

<海外経済交流推進事業>

① 今年1月、台湾高雄市で「旭川物産展」が開催された。私も日台親善協会のメンバーとして、現地で二日間、開催状況を視察させて頂いた。初めての開催ということもあり、担当部局のみなさんにおいては、様々なご苦労があったかと思う。

まずは、今回の物産展開催に至った経過と実施の目的、さらに開催にあたっての市の携わり方について伺う。

（経済観光部）台湾において、北海道は、観光地、また美味しく安心安全な食を提供する地域として大変人気があり、また近年外国人観光客として最多数の旅行者が安定的な推移で来道している。

そんな中、平成22年7月に日台親善協会が道内でもいち早く旭川に設立されたわけであるが、その日台親善協会から、市や物産協会、観光関連団体などへ、旭川市及び周辺地域の観光資源と地場製品の更なる知名度・イメージのアップ、認知度向上を目指した観光物産展を実施しようといった提案があり、関連団体の賛同のもと実施する運びとなった。

途中、東日本大震災による風評に対する懸念もあったが、いち早く多大な支援を頂いた台湾の方々への感謝と、北海道の観光及び食に係る風評払拭といったことも念頭に、市職員も実行委員会事務局の中核を担い、開催に向けた取り組みを進めてきた。

② 開催にあたって、市職員が実行委員会事務局の中核を担ったとのことであるが、費用的な負担もあったのか。

（経済観光部）この物産展を開催するにあたって、旭川物産協会、旭日日台親善協会、あさひかわ観光誘致宣伝協議会、あさひかわ海外経済交流推進委員会の4団体で「台湾市場拡大事業実行委員会」を立ち上げている。

本市としては、周辺自治体や経済団体も参画し、市長がトップを務めるあさひかわ海外経済交流推進委員会を通じて、事業予算額約610万円のうち151万円の負担を行うとともに、事務局に市職員が入り、各構成団体との協力・連携の中で、実質的な準備作業を進めていったところである。

③ 開催期間が1/19～1/30の12日間ということであったが、なぜこの時期に行うこととなったのか。また、開催場所として、台湾最大の都市・台北ではなく、南西部の高雄市を選んだ理由についても併せて説明願う。

（経済観光部）開催時期についてであるが、会場確保や出展企業募集、その後の商品輸出手配などの関係から、年度早々の開催は難しく、当初から秋以降の開催を考えて

いた。

さらに、9月から12月にかけては、北海道物産展が日本各地において開催される最盛期となり、この期間に出展企業を集めて、長期間台湾に赴くことが困難であることから、必然的に、平成24年の年明け、台湾の商戦時期にあたる旧正月を跨いだこの期間となったものである。

次に、開催場所についてであるが、本事業の全般的なコーディネート業務を担って頂いた方から、旧正月時期は、台北圏域に居住する多くの方が地元へ帰省してしまうので、逆に、帰省者も多く、人口約300万人の第2の都市・高雄市、さらにその中心部に位置し、良質な客層を持っている旧日系百貨店での開催を提案頂いたものであり、また、百貨店側からも是非開催して欲しいとの意向があったことから、今回の会場を選定したところである。

④ 開催結果はどうであったのか。また、その結果について、市ではどのような受け止め方をしているのか。

(経済観光部) こちらから持ち込んで販売した商品数は約190商品程になるが、台湾の方々にとっては目新しい商品も多数あり、品揃えにしても、会場の雰囲気・イベントにしても、来場頂いたお客様には全般的に好評であった。しかしながら、様々な要因により来場客数が伸びず、売上げ的には出展企業の期待に応えるまでには至らない状況であった。

今回の出展企業の半数が海外催事初出展であったが、終了後、多くの企業の方から「日本と台湾の人々の味覚の違い、売筋業品・売れない商品、物価、購買力などの確認ができた」「今後の台湾催事の出展・取引に係る関係者との接触ができた」「地元旭川における台湾観光客への対応に役立つ情報が入手できた」「日本とは違う環境での販売のための種々の工夫を試すことができた」など多くの前向きな意見を頂けたことから、台湾市場への理解の高まりと、併せて台湾をはじめとした海外展開に不可欠なモチベーションアップが図れたと考えている。

⑤ 開催期間中は旭川の観光PRも行われていたとのことであるが、どんな取り組みを行っていたのか。また、その効果について、どのような認識を持っているか。

(経済観光部) 観光PRとしては、「台湾第2の都市・高雄市の目抜き通りに面する百貨店壁面に数週間掲げられた大型懸垂幕と旭山動物園をイメージしたディスプレイ」「百貨店の顧客約3万人に配布されたダイレクトメールチラシ」「物産展会場内に設置したポスターやパンフレット、DVD動画モニター」「観光説明会」などにより露出を図ったところであり、旭川を強く印象づけ、圏域の認知度をさらに向上させる効果があったものと考えている。

また、先の震災による海外観光客の入り込み減からの回復にも、一定程度の寄与ができたものと考えているところである。

⑥ 先程来、話に出てきているように、開催に向けて準備が進められる中、3月11日に東日本大震災が発生し、これが道内観光にも大きな影響を及ぼしたわけであるが、風評などそういった部分での実際の現地の反応はどうであったのか。

(経済観光部) この度の物産展に来場されたお客様は、試食や商品購入をためらうことなくされており、北海道の観光や食の安全性について疑問を抱いているといった様子は見受けられなかった。また、出展企業からも当初懸念していた風評被害は感じられなかったと聞いている。

本市も、台湾などに向けた観光プロモーションを続けているところであるが、政府や各自治体、団体などによる種々のプロモーションや様々な情報が性格に伝達されているようであり、それが台湾からの観光客入り込みの回復にもつながっていると思われる。

⑦ 初めての開催と言うことで、いろいろと失敗や反省点もあったかもしれないが、学ぶこともたくさんあったのではないかと思う。

平成24年度も海外経済交流推進事業費として545万円を計上しているわけだが、今回の台湾での物産展開催も踏まえて、平成24年度はどのような取り組みを行っていく予定でいるのか。

(経済観光部) 物産展などの催事に参加するにしても、海外企業との取引を進めるにしても、まずは各企業によるビジネス環境の情報入手や現地におけるカウンターパートとの接触などの取り組みが不可欠である。また、そういった取り組みにより、各企業の海外展開に対するモチベーションアップが図られるものと考えている。

そういった中で、平成23年度は、企業とともに食品バイヤーとの商談会に参加した上で、物産展への出展・出品促進や物産展の開催、海外ビジネスセミナーなどを実施してきたほか、各団体・企業等による商談会やセミナーの開催情報やビジネスニュースなどを関連企業等に提供する取り組みを行ってきたところである。

平成24年度についても、引き続き、そういった取り組みを進めるほか、アジア諸国・地域から複数のバイヤーを招へいしての商談会開催による取引のきっかけ作りやビジネス情報入手の機会創出を図るとともに、圏域食品と圏域観光資源の美味しさや楽しさ、確かさ、安全性などを、更に各国・地域の人々に知って頂くことが、企業が海外で事業展開をする上で必要不可欠な素地であることから、そうしたPR事業についても、各団体、自治体、庁内の連携を通じて実施していく考えである。

⑧ 今年度の台湾での旭川物産展の開催についてはどのように考えているのか。

(経済観光部) この度の旭川物産展により、各企業のモチベーションや現地ビジネス環境のある程度の把握ができた。また、企業にとっても出展に必要なある程度の下地

ができたものと考えている。

この度の台湾における旭川物産展に興味を持って視察に来ていた他の百貨店バイヤーや企画企業等から、今時点において、他の物産展等への出展依頼が来ている企業もある。中には、もう既に出展を決めた企業もある。

そうした中で、平成 24 年度は、物産展出展の機会を企業等へより多く紹介するために、台湾を含めた各国・地域からのバイヤーを招へいした商談会の開催や海外における物産展の開催情報提供、出展調整に努めていく考えである。

私も現地を拝見させて頂いて感じたことは、台湾の方々も、北海道は知っているが、旭川の知名度・認知度がまだまだであるということであった。旭川市の知名度アップと観光資源・地場産品の更なる認知度アップは、本当に必要不可欠なことであると考ええる。

また、海外が相手と言うことで、国・地域ごとの輸出入の規制や決済リスク、言葉の問題や文化の違いなどもあると思う。グローバル化が進んだ現代において、企業ができるだけリスクを感じないで、海外において事業展開を図れる環境づくりを進めていくことが非常に重要であると考ええる。

すぐに効果が出る性質の事業ではないが、地場産品の海外市場への販路拡大は旭川市にとっても非常に大きな課題であり、引き続きその土壌づくりにご尽力頂きたい。