

2015
10
NO.371

秋の特別号

調査ニュース

今月の注目点

～ 体験観光ツールの一つとして注目されるスカイスポーツ ～

広大な大地を見下ろす北海道の空は、魅力的な観光資源の一つであり、現在道内各地では、熱気球・パラグライダー・スカイダイビングなど多彩なスカイスポーツ活動が展開されています。こうした中、8月30日(日)、「2015北海道スカイスポーツフェスティバル鹿部」(主催：公益社団法人北海道スカイスポーツ協会)が鹿部飛行場で開催されました(道南地域での開催は初)。同フェアは、スカイスポーツの振興を通して地域の活性化を図ることを目的に毎年行われています。今回も道内の各種スカイスポーツ団体が一同に会し、地上展示・デモフライトのほか、搭乗体験・手作り体験(凧・紙飛行機等)など様々なプログラムが用意され、多くの人で賑わいました。大自然との一体感が楽しめるスカイスポーツ。体験観光ツールの一つとして、北海道観光の魅力度アップへの貢献が今後さらに期待されます。

「2015北海道スカイスポーツフェスティバル 鹿部」・会場の様子



ハンググライダーシミュレーター



地上展示(モーターグライダー)



パラグライダーふわり体験

最近の道内経済動向	2
経済観測	3
●「道内景気動向Q&A」	
特集	6
●北海道新幹線開業に向けて	
～ 開業効果を道南地域および道内各地域へ波及させるために ～	
トピックス	13
●増加が続く企業による農業参入	
～ 農業を成長産業に変える原動力に ～	
海外の窓 ～道銀 ユジノサハリンスク駐在員事務所だより～	16
●サハリン州が目指す経済振興策にビジネスチャンスあり	

最近の道内経済動向

○道内景気は、公共工事が減少しているものの、個人消費・民間投資の持ち直し、観光入込客の増勢持続などから、緩やかながらも持ち直し基調を維持している。

○先行きは、引き続き民需主導により、緩やかな持ち直し基調で推移すると予想される。

※基調判断は、2015.9.9時点で入手可能な主要経済指標（鉱工業生産を除き7月実績）を参考とした。

●個人消費は緩やかに持ち直している

7月の百貨店・スーパー販売額（全店）は前年比3.3%増（百貨店：同2.4%増、スーパー：同3.4%増）と、4カ月連続で前年を上回った。百貨店は、主力の婦人服が総じて伸び悩む中、一部店舗における夏物セール開始時期の後ズレ（昨年：6月下旬→今年：7月初旬）などが販売額を押し上げた。なお、主要6業態別小売店（注）の合計販売額（全店）は同3.8%増。7月の乗用車新車販売台数（軽含む）は同▲7.2%と、16カ月連続で前年を下回った。

（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つつある、公共工事は減少している、設備投資は持ち直し基調

新設住宅着工戸数（7月）は前年比15.2%増（3,401戸）と、4カ月連続で前年実績を上回った。分譲住宅（同▲7.5%）が戸建ての減少により前年割れとなったものの、持家（同4.0%増）、貸家（同26.3%増）が増加。公共工事請負金額（7月）は同▲22.6%（955億円）と、5カ月連続で前年実績を下回った。設備投資は、企業収益などの改善を背景に、各投資計画調査で企業の前向きな動きが確認できるなど、製造業を中心に持ち直し基調にある。

●生産は弱含んでいる

鉱工業生産（6月）は前月比4.7%上昇と、3カ月振りに上昇した。携帯電話・スマートフォンの夏モデル向けに「無線通信装置」が増産となった電気機械（同14.9%上昇）など13業種が上昇。一方、公共工事の減少に伴い「生コンクリート」が減産となった窯業・土石（同▲0.8%）など2業種が低下した。

●輸出は好調に推移している

7月の通関輸出額（速報値）は前年比42.5%増（536億円）と、3カ月連続で前年実績を上回った。米国向け「金属加工機械」が減少した一般機械（同▲30.0%）などが前年割れ。半面、再輸出品（同15.9倍）、イタリア向け「管・管用継手」が増加した鉄鋼（同2.6倍）、米国向けが増加した有機化合物（同3.5倍）などが前年を上回った。

●観光は回復している

国内客が中心となる来道者数（7月）は前年比3.5%増と、9カ月連続で前年実績を上回った。一方、7月の外国人入国者数は同26.2%増と、30カ月連続で増加。北海道人気や円安等を映じて、アジア客を中心に好調に推移している。なお札幌市内の宿泊平均料金（1泊当たり）は、上昇基調で推移している模様。

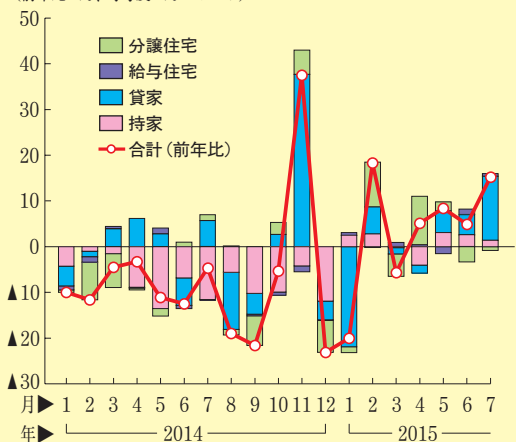
●雇用情勢は回復基調にある

7月の有効求人倍率（パート含む常用）は前年比0.13ポイント上昇の0.96倍となった。7月の新規求人数（同）は前年比8.3%増。ともに66カ月連続で前年を上回った。

利用関係別住宅着工戸数の推移（道内・寄与度）

7月は、貸家が全体をけん引し、4ヵ月連続で前年比増加。持家における消費税増税に伴う駆け込み着工の反動は、ほぼ収束したとみられる。

（前年比・%、寄与度・%ポイント）



（出所）国土交通省

「道内景気動向Q & A」

足元の道内景気は、消費増税後の反動減がほぼ収束したとみられ、緩やかながらも持ち直し基調を維持しています。そこで当行が7月30日に発表した「北海道経済の見通し(2015年度年央改訂)」をベースに、そのポイントと注目点についてQ&A形式で解説いたします。

Q 1：今年度の「道内経済成長率」の見通しは？

A：北海道銀行では、15年度の実質道内経済成長率を1.2%（名目1.6%）と予測しています（年央改訂、7月30日発表）。

15年度の道内経済は、財政の制約等を背景に、公共投資は前年を下回るとみられます。一方で、個人消費や民間投資（住宅投資・設備投資）の持ち直しに加え、国内景気の回復や海外客の増勢持続に伴う移輸出の増加などが見込まれます。この結果、消費増税後の反動が収束し、民需主導により2年ぶりのプラス成長に転じると予測しています（図表1）。

Q 2：「個人消費」におけるプラス材料は？

A：「政策効果」「物価上昇圧力の緩和」「雇用情勢の改善」などがプラス材料となり、緩やかに持ち直していくとみています。

足元までの個人消費をみると、乗用車新車販売台数（軽含む）で、軽自動車税の負担拡大（15年4月～）に伴う駆け込み需要の反動などから、前年割れが続いています。もっとも15年度第1四半期（4～6月期）には、コンビニエンスストア販売額（全店）が21四半期連続で前年同期実績を上回ったほか、大型小売店販売額（同、百貨店+スーパー）が2四半期ぶりのプラスに転じるなど、全体としては持ち直しつつあります（図表2）。

今後を見通すと、①政策効果、②消費者物価上昇圧力の緩和、③雇用情勢の改善、などがプラス材料となり、個人消費は緩やかに持ち直していくでしょう。

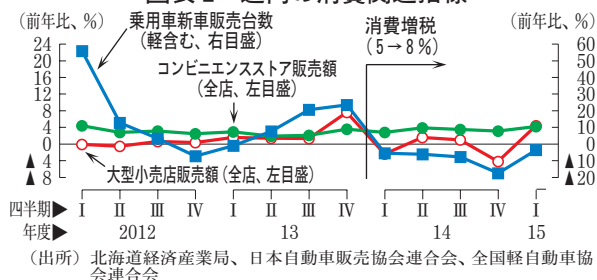
まず、政策効果とは、国の地方創生交付金による消費刺激効果です。交付金をもとに各自治体で発行されているプレミアム付き商品券が購買意欲を刺激し、商品券額面金額プラスαの支出につながる事が期待

図表1 北海道経済の見通し（15年7月30日改訂）

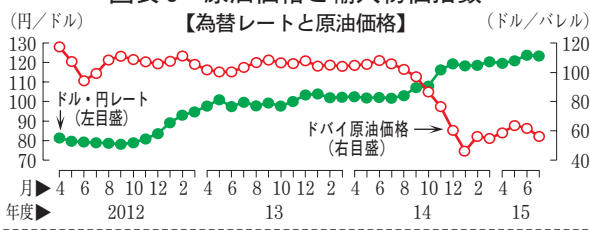
		年度			（前年比、%）		＜前回（12月）予測＞	
項目		13年度	14年度	15年度	14年度	15年度	14年度	15年度
		【実績見込】	【実績見込】	【見通し】	【見通し】	【見通し】	【見通し】	【見通し】
実質道内総生産（支出側）	実質個人消費	▲1.4	▲1.2	1.2	▲0.8	0.7	▲1.3	1.2
	住宅投資	▲0.1	▲2.1	1.6	▲1.4	▲0.2	▲1.5	0.8
	設備投資	1.7	0.4	2.1	▲4.1	▲8.2	▲4.6	3.6
	政府消費	0.1	0.7	0.7	▲0.3	0.7	▲0.3	0.7
	公共投資	11.1	▲3.2	▲4.5	▲4.1	▲8.2	▲4.6	3.6
	移輸出	1.2	▲4.3	5.4	▲4.6	3.6	▲4.6	2.1
	移輸入	1.2	▲4.5	3.8	▲4.6	2.1	▲4.6	2.1
	実質個人消費	▲0.1	▲1.4	1.0	▲0.8	0.7	▲0.8	0.7
（寄与度）	住宅投資	0.0	▲0.2	0.0	▲0.3	▲0.0	▲0.3	▲0.0
	設備投資	0.1	0.0	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1
	政府消費	0.0	0.2	0.2	0.1	0.2	0.1	0.2
	公共投資	0.8	▲0.2	▲0.3	▲0.3	▲0.6	▲0.3	▲0.6
	移輸出	0.4	▲1.3	1.6	▲1.3	1.0	▲1.3	1.0
	移輸入	▲0.5	1.8	1.5	1.7	▲0.7	1.7	▲0.7
	道内民需（再掲）	0.1	▲1.6	1.2	▲0.9	0.8	▲0.9	0.8
	公的需要（再掲）	0.8	▲0.1	▲0.2	▲0.2	▲0.4	▲0.2	▲0.4
名目道内総生産		0.8	1.6	1.6	1.5	1.1	1.5	1.1
消費者物価指数（道内）		1.3	3.1	0.6	3.5	1.1	3.5	1.1
鉱工業生産指数（道内）		1.7	▲4.0	2.2	▲3.3	2.0	▲3.3	2.0

（注1）実質道内総生産は2005暦年固定基準年方式。
（注2）統計上の不整合などが存在するため、各項目寄与度の合計値と実質道内総生産の伸び率は必ずしも一致しない。
（注3）消費者物価指数（道内）は総合指数を採用。
（注4）13年度の実質道内総生産（支出側）は13年度の名目値（速報）を基にした道銀地域総合研究所の推計値。14年度以降は道銀地域総合研究所の予測値。
（出所）北海道、北海道経済産業局、総務省などの資料を基にした道銀地域総合研究所作成

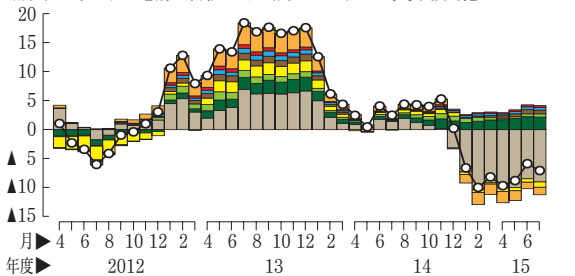
図表2 道内の消費関連指標



図表3 原油価格と輸入物価指数



（前年比、%）【輸入物価指数（円ベース）の寄与度分解】



されます。

次いで、消費者物価上昇圧力の緩和が、固い財布の紐を緩みやすくしてくれるとみえています。為替レートは14年度と比べて円安基調で推移しており、このことは輸入する財・サービスの価格を押し上げ、国内の物価上昇圧力として働きます。しかし現在は、原油価格の下落などを反映して、輸入物価指数は前年比マイナスで推移しています（図表3）。これに伴い、消費者物価の上昇圧力も緩和される見通しです。

そして、雇用情勢の改善により、常用労働者数は13年4月以降、前年を上回って推移しています（図表4）。収入を伴う消費者が増えることにより、消費額全体の増加が見込まれます。

Q3：海外客の増加が道内経済に及ぼす影響は？

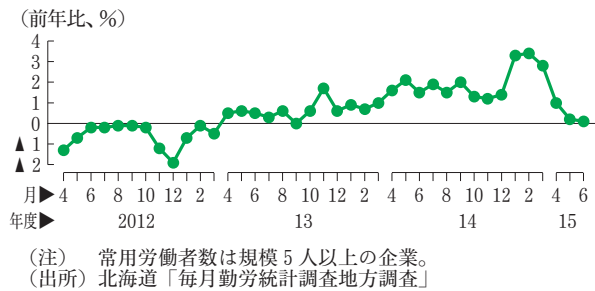
A：海外客による観光消費額単価は、国内（含む道内）宿泊客の2～6倍に上ります。海外客のウェイトはまだ全体の2％程度ですが、道内経済への貢献度は今後も着実に高まっていくと思われます。

本道における訪日外国人客（以下、海外客）の数をみると、14年度は入込客数が154万人（実人数、前年比33.7％増）、宿泊客延数が470万人泊（同27.5％増）と増加（図表5）。東日本大震災による落ち込みから回復した2年前（12年度）と比べると、どちらも2倍近くに拡大しており、短期間で大きく伸びていることがわかります。

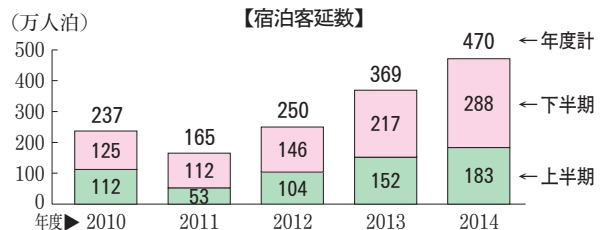
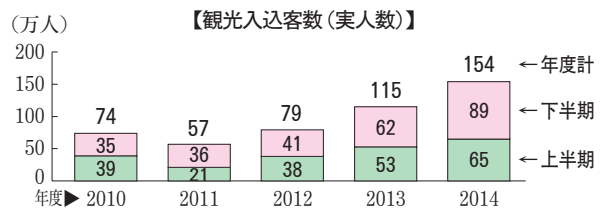
本道における観光入込客数全体（実人数）の内訳構成比（13年度）をみると、海外客は2.2％に過ぎません。しかし、宿泊旅行1人・1回当たりの観光消費額は、海外客が約12.2万円と道内客（約2.2万円）の約6倍に上っています（図表6上）。このような消費単価の違いから、観光消費額全体（約8,145億円）に占める海外客の割合は17.3％（約1,406億円）と、道内日帰り客の割合（16.1％）を上回る規模になっています（図表6下）。

次に、海外客による観光消費額の貢献度（総生産に占める割合）について、全国と比較してみましょう。全国における海外客の消費額は、07年度の8千億円強から14年

図表4 道内の常用労働者数

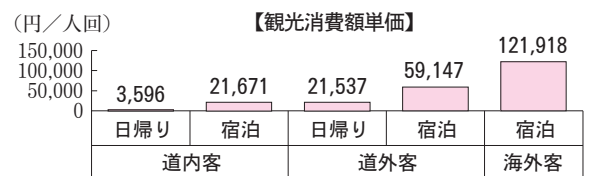


図表5 道内への海外客の入込客数・宿泊客延数

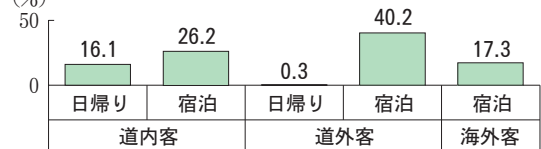


（注1）四捨五入の関係により年度計と上半期・下半期の合計値が一致しないことがある。
（注2）宿泊客延数は宿泊日数の合計。宿泊客1人が2泊すると宿泊客延数は2人泊となる。
（出所）北海道「北海道観光入込客数調査報告書」

図表6 入込客区分別の観光消費額単価等（道内・13年度）



【区分別の観光消費額が全体の観光消費額に占める割合】



（注）観光消費額単価は、観光目的客及びビジネス目的客別の観光消費額単価を観光入込客数で加重平均して求めた。
（出所）観光庁の資料を基に道銀地域総合研究所作成

度は2兆円弱まで増加。これにより、名目国内総生産に占める割合（名目国内総生産比）は、07年度の0.2％程度から14年度は0.4％程度まで上昇したと推計されます。一方、本道における海外客の消費額は、07年度の

7 百億円強から14年度は1 千 6 百億円強にまで増加。名目道内総生産に占める割合（名目道内総生産比）は、07年度の0.4％程度から14年度は0.9％程度にまで上昇したと推計されます（図表7）。

この結果から、「経済（総生産）に対する海外客の貢献度は、北海道の方が全国よりも大きく、かつ、全国より上昇ペースが速い」ということが確認できます。道内経済における海外客の貢献度は今後とも着実に高まっていくと思われ、海外客誘致が今後、経済成長率を押し上げる要素の一つとして、さらに重要さを増していくことでしょう。

Q 4：インバウンド需要を経済浮揚につなげるカギは？

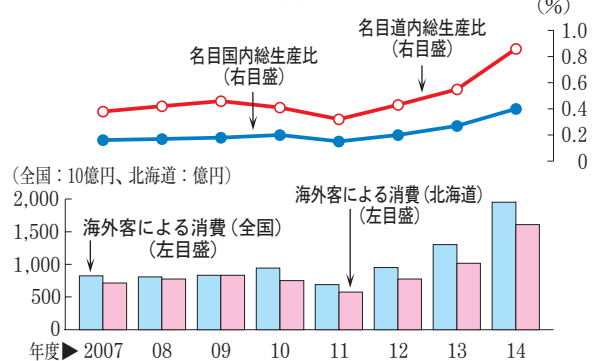
A：今後も海外客の増勢が続くと予想される中、
①自給率の向上、②消費機会の増加、③受け入れ体制の整備、が一層重要になるでしょう。

世界の経済成長とともに世界全体の観光客数は増加しており、今後も、特に新興国の経済成長に伴い来道する海外客の増勢が続くと予想されます。そうした中で道は2020年をめどに、海外客を300万人へと増加させることを目指しており、今年度の実質的な観光関連予算を前年比約5倍に増額するなど、観光振興に力を入れています。このように、世界的な潮流に加えて行政のバックアップもある中、本道での海外客による消費は一層の拡大が見込まれます。この好機を道内経済の浮揚につなげるためには、①自給率の向上、②消費機会の増加、③受け入れ体制の整備、が一層重要になります。

まず、消費を効果的に地域経済に取り込むためには、地域の資源・人を活用した新たな財・サービスの開発などによる**自給率の向上**が欠かせません。自給率が低ければ、せっかく落としてくれたお金の多くが域外へ流出してしまい、道民の所得向上に寄与する部分が小さくなってしまいます。

また、道内各地域での消費を増やしてもらうためには、**消費機会の増加**（含むサービスの付加）に向けた取り組みも必要です。例えば、免税店舗の面的拡大です。観光庁

図表7 海外客による消費



(注1) GDP統計によると、非居住者家計の直接購入が、訪日外国人による消費に該当する。
(注2) 外国人による消費は、GDPの需要項目のうち、輸出に含まれる。
(注3) 全国は14年度までは実績値。道内は道銀地域総合研究所の試算値。
(出所) 内閣府、観光庁、北海道などの資料を基に道銀地域総合研究所作成

によると道内の免税店舗数は、免税対象品目が拡大された14年10月から15年4月までに、2倍近くへと増加しました。もっとも、増加店舗数の80％超が6市（札幌市、千歳市、旭川市、北広島市、小樽市、函館市）に集中しており、都市部以外の地域にも免税店舗のすそ野を広げていくことが重要です。また、購入したものを購入場所から自宅へ直送できる（＝購入・運搬に係る負担の軽減）といったサービスの充実も、消費行動を誘発する動機につながるでしょう。

さらに、各地域における**受け入れ体制の整備**が求められます。着地型観光などにより地域で消費してもらうためには、魅力的な観光資源に加え、ニーズに応じて当該地域にアクセスするための交通手段（道内地方空港の活用、二次交通の充実）やそこに滞在するための宿泊施設などの拡充が欠かせません。“誰に・何を・どのように楽しんでもらうのか”、それを実現させるために“どのような受け入れ体制が必要なのか”。それを地域が一体となって考え、対応策を実行していくことが、各地域と本道全体の経済を活性化する上で必要です。

（上田 和夫）

北海道銀行発表の「北海道経済の見通し（2015年度年央改訂）」にかかる資料全文は、北海道銀行のホームページよりご覧いただけます。

【北海道銀行ホームページ（アドレスは本誌裏表紙に掲載）→法人のお客様→北海道経済の見通し】

北海道新幹線開業に向けて

～開業効果を道南地域および道内各地域へ波及させるために～

① 先行事例に学ぶ：北陸新幹線の開業効果と効果波及への取り組み

北海道新幹線の開業が約6カ月後に迫っています。そこで(株)道銀地域総合研究所では、今春開業した「北陸新幹線」を先行事例として参考にすべく、現地の視察を行いました(8/25～26)。本稿では、石川県庁(金沢市)と(一財)北陸経済研究所(富山市)からお聞きした内容を基に、開業効果波及に向けた開業前後の取り組みや、開業後の変化などを紹介します。

開業後の乗車実績は従来の3倍強に増加

北陸新幹線は、東京－新大阪間を、長野県・富山県・石川県を經由して日本海側回りで結ぶ整備新幹線です（図表1）。平成9（1997）年10月に高崎－長野間が開業し、今年3月14日には長野－金沢間が開業。最速で東京－金沢間が2時間28分（東京－富山間は2時間8分）で結ばれたことにより、東京－金沢・富山間の移動時間が従来に比べて1時間以上短縮されました。開業から6月末までの北陸新幹線（上越妙高－糸魚川間）乗車実績は約282万人と前年同期比約3.2倍（前年の在来線特急との比較）に上るなど、石川・富山両県への入込客数は大幅に増加しています。首都圏はもとより東北地方からも多くの人が訪れているほか、台湾などからの海外客も増えており、想定以上の観光客増加で宿泊施設は満室状態が続いているようです。また、二次交通であるタクシーやレンタカーの利用者も前年同期を大幅に上回るなど、大変な賑わいをみせて

います（図表２）。なお、（一財）北陸経済研究所の試算によると、開業後における年間の経済波及効果は、石川県（182億円）・富山県（118億円）を合わせて300億円に上り、新幹線開業が地元経済にもたらす効果が今後も大いに期待されています。

二つの都市を訪問してみると、“産業構造”“終着駅と通過駅”の違いなどを反映して、開業前後の取り組み方にやや差異を感じました。もっとも観光面では両地域とも、伝統工芸品のアピール、工業製品製造業を生かした産業観光など、ものづくり産業をベースに各地域の独自性を打ち出している点で共通しています。また、“時間短縮効果”に加え、災害が比較的少なく、電力や水の供給量が豊富で安定しているといった企業立地環境に対する評価の高さから、企業の管理部門や生産機能（工場）移転など、ビジネス面においても両地域で開業に伴う効果が表れています。

図表 1 北陸新幹線の路線図



(出所) 石川県庁

開業日の金沢駅兼六園口（東口）（鼓門：つづみもん）



(写真提供) 石川県庁

“周到的準備”と“効果的な情報発信”

開業から半年が経過し、観光面・ビジネス面など様々な方面に効果が波及していますが、波及拡大の主因としては、開業に向けての周到的な事前準備が挙げられます。例えば、石川県では、開業効果を最大限に引き出すため、開業の6年前（平成21年3月）にアクションプラン「STEP21」を策定。官民が連携し、3つのテーマ（①おもてなし、②食文化、③歴史・景観）での取り組みや県民意識の醸成に努めてきました。また、全国に向けて効果的な情報発信活動を展開したことも、効果の波及拡大に大きく寄与しています。特に首都圏を中心としたPR活動を積極的に実施。PR事業費を捻出するため、120億円規模の「新幹線開業PR推進ファンド」を官民共同で組成し、その運用益を財源に、各種イベントの開催、効果的な情報発信が行われてきたのです。

地元では、「新幹線開業年に観光客が増えるのは当然。開業効果を一過性のものに終わ

らせないためにも、再訪したいと思わせる新たなメニューを揃える必要がある」と先を見据え、新たな観光資源の発掘や、観光ルートの検討、おもてなしの充実などを図る動きが続いています。

道外への情報発信力強化がカギ

「開業数年前から地道に行ったPR活動が想定以上の観光客を呼び込み、大きな開業効果に結びついている」と、視察先で耳にした言葉がとても印象に残っています。

半年後に迫った北海道新幹線の開業。その効果を極大化するためには、道外への情報発信活動を、これまで以上に強力に実施していくことが重要になるでしょう。開業まで残りわずかな期間ですが、東北・北関東地区との連携強化に加え、二次交通の充実・他地域に負けないおもてなし力の醸成・企業立地の優位性アピールなど、官民が一体となって新幹線開業効果の波及拡大に向けた取り組みを行い、万全の態勢で開業の日を迎えたいものです。（飯田 治）

図表2 北陸新幹線開業による効果

県名	項目	期間等	利用者数等の増減、その他参考事項
石川県	観光施設 (来場者数等)	金沢城公園	開業日～8/13 前年同期比約1.8倍(約122.0万人)
		兼六園	” 約1.4倍(約147.0万人)
		輪島朝市	4/1～6/末 ” 約1.3倍(約20.7万人)
	宿泊施設 (宿泊客数)	金沢市内の主要ホテル	4/1～6/末 ” 約1.2倍(約18.2万人)
		加賀四温泉	” ” 約1.1倍(約42.7万人)
		和倉温泉	” ” 約1.3倍(約21.5万人)
	交通 (輸送客数等)	金沢駅のタクシー利用台数	4/1以降 ” 5～6割増
		金沢市内路線バス	開業後 ” 約2割増
		小松空港特急バス	開業後 ” 約▲4割
		大手7社のレンタカー保有台数	8月 ” 16%増(371台増) 見込み
	地価	航空機(小松-羽田)	4/1～7/末 ” ▲3～▲4割
		路線価(JR金沢駅前)	1月1日現在 ” 9.3%上昇
富山県	企業進出	㈱ジャパンディスプレイ(東京都)	— ※白山市に進出決定(1,700億円を投じて工場建設)
		㈱東芝(東京都)	— ※全国の半導体研究開発を子会社の加賀東芝エレクトロニクス(能美市)に集約
	観光施設 (入込客数)	瑞龍寺(高岡市)	4/1～5/末 前年同期比69%増。8/13～14は同47%増
		ひみ番屋街(氷見市)	5月 ” 14%増
		黒部峡谷鉄道	4/1～8/10 ” 約15%増。7月は同25%増
		立山黒部アルペンルート	4/1～6/末 ” 6%増(37.9万人)
	宿泊施設 (宿泊客数)	YKKセンターパーク	” ” 55%増(約6,500人)
		宇奈月温泉	4/1～7/末 ” 約40%増
		富山第一ホテル(富山市)	※特に外国人の増加が目立つほか、平日の利用者も伸びている
	交通 (輸送客数)	富山駅のタクシー利用者数	4/1～6/末 前年同期比約1割増
		航空機(富山-羽田)	3/21～5/20 ” 1.5倍
	地価	航空機(富山-羽田)	開業後 ” 約▲4割
		路線価(JR富山駅南口)	” 4.8%上昇(7年ぶりに上昇)
	企業進出	YKK㈱(東京都)	1月1日現在 ”
		ユースキン製薬㈱(川崎市)	— ※本社の管理部門230人を2016年3月末までに、黒部市に移す計画(既に110人が異動)

(出所) 石川県庁、新聞報道、その他参考資料をもとに道銀地域総合研究所作成

【寄稿】

② 開業に向けて着々と準備が進む北海道新幹線

(北海道総合政策部 交通政策局新幹線推進室長 本間 研一)

③ 官民一体となった取り組みで開業効果の波及拡大へ (同上)

④ 交通ネットワークの形成で交流範囲の拡大を図る

(北海道総合政策部 交通政策局交通企画課

交通ネットワークグループ 主幹 曾根 宏之)

⑤ 地域を支援する取り組み事例

(公益社団法人北海道観光振興機構 事業企画推進部商品開発グループ

兼 新幹線プロモーショングループ 次長 生川 幸伸)

② 開業に向けて着々と準備が進む北海道新幹線

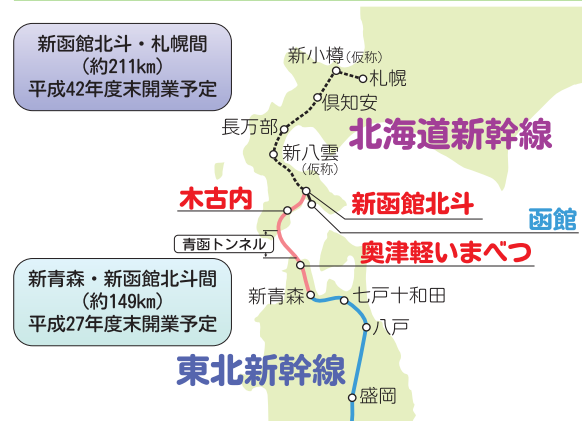
北海道新幹線は、東北新幹線の新青森駅から函館市付近・小樽市付近を経て札幌市に至る、延長約360kmに及ぶ路線です。このうち、新青森駅から新函館北斗駅の区間は、平成27(2015)年度末の開業が予定されています。また、新函館北斗駅から札幌駅の区間は、平成24(2012)年に認可・着工され、平成42(2030)年度末までの開業に向けて工事が進められています。

新函館北斗開業が約6カ月後に迫り、昨年末から開始された新幹線車両の試験走行が、現在は全線で行われているほか、北海道の新たなシンボルとなる駅舎が完成するなど、本道における新幹線時代の幕開けに、道民の期待が日に日に高まっています。

新青森・新函館北斗間の開業によって、東京から新函館北斗まで約4時間、仙台からは

約2時間半、新青森からは約1時間で結ばれることになり、首都圏や北関東、北海道とつながりの深い東北との交流が様々な分野で飛躍的に拡大するものと期待されます。

北海道新幹線の線路図



※北海道総合政策部作成

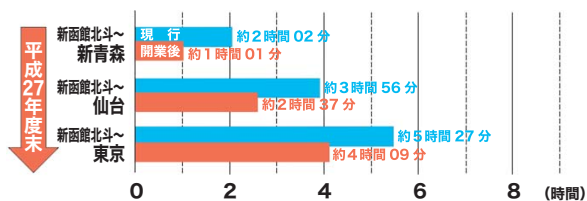


新函館北斗駅

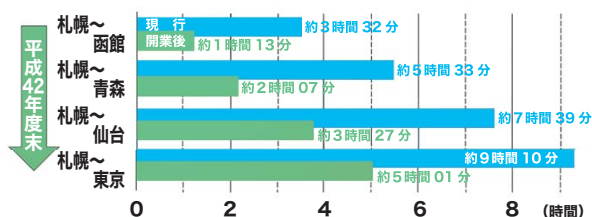


木古内駅

北海道新幹線の所要時間



※国土交通省資料、現行は北海道新幹線推進室調べ（函館～新青森・仙台・東京）（H27.2時点）



※国土交通省資料、現行は北海道新幹線推進室調べ（H27.2時点）

北海道新幹線の輸送力（新函館北斗開業時）

●輸送力 約12,500人/日
（片側：新函館北斗駅到着時）

◆輸送力は次の資料をもとに北海道新幹線推進室が試算
運行本数 17本 × 一編成定員 731名 = 12,427人

- 東京～新函館北斗 15本（速達型8本、緩行型7本）
- 東北新幹線「はやぶさ（E5系）」
- 仙台～新函館北斗 1本 定員731人/10両編成
- 盛岡～新函館北斗 1本

※運行本数は「第9回整備新幹線小委員会（H24.3.21開催）」別紙資料による。

ただし、開業後の運行本数は、営業主（JR旅客会社）が決定。

③ 官民一体となった取り組みで開業効果の波及拡大へ

この新幹線開業がもたらす効果を、道南地域はもちろんのこと、北海道全体へ広げていくことが重要です。「オール北海道」で開業効果を高めるための様々な取り組みを実施していく必要があることから、道では、開業に向けて進めていくべき取り組みの考え方や方向性を示した「カウントダウン・プログラム」を平成24年11月に取りまとめました。

この「カウントダウン・プログラム」の方向に沿って、官民の連携・協働による取り組みを積極的に進めていくため、官民の幅広い分野の方々をメンバーとする「北海道新幹線開業戦略推進会議」を平成25年3月に設立し、様々な取り組みを進めています。

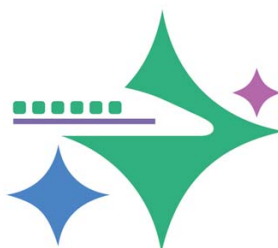
今年度の道内でのPR活動は、キャラバンカーによる各地のイベント会場でのPRを行っているほか、12月には函館市内での開業100日前イベントの開催、来年2月にはさっぽろ雪まつりでの大雪像の制作、さらに、函館出身のロックバンドGLAYによる開業PRソングの制作などを予定しています。

また、開業を契機として、道南地域と青森県を中心とする「津軽海峡交流圏」の形成に向け、両道県の共同による取り組みによって、開業効果の拡大・波及を図ることとしており、今年度は、文化、習慣、伝統等の相互理解を深めるためのイベントとして「圏民ショー」の開催、首都圏において道県の食や観光など

の魅力を発信する「トップセールスセミナー」の開催を共同事業として実施します。

このほか、道と民間企業とのタイアップによる取り組みとして、開業PRキャラクター「どこでもユキちゃん」やロゴマーク、キャッチフレーズを活用した開業記念商品を各企業に開発していただき、食品・飲料などの商品パッケージによるPRを進めています（下図参照）。

今後も新幹線開業がもたらす効果を最大限に高めるため、広域観光の推進や地域産業の振興、地域活性化などの取り組みを積極的に進めるとともに、道内各地域において気運の醸成を図るなど、市町村、経済界などとの連携を図りながら、取り組みを進めます。



つながる! ひろがる!
北海道新幹線



北海道新幹線開業PRキャラクター
どこでもユキちゃん

④ 交通ネットワークの形成で交流範囲の拡大を図る

北海道新幹線の開業により、北海道と本州方面、特に東北や北関東地方との間で、観光やビジネスなど様々な目的を持った方々の交流が活発化することが期待されます。そうした中、開業の効果を道南地域のみならず、全道に広く波及させるためには、新幹線駅から道内の各観光地や主要都市などに快適・円滑に移動できる利便性の高い交通ネットワークの整備が重要となります。

そこで、新幹線駅と道内の各地域を結ぶ交通機関の整備に向けて、「北海道新幹線開業戦略推進会議」の中に交通戦略部会を設置し、交通事業者や地方自治体、国の出先機関などにより、新幹線の開業に向けた情報共有や調整などを行っています。開業1年前となる平成27年3月には、新幹線の開業に向けて交通事業者などの関係者がそれぞれの取り組みを

進めるに当たり、その方向性を共有するための共通の指針として、「北海道新幹線開業に向けた道内交通ネットワーク整備指針」を策定しました。

この指針では、新幹線利用者が道内各地へ快適・円滑に移動するための物理的な「移動環境の整備」と、これらの移動環境に関する情報を地域の観光情報などとともに、分かりやすく伝える「情報提供機能の整備」を、2つの柱としています。

現在、この指針に沿って、各関係者が自ら具体的な取り組みを進めるとともに、交通ネットワーク全体として利便性向上に向けた取り組みを効果的に進めていくため、関係者間で推進状況を共有し、相互の連携を図りながら新幹線開業に向けて計画的に取り組みを進めています。

■ 移動環境の整備にかかる基本的な方向、及び主な検討・取り組み状況

交通機関	基本的な方向	主な検討・取り組み状況
鉄 道	新函館北斗駅から函館方面へのアクセス列車及び道央方面への特急列車における新幹線との円滑な接続ダイヤの設定、十分な輸送能力・乗り継ぎ利便性の確保など	〔アクセス列車〕電化、新型車両製作、新幹線と同一平面での乗り継ぎホーム整備、新幹線と接続するダイヤの検討など 〔特急列車〕気動車の新製、新幹線と同一平面での乗り継ぎホームの整備、新幹線の運行体系に合わせた接続利便性の確保など
バ ス	既存の路線バスの経路変更・円滑なダイヤ設定などバスによる移動環境の整備、都市間バスと新幹線との円滑な接続ダイヤの設定や必要な輸送力の確保など	・新函館北斗駅への路線バス（函館、江差、大沼、鹿部方面など）の乗り入れ（約100便） ・新函館北斗駅と五稜郭、湯の川、函館空港等を結ぶ新規路線の検討 ・新函館北斗駅から登別・洞爺湖温泉を結ぶ観光バス運行企画
航 空 機	既存の道内航空路線の活用や新規路線の開設、道内地方空港と道外空港を結ぶ航空路線の充実	・函館から道東・道北へのモニターツアーの実施 ・函館からの道内航空路線開設及び道内地方空港と道外空港を結ぶ航空路線開設にかかる初期投資等への支援
タ ク シ ー	定額タクシーの運行や観光タクシーの導入、観光案内などの対応能力向上やサービスの充実	・定額タクシー・観光タクシー運行に向けた実証事業 ・タクシー従業員向け接遇研修の実施
レンタカー	新幹線利用者を対象とした割引サービスの導入や高速道路と連携した取り組みによる広域周遊の促進	・レンタカーのキャンペーン価格の検討 ・新幹線利用者を対象とするレンタカーと高速道路を利用したスタンプラリーの実施
道 路	主要都市や観光地などを結ぶ広域的な交通ネットワークの整備、新幹線駅周辺の道路案内標識の充実など自動車利用者の利便性向上	・函館新外環状道路の整備（函館IC－赤川ICの開通） ・新函館北斗駅、木古内駅周辺の道路整備 ・新幹線駅周辺の国道や道道などの道路案内標識を整備

※北海道総合政策部交通政策局交通企画課作成

公益社団法人北海道観光振興機構（以下、当機構）では、北海道新幹線の開業効果を全道各地へ波及させるため、広域連携により地域の観光資源を利活用した観光地づくりに取り組む地域への支援を行っています。その一例として、まず、道南の北部地域における広域連携（北海道の行政区分である3つの振興局に跨がる8町村）の取り組みをご紹介します。

そこで、この協議会発足を契機に、8町村で観光に携わるコンシェルジュが一堂に集まり、研修やワークショップを積み重ねて、個人客をターゲットにした誘客戦略の検討を行ってきました。昨年夏には、全国から20組のモニターを募集し、「新たな観光資源の発掘」を依頼。公共交通機関を利用し、エリア内の隠れた魅力を外部の視

パンフレット 1

パンフレット 2

[illegible]

昨今人気がある、住民との交流や地域産業に触れることが出来る旅行者目線での観光情報を集約し、この秋にはガイドブックとして発行が予定されています。

また、J R北海道ともタイアップし、このほど八雲駅・長万部駅を基点とする観光情報を紹介した「めぐレール」マップを作成し、北海道新幹線開業に備えて、エリア内の受け入れ体制を整備しています（パンフレット2）。

一方、北海道新幹線の終着駅・新函館北斗駅から車で約20分の場所に位置する「大沼国定公園」。ここは、新日本三景の一つと称されるほど景色の素晴らしい場所ですが、その景色を見ながらゆっくりと食事をする施設が少ないため、団体客がトイレ休憩のために立ち寄るケースが多く、観光客の滞在時間が短い点が課題となっていました。また、多くの体験メニューがありながら、あまり認知されていませんでした。そこで今年7月から、滞在時間と消費額の拡大を図るべく、大沼湖畔でのバーベキューとガイドによる野鳥観察や撮影スポット散策、果物狩り、カヌーなどの体験メニューをセットにした商品「大沼公園まるかじりプラン」（パンフレット3）を、「大沼体験観光づくり実行委員会」（事務局：七飯町）が期間限定で発売。J R大沼公園駅前の観光案内所や函館市内のレンタカー会社が取り扱っています。さらに、来たる北海道新幹線の開業を見据えて、同地域に少しでも長く滞在してもらう仕掛けを検討しています。

また、道南から道央まで、噴火湾を遊覧船で横断する新しい広域観光モデルルートの検証を目的として、胆振・日高管内の官・民からなる「北海道新幹線×nittan地域戦略会議」が7月29日、森町（森港）と室蘭市（室蘭港）の間において、小型クルーザーでの試験運航を行いました（右地図）。もともと室蘭沖ではイルカやクジラウォッチングを実施しており、今回は海上の最短距離を航行することにより、車で移動（高速道路利用）するよりも30～40分の時間短縮が図られ、かつ海洋生物を見ることが出来るとあって、試乗した旅行会社と報道関係者には概ね好評でした。今後

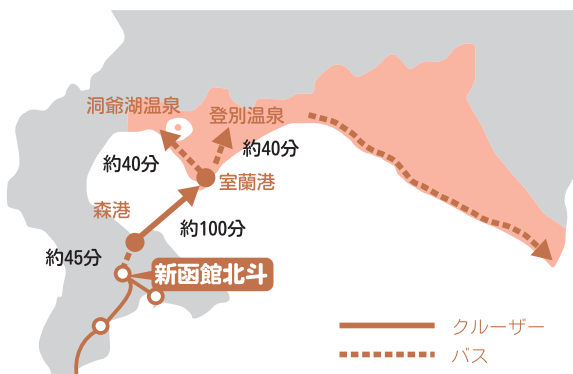
は、航路上や港湾内での安全面の検討や採算性などを考慮したうえで、首都圏の旅行会社などに旅行商品化を要請する予定です。

このほか、当機構では道内各地において、北海道新幹線の開業に向けた広域連携による受け入れ体制づくりに取り組む地域に対し支援を行うとともに、首都圏や東北などの都市部を中心に、北海道新幹線の告知を開業直前まで実施し、開業波及効果を最大限に高める誘客活動を行って参ります。

パンフレット3



噴火湾横断のモデルルート図



（出所）北海道新幹線×nittan地域戦略会議

増加が続く企業による農業参入 ～ 農業を成長産業に変える原動力に ～

製造業、建設業、小売・卸売業、運送業、社会福祉法人…、様々な業態の企業が農業に参入しています。2009年の農地法改正で異業種に対する参入規制が緩和された後、年平均の参入件数は以前の5倍超に増加しました。異業種での経営感覚やノウハウを活かした企業の農業参入は、農業の新たなビジネスモデル構築につながるものと期待されています。

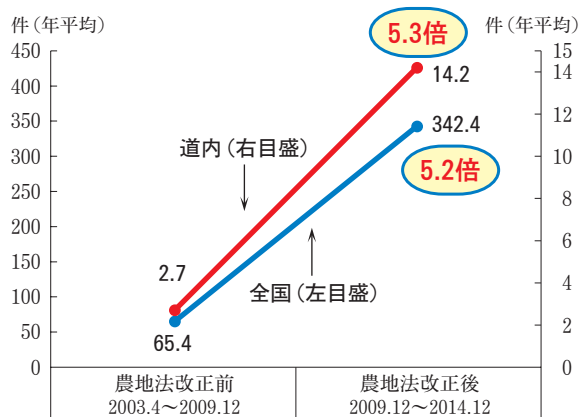
農地法改正で一層開かれた門戸

ここ数年、様々な業態の企業による農業参入の動きが目立っています。主な参入目的としては、食に対する消費者の「安全・安心」「高品質」志向への対応、経営多角化の一環、などが挙げられます。参入件数が大きく伸びたきっかけは、2009年の農地法改正による「後押し」です^(注)。かつては、農地を利用できるのは農家のみに規制されており、異業種からの参入にとって大きな障壁となっていました。しかし、法改正の結果、農地を借りることで、原則自由に農地を利用することが可能となり、誰でも「農家」になることが出来るようになりました。

(注) 2009年12月施行。改正のポイントは、「賃貸契約により、農地所有者ではない第三者が農地を利用できる」ようになったこと。これにより、農業者でなくても、農地を借りて農業を出来るようになった（農業に常時専従する者が1人以上必要）。なお、農業以外の利用など違法な利用・転用は厳罰化された。

農地法改正の前・後で、年平均の参入件数を比較すると、全国（65.4件→342.4件）、道内（2.7件→14.2件）とも5倍を超えています（図表1）。なお、農地法改正後5年間の参入

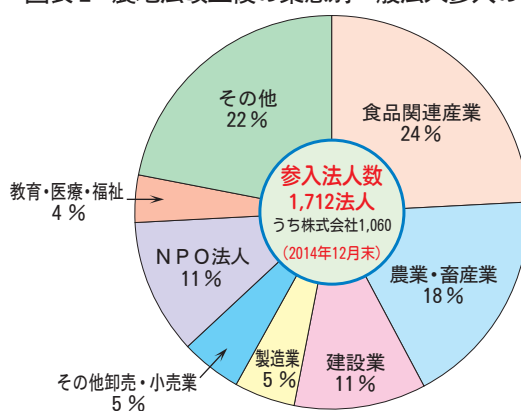
図表1 農地法改正前後における企業の農業参入件数



(出所) 農林水産省資料を基に道銀地域総合研究所作成

件数（1,712件、全国）について、母体となる企業を業態別にみると、食品関連産業24%、農業・畜産業18%、建設業11%、製造業5%などとなっています（図表2）。

図表2 農地法改正後の業態別一般法人参入の割合



(出所) 農林水産省「一般法人の農業参入の動向」

道内では、1990年代後半から大手企業が農業へ参入するケースがみられるようになりました。最近では、小売大手の参入も増えています（図表3）。道内で参入した企業の中には、道外である程度、農業生産のノウハウを蓄積してきた企業も見受けられます。

図表3 大手企業による道内での農業参入事例

進出年	企業母体	参入企業名	主要作物
1988	(株)アレフ	牧家他	野菜他
1997	プロミス (SMBCCF(株))	神内ファーム21	野菜他
2004	ワタミ(株)	ワタミファーム	野菜他
2007	(株)セイコーマート	北栄ファーム	野菜他
2010	エア・ウォーター(株)	エア・ウォーター農園	トマト
2011	(株)ローソン	ローソンファーム	野菜他
2012	(株)セブン&アイホールディングス	セブンファーム北海道	野菜他
2014	イオン(株)	イオンアグリ創造	野菜他
2014	JFEエンジニアリング(株)	Jファーム苫小牧	ベビーリーフ・トマト
2014	富士電機(株)・清水建設(株)	苫東ファーム	イチゴ
2014	DACグループ	NIKI Hillsファーム	ワイン用ブドウ

(出所) 新聞報道等を基に道銀地域総合研究所作成

本業のノウハウを活かし、相乗効果に期待

企業が農業に参入する目的は、その社内事情や事業を取り巻く環境によりそれぞれ異なります。しかし、多くの参入企業に共通してみられるのは、「本業の経営ノウハウを活かす」「本業との相乗効果を期待」の2点です。

道内企業の事例として、株式会社ホッコウ（札幌市、園芸用ハウスなどの農業施設建設、以下同社）を紹介します。同社は、農業参入のために、株式会社アド・ワン・ファーム（札幌市、以下アド社）を2008年に設立。農場を展開する中で、施設建設（本業）と栽培技術双方のノウハウを蓄積して、全国に取引先を増やし、野菜など農産物の販路（スーパーマーケット等）を開拓してきました。また、同社は双方のノウハウを生かし、農業参入を図る企業等に、農業施設建設だけでなく、技術面や販路の確保についてもアドバイス。多くの企業の農業参入をサポートしてきました。そうした中、アド社は2013年に国内プラント建設大手のJFEエンジニアリング株式会社と共同でJファーム苫小牧株式会社を設立。植物工場事業の推進を図っています。

「食品関連」と「その他」では参入目的に違い

農業参入企業の業態を「食品関連産業」と「その他」に分けると、参入目的に違いがみられます（図表4）。まず「食品関連」からみると、小売・卸売業では、「商材や食材の安定確保」「生産段階から関わる姿勢や、生産した農産物の安全・安心を消費者にPRして差別化」などが共通した目的です。飲食業でも、「鮮度と食味、安全・安心、生産現場の様子や農場周辺の景観」などの点で差別化を目指し参入しています。また、食品加工業では、原材料の安定確保に加え、全国に浸透した「道産農産物のブランド力」を販売戦略に活かそうと参入する動きがみられます。このように、既に食の販路が確保されている「食品関連」業態では、「消費者ニーズに応えながら、自社の競争力をさらに高める」ことが共通した目的といえるでしょう。

一方、食品関連以外の「その他」では、事業ドメイン（領域）の拡大を図る目的で、アスパラやトマト栽培に参入し成功するなど、積極的な経営戦略をとる企業が見受けられます。また、最近では設備・農業機械等の国内大手企業が、本業のプラント製造に留まらず、



（株）アド・ワン・ファームのハウス

農業生産モデルを実証展示するという手法で参入する事例（植物工場）もあります。これは、トマトやイチゴなどの野菜について高い品質・生産性を実現し、販売するほか、最終的には植物工場ユニットそのものを販売することを目指す事業です。このほか、余剰施設・機械の活用、雇用者の働く場所確保など、「企業維持」のために参入というケースもあります。これは、一時期、公共工事の減少に伴い、新規事業参入を図った建設業等に数多くみられる事例です。

図表4 企業の業態別にみた農業への参入目的

企業業態	主な参入目的	主な農業生産形態
食品関連	小売・卸売	農産物の安定確保、自社PR 土地利用型
	飲食業	食材の安定確保と差別化、自社PR 施設園芸・土地利用型
	加工業	原材料の安定確保、北海道ブランドの活用 施設園芸・土地利用型
その他	建設業	人員、機械の有効活用 施設園芸・植物工場
	運送業	人員、機械の有効活用 施設園芸・土地利用型
	観光業	食材の安定確保と差別化、自社PR 土地利用型・施設園芸
	社会福祉法人	園芸療法、障害者の就労場所確保 施設園芸・植物工場
	その他企業	新規事業開拓 植物工場

（出所）農林水産省資料を基に道銀地域総合研究所作成

農業参入に必要な様々な課題への対応

企業が農業に参入するには、①自社（子会社を含む）による直接的な参入、②農家と企業が共同で農業生産法人を設立、③既存農業生産法人への資本参加、といった三つの方法があります。参入の目的が「高品質な農産物の安定的な調達」であることが多い食品関連では、農業技術者確保が難しい状況のため、既存農業者が生産を担う②と③の方法が主流です。一方、その他の業態では①の方法による野菜のハウス栽培が中心で、最近では「植物工場」への参入も増えてきました。これは、

「農地を使わないため、農業生産法人を設立する必要がない」「土づくりにかける手間・時間が省略され、農業経験が浅くてもなじみやすい」「栽培作物が短期間で収穫可能で、販売ルートが構築しやすい」ことなどから、参入がしやすいからです。

企業の農業参入に対するハードルは、政府の成長戦略の一環として、今後も下がり続けるだろうと予想されます。しかし、農業参入には、農業生産技術力の確保などを始めとして、様々な課題があり、周到的な事前準備や対応が必要なことも念頭に置く必要があります(図表5)。

「食」にとって重要さが増す企業の農業参入

課題をクリアし、農業参入に成功することは決して簡単なことではありません。既に参入した企業でも黒字化していない事例が少なくありません。特に「食品関連以外の業態」では、本業との相乗効果を短期間に生み出すことは難しいとみられます。このため、農業参入の検討を重ねても、なかなか踏み出せない企業があることも事実です。しかし、「食」が持つ二つの側面から考えると、異業種からの農業参入は、今後一層重要になるものと思われる。

食の第一の側面は、人間の生命と健康維持に不可欠な「必需品」であることです。このため、農業は食料を安定的に供給する役割を担っています。しかし、日本の食料自給率は5年連続39%(カロリーベース、2014年度)と低い水準であり、日本の食を支える北海道農業でも、農業者の高齢化・担い手不足が深刻化しています。つまり、国内農業の体力は脆弱化しており、今後の安定供給が懸念される状況です。食のもう一つの側面は、激烈な競争下にある「商品」ということです。「食の安全・安心」に関する消費者の視線は一層厳しくなっています。また、今後はシルバー層が消費を主導する傾向の中、「鮮度、美味しさ、産地、作り手」など、食に関する「消費者のこだわり」が一層強まると予想されます。

国内農業の体力低下は、その経営に企業感覚が乏しかったことも一因でしょう。「消費者ニーズを敏感に察知、新たなビジネスチャンスを発見、ビジネスモデルを構築」。こうした役割が、異業種で様々なノウハウを蓄積

図表5 企業が農業に参入する際の課題

課題① 農業生産技術力の確保

課題の背景

- 農業の生産性を左右するのは現場の技術力と生産管理。しかも、土壌や気象条件に対応した栽培管理が必要。

必要な対応

- 直接参入の場合
技術者を確保、又は、参入前に雇用者が技術を習得。
- 間接的参入の場合
農業生産法人側の管理力を見極める。

課題② 条件が良い農地の確保

課題の背景

- 土地の肥沃度、日当たり、排水性などの良否は、農作物の収量・品質に大きな影響を及ぼす。

必要な対応

- 取得後に、多額の土地改良投資が必要、地力不足で作物が生育不良とならないように、周辺農家への聞き取りや専門家の助言など、情報収集を欠かさない。

課題③ 初期投資資金の確保

課題の背景

- 水田や畑作経営では、農地、施設、機械などの投資資金が必要。植物工場への投資資金も、農業用ハウスの数倍～10倍が必要。

必要な対応

- 直接参入の場合に多額となるため、資金調達が難しい場合は、間接的な参入を検討する。

課題④ コスト管理の徹底

課題の背景

- 農業には気象変動などによる豊凶があり、それに合わせて投入資材も変わることが多く、厳密なコスト管理が難しい。

必要な対応

- 本業で蓄積したコスト管理のノウハウを活用。

課題⑤ 適正な価格設定

課題の背景

- 初期投資の回収を急ぐあまり、販売単価を高額に設定した場合、結果として販売不調となり、投資資金の回収が遅れる懸念がある。

必要な対応

- 特に、初期投資が極めて高額となる植物工場などは、価格設定に注意を払う。

課題⑥ 販路の確保

課題の背景

- 食品関連以外の業態では、異分野のため販路が確定していない。

必要な対応

- マッチング商談会、取引銀行などを通じ、業界動向・ニーズを把握し、事前に販路を確保する。

(出所) 各種資料を基に道銀地域総合研究所作成

してきた企業に、期待されています。企業の農業参入は、農業を成長産業に変える原動力として、一層重要さを増していくものとみられます。
(野崎 淳一)

サハリン州が目指す経済振興策にビジネスチャンスあり

サハリン州経済、混迷からの脱出

当地では、今年3月の前サハリン州知事の逮捕、それに伴う側近の辞任による混乱が、今も一部で見られます。経済協力面で良好なサハリン州と道内企業との関係についても、担当者の辞任による案件見直しなどから、影響を懸念する見方が始まっています。その一方で、プーチン大統領が任命したコジェマコ知事代行（以下、同代行）は9月の知事選出馬に向け、各地で住民対話を積極的に行っています。今後、サハリン州が発展して行くために必要かつ実現可能な具体的プランが提案されるとみられ、そこに道内企業にとってのビジネスチャンスも十分期待できます。

新型特区で主要産業のインフラ整備

同代行は、サハリン州の新型特区指定を目指しており、ウラジオストクで開催される『東方経済フォーラム』（9月3～5日）において、参加するアジア各国の企業に対し、「水産加工」「農業」「観光」「エネルギー」の4分野で投資を呼びかける意向です。また、同代行の最近の発言からは、「良質な漁場を持つサハリンの水産加工技術を高め、住民が新鮮な水産物を安く手に入れるための卸センター建設が必要」「農業では肉類・乳製品、生鮮野菜の自給率アップこそが重要」「観光では3年後のピョンチャン（韓国）五輪に向け、スキー場（山の空気展望台）周辺で宿泊施設等のインフラ整備を急ピッチで行い、大陸からスキー客を呼び込む」等の意向もうかがわれます。ロシア連邦政府としても、ロシア経済全般の停滞が続く中、このフォーラムを契機にアジア地域との連携強化を図るべく、日本にも積極的に参加を呼びかけていました。

北海道の寒冷地技術をサハリンに提供

北海道とサハリン間における、これまでの強い交流実績を背景に、一歩前に踏み出してビジネス拡大に乗り出す道内企業も見られます。

ビニールハウス（以下、ハウス）設計・施工の越浦パイプ㈱（札幌市）は、今年7月、ユジノサハリンスク市に2棟のハウスを完成させました。

同社は、2年前の2013年に当行の紹介で現地を視察し、翌年、サハリンの中小農家向けに説明会を開催。気候が似ている北海道の温室栽培技術への関心が現地で非常に高かったため、モデル事業としてハウスを無償で提供することにしました。今年8月、サハリン州政府関係者、地元農家を招待して開催した盛大な竣工式（写真参照）で、越浦社長は「東日本大震災後、当社は宮城県から伊達市に移住を余儀なくされたイチゴ農家の要望を取り入れながら、寒冷地に相応しいハウスを建設しました。その経験を活かし同じ機能を盛り込んだのが、この耐雪・耐寒型ハウスです」と、思いをこめて挨拶をされました。

サハリンでの温室栽培は、政府系大手農業法人（オランダ技術によるガラス製温室を利用）などを例外として、多くの農業者が耐雪・耐寒力の低い旧式木造ハウスを利用しています。このため、冬季栽培は殆ど行われておらず、冬場の農作物は大半を中国などからの輸入に頼らざるを得ません。通年栽培が課題となる中、州政府も、「北海道の寒冷地技術を活かした温室栽培の普及プロジェクト」が、サハリン農業の技術力向上につながると判断し、資金面からのサポート（ハウス資材に対する補助金等）を検討しています。「北海道型温室のビジネスモデル」が、サハリンでの成功後、極東地域全体に広がっていくことを期待しています。

ユジノサハリンスク駐在員事務所
所長 三上 訓人



ビニールハウスの竣工式

調査ニュース（2015・10）NO.371

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〉