

新型コロナウイルス感染症が長期化する中、道では、道民の皆さまや事業者の方々に
対し、ライフスタイルやビジネススタイルの変容を促し、北海道全体で感染リスクを
低減させ、事業継続やビジネスチャンスの拡大につなげていく「新北海道スタイル」を
推進しています。

この取組の一環として、この度、コロナ禍において様々なアイデアや工夫によって
新たなビジネスを実践している道内の30事業者の方々にヒアリングを行い、事例集
「新北海道スタイル～ウィズコロナ・ポストコロナに対応したビジネスモデル～」
として取りまとめました。

本冊子では、①新事業展開 ②新製品・新サービス ③デジタル化 ④多様な働き方
⑤地域連携の5つのテーマに分類し、事業者ごとにコロナによる影響やウィズコロナ
に対応した取組、今後のポストコロナを見据えた展開についてご紹介しています。

新たなビジネス展開やビジネスチャンスの獲得に向けて、本冊子が多くの事業者の
方々のご参考になれば幸いです。



道では、道の支援制度について取りまとめたガイドブックを製作し、
ホームページに掲載していますので、ご参照ください。

<北海道経済部経済企画局経済企画課ホームページ>
<https://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/kks/120239.html>



新北海道スタイル

～ウィズコロナ・ポストコロナに対応したビジネスモデル～

事例集



INDEX:目次

テーマ I 新事業展開

- 01 株式会社APRグループ(札幌市中央区) 「すすきの」の魅力を新規事業で創出!
- 02 株式会社FULLCOMMISSION(札幌市北区) トライアンドエラーで掴んだ新たなビジネスの可能性
- 03 株式会社プレミアム北海道(札幌市中央区) コロナ禍の影響が大きい旅行業を軸に新事業へ進出 多角化へ
- 04 株式会社あおいSORA(旭川市) 雇用確保のため縁のなかったベーカリー部門に進出!
- 05 株式会社ゴーゴーカンパニー(苫小牧市) 居酒屋は大打撃 客回復を目指して他業態を積極的に展開
- 06 有限会社さと水(江差町) コロナ禍で事業転換 ～居酒屋からレストランへ～
- 07 株式会社膳(利尻町) 離島のハンデを強みに変える! 「利尻」の魅力を活かした宿泊事業を展開
- 08 株式会社高橋工業(別海町) 地域を守り 地域を創るコンテナハウス事業を展開

テーマ II 新製品・新サービス

- 09 株式会社SHARE(札幌市中央区) コロナ禍のピンチから新たなニーズをつかみ新サービス展開
- 10 株式会社トリパス(札幌市清田区) 高い技術力を生かした製品開発で販売力アップ!
- 11 株式会社宮文(札幌市中央区) 創業から112年 確かな技術と厚い信頼でコロナを乗り越える!
- 12 株式会社ニッコー(釧路市) 「人」から「デジタル」中心の企業活動へ
- 13 有限会社ルモンド(留萌市) ネット通販をフル活用して留萌から全国へお届け!
- 14 北日本スカイテック株式会社(北広島市) 農業機器の販売と技術指導による人材育成でマーケットを拡大
- 15 一條製麺(新ひだか町) 名物「チャーメン」ブランド化に向けて攻めの札幌進出

テーマ III デジタル化

- 16 アイビック食品株式会社(札幌市東区) 食のDX拠点の整備により 顧客サポート・新市場への進出を効果的に推進
- 17 株式会社光生舎(札幌市東区) 顧客ニーズに寄り添った非対面・非接触サービスの提供
- 18 竹栄株式会社(札幌市中央区) 無人アパレル店舗を始めとした型破りなビジネスでアパレル業界に変革を!
- 19 ボードレス・ビジョン株式会社(札幌市中央区) 医療現場で培われた遠隔コミュニケーションツールに異業種・異分野も注目!
- 20 株式会社ムラタ(札幌市厚別区) 対面販売にとどまらない! 老舗メガネ店が挑む新サービス
- 21 滝澤ベニヤ株式会社(芦別市) オンライン商談会を活用し海外販路を拡大

テーマ IV 多様な働き方

- 22 株式会社279(札幌市西区) コロナ禍を契機として完全テレワーク型住宅介護事業所を設立
- 23 株式会社ワイズスタッフ(北見市) テレワークの徹底導入で優秀な人材を確保
- 24 株式会社ルピシア(ニセコ町) 新たな働き方を模索して本社を東京からニセコに移転
- 25 保育園留学推進協議会(厚沢部町) 新しいワーケーションのあり方「保育園留学」

テーマ V 地域連携

- 26 平岸ハイヤー株式会社(札幌市豊平区) 目指す先はタクシーを核とした「地域のプラットフォーム企業」へ
- 27 一般社団法人YOSAKOIソーラン祭り組織委員会(札幌市中央区) 地域が安心・納得するコロナ対策を徹底した大規模イベントの開催
- 28 株式会社函館フーズプランニング(函館市) 食を通して函館の価値を高めるため地元企業と連携して商品開発
- 29 十勝シティデザイン株式会社(帯広市) ワーケーション対応はもちろん 地域と連携した「体験価値」を提供
- 30 一般社団法人木古内公益振興社(木古内町) コロナ禍で顧客ニーズを再分析し高評価を獲得

「すすきの」の魅力を新規事業で創出！



株式会社APRグループ

<https://apr-inc.net/>


札幌市中央区

●1978年設立 ●従業員150名
飲食店事業、BAR事業、ラウンジ事業、人材派遣事業、不動産事業、飲食デリバリー事業食材卸売事業、食品製造事業、スイーツ小売事業、ベーカリーカフェ事業、EC販売事業、海外事業

相次ぐキャンセルにより
売上が9割減の店舗も

2020年2月中旬、同社が札幌市内で経営する25店舗の居酒屋には、予約をキャンセルする電話が相次ぎました。売上が例年比で9割減となる店舗もあり、大量の食材在庫を抱えることになりました。さらに、タイで展開していた3店舗の居酒屋は、ロックダウンにより長期間の休業が強いられるなど、厳しい経営状況が続いたことから、急ぎ新たな取組を実施する必要がありました。



まず、この街の喜びになる。
SUSUKINO
BREWING

また、同社のホームタウンである「すすきの」とそこで働く人々を応援する＝エールを送るため、クラフトビール醸造のクラウドファンディングにも着手。地元メーカーと共同で開発した「すすきのえーる」は、北海道産の原材料に徹底的にこだわり、フルーティーな味わいがクラフトビール愛好家から好評で、売上は順調に伸びています。直販だけでなく、札幌市内で卸販売を実施するまでに至り、新たな業態への足がかりになっています。



すすきの発のクラフトビール「すすきのえーる」

イートイン利用の減少を補うため
新規事業を次々と展開

同社では、イートインによる売上減少を補うため、寿司や焼き鳥といった特色ある6店舗での営業に限定したほか、テイクアウトやキッチンカーによる販売、ランチ営業など、コロナ禍において新たな事業に挑戦しました。中でも、順調に売上を伸ばしたのが寿司のデリバリー事業で、青木社長は、「飲食店として、取引先から仕入れを継続していたことがデリバリーという新たな事業の創出につながった」と語ります。



飲食デリバリーサービス

地域づくりにつながる攻めの経営

同社は、「すすきのの愉しいを未来につなぐ」をミッションに掲げ、すすきの地区の活性化に向けた事業展開を進めています。コロナ禍で誕生したデリバリー事業を強化するため、2022年9月、最新の冷凍設備を備えた食品工場を札幌市内にオープンする予定です。また、ネット通販やカフェ、ホテル、ウェディング、アパレルなど、事業の多角化も進めています。ビアホール「すすきのブリューイング」もその取組の一つで、これまでOEM製造していたクラフトビールを自社で製造するための準備が進んでいます。



代表取締役社長 青木 康明 様

企業から
ひとこと

当社の企業理念は、「『すすきの』と、ともに」。すすきので小さな焼き鳥店を開業してから今年で44年目を迎えます。コロナ禍で、新たなサービスの創出が求められるなか生まれたデリバリー事業は、今後も積極的に展開し、当社のPRにもつなげていきたいと考えています。全ては、コロナが収束したときにお客さまから選ばれるお店になるため、日々努力を重ねていきます。

2022年7月8日 取材

トライアンドエラーで掴んだ
新たなビジネスの可能性

株式会社FULLCOMMISSION

<https://f-commission.com/>


札幌市北区

●2011年設立 ●従業員10名
不動産企画開発事業、国内事業、海外事業、人材紹介事業

コロナの影響で宿泊事業の
売上はほぼゼロに

同社は“世界中の旅人に「ローカル」との出会いを”というコンセプトのもと、北海道のほか、ベトナム・タンザニア・メキシコで7店舗のホテルを運営していましたが、コロナ禍となり宿泊客はほぼゼロとなりました。



札幌北口エリア開業にした新築無人ホテル「TENTOTEN」

既存のホテルをワーケーションやマンスリー住宅等として活用を始めましたが、落ち込んだ売上の確保と収益を維持するには至らず、新規事業の検討を行うこととしました。

数多くの試行錯誤を経て
不動産リノベーション販売に行き着く

同社が保有する資産や資源、長所といった「アセット」を洗い出し、社員で新規事業を検討したところ、具体的な事業プランが20以上集まりました。その全てにチャレンジし、多くは失敗や断念せざるを得ませんでしたが、このうち、中古住宅のリノベーション販売が軌道に乗り、「札幌リノベーションスタジオ」として事業化することができました。



“世界中の旅人に「ローカル」との出会いを”がコンセプトのホテル

山崎社長は「運営しているホテルも自分たちでリノベーションしていたため、ノウハウを数多く持っていた。その経験を活かせた」と語ります。

現在の主な購入層は20～30代で、オシャレなデザインや機能がニーズにマッチし、リノベーション事業を始めて2年目となりましたが、売上はコロナ禍前の宿泊事業の売上を上回るほど順調に伸びています。

会社のアセットを活かせる
第三の収益源の創造を

「札幌リノベーションスタジオ」の事業拡大はもちろんのこと、宿泊業では、コロナ禍で独自開発した無人チェックインシステムによる省人化・無人化による体制を強化し、“世界中の旅人に「ローカル」との出会いを”という人とコミュニケーションを取れる旅のスタイルのコンセプトに徐々に回帰するため、準備を進めています。



代表取締役社長 山崎 明彦 様

今回、リノベーション事業で収益を確保できたことにより、コロナ禍の危機を乗り越えることができました。この経験を活かし、当社のアセットを活かせる第3の収益源となるような新事業を、社員全員で考え続けていきます。

企業から
ひとこと

コロナ禍となり、宿泊業など市場規模が縮小している場でいくら新しい取組を続けても多くの労力を要するだけで経営に与えるインパクトは小さいことが分かり、結果的にコロナ禍は新事業を創り出そうと考え直す良いキッカケになりました。会社や社員が持つノウハウや人的資源を最大限に生かし、可能性を模索し続けることが大切だと考えています。

2022年6月21日 取材 2

コロナ禍の影響が大きい旅行業を軸に 新事業へ進出 多角化へ



株式会社プレミアム北海道

<https://www.premium-hokkaido.com/>



札幌市中央区

●2015年設立 ●従業員6名
プレミアム旅行の企画手配、LOHABO不動産事業、豆葉・粉末豆乳・麻辣味噌の製造販売 等

コロナ禍によりインバウンド事業はゼロに

影響は非常に大きく、旅行部門の売上は9割減、富裕層向けインバウンドは2020年からの2年間ゼロになりましたが、旅行業は地震といった災害等の影響も受けやすいことから、コロナ前から多角化が必要との思いがありました。

こうして「豆葉(加熱した豆乳をにがりで固め、シート状に圧縮した大豆食品)」に関する事業が動き出した時にコロナ禍が起きました。

以前から準備をしていた豆葉事業により 新事業加速

この大豆関連事業を選んだのは、健康食としてのトレンド、SDGsの視点からみても大豆産業への期待度の高まりを見据えていたためですが、同社の豆葉は厳選された北海道産大豆100%を用い、「粉末豆乳」と「麻辣味噌」と同様に外部の製造協力を得て商品化しました。

自社ブランド食品としてオンラインショップでの販売も2020年9月より開始しましたが、コロナ禍で販売は逆に加速しました。また、2022年5月には豆葉等を使ったメニューを提供する飲食店「北豆印商店」もオープンしました。



豆葉等商品

「LOHABO」事業によるワーケーション支援

あわせて「LOHABO(ワーケーション施設等の提供)」事業も始めました。コンセプトは「LOHAS」な働き方と生き方を提供するもので、札幌や白老等の施設に加え、遊北民(キャンピングカー)も提供しています。



LOHABO施設

現在はワーケーションが中心ですが、いずれインバウンド需要が復活したら、これら施設を転用したいとも考えています。

今後は旅行業1本だけでなく 旅行業を軸に新事業を展開

既存の旅行事業のスタッフの雇用は維持し、今後の復活が望まれるインバウンド受け入れに備えています。以前は旅行業1本での経営でしたが、今後は豆葉をはじめとする大豆やLOHABO等複数の事業で展開していきます。



代表取締役 張 相律 様

企業から
ひとこと

豆葉について、今回導入した本場である中国の製造機械は、渡航制限もあって対面での商談やテスト等が難しい状況でしたが、「先行者利益」を見込んで導入しました。このような状況では経営のスピード感も重要だと考えています。

2022年5月25日取材

雇用確保のため 縁のなかったベーカリー部門に進出！



株式会社あおいSORA

<https://aoi-sora.co.jp/>



旭川市

●2020年設立 ●就労継続支援A型事業所(利用者35名)
ベーカリーショップ運営、入力作業、インターネット販売、アクセサリなどのハンドメイド商品作成・販売、物流作業、民泊清掃業務

インバウンド等の急激な落ち込みにより 民泊清掃がほぼゼロに

会社では、就労継続支援A型として民泊清掃を請け負い、開所当初の業績は順調に推移していましたが、コロナの影響によってインバウンド等の利用がなくなり、一時は売上が9割減と大きく落ち込みました。心身に障がいのある10代から60代までの利用者35名の雇用を確保するためには、新たな事業展開を急ぎ検討する必要がありました。

新業態「ベーカリー部門」への挑戦

会社では、民泊清掃で落ち込んだ収益を確保するため、業種・業界を問わずに情報収集を行ったところ、「冷凍パン生地」を取り扱うメーカーとのつながりができ、新たな業態としてベーカリー部門への進出の検討を始めました。佐々木社長は、「コロナがなければ新事業を始める踏ん切りはつかなかった。また、利用者が一般企業へ就職するためには、コミュニケーションを取る経験を積むことが重要であると考えた」と語ります。



新商品開発の風景

2店舗目のパン店をオープンし 接客業務を拡大へ

会社では、近隣の商業施設から声がかかり、旭川市内に2店舗目のパン店の開業に向けて準備を進めています。また、民泊清掃の需要回復に備え、利用者への指導・サポート体制を強化し、コミュニケーションを取る経験を積んだ利用者の一般企業への就労につなげていきたいとしており、将来的には、人材確保に課題を抱える企業や就労支援事業者に対し、人材紹介や事業展開に関する提案も視野に入れていきます。



代表取締役 佐々木 正人 様(左)
専務取締役 大村 一歌 様(右)

企業から
ひとこと

コロナ禍で新たな事業を始めるのは、かなりの勇気が必要で、多くの労力を要することから、当社では、地元の業種・業界の方々に相談し、多くのアドバイスをいただきました。パン店を開業できたのも、事業者同士のつながりがあったからこそその取組であると言えます。これからも雇用や事業などの機会創出の好循環が生まれるよう、地域と連携しながら積極的に取り組んでいきます。

2022年6月7日取材 4

居酒屋は大打撃 客足回復を目指して 他業態を積極的に展開



株式会社ゴーゴーカンパニー

<https://standfactory55.com/>



苫小牧市

●2010年設立 ●従業員16名
居酒屋「港町トマコマイ ゴーゴー食堂」、キッチンカー販売「スタンドファクトリー」等の運営

100席の居酒屋は影響が非常に大きく 売上も未だ戻らず

同社は、苫小牧市で「港町トマコマイ飲食街ゴーゴー食堂」を運営していますが、100席を擁する大型の居酒屋で、特に2020年6月を過ぎたあたりから客足が急減し、大きな影響を受けました。休業・時短営業をはさみながらも現在まで営業を続け、売上は徐々に回復してきましたが、以前の水準までには戻っていません。

「待ち」の居酒屋から客先へ「出向く」キッチンカーへシフト

居酒屋の売上の落ち込みは非常に大きく、早くからテイクアウトなどを模索していましたが、お客さんに来てもらうのを待つだけでなく、自らお客さんの元へ出向くことができるキッチンカーを導入しました。キッチンカーでは、居酒屋で評判の良かったタコ焼きなどのメニューを大型スーパーやイベント等で販売し、会社全体の業績アップにつなげました。



スタンドファクトリー

キッチンカーの販売店を開業し 事業を加速化

鈴木社長は、キッチンカーを購入した大阪のディーラーから「道内で販売代理店をやるのか」と打診され、即決。2021年に「スタンドファクトリー」という店舗を構え、キッチンカーの販売を開始しました。キッチンカーの購入者の中には、初めて飲食業に携わる人も多いことから、単にキッチンカーを販売するのではなく、販売場所や食材の仕入れ先の確保など、事前事後の相談にも乗って積極的にサポート。鈴木社長のトータルプロデュースが話題を呼び、本事業を軌道に乗せました。



同社で販売しているキッチンカー

コロナを逆手に取った事業展開と 攻めの投資へ

近年、キッチンカーは、街のイベントや企業のプロモーションなどの目玉として注目を集めており、鈴木社長は、高まる需要に応えるため、出店要請の受け皿となる業界団体「KAJ (KITCHENCAR ASSOCIATION JAPAN)」を設立しました。キッチンカー事業を一過性のブームでは終わらせず、地域に貢献しながら業界の発展を目指すべく活動を続けています。



代表取締役 鈴木 正人 様

企業から
ひとこと

当社では、「コロナを言い訳にしない！」を合言葉に、攻めの経営に挑戦しています。本業の居酒屋「ゴーゴー食堂」は、2022年6月、釧路市にフランチャイズ店をオープンします。コロナに立ち向かっていくためには、経営者の想いやアイデアをいくつ「カタチ」にできるかにかかっていると。コロナが収束するのを待つのではなく、積極的に新事業にトライすることが重要です。

2022年6月13日 取材

コロナ禍で事業転換 ~居酒屋からレストランへ~



有限会社さと水

<https://www.satomiweb.com/>



江差町

●2001年設立 ●従業員3名
レストラン事業

居酒屋の売上が激減しテイクアウトでのカバーも不十分

同店は、江差町内で20年間居酒屋を経営してきましたが、コロナ以降客足が遠のき、さらには休業・時短営業等によって売上は大きく減少しました。このため、テイクアウト&デリバリー専用のメニューを準備し、イートイン以外での料理提供をスタート。当初はまずまずの売上が確保できましたが、減少した売上をカバーするほどには至らず、先々の経営に不安を抱えていました。



居酒屋からレストランへ業態を変更

同店では、店舗の老朽化などもあって、コロナ前から移転の構想はありましたが、コロナ禍となって飲酒目的を中心とした業態を再検討し、2021年、新店舗への移転に伴い、国の補助事業を利用して居酒屋からレストランへ事業転換しました。



ベニズワイ蟹コロッケ

レストランでは、特別な日の「コースメニュー」に加え、これまで培った「創作和食」の技術と「地場食材の仕入れルート」を生かした「創作和洋食アラカルト料理」を展開。食事は

けでも、また、料理に合う酒類も用意しビストロのような楽しみ方ができるようにしたほか、檜山振興局のサポートにより、横浜の有名パティシエを招へいして食事に合うデザートを開発。試行錯誤の上、ペイクドチーズケーキやガトーショコラなどの新商品が完成し、来店客からも好評です。

「レストラン Satomi」としてのブランドを広めたい

旬の地元食材を使った美味しい料理を食べてもらいたい、記念日に普段とは一味違った料理を食べてもらいたいとの思いから、コースメニューや和洋創作アラカルト料理を用意しています。



店主 佐藤 伸吾 様

同店は、食事の提供をメインにしていることから、かつては実施していた酒類の飲み放題プランを提供していません。佐藤店主は、「料理をしっかりと味わってほしいというのが一番の思い。酒類中心から料理中心の店への転換を意識したサービスの提供を行っていきたい。また、飲み放題プランがセットされていた時の食べ残しなどのフードロスも防いでいきたい。」と熱く語ります。

同店では、今後も新しい商品づくりを積極的に行い、地元江差でしか味わえない食の提供にこだわりを持ち、SNS等を活用して情報発信を行いながら「レストラン Satomi」のブランドを広めていきます。

企業から
ひとこと

コロナ禍に翻弄された中での業態転換でしたが、居酒屋とレストランでは違う経営のノウハウが必要であるため、開業の前後は知人や家族に知恵を求め、一つ一つの課題をクリアしてきました。現在は、居酒屋を営んでいたときと比べて宴会・会食需要が激減し、売上も回復はしておらず、業態転換が成功したとは言えない状況です。世の中の生活様式が変化し、需要が変わったことを踏まえての「新しい飲食モデル」を模索し「withコロナの新しい飲食スタイル」を作り集客改善を目指します。これからは地元産の食材を使った料理を多くのお客さんに提供し、喜びと感動を提供できるレストランでありたいと思います。

2022年6月10日 取材 6

離島のハンデを強みに変える！ 「利尻」の魅力を活かした宿泊事業を展開



株式会社膳

<http://rishiri-zen.jp/>



利尻町

●2017年設立 ●従業員5名
漁業、水産加工業、宿泊業

本業である漁業・水産加工業は大打撃

同社では、本業の漁業とあわせて、高価格帯の浜ゆで毛蟹や塩水うに、利尻昆布といった水産加工品を観光客向けに販売していましたが、コロナの影響で売上は大きく減少しました。特に、海外クルーズ船の寄港がなくなり、乗船客向けの売上がゼロになったほか、外食控えが続いたこともあって京都の料亭やレストランへの納入も減少しました。



ネット通販の強化により売上確保



「オンラインストアでの販売」

同社は、対面販売による売上減を補うため、ネット通販を強化しました。以前は、送料が高くつくことからあまり力を入れていませんでしたが、「家飲み」などの需要増加と「非接触」の宅配に対する消費者の意識変化もあり、売上が伸びました。

企業から
ひとこと

当社では、コロナ前から6次化を目指していましたが、コロナによって各種の取組や体制整備のスピード感が増したように感じています。6次化の根幹にあるのは「郷土愛」です。多くの人に利尻へ来てもらい、その魅力を肌で感じてもらえるよう、これからも積極的に新しい事業に取り組んでいきます。

2022年6月21日取材

地域を守り 地域を創る コンテナハウス事業を展開



株式会社高橋工業

<http://www.takahashi-kouyou.com/>



別海町

●1956年設立 ●従業員12名
空調調設備工事、給排水衛生設備工事、防災設備工事、建物施設メンテナンス・保守点検

建設工事の発注減による売上減少と 資材価格高騰のダブルパンチ

同社は、建設工事の発注減少に伴い、設備工事関係の受注件数が減少し、売上も落ち込みました。また、ウッドショック(木材不足、輸入価格の急上昇)や原材料の高騰、原油価格の上昇による輸送コスト増も重なり、厳しい状況が続いています。

コロナ禍でコンテナハウスへの問合せが急増 新たにコンテナサウナも



コンテナハウス スムノア(外観)



コンテナハウス スムノア(内観)

同社は、酪農地帯で働く人たちのQOL(生活の質)向上を第一の目的として、2019年からコンテナハウス「スムノア」を新事業として着手しました。スムノアは、コンテナの中にバスやトイレ、キッチンなどを備えた運搬可能な住宅で、災害時の仮設住宅や宿泊施設としても対応が可能であることから、自治体と防災協定を締結し、導入が進みました。コロナ禍では、地元の農業従事者だけでなく、他地域の

事業者からの問合せも急増しました。さらに、アウトドアとサウナブームの到来も相まって、2021年12月、スムノアの技術を応用した「コンテナサウナ」を別海町内のキャンプ場に設置するなど、事業を拡大しています。



2022年10月頃に開業予定の「コンテナホテル」(中標津町)

「コンテナホテル」による省力化の実現と 災害対応の充実

同社では、2022年10月、中標津町内に14棟のコンテナハウスからなる「コンテナホテル」の開業を予定しています。コロナ禍で注目されている「非対面・非接触」であるほか、一般的な住宅のように骨組みから作る必要がないことから、人手不足が叫ばれる建設業界においても省人化・省力化につながり、建設コストも大幅に抑えることができます。コンテナホテルも運搬が可能で、災害時の活用も見込めることから、高橋社長が「災害時の不安な時間を少しでも安心して過ごせるような施設を人々に提供したい」と語るように、コンテナホテルが地域を守ることにもつなげたいとしています。



代表取締役社長 高橋 宗靖 様

企業から
ひとこと

当社にとって、コロナは、これまでの取組を振り返り、新たなビジネスを考察する契機となりました。地方では、労働力不足や過疎化が深刻な問題となっていますが、地方の市街地に住環境を整えることが、結果的に人口流出を止めるキッカケになるのではないのでしょうか。当社では、これからも「地域に人が残る仕掛けづくり」を積極的に行い、ビジネスチャンスにつなげられるような取組を行ってまいります。

2022年6月14日取材 8

コロナ禍のピンチから 新たなニーズをつかみ新サービス展開



株式会社SHARE

<https://www.sha-re.jp/>



札幌市中央区

●2011年設立 ●従業員122名
フィットネスジム、オンラインパーソナルトレーニング指導、ボディメンテナンスサロン、はりきゅう整骨院、リハビリ特化型サービス、脳梗塞後遺症リハビリセンターの運営 等

コロナ禍による休業・会員離れ 再開の目途が立たない小規模ジム

コロナ感染拡大防止のため、2020年4月から約2か月間、運営している全てのフィットネスジムの休業を余儀なくされ、この間、会員離れが続きました。また、同社が運営している施設の中で、小規模でスペースが狭い店舗は、密集回避の観点から再開の目途が立たなくなりました。

オンライントレーニングの実施により 新たな需要を獲得

休業期間中にオンラインによるパーソナルトレーニングのシステムを構築し、2020年5月に試験的に実施、同年9月から「スマホフィット」として本格的に事業を開始しました。



どこでもパーソナルトレーニング「スマホフィット」

このプログラムはコロナ禍による会員離れを防ぐために始めましたが、日本語で指導を受けたい海外在住の日本人や、外出しづらい育児中の主婦などの、思いも寄らない新たなニーズの掘り起こしにつながりました。現在は専属トレーナーを配置しフル稼働中です。

さらに、同社では、オンライン指導のノウハウを活かして地方の自治体が発注する健康増進・介護予防教室事業等を受託しています。

少人数を対象とした高単価のサービスを展開

同社では、密集回避の観点から再開の目途が立たなくなっていた小規模ジムの一部を、少人数向けの脳梗塞後遺症専門リハビリセンターに改修しました。



脳梗塞後遺症リハビリセンター

通院終了後も後遺症の改善のために同様のリハビリを求める人たちの要望をかなえたいという思いから始めましたが、健康保険適用外のため高額なサービスであるにも関わらず好評を得ており、2022年7月には小樽にも拠点を設けて事業展開する計画です。

オンラインを活用した 医療周辺サービス事業を拡大

「スマホフィット」は運動習慣がある人々が主な対象ですが、今後は、医療機関等と連携して、運動習慣のない糖尿病予備軍を対象とした食事指導とパーソナルトレーニングをセットにしたオンラインでの生活習慣改善サービスにも力を入れていく方向です。



代表取締役 佐伯 輝明 様

また、脳梗塞後遺症に悩む人々やその家族が少額で参加できるオンラインサロンを展開していきます。サロンでは、自宅でのセルフリハビリの紹介や、サロン参加者同士の交流を図り、リハビリの継続意欲の維持・向上や後遺症による社会的孤立の解消を図ることを目指しています。

企業から
ひとこと

健康寿命を延ばすためには、日ごろの正しい食生活や適度な運動が重要です。しかし、ヘルスケア業界ではそのような指導を行える人材が不足しています。今後は医療機関等と連携し、人々の健康寿命を延ばす指導ができるトレーナーの育成、輩出をしていきます。

高い技術力を生かした製品開発で 販売力アップ！



株式会社トリパス

<https://tripath.co.jp/>



札幌市清田区

●1961年設立 ●従業員82名
板金加工、機械加工、塗装の一貫受託加工、アウトドア製品の開発および販売、金属製品のデザイン開発、OEM/ODM生産

コロナ禍の工事ストップで受注数が減少

コロナの流行期は、取引先の工場が操業を停止し、同社の本業である板金製造・加工部門の売上は、例年比で3割以上減少する月もありました。また、板金の原材料価格の高騰に加え、顧客開拓やルートセールスなどを対面による商談を基本としていたこともあり、法人営業の機会も大幅に減少し、収益的に厳しい時期が続きました。



コロナ前から準備していた “新製品”が注目の的！

同社では、多くの人に金属加工品を楽しんでもらう「タノシメタル」というコンセプトのもと、高い技術力を活かした商品開発と販売を行うアウトドアギアに関する新事業「TRIPATH PRODUCTS」を2019年4月に立ち上げました。コロナ禍では、製品の売上が減少していましたが、三密を避けられるアウトドアが次第に注目されるようになり、同社の高い技術力によって製造された焚き台などの製品は、斬新で無骨なデザインが主に20～40代の男性



ガーデニングブランド「TRIPATH NIWA CLUB」

ユーザーの心をつかみ、道内外だけでなく、台湾や香港といった海外からも引き合いがあるなど、販路を拡大しています。

また、杉本社長が「ウィズコロナ時代は、新製品開発の契機」と語るように、2022年4月、新たにガーデニング製品「TRIPATH NIWA CLUB」を展開し、ガーデニング分野にも新たな風を吹き込んでいます。

社員の“やる気”が原点！ 新製品開発とブランド展開

同社の板金製造・加工部門では、対面で実施されていた商談会が依然として回復しない現状を踏まえ、若手社員がポータルサイト「BANKIN LABO」を立ち上げました。これが、自社の製品や提案事例を食品や医療等の分野ごとに紹介するB to B商材となり、同社への相談や問合せが増加。営業機会の創出にもつながっています。



代表取締役 杉本 光崇 様

実は、自社ブランド「TRIPATH PRODUCTS」も社員の発案による企画。杉本社長が「社員には、伝統技術の習得にとどまらず、新しいことにも積極的に挑戦してもらいたい。仕事のやりがい新しい着想にもつながると考えているので、会社として全力でサポートしていきたい」と語るように、今後も人材の育成に力を入れ、質の高い製品づくりを目指します。

企業から
ひとこと

当社では、「少数の人たちに刺さる製品」を造っており、コロナ禍であっても、先人から受け継いできたものづくりの精神は変わらず、社員の柔軟な発想が加わることで、これまで以上にクリエイティブな板金製造・加工を行っていかないと考えています。

コロナ禍では、特にSNSを活用した情報発信が重要であると考えているので、自社製品を国内外に向けてPRする「金属創造会社」となれるよう、日々取り組んでいます。

創業から112年 確かな技術と厚い信頼で コロナを乗り越える！



株式会社宮文

<http://www.miyabun.com/>



札幌市中央区

●1910年設立 ●従業員35名
刃物専門店

インバウンド客がゼロになり売上が大幅に低下

同社では、コロナが拡大するまでは、インバウンドによる売上が全体の15%を占めていましたが、コロナ以降はその売上がゼロになりました。さらに、国内客の売上も15%ほど落ち込んだため、トータルで30%の売上ダウンとなりました。その影響から、2021年の決算は創業以来初の赤字となりました。

宮文の原点である「研ぎ」に注目し 道内各地で出張サービスを提供

コロナの影響による来店客の減少から、同社の強みである「研ぎ」に着目し、道内各地を訪問して包丁研ぎサービスを提供する自動車「研ぎカー」を導入しました。それまでも、イベントや展示会に出展し、研ぎサービスを実施することがありましたが、コロナを契機に自分たちでその機会を作り出すことにしたのです。



スーパー店頭出張サービス

「研ぎカー」は、道内のスーパーを中心に稼働し、当初は、30～40丁/日の依頼を想定していましたが、サービスを開始すると予想を上回る100～150丁/日の依頼があり、店舗売上の減少をカバーしています。研ぎサービスは、お客さんが同社の店舗まで行く手間が省け、気軽に利用できるこ

とから評判も良く、今後、成長が期待できるサービスと考えています。

サービス拡大を考える上での課題は、研ぎ師の育成です。「研ぎカー」の営業は、現在5人体制で行っていますが、いずれも60代以上で最高齢は84歳です。手で研ぐだけでは半年ほどの修行で技術を習得できますが、機械を使った研ぎの技術は習得するのに多くの時間がかかります。



熟練のスタッフによる包丁研ぎ

ネットを活用した新しいサービスにチャレンジ

インバウンドの早急な回復は難しいことから、同社では、世界中のどこからでも来店しているような感覚で購入できるサービスを提供するため、3Dバーチャルを活用したECサイトの開設を目指しています。包丁や刃物のほか、キッチン用品もラインナップに加えたサイトは、2022年9月にオープンする予定です。

また、研ぎサービスの新しい形として、日本郵便のクリックポストを活用した宅配型サービスを準備しており、サービス提供に向けたホームページ作りを進めています。



代表取締役 宮本 隆一 様

企業から
ひとこと

当社は、明治34年に兵庫県で創業し、昭和2年に狸小路に店を構えた老舗です。先々代、先代が培ってきた技術と信頼が集客のベースになっています。コロナで売上は大きく落ち込みましたが、これからも「親切」「正直」「誠実」の3Sをモットーに、お客さまに信頼されるサービスを提供していきます。

2022年6月14日 取材

「人」から「デジタル」中心の企業活動へ



株式会社ニッコー

<https://www.k-nikko.com/>



釧路市

●1977年設立 ●従業員96名
食品・水産・食肉・農産の省人省力化機械設備の企画、開発、製造、販売

海外向けの商談機会がほぼゼロに

2020年の売上高はそれほど大きくは落ち込まなかったものの、2021年は例年比で2割程度減少する月もありました。また、中国やベトナム、ロシアをはじめとした海外への輸出事業は、ロックダウンなどの影響で商談の機会が大幅に減少し、厳しい状況が続いています。



産業ロボット教育施設「北海道ロボットラボラトリー」

また、同社では、自社のノウハウを生かした「人材育成サービス」を提供できる機会でもありと捉え、産業用ロボットの特別教育施設「北海道ロボットラボラトリー」を開設しました。道内機械メーカーとして初となるこの施設は、これまでロボットと縁がなかったサービス業・観光業・農業・酪農業・建設業等、慢性的な人手不足が続いている業種に対してもアプローチし、ロボットを扱える人材育成の場を提供しています。

広い分野を見据えた人材育成と市場拡大

同社では、新たな事業の展開に向けて、AI(人工知能)やIoT(もののインターネット)の活用に取り組んでいます。

佐藤社長が「デジタル化が世間一般に浸透してきたことにより、製造業の特定の分野のみでロボットが使用されているという認識が変わり、幅広い業種においてロボットを活用する時代がきている」と語るように、同社では、今後、製造業以外の業種においてもロボットが導入されることを見込み、ロボットのより専門的な知識と高度な技術が学べる人材育成カリキュラムを充実させ、各産業が抱える課題の解決を目指します。



代表取締役社長 佐藤 一雄 様

道内機械メーカー初の 産業用ロボット教育施設

生産年齢人口の減少に加え、コロナ禍では外国人技能実習生の入国ができなくなり、人手不足が深刻化しました。特に、水産加工業においてその影響が大きく、生産量を維持するためには機械化が必要であると考え、企業からの問合せが増加しました。佐藤社長は、「機械の導入によって省人化が進み、生産性向上やコスト削減につなげられたという声を聞き、手応えを感じている」と語ります。



「北海道ロボットラボラトリー」にて使用される機械の一例

企業から
ひとこと

道内のあらゆる企業は、コロナ禍や生産人口減少を受け、事業活動の中心が人からデジタルへ移行せざるを得ない環境になるのではないかと考えています。戦後77年経ち、今まで築いてきた人中心の業務体質をデジタルへ移行することは並大抵のことではありませんが、前向きに考えると、デジタル化を進めることで既存事業の生産性や価値を大幅に向上させられるチャンスであるとも捉えられます。DXの推進によって効率化・省人化を図りながらお客様への価値を創造し、チャンスに繋げていくよう取り組んでいきます。

2022年7月7日 取材 12

ネット通販をフル活用して 留萌から全国へお届け！



有限会社ルモンド

<https://lumond.jp/>



留萌市

●1976年設立 ●従業員12名
菓子製造、販売、オンライン販売

土産品需要の減少と原材料価格高騰の ダブルパンチ

コロナ以降、同社では、特に観光客とビジネス客の店舗利用が減り、売上が減少しました。

2020年の売上は例年比で微減でしたが、2021年は土産品の需要が落ち込み、売上が3割以上減少する月もありました。現在は人の流れが戻りつつありますが、原材料価格の高騰といった新たな要因も発生しており、厳しい状況が続いています。



店舗看板(ロゴとマーク)

新商品を開発し ケーキ専門の通販サイトへ出店

同社では、店頭における売上減少を補うため、2021年5月からケーキ専門の通販サイトに登録し、販売を開始しました。このサイトでは、商品を冷凍した状態で発送する必要があったことから、解凍しても味や風味が落ちないケーキを試行錯誤の末に開発。また、数あるショップの中から自社を選んでもらうため、商品の「見た目」にも徹底的にこだわり、掲載用の写真もプロのカメラマンに依頼して撮影するなど、



オンラインショップで販売されている「おひるねくまのくわちゃんホールケーキ」

工夫に工夫を重ねた結果、徐々に注目されるようになり、現在では全国から注文を受けています。

自販機を活用して 留萌の食をPR

松村社長が「留萌の美味しいものを自動販売機で販売し、地域を知ってもらうきっかけを作りたい」と語るように、地元の水産加工業者と連携し、自動販売機「ナニコレ?!自販機」を道の駅にも設置しました。留萌特産のかずの子やホタテの炊き込みご飯のほか、同社が自販機専用で開発した「固すぎるプリン」は、味だけでなくユニークなネーミングも話題を呼んでいます。



「ナニコレ?!自販機」と固すぎるプリン

地元企業とのタイアップで商品の魅力UP

同社は、増毛町の酒蔵とのタイアップにより、日本酒にも合うチーズケーキ「酒粕みるくチーズ」を開発するなど、地元企業との協力を強化し、同社でしか購入できない希少性ある新商品や新事業を積極的に展開しています。今後は、地元の果樹園ともタイアップしたスイーツの開発や飲食事業の新規開業など、地域の活性化につながる取組を継続していきます。



代表取締役社長 松村 泰年 様

企業から
ひとこと

今後は、地域の人口が徐々に減少し、店舗への来店者数も先細りすることが予想されるため、当社では、ネット通販に注力し、お客さんが直接来店されなくても当社の商品を楽しんでいただけるような事業展開を進めていきます。「美味しい」ことはもちろん、商品にかかる菓子職人の想いもしっかりと届けられる「地域を代表する菓子店」を目指します。

2022年6月20日 取材

農業機器の販売と技術指導による 人材育成でマーケットを拡大



北日本スカイテック株式会社

<https://k-sky.co.jp>



北広島市

●1989年設立(親会社のサングリン太陽園は1917年創業) ●従業員14名
産業用無人航空機、散布ボートの販売・メンテナンス、産業用無人航空機のリース・レンタル、請負散布業務、その他農業用資材販売、スカイテックドローンスクールの運営

コロナ以降視察・面談・商談の機会が 大幅に減少

同社は、2018年にスマート農業の発信基地として「TECHNOLOGY FARM 西の里」を整備するなど、事業が順調に推移していましたが、年間2,000人ほどいた施設や試験圃場への視察や面談による商談がほとんどなくなり、また、「産業用無人ヘリコプター養成スクール」の受講生も減少し、新たな取組の必要性を感じていました。



ドローン

新たなマーケティング手法の確立と 農業に限定しない利用の拡大

視察や商談が減少しても、農業における省力化やスマート農業化へのニーズは非常に高く、2020年からは、搭載量の大きな「マルチローター(2つ以上のローターを搭載したドローン)」のシェアリングサービスの実証を開始しました。この実証活動では、それぞれの地域でどの程度のニーズがあるのかを把握すること、また、試験的に使用してもらうことで機体販売につなげることを狙いとしています。



ドローンスクール 屋内フライト場

また、ドローンの普及拡大に向けて「スカイテックドローンスクール」を開校。北海道では唯一のDPA(ドローン操縦士協会)認定校で、撮影用の小型ドローンから農業散布用の大型ドローンまで、様々な機体の教習ができる屋内外施設を有しています。現在は、「ドローンサッカー」などのエンターテインメントのほか、建設、道路・橋梁管理など、農業に限らない業種・分野からの受講者も増加しています。

「安全・安心」を前提とした 人材育成とマーケット拡大

同社では、確かな技術と丁寧な教育に裏付けられた「安全・安心」を前提とし、ポストコロナに向けた人材育成に注力しています。特に、2022年12月からは、ドローン操作が国家資格になることから、自社スクールはもちろん、酪農学園大学との産学連携による「ドローン教習コース」の開設(2022年3月)、SAC(スマート農業共同体)を通じたハイテクノロジー専門学校のスマートアグリ学科へのサポートなどを行っており、これらを通じたオペレーターなどの人材育成と将来的なマーケット拡大につなげることを目指しています。



執行役員 営業事業本部 事業本部長 白川 勇 様

企業から
ひとこと

コロナによって、求められる事業スピードが大きく変わりました。業界内での競争激化も予想されますが、大学などとの連携も含めた「教育」を強化して、人材育成はもちろん、マーケットの拡大と他社との差別化を図ります。

2022年6月1日 取材

名物「チャーメン」ブランド化に向けて 攻めの札幌進出



一條製麺

<https://dairiyu.com/>



新ひだか町

●1990年設立 ●従業員25名
製麺業・冷凍製造業、「中華料理大龍(新ひだか町)」、「北海道チャーメン総本店(札幌市白石区)」運営

予約キャンセルが相次いで宴会はゼロに 一時休業へ

コロナの影響により「中華料理大龍(新ひだか町)」の売上は減少、特に夜の宴会は一時ゼロとなり、2020年のゴールデンウィークは休業にまで追い込まれました。テイクアウトにも力を入れましたが、売上の穴埋めまでには至りませんでした。

「非接触」の販売強化と冷凍食品の開発

店舗売上が苦戦したことから、テイクアウトとは別にネット通販の強化や大手スーパーの宅配システムとの連携などを図りました。このため冷凍食品などの開発を強化し、現在は冷凍チャーメンのほか、餃子や春巻、シューマイなどを自社製造しています。

従業員の雇用も、こうした取り組みが功を奏し、店舗から物販への配置換えなどにより雇用調整をせずにすみました。



チャーメン等の通信販売

※チャーメン：ひだか海岸部や稚内、岩内といった港のある地方で広まったソウルフードで、炒めた中華麺の上に野菜や魚介などの具材を入れたあんをかけたものを提供しています。

「チャーメン」ブランド強化のための 攻めの札幌進出

店舗の売上減こそありましたが、地元客がメインで製麺業も手がけていたことから深刻な状況までには至らなかったこともあり、逆に少し時間的余裕がある今こそ札幌進出のチャンスと捉えて2022年3月に姉妹店「北海道チャーメン総本店」を札幌市白石区に出店しました。

この出店の狙いは、あくまでもチャーメンの知名度向上とブランド化にあることから、価格設定は「中華料理大龍(新ひだか町)」と同じで、チャーメンに絞ったメニュー構成としています。これにより、少人数での運営が可能な店舗設計が実現し、経営は軌道に乗っています。



チャーメン

チャーメンのブランド化と 多店舗展開の実現・両立に向けて

チャーメンのブランド化に向けては、特にSNSを中心に効果的な情報発信を展開するほか、引き続き店舗経営と物販(冷凍チャーメン等)の両面を強化していきます。

店舗に関しては、札幌店の経営が順調なこともあり、同店をパッケージ化して、より収益性にこだわった多店舗展開も視野に入れています。



代表 一條 忠春 様

企業から
ひとこと

コロナがなければ、札幌への新規出店や物販に力を入れることはありませんでした。コロナをチャンスと捉え、これからも名物「チャーメン」をもっと多くの人に知っていただくため、ブランド化に向けた様々な取り組みを進めていきます。

2022年6月17日 取材

食のDX拠点の整備により 顧客サポート・ 新市場への進出を効果的に推進



アイビック食品株式会社

<http://ibic.info>



札幌市東区

●2002年設立 ●従業員50名
食品製造業

コロナ禍により主要顧客である外食チェーン・ 飲食店が窮地に

アイビック食品は「どんなタレでも作ります」をスローガンに、業務用の調味料や加工用原料の生産・販売を得意とし、累計3,000種類以上の開発・製造実績を誇っています。

同社では、コロナの影響を大きく受けた外食チェーンや飲食店などへの販売ウエイトが比較的高かったことから、受注減による売上減少が顕著となりました。

食のDX拠点「GOKAN」により 効果的に商品開発と情報発信を実施

主要得意先である外食チェーンや飲食店の多くがコロナの影響により経営状況が悪化する中で、同社では、こうした顧客へのサポートが不可欠との認識のもと、各店のメニューを小売店等で販売できるよう、一般消費者向けの商品開発を進めています。

また、同社ではコロナの影響に伴い、得意先との密度の濃い打ち合わせや、リアルでの商談会、実演プロモーションなどが実施困難になっている状況などを踏まえ、食のDX拠点施設「GOKAN」を2021年9月に設置しました。ここでは、大型デジタルサイネージや香り発生装置など人間の五感を刺激する最新設備が整備されており、得意先との商

GOKAN
北海道の食のDX拠点

北海道 食 DX

「北海道の食のDX拠点」として
食に関わるすべての人・企業・地域のHUBとなる施設に
「五感(視覚・聴覚・嗅覚・触覚・味覚)」を刺激する様々な体験を

談や商品開発などのほか、調理実演などもYouTubeなどでライブ配信ができるようになっています。

急成長しているアウトドア市場に向けた 商品展開

同社の商品のほとんどはOEMでしたが、今後は自社商品の開発も積極的に進めたいと考えており、現在は、コロナ禍で急成長しているアウトドア市場に着目しています。グループ会社に釣り具・アウトドア関連の商品を取り扱う(株)アイビックがあり、業務のシナジーも期待できることから、アウトドア向けのブランド「DELBE」を立ち上げ、商品を開発・販売しています。



青空ゴチ飯ブランド「DELBE」シリーズ

GOKANを活かし海外展開も強化

GOKANを最大限活用し、OEM商品の開発をはじめ、アウトドア市場向けの自社商品の開発や情報発信を強化していきたいと考えています。また、同社では輸出ビジネスも強化したいと考えており、タイ、台湾などへの商品展開においてもGOKANを効果的に活用していきたいと考えています。



常務取締役営業本部長 渡辺 真人 様

企業から
ひとこと

当社は営業部門と開発部門が同じフロアにあり、顧客含めて一体となった商品開発を行っています。その場で味を確かめたり、改良したりとスピーディーな展開がウリであり、GOKANの機能を含めて他社にはない付加価値の提案を今後とも手掛けていきます。

2022年6月15日 取材

顧客ニーズに寄り添った 非対面・非接触サービスの提供



株式会社光生舎

<https://www.koseisha.com/>



札幌市東区

●1956年設立 ●従業員500名
クリーナース(集配クリーニング)、COCO(女性スタッフの集配クリーニング)、クリーニングピュア(洗濯代行、24時間受け渡しシステム等)、リネンサプライ、リースキン(ダストコントロール、クリーンサービス等)事業 等

コロナ禍によりクリーニング需要減

主に個人を対象としたクリーニングは、外出自粛や在宅勤務等のリモートワークが増加したことで、ワイシャツやオシャレ着を着用する機会が大幅に減少し、売上は落ち込みました。

また、ホテル等のリネン類のクリーニングは、ホテル等での宿泊が大幅に減少。打撃を受けた同部門の売上は大きく減少しました。

非対面・非接触サービスの開発

コロナ禍において、非対面・非接触のサービスをユーザーに提供するため、同社のシステム開発部が専用アプリ「モッテッテ」を独自に開発しました。モッテッテは、「玄関先に洗濯物→集配→玄関先に納品」をWeb上で行うことができる画期的なサービスで、ユーザーが店舗を訪問し、対面で受付を行う(別の客がいたら待たされる)といったユーザー側の手間を大幅に改善したことが評価されています。このアプリは、2021年10月から稼働し、2022年3月からはCMも放映されたことで、会員数も順調に伸長。現在もより便利に利用してもらえるよう、改良を続けています。



「モッテッテ」の概要

また、2021年11月からは、道内で初めてとなる「24時間受け渡しシステム」を導入。これは、24時間好きなときに洗濯物を預けて受け取れるサービスで、専用バッグに洗濯物を入れて預かりボックスに投函するだけ。このシステムは、札幌市内の4店舗で展開されていて、主に都心で働くビジネスパーソンからの利用が急増しています。また、対面による接客を軽減できることから、人手不足が慢性化している同業界の省人化・効率化も期待されています。



お客様のニーズに合った新サービス

都市部と地方では、ユーザーのニーズが異なることから、札幌中心部では「24時間受け渡しシステム」を始めとしたサービスの拡充、地方では、要望に応じて高齢者等を対象としたお手伝いサービス・洗濯代行等を更に展開していきます。



代表取締役 高江 智和理 様

企業から
ひとこと

「コロナ前の状況には戻らない」という認識のもと、時流をつかみ、ユーザーのニーズを的確に捉えることが何よりも重要です。

2022年5月24日 取材

無人アパレル店舗を始めとした型破りな ビジネスでアパレル業界に変革を!



竹栄株式会社

<http://www.yuk-sports.jp/>



札幌市中央区

●1928年設立 ●従業員40名
衣料製造卸業、インターネット販売、子ども写真館、フードシェアリングサービス、会員制アパレル無人店舗

コロナ禍による外出用衣料品の需要減

外出自粛や在宅勤務等のリモートワークが増加したことで、外出着を着用する機会が大幅に減少し、売上が落ち込みました。世間では、飲食業界や観光業界の影響が目が行きがちですが、同じくらいアパレル業界にも影響があると感じています。

近々では、製造元である中国のロックダウンにより、衣類の仕入に影響が出ています。

また、この無人店舗では、商品の補充や清掃などを短時間で行うことができるため、将来的には人材不足や後継者不足で悩んでいる取引先に対して、無人店舗運営のパッケージ販売やコンサルタントにつなげていきたいと考えています。



札幌市内の有名店のパンも買えます

24時間営業の無人アパレル店舗運営

コロナを機に、以前から計画していた24時間営業の会員制無人アパレル店舗をオープンしました。

入店するためには会員登録が必要になりますが、非対面・非接触で、他のお客様の目が気になる方、日中の営業時間に買い物ができない方等、様々なライフスタイルに合わせた利用が可能であることが評価され、売り上げ・会員数も順調に伸びています。



会員制アパレル無人店舗

同社では、大手通販サイトで子供服を中心に販売を行っていますが、ネット販売では実際に商品を触ることができないので、無人店舗での販売を通して、オリジナルブランドの発信やネット販売の相乗効果などに今後つなげる意向です。

大量廃棄への問題意識から 新しいサービスを展開

同社では、無人アパレル店舗運営のほか、大量の衣料品廃棄が出ている現状への解決として、子ども服のリユース活動や、食品廃棄削減に向けた新たな取組「フードシェアリングサービス プラスフード」などを通して、ライフスタイル全般に関わるサービスを提供していきたいと考えています。



代表取締役社長 竹田 尚弘 様

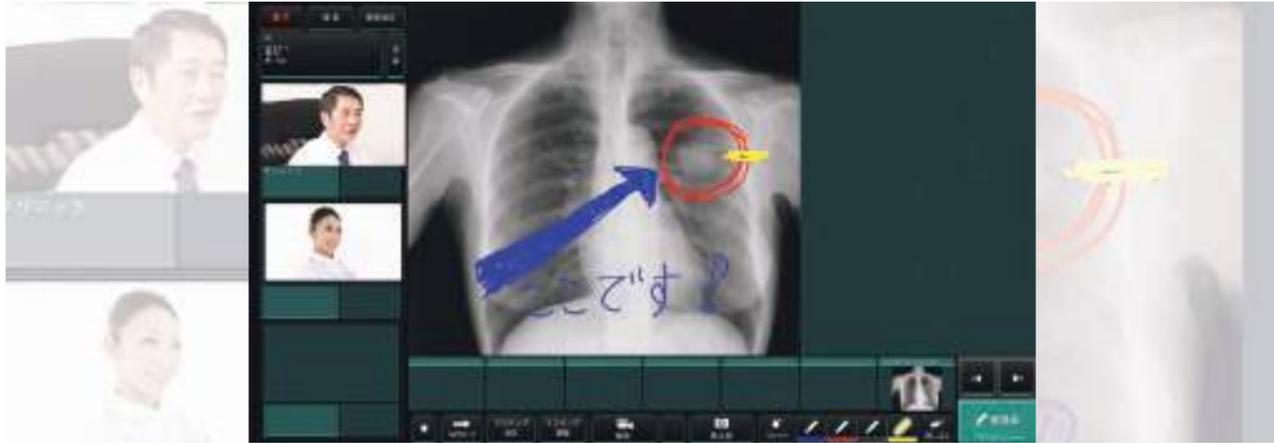
コロナ前までは、本業である卸販売が高い売上割合を占めていましたが、一極集中にならないよう事業分散し、今後は北海道の原料を使用した道内製造アパレルを販売するというプロジェクトを始めるなど地域性の高い商品を展開していきます。

企業から
ひとこと

無人店舗の運営など、今までは非常識と思われがちだった事に価値が生まれているように、コロナを契機に事業スピードが加速し、低単価で疲弊しているアパレル業界が変わるチャンスだと考えています。本業以外の取組は、一見バラバラに見えますが、ライフスタイルという面でつながっており、これらの取組からどうシナジーを起こし、いかにブランディングしていくかを考え続け、将来的には自社ブランドの製造・開発・提供を拡大していけるように取り組んでいきます。

2022年5月31日 取材 18

医療現場で培われた遠隔コミュニケーションツールに異業種・異分野も注目！



ボードレス・ビジョン株式会社

<https://blv.co.jp/index.html#main>



札幌市中央区

●2016年設立 ●従業員3名

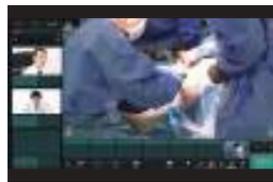
クラウド型双方向コミュニケーションシステム「Kizuna Web」、手術映像記録システム「OperaVision」の開発・販売

コロナ禍による移動制限で医療技術の指導が困難に...

海外メーカーが開発した医療材料の普及は、その医療材料を熟知した海外の医師を招へいし、国内の中核的な病院の医師が行う手術に立ち会って使い方を伝授する技術指導から始まります。そして、技術を習得した医師が起点となり、他病院の医師に伝達することで国内に技術が普及していきますが、コロナ禍による移動制限により海外からの医師招へいが非常に困難になりました。

医師のニーズを取り込んだ双方向型コミュニケーションシステム

人々の移動が制約を受ける中、医療分野においては、同社の「Kizuna Web」の活用が一段と進みました。その1つが、遠隔による医療技術指導で、タイムラグのない、滑らかで



Kizuna Webイメージ

高画質な動画、複数の画像の表示等によって、海外にいる医師から日本の医師への技術指導を実現しました。

また、オンライン診療では、稚内市の総合病院と礼文町の診療所を結び、産婦人科医が診療所の外科医に胎児のエコー検査の指示を的確に行い、鮮明な動画・画像によって

妊婦の顔色や表情を確認しながら問診することができました。離島でありながらも、自宅近くの診療所で健診を受けられることが大きなメリットで、妊婦から好評を得ています。

コロナ禍を契機として広がる「Kizuna Web」の用途

佐々木社長は、「コロナ禍で人々の移動制限・移動自粛が続き、遠隔でのやりとりに対する抵抗感が薄れてきた」と語ります。事実、患者の自宅と病院を結んだりハビリ指導、救命救急車両から受け入れる病院の医師への患者の状態の伝達等、医療・介護分野において更なる活用が進められています。



代表取締役 佐々木 春光 様

さらに、異業種・異分野からの問合せが増えています。例えば、住宅メーカーでの複数のショールームを結んだ顧客へのプレゼン、英会話教室での大人数による遠隔授業等、医療分野以外からの引き合いも急増しています。

今後は、外国人観光客の増加が見込まれる中、訪日時における診療に対応するため、病院（医師、患者）と遠隔地にいる通訳者を結ぶ「Kizuna Web 通訳コール」を更に強化し、円滑かつ正確な診療につなげられるよう、外国人観光客と医師をサポートしていきます。

企業からひとこと

今後は、医療分野のみならず、在宅介護における健康指導支援、社会の現場と教室を結んだ授業といった学校教育等、遠隔でのコミュニケーションが必要とされる様々な場面で活用してもらおうため、Kizuna Webの普及を図っていきます。

2022年5月20日取材

対面販売にとどまらない！老舗メガネ店が挑む新サービス



株式会社ムラタ〈メガネのプリンス〉

<https://www.mega-pri.co.jp/>



札幌市厚別区

●1963年設立 ●従業員295名

眼鏡販売事業等

海外店舗はロックダウンにより売上が大幅減

営業時間が縛られる大手量販店内店舗に加え、軌道に乗っていたベトナムとマレーシアの海外店舗においては、ロックダウン等の措置が取られ、来店者が皆無となり、売上が大幅に落ち込みました。また、外出自粛や在宅勤務等のリモートワークが増加したことにより、コンタクトレンズを着用する機会も減少し、関連商品の売上也減少しました。

道内企業初！「AI診断ツール」の導入で非対面化

内間木社長は、「コロナ禍で、どうすれば安心して来店いただけるかについての考えを深めるきっかけとなった」と語ります。同社は、いち早く「新PRINCEスタイル」を打ち出し、店舗内消毒の徹底やタブレットを使った商品説明等、非接触型サービスを充実させました。



Megapriオンラインショップ

同社では、人工知能(AI)が顔の輪郭や髪型等からお似合いのメガネを提案する「AIパーソナル診断ツール」を道内企業で初めて導入。対面接客が当たり前だったメガネ業界に

新風を巻き起こし、非対面を実現したこのサービスは、幅広い世代からの支持を得ました。そして、コロナ禍の2022年1月からは、オンラインショップ内にも拡大し、オンライン+診断ツールの活用によって、フレームの微調整以外はオンライン上で完了することができるなど、非対面・非接触によるサービスを更に推進しています。



パーソナルイメージ診断

最新技術を活用した顧客サービスの提供へ

同社では、顧客への丁寧な接客を基本としつつも、時代の流れを的確に捉え、「DX」や「IoT」を活用した新たなサービスの提供により、非接触・非対面を中心としたサービスの向上を目指しています。例えば、「バーチャルリアリティ(VR)」を活用することによって店舗と顧客の自宅をつないだりリモート検査や「メタバース(バーチャル店舗)」上でコミュニケーションを取ることで商品が購入できるといったプロジェクトを視野に入れ、省力化・省人化にも注力していきます。



代表取締役社長 内間木 義勝 様

企業からひとこと

コロナによって、安全・安心な商品を顧客へ提供するという原点に立ち返り、特に衛生面に関しては、より徹底するよう、社員一同認識を改めました。コロナが完全に収束しないウィズコロナ時代において、商品販売を通じて地域のために何ができるかを考え、多くの方々にメガネを楽しんでいただけるよう、今後も新たな取組に挑戦していきます。

2022年6月2日取材 20

オンライン商談会を活用し海外販路を拡大



滝澤ベニヤ株式会社

<https://www.takizawaveneer.co.jp/>


芦別市

 ●1936年設立 ●従業員54名
 合板・単板製造業

輸出商品の販売に取り組むも海外での展示商談会が中止に

同社では、新たな商品としてペーパーウッドなどの小物やインテリア製品の企画販売に取り組み、海外市場を中心に展開してきました。2016年から海外で行われる展示商談会に積極的に出展し、ニューヨーク近代美術館などのミュージアムショップを中心に販路を拡げてきました。しかし、コロナの感染拡大を受けて、2020年には海外の展示会が中止となり、インテリア製品の輸出は約20%減少しました。



アメリカで一番人気のペーパーウェイト「koishi」

オンライン商談会を通じてアメリカ市場を拡大コスト面のメリットや成約率アップ

海外との商談機会を確保するため、2020年と2021年にジェトロ主催のオンライン商談会に参加し、アメリカとフランスのバイヤーと商談を行いました。オンライン商談会を通じて販路を拡大したことで、2021年にはアメリカを中心に輸出額が回復しました。アメリカでは、高額のプレゼントを買う時にミュージアムショップやセレクトショップで選ぶ傾向があるので、そう



パリで行った展示会の様子

木材産業は衰退産業と思われがちですが、環境産業と組み合わせることで多様な展開が可能です。当社では、SDGsが提唱される前から環境に配慮した取組を続けてきました。さらに、インテリア製品など、住宅・家具以外の木材の新しい価値を広める商品展開にも取り組んでいます。このような取組を通じて木材産業の地位や印象を高めていきたいと考えています。

したニーズをターゲットにしています。オンライン商談会に参加するメリットは、出展に伴うコストと時間を節約できること、商品に興味を持った人とのみ商談するので、リアル商談会よりも成約率が高いことです。

また、コロナがもたらしたウッドショックにより、ロシアや中国から輸入している原木が入りづらくなっており、国産材の活用が求められるようになってきました。そこで、現在使用していない樹種を使った商品提案にも力を入れ、将来的には国産材100パーセントを目指したいと考えています。

インテリア製品の新たな市場開拓環境に配慮した取組の継続

アメリカ市場はオンライン商談でも一定の成果が出ているので、今後もオンラインを中心に商談を進める予定です。一方、インテリア製品等の市場として新しく開拓していく台湾・香港・シンガポール・ドバイなどでは、現地に赴いて商談しバイヤーの反応や評価を得たいと考えています。



代表取締役 瀧澤 貴弘 様

これから本格的に展開する国内市場では、市販品ではなく企業の記念品などノベルティ市場を狙う予定です。

また、工場では、木材を研磨機にかけると大量の木粉が発生します。この木粉を活用した3Dプリンター用加工材料の研究開発に参画して、廃棄される木材の有効活用に取り組んでいます。

コロナ禍を契機として完全テレワーク型居宅介護事業所を設立



株式会社279

<https://279279.net/>


札幌市西区

 ●2021年設立 ●従業員11名
 居宅介護支援事業

感染拡大により介護福祉施設での事務作業が困難に

コロナの感染拡大により休業に追い込まれるデイサービス施設等が多数発生しました。当時、介護福祉施設でケアマネージャー(ケアマネ)として勤務していた小谷代表も感染防止のため施設に出入りができなくなり、十分な職務環境にない自宅で事務業務をせざるを得ない状況になりました。

このような経験を通じ、テレワークの必要性を痛感して、「新たな居宅介護支援事業所のカたち」を模索しました。

働き易く効率性の高い完全テレワーク型の居宅介護支援事業所を目指して

小谷代表は、感染症拡大の影響を受けづらく働きやすい事業所の実現を目指し、ケアマネの経験がありICTにも精通している次田代表とともに、コロナ禍の2021年4月に「完全テレワーク型居宅介護支援事業所」を設立しました。設立にあたり、ケアマネの移動が自宅と利用者宅との往来だけで済むように、電話やFAX、報告書の作成等の事務作業や社内会議等を全てスマホやパソコンを使って自宅でするシステムを構築しました。また、ケアマネのレベルアップにも力を入れており、道内外から講師を招いてオープンセミナーを定期的に開催しています。



オンラインセミナーの開催案内

実は、ケアマネの仕事は、一人でやる業務が多いことから、孤独に陥りがちな職種といわれます。そこで、同社では、チャットの活用による職員からの相談の随時対応に加え、

対面による懇談の場づくり等によって職員一人一人をサポートし、ICTを活用しながらも、人と人が直接触れ合い、つながりを実感してもらうことを心がけています。

そして、ケアマネ資格者の中には、育児や親の介護等によって働きたくても働けない人たちがいます。こうした人材に活躍できる場を提供するため、同社では、働く日数や時間帯、受け持つ利用者数等の要望に柔軟に対応して働きやすい環境を整えています。

コロナ禍でも「働き方改革」を実践しながら業務を進めたことで、人手不足が深刻な業界にもかかわらず、同社のケアマネ数は増加し、利用者数も順調に推移。さらには、医療機関からの相談等、問合せが増えていきます。



同社職員の集合写真

完全テレワーク型の仕組みを全国に広めていきたい

同社のこうした取組は、道内外の介護事業者から注目され、名古屋、大阪、福岡等からも講演を依頼されています。小谷代表は、「多くの方々に我々の取組をまねてもらい、徐々に広げていくことで介護業界全体の底上げに貢献したい」と語ります。

現在、同社に所属しているケアマネは札幌圏のみですが、完全テレワーク型居宅介護の仕組みを存分に活かし、今後は、道内各地、さらには道外にも広げることを目指しています。



(左)代表取締役 次田 芳尚 様 (右)代表取締役 管理者 小谷 修一 様

テレワークの徹底導入で優秀な人材を確保



株式会社ワイズスタッフ

<https://www.ystaff.co.jp/>


北見市

●1998年設立 ●従業員120名
地域企業へのテレワーク導入セミナー開催、ワーケーション事業の企画・運営、オンラインセミナー、ハイブリッド型セミナーの運営支援サービス 等

※グループ会社には、テレワーク・在宅勤務のコンサルティングを行う「株式会社テレワークマネジメント」(2008年創業、従業員数13名、オフィスは北見、東京、奈良)があります。<https://www.telework-management.co.jp>

コロナにより テレワーク化が加速

同社は、コロナ前からテレワーク受託業務をしており、コロナ禍でテレワーク化が進むにつれ競合他社が増えたことで受託数に多少の影響があったものの、ウェビナーやワーケーション支援事業の件数が増えました。グループ会社の「テレワークマネジメント」では、コロナ前から企業向けのテレワークコンサルティングをしており、コロナ禍でテレワークの導入が加速化したことで、各企業がこれまで見えなかった課題に対するコンサルティング件数が増えました。

同社は完全テレワーク バーチャルオフィス化

同社は、創業当時から「ネット上に会社をつくる」ことを目標に掲げてきました。コロナ前は一部の社員がオフィスに出勤していましたが、コロナ禍で完全テレワークとなりました。約10年前からバーチャルオフィス化にも取り組んでいたため、社員間のコミュニケーションが取りづらいといった課題はありませんでした。また、ペーパーレス化も以前から実践していたため、スムーズに完全テレワークに移行できました。

地方自治体のワーケーション支援

コロナ禍でワーケーション事業を開始する自治体が増えたことで、同社では、その支援件数が増えました。コロナ前から北見市のワーケーション事業支援をしており、2022年2月には、「テレワークを学ぶ合宿in北見」というワーケーション関連イベントを開催しました。田澤社長は、「ワーケーションは受入施設ありきではなく、企業のニーズに合った企画づくりの方が重要で、このイベントのように来てもらう理由や魅力まで提案する必要がある」と語ります。



テレワークを学ぶ合宿in北見

今後テレワーク継続の有無で大きな差が開く

コロナが落ち着き始めると、テレワークをやめ、オフィス勤務に戻る企業が多い一方で、完全テレワーク化に成功し、効率よく仕事を進めている企業もあり、そこには大きな差があります。

テレワークは、育児、介護等のライフイベントに左右されず継続して働くことができ、企業にとっては働き方改革の一環としても必須事項になっています。

田澤社長は、「コロナを契機にビジネスモデルが大きく変化した。テレワークをしない企業は、多様な働き方が求められる時流と逆行し、将来的に優秀な人材を確保できなくなり、時代に置いていかれるのではないかと語ります。



代表取締役社長 田澤 由利 様

企業から
ひとこと

時間や場所を有効に活用できる柔軟な働き方「テレワーク」の実現は、優秀な人材の確保と流出の防止につながります。働く人たちのワークライフバランスを確保できるほか、コロナをはじめとする災害時の事業継続にも有効であることから、都市部のみならず、地方部でもテレワークの徹底、普及が望まれます。

2022年6月2日 取材

新たな働き方を模索して
本社を東京からニセコに移転

株式会社ルピシア

<https://www.lupicia.com/>


ニセコ町

●1994年設立 ●従業員1,242名
お茶・茶器等の輸入、製造・販売 等

小売店舗は一時休業 ネット通販を強化

全国に展開している店舗は、コロナにより数か月間の休業を余儀なくされ、売上は大きく減少しました。同社では、在宅率が高まり、巣ごもり需要が増加していることに着目し、ネット通販での販売を強化。ルピシア会員に対して積極的に情報発信を行った結果、コロナ前には約30万人だった会員を約70万人にまで増やすことができ、店舗での売上減少分をほぼカバーすることができました。



ルピシア「お茶と食」のおたより。

多様な働き方を導入 本社移転へ

コロナによるテレワークの普及や従業員の意識変化などもあり、2020年7月、かねてより構想していた本社移転を行い、2本社体制(ニセコ本社・東京本社)となりました。

水口会長が「昔と今では「本社」の在り方や考え方が変わり、働き方も変わった」と語るように、社員の多様な働き方を認めるため、ニセコ、東京いずれかの勤務地が選択できるようにし、社員は勤務先のみならず在宅などの勤務形態も選べるようになりました。ニセコへ移住した社員の

ために社宅も整備しましたが、今後予定しているニセコ本社棟の新設に伴い、さらに3棟を建設予定です。

クリエイティブな人材を育成

お茶の製造・販売以外に、ルピシアを含めたグループ全体では、レストラン・スイーツショップなどの複合施設「ヴィラルピシア」の運営、クラフトビール「羊蹄山麓ビール」の製造、地場産の食材を使った総菜や菓子の製造など多岐にわたりますが、水口会長は「社員には、常にクリエイティブであってほしいと思っている。ニセコへの移転もその一環で、若手が育つことが会社としての喜び。そのための支援は惜しまない」と語るように、今後も若手社員の柔軟な発想を活かしながら新たな事業を作り上げていきます。



代表取締役会長兼社長 水口 博喜 様

企業から
ひとこと

発想の原点は、豊かな自然にあると考えており、ニセコにいるからこそ生まれるアイデアがあります。当社ではニセコ産のお茶づくりを目標に、地域の人たちの協力を得ながら茶樹を植え、「北限のお茶」プロジェクトへの挑戦も続けていきます。

2022年6月22日 取材

新しいワーケーションのあり方「保育園留学」



保育園留学推進協議会

<https://hoikuen-ryugaku.com/>


厚沢部町

- 2022年設立 ●構成員数8団体(事務局:厚沢部町政策推進課)
- 保育園留学事業

農産物需要回復のため
オンラインイベントに参加

キャベツやグリーンアスパラなどの農産物の需要額が減少していることから農産物の積極的な販売促進が必要なこと、また、厚沢部町発祥の馬鈴薯「あさびメークイン」のPR活動を行う必要もあったことから、町は、食のPR事業に取り組んでいる㈱キッチンハイク(本社:東京)が企画する「ふるさと食体験」イベントへ参加し、厚沢部町の農作物PRを行いました。

このふるさと食体験はコロナ禍においても参加可能なオンラインを活用したイベントであったため、効果的にPRを行うことができました。

「ワーケーション+保育園」を
組み合わせた新たな取組

この「ふるさと食体験」がきっかけで同町と同社が出会い、その後同社の山本社長が現地を訪れたところ、豊かな自然環境と豊富な食資源を有するこの地域の虜になり、自分の子どもを認定こども園「はげる」に通わせながら、夫婦でワーケーションを始めました。

山本社長は、実際に同町での暮らしを体験し、この画期的な「ワーケーション+保育園」の良さをさらに広めようと、2021年11月に官民連携による「保育園留学」プロジェクト



を開始しました。保育園留学は、町外から人を呼び込むことができ、関係人口の増加にもつながることから、町も全面的にバックアップ。そして、2022年4月に商工会などを加えた8団体によって協議会を設立し、保育園留学の募集を開始したところ、ワーケーションや移住定住(ちょっと暮らし)に関心の高い首都圏在住の家族から注目を集め、上期(4~9月)の予約はすぐに埋まり、キャンセル待ちが出るほどの人気となっています。キーワードは、「これまでにない新たなワーケーション」です。

保育園留学がもたらす波及効果の
大きさと受入体制の更なる強化

協議会では、保育園留学を通じて、同町での暮らしを実際に体験してもらうことで、家族全員にとって特別な思い出のある地域になることに加え、子どもを含む家族と町との超長期的な関係性を構築し、地域経済の発展や関係人口の創出、さらには子育て世代の移住・定住の促進にもつながることを期待しています。

実際に、保育園留学で訪れた家族からは、高い評価を得ており、既にリピーターも出始めています。今後は、住宅の戸数を増やすなど、地域の受入体制を更に充実させていきます。



移住体験(ちょっと暮らし)

(左)厚沢部町役場 木口 孝志 様
(右)㈱キッチンハイク 山本 雅也 様企業から
ひとこと

保育園留学は、保育園+移住体験(ちょっと暮らし)+ワーケーションと、町にあった既存の取組(パーツ)を上手く組み合わせ、パッケージ化したことで実現しました。コロナ禍における地域づくりのモデルケースとなるべく、今後もこのパッケージの充実化を図ります。

2022年6月9日 取材

目指す先はタクシーを核とした
「地域のプラットフォーム企業」へ

平岸ハイヤー株式会社

<https://www.hiragishi-hire.co.jp/>


札幌市豊平区

- 1958年設立 ●従業員200名
- タクシー・ハイヤー、ドライバー派遣、飲食、イベント企画、音楽制作、不動産(駐車場)、代理店業務等運営

コロナ禍によるタクシー事業の苦戦

タクシー業界は、利用者の大幅な減少によって業界全体の売上が半減していると言われる中、これまでの64年間、創業地である平岸地区で営業を続けてきたことにより、利用者の多くが地元の常連客であったことから、同社は2割程度の減少に抑えることができました。しかしながら、これまでに経験したことのない異常事態ともいえる状況に、社長を始め全社員が先行きの不安を感じていました。

地域との交流増と新事業の展開

神代社長によると、タクシー会社は365日24時間体制で稼働しているものの、サービスが「移動手段の提供のみ」となっている現状に、「コロナ以前から『もったいない』と考え、新たなサービスや取組の検討が必要だと感じていた」と話します。特に、コロナ禍では人と人との交流が大幅に減少し、地域内のつながりが薄れてしまったことを懸念していました。

こうしたことから、2020年11月、新たな取組として、地域密着型の「平岸マルシェ」をスタート。感染防止対策を徹底して月に2回、農家直売の野菜や果物、ハンドメイド雑貨等、最大30ブースに事業者が出店し、多くの住民が訪れたことで地域に活気が戻ってきました。

さらに、同社が所有している国の登録有形文化財であり、

市の景観重要建造物である柳田家住宅旧りんご蔵をリノベーションした地域コミュニティBAR「アップルロッジ」、お笑い・エンタメライブ会場「ダルマホール」など、コロナ禍でも新たな取組を次々と展開。



ダルマホール

地域のタクシー会社が地域の住民と積極的にコミュニケーションを取ることで、ファンが増え、タクシーの利用者増にもつながると神代社長は考えています。「マルシェでは、北海学園大学をメインとして多くの学生さんも手伝ってくれる。地元の若者たちの協力が得られているというのは、当社だけでなく、地域の宝となる」。

地域住民から信用される
「平岸のプラットフォーム企業」に

同社では、自社専用の配車アプリを開発し、特に若者の利用を促進しています。今後は、平岸地区の様々な情報ともリンクさせて、若年層等を取り込んでいくことも目指しています。また、地域の飲食店と連携し、客から注文を受けてから商品を運ぶ地域向け事業を2022年6月から開始する予定です。

神代社長によりますと、タクシー・ハイヤー事業による安全・安心な移動手段の提供を中心に、交通手段と地域住民のライフスタイル全般に関わるサービスが提供できる会社となり、将来的には、「平岸のプラットフォーム企業」になることを目指しています。



代表取締役社長 神代 晃嗣 様



平岸マルシェ



アップルロッジ

企業から
ひとこと

タクシー事業だけでなく、地域の皆さんに「平岸に住んでいて良かった」と思ってもらえるサービスの開発・提供に取り組んでいきます。

2022年5月23日 取材

地域が安心・納得するコロナ対策を徹底した大規模イベントの開催



一般社団法人YOSAKOIソーラン祭り組織委員会

<https://www.yosakoi-soran.jp/>



札幌市中央区

●1991年設立 ●従業員4名
YOSAKOIソーラン祭り運営事業

YOSAKOIソーラン祭り開始後初めての中止

2020年、2021年は、コロナの状況が見通せず、YOSAKOIソーラン祭りは2年連続の開催中止を余儀なくされました。開催に向けて検討をしたものの、感染リスクを払拭する有効な手段がなかったこと、また、感染拡大の収束が見通せない中、開催すること自体への理解が得られなかったことが要因です。1992年6月の第1回以来、初めての中止となりました。

地域に受け入れられる安全・安心な祭りを開催するための「ガイドライン」を策定

2022年の開催に向けて、国が示す指針等に基づき、開催に向けての「ガイドライン」と、イベント開催にあたり必要な「感染防止安全計画」を策定しました。特に、地域の皆さんが安心して開催できるよう、踊り子のマスク着用などのルールづくりに向けて参加チームと一緒に協議を重ねました。



来場者への呼びかけ

感染防止対策を徹底し、幕の設置による雑踏の防止や観客席のエリア分けなど、安全・安心な会場づくりとともに、参加者、来場者には、マスク着用や手指消毒、検温に加え、声援禁止や観覧席での飲食は極力控えるよう、呼びかけを行いました。

新たに「サテライト会場」「映像参加枠」を設置

札幌会場に参加できないチームのため、サテライト会場「上川・旭川方面会場(東神楽町)」「十勝方面会場(帯広市)」を設けました。また、いずれの会場にも参加ができないチームのために、演舞映像で参加できる「映像参加枠」を設け、期間中、大通会場の大型ビジョン、公式YouTubeチャンネルで放送しました。



観覧エリアの感染防止対策(幕の設置)

地域や参加者が安心・納得する「新たな祭り」をこれからも模索



(左)「映像参加企画」(右)「サテライト会場」

様々なアイデアや工夫等により「新たな祭りのスタイル」をつくりあげたことで、2年ぶりにYOSAKOIソーラン祭りが復活し、多くの方から「開催してくれてありがとう」という感謝の言葉をいただきました。参加者や来場者の協力を得て感染防止対策を徹底できたことは大きなポイントです。

今後も状況に応じた運営、実施のあり方について検討し、地域や参加者の協力を得ながら、これまでの延長線ではない新たな祭りとして次のステージへ挑戦していきます。

企業からひとこと

コロナ禍となったことで、原点に立ち返り、祭りのあり方について再検討する良いきっかけになりました。この先さらに地域に愛される祭りとなるよう、これからも新たなことに挑戦し、祭りを進化させていきます。

2022年6月21日取材

食を通して函館の価値を高めるため地元企業と連携して商品開発



株式会社函館フーズプランニング

<https://www.hakodatefoodsplanning.com/>



函館市

●2009年設立 ●従業員48名
「函館海鮮居酒屋魚まさ五稜郭総本店」、「caféRob」、「うに専門店世老屋 函館魚まさ店」等の運営、「福島町産黒米いかめし」、「箱館港福カタラーナ」通販 等

人気店だからこそその売上減 閉店も

「魚まさ五稜郭総本店」は、席数の多い大箱であることから、コロナの影響は非常に大きく、休業・時短営業もあって売上は大きく減少しました。また、函館の食をPRするため2011年にオープンした札幌のすすきの店は、客足回復の見込みを立てることができず、店を閉めるという苦渋の決断を下しました。

店舗の人気メニューを商品化 新事業展開も



福島町産黒米いかめし、箱館港福カタラーナ

店舗が休業や時短営業となる中、高野社長が取り組んだのが商品開発でした。魚まさの看板メニューだった「福島町産黒米いかめし」は常温保存が可能なレトルトに、人気スイーツの「箱館港福カタラーナ」は函館市の珈琲店や七飯町の酒蔵などとコラボして土産品として商品化し、通信販売を開始しました。いずれも、道内外の客から好評を得て、いかめしは、函館圏優良土産品推奨会第65回(2021年)函館市長賞、カタラーナも第66回(2022年)函館市長賞を受賞する

など、話題となっています。

また、新たな店舗として、余市町の企業との連携による「うに専門店世老屋 函館魚まさ店」を開業し、ランチ営業の中で高級ウニ丼をはじめとする“ここでしか食べられない逸品”を提供しています。

時流を捉えて実店舗とECサイトを運営

同社は2022年6月、パンケーキとタピオカのお店「café Rob 函館五稜郭店」をオープンしました。新店舗の開業に当たっては、新たに従業員を雇用し、育児中の方でも継続して働けるよう、営業時間の設定やシフトの組み方などを工夫しました。オープン以来、お洒落な店内とSNS映える商品が若者を中心に口コミが広がり、人気が高まっています。



café Rob五稜郭店のスイーツ

高野社長が「コロナが流行する前と後では、人々の生活スタイルが大きく変わり、我々飲食業に求められるニーズも変化している」と語るように、コロナ前の営業スタイルをえ、時流を的確に捉えた店舗・ECサイトの運営を行っていきたくとしています。



代表取締役 高野 信子 様

企業からひとこと

当社の企業理念は、「食を通して函館の価値を高める」ことにあります。コロナ禍であきらめざるを得ないこともありましたが、新しいことに挑戦し、効率的に取り組んでいくことが大切であると考えています。コロナにより、人と人とのつながりが希薄になりがちですが、困ったら一人で悩まず、とにかくこれからの時代は他社と連携し、それぞれのノウハウを活かしながら解決策を探ることが重要です。

2022年6月9日取材 28

ワーケーション対応はもちろん 地域と連携した「体験価値」を提供



十勝シティデザイン株式会社

<https://www.nupka.jp/>



帯広市

●2014年設立 ●従業員26名
ホテル、クラフトビール、馬車BAR、短編映画制作等の事業

インバウンドとビジネス客が激減し 宿泊業が低迷

同社の主軸であるホテルと飲食は、インバウンドと道内外のビジネスユースが中心だったことから、コロナ禍により大きな打撃を受けました。さらに、十勝の食の魅力を発信するため、チーズやバターなどの乳製品を取り扱うショップの開業を予定していましたが、先行きが不透明なことから延期を決定しました。また、人が集まるセミナーやイベントの実施も困難となり、使用する機材や備品の保管コストなどが膨らみました。感染状況により、対応が都度変化することもあって、現在でも運営オペレーションに影響が出ています。

ホテルを拠点に旅と日常がつながる ワーケーション

同社では、コロナ禍で注目されていたワーケーションに着目し、2020年11月、帯広市、第一生命保険、同社の3者によるワーケーション推進連携協定を締結しました。そして、改修工事が決まっていた第一生命保険帯広支社のビル内にリーススペースの coworking ラウンジを備えた「NUPKA Hanare」を2021年4月にオープン。多くの企業でテレワークが普及したことにより、従来



Nupka Hanare「ワーケーションラウンジ」

宿泊・飲食業は、コロナ禍における移動制限等により大きな打撃を受け、前例のない状況に陥っています。しかし、それだけに逆に新たなビジネスチャンスもあると考えています。自社のみで乗り切ろうとするのではなく、他社や自治体等との連携・協力を推進していくことが大切なのではないでしょうか。当社は、今後も「十勝シティデザイン」という社名が示すとおり、人と人とが交流する場となるホテルの機能を活かし、地域の魅力や可能性を表現・発信する取組を継続していきます。

の首都圏一極集中から、通勤負担や生活費負担の低い地域・地方を拠点とした「暮らし」、「働き方」への需要が高まったことも追い風となり、利用希望者からの新規申込みに関する問合せが増加しています。

現在は、ワーケーション施設の利用とホテル宿泊が一体となったサブスクリプション型法人向けサービスも提供しているほか、オリジナルビールの製造・販売や十勝の食材を活かしたローカルフードの提供、地元飲食事業者とのサービス連携を強化するなど、地域ならではの強みを生かした「体験価値」の提供に取り組んでいます。



ワーケーションラウンジに設置された「個室型ワークブース」

ホテルを核としたまちづくりの推進

同社は、ワーケーション施設の構築・運営をはじめ、「地域商社」として、商品の開発や販売、イベントの開催などを行っています。また、人材育成や女性活躍促進などへのサポートの実践を通じて、地域内のコミュニケーションの活性化を図り、ゆくゆくは、地元住民と利用者の暮らしのイノベーションにつなげることを目指しています。坂口社長は、「全国の人が十勝に来たくくなるようなプログラムを組み、人の豊かさを形成できるよう力を入れている」と語ります。



代表取締役社長 坂口 琴美 様

企業から
ひとこと

コロナ禍で顧客ニーズを再分析し 高評価を獲得



一般社団法人木古内公益振興社「道の駅 みそぎの郷 きこない」

<https://kikonai.jp/>



木古内町

●2015年設立 ●従業員14名
道の駅運営事業等

一番の稼ぎ時にコロナにより全面休館

北海道新幹線の開業に合わせ、2016年1月にオープンした「道の駅 みそぎの郷 きこない」は、吉川センター長が着任した2020年4月にコロナの影響が深刻化しました。通常であれば4～5月は観光客が多く、年間を通じて一番の売上が見込める時期でしたが、緊急事態宣言下にあっちは、全面休館という選択を取らざるを得ませんでした。

休館中は、観光客がゼロになり、再開後も来館者が戻りきらないという状況の中、3年連続で1位を獲得していた道内の「道の駅ランキング」(じゃらん)は、3位に脱落。吉川センター長は、道の駅としての今後の方向性について検討を始めました。

コロナを契機に運営方法を抜本的に見直し

吉川センター長とスタッフは、館内に設置している「お客様の声」と道の駅ランキングの結果を分析したところ、「以前よりも接客サービスが低下している」と感じている来館者が多いということが分かりました。吉川センター長は、コロナを契機に、道の駅全体を改めて見直すため、自ら道庁が主催する「地域フード塾」に参加し、販売戦略や売れる商品づくりなど、食のマーケティング理論を習得。さらに、同塾の研修で構築した全道各地とのネットワークを活用した商品仕入れ、売り場構成、接客サービスや陳列のノウハウ等をスタッフ全員と共有しました。



北海道じゃらん道の駅ランキング2022総合1位

徹底した見直しを行った結果、「道の駅ランキング2022」では、2年ぶり4回目となる総合1位に返り咲くことができました。

道の駅は、コロナ禍の2022年4月に来館数300万人を突破し、来館者の呼び戻しにも成功しました。

単なる道の駅ではなく地域課題解決の 「プラットフォーム」へ

同社には、地元の生産者・企業からの相談事も多く寄せられます。「コロナ禍で出荷できていない海産物(ホタテ、ホッキ等)をどうにかしたい」という声に応えるため、週末に海産物即売会を開催したり、歳末の贈答シーズンにアワビとホタテのセット販売をしたりと新たな企画を実施したところ、お客さんから大変好評でした。また、「イカトンビ(イカの口)が大量に倉庫で眠っている」という業者さんにはフライ用に加工してもらい、ファストフードコーナーで「イカトンビフライ」を販売。結果、観光客だけでなく、地元客の利用増加にもつながりました。



地元海産物の販売



センター長 吉川 亮司 様

今後は、商品を売るだけでなく、地域の課題を聞き、地域づくりを手助けする「地域課題解決のプラットフォーム」として取り組んでいきます。

企業から
ひとこと

コロナ禍における1ヶ月間の休館は、非常に苦しいものでしたが、道の駅を今後どうしていくべきかについて見つめ直す好機と捉えて、スタッフ全員で相談しながら乗り切りました。スタッフ一人一人がよく考え、すぐに行動に移してくれたことが今につながっています。コロナ禍であっても、魅力のあるところにはお客さんが来てくれると考えています。お客さんに喜んでもらえるような道の駅づくりを目指します。

