

道産品アンテナショップ「道産食彩 HUG（ハグ）」の開設

自治体情報

人	□	1,884,939人
標準財政規模		402,060,553千円
担当課		北海道札幌市市長政策室政策企画部企画課
電話		011-211-2192
ホームページ		http://www.city.sapporo.jp/
事業期間		平成20年度から平成23年度まで
参考とした施策		東京都板橋区・空き店舗ルネッサンス事業
関係施策分類		⑤

施策の概要

1 取り組みに至る背景

札幌市では平成6年から、大通公園において道内市町村の出席による収穫祭「札幌大通ふるさと市場」を開催している。道内各地の特産品が一同に集まり好評を博しているが、札幌市民や札幌を訪れる観光客に対して、常時北海道の魅力を発信するためイベントのみならず、札幌の都心に常設の道産品販売店舗を設けることが求められていた。



2 事業内容（目的・目標・方策）

常時、北海道の魅力を発信することを目的として、平成20年12月に道産品アンテナショップ「道産食彩 HUG（ハグ）」を開設。

アンテナショップスペース「HUG マート」とイートインスペース「HUG イート」（平成21年2月開設）で構成。「HUG マート」は、道内市町村からの出品商品と道内生産者から直接仕入れた「顔の見える」商品を販売。野菜、果物、水産品、精肉、加工品、乳製品、米、菓子、麺類、非アルコール飲料、花き、雑貨など、旬の特産品約3,500品目を取り扱っている。「HUG イート」では屋台風の小規模飲食店（11店舗）が道産食材を活用した料理を提供。施設全体で北海道の魅力を発信し、道内各地の活性化、札幌都心部の活性化を図る。

また、出品市町村や北海道商工会議所連合会会員地域の観光情報等について、店内の地域情報コーナー「北海道このまち自慢！」においてパンフレットや特産品などを展示するほか、ポスター掲示や映像ディスプレイにて市町村紹介DVDを放映することで、実際にその土地に足を運んでもらうきっかけとなることを目標にしている。

施設の設置・運営は、札幌狸小路商店街振興組合役員が中心となり設立した「狸小路道産食彩協議会」が行い、札幌市が運営費の一部を補助している。



3 施策の開始前に想定した事業効果

札幌市が、道内の市町村と広域的に連携しながら、人の多く集まる都心部において北海道の魅力ある情報を対外的に発信していく「北海道のショーケース」的な機能を果たすことにより、北海道全体の集客交流・産業活性化に貢献し、190万人の札幌市民が率先して安心・安全な道産品を購入・消費するこ

とにより、道産品の地産地消を進め、北海道の一次産業の活性化に資することができる。

また、札幌狸小路商店街の空き店舗を活用することにより、商店街の活性化や、大通地区ひいては札幌都心部の活性化に資することを期待している。

4 導入にあたり工夫・苦労した点、課題、対処法など

市町村単位での出品の場合、商品のとりまとめなど出品市町村側の負担もかかること、季節によって商品の種類や品数にばらつきが出る可能性があることから、道内生産者との直接取引（個別出品）も併せて行うことにより、広く道内各地の特産品を通年で品数豊富に販売することが可能となっている。

出品者の負担軽減のため、通常は店のスタッフが販売を行うが、店内に設置したキッチンスペースや店頭において、出品者等が直接販売や試食提供をする催事を行うことにより、生産者と消費者が直接交流できる機会を創出している。



5 現在の成果・実績、今後の展開など

生産者の顔が見える安心・安全な道産品や、地域の隠れた逸品が購入できることから、当初予測を大幅に上回る多くの市民や観光客に利用いただいている。

また、販売価格は出品生産者が自ら決める仕組みであること、消費者の反応がダイレクトに伝わることで出品生産者にも好評で、取扱商品数はオープン時の約1,000品目から約3,500品目にまで増加している。

今後は、長期的に安定した収支見通し確保のほか、道内市町村情報の効果的な発信方法を検討し、多くの方が道内各地に足を運ぶきっかけを創出していく。



予算関連データ 札幌市

総額 ①～⑤の計		財源内訳(財源区分:①～⑤)				
		①国費	②県費	③起債	④その他	⑤一般財源
36,000千円		0千円	0千円	0千円	0千円	36,000千円
①～④の名称・所管等	名称					/
	所管					
	金額					
	補助率					