

2016
8・9
合併号
NO.381

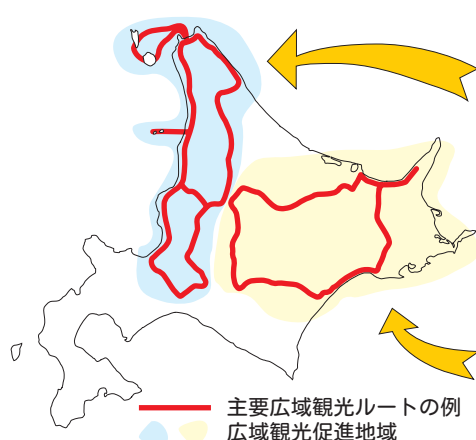
調査ニュース

今月の注目点

～ 海外客の地方への誘客促進が期待される「広域観光周遊ルート」～

訪日外国人旅行者（以下、海外客）の地方への誘客強化に向け、国（観光庁）が2015年度から進めている「広域観光周遊ルート形成促進事業」。テーマ性・ストーリー性を持った観光地のネットワーク化を図り、周遊を促すのが狙いです。公募によりこれまで、全国で11ルート、うち道内では2ルートの形成計画が認定され（下図参照）、周遊ルートの魅力が訪日の動機付けにもなるよう、情報発信や受入環境整備などに対する支援が行われています。道内における海外客の滞在・消費は現状、道央圏が中心となっており、「広域観光周遊ルート」の認知度向上により、海外客の訪問・滞在場所が道内の幅広い地域に広がっていくことが期待されます。

国から認定を受けた「広域観光周遊ルート形成計画」（道内）



（出所）国土交通省観光庁

- ① 「日本のてっぺん。きた北海道ルート。」
- ② 2016年6月14日、2016年度～2020年度
- ③ 宗谷、留萌、上川、空知と道央を結ぶルートで、稚内、利尻、旭川、夕張、札幌、千歳などを拠点とする
- ④ きた北海道広域観光周遊ルート推進協議会

- ① 「アジアの宝 悠久の自然美への道 ひがし 北・海・道」
- ② 2015年6月12日、2015年度～2019年度
- ③ 美瑛・富良野、十勝川温泉、知床、層雲峡、釧路などの各地区を周遊するルート
- ④ 「プライムロードひがし北・海・道」推進協議会

（①ルートの名称、②認定日、計画期間、③ルートの概要、④申請者）

最近の道内経済動向	2
北海道の未来 シリーズ①	3
● 転換期を迎える北海道の移住推進戦略	
産業日誌	6
● 道内産業日誌（2016年1月～6月）	
海外の窓 ～北陸銀行 ニューヨーク駐在員事務所だより～	8
● 最近のニューヨーク展示会情報	

最近の道内経済動向

- 道内景気は、設備投資に減速の兆しがみられるほか、生産活動が弱含んでいる。しかしながら、観光入込客の増勢持続に加え、個人消費・公共工事に持ち直しの動きがみられることなどから、緩やかながらも持ち直し基調を維持している。
- 先行きは、設備投資の減速が懸念されるものの、観光入込客の増勢・公共工事などの持ち直しが続くとみられることから、緩やかな持ち直し基調が続くと予想される。

※基調判断は、2016.7.11時点で入手可能な主要経済指標を参考とした（5月実績が中心）。

●個人消費は緩やかに持ち直している

5月の主要6業態別小売店の合計販売額（全店）は、前年比1.0%増と14カ月連続で前年実績を上回った。衣料品の伸び悩み、インバウンド客による高額品売上げの減少等を背景に百貨店（前年比▲4.6%）が5カ月連続で前年割れとなったものの、スーパー（同0.4%増）、ドラッグストア（同7.2%増）など5業態は前年を上回った。5月の乗用車新車販売台数は、軽自動車燃費不正問題の影響で前年割れとなり、全体でも同▲1.2%と2カ月ぶりに前年を下回った。

（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基調、設備投資は減速の兆し、公共工事は持ち直しの兆しがみられる

新設住宅着工戸数（5月）は、前年比32.9%増と6カ月連続で前年実績を上回った。持家（同6.9%増）が消費税再増税を意識した動きから、貸家（同36.9%増）が相続税法改正（15年1月～）などに伴う投資マインドの高まりから、ともに5カ月連続で前年比増加（消費税再増税の先送りは6月1日に表明された）。また、分譲住宅（同100.4%増）も4カ月ぶりに前年を上回った。設備投資は、16年度上期計画が前年同期実績比▲7.5%（北海道財務局法人企業景気予測調査・16年4～6月期）となっており、減速の兆しがみられる。公共工事請負金額（5月）は、前年比30.2%増（1,367.3億円）と3カ月連続で増加した。

●生産は弱含んでいる。

鉱工業生産（5月）は、前月比▲3.9%と2カ月連続で低下した。再開発や病院工事向け「普通鋼棒鋼」が増産となった鉄鋼（同18.9%上昇）など4業種が上昇した。一方、海外需要の減少により「シリコンウエハ」が減産となった電気機械（同▲6.1%）、熊本地震の影響を背景とした生産調整等により「自動車駆動伝導装置」が減産となった輸送機械（同▲13.6%）など12業種が低下した。

●輸出は減少傾向にある

5月の通関輸出額（速報値）は前年比▲16.5%（285億円）と7カ月連続で前年実績を下回った。ベルギー等向け「原動機」（同2.5倍、寄与度4.9pt）などが前年を上回ったものの、中国等向け化学製品（同▲82.3%、寄与度▲12.2pt）、ウエートの大きい北米等向け「自動車の部分品」（同▲25.5%、寄与度▲6.3pt）などが前年を下回った。

●観光は拡大している

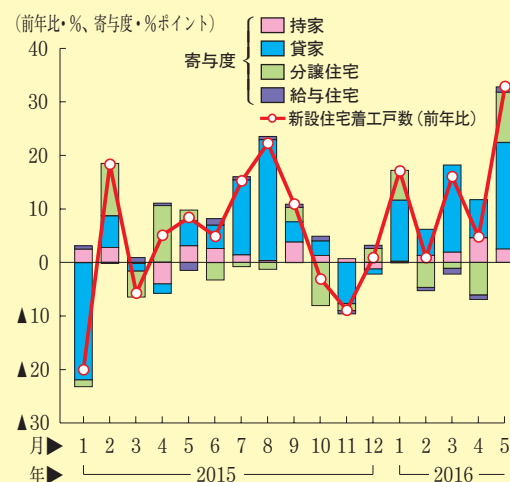
国内客が中心となる来道者数（5月、道外で入国手続き後に来道する海外客を含む）は、北海道新幹線開業の効果もあり、前年比6.1%増と19カ月連続で前年実績を上回った。一方、5月の外国人入国者数は一部路線の運航休止等により同▲1.2%と、40カ月ぶりに前年を下回ったが高水準を維持している。

●雇用情勢は回復基調にある

5月の有効求人倍率（パート含む常用）は前年比0.07ポイント上昇の0.95倍と76カ月連続で前年を上回った。

新設住宅着工戸数の推移（道内・利用関係別寄与度）

新設住宅着工戸数（5月）は、6カ月連続で前年比増加。貸家の好調さが住宅着工全体を大きく押し上げている。なお、着工戸数全体に占める構成比（2015年度）は、持家31.8%、貸家56.9%、分譲住宅10.5%、給与住宅0.8%。



（出所）国土交通省

転換期を迎える北海道の移住推進戦略



北海道大学名誉教授
旭川医科大学財務担当理事
北海道銀地域総合研究所顧問

井上 久志

《筆者略歴》

1947年 福岡県生まれ。
英国マンチェスター大学・経済学博士。三和銀行（現三菱東京UFJ銀行）、Bank of America、日興リサーチセンターなどを経て、1994年～2012年、北海道大学経済学部教授。専門は国際経済学、日本経済論、北海道経済論など。

1. 「地方創生」の切り札としての移住政策

「地方創生」政策の柱となっている「まち・ひと・しごと創生」の「長期ビジョン」のなかでは、①人口減少問題の克服と②成長率の確保が掲げられている。それらを実現するための施策として「地方移住の推進」や「定住自立圏の形成促進」が挙げられている。実際に「移住・情報ガーデン」や「全国移住ナビ」の設置・整備などが進行中。こうして、平成27年を地方創生元年と謳いつつ、国が本格的に「移住」を重要政策課題とした。

2. 北海道への移住の推移と現状

北海道が、「移住」を地域の自立を促す施策の柱として、取り組み始めたのは平成16年である。この意味では、北海道は「地方創生」のフロントランナーでもあった。その基本認識は、地域経済の疲弊と人口の減少という悪循環の克服である。経済の成長は生産年齢（15～64歳）人口の伸び率に相関するから、地域経済の衰退を中断するには、人口減少に歯止めをかけることが必須となる。注目されたのは平成19年からの団塊世代の大量退職であった。この世代を北海道に移り住ませることができれば、人口減少、それに伴う地域経済の疲弊、地域社会の衰退を緩和、阻止できると発想したのである。

その後、団塊世代のリタイア時期が、企業の

「再雇用制度」導入等により先送りとなったが、働き方・育て方・生き方の多様化などから、現役世代の移住が予想以上に増えてきた。また北海道で人材不足が深刻な、農林水産業などの経済活動や、医療・介護関連などの社会生活面での課題解決が期待されるようになった。

移住についての公式統計は今のところ存在しない。故に、以下では「ちょっと暮らし」に関するデータをもとに論じる。「ちょっと暮らし」とは、道内の自治体が運営主体となり、移住などを希望している人に対し、家具・家電付きの住宅などを準備し、その地域での生活を実際に体験してもらおうという試みである。

北海道庁公表資料によると、統計を取り始めた平成18年以降、利用者数は一貫して年々伸びてきた（次頁下、図表1）。平均滞在日数もこの数年伸び悩んでいるが25日間程度を堅持している（同、図表2）。さらに、利用者の居住地別では、首都圏46%、近畿圏25%、そして中京圏が10%となっている。

受入側である道内の市町村は、利用者数では釧路・登別の両市が傑出している。ただし、滞在日数で見ると、釧路市や浦河町、ニセコ町、美瑛町が上位にある。両統計を重ねると（分散を無視で）、浦河町やニセコ町そして美瑛町などは比較的長期滞在の傾向がみられる。対照的に、登別市や厚沢部町はややショートステイが多いようだ。地域特性の反映である。この上位ランキングも時系列的に見れば、入れ替わりがみられる。この期間の年別利用者数において、上位ランキングの常連は中標津町とか浦河町であった。近年ダントツの一位は釧路市で、ベストテン入りしたのは5年程前であった。地元の公民連携（PPP）の成果である。他方、当初のランクが上位であった函館市、伊達市、当別町などは近年はベストテン外となっている。道内で先行していた取り組みが一段落した、などの背景も含め、各自治体のビジョン・地域戦略上における移住政策の位置づけの違いを反映しているようだ。

3. 期待の持てる将来の展望

今後国内での「ちょっと暮らし」、二地域居住等は増加トレンドを辿ろう。超高齢社会の進行、年金財政の厳しさ、円安や海外での治安悪化、宿泊施設の予約困難と宿泊費高騰などが背景である。「ちょっと暮らし」のアンケートでも、シーズンステイ、二地域居住や定住先の探索などが参加目的の上位となっていることから、それが窺い知れる。また「ちょっと暮らし」参加者は賃料が月5万円程度の物件に滞在し、その期間にレンタカーで周遊観光を満喫している事実からも推察されうる。この意味では「ちょっと暮らし」は移動する別荘のようであり、ロングステイといつか、長期滞在型、体験型観光に等しい。

首都圏では高齢者となった団塊世代の医療・介護施設の不足が深刻になっている。この課題解決がCCRC（生涯活躍のまち）構想の狙いである。これは高齢者が心身とも健康な年齢の時期に、終の棲家として良好な環境のもとで、元気に楽しく暮らし始めてもらおうという発想である。基本的には、それは本格的な移住・定住の一つの在り方である。北海道内でも、国の進めるCCRC構想に手を挙げる自治体も少なくはない。

外国人観光（インバウンド）の形もツアー参加から個人旅行（FIT）、そして周遊観光ではなく、欧米型の滞在型、体験型の旅行が増えていくであろう。アジア諸国を中心に新興国の中間層の拡大、その所得水準の上昇は、そうした傾向を促進するであろう。日本人リタイアのマレーシアやタイなどへのロングステイが流行っている。そうしたものと戦略的に連携し、北海道へのロングステイ、二地域居住を、グローバルなベースで拡大・推進することも有効だ。また「観る」と「住む」の

ハイブリット化（組み合わせ）を狙うことだ。PET検査（陽電子断層撮影法。がん等の診断方法の一つ）などの医療サービスや温泉治療・療法を組み込んだ医療ツーリズムなども注目される。

4. あらためての再点検が必要な課題

地方創生の切り札であるところの移住に関わる市場規模については、以上のように拡大期待が高い。懸念は「ふるさと納税」の自治体間格差と同様なことが生起する可能性だ。当事者は外生的環境変化に対応し、また内生的質的転換を大胆に図る覚悟が必要だ。

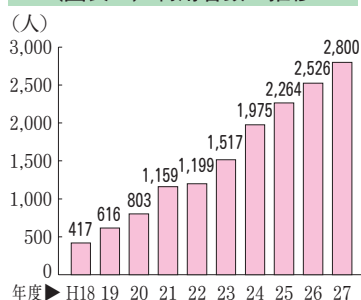
①ビジョンの明確化とライバル間競争

移住の活性化自体が最終目的ではない。地域住民と行政が、協働して地域ビジョンを確立することが必要である（PDCA）。地域住民自身にとって住み易い、誇れる「おらが町」でなければ、外からの転入誘致などできない。移住実績は故に、街づくり、人づくりの成否を表すバロメーターとなる。

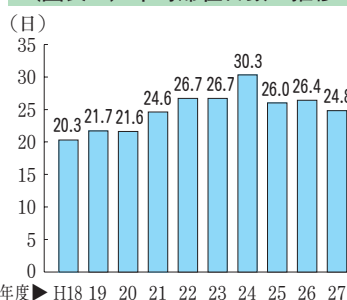
北海道はその面積において、九州と四国を合わせた面積より大きい。道内各地域は、それゆえに、気候においても、風景においても、食においても、歴史・文化においても、それぞれが多様性に富む。各々が、オンリーワンの特異性を持つ。九州全体の移住政策などありようがない。必要なのは各県や各自治体毎のオンリーワンの戦略である。同様に道内の各自治体は、道外に向かっては「北海道ブランド」の担い手としての相互連帯を強めながらも、他方で互いにライバルとして激しく競うべきである。ライバル間の競争が地域を強くするというのはM. E. ポーター（「国の競争優位」）が示唆するところだ。

「ちょっと暮らし」の利用者数・滞在日数（道内）

（図表1）利用者数の推移



（図表2）平均滞在日数の推移



（図表3）利用者数等上位の10市町村（平成27年度）

利用者数			滞在日数		
順位		利用者数	順位		滞在日数
1	釧路市	455人	1	釧路市	9,871日
2	登別市	172人	2	浦河町	3,259日
3	厚沢部町	98人	3	二セコ町	3,025日
4	浦河町	97人	4	美瑛町	2,922日
5	上士幌町	83人	5	中標津町	2,199日
5	二セコ町	83人	6	登別市	1,944日
5	中標津町	83人	7	栗山町	1,855日
8	栗山町	76人	8	新ひだか町	1,772日
9	新ひだか町	71人	9	当別町	1,703日
10	新得町	58人	10	日高町	1,681日

（出所）北海道総合政策部（<http://www.pref.hokkaido.lg.jp/ss/ckk/ijutaiikenH27.pdf>）

②資源の選別・差別化とコアコンピタンス

地域の移住戦略構築のために、例えば、SWOT（スウォット）分析などを通じて、行政だけでなく、地域の構成員が激論を戦わせ、結論を共有し（PRA＝参加型反省行動法）、また「見える化」に工夫を凝らし、さらに不断に情報の発信をしなければならない（DMO）。そうして初めて地域ブランドが創出・認知される。

SWOT分析とはマーケティング技法の一つである。S－W－O－Tは、「強み」、「弱み」、「機会」、「脅威」である。自治体の強みは、伸ばせば良い、弱みは変えればよい、機会は生かせばよい、また脅威は挑めばよい。それらは先述のように各地域それぞれに異なるはずだ。その中で戦略的に何を中核に据えるかが重要だ。移り住む者は不安だ。それを緩和・解消するカギは行政の施策というより、地域住民一人一人の気配り、心配りである。発掘されるべき隠れた、眠った資源は何処にでもある。多様な住民参加型である必要はそこにある。

③ターゲットの明確化とニーズへの対応

移住・定住希望者にとって主たる関心は北海道という「面」でなく、特定地域という「点」である。だが、殆どの自治体のPRメニューは、支度金交付、土地・住宅の無料あるいは格安提供、子育て支援等々、金太郎飴の様相である。移住ホスト側は結果として「横並び」のメニュー提供となり、肝心の個々の選ぶ側からのニーズに对应しているのか？と、時に疑問だ。耳にする不安＝ニーズは例えば以下のような。高齢者からは「脳卒中や心筋梗塞になった時の救急医療体制は？」、現役世代からは「子供の進学など学習環境は秀逸か？」、若者にとって「仲間はあるのか、娯楽の場は多様なのか？」等々である。情報技術の発達に伴いビッグデータ分析などを援用して、顧客の隠れたニーズの掌握も可能となってきた。要はマーケット・セグメンテーションを明確にし、見込客（ターゲット）のニーズをより細かく、具体的に把握すべきである。ニーズに対応できるのか、本当に我が町は？と、自問した方がよい。

④ビジネスのチャンスとチャレンジ

移住に関連してのビジネスチャンスは、移住者も含めた地域全体の地頭力とチャレンジ精神次第である。移り住む現役世代には、地元産の蕎麦とか小麦とか、また牛乳とかの素材を活かして創業される方々が少なくはない。映画「しあわせのパン」が一例だ。また、テレワークというビジネスモデルを先駆的に構築した女性の例もある。結局、これらはリスクをとってチャレンジしている人ばかりであることは、強く認識すべきである。ダメだ、ダメだではチャンスはチャンスのままである。できるはずだ、やってみようという「プロボカティブ思考（何かの問題と対峙した時、最初に“できる”と発想し、次にそれを可能にする方法を探るといった、可能性を広げる思考）」が必須である。

さらに、「ちょっと暮らし」の住居の建築、またその他の関連資金の捻出については、公的プログラムの利用が可能だ。さらに積極的に資金確保が必要なら、クラウド・ファンディングの方法等を検討すれば良い。また、北海道はふるさと納税が盛んだが、寄付額に応じて家賃を軽減・免除するとか、「地域通貨」を発行するとか、様々なアイデアがある筈だ。

5. 移住政策をより戦略的に

今後四分の一世紀ほどの間に二割強の人口減少が予想される。従って、移住政策の成否の判断基準を人口の増加にのみ求めるのは正当ではない。その意味で、移住政策の目的を明確にし、共有しておかないと諦念・挫折に陥り易くなる。移住は経済的効果と同時に、外部からの「新しい風」を呼び込み、地域内交流の活発化という効果ももたらしている。

北海道は「空き家バンク」や「仕事バンク」等でも、国の構想、実施に先立って取り組んできた。官民一体でチャレンジ精神を核に取り組んできた。道内の自治体が移住推進のフロントランナーであり続けるには、不断の革新が不可欠である。北海道も「北海道創生総合戦略の重点プロジェクト」の中で、移住推進を掲げ、「北海道暮らし」のブランド化を図っている。今、私たちは、「試される大地」に立つ。村上龍に倣えばこの地は唯一残された「希望の国（のエクソダス）」だから。

道内産業日誌（2016年1月～6月）

2016年上半期の道内産業動向について、本道経済活性化に向けた期待分野を中心に日誌形式でまとめた。食分野では、TPPへの対策などから、高品質な道産食品の輸出増や北海道ブランドをさらに磨き上げる取り組みがみられた。観光では、3月26日に開業した北海道新幹線による活況がみられるほか、外国人観光客や長期滞在客の増加傾向が持続している。エネルギー分野では、木質バイオマスやバイオガスなどによる再生可能エネルギーの供給増に加え、電力小売りの全面自由化に伴う新規参入の動きなどがみられた。

食・農業

1月 ○道産米、ハワイへ初出荷 たいせつ農協（旭川）と貿易会社ワッカ・ジャパン（札幌）は、米国ハワイ州へ道産米（玄米）を初めて輸出（「ななつぼし」など13トン）。高品質米とするために、現地で精米し、飲食店等に販売する。今秋までに2015年産米110トンの輸出を計画。これは、2014年に日本から米国全体に輸出された総量の1.4倍。また、ホクレンも、5月から北海道米のシンガポールへの本格的な輸出に乗り出した。 図表1 道産食品の輸出額 北海道の2018年目標 (注) 道産食品輸出額は函館税関のデータを基に道が集計（出所）北海道「北海道食の輸出拡大戦略」、函館税関	2月 ○道産食材をロシア極東に輸出 昨秋、国内で初となるロシア極東との貿易を進めるために設立された地域商社・北海道総合商事（札幌）が、道産食材を初めて輸出（2/22、小樽港からウラジオストクへ）。冷蔵コンテナには、道産のコメ、タマネギ、リンゴ、ジャガイモなどのほか、道内メーカーの加工食品など約7トンを満載。大半は現地の地場スーパーで販売される。現地では道産食材の人氣が高く、今後、数ヵ月おきに輸出する方針。
○エゾシカ肉で新産業 道はエゾシカ肉の利活用を道の創生総合戦略に明記した。処理施設の信用度を高め、利活用率（2014年度で約18%）を上昇させるために、2016年度からエゾシカ肉処理施設の公的な認証制度を導入（7月から認証申請の受付を開始）。エゾシカ肉を安心安全な地域ブランドとして確立する。	3月 ○道産原料100%の食品開発を推進 道立総合研究機構（道総研、札幌）は、道内で生産、製造された原材料だけを使った食品の開発を支援する「チャレンジ北海道産100%プロジェクト」を立ち上げた。道産にこだわり付加価値の高い食品開発を推進することで、地域産業振興や道産食品の移輸出拡大に貢献する方針。第1弾の事例として、これまで道産品がなかった重曹、寒天を道内で新たに製造。それらを使用して作ったどら焼き（「もりもと」と「月寒あんぱん本舗 ほんま」がそれぞれ試作）が披露された。 5月 ○道がブランド化などで道産牛肉を販売促進 道はTPP対策の一つとして、「道産牛肉の販売力強化対策事業」を新たに始めた。北海道をアピールしたブランド化、特徴ある牛肉生産者や道産牛肉を常時使用している飲食店のリストをホームページに掲載するなど消費拡大・認知度向上を図り、需要拡大につなげる。

IT・バイオ・企業立地

3月 ○2015年度の道内IT企業売上高見込み2.7%増 北海道IT推進協会のレポートによると、道内IT企業における2014年度の売上高は前年度比0.6%増の4,117億円。景気回復で首都圏からのソフトウェア開発などの受注が増えたため。15年度も4,227億円と同2.7%増の見込み。	6月 ○2015年度の道内バイオ産業、初の600億円超 北海道経済産業局がまとめた「北海道バイオリポート2016」によると、機能性食品開発など道内バイオ産業の2015年度売上高は、前年度比6.1%増の631億円。1999年度の調査開始以来16年連続の増加で、当初の6倍の規模に。黒字企業の割合も同3.7ポイント増の80.5%と初めて80%超。また、海外展開する企業も48社と過去最高に。
5月 ○2015年度の企業立地件数、統計開始以来最高に 北海道経済部がまとめた2015年度の道内企業立地件数は、前年度比19.5%増の104件。2007年度の統計開始以降最多となった。リスク分散目的の立地が継続しているほか、道央圏以外でのIT開発拠点・コールセンターの立地、物流関連施設の整備など新しい動きもみられる。また、食関連産業の立地も統計開始以来最高の37件となった。なお、リスク分散の要因については、従来の自然災害リスクに加え、人件費高騰や円安による海外リスクを背景にした立地があるなど多様化している。	図表2 道内IT企業・バイオ産業売上高 (注) IT企業の2015年度は見込み（出所）北海道経済産業局

観 光

3月	○北海道新幹線開業 北海道新幹線（新青森～新函館北斗間、149km）が3月26日に開業。新函館北斗駅から仙台駅まで2時間30分（1時間20分短縮）など、道南と東北・北関東地域間の移動時間が大きく短縮し、新たな経済圏の誕生が期待されている。JR北海道がまとめた利用状況によると、開業3日間では、1日平均乗客数が約9,900人、乗車率は43%。開業から16日間では、1日平均乗客数が約5,700人（前年同期の在来線実績比2.1倍）、乗車率が27%。	6月	○2015年の道内外国人観光客38.7%増 北海道が6月に発表した本道における2015年観光入込客数は、総数で前年比1.7%増の5448万人。うち外国人観光客は同38.7%増の190万人と大幅増。 図表3 2015年の国別外国人観光客数 <table><caption>図表3 2015年の国別外国人観光客数 (単位: 千人)</caption><thead><tr><th>国</th><th>外国人来道者数 (左目盛)</th><th>前年比伸び率 (右目盛)</th></tr></thead><tbody><tr><td>台湾</td><td>500</td><td>100</td></tr><tr><td>中国</td><td>500</td><td>120</td></tr><tr><td>韓国</td><td>250</td><td>80</td></tr><tr><td>香港</td><td>200</td><td>60</td></tr><tr><td>タイ</td><td>150</td><td>40</td></tr><tr><td>マレーシア</td><td>100</td><td>20</td></tr><tr><td>シンガポール</td><td>100</td><td>20</td></tr><tr><td>米国</td><td>100</td><td>20</td></tr><tr><td>オーストラリア</td><td>100</td><td>20</td></tr></tbody></table> (出所) 北海道「観光入込客数調査」	国	外国人来道者数 (左目盛)	前年比伸び率 (右目盛)	台湾	500	100	中国	500	120	韓国	250	80	香港	200	60	タイ	150	40	マレーシア	100	20	シンガポール	100	20	米国	100	20	オーストラリア	100	20
国	外国人来道者数 (左目盛)	前年比伸び率 (右目盛)																															
台湾	500	100																															
中国	500	120																															
韓国	250	80																															
香港	200	60																															
タイ	150	40																															
マレーシア	100	20																															
シンガポール	100	20																															
米国	100	20																															
オーストラリア	100	20																															
4月	○海外客向けサービス充実、新千歳の発着枠拡大も 道内の消費税免税店は4月1日で1,881店に増加（前年同期比66.2%増）。なお、5月から一般物品について免税適用要件が緩和（対象となる合計購入金額：1万円超→5千円以上）された。イオン北海道では5月から外国人観光客向けに富良野産メロン、十勝産長いもなどの生鮮品を宅配するサービス「海外おみやげ宅配便」を道内3店舗で開始。対象地域は香港、台湾、シンガポールで、最短1週間で届ける。また、国内外から就航希望が相次ぐ新千歳空港の日中発着枠が来年3月から前倒しで拡大（1時間当たり32回→42回）されることが4月に決まった。		○道内で高級ホテルの開業計画が相次ぐ 外国人観光客の増加などを背景に、道内各地で海外富裕層を主な対象とする高級ホテルの開業計画が相次いでいる。ルスツリゾートではウェスティンホテルが6月に開業。ニセコ地区では、2019～2020年に海外大手ホテルが開業を予定。苫小牧でも2020年に部分開業を予定する大規模滞在型リゾート開発の計画がある。また、札幌でも、国内不動産大手による高級ホテル開業計画が報道されている。																														
6月	○道内全体の「ちょっと暮らし」10年で6.7倍に 体験移住「ちょっと暮らし」の2015年度実績（道地域政策課まとめ）は、道内全体で利用者数2,800人（前年度比10.8%増）、延べ滞在日数69,574日（同4.5%増）と過去最高に。スタートした2006年度と比較すると、利用者数で6.7倍、延べ滞在日数で8.2倍に増加。市町村別では官民挙げて夏の涼しさを全国にアピールしている釧路市が利用者数455人で5年連続1位となった。		○北海道新幹線開業から3ヵ月、活況続く 函館市及び近郊では開業効果が継続し、観光客の入込みが増加。五稜郭タワーの入場客数は東北や関東などから増加傾向で、4～6月累計で前年同期比約4割増。新函館北斗駅に近い大沼国定公園の遊覧船乗客数は6月に同25%増となった。函館市内の主要宿泊施設はほぼフル稼働で、道南での宿泊施設不足が顕在化している。																														

エネルギー

1 月	○木質バイオマス発電所稼働開始 王子グリーンエナジー江別が木質バイオマス発電所（最大出力2.5万kw）を稼働（1/16）。道内林地未利用材（伐採後、林地に放置されたままの木材）を集荷し燃料として使う。年内に、紋別、苫小牧でも木質バイオマス発電所の稼働が予定されている。	4 月	○電力小売り自由化実施、異業種から参入の動き 電力小売事業が4月1日、全面自由化された。新たに解放されたのは家庭や店舗など50kw未満の低圧部門で全電力量の約4割。道内の大手電力からの契約切り替え件数は5月末現在で約4.6万件（全契約数の1.7%）となった。4月以降、道内でも、ガス、石油関連のエネルギー事業者、生協、小売、通信など異業種から電力市場への参入が相次いでいる。
	○バイオガスプラント施設の新設が相次ぐ 家畜糞尿から発生する発酵ガスをエネルギー源とするバイオガス発電施設の新設計画が道内で相次いでいる。道内の同施設は、再生可能エネルギーの固定価格買取制度（FIT）導入前の2012年3月と比べると、約6割増加の66基（2016年4月1日現在、北海道バイオマスリサーチ調べ）。今後も清水町（㈱御影バイオエナジー：道銀アグリビジネスファンドが出資、2016年10月稼働予定）、興部町（町営プラント、2016年10月稼働予定）、上士幌町（JA上士幌町、2017年末までに完成予定）などで新たなプラントの新設が予定されている。		○苫小牧沖の海底下、CCS実証試験始まる 大手電力など35社が出資する日本CCS調査（東京）は、地球温暖化対策として、苫小牧沖の海底下に二酸化炭素（CO₂）を封じ込めるCCS（CO₂の回収・地下貯留技術）の国内初の実証試験を4月4日にスタート。2018年度までの3年間で海底下の地層2カ所にCO₂を年間10万トン以上封じ込める。その後2年間は漏えいがないかを確認、技術の実用化を目指す。
3 月	○室蘭市で移動式水素ステーションが完成 室蘭市は、低炭素都市の形成を目指す室蘭グリーンエネルギータウン構想の一環として公用車に燃料電池自動車（FCV）を導入。また、FCVに水素を充填する移動式水素ステーションを道内自治体では初めて導入した。	5 月	○せたな町で大型風力発電所着工 電源開発（J-POWER、東京）は、せたな町内で大型風力発電所（風車16基、総出力5万kw、総投資額200億円弱、同社として道内6カ所目）の建設を着工（5/20）。2018年の営業運転開始を目指し、発電した電力は北海道電力に送電する予定。

〈新聞報道等を基に（株）道銀地域総合研究所作成〉

最近のニューヨーク展示会情報

北陸銀行ニューヨーク駐在員事務所
所長 清水 善門

米国各都市では大小数多くのギフト・ショー（ギフト商品等の見本市。以下、見本市）が開催されます。今回、①北米で最大規模かつその出展効果に定評のある「NY NOW（ニューヨークナウ）」と、②規模は小さいですが特色のある「JAPAN WEEK」を視察しました。

世界中が注目する「NY NOW」

「NY NOW」（年2回開催）は他の見本市とは別格で、全米のみならず世界中からバイヤーが訪れる見本市として定評があります。その理由の一つは、出展による受注効果が他の10倍以上との評判から、どの見本市よりも出展社が力を入れ、その結果魅力のある良い商品、トレンドリーな商品が必然的に数多く出展されるからだと言われます。また、アメリカの最新情報がわかる商品を数多く、しかも小ロットで商いできる点も特色。出展社1社あたり最小150ドルから200ドル位で注文が可能です。魅力ある商品、洗練されたデザイン、豊富な出展商品数、そして最近では日本からの出展もあります。世界中が注目する「NY NOW」は必見の見本市です。視察した2月は、展示面積80,000㎡以上の会場に、約2,800社が出展（約400社が海外から）。製品カテゴリーは、ホーム、ライフスタイル、ハンドメイド品など多岐にわたります。オリジナリティーがあり良質なデザインの商品を中心に、アクセサリー、照明器具、家具類、ハウスウエア、文具、テーブルトップ、グルメ商品、アメリカ内外の国際的かつ伝統的で現代的なハンディークラフト、ホームファッション全般、ギフト全般、プレミアム全般、玩具、ガーデニング関連全般、アパレル、ファブリック関連全般、陶器、ガラス製品、キッチンウエア、トラベルグッズ、ノベルティ全般等多数の商品が出展されていました。来場者数は4

万3,000人規模で、世界中から集まるプロフェッショナルなバイヤーの目が、今後のトレンドをいち早く先取りしようと鋭い目線を投げかけていました。

日本の商品をアピールする「JAPAN WEEK」

一方、「JAPAN WEEK」は、日本からの出展社が中心となり、まさにニューヨークへ日本の商品をアピールし、日本への観光客誘致も目的とする企画見本市です。今回は、北海道新幹線の開業や東日本大震災復興5年目という節目を迎え、3月に北海道、東北の商品を世界に発信しようと、ニューヨークのグランドセントラル駅で、北海道・東北の食品、物産品の展示会が開催されました。多数の来場者に入場制限がかかるなど、日本食の人気も相当にあり、ニューヨークからの情報発信は成功した様子でした。出展商品には、北海道の食材のおいしさを十分に引き出した海鮮丼、ラーメン、コロッケなどがあり、各ブースには行列ができ、たくさんの現地の人達がお土産に持ち帰る姿が見られました。

展示会の形は大小さまざまですが、日本からニューヨークの各展示会に出展された方の中には、「現地で会うからこそ話せることや、情報を共有することもある」「現地にきて、色や味覚の感覚、サイズ、大きさ、デザインなど、日本との違いを感じることができる」「値段の感覚も、商品・付加価値のあるものは向こう側が上積計算する。日本とは違う」などの声も聞かれました。現地に足を踏み入れ、現場で顔をみて話をするのでつながるネットワークもあるようです。海外進出には課題も多いですが、まずはこれら展示会を訪れて、感触を探ってみることもヒントになるのではないのでしょうか。



「NY NOW」の様子



「JAPAN WEEK」の様子

調査ニュース（2016・8・9合併号）NO.381

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) 233-3562 FAX (011) 207-5220
〈本誌の無断転用、転載を禁じます〉