

MIRAI REPORT

ISSUE.001

- ◆飛騨高山市の観光の魅力からみた根釧地域の可能性
- ◆本物にかけるモノづくり、コトづくりへの拘り
- ◆根釧管内の動向：TOPICS ◆根釧の経済概況（令和元年7~9月期）



SPECIALISTS' ANALYSIS

飛騨高山市の観光の魅力からみた 根釧地域の可能性

地域みらい創造センター 阿部 欣司

岐阜県・飛騨の高山市は人口9万人で、中心市街地には江戸時代以来の城下町・商家町の姿が保全されており、その景観から「飛騨の小京都」と呼ばれている。小さな都市にもかかわらず、わが国の国際会議観光都市に指定され（北海道は札幌市、旭川市、釧路市）、仏ミシュランの実用旅行ガイド「ボワイヤジェ・プラティック・ジャポン」では必見の観光地として3ツ星を獲得している。



高山市のインバウンド宿泊者数の推移と地域別内訳（2016年度）

近年、急速にインバウンド客が増え、その宿泊客数は2016年で46万人と10年前の4.3倍、人口の5.1倍にも達している。しかも欧州個人客（以下、FIT客と称す）が目立っており、地域別内訳はアジアが59.4%とトップであるが、次いで欧米豪が30.7%と高い比率となっている。ヨーロッパからは北海道では馴染みの薄いスペイン・イタリア・フランス（国別宿泊客数の順位は順に7位、9位、10位）からのインバウンド客が目立っている。



飛騨高山周辺観光地



高山市の古い街並み



白川郷

筆者はこの高山市を2泊3日で訪ねた。4時間かけて、中部国際空港から名鉄電車の特急に乗り岐阜市まで行き、そこで高速都市間バス乗り換え、高山市に向かった。到着した高山濃飛バスセンターはコンパクトな規模ながら、名古屋、東京、京都・大阪、金沢等からの高速都市間バスのほか周辺観光地、一般路線、定期観光バスの乗り場があり、路線網が充実している。バスセンター内は自動外貨両替機があるのが目を引いただけでなく、欧州、アジアからのFIT客で大賑わいとなっており、さながら、ヨーロッパの街のバスセンターにいたようであった。

観光関係者から、「ここ数年、FIT客が目立って多くなっており、彼らは、羽田・成田から入り、新宿からの高速都市間バスで上高地等を経由して、この高山で2～3泊する。高山市を拠点に、午前中、バスで1～3時間前後の白川郷、上高地、乗鞍、新穂高等の観光地を訪ね、夕方に戻り古い街並みを散策し、そのまま街中のレストランで夕食を楽しむことが多い。連日、同じレストランを訪ねるFIT客も結構いる。高山市滞在後は、高速都市間バスで金沢、京都に向かうことが多い。高山市はコンパクトな街並みで移動に疲れることが無く、安全で、特にファミリーからの評価は高い」との説明があった。高山市が観光拠点都市となっているのは、食べ歩きが出来るコンパクトな街並みで、周辺に観光地があり、各階層に応じた多様な宿泊施設もあり、さらに、交通利便性が高いことから、と言える。

毎日、宿泊地を変え、車で移動し、自然風景を堪能する広域観光が売り物の北海道ではあるが、高山市で定着しているような、あくせくしないヨーロッパ流の観光がもっと注目されて良い。

夏の避暑を目的とした釧路市の街中の長期滞在者は1千人超（延べ滞在日数：2万日、平均15泊/人）と伸びており、豊かな食や周辺観光を楽しんでいる。2019年7月、道内7空港を運営する民間事業者が決定し、今後、空路を使った周遊観光等空港活用策を積極的に取組むことが期待されることから、釧路空港を有する観光拠点都市・釧路市の魅力は一層増すとみられる。同じく、空港を持つ中標津町もインバウンド客からも人気のある知床・羅臼、野付半島や裏摩周の玄関口であり、ミシュランガイドブック掲載店が8店舗ある飲食店の質は高く、著名な温泉旅館をはじめ、各階層に応じた宿泊施設がある等、観光拠点都市としての成長素地は充分にある。あくせくしない、「ゆったり観光」が根拠を起点に広がることを期待したい。

～高山市における地方誘客に関する取組み～

(出所 高山市 地域みらい創造センター 田中編集)

- 地方客誘致に関する人材育成、ノウハウの蓄積
 - ・ 海外戦略室（海外戦略部）の設置（インバウンドの促進、海外販路の開拓、多様な国際交流の推進を行う専属部署）
 - ・ フランスや香港、中国、アメリカ等への職員派遣の実施
- 訪日外国人旅行者のストレスを解消する取組
 - ・ 町中の公衆無線LANの設置、JNTO認定外国人観光案内所の設置、消費税免税一括手続きカウンターの設置、
 - ・ 特例通訳案内士の育成、ムスリム旅行者向け市内散策マップ作成、多言語対応マップの作成等々
- データの収集とプロモーションへの反映
 - ・ 外国人観光客動向調査の実施、飛騨地域を訪れる外国人観光客の行動特性等を精査し、優位性が発揮できる顧客を特定
 - ・ 顧客ごとのニーズや競合地域との差別化の分析を行いプロモーションへと反映
 - ・ 上記のきめ細やかな取組が、欧米・富裕層を中心に、自然体でその地域の雰囲気を楽しむスロートラベルの定着へとつながっている。

KONSEN（根釧）魅力創造ネットワーク

座談会 テーマ「本物にかけるモノづくり、コトづくりへの拘り」

ウイスキーという新たな資源と地域の優れた食との融合を進め、観光を初めとした他の産業への波及、相乗効果につなげることで地域内循環による新たなモデルを創造していくために、それぞれの業界において活躍する5名による座談会を開催。

【日 時】2019年4月18日（木）【場 所】鶴居村 ウェルダネスロジヒッコリーウインドー



井ノ口 2001年に創業しましたチーズ製造業の井ノ口といいます。白糖酪恵舎は地元の酪農家14件と有志20名で設立した会社で、全国的に見て酪農家が出資をして株主になって別工場を建てて運営する形態はほぼ無く、うちだけだと思っています。

創業の目的は酪農王国北海道に乳製品の食文化がない、これを何とかしたいということだったので、基本的には地元重視のチーズ工房です。チーズをそのまま食べる、あるいはワインとチーズという概念ではなく、チーズを料理として楽しんでもらうという価値を創造しようと考えました。そもそも食文化がないというところからの

スタートでしたので、だからゴーダでもカマンベールでもなくて、食材として機能性が高いイタリアンチーズを選択しました。

思った以上に素材の本質を理解せず、モノづくりをする人が街中にあふれています。僕らはミルクの本質は何かって考える。ミルクの本質はお母さんの愛です。お母さんの愛だから優しく強い、決して複雑だったりインパクトがあったりするものではありません。だから僕らはアオカビは作らないし刺激的なチーズを作るのではなく、ミルクの本質の優しさと、強さがちゃんと出るようにしようとしています。

これも感覚的に作るのではなく、乳酸菌でテロノフィルという乳酸菌は乳糖を分解してブドウ糖とガラクトースに分けるのですが、ガラクトースは利用しないで、そのまま出すのです。これがほのかな甘みになります。だから優しさはこの乳酸菌を中心にするで作れる。一方でヘルベティカスという乳酸菌は、脂肪もタンパク質も分解します。これを前に出してくると非常に力強いチーズになります。僕らは技術的にこの2つの乳酸菌を理解して、優しいチーズを作りたい時はテロノフィルを前に出して、強いチーズを作りたい時はヘルベティカスを前に出してしまうような、技術的な裏付けでチーズを

作っています。ただ食べる人にはそのようなことは説明をしないで、簡単にいうイメージとしてはお母さんに後ろから抱きしめられるような安心感を与えるチーズを作りたいというのが思いです。

信念を入れればそういう味ができるということではなく、勉強して理解して技術的な裏付けをもって深化させる。つまり同じことを連綿と繰り返して、掘り下げていった果てにコペルニクスのような展開があるってことです。

色々なことをやって何かをするのではなくて、一つのことを連綿と続けていくと、ある瞬間に何か気づきがあってようやく違うステージにいくという、そのようなことを目指してチーズを作っております。

藤井 根室というのは、戦前戦後通じて商人の遺伝子が強く、一代でグッと伸びてバサツといなくなる遺伝子です。それが悪いということもなく、親父さんがいて、釜戸を分けて、また大きくなって、その親父さんは退陣する。そういうような遺伝子で根室は成り立ってきました。ただそれは何が基本なのかといったら有り余る資源があったからです。

戦前の北洋サケマス、戦後の秋サケ、サンマだって有り余る資源のビジネスモデルがいわゆる根室の遺伝子になっています。今は有り余る資源がなくなりつつあります。どんどん北海道のお米がおいしくなったように、道東でもサバがとれるようになったり、最近ではブリやフグがとれたり少しずつ変わってきている。

変化に対応してこれたのは僕の別な遺伝子で、加工が得意だった祖父の血を引き継ぎ取り組んできたからだと感じています。祖父も同じように水産加工をしていましたが、プラスα根室バターというものを作っていて、消費者が求めるもの、そこを大事にしながら

自分のものを創り出しています。

安藤さんはアラスカに行っていますよね。アラスカは自然と水産物、景色がある。日本で今これからやろうとしている観光の原点はアラスカでありカナダであると思っていて、今そこを見に行こうと提案しています。

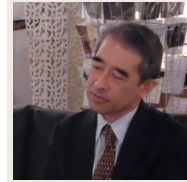
サケの加工にこだわって僕はずっとやってきて、今生き残って更にうちがお客から信用を得ているというのは、やっぱり安全安心だといえます。ここのスモークサーモンなら食べられると言われることもあります。日本ではだんだん安全安心というのが浸透してきていますが、今はアメリカでも安全安心を求められてきています。我々の技術が海外でも通用するのです。

社会に合わせながら自分の持つ遺伝子をしっかり持って、追及していけば必ずお客様に分っていただける。常にお客様は嗜好が変わっていくから、嗜好に合わせて僕もやってきたら、いつの間にか現在のようになったということです。

安藤 今日はありがとうございます、お話を頂いたときに、ギャラリーに関しては幕末の私塾をイメージしました。年代の違う有志が、魂の入っている言葉だけを、魂の入ったお酒や音楽と一緒に共有できる空間として作っています。遠藤理事長にも理解いただいて感謝。プロガイドとガイドの違いはお客様に対して多様性に対応することです。

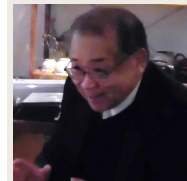
プロのガイディングは誰が来たかによって、その人のバッグボーンやその人の求めているものをリサーチします。当然、誰に対しても基本的な説明はしなくてはなりませんけど、受け手を先に見るということから始まるのがプロ。哲学の世界で哲学をいかに分かりやすく、その哲学をお持ち帰りしていただくのがプロの仕事です。その哲学があつての最終的には味であり、

【参加者紹介】



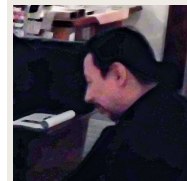
堅展実業(株)
代表取締役
樋田 恵一氏

厚岸にウイスキー蒸溜所を開設し、2016年より蒸溜を開始。2019年8月第4弾となるニューボーンをリリース。



(株)藤井水産
代表取締役
藤井 景介氏

根室市にて「鮭匠」のブランドで高品質なスモークサーモンやイクラ等の製造・販売を営む。



(株)白糠酪恵合
代表取締役
井ノ口 和良氏

チーズ工房として高品質のチーズを製造販売するほか、地元飲食店のメニュー開発や海外の牧場への技術指導等、チーズを通じた幅広い活動を展開している。



ヒッコリー
ウィンド
代表
安藤 誠氏

北海道認定アウトドアガイドプロ資格取得マスターガイドとしてガイド業を営む傍らで、定期的な講演活動を行い、自然環境が果たす「人と自然への役割」を様々な角度から伝えている。



大地みらい
信用金庫
理事長
遠藤 修一氏

産学官金の広域連携ネットワーク KONSEN(根釧)魅力創造ネットワークを創設し、地域の産業振興を推進。

世間では拘りと言っていますが、藤井さんのお話から明治から脈々と流れているもの、プラスその時代、時代を見てこられたものを感じました。それを皆さんに伝えていく仕事がどちらかという僕の役割です。

一代で盛り上がりという話もされていましたが、何が尊いかというと脈々と続いていくこと、英語ではサステナビリティ、いろいろな形に変化しながら、継続することが尊いのです。

なぜ17年間もアラスカに毎年1ヶ月以上行くのか。どうしてアラスカにしか行かないのか。それは一言でいえば150年前の北海道がアラスカで見られる、見なければならないからです。ラッコ

な髭もじゃのおじさんに「大丈夫か」と声をかけてくれる。北海道人・道東人の誇りを伝えていくことで商品やビジネスにつながっていくのだと思います。北海道をこれから100年後、1,000年後、どう残していくか考えながらビジネスをしないとならない。アメリカってハンバーガーとかピザとか、それだけで体が大きくなったりします。いよいよアメリカも気付き始めて、添加物のない売り場、オーガニックコーナーが出始めています。これからは、北海道がモデルになり、特にインバウンドの人たちに、ただ料理がおいしいとか景色がきれいとかではなく、何が素晴らしいのかという哲学的なことや

林することを始めていました。私は子供のころ北海道に連れられて夏休みに木を植えていました。父が始めた仕事もサイクルがあるし、いつかは無くなってしまふ。その前に父が作った仕事ではなく、私が自分で作って次の世代につないでいく仕事は何かと考えた時にウイスキーに思い当たりました。手っ取り早くウイスキーを造るならば東京でもできますが、やはり本物を作りたい想いがありました。本物であれば競争が厳しくても生き残っていける。幸いウイスキーなので10年売れなくても30年40年後まで残ります。それを次の世代の人に飲んでもらいたい。アイラ島に行きまして、有名なラ



ROUND-TABLE TALK

もいたしカワウソもいたしサケもホタテもでかい。大抵の人はアラスカは自然がすごい、オーロラがすごいと言いますが、僕が一番伝えたいのは、それだけ素晴らしい豊かな大地を育む人間というのを伝えたいのです。普通のツアーでは無理。本当のアラスカの真髄、向こうに暮らしている人の波長を感じることに。

例えば車で走っていて、ウイスキーを出して止まるとみんなが集まり、大丈夫かと声をかけてくれます。「問題無いよ」と言うと、「ではいい時間を」と。おそらく北海道にも昔はあった気がします。アラスカは今でもこん

健康・食品も全て含めて、あそこに自分の大事な人を連れて行って見てもらいたいと想ってもらえるようなガイドを目指しています。

樋田 大学卒業後すぐに銀行に入りましたが、その後、父が創業した堅展実業に入社。父は裸一貫で仕事を起こしました。海外から戦後すぐに、食品の原材料を輸入して日本の大手メーカーに納める。そのような仕事を50年近くやってまいりました。その傍らで、酸性雨対策として木を植えないといけないという気持ちから、稼いだ利益の一部から北海道の苫小牧周辺に毎年、植

ガブーリンやブナハーブンを周りました。相当近代的な工場で従業員が何百人もいるのかと考えていましたが、浜辺の入り江の質素な施設で作ったウイスキーが、世界的には高い評価であったことに衝撃を受け、自分たちでも出来るのではないかと感じました。一つの挑戦としてウイスキーに使う原材料



THE LOCAL CONFIDENCE



麦もそうですが煙くさいウイスキーには泥炭が必要です。北海道では邪魔者である泥炭も付加価値をつけて商品化したら面白いのではないかと考え、ウイスキーに挑戦しようと決めました。

アイラ島と環境が近いところがいいと調べていて道東の写真や地図を見たときに、この地域に対する思いが強くなりました。当初は仕込みの水も川からピートの水を引いて作りたと思っていましたが、それは食品衛生法上の問題で断念したものの、ピート層を通っている厚岸の水はピートのまろやかさも残っていました。この水で仕込めたら、泥炭も使えるし最高だなと思いました。

将来的には厚岸、道東で麦も栽培し、本物を造ればどんな場所で製造しても世界のお客様は注目してくれるという根拠のない自信がきっかけでした。東京から来て本当に地元で受け入れてもらえるのかなという不安がありました。大多数の方は挑戦したい気持ちを受け止めていただいて応援してください。商品発売まで至ったことに感謝しています。

東京から来るたびに感じるのですが、北海道の大地に道を作り、施設を

作ってやってこられた素晴らしいDNAを北海道の方は受け継いでいます。そういう土地で北海道にしかできないウイスキーを造っていきたくて思っています。

発展していくと海産物と合わせることもできるし、乳製品でいえばウイスキーベースのヨーグルトリキュールやクリームリキュールも造りたい。チーズのウイスキー漬けなんかもやっていただければ面白いなと思います。

藤井 現在の商品の始まりは、スモーク小屋を建てそこで製造したスモークサーモンが根室市第1回博覧会で評価されたことでした。当時は紅サケ、塩紅サケの他、生のサケもスモークに扱いました。ピンクサーモンや白サケもおいしい。ヒッコリーを使ったスモークをやってみました。舌にピリピリする感覚がありました。ウイスキーの香りがするスモークは面白そうだと思います。

井ノ口 このお話をいただいたときに、この土地、地域をどうするかということがテーマと考え、チーズをどこに売るかという事が大事では無く、人

と土地との関係性というものだと感じています。根室にサケが揚がってきて、加工品が出てきてというのは、あくまでも土地との関係性がありますよね。関係性を作り上げていくという事をしていかないと、今、みんなネットで買い物をしてしまうから、食べるものと土地との関係性がありません。だからこそ、地域の人を巻き込んでいかないとダメだと思うのです。

例えばうちは会社を作った時に「グッチーズ」というチーズを普及する会を作りました。その会のメンバーは役場の人やコンビニの店長など色々な人が居ました。そういう人達が一生懸命応援してくれて、東京からうちのチーズを買いに来たお客様がガソリンスタンドに入ると、スタンドのお兄さんが、満面の笑みでうちのチーズを説明してくれるわけです。彼らは結局、この土地の暮らしに触れたいと思って来るわけです。例えば東京で、紅鮭のサーモンの燻製を食べて、これが作られている、その土地を見てみたいという事で行くわけです。そしてその土地に入った時に、こんな事までやっているという喜びがあって、また来たいということになるのです。



今、安藤さんは僕が伝える係だと仰ってましたが、僕もそういう役割分担が大事で、生産者が付加価値って言う事くらいバカげたことは無いと思っています。生産者は本質的な価値を高めるそのもの自体が価値です。それを付加価値って言っている事がおかしくて、それは流通とか、安藤さん達の様な人達に任せて付加価値をつけて頂き、私達は本質的な価値を高めていく。そういうネットワークというものが、点ではなくて、木の根のように、その土地に無いとダメなのかなと思っています。

藤井 観光っていうのは、やはり、この地域にあるものを使って観光になるわけですよね。様々なものが繋がっていかないといけないですし、産業として付加価値をつけていくことが重要になります。

遠藤 キーワードに本物って出ていますが、その中には単なる製品としてのものではなくて作り手の想い、そこに内在している、歴史も含めた、人としての運命、ここに住んでいる人としての精神性だと思います。それが、ア

ラスカに行ったらアラスカに触れてもらい、来た方にチーズというものを食べてもらおう、またはスモークサーモンを食べてもらおうわけですが、本質の定義というものを深く広く発信材料として表現していくことの中に、気づきの要素があるといえます。

一つのニーズがあるときに必ず逆側のニーズがあります。我々道東で住んでいる立ち位置でいうと皆さんの本物は効率性で流れている、その逆側にあるものを取り戻すことです。その表現をその人の知識を借りて表現するのではなくて、自分達が体で感じながら作っているもので表現すると、伝える力が倍増するかもしれません。

本物の定義が井ノ口さんから、今まで出てきたのですが、我々も本物って何かとずっと思っていました。本物をきちんと捉え直して、周りの人を巻き込み、繋がっていくことがもっと力になるのです。今この空間で皆さんが考えられている事の中に、凝縮するものがあります。住んでいる者の表現力としては言葉で飾らずに北海道人として、朴訥でもいいので忘れられない言葉をお土産として心に届ける。皆さんの話を聞いていると、私は何も作れ

ないので、すごく羨ましいなと思いつつながら。

井ノ口さんからテーマ提示がありましたけど、本物感を再確認するにはどうしたらいいのか等、その辺のお話をさせていただければと思います。

安藤 遠藤さんは、今、何も作れないと仰ってましたが、この場を提供しているということでは、すでに大地みらい信用金庫さんは作られていますよね。

樋田 製造業で新参者が申し訳ございません。従業員に求めているのは「自分の家族にウイスキーを飲ませるのだったら手抜きしないよね」という話をしています。家庭の主婦が子供に食べさせるのに手抜きしないではないですか。自分の家族とか親戚に飲ませたいと思う作り方をしてくださいということです。そうすることで、自ずと商品に対する向き合い方というのは変わってくると思います。

藤井 わかりやすいですね。今日の工場見学で麦をすり潰して、発酵させて、長くて一週間で無色透明なウイ

AUTHENTIC KONSEN BRAND



キーが出来て、それから樽に入れて、色をつけて何十年かで熟成させてという工程ですよね。時間はかかるけど一回出来たら繋がっていきますよね。

樋田 これは道東の環境が作るお酒なので、他に行っても同じものは出来ません。ただ、常に売れるとは限りません。かつては大手企業も20年くらい前は全く売れない時期がありましたから、ウイスキーもブームがあると思うのです。たまたま私どもの実力以上に評価していただいています、やはりブームは過ぎるときがくるし、それでもまた、20年後のブームにも残っているものを作りたいです。

遠藤 長い時間の中で本物を作り続けるという覚悟とポリシーが無いと成立しないですし、時代に媚びられないですよ。

安藤 スペシャリストの方たちが、それぞれの道で修羅場も見ているし、一度顔を合わせて、ごはんを食べたり、お酒を飲んだという時間が宝になって、何かあったとき、全く畑違いだけ

ど、あの人にちょっと聞いてみようかなとかという事になったらいいですよ。

樋田 いくら良い商品を作っても、やはり表現手段が、作り手側は限られているので、それはラベルやパッケージが大事になります。ウイスキーの場合はバーテンダーの方がどれだけストーリーを語れるかという所にかかっています。売って頂く方が大事だなと思います。

藤井 地域で作ったのだから、地域で食べられるのが最終目的ではないのかと思います。地域の人々の口コミは大事ですよ。井ノ口さんが言っていた言葉が共感できて、最近6次化とかで、全部自分で作って最後までやることを政府も推し進めているけれど、例えば牛乳を搾るプロがいて、加工するプロがいる。6次化を行っている方もいるけどなかなか難しいですよ。

井ノ口 その通りだと思います。どっちかがダメになる可能性が高いです。良い牛乳を搾っていたのに加工を始め

た途端に牛乳の質が落ちてという人はたくさんいると思います。

藤井 インバウンド含めて観光というテーマについて、我々がこの道東地区でできる産業も活かしていきたいと思っています。20年前に観光と言ったら、ポカーンとされ、観光地よりも水産をしっかりとやいなさいという話だったが、今は変わってきています。

安藤 アラスカのクルーズは、氷河期帯、野生動物、地形、サケの事でも、何でも説明しながら、ひたすら最高の景色を船で進んで行き、みんなすごい満たされた気分で港に戻ってきます。アイラ島だってウイスキーだけではなく、バードウォッチングが凄いです。北海道でも同じ事が言えて、何かと何かをつなげていけるといいですね。

遠藤 想いを重ねながら、実際にここで出た話から始まる物語もきっといくつか出てきたりする、そういうものを大事にしていきたいです。本日は本当にありがとうございました。

根釧管内の動向：TOPICS

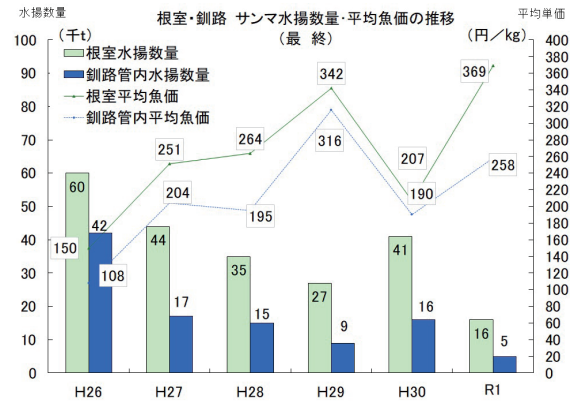
□サンマ水揚げ動向（12月末）

北海道 全体	令和1年	平成30年	対前年	平成26～30年 平均	対5年平均	※参考 平成23年
数量（トン）	21,364	57,802	▲63.0%	62,021	▲65.5%	135,960
金額（百万円）	7,298	11,722	▲37.7%	12,965	▲43.7%	15,956

【漁獲量（北海道）】 21,364 トン（内花咲港 16,106 トン）

【漁獲金額（北海道）】 7,298 百万円（内花咲港 5,941 百万円）

- ◆水揚げ数量は記録的な不漁であった平成29年を大幅に下回り、平成以降では最低の漁獲量となる。
- ◆例年、漁が本格化する9月に道東近海に魚群が発生せず、公海での漁を強いられる。
- ◆漁の中～終盤である10月中旬から11月にかけて一部水揚げが回復するものの、終漁は例年並みとなり、記録的な不漁となる
- ◆単価も369円/kgと大幅上昇し、地域加工業者や消費者への負担大きく生産量および消費量への大きな打撃となる。



※全さんま公表資料 参照

□秋サケ水揚げ動向（11月末）

根室・釧路・十勝管内 全体	令和1年	平成30年	対前年	平成26～30年 平均	対5年平均	※参考 平成15年
数量（トン）	11,221	13,638	▲17.7%	22,603	▲50.3%	38,825
金額（百万円）	6,655	9,590	▲30.6%	13,665	▲51.2%	6,641

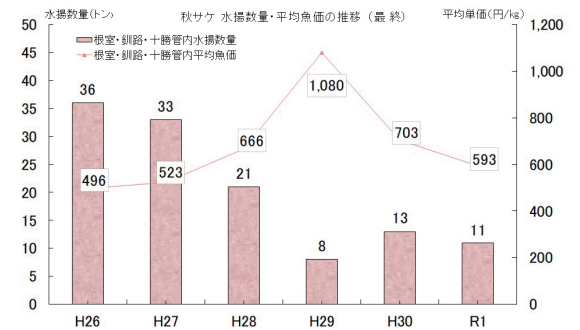
【漁獲量（根室・釧路・十勝管内）】

11,221 トン（内根室管内 8,222 トン 釧路管内 989 トン）

【漁獲金額（根室・釧路・十勝管内）】

6,655 百万円（内根室管内 4,907 百万円 釧路管内 570 百万円）

- ◆平成29年より道東地区の秋サケ漁は不漁が続き、今期の水揚げも記録的な不漁となった一昨年を若干上回るも、低調に推移。
- ◆魚体は3kgの目回りを下回った前年より回復するものの、価格は思うように上がらず、漁獲数量が低調に推移するなかで単価も下落。
- ◆不漁となった昨年・一昨年を加味した5年平均と比較しても、数量・金額ともに大幅に下回る。
- ◆道水研によると、3年魚は予測を上回るものの、主力の4年魚・5年魚は来遊予測の半分であり、近年は5年魚の割合も減少傾向にあることから今後の見通しも不透明にある。



※根室・釧路十勝海区漁業調整委員会 参照

根釧管内の動向：TOPICS

□酪農（家畜）動向（12月）

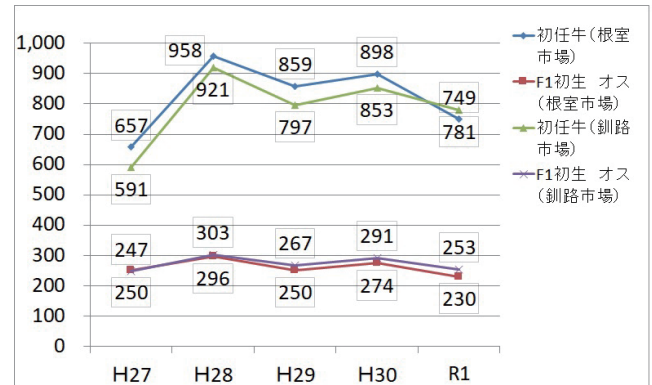
【根室市場】

初任牛 749千円 F1初生 オス 230千円

【釧路市場】

初任牛 781千円 F1初生 オス 253千円

- ◆平成28年には900千円以上の高止まりとなっていた乳牛も頭数の確保と一部規模拡大需要の落ち着きから、価格はやや下落。
- ◆一方、今後の動向としては春産みやギガ・メガファームの需要の回復が見込まれており、価格はやや上昇の見通しにある。



※ホクレン家畜市場公表資料 参照

□観光動向～訪日韓国人の影響について～

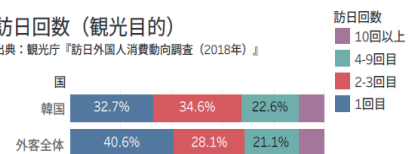
<令和元年度(2019年度)第1四半期 訪日外国人来道者数(実人数)>

国・地域	来道者数	前年同期比	構成比	国・地域	来道者数	前年同期比	構成比
韓国	200,200人	+16.1%	30.9%	オーストラリア	5,600人	▲26.3%	0.9%
中国	136,800人	▲5.1%	21.1%	アメリカ	21,300人	+121.9%	3.3%
台湾	118,700人	▲2.7%	18.3%	カナダ	5,900人	+96.7%	0.9%
香港	35,200人	▲10.7%	5.4%	ロシア	1,700人	▲54.1%	0.3%
タイ	44,300人	▲8.5%	6.8%	その他	40,900人	+57.9%	6.3%
シンガポール	13,200人	+3.1%	2.0%	合計	648,100人	+4.4%	100.0%
マレーシア	24,300人	▲23.3%	3.7%				

※その他の主な内訳 英国3,700人 フランス3,500人 ドイツ4,200人
※北海道経済部公表資料 参照

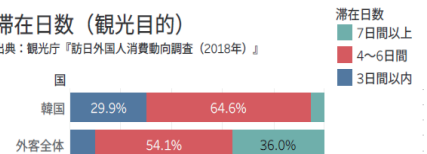
訪日回数（観光目的）

出典：観光庁『訪日外国人消費動向調査（2018年）』



滞在日数（観光目的）

出典：観光庁『訪日外国人消費動向調査（2018年）』



【北海道訪日来道者数（2019年4~6月）】

64.8万人（前年同期比+4.4%）内訪日韓国人20万人（同+16.1%）※構成比1位30.0% ※日本政府観光局（JNTO）公表資料 参照

【全国訪日韓国人速報 7~9月】

7月 56万人（▲7.6%）8月 30.8万人（▲48%）9月 20.1万人（▲58.1%）

【根室・釧路管内 訪日韓国人宿泊延べ数推移】

根室管内 平成30年度 550人 割合4.8%：平成28年度 280人 割合2.9%
釧路管内 平成30年度 8,757人 割合4.6%：平成28年度 4,243人 割合2.7%

- ◆北海道経済部観光局の報告では、4~6月の訪日外国人来道者数は前年同期比増加しており、訪日韓国人の増加が大きく寄与している。
- ◆日韓関係の悪化にともない日本政府観光局の7月以降の市場動向では前年比を大幅に下回る訪日韓国人数となっている。
- ◆道東地域は訪日韓国人の割合は全国と比較して少ないものの、上記データから宿泊延べ数および訪日韓国人の割合も増加傾向にある。今後の訪日外国人数への影響は軽微かもしれないが、訪日韓国人数に今後も注視する必要がある。

根釧の経済概況（令和元年9月末基準）：根室管内

水産：管内の水揚数量合計は前年同期比7.2%減少 金額は同6.9%減少

①根室管内総水揚高（各年1～9月）

	根室市		根室管内3町		根室管内合計			
	数量(t)	金額(百万円)	数量(t)	金額(百万円)	数量(t)	前年比増減	金額(百万円)	前年比増減
R 1	42,039	12,166	50,556	13,528	92,595	▲7.2%	25,694	▲6.9%
H30	51,993	15,235	47,826	12,365	99,819	+17.9%	27,600	▲3.7%
H29	43,306	15,246	41,330	13,407	84,636	▲18.1%	28,653	▲20.9%
H28	51,673	18,063	51,630	18,179	103,303	▲1.9%	36,243	▲4.4%
H27	48,807	19,001	56,495	18,908	105,303	▲21.1%	37,910	+5.6%

②秋サケ漁(根室管内・各年9月末)

	数量(t)	前年比増減	金額(百万円)	単価(円/kg)
R 1	3,667	+20.4%	2,145	585
H30	3,046	+11.2%	2,037	664
H29	2,739	▲60.5%	2,756	1,000

・R1年9月末時点の水揚数量は3,667tで前年同期比20.4%増加。目廻りは3.0kgを上回るものの過去2年に続き低調に推移。

③サンマ漁(根室・各年9月末)

	数量(t)	前年比増減	金額(百万円)	単価(円/kg)
R 1	6,010	▲74.9%	2,443	406
H30	23,913	+55.5%	6,026	252
H29	15,375	▲35.5%	5,710	371

・水揚数量は6,010tで記録的な不漁。魚体も小さく低調なH29年の数量を大幅に下回る数量で推移。

酪農：根釧管内生乳生産量は前年実績を1.8%上回る

根釧管内生乳生産量（各年4～9月）

地区別	数量 (t)	前年比
全道	1,975,979	+2.0%
十勝	619,434	+3.9%
北網	291,006	+1.7%
根室	411,681	+2.8%
釧路	268,648	+0.3%

年度別	数量 (t)	前年比
R 1	680,329	+1.8%
H30	668,134	▲0.1%
H29	668,559	▲1.3%
H28	677,650	+1.9%

生乳生産（4～9月）※生乳生産量はホクレン調べ

・根釧管内生乳生産量の上半期（4～9月）実績は680千tと前年同期比1.8%増加。根室管内においては5月以降前年比増産推移と生産は堅調にあり、昨年9月に発生した胆振東部地震の反動から、9月は前年比大幅増加。他地区でも全ての地区で前年を上回り、北海道全体でも2.0%の増加。

- ・根室管内乳代は4～9月実績 100.46円/kg(前年99.43円/kg)
- ・釧路管内乳代は4～9月実績 100.61円/kg(前年99.72円/kg)

乳製品受給等

- ・今年度の道内販売生乳数量を用途別（ホクレン取扱）にみると、バター・脱脂粉乳向けは5.4%の増加、チーズ向けは1.0%の増加。飲用等のその他向けは2.2%の増加。
- ・交付対象事業として認定されているカネカ食品、MMJにおいても加工原料乳、飲用等その他向け生乳ともに増加推移。

○R1年根室管内月別伸び率(前年同月比・%)

4月 ▲0.2%	5月 +0.8%	6月 +1.3%
7月 +1.5%	8月 +0.8%	9月 +14.3%

家畜取引：根室市場は取引頭数で前年同期比1.1%減少、金額は同9.4%増加 別海市場は取引頭数、金額とも前年同期比減少

□根室市場取引高（各年4月～9月）

	取扱頭数(頭)	前年比	金額(百万円)	前年比	単価(千円)
R 1	18,934	+2.3%	5,626	▲6.2%	297
H30	18,512	▲1.1%	6,001	+9.4%	324
H29	18,710	▲9.3%	5,486	▲1.4%	293

□別海市場取引高（各年4月～6月）

	取引頭数(頭)	金額(百万円)
R 1	4,268	907
H30	4,284	1,036
前年比	▲0.4%	▲12.1%

□種類別価格(根室市場)

	4月	5月	6月	7月	8月	9月
初生ホルスタイン牡 (単位：千円)	111.9	110.7	111.4	102.4	83.2	76.0
肉牛ホルスタイン経産牛 (単位：千円)	193.1	196.3	200.7	198.5	183.1	169.9

貿易：輸出入ともに前年同期比増加（R1年1～9月貿易実績・根室税関支所発表・0)内前年同期比)

【総額】43億22百万円(+12.1%) 外国貿易船の入港隻数238隻(前年比19隻減少)

【輸出】91百万円(+7.1%) 冷凍魚介類(7.7百万円 全増)、一般機械(34百万円、3.4倍)

【輸入】42億31百万円(+12.2%) 生鮮魚介類(39億円、+5.4%)

- ・輸出…輸送用機器や魚網が前年同期比減少するも、冷凍魚介類および一般機械は同増加。
- ・輸入…生鮮魚介類、冷凍魚介類ともに前年同期比増加。

根釧の経済概況（令和元年9月末基準）：釧路地区

■釧路港は、前年に続きイワシが好調もサンマは前年同期比減少 全体の水揚げ数量は同22.2%の増加

①釧路港総水揚げ高(各年1～9月)

	全体				(うち、スケソ)				
	数量(t)	前年比増減	金額(百万円)	前年比増減	数量(t)	前年比増減	金額(百万円)	前年比増減	単価(円/kg)
R1	92,686	+22.2%	4,773	▲2.2%	20,899	▲1.6%	1,252	+0.5%	60
H30	75,819	▲15.0%	4,881	▲22.1%	21,238	▲25.8%	1,247	▲13.9%	59
H29	89,230	+31.4%	6,273	+7.2%	28,639	+3.5%	1,448	▲4.6%	51
H28	67,869	▲14.2%	5,847	▲26.7%	27,646	▲17.4%	1,518	▲25.9%	55
H27	79,086	▲6.3%	7,974	▲0.4%	33,450	+3.9%	2,049	+1.4%	61

②釧路港魚種・漁法別水揚げ高(R1年1～9月)

主な魚種	数量(t)	前年比増減	金額(百万円)	前年比増減
サンマ	38	▲98.4%	24	▲95.1%
サケ・マス	51	▲46.9%	31	▲40.8%
スケソ	20,899	▲1.6%	1,252	+0.5%
マダラ	4,546	+22.0%	806	▲1.2%
ホッケ	34	3.1倍	16	13.9倍
イカ	31	▲65.2%	6	▲83.7%
カレイ類	423	▲19.6%	83	▲31.2%
イワシ	64,111	+41.8%	1,961	+37.6%
サバ	2	▲60.0%	0.2	▲88.6%

③厚岸港水揚げ高(各年1～9月)

	数量(t)	前年比増減	金額(百万円)	前年比増減
R1	7,077	▲30.3%	1,963	▲33.3%
H30	10,160	+16.1%	2,942	+2.8%

④厚岸港魚種別水揚げ高(R1年1～9月)

主な魚種	数量(t)	前年比増減	金額(百万円)	前年比増減
サンマ	263	▲94.2%	176	▲85.8%
秋サケ	9	▲49.8%	4	▲52.8%
あさり	426	+12.1%	351	+1.6%
かき	827	+5.0%	426	+11.3%
その他	5,107	+31.4%	827	+8.0%

釧路港水揚げ

- ・1～9月の合計は、数量が前年同期比22.2%増加、金額は同2.2%減少。魚種別でみるとサンマは前年同期比数量98.4%金額で同95.1%と大幅減少。
- ・イワシは豊漁が続く数量は前年同期比41.8%、金額は37.6%増加。イカは昨年に続き水揚げは低調であり、数量・金額ともに前年を下回る。

厚岸港水揚げ

- ・1～9月の合計は、数量7千tで前年同期比30.3%の減少。金額は19億63百万円で同33.3%の減少。
- ・魚種別でみると、サンマの水揚げが低調に推移し数量が263tで前年同期比94.2%の大幅な減少。
- ・あさり、かきは数量・金額ともに前年同期比増加。

製紙：市内製紙2工場の上半期（4～9月）生産量は306千トンと前年比8.7%減少

需給操業環境

- ・市内2工場における7～9月生産量は137千トンで前年同期比18.1%減少。今期2工場の生産内訳は、新聞用紙14千トンで前年同期比57.1%減少。印刷用紙10千トンで同33.5%減少、段ボール原紙93千トンで同6.0%減少、国内向け産業用紙は11千トンで同8.1%増加、輸出向け産業用紙は4.7千トンで同38.1%増加。
- ・日本製紙の釧路工場では新聞紙需要の低迷にともない、抄紙機を1機停止したことにより新聞紙は前年比大幅に減少。一方で産業用紙は同増加し堅調に推移。段ボール用紙は4～6月期は前年同期比増加となるも、一部需要が着着きをみせ、今期は前年同期比減少で推移。

観光：令和1年4～9月スポット別の観光客入込み数 ※peachは集計対象外

- ・令和1年度（令和1年4～9月）観光客入込み総数775千人（前年同期比+3.5%）航空での入込みは、道外から釧路への降客が155千人で前年同期比2.7%増加。
- ・主な観光スポットでの入込み数をみると、阿寒湖遊覧船88千人(同▲3.9%)、丹頂鶴自然公園49千人(同+17.8%)、湿原展望台64千人(同+19.2%)、MOO417千人(同+2.0%)。
- ・道外から釧路への降客は8月を除き前年対比で各月増加推移。スポット別では阿寒湖遊覧船を除き前年対比で増加推移。

貿易：輸出は前年同期比増加 輸入は同減少 (R1年1～9月貿易実績・釧路税関支所発表・()内前年同期比)

- 【総額】 716億69百万円(▲7.3%) 釧路港外国貿易船入港数303隻（前年比41隻増加）
- 【輸出】 88億94百万円(+11.0%)
- ・魚介類(24億38百万円・+23.9%)、紙類同製品(25億42百万円・+47.7%)、鉄スクラップ(25億1百万円・▲24.9%)
- 【輸入】 627億75百万円(▲9.4%)
- ・飼料(92億73百万円・+5.3%)、とうもろこし(138億70百万円・+13.4%)、肥料(125億65百万円・▲39.7%)
 - ・石炭(75億64百万円・+27.9%)、魚介類(33億79百万円・▲36.6%)

全国・全道の経済概況（令和元年9月末基準）

住宅着工戸数

公共工事請負高

企業倒産動向

観光客入込動向

全国

■R1年4～9月の着工戸数は466千戸で前年同期比5.0%減少。
内訳をみると貸家、給与が前年同期比減少。
月別では6月を除き全ての月で減少。

月別		
	着工戸数(戸)	前年比
R1年 9月	77,915	▲4.9%
R1年 8月	76,034	▲7.1%
R1年 7月	79,232	▲4.1%
R1年 6月	81,541	+0.3%
R1年 5月	72,581	▲8.7%
H31年 4月	79,389	▲5.7%
年別		
	着工戸数(戸)	前年比
R1年4～9月計	466,692	▲5.0%
内訳	持家	+4.4%
	貸家	▲15.7%
	給与	▲24.5%
	分譲	+2.0%

■R1年度上期は7兆8,841億円で前年同期比12.8%増加。
月別では、全ての月で前年同期比を上回り、総体の請負金額も増加推移。

月別		
	工事請負契約額(億円)	前年比
R1年 9月	16,653	+9.4%
R1年 8月	13,254	+4.2%
R1年 7月	15,257	+26.1%
R1年 6月	15,451	+23.0%
R1年 5月	9,303	+4.3%
H31年 4月	8,921	+6.4%
年別		
	工事請負契約額(億円)	前年比
R1年4～9月	78,841	+12.8%
R1年4～9月	69,897	▲7.2%
R1年4～9月	75,384	▲3.0%

■R1年度上期の倒産件数は4,172件で前年同期比4.0%増加。
負債額は5,646億円で同27.1%減少。

月別推移		(金額単位：億円)	
	件数(件)	前年比	負債額
R1年 9月	687	+16.8%	1,059
R1年 8月	669	▲1.2%	837
R1年 7月	783	+13.6%	916
R1年 6月	734	+3.5%	803
R1年 5月	648	▲11.4%	982
H31年 4月	651	+5.3%	1,046
R1年4～9月	4,172	+4.0%	5,646

■30年度の延宿泊客数は、前年同期比18.3%増加。四半期別推移では全ての期で前年同期を上回る。
国別では、第1位の中国に続いて韓国、台湾と続く。

四半期別推移			○31年1～3月期 国別	
年・四半期	(千人)	前年比	国籍	シェア
R1年 4～6月	27,223	+17.2%	中国	29%
H31年 1～3月	24,942	+24.6%	韓国	16%
H30年 10～12月	23,921	+16.8%	台湾	14%
H30年 7～9月	24,375	+20.8%	香港	7%
年別推移			アメリカ	6%
R1年 4～6月	94,275	+18.3%	その他	28%
H31年 1～3月	79,690	+14.8%	合計	100%

全道

■R1年4～9月の着工戸数は19千戸で前年同期比5.6%減少。
内訳をみると貸家、給与が前年同期比減少。
月別では6月を除き全ての月で減少。

月別		
	着工戸数(戸)	前年比
R1年 9月	2,739	▲13.1%
R1年 8月	3,186	▲6.9%
R1年 7月	3,443	▲2.8%
R1年 6月	3,865	+16.5%
R1年 5月	2,979	▲9.2%
H31年 4月	3,311	▲16.5%
年別		
	着工戸数(戸)	前年比
R1年4～9月計	19,523	▲5.6%
内訳	持家	+5.2%
	貸家	▲17.8%
	給与	▲10.8%
	分譲	+28.6%

■R1年度上期は7,542億円で前年比12.2%増加。発注機関別においては、独立行政法人等を除き請負金額は全て前年同期比増加となる。

年別		
	前払保証請負額(百万円)	前年比
R1年4～9月	754,235	+12.2%
R1年4～9月	672,515	▲3.0%
R1年4～9月	693,613	+3.7%
発注機関別 (R1年4～6月)		
	前払保証請負額(百万円)	前年比
国	244,836	+25.8%
道	170,441	+12.7%
道内市町村	221,440	+10.9%
独立行政法人等	60,669	▲1.4%
地方公社	2,081	+1.0%

■R1年度上期の倒産件数は108件で前年比1.9%増加。
負債額は147億円で同48.7%増加。

月別推移		(金額単位：億円)	
	件数(件)	前年比	負債額
R1年 9月	13	▲13.3%	24
R1年 8月	20	+17.6%	29
R1年 7月	15	+7.1%	3
R1年 6月	23	前年並	35
R1年 5月	20	▲13.0%	23
H31年 4月	17	+21.4%	30
R1年4～9月	108	+1.9%	147

■30年度の延宿泊客数は8,443千人で前年度比11.5%の増加。
30年度の国別では、中国のシェアが最も高くアジアの宿泊客数で7割以上を占める。

30年度下期 月別推移			○30年度下期 国別		
月	(千人)	前年比	国籍	(千人)	シェア
3月	650	+3.8%	中国	1,289	26%
2月	1,120	+5.0%	台湾	908	18%
1月	1,113	+18.1%	韓国	655	13%
12月	1,115	+21.4%	香港	425	9%
11月	442	+5.3%	タイ	356	7%
10月	522	▲5.1%	シンガポール	271	5%
年別推移			オーストラリア	253	5%
30年度	8,443	+11.5%	その他	808	17%
29年度	7,571	+19.2%	合計	4,965	100%

根釧の経済概況（令和元年9月末基準）

住
宅
着
工
戸
数

公
共
工
事
請
負
高

企
業
倒
産
動
向

観
光
客
入
込
動
向

根室

■R1年4～9月の着工戸数は36戸で前年並。
内訳をみると、持家が前年同期比増加するも、貸家は減少。

□根室市住宅着工戸数

		月別		
		戸数(戸)	前年比(戸)	前年比
R1年	4～9月	36	±0	前年並
R1年	9月	3	▲10	▲76.9%
R1年	8月	2	▲6	▲75.0%
R1年	7月	7	+1	+16.7%
R1年	6月	7	+5	3.5倍
R1年	5月	4	▲1	▲20.0%

		年別・利用別					
		持家	貸家	給与	分譲	合計	前年比
R1年	4～9月	26	10	0	0	36	前年並
H30年	4～9月	24	11	1	0	36	▲14.3%
H29年	4～9月	36	6	0	0	42	+31.3%

■R1年度上期は請負額 210億円で前年比 15.9%増加。
工事種類別でみると、主要工事の一般土木は前年同期比5.7%増加。建築は同42.9%増加。

		年別	
		前払保証請負額(百万円)	前年比
R1年	4～9月	21,031	+15.9%
H30年	4～9月	18,144	+1.9%
H29年	4～9月	17,808	▲24.0%

		工事種類別 (R1年4～9月)	
		前払保証請負額(百万円)	前年比
	一般土木	12,290	+5.7%
	舗装	1,160	+42.9%
	建築	2,959	+30.1%
	電気	1,633	5.2倍
	管	918	+51.2%

■R1年4～9月の根室管内は倒産件数1件、負債総額は98百万円で件数、金額ともに前年同期比減少。

		年別			
		【根室管内】		【うち、根室市】	
各年(4～9月)		件数	負債額(百万円)	件数	負債額(百万円)
R1年		1	98	0	0
H30年		2	107	0	0
H29年		6	2,840	1	312
H28年		4	590	2	106
H27年		4	878	0	0
H26年		2	93	1	39

■30年度下期の外国人延泊客数は5,515人で前年同期比3.2%増加。国別にみると中国がシェア25%と最も多く、次いで台湾、アメリカと続く。

30年度下期 月別推移			○30年度下期 国別		
月	(人)	前年比	国籍	(人)	シェア
3月	609	△25.6%	中国	1,386	25%
2月	3,123	+15.5%	台湾	639	12%
1月	502	+14.6%	アメリカ	610	11%
12月	308	+29.4%	イギリス	570	10%
11月	271	△23.9%	韓国	337	6%
10月	702	△11.1%	香港	310	6%
年度別推移			シンガポール	305	6%
30年度	11,290	+5.4%	その他	1,358	24%
29年度	10,713	+12.3%	下期合計	5,515	100%

釧路

■R1年4～9月の着工戸数は391戸で前年同期比3.4%の増加。
内訳を見ると貸家は前年同期比減少するも、その他の項目は同増加。

□釧路市住宅着工戸数

		月別		
		戸数(戸)	前年比(戸)	前年比
R1年	4～9月	391	+13	+3.4%
R1年	9月	49	+14	+40.0%
R1年	8月	35	▲24	▲40.7%
R1年	7月	132	+81	2.5倍
R1年	6月	52	▲21	▲28.8%
R1年	5月	54	+8	+17.4%

		年別・利用別					
		持家	貸家	給与	分譲	合計	前年比
R1年	4～9月	199	157	2	33	391	+3.4%
H30年	4～9月	187	170	0	21	378	▲45.7%
H29年	4～9月	201	324	83	88	696	+35.4%

■R1年度上期は請負額 366億円で前年同期比6.7%の増加。
工事種類別では一般土木、建築ともに前年同期比増加。

		年度別	
		前払保証請負額(百万円)	前年比
R1年	4～9月	36,657	+6.7%
H30年	4～9月	34,361	+15.0%
H29年	4～9月	29,888	▲10.4%

		工事種類別 (R1年4～9月)	
		前払保証請負額(百万円)	前年比
	一般土木	17,501	+14.2%
	舗装	1,773	▲37.8%
	建築	9,740	+5.7%
	電気	2,193	+24.4%
	管	947	▲24.1%

■R1年4～9月の釧路管内は倒産件数4件、負債金額は99百万円で件数、金額ともに前年同期比減少。

		年別			
		【釧路管内】		【うち、釧路市】	
各年(4～9月)		件数	負債額(百万円)	件数	負債額(百万円)
R1年		4	231	2	99
H30年		5	433	5	433
H29年		10	1,484	8	1,362
H28年		4	145	2	68
H27年		14	1,708	8	722
H26年		12	2,290	11	2,210

■30年度下期の外国人延泊客数は108,281人と前年に続き下期のみで10万人を超える。国別にみると、台湾がシェア40%と最も多く、次いで中国、香港と続く。

30年度下期 月別推移			○30年度下期 国別		
月	(人)	前年比	国籍	(人)	シェア
3月	16,384	+2.3%	台湾	43,828	40%
2月	36,141	▲0.3%	中国	30,625	28%
1月	19,392	+18.6%	香港	9,397	9%
12月	13,722	+7.6%	シンガポール	5,863	5%
11月	6,993	▲3.0%	韓国	4,183	4%
10月	15,649	▲11.7%	マレーシア	2,636	2%
年度別推移			アメリカ	1,455	1%
30年度	187,399	+0.2%	その他	10,294	11%
29年度	183,596	+18.7%	合計	108,281	100%



2020.01

MIRAI REPORT ISSUE.001

 **大地みらい**信用金庫 地域みらい創造センター