

瀋陽駐在員事務所

国慶節の海外旅行

今年の国慶節（10/1～7日）の旅行者数は5.93億人、海外への団体旅行者は約139.9万人で、昨年比11.9%の増加となりました。渡航先は1位が韓国、2位が日本で3位はロシアとなり、ロシアへの渡航者は前年比103.1%の増加です。韓国ではこの国慶節期間中様々なプロモーションを行ったこともあり、免税店の売上が前年比20～40%増加し、「爆買い」が一段落した日本とは対照的な結果となりました。ロシアが急増した背景には、ルーブル安の他に旧ソ連時代の革命偉人達ゆかりの史跡を巡る、通称「レッド・ツアー」が人気を博していることなども関係していると言われています。



また、日本に赴く旅行者の行動様式も、夜景を見ながら遊覧船に乗る、鉄道の周遊券や1日乗車券を使って鉄道の旅を満喫するなど、従来の「爆買い」から「体験型」へ変化しているとも言えます。「モノ消費」から「コト消費」へという言い方もされます。

私もこの期間は札幌へ戻りましたが、札幌市内の一部免税店は店内が閑散としていた他、帰路の成田空港でも、以前よく見かけた大量の免税店の袋を持った中国人旅行者の姿は激減していたように思います。

道内への渡航者数も順調に伸びる中国人旅行者ですが、怖い数字もあります。今年の国慶節期間中、大陸から台湾への渡航者数は僅か7,915人と前年比227.1%でした。これは、台湾の総統選挙やその後の政治関係を色濃く反映したものとされており、中国大陸からの旅行者数は常に「政治リスク」を負っていると認識すべき証左と言えます。インバウンドも、リスクヘッジの観点からは地域の偏りを極力避ける「分散型」が望ましいのかもしれませんが。

南 敏律

ユジノサハリンスク駐在員事務所

[6マイルゾーン]

サハリンは自然の宝庫であり資源の宝庫です。新鮮なカニ、ホッキ貝、カラフトマス、しじみ貝等々、道産子の私から見ても水産物が豊富だと感じます。ところが残念なことに、スーパーや市場には冷凍の魚がならび、鮮魚はありません。保存技術や輸送ルートの問題もあり、サハリンの海で獲れた魚は船上で冷凍され、釜山港等へ水揚げされる例が多いようです。ですから、サハリンの人々は豊富な水産資源に恵まれながらも自分たちでは鮮魚を味わう機会が少ない状況でした。



レーニン広場にて

しかし、最近サハリンに朗報がありました。岸から6マイル(6海里)以内、水深24m以内の近海で、個人や小規模事業者が漁業を行うための行政手続が大幅に簡素化されました。実験的な規制緩和ではありますが、プーチン大統領の支持を受け8月からサハリン州で開始されたものです。漁獲した水産物は、船上で加工することができず、持ち帰って水産加工場や個人に販売することが義務付けられますので、水産加工場の稼働率上昇や州内の水産物価格の低減が期待されています。



ガルブーシャ(カラフトマス)

160円/kg

サハリン沿岸で漁獲された水産物が、数時間後、ユジノサハリンスクで買うことが出来るとしたら、ますますサハリンの魅力アップです。

達田 暢

ウラジオストク駐在員事務所

第3回 D1 アジア・パシフィック・プリムリング・グランプリについて

9月23-25日、ウラジオストクの郊外で国際ドリフト大会「第3回 D1 アジア・パシフィック・プリムリング・グランプリ」が開催されました。6カ国から参加があり観客数も5万人を超えるなど、ロシア極東で行われる同種類の大会の中でも最大の規模となりました。

ドリフトとはオートスポーツの一種で、ラップタイムや速度を競うサーキット系と違い、いかにきれいにカーブを走るかなどを重視するスポーツです。ドリフトの発祥地は日本で、世界の有力なドリフト選手の多くは日本人ですが、ここ数年ロシアでも人気が高まっており、ウラジオストクやクラスノヤルスク、モスクワなどでも国内ドリフト選手権が行われるようになりました。

この大会の主催者は日本国内のドリフトリーグ「D1」の運営会社と、地元車両販売大手「スモトリホールディングス」です。「スモトリホールディングス」は今までトラックや建設機械の販売、整備などの車両関連事業を中心に成長してきましたが、経済情勢の変化により厳しさを増している経営環境に対応するため、農業や観光業、娯楽事業にも進出しようとする様々な活動に取り組んでいます。その意味では、このイベントも会場のプリムリングも新しい事業成功の試金石になると言えます。



イワン・モズゴヴォイ

北陸銀行バンコク駐在員事務所

タイの「ギンジェー」

日本人がタイで一番有名なイベントといえば4月の「ソンクラン」の水かけ祭りが思い浮かぶかもしれませんが、では、10月の「ギンジェー」はご存知でしょうか。今回はその「ギンジェー」についてご紹介するとともに、その経済的な一面も合わせて紹介いたします。

「ギンジェー」とは肉を食べずに菜食だけで過ごす9日間(いわば菜食週間)を指します。菜食とすることで心を清めて気分を落ち着かせる中国由来の文化だそうです(タイは歴史的に中国からの移民が多い)。動物由来のバター等を摂取することも許されない他、いくつかの決まりがあります。「ギンジェー」を実践するかは個人の自由で、数日だけ実践する人もいます。「ギンジェー」を迎えるにあたりレストランでギンジェー仕様のメニューが追加される他、大手食料メーカーがギンジェーに対応した新商品を投入し、大々的にテレビCMで宣伝する等、経済的効果も年々増えているそうです。さながら、日本の恵方巻を巡る経済的な動きといったところでしょうか。

もしかすると、今後、これまでひっそりと行われていたタイの行事がグローバルアップされて、商業の流れにのって一大イベントとなるかもしれません。



ギンジェー仕様であることを表すアイコン(タイ語)



中国語

吉田 雄司

日中経済協会 北京事務所 札幌経済交流室

もう一度中国を

小職が駐在している北京近郊には万里の長城や故宮を含め、8つの世界遺産があります。先日、北京の中心地から150キロほど東に位置する、清東陵(清朝の歴代皇帝や皇后たちの陵墓群)に行ってきました。休日にもかかわらず閑散としており、各種案内板の言語は英語、韓国語、ロシア語が目立ち、日本語標記はほぼ見当たりませんでした。



訪中日本人は2011年以降、昨今の日中関係や大気汚染問題の影響から漸減傾向にあります。2007年の日中関係正常化35周年時の397万人が最高でしたが、2015年には249万人まで減少しています。249万人はビジネス客も含んだ数字であり、レジャー目的でみれば実質30万人程度ともいわれています。当然、日本人旅行者を受入する現地旅行会社は規模の縮小を余儀なくされ、相対的な日本人市場の地位低下が続いていることを現地で実感しています。

ビジネスにおいても2015年の世界の対中国投資が前年比6.4%増加しているのに対し、日本の対中投資は同25.2%減少と、3年連続の減少となっています。世界各国のグローバル企業は中国经济に注目し続けているのに対し、日本だけが及び腰の状況です。国土の大きさもさることながら、経済と文化の魅力が果てしない中国。世界遺産を巡りながら「もう一度中国を」、そんなことを感じます。

小笠原 宅麻

北海道 ASEAN 事務所(シンガポール)

「お袋の味は屋台の味? シンガポールの食卓事情」

突然ですが、みなさんは【お袋の味】を想像した時にどのような料理を思い浮かべますか。恐らく小さい頃から食べてきた家庭料理を想像する方が多いと思います。一方シンガポールでは、小さい頃から食べてきた【屋台の味】と答える方が多いそうです。シンガポールには、ホーカーと呼ばれる屋台街が国の至る所にあります。そこには様々な国の料理屋台が立ち並び、地元の方々も日々このホーカーで食事を取ります。食費に占める外食比率の割合が日本は15%程度に対し、シンガポールは60%程度と高く、日々の食事を外食ですます家庭が多いのです。



ホーカー内の様子

シンガポールのライフスタイルは、夫婦共働きは当たり前。家事に時間を割く位ならキャリアを積みたいと考える人が多いそうです。「家事なんてのは、能力の無い人がやる事だ」なんて言う人も居るそうです。

日本料理人気もシンガポールでは健在であり、ホーカー内には日本料理のお店もあり様々な国の人が日本食を食べている所を目にします。シンガポールを始め ASEAN 諸国は、道産食材の輸出拡大促進が期待されています。シンガポールの人にとってのお袋の味が、実は北海道産食材で埋め尽くされている、近い将来そんな日が来るかもしれません。



ホーカー内の日本食コーナー

本間 俊也