

ユジノサハリンスク駐在員事務所

【美味しい北海道 in サハリン】

ロシアの中でも日本に、特に北海道に近いサハリンですが、12/16(土)と17(日)は、まさに嬉しい(美味しい)イベント目白押しでした。

週末の二日間、大型商業施設「シティモール」で、日本総領事館主催の「日本文化デー」、北海道庁主催の「北海道フェア」が開催されました。和太鼓や墨絵のデモンストレーション、浴衣体験が催されました。墨絵は初めて見ましたがそのクオリティは衝撃的でした。海外に来てから初めて触れる日本文化は意外と多いです。北海道の物産展も人気で、初日に箱買いしていく人もいました。話を聞くと「年末年始に向けて美味しいものを買う」とか「学校の生徒のために」とか。日本人と同じ感覚なのかもしれませんね。

日曜には、日本料理店「とよ原」で「東川米」の料理体験・試食会が開催されました。東川町長や東川農協組合長が参加され、おにぎり、いなりずしの実演、ロシア人の参加者も握りを体験し、とても上手なのに驚きました。「東川米」という日本酒もふるまわれ、なごやかな雰囲気になりながら、“美味しい”に国境はないことを実感いたしました。



東川米のおにぎり実演
(左から3番目はパブレンコ
商業・食糧大臣)



日本文化デーの墨絵

達田 暢

日中経済協会 北京事務所 札幌経済交流室

日本だけではない！！大陸発の買い物客による街の変化

香港と言えば、道路にせり出すように付けられた看板、小さな飲茶のお店が軒を連ね、その間を埋め尽くすように漢方薬や貴金属のお店が所狭しと立ち並んでいます。何とも言えない異国情緒漂う街並みですが、先日出張で訪れた際、香港人がこんな言葉を漏らしていました。

「この2～3年で香港の街中にドラッグストアが物凄く増えました」

確かに言われてみると、観光客で賑わうメインストリートはドラッグストアだらけです。

「これは、まるで狸小路のようだ...」

香港人の話では、近年急激に増えている中国大陸の観光客が、化粧品等を大量に購入することから、ドラッグストアが増えているそうです。

中国では、底堅い経済を背景に、爆発的に中間層が増えている印象です。中国人海外旅行客は昨年度1億人を突破し、年々増加傾向にあり、中国人旅行客の行動形態に合わせた街並みの変化は、日本のみに止まらず、もしかすると世界各地で起きているのかもしれません。



香港の街中もドラッグストアだらけ

村田 雄亮

北海道 ASEAN 事務所(シンガポール)

「外国人観光客 500 万人を北海道に呼び込む」

北海道 ASEAN 事務所が拠点を置くシンガポールの人口は、560 万人程です。内訳は、中華系 45%、マレー系 7%、インド系 5%、外国人 40%、世代も広範に散らばり、宗教も言語も多様です。観光ニーズも様々であり、「北海道」という名前に接する機会が増えている反面、言語やハラル、二次交通情報の不足等の壁もあり、来道シンガポール人は年間約 6 万人ですが、まだ総人口の 1%程であり、伸び代は十分にあります。



北海道 ASEAN 事務所のメンバー

来道外国人観光客 500 万人を 2020 年までに達成することが、北海道の掲げる大きな目標です。理由のひとつは、インバウンド消費拡大に加え、輸出・対内投資拡大の可能性を広げるためです。例えば、帰国後にも道産品を買う消費者や、北海道でビジネスをしたいと考える外国人が増えるきっかけとなり得ます。

更に ASEAN 域内総人口は 6 億人、過半を占めるタイ・マレーシア・インドネシア 3.5 億人の内、もし 1% (350 万人) が来道すれば、300 万人以上の増加となります (現状 3 ヶ国で 30 万人未満)。仮に来道者が 10 万円ずつ消費すれば 300 億円の消費拡大に繋がります。ASEAN 地域はまだ大きな潜在力を持つ市場であると言えます。対する北海道には 540 万の道民が住む 179 市町村に 15 万の企業があります。多様なニーズに応え得る豊富な観光資源と十分なプレイヤーがいます。

当事務所では 2 月から、シンガポールの個人、及び ASEAN 4 ヶ国の旅行代理店を対象とした市場調査を実施します。本調査結果が、市場を拓く一助となるよう努めて行きます。

各数値は関係各機関の統計情報を基にした概算値

矢野 裕之