

## 施策推進に係る取組事例

- 参考資料7-1 「北海道価値創造パートナーシップ会議」の開催について
- 参考資料7-2 食文化「丸ごと」輸出（経済産業省北海道経済産業局）
- 参考資料7-3 アドベンチャートラベルを通じた欧米豪市場からの外国人観光客  
拡大の取組（国土交通省北海道運輸局）
- 参考資料7-4 「北海道型地域構造の保持・形成に向けたモデル的な圏域に  
おける検討調査」の概要（国土交通省北海道局・北海道開発局）
- 参考資料7-5 「北海道産品の輸出促進に向けた検討業務」の概要（国土交通省  
北海道局・北海道開発局）

- 平成28年3月に閣議決定された第8期北海道総合開発計画のビジョンである「世界水準の価値創造空間」の形成を目指すため、地域づくり活動者、有識者、関係機関等の交流促進を目的として、北海道価値創造パートナーシップ会議を開催しました。
- 第3回目となる本年は、「世界の北海道」をテーマに、我が国を支える北海道の「食」及び「観光」が、国内のみならず世界の人々に評価され、選ばれるものとなるために重要なことなどについて意見交換等を行いました。

〔日時〕 平成31年1月25日(金) 13:00～17:30  
 〔場所〕 ホテルノースシティ(札幌市)  
 〔主催〕 北海道価値創造パートナーシップ幹事会  
 〔参加人数〕 約230人

《幹事会構成員》  
 (株)北洋銀行、北海道経済連合会、(一社)北海道商工会議所連合会、(公財)はまなす財団、  
 (一財)北海道開発協会、北海道、札幌市、北海道総合通信局、北海道経済産業局、北海道運輸局  
 【事務局】北海道局、北海道開発局

## プログラム

- 13:00～13:15 主催挨拶・総括ファシリテーター挨拶
- 13:15～14:55 基調講演  
 「世界に通用する「食」のブランド構築に向けて」  
 「世界に選ばれる観光地の形成に向けて」
- 14:55～15:15 「食」及び「観光」に関する取組事例の紹介  
 北海道経済産業局、北海道運輸局、  
 北海道開発局
- 15:25～17:30 トークセッション  
 「世界の食市場の獲得に向けて(輸出・インバウンド対応強化)」  
 「世界水準の観光地の形成に向けて」

## 基調講演



内田 勝規 氏  
 ((株)オフィス内田 代表取締役会長)

- 【概要】
- ・ 売れるモノづくりのコツは国内外共通。ターゲットを明確にした上で、良い商品、宣伝力、販売力を持つことが必要。
  - ・ 「今だけ、ここだけ、あなただけ」という売り方も大事。商品の入手に関する不便さは、希少価値と背中合わせであり、付加価値にもなり得る。
  - ・ 顧客ニーズの変化スピードが早くなっており、百貨店勤務時代(\*約10年前)の1年が、現在の1ヶ月ないしは1週間に相当する感覚。
  - ・ 北海道の食等の素材に対する評価は、他地域と比較し圧倒的に優位。しかし、既得権益に頼った手法では、これからの変化に対応していくことは困難。
  - ・ 今の北海道にはスピード感が欠けている。顧客ニーズが変化するスピードを常に感じとり、供給側がその変化に対応していくことが必要。



篠原 靖 氏  
 (跡見学園女子大学  
 観光コミュニティ学部 准教授)

- 【概要】
- ・ 北海道に存在する本物の食と観光をベースに「北海道」を世界ブランドに発展させていくことが必要。北海道の食・観光に携わる多様な関係者の連携、ビジネスの融合が求められる。
  - ・ 経験豊かな旅行者は、単なる物見やお仕着せのメニューでは満足しない。地域の暮らしぶりや生活文化等、固有の価値をいかに発掘できるかがポイント。
  - ・ 人口減少、地方消滅と言われる中、今私たちが頑張らなければ100年前の先人達が今に伝えた文化を継承していくことはできない。
  - ・ 何よりも地域観光を盛り上げようとする人の強い思いと情熱が関係者・地域を動かす。
  - ・ 消費者は本物を求めている。北海道の観光コンテンツは本物であり、「今だけ、ここだけ、あなただけ」を提供していくことが可能。

## 主催挨拶・総括ファシリテーター挨拶



幹事会代表  
 和泉 晶裕 氏  
 北海道局長



幹事会代表  
 阿部 啓二 氏  
 北海道副知事



総括ファシリテーター  
 田村 亨 氏  
 北海商科大学教授

## 「食」及び「観光」に関する取組事例の紹介

- ・ 食分野における重点取組について : 経済産業省北海道経済産業局
- ・ 北海道観光を変えるアドベンチャートラベルについて : 国土交通省北海道運輸局
- ・ みなどを通じた農水産品輸出及び観光振興の取組について : 国土交通省北海道開発局

## トークセッション

※ 我が国を支える北海道の「食」及び「観光」が、国内のみならず世界の人々に評価され、選ばれるものとなるために必要なことなどについてご議論いただきました。

### ●意見交換会テーマと出演者

#### テーマ1:「世界の食市場の獲得に向けて(輸出・インバウンド対応強化)」

・ファシリテーター **林 美香子 氏** (慶應義塾大学大学院SDM研究科 特任教授)



○石屋商事株式会社  
商品部マーケティング室課長  
池田 明 氏

外国人旅行者は体験したい気持ちが高く、オリジナルのクッキー等を作ることでできる白い恋人パークは好評を博している。今後はそうしたコンテンツの充実を図るほか、電子決済の導入等、受入環境の整備を推進したい。



○一般社団法人  
北海道国際流通機構  
代表理事 鳥取 義之 氏

商品に付加価値を付け、高く売ろうとするだけでは、北海道の食のマーケットは広がらない。輸出拡大のためには、ブランド化、海外ニーズへの迅速な対応(アイテムの多様化等)が鍵となる。



○ONPO法人ワインクラスター北海道  
代表理事 阿部 眞久 氏

世界的に見ると、ワインの生産拠点は涼しい地域に移っており、北海道のポテンシャルは大きい。ワインは食と観光両方に通じており、インバウンド・輸出の両方に有効な素材となり得る。



○株式会社日本政策投資銀行  
北海道支店  
次長 兼 企画調査課長  
岸本 稔 氏

供給側の目線だけで考えるのではなく、海外のマーケットにおける売れ筋のサイズや売り場の大きさ、流通ルートの違いなど、食品の特性を踏まえ、きめ細かな戦略を展開することが大事。

#### 【ファシリテーターまとめ】



北海道の食が世界に飛躍していくためには、素材を磨くとともに、輸出・インバウンド対応等に関する工夫をこらし、それらを連携させていくことが求められている。そして何よりも、それを行動に移すことが必要。

#### テーマ2:「世界水準の観光地の形成に向けて」

・ファシリテーター **矢ヶ崎 紀子 氏** (東洋大学 国際観光学部教授)



○北海道アドベンチャートラベル協議会  
会長 荒井 一洋 氏

現時点の北海道観光は「行ってみたい国日本」の中の「北海道」として評価されている。歴史(日本)+自然(北海道)という構図。北海道の観光資源を活かし、もっと多くの「観光ビジネスをやるんだ」という人が必要。



○ツーリズム・コンサルタント  
ポール ハガート 氏

海外の競合相手をしっかり分析することが大事。海外から人を呼び込むためには、スキーの後に居酒屋で楽しめるといったホリデーの要素を情報発信に含めることが重要(日本では観光に関連するホリデー情報の提供が不足している。)



○北海道観光振興機構 誘客推進  
事業部長 木藤 勇人 氏

観光を盛り上げ、付加価値を高め、観光に携わる者が北海道以外の地域を知り、外からの目線で観光資源の磨き上げを行っていく必要がある。



○(急用のため欠席) Follow Me Japan社  
代表取締役社長 西村 理佐 氏

(西村氏が事前に作成していた論点メモを矢ヶ崎ファシリテーターが代読) 外国人観光客の誘客には、インパクトが重要。コンセプトを明確にした上で、まず一つの要素を前面に出し、その後、他の要素に誘導していく手法が効果的ではないか。

#### 【ファシリテーターまとめ】



北海道は「素材」「モノ」が一流。今後、観光に携わる様々な分野の者が目線を上げ、体験が感動に変わる北海道観光の実現(「世界水準」の「コト」)を目指してもらいたい。

# 「北海道価値創造パートナーシップ会議」の開催について

## 「食」及び「観光」に関する取組事例の紹介

### ● 食分野における重点取組について(経済産業省北海道経済産業局)



北海道経済産業局では、道内「食」関連産業の「稼ぐ力」を強化するため、北海道の「食」の輸出促進等に関する取組を展開している。

世界の食市場獲得のための手法として、単純に食材を紹介するのではなく、調理法、食べ方など食文化を丸ごと売り込む方法が効果的であると考えている。

北海道経済産業局は、関係者の連携・協働を促進し、道内企業による世界の食市場への挑戦を支援していく。

### ● 北海道観光を変えるアドベンチャートラベルについて(国土交通省北海道運輸局)



アドベンチャートラベル(AT)を楽しむ外国人観光客の受け入れ促進等を図るため、北海道アドベンチャートラベル協議会が設立された。

年に一回開催される世界のAdventure Travel World Summit(ATWS)には、約60カ国から約800名が参加。当該サミットは、ATに関する潜在的なニーズに対する訴求力が高く、過去のサミット開催地ではATの地域への経済効果が約3倍に高まったとも言われている。

2021年、北海道でのサミット開催を目指している。

### ● みなとを通じた農水産品輸出及び観光振興の取組について(国土交通省北海道開発局)



道産農水産品の輸出促進を図るため、拠点港の整備を推進するとともに、輸出を妨げる様々な課題解決(小口貨物の集約化、海外ニーズのマッチング等)に取り組む北海道国際流通機構と連携し、事業者を支援している(その一環として、胆振東部地震の被災3町の特産品PRを台湾で実施。)

観光関連では、クルーズ船の大型化に対応した岸壁整備を進めるとともに、地元の“おもてなし”との連携を促進している。

## 会場の様子



基調講演の様子



取組事例紹介の様子



トークセッションの様子(食)



トークセッションの様子(観光)

### 参加者の意見・感想(要約)

- ・ 意見交換等を聞き、食・観光両分野ともに、北海道の素材の良さについては自信を持った。今後必要なのは素材を活かすアイデアと工夫だと思う(必要な要素は「インパクト」「連携」「行動」)。
- ・ 「本物」「いまだけ、ここだけ、あなただけ」という視点が資源を見つけ、磨いていく際のキーワードになるのではないか。
- ・ 海外市場と向き合うとき、国内他地域だけではなく世界各地の相手とも競争しているのだという「気づき」があった。
- ・ 不便さと希少価値が背中合わせだというものの見方・考え方は参考になった。
- ・ コアとなる観光資源に関する情報だけではなく、その地域の「日常」、「誇り」、「休日の楽しみ」などを組み合わせて情報発信することが効果的だと思った。
- ・ ターゲットに対するマーケティング結果、ニーズへの対応等について、情報化社会の中で反応速度を上げることが求められている。

- 海外調理師の「調理法を含む食文化を丸ごと提供したい」というニーズに対応し、北海道の代表的食文化である「ラーメン」を切り口に北米や中東でフェアを開催。ラーメンを含む道産食材の輸出が拡大。
- 「2020年ドバイ万博」開催を見据えて、ドバイからの調理師招へい・道内産業ツアー・商談を行うとともに、ニーズに合った道産食材（米、水産品、麺等）を使ったメニューや道産商品（チーズタルト、おかき、日本酒等）を提供するフェアをドバイで開催。新たに、チーズタルトや水産品の取引につながった。

## 地域中核企業 西山製麺(株) (札幌市)



- 生ラーメン等300種類以上の製品を製造。国内外ラーメン店主への開業支援コンサルで顧客との関係を深化。欧米・アジア・中東へ商品を輸出。
- 資本金：9000万円 売上高：31億円 従業員：206名



平成30年3月、ドバイでオープンしたレストラン「Oni」では、西山製麺の麺を使用したラーメンも提供されている。

## 【平成30年度の取組内容】

### ●中東ドバイから調理師を招へいし食産業ツアー・商談会を開催（平成30年7月）

具体的なニーズを持ったドバイの調理師を道内の生産現場に招へいし、食材の調理法や食べ方も含めた「食文化ごと」価値を伝える産業ツアー・商談会を開催。

### ●中東ドバイで「北海道・日本『食』フェア」を開催（平成30年12月）

ドバイの高級レストランで道産食材（米、水産品、麺等）を使ったメニューとともに、道産商品（チーズタルト、おかき、日本酒等）を提供するフェアを開催。現地の輸入業者、調理師、投資家、インフルエンサー等350名の来場があった。

### ●海外向けラーメン製造工場の供給体制強化

海外需要が増加する中、人手不足が課題であることから、将来的なロボット導入等の検討のため施策情報を調査。



【目的】 アドベンチャートラベルを通じた  
外国人観光客の受入・誘致等



【設立】 2017年6月

【構成員】 自治体、団体、民間事業者、個人、大学、国の機関等  
(2019年4月9日現在で86団体)

【会長】 荒井一洋氏  
(NPO大雪山自然学校代表理事、  
アジアエコツーリズムネットワーク理事)



【事務局】 北海道運輸局



【事業】

- ①Adventure Travel Trade Association (ATTA)への加盟
- ②ATTAを通じた宣伝誘致事業、人材育成事業等の実施
- ③アドベンチャートラベルに関する海外からの問い合わせへの対応
- ④ホームページの運営
- ⑤道内関係者に対するアドベンチャートラベルへの理解促進と啓蒙活動
- ⑥北海道におけるアドベンチャートラベルへの課題解決に向けた取り組み
- ⑦その他、協議会の目的達成のために必要な事業

# アドベンチャートラベルガイドの人材育成

**エキスパートATガイド人材**  
(世界最高水準の一流ガイド)

**ATガイド人材**  
(自然・文化について、英語を用いて滞りなくガイドを行うことができる者)

**ATガイド**

日本人向け  
アウトドア  
ガイド

外国人向け  
ガイド  
(通訳案内士等)

**ATガイド候補人材**  
(英語が堪能な学生等)

○Adventure EDU(ATTAの教育プログラム)  
(2017年9月27、28日)

- ・ATTAの講師3名による、ビジネスマーケティングや商品開発等に関する講義(釧路市)
- ・当該講義を横展開するためのセミナーを阿寒湖温泉、帯広市、斜里町、上川町で開催

○ガイド育成事業(2018年11月~2月)

- ・有識者による研修内容検討
- ・研修(ワークショップ)の実施

○阿寒、大雪におけるガイド育成事業(2018年2月22、25日)

○根釧地域におけるガイド育成事業(2018年10月29日)

- ・ストーリー性のあるトレッキングコースの設定
- ・研修教材の作成
- ・ガイドの育成研修



○ガイド養成に係る実証事業(2018年8月9~12日)

- ・英語が堪能な学生等がATガイドを体験
- ・学生等向けのATガイド説明会の開催



	調査名	調査の概要	調査の成果、活用・普及
地域構造	北海道型地域構造の保持・形成に向けたモデル的な圏域における検討調査 (H29～H30)	北海道の生産空間を維持・発展させるため、北海道型の地域構造の保持・形成を推進するため、3つのモデル的な圏域を設定し、当該圏域の課題抽出・施策パッケージの検討及び試行的実施・効果測定及び検証を実施。全道各地域において、同様の取組が展開されるよう普及を図る。	<p><b>成果</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ H30年度は、H29年度にモデル圏域として選定した3圏域（名寄周辺、十勝南、釧路）における圏域検討会等の取組を引き続き推進。</li> <li>➢ 圏域検討会では、地域の課題、目指す姿、課題解決に向けて地域で取り組む事項などを、自治体や学識者、地域の民間関係者等と議論し、併せてワーキングチームを圏域検討会の下に発足し、より具体的な議論を実施。</li> <li>➢ 上述の圏域検討会やワーキングチームでの議論の結果をまとめ、名寄周辺地域ではH30年4月に、十勝南地域ではH30年12月にそれぞれ施策パッケージを策定し、公表。</li> <li>➢ また、各モデル圏域での取組を全道各地域において展開するためのキックオフとして、H31年2月にシンポジウムを開催。</li> </ul> <p><b>活用・普及</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ モデル圏域の構成員の共通認識の醸成。</li> <li>➢ 名寄周辺地域、十勝南地域で策定した施策パッケージについて、北海道開発局HPに掲載。</li> <li>➢ 施策パッケージを基に、地域において、関係機関が具体的な施策や試行的な取組を継続的に推進。</li> <li>➢ 本取組を広く全道各地域において展開するためのシンポジウムを開催。今後、本取組の全道展開を推進。</li> </ul>
			<p><b>圏域検討会・WTの開催</b></p>  <p><b>施策パッケージ</b></p>  <p><b>シンポジウム開催状況</b></p> 



# 「北海道産品の輸出促進に向けた検討業務」の概要

	調査名	調査の概要	調査の成果、活用・普及
食	北海道産品の輸出促進に向けた検討業務（H30～R1）	<p>中小口貨物の円滑かつ安定的な輸送による北海道産食品の海外市場及び輸出品目の裾野拡大を図るため以下の取組を実施。</p> <p>①農水産品・食品の生産者が抱える輸出に係る課題の整理・分析、課題解決方法の検討及び実証実験</p> <p>②各生産者の発送情報の統合・管理に向けた情報ネットワーク構築に必要な調査検討</p> <p>③有識者等による検討会の開催</p> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>【実証実験】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>北海道内6地域で説明会を開催し、実証実験を通じて新たに海外展開を始める中小口道産食品を募集。</li> <li>応募された食品の一部を海外消費者のニーズに合うパッケージや分量等に改良。</li> <li>検討中のプラットフォーム機能を活用し、改良商品及びその他小口貨物を海上リーファー（冷凍・冷蔵）コンテナ等により混載貨物として台湾・韓国に輸出。</li> <li>実験に関わる輸出・輸送関係者、現地バイヤー等からのヒアリング調査や改良商品に関する現地消費者へのアンケート調査を実施。</li> </ul> </div>	<p style="text-align: center;"><b>成果</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>検討会での意見交換や有識者、実証実験参加者・関係者らからの聴き取り等により、中小口貨物による北海道産農水産品・食品輸出の取組事例や海外展開における課題を把握するとともに課題解決方法を分析・整理。</li> <li>実証実験を通じて6社（14商品）が初めての海外輸出を経験し今後も継続する意向を表明。</li> <li>東アジア地域（台湾・韓国）で受け入れられやすいパッケージデザインやニーズの高い個装量等を把握し、総合的に分析・整理。</li> <li>新規商品の輸出を通じて通関に必要な日数や事務手続きを確認。また、輸送に要した費用の内訳を整理。</li> <li>今後の発送情報ネットワークの構築に必要な基礎情報・課題・方針等を整理。</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>活用・普及</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>調査で分析した情報を整理し、検討会において関係機関等と共有。</li> <li>中小口貨物による北海道産農水産品・食品輸出の取組事例を体系的に整理した上で、北海道内各地の食品輸出関係団体との連携体制を構築。今後、連携を深化させていく。</li> </ul>
<div style="border: 1px solid green; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> <p style="text-align: center;">初めて海外展開に取り組む企業の募集 (実証実験説明会)</p> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 30%;"> <p>道産品の「小口混載」輸出</p> <p>海外輸出の少ない道産品各産地では、船積輸送が主で、コンテナ船に積載可能な小口の貨物をまとめる仕組みが「小口混載輸送」の輸出を推進する。道産品を輸出する際の課題を整理し、海外展開を促す。少額輸送をすることで、輸送の効率化により、海外での販売促進を図る。道産品の輸出促進に向けた取組の一環として、道産品の輸出促進に取り組む。</p> </div> <div style="width: 60%;">  <p style="text-align: center;">参加説明会（札幌）</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: center; align-items: center; margin-top: 10px;"> <div style="width: 30%;"> <p>商品改良現地ニーズ探る</p> <p>海外展開の成功には、現地消費者のニーズを把握することが重要。現地消費者へのアンケート調査やヒアリング調査を実施し、改良商品を開発する。</p> </div> <div style="width: 60%;">  <p style="text-align: center;">新たに輸出に成功した商品の一例</p> </div> </div> <div style="border: 1px solid green; padding: 5px; margin-top: 10px; text-align: center;"> <p style="font-weight: bold;">実証実験</p> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <div style="width: 45%;">  <p style="text-align: center;">海上小口混載コンテナへの積込作業 (苫小牧港)</p> </div> <div style="width: 45%;">  <p style="text-align: center;">現地消費者へのアンケート調査 (台湾)</p> </div> </div> <div style="border: 1px solid green; padding: 5px; margin-top: 10px; text-align: center;"> <p style="font-weight: bold;">検討会の開催</p> </div> <div style="margin-top: 10px;">  <p style="text-align: center;">国や自治体、JETRO、商工会等、輸出関係8団体が参加</p> </div>			