

【事例 4】北洋銀行（北海道）

～スイーツ等の魅力発信を通じた外国人観光客の誘致～

【事例4】北洋銀行（北海道） ～スイーツ等の魅力発信を通じた外国人観光客の誘致～

北洋銀行は、2013年11月、北海道への外国人観光客誘致促進による観光振興に寄与することを目的に、海外（タイ）の旅行会社・雑誌会社の関係者を招聘し、ブランド力の高い道内のスイーツや魅力的な観光資源を視察する「北海道スイーツ・ロード招聘事業」を実施した。

北海道は、全国平均を上回る速さで高齢化が進んでいるほか、人口減少も進行している。その緩和を図るためには、各地域の産業振興や安定した雇用確保が不可欠となっている。外国人観光客の誘致は、宿泊業や旅行業のみならず、運輸業、農業・漁業をはじめ、小売業などとも密接に関わっており、交流人口の拡大による地域経済への効果や活性化に大きく貢献するほか、雇用確保にもつながることから、その重要性はますます高まっている。

<取組みの概要>

- ・タイの旅行会社5社および雑誌会社4社を対象に、白老、函館、ニセコ、小樽、札幌等のスイーツ企業や観光地を視察。タイの雑誌4誌に記事が掲載されたほか、旅行会社5社で今回の視察先を盛り込んだツアーが企画された。

หวานดีที่เกาะมา ซึ่ของคัพเค้กโฮกไกโดที่เพิ่งมีออกมาเป็นชุดก่อนใครจากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จากเกาะมาโมโรโระ... (Text describing the cake and other sweets)

ฮอกไกโดมีจุดเด่นด้านแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม ไม่ว่าจะเป็นวิถีชีวิตทางธรรมชาติ ทะเลสาบ ทุ่งดอกไม้ หรือ ภูเขาที่สวยงาม... (Text describing Hokkaido's tourism resources)

ตั้งถิ่นฐานที่ Chiroro... (Text about Chiroro village)

SWEEP ROAD Hokkaido

IWAJ Love so sweet ของอาริสึทึนบ้านในหัว คอมพิวเตอร์กำลังคิด การครีเอทีฟของ Kinotaya อย่างมีวิถีสวย... (Text about the project)

STORY / PHOTO : กะซึงา

MAJOR 2014 TRAVEL AROUND THE WORLD 47

タイの旅行雑誌「Travel Around the World Magazine」に掲載された記事の表紙

北洋銀行の取組みに関し、北洋銀行および、「北海道スイーツ・ロード招聘事業」に参加・協力した国土交通省北海道運輸局、札幌市、石屋製菓株式会社、株式会社きのとやの声をご紹介します。



北洋銀行

本店所在地 : 札幌市中央区大通西3丁目7番地
設立 : 1917年8月20日
預金残高 : 7兆3,652億円 (譲渡性預金を除く)
貸出金残高 : 5兆5,909億円
従業員数 : 3,338名
店舗数 : 本支店175 (北海道173、東京都1、振込・口座
振替専用支店1)、海外駐在員事務所3 (上海、
大連、バンコク)
URL : <http://www.hokuyobank.co.jp/>

(2015年9月末現在)

北洋銀行は、2013年11月、海外(タイ)の旅行会社・雑誌会社を招聘し、道内各地のスイーツや魅力的な観光資源を視察する「北海道スイーツ・ロード招聘事業」を実施した。タイの旅行会社・雑誌会社を道南・道央へ招聘し、旅行商品化や雑誌掲載を通じて、外国人観光客誘致促進による観光振興に取り組んでいる。

地域産業支援部観光振興室の塚本室長、三岡主任調査役、経営企画部経営管理課の野際副部長兼課長にお話を伺った。

—「北海道スイーツ・ロード招聘事業」の概要は。

当行が2013年度に実施した「北海道スイーツ・ロード招聘事業」は、国土交通省北海道運輸局のビジット・ジャパン(VJ)地方連携事業²⁴の一環で、JTBと連携して組成した事業です。

本事業は2013年度・2014年度はタイに焦点を当てて取り組みましたが、その背景には、2012年7月からのビザ免除措置の導入、同年10月末からバンコクー新千歳直行便が就航したことがあります。

具体的には、2013年度は「道南・道央編」として、11月20日～24日、タイの旅行会社5社・雑誌会社4社を対象に、白老・函館・ニセコ・小樽・札幌等の視察を実施し²⁵、雑誌

は合計4誌に掲載いただいたほか、5社でツアーを企画いただくことができました。

—参加企業の募集方法・選定基準は。

当行の取引先のうち、海外からの旅行者の呼び込みを希望する事業者を選定し、石屋製菓、きのとやをはじめ、合計9社に参加いただきました。

—連携団体および連携方法、招聘事業を行ううえでの工夫は。

本事業では、JTB以外に、北海道運輸局、札幌市、小樽市、函館市、観光協会と連携させていただきました。各地で歓迎会を開催いただき、その場で得られた情報を旅行雑誌で記事にさせていただきました。

本事業の主体は銀行ですが、自治体等を含めた関係者との協力が大切です。日頃から支店が持っているリレーションが大切であり、その中で協力をお願いし、参加いただいた経緯があります。

見・札幌等を視察。

²⁴ 国と地方(自治体、観光関係団体および民間企業等)が広域に連携して取り組む訪日プロモーション事業。

²⁵ このほかにも、2011年度には道央編として、9月28日～10月2日、中国の旅行会社4社・雑誌会社6社を対象に、帯広・旭川・砂川・札幌等を視察。2014年度には道東編として、10月7日～11日、タイの旅行会社4社・雑誌会社2社・WEB会社1社を対象に、釧路(阿寒)・網走・北

—旅行会社・雑誌会社の特徴・反応は。

タイの旅行会社・雑誌会社については、JTBから紹介いただき、当行バンコク駐在員事務所担当者が対応し、タイ国内の人の目に留まりやすい旅行会社5社・雑誌会社4社を選定しました。

各社からは、スイーツに焦点を当てた点で興味を持ってもらうことができ、お菓子作りの経験がなかったようで、好評を得ることができました。

外国人が購入する北海道土産で一番多いのはスイーツですが、保存期間等もあり、焼き菓子系が中心となっています。北海道の牛乳や果物を使った生菓子（ケーキ・アイスクリーム）は持ち帰ることが難しいため、今回は実際に北海道で召し上がっていただきました。生クリームを含め、北海道のものはおいしいとのコメントをいただいています。

—本事業の効果、課題、開始後の気付き等は。

本事業の結果、雑誌は合計4誌に掲載いただきました。また5社でツアーを造成いただき送客いただいています。本事業による効果であるかは難しい部分ではありますが、北海道を訪れる外国人観光客は着実に増えています。

課題は、いかに継続的に旅行会社・雑誌社に情報提供し、それを現地でいかに発信していただくかという点です。また、いかに外国人観光客のニーズを把握して対応していくかという点も継続課題です。

開始後の気付きとしては、タイでは冬の北海道に対する評価が高いということが挙げられます。また、タイの方々はSNSをよく利用しており、関心があるものは見たらすぐ写真を撮り、SNSにアップロードします。タイ国内のSNS利用者にもすぐにアピールできることとなりますので、Wi-Fiを利用できる環境を整備することは大事だと思います。

その他、リピーターになってくるとニーズ

が変わり、より日本人の生活を知りたい、現地の人と触れ合いたいという声も聞きます。除雪の作業など、日常の風景にも興味をお持ちのようです。

—地方創生に向けた北洋銀行の取組み方針は。

当行は、中期経営計画で「地域の成長支援」を経営目標のひとつに掲げています。2015年2月には、地方創生推進室を新たに設置し、地方創生に積極的に関与していくこととしています（部内にはその他に「地域振興企画課」「フードビジネス推進室」「ものづくり・新事業推進室」「青函産業振興室」を設置済み。）。

その中でも、北海道にとって重要な産業である観光については、観光振興室で、観光素材の発掘・磨き上げ事業、観光PR事業、観光ビジネスマッチングを行い、地域活性化、地方創生に向けた取組みをサポートさせていただいています。本事業と同様の招聘事業については、2016年度にも2つの事案を予定しています。その他にも、創業支援、クラウドファンディングの活用、北洋6次産業化応援ファンドを設立し投資するなどしています。

地方創生については、銀行単独では幅を広げられませんので、様々な方々との連携が大切です。銀行が広域の関係者をおつなぎすることも可能ですので、そのような視点も持って引き続き取り組んで参ります。

(2015年11月25日)



札幌市

総面積 : 1,121 km² (2014年10月現在)
人口 : 約195万人 (2016年2月現在)
世帯数 : 約92万世帯 (2016年2月現在)
URL : <https://www.city.sapporo.jp/>

札幌市では、外国人観光客の誘客を促進するため、国や道内各自治体との連携を図りながら、世界各国・地域のニーズに応じた効果的なプロモーションを進めている。

観光文化局観光コンベンション部の津田観光企画課観光誘致・受入担当係長にお話を伺った。

—札幌市の取組み内容は。

札幌市の外国人宿泊者数は年々増加しており、特にタイは円安・直行便就航の関係もあり、来道者が大幅に増加していることから、力を入れてプロモーションを行っています。例えば、バンコクで雪体験のイベントを開催したほか、タイ・スワンナプーム国際空港と都心を結ぶ高架鉄道の列車に、国際的に知名度が高い「初音ミク」のラッピングを施し、列車内の広告を札幌の観光PRに使用しました。そのほか、一般公募でタイの方を札幌に招き、60日間住んでもらう企画を実施し、その間観光資源・飲食などについてSNSで発信してもらおうとともに現地のTVでも放送していただきました。

—北洋銀行の取組みについては。

北洋銀行が取り組まれた本事業は、北海道運輸局のビジット・ジャパン(VJ)地方連携事業を使った民間の先進的な取組みだと思っています。また、今回はスイーツという切り口で特定のセグメントに対して効果的に取り組まれています。今後外国人客の旅行動機のひとつになるよう継続的に実施いただければありがたいと思っています。

なお、スイーツに関連して、札幌市では、「さっぽろスイーツコンペティション」を毎年開催しています。札幌地下街オーロラタウ

ン内には「さっぽろスイーツカフェ」が開設され、札幌市内および近郊洋菓子店5店舗以上のスイーツが月替わりで販売されています。

—外国人観光客を増やすうえでのポイント・工夫は。

外国人観光客を増やすうえでは、海外からの直行便が就航することは大きいと感じています。今後も路線をいかに確保していくかがポイントであり、新千歳空港では2015年12月・2016年1月にはシンガポール航空の臨時便も飛ぶなど、就航便が増加しています。今後は欧米からのアクセスも増やしていければよいと思っています。

そのほかの工夫としては、外国人観光客がSNSを利用して情報発信する傾向があることから、利便性および満足度の向上を図るため、2015年10月1日から、市内各地において無料でインターネット接続が可能となる「Sapporo City Wi-Fi」の運用を開始しています。札幌市営地下鉄16駅の構内、大通公園、円山動物園などで利用可能となっています。ただ、通信環境を整えるのは必要ですが、Wi-Fi・SIMカード・ポケットWi-Fiなど色々選択肢があります。地域ごとにニーズ・効果を見ながらどの方法がよいか検討する余地はあると思われます。

また、外国人観光客に情報発信する観点か

ら、札幌市ホームページや公式観光サイト「ようこそさっぽろ」は、英語・中国語・韓国語・タイ語に対応しているほか、今後はインドネシア語にも対応する予定です。公式観光アプリ「札幌いんふお」については、ダウンロード44万件のうち65%が海外からとなっており、海外の方々にも利用いただいています。

—地方創生に向けて意識されていることは。

来道する外国人観光客の訪問先が、札幌だけにならないよう、他地域への広がり意識しています。

今の北海道のゴールデンルートは、札幌・小樽・登別・洞爺・函館ですが、現在、道東や富良野・美瑛も含め、道内を周遊してもらえるよう取組みを進めており、メディアへプロモーションする際もそのように心掛けています。最近外国人に人気なのは農園観光（フルーツ狩り）で、例えば、シンガポールでは農用地は全国土の1%しかなく、果物などの農作物がなっているところを実際に見たことがないそうで、お子さんの教育も含めて体験を通して喜んでもらっています。

あわせて札幌市としては、札幌の流通や集客力などの都市機能を、道内市町村にもっと活用してもらうため、札幌の施設や広報媒体などを実際に視察していただくなどの「さっぽろ活用促進ゼミ」を開催しています。同ゼミでは、札幌で活躍するまちづくりに取り組む企業や団体による講座も開催しています。札幌市は商業施設が中心で、豊かな自然は道内各地に存在しているため、外国人観光客の訪問先を広げるためにもこのような取組みを行っています。

—地域金融機関に求めることは。

地域金融機関には、消費者に札幌の魅力をPRするため、各種媒体による広告出稿、シティPRイベントの開催、メディア・ブログ招請、

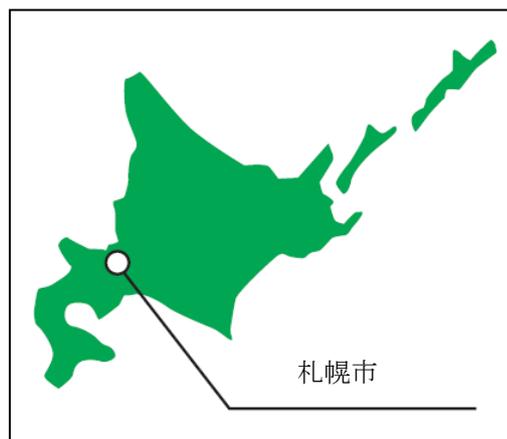
番組クルー招請、コンテンツ制作タイアップに協力していただきたいと思っています。札幌の名前と中身を知ってもらうことが目的で、旅行需要を喚起するきっかけとなることから、各方面と協力してイメージ戦略を進めていきたいと思っています。北洋銀行の「北海道スイーツ・ロード招聘事業」のような取組みが理想的な取組みです。

そのような取組みを経て、札幌市としては、旅行博出展・旅行会社プランナー招請・旅行キャンペーンの実施・旅行商談会参加に力を入れ、札幌を選んでもらえるように取り組んでいきたいと思っています。

—今後のポイントは。

現在、中国、タイ、インドネシアへのプロモーションを強化しているところですが、フィリピン・ベトナムからの観光客も増やしたいと思っています。両国からの観光客の訪問先はまだ日本のゴールデンルートが中心ですので、北海道にも来てもらいたいと思っています。そのためにも地域一帯で取り組む必要があると思っています。ベトナムにはサッポロビールが進出しているほか、コンサドーレ札幌にはベトナムの英雄と言われるレ・コン・ビン選手がプレーしていたこともあり、北海道の認知度は上がっていると思われます。札幌市としても引き続き、効果的なプロモーションを実施していきます。

(2015年11月25日)





国土交通省北海道運輸局

所在地 : 札幌市中央区大通西 10 丁目 札幌第二合同庁舎

URL : <http://www.tb.mlit.go.jp/hokkaido/>

国土交通省北海道運輸局では、北海道の魅力を海外に発信するとともに、魅力的な旅行商品の企画等を促進するため、道内の自治体、観光関係団体、民間企業等と連携して外国人旅行者の訪日を促進する事業を行っている。

観光部国際観光課の山崎課長補佐にお話を伺った。

—北海道運輸局の取組み内容は。

わが国では、東京オリンピック・パラリンピックが開催される 2020 年に向けて、訪日外国人旅行者数 2,000 万人を目指し、政府一丸、官民一体となり、オールジャパンの体制で訪日旅行促進に向けた取組みを行っています。

こうした中、北海道運輸局では、ビジット・ジャパン (VJ) 地方連携事業により、地域と国が広域で連携した訪日プロモーションを実施しており、旅行会社招請、メディア招請、旅行博出展等により北海道観光の魅力を海外に発信しています。

最近では特に、新千歳空港に直行便が就航した機会を捉え対象市場に重点的にプロモーションを行っています。直近では、エアアジア X のクアラルンプールからの直行便が就航しており、ムスリムの方々を受け入れる環境の整備も含めて取り組むこととしています。

—北洋銀行の取組みについては。

北洋銀行の「北海道スイーツ・ロード招聘事業」は、北海道運輸局のビジット・ジャパン (VJ) 地方連携事業として、北洋銀行から提案いただいたものです。北海道には畑があり、牛がいて、優れた素材からスイーツが作られ、かつそのような景色の中で食事ができるというストーリーを伝えられます。土地のものを、旬な時期に、すばらしい景観の中で食べることができ、食は北海道の持つ強みの

ひとつであることから、本事業は外国人観光客に北海道の魅力をアピールするのにとてもよい事業だと思っています。

—地域金融機関に期待することは。

地域金融機関には、観光客を受入れ可能な生産者とのマッチングをお願いしたいと思っています。北海道運輸局では観光分野の企業・関係者とはパイプがありますが、農業分野の企業・関係者とはパイプがありません。ここについて、地域金融機関の力をお借りしたいと思っています。民間企業を知っているのは金融機関ですので、地域の取りまとめ役・パイプ役になってほしいと思います。

—最新のビジット・ジャパン (VJ) 地方連携事業の内容は。

北海道運輸局では、観光の力で地方創生に貢献することも含め、次のような戦略を立てて取り組んでいます。

戦略Ⅰは、北海道の 3 大ブランドを核とした誘客促進を行うことで、「世界最高レベルのパウダースノーを誘客のキラーコンテンツとし、北海道をスノーリゾートとして発信する」「爽快で自由度が高い、グリーンシーズンの安全・安心なドライブ観光を発信する」「生産地である北海道だからこそ味わえる食の魅力を発信する」こととしています。

戦略Ⅱは、北海道観光の課題を解消しレベ

ルアップを図ることで、「閑散期だからこそできるサービスをリピーターに提案し、観光入込の平準化を図る」「広大な北海道の様々な地域までわざわざ行くだけの価値を発信し、観光入込の広域分散化を図る」「ラグジュアリー層を取り込むことによりサービスの進化につなげ、観光の稼ぐ力を強化する」こととしています。観光入込の平準化については、外国人観光客が減少する3月～6月期、9月～11月期の観光魅力を掘り起こして、観光従事者の雇用の通年化、サービス水準の向上を図りたいと思っています。広域分散化については、外国人来道者の73%が札幌を中心とした道央圏に滞在している状況があり、もっと各地域にも訪問してもらいたいと思っています。

稼ぐ力の強化については、北海道が世界の人々の憧れのディスティネーションとなれるよう、富裕層に北海道の本物の価値を発信し、受入れサービスを向上させたいと思っています。例えば、現状北海道にはファイブスターホテルはありませんが、富裕層を受け入れるための新たな投資につなげていきたいと考えています。

戦略Ⅲは、市場ごとの成熟度にもとづいたプロモーションの展開で、「成長市場には旅行商品の造成や情報発信により「北海道ブランド」を売り込む」「成熟市場には再来訪（リピート）を促すため、多様な北海道（主に地方）の魅力を発信するとともに公共交通などを含め情報の深化を進める」「潜在市場には送客元の多様化を図るうえでプロモーションを検討すべき市場と位置付け、認知度向上のための情報発信、特定のテーマを持って誘客促進を行う」こととしています。また、最近では、台湾・シンガポール・香港からの観光客をはじめとしてリピーターが増えており、新しい訪問先を教えてほしい、より日常的な体験を試みたいといった声も聞かれますので、多様な北海道の魅力を発信していきたいと思っ

ています。

—その他特徴的な取組みは。

特徴的な取組みとしては、「Hokkaido Snow Travel Expo 2015 in SAHOR0」があります。北海道が持つ冬の魅力を、スノーリゾートに関わる人々の結集により世界に向けて発信し、北海道を、世界を代表するスノーリゾートへ飛躍させることを目的としています。スノーリゾートのほか、近隣への視察旅行や住民が日頃通う店でのローカルフード体験など、オンシーズンのスノーリゾートと地域の魅力を一体的にプロモーションしており、毎年実施しています。

また、その他にも、「サツコレ（札幌コレクション）」とタイアップした番組を制作しタイで放送しました。タイでは化粧品市場が急速に拡大しており、若年層の美に対する意識が高まっていることに着目しました。札幌在住のタイ人女性（留学生等）が、エステやネイルサロン等を体験し、さらに“キレイ”になった後、「SAPPORO COLLECTION」でランウェイを体験する番組を制作し、北海道でもっと“KAWAII”自分と出会える旅を提案することで、新たな旅行需要の喚起と認知度向上を図りました。

なお、北海道はアジアからの来客が多い一方で、欧米からの旅行者は少ない状況です。京都など日本の伝統文化を感じられる都市が多く訪問先となっていることから、これらの都市と連携し北海道への欧米からの来訪も増やすためのプロモーションを今後行う予定です。

(2015年11月25日)



石屋製菓株式会社

本社所在地 : 札幌市西区宮の沢2条2丁目11番36号

創業 : 1947年

資本金 : 3,000万円

従業員数 : 436名

事業概要 : 菓子製造業

URL : <http://www.ishiya.co.jp/>

(2015年4月現在)

札幌市西区に本社を置く石屋製菓株式会社は、北海道銘菓「白い恋人」をはじめ、チョコレート菓子の「美冬」、バウムクーヘンの「白いバウム TSUMUGI」などを製造、販売している。本社に隣接する観光施設「白い恋人パーク」には、「白い恋人」の製造工場や体験工房、オリジナルスイーツの喫茶、売店、春から秋まで季節の花が楽しめるローズガーデンなどがあり、年間50万人～60万人が訪れる観光スポットになっている。

瀧井取締役と白い恋人パークの柿村館長にお話を伺った。

—石屋製菓への外国人観光客の来訪状況は。

当社の本社工場に隣接するテーマパーク「白い恋人パーク」へは、年間50万人～60万人に来訪いただいております。来客の内訳は日本国内からが60%、海外からが40%となっています。海外からの来客で一番多いのは中国ですが、今はバンコクー新千歳直行便就航によりタイからの来客が増えています。

白い恋人パークでは、白い恋人ができるまでの製造ラインを公開しているほか、お菓子作り体験工房では約14cmハート型の白い恋人を作っていただくことができ好評を得ています。また、チョコレートラウンジでは、オリジナルスイーツをお楽しみいただいています。そのほか、昔の子どものおもちゃ箱として、明治、大正、昭和の懐かしのおもちゃを展示したり、スポーツコーナーにはコンサドーレ札幌に関する展示も行い、年代を問わず楽しんでいただけるよう工夫しています。外国人観光客向けには、タイ語を含めた各国語の園内案内冊子を配布しています。

なお、当社は外国人観光客数の大幅増加に伴う「白い恋人」の需要増加もあり、2017年には札幌市に隣接する北広島市に工場を新設する予定です。

—北洋銀行の取組みについては。

北洋銀行の本招聘事業については、2012年度は中国、2013年度にタイの方々にお越しいただきました。当社では白い恋人パークで製造ラインを見学いただいたほか、白い恋人のパッケージに写真を掲載できるオリジナル缶を作製いただき、喜んでいただくことができました。

当社や当社商品をどうPRするか考えた場合、日本国内であればCMを打つことができる一方で、海外ではSNSを利用することが考えられますが、SNSでは広すぎます。そこで、本招聘事業で来訪いただいた旅行会社・雑誌社がよい手段ということになります。

招聘事業はこれからもどんどんやってもらいたいと思っています。個社ベースではタイの方から予約は受けますが、タイの人がどのような点に魅力を感じるか情報交換する機会はなかなかありません。現地はどうPRするか、施設についてどう改善すればタイの人に人気が出るかなど、情報交換する機会を継続的に設けていただければ、よりよいと思っています。

—地方創生については。

地域活性化で一番大事なのは、自分の住んでいる地域がどのような特色をもっているか理解することだと思います。各地域の持つ特色を理解していかに発展させようとするか。

北海道には製造業の歴史・ベースがありません。そこで、1次産業とこれだけの自然を生かした観光をいかに発展させられるかということになります。北海道では強みである観光について知事がトップセールスを展

開されており、海外からの観光客は着実に伸びています。

—地域金融機関に求めることは。

海外からの直行便は様々な空港で就航しています。他地域の金融機関でもこのような取組みが広がればよいと思っています。銀行が先導役として役割を果たしてもらえればよい効果が生まれると思います。

(2015年11月24日)



白い恋人パークお菓子作り体験工房の様子



LANGUE DU CHAT

On the outskirts of Sapporo is an attractive factory loved by Japanese children called Shiro Kubito Factory. The factory is the birthplace of the best ever langue du chat cookies (bûche cookies) - a pair of thin slices of cookie glued together with white chocolate cream. Shiro Kubito Factory, which means a white chocolate for an outstanding êvee one, is a hub of chocolate desserts set among surroundings that are designed to evoke a dreamy atmosphere. The whimsical decorations momentarily make you forget that you are in Japan, because of the old English Tudor house & portage. With music box melodies in the air, dolls and puppets are exhibited throughout the flower garden. It is a different world - a world of sweets. Not only are kids amazed by the charming settings of the chocolate factory, all the families there bring out childhood nostalgia in the grown-ups too.

Much of the display inside the brick castle is devoted to the signature langue du chat cookies. The factory has displays of cookie manufacturing and a guide on the historical background of chocolate and langue cookies, as well as a cookie craft studio where visitors

can try decorating heart-shaped white chocolate cookies to take home. There is also a fascinating toy museum where old playthings from the west and the east are presented to bring out everyone's inner child. After the sightseeing is done, drop by the shop to stock up on every chocolate-based dessert imaginable as well as small cans of delicious signature chocolate drink box. The factory can become crowded on weekends, but it is worth waiting for the queue! www.shirokubito.com

170

タイの旅行雑誌「lifestyle」に掲載された記事



株式会社きのとや

本社所在地 : 札幌市東区東苗穂5条3丁目7-36

創業 : 1983年

資本金 : 3,000万円

従業員数 : 300名

事業概要 : 洋菓子製造販売

URL : <http://www.kinotoya.com/>

(2016年2月現在)

札幌市東区に本社を置く株式会社きのとやは、焼きたてチーズタルトをはじめ、生ケーキから焼き菓子までバラエティに富む商品を製造、販売している。中でも、「札幌農学校」、「ラ・フランス」はモンドセレクション最高金賞を連続受賞している。また、同社は業界全体の活性化のため、「スイーツ王国さっぽろ推進協議会」を設立するなど、新しい試みを行っている。

長沼代表取締役会長にお話を伺った。

—業界全体の活性化のための、きのとやの取り組み内容は。

2005年に札幌市をはじめ、札幌商工会議所、札幌洋菓子協会で「スイーツ王国さっぽろ推進協議会」を設立して以来、札幌をスイーツの街にしようと取り組んでいます。

私は仕事柄、世界各地でお菓子を食べ歩いています。札幌ほどお菓子が美味しい街はないと感じますし、それは海外の人も認めるところです。

ところがスイーツを提供している同業他社に、こんな恵まれた場所でビジネスしていることへの認識が少し弱いと思ったため、私が前面に立って、「スイーツ王国さっぽろ推進協議会」を立ち上げ、札幌をスイーツの街にしようという運動を始めました。このような恵まれたところで北海道というバックグラウンドがあり、最高の素材が揃っていて、200万人が住んでいて、おしゃれで雰囲気がよく、気候も冷涼で、湿度が低く、札幌ほどスイーツをおいしく食べられるところはないと思っています。

スイーツ王国さっぽろ推進協議会では、より一層のスイーツの普及促進を図り、北海道

経済に新たな活力を生み出すべく、地場の農産物を活かしたオリジナリティのある「さっぽろスイーツ」の開発、さっぽろスイーツのPR活動、スイーツと都市型観光の融合、洋菓子製造に携わる人材の育成などを通じて、札幌を全国・世界に誇るスイーツの街にしたいという願いのもと活動しています。

ただ、まだまだ事業者側の認識が弱いと感じており、今後も当社は先頭に立って取り組んでいくべきと思っています。当社としては今後は何も北海道という限定されたマーケットにこだわる必要はないと思っています。北海道土産を売っているから、北海道という枠から出ないというのではなく、首都圏・海外にも展開することはひとつの方法です。

当社はグループ会社を通じて、首都圏にも展開しましたが、札幌の人口は200万人であるのに対し、首都圏は4,000万人で20倍のマーケットがあり、お客様の桁が違いました。わずか2.6坪の店で繁盛しており、人の多さはすごいと感じました。

さらに現在は、海外にも展開もしており、バンコク・香港のほか、今後はシンガポールでの展開も予定しています。宣伝等は特段行

っていませんが、おかげさまで行列ができるなど繁盛しています。

国内でも海外でも、繰り返し買ってもらうためには味がよくなければ駄目だと思っています。海外に展開する時も味は変えておらず、焼き立てという究極の鮮度で提供しています。

今はアジアでエリアライセンス契約を結び、販売権を販売していますが、今後は米国にも展開したいと思っています。

—北洋銀行の取組みについては。

北洋銀行の本事業は、海外から人が来て、さっぽろスイーツの PR 活動等にまさにうってつけです。メディアで広く伝えてもらえるとうれしいと思っています。

本事業だけではありませんが、これもひとつの力になります。このような地道な取組みにより、札幌、北海道がスイーツ王国として認知されてきているため、同様の取組みが増えればよいと思っています。

—地方創生については。

当社商品の大半の原材料は北海道産です。スイーツ作りは、言い換えると、農産物加工業であり、今の TPP とも絡んできます。北海道の農業が海外と戦って勝つためにはいかに付加価値をつけるしかありません。スイーツなら 10 倍は付加価値がつくと考えており、これほど付加価値がつけられるものはありません。

当社商品は海外向けも含めて、全て製造は北海道で行っています。アジアをはじめ、世界にどんどん、北海道から発信できれば素晴らしいと思っています。今後は海外に商品を輸出するため、冷凍技術、梱包技術等を備えた最新の専用工場が必要だと考えており、取組みを進めていく予定です。

—地域金融機関に求めることは。

北洋銀行は、金融機関がやってほしいと思うことをしてくれています。ただ単にお金を貸すことが目的ではなく、経営への側面支援を含め、結果として資金需要ができるような働きかけを色々してくれており、これは理想とすべき姿です。

(2015 年 11 月 25 日)

Those who love Catchcake will surely find Hokkaido cheese tart pleasant too. Move from Hakodate to Sapporo's downtown where the newest cheese tart shop has just opened. You have to descend underground to Sapporo train station and keep searching for Kinotoya Bake, where cheese tart is freshly baked from the oven and put in a paper bag for you to get one on the go.



タイの旅行雑誌「lifestyle」に掲載された記事

「北海道スイーツ・ロード招聘事業」に参加したタイの旅行会社および雑誌会社を対象にアンケートを実施した。ここでは、その回答の一部をご紹介します。

—「北海道スイーツ・ロード招聘事業」の評価は。

「北海道スイーツ・ロード招聘事業」では、白老、函館、ニセコ、小樽、札幌等のスイーツ企業や観光地を訪問し、各地域やスイーツについて詳細な情報を提供してもらうことができ、とても満足しています。

本事業を通じて得られた情報は、各地域やスイーツのよさを理解するのにとても役立ちました。実際に北海道を訪問する旅行者にとっても、スイーツのユニークさを理解するのにとても役立つと思います。

北海道スイーツについては、味が濃厚 (rich taste) で、これまで食べたスイーツの中でトップクラスの味だと感じました。

—他の地域での有効性は。

本事業は、観光振興に効果的な取組みだと思います。他の地域でも同様の事業が実施されれば、外国人観光客の関心や理解を促進することができると思います。

タイの人々は、食べることが大好きですし、記念品、お土産を買うことも大好きです。もしその地域のスイーツや食べ物が、他国や日本の他の地域で見つけることができないユニークなものであれば、間違いなく効果的です。

なお、事業を実施する際には、食べ物であれば、タイで入手できないもので、当該地域特有の食べ物に焦点を当てるのが効果的です。また、観光であれば、美しく、写真を撮るのに魅力的な場所（伝統的な日本建築など）に焦点を当てると効果的かと思います。

—日本のイメージは。

日本に対しては、安全、清潔、丁寧、礼儀正しい、友好的、高い技術力を有するといっ

たイメージを持っています。

—旅行先としての日本の人気度は。

タイの海外旅行先ランキングでは、日本は第1位です。特に、2012年7月のビザ免除措置の導入が大きく、その他、航空券価格が安価になってきていることも、人気が拡大している要因と考えられます。

—日本国内の人気都市は。

タイ人に人気の都市は、1位が東京・富士山、2位が大阪・京都、3位が北海道、4位が福岡、5位が白川郷・日本アルプスとなっています。

—外国人観光客の受入環境整備、観光振興について、日本がさらに取り組むべきことは。

大都市では英語表記が増えていますが、大都市以外でも英語表記がもっと増えればよりよいと思っています。

(2016年2月12日)

北海道では、外国人観光客の受入環境整備、観光振興の一環として、複数の外国人向け観光案内拠点が設置されている。その一例として、札幌ツーリストインフォメーションセンターの取組みを紹介する。

札幌ツーリストインフォメーションセンター

所在地 : 札幌市中央区大通西1丁目 札幌テレビ塔1階
開設 : 2015年10月1日
運営 : H. I. S. グループのジャパンホリデートラベル
URL : <http://www.jph.co.jp/jp2015-10-01.html>

札幌ツーリストインフォメーションセンターは、2015年10月1日、札幌大通公園の札幌テレビ塔1階に開設された。その背景には、近年各国からの訪日観光において、団体ツアー旅行から個人旅行（Foreign Independent Tour : FIT）への移行が進んでいることがある。

同センターの山崎氏にお話を伺った。

—札幌ツーリストインフォメーションセンターのサービス内容は。

当センターでは、相談カウンター6席、窓際に自由に使えるカウンター4席、ソファ席を設け、英語・中国語・タイ語を話せるスタッフが、食事、ホテル、日帰りバスツアー、観光施設、観光タクシーなどの案内、Wi-Fiのレンタルなどを行い、外国人観光客をサポートしています。

—来訪者の特色は。

開設したばかりですが、1日に20～30名のお客様に来訪いただいています。7割が海外からのお客様で、特にマレーシアやタイのお客様が多い状況で、その他には台湾・中国・韓国からのお客様も来訪されており、色々な話をしてゆっくり楽しんでいただいています（日本語での対応も行っており、残り3割は日本のお客様です。）。

また、北海道はアジア各国との直行便が就航しており、リピーターも増加しています。リピーターの中には、航空券と宿泊先の手配だけして来日し、道内の訪問先を当センターで決める方もいらっしゃいますので、熟練したスタッフが道内各地の特色を紹介しながら様々な提案を行っています。

—お客様対応における工夫等は。

当センターでは、上記のようなサービスのほか、札幌では通常は販売されていない道内各地の特産品も販売したり、来日した際に北海道以外を訪問する予定がない方には、和の体験ができるよう、着物を着たり、書道を体験する機会を設けるなどの工夫もしています。

今後もお客様のニーズに合わせて、サービスを拡充していく予定です。

(2015年11月24日)



外観