



HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	北海道におけるインバウンドビジネスのチャンス
Author(s)	張, 相律
Citation	地域経済経営ネットワーク研究センター年報, 5, 3-12
Issue Date	2016-03-31
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/61403
Type	departmental bulletin paper
File Information	102Cho.pdf



＜講演＞ 北海道におけるインバウンドビジネスのチャンス

講師 張 相律

(株式会社北海道チャイナワーク社長, 株式会社プレミアム北海道社長)

皆さん、こんにちは。先ほどご紹介にあずかりました北海道チャイナワーク、また、新しくつくったプレミアム北海道の代表を務めています張相律です。今日は北大関係の皆さんがいらっしゃると思い、学生向けにお話ししようと気楽な気持ちで来たのですが、専門家の方が多くて、ちょっと緊張しています。

私は、三つの方面で話をしたいと思います。

一つは、最近、外国人観光客が大変ふえて、特に中国が倍倍で伸びていまして、皆さんに、いつまでこれが続くのだろうとかなり聞かれますので私の見解を述べたいというのと、北海道の魅力あるいはチャンスはどこにあるか自分なりに感じたこと。最後に、今、富裕層向けの取り組みをしていますので、その取り組みをお話しさせていただきます。

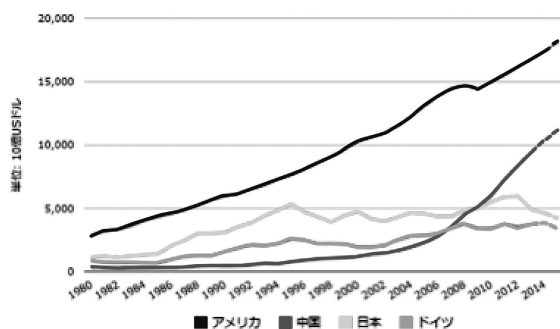
中国の経済事情

まず、アジアの観光客全体というよりも中国に的を絞ってお話をさせていただきます。皆さんの

お手元にレジメがありますけれども、まず経済事情からお話しします。

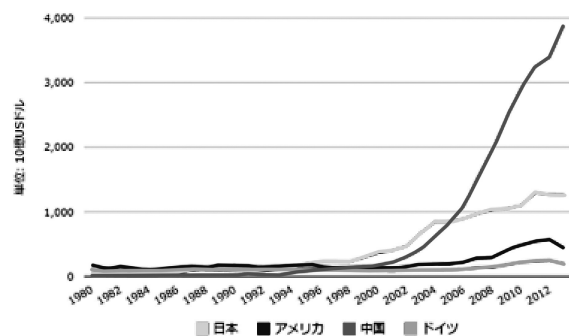
こういう話をしてもピンとこないと思いますが、2014年の中国のGDPは10兆3,803億ドルでした。日本が4兆6,163億ドルですので、日本の2倍ぐらいになりました。2010年ごろ日本を追い越したとかマスコミに出ましたが、あつという間に2倍になったということです。最近、新聞等々で中国のGDPの伸び率が緩くなって、5%あるいは6%になるのではないかという話が出ています。

このグラフを見ていただきたいのですが(図1)、左上の黒い線が中国のGDPです。私が日本に来て会社を立ち上げたころ、1999年ですが、このあたりはまだ2兆ぐらいしかなかったです。それが今10兆ぐらいになっています。私が日本に来たころは中国の成長率は13%ぐらいでした。それが10%を切って、8%台になり7%台になって、そろそろ6%になると思いますが、2010年あるいは2000年の13%増加という数字と今の10兆円から5%増加という数字を比べると、今



出典：web サイト『世界経済のネタ帳から』

図 1



出典：web サイト『世界経済のネタ帳から』

図 2

の5%のほうがずっと大きいですね。ですから成長率が5%に下がったからといって数字が下がるわけではなくて、グラフ上はまだまだ右上がりになっています。2%とか1%になると緩やかになっていきますが、5%でも分母の桁が違いますので右上がりにはもっと急になっていく。私は、この流れはしばらく変わらないと思っています。

また、中国の外貨準備高は3兆8,000億ドルで、今、世界一になっています(図2)。外貨が多いということは外交で有利だとか海外にお金を使えるということで、アメリカの国債を買ったり、いろいろな国を支援したり、銀行をつくったり、様々なことをやって外交でも発言権が出てきたということです。人間も同じですけども、あまり自己主張が強くなると大体嫌われるのです。ですから中国も、だんだん発言の場がふえてきて自己主張をしてくると嫌われてくるのかなというのは流れから見えていて、しばらくはそうなるだろうと私は見えています。それは別として、GDPも伸びていくことは間違いない。

インターネットによる情報の重要性

2013年の中国のインターネットのユーザーは6億1,800万人でした。今2015年の後半です。既に8億を超えています。これは何を意味するかというと、よっぽどの田舎を除いて、ほとんどの中国の人はインターネットを使って情報収集をしているということです。ですから今の観光情報の主役はインターネットです。道庁のアンケートでも出ています。北海道に来る観光客が北海道の情報をどこから入手したか。これは毎年調べていますけれども、数年前までは旅行会社とか旅行新聞だったのですが、去年からインターネットが圧倒的に多くなってきています。ですからこれからの観光情報はネット上で情報発信をしないと見込みはないというほど、中国でもほとんどインターネットを見ている。よく、中国は情報規制がすごいからインターネットで日本の情報を見られないのではないかとありますが、そんなことはありません。日本にサーバがあっても普通のものは見ら

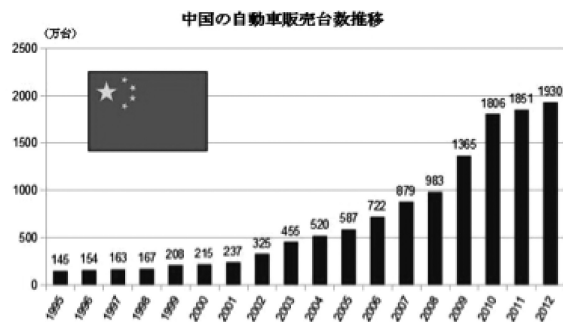
れます。一般の観光情報とか一般の情報は全部見られます。ですから、安心して日本にサーバを置いて情報発信したほうがいいのです。

もう一つは、今までは団体旅行でしたが、これからは急速に個人旅行、FIT(Foreign Independent Tour)になっていきます。日本は団体旅行から個人旅行に移行するのに30年かかりました。中国の海外旅行は、まだ10年もたっていないのですが、もうFITに移行しています。それぐらい早いということです。もう団体旅行の時代ではなく、これからは間違いなくFITです。どんどんふえています。

当社は中央バスの定期観光の外国向け予約をやっていますが、今年の7月、8月は1カ月2,000人ぐらい予約が入りました。全部ネットです。どこでひっかかって、どこで調べるのかさえ我々はわかりません。中国のサイトで「バス、日帰り」と入れても上に来るわけではないのです。なのにこれだけ来るのです。今は、本当にネット社会です。来てよかったと思った人はSNS(Social Networking Service)で友達に広める。それを見た友達が、またそれを広める。そのようにどんどんどんどん広がっていくので、ネットを活用しない限り観光では多分生き残れないと思っています。だから今、中国の阿里巴巴集団(アリババグループ)¹⁾がアメリカで上場して、いきなりトヨタを抜いて時価総額25兆円になったのです。世界ランキング23位に入りました。これが時代の流れだと思います。これは中国だからではありません。きっとタイもそうです、マレーシアもそうです、多分インドもそうです。同じ流れをたどると思いますので、ネットというのは非常に大事だと思っています。

中国の2013年の車の販売台数は2,198万台でした。今、世界で一番売られています。皆さん、いつまで売れるのかなと。中国で今走っている車は1億4,000万台ぐらいです。まだ2億台まで行っていない。この30年かけて1億4,000万台まで来ている。今、中国の新車販売は2,000万台です。このまま毎年2,000万台生産して売れたら、

1) 中国の情報技術関連企業グループ。



出典：web サイト『世界経済新聞』。

図 3

10 年たつと 2 億台にふえることになります。2 億台ふえると次は 3 億 4,000 万台です。中国の人口は 14 億。3 億 4,000 万台で、もう売れなくなるのか。どうでしょう。まだ売れるでしょう、きっと。5 億ぐらいまで行く可能性はあります。ただし、ガソリン車なのかハイブリッドにかわるのか、それとも電気自動車になるか。これは多分ガソリン車ではないだろうと私は見えています。ただ、ふえることは間違いありません。あと 10 年から 15 年はまだまだふえていく。ですから私は中国経済も、伸び率は下がるとしても 10 年間は間違いなく伸び続けるだろうと見えています。(図 3)

ワインの話をちょっとします。最近、北海道もワインがブームになっています。今、中国のワインは輸入のほうがすごく多いです。皆さん中国国内ワインはないような印象を受けますけれども、中国のワインメーカーは何社かあります。日本のワインメーカーを全部合わせても中国のワインメーカー一つの量にもなっていません。それぐらい大きいワインメーカーが中国にも三つぐらいあります。それでも、海外からの輸入が多いですが、断トツに多いのはやっぱりフランスです。フランスの中でもボルドーです。ブルゴーニュではないです。ブルゴーニュは高いので。その次がオーストラリア、イタリア、スペイン、チリ。この中に北海道は入れますか？ちょっと難しいと思います。まず量がそんなにとれないというのと、北海道のワインは高過ぎる。それは高くしようと思って高くしているわけではなくて、もともと土地代が高い、コストが高い。だからワインを作るブドウ 1 キロ当たりの単価が日本はフランスの数

倍です。オーストラリアとかチリの 7, 8 倍ぐらいです。原料がそんなに高いと価格はやっぱりそれぐらいになる。ですから北海道のワインは輸出よりは、北海道に来てもらったときに、おいしい料理とあわせて飲んでもらうほうが戦略的に多分合っているだろうと私は思っています。北海道はそんなに量がとれませんからね。高くても、北海道に来たときに地元の料理と一緒にうまく組み合わせをして消費させるということでは北海道のワインも十分価値があると思っております。

中国からの旅行者のふえ方

次に、中国の海外旅行者数です。2014 年に 1 億 1,500 万人になりました。今年は、多分 1 億 2,500 万にぐらいになると思います。日本の赤ちゃんからお年寄りまで全員海外に行くというようなイメージで考えてください。

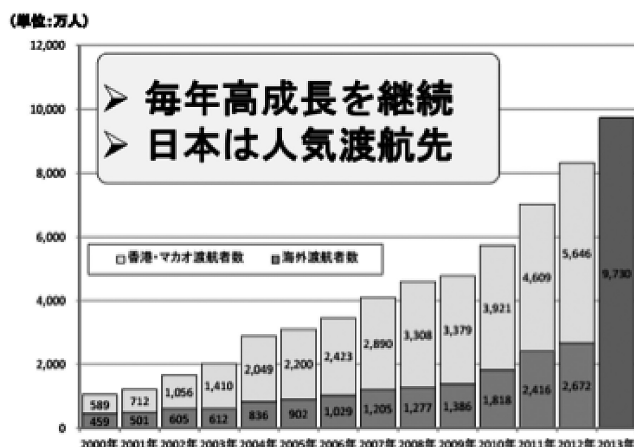
次のグラフは中国から海外に出ている人の内訳ですけれども、うすい色のところが香港とマカオへの旅行者数です。こい色のところが、この 2 カ所を除いた海外への旅行者を全部合わせたものです(図 4)。全部合わせたよりも香港・マカオのほうが多いですね。じゃあ香港には今どれぐらい中国から観光客が行っているか。うすい色のところの数字は 2012 年ですけれども、今 2015 年になりましたから数字がまた伸びまして、1 年で 5,000 万人が香港に行っているのです。今、日本を訪れる観光客数はすごく伸びました。去年、日本を訪れた外国人観光客は 1,340 万人ぐらいですね。中国から香港に行った観光客の 3 分の 1 しかないのです。

皆さん、香港に行ったことはありますか。あまり面積は広くはありません、狭いです。北海道より魅力があるでしょうか。そうは思わないですね。でも中国からたくさんの人が行っている。これはいろんな条件がありまして、近いということ、ビザがとりやすいということ。あるいは、とにかく中国から見れば一応海外だというので行く。ですから、もし北海道、日本がもっと来やすい、もっと政策的な転換がなされれば圧倒的にふえます。

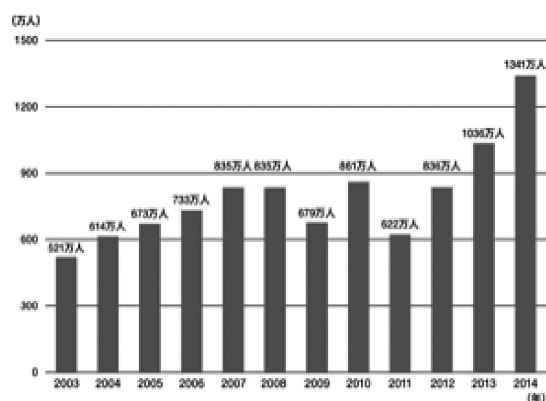
多分、香港に行くのと同じぐらい日本に来てもおかしくないのです。受け入れられるかどうかキャパシティの問題は別として、そのぐらいの可能性は十分あるということです。北海道に来る観光客は去年 131 万人になりました。今日は道の関係者の方も来ていますが、多分今年は 170, 180 万人ぐらいになるのでしょうか。170 万人ぐらいはいけそうな感じでしょう。右肩上がりです。一回へこんだのですが、これは震災の影響です。ただ、2003 年からグラフをずっとたどってくると、今の数字がちょうどその延長線にあるということです。要するに、震災で一度へこんで、今、急速にふえているように見えますが、そうではないのです。今までの全体の流れに合致してふえているということなのです。この数年間だけ見ると急速に伸びているように見えて、おかしいと思うのですが、そうではないです。全体から見るとちょうど安定した形で伸びているということなのです。線を引くと、ちょうど同じ延長線に「今」があるのです。だからまだまだ伸びるということなので、高橋はるみ知事も 2020 年までに 300 万人と掲げたのです。すごいな、そんなのはあり得るのかと。あり得ます。あり得るといえるか、やり方によってはこれ以上になることさえもあるということです。日本全体では 2020 年までに 2,500 万人と掲げていますが、多分修正をして、もうちょっと上を目指すのではないかと思います。北海道も多分この 2 年ぐらいで

220, 230 万ぐらいになるのではないかと思います。

今申し上げた数字は私が 6 年前に考えたものなのです。6 年前に、北海道にはこのぐらい来ると私は読んでいました。ですから、皆さんにいつも言っています。70 何万のときには、私は北海道には 200 万人来ますよと。そのために準備をどうすればいいかという話を常にしました。そのときみんなは、いや、そんなことあり得ないだろうと。いや、あり得ますよ、香港にこれだけ行っていますから、香港よりすばらしいものを持っているのですから来ますよと。そして、我々の想像をはるかに超えたスピードで来たのです。なぜか。我々の想像自体が遅いのです。我々はこれまでの日本のマーケットに合わせて想像していた。海外から来始めたものの凄まじいマーケットが動き始めるので、全く我々の想像を超えていく。ですから、今のこのふえ方が異常だと思うほうが異常なのです。今のこのふえ方のほうがグローバルから見れば普通なのです。ですから、こんなにふえているのですが、いつ来なくなるかわからないという方には、いつも言っています。そんな心配は要りませんと。私がこういうビジネスをやるには、そういう予想はまずしない。ただ、地震が起きたり、何かそういうことはあるかもしれないけれども、そんなことを考えたらビジネスも生きることが嫌になってしまいますから、それはしょうがない。起きたときにはそれを受け入れざるを得ないです



訪日外国人旅行者数の推移(2003～2014年)



が、私は30年ぐらいまで伸びると思います。なぜかというと、中国のことだけ今話していますが、中国以外にもあります。インドネシア、ベトナム、そのうちインド、中東、もっと来るかもしれません。ですから、私は数十年はこの流れは変わらないと思います。加速はあっても減速はあり得ません。アジアはもっとふえると私はみています。

北海道は非常にいいものをたくさん持っています。私自身、北海道に来てちょうど20年たちます。住めば住むほど本当に素晴らしいと思います。こんなにいいところはなかなかないのではないかと思います。北海道は何がいいかとよく聞かれるのですが、空気がいいです。食べ物おいしいです。自然環境がいいです。島としてほどよい大きさです。大体1時間で、海もあり山もあり平原もあり、さまざまな景色を楽しむことができます。1日もあれば端から端まで行けますね。ですから、ほどよい大きさです。決して大きくはありません。道内の観光関係者は北海道は移動時間の長さがハンデだと思っている方も多いと思いますが、全くハンデになりません。4時間、5時間走るのに近いのです。海外に行ったら10時間走っても景色が変わらないところがたくさんあります。砂漠を走ったら10時間走ってもずっと砂漠だったり、中国の黒竜江省から大連まで走ってもそれほど景色は変わりません。7時間、8時間走っても畑ばかりです。4時間、5時間で景色がこんなに変わるというのは本当に少ないと思います。そして、春夏秋冬それぞれ楽しむものがたくさんある。これは皆さんも思っていることですね。ですから観光は本当に今チャンスだと思います。多分、北海道は観光がほかのものを全部引っ張っていくようになるのではないかと思います。北海道の観光総消費額は今1兆3,000億です。多分、産業の中で一番多いのではないのでしょうか。農業も超えていると思います。ですから、もっともっとふえていくでしょう。

北海道の観光というと、数が多いのは道民の観光客です。その次が道外の客、その次が外国人ですが、全体数から見ると外国人の割合はまだ少ないです。ですから、もっともっと伸びる余地があ

ります。ホテルが足りないとかいろんなことはありますが、今まで日本国内で安く受け入れたところは、多分だんだん受け入れなくなります。ホテルも選ぶようになって、例えば安い修学旅行とか、来年はそんなに来なくていいですよ、半分ぐらいでもいいですよというぐらいに強気になり、単価の高いところを入れていく。そういうような流れが起れば、ホテルを建てたりふやしたり、そうした流れがもっともっと出てくると思います。

観光の変化にどう対応していくか

今、この観光の変化に対して日本国内がついていけないのです。ホテルにしてもバスにしても人材育成にしても、全てが追いついていない。だから、しびれを切らして海外の会社がどんどん日本に入ってきます。例えばLCCは、飛行機を飛ばしてもホテルがとれなければビジネスが成り立たない。そうしたらホテルもつくってしまおうと考えます。そういう発想です。だから春秋航空もホテル業に進出しました。トマムも中国資本に買収されました。いいことだと思います。北海道のいろいろな観光施設は大体バブルの時代につくられて、日本国内の観光客を相手にしてきて30年ぐらいたっているのです。ほとんどが改修や設備投資をしなければいけない時期に来ています。ここで自前の体力だけでやろうとしたらなかなか難しいところがありますが、こういうときにうまく外の資本を活用して北海道は次のステップに入るのが非常にいいことだと思います。

それから、食品加工です。北海道は何といっても200%を誇る食料自給率があるということです。おいしいものがあっても、日本国内の人が食べるのにも足りないのでは海外からたくさん人が来たら困ります。でも北海道は200%の自給率があるので、もっともっと来てもらって消費してもらってもいいと思います。時代の流れからすると間違いなく北海道の食品は値上がりするし、売れるようになります。一つはTPP。皆さん心配する方も多いと思いますが、それほど心配することではないのかなと私は思っています。北海道

のお米は確かにほかのところと比べると高いかもしれませんが、質は圧倒的に違うのです。世界のどこの国のお米と比べても違うので、世界の全員が食べてくれたらいいのですが、そんなに量はとれませんね。ということは富裕層だけ食べてくればいいのです。世界の富裕層だけが北海道のお米を食べてくれば北海道のお米はまだ足りないかもしれない。それぐらい売れるかもしれない。そういう時代になりつつあります。

今、中国でいえば、北海道のものを中国に持っていくと日本で売っている金額の2倍から3倍で売られています。2,000円の日本酒だったら4,000円から6,000円で売れるということです。5,6年前から日本酒のメーカーなども行って売っていますけれど、やっぱり国内のお酒と比べると高いですね。例えば、北海道はジャガイモがおいしいと。でも、中国に持って行って日本の3倍の値段になると中国のジャガイモの10倍なのです。そうすると毎日使うには高いなと思う。ただ、今これは10倍から大体5倍までできたのです。一つは日本円が安くなったということと、中国を含めて海外の給料が上がってきた。もう少しで多分3倍ぐらいになると思います。3倍になると、いいものは売れます。ですから、北海道の食品はこれからですね。うちはまだ海外に進出していないし輸出もしていないのですが、と聞かれるのですが、してなくてもいいのです。これからやっても十分に合うし、チャンスはあります。反対に、今までやっていた人は早過ぎました。失敗のほうが多い。92%ぐらいは失敗したかな。これからやる人のほうが成功するチャンスがある。ノウハウも蓄積されているので、北海道の食品はこれからまだまだ進出していけると思います。

そして、何といっても観光客がこれだけ来るようになったということです。200万人ぐらいが毎年北海道に来て、北海道のものを食べて、よかった、おいしい、帰ってから食べたいとか、誕生日に皆さんと食べたいとか、そういうふうになってくると思います。そういう宣伝をしてくれる人がふえればふえるほど一気に広がっていくと思います。

今、観光客は、これは富裕層であろうがなかろうがみんな同じですが、ご飯を食べるときに何をしているか見てみると、半分の時間は写真を撮っているのです。ご飯を食べる時間より写真を撮ってSNSに載せる時間のほうが長いのです。行儀が悪いなと思うかもしれませんが、皆さん、どうぞ写真を撮って送ってくださいと。ただで宣伝してくれています。もの凄く広がるのです。だから、いい評判はあつという間に広がる。彼らがレストランに行くたびに、レストランの名前も入れる、料理を一品一品撮って出してくれる。この宣伝力はすごいです。ですから、やっぱり自前の宣伝プラス、いかに人が宣伝してくれる仕組みをつくるかというのも非常に大事だと思っています。本当に勝手にやってくれますから。ですから、北海道の食はやっぱりおいしいと広まって、これから可能性は十分出てくると思います。まずシンガポール、香港、中国から売って行って、これから上海とか北京ですね。

また、健康ビジネスもチャンスがたくさんあると思います。北海道はクリーンなイメージがありますね。環境がいい、水がいい、空気がいい、土地が汚染されていない。ということは、ここでとれたものは全部おいしと勝手に思ってくれるのです。本当にそうです。日本国内のものでも農薬を使っているものが結構ありますからね。でも、海外の人はそうは思わないです。こんなクリーンなところで、農薬も入っていないし、全部いいと思ってくれるのです。北海道はそういうイメージがあるということです。ですから、このイメージを戦略的に大事に、さらに育てなければだめなのです。今のイメージはたまたまかもしれません。でも、これをもっと戦略的に、誰が来ても北海道がきれいなのは当たり前だと。なぜなら、これだけのことをやっているのだからと。これだけのことをやっているのだとアピールする戦略的な方法も大事だと思っています。

例えば、北海道のタクシーは全て電気自動車にするとか、あるいはハイブリッドでもいいです。あるいは、バスもそういうバスにする。そうすると、さすが北海道だね、環境がいいのはここまで

やっているからだ。そういうストーリーがついてくる。北海道は凄いいいというのでもっともっと凄く見えるのです。そういうことをさまざまな面でやっていく。北海道全体でできないのであれば、まずどこかの市町村がやればいいですね。そして、全国あるいは全世界で名前が通るような仕組みにする。この環境をアピールし、だから健康なのだ、だから皆さん、北海道に来て長期滞在して肺をきれいにしてお帰りましょう。中国はPM2.5ですごいです。習近平さんだろうが誰だろうが、この空気は吸わなければならないですね。だから我々の友人が北海道に来ると、みんな「肺を洗う」という表現をするのです。1週間、肺を洗ってから帰ると。皆さん、肺を洗うという発想はないですね。ですから、北海道に来ると健康になります。それにあわせて、もっと健康に滞在できるようなプログラムを作ったり、ヘルスツーリズムでもまだまだチャンスはあるでしょう。

あとは、住ビジネスです。北海道は長くいれるほどよさがしみじみと伝わってきます。ヨーロッパもそうですし中国などでも、一瞬インパクトがあるドーンとすごい景色は確かに海外のほうがあられるかもしれません。山にしても畑にしても海にしても北海道よりすばらしいものがたくさんある。でも、なぜか長くいるとちょっと飽きる。あるいは、何か不便。きれいな山だけれど登れない、見ることにしかできないとか。でも、北海道の山はほとんど身近で楽しめるような山ですね。エベレストのような8,000メートルの山は、外から見てきれいでも命がけでないと登れない。だからエベレストは観光にはならないのです。遠いところから眺める。でも、北海道の山は登ることもできる。ですから長く住みながら楽しむのに適しています。

また、四季がはっきりしていて、夏はゴルフ、キャンプ、フィッシング、アウトドア、いろいろできますね。秋は紅葉、温泉もいい。冬はスキー、スノーボードもいい。アジアの国はどんどん豊かになって、人工雪で滑っています。もっといい雪で滑りたければカナダもヨーロッパもありますけれど、北海道のほうが近いので気軽に行けます。

スキーをする人は長い時間やる。日本人はせっかちで、大体1日で何往復もして朝から夕方まで滑って疲れて帰るけれど、海外の人は、何往復かして、あとはゆっくり周りを回ったり、天気が悪かったら滑らないで、うまいものを食べてゆっくりしようと。その分、1週間とか2週間とか長く滞在して、天気のいいときには思い切り滑る。そういう長期滞在が多いので、冬も非常にいいのではないのでしょうか。

私は本当に北海道を満喫しています。我々北海道に住む者がもっと北海道を満喫して、自信を持って北海道ライフというものを外国の人にも伝える。ゴルフもたくさんできる、スキーもたくさんできる、釣りもできる、いいじゃないですか。土日は家にいないで、みんな外に行って顔が真っ黒くなったほうが北海道らしいですね。白いと東京の人と変わらなくなりますから。北海道ライフに憧れて移住したり、1カ月滞在するとか、そういう人がふえる。別に外国の人に移住してもらうことを考えなくても、国内の人が移住してくれてもいいのです。海外から富裕層が移住してくれば、それはそれでいいと思います。

観光を魅力ある産業に一富裕層ビジネスを通じてー

これだけいいものがたくさんある中で、じゃあ北海道はどうすればいいか。今、観光客はすごくふえていますね。もっともっとふえることは間違いないと思います。そのとき北海道で一番足りなくなるのは何か、今後ネックになるのは何か。私は、ホテルでもバスでもないと思います。最終的に一番のネックは労働力不足だと思います。観光は労働集約型産業です。サービス業なので人が必要です。ここに従事する人がふえないと、幾ら受け入れ量をふやそうといっても難しい。ここに従事する人をふやすには何をすべきか。やっぱり北海道の観光に携わる人がまず幸せにならなければならない。給料もたくさんもらわなければならない。今はちょうどいいチャンスです。こういうときに観光全体を、魅力ある産業だ、ここで働く人はいいい、と思うようになっていくと人材がもっ

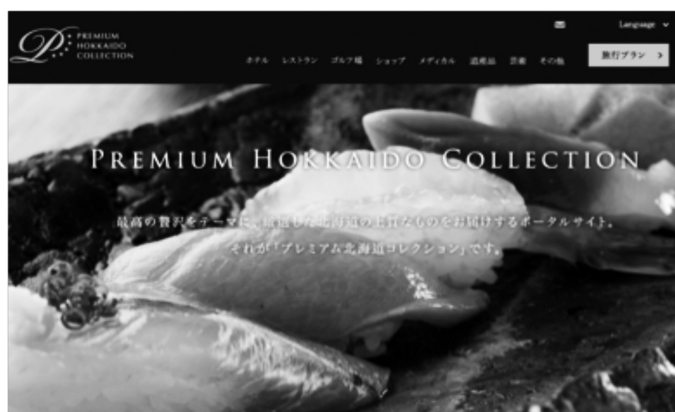
とものと流れてきて、もっともっと観光客がふえても対応できると思います。そのためには、施設にしてもサービスにしても問題がたくさんあります。

そこで私は、これからの観光は、富裕層ビジネスだと思っています。富裕層、高いものを求める人たちが来るのでサービスレベルも上げなければならない。ハードの質も上げなければならない。そうするとピラミッド全体を上にごっと引っ張ることができる。やっぱりここが上がらないと、なかなか下は上がらない。上がるとしても、上がるスペースが少ない。上をぐぐっと上げると自然に下も広がっていく。ですから、別に富裕層だけのためのビジネスではなくて、産業全体を考えたときに絶対必要ではないかと思うのです。

実際に我々も富裕層を北海道に呼んだりしました。最初は、北海道にはインターナショナルブランドのホテルはないから厳しいかな、満足してくれるかなと半信半疑だったのですが、実際に来ると、ほとんどの人が素晴らしいと。今あるものに対してはかなり評価が高いです。例えば、我々は今「PREMIUM HOKKAIDO COLLECTION」(図5)という、北海道の一流のホテルを全部集めてここに掲載しました。鄙の座、旅亭蔵群、銀鱗荘とか、皆さん、素晴らしいと言っています。部屋は広々としているし、日本的な特徴もある。和室もあって洋室もある。で、露天風呂が中に入っているとなると、ほかの国にはなかなかないですね。そういうものを1泊5万、6万で提供すると言ったら、安いと言うのです。道内の人は、6

万と言ったら、いやー、高くて泊まれないわと言うかもしれませんが、富裕層は、例えば東京のリッツ・カールトンに泊まりましょうと。ちょっと高級な部屋ですよ。でも富裕層から見れば、世界のいいホテルに泊まっているのでリッツ・カールトンに泊まってもそれほど新鮮さはないのです。ああ、こんなものかと。で、夕食がついていない。朝食しかない。それで7万、8万、10万とかします。北海道はゴージャスな夕食がついています。それで5万と言ったら、皆さん信じられないと。それぐらいいいものが実際にあるのです。こういうものをもっとふやしたり、あるいは、もっと富裕層向けに宣伝をしないと、現状ではまだあまり知られていません。富裕層はまだあまり北海道に来ていません。ですから、我々は何とか富裕層を呼び込もうと思って新しい会社を立ち上げました。

世界の富裕層事情でいくと、富裕層マーケットを狙おうと思ったら外せない国がいくつかあります。米国、中国、ドイツ、スイス、イギリスです。やっぱり圧倒的にアメリカは金持ちが多いです。ですから、我々はとりあえずアジアから攻めていきますけれど、ヨーロッパも攻めます、アメリカも視野に入れてやろうと思っています。来週、当社は、カンヌで行われる「インターナショナル・ラグジュアリー・トラベル・マーケット」に道内企業で初めて出展します。これは北海道、運輸局等皆さんの支援をいただいで行きます。普通は出展料だけで200万、旅費交通費、資料をつくると500万ぐらいはないとなかなか出られないのです。そういうことを何とかやらないとそのステージには立



出典：Premium Hokkaido Collection web サイト

てないということで、行ってきます。(図6)

完全予約制の商談会なので、事前にお互いに名簿を渡して、この会社と会いたい、向こうもこちらに会いたいと言うとマッチングして商談することになります。ちょうど46社と決まりました。うち12社は中国の富裕層向けばかりやっている会社です。あとはヨーロッパ、アメリカ、中東、もちろんシンガポール、香港の会社も数社ずつ入っています。中にはアメリカの企業も何社かアクションを起こして、やりましょうという話をしています。行ってからでは遅いので今からいろん

なやりとりをしています。そういうところにも出なければならない。

じゃあ、それだけでいいのかというと、やっぱり富裕層が興味を持つようなことをやらなければならない。富裕層は、経済人が多いです。だから、観光で楽しむのもよいのですが、できればそこで何かビジネスのヒントあるいはビジネスチャンスをつかめればなおいいと思いますので、我々としても、観光だけで、遊んで帰るなさいというのではなくて、観光から北海道の魅力をもっと知ってもらって、ほかのビジネス、例えば、ここにホテ



HOKKAIDO LUXURY TOURS



2013-2016

GOURMET TRAVEL

Hokkaido, the treasure treasury of food - Gastronomic Tour of Hokkaido

FOODS OF HOKKAIDO

Hokkaido, renowned for its natural resources, is a treasure treasury of delicious foods. Taking guests of Hokkaido on a gourmet tour, the tour is a journey to discover the rich and diverse food culture of Hokkaido. From the fresh seafood to the delicious Hokkaido beef, the tour is a journey to discover the rich and diverse food culture of Hokkaido. From the fresh seafood to the delicious Hokkaido beef, the tour is a journey to discover the rich and diverse food culture of Hokkaido.



HOKKAIDO WHISKY

The craft distillers and distilleries have brought life to single malt that usually Hokkaido single malt whiskey. It has become a symbol of Hokkaido's rich food and drink culture.

HOKKAIDO'S JAPANESE SAKE (ALCOHOL)

Hokkaido is the birthplace of Japanese sake. The craft distillers have brought life to single malt that usually Hokkaido single malt whiskey. It has become a symbol of Hokkaido's rich food and drink culture.

HOKKAIDO WINE

Hokkaido, located in the heart of Hokkaido, has a rich wine culture. The craft distillers have brought life to single malt that usually Hokkaido single malt whiskey. It has become a symbol of Hokkaido's rich food and drink culture.

ルはまだありませんよ、あなた投資しませんかと。で、いろんな数字を出すと、やってみようかということになるかもしれません。北海道のチーズもいいから、乳製品にもっと投資して規模を大きくして生産能力を上げて、牛乳を捨てるのではなくて、もっと作って海外に出す。これからビジネスとしてチャンスがあるからやりませんか。このようにいろんな情報を提供することによって観光から他のビジネスにも繋げていけるのではないのでしょうか。

そのために、我々は観光だけのイベントに参加するのではなくて、例えば海外で行われている富裕層の不動産売買のイベントとか、そういうところにも参加して、そこで観光のPRをするということもあると思うのです。毎年、世界でラグジュアリーのジェット機やヘリコプターの販売をしている。そういうところに出るのも一つの方法です。要するに富裕層が来るいろんなところに出て、北海道、北海道、北海道と何度もPRしていく。時間もお金もかかるかもしれませんが、そういうことがゆくゆくは、富裕層に来てもらって、他のビジネスにも繋がっていくのではないかと考えています。そこには非常にお金がかかります。ですから、やってもなかなか続かないし、どうしようかと皆さん悩むのが富裕層ビジネスです。今年立ち上げた会社ですけれども、これから我々は資本政策を強化して、増資をするなりファンドをつくったりして何とか北海道に投資する、そういうビジネスもやっていこうと思っています。

なぜ北海道への投資か。実は今、トマムが売れました、どこどこホテルが売れましたと聞こえてきます。全部、道外、海外の人が勝手に動いて、我々が知らないうちに新聞にぼーんと出て、あっ、売れたのだと。こういう状況です。ほとんどそうなのです。じゃあ、その利益が北海道に落ちているかというと、ほとんど落ちていないのです。みんな海外あるいは道外。これでいいのかなと思うわけです。やっぱり我々道内の人プレーヤーになって、みずから情報発信をして、そのやりとりに関わることによって道内にメリットが落ちるようにしなければならぬ。そういうことを考え

ると、きちんとしたプレーヤーが北海道にはないという現状があるので、そういうビジネスができる可能性も秘めています。外資に全部買ってもらうのではなくて、我々も道内資本のファンドを持って、そこに共同出資をしたり共同でプロジェクトを組んだりすることによって利益が北海道にも落ちるような仕組みを是非つくりたいと思っています。世界の変化は非常に速いのです。もう悠長に構えているわけにはいきません。今まで10年でやったものを2,3年でやらなければ多分間に合わないということもありますので、危機感を持ってやっています。

北海道に来てちょうど20年たちました。少し見たものもあるし、北海道にはもの凄いチャンスがある。それをインバウンドが今、牽引しているのではないか。これが牽引しているうちに次のステップに上がるように、微力ながら何かできればと思って今やっています。まだ始めたばかりですけれども、そういう夢も持ってやっていますので、皆さん何かいい情報がありましたら遠慮なく言っていただければ、できる限りのことはやらせていただきたいと思います。

ご清聴ありがとうございました。(拍手)