

2015
6
NO.368

調査ニュース

今月の注目点

～ そば王国北海道 ～

北海道には、収穫量または漁獲量が日本一（都道府県別で第1位）の農・水産物が多く存在します。実は、“そば”もその一つであり、2014年産そばの道内収穫量は13,000 tと、全国（31,200 t）の41.7%を占めています。もっとも一般的な知名度では、信州そば（長野県）などの方が広く知れ渡っており、名実ともに日本一とするべく、ブランド化への取り組み余地は大いにありそうです。こうした中、道産玄そばの製粉・加工を通じたそば産地の活性化に向けて、道銀アグリビジネスファンド^(※)の活用例もみられ、北海道産そばのブランド力向上が期待されます。

(※) 道銀アグリビジネスファンドは、北海道銀行と農林漁業成長産業化支援機構等が出資するファンドです。北海道における1次産業者と2・3次産業者との連携による新たな事業機会の創出や、付加価値創造を目的としたファンドであり、北海道ベンチャーキャピタルが運営・管理を行います（ファンド総額30億円）。

そばの収穫量及び作付面積（2014年産）

順位	収 穫 量			作 付 面 積	
	都道府県	(t)	全国シェア(%)	都道府県	(ha)
1	北海道	13,000	41.7	北海道	21,600
2	長 野	2,560	8.2	山 形	4,880
3	茨 城	2,120	6.8	長 野	4,060
4	山 形	2,100	6.7	福 井	3,800
5	福 島	1,930	6.2	福 島	3,710
その他を含む 全国計	—	31,200	100.0	—	59,900

(出所) 農林水産省「農林水産統計」

最近の道内経済動向	2
北海道の未来 シリーズ③	3
●道内でもすそ野の拡大が見込まれる「ヘルスケア産業」	
地方創生トピックス	6
●消費押し上げ効果が期待されるプレミアム商品券	
海外の窓 ～北陸銀行 ロンドン駐在員事務所だより～	8
●2015年英国総選挙、大きな争点となったEU残留・離脱	



最近の道内経済動向

○道内景気は、公共工事が弱含んでいるものの、個人消費が持ち直しつつあるほか、観光関連での堅調さ持続などから、緩やかながらも持ち直し基調を維持している。

○先行きは、緩やかな持ち直し基調が続くと予想される。

※基調判断は、2015.5.13時点で入手可能な主要経済指標を参考に行っている（3月実績が中心だが鉱工業生産のみ2月）。

●個人消費は持ち直しつつある

3月の大型小売店販売額（全店）は、前年比▲11.9%と2カ月ぶりに前年実績を下回った（百貨店：同▲18.4%、スーパー：同▲9.8%）。特殊要因（消費増税直前の駆け込み需要）で大幅増となった前年の反動であり、2年前比では小幅ながらも増加。3月のコンビニエンスストア販売額（全店）は、前年比2.1%増と18カ月連続の増加。3月の乗用車新車販売台数（軽含む）は、同▲8.5%と12カ月連続で前年を下回った（2年前比：4.2%増）。

●住宅建築は下げ止まりの兆し、公共工事は弱含み、設備投資は持ち直し基調

新設住宅着工戸数（3月）は、前年比▲5.7%と2カ月ぶりに前年実績を下回った。前月に大幅増となった反動から分譲マンション（同▲61.1%）が全体を押し下げたものの、持家（同▲0.7%）と貸家（同▲2.5%）は概ね前年並みの水準を維持。公共工事請負金額（3月）は、前年比▲38.9%（600億円）と4カ月ぶりに前年実績を下回った。四半期ベースでは、7-9月期以降3期連続で前年同期比減少（14年度累計：前年比▲7.6%）。設備投資は、物流関連施設や宿泊施設で新設・改修投資の動きがみられるなど、全体として持ち直し基調にある。

●生産は横ばい圏内

鉱工業生産（2月）は、前月比▲1.7%と2カ月ぶりに低下。病院や学校の建築増に伴いアルミ建具が増産となった金属製品（同16.6%上昇）など5業種が上昇。一方で、米国西海岸の港湾ストライキの影響で輸出向け自動車駆動伝導装置が減産となった輸送機械（同▲12.9%）、設備点検等に伴いビールや清涼飲料水が減産となった食料品（同▲3.2%）など11業種が低下した。

●輸出は弱含んでいる

3月の通関輸出額（速報値）は、前年比▲22.4%と2カ月連続で前年実績を下回った（1-3月累計：前年同期比▲8.1%）。中国など向けに魚介類及び同調整品（前年比42.2%増）が前年を上回ったものの、「船舶」や米国など向け「自動車の部分品」が減少した輸送用機器（同▲36.4%）、マレーシアなど向け「管及び管用継手」が減少した鉄鋼（同▲45.4%）などが減少した。

●観光は回復している

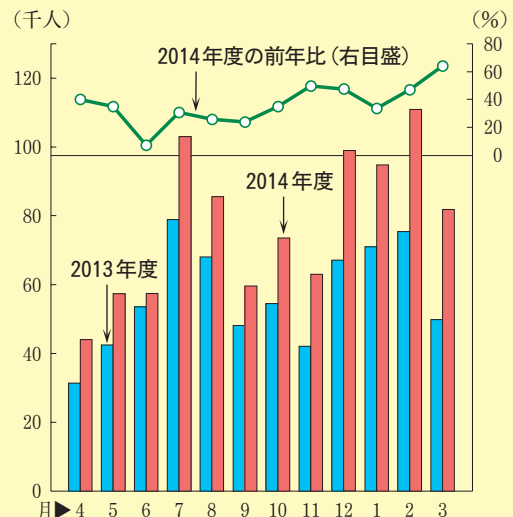
国内客が中心となる来道者数（3月）は、前年比0.2%増と5カ月連続で前年実績を上回った。一方、3月の外国人入国者数は、同64.2%増と26カ月連続で増加。北海道人気や円安等を背景に、アジア客を中心に大幅に増加。

●雇用情勢は緩やかに回復している

3月の有効求人倍率（パート含む常用）は、前年比0.08ポイント上昇の0.90倍となった。3月の新規求人数（同）は前年比6.2%増。ともに62カ月連続で前年を上回った。なお、完全失業率（1-3月期平均、季調済）は3.6%と、前期比1.0ポイント低下。

外国人入国者数の推移（北海道）

外国人入国者数は、北海道人気や円安等を背景に26カ月連続で前年比増加しており、2014年度累計では前年度実績を36.3%上回った。



（注1）「外国人入国者数」は、道内で入国手続きをした外国人の数。国内他地域からの移動により来道した外国人は含まれない。

（注2）2015年3月は速報値。

（出所）法務省

道内でもすそ野の拡大が見込まれる「ヘルスケア産業」

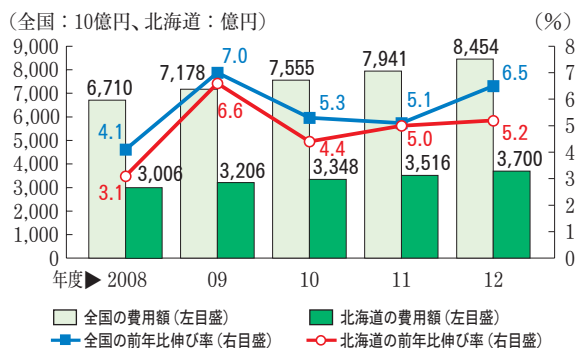
減少基調で推移する総人口に対し、高齢者人口は増加傾向にあり、公的保険による医療・介護費の削減に向けた取り組みが急務となっています。こうした中、国は健康寿命の延伸に向け、公的保険外の健康関連サービスなどを新たな産業（ヘルスケア産業^(注)）として育成する取り組みを成長戦略に盛り込んでいます。本道が優位性を持つ食や観光などとの融合により、道内でもヘルスケア産業のすそ野拡大が見込まれます。

(注) 本稿で取り上げる「ヘルスケア産業」は、経済産業省の使用例に倣い、「健康寿命延伸産業」「公的保険外の予防・健康管理サービス産業」などを意味するものとします。なお、同産業内における個別の事業及びサービスを総称して「ヘルスケアビジネス」または「ヘルスケアサービス」と呼ぶこととします。

1. 増加が続く医療費・介護費

高齢者人口の増加に伴い、医療費や介護費が増加傾向にあります。厚生労働省発表の国民医療費は、1980年度には11兆9,805億円でしたが、2012年度（直近の公表統計）には39兆2,117億円と、約30年間で3.3倍に膨らんでいます。2008年度以降の直近5年間をみても、前年比伸び率が1.6%～3.9%の範囲で増加しています。また、介護保険の給付費用額も増加傾向にあります。全国では2008年度の6兆7,100億円から2012年度には8兆4,540億円へと増加（約26%増）、北海道でも2008年度の3,006億円から2012年度には3,700億円へと増加（約23%増）しています（図表1）。

図表1 介護保険の給付費用額



(注) 前年比伸び率は厚生労働省「介護保険事業状況報告」に基づき算出。

(出所) 厚生労働省「介護保険事業状況報告」

2. 成長戦略に盛り込まれたヘルスケア産業の育成

こうした中、国は「健康寿命の延伸」を掲げ、新たな産業として、ヘルスケア産業の育成に向けた取り組みを始めています。アベノミクス第三の矢として策定された「日本再興戦略」（2013年6月）における「戦略市場創造プラン」の筆頭テーマに「国民の『健康寿命』の延伸」が挙げられたのです。同テーマでは「効果的な予防サービスや健康管理の充実により、健やかに生活し、老いることができる社会」などを目指し

て、「健康寿命延伸産業の育成」「予防・健康管理の推進に関する新たな仕組みづくり」「食の有する健康増進機能の活用」などを戦略分野及び当面の主要施策として位置づけています。「日本再興戦略」策定後、産業競争力会議や次世代ヘルスケア産業協議会などにおける議論を踏まえ、『日本再興戦略』改訂2014－未来への挑戦－（2014年6月）が閣議決定され、公的保険外のサービス産業の活性化に関する具体的な施策が盛り込まれました。そして、このような国の成長戦略に基づき、資金面から地域でのヘルスケアビジネス創出の支援を行うために、「地域ヘルスケア産業支援ファンド」が（株）地域経済活性化支援機構により設立されました（2014年9月）。

経済産業省では地域でのヘルスケアビジネス創出の取り組みに関し、その基本的考え方と地域産業との連携のあり方を示しており（図表2）、公的保険外の予防・健康管理等サービスと、「食・農」や「観光」といった地域産業との連携によるヘルスケアビジネスの創出を支援する体制の整備を進めています。

図表2 ヘルスケアビジネス創出の考え方とあり方

地域でのヘルスケアビジネス創出の基本的考え方

厚生労働省が進める「地域包括ケアシステム」の構築を踏まえ、さらにこれを補完する形で、運動・栄養・見守り・買い物支援等の医療・介護周辺サービスを、「公的保険外サービス」として育成する。

医療・介護関係者や公的保険外サービス提供者が、農業・観光等との地域産業との連携による新たなヘルスケアビジネスを創出することを支援する。

食・農、観光等の地域産業との連携のあり方

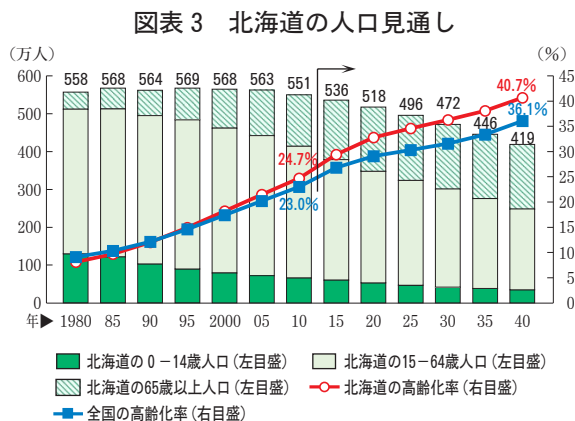
我が国の強みである「健康長寿」をブランド化し、国内外に地域発サービスを展開。
⇒「健康×食・農」「健康×観光」の新サービスを、地域外・国外への展開（アウトバウンド）と地域外・国外の需要の取り込み（インバウンド）の双方を視野に入れた取り組みを行うことにより、持続的なビジネス創出と地域コミュニティ活性化を図る。

(出所) 経済産業省商務情報政策局ヘルスケア産業課（平成27年2月）「地域におけるヘルスケアビジネスの創出について」

3. 高齢化のペースが全国よりも速い北海道

前項図表2にある通り、ヘルスケアビジネス創出において、連携が想定される「食・農」や「観光」といった地域産業は北海道が優位性を持つ分野であり、北海道にはヘルスケア産業の育成にとって有利な基盤があります。こうした中、北海道は全国（平均）と比べて高齢化が速いペースで進むと見込まれることから、公的保険外の予防・健康管理等サービスの育成が求められるヘルスケアビジネス（図表6参照）は、北海道でこそ必要、かつ、より有望な分野と言えるでしょう。

人口に占める65歳以上人口の割合（以下、高齢化率）を、全国と北海道で比べると、2000年頃まではほぼ同水準で推移してきましたが、2005年頃より北海道が全国を上回る様子が確認できます。国立社会保障・人口問題研究所による人口推計結果から高齢化率を求めると、2015年以降も北海道が全国平均を上回り、2040年には全国平均の36.1%に対して、北海道は40.7%と4ポイントも高くなると見込まれます（図表3）。また北海道の高齢化率を都道府県別に見ると、2010年には47都道府県中24番目（24.7%）でしたが、2040年には4番目（40.7%）の水準にまで上昇。さらに、この期間（2010年～2040年）における高齢化率の伸び（16.0ポイント）は都道府県中最大です。このように、北海道は他都府県と比べて、高齢化がより速く進むと予想されます。

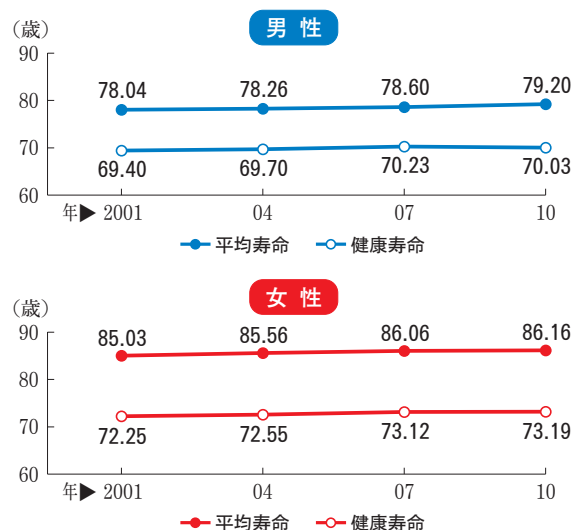


- (注1) 高齢化率は、人口に占める65歳以上人口の割合。
 (注2) 2010年までが総務省「国勢調査」による実績。2015年以降の人口は国立社会保障・人口問題研究所の推計値、高齢化率は同推計値から算出。
 (出所) 総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成24年1月推計）」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口（平成25年3月推計）」

『日本再興戦略』改訂2014－未来への挑戦－
では、「国民の『健康寿命』の延伸」に関する成果指標（KPI：Key Performance Indicator）の

一つとして2020年までに国民の健康寿命（2010年時点：男性70.42歳、女性73.62歳）を1歳以上延伸するとしています。健康寿命にはいくつかの指標がありますが、ここでは「日常生活に制限のない期間の平均」がその指標として使われています。すなわち、平均寿命と健康寿命との差は、「日常生活に制限のある期間」と解釈できるでしょう。北海道における平均寿命と健康寿命の差は、男性が9年程度、女性が13年程度と、ほとんど変わらずに推移しています（図表4）。健康寿命を延伸して平均寿命との差を縮めることで、個人においては生活の質を高め、社会においては医療や介護・予防の費用削減を通じた財政の健全化などへとつながることが期待されます。

図表4 北海道の平均寿命と健康寿命



- (注) 平均寿命は、北海道「平成24年北海道保健統計年報」による。健康寿命は、厚生労働科学研究費補助金「健康寿命における将来予測と生活習慣病対策の費用対効果に関する研究」の「日常生活に制限のない期間の平均」による。
 (出所) 北海道「平成24年北海道保健統計年報」、厚生労働科学研究費補助金「健康寿命における将来予測と生活習慣病対策の費用対効果に関する研究」

4. ヘルスケア産業の育成が地方創生の起爆剤に

北海道では、2013年に経済産業省北海道経済産業局により「北海道ヘルスケアサービス創造研究会」が立ち上げられ、同研究会が取りまとめたアクションプログラムに沿って2014年度に、道産食材の利用拡大を通じた健康寿命延伸・医療費削減を狙った事業が実施されました。2015年4月には、同研究会を民間主体の活動基盤に改組・拡大した「北海道ヘルスケア産業振興協議会」が設立され、ヘルスケア産業創出に向けた取り組みを進めています。

全国各地で同様の取り組みが進められており、経済産業省では地域のヘルスケアビジネス創出に向けて四つの課題（①ビジネスモデルの未成熟、②担い手及び人材の脆弱性、③資金供給経路の不足、④地域資源活用のための知見不足）と、今後に向けたその対応策をとりまとめています（図表5）。こうした課題の克服に向け、国はヘルスケア産業に対する様々な支援のための環境整備を進めています。ヘルスケア産業の発展により、国民の健康が増進され、医療や介護・予防に係る費用の増大が抑えられるばかりでなく、ヘルスケアサービスを提供する仕組みを作ること、地域において“しごと”が生まれ、“ひと”が集まり、高齢者のみならず他の世代にとっても住み良い“まち”が形成されることが期待されます。

5. 多様な分野で広がるビジネスチャンス

北海道では北海道経済産業局の事業として、医療機関が農園等から直接農産物を調達して病院内の給食サービスの向上を図る「医・農の連携」や、健康食・運動・温浴等をパッケージにしたツアーを実施する「ヘルスツーリズム」など、モデル的な取り組みが行われてきました。もっともこうした取り組みは、道内だけで完結するものではありません。今後は、道外の医療機関へ道産食材を提供、ヘルスツーリズムを活用した道外客の誘致、などといった域外需要を積極的に取り込む展開も考えられるでしょう。

ヘルスケア関連のサービスに対するニーズは今後、確実に増加していくとみられます。本道が優位性を持つ食・農、観光といった産業との連携に加え、健康管理、生活支援、住居、ものづくりなど、多様な分野でのビジネスチャンスが考えられます（図表6）。個々の企業では、まず自社の業務から周辺ビジネスを洗い出し、展開可能な分野・サービスがないか、参入機会を積極的に探るべきでしょう。

国内におけるヘルスケア産業のフロントランナーとなるべく、官民一体となって新たな産業のすそ野拡大に向けた取り組みを推し進めることが求められています。

（上田 和夫）

図表5 ヘルスケアビジネス創出に向けた課題と今後の方向性

課題① ビジネスモデルの未成熟

課題

- 「公的保険外サービス」を創出するには、公的保険との役割分担を規律できる、医療・介護事業者、自治体等との連携が必要。
- 現状では、地域のビジネスとして成立しうるモデルが共有されておらず、関係者が集う「場」も少ない。

今後の対応

- 医療分野等のグレーゾーン解消による新ビジネスの創出
- 自治体、医療・介護関係者、事業者を糾合した「地域版ヘルスケア産業協議会」でのビジネスモデル開発支援

課題② 担い手及び人材の脆弱性

課題

- 現状では、公的保険内の事業者が大宗で、保険外サービスの担い手が脆弱。新たな事業を立ち上げる地域人材も不足。
- 加えて、ヘルスケアビジネスを支える専門人材（保健師、管理栄養士等）やアクティブシニアの確保・活用も道半ば。

今後の対応

- 新たな保険外サービスに対する実証支援と経営支援人材の供給による「担い手」育成
- 保健師・栄養士の専門人材やビジネススキルを持った退職者の発掘・マッチング支援

課題③ 資金供給経路の不足

課題

- 地域の事業者は中小・零細が多く、これらの者が新たな事業を立ち上げるための資金面で供給主体が少ない。
- 他方、地域金融機関からの資金供給は必ずしも十分でない。

今後の対応

- 地域金融機関からの資金供給の呼び水として、ヘルスケアファンドによる出資と政策金融による低利融資制度の創設

課題④ 地域資源活用のための知見不足

課題

- ヘルスケアサービスとして活用しうる地域資源（食や観光等）の品質の見極めやその供給体制が不備。
- 有望な資源があっても「ビジネスモデル」や「市場」につなげていない。

今後の対応

- 「地域版協議会」で医・農商工連携を促進

（出所）経済産業省商務情報政策局ヘルスケア産業課（平成27年2月）「地域におけるヘルスケアビジネスの創出について」

図表6 ヘルスケア関連ビジネスの例

分野	ビジネス例
食・農	道産素材を活用した食事の提供（給食・配食サービス）、機能性食品・サプリメント等の製造・販売、農業体験
観光	ヘルスツーリズム、温泉療養、付き添いサービス（旅行・外出）、森林セラピー、観光ガイド
健康管理	健康診断、保健指導、栄養指導、運動・スポーツ指導（ウォーキング、ランニング、ヨガ等）
生活支援	家事代行サービス（調理・買い物など）、介護代行サービス、理・美容出張サービス、移動販売サービス
住居	高齢者向け住宅建設・リフォーム（バリアフリー化など）、セキュリティサービス（安否確認など）
ものづくり	医療機器・福祉用具の製造・販売、福祉車両の製造・販売

（注）ヘルスツーリズムとは「自然豊かな地域を訪れ、そこにある自然、温泉や身体に優しい料理を味わい、心身ともに癒され、健康を回復・増進・保持する新しい観光形態」を指す＜観光立国推進基本計画（2012年3月30日閣議決定）による＞。

（出所）新聞記事等を参考に道銀地域総合研究所作成

消費押し上げ効果が期待されるプレミアム商品券

緊急経済対策の一環として、2014年度補正予算で配分された国の交付金を活用して、全国の自治体がプレミアム付き商品券等^(注)の発行を予定しています。道内では、発行総額（プレミアム分を含む）が判明分だけでも230億円以上にのぼります。プレミアム付き商品券等の発行が消費底上げに寄与し、地域経済の活性化につながることを期待されています。

（注）商品券発行のほか、ユニークな独自の取り組みを行う市町村もある（図表5参照）。

国の交付金を活用し全国の自治体で発行

政府は昨年12月、個人消費の底上げと地方創生を目指す「地方への好循環拡大に向けた緊急経済対策」を閣議決定。本年3月24日、地方公共団体の自主的な取り組みを支援する交付金（地域住民生活等緊急支援のための交付金）2,483億円の配分を決定しました。こうした中、地域での消費を喚起するため、プレミアム付き商品券等（以下、同商品券）の発行が全国で相次いでいます。同商品券は、額面が販売額以上となっている商品券で、発行自治体での使用が原則となっています。国の交付金は、プレミアム分（例えば額面12,000円の商品券を10,000円で販売する場合、2,000円分が相当）や、発行にかかる経費等に充てられます。なお同商品券の使途やプレミアム率（上記の例の場合20%）などは、各自治体が自由に決めることが出来ます。

道内自治体の4割がプレミアム率を20%に

道内では、179の全市町村が同商品券の発行を予定しています（図表1）。発行総額は230億円以上、また、販売開始時期は、6月から7月にかけてが最も多く、全体の約9割が8月までに販売を開始する予定となっています（図表2）。既に販売済みの自治体の中には、販売当月中に完売したところもあるなど、人気の高さがうかがえます。プレミアム率別の構成比をみると、20%が全体の約4割と最も多く、次いで30%が3割を占めています（図表3）。また、最も高いプレミアム率としているのが西興部村の43%、ついで京極町及び知内町が40%となっています。なお、自治体の中には、子育て世帯や低所得世帯等に対して販売額の割引を行い、実質的なプレミアム率をさらに高くするといったことを検討している自治体もあります。

これまでの類似施策との相違点

過去に行われた類似の景気対策として、地域振興券（1999年）と定額給付金（2009年）の給付がありました。これらと比べて、今回の同商品券にかかる国の予算規模は約2,500億

図表1 プレミアム商品券の発行予定（道内）

（初回） 販売予定月	市町村	販売総額 （注1）	発行総額 （注2）	プレミアム率
6月	帯広市	12億円	13.8億円	15%
7月	苫小牧市	10.7億円	12.84億円	20%
	小樽市	10億円	12億円	20%
	函館市	10億円	12億円	20%
8月	札幌市	80億円	88億円	10%
	北見市	10億円	11.5億円	15%

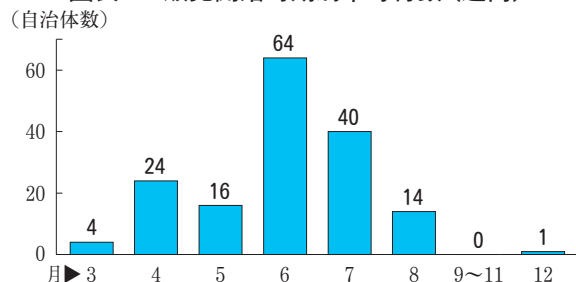
（注1）販売総額は、プレミアム分を含まない額の合計。

（注2）発行総額は、プレミアム分を含む額の合計。

（注3）判明分のうち、発行総額10億円以上の自治体を抽出した。

（出所）各自治体HP及び新聞報道を基に、道銀地域総合研究所作成

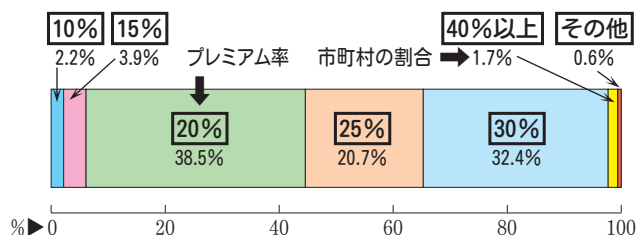
図表2 販売開始時期別市町村数（道内）



（注）このほか、販売開始時期未定の市町村が16ある。

（出所）北海道経済部の資料等を基に、道銀地域総合研究所作成

図表3 プレミアム率別構成比（道内）



（注1）複数回の発行予定がある自治体は初回発行分を対象とした。

（注2）「その他」は一般的な商品券の発行予定がないもの。

（出所）北海道経済部の資料等を基に、道銀地域総合研究所作成

円と小規模です。政府の資料によると、地域振興券・定額給付金（以下、従来型）の消費の押し上げ効果はそれぞれ約3割という試算結果でしたが、予算規模のみ比較すると、同程度の押し上げ効果が期待できないようにも映ります（図表4）。

ただ、同商品券は予算規模こそ小さいものの、従来型と比べ、地域の実情に応じた販売・使途設計が可能です。例えば、従来型が対象者への給付という形態だったのに対し、今回は希望者への販売という形となります（一部は域外の住民も購入可能）。使途としても、域内の買い物に利用できる従来型の商品券という形だけでなく、地域の宿泊施設で利用できる“宿泊券”や、住宅のリフォーム等に利用できる“建設券”など、地域の実情に応じた幅広い使途設計が可能となっています（図表5）。

地域の実情に応じた商品券等がもたらす効果とは

現在の景気を取り巻く環境は、従来型の対策時と違い、緩やかな持ち直し傾向にあります。このため、域内の買い物で利用できる同商品券が消費回復の点火剤となることも期待できます。また、地域の実情に応じた幅広い販売・使途の設計が可能という点を上手に活用することで、“持続的な地域の活性化”につながる可能性があります。

例えば、本年4月、鳥取県が県内の取扱対象宿泊施設で利用できる宿泊券を全国のコンビニエンスストアで発売したところ、1億4千万円分がわずか4分で完売しました。こうした宿泊券の販売で域内への観光客誘致を行うことは、域内における消費活動の活発化に

図表4 地域振興券・定額給付金との比較（全国）

名 称 (実施年)	形態	方法	予算（国）	消費の増加 (注)
地域振興券 (1999年)	商品券	給付	約7,700億円	約3割
定額給付金 (2009年)	現 金	給付	約20,000億円	約3割
プレミアム商品券等 (2015年)	商品券	販売	約2,500億円	—

(注) 各施策がなかった場合の消費と比較とした、消費の増加分。「定額給付金に関連した消費等に関する調査（内閣府、H22.1.15）」「地域振興券の消費喚起効果等について（経済企画庁、H11.8.6）」による。

(出所) 道銀地域総合研究所作成

つながるだけでなく、再訪意欲を刺激する機会を生むこととなります（注）。

一方、道内自治体の中には、商品券の販売という形態ではなく、農産物や観光農園入園料の割引販売を実施し、割引分を交付金で充当するといった、“地域の基幹産業の魅力発信”を狙った計画事例も見受けられます（図表5）。

こうした取り組みは、地域活性化のポイントとなる、域内で資金が循環する仕組みを構築することにつながるはずです。本道においても、地域の経済・産業、地域資源等を踏まえた同商品券の使途設計を行い、持続的な域内の資金循環の活性化につながっていくことが期待されます。

(注) 詳細は未定ながら、北海道庁においても宿泊券の発行が予定されている。

(渡辺 拓)

各自治体における販売開始時期・販売額・商品券の内容等は変更となることがあります。

図表5 道内における様々な発行予定

種 類	内 容	備 考
商品券以外の金券 〈複数の市町村〉	・自治体内のホテル・旅館で利用できる「宿泊券」。	・いずれも、多くの自治体で発行が予定されている。
	・リフォーム等に使用できる「建設券」。	
	・会員制の乗合タクシーサービスに対して、プレミアム分がついたタクシーチケットを発行〈E市〉。	
ご当地カードとの提携〈A市〉	・市内クレジットカード会社のカード利用額に応じて、商品券を送付。 ・カード利用者が申請することにより商品券が送付される。	・クレジットカードを利用して市内で一定期間に3万円以上の消費をした場合、先着1万名に3千円分の商品券を送付。
地域の産業構造を生かした内容〈B町〉	・農産物の割引販売を行い、割引分に交付金を充てる予定。 ・このほか、観光農園の割引券販売も予定。	・農業の町という地域性を考慮した。
中小店舗限定の商品券〈C市〉	・発行単位12,000円分のうち1,000円分の利用を、中小店舗に限定。	・地元の中小店舗支援。
住民以外も購入可能〈D町〉	・まず町内の世帯に対する優先販売を行い、そのあと一般販売を行う予定。 ・一般販売は、対象を町内在住者に限定しない。	・町内の大学に通う学生や、他市町村から通勤してくる人が多いといった、町の事情を考慮したもの。

(出所) 新聞報道及びヒアリングを基に、道銀地域総合研究所作成

2015年英国総選挙、大きな争点となったEU残留・離脱

北陸銀行ロンドン駐在員事務所
主任 松井裕太郎

2015年5月7日、英国では5年に一度の総選挙（以下、選挙）が実施され、結果は「保守党単独過半数」となりました。本稿は選挙前に執筆したのですが、その大きな争点の一つとなった「英国のEU残留・離脱」（以下、EU問題）を中心に、まとめました。

少数政党台頭により、予想困難となった選挙

前回2010年の選挙では13年ぶりに労働党から保守党へ政権が交代し、単独過半数を獲得する政党のない「ハングパーラメント」となりました。今回も二大政党の保守党、労働党の支持率がともに30%台で拮抗して伸び悩んでいますので、選挙前の時点ではハングパーラメントになる公算大とみられていました。前回選挙で保守党と連立政権を形成した自由民主党が支持率を大きく落としており、代わりに2014年9月に実施されたスコットランドの独立を問う住民投票を主導したスコットランド国民党（SNP）や、反EUを前面に掲げる英国独立党（UKIP）などの少数政党が台頭し支持率を高めています。このため、英国で長らく続いていた二大政党制の終わりを決定付ける選挙になるという見方も多く、英国の公営放送BBCは、選挙後に発足する政権の構成が「全く予想不可能」と伝えていました。

EU離脱で想定されるメリットとリスク

選挙で大きな争点の一つとなったEU問題について、EUを離脱（以下、離脱）した場合、英国にどんな影響があるかをみてみましょう。まず、経済的なメリットとして、加盟負担金（GDPの0.5%）の削減が挙げられます。また、移民増に伴う社会保障の給付増が問題となる中、独自の移民政策の採用が可能となることで財政面のメリットも大きいかもしれません（EU条約では人の移動の自由を原則保証）。さらに、英国・EU双方の法律・規制に対応しなければならない企業にとっても、手間やコストの負担減というメリットが考えられます。一方、離脱による最大のリスクは、企業がEU市場へのアクセスに支障をきたす可能性です（英国は輸出額のうちEU向けが50%超）。「離脱してもEUやその他諸国と自由貿易協定（FTA）を結ぶことで影響を軽減できる」とする見方もありますが、「英国経済にとってはマイナス面が大きい」とする見方の方が優勢です。ちなみに、欧州のシンクタンク・オープンヨーロッパは、「離脱の場合、2030年の英国GDPは実質ベースで、①最大2.2%減少、②FTAを締結した場合でも0.8%減少、③FTAを締結し国内経済の規制緩和を進め

て世界各国との自由貿易を促進すれば0.6%増加」と試算しています。また、離脱によって最も大きな影響を受けるのは英国の金融業界であるとも言われています。ロンドン金融市場はニューヨークと並んで世界金融市場の中心であり、「ウインブルドン現象」と呼ばれたように自国外からの参加者が大きな役割を果たしているという特徴があります。離脱すれば、EUという単一市場と壁ができることから、「自国外からの参加者が減少し、その存在感が低下するのではないか」と懸念されているわけです。

なお、日本から英国への進出を検討されている企業の立場から離脱の影響を考えると、EU規制に対応するための手間やコストを抑えることができるものの、EU市場へのアクセスという販路面に不安が残ります。また将来的にGDPが縮小する可能性が高いと見込まれている市場に参入することになってしまいます。

EU残留でも国益・主権を維持

総合して考えると、離脱はメリットよりもリスクやデメリットの方が大きいように思います。英国の世論調査では、今年に入ってから10回中8回、「残留」が支持されています。筆者も、英国がEUに残留し、EU内で自国の国益や主権を維持する姿勢を継続しつつ、「選択的離脱条項」（自国の利益にならないものには参加しない）を保持していくのが最善であると考えています。

英国の選挙は今年行われるポルトガルやスペインでの選挙にも大きな影響を与える可能性があります。どのような政権が誕生し、EU問題を含めた各種政策がどうなっていくのか、欧州各国及び世界経済全体にどのような影響を与えるのか、という点に世界中の注目が集まっています。



主要7党の党首によるTV討論（4月2日）
（英国ニュースダイジェストHPより）

調査ニュース（2015・6）NO.368

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