

2014  
7  
NO.357

# 調査ニュース

## 今月の注目点

### ～「札幌国際芸術祭」が初開催～

国内各地では、国際交流や地域活性化などを目的に、大規模な芸術祭が開催されています。こうした中、「札幌国際芸術祭」（7/19～9/28）がトリエンナーレ形式（※）で初開催されます。札幌国際芸術祭は、坂本龍一氏をゲストディレクターに迎え、「都市と自然」をテーマに、期間中は現代アート展を始め市内各所で様々な催しが行われます。同芸術祭を通して札幌の魅力が国内外に発信され、「創造都市さっぽろ」の象徴的なイベントとして大きく成長していくことが期待されます。

（※）美術・芸術祭の開催が、3年に1回の場合トリエンナーレ形式、2年に1回の場合ビエンナーレ形式と呼ぶことが多い。

#### 日本で開催されている国際芸術祭の事例

| 名 称<br>(開催スパン)                  | 開 催 地               | 会期 (注1)<br>(開催日数)                                          | 第1回<br>開催年 | 来場者数 (注2)        |
|---------------------------------|---------------------|------------------------------------------------------------|------------|------------------|
| 大地の芸術祭 越後妻有アート<br>トリエンナーレ (3年毎) | 新潟県十日町市、<br>津南町     | 2012年 7月29日～9月17日<br>(51日間)                                | 2000年      | 49万人<br>(2012年)  |
| 瀬戸内国際芸術祭<br>(3年毎)               | 香川県直島、小豆島、<br>高松市など | 2013年 3月20日～4月21日<br>7月20日～9月1日<br>10月5日～11月4日<br>(計108日間) | 2010年      | 107万人<br>(2013年) |
| あいちトリエンナーレ<br>(3年毎)             | 名古屋市<br>岡崎市         | 2013年 8月10日～10月27日<br>(79日間)                               | 2010年      | 63万人<br>(2013年)  |
| 神戸ビエンナーレ<br>(2年毎)               | 神戸市                 | 2013年10月1日～12月1日<br>(62日間)                                 | 2007年      | 37万人<br>(2013年)  |
| 札幌国際芸術祭<br>(3年毎)                | 札幌市                 | 2014年 7月19日～9月28日<br>(72日間)                                | 2014年      | —                |
| ヨコハマトリエンナーレ<br>(3年毎)            | 横浜市                 | 2014年 8月1日～11月3日<br>(89日間(除く休場日))                          | 2001年      | 33万人<br>(2011年)  |

(注1) 会期は、直近の開催内容を掲載。

(注2) 来場者数は、直近の開催年のもの。

(出所) 各主催者のHPなどを基に道銀地域総合研究所作成

|                        |   |
|------------------------|---|
| 最近の道内経済産業動向            | 2 |
| フォーカス                  | 3 |
| ●消費増税後の道内消費動向          |   |
| トピックス                  |   |
| ●ユニークな存在で地域に貢献する札幌ドーム  | 4 |
| ●取り組み機運が高まるIPO         | 6 |
| 海外の窓 ～ウラジオストク駐在員事務所～   | 8 |
| ●盛況だった「道銀ロシア極東ビジネス交流会」 |   |



## 最近の道内経済産業動向

足元の道内景気は、個人消費などで消費税増税に伴う駆け込み需要の反動減がみられるものの、観光入込客の好調さ、公共工事の持ち直し傾向が続いており、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4月実績が中心。

- 個人消費は持ち直し傾向が一服

4月の大型小売店販売額（全店）は、前年比▲5.9%と9カ月ぶりに前年実績を下回った（百貨店：同▲14.0%、スーパー：同▲3.7%）。4月の乗用車新車販売台数（含む軽）は、同▲9.1%と10カ月ぶりに前年割れ。いずれも、消費税増税に伴う駆け込み需要の反動減が主因。なお反動減の幅は、駆け込み需要による増加幅（3月）に比べて小幅にとどまった。5月以降、反動減の影響は着実に薄まりつつある模様。

- 住宅建築は減少傾向にある、公共工事は持ち直しのテンポが高まっている

新設住宅着工戸数（4月）は、前年比▲3.3%（3,236戸）と4カ月連続で減少した。貸家（同12.2%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▲22.2%）、分譲住宅（同▲5.1%）が減少した。設備投資は、製造業（食品など）や、小売（ドラッグストア、スーパーなど）など幅広い業種で持ち直し基調にある。公共工事請負金額（4月）は、同50.5%増（1,615億円）と2カ月連続で増加した。13年度補正予算の発注が前年よりも早期に本格化したことが主因。

- 生産は持ち直し傾向が一服

鉱工業生産（4月）は、前月比▲6.2%と2カ月ぶりの低下となった。公共工事向けに橋りょうが増産となった金属製品（同14.7%上昇）が上昇。一方、一部工場で原油処理が停止した石油・石炭（同▲47.4%）が大きく低下したほか、定期修理によりセメントが減産となった窯業・土石（同▲21.3%）、消費税増税前の駆け込み需要の反動減でパルプ・紙・紙加工品（同▲10.8%）などが低下した。

- 輸出は拡大している

通関輸出額（4月）は、前年比15.0%増と3カ月連続で前年を上回った。品目別でみると、リベリア向け等が増加した船舶（同7.5倍）、米国向けが好調な自動車部分品（同31.1%増）、中国向けホタテが増加した魚介類・同調製品（同20.1%増）などが増加した。

- 観光は回復している

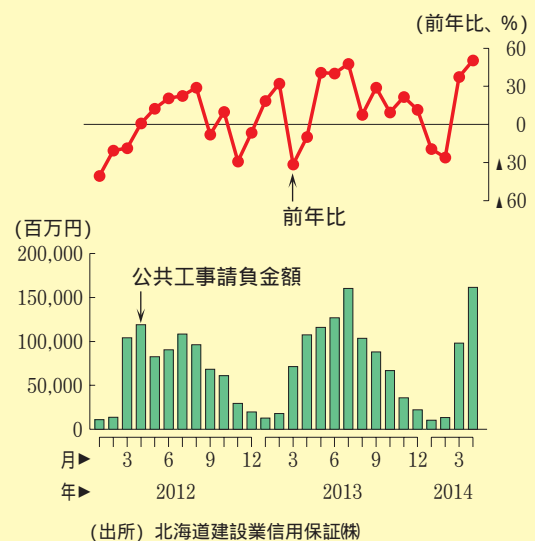
国内客が中心となる来道者数（4月）は、前年比▲0.1%と2年2カ月ぶりに前年を下回ったが、依然高水準で推移。4月の外国人入国者数（速報値）は、同40.1%増と15カ月連続で増加。

- 雇用情勢は回復の兆しがみられる

4月の有効求人倍率（パート含む常用）は、前年比0.15ポイント上昇の0.76倍と51カ月連続で前年実績を上回った。新規求人数（同）は前年比9.3%増。

公共工事請負金額（道内工事分）

政府は2014年度当初予算の執行を4・9月期に集中させる方針を示しており、当面は高水準での推移が予想される。



## 消費税増税後の道内消費動向

本稿では、本年4月までの道内小売関連の主要統計指標を紹介しながら、増税後における道内個人消費の動向と今後の着目点について解説します。

1. 消費税増税による個人消費への悪影響とは  
消費税増税がもたらす個人消費への悪影響は、増税前の駆け込み消費からの反動減、物価上昇による実質所得の低下、という2つに整理できます。

駆け込み消費の多くは、“前倒し需要”です。このため、「駆け込み消費の規模が大きいほど、反動減も大きい」「家計の買いだめ在庫がなくなるなど、時間の経過とともに、反動減による影響は次第に緩和する」という特徴があります。

また、増税による物価上昇分よりも所得の伸び率が低い場合は、家計の実質購買力低下へつながり、家計の節約志向（買い控え等）が更に強まるなどの影響が懸念されます。

2. 道内の個人消費は早期に持ち直す可能性も

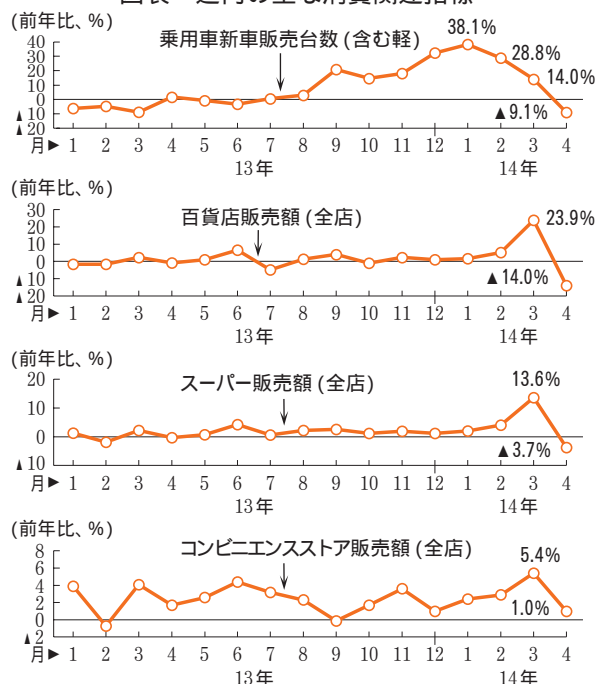
実際、道内主要統計の4月実績をみると（右下図表）、駆け込み消費が大きかった乗用車新車販売台数（含む軽）は、前年比▲9.1%と減少に転じています。とりわけ普通・小型車（3月：同8.3%増、4月：同▲13.7%）では、比較的大きな反動が見受けられました。道内小売店販売額をみると、3月に高額品を中心とした駆け込み消費が目立った百貨店は、同▲14.0%と大幅に減少。一方、スーパーは同▲3.7%と、小幅な減少にとどまりました。そして、3月の駆け込み消費が比較的少なかった4月のコンビニエンスストアの販売額は同1.0%増となり、増加基調を維持しました。もっとも、増税による物価上昇分を考慮しますと、実質ベース（除く物価変動要因）における4月の減少率は、更に大きかった（コンビニも減少へ転じた）と言えますが、3月迄の増加率をふまえてみますと、反動減の規模はさほど大きくなかったと整理できます。さらに、反動減による影響は次第に緩和していくとみられるため、今後、賃上げの勢いが拡大すれば、個人消費は早期に持ち直すことも期待できそうです。

3. 供給側には価格転嫁という課題が残る  
一方、供給側に目を向けますと、4月の道内消費者物価指数（生鮮食品除く総合）は前月比2.2%の上昇。この実績からは、着実に増税分の価格転嫁が進んでいるようにも見受けられます。ただ、北海道商工会議所連合会発表の「消費税の価格転嫁等に関する実態調査（速報）」<sup>（注）</sup>によれば、飲食業の49%、製造業の29%が、増税分の価格転嫁が上手く進んでいないと回答しています。さらに足元では、原材料・資材価格・光熱費などの上昇も企業収益の圧迫要因となりつつあります。今後は、変動費抑制策（省エネ投資、仕入・外注先の見直し等）や、付加価値の高い商品・サービス提供に向けた各種戦略の実行力が、企業側に一層求められる展開となりそうです。

（坂野 公紀）

（注）調査対象は札幌商工会議所を除く、道内41商工会議所の会員事業所。調査期間は平成26年5月1日～23日。有効回答数は864件。

図表 道内の主な消費関連指標



（出所）北海道経済産業局、（一社）日本自動車販売協会連合会札幌支部、（一社）全国自動車販売協会連合会札幌事務所

## ユニークな存在で地域に貢献する札幌ドーム

今年で開業から14年目を迎えた「札幌ドーム」は、収容人数が関東以北最大<sup>(注1)</sup>、かつ国内でもユニークな多目的施設として、多くの人々を集めています。市民・道民に身近な存在となった札幌ドームについてその特徴と道内への経済波及効果を中心にまとめてみました。

(注1) 札幌ドームの最大収容人数は53,738人。関東以北第2位は宮城スタジアム(49,133人)。道内で2番目は札幌厚別公園競技場(20,861人)。

## 多彩なイベントが開催されるユニーク施設

2001年の開業以来、札幌ドームは様々なイベントに利用されています。年間の来場者数は250～300万人に上り(2013年度：278万人)、これまでの累計総来場者数は3,300万人に達しています(図表1)。プロ野球やサッカーなどの「スポーツイベント」会場として、また、「ライブ(コンサート)」会場としても定着しているほか、2012年、2014年に開催された「札幌モーターショー」を始め、就活イベント、国家試験など、多彩な用途で利用されています。こうした多目的利用を可能としているのが、独自技術により会場を利用に合わせて転換するシステムです。野球場とサッカー場を兼ねたドームは国内唯一ですが、これは屋外のサッカーステージを空気圧で浮かせてアリーナ内に移動させる「ホヴァリングシステム」と、利用目的に応じて観客席を可動・収納させる「場面転換システム」の組み合わせにより実現したものです<sup>(注2)</sup>。また、もう一つ国内ドームで唯一なのは、クロスカントリースキー、スノーボードなどウィンタースポーツの屋内会場となることです。観客は、風や雪による天候の影響を受けずに長時間観戦できることから、スノーボード大会では若者から高齢者にまで客層が広がり、冬のビッグイベントにもなっています。

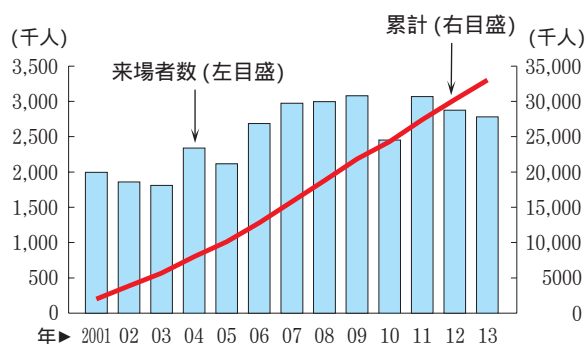
(注2) サッカーから野球の場面転換所要時間は14時間30分。野球からサッカーの所要時間は10時間。場面転換は2013年度に32回実施された。

## 市民・道民にも身近な存在

札幌ドームは、誘致型の大型イベントだけではなく、6時間リレーマラソン、こども絵画展などの開催、アリーナ・トレーニングルームの開放など、自主的な企画イベント開催や大型複合遊具「キッズパーク」の施設運営などの実施により、多くの札幌市民や道民が参加し賑わいをみせています。中でも、ドーム

内3階コンコースの一部を利用したランニングコース「札幌ドームNIGHT RUN」(冬季限定の屋内コース)は大好評で、2013年度は4,509人(前年比141.9%増)が利用。また、未来の子供たちの成長を応援するため、コンサドーレ札幌、ファイターズの観戦招待事業「札幌ドームみらいシート」を行っており、2008年以降約15,000名にものぼる子供たちが無料招待されてきました。さらに、開業以来、環境にやさしい施設を目指し、CO<sub>2</sub>排出量や廃棄物の削減、資源循環を促進するためのリサイクルなどを積極的に推進。昨年の野球用人工芝更新に際し不要となった旧人工芝は、道内外の野球・体育施設で再利用されています。このように地域に密着した様々な活動を通じて、地域振興にも大いに貢献しています。

図表1 来場者数の推移



(出所) 札幌ドーム

## 札幌ドームの経済波及効果は年間243億円

㈱道銀地域総合研究所では、札幌ドームの来場者数(2013年度)をもとに、道内における経済波及効果を試算しました。「来場者の消費支出額」と「イベント開催運営費」を直接効果(最終需要のうち道内で生産される金額)として、北海道開発局「平成21年延長北海道産業連関表」を使って波及効果を試算したところ、直接効果と一次波及効果(直接効

果によって新たに必要となる原材料等の需要に対応するために誘発された生産の効果)を合わせると195.7億円。二次波及効果(直接効果と一次波及効果によって雇用者所得が増加したことにより誘発された生産の効果)は47.6億円で、合計の波及効果は243.3億円となりました(道内総生産の押し上げ額は143.4億円)。札幌ドームの集客効果から生まれる経済波及効果は非常に大きいものとなっています。

経済効果をさらに大きなものにするためには、消費支出額がより多い道外からの来場者を増やすことはもちろんですが、プロスポーツチーム(北海道日本ハム、コンサドーレ札幌)の応援等を通じた道民の来場者数増加がカギを握ると言えるでしょう。

今後も期待される地域振興への貢献

札幌ドームの指定管理者である㈱札幌ドームでは、利用者からの意見や要望を取り入れて施設の改修にも取り組み、トイレの洋式化や、観客席通路への手すりの設置を実施。また、大型ビジョンの更新も予定されており、同社の収益還元のひとつとして積極的に施設・設備の充実を図っています。2020年開催予定の東京オリンピックでは、サッカー次リーグの会場の一つとして札幌ドームの名前があがっているほか、誘致が検討されている札幌冬季オリンピックでも、多目的な利用が期待されています。今後も札幌ドームが多くの来場者で賑わい、地域振興に貢献してくれることが期待されます。

#### 【経済効果推計方法】

- 1 推計の対象とするイベントは図表2のとおり。
- 2 来場者数の推計を行うにあたり、イベントを「スポーツ」「コンサート」「コンベンション等」に分類した。そのうえで、「道内客(日帰り)」「道内客(宿泊)」「道外客(宿泊のみ)」ごとに人数を推計した(図表3)。なお、「スポーツ」及び「コンベンション等」については、全て道内客とし、日帰りと宿泊(1泊)の割合は「第5回北海道観光産業効果報告書(北海道)」より推計。「コンサート」については、道外客は来道者数((公社)北海道観光振興機構)の増減などから、道内客の日帰りと宿泊の割合は「札幌ドームオンラインリサーチ2013」などから推計。
- 3 来場者1人当たりの消費支出額は、図表4のとおり。なお、対象イベントの入場料は運営費と重複することから含めない。
- 4 イベント開催運営費は㈱札幌ドーム決算資料より推計。
- 5 以上の資料を用いた経済波及効果の試算結果は図表5のとおり。

図表2 2013年度の主なイベント

| イ ベ ン ト          | 開催日数 | 来 場 者 数                          |
|------------------|------|----------------------------------|
| 北海道日本ハム戦(4・10月)  | 57日  | スポーツイベント<br>総来場者数<br>1,876,768人  |
| オールスターゲーム        | 1日   |                                  |
| コンサドーレ札幌戦(4・11月) | 7日   |                                  |
| その他              | 14日  | コンサート<br>総来場者数<br>436,214人       |
| 東方神起             | 1日   |                                  |
| EXILE            | 2日   |                                  |
| AKB48            | 1日   |                                  |
| B 2              | 1日   |                                  |
| 嵐                | 3日   |                                  |
| 関ジャニ∞            | 1日   |                                  |
| BIG BANG         | 1日   |                                  |
| 社会人野球            | 4日   |                                  |
| ふわふわアドベンチャー      | 4日   |                                  |
| 合同企業説明会          | 2日   | コンベンション・その他<br>総来場者数<br>344,274人 |
| モーターショー          | 3日   |                                  |
| その他              | 32日  |                                  |
|                  | 134日 | 2,657,256人                       |

(出所) ㈱札幌ドーム

図表3 来場者の分類 (千人)

|           | 道内客<br>(日帰り) | 道内客<br>(宿泊) | 道外客<br>(宿泊) |
|-----------|--------------|-------------|-------------|
| ス ポ ー ツ   | 1,757        | 120         | -           |
| コ ン サ ー ト | 280          | 125         | 32          |
| コンベンション等  | 322          | 22          | -           |
| 合 計       | 2,359        | 267         | 32          |

図表4 来場者一人当たりの消費支出額 (円)

|           | 道内客   |        | 道外客    |
|-----------|-------|--------|--------|
|           | 日帰り   | 宿 泊    | 宿 泊    |
| 合 計       | 3,524 | 22,529 | 79,123 |
| うち土産・買い物代 | 1,384 | 5,490  | 17,206 |

(出所) 合計：都道府県別観光消費額単価(観光庁)  
内訳：第5回北海道観光産業効果調査報告書(北海道)

図表5 2013年度札幌ドームによる経済波及効果

|               | 来場者の消費支出 | イベント開催運営費 | 合 計    |
|---------------|----------|-----------|--------|
| 直 接 効 果       | 12,596   | 1,575     | 14,171 |
| 一 次 波 及 効 果   | 4,820    | 574       | 5,394  |
| 二 次 波 及 効 果   | 4,239    | 526       | 4,765  |
| 合 計           | 21,655   | 2,675     | 24,330 |
| うち、道内総生産押し上げ額 | 12,744   | 1,600     | 14,344 |

(出所) 道銀地域総合研究所

(飯田 治)

## 取り組み機運が高まるIPO

近年の景気回復に伴う企業収益の改善などを背景に、企業では新規株式上場（＝IPO<sup>（注1）</sup>）への関心が高まっています。本稿では、IPOの動向や、取り組みメリット等を解説するとともに、IPOを検討する企業に対する支援メニューの事例について紹介します。

（注1）「Initial Public Offering」の略。未上場企業が新規に株式を証券取引所に上場することによって、株式の売買を可能とすること。日本語訳にすると「株式公開」であるが、「株式上場」と同義に扱われることが多い。

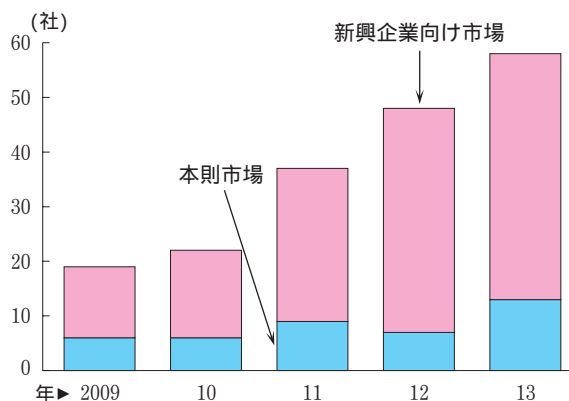
### 関心が高まりつつあるIPO

アベノミクスによる景況感の改善などを背景に、2013年末の株価は年初から約50%上昇するなど株式市場には明るさがみられます。こうした中、2013年の新規株式上場企業数は、全国で54社となり、4年連続で前年実績を上回りました（図表1）。市場別に見ると、マザーズ、ジャスダックといった新興企業向け市場への上場が増えてきています。

道内では札幌証券取引所に、新興企業向け市場として「アンビシャス」があり5社（累計14社）が上場（2014年5月末現在）。同市場は、「近い将来における本則市場<sup>（注2）</sup>」へのステップアップを視野に入れた、中小・中堅企業向けの育成市場」がコンセプトとなっています。2012年6月には、上場基準が緩和（時価総額基準の撤廃、株主数基準の緩和）されました。さらに、本則市場へのステップアップ市場としてのコンセプトに則り、本則市場へ移行する際の、基準緩和、提出書類の簡素化、審査料無料化（アンビシャス上場後3年以内）が実施されたこともあり、企業の更なる成長手段としてIPOが選択しやすくなりました。このようにIPOへの取り組みハードルが下がったこともあり、ここ数年、道内でもIPOに関心を示す企業が着実に増えつつあるようです。

（注2）本則市場とは、各証券取引所におけるメインとなる市場で、東証（一部、二部）、札証、名証、福証がある。

図表1 新規株式上場企業数の推移



（注） 新興企業向け市場は、マザーズ、ジャスダック（旧ヘラクレス、旧NEOを含む）、Q-Board、セントレックス、アンビシャス、TOKYO PRO MARKET（旧TOKYO AIMを含む）が含まれる。

（出所）各証券取引所HP等を参考に道銀地域総合研究所作成

### 知名度や社会的信用度が向上

IPOには多くのメリットがあります（図表2）。資金調達力の強化はもちろんのこと、「上場企業」というブランド力による知名度・社会的信用度の向上、優秀な人材の確保、従業員の士気高揚などが挙げられます。帝国データバンクの調査では、IPOを志向する目的として、資金調達力の強化よりも、知名度の向上や人材の確保を重要視する傾向が確認できます（図表3）。道内企業にとっても、道外への進出を目指すに当たり「上場」ブランドによる知名度向上効果への期待は決して小さくないようです。

こうしたメリットを享受できる一方で、投資家保護の観点から様々な社会的責任が生じること事実です。例えば、財務諸表を始めとした経営情報の開示、法令上遵守すべき義務の拡大など、外部からの監視の目は厳しく

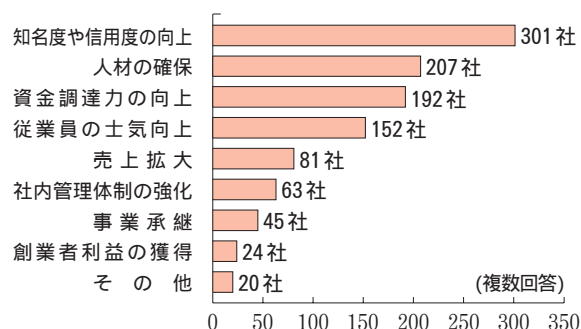
なります。このため、IPO前と比較して経営の自由度は低くなりますが、その分、外部からの評価・意見を経営面に活かす機会が増えるというメリットもあります。すなわち、一見デメリットと思われる点も、見方を変えると企業として健全な成長を続けるための力ギになると言えるでしょう。

図表 2 株式上場のメリット・デメリット

| ～メリット～    |                                                                                                                                   |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ○会社のメリット  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・企業の社会的信用の増大とPR効果</li> <li>・資金調達力の増大</li> <li>・人材の確保と従業員の士気高揚</li> <li>・社内体制の整備</li> </ul> |
| ○株主のメリット  | <ul style="list-style-type: none"> <li>・創業者利潤の実現</li> <li>・株式の流通性の増大</li> <li>・公正な株価形成と資産価値の増大</li> </ul>                         |
| ～デメリット～   |                                                                                                                                   |
| ○会社のデメリット | <ul style="list-style-type: none"> <li>・株主総会の運営対策</li> <li>・株式の買占め対策</li> <li>・企業内容の開示義務の拡大</li> </ul>                            |

(出所) 加藤晶春・松野雄一郎著「株式公開の知識(第7版)」(日経文庫 2006)を参考に道銀地域総合研究所作成

図表 3 株式上場の目的に関するアンケート



(注1) 回答数は株式上場の意向がある403社

(注2) その他には、「その他(9社)」、「非公表(9社)」、「無回答(2社)」が含まれる。

(出所) 株式会社データバンク「新規株式上場意向に関するアンケート調査(2014.4.22発表)」

## IPO支援メニューの事例

IPOに取り組む際には、事業基盤の確保(財務の健全性)や成長に向けた展望が必要となります。また、IPOに向けた準備には、内部統制制度の整備や資本政策の策定など、専門知識を要する作業が多く存在することから、自社のみで行うのは困難と言えます。よっ

て、IPOを達成するためには、パートナー選びが重要になってきます。

例えば北海道銀行グループでは、ファンドによる事業支援、IPO支援コンサルティングを行うことによって、財務面、手続面からIPOに向けたサポートを行っております。北海道銀行では、IPOなどを活用して更なる成長を目指す企業への事業支援を行うため「道銀どさんこファンド」を組成しています。今年1月には「道銀どさんこ3号ファンド」を組成(組成額5億円)し、5月にはスマートフォンやタブレット端末向けのゲームソフト開発企業1社に、4,015万円を出資しています。ちなみに、道銀どさんこファンドはこれまで、1号ファンド(2004年組成)、2号ファンド(2006年組成)において、合計20億円の投資を行っており、投資先企業のうち4社が株式上場を果たしています。さらに、(株)道銀地域総合研究所では「株式上場支援サービス」を用意。道内のベンチャーキャピタルで豊富な投資実績を有する北海道ベンチャーキャピタル(株)を始めとする外部パートナーと提携して、上場に向けた総合的な支援を行っています。

IPOは、ヒト・モノ・カネといった経営資源の調達力を高め、社会的信用度の向上とともに、企業の更なる成長を実現させる経営戦略の一つです。道内企業におけるIPOへの取り組みが一層活発化することで、企業の成長が後押しされ、道内証券市場はもとより、道内経済の活性化につながっていくことが期待されます。

(山岸 義明)

「道銀どさんこファンド」「株式上場支援サービス」についてご不明な点がございましたら、以下の連絡先までお気軽にお問合せください。

- 道銀どさんこファンド  
北海道銀行営業企画部商品戦略室  
TEL: 011 - 233 - 1052
- 株式上場支援サービス  
道銀地域総合研究所コンサルティング部  
TEL: 011 - 233 - 3561

## 盛況だった「道銀ロシア極東ビジネス交流会」

北海道銀行は6月5日～6日の2日間、日本から50名を超える経済交流訪問団を迎え「道銀ロシア極東ビジネス交流会 I Nウラジオストク」をウラジオストク市内で開催しました。

### 「北海道ショールーム」で本道をPR

まず初日は、午前中から二つの班に分かれ、マンション内装モデルルーム（道内住宅メーカーの現地法人）、自動車組立工場（日ロ合併企業）、医療関連の画像診断施設（同）や、花卉温室栽培施設などを視察。実際に見ることで、ロシアのビジネス現場について、具体的なイメージを持つことができたようです。夜には、ヒュンダイホテルにて、道主催による展示会「北海道ショールーム」が開場（～6日）。高橋はるみ北海道知事の挨拶によるオープニングセレモニーが行われました。「北海道ショールーム」では「食・農業」「寒冷地技術」「健康」「観光・友好」の4つのブースに分け、道内の食品や観光情報などを紹介しました。その後行われた、駐在員事務所開設を記念したレセプションパーティーには、日ロ双方から200人を超える方々が参加。ご来賓として、高橋知事、ロシア沿海地方副知事からお祝いの挨拶をいただき、途中にコサックダンス観覧をはさみつつ、日ロ双方の参加者が活発に交流する光景がみられました。

### セミナーを通し日ロ相互への関心高まる

2日目のセミナーでは、まず高橋知事から、北海道の魅力と、北海道との経済交流の可能性についてのプレゼンテーションがあり、続いて道内企業側からは事業や製品に関する説明がありました。ロシア側の参加者は皆熱心に耳を傾け、また質問も出されるなど、北海道に大きな関心を持っているのではないかと思います。別会場では個別の商談会が開催され、日ロ双方間におけるビジネス展開の可能性について、活発な意見交換が行われました。また午後からは、2つの分科会に分かれ、ロシア側の参加者が、日本との連携の可能性やロシアにおけるビジネス上の留意点などを説

明されました。日本側の参加者からは多くの質問が出るなど、ロシアでのビジネスについて深く学ぶことができ、日ロ双方の参加者にとって大変有意義な時間になったようです。

### 本道が強みを持つ技術にビジネスチャンス

ウラジオストク駐在員事務所は、本年3月18日に開設されました。ロシア・ウラジオストク市での駐在員事務所設立は、本邦地方銀行初であり、当行にとってはユジノサハリンスクに続くロシアで2カ所目の拠点となります。ウラジオストクは極東地域における商業・物流の中心都市として近年急速な発展を遂げており、本道の優れた寒冷地建築技術や農業技術などの分野での交流・進出が大いに期待されます。

現在、日本とロシア間、あるいは欧米各国とロシア間では、政府レベルで様々な問題に直面しています。しかし、このような時こそ民間レベルでのビジネスにおいては、長期的な視点で交流を深め、相互の信頼関係を構築していくことが重要だと思われます。今回のビジネス交流会を契機に、経済交流における一層の発展が期待されます。

今後、当地での情報収集等を通し、道内企業の皆様を強力にサポートしてまいりますので、お気軽にお問い合わせ・ご相談ください。

ウラジオストク駐在員事務所  
副所長 伊藤 清平



事務所開設を記念したレセプションパーティー

## 調査ニュース (2014・7) NO.357

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