

ホーチミン等アジア主要都市での  
北海道マーケティング（ビジネス共同展開）事業

2013/09/15

任意団体「CREATIVE HOKKAIDO」  
北海道マーケティング総研株式会社

# What's COOL Hokkaido?

日本人のルーツである縄文人、そして北海道の先住民アイヌが長い年月をかけて培った動植物神、自然神、文化神など、自然や動物とともに生活し感謝し、畏れ生きるスピリットが、北海道には今も伝わっています。自然や他者との共生、「シェアとリミックス」こそクール・ジャパンの礎であり、辺境に心の根を張る北海道から次代と世界に発信するスピリットです。

北海道の大きな魅力は真っ白な雪に覆われる大自然と都市文化の「ミックス」です。しかし、世界がネットワークでつながった今、真っ白なキャンバス「北海道」をテーマに、そこに在る色だけでなく、多様なアジアの人々と一緒にさまざまな色が混ざり合い、「北海道」新しい色と絵が描かれることを目指します。



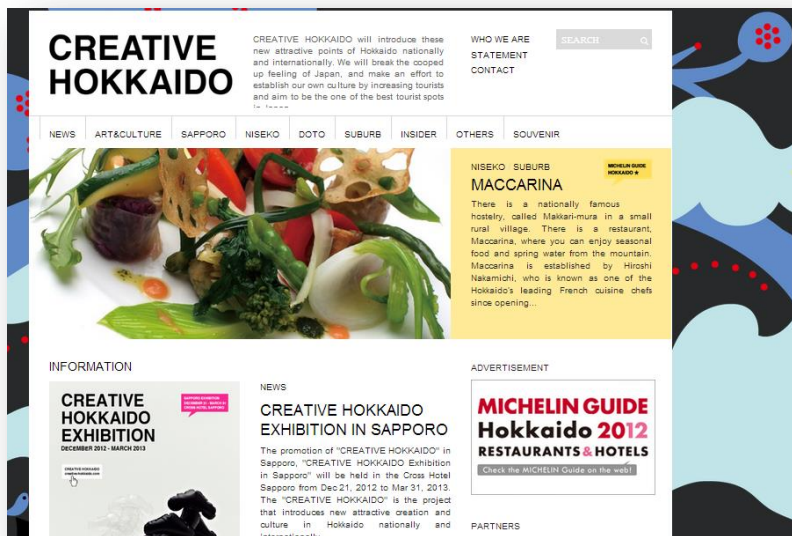
# 「CREATIVE HOKKAIDO」のこれまでの取組

## 「クリエイティブ北海道イン上海」(2011年4月)

- 主催 : ぐるなび、SHIFT、札幌ビズカフェ、JTB北海道、北海道新聞他
- 日時 : 2011年4月25日(月)
- 会場 : 上海市「Lao Ma Tou (老碼頭)」(黄浦区の新天地)
- 入場 : 入場無料、事前申し込み及び招待制
- 参加者 : 約200人(地元中国人150、メディア30、北海道から20)  
※招待者の大半は情報発信力のある80后(バーリンホウ)

## 「クリエイティブ北海道イン香港」(2012年12月)

- 名称 : 「Creative Hokkaido」
- 主催 : 「Asia-Sapporo Creative Meeting 戦略会議」
- 共催 : 札幌市・北海道運輸局・フード特区機構
- 香港アンバサダーオブデザインの旗艦プログラム「DETOUR」の一環として、北海道プロモーションを様々な会場でロングラン展開。06年からスタートした「DETOUR」は香港、アジア、世界の新進気鋭のクリエイターによる独創的で刺激的なイベントで、毎年、関連イベントも含め、200以上のプログラムに及び、5万人以上が来場した。



## 「クリエイティブ北海道インホーチミン」(2013年1月)



# プロジェクトのコンセプト

- クリエイティブな北海道の魅力をグローバルに展開するためのビジネスプラットフォームの構築を目指す
- 「海外ビジネス拠点(複合型の北海道モール)」×「海外向けメディアマーケティング機能」で実現する



海外ビジネス拠点  
リアル空間による  
マーケティング機能



海外コールセンター  
海外ネット展開  
海外メディア展開  
メディアによる  
マーケティング機能

## 場所や空間に依存しない北海道のショーケース、ビジネス拠点

- 外国人スタッフによるグローバル対応のコールセンター、アリババやFBによるビジネス促進、現地メディアとの提携によるコンテンツ発信など、海外へのマーケティングを北海道サイドからサポート可能な仕組みを作る。北海道だけでなく国内中小企業の海外展開を支えるプロフィットセンターとして機能することを目指す。
- 移住者が住みやすい開放的な風土、コールセンターとIT企業が集積する北海道だから実現できる仕組みと考える。コールセンターで育成した外国人材は北海道と現地のビジネスブリッジ役としての活躍が期待できる。

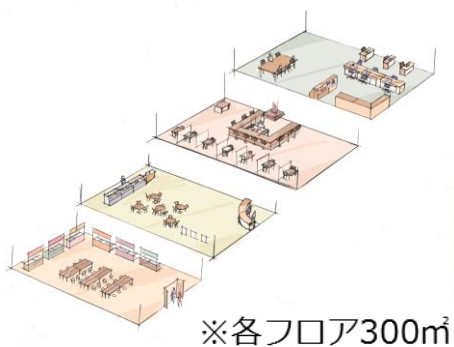
## 現地における北海道のショーケース、ビジネスプロデュース拠点

- クリエイティブな北海道の魅力やサービスを物理的に提供するビジネス拠点を東アジアやASEANの各都市に展開する。
- フードコート、アンテナショップ、ツアーデスク、共同オフィス、ヘルスケアモール、ギャラリー、スクール、オープンキッチンなどの機能を、現地の市場環境に対応して柔軟に組み合わせて展開する。若く意欲的な道内企業が海外に低コストでトライアル進出し、現地企業や人材とコラボしながらビジネスを本格展開していくための登竜門としての役割を果たす。
- 観光、食、ITなどのコンテンツに勝っている北海道だからこそ、現地での集客とビジネスのプロデュースを実現できると考える。



# ビジネス拠点(リアル空間)のイメージ

- 人気スポットにおいて、北海道のクリエイティブな魅力を複合したビジネス拠点「CREATIVE HOKKAIDO(仮称)」を開設し、高感度な若年層を中心に北海道ファンを拡散します。



※各フロア300㎡

- 1F:北海道屋台村
- ・トライアル&リサーチ出店フロア
  - ・ラーメン、豚丼、イタリアン等の単品
- 2F:北海道ブランドフロア
- ・Sweets café
  - ・食品Shop
  - ・ツアーデスク
  - ・デザイン、ファッション
  - ・越日サッカー交流の窓口的な機能
- 3F:高級寿司店
- 4F:オープンオフィス



こうした取り組みの他地域の参考事例としては、イタリアの食と食文化の体験と啓蒙を目的として世界各都市に展開される「Eataly(イータリー)」があります。日本では代官山に開設されています



## Food Mall

1F/3F

道産食材と北海道スタイルのイートインカフェ(80席程度)

寿司/スイーツ/ラーメン/フレンチ/イタリアン/ジンギスカン/スープカレー/バル/焼鳥/ビール/食材販売、等から5~7店舗程度の出店を見込む。1棟ごと運営管理



## Open Office

4F

低費用で現地に支店を置けるオープンオフィスを設置。情報収集、マッチング、プロデュース、インキュベーションを行う。



## Marche



高品質な道産食品の販売

## Shop

2F



クリエイティブな道産品の販売

# 多言語コールセンターによる中小企業のための海外ビジネス支援

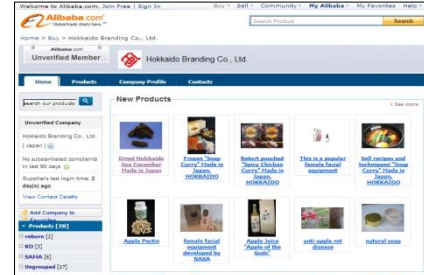
- コールセンターとITを徹底活用し、現地投入資源を極力抑えて、北海道からビジネスを直接に開拓、マネジメントします
- 道内企業だけでなく、海外に進出する国内中小企業の製品やサービスのサポート、ユーザー対応や販売促進を支援します
- コールセンター集積地の札幌にはすでに7ヶ国語対応のコールセンター、先進的なCTIやCRMサーバー、音声IP技術があります
- 海外人材をたくさん受け入れてオペレーターとして育て、北海道とのビジネスを橋渡しする人材として再び母国へ戻します
- 外国人を受け入れやすいオープンな風土、食や観光など高い人気を誇る北海道には、この構想を実現する条件が揃っています

## ① テレビ番組と連動したマーケティング



若者に高い人気を誇る「ホーチミンテレビチャンネル3」と連携して、北海道の魅力を伝えるレギュラー番組を放送し、北海道旅行や道産品も販売します。

## ② ネットと連動したマーケティング



アリババ北海道

## ③ 海外向け北海道ペーパーとの連動



バラバラに展開される北海道プロモーションもコールセンターが有機的に結んで大きな力を引き出すことができます



北海道Likers



外国人観光客向けのモバイルアプリ

トラベラー北海道

アジアの主要都市において北海道の魅力を伝えるアニュアルのフリーペーパーを発行していきます