセンターのような企業を誘致できる可能性はあるか。

A、大いにある。IT 関係者は都市部ではなく地方に住む感覚の人が多。そういう環境は整ってきている。地域の良さをアピールできれば誘致できる。たとえば、シリコンバレーは環境がいい。まちづくりに取り組むべき。

Q、火力発電の熱処理の海への影響は。

A、火力発電の熱処理では温排水を直接する。7 度の温度差で流している。現状では影響はない。回遊魚がどうなっているかは調査している。今後もしっかりと現地確認をしていきたいと考えている。

Q、企業との接触の仕方は。

A、新聞、本、ネット、銀行、ニュースなどあらゆる情報にアンテナを張って営業をする。アポがなかなかとれないのが当たり前。直接連絡し、何度も訪問し、とにかく一生懸命努力する。市長もやっている。ヒントや情報をもとにオーダーメイドで営業セールスをやっている。地元の反発があるものについては誘致しない。

Q、土地の分譲の仕方は。また、物流の方法は。

A、石狩開発(株)が分譲して売る。土地のリースも行っている。石狩開発は黒字。

物流は JR コンテナ、トラック輸送が主流。トラック運転手は人手不足。青函トンネルが課題となっている。また、道内は広すぎるのが課題。海上輸送を増やした。国内航路がなく、日本海側の港と連携してどこの港と結べばいいか考えていく。

Q、地元で発電したものは活用できているのか。

A、現状では、発電したものは北海道電力に送らなければならない、直接工場に送ったり活用できない。

Q、人手不足の中で労働力の確保策は。

A、労働力の確保は課題。交通の不便さも影響している。特に女性の労働力の確保が課題となっている。今年から担当課をつくって対応を考えている。

Q、札幌市と連携しているが石狩市の人の働く場所は。

A、札幌市内に務めている人が多い。逆に石狩市に札幌市から働きに来る。行く人来る

人で同じくらい。

Q、今後の目標は。

A、もちろんすべて分譲したい。現在 7 割分譲できている。残り 3 割が条件が合わず難しい。分譲地を増やすことも検討している。

Q、インバウンドによる観光への影響は。

A、石狩市はインバウンドの恩恵はまだない。観光客は少しずつ増えている。

Q、港湾と観光をどのように結びつけていくのか。

A、観光は石狩から北の部分で、これからまちの特色として観光に港をいかしていきたい。

Q、農業や漁業など 4 つの分野をひとつにしていくことの課題やとりまとめの仕方は。

A、他のところの情報を共有するように努めている。まだそれぞれの担当がそれぞれやっている状態。まとめる部署はまだない。今後集まる機会を多く持ち話をして進めていきたい。

(3) 海外富裕層観光客誘致の取り組みについて、北海道どさんこプラザについて

□視察について

インバウンドによる外国人観光客を誘致していくためには、どのような対策が必要なのか、どういうまちづくりが必要なのか、どのようにターゲットを見つけていくのかなど民間の視点やノウハウを学ぶため、北海道で外国人富裕層誘致の取り組みをしている(株)プレミアム北海道CEOの張相律さんに研修を受けました。また、国内外で物産において大きな実績を残されている北海道どさんこプラザの経営方法や職員スタッフの育成の仕方などについて研修させていただきました。

この研修にあたっては、北海道議会議員の広田まゆみ先生に大変お世話になりました。

①海外富裕層観光客誘致の取り組みについて **(株)プレミアム北海道)**

□(株)プレミアム北海道

〈会社概要〉

設 立 2015 年 1 月 28 日

本 社 札幌市中央区

代表取締役 張 相律

資本金 3300 万円

□北海道の外国人観光客

- 2015 年度北海道を訪れる外国人観光客は 200 万人を超えた。
(H15 年 29.4 万人→H27 年 220 万人)
- 2016 年度北海道を訪れる外国人観光客は、240 万人を超えると予測。
- 北海道の外国人観光客の誘致目標は 2020 年までに 500 万人。
- FIT（個人旅行）の外国人観光客が増え、全体の 50%になっている。
- 北海道を訪れる外国人観光客の内 10%が年収 1000 万円以上で、北海道を訪れる観光客の増加に伴い富裕層の人も増えている。

□世界の富裕層

- 2013 年純資産 5,000 万ドル以上の超富裕層の人数
⇒米国 45,650 人、中国 5,831 人、ドイツ 4,501 人、スイス 3,457 人、イギリス 3,187 人
- 今後 5 年で個人純資産額が 100 万ドルを超えるミリオネアの数 50%増える。
⇒世界全体で 2013 年の 3,168 万人からの 5 年間で約 50%増加し、4,700 万人を超える。
- 2018 年までミリオネア数の増加率が最も高くなるのは
⇒中国 88%、韓国 79%、マレーシア 76%、インド 66%、香港 63%と予想される。
- 3%の富裕層旅行者が旅行全体の 28%の消費を創り出している（ILTM 発表）。
- 世界の富裕層は広く投資先を求めており、北海道は有望な投資先として注目。

□富裕層を誘致するメリット

- 施設や観光地のサービスの向上に繋がる。
- 単価の高いところにスポットを当て、富裕層を増やせば、観光産業全体が潤う。
- 富裕層は経済人が多いので、富裕層が増えれば、北海道の様々なビジネス情報が海外に伝わり、他の産業のビジネスに繋がる。

□世界の富裕層マーケット

- プレミアム旅行
- 不動産投資コンサルティング
- 貿易物産販売

□ビジネスコンサル

- 海外ビジネスコンサルティングの仕組み
 - ・北海道の「観光と食」関連企業を対象にビジネスコンサルティングを行う。
 - ・北海道で新規に開発される観光地のコンドミニアムの販売仲介を行う。
 - ・仲介したコンドミニウムは運営会社にホテルとして運営してもらう。そこに(株)プレミアム北海道が送客することによって送客手数料をいただく。

□貿易物産販売

○海外への貿易

- ・世界の富裕層が毎年増加しており、北海道の「食品」は安心・安全な北海道ブランドとして各国に浸透中。今後は特にアジアマーケットでの拡がりが多いに見込まれる。
⇒例えば日本酒、健康食品、機能性食品、お米、海産品、海産加工品、乳製品等
- ・道内企業の貿易の課題
 - ①小規模生産者が多く、大きな注文に応えられない。
 - ②資金・ノウハウがないため積極的な海外営業ができない。
- ・海外資本を活用し、道内企業の生産能力を高め海外販路を拡大する。
- ・海外観光客が増えるにつれ、道産品の認知度がさらにアップする。
- ・富裕層向けの商品に限定して、インターネットで販売を行う。

□主な質疑の内容

Q、富裕層が宿泊施設を選択する基準は。

A、様々な基準があるが、単価、歴史地域性、個性（差別化）、グローバルな取り組み姿勢などが基準となる。地域に富裕層を受け入れられる施設があるかは非常に重要。

Q、大船渡ではインバウンドによる観光誘客の取り組みや ILC 誘致による外国人の受け入れによる体制整備が必要になってくる。食や医療、生活などの受け入れはどのようにしていけばいいか。

A、たとえば交通環境の不便などはハンディではない。地域に価値があればいい。強いものを作ったり絞っていくべき。来てもらい、住んでもらいその人たちの口コミが広がりにつながる。ニセコの雪の話も口コミで広がった。

Q、投資先やターゲットは。

A、たとえば京都は受け入れ態勢ができていて、外国人が行きたがる。北海道は四季を感じられることが喜ばれる。だから、パッケージとして長く来てくれるし、何度も来てくれる。不動産に投資して、たとえば家を持てば何度でも来る。3000 万円くらいの家は安い。本人だけでなく知人を連れて何度でも来る。日本酒は好まれている。北海道と海外のものの融合がビジネスチャンス。

②北海道どさんこプラザについて（座学、現地視察）

（北海道経済部食関連産業室）

□北海道どさんこプラザの概要

- 道産品の展示・販売等を通じ企業のマーケティング活動を支援する。
- ビジネスマッチング（商談会・相談会）
⇒道内企業と道内外流通企業・バイヤーとの商談機会を提供する。
- 物産展

⇒道内外の百貨店やスーパー等での道産品の販売機会を提供する。

○北のハイグレード食品

⇒特にこだわりを持って作られた訴求力のある道産食品をリーダー群として束ねて道内外に押し出し、育成することで道産食品全体の販路拡大を図ることを目的に実施。

○食のサポーター・磨き上げ職人

⇒〈北海道「食のサポーター」〉

首都圏等で活躍するバイヤーや一流シェフ等を「食のサポーター」に委嘱し、サポーターの知名度を活用し情報を広く発信することにより、北海道ブランドの知名度の向上とともに商品の磨き上げを行い、道外や海外に通用する北海道ブランドの創出を図る。

〈北海道「食の磨き上げ職人」〉

道内で活躍するバイヤー等を「北海道『食の磨き上げ職人』」に委嘱し、道産品の磨き上げを目的に、商品開発や販路拡大に関する事業者等への指導・助言を通じ、国内外で通用する北海道ブランドの創出を図る。

○北海道新幹線開業に向けた食の推進

平成 27 年度の北海道新幹線・新函館北斗駅の開業を経済効果につなげることを目的に、東北地方と北海道、青森県と道南地域とのビジネスマッチングや新商品開発に向けた取り組みを行うとともに、道南地域の道の駅等の横の連携構築並びにアンテナショップ機能の強化を実施。

○北海道どさんこプラザ札幌店（説明後現地視察）

(1)運営者

（一社）北海道貿易物産振興会（平成 25～28 年度）

(2)設置時期

平成 18 年 12 月 16 日

（平成元年 7 月～平成 18 年 9 月は観光物産センターとして運営）

(3)設置場所

J R 札幌駅西側コンコース北口

北海道さっぽろ「食と観光」情報館内（265 m²）

(4)営業時間

午前 8 時 30 分～午後 8 時 [年中無休]

(5)品目数

約 2,300 品目

(6)利用実績

（単位：人、千円）

区 分	23 年度	24 年度	25 年度	26 年度	27 年度	28 年度
来店客数	1,604,587	1,545,658	1,576,732	1,514,205	1,529,242	1,435,408
総売上高	623,187	580,667	587,183	573,600	633,313	561,454

※来店客数は、北海道さっぽろ「食と観光」情報館全体の入館者数。

(7)マーケティング支援機能

- ・テスト販売【H28 出品数実績：229 品目】
- ・マーケティングサポート催事【H28 実績：52 件、28,896 千円】
- ・マーケティングアドバイザー【H28 実績：124 社、229 品目】

□主な質疑の内容

Q、流通や保管など物流コストは。

A、1 週間に 2 回送っているが、かなり安価で運んでいる。苫小牧から送っている。たとえば、岩手は新幹線で運んでいる。お弁当などを新幹線で送れるのは本州の最大の強みだと思う。

Q、地元アンテナショップをつくる魅力や商店街への誘客効果は。

A、アンテナショップを東京につくるのはお金がかかる。そもそも場所がない。しかも採算はなかなかとれない。駅はまちの拠点であり、観光案内所には食の発信をする場所をつくるべき。商店街の魅力を伝えるものをつくること、代表するものを置くこと、発信することが大切。

□視察の様子（写真）

①ニセコ町座学研修の様子



②ニセコ町座学研修の様子



③外国人の開発が進むヒラフエリア



④石狩市座学研修の様子



⑤北海道議会で(株)プレミアム北海道の座学研修の様子



⑥北海道どさんこプラザ札幌店現地視察



⑦北海道どさんこプラザ札幌店現地視察



⑧北海道どさんこプラザ現地視察



⑨大変お世話になった広田先生、張さんと北海道議会議場において

