

第2回青函地域経済活性化フォーラム 資料

管内企業からみた北海道新幹線開業に伴う効果

1. 北海道新幹線開業に伴う企業活動・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・P1～2
2. 北海道新幹線開業に伴う観光への効果・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・P3～4
3. 管内企業からみた北海道新幹線開業に伴う効果・・・・・・・・・・・・・・P5～6
4. 企業ヒアリングでみられた北海道新幹線開業後の課題・・・・・・・・・・・・P7～8

平成28年5月27日

北海道財務局・函館財務事務所



1.北海道新幹線開業に伴う企業活動

(新幹線開業後、北海道財務局管内の事務所が共同で作成)



北海道新幹線開業を契機とした設備投資や商品開発の実施する企業活動がみられる。特に、これまでも交流が続けられてきた青函地域においては、新幹線開業をきっかけとした交流や連携が、さらに拡大している。

将来を見据えた投資

函館山ロープウェイ(株)

【背景】

海外客の増加を背景に、輸送人員が増加していたことに加え北海道新幹線開業に伴う観光客増加が見込まれる中で、ゴンドラを大型化して輸送量を増やす選択もあったが、収益面よりも観光客へのおもてなしの充実、地域貢献の必要性を考慮

おもてなしの充実

《 山麓駅舎増改修 》

待合室が狭隘だったため、悪天候や冬期シーズンであっても、利用客を収容しきれないこともあったが

スペース拡張により、収容可能な人員は60人から600名に。顧客からも「雨風が防げる施設になったのは嬉しい」との声も。

冬季間には滑って怪我をするケースも発生していたため

ロードヒーティングを整備し、転倒事故防止に。他にもバリアフリー化や授乳施設を整備。

27年11月13日にグランドオープン。

27年12月から28年3月までの利用者数は前年の同期間と比べて23%アップ。

地域貢献

観光のメインゾーンである山麓の当地周辺地域や山頂において公衆トイレが皆無だったが

山麓では、教会など周辺の観光地を散策する観光客に対し、トイレ、休憩所を提供。山頂にもトイレ増設。ロープウェイ利用者だけでなく観光バスやタクシー、マイカー利用者にも提供。

広くなった待合所には、FMラジオ局のオープンスタジオも設置され、搭乗待ちの乗客が放送の様子を見られるようになっている。



株五島軒

「函館ロール」の生産拡大に向けた設備投資を実施。その資金供給には「青函活性化ファンド」を活用。



＜ 函館ロール ＞

表面に青森産リンゴのスライスを使用し、中身には北海道の七飯町産リンゴが入った生クリームを使用しているロールケーキ。ロールケーキの形を青函トンネルに見立てている。

青函活性化ファンド

北海道の北洋銀行

青森県の青森銀行

政府が出資する地域経済活性化支援機構

官と民で連携するとともに、海峡を越えた2つの銀行が連携してファンドを設立。

投資内容

《 急速冷凍機の増設 》

通常の保存方法では、生クリームは1日、2日しか品質が持たないが

増設した急速冷凍機で冷凍・保存することで、高い品質のまま全国各地で販売することができるようになり、増産・販路拡大が可能に。

《 スライサーの新設 》

以前はカットしていない長いロール状のままの商品を販売していたため、お客様は買いづらかった模様だが

一人前にカットした商品を販売できるようになったことで、買いやすくなり販売数量が増えた。

新幹線開業に合わせ、全国各地の百貨店で「青函フェア」等の物産展での販売が増えていることから、販売数量はこのところほぼ倍増している。

その他 企業の生の声

➤ 更なる観光客の増加が見込まれることから、新幹線開業に間に合うようにイートインコーナーを備えることとした。3月の来店客数は前年の2倍程度となっており、店内でアイスクリームを食べられるようになったことが奏功した。(酪農業)

➤ 新幹線開業後、観光客の増加が見込まれることから、チケットカウンターに電子看板を設置し、4月下旬から日本語のほか英語、中国語、韓国語、タイ語で料金案内を表示している。(観光施設)

北海道新幹線開業を契機とした商品開発

函館・青森の2つの商工会議所では、北海道新幹線の開業を絶好の機会ととらえ、商品開発、販路拡大などビジネス面での連携、共同事業を実施している。成果物は食品関係が多いが、サービス分野にも広がっている。



「パートナーシップ構築懇談会」
 青森商工会議所と函館商工会議所が、北海道新幹線の開業を契機に青函圏経済の活力強化を目指し、企業同士のビジネスマッチングを支援するために開催している。事業提案説明会、商談会、名刺交換会が設けられており、これまで青森3回、函館3回の6回開催されている。

パートナーシップ構築懇談会の成果物

青函パイ

(函館側)五稜郭タワー(株) (青森側)(株)はとや製菓

(生の声) 青森産の林檎と北海道産のクリームチーズを使用し、五稜郭の星型を模したパイを開発。営業部長が、はとや製菓製商品のファンであったこともあり、懇談会に参加していたはとや製菓に対しプレゼンを行い、商品開発に至った。



青函ソフトキャラメル

(函館側)(株)不二屋本店 (青森側)(株)ミリオン

(生の声) 函館酪農公社の函館牛乳とミリオンの青森産りんごパウダーを使用したソフトキャラメル。全国の各百貨店が実施する「北海道フェア」や「青函フェア」で販売したところ、好評で売上が増加した。函館地区では、50代の方が修学旅行で青森を訪れた記憶を思い出して購入している姿が目立つ。



北海道新幹線開業を機に生まれた商品

(株)小原 コアップガラナ新幹線ラベル



北海道で50年以上販売されている炭酸ガラナ飲料を新幹線ラベルとした。27年12月から28年3月までの4ヶ月で約70万本(前年同期約40万本)の販売実績。

➤ **(生の声)** 通常の出荷先は道内が約8割を占める商品であるが、この4か月では道外が約6割を占める。増加要因は、全国のスーパーが企画した北海道フェアへの出荷によるもの。

(株)蝦夷貿易 北海道新幹線駅名キーホルダー ほか

新幹線駅名や新幹線H5系の車体を模したキーホルダー、缶バッジを生産し、カプセルトイ業者に販売。カプセルトイは、1回 200円。



➤ **(生の声)** 3月開業前時点で売り切れが目立ってきており、追加生産中。駅名キーホルダーは「新函館北斗」が一番人気があり、それが出るまで何回も購入する人もいと聞いている。

その他 企業の生の声

- 全道各地で、新幹線開業記念福袋を販売した。北海道新幹線の開業によって、本州、特に東北地方からの流入、客数増加が期待できる。観光特需により函館市内の活性化、個人消費の活性化も促されるのではないかと(スーパー)
- 純金製で108万円の北海道新幹線開業記念メダル(造幣局品位検定極印入り)が、全国で50個限定販売されている中で、当店舗のみで5個売れている(百貨店)



2.北海道新幹線開業に伴う観光への効果

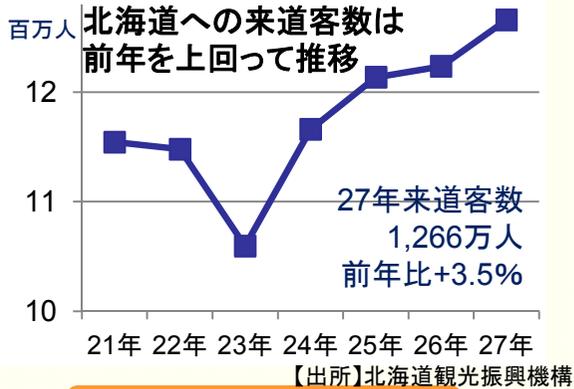
(新幹線開業後、北海道財務局管内の事務所が共同で作成)



道南地区をはじめ北海道の観光は好調に推移している。特に道南・道央地区においては、北海道新幹線開業効果により、一層の観光客増加が見込まれるほか、北海道全体への波及や東北との広域観光もみられ始めている。

好調な北海道へのインバウンド

道南・道央圏の観光は、一段と好調な動きとなっており、足下でも北海道新幹線開業に伴う効果がみられている。



北海道内宿泊業では過当競争による薄利多売の傾向があった。

↓
来道客数の増加、宿泊施設稼働率アップの中で、「高単価宿泊商品に理解が得られるようになった」との声も聞かれている。

↓
サービス・付加価値を高めていくことが重要。

道央圏の生の声

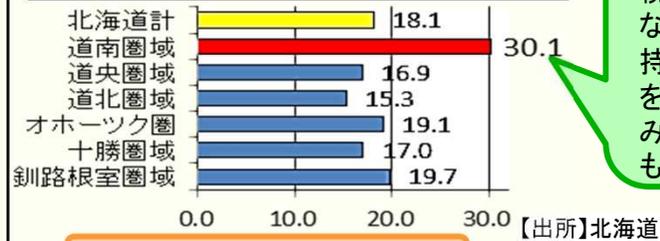
- 昨年の稼働率も良かったが、4~6月の予約は昨年の更に15%増の予約状況である。北海道新幹線開業による宿泊増も考えられる。単価については、昨年に大きく値上げしたので今年は更に大きくは値上げをしない予定である。(札幌市 ホテル)
- 1~3月で単価は1-2割アップしているが、ただ値上げするのではなく、値段に見合ったサービス・付加価値が課題と考える。アメニティや、部屋の施設で4Kテレビ52インチ、ビデオ配信を始めた。売上の良いタイミングで改修もやって、付加価値も高める方針。(札幌市 ホテル)
- 国内客も増えているが、外国人客の伸びがすごく、昨年からの勢いが続いている。バスツアーも多いが個人旅行が特に伸びており、JR等を使って札幌や函館方面から来る人が多い。駅前が外国人観光客で溢れている。(地方公共団体)

こんな懸念も

- 新幹線開業後、増える観光客に対しホテル数が不足することになれば、宿泊先確保がネックになる可能性がある。また、常連の函館旅行リピーター客でホテル代の高騰を嘆いている方もいる。(タクシー会社)

入込総数のうち宿泊者の占める割合(26年度)

道南圏域は他の圏域に比べ宿泊者の占める割合が著しく高い

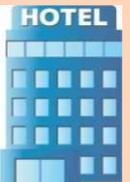


企業の生の声

今回の新幹線開通後も、将来の札幌延伸後も、函館は通過地点にはならないで、宿泊地点の地位は維持できるだろう。理由は夜景。夜景を見たあと移動はしない。夜の強みがある場所は強い。加えて朝市もある。(航空会社)

道南地域ホテルの生の声

- この3、4月は、会議や大会等に参加する団体客を中心に増加している。新幹線開業というよりは、注目度の高まりや、函館アリーナ完成(昨年8月開館)による間接的な効果がある。昨年秋ごろから客室単価を値上げしているが、それでもなお、客室の稼働率は前年を上回っている。
- 4~6月の予約状況は昨年を上回っている。特に6月の函館マラソンや競馬開催といったイベント時期が好調である。飛行機と比較して一度に輸送できる人員が増加することもあり、リゾートMICEの問い合わせが増えている。



その他 企業の生の声

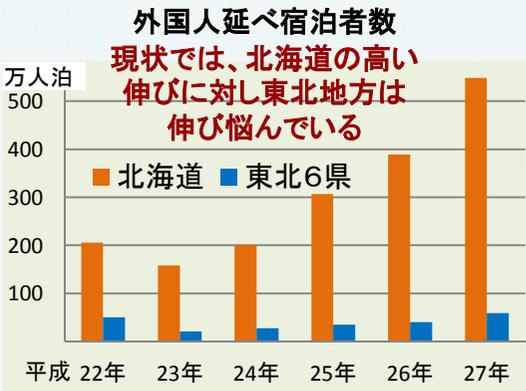
- 新幹線開業以降の函館の宿の申し込みは間違いなく増えている。JRで函館で一泊、その後、バスで登別・洞爺で一泊し、バスで札幌、その後、千歳から飛行機というルートが多い。これだけマスコミが盛り上げてくれると旅行需要の掘り起こしとして効果が見込まれる。(旅行代理店)
- 函館への需要が増えている感。新幹線開業に係る宣伝効果、相乗効果がある。航空の函館路線もプラス維持。そこが、JRに需要を取られた北陸とは違う。やはり首都圏から北海道だと、往復で鉄道は時間的に大変なので、片道は飛行機になるのではないかと。(航空会社)



東北地方への拡がり、道内への波及

東北への拡がり

新幹線によって北海道と東北との間に、地方と地方をつなぐ『地方創生回廊』が生まれる。これによって外国人観光客の入込みが好調な北海道の道央・道南地域から、東北地方への拡がりに向けた動きもみられている。
 ※地方創生回廊・・・地方と地方を新幹線や高速道路などの交通網でつなぎ快適な旅行を可能にするルート



道内への拡がり

新幹線開業の効果を、道南・道央はもちろん、全道各地に拡げ、北海道全体の経済発展につなげるための取り組みが始まっている。



函館から道北・道東へのチャーター便計画

北海道新幹線開業に絡めて今年7～8月、函館空港からのチャーター便運航が予定されている。フジドリームエアラインズが函館=稚内、中標津間、北海道エアシステムが函館=旭川間を運行予定。

地元観光協会などでは周辺地域の観光地への集客を図っていく計画のようであり、将来的には定着化を期待している。(地方空港ビル株)

外国から日本を観光目的で訪れる方が購入できる特別企画乗車券のジャパンレールパスは、これまで出発前に海外の限られた旅行代理店でしか購入できなかったが、日本到着後の購入が2016年4月から開始。

企業の生の声

- 【航空会社】台湾からの道南と東北のパッケージ旅行に期待している。現地のエージェントが、台湾から函館、仙台間を周遊して、台湾に帰る商品を作るのではないかと。台湾にも新幹線があり、「新幹線」という乗り物への注目度は高い。一回の旅行で北海道の魅力と東北の魅力の両方を味わえるため、一つづで二度おいしいという感じ。仙台便は、もともとアウトバウンドは強いがインバウンドが弱かったため、これを機にインバウンドを増やしたいとは聞いている。
- 【全国ホテルチェーン】道南地域には仙台を中心とした東北からの集客を期待しており、北関東、東北、特に仙台からは相当見込めるとみている。逆に函館からは、仙台にオープンした水族館を組み込んだ旅行者(修学旅行など)の増加を期待している。
- 【旅行代理店】新幹線開業後の出だしは比較的好調である。関東発着としては特に北関東の取扱が好調で、羽田から飛行機を利用するルート需要が回ってきているようである。元々北海道は人気の地域であり、北陸新幹線ほどの飛躍的な伸びはないと思われるが、確実に北海道⇄東北間の流れは増え、それがどの程度となるかということである。

企業の生の声

- 【道東地域・ホテル】北海道新幹線開業によって、道南から先の北海道全域に効果をもたらすためには、各観光地での知恵を出し合い、広域連携を進めながら誘客に努めなければならない。一時の好景気に惑わされることなく、しっかりとした“おもてなし”で、北海道の好印象を持ち帰ってもらえるように観光関係者は謙虚に頑張る必要がある。そうすることで北海道来道リピーターの開発に繋がってくればと切望する。
- 【オホーツク地域・ホテル】夏休み前後における道外からの団体・修学旅行に関する問い合わせが例年と比べて活発化している。道南の露出拡大に伴い、道東の露出減少を心配しているが、旅行雑誌の編集者からは紙面上道南の露出が拡大しても知床関連が無くなることはないという言葉もあり、道南・札幌に集中する客を如何にして知床に連れてくるかということは今後の検討課題。

こんな声も

宇都宮市が北海道新幹線の停車駅とはならなかったのは残念。新幹線開業の効果を生かすためには、北関東地区との繋がりが不可欠であり、今後も宇都宮駅「停車」への運動を続ける必要があるのではないか。



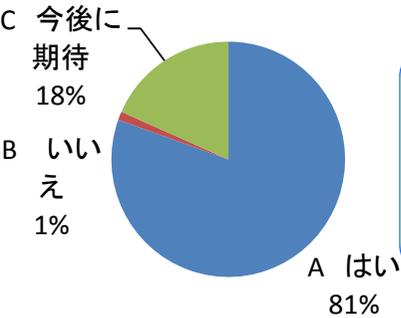
3.管内企業からみた北海道新幹線開業に伴う効果

(GW明けに函館財務事務所が作成)



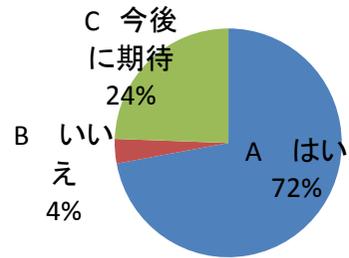
管内企業(87社)へのヒアリング結果では、北海道新幹線開業に伴う効果をプラスと捉えている企業が大半である。幅広い業種において開業効果が実感されており、また実感の薄い業種の企業においても、今後に期待する声が多い。

新幹線開業は道南全体にとってプラスですか



全体の8割以上がプラスとしており、「今後に期待」を含めるとその99%を占め、道南地域における開業効果が実感・期待されていることがわかる。

新幹線開業は貴社にとってプラスですか



全体の7割以上がプラスとしており、各企業において開業効果が実感されている。残りの企業についても大半が「今後に期待」としており、開業効果を実感できていない多くの業種においても、期待感が高いことがわかる。

期待の声

- IターンやUターンによって建築棟数が増えることを期待する(住宅)
- 函館が活性化することで販売台数が伸びることを期待する(自動車販売)
- 宿泊者数は好調であるが、海外客の増加とイベント開催によるものが多いため、今後は新幹線を利用した観光客の増加に期待する(ホテル)

一方でこんな声も

- 開業効果を実感できたのは、特定の地域(函館駅前等)のみでかつ一瞬であった(土産品販売)

業種別生の声

観光施設など

- 函館INの販売客数は全国的に伸びており、特に東北では2倍弱となっている(旅行代理店)
- 新駅前の観光ショップの売上は予想以上である(観光施設)
- 開業以降の来場数は、平均20%を超える高い伸び率である(観光施設)

宿泊施設

- 4月～6月の予約状況は前年を上回っており、特に函館フルマラソン等の大型イベントが開催される6月には前年比5割以上の増加となっている
- 開業以降の宿泊者数は前年を大幅に上回り、特に東北・北関東を中心とした道外客の増加が著しい

交通機関

- 新幹線との相乗効果(注目度の高まりや新幹線とのパック旅行商品)により、中長期的需要の増加が見込まれる(航空会社)
- 新幹線と組み合わせた旅行商品が登場してきており、フェリー利用者が増加している(フェリー会社)

土産品販売

- 物産展の出店回数増加により、3月の売上が対前年6割増となったほか、開業後も新駅近くの店舗の売上が伸びている

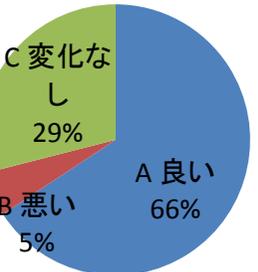
その他の業種

- ホテルの稼働率上昇に伴い、取引量が増加している(リネンサービス)
- 4月の加盟店売上・客数がプラスであり、今後も期待している(飲食店の組合)
- 開業を機に、観光客の増加を見込んだ店舗の大型化や函館食材のブランディング化に取り組んでおり、その効果を見込んでいる(飲食店)

北海道新幹線開業に伴うGWの状況は、東北・北関東を中心とした観光客の増加や売上単価の上昇等を要因に、好調であったとする企業が6割以上であった。今後についても、各種予約状況や市内開催会議件数等の増加を背景として、約4割の企業が好調で推移すると見込んでいる。

GWの状況（前年比較）

4/28～5/8の新幹線乗車数は、前年同期の在来線特急と比較して、2.2倍に増加（JR北海道）



全体の6割以上が、前年を上回る売上・客数であったとしている。一方で、もとより満員・満席になりやすい時期ということも影響し、変化なし又は悪いとの声も聞かれた。

交通機関

- 函館市内の観光系統のバスについては、前年比1.7倍と高い水準であった（バス会社）
- 前年比1.5倍の売上。個人客や、東北・関東からの客が多い。夜景を見て帰る日帰り客が多かったことは予想外であった（タクシー会社）
- 全国平均よりも高い伸び率であり、注目度の高まり等の新幹線との相乗効果が見られた（航空会社）

その他業種

- 宿泊可能なスーパー銭湯からの注文が多く、宿泊施設からあふれた方が利用したと思う（リネンサービス）
- 開業を機に帰省した方が多いようで例年より売上が好調であった（スーパー）

宿泊施設

- 例年は7対3で道内客が多かったが、今年は道外客が道内客を上回った
- 単価が大幅に上昇し、例年通り満室になったため、売上が大きく伸びた

観光施設

- 前年と比較し1.3倍の来場があり、特に東北は3.2倍、関東1.8倍と本州方面からの来場が大きく伸びた
- 強風による運休があったものの、前年をわずかに上回った。例年と比較して道外客が多く、ショップ等の売上も増加した

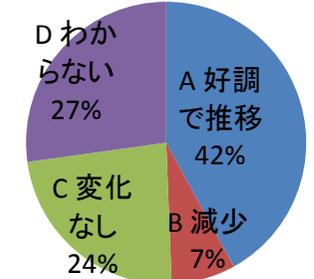
土産品関係

- 観光地（五稜郭、函館駅）付近の店舗の物販売上が伸びている
- 来店者の増加とともに、道外客の割合が多かったことから、物販の売上単価が上昇し、1.5倍以上の売上となった
- 例年と比較して、日本人観光客が増えている。特に、東北や北関東からの家族連れが多かった

一方でこんな声も

- 例年満席となっているので、開業効果は実感できていない（飲食店）
- 函館市内に流れたため、やや減少した（函館市外の観光施設）

今後の見込み



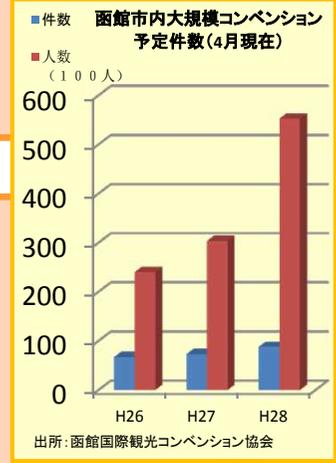
全体の4割以上が好調で推移すると見込んでいる。一方、新幹線以外の要因も含めて、減少や変化なしとする企業も3割程度ある。

期待する声

- 注目度の高まりや函館アリーナの開業により、会議・大会の開催件数が伸びており、観光客の増加が期待できる（観光施設等）
- 会議・大会関係とともに、社員旅行の団体予約が好調である（ホテル）
- 6月までの予約状況は前年比1.4倍であり、今後に期待が持てる（タクシー会社）
- （道内客ではあるものの）新駅やしかべ間歇泉公園といった新施設に対するドライブ客増加が見込まれる（飲食店）

一方でこんな声も

- 新幹線効果が見られたのは春休み期間とGWであり、通常期は変化なしとみる（函館市外の観光施設）
- 観光客の増加を見込む一方、地元客の減少を見込むため、変化なし（土産品販売）



函館財務事務所が実施した管内企業へのヒアリングにおいて、北海道新幹線開業に関連した課題や、これに伴う意見・要望があった。今後は、こうした課題等に対し、関係機関と管内企業が相互に連携し、解消していく必要がある。

課題

北海道新幹線の 利便性向上

- 料金
- 二次交通

解消・対応策

- ◇ 多彩なツアー商品の開発(値ごろ感のある商品、早割り、東北往来、インバウンド向け商品、歴史等のテーマ別の商品)
- ◇ どのような二次交通ルートがあるか等、わかりやすい案内表示、情報発信
- ◇ 各種交通系ICカードの早期導入
- ◇ 観光施設入場券とのセット割引
- ◇ 定額タクシー・バスの値引き
- ◇ 新幹線総合車両基地の見学ツアー等、新幹線を身近に感じてもらうイベントやツアー
- ◇ 札幌への早期延伸

道南地域の観光強化

- 観光地としての魅力アップ
- オフシーズン対策
- PR

- ◇ 更なる観光資源の発掘
 - 新規掘り出し
 - 日本文化の体験等、体験型コンテンツの充実
 - 管内回遊観光ルートの開発
 - 道南の食材を利用した観光ソフト開発
- ◇ 街の美化
- ◇ オフシーズンの更なるイベントの拡充や積極的なPR
- ◇ 屋内型等のオフシーズンも利用可能な観光施設を設置
- ◇ 海外観光客に対応できるスタッフの配置や外国語表記の案内看板・飲食店メニューの増設
- ◇ 観光情報発信の継続・メディアの積極的な取り上げ
- ◇ 宇都宮駅停車の要請

課 題

解消・対応策

他地域との連携強化

- 道内
- 東北・北関東

- ◇ ニセコ、洞爺方面への直通二次交通の充実
- ◇ 北海道と東北・北関東が身近になったことをPR
- ◇ 東北以南の地域からの修学旅行の誘致を強化
- ◇ アセアン地域からの受入強化

人手不足

- 雇用確保

- ◇ 長期的視野から、賃金水準を含めた雇用環境の改善
- ◇ 若者を中心とした他地域への人材流出防止策の検討
〔 例 教育機関と連携した学生への管内企業紹介
地元の新卒者を採用し、一定期間雇用した企業に対する助成金の導入 〕

その他

- 関係機関の協力

- ◇ 管内行政機関が一体となり、取組みが行われるよう協力体制の充実
- ◇ 更には、行政機関、民間企業が一体となり、誘致やPR等、取組みを行う
- ◇ 観光振興に必要な施策を検討する場を定期的に設ける
- ◇ 市民等の一人一人が当事者意識を持ち、積極的に各種活動に参加するなど地域を盛り上げていく

北海道新幹線の開業、勢いを
東北、関東、そして日本全体へ



函館駅前では、函館財務事務所職員が、幕末の衣装をまとった「おもてなし隊」観光ボランティアに参加し、観光客をおもてなし！

新幹線開業！
北海道をみんなで
盛り上げ中

北海道新幹線開業PRキャラクター

どこでもユキちゃん

