

# 私たちは、魚でした vol.5 『北海道ブランド』

文 作間 健太郎 text by Kentaro Sakuma

先日、29年ぶりの大雪に見舞われた札幌から3泊4日で東京出張に行きました。そこで感じたのはやはり人の多さでしたが、飲食店の多さも札幌とは全然違うと改めて思いました。

東京では様々な地方の料理店が点在し、たくさんのお客様が出入りし、昼食時には、北海道ではあまり見かけない行列が出来ている光景も多々見られました。

有楽町にある「どさんこプラザ」という北海道のアンテナショップにも行きましたが、平日にもかかわらず、やはりそこも大賑わいで、それだけ北海道は本州の方々から絶大な人気を得ているのだと実感しました。

その後、中国の方と商談をすると北海道のブランド力の話になり、良い商談になったの言うまでもありません。日本国内のみならず、全世界からHOKKAIDOは注目されているのです。

2015年のある調査報告によると、



*Profile*  
北海道札幌市生まれ。札幌市在住。37歳。  
10代後半から起業する目標を持ち、31歳で自分のキャラクターを生かせる水産業・株式会社札幌大成を起業。現在7期目。10期目である2020年までの目標に向けて奮闘中。  
趣味は3年前から始めたゴルフ。趣味での目標は40歳までにクラブチャンピオン、後、北海道のトップアマチュア。

都道府県ブランド調査でやはり1位が北海道で、全国の市区町村ランキングトップ5の中にも北海道の地域が3カ所入っていました。

北海道に住んでいると当たり前になってしまっている「北海道ブランド」には、自分たちが思っている以上にブランド力や注目度があるのにもかわらず、生かし切れていないな、と正直思いました。

そうした中、今回の出張である思いが込み上げてきました。

東京で北海道ブランドを発信できるショップを持ちたい。そして地方の隠れたプレミアムな逸品を広めたい。

具体的には北海道で買いたい物をしていような臨場感、鮮度感、期待感を実

感することができると店舗づくり及び接客をし、定期的に各漁協、農協とタイアップを行い、ご当地フェアを開催することにより、ご来店いただいたお客様に「北海道のいろいろな所に行きたい」と思っていたいただけるような運営を目指したいと思っております。

まだまだ理想であり、妄想の企画段階ですが、これから試行錯誤しながら地元愛で北海道の魅力を広めていければと思います。

これから寒さが続き、まだまだ雪が降る北海道です。その自然を生かしたイベントが各地で目白押しです。

大好きなゴルフができないことは残念ですが、春のゴルフシーズン到来まで冬の北海道を楽しみたいと思います。