

# 企業進出 地域との関わりを大切に が増えるまち



外国人観光客やコンドミニアムなどの外資系企業による投資の印象が強いニセコ町ですが、昨今、日本企業による投資も盛んになってきています。彼らはなぜニセコ町を目指すのでしょうか。今回は2つの日本企業、石窯パンマルシェ HARU、(株)ルピシアに注目しました。

## 石窯パンマルシェ「HARU」がオープン！

「あそこ何ができるのかな」「パン屋ができるらしいよ」。お店のオープンを心待ちにしていた人も多いと思います。プレオープンした6月4日、朝9時30分からすでに行列ができ、昼になると、パンが売り切れになり購入できないほど。町内でお店に100人ももの行列ができるのは、珍しいことかもしれません。

大きなパン袋を抱えて、会計を済ませた老夫婦は「こついうおしゃれなパン屋を待ってたのよ。うちはパン食が多いから、毎週通うことになるわね」と満面の笑顔。地元の期待も大きいことが感じられます。

パンは100種類程度あり、5切れのごま入り食パンは1斤600円。スーパーと比べると価格は高めですが、ふわふわで食感はもちろん、味も濃厚。さすがにパン屋さん、価値のある一品だと感じました。石窯はイタリアから取り寄せたと

のこと。サンドイッチの品揃えやコーヒーも充実し、店内と屋外でそれぞれイートインスペースがあるので、目の前の道の駅へ訪れた観光客もつい立ち寄ってしまうような造りが特徴的です。スタッフはすべて女性で、町外の方々から、このパン屋に勤務すべく移転してきたそうです。パンの袋詰めもまだ手馴れていませんでしたが、元気のよい挨拶があり、お客さんに暖かく見守られていました。



親切に接客をする店員

## 地元とのつながりを大切にしたお店に

石窯パンマルシェ「HARU」は真狩村にある豆腐屋、旬湧水の里が運営しており、クリーンハウス(株)が親会社となります(本社機能は三笠市)。もともとは岩見沢でクリーニング事業を

営んでいましたが、介護、保育サービス、宿泊・温浴、飲食、食品製造・販売、ガソリンスタンド、メガソーラー、不動産といった事業の多角化を図ってきまし

た。ニセコ町への進出にあたり、ニセコエリアで課題となっている「労働力不足」を解消するため、店舗の隣に従業員寮20室を一緒に建設しました。地元だけでは労働力が確保できないた

①おいしいそうなお菓子が並び ②おしゃれな店内でお客様がパンを選びます



店長の渡辺さんに「一番

人気のあったパンはどれでしたか？」と聞くと「すべて売れてしまって、まだよくわからないんです。嬉しい限りです」と、笑顔で答えてくれました。「パン屋をやろうと思ったきっかけは何ですか？」との問いに「道の駅と相乗効果のある事業が何なのか、みんな

渡辺 悦寿さん

石窯パンマルシェ HARU 店長

話し合ってた決めました。パンであれば、ニセコエリアで採れる野菜や肉と組み合わせがしやすい」と語るのは渡辺常務。地元との協力関係を積極的に築いていきたいとのこと。



（株）ルピシア 元町で食品加工工場が稼働

倶知安町樺山にある「ヴィラルピシア」は、紅茶で有名な（株）ルピシアが運営するレストランです。7年前から営業が始まり、今ではアメリカのケネディ元駐日大使も立ち寄るほどの知名度があります。

ルピシアホールディングス（グループ売上高120億円）は、傘下に紅茶の製造小売・輸入会社、食品加工会社、法人向け卸会社の3社を有し、全国に140店舗、1300人を超える従業員（うち7割が女性）を抱えます。取り扱う紅茶は400以上もの種類があります。また海外にも、メルボルン、ハワイ、パリなどに拠点があります。

食品加工会社  
「（株）ルピシアグルマン」

（株）ルピシアの子会社である（株）ルピシアグルマンは、紅茶を中心とした「食品」の加工生産を手がけていま



工場からの羊蹄山の眺めも良好です

す。工場では紅茶のほかに、紅茶に合うクッキーや野菜、肉、くん製、ドライフルーツなど多品種にわたる商品を生産しています。

ヴィラルピシアや会員数約40万人を抱えるオンラインストア向けの商品生産を請け負います。

昨年、（株）ルピシアグルマンの本社が東京代官山からニセコ町元町地区に移転され、本格的に町内での食品加工生産が始まりました。

東京で働く意義はもうない？

ニセコでのライフスタイルに価値を見出したルピシアグループ代表の水口博喜会長は、（株）ルピシアグルマンをニセコ町へ「移住」させてしまいました。それだけでなく、水口会長自身も東京にあった自宅を引き払い、夫婦でニセコ町へ移住してしまっただけです。

ニセコ町が土地を用意し、子会社の本社移転とグループ代表の移住にもつながった企業誘致としては、過去にない成功例といえるかもしれません。水口会長

はその原動力について、こう話します。

「私は十数年前からニセコへ来ていて、そのうち外国人がたくさん来るようになり、町の様子がだんだんと変わってきた。国際化が進み、普通の田舎ではなくなった。また最近では、光通信など情報インフラが高速化して、世界中どこにいてもテレビ会議ができるし、場所を問わなくなった。さらに低価格な飛行機も頻繁に飛ぶようになり、移動コストもずいぶん安くなっ

た。こうなると、都会に住まないとビジネスができないという理由がもうありませんよね」

四季のない都会ではアイディアは沸かない

「人間は誕生して以来、ずっとニセコのような自然の中で暮らしてきた。人間が都会に住むようになったのは最近のことであって、都会に住むこと自体が人間にとってはむしろ不自然だと思う。だから人間の

工場では食材にこだわったお菓子が作られます



ルスツ豚を加工する様子



世界のお茶の祭典「グラン・マルシェ」

（株）ルピシアは、横浜や大阪など複数の都市で「グラン・マルシェ」という催事を毎年開催しています。世界各国のお茶の文化やスタイルを楽しめるイベントで、今年4月に札幌で開催された時には、3日間で約1万人の来場があり、大盛況でした。



DNAはニセコのような暮らしに適していて、四季のない東京に住んでいては自由な発想はできないし、いいアイディアも出ないと思うのです」

水口会長は食品工場裏の敷地に、自身の家とともに従業員のための戸建て住宅を6戸、集合住宅を12戸建設しました。今後さらに住宅を増やしていく計画もあります。工場建設と会社移転に伴い住環境も同時に整備することで、ニセコ町への人口移入や雇用の創出、

所得増につながります。さらにこの取り組みは、国が現在実現させようとしている「※働き方改革」の取り組みをも問うことにつながりそうです。

※働き方改革：労働人口の減少や働く人のニーズが多様化する中で、働く人の置かれた個々の事情に応じ、労働時間や雇用形態など多様な働き方ができる社会を実現し、働く人一人ひとりがより良い将来の展望を持てるようにすることを目指す国の取り組みのこと



（株）ルピシアグルマンの工場（上）と従業員向けの住宅（下）







## 地域食材・メニューを商品に

「茶房ヌプリ」黒カレーの商品化

町民のみなさんにはなじみの深い、JRニセコ駅構内のレストラン「茶房ヌプリ」黒カレー。町民のみなさんやニセコ駅を利用する観光客に、28年間愛されてきた深い味わいに水口会長は惚れ込みました。そして、お店の味わいをそのままに商品化したのです。

商品は自社の月刊誌に掲

載され、約40万人のルピシア会員向けに発信されました。通信販売限定の商品ですが、発売後すぐに在庫がなくなり、生産が追いつかないほどの人気ぶりを見えています。味を損なわないために、あえてレトルトを

避け「冷凍便」としていることも秘訣だとか。

## 松田 裕子さん

茶房ヌプリ店長



「水口会長にヌプリのカレーをルピシアで商品化したいと言われた時は、本当にありがたい話だと思いました」と話すのは、茶房ヌプリを営む松田裕子さん。「カレーのレシピをルピシアのシェフに渡して、途中私も何度か味見をしながら商品を作りました。非常に手間ひまをかけて作ってくださって、食べた時の甘さを出すためにじっくり玉ねぎを炒めて作られています。完成した商品はお店のカレーよりおいしいんじゃないかと思うくらい」。商品の完成度に満足そうな様子です。

「水口会長は本当にニセコへの思いが強い人。ニセコが好きだということがすぐく伝わってきます。会長は、これからさまざまなものをニセコから発信していきたいという思いを持っています、私もそのことに

野菜茶工場とビール工場の計画

に野菜茶工場とビール工場を作る計画をしています。

在、元町地区の工場敷地内

野菜茶とは、たとえば、ごぼうやとうもろこし、玉ねぎの皮、沖縄産のモリン

普段捨てられてしまう玉ねぎの皮を使用して作られた野菜茶



ガ、韃靼そばといった作物を乾燥させ焙煎させて作るお茶のことです。㈱ルピシアグルマンは、町内では今まで見向きもされなかった「キクイモ」に注目し、新しい商品をつくろうと挑戦しています。

すでに町内の農家2戸とキクイモの全量買い取り契約をし、栽培に着手しています。

新商品を配発中の「キクイモ」



は大賛成です。私もできることはほとんどお手伝いしたいと思っています」。

水口会長は、今後も町内の企業やお店と共同で発信

町内で長年愛される黒カレーが約40万人のルピシア会員に紹介されました

していくことに意欲的です。このような取り組みが町にとっても良い経済効果をもたらすことは言うまでもありません。



水口会長は、いずれは現在宇都宮と滋賀にある工場を残し、東京代官山にある㈱ルピシアの本社そのものもニセコ町に移してしまおうという希望を持っています。移転には、町の景観を損なわない開発や上下水道などのインフラの整備、従業員の確保など課題は多く残ります。しかし、野菜茶工場のような地域の農産物を生かした事業や「茶房ヌプリ」との地域産品の共同開発・商品化など、ニセコ町の地域経済にとっては、

プラスに寄与するものだと思います。またビール工場においては工場だけでなく、飲食をしたり製造過程を見学したりできるような「見える工場」となれば、今後ニセコ町のディスティネーション（観光の目玉）にもなるのではないのでしょうか。

石窯パンマルシェ「エマ」で、㈱ルピシア、そのほか多くの企業が進出しているニセコ町。みなさんはどのようにお考えでしょうか。

