



# 北東アジア・ターミナル構想フォーラム 世界に広がるダイナミックな 交通・物流ネットワークの構築へ!

北海道建設部建設管理局建設政策課  
空港港湾局物流港湾課

北海道の食や観光がアジアをはじめとした諸外国から注目を集める中、北海道が世界を舞台に発展していくためには、人やモノの交流を支える環境の整備が必要です。北海道の空港や港湾等を一体的に捉えて、北海道全体を「世界をつなぐ北東アジアのターミナル」としていく構想について、北海道民と一緒に考えるフォーラムを2月6日に札幌市で開催しました。

フォーラムでは、外交ジャーナリスト・作家の手嶋龍一氏による基調講演「東アジアの中の日本、そして北海道の役割とは」、同氏と(株)エフエム北海道常務取締役中田美知子氏のスペシャルトーク、道内有識者によるパネルディスカッション「北東アジア・ターミナル構想の策定に向けて」が行われました。

本稿では、そのうちパネルディスカッションの概要を紹介します。

## パネルディスカッション

### 北東アジア・ターミナル構想の策定に向けて

**濱田** 北海道の人口は約560万人とされています。しかし、2030年には100万人ぐらい減り、高齢化率も25~33%になると見込まれています。人口が減るのでGDPも数%は減ることが明らかです。



コーディネーター  
**濱田 康行** 氏  
札幌国際大学学長  
北海道大学名誉教授

これまででは北海道の中を見詰め、産業構造の変換や自立した経済をつくらなければいけない、2次産業は、建設業はどうしようという議論をしてきましたが、今回は、北東アジアまでフォーカスを引いて、北海道を考えてみようということです。そして、北海道が物流や人の流れのセンターになり得るのか、なり得るとしたら北海道が持っているものをどう使えばいいのか、何を加えればいいのかを議論していきたいと思います。

最初に現在の立場とお仕事、そして本日のテーマにご自身がどうかかわっておられるかお話しください。

アジアの活力をどう取り込んでいくか



パネリスト  
高杉 豪 氏  
伊藤忠商事(株)  
北海道支社長

高杉 私は30年ぐらい同じ会社で仕事をしていますが、半分は穀物関連の輸出入貿易、後半の半分は流通関係、特にコンビニエンスストアの仕事をしてきました。

日本のコンビニエンスストアをアジアでどう展開していくかを15年間やってきましたが、この間のアジアの変わりように大きな感銘を受けています。このアジアの活力をどう取り込んでいくのかは避けて通れない課題で、北海道に住む私たちの明日を決めていくこととなります。

先日、ニセコのスキー場に行きました。オーストラリアの方はたくさんいましたが、中国や台湾、タイの方もスキー場にいました。極めて国際的で、アジアの成長を取り込んでいる素晴らしい例がありました。

北海道は、農業、水産業といった食にかかわる産業で大きなポテンシャルを持っています。日本の1次産業の脆弱性はよく言われていますが、マクロの視点で見れば必ず成長する分野です。こういった産業や観光の基盤なくして、北海道に人とモノを集めることは難しいという視点で今日の議論に参加したいと思います。

北東アジアでの大きなニーズ



パネリスト  
加地 賢幸 氏  
(株)北海道銀行国際部長

加地 私どもはユジノサハリンスク、瀋陽と北東アジアに事務所を構えています。

最近の動きをご紹介します。ロシア極東のウラジオストクですが、今年9月にAPEC\*1が開催されるということで、急ピッチで開発が進んでいます。もう一つは、中国東北地方リョウネイシヨウシンヨウの遼寧省瀋陽です。来年9月に国民体育大会が開催されるということで、こちらも急速に都市化が進んでいます。まさに、北東アジアは大ブレイク前夜といったタイミングです。そして、これら

の地域での大きなニーズは、農業、水産といった食、それと寒冷地住宅です。

これらの事業を進めていくうえでの大きな課題の一つは、信用リスクです。お金を回収できるのかということですが、貿易保険というような手法でクリアできるようになってきています。もう一つの大きな課題は、物流ですが、これがクリアできないとビジネスは大きく展開していきません。その問題の解決が不可欠ということで、少しでも力になればと思っています。

一番人気なのに観光客入り込み数は減少



パネリスト  
高橋 威男 氏  
JTB協定旅館ホテル連  
盟専務理事

高橋 日本人が旅行に行きたい地域1位は圧倒的に北海道です。また、中国人の7割ぐらいが北海道に行きたいと思っていて、東京よりも北海道の方が人気があります。しかし、「みんなが行きたい北海道」であるにもかかわらず、観光客入込数はこの10数年横ばいです。北海道の一番の競争相手は沖縄です。沖縄は順調に右肩上がりが増えてきています。北海道はインバウンド(外国人の訪日旅行)が徐々に増えていますが、日本人の観光客はやや減りぎみと想定しています。

空港ごとの利用実績ですが、新千歳空港もやや減少ぎみで、ローカル空港は非常に厳しい状況が続いています。しかし、沖縄の那覇空港は引き続き順調に伸びています。なぜかは後で触れさせていただくこととして、まずは現状をご理解いただければと思います。

北東アジアとどう向き合えばいいか

田村 昔から言われていることですが、東京によらずに直接外国と交流したら北海道はどうか、がポイントです。北海道から出すものはあまり多くはありませんが、北海道産品を、東京の商社が東京周辺の産品もそろえて本州経由で中国などに運ぶことが多い。そうした流れを変え



パネリスト  
田村 亨 氏  
室蘭工業大学教授

\*1 APEC (Asia-Pacific Economic Cooperation)  
アジア太平洋経済協力。アジア太平洋経済協力会議。

て、北海道から直接、北東アジアへ輸送することができれば、それだけでもヨーロッパの1国に相当するいろいろな変革ができるのではないのでしょうか。

北極海航路やシベリア・ランドブリッジでヨーロッパに行くのももちろん大事な視点ですが、北東アジアそのものにもたくさん魅力があります。瀋陽・大連などには、北海道の方々が入っているいろいろな商談会をやっています。ところが、北海道の人々が掘り起こした北東アジアの商機を本州の人に奪われている状況があります。北海道は北東アジアのどの人々としっかりお付き合いをすればよいのか、お付き合いを継続させるにはどのようにすればよいのか、ここがポイントです。

北米航路が津軽海峡を通っています。この船を北海道にワンポイントで寄港してもらおうという話は既にあり、我々の構想でも議論されています。また、新幹線鉄道の札幌延伸は、大震災以降国土を強靱にする目的で大きな一歩を踏み出そうとしており、やがて東北の産品も北海道から輸出できるでしょう。今、北海道が北東アジア・ターミナル構想を打ち出す最大の目的は、北海道がヨーロッパの1国並みに自立することです。構想づくりとともに、スピード感とリアリティを持って実践しながらやっていけないかを議論しています。

**濱田** それでは、第2ラウンドに入りたいと思います。第2ラウンドは、本日のテーマにかかわって、かつご自分のお仕事の立場から、北海道がどういう問題を抱えているのかをお話ししていただきます。

#### モノの流れの「道」と物流コスト

**高杉** 物の流れに関してどういう問題や課題があるのかを考えていくうえで、現実的にどういう問題が起こっているのかを知るのは非常に大事なことです。

日本の飼料用のトウモロコシ、小麦、大豆などは北米産が多いですが、北太平洋を通り、北海道の横をかすめて日本の港に着きます。韓国、中国へも場合によっては津軽海峡を通過していきますが、残念ながらここに大きな動脈「道」が引けていません。例えば、北海道

にいったん寄って半分下ろし、それから韓国へ行くというようなことが行われていません。なぜなら、穀物を運ぶ大型船は水深が非常に深いため、北海道の港には寄れないという事情があります。船舶の大型化はエネルギー効率の問題からも必ず起きますから、こうした大きな流れを引き寄せてこななければいけません。

北海道と本州の間の物流輸送の問題も、これまた大ありです。北海道と本州間は非常にコストのかかる物流になっています。北海道が本州と陸でつながっているのはJR貨物だけで、ほかは船でコンテナやトラック、シャーシーで運んでいきますが、戻るときの荷物をそろえないと、有利な条件で物を運べないという現実があります。さらに言えば、北海道には色々な生産物、名産品があるのですが、それを札幌まで持つのに非常に大きな物流コストがかかっています。このように物流問題は、北海道の内部でも解決をしなければいけない大きなテーマです。物流コストが高く、北海道の良い物が全国に届けられないという厳しい現実、一刻も早く手をつけなければならない問題です。

また、北海道の商品を東南アジア、特に中国に輸出するときに北海道からコンテナに乗せて直接運べる港は非常に少ない。台湾に持っていかうと思ったら釜山港で、ベトナムに持っていかうと思ったら横浜港や東京港で積み替えなければいけません。これは運賃の高止まりにつながり、国際競争力で大きな影響が出てしまいます。大きな動脈がつながっていて、物を次から次へと放り込んでいける状態に早くしなければ、物と人が集まることにはならないと考えています。

#### ビジネスマッチングが必要

**加地** 私どもは、企業の皆様が売りたい、仕入れたいもの、海外へ進出したいという希望などをお聞きし、国際部海外事務所が先遣隊として現地の北海道製品・技術の調達ニーズや販売拡大ニーズを聞いて歩いています。また、海外の政府、現地の銀行や優良企業などと連携し、情報を集めています。そして、これらをマッチングしようと、相談会やセミナー、商談会、送金な

ど為替のコンサル業務もやっています。

物を売りたい企業、物を運びたい企業、それぞれからお話がありますが、物流業者からすると、運ぶものがないので物流ができない。物を売りたい業者からすると、物流の手段が確立していない、量が集まらないというところもあって、商売が成り立っていかないということです。「ニワトリが先か、卵が先か」だと思いますが、両側からのアプローチが必要です。そこで、道内企業同士のマッチング、物が現地に着いたらどう運ぶ、道内と海外の運びをどうしていく、といったこともやっていかなければいけません。そこで、銀行と行政はそういった仕事が重要になってきます。

#### 航空問題は重要なポイント

**高橋** 北海道に来る観光客の85%は飛行機を使い、あとの15%はフェリーや列車を使いますが、航空政策によって北海道の観光は大きく左右されます。平成12年に航空法の改正があり、運賃、機材、座席数等が大幅に自由化されましたが、その結果、航空会社は採算のことを考え、稼働率に合わせて座席数を供給、大型機材を小型化し、便数縮小を図ってきました。乗客数の減少傾向は、特にローカル空港に顕著で、航空法改正時を100とすると、この10年間で新千歳空港は88、新千歳空港以外は74となっています。

一方、沖縄は右肩上がりが増えてきています。これは、沖縄人気が持続していて、大型機材を投入しても十分採算が取れるということで、市場原理のままにこうなってきたわけです。ただ、市場原理に任せておいていいのか。札幌は人口もモノも集中している地域ですが、地方が成り立たなくなったときに生き残っているかという、必ずしもそうは言えません。厳しい状況の中で札幌が人やモノを集めるとしたら、「シャワー効果」をどう全道に波及させるかが課題です。

最近、LCC<sup>※2</sup>という新しい経営形態の飛行機会社が出てきています。大きく期待するところがありますが、採算が合わなければすぐに撤退してしまいます。北海道に果たしてLCCに採算をもたらすだけの人気がある

か。北東アジアをどのエリアまで含めるのかは今後の検討項目の一つだと思いますが、北東アジアだけではとても採算性は保っていけないという気がします。航空問題はいずれの局面でも重要なポイントです。

#### サービスのソフトの質の向上

**田村** 日本全体の人口比から言えば、北海道の貿易量は4～5%あってもおかしくないのですが1%しかありません。輸出入のバランスは、輸入に偏っていて輸入が輸出の3倍あります。北海道の輸出額約3,500億円を3倍に増やせるかということです。今現在、完成自動車を北海道で造って出すことはまずないでしょうが、農水産品にはいろいろなアプローチがされています。アジアで売られている北海道産品の値段は高いのですが、土産用や大切な人にプレゼントするときに買っているようです。1個1,200円もする高級リングを中国のお金持ちは友達へのプレゼント用に買うのです。

去年12月22日、国の国際戦略総合特別区域に「北海道フード・コンプレックス国際戦略総合特区」が指定されました。5年間で1,300億円の売上増加を農水産品・食品で図ろうという大きな戦略です。その中に「北海道から新たな需要価値を創出」と書いてあります。遺伝子レベルの技術力と感性工学の力を借りて作り上げた北海道産米「ゆめぴりか」を中国に売ろうとしています。新しい価値を創造する動きが北海道から今まさに起きています。

空港・港湾・高速道路などのハード施設を造っていたときは供給者の時代です。現在は、需要に合わせて供給する、需要と供給のコーディネーション（調整）の時代です。この時代の変化は、プロダクトの時代からプロセスの時代とも言われ、インフラの管理・運営に関係した短期的な権利の調整が必要とされています。

物流に関して新たにつくる必要があるものは、ほとんどはソフトな部分です。例えば、北海道から中国に冷凍冷蔵コンテナで運んで香港に着いても、定期的な航路がないと税関のために1週間も相手港で待つので

※2 LCC (Low-Cost Carrier)  
格安航空会社。

す。冷凍冷蔵ファンも回しているのですが、炎天下で1週間置かれると温度が上がってしまい、商品が使いものにならないという経験もしています。

これらの問題の解消のためには、制度的な部分も含めて、サービスの質の向上に力を注いでいく必要があります。今ある施設にソフトをうまく絡めて、サービスの質を向上させることです。それには、農水産物のビジネスチャンスがうまく合致しているという気がします。北海道全体の総合力を生かして北の道を開くという動きをしなければいけません。

#### 既にあるインフラをどう組み合わせるか

**濱田** 150年ほど前、北海道の圧倒的な物流の中心地で、20カ国以上の人が集まったというまちが函館です。ペリーの日記には、「このまちは日々200隻の船が出入りし、帝国の南に向かって次々と物を送り込んでいる」とあります。このように、物流があって人が集まり繁栄していたという話がありますから、北東アジア・ターミナル構想は、無理難題を考えているわけではないと思っています。物流や人流に必要なものを並べても、国にも北海道にもお金がないという問題があります。ですが、北海道には既にいろいろなインフラがあります。それをどう組み合わせるか、そのための知恵を出すという問題だろうと思います。

#### マッチングのプラットフォーム、選択と集中、ニーズの把握

**高杉** 道内と本州の物流で、マッチングは運送会社でも企業内部でもやっていますが、これをもう少し横断的に広くやることは可能ですし、北海道から本州へ物を動かすコスト削減の一つの切り札になると思います。ただ、それにはお互いの利害の調整をかなりしなければならぬので、だれがやるかが必ずテーマになります。それはお役所ではできませんので、道庁さんに奮勇を振るっていただき、速やかにそういう組織、プラットフォームをつくらなければいけません。

さて、海外との貿易のみならず、本州と北海道を結ぶ輸送の面でもハードルが高くなってきました。すなわち、北海道は大変に恵まれた土地であり、よい港が

たくさんあります。釧路、苫小牧、石狩、そして函館と立派な港がたくさんあって、利用する側は困ってしまいます。この10年間は「選択と集中」の時代でした。民間企業的には選択したところに徹底的に経営資源を投下するというを多くの企業がやってきました。<sup>ひるがえ</sup>翻って、北海道でそれができるでしょうか。

さらにハードルを高くして申し上げますと、北海道の農水産物、食品、スイーツは、中国やロシアの方に対してきちんと作られたものでしょうか。今は、特に農業系は本州のメカニズムに組み込まれた生産体系になっています。国内のシステムには合いますが、海外に持っていったときにどうでしょう。北海道を東南アジアに向けた生産構造に変えた場合どうなるのか。素晴らしい土地を生かし、さらに経済力を上げてアジアに冠たる生産基地、物流拠点として、人とモノの流れを引き寄せる場所にしようと思った場合、ニーズを把握し、マーケットの声を聞くことが大切です。アジアは何を求めているか、これをもう一度きちんと見直した方がいいと思います。

**濱田** 高杉さんの「選択と集中」という議論は、北海道に来て年月が経っていない人の方が言いやすいと思って聞いていました。マーケットに聞け。これも北海道人にとっては、耳の痛い話です。日本政策投資銀行の方が書いた論文を読みました。ホワイトチョコレートをロシアに売ろうとしても、「チョコレートのような気がしない」という反応で駄目だったということなのです。市場の目線、買う人の目線を気にすることが必要だと思いました。

#### 人の交流も大事

**加地** 銀行はあくまで裏方であり、プレーヤーはお客さんです。ハードの部分はほとんどあるので、あとはソフトの問題だと思っています。それらを結びつけていくこともいろいろあります。私どもでは海外との商談会や相談会をやっています。これまでは売り手と買い手の商談会でしたが、これからは物流業者の方々にも参加していただこうと思っています。

北海道は日本の一番北にあって、ビジネス的に厳しいという目で見えてしまいがちですが、これからは中国東北部、ロシア極東、そして日本も入ると思いますが、面で考えていくことが必要だと強く思っています。北東アジアの物流を実現し、商流を作っていくことは北海道の使命であり、北海道銀行の使命でもありますので、一生懸命やっていきたいと思っています。

物流ばかりでなく、人の交流もすごく大切です。去年、ロシア・アムール州への訪問が縁で、酪農学園大学、帯広畜産大学とアムール州にある極東国立農業大学との交流が実現しました。いくら物を流して商売をしようと思っても、両方の土地にお互いを理解する人がいないとうまくいかないと思います。そういったところもやっていきたいと思っています。

**北海道の観光の特性は、地理的、歴史的特異性**

**高橋** 観光の経済効果は、北海道でおよそ1兆3,000億円、波及効果は2兆円といわれていますが、それが実感として感じられないのが観光の世界のような気がしています。そのときに、北海道における観光の形がよく分からない。観光を見詰め直し、何が観光なのかを定義しなければいけないと思っています。

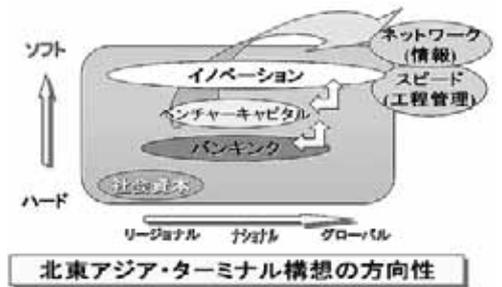
よく「観光の形は変わった」といいます。確かに、団体旅行で宴会して、温泉に入って帰るとというのが観光の古いパターンでした。ところが、今の観光客は、宴会なんかしません。地域に入って、地域をじっくり見るようになってきました。北海道に何を見に来るのか。観光の観点から見た北海道の特性は、大きく二つあります。地理的特異性と歴史的特異性です。アジアの中で、北海道は亜寒帯にある数少ない地域です。これによって、特に東南アジアの人は非常に違う世界に入ってこられるということです。これが地理的特異性です。もう一つは、歴史的な特異性です。日本の歴史と北海道の歴史の違いはなにか。北海道には弥生時代がありません。縄文から直接、次の時代に入っています。弥生時代のなかった北海道は、縄文の香りが強い風土特性を持っています。

このように、北海道には観光にとって有利に働く、二つの特性があります。「観光は地域を表現する総合芸術」と言った人がいますが、これらをうまく連携させ、強化することによって、マイナスハンディをはねのけていけると思います。

北海道は国立の北海道大学に観光学のセクションを初めて置いた地域です。観光の先進地域が後進地域になってはなりません。官民連携とか産学官連携とはよく言われる言葉ですが、より一歩踏み込んだ、官官の連携や既成政党の壁を乗り越えた、地域づくりのための大同団結が必要だと思います。

**オール北海道の総合力が必要**

**田村** 私が考えるプラットフォームのイメージです。社会資本は、空港、港湾、高速道路で



これは概成しています。「バンキング」は海外からのインフラファンドも含めて投資を呼び込むことです。それから、「ベンチャーキャピタル」は人です。「イノベーション」は技術革新。既存の社会資本の上で、これら3つの要素を情報ネットワークを使いスピード感を持って工程管理をした方がよいというのが一つ目です。

二つ目は、札幌都市圏に推進力のあるエンジンを作り、北海道経済をリードする存在にすべきです。これまで北海道民は、札幌だけが豊かになる「格差ある成長」を是認してきているのですから、札幌は競争原理を働かせて北東アジアに乗り出していくべきです。

ビジネスにはリスクがつきものです。このリスクは官ではなく、地元企業・住民・NPOなどの多様な主体が負うべきです。地域社会への分権は北海道においても進んできており、北海道の総合力を持ってビジネスとして外に出ていく絶好のチャンスが来ているのです。