

北の大地から、世界のビジネス・シーンへ！

## 北海道経済産業局の

### 「ドゥーチエ・プロジェクト」活動の中間整理について

～1人1人が10年後の北海道創りを始めよう！2020年のビッグ・チャンスを見逃すな！～

平成27年8月21日

経済産業省 北海道経済産業局

## 北海道経済産業局の「ドゥーチエ・プロジェクト」活動の中間整理について

～1人1人が10年後の北海道創りを始めよう！2020年のビッグ・チャンスを見逃すな！～

### 1. 目的・経緯

北海道経済産業局では、2020年に東京オリンピック・パラリンピック（以下「オリンピック」とする）が開催されることで、世界的な注目を集め、人・もの・金・情報の流れが大きく変化する状況（以下「ビッグ・チャンス」とする）が生まれることから、昨年末から「ドゥーチエ・プロジェクト」を立ち上げ、オリンピックを契機とする北海道発のビジネス上の挑戦方策を整理・検討しています。

この間、①多くの有識者の方々から本件に関するアイデアや視点等のヒアリング、②ドゥーチエ・サロンメンバー（10名）による意見交換・議論、③函館、札幌、帯広での学生等の若手を中心としたアイデアソンを行い、様々な提案、アイデア、視点、助言、指摘等（以下「アイデア等」とする）を収集、蓄積してきました。

今回は、これまでの議論やヒアリング等の成果を、現時点で一度整理し、オリンピックに関連する市場への参入、オリンピックによる世界的注目やビッグ・チャンスを捉えて事業展開を考えている方、あるいは考えて頂きたい方々に向けて発信するものです。本件に関する様々なアイデア等をご紹介し、これを触媒や刺激として新たなビジネスの創出・拡大への挑戦を加速することで、10年後の北海道創りの一助とし、その反射的效果としてオリンピックを直接・間接的に盛り上げることに貢献することを目指すものです。

### 2. 中間整理の考え方

「ドゥーチエ・プロジェクト」の半年を超える活動で、非常に多くの取り組むべきアイデア等を頂き、様々な発見、気づき、深掘りがありました。そうした中から、既に実現に向かっている案件や、具体的なプロジェクト化に動き出す案件も見られます。

そのような案件の中から、広く道民の方々が、今後の起業・創業を含むビジネス化を考える際に、参考とし、触媒や刺激として取り込み、活用できそうなもの、あるいは先行する取組に新たに加わることが可能な案件を「ドゥーチエ・プロジェクト」の中間整理としてまとめ、提供するものです。

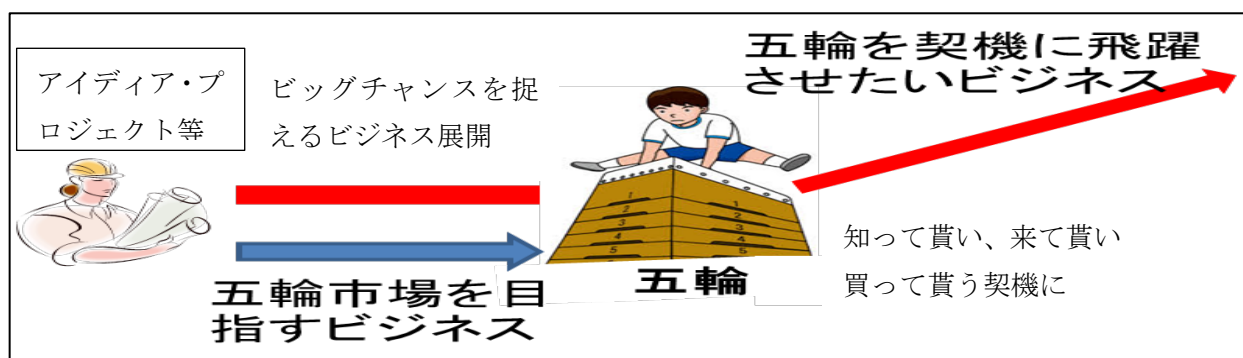
今回の取組の中で、度々、指摘されたのは、ただ発信するのではなく伝える力の質・量ともに充実を図り、共感を呼び起こす必要があるということです。その上でターゲットとなる方々が行きたくなる、買いたくなる、知りたくなる、経験したくなるようにするため、それぞれの取組に適した個別具体的な訴えを行い共感を得る手法、戦略を考えることが重要です。

また、多くの方に指摘されたのが、北海道は他地域からみると「べらぼうにリッチ（恵まれている）」な優れたイメージや要素、環境、資源等があるのに、それを自覚している道民が少ないということです。十分に足下や身の丈を再認識した上で、対応することが重要です。

また、ここから始まる様々な取組について、どのように要素を見つけ、結びつけ、どのような仕組みで作り込み、どのような展開を考え、巻き込んだのかを記録し、発信することが効果的です。これにより成功や試行錯誤の前例を関係する道民共通の知見として活用することで、今後の発展につながる財産として、効果的に活用できる仕組みを整備・提供することも新たなプレイヤー育成や支援に有効だと思われま

す。そうした意味から、今回、広く情報提供を行い最初のきっかけ作りを試みるものです。

今回の対象ビジネスには大きく二つあり、一つは目標を達成することでその役割を終えるもの（オリンピック市場に参入～施設整備やオリンピック用の商品・サービス提供等）と、オリンピックを一つの契機としつつもその先に向けてビジネスの維持・発展を持続させるものがあります。両者ともオリンピックの盛り上げに貢献する大切な取組ですが、北海道の将来を考え、北海道の持続的な発展や新陳代謝、活性化という視点から見ると、より未来に続く後者のビジネスがより重要になってきます。こうした考え方を前提に、この中間整理を行いました。



### 3. 「ドゥーチエ・プロジェクト」が目指すもの

「ドゥーチエ・プロジェクト」の活動で目指すものは、オリンピックを大きな契機と捉え、内向きになりやすい状況にある中、極力、グローバルな目線（外からの目線）を確保して自主的・積極的な北海道における多様なビジネスの拡大、起業・創業等開業率の向上と新陳代謝の促進、新たな付加価値や市場の創出、多様な価値観の創造などが続発する状況を醸成することです。

急速な少子高齢化の進展やそれに伴う市場縮小はじめ多くの制約要因を抱える北海道において、これらのビジネス展開（外貨獲得、地域の好循環等）を通じて道内の各地域、各分野での独自の成長に貢献することが目標です。

それは、今の身の丈を冷静に見つめ、様々な満足度や状況をスタート台にして、オリンピックを経験してから5年後（今から10年後）に各地域、各分野、各企業や各個人が、今より満足度が深まったと感じられる地域経済社会に近づくための一方策です。その実現をオール北海道で目指すために必要な取組のうち、ビジネス分野からのアプローチを通じて、自らがそれぞれの地域に相応しい「地域しん価値（\*）」の創造・確立を目指すものです。それは多様な社会や価値感の実現に繋がるものです。

\*【しん】には、取り組む時間、分野、地域、人等により、当該価値に相応しい文字が該当。

これは様々な制約要因が進行する北海道で、課題を乗り越え斬新な発想と新たなプレイヤーの創出による多様なビジネス展開を実現することで、100年後に繋がる10年後の北海道創りの一助となる具体の取組を一つでも多く誕生させるためのビジネス視点からの提案です。

前回の東京オリンピック・パラリンピックで、日本になかった警備会社が誕生し今では多方面の事業を手がける大企業に成長したように、日本が不得意な多言語コミュニケーションを補完するために導入されたピクトグラムが今ではユニバーサルデザインのコミュニケーション・ツールとして広く定着したように、ビジネスにおける新たな北海道イノベーションを誕生させる良い機会になることを願うものです。

#### 4. 「ドゥーチエ・プロジェクト」の果実

前述の考え方の下、ここではそれらアイディア等の中から、北海道の良いイメージ（先行）を具体的なものに置き換え、変換して認識させるための取組など、代表的なものや特徴的なもので、これらに刺激されたプレイヤー（候補含む）が、新たに事業化を行うヒントにできるもの（あるいは当該案件に加わる）を、現時点における取組の進捗度別にプレイヤー（人、組織）や概要をまとめました。

ドゥーチエ・サロンメンバーの間では、自主的に挑戦することの重要性と、自ら行動すれば（見せることで）後に続く人たちの参考となり、勇気を与えられる（誘い水になる）との価値感が共有されています。その実践も取り込んであります。

なお、（１）～（４）の事例は、直接的又は間接的にオリンピックの活用や盛り上げにも貢献可能な取組です。

☆印はサロンメンバーが主体又は関与しているもの 【\*各案件の詳細は別紙参照】

##### （１）先行する人たち

道内におけるビジネス上の発展可能性が高く、地域の活性化に繋がる新たな視点による取組を先行して挑戦している人たち（組織）にスポットを当てました。これらの取組を広く情報発信することで、道民の認知度・理解を深めることが最初の狙いです。

これにより頑張っている人たち（組織）が、夢や目標に少しでも早く近づけるような環境整備に貢献し、さらにこの取組を認識した道民が応援や直接関係することで、当該プレイヤーを支えるだけでなく、そのパートナーや支援者、賛同者、参加者を拡大させ、新たな成長市場の発展を加速できる事例です。

○今の地域が、地のままで舞台になる「サイクル・ツーリズム」（No. 1）

☆「街カフェ」プロジェクト （No. 2）

○TOYAKOマンガ・アニメフェスタ （No. 3）

【☆「街カフェ」プロジェクト】は、ドゥーチェ・サロンメンバーの長谷川 演氏（株）アトリエテンマ 代表取締役が提案し、実践、コミットする取組です。人と地域をデザインでつなぐをコンセプトに、その地域ならではの人とモノと技術を集めた場所＝「街カフェ」の展開をしています。それは、コミュニケーションの場づくり、コミュニティづくりであり、地域の老若男女が集う新たな居場所づくりを目指しています。

街カフェは、地域に眠るモノ、技術を掘り起こし、「街カフェ」ブランドとして生まれ変わらせ、その街の「街カフェ」から地域を学び、知る、広がる、つながります（人、場所、技術、モノ、食材）。道内（さらには全国）各地での展開を目指すものです。これを加速するため、志を同じくする方々との連携も視野に入れていきます。

## （2）動き始めた人たち

これまでにない斬新な発想で、道内にある有形・無形の資源に新たな付加価値や活用方策を見出し、これまでとは違う市場を拓き、ユーザーを結びつける事で、地域や当該分野に多様な価値観や発展可能性を付与できる取組に挑戦を始めた人たち（組織）の事例です。

☆「日本版アルベルゴ・ディフーズ（地域全体のホテル化）」を目指した

グリーン・ツーリズム振興等の、観光地域づくりの取組 （No. 4）

☆プレミアム北海道 （No. 5）

☆北海道ゴルフ観光 （No. 6）

○北海道MANGA交流会 （No. 7）

○道内でものづくりをしたい人の受皿作りと

観光業に新たな形の提供を目指す「メイカーズ」（No. 8）

【☆「日本版アルベルゴ・ディフーズ（地域全体のホテル化）」を目指したグリーン・ツーリズム振興等の、観光地域づくりの取組】は、ドゥーチェ・サロンメンバーの鈴木 宏一郎氏（株）北海道宝島旅行社 代表取締役社長が、関係者とともに提案し、実践、コミットする取組です。農山漁村に国内外の観光客を受け入れて地域活性化を図るため、地域ならではの新たなビジネスとしての観光地域づくりに取り組むことで外貨を稼ぐための取組で、農山漁村におけるプレイヤー拡大や地域主体の一元的観光マネジメント（DMO）体制の構築を目指すものです。

**【☆プレミアム北海道】**は、ドゥーチエ・サロンメンバーの張 相律氏（(株)北海道チャイナワーク 代表取締役社長）が、北海道の課題と考える「来道する富裕層に、如何に北海道のブランド情報を提供し、そこから他のビジネスに結びつけるか」、「北海道にある沢山の富裕層に適した素材や市場に如何にアプローチさせるか」の解決を図るために設立した会社です。

**【☆北海道ゴルフ観光】**は、北海道のゴルフ場を観光資源として捉え、ゴルフ場を活用して外国人観光客の増加を図ることを目的に設立された（一社）北海道ゴルフ観光協会が行う取組で、関連業界との連携により地域に客を呼び込み、地域活性化に貢献を目指すもので、ドゥーチエ・サロンメンバーの張 相律氏（(株)北海道チャイナワーク 代表取締役社長）も設立に参画しています。

### （3）準備する人たち

ドゥーチエ・プロジェクトの活動から生まれた発想や独自の視点から、具体的なプロジェクト化や事業化の計画、準備を進めている事例です。

これまでにない新たな市場の創出に挑戦するもので、難しい要素もあることからある程度の時間も必要になりそうですが、大きな波及効果も期待できるものです。

☆憧憬（道・恵）プロジェクト（No. 9）

☆全道一斉ギネス世界記録作り大会（No. 10）

☆札幌（北海道）版SXSWS（No. 11）

**【☆憧憬（道・恵）プロジェクト】**は、ドゥーチエ・サロンメンバーと北海道経済産業局との議論を通じて生まれた発想で、具体化に向けた検討が始まりました。かつては世界的銘木といわれ近年まで輸出もされていたジャパニーズ・オーク（道産ミズナラ）で、今やとても貴重なワイン樽を作り（復活させ）、必要素材の全てが北海道由来のワインを醸造し、その第1号ワインを2020年に開栓し、北海道ワインの象徴にしようという北海道でしかできない夢プロジェクトです。

**【☆全道一斉ギネス世界記録作り大会】**は、ドゥーチエ・サロンメンバーの田中 章雄氏（(株)ブランド総合研究所 代表取締役）が、提案し、実践、コミットする取組です。オリンピック開催前に、道内の参加する地域で、各地域資源を活用した世界一の記録作りに、一斉に挑戦することで、インパクトを強め、メディアの関心を高めて、注目される中で他地域との差別化を目指す取組です。より多くのプレイヤーが参加することで、効果がより高まります。

**【☆札幌（北海道）版SXSWS】**は、ドゥーチエ・サロンメンバーの小島 紳次郎氏（(株)ウエス 代表取締役社長）や伊藤 博之氏（クリプトン・フューチャー・メディア (株) 代表取締役）が中心になり、企画・構想し、札幌（北海道）での開催実現を目指すプロジェクトです。⇒近々、具体的な内容を発表する予定です。

S X S Wは、米国オースチンで、3人の意見交換の呼びかけで700人が集まった事から始まり、今では世界中から起業家、投資家、事業家、グローバル企業、アイデアを持つ人、アーティスト等数万人が集まる世界最大のクリエイティブ・ビジネス・フェスティバルであり、トレード・ショーに発展しています。その波及効果で人口の大幅増加、世界的企業の拠点立地が進んでいます。その構成要素や環境に、多く点で札幌との共通点があることを活かそうという新たな挑戦です。

#### (4) 想う人たち（提案、アイデア、助言、指摘等）

ドゥーチエ・プロジェクトの活動を通じて、今後の北海道の発展のためにあったら良い、やった方が良いというアイデア等で、こんなことを想っている人がいるという事例です。今後のご参考にして頂ければというものです。

##### 【大きな環境変化に対応した情報発信が重要】

情報発信の担い手は大手メディアから個人へ。如何に価値を伝えるか。自分の住んでいる所に目を向け、人を惹き付ける独創的な何かがあれば広がりを持った情報発信になる。そういった情報が広がっていくようなSNSを作り上げ、アイデアを提案できるような環境を整備することが重要。また、そのための人材育成も必要。

##### 【北海道へのアクセス手段・機能の強化】

海外を含む道外から本道へのアクセス手段・機能（空港等）の量的拡大、質的改善、実効性の高い連携補完について、早急な対応が必要。

##### 【手荷物への配慮】

インバウンドはじめ観光客の大きな手荷物への配慮をオール北海道で展開。空港到着後に利用する休憩所、各移動手段における携帯荷物スペースの拡大、拠点間（空港、駅、ホテル等）の手荷物移動を持ち主が携帯しなくても（手荷物だけで）済むシステムの構築等。

##### 【アプリに固有名詞】

スマホ等の通訳・翻訳アプリに北海道の固有名詞を使うようにアプリ開発者に様々なチャンネルで要請し採用して貰う。京都に比べ北海道は極端に使用例が少ない。

##### 【地域課題解決から創業・起業まで支援するプラットフォーム】

資金調達、ファンづくり、市場調査等の機能を併せ持つクラウド・ファンディングを取り込んだプラットフォームを多分野連合で構築し、地域課題解決事業、創業・起業等を促進し地域活性化を進めるべき。

##### 【著名施設のプレミアム開放】

特別の条件で限定的に、赤れんが庁舎、札幌時計台、K i t a r a等北海道ゆかりの著名施設を結婚式、パーティ、研修会等に貸し出すプレミアム開放の実施。

### 【世界ブランドのホテル誘致】

世界の富裕層に対応できるホテルが必要。また業界の人材育成のためにも目指すべき具体的目標が必要。

### 【案内を分かり易く】

道内の案内は地元優先で住民に分かり易いように整備されていて、インバウンド等道外客に不親切。表示言語も含めて改善が必要。同様に空港はじめ観光拠点には一定レベルの観光案内所の整備が必要。

### 【道民倍增視点】

実際に北海道に暮らす道民と来道観光客（特にインバウンド）や北海道ファン、北海道産品購入者等を合わせると、数字は倍以上になる。来道観光客等への情報提供やIT活用によるグリップ力向上等でつながりを深め、これらの人々も仮想道民と捉えると道民は倍增になる。この倍增した道民を一つの市場、循環、構造と捉える視点からアプローチを考えることが重要ではないか。

### 【小銭に戸惑う】

小銭でストレスが高まるインバウンドは多い。せめて公共交通機関は、滞在期間に応じた乗車券を発行するなど、早急に対応すべき。

### 【商店・飲食店での多言語表示】

無料WiFiの拡大と、メニューや商品情報、案内の多言語対応を早急に。スマホ、タブレットの活用を進めるべき。

### 【アイヌ文化の発信】

多様なアイヌ文化の発信や体験機会の創出を強化すべき。アイヌ民族を含む先住民族の祭典をオリンピックの前後に開催すべき。

### 【179市町村三つ星プロジェクト】

リピーター確保のためにも、個人客向けにオーダーメイド・プランの提供が重要。その素材となる道内全市町村にある既存資源（宿泊施設、観光施設、体験等）から三つ星を選定し、自由に組み合わせられる「三つ星旅行プラン」を提供する。

## （5）各プロジェクトやアイデア間のビジネス的融合・発展と新展開

これらの各取組事例は、それぞれ単独で成立し得るものです。それに本サロンで生まれた新たなメンバー間の出会いや、繋がりに加え、本中間整理の公表で触発され、新たに生まれる繋がり等が重なれば、さらなる発展形として、ビジネスとしての相互乗り入れ、補完関係の構築や連携といった展開だけでなく、双方のビジネスモデルの融合や新たなビジネスの創造等へと広がる可能性が十分にあり、その進化、発展が期待されます。

例えば、「憧憬プロジェクト」が成功すれば、そのワインは、ここに掲げた多くのプロジェクトやアイデア等と親和性が高く、相互乗り入れ、補完関係の構築等も可能です。そのつながりを出発点として、他の分野と関係性を深めたり（例えば、別々だったもの



をパッケージにした商品・サービス作り、統一コンセプトに基づくブランディング等)、双方の要素や優れた特徴をもとに新ビジネスの創造や、新商品・新市場の創出等異なる次元の展開も考えられます。

今回、プロジェクトやアイデア等を紹介することで、そこを出発点にして多様な価値観や視点に立って、柔軟に工夫をしたり、繋がることで、ビジネス上の更なる可能性や選択肢が大きく広がり、実際のビジネスとして展開されることを期待するものです。

## 5. 中間整理のフォロー

この中間整理のとりまとめは、広く公表し道内での様々な分野の方々に知って貰うことで、ビジネス上の新たな挑戦を拡大・続発させるための触媒として、刺激剤として活用されることが理想です。また次々と挑戦が行われる土壌・文化の醸成、それを支える仕組みづくりの第一歩とするために、当局のHPや関係者のSNS等での拡散に加え、メッセージ発信のための普及・啓発イベントを早急に企画し、実施することとしています。

なお、一定期間を過ぎた時点でフォローを行うことも視野に入れて、道内における更なるビジネス上の挑戦の拡大を検討していきたいと考えています。

### 【\*留意事項】

オリンピック・パラリンピックに関する大会エンブレムや大会名称をはじめとする知的財産は、商標法、不正競争防止法、著作権法等により保護されています。また、日本国政府としても、国際オリンピック委員会、国際パラリンピック委員会に対し、オリンピック・パラリンピックの知的財産を適切に保護することを誓約しています。オリンピック・パラリンピックの知的財産を無断で使用したり、オリンピック・パラリンピックのイメージを流用することはできませんので、本プロジェクトを推進する際に注意が必要になります。