

とっせい・グローバルウォッチ

第88号 2014年3月7日発行

現地発！台湾月刊レポート 81 2013年、日本と台湾のインバウンド、アウトバウンド状況

2013年、日本と台湾のインバウンド、アウトバウンド状況を検証してみた。日本の各地方自治体の台湾詣でが、活発化している。アベノミクスによる円安効果が、主な原因と考えられる。しかし、台湾側から数字を見てみると輸出入においては、意外な数字が出てきた。

因にあげられる。下の表1を見ると台湾観光客の増加が目立つ。一方、中国の大幅な減少がわかる。人口比で考えても2,300万人の台湾の伸び率がいかに高いか分かる。蛇足だが、他国で目立ったところは、タイである。査証の緩和措置、富裕層の増加が、訪日客の増加につながっている。今後、面白い市場である。

日本の自治体が台湾に対して商談を活発化させている。円安を受けて台湾から日本へのインバウンド（日本への観光）ならびにアウトバウンド（日本商品の輸出）促進の動きが目立ってきた。

一方、アウトバウンドは、どうだろうか。日本のニュースでは、台湾から日本へ小型電子機器の輸入が増加し日本の貿易赤字が増加したというが、実は、米ドルベースで見ればここ三年で大きな変化は見られない。一方、日本から台湾への輸出を見た場合は、むしろ微減である。円貨換算で見ると80円/US\$から100円/US\$への変化があり、日本から見た目上20%の増減と考えられる。アベノミクスは、台湾への輸出入に関し円安分の効果が、輸出にはプラス、輸入にはマイナスの影響が出ているが、実は

最初に全体の動きを見てみたい。JNT O（日本政府観光局）の発表（注1）によると、2013年に日本を訪れた観光客は、1,036万人。2012年比で24%の増加。うち台湾観光客は過去最高値を記録した。理由としては、円安、台湾系航空会社及びLCCによる路線数の便数、路線数の増加が原

目次：

現地発！台湾月刊レポート 81	1～3
アンニョンハセヨ KOREAレポート 22	4
東南アジアビューローレポート 3	5
最新の上海～現地レポート～ 72	6～7
ロシアレポート 9	8
海外展開支援施策説明会のご案内	9
編集後記	9

世界の主な祝日

～3月～

- 中国 8日 婦女節
- 韓国 1日 独立運動記念日
- インドネシア 31日 釈迦暦新年
- ロシア 10日 国際婦人デー

～4月～

- 中国 5日、7日 清明節
- 香港 5日 清明節
- 18日 ゲッドフライト
- 19日 ゲッドフライト翌日
- 21日 イースターマンデー
- タイ 7日 チャクリ王朝記念日振替
- ソクラン祭
- 14, 15日
- シガポール 18日 聖金曜日
- インドネシア 18日 初土受難の日

表1: 訪日観光客数の推移と伸び率

国名	2012/12	2013/12	伸び率	2012年	2013年	伸び率
総数	689,679	864,600	25.4	8,358,105	10,363,900	24.0
台湾	111,015	149,400	34.6	1,465,753	2,210,800	50.8
中国	52,336	96,700	84.8	1,425,100	1,314,500	△7.8
韓国	199,950	182,800	△8.6	2,042,775	2,456,100	20.2
香港	44,641	72,100	61.5	481,665	745,800	54.8
タイ	25,571	56,000	119.0	260,640	453,600	74.0

表2: 対日本。単位:米ドル。(台湾財務部資料による:注2)

年	台湾から輸出	台湾へ輸入
2009	203,674,648	174,370,531
2010	274,600,519	251,236,390
2011	308,257,310	281,437,549
2012	301,180,864	270,472,560
2013	305,441,190	269,896,778

米ドル金額ベースでは、なんら変わっていないとの面白い結果が見えてくる。個別品目、詳細数量ベースで見ると違った世界が見えるかもしれない。しかし台湾側から見ると、総額では、実需増減ではなく為替マジックによる数字操作としか見えない。面白い結果であり、アベノミクスについては、よく考える必要がある。以下は、円ベースで計算してみた表である。良くも悪くも円安効果が分かる。

年	日本への輸入	日本から輸出	レート
2012	24,094,469,120	21,637,804,800	80円/US\$
2013	30,544,119,000	26,989,677,800	100円/US\$

■台湾市場に注力する沖縄県

次に、最近の個別自治体台湾関連ニュースを見てみたい。沖縄勢の活躍が目につく。沖縄県産業振興公社は、2月17日に業務用食品商材の商談会を台北で開いた。那覇空港から台湾は増便が続いており、当日中の生鮮品空輸が可能なることから、海ぶどうや泡盛の沖縄県産品等15社が、台湾の飲食店に向けて売り込みを開始した。NNAによると、台湾のホテルやレストランなど50社、150人が参加。ゴーヤやもずくなどを使った料理の試食や泡盛を使ったカクテルの試飲を行ったとのこと。那覇空港の物流ハブ事業の開始により2009年の航空貨物取扱量は0.5トン/月であったのが、2012年には19.5トン/月、50倍の増加である。ただし台湾向けは全体の4%に過ぎず、拡販を行うとのことである。地の利をいかした策である。また携帯美容機器の商談会も行っている。沖縄タイムスによると、「総合商社の新垣通商（那覇市、新垣旬子社長）は19日、台北市内のホテルで商談会を開き、台湾の美容整形クリニックやエステ店、卸業者など12社に携帯美容機器「ビオスミスト」を売り込んだ。サンプルを取り寄せるなどの商談成果があり、成約に向けて引き続き営業を続ける。」「新垣通商は台湾での販売権を持っており、アジアでの販売を強化する。美容機器の販売を広げることで、フコイダンエキス入りの化粧水などを販売している県内化粧メーカーの販路開拓にも結びつける考え。商談は県産業振興公社の「県産工業製品海外販路開拓事業」を活用した。」とのことである。（注3）

更に、「沖縄県産業振興公社、台湾法人とIT連携協定」「県産業振興公社（知念榮治理事長）は17日、台湾で情報通信技術の発展に取り組む財団法人「資訊工業策進会」（III＝トリプルアイ）と連携協定を結んだ。民間レベルで進んでいる沖縄と台湾のIT関連企業の相互交流を促進し、技術・事業提携などへの発展を後押ししたい考え。トリプルアイは台湾政府が民間と設立した半官半民の組織で、日本では経済産業省の外郭団体に当たるといふ。」「相互交流が発展し、昨年にはソフトウェアやシステム開発を手掛けるフィールドシステム（那覇市、鈴木浩司社長）が、台湾で上場している現地のIT企業と業務提携。」「同公社は「沖縄独自のIT関連ベンチャーの集積、育成に向けて、沖縄からアジアへの展開とアジアから沖縄への集積は重要」と説明」このように第一、二、三次産業を横断した展開を行っている。（注4）

■和歌山県の状況

一方、和歌山県は「県内企業と台湾企業の連携を推進するため県は27日、台湾の政府関係組織「台日産業連携推進オフィス（TJPO）」との間で産業連携に関する覚書を締結した。日本の地方自治体とTJPOの同様の覚書は三重県に次いで2番目。」「TJPOは、台湾政府経済部（日本の経済産業省に相当）が日台の企業の連携強化を目的に平成24年3月に設置した。県企業振興課によると、今回の覚書により、県とTJPOは情報交換のための連絡窓口を設置し、県内と台湾の企業のビジネスマッチングやビジネスセミナーの開催などの支援を行うことになる。」「仁坂知事は「台湾は企業の力が大変強い。覚書が和歌山と手を携えて発展していく第一歩になればと思う」と述べ、台湾の技術力の和歌山への導入や、台湾の持つ販売力などに期待を寄せた。」とのこと、アクションを起こすことは大事であるが、継続的内容が問題となろう。今後を見守りたい。（注5）

《次頁に続く…》



■北海道東川町における事例

弊社では、北海道東川町から台湾の観光案内所業務を受託した。積極的に営業開発ができる予算運営で、北海道東川町への遊学・留学事業、観光客誘致の営業を正式に開始した。とっかかりは、台湾人に北海道へ来ていただき、現地を知って愛着をもってもらう。短期で結果を出すのではなく、息の長い事業である。そして地域物産品の拡販支援も行う予定である。人口8,000人の町であるので、小回りが効くこと、意思決定が早いことが、今回の台湾観光案内所設置に繋がっている。集客目標数の達成を目指せば良いので、マーケティングは、すべて弊社に任されている。責任も重いが、アイデア勝負であるので楽しい仕事だ。鳥取としても、このような動きがとれないであろうか。日本で、北海道新聞にしか発表されなかった事業であるが、年明け後、すでに日本全国から4箇所の自治体から弊社訪問希望連絡を頂いた。各自治体の積極的攻勢を感じている。私としては、鳥取の応援をしたい。中でも前向きな会社、地方自治体を支援したいと思う。



写真上:ファミリーマートのソフトクリーム。日本円で約100円。
写真下:7-ELEVENのアイスクリーム。日本円で約100円。

■閑話休題

台湾で現在、一番話題のヒット商品。それは日本製の「ソフトクリーム」である。コンビニ間競争となっている。どちらも限定店舗でしか販売しない。特にファミリーマートの「限定いちごソフトクリーム」は、夜中に行列ができる大変な騒ぎとなった。一方、受けて立つセブン-イレブンは、十勝四葉乳業製牛乳を使用した北海道ソフトクリーム。これも大人気で、なかなか買うことができない。台湾人のFacebookを見ると、買うことができた人は、得意気に写真をアップ。以前にも台湾コンビニでは、本格コーヒーを日本に先駆けて成功させているが、アイスクリームが次の舞台となったようだ。日本よりも商品開発のスピードがアップし、かつアイデアが豊かで、実行に移すところが台湾らしい。

《参考》

注1: JNTO

http://www.jnto.go.jp/jpn/reference/tourism_data/visitor_trends/data_zantei.html

注2: 台湾財務局

<http://www.mof.gov.tw/>

注3: 沖縄タイムス

<http://www.okinawatimes.co.jp/article.php?id=63188>

注4: 沖縄タイムス

<http://www.okinawatimes.co.jp/article.php?id=63023>

注5: わかやま新報

http://www.wakayamashimpo.co.jp/2014/02/20140227_35564.html

アンニョンハセヨ KOREAレポート 22

韓国ペット市場の予測

ペット市場は21世紀の最も有望な産業の一つである。韓国ペット市場の現在と未来を分析し、その成長方向を予測する。

■韓国ペット市場の現況

韓国内ペット市場は2011年に既に5兆ウォン台を突破しており、継続して急速な成長傾向を見せている。2013年8月に調査されたペット関連業種のクレジットカード使用額は、前年度同期間に比べて20%上昇する等、ペット市場は21世紀の最も有望な産業の一つとして注目されている。ペットは韓国で“コンパニオン・アニマル”と呼ばれるほど我々の生活に密接している。最近では、ペットを対象とした各種用品やサービスが更に差別化、高級化されている。例えば、高級ペットおやつが登場し、愛犬のための健康食品、愛犬用の関節栄養剤、マルチビタミン、更にイオン飲料まで販売されている。また、ペットのためのエコ家具、高級カート、葬儀サービスまで現れている。最近では、最も一般的に飼われている犬や猫だけではなく、ハリネズミ、ハムスター、イグアナ等の多様な種類のペット市場が形成されている。

■韓国ペット市場の予測と方向性

韓国の現在の出生率は、1世帯当たり1.3名で、OECD国家のうち、ハンガリーを除いて最も低い数値を記録している。しかし、反対にペットを飼う

世帯が徐々に増加している。他の先進国と同じく韓国も晩婚化が進んでおり、1～2人世帯が増加している。このような環境の中、寂しさを紛らわすためペットに対する需要は増加し続けている。韓国ペット市場のGDP対比の割合は、先進国の約5分の1の水準で、これから成長する可能性が無窮無尽であるとされる。

ペット市場で最も大きな割合を占めるのは、当然ペットフード市場である。日本やアメリカ等の先進国のペット関連企業が、韓国ペット市場の中で最も力を入れるのは高級化である。裕福な家庭がペットを飼う場合、まるで子供に投資するようにペットに多くの投資をしており、その内容は徐々に多様化され、今後も増加すると予測される。ペットの肥満治療薬や各種栄養素が含まれた多様なペットフードに対する需要が今後も増加すると予測される。

ペットフード市場以外に各種プレミアムサービス市場も大きく増加すると予測されている。例えば、ペット保険、ホテル、保母、美容室、トレーニングセンター等、今まで人間専有と思われた多くのサービス領域が今はペットのために提供されており、また、今後も成長していくと予測される。

上記のように、ペット市場は多様な方面で急速に成長しており、十分魅力的な市場であることは間違いない。



写真左:韓国のラブペットマルチショップ。一つの空間でペットの美容・ペット用品・ペット販売・ペットホテルまで運営できるように支援している。(出所:MoneyWeek)

写真右:犬のためのヨガであるドガ(Doga)。ドガは犬(Dog)とヨガ(Yoga)を合わせた新造語である。(出所:Economy Chosun)

東南アジアビューロー レポート 3

タイ人は日本に行きタイ

今回は、2月20日（木）～23日（日）にタイ・バンコクにあるクイーン・シリキット・ナショナル・コンベンション・センターで行われたTTAA（タイ観光サービス協会）主催の旅行博のジャパンブースの様子を中心に報告する。

■ジャパンブースは大盛況

昨年からの円安、査証の免除などもあり、タイにおける訪日旅行がブームとなっており、ジャパンブースには日本の地方自治体、大手旅行代理店、有名ホテル、大手デパートなどが出展した。会場内には世界各国のブースが出展されている中、朝の9時から夜の9時まで、絶えず人が訪れ、活気にあふれており、日本の人気の高さがよくわかる。タイ国は一年中暑い国なので、タイ人は日本のそれぞれの四季に興味をもっており、同じ場所が行く季節によって変化することに驚き、季節の移り変わりによる風景の変化、新緑の緑、澄み切った青い空、紅葉の赤、その中でも見たことのない真っ白な雪に感激するようだ。

ブースへの質問も、思ったより多種多様で、外国人らしい一般的な質問から、地方のローカル電車の乗り方、ご当地グルメなど、日本人も顔負けの情報量をすでに持ってしており、更にブース担当者から新たな情報を聞き出し、次の旅行の下調べをするという具合だ。

■日本食、温泉、買い物！

特に食べ物に対する執着心は凄く、寿司、そば、ラーメン、焼き肉等の有名店、食べ方まで熟知しており、バンコクでの日本食ブームで土台ができてお

り、口の肥えたタイ人にとって、ぜひ本物の味を食したいということから、大の大人が子どもの様に問い合わせってくる。

温泉にしてもそうだ。日本では大浴場でみんなと一緒に風呂に入るのが当たり前だが、タイ人には未知の文化なので、パンフレット片手に、ロケーションの説明から入浴マナーの説明まで、非常に興味を持って問い合わせってくる。

旅行という非日常的な雰囲気を経験したいタイ人にとって、日本の文化、日本の風景は新鮮に感じられ、好感が持てるようだ。それに加え、買い物好きの国民性から、キュートなデザインの日本製品はたまらなく、購買意欲がそそられ、お土産を買うことも、日本への旅行の楽しみの一つのようだ。

日系の大手旅行代理店のマネージャーの聞き取りによると、タイ人の訪日旅行は一過性のブームではなく、ここ暫くは続き安定した旅行者数が見込まれるとのことだ。このフェアの客入りを見ていると、タイ人が非常に好意的に興味を持っているのがよく分かるし、日本人としては非常にうれしく思う。今後双方が、お互いの国の文化を尊重し、もっと交流を深め、親しみをもって、日本に来ていただき、おもてなしの文化をぜひ経験して頂きたいと思う。

■現在のタイの情勢（3月4日時点）

最後にタイの情勢だが、反政府、政府との膠着状態は続いているが、何か所か封鎖されている交差点が解除され、当ビューロー事務所近辺のルンピニ公園1か所に集約されるようだ。見た目は通常に戻っているようだが、反政府の抗議活動は引き続き行われるようで、予断は許さない状態である。



兵庫県・岡山県・鳥取県の合同ブースの様子

【鳥取県東南アジアビューロー 川南】

最新上海 ～現地レポート～ 72

上海で開催された訪日観光PRイベント「桜祭り」

■ 昨年の外国人旅行者数1000万人突破、 しかし中国では減少

2013年の訪日外国人旅行者数は史上初の1036万人となった。1000万台の大台突破に勢いづいたことで、2000万人の目標達成期限を東京オリンピック開催年の2020年から今から2年後の2016年に早めたようだ。

昨年の国・地域別の訪日旅行客数ベスト4は、1位韓国(23.7%)、2位台湾(21.3%)、3位中国(12.7%)、4位香港(7.2%)となっており、東アジアからの旅行客が約65%と大半を占めた。

ちなみに、史上最高を記録した昨年、中国からの旅行客数を見てみると、2012年比で11万人ほど減少している。観光業は政情や災害の影響を受けやすく、一昨年からの尖閣諸島問題が尾を引いて、団体旅行客数の落ち込みが影響したようだ。

中国人旅行客が増えるシーズンといえば、旧正月や国慶節などの大型連休、そして3月末から4月にかけてのお花見シーズン。そこで、昨年から上海では、お花見シーズンの旅行者数増加を狙って「桜祭り」というイベントが開催されている。

■ 今年はショッピングモールでより多くの来場者にPR

昨年の桜祭りは、桜が咲く頃の3月末に開催されたが、今年は2月下旬の週末に開催された。これだとイベントに訪れた来場者が桜を見に日本へ旅行したいと思った場合、ビザ取得の期間を考慮しても、

ツアーの申込み期限に間に合うだろう。

昨年は、ホテルのイベントルームで開催し、招待客とその知人を対象とするものだったが、今年はショッピングモールのイベントスペースで開催したため、より幅広い一般市民にPRするイベントとなった。会場となったのは、昨年9月にオープンした上海最大面積のショッピングモール「グローバルハーバー(中国名:上海環球港)」。ここは上海の中心部からやや北上したところに位置しており、付近に住宅街が広がっている。また、地下鉄の乗り口と連結していることもあり、交通アクセスもいい。イベントが開催された場所は、ショッピングモールの中でも地下鉄の連結口からとメインゲートから近い場所だったために、10時のイベント開始とともに、瞬間に来場客で賑わった。また週末ということで、家族連れが多かった。

■ 展示ブースの様子

中国人は家にこもらずに外に出ようとする傾向がある。休みともなると、これといった目的がなくとも一家で出かけるし、上海の大型ショッピングモールは大体どこも人で溢れている。そして、些細な景品やパンフレットでも、もらえるものとなれば、大勢の人が集まってくる。各ブースが配布するパンフレットを嬉々ともらっていく人や粗品が欲しくてアンケートやクイズに積極的に参加する人が実に多かった。



上海最大規模のショッピングモール
グローバルハーバー



開会式からこの賑わい

《次頁に続く…》

■ イベントステージの様子

特に盛り上がったのは、来場者に手巻き寿司を作ってもらう体験イベントだった。来場者から10名足らずの参加を想定していたのだが、参加を呼びかけたところ、老若男女が一斉に挙手。想定外の状況で司会者が戸惑っている隙に、前列に座っていた来場者達がステージに上がって来てしまった。こんな様子で冒頭少々ざわついたが、その後は順調に運び、自ら巻いた巻き寿司とともに写真撮影したり、嬉しそうに持ち帰っていた。

このほかにも、琴と三味線の演奏や来場者に茶道体験をしてもらうことで日本らしさに触れてもらうイベントが設けられた。

■ おまけ：中国で最近注目されている「洗肺旅行」

中国人の桜鑑賞ツアー人気は高い。会場では、日本全国の桜の開花予想時期を紹介したパンフレットを手にとったおばさんが「日本は桜もきれいだけど、空気もきれいでいいわね。」とぼつり。

最近日本へもPM2.5が飛来して問題になっているが、中国から見れば、日本は海に囲まれ山も多く空気がきれいというイメージだ。一方、北京や上海では昨年からの重度汚染が続き、中国では都市部を中心に「洗肺旅行（肺を綺麗にする旅行）」が話題となっている。日中関係のいざこざが続いている中でも、中国人の海外旅行先として人気なのは、香港や台湾を除けば、やはり日本。日本の中でも鳥取県といえば、大山の近くにサントリーやコカコーラが工場を構えるほど、水と空気のきれいな県だ。日本への洗肺旅行として、北海道、沖縄、富士山などに続いて鳥取県にも旅行客が増えて欲しいと願っている。



週末のため子供連れ来場者があちこちに



経済産業省は日本への医療観光をPR



手巻き寿司体験

【チャイナワーク 孫 光】



ロシアレポート 9 沿海地方における水産業振興計画

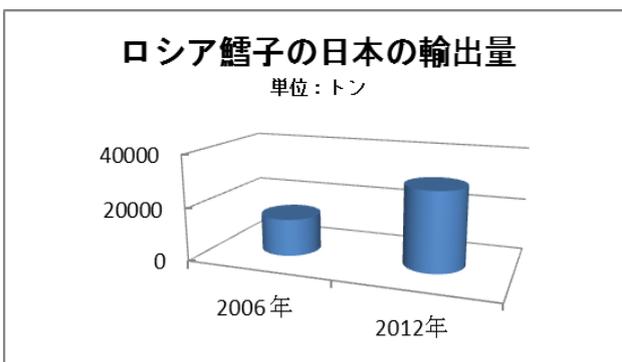
2013年3月、ロシア大統領のウラジミール・プーチンは、極東管区において現代的な水産業振興計画の立ち上げという目標を立て、その後7月に政府の会議で極東管区のうち沿海地方で実施するという判断が下された。ロシア連邦政府のアルカジー・ドヴォルコヴィッチ副首相は、この水産業振興計画を連邦政府の特別プログラムに入れるという指示をロシア連邦経済開発貿易省に対して行った。同氏は「原料資源、豊富な魚業、必要な輸送物流インフラストラクチャーの有無、強大な港と鉄道など沿海地方はいくつも長所を持っている。」と力説している。



本計画実施のため三ヶ所の候補地が決定した。二ヶ所がスラビヤーンカ村落周辺で、もう一ヶ所はスコトヴスキイ地方のヴィノグラドノゴ岬だ。この後、投資家と国際コンサルタント企業の意見を考慮して最終判断が下される予定だ。なぜなら、水産業プロジェクトの実施には4千億ルーブル（約1兆2千億円）掛かる予定だが、本計画は投資家と政府の協力によって実施されるからである（60%は個人の投資家による出資、40%は連邦及び地方政府による出資）。事業の実施により整備される施設としては、冷蔵設備、現代的な港と輸送のインフラストラクチャーのほか商業センターや卸売市場も予定されている。

事業を統括する沿海地方政府投資誘致庁は、今年1月31日に日本の野村総合研究所と計画策定のための契約を締結した。現在、沿海地方政府は本計画への参加企業を国内・海外問わず募集している。

現在協力を表明している企業はロシア企業10社、日本企業が5社程度の模様だ。ロシア極東管区での水産物漁獲量は1年に280万～290万トン程度で、ロシア国内の水産物漁獲量の約68%を占める。日本へも鱈子などを輸出しているが物流コストの問題もあるため、残念ながら多くの水産品は韓国に輸出されているのが現状だ。本計画への参加がこのような状況を変えるきっかけにはないかと期待されている。



沿海地方政府投資誘致庁のアンドレイ・アクシヨノヴ氏は当センターの取材に対し、「全ロシアの中でも沿海地方の水産業振興計画が一番大きいものになる予定だ。本計画の特徴はプロジェクトに使う予定の新技术だ。最新のIT技術を用いて効率的に事業を実施するという、いわゆる「スマート技術」に基づいて計画が策定される予定だ。」と述べた。

この計画が実現すれば、今後沿海地方の水産業振興が全ロシアの水産業の見本となるとともに、国際市場でも競争力を持つことになるだろう。



沿海地方投資誘致庁と野村総合研究所の記者会見
(写真：プリマメディア通信)

「海外展開支援施策説明会」参加者募集のご案内

3月25日(火)米子で開催

少子高齢化に悩む日本を尻目に、アジアなど海外新興国市場は大きな発展を遂げつつあります。鳥取県内企業にとっても、日本経済全体にとっても、成長するアジアなど新興国市場の勢いを如何に取り込んでいくかは重要な課題です。とはいえ、海外市場に興味はあるものの、何から始めて良いか分からない、どのような手段があるのか知りたい、などと思われる企業様が多いのが実態ではないでしょうか。米子商工会議所ではそうした会員企業様を対象に、中小企業の皆様の海外展開支援を積極的に行っている機関の担当者をお招きし、各種施策等のご紹介を行います。海外への輸出、進出にご関心のある皆様ぜひご参加下さい。

日時：2014年3月25日（火）13：30～15：30

会場：米子商工会議所 会議室（米子市加茂町2-204）

内容：

①13：30～15：30 海外展開支援施策説明

成田裕介（ジェトロ鳥取所長）

新田幹夫氏（（独）中小企業基盤整備機構中国本部 海外販路開拓支援プロジェクトマネージャー）

②15：00～15：30 個別相談会※要申込

参加費：無料

申込締切：2014年3月24日（月）

申込・お問い合わせ：

米子商工会議所 経営支援部 経営支援課（担当：岩田）

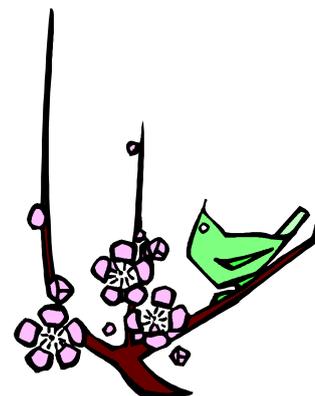
TEL：0859-22-5131 FAX：0859-22-1897

編集後記

昨年末、山陰道の赤碕中山IC～名和IC間が開通し、毎週末、米子～鳥取間を車で往復する私はその恩恵を享受している。片道約15分短縮された。

前述のIC間が開通する前は、その区間だけいったん下道に降りなければならなかった。その道沿いや近辺には店がいくつかあり、私は時々寄り道して地元産の卵やスイーツ、焼き立てのパンを買って行ったものだった。ところが開通後は、一度も立ち寄っていない。忘れていたわけではないが、ICを降りることなく通り過ぎてしまう。聞いたところによると、現在この地域を移動する交通の約7割が山陰道を利用しているとのこと。下道の国道沿いでは閉店するお店が少なからず出てきていると聞いた。

交通が便利になると商流や観光客が増え、地域経済が活性化する。しかし、個々の地域を見てみると、必ずしもそうとは言えないのかもしれない。「琴浦グルメストリート」のような地域一体となった取り組みが今後更に求められるのだと思う。



公益財団法人 鳥取県産業振興機構 とっとり国際ビジネスセンター

住所 境港市竹内団地255-3

Tel 0859-30-3161

Fax 0859-30-3162

Email kaigai@toriton.or.jp

URL <http://www.tottori-kaigai.com/>

本誌「とっとり・グローバルウォッチ」は、皆様から内容のご提案や掲載されている情報へのご意見・ご感想をお待ちしておりますのでお気軽にお寄せください。