

2014  
6  
NO.356

# 調査ニュース

## 今月の注目点

### ～ GW中の道内観光は、好天に桜開花が重なり屋外施設が賑わう ～

今年のゴールデンウィーク期間中（4/26～5/6）における道内主要観光地（施設）の入込動向は、連続休暇の取りにくい日並びの悪さから、遠出を控え、近場の行楽地で過ごす動きが顕著にみられました。総じて好天に恵まれ、各地で桜の開花が重なったことに、イベント効果（五稜郭築造150年祭など）や、新施設オープン効果（旭山動物園、きりん舎・かば館、13年11月～）なども加わり、特に、花見観光地や動物園など屋外施設への人出が前年を大きく上回りました。今後本番を迎える道内観光シーズン。好調に推移している海外客に加え、ウエートの大きい道内客がGWの流れを持続させ、観光需要の底上げ役になることが期待されます。

#### GW期間中の道内主要観光入込動向

| 旅客輸送  | 輸送機関     | JR北海道                 |                        | 主要航空4社 <sup>(注3)</sup><br>(道内発着分) | NEXCO東日本<br>(道内分)   |
|-------|----------|-----------------------|------------------------|-----------------------------------|---------------------|
|       |          | 主要都市間 <sup>(注1)</sup> | 札幌圏4線区 <sup>(注2)</sup> |                                   |                     |
|       | 利用者数     | 289.5千人               | 2,244.7千人              | 604.3千人                           | 179.6千台             |
|       | 前年同期比伸び率 | ▲12.4%                | 2.4%増                  | ▲3.5%                             | 0.3%増               |
|       | 対象期間     | 4/25～5/6              |                        |                                   |                     |
|       | ( )は前年   | (同上)                  |                        |                                   |                     |
| 観光施設  | 施設名      | 札幌市内観光施設<br>10ヵ所      |                        | 旭山動物園<br>(旭川市)                    | おびひろ動物園<br>(帯広市)    |
|       | 利用者数     | 558.8千人               | 90.3千人                 | 104.9千人                           | 43.8千人              |
|       | 前年同期比伸び率 | 49.8%増                | 91.2%増                 | 52.2%増                            | 40.2%増              |
|       | 対象期間     | 4/26～5/6              |                        |                                   |                     |
|       | ( )は前年   | (4/27～5/6)            |                        |                                   |                     |
| 桜観光施設 | 施設名      | モエレ沼公園<br>(札幌市)       | 五稜郭公園<br>(函館市)         | 松前公園<br>(松前町)                     | しずない桜まつり<br>(新ひだか町) |
|       | 利用者数     | 53.6千人                | 147.8千人                | 114.1千人                           | 87.5千人              |
|       | 前年同期比伸び率 | 3.4倍                  | 2.5倍                   | 30.1%増                            | <sup>(注4)</sup>     |
|       | 開花日(13年) | 5/3(5/16)             | 4/28(5/8)              | 4/25(5/6)                         | 5/3(5/16)           |
|       | 対象期間     | 4/26～5/6              | 4/29～5/6               | 4/26～5/6                          | 5/4～7               |
|       | ( )は前年   | (4/27～5/6)            | (同上)                   | (同上)                              |                     |

(注1) 都市間輸送実績とは、本州・函館・旭川・釧路方面の主要4線区特急、急行列車上下計。

(注2) 札幌圏4線区とは、小樽、岩見沢、新千歳空港、石狩当別方面と札幌を結ぶ普通列車上下計。

(注3) 主要航空4社とは、全日空・日本航空・AIRDO・スカイマーク。実績は北海道発着分を計上。

(注4) しずない桜まつりは、13年の開花が5/16と大きくずれ込んでいるためGW期間での比較は行わない。

(出所) 札幌市、各施設・企業・団体の発表、ヒアリングなどをもとに道銀地域総合研究所が作成。

|                                     |   |
|-------------------------------------|---|
| 最近の道内経済産業動向                         | 2 |
| フラッシュ                               | 3 |
| ●ご当地カレーの連携で地域活性化を目指す                |   |
| トピックス                               | 4 |
| ●人口減少社会における地域活性化のポイント               |   |
| 地域発 シリーズ①                           | 6 |
| ●地域資源としての「強風」を地域振興に活かす              |   |
| ～寿都町～                               |   |
| 海外の窓 ～バンコクだより～                      | 8 |
| ●政局不安が続くも、ASEAN地域の物流拠点として発展が期待されるタイ |   |



## 最近の道内経済産業動向

足元の道内景気は、観光入込客の好調さ、公共工事の持ち直し基調が続いており、消費税増税に伴う駆け込み需要とその反動による振れを伴いつつも、全体としては持ち直し基調にある。

現状判断の参考としている主要経済指標は3月実績が中心。

- 個人消費は持ち直し傾向が一服

3月の大型小売店販売額（全店）は、前年比15.9%増と8カ月連続で前年実績を上回った（百貨店：同23.9%増、スーパー：同13.5%増）。高額商品が引き続き好調だったことに加え、日用品など幅広い品目に消費税増税前の駆け込み需要がみられた。3月の乗用車新車販売台数（含む軽）は、同14.0%増と9カ月連続で前年を上回った。なお、4月に入り個人消費は、反動減による落ち込みがみられる。

- 住宅建築は弱含んでいる、公共工事は持ち直し基調にある

新設住宅着工戸数（3月）は、前年比▲4.5%（2,421戸）と3カ月連続で減少した（2013年度計：同▲1.6%）。貸家（同7.4%増）が増加した一方、消費税増税前の駆け込み着工による反動減などから、持家（同▲6.0%）、分譲住宅（同▲32.9%）が減少した。設備投資は、新規出店・改修を積極的に行っている小売業などを中心に持ち直し基調にある。公共工事請負金額（3月）は、同37.5%増と3カ月ぶりに増加に転じた（2013年度計：同22.1%増）。13年度補正予算の発注本格化が主因。

- 生産は緩やかに持ち直している

鉱工業生産（3月）は、前月比1.6%上昇と2カ月ぶりの上昇となった。一部工場での3月末の原油処理停止に向け石油・石炭（同▲8.5%）が低下。一方、好調な建設需要でセメントが増産となった窯業・土石（同11.3%上昇）、消費税増税前の駆け込み需要がみられた化学（同8.9%上昇）や、パルプ・紙・紙加工品（同7.7%上昇）などが上昇した。

- 輸出は拡大している

通関輸出額（3月）は、520億円（前年比10.2%増）と単月として過去最高額を更新。品目別でみると、マレーシア、サウジアラビア向け天然ガスパイプライン用鋼管が全増となった鉄鋼（同2.1倍）、北米向けが好調な自動車部分品（同23.2%増）などが増加した。

- 観光は回復している

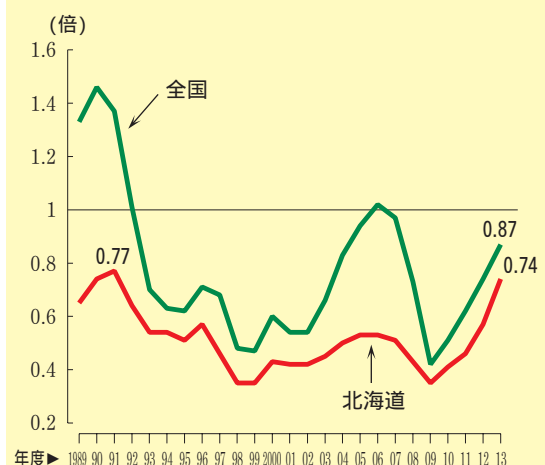
国内客が中心となる来道者数（3月）は、前年比6.8%増と25カ月連続で前年を上回った。3月の外国人入国者数（速報値）は、同24.3%増と14カ月連続で増加。

- 雇用情勢は回復の兆しがみられる

3月の有効求人倍率（パート含む常用）は、前年比0.17ポイント上昇の0.82倍と50カ月連続で前年実績を上回った。新規求人数（同）は前年比9.5%増。

有効求人倍率（パート含む常用）の推移（年度）

2013年度における有効求人倍率（平均0.74倍、前年比0.17ポイント上昇）は、1991年度（同0.77倍）以来の高水準。



(注1) 有効求人倍率 = 有効求人数 ÷ 有効求職者数  
(出所) 厚生労働省、北海道労働局

## ご当地カレーの連携で地域活性化を目指す

### ご当地カレーを巡るスタンプラリー、初めて開催

道内12エリア（市町村）、56店舗が参加するご当地カレーのスタンプラリー（以下、ラリー）が4月から11月まで開催されています（図表1参照）。“国民食”としてなじみ深い「カレーライス」をテーマとするイベントや地域おこしは、道内の「たんのカレーライスマラソン」<sup>（注1）</sup>を始め、全国で数多く開催されています。しかし、「ご当地カレー巡りで地域間の交流人口を増やそう」という試みは道内初。全国でも例をみない取り組みです。

（注1）北見市端野町で毎年9月開催。チームでカレーの材料を集めながらマラソンをし、ゴール後にカレーを作る。

### 北海道に縁があるカレーライス

カレーの具材で三種の神器といわれるのは「ジャガイモ、ニンジン、タマネギ」。全て北海道の収穫量が日本一の野菜です。こうした西洋野菜の普及に大きく貢献した機関の一つが1876年に開校した札幌農学校。同校の学生寮では洋食が常食と定められ、米食は禁止されていましたが、“ライスカレー”だけは例外とされていました<sup>（注2）</sup>。こうしたことから、カレーはもともと北海道に縁がある料理だといえそうです。

（注2）北海道大学HP（よくある質問）によると、札幌農学校の買い上げ記録として、1877年9月にカレー粉の記述がある。

図表1 スタンプラリーの開催概要

|          |                                                                                                                                                                                                       |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ラリーの名称   | カレーアイランド北海道スタンプラリー2014                                                                                                                                                                                |
| 開催期間     | 2014年4月18日～11月6日                                                                                                                                                                                      |
| 参加地域（団体） | 道内12市町村（団体）。参加カレーの名称は図表2参照。                                                                                                                                                                           |
| 実施方法     | <ul style="list-style-type: none"> <li>参加者は各店舗で食べるごとに、チラシにある応募ハガキ（スタンプラリーバスポート）にスタンプを押してもらう（ただし1エリアにつき1個）。</li> <li>3エリア以上制覇した参加者が応募できる（3エリア、6エリア、全エリアの3コースが設定）。</li> <li>抽選により各地の特産品が当たる。</li> </ul> |
| 景品       | <ul style="list-style-type: none"> <li>制覇エリア数と同じ数の各エリア特産品詰め合わせ（計100本～3エリア：60本、6エリア：30本、全エリア：10本）。</li> <li>他に、スペシャル賞（2本～有名スープカレー店長が当選者自宅調理）、協賛企業賞（6本）。</li> </ul>                                     |
| 主催       | 北海道ご当地カレーエリアネットワーク                                                                                                                                                                                    |

（出所）北海道ご当地カレーエリアネットワーク資料などから道銀地域総合研究所まとめ。詳しくは同ネットワークHP（<http://www.hokkaido-curry.net>）を参照。

### 高品質な地元産食材で地域をアピール

地元産食材を主要具材に使ったカレーは昔から各地の家庭料理として食べられてきました（熊本県の馬肉、福島県のホッキ貝、北海道のタコなど）。最近では、地元産食材にこだわらず新たな調理方法や形状などで特徴を出したご当地カレー（北九州市の焼きカレー、長野県大町市の黒部ダムカレーなど）により、地域をアピールしようという傾向も各地で見られます。こうした中、今回のラリーに参加する道内のご当地カレーは、それぞれ、「食の宝庫・北海道」ならではの高品質に定評があるバラエティ豊かな地元産食材が大きな魅力になっています。

ラリーの目的は「交流人口増加による地域活性化」。地元産食材や歴史を生かしたご当地カレーを通じ地域の魅力を発信することで、それぞれの地域の住民や観光客に他地域への訪問意欲を促す効果が見込まれます。今回のラリー開催は、各地域が独自の魅力を考える良いチャンスでもあります。カレープラスアルファの魅力を各地がアピールし、多くのラリー参加者を集めることで、観光需要の創出や地域活性化に結びつくことが期待されます。（松本 則栄）

図表2 スタンプラリー参加の道内ご当地カレー

| ラリーに参加するご当地カレー       | 参加店舗数 | 具材などの特徴                                         |
|----------------------|-------|-------------------------------------------------|
| ① 羽幌えびタコ餃子カレー        | 1     | ・羽幌町近海産の甘エビ、ミズダコ、道産小麦を原材料とする餃子、羽幌町産米を使用。        |
| ② 土別サフォークカレー         | 4     | ・地元で育成されたサフォーク（羊の品種。良質の肉用種）、地元産野菜を使用。           |
| ③ 美瑛カレーうどん           | 6     | ・美瑛産小麦粉100%使用のうどん、美瑛産の豚肉、野菜などを使用。牛乳または白いプリンがつく。 |
| ④ かみふらの豊味豚（ほうみとん）カレー | 4     | ・地元産の豚肉（豊味豚）と野菜を使用。米は道産米。豊味豚ハーブ入りウィンナーがつく。      |
| ⑤ 富良野オムカレー           | 12    | ・カレーとオムライスの組み合わせ。原材料は富良野産（一部は道産）。一品メニューと牛乳がつく。  |
| ⑥ 札幌スープカレー           | 2     | ・スープと大型具材（野菜、魚介類、肉類）に特徴がある。1970年代に札幌で誕生し全国的人気に。 |
| ⑦ 夕張カレーそば            | 7     | ・炭鉱で働く人々に人気が高かったメニュー。豚肉と玉ネギを使うのが特徴。             |
| ⑧ 森の恵みしむかっぶ村山菜カレー    | 2     | ・地元産の山菜、きのこ、エゾシカ肉を具材として組み合わせ香り高く仕上げる。           |
| ⑨ 十勝ピリカレー            | 3     | ・冷たいライスに冷たいルーをかけ、新食感を提供。具材には十勝産の野菜、肉類などを使用。     |
| ⑩ 苫小牧ホッキカレー          | 8     | ・苫小牧が水揚げ日本一のホッキ貝を使用。地元では昔から家庭料理として定着。           |
| ⑪ しらおいシーフードカレー       | 3     | ・地元産さら貝を定番として、季節ごとに旬の魚介類を使用。その他食材も白老産または道産。     |
| ⑫ 南富良野エゾカツカレー        | 4     | ・町内で生産されたエゾシカ肉のカツレツと地元産野菜を使用。町内で生産しているくまさ茶がつく。  |

（出所）北海道ご当地カレーエリアネットワーク資料、各ご当地カレーHPなどから道銀地域総合研究所まとめ

## 人口減少社会における地域活性化のポイント

食のブランド化、観光客誘致、市街地再開発など、地域では域内の活性化に向けて多様な取り組みが行われています。その背景の1つには、人口減少などによる地域衰退への危機感があります。本稿では、人口減少が与える地域への影響、地域活性化のポイントについてまとめました。

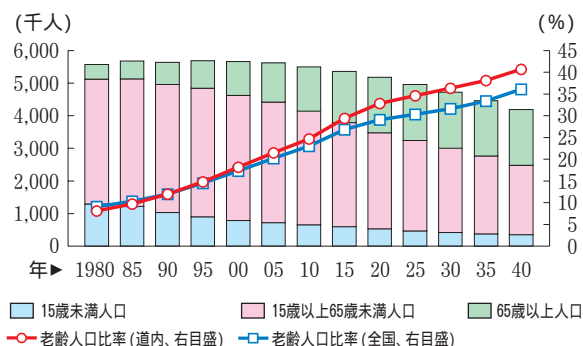
## 人口減少により急がれる地域活性化

北海道の人口は1997年の569.9万人をピークとして減少基調にあり（図表1）、2013年3月末現在では541.7万人と、ピーク時から約29万人減少しました。道内では雇用環境の厳しさなどから若年者を中心に首都圏をはじめとした道外へ転出するケースが多いため、人口の社会減（転出者数＞転入者数）がほぼ常態化しており（図表2）、高齢化率が全国平均を上回る要因にもなっています（図表1再掲）。また、出生率の低下などを背景に自然減（死亡者数＞出生者数）の幅が年々増加しており、近年では毎年2万人超の人口が減少しています。

人口の減少は地域の“過疎化”という形で既に大きな影響を与えています。過疎化が進行すれば地域の産業が衰退し雇用の場が失われます。また、人口減は税収減にもつながるため、行政サービスが低下し、住民の生活環境が悪化する可能性があります。雇用環境の悪化や行政サービスの低下は都市部への更なる人口流出につながります。人口減が人口減を呼ぶ悪循環に陥ってしまうのです。

このような状況が続けば、地域が消滅しかねません。よって、地域活性化が急がれているのです。

図表1 道内総人口と高齢人口の推移

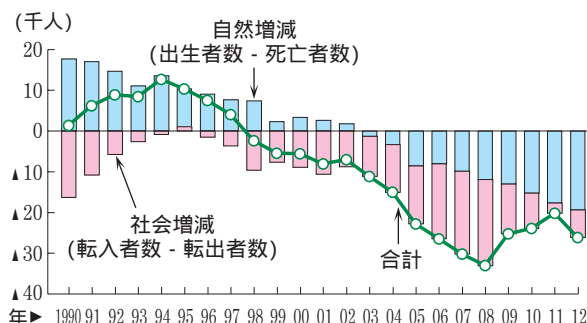


（注1）各年10月1日現在の人口。高齢人口は65歳以上人口。

（注2）2010年までが実績。以降は推計値。

（出所）国立社会保障・人口問題研究所

図表2 道内人口の自然・社会増減の推移



（注）調査期間は各年とも1月1日から12月31日まで。

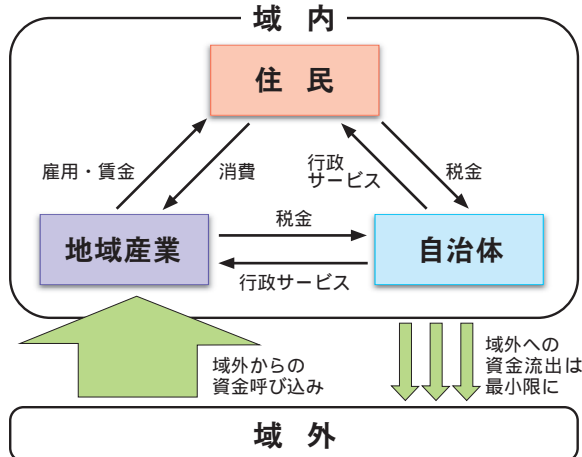
（出所）総務省「住民基本台帳人口移動報告」、厚生労働省「人口動態調査」

地域活性化の基本は域内で資金が回る仕組みづくり

地域活性化を成功させるためには、域外から資金を呼び込み、資金を域内で循環させる（域外への資金の流出を最小限に抑える）ことにより、域際収支の改善を図ることが必要です。域外から資金を獲得し、その資金を域内で循環させることにより、地域の産業が強化されれば雇用の創出が期待できます。雇用環境が改善されれば、域内での消費が活発化→税収増による行政サービスの向上→転入者数増、といったように良い循環が生まれ、地域が活性化するでしょう（図表3）。

域外から資金を呼び込む施策として、観光客誘致、企業誘致などが挙げられます。最近では“ご当地グルメ”を活用した観光振興を図る取り組みがみられます（P3に関連記事あり）。資金を域内で循環させる施策としては、商店街の活性化、地域で必要とするものを域内で生産し消費する“地産地消”が挙げられます。最近では、風力などの再生可能エネルギーを用いて発電した電力を売却し、その売却益を地域に還元する取り組みもみられます（P6-7に関連記事あり）。

図表 3 地域活性化の概念図



（出所）道銀地域総合研究所

成功事例の模倣ではなく地域の独自性を地域活性化には多くの成功事例があります。しかし、成功の本質を見極めずに表面的な模倣を行っても成功する可能性は低いでしょう。

例えば、徳島県上勝町（かみかつちょう）では懐石料理などに添えられる葉っぱを地域の高齢者が拾い集めて販売することによって地域活性化を図ることに成功しました。葉っぱは原材料費がゼロで参入リスクが低いことなどから、このビジネスモデルを参考とするために全国から視察団が訪れています。しかし、市場が求めるレベルの葉っぱの安定供給が極めて難しいことから他地域での成功事例はほとんどありません。同町が葉っぱの持続的な安定供給を可能としている要因として、“地域の高齢者（葉っぱを集める方々）と本ビジネス考案者との強い絆”が挙げられます（注1）。この強い絆が、高齢者間における競争意識の芽生え、パソコンスキル（専用ソフトなど）の習得といった安定供給に必要な組織体制の構築に貢献していると考えられます。絆は一朝一夕で強くすることは困難です。よって、強い絆による高度な組織化こそが、このビジネスモデルにおける強みの中核であり、模倣を難しくさせていると言えます。

このようなことから、地域活性化を考えるにあたっては、成功事例の模倣ではなく、地域の経済構造や地域資源を把握したうえで地域の独自性を出すことが成功への近道であると言えます。

地域の独自性を出すためには、まず、地域

が置かれている現状を客観的に把握する必要があります。例えば、代表的な経営分析ツールであるSWOT分析（注2）を活用すれば、地域でどのような地域資源を有しているのか、それをどのように活用できるのかを把握することができます。

そして、最も重要なことが、地域活性化の中心的な役割を住民が担うことです。地域活性化の究極的な目的は“豊かさ”の追求であり、地域における豊かさを定義するのは行政ではなく住民です。よって、行政には住民が地域活性化に参加できる仕組みづくり、キーパーソンの発掘、利害関係者間の意見調整といった地域活性化の主役である住民をサポートするような役割が求められます。

（注1）久繁哲之助著『地域再生の罫 - なぜ市民と地方は豊かになれないのか？』（ちくま新書2010）P 168を参考とした。

（注2）個々の組織や事業などについて、外部環境と内部環境を強み（Strengths）、弱み（Weaknesses）、機会（Opportunities）、脅威（Threats）に分けて要因分析を行うこと。

人口減少をイノベーションの機会と捉えて人口減少による地域衰退の危機感から、政府では多くの人口減少抑制策が検討されています。ただし、仮にこの数年で出生数が大幅に改善したとしても長期的な人口増加につながるには長い年月を要します。よって、当面の間は人口減少による国内市場の縮小が避けられません。国内市場の縮小により、地域同士の競争が激化し、地域活性化競争に負けた地域は更に衰退する可能性があります。

しかし、人口減少を悲観するだけでは地域は活性化されません。P.F.ドラッカーが“人口構造の変化はイノベーションの機会”と唱えたとおり、人口減少は新たな需要が生まれる可能性も秘めています。食をはじめとして、北海道には新たな需要を創出するための地域資源が豊富に存在します。道内の各地域が人口減少時代における地域活性化のイノベーターとして躍進することが期待されます。

（山岸 義明）

（株）道銀地域総合研究所では、地域の特徴を活かした各種戦略の立案など、地域活性化に向けたサポートを行っております。お気軽にご相談・お問い合わせください。

連絡先：011 - 233 - 3561

## 地域資源としての「強風」を地域振興に活かす ～ 寿 都 町 ～



地域に存在する様々な資源の活用は、その地域の振興・活性化を図る上で有効な手段の一つです。北海道の南西部、積丹半島から約50km南下した日本海沿岸に位置する寿都町は、「強風」という地域資源に着目し、早くから風力発電事業に取り組んできました。2013年度には、売電による余剰金が3億7,500万円に上り、貴重な自主財源として、地域医療の充実や、水道料金の軽減などにより、町民にも還元されています。

道内各市町村、もしくは諸団体等による地域活性化に向けた取り組みを、シリーズで紹介します。

### 自治体として初めて風力発電施設を建設

寿都町（以下、同町）は、人口3,229人（2014年3月末現在、住民基本台帳）の、漁業や水産加工業を基幹産業とした町です。太平洋側の噴火湾から日本海側の寿都湾に抜ける陸地は、両側を小高い山に挟まれた低地が続いています。その地形から、風の通り道に位置する同町は、道内の中でも特に風の強い町として有名です。春から夏にかけて吹く南南東の強風（通称：だし風）と、秋から冬にかけて吹き荒れる北西の季節風。こうした四季を通じて吹く強風が、漁業関係者や住民にとって“厄介者”になっていました。そうした中、1989年に、全国の自治体で初となる風力発電施設（風車）が、中学校の暖房用電力供給を目的に建設されました（出力16.5kW×5基）。しかし、場所の制約を受け、風車を山際に設置したことから十分な風力を得ることができず、また、設備の老朽化も進んだことから2000年に稼働は停止されました（その後2006年に廃止）。

### 失敗の教訓を活かして再チャレンジ

結局、1号機は失敗に終わりましたが、この失敗から多くの教訓が得られ、それらの教訓がその後の取り組みに活かされていったのです。教訓の一つ目は風況調査の徹底、2つ目は信頼性の高い設備を導入すること、3つ目が保守管理に万全の態勢を敷くこと、そして最後に、これらの条件面に対して親身に相談にのってくれるパートナー企業（重電メーカー）を選ぶことでした。1997年には、町営温泉「ゆべつのゆ」の完成に伴い、温泉施設への電力供給を目的に、再び風力発電施設の建設が計画されます。1号機の失敗から得た教訓を活かし、1999年、温泉施設近くの公園に、2号機となる発電施設が建設されました（寿都温泉ゆべつのゆ風力発電所：出力230kW×1基）。2号機は国の整備事業の一環で設置され、発電した電力は、温泉施設に加えて、同事業で建設された農村活性化センターの照明などにも利用されています。



（写真1）浜中海岸の風車群：左から、1～5基目までが風太風力発電所、6～7基目が風太風力第二発電所。右端の3基が寿の都風力発電所。（写真提供：寿都町）

### 自主財源確保に向け発電施設を増設

2号機の成功を受け、発電施設建設には一層拍車がかかりました。現・片岡町長が初当選した年の翌年（2002年）には、発電施設3基の建設を計画。厳しい財政状況の中、町長は「電力会社への売電により自主財源を生み出そう」と考えたのです。1号機の前例があり、また、地方債の発行額が大きくなるだけに、議会に加え役場内でも慎重論が多かった中、町長は「1号機の教訓をしっかりクリアできれば必ずうまくいく」と確信し、慎重派を説得。2003年、浜中海岸に発電施設3基が建設されました（寿の都風力発電所：1基当たりの出力600kW）。その後、2007年には5基を増設（風太風力発電所：同1,990kW）。さらに、2011年には2基を増設（風太風力第二発電所：同2,300kW）。これにより、町内での風力発電施設は合計11基、総出力では16,580kWとなり、道内でも有数の発電能力を誇る規模にまで拡大しました。特に、教訓の一つであった保守管理面では、メーカーに対して同町内に営業所を設置させ、定期点検はもとより、予防的保守や故障時における迅速対応を含めた包括契約によるメンテナンス体制がとられており、これにより、故障等による運転停止率は、僅か5%にとどまっています。

### 売電益は3.7億円、町民還元などに活用

この間、売電による余剰金（売電収入－維持管理経費）は、2004年度が1,300万円だったのに対し、その後の発電施設規模の拡大に加え、国の再生可能エネルギー固定価格買い取り制度（＝FIT、2012年7月～）が追い風となり、2013年度は3億7,500万円にまで増加。町税収入（約2億2,000万円）の1.7倍に相当する財源を生み出しています。同町ではこの余剰金を、診療所運営費や福祉関連基金への積み立てなど地域医療・福祉の充実に向けた活用に加え、漁業や観光等の産業振興、また、水道基本料金の引き下げ（一般家庭：1,560円→560円、2013年4月～）やプレミアム付き商品券の発行補助などにより町民への還元を行っています。



（写真2）「施肥材」の海底投下作業  
（写真提供：寿都町）

### 磯焼け対策に独自システムを考案

同町の基幹産業を支える“豊かな海”も地域資源の一つです。しかし近年は磯焼け問題が深刻化しており、その解決策が喫緊の課題となっています。同町では、磯焼け対策に様々な対策を講じる中、独自の施肥材製造に取り組むようになりました。これは、町内の森林整備で発生した間伐材チップと、地元水産加工場から発生する水産残さを混ぜ合わせ、微生物の力で数カ月間自然発酵させて分解し、それをサイコロ状（1辺の長さが約25cm）に固めたものです（写真2参照）。この施肥材の海底への集中的投下により、藻場の形成促進につながることが確認されています。同町では、施肥材投下の事業規模拡大を通して漁場環境の改善を図り、漁業生産量の維持・拡大につなげたい考えです。施肥材は、混ぜ合わせる割合や発酵期間などの調整により、改良が加えられており、地元の海はもとより、他地域で活用されることも視野に入れて製造が行われています。

「地域資源の活用による自主財源の捻出、地域資源の保全による地場産業の振興などを通し、地域内でいかにお金を生み出すか、そして、そのお金を地域内で循環させる仕組みをいかに構築するかが今後益々重要になる」と片岡町長は語ります。地域資源を最大限に活用し、地域振興・活性化を図る寿都町の次の一手が大いに注目されます。

【寿都町役場：寿都郡寿都町字渡島町140番地1】

○風力発電、及び施肥材に関する照会先：産業振興課（TEL：0136-62-2602）

（黒瀧 隆司）

**政局不安が続くも、ASEAN地域の物流拠点として発展が期待されるタイ**

カシコン銀行 ジャパンデスク 伊藤 彰浩  
(北海道銀行より出向中)

**タイのお正月は水かけ祭り**

タイでは4月13日が旧正月の元旦に当たります。13日から15日までの3日間は「ソンクラーン」と呼ばれ祝日となっています。この期間中は休暇となるため、多くの人々が帰省し、故郷での団楽を楽しむのが一般的です。

ソンクラーンの期間中に行われるもっともポピュラーな習慣が、花びらをちらして香りをつけた小鉢いっぱいの水を人にかけるといったものです。本来はお清めの意味で、相手の手に少量の水をかける穏やかな習慣であったものが、いつしか若者を中心にエスカレートし、現在のようなバケツや水鉄砲を使った盛大な水のかけあいとなりました。今では、ソンクラーンは別名「水かけ祭り」とも呼ばれ、タイ2大祭りの一つとなっています（もう一つは10～11月の満月の夜に開かれる灯篭流し、ローイ・クラトン）。

4月は、熱帯に位置するタイ国において平均最低気温が30度を超え、年間で最も暑い時期となります。その最中に行われる「水かけ祭り」は観光客にも人気がありますが、騒ぎ好きなタイ人の気質のせい、交通事故が多発します。ソンクラーン観光の際は安全に留意してご参加ください。

**訪日者は過去最高、各種経済指標の伸びは鈍化**

2013年に日本を訪れたタイ人は約45万人(前年比74%増)で、過去最高となりました。2014年1～3月期も13.3万人(前年同期比64%増)と増勢を維持しました。3月はソンクラーン前で旅行者数が伸びにくい月ながら、月間訪日者数は過去最高となる7万人超えを達成。ソンクラーン休暇で旅行者が増加する4月の訪日者数は8万人を超えたものとみられます。

しかしながら、長引く政局不安を背景に、足元では様々な経済指標が伸び率を鈍化させているの

も事実です。タイ憲法裁判所は5月7日、2011年の高官更迭人事が違憲と判断し、インラック首相が失職しました。このため、昨年11月からの政局不安は当面続くとみられます。

**地理的優位性で発展が期待されるタイ**

混迷を続けるタイ経済ですが、2015年末にはASEAN経済共同体(AEC)の発足が予定されており、実現すれば、人口約6億人の巨大なマーケットが誕生することになります。タイは東南アジアの中心に位置するという地理的優位性を持ち、陸・海・空の拠点も有することから、各ASEAN諸国への物流のハブとして、輸出を中心にさらなる経済発展が期待されています。現状一部が実現しつつあるように、東南アジア一帯が巨大マーケットとなることはそう遠くない未来なのかもしれません。製造業よりも食または観光を含むサービス業が比較的多い北海道の企業にとって、さらに世界で活躍出来るチャンスが数年後に到来しているかもしれません。

これからも、現地の最新情報をお伝えしますので、東南アジアへの進出を検討されている皆様、お気軽にご相談ください。



カオサン通りにおける水かけ祭りの様子

**調査ニュース (2014・6) NO.356**

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) 〒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) 233-3561 FAX (011) 207-5220  
本誌の無断転用、転載を禁じます