

# 調査ニュース

## 今月の注目点

### は ～ “爆ぜたファイターズ”、2016年の経済効果は260億円超 ～

プロ野球“北海道日本ハムファイターズ”が10月29日、日本シリーズ（以下、NS）で見事、10年ぶり3度目となる日本一に輝きました。㈱道銀地域総合研究所ではリーグ優勝後、NS進出を想定した道内への経済波及効果を最大（クライマックスシリーズ（以下、CS）含め札幌ドームで9試合）で約104億円と推計。そして今般、実際の試合数（8試合）にレギュラーシーズンも含め、「ファイターズの道内における2016年の経済波及効果」を試算したところ、256億14百万円という結果になりました（下表）。なお、推計対象に含まれていない需要増加分（下表・注1）も加えると、ファイターズ効果は少なくとも260億円超に上るとみられます。

8月の台風上陸で道東地区を中心に大きな被害を受けた道内ですが、リーグ優勝、CS突破、さらに日本一と、ファイターズの戦いぶりは道民に、大きな感動と一体感、そして前へ進む勇気を与えてくれました。加えて、消費マインド刺激等を通して道内景気下支えにも大きく貢献してくれたようです。

ファイターズの道内における2016年の経済波及効果 (単位：百万円)

推計対象とした需要項目	費目例	(直接効果) 消費増加額	(一次波及効果)	(二次波及効果)	(総合効果) 経済波及効果
①試合観戦客（札幌ドーム）による消費支出		14,337	5,353	4,778	24,468
レギュラーシーズン（60試合分）	入場料、交通費、	(11,104)	(4,124)	(3,685)	(18,913)
CSファイナルステージ（5試合分）	飲食費、宿泊費、	(2,022)	(769)	(683)	(3,474)
日本シリーズ（3試合分）	土産・買物代	(1,211)	(460)	(410)	(2,081)
②優勝記念セールの売上げ	※札幌市内百貨店 分のみ計上	301	102	121	524
③優勝パレード実施に伴う消費支出	交通費、飲食費、 土産・買物代	364	137	121	622
合計（①+②+③）		15,002	5,592	5,020	25,614

(注1) 推計の前提に含まれていない需要増加項目として、①百貨店以外（スーパーや商店街など）や札幌市以外でのセール売上げ、②パブリックビューイング参加者による消費支出、③応援用や優勝記念など関連グッズの売上げ、④TV放映権やCM料、⑤スポーツ新聞等の売上げ増、⑥試合会場（札幌ドーム）における開催運営費、などが挙げられる。  
 (注2) 推計に際しては、北海道開発局「平成21年延長北海道産業連関表」を使用。また、一人当たりの消費支出額については、北海道「第5回北海道観光産業効果調査報告書」、観光庁等の資料を参考にした。  
 (注3) 一次波及効果とは、直接効果に伴う原材料等の需要増により生じる生産誘発効果を指す。また、二次波及効果とは、直接効果や一次波及効果に伴う雇用者所得の増加が個人消費の増加をもたらす、これにより生じる二次的な生産誘発効果を指す。  
 (出所) 道銀地域総合研究所が推計

最近の道内経済動向	2
寄稿	
●「RESAS」活用による地域経済の見える化	3
道内ユニーク企業紹介 シリーズ⑩	6
●北海道が誇る食文化「ジンギスカン」、伝統の味を多様な店舗展開で全国に提供 ～株式会社マツオ（滝川市）～	
海外の窓 ～道銀 ウラジオストック駐在員事務所だより～	8
●日本の存在感が目立った「第2回東方経済フォーラム」	



## 最近の道内経済動向

○道内景気は、観光入込客の増加に加え、個人消費・公共工事に持ち直しの動きがみられることなどから、持ち直し基調にある。

○先行きは、一時的に公共工事の減速が懸念されるものの、観光入込客の好調さ・個人消費の持ち直し持続が見込まれることなどから、持ち直し基調が続くと予想される。

※基調判断は、2016.11.10時点で入手可能な主要経済指標を参考とした（9月実績が中心）。

### ●個人消費は緩やかに持ち直している

9月の主要6業態別小売店の合計販売額（全店）は、前年比2.8%増と18カ月連続で前年実績を上回った。百貨店がセール効果（一部店舗閉店、プロ野球地元球団のリーグ優勝記念）を主因に同7.2%増と2カ月ぶりに前年を上回ったほか、他の5業態も揃って増加した。9月の乗用車新車販売台数（軽含む）は、前年比2.4%増と2カ月連続で前年実績を上回った。小型車・軽自動車は前年割れとなったものの、新型車投入効果が続く普通車が全体を押し上げた。

（注）主要6業態とは、百貨店、スーパー、コンビニエンスストア、家電大型専門店、ドラッグストア、及びホームセンターを指す。

### ●住宅建築は持ち直し基調、設備投資は底堅く推移、公共工事は緩やかに持ち直している

新設住宅着工戸数（9月）は、前年比1.3%増と2カ月連続で前年実績を上回った（16年4-9月期累計では前年同期比8.8%増）。持家（同▲0.6%）、分譲住宅（同▲27.1%）が3カ月ぶりに前年実績を下回ったものの、貸家（同9.4%増）は相続税改正（15年1月）や金融資産の運用利回り低下などに伴う投資ニーズの高まりを背景に、2カ月連続で前年実績を上回った。設備投資は、先行指標となる民間建築物着工床面積（非居住用）をみると、9月が前年比▲2.2%となったものの、4-9月期累計では前年同期比3.7%増となっており、底堅く推移している。公共工事請負金額（9月）は、前年比▲8.1%（540.7億円）と7カ月ぶりに減少した。もっとも、4-9月期累計では前年同期比7.4%増となっており、出来高ベースでは緩やかに持ち直している。

### ●生産は一進一退で推移している

鉱工業生産（9月）は、前月比2.9%上昇と3カ月ぶりに上昇した。前月に増産となった反動により「飼料用機械」等が減産となった一般機械（同▲15.6%）など5業種が低下した。一方、台風被害を受けて復旧向け「スチール建具」が増産となった金属製品（同15.2%上昇）など11業種が上昇した。

### ●輸出は減少傾向にある

9月の通関輸出額（速報値）は前年比▲19.0%（323億円）と11カ月連続で前年実績を下回った。中国など向け「甲殻類・軟体動物」が増加した魚介類及び同調製品（同30.1%増）などが前年を上回ったものの、イタリア向け「管・管用継手」が全減した鉄鋼（同▲68.7%）などが全体を押し下げた。

### ●観光は拡大している

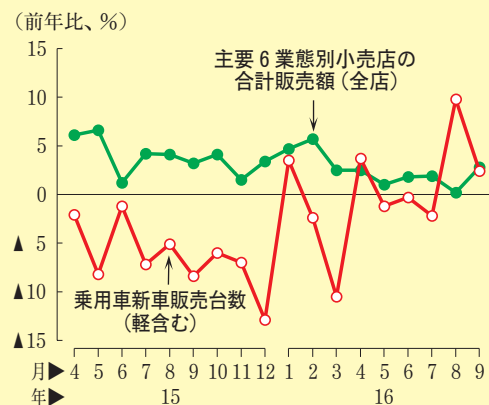
道内の一部地域では台風被害の影響が残存しているものの、国内客が中心となる来道者数（9月、道外で入国手続き後に来道する海外客を含む）は、北海道新幹線開業の効果もあり、前年比4.8%増と23カ月連続で前年実績を上回った。一方、9月の外国人入国者数は、同20.2%増と4カ月連続で前年を上回り、高水準を維持している。

### ●雇用情勢は回復している

9月の有効求人倍率（パート含む常用）は前年比0.09ポイント上昇の1.10倍と80カ月連続で前年を上回った。

個人消費関連指標の推移

4-9月期の主要6業態別小売店の合計販売額（全店）は、前年同期比1.7%増、また、乗用車新車販売台数（軽含む）は、同1.6%増となるなど、個人消費全体としては緩やかに持ち直している。



（注）主要6業態とは、百貨店、スーパー、コンビニエンスストア、家電大型専門店、ドラッグストア、及びホームセンターを指す。

（出所）北海道経済産業局、(一社)日本自動車販売協会連合会 全国軽自動車協会連合会

# 「RESAS」活用による地域経済の見える化

経済産業省 北海道経済産業局 総務企画部企画調査課  
調査員 実吉 秀倫（北海道銀行より出向中）

平成27年度から地方創生の取り組みが活発化しています。その取り組みをデータ面から支援するためのツール「RESAS（リーサス）」が政府で開発され、誰もがWEB<sup>（注1）</sup>上で利用できるようになりました。以下では、提供されるビッグデータを活用し、地域経済を簡単に見える化できるこのシステムについて、概要、活用・分析事例等を紹介いたします。

（注1） <http://resas.go.jp/>。Google Chromeからアクセス（Internet Explorer不可）。

## 1. 「RESAS（リーサス）」とは

RESAS（「Regional Economy (and) Society Analyzing System」の略）は、地方自治体による地方創生をはじめとする様々な取り組みを情報面・データ面から支援するため、平成27年4月より国がWEB上で公開している「地域経済分析システム」です。これを使うと、地域経済に関する様々な官民のビッグデータ（産業、人口、観光、農業等）をわかりやすく「見える化（可視化）」することができます。なお、本システムには、①国及び地方自治体のみが利用できる「限定メニュー」、②一般公開されている「一般メニュー」があります。

## 2. RESASを活用してできること

RESASは平成28年10月末現在、7つのマップ分類（①産業マップ、②地域経済循環マップ、③農林水産業マップ、④観光マップ、⑤人口マップ、⑥消費マップ、⑦自治体比較マップ）で構成（図表1）。システム内に蓄積されているビッグデータから、簡単に表・グラフ化することができます。

図表1 地域経済分析システム（RESAS）マップ一覧

<p><b>1. 産業マップ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1-1. 全産業火花図（一般/限定（※））</li> <li>1-2. 産業別火花図（※）</li> <li>1-3. 企業別火花図（※）</li> <li>1-4. 稼ぐ力分析</li> <li>1-5. 製造業火花図</li> <li>1-6. 製造業の地域間比較</li> <li>1-7. 中小・小規模企業財務比較</li> <li>1-8. 研究開発費の地域間比較</li> <li>1-9. 特許分布図</li> <li>1-10. 事業所立地動向</li> <li>1-11. 輸出入火花図</li> <li>1-12. 企業の海外取引額分析</li> <li>1-13. 海外への企業進出動向</li> </ul> <p><b>2. 地域経済循環マップ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>2-1. 地域経済循環図</li> <li>2-2. 生産分析</li> <li>2-3. 分配分析</li> <li>2-4. 支出分析</li> <li>2-5. 労働生産性等の動向分析</li> </ul> <p><b>3. 農林水産業マップ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>3-1. 農業マップ                             <ul style="list-style-type: none"> <li>3-1-1. 農業火花図</li> <li>3-1-2. 農業販売金額</li> <li>3-1-3. 農地分析</li> <li>3-1-4. 農業者分析</li> </ul> </li> <li>3-2. 林業マップ                             <ul style="list-style-type: none"> <li>3-2-1. 林業総収入</li> <li>3-2-2. 山林分析</li> <li>3-2-3. 林業者分析</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>3-3. 水産業マップ                             <ul style="list-style-type: none"> <li>3-3-1. 海面漁業マップ                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>3-3-1-1. 海面漁獲物販売金額</li> <li>3-3-1-2. 海面漁船・養殖面積等分析</li> <li>3-3-1-3. 海面漁業者分析</li> </ul> </li> <li>3-3-2. 内水面漁業マップ                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>3-3-2-1. 内水面漁獲物等販売金額</li> <li>3-3-2-2. 内水面漁船・養殖面積等分析</li> <li>3-3-2-3. 内水面漁業者分析</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul> <p><b>4. 観光マップ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>4-1. From-to分析（滞在人口）</li> <li>4-2. 滞在人口率</li> <li>4-3. メッシュ分析（流動人口）</li> <li>4-4. 目的地分析</li> <li>4-5. 外国人訪問分析</li> <li>4-6. 外国人滞在分析</li> <li>4-7. 外国人メッシュ分析</li> <li>4-8. 外国人入出国空港分析</li> <li>4-9. 外国人移動相関分析</li> <li>4-10. 外国人消費火花図</li> <li>4-11. 外国人消費分析</li> </ul> <p><b>5. 人口マップ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>5-1. 人口構成</li> <li>5-2. 人口増減</li> <li>5-3. 人口の自然増減 （地域少子化・働き方指標（散布図））</li> <li>5-4. 人口の社会増減</li> <li>5-5. 将来人口推計</li> </ul>	<p><b>6. 消費マップ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>6-1. 商業火花図</li> <li>6-2. 商業の地域間比較</li> <li>6-3. 消費火花図</li> <li>6-4. From-to分析（消費動向）</li> </ul> <p><b>7. 自治体比較マップ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>7-1. 経済構造                             <ul style="list-style-type: none"> <li>7-1-1. 企業数</li> <li>7-1-2. 事業所数</li> <li>7-1-3. 従業者数</li> <li>7-1-4. 製造品出荷額等</li> <li>7-1-5. 年間商品販売額</li> <li>7-1-6. 付加価値額</li> <li>7-1-7. 労働生産性</li> </ul> </li> <li>7-2. 企業活動                             <ul style="list-style-type: none"> <li>7-2-1. 創業比率</li> <li>7-2-2. 黒字赤字企業比率</li> <li>7-2-3. 経営者平均年齢（※）</li> </ul> </li> <li>7-3. 労働環境                             <ul style="list-style-type: none"> <li>7-3-1. 有効求人倍率</li> <li>7-3-2. 一人当たり賃金</li> </ul> </li> <li>7-4. 地方財政                             <ul style="list-style-type: none"> <li>7-4-1. 自治体財政状況の比較</li> <li>7-4-2. 一人当たり地方税</li> <li>7-4-3. 一人当たり市町村民税法人分</li> <li>7-4-4. 一人当たり固定資産税</li> </ul> </li> </ul>
--	---	--

（注2） ※印の項目は、国及び地方自治体の職員が一定の制約の下で利用可能な「限定メニュー」

RESASを活用して把握できることの一例として、①域外から「稼いでくる」産業や、行政区域を超えた企業間取引関係、地域を支える「地域中核企業」候補（産業マップ）、②観光客が多く訪れている場所や観光客の出発地（観光マップ）、③現在及び将来の人口構成や人口の転入・転出先（人口マップ）、④各種指標の地方公共団体間での比較（自治体比較マップ）などがあります。

### 3. 道内における政策等へのRESAS活用・分析事例

#### (1) 自治体による活用・分析事例

経済産業省では、昨年度、全国19自治体の利活用モデル事例集を作成しました。道内からは、RESAS活用に積極的な札幌市（IT産業振興）と帯広市（道東圏の観光連携）の事例が取り上げられました。以下では、札幌市における分析事例を紹介いたします（図表2）。

図表2 札幌市におけるIT産業に関する分析事例

活用の背景	<ul style="list-style-type: none"> <li>同市の総合戦略である「札幌市まちづくり戦略ビジョン」（2013～2022年度）にある「人口減少の緩和」の方向性を具現化するため、市内人口の将来展望や、今後5カ年の基本目標、施策等を示す新たな計画である「さっぽろ未来創生プラン」を策定。</li> <li>同プランの取組の検討に当たり、市の強みである観光産業及びIT産業において、RESASを活用して現状把握や課題の分析を行った。</li> </ul>
活用したマップ	<ul style="list-style-type: none"> <li>同市では、広大な用地が不要で、首都圏との距離的問題がビジネス障壁になりにくいIT産業の振興に取り組む中で、「産業マップ」や「自治体比較マップ」などを活用し、自地域におけるIT産業の優位性や課題を把握した。</li> <li>また、食料品製造業に強みを有する周辺自治体とともに、「食×IT」の産業間連携を促進し、新たなサービスの創出などによる高度化・高付加価値化を検討した。</li> </ul>
分析結果	<ul style="list-style-type: none"> <li>同市のIT産業は優位性がある（付加価値額1,546億円、市内では4位）。労働生産性は他市町村と比べて高い（図表3、4）。</li> <li>道内IT産業は受託開発型の企業が多く（売上比率約5割）、新たな製品やサービスの創出による高付加価値化が課題。</li> <li>札幌市、周辺自治体ともに食料品製造業の付加価値額、従業者数は全国水準より高いが、労働生産性は低い。</li> <li>「食×IT」の連携により、食の労働生産性向上のための新たな製品やサービスの創出が期待される。</li> </ul>

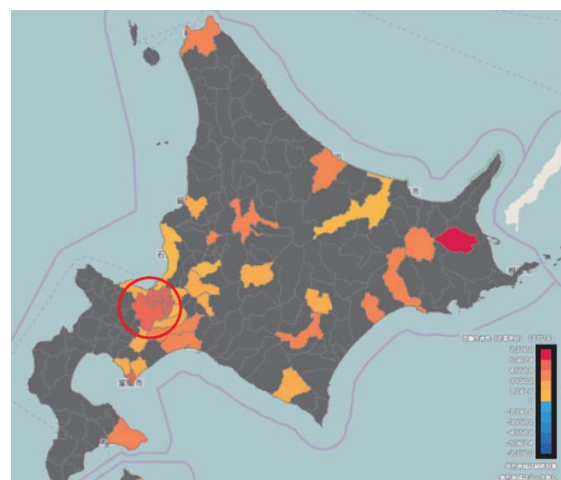
（出所）経済産業省「地域経済分析システム（RESAS）利活用事例集」

図表3 産業マップ：全産業火花図  
札幌市 付加価値額（企業単位） 2012年



表示画面（産業別の付加価値額が枠の大きさと色で示される）

図表4 自治体比較マップ：情報通信業  
労働生産性（企業単位） 2012年



表示画面（労働生産性の高低が色で表示される）

## (2) 道内大学生による活用・分析事例

RESASの活用促進を図っている北海道経済産業局では平成28年10月7日、地方創生人材の育成に取り組む、(株)北海道銀行及び(株)道銀地域総合研究所と共催で、「北海道☆RESASデータ分析フォーラム」を開催しました。道内大学生（5大学）が、RESASを活用して、道内自治体の産業、観光などを分析し、新たな発想に基づく政策アイデアを発表し、専門家はその内容にアドバイスを行いました（図表5）。

図表5 道内5大学によるRESAS分析に基づく提案

【テーマ名】 地場産業の高度化と交流人口の増加による岩内町の持続的な地域づくり戦略		
【大学名】 小樽商科大学  (対象地域) 岩内町	【プレゼンテーション概要】 ・RESAS分析によると、岩内町は漁業従事者の事業規模が他地域と比較して高く、水産食品製造業において稼働力がある。 ・町内ワークショップやアンケート結果によると、町内の若者はそのまま町内に定住する意志が弱い。 ・ニセコをはじめとする周辺の観光客や岩内町の海洋深層水事業を活かしたまちづくりを提案。	【RESAS分析ポイント】 ・町の若年層が町外へ流出している状況を人口マップを用いて分析。 ・町の強みのある産業や弱い産業を産業マップを用いて分析。 ・町内の交流人口が少ないことや、ニセコを訪れる外国人観光客が多い様子を観光マップを用いて分析。
【テーマ名】 広域岩見沢市に新たな観光的魅力をつくる～滞在型観光政策		
【大学名】 札幌大学  (対象地域) 岩見沢市	【プレゼンテーション概要】 ・RESAS分析によると、岩見沢市の滞在人口は冬季が少なく、日帰観光がメイン。 ・若者の地元回帰には、若者が注目する観光資源の発掘と若者の嗜好にマッチしたアイデアが必要。 ・アグリツーリズムといった地元の特産農産物を活用した滞在型観光の可能性などを提案。	【RESAS分析ポイント】 ・市外に転出した岩見沢市の若年層が、必ずしも再び岩見沢市に回帰していない様子を人口マップを用いて分析。 ・昼間の市内から市外への人の動き（市外通勤者）や、休日の市外から市内への流入の動き（観光客）を観光マップを用いて分析。 ・北海道グリーンランドやその他の市内観光スポットの集客状況を、観光マップを用いて分析。
【テーマ名】 広尾町の質的・量的な現状分析をつうじた地域活性化策の提案～「サンタランド」の活性化に向けて		
【大学名】 北海学園大学  (対象地域) 広尾町	【プレゼンテーション概要】 ・RESAS分析によると、広尾町は漁業に強みがある。一方、独自のアンケート調査によると、広尾町やサンタランドの認知度は極めて低い。 ・滞在人口率は道内の中で低水準であり、国道336号線の流動人口と比較して、サンタランドに滞在する流動人口が少ない。 ・従来の親から子供へのサンタメールの他に、子供から親へのサンタメールといったアイデアを提案。	【RESAS分析ポイント】 ・町の強みのある産業や弱い産業を産業マップを用いて分析。 ・町内の滞在人口率が道内各地と比較して低いことを観光マップを用いて分析。 ・町内の幹線道路沿いの流動人口と比較して、サンタランドの流動人口が少ない様子を観光マップを用いて分析。
【テーマ名】 釧路市観光スポットの来訪者分析		
【大学名】 釧路公立大学  (対象地域) 釧路市	【プレゼンテーション概要】 ・RESAS分析や観光スポット数の分析から、観光スポットと来訪者数には相関関係がみられる。 ・釧路の地域資源である自然環境を生かした観光スポットには来訪者数が少ない。 ・来訪者数の少ない地域では「ポケモンGO」のポケストップを活用した集客を提案。	【RESAS分析ポイント】 ・釧路市内の観光スポットにおける来訪者数を、観光マップを用いて500メートルメッシュ単位で分析。
【テーマ名】 RESASから捉え直す北海道最古の祭～北海道江差町の地域経済を御神酒の地産地消で元気にする		
【大学名】 北海道教育大学 函館校  (対象地域) 江差町	【プレゼンテーション概要】 ・RESAS分析によると、江差町は、進学・就職による若年層の流出、官公庁に就業する職員の流出、介護施設の充実による高齢者の流入が目立つ。 ・江差町の第2次産業は弱いのが、そのうち食料品製造業の感応度係数を向上させることにより、産業全体の向上が期待できる。 ・地域の人口減少、少子高齢化を学生研究所を創設して解決することや、町特産産物を加工した食品や日本酒を製造することで、食料品製造業を育成し産業強化を図ることなどを提案。	【RESAS分析ポイント】 ・町内の人口の社会増減を人口マップを用いて分析。 ・町内の2次産業が弱いことを産業マップを用いて分析。 ・町内の農業分野において稲作が相対的に強いことを農業マップを用いて分析。

(出所) 北海道経済産業局作成

## 4. 今後の取り組みについて

### (1) より使い勝手のよいシステムに

RESASの開発を担当する内閣官房では、今後も、まちづくり、医療・介護など新たなマップ・データの追加や、複数マップの重ね合わせによる新しい分析手法を検討しております。また、他のブラウザやタブレット端末に対応することや、利用者のニーズに応じた画面設計、情報共有機能を兼ね揃える方向で開発を進めております。

### (2) さらなる普及促進に向けて

内閣官房では、RESASを広く一般に普及させるために、“いつでも、どこでも、誰でも”学べる「Eラーニングシステム」や、地域学習に役立つ教育機関向けRESAS教材の開発を進めております。また、昨年度に引き続き、RESASを活用して自らの地域を分析し、地域を元気にするような政策アイデアを募集する「地方創生☆政策アイデアコンテスト 2016」を実施します。

一方、北海道経済産業局では、今年度（平成28年度）は、自治体向け普及促進に加え、RESAS活用の深化を図るために、金融・民間団体・大学と連携した分析や地域課題の解決策の検討を実施しております。

RESASは、ビッグデータを活用した地域経済の「見える化」を通し、地域経済の現状を俯瞰的に把握することが可能です。RESASを活用して総合的に分析することで、地域経済に対する理解がより一層深まるはずで、自治体に限らず、民間企業でも是非有効にご活用ください。

## 北海道が誇る食文化「ジンギスカン」、伝統の味を多様な店舗展開で全国に提供 ～ 株式会社マツオ（滝川市）～

道民のソウルフードとして北海道遺産の一つ<sup>(注1)</sup>にもなっているジンギスカン。この食べ方には、タレに漬け込んだ肉を焼く「味付き」と、焼いてからタレをつける「後づけ」の二方式があります。このうち、味付き方式を広く普及させたのが、今年創業60周年を迎えた株式会社マツオ（以下、同社）です。今回は、伝統の味を守りながら、多様な店舗展開や6次産業化など新しい試みを実践し、ジンギスカンを食文化として広く伝えていこうと努める同社を紹介します。

(注1) ジンギスカンは2004年10月に北海道遺産の一つに選定。また、2007年12月には、「農山漁村の郷土料理百選」（農林水産省主催）で、北海道の郷土料理の一つに選定された。

### 【キーワード】

■ 創業以来、独自のタレで伝統の味を守る  
■ 6次産業化により羊肉の食文化を発信

■ 様々なニーズに応える多様な店舗展開  
■ 郷土の味を子供たちに伝えることで地域貢献

### 味付きジンギスカンを広めて60周年

同社は独自のタレによる味付き方式でジンギスカンを普及させてきた業界の先駆者。ジンギスカン料理が初めて料理店で提供されたのは昭和初期といわれますが、一般に普及したのは戦後の道内。羊毛生産用のめん羊が飼育されていた道内では、札幌（月寒）と滝川の2カ所に設置されていた国立種羊場で、当時臭みがあると敬遠されていた羊肉の食肉利用も試みられていました。その際の食べ方は、札幌では「後付け」が、滝川ではリンゴとタマネギの産地であったことなどから「味付き」が定着していきました<sup>(注2)</sup>。現社長の祖父である同社の創業者は、戦後すぐ（1946年）に地元のめん羊組合理事長に誘われて「味付き」羊肉を初めて食べ、その美味しさに感激。自ら羊肉の美味しさを広めていこうと、家畜商や農業の傍ら、独自のタレづくりに取り組み始めました。こだわったのは、苦手な人も多いニンニクを使わない、自然の味を生かすために添加物を入れず熱処理をしない、の2点。試行錯誤を10年間重ねた上で、1956年に現在もそのままのレシピでつくられているタレ<sup>(注3)</sup>づくりを成し遂げ、羊肉店を開業しました。その後、市内公園での花見客向け試食販売が好評を博したことなどをきっかけに、同社の

羊肉が市民に浸透。顧客の要望から、自宅兼店舗の一部を改装し、ジンギスカン料理を提供するコーナーも設置したことで、売上げをさらに伸ばしていきました。

(注2) 「後付け」は強い火力で肉の余分な脂を落として臭みを消し、「味付き」はタレに漬け込むことで臭みを消す。

(注3) 材料はリンゴ、タマネギ、生姜、しょうゆなど。

### 多様な店舗展開、フードコート店も

同社の外食事業は、羊肉の製造加工と並ぶ2本柱に成長しています。同社はかつて道内数百店舗の飲食店を通じて自社のジンギスカンを提供していましたが、現在は独自の味を守るために、道内及び東京の直営レストランによる提供を基本としています<sup>(注4)</sup>。各店では、無煙ロースターの使用や、衣服を格納するクローゼットの設置などにより、煙と匂い対策を徹底しているほか、落ち着いた内装、初心者向けの丁寧な説明など、ハード・ソフトの両面で気を配っています。こうした努力が奏功し、最近では観光客、家族客、個人客の来訪に加えて女子会も多く開催されるなど、幅広い客層に支持されています。なお、2004～06年頃、ダイエットに良いとの評判などを背景にジンギスカンブームが起き、東京都内にジンギスカン店が急増した時期がありました。ただ、一時的な人気に頼ることなく



松尾ジンギスカン



東京・新宿三丁目店

食文化としての定着を重視した同社が東京に出店したのは、ブーム一段落後。このため、流行の食べ物としてではなく、味やレストランの雰囲気や客層を評価する客層を中心に好評を博しています(注5)。また、同社としては初めて、調理済みの料理を手早く提供するフードコート店を新千歳空港に出店(2015年)し、想定以上の人気を集めています。今後は、高級感のある既存レストランに加え、フードコート業態や、地元客が気軽に利用できる地域密着型小型店など、多様なニーズに対応できるよう様々な業態の店舗を道内外に出店していく方針です。

(注4) 直営店舗は滝川(1)、札幌(6)、新千歳空港(2)、東京(3)の12店舗(2016年10月末現在)。

(注5) 羊肉には脂肪を燃焼させるL-カルチニンが多量に含まれている。東京のジンギスカン店は2005年末で約200店とブーム前の10倍以上に増加した後、減少に転じた。同社の出店は、銀座：2010年、赤坂：2011年、新宿三丁目：2016年。

### めん羊牧場を開設、羊肉の6次産業化を実現

2016年8月、同社は滝川市内で羊の飼育事業(注6)に参入しました。3.6haの放牧地(丸加高原)に、当初は40頭ほど、将来は1千頭規模の飼育を目指します。2017年度からは地元産のコメ、小麦などを飼料として利用し、滝川産サフォークブランド羊として生産に取り組む計画です。生産量は同社の年間羊肉消費量(600トン)からみるとごくわずかですが、生産を自前で行うことにしたのは、羊肉に関する「生産・加工・流通」の6次産業化を実現し、羊肉の食文化をより強力に発信しようという同社の方針によるものです。同社産のブランド羊は、既存レストランのほか、直営の羊肉専門店、羊の様々な部位を使った料理として提供していくことが計画されています。同社は、フードコートへの出店や、ネット・全国スーパーでのパック販売(注7)などで、気軽な外食や家庭料理として「日常的な」羊肉需要を拡大していく一方、同社産のブランド羊肉を使った専門料理を食べる「非日常的な食文化の楽しみ」についても消費者に提供していくと考えています。

(注6) 市内生産者から引き継いだ牧場を、同社子会社「松尾めん羊牧場」として設立。なお、2014年の統計では、道内羊飼育頭数(1万651頭)は全国の62%。国内羊肉生産量(枝肉ベース)は152トンで、輸入量(20,736トン)の1%未満。



松尾めん羊牧場入口



新千歳空港フードコート店

(注7) 松尾ジンギスカンのパッケージ(紙袋やギフト箱含む)は「日本パッケージデザイン大賞2017」の銀賞を受賞。

### 「三方善し」で地域貢献にも力を入れる

松尾社長は、近江商人の心得として知られる「買い手、売り手、世間の三方善し」を、社長就任(2014年)にあたり「大切にしたい考え方」として社員に示しました。これは、本業での取引先を大事にすると同時に、様々なイベント開催などを通じて利益を地域還元することに力を入れた創業者が長年実践してきたことです。この理念のもと、同社が今力を入れているのは、ジンギスカンを「郷土の食文化」として子供たちに伝えていくこと。滝川市内小中学校の学校給食として、年に1度ジンギスカンを無償提供することもその一つで、今後は近隣地域の学校も対象にするなど、地域貢献に一層力を入れていく予定です。

同社は様々な取り組みにより道内外のジンギスカンファンを増やしてきました。今では羊肉を食べ慣れた海外からの観光客の間でも高い評価を得ています。高級食材として世界で評価される羊肉について、同社が今後も強力に情報を発信していく(注8)ことにより、日本の食文化がより豊かになっていくものと期待されます。

(注8) 社内で作成した「ブランドプロミス」では、「いつでも、どこでも美味しい道民のソウルフードとして、家族や仲間との思い出づくりに貢献し続けること。北海道が誇る食文化ジンギスカンのおいしさを、世界へ向けて発信してゆくこと」を「松尾ジンギスカンの約束」としている。

(松本 則栄)

#### 【会社概要】

本社 滝川市流通団地1丁目6番12号  
 ☎：0125-23-1919 FAX：0125-23-7380  
 設立 1956年(昭和31年)3月1日  
 代表者 松尾 吉洋  
 資本金 11百万円  
 売上高 37億70百万円(2016年3月期)  
 従業員 492人(2016年3月期)  
 事業内容 食肉製造・販売 飲食業  
 観光土産品販売  
 URL <http://corp.matsuo1956.jp>

## 日本の存在感が目立った「第2回東方経済フォーラム」

9月2～3日、ウラジオストックの極東連邦大学キャンパスで「東方経済フォーラム」が開催されました。このフォーラムは、アジア太平洋地域との交流強化やロシア極東地域（以下、同地域）への新たな投資の呼び込みなどを目的に昨年初めて開催されたもので、今回が2度目となります。今年のフォーラムはプーチン大統領に加え、安倍首相や朴槿恵大統領も出席したことから、昨年以上に大きな注目を集め、国内外からの参加者は昨年の1.5倍、約4,600人となりました。主催者発表によれば、海外からの参加56カ国のうち、最も多かったのは日本（246人）。次いで中国（227人）、韓国（128人）の順となり、日本の存在感がひととき目立つものとなりました。

### 日本からロシアへの真剣な提案

3首脳がそろって参加した全体会で安倍首相は、今年5月の日ロ首脳会談でロシア側に示した「8項目の対ロシア経済協力案」<sup>(注)</sup>のうちの「都市づくり」に触れ、ウラジオストックを同地域の中心地、国際都市として発展させようとしているプーチン大統領の意向に沿い、「住民にとって便利で、観光客にとっては魅力あふれるウラジオストックを育む営みに日本を加えてください。真剣な提案です。是非とも一緒にやろうではありませんか」と訴えました。また、8項目の協力の進捗を確認するため今後も年に一度ウラジオストックで首脳会談を開催することを提案し、会場から拍手を浴びる場面もありました。安倍首相による「ウラジーミル（プーチン大統領の名前）」という呼びかけに対し、プーチン大統領が「シンゾー」と返すなど、両者の親密ぶりをアピールする会合となりました。

(注)「8項目の対ロシア経済協力案」とは、今年5月にロシア南部のソチで行われた日ロ首脳会談で安倍首相がプーチン大統領に提案したプラン。①医療、②都市づくり、③中小企業交流、④エネルギー開発、⑤生産性向上、⑥極東の産業振興、⑦先端技術、⑧人的交流の8項目。

### 北海道側からも同地域との交流推進をアピール

このフォーラムには北海道銀行から堰八会長、北海道総合商事から天間社長が参加。安倍首相との懇談会、日ロラウンドテーブル（日ロの政府関係者、有力企業による円卓会議）、個別セッションなどに出席しました。2日間のフォーラム開催期間中、会場となった極東連邦大学の広大なキャンパスのあちこちで同時多発的にたくさんの分会やイベントが開かれ、その中で各種署名文書が取り交わされています。こうした枠組みの中で、北海道銀行は、ハバロフスクの温室栽培事業について日揮㈱と、サハ共和国での事業協力について地場大手のアルマズエル

ギエン銀行と、覚書を交わしました。また、日ロラウンドテーブルでは、北海道総合商事が「北海道銀行などの出資協力で設立された当社は、同地域に進出する企業を支援しており、主に日本とロシアの輸出入取引・コンサルティング・投資などに力を入れている」ことをアピール。日ロ双方の関係者から注目を集めました。

北海道からは高橋知事も参加しました。道が従来から打ち出している「食の安全・安心と健康・長寿」「寒冷地の快適な生活の確保」「自然環境の保全」「エネルギーの地産地消」の4分野に、「（北海道と同地域間の）航空路線の開設」を加えた「5つの協力パッケージ」を、同地域との間の経済協力発展プログラムに基づき提案。これらを推進して交流の加速に努めていきたいとの意向を示しました。

### 案件すべての投資額は約3兆円

今回のフォーラムでは延べ3時間にも及ぶ日ロ首脳会談が行われたこともありマスコミの注目は平和条約締結関係に集中していました。その一方、ロシア側の発表によれば、世界各国との間で214件の経済関係文書が調印され、それらの案件の推計投資額トータルは1兆8,500億ルーブル（約2兆9,600億円）に上ります。各案件の実現度合いは、今後の具体的な活動次第ですが、今回のイベントは経済フォーラムとしての役割は果たしていたと思います。

本フォーラムを通して同地域における北海道銀行および北海道総合商事の活動が大きくアピールされ関係者の認知度も高まっておりますので、ロシアビジネスにご興味をお持ちの企業に対しこれまで以上のお手伝いが出れると思います。

ウラジオストック駐在員事務所  
所長 中川 文敏



アルマズエルギエン銀行との調印（高橋知事、サハ共和国ポリソフ首長同席）

## 調査ニュース (2016・12) NO.384

発行 株式会社 北海道銀行（ホームページ<http://www.hokkaidobank.co.jp>）  
企画・編集 株式会社 道銀地域総合研究所 経済調査部（照会先：黒瀧）  
〒060-8676 札幌市中央区大通西4丁目1番地 道銀別館ビル  
TEL (011) 233-3562 FAX (011) 207-5220  
〈本誌の無断転用、転載を禁じます〉