

(件名) 道内企業経営者が講師を務めた「お土産品開発セミナー」について**1 道内企業経営者が講師を務めた「お土産品開発セミナー」について**

日本のお土産品開発の考え方を学ぶ「お土産品開発セミナー」(ウラジオストク日本センター主催)がオンラインで開かれ、沿海地方の観光関係者など約50人が日本人に訴求するお土産のポイントや、商品でその土地らしさをどのように表現するかなどを熱心に聞き入っていました。

講師は札幌市のマーケティング企業、株式会社エルアイズの山本亜紀子代表取締役社長が務めました。同社は新千歳空港で老舗土産物店を運営する企業と協同し、「北海道おみやげ研究所」を設立。農水産物の生産者や道内の製菓会社などと連携しながら、マーケティングの視点から北海道の食の魅力を活かしたお土産品の開発や販売促進を手掛けています。

山本社長は、日本人には職場でお土産を配る習慣があるため、個包装で個数が分かるお菓子が非常に好まれることを説明。さらに、道内の酪農家から地域の特産である牛乳を活かしたお土産品開発の依頼を受けてバターサンドを開発し、試行錯誤しながら店頭とオンラインで販売を行った経験などを交え、「ウラジオストクらしさとは何かを考えて商品コンセプトに落とし込むことが大切」と解説していました。

参加者からは、ウラジオストクらしいお土産のアイデアについて、チャット機能を使った意見が多く寄せられたほか、質疑応答では「美術館ではどのようなお土産が好まれるか」、「お土産の売上向上において、販売者はどのような役割を果たすべきか」といった質問があり、オンラインながら大変活気のあるセミナーとなりました。



▲商品開発のエピソードを交えながら行われたオンラインセミナー

2 ウラジオストクにおけるお土産事情

魅力的な食や美しい景観に恵まれたウラジオストクですが、多くの人向けに配るお土産となると、日本人としては少し買いにくい印象があります。ウラジオ土産として有名なチョコレート菓子はありますが、個包装ではなく容量はグラム表記、スーツケースの中で箱が崩れる、中身が溶ける…といった在留邦人の声も。その他鮭やサンマの缶詰、蜂蜜など、美味しい特産品は多々ありますが、重量や包装の関係で海外へ持ち帰るには少々難しい面もあります。

ウラジオストクと同じく「食と観光」が魅力の北海道。本道の観光関連産業のノウハウは、当地でも活かすことができるのではないかと感じました。今回のセミナーが、ウラジオストクの良さを最大限消費者に伝えられる魅力的な商品の開発に繋がればと思います。

3 新型コロナウイルス感染症の状況について

沿海地方においては、ワクチン接種が急速に進んでいるにもかかわらず、1日当たり新規感染者数は11月に入り連日過去最多を更新する日が続き、現在も増加傾向にあります(11/30時点)。こうした状況を受け、沿海地方では飲食店等に入場する際に、ワクチン接種歴等を示すQRコードの提示を義務付けられました。詳細は次号にて特集します。