

調査レポート

2008
8

No.145

- 道内経済の動き
- 道内企業の経営動向（平成20年4～6月期実績、平成20年7～9月期見通し）
- 地域資源を活用した中小企業による売れる新商品の開発

● 目 次 ●

道内経済の動き	1
調査：道内企業の経営動向	4
経営のポイント：堅調に推移する環境配慮型企業 －企業の生の声－	12
経営のアドバイス：地域資源を活用した中小企業による 売れる新商品の開発	15
主要経済指標	24

道内経済の動き

最近の道内景気は、弱めの動きとなっている。

需要面をみると、公共投資は、国および地方自治体の財政面での制約から減少している。個人消費は、食品など生活必需品の値上がりにより家計防衛意識が強まっていることから弱めの動きとなっている。設備投資は、大手製造業の能力増強投資を中心に堅調に推移している。住宅投資は、月毎にばらつきはあるものの、需要の弱さから減少傾向にある。

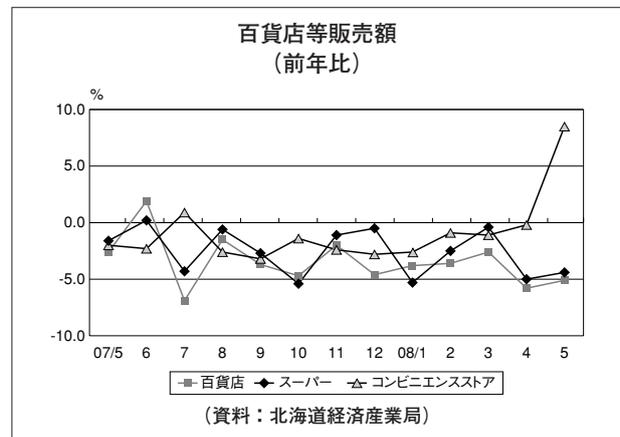
生産活動は概ね横ばいである。また、雇用情勢は有効求人倍率が低下するなどやや弱い動きとなっている。企業倒産は、小型倒産が多く件数は増加したが、負債総額は減少している。

①個人消費～弱い動き

5月の大型小売店販売額（既存店ベース、前年比▲4.6%）は、百貨店、スーパーともに前年を下回った。

百貨店（前年比▲5.1%）は、衣料品や身の回り品などが減少し、11ヶ月連続で前年を下回った。スーパー（同▲4.4%）は、飲食物品はほぼ横ばいであったが衣料品や身の回り品などが大きく減少し、11ヶ月連続で前年を下回った。

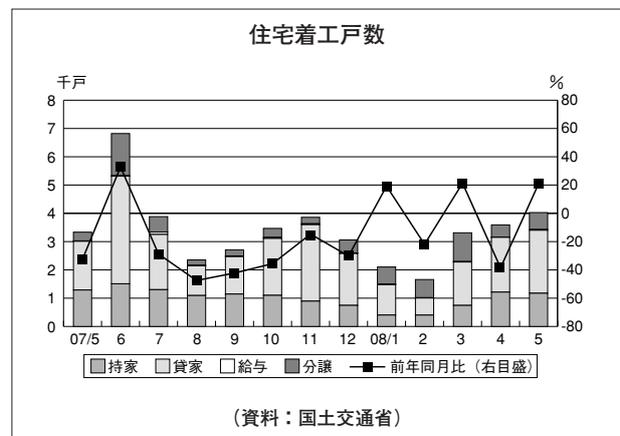
コンビニエンスストア（同+8.5%）は、「タスポ」導入の影響もあり、10ヶ月振りで前年を上回った。



②住宅投資～分譲が大きく増加

5月の新設住宅着工戸数は、4,027戸（前年比+20.8%）と2ヶ月振りに前年を上回った。利用関係別では、持家（同▲8.8%）は前年を下回ったが、分譲（同+94.8%）と貸家（同+29.3%）が前年を上回った。

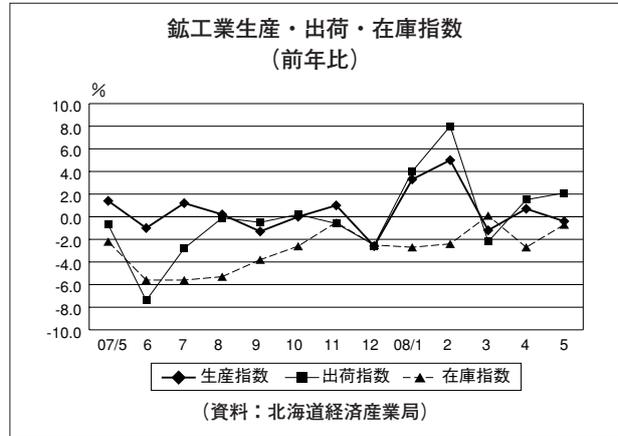
1～5月の着工戸数累計では、14,692戸（前年同期比▲6.9%）となり、前年を下回った。分譲（同+10.5%）は前年を上回ったが、持ち家（同▲4.5%）と貸家（同▲13.3%）は下回った。



③ 鉱工業生産～生産は概ね横ばい

5月の鉱工業指数は、前年に比べ生産では、輸送機械工業や非鉄金属工業などが上昇したものの、一般機械工業などが低下した。

前月比では▲0.6%と3ヶ月連続で低下し、前年比では▲0.4%と2ヶ月振りに低下した。

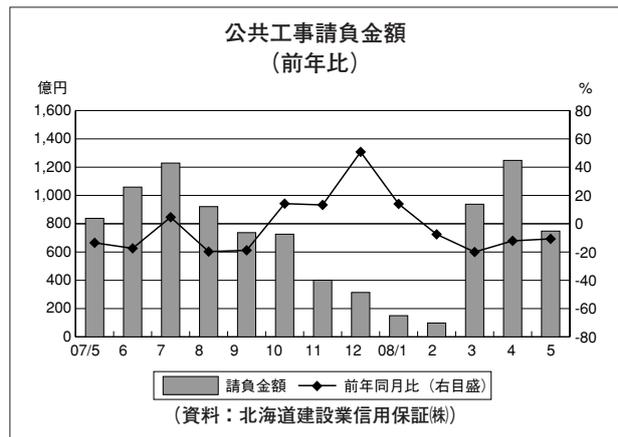


④ 公共投資～低調に推移

5月の公共工事請負金額は、748億円（前年比▲10.7%）と4ヶ月連続で減少した。

発注者別では、国（前年比+17.0%）は増加したが、市町村（同▲17.2%）、道（同▲41.0%）が減少した。

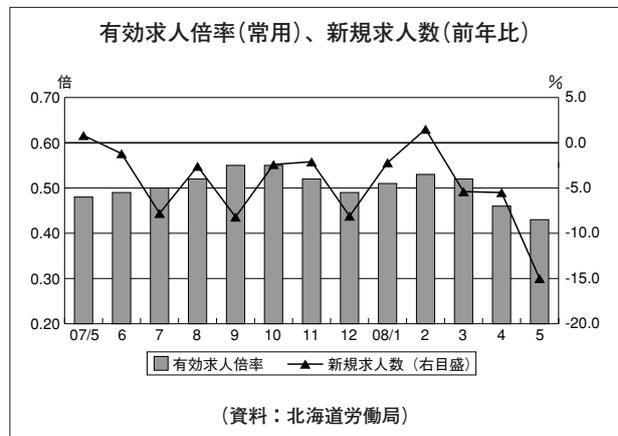
1～5月までの累計では請負金額3,182億円（前年同期比▲13.3%）と減少基調が続いている。



⑤ 雇用情勢～やや弱い動き

5月の有効求人倍率（パートを含む常用）は0.43倍となり、前月比では0.03ポイントの低下、前年比では0.05ポイントの低下となった。

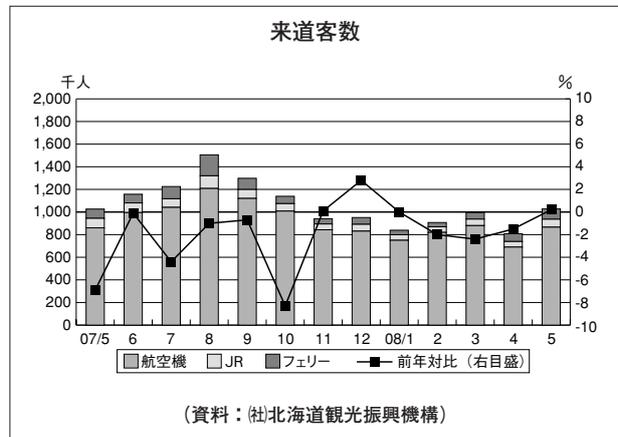
また、新規求人数は、前年比▲15.0%と3ヶ月連続で前年を下回った。業種別では卸売・小売業（同▲17.7%）、建設業（同▲23.7%）などのほか、人員不足感の強かった医療・福祉（同▲10.7%）も前年を下回った。



⑥来道客数～4ヶ月ぶりに前年を上回る

5月の来道客数は、1,027千人（前年比+0.2%）と道央圏への入込が堅調で、4ヶ月振りで前年を上回った。

1～5月の累計来道客数は、4,577千人（前年同期比▲1.1%）と前年を下回っている。

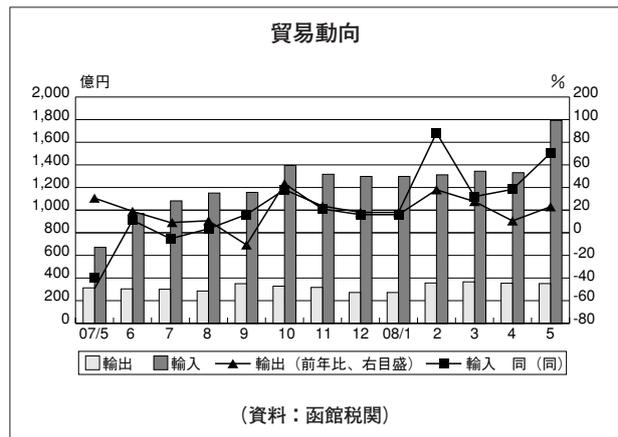


⑦貿易動向～輸出・輸入ともに増加

5月の道内貿易額は、輸出が前年比18.4%増の351億円、輸入が同56.3%増の1,793億円となった。

輸出は、自動車の部分品や鉄鋼などが増加し、7ヶ月連続で前年を上回った。

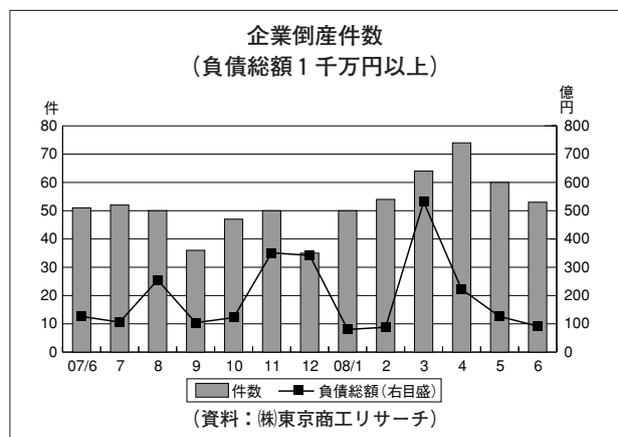
輸入は、単価の上昇が続く原油・粗油や魚介類などが増加し、9ヶ月連続で前年を上回った。



⑧倒産動向～件数は増加、負債総額は減少

6月の企業倒産は、件数は53件（前年比+3.9%）と前年を上回ったが、負債総額は92億円（同▲26.9%）と減少した。

業種別では、公共工事削減や原材料価格の上昇の影響を受けている建設業が26件と最も多く、続いて、卸売業（9件）、製造業、サービス業・他（各5件）となった。



利益DI、低水準ながら持ち直す

第29回道内企業の経営動向調査

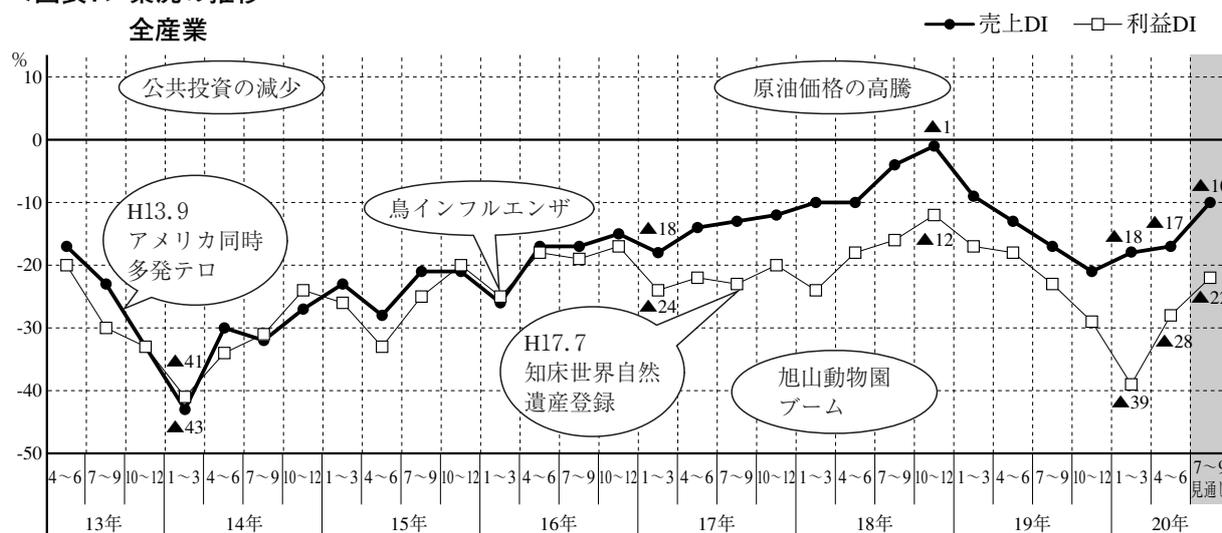
1. 平成20年4～6月期実績

前期に比べ、売上DI (△17) は1ポイント、利益DI (△28) は11ポイントそれぞれ上昇した。利益DIは低水準ながら、6期ぶりに持ち直した。

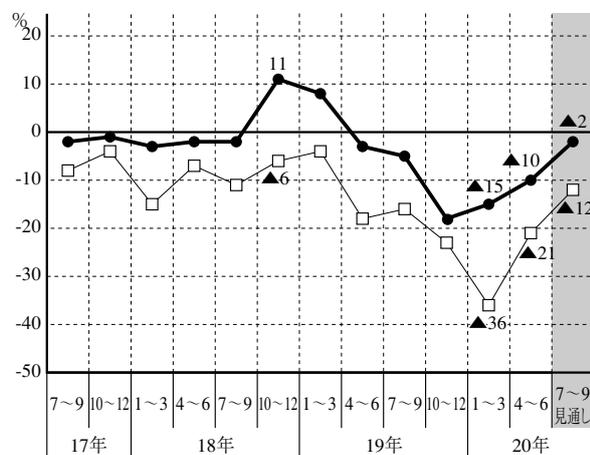
2. 平成20年7～9月期見通し

売上DI (△10) は7ポイント、利益DI (△22) は6ポイントそれぞれ上昇が見込まれる。低水準に変わらないものの、業況の厳しさは幾分和らぐ見通しである。

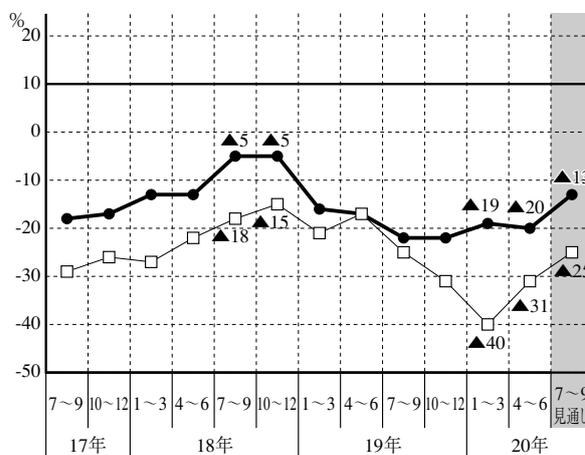
<図表1>業況の推移
全産業



製造業



非製造業



〈図表2〉業種別の要点

	要 点	売 上 D I			利 益 D I		
		20年 1～3	4～6	7～9 見通し	20年 1～3	4～6	7～9 見通し
全産業	製造業が持ち直す	△18	△17	△10	△39	△28	△22
製造業	食料品製造業が下支え	△15	△10	△2	△36	△21	△12
食料品	水産加工品、土産物品が好調	19	10	3	△10	10	0
木材・木製品	住宅着工減少が響く	△58	△65	△45	△64	△65	△50
鉄鋼・金属製品・機械	技術力の高い企業は堅調	△33	△9	21	△55	△15	9
非製造業	建設業の不振続く	△19	△20	△13	△40	△31	△25
建設業	公共工事、住宅建設の減少で低水準	△33	△46	△21	△49	△49	△27
卸売業	住宅建設の減少で資材、照明器具、空調器具などの扱い業者が不振	△8	△8	△6	△24	△23	△18
小売業	価格転嫁は不十分で利益は低水準	6	5	2	△34	△26	△34
運輸業	燃料費上昇で利益確保厳しい	△26	△3	9	△45	△27	△15
ホテル・旅館業	道南方面で競争激化	△82	△39	△50	△65	△18	△35

調査要項

- 調査の目的と対象
アンケート方式による道内企業取引先の経営動向把握。
- 調査方法
調査票を配布し、郵送により直接回収。
- 調査内容
第29回定例調査
(20年4～6月期実績、20年7～9月期見通し)
- 判断時点
平成20年6月下旬
- 本文中の略称
(A) 増加(好転)企業
前年同期に比べ良いとみる企業
(B) 不変企業
前年同期に比べ変わらないとみる企業
(C) 減少(悪化)企業
前年同期に比べ悪いとみる企業
(D) D I
「増加企業の割合」－「減少企業の割合」

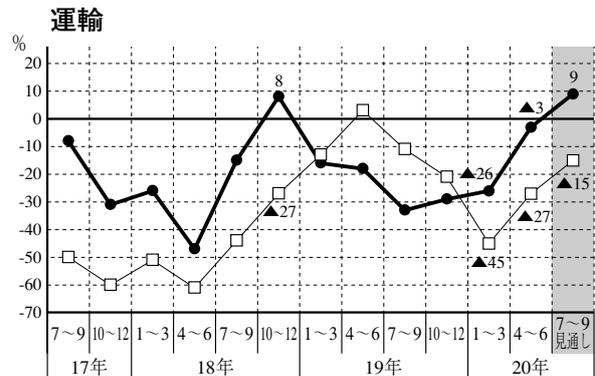
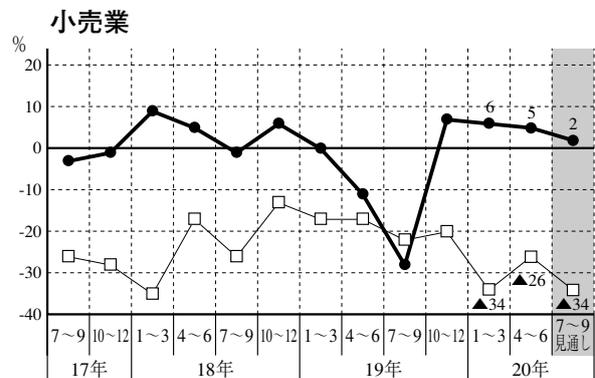
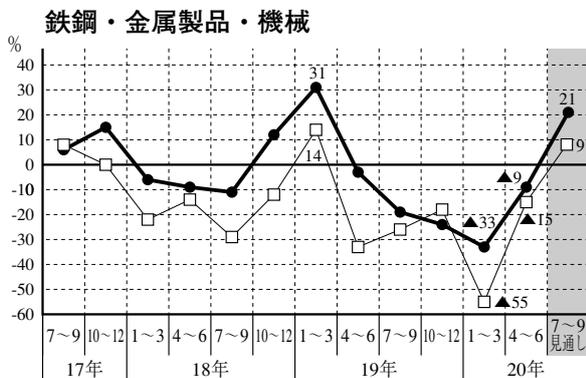
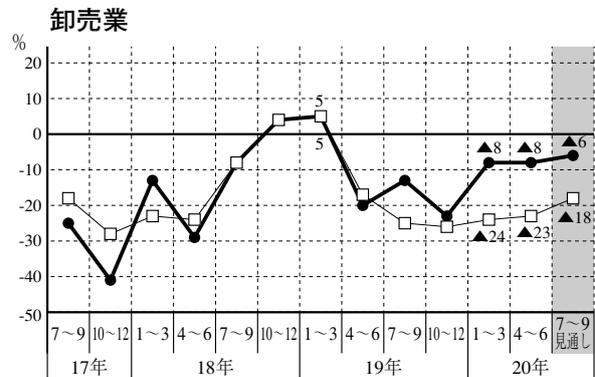
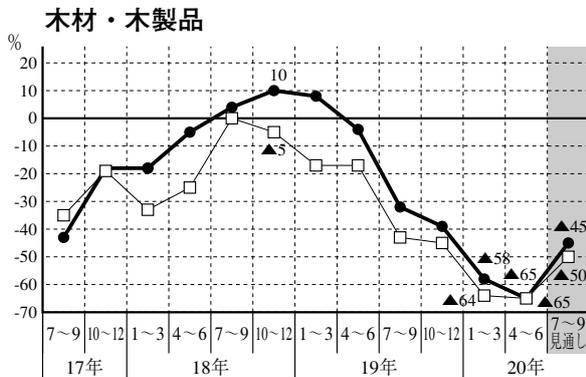
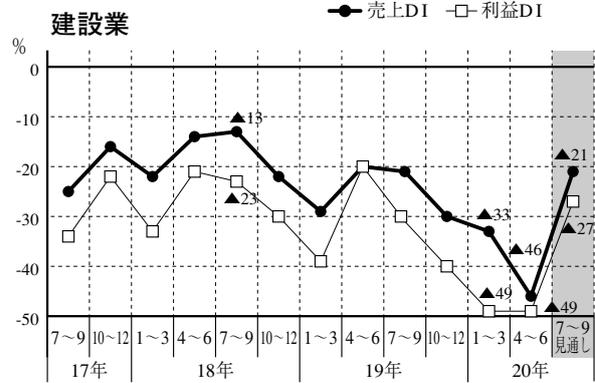
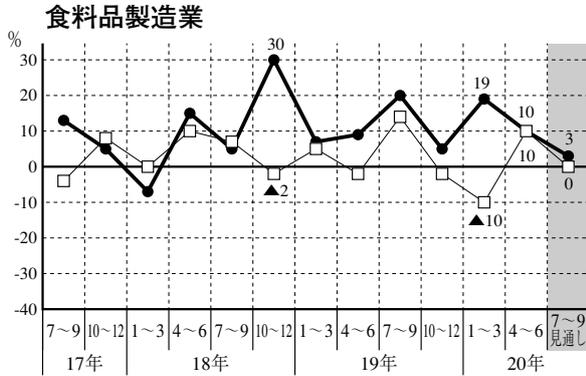
■ 地域別回答企業社数

	企業数	構成比	地 域
全 道	448	100.0%	
札幌市	152	33.9	道央は札幌市を除く石狩、後志、胆振、日高の各支庁、空知支庁南部
道 央	104	23.2	渡島・檜山の各支庁
道 南	41	9.2	上川・留萌・宗谷の各支庁、空知支庁北部
道 北	59	13.2	釧路・十勝・根室・網走の各支庁
道 東	92	20.5	

■ 業種別回答状況

	調査企業社数	回答企業社数	回答率
全 産 業	800	448	56.0%
製 造 業	220	124	56.4
食 料 品	75	40	53.3
木 材 ・ 木 製 品	35	20	57.1
鉄鋼・金属製品・機械	50	33	66.0
そ の 他 の 製 造 業	60	31	51.7
非 製 造 業	580	324	55.9
建 設 業	180	111	61.7
卸 売 業	100	62	62.0
小 売 業	120	65	54.2
運 輸 業	70	33	47.1
ホ テ ル ・ 旅 館 業	30	18	60.0
そ の 他 の 非 製 造 業	80	35	43.8

<図表3>業況の推移（業種別）



<図表4> 売上



<図表5> 利益



<図表6> 資金繰り



<図表7> 短期借入金の難易感



<図表8>在庫

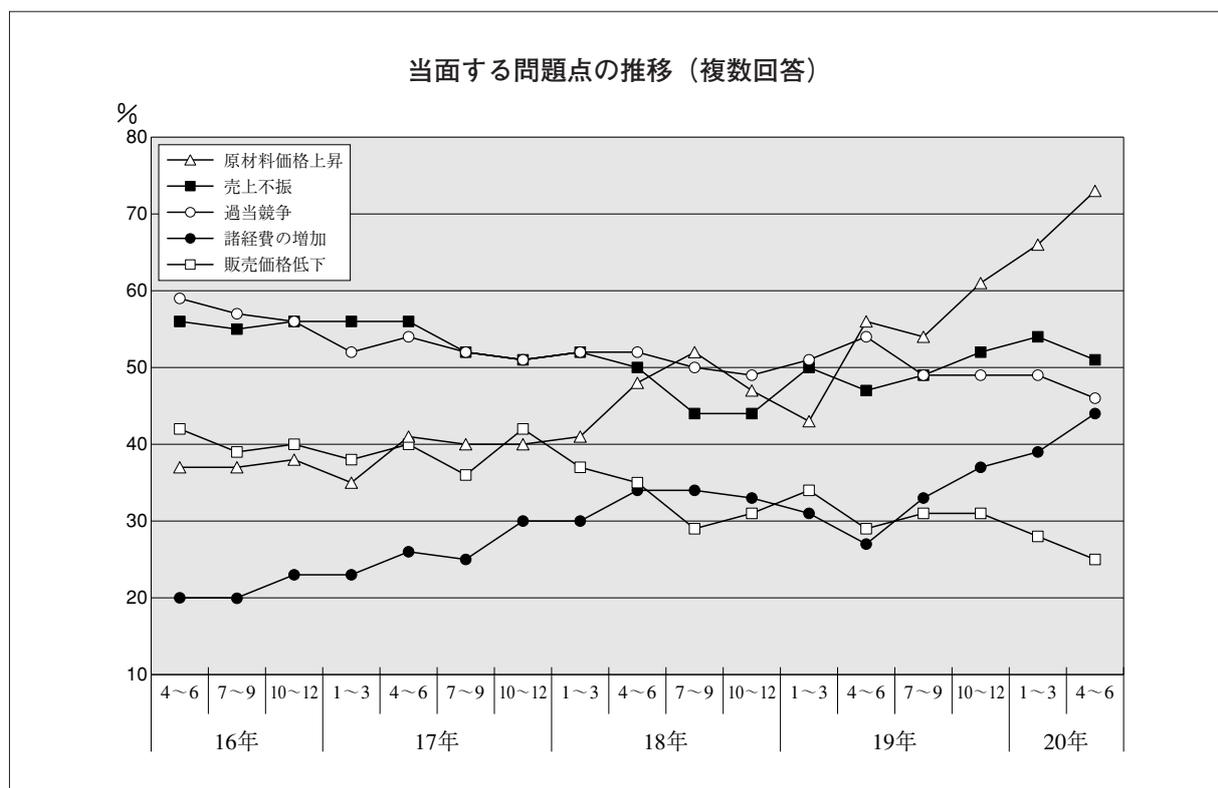


<図表9>設備投資



〈図表10〉 当面する問題点（上位5項目）の要点

項目	前期比	要点
(1)原材料価格上昇（73%）	+7	4期連続で上昇し、7割を超える。特に製造業で9割。
(2)売上不振（51%）	△3	全業種でウエイト高い。
(3)過当競争（46%）	△3	製造業（19%）では比較的小さいが、非製造業（56%）では大。
(4)諸経費の増加（44%）	+5	原油価格高騰の影響が強まる。
(5)販売価格低下（25%）	△3	ホテル・旅館業（50%）、建設業（47%）でウエイト大。



〈図表11〉 当面する問題点(複数回答)

(単位：%)

(項 目)	全産業	製造業	製造業				鉄鋼・金 属製品・ 機械	その他の 製造業	非製造業	建設業	卸売業	小売業	運輸業	ホテル ・旅館	その他の 非製造業
			食料品	木材・ 木製品											
(1)原材料価格上昇	① 73 (66)	① 90 (87)	① 88 (86)	① 83 (76)	① 97 (91)	① 90 (91)	① 67 (58)	③ 67 (54)	① 69 (67)	① 59 (59)	① 82 (62)	① 78 (77)	① 60 (43)		
(2)売上不振	② 51 (54)	③ 38 (45)	③ 30 (33)	② 61 (72)	③ 30 (42)	③ 42 (43)	② 56 (58)	② 69 (73)	② 53 (56)	③ 52 (50)	③ 42 (41)	③ 50 (71)	③ 40 (39)		
(3)過当競争	③ 46 (49)	① 19 (25)	① 10 (19)	① 11 (16)	② 24 (21)	② 29 (43)	② 56 (58)	① 77 (77)	③ 39 (42)	① 59 (58)	③ 36 (41)	② 56 (59)	③ 34 (43)		
(4)諸経費の増加	④ 44 (39)	② 59 (49)	② 75 (62)	③ 50 (28)	② 55 (46)	② 48 (51)	③ 39 (35)	② 24 (23)	③ 46 (41)	④ 44 (31)	② 58 (62)	③ 39 (47)	② 46 (41)		
(5)販売価格低下	⑤ 25 (28)	② 20 (22)	③ 13 (12)	② 22 (28)	③ 15 (24)	③ 32 (29)	② 26 (30)	④ 47 (39)	⑤ 16 (22)	⑥ 11 (31)	⑦ 3 (15)	③ 50 (47)	④ 17 (25)		
(6)人件費増加	⑥ 14 (15)	⑦ 9 (13)	⑧ — (12)	⑧ — (4)	⑥ 15 (15)	⑦ 19 (20)	⑥ 16 (15)	⑦ 14 (14)	⑥ 16 (14)	⑦ 20 (17)	⑧ 3 (9)	⑧ 6 (6)	⑥ 29 (25)		
(7)価格引き下げ要請	⑦ 13 (16)	⑧ 9 (10)	⑨ — (—)	⑧ 17 (12)	⑦ 15 (18)	⑧ 10 (14)	⑦ 15 (18)	⑧ 15 (16)	⑨ 26 (28)	⑩ 3 (13)	⑩ 12 (9)	⑧ 6 (6)	⑦ 20 (25)		
(8)資金調達	⑧ 9 (10)	⑨ 12 (10)	⑩ 13 (10)	⑩ 17 (16)	⑩ 15 (12)	⑩ 3 (6)	⑧ 8 (10)	⑧ 8 (11)	⑩ 3 (2)	⑩ 8 (11)	⑩ 12 (15)	⑩ 11 (18)	⑩ 11 (9)		
(9)人手不足	⑨ 7 (10)	⑩ 9 (7)	⑪ 15 (12)	⑪ 6 (4)	⑪ 12 (6)	⑪ — (6)	⑨ 6 (12)	⑨ 4 (8)	⑪ 2 (8)	⑪ 5 (11)	⑪ 15 (24)	⑪ 11 (24)	⑪ 14 (14)		
(10)設備不足	⑩ 7 (7)	⑪ 12 (10)	⑫ 13 (7)	⑫ — (12)	⑫ 9 (6)	⑫ 23 (14)	⑩ 4 (6)	⑫ — (—)	⑫ — (3)	⑫ 6 (6)	⑫ 9 (21)	⑫ 17 (24)	⑫ 11 (9)		
(11)代金回収悪化	⑪ 4 (6)	⑫ 2 (2)	⑬ 5 (2)	⑬ — (4)	⑬ — (—)	⑬ — (—)	⑪ 5 (7)	⑪ 4 (5)	⑬ 13 (14)	⑬ 3 (8)	⑬ — (—)	⑬ — (—)	⑬ 6 (11)		
(12)その他	⑫ 3 (3)	⑬ 4 (4)	⑭ 8 (7)	⑭ — (4)	⑭ — (3)	⑭ 7 (3)	⑫ 2 (2)	⑫ 2 (3)	⑭ 3 (3)	⑭ 2 (—)	⑭ 3 (3)	⑭ — (6)	⑭ — (2)		

○内数字は業種内の順位、()内は前回調査

〈図表12〉 地域別業況の推移

項 目	売 上 D I					利 益 D I					設 備 投 資 (%)				
	19年 7~9	10~12	20年 1~3	4~6	7~9 見通し	19年 7~9	10~12	20年 1~3	4~6	7~9 見通し	19年 7~9	10~12	20年 1~3	4~6	7~9 見通し
全 道	△17	△21	△18	△17	△10	△23	△29	△39	△28	△22	32	26	21	28	22(24)
札幌市	△13	△25	△24	△12	△5	△24	△30	△44	△33	△24	37	32	25	28	29(18)
道 央	△24	△10	△6	△10	△7	△22	△33	△33	△19	△12	31	27	19	31	23(23)
道 南	△35	△36	△31	△27	△17	△38	△29	△60	△29	△29	26	29	15	30	10(33)
道 北	△5	△11	△12	△7	△2	△10	△17	△31	△22	△13	36	27	25	26	17(31)
道 東	△19	△27	△23	△37	△22	△24	△30	△33	△34	△31	21	14	19	26	19(24)

()内は設備投資未定企業

堅調に推移する環境配慮型企业

〈企業の生の声〉

今回の調査では、道内企業の売り上げはほぼ横ばいとなりましたが、利益は幾分持ち直しました。一部で販売価格への転嫁が進んでいることが、その要因と思われます。しかしながら、原材料価格の上昇に歯止めがかかっておらず、諸経費も徐々に嵩んできていることから、収益面は依然として厳しい状況にあります。このような中で、優れた技術を有する企業や環境に配慮している企業、また社員教育に熱心な企業は堅調に推移しています。

以下に企業から寄せられた生の声を紹介いたします。

〈**食肉加工業**〉 食材の値上がりで得意先の外食産業の落ち込みが大きく、売上が減少している。また毎日、価格改定に時間をかけているが追いつかない。

〈**水産加工業**〉 国産品が見直され、多忙である。この傾向は、外国産の安全性が確認され消費者の信頼が得られるまでしばらく続く。当社にとっては追い風である。

〈**製粉業**〉 原料の外国産麦の価格が大幅に値上がりしたが、いち早く価格転嫁した。今後も原料の高騰、諸材料の値上がりなど厳しい環境になるが、再値上げや企業努力で収益を確保する。

〈**かまぼこ製造業**〉 すべての仕入価格が上昇し、年に数回の値上げをしなければならない異常な状況である。良質なものは全て高値で取引される。

〈**鋳物製造業**〉 諸材料仕入価格の大幅な値上げに対し価格転嫁できたのは僅かで、値上げ交渉を続行中である。鉄類、原油関係等の値上がりは、民間一社での対応は限界で、国で対策を講じてほしい。

〈**鋳物製造業**〉 受注先を本州方面にシフトしたため、売上は予定通りであるが利益は厳しい。毎月のように仕入資材が高騰している現状では対策がない。

〈**精密機械製造業**〉 得意先の自動車、工作機械業界の安定した需要と新規受注などから増収を見込むものの、原油高を主因とする原材料価格の上昇により、粗利益は昨年並みを予定している。

〈**住宅分譲業**〉 主力の分譲マンションの販売は前年並みであるが、戸建住宅は減少している。原材料価格の上昇を販売価格に転嫁すると売れ行きに響くため収益は低下する。

〈**マンション分譲業**〉 業界全体の在庫が増加している。計画中の物件も資材価格高騰に伴い建築費がアップしているため、立地や住環境に優れた魅力をアピールする。

〈**賃貸住宅建築業**〉 改正建築基準法の影響により確認申請期間の長期化、サブプライムローン問題によるファンドの撤退、鋼材価格高騰で建設業界は厳しい。しかし今後、住宅政策の「200年住宅」「既存建物の長寿命化と断熱改修」などが本格化することは、当社独自の外断熱工法にとって追い風となる。

<内装工事業> 新築物件が減少していることから、既存建物のリニューアル工事にシフトしたい。異業種のオーナーとコミュニケーションを図り、建物資産の付加価値を高める提案をしたい。

<管工事業> 学校等の耐震、改修が進められることから、今後も官庁工事に携わっていく。

<型枠工事業> 建築基準法の改正による民間工事の発注減、また公共工事減で売上、利益ともに大きく減少する。しかも原材料価格の上昇および諸経費の増大で厳しい状況が続く。

<電気工事業> 受注量は順調であるが、受注価格は異常に低下している。昨年6月の建築基準法改正以降、建築着工件数が大幅に減少したため来年前半までは過当競争が続く。

<建設コンサルタント> 公共事業に依存しており売上が減少している中で、特色・得意分野をアピールして受注に結びつけたい。①急傾斜地対策、②土石流などの災害対策、③注目されている環境保全と防災対策の両立、などの研究成果を活かし積極的に営業する。

<電材卸売> 建設業界の低迷は、電材卸業にも当然影響が大きい。安全面から電化住宅の着工率は50%近くまで上昇しているため、取扱商品の電化住宅用機器の市場占有率アップを狙う。

<電材卸売> 売上・利益とも減少の一途を辿っている。建築業者の倒産が続いているため、得意先の電気工事店は負債を背負い苦しい業況にあり、不安である。

<工業用消耗品卸売> 粗利益率が低下（仕入価格上昇、取引先からの値引き要請）している。今後は与信管理の徹底と、利益率が低くても優良先には販売する。

<包装用資材卸売> 大手紙メーカーの仕入れ価格が昨年7月に10%、今年6月に15%と1年の間に2回の値上げがあった。値上げ幅も大きい販売店への価格転嫁が非常に難しく、ますます利益の確保が出来なくなってきた。販売店も厳しく、倒産発生が懸念される。

<食品卸売> 毎月のように仕入れ価格が上昇している。特に油、粉関連など穀物関係が上昇しているが価格転嫁に時間がかかるため、利益減となる。

<水産物卸売> 原油価格の高騰が原材料に大きく影響している。売価を引き上げる努力をしているが、量販店では思うようにはいかない。今後は販売先を見直す。

<冷凍食品小売> 観光客数の落ち込みは市内全体に影響を及ぼしている。原料、資材価格が上昇しているが、売上は消費の低迷、類似商品の増加によりダウンし、赤字が拡大している。

<酒小売> 売上が増加し、利益率も向上しているが、原油価格の高騰により、仕入先から配送費負担を要請され諸経費がかさんでいる。

<スーパー> タスポの導入により店頭でのたばこ売上が上昇し全体では前年比プラスであるが、たばこを除くとマイナスである。

<自動車小売業> 昨年から社員教育に力を入れている。単発の研修ではなく、半年～1年かけて月に1～2回の研修を実施している。講師は、社内の役員・幹部社員である

<自動車小売業> 販売後のフォロー（整備・車検）を徹底し、車両販売以外の分野から顧客を囲い込み利益を上げる。今後はインターネットを活用した中古車販売にも力を注ぐ。

<生鮮食品運輸業> 水産物の輸送を主としているが、近年は温暖化の影響か漁獲量が非常に悪く、それに比例して輸送量も落ちている。

<農産品運輸業> 規制緩和で同業者が増加したことにより運賃のダンピング競争に歯止めがかからず、一方では燃料費の上昇が収益を圧迫している。同業他社との共同配送など業務を共有し、車輛の見直しや人員の整理などで経費を圧縮している。

<鉄製品運輸業> 主要荷主（電線メーカー、鉄工メーカー）の出荷が振るわない中、春の引越し受注増、サミット関連通信設備や機密書類の輸送が増加し売上は微増となった。また人員削減と諸経費の大幅見直しで黒字に転換しつつある。しかし、燃料費の価格上昇に対し運賃に転嫁が進まず大きな経営圧迫要因となっている。

<生コン運輸業> 荷主との運賃値上げ交渉は進んでない。諸経費特に軽油単価の値上げを社内で吸収しているが限界に近い。燃料サーチャージ制を導入して荷主の理解を得たい。

<都市ホテル> 原価管理と経費の削減に努めているが、食材や包装資材、灯油価格の上昇により利益確保は厳しい。6月には駅前にホテルがオープンするほか、再来年にもほかにオープン予定があり、競争は激化する。

<都市ホテル> 婚礼の減少傾向が続いている。他の部門でカバーするのに、かなり苦労したが外食部門（配達給食）が順調に拡大すると、売上、利益ともに増加が見込める。

<都市ホテル> ホテルの建設ラッシュにより競争が激化し、宿泊部門の不振が顕著である。宴会、レストラン部門でカバーする方針である。

<観光ホテル> 函館では投資ファンド会社によるホテルが乱立している。進出理由は地価が安い、観光地として有名である、北海道新幹線が来る、この3点であるが、観光客の入込みが減少している中で売上低迷が続いている。

<病院用リネンサプライ業> 既存の商圏では大幅な売上の増加は見込めず、道東方面にも商圏を広げる。業界内でも原油価格の高騰が問題となっており、さらなるコスト削減、売上単価の見直しが急務である。

地域資源を活用した中小企業による売れる新商品の開発

～認定企業の事例から学ぶ地域資源の活用のポイント～

中小企業診断士 伊藤 司

はじめに

2008年6月に公表された北海道の経済概況によると、北海道の景気は、「原油・原材料の高騰による収益等への影響が強まっており、業況は厳しさが増している」と総括されています。全体として「概ね横ばいで推移しているものの、一部に弱い動きがみられる」というのが、現在の北海道の状況です¹。具体的には、公共投資は引き続き「低調」に推移しているほか、住宅建設は「一進一退の動き」、個人消費も「やや弱含み」となっています。民間の設備投資については、「概ね堅調な動き」にありますが、企業の生産は「横ばいであるものの、一部に弱い動き」がみられ、雇用動向も「やや弱い動き」で、有効求人倍率は0.46倍（全国0.93倍）と極めて低く、新規求人数もマイナス5.5%で前年を下回っています。

しかしながら、このような厳しい北海道の経済状況下にもかかわらず、積極的に新商品の開発に挑戦している中小企業が存在しています。それら企業が新商品・新サービスの強みとして活用しているのが『地域資源』です。

本稿では、まず、(1)その地域資源を活用して新商品・新サービスを開発する中小企業を支援することを目的に、平成19年度に創設された国の包括的な支援策「中小企業地域資源活用プログラム」を概括し、次に、(2)その支援策の認定を受けて新商品等の開発を行っている北海道の先進企業の取り組みを分析、新商品開発の“ヒント”として有用な5つの『地域資源の活用パターン』を示します。そして、(3)地域資源を活用した売れる商品づくりのポイントを「地域資源の活用」及び「国の支援策の活用」の2つの観点から整理し示します。

1. 地域資源を活用した新商品・新サービスの開発に対する国の支援

(1) 地域資源の活用に対する国の支援の枠組み

国（経済産業省）は、平成19年度に創設された「中小企業地域資源活用プログラム」の一環として、中小企業の地域資源を活用した新商品・新サービスの事業化に対する支援を行っています。具体的には、地域資源を活用して、新商品・新サービスの開発等に取り組む中小企業に対して、法律に基づく『認定』を与え、それら認定企業に対して図表1に示した補助金、融資、税制、信用保証などの面で包括的な支援を行っています。国は、この支援策の実施により5年間で1000件の新事業を創出し、地域経済の活性化を図ることを目指しています。

『地域資源』とは、新商品等の開発において「強み」となり得る地域の「農林水産物」、「産業技術」、「観光資源」の3つの類型に分類される資源のことで、都道府県が地域ごとに地域資源を指定しています。平成20年6月現在、北海道内で指定されている地域資源の数は、農林水産物が444件（全国3,010件）、産業技術が153件（全国2,293件）、観光資源が216件（全国4,756件）、総計813件（全国10,059件）で、北海道は都道府県別の地域資源数で全国一位となっています。

¹北海道経済産業局：最近の管内経済概況，平成20年6月12日。

図表 1：地域資源活用事業計画の認定企業が活用可能な主な支援策

支援策	内容
補助金	地域資源活用売れる商品づくり支援事業（補助率：2／3以内） 試作品開発や展示会出展等に係る費用の一部が補助されます。
融資	政府系金融機関による低利融資制度 設備資金及び長期運転資金を低利で借り入れすることができます。
税制	課税の特例 機械及び装置を取得等した場合、特別償却又は税額控除を選ぶことができます。（一定の要件有り）
信用保証	信用保証の特例 債務保証において別枠設定や限度枠引き上げなどの特例を受けることができます。

出典 中小企業庁：平成20年度中小企業施策利用ガイドブック，2008年4月。

(2) 地域資源活用事業計画の認定“国のお墨付き”を得るための3つの要件

中小企業が新商品・新サービスの事業化についての国の認定を受けるためには、「地域資源活用事業計画」を作成して申請しなければなりません。地域資源活用事業計画とは、新商品や新サービスを開発し売れる商品に育てるための事業計画（ビジネスプラン）で、計画認定を受けるためにはいくつかの要件をクリアしなければなりません。そのうち主たる要件は図表2に示した通りです。

図表 2：地域資源活用事業計画の認定を受けるための主たる要件

要件	内容
活用する地域資源 （地域資源の指定）	都道府県が公表している基本構想で、活用しようとする地域資源が指定されていること
地域資源の新たな活用の視点の提示 （新商品等の新規性）	地域資源の特性の活用において、新商品・新サービスの品質、機能、効用が、従来の商品等と比較して、何らかの新たな発想や工夫が見られること
需要開拓の可能性 （域外市場の開拓）	域外市場への需要開拓の見通しがあること

出典 地域産業資源活用事業の促進に関する基本方針 [告示]，平成19年7月13日。

①地域資源の指定

まず、都道府県が公表している基本構想の中で、活用しようとしている地域資源が指定されている必要があります。上述の通り、平成20年6月現在、北海道では813件の地域資源が指定されていますが、地域資源活用事業計画の認定を受けようとする中小企業等の本社工場又は事業所等が所在する地域で、活用を計画している地域資源が指定されていることが必要となります。例えば、札幌市の地域資源としては、農林水産物4種（亜麻、札幌イチゴ、札幌タマネギ、サケ）、産業技術1種（さっぽろスイーツ）、観光資源2種（サッポロ・シティ・ジャズ、さっぽろライラックまつり）が指定されており、札幌市に本社工場や事業所等の製造拠点が所在している中小企業等は、これら7種の地域資源を使って地域資源活用事業計画を作成し申請を行うことができます。しかしながら、近隣の市町村であっても、例えば、江別市に所在する中小企業が札幌市の地域資源を活用することはできません。強みを有する地域資源を活用することができるのは、その地域に所在する中小企業に限るとするのが大前提となっています。

この地域資源は2つの基準に合致したものだけが指定されています。ひとつは【基準1】「地域の中小企業等が活用する可能性があるとともに、地域資源活用の事業活動が促進される可能性があること」、もうひとつは【基準2】「地域資源が顕著な特徴を有しており、そのことが消費者等に相当程度認識されていること」です。即ち、個々の地域資源によって「強み」は異なりますが、新商品・新サービスの開発のために「強み」となり得る特徴を有する農林水産物、産業技術、観光資源のみがリストアップされ指定されていることとなります。このことは、「強み」となり得る地域資源を活用することによって、新商品開発の成功確率を高くすることができることを意味しています。地域資源の指定の追加は不定期に行われており、指定がされていない場合には、市町村の担当課に相談することをお勧めします。

②新商品・新サービスの新規性

次に、認定を受けようとする地域資源活用事業計画の新商品や新サービスには、「新しさ」がなければなりません。地域資源の活用においては、新商品・新サービスの品質、機能、効用が、従来のものと比較して、何らかの新たな発想や工夫が見られることが求められています。この「新しさ」は、単純に新技術の導入といった売り手側の新しさではなく、お客様にとっての品質や機能、そして、効用面での新しさでなければなりません。上述のとおり、地域資源として指定されている農林水産物、産業技術、観光資源は、強みとなり得る特徴を有しており、その特徴を活用して新たな活用の視点による商品・サービスの「強み」を創造し、新たな価値を付加する必要があります。

例えば、札幌市の企業が、地域資源として指定されている「札幌イチゴ」で“イチゴジャム”を開発しようとしても、お客様にとっての「新しさ」がなければ、支援制度の認定を受けることはできません。そして、高い確率で“イチゴジャム”は売れる商品とはならないのです。地域資源の特徴を活用し新しさを商品やサービスに創造・付加して、既に市場に出回っている競合商品と明確な差別化を図ることが求められているのです。創刊から20年間にわたって590ものヒット商品を分析している月刊誌が、ヒット商品となるポイントとして言及しているように²、新商品は「料理と一緒に安い以前においしくなければならず」、加えて「お客様が求める小さな差別化を実現すること」が重要なのです。

③域外市場の開拓

事業計画の作成においては、需要開拓の可能性についても検討し明示することが求められています。具体的には、市場ニーズ・市場規模を把握し、ターゲット（標的）とするお客様を特定して、新商品・新サービスの売上目標を設定することとなります。売上の目標値については、新商品等の域外に対する販売が増加し、それが会社全体の売上高の5%以上となることが基本的に求められており（異分野進出の場合は事業として成り立つ程度）、新商品により域外市場の開拓を行うことが要件となっています。例えば、札幌市内の食品加工業者が地域資源である「札幌タマネギ」を活用し新商品を開発した場合、基本的にその主たる販路は地域資源の指定地域の外、札

² 北村森・山下柚実：日経トレンドイヒット商品航海記，日本経済新聞出版社，2007年11月21日。

幌を除く北海道の市町村あるいは本州地域としなければなりません。地域資源を活用した新商品をその強みが活かせる地域外に売って、地域の外からのお金“外貨”を稼ぐというのが本支援制度の考え方です。(詳細は中小機構HP：<http://j-net21.smrj.go.jp/expand/shigen/about/index.html>を参照)

2. 北海道の先進企業の地域資源活用状況

(1) 地域資源活用事業計画の認定状況

平成20年3月12日時点での北海道の地域資源活用事業計画の認定件数は、図表3に示したように31件で、北海道の全国シェアは10.0%となっています。地域資源の3類型ごとの内訳は、農林水産物の活用が21件、産業技術の活用が8件、観光資源の活用が2件で、北海道は農林水産物の活用の割合が全国と比較して1.8倍と多く、産業技術の活用が少ないという傾向がみられます。

図表3：地域資源活用事業計画の認定状況（平成20年3月12日）

地域資源 3類型	全国		北海道		
	認定件数	構成比	認定件数	構成比	全国シェア
農林水産物	119	38.5%	21	67.7%	17.6%
産業技術	166	53.7%	8	25.8%	4.8%
観光資源	24	7.8%	2	6.5%	8.3%
計	309	100%	31	100%	10.0%

出典 中小企業庁：中小企業地域資源活用促進法に基づく地域産業資源活用事業計画の認定について、平成20年3月12日。

(2) 地域資源活用事業計画の売れる新商品づくりのフレームワーク

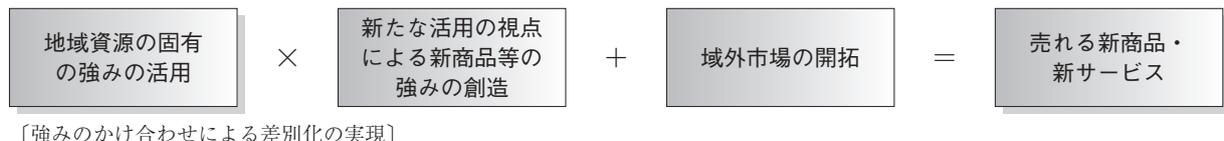
ここで、地域資源を活用した売れる商品づくりの基本的な枠組み（フレームワーク）を整理すると、図表4に示した通りになります。「地域資源の固有の強み」に「地域資源の特徴を活用した新たな視点から創造された強み」を掛け合わせることで、お客様が求める小さな差別化を実現することが売れる商品づくりの重要な要素になります。『差別化』とは、自社の商品を競合他社と比較して、“お客様の視点で意味のある違い”を創り出すことです。差別化されていない商品は、消費者にとって重要な購買決定要因である「価格」によって、熾烈な競争を強いられることとなります。

「地域資源の固有の強み」が極めて強い事例としては、『夕張メロン』を挙げることができます。夕張メロンは最高級ブランドとして広く認識されており、例えば、インターネット検索結果件数でその認識の程度を見ると、上述の「札幌タマネギ」が85件なのに対して、「夕張メロン」は、1,940千件に達しています。赤い果肉、濃厚な甘さ、芳醇な香り、とろけるような口あたり、優雅な網目模様、厳しい品質管理などを特徴とする北海道の地域資源・夕張メロンは、数多くの加工食品等に活用されています。それらの中でも“北海道ギフトNO.1”をキャッチコピーに、モンドセレクション5年連続最高金賞を受賞し人気を博している夕張メロンゼリーは、夕張メロンの特徴を活用した新たな視点により創造された商品コンセプト（お客様が魅力を感じる価

値)、即ち、「夕張メロンの美味しさを、味、食感、香りに至るまでそのまま楽しむことができる本物の味」を強みとして、売れる商品の定番となっています。

上述の夕張メロンの事例のように、次項では、国の認定を受けている企業が、どのように地域資源の特徴を新商品の強みとして活かしているのかについて、新たな活用の視点から分析し、新商品開発のヒントを探ります。

図表4：地域資源活用事業計画の基本フレームワーク（骨格）



(3) 認定企業の地域資源の活用パターン～新商品開発のヒント！

現時点では、既述の通り、北海道の21の中小企業が地域資源として指定された農林水産物を活用した新商品開発計画を作成し、国の認定を受けています。このうち特徴的な13の認定事業の「事業主体」「活用した地域資源」「開発中の新商品」「商品コンセプト」を整理し、図表6に示しました。事業を行っている企業の多くは中小企業の中でも小規模な企業です。それぞれの事業が活用している地域資源は異なるものの、全ての事業が、地域資源の特徴の強みに加え地域資源の新たな活用の視点で強みを引き出して、商品コンセプトを創造していることがわかります。

これら13件の地域資源の活用事例は、地域資源の新たな視点による活用の仕方から、図表5に示したように、「①アイデア活用型」「②機能性活用型」「③多面的価値創造型」「④新技術適用型」「⑤ニーズ対応型」の5つの活用パターンに分類することができます。それら活用型の概要は次の通りです。

①アイデア活用型

アイデア活用型は、斬新な発想と切り口で地域資源の特徴から新商品の強みを引き出しているパターンで、(株)ローヤル（伊達市）と(有)ガッツ（函館市）がこの地域資源の活用型に分類されます。例えば、(株)ローヤルは、70品目を超える多種多様な伊達野菜が地域資源の野菜4種とともに利用可能であるという地域資源の特徴を活用し、多種多様な野菜の無限の組み合わせの可能性をコンセプトにして、高級で、季節感があり、健康志向の、安心な野菜スープづくりに取り組んでいます。一方、(有)ガッツは、地域資源のガゴメコンブを活用し、これまでにない「モチモチとした食感」「名古屋地方で食べられている鰻料理“ひつまぶし”のように“だし汁”をかけて食感の変化を楽しめる」等の新しい視点を取り入れ、北海道らしい特産弁当がごめ飯を開発しています。

②機能性活用型

機能性活用型は、地域資源の特徴のうち機能性に着目し新商品のコンセプトとしているパターンです。『機能性』とは、この場合、体に何らかの良い生理作用を起こす性質、即ち、「病気等の予防」の働きをする性質です。例えば、エコナクッキングオイル（特定保健用食品）は、体に脂

肪がつきにくいという機能性を有した食用油としてヒット商品となり、その後、多くの機能性を有する商品が販売されるようになりました。(有)中札内レディースファーム(中札内村)、(株)スリービー(南幌町)、(有)ランラン・ファーム(清水町)、(株)北海道バイオインダストリー(札幌市)がこの活用型に分類されます。例えば、(有)中札内レディースファームは、無殺菌牛乳を原料に、製造過程で一切牛乳を加熱殺菌しない、機能性、食味に優れたヨーグルトの商品化に取り組んでおり、(株)スリービーは、米ぬか由来のセラミドと比較して、保湿性と抗アトピー性等に優れている「たもぎ茸」由来のセラミドを用いた化粧品の開発を行っています。

③多面的価値創造型

多面的価値創造型は、地域資源の特徴を多面的な切り口で検討し、お客様の求めている基本価値(基本的な品質)だけではなく、ブランド形成にもつながる便益価値(気分よく購買し使用できる価値)、感覚価値(消費者が五感で感じる価値)、観念価値(物語性や歴史性などの概念的な価値)もコンセプトに取り込み、商品開発を行っているユニークなパターンです。(有)末廣軒(北斗市)の「マルメロを活用した和洋菓子の開発」がこの活用型に該当します。その商品コンセプトは、マルメロの「香りと酸味を活かした」「食感と風味を長期間楽しめる」「シェイクスピアの『ロミオとジュリエット』にも、婚礼の供物として登場しているように“幸せの実”のお菓子としてブライダルやお祝い事のプレゼントとして使われ」「健康食材であることをアピールできる」和洋菓子で、この多面的なコンセプトで差別化の挑戦を行っています。

④新技術適用型

新技術適用型は、地域資源の特徴に特許技術等の新技術を適用し新商品の強みとしている活用パターンで、(株)陽樹(函館市)、はますい(株)(増毛町)、(株)佐々木総業(厚沢部町)がこの類型に分類されます。例えば、(株)陽樹は、5年間に及ぶ共同研究の結果、酒造免許が不要で発酵期間を短縮できる食酢の製法を開発し、香りと旨味、ミネラルバランスに優れ、まろやかで、飲みやすい特徴を有するガゴメコンブ醸造酢を商品化しています。また、(株)佐々木総業は、地域資源の道南スギから精油を抽出するために、最先端の亜臨界抽出法を導入し、安全安心で、地域の優良原料を使った、高品質のエッセンシャルオイルの製造販売の事業化に取り組んでいます。

⑤ニーズ対応型

ニーズ対応型は、地域資源の特徴の活用において、お客様のニーズの対応に重点を置き新商品の強みを創造するパターンで、(有)十勝野フロマージュ(中札内村)、(株)ヒュース(中札内村)、(有)富田ファーム(興部町)が、この分類に属します。これら3社の共通コンセプトは『日本人の嗜好に合った新商品』で、(有)十勝野フロマージュは「ブルーチーズ」、(株)ヒュースは「骨付き生ハム」、(有)富田ファームは「エメンタル及びグリユイエールチーズ」を日本人の嗜好に合った商品に改良し差別化を図る取り組みを展開しています。

図表5：認定企業の地域資源の活用パターン

	活用型	特徴	該当する認定企業
①	アイデア活用型	地域資源の特徴を斬新な切り口で検討し新商品の強みとするタイプ	(株)ローヤル、(有)ガッツ
②	機能性活用型	地域資源の特徴のうち“機能性”に着目し新商品の強みとするタイプ	(有)レディースファーム、(株)スリービー、(有)ランラン・ファーム、(株)北海道バイオインダストリー
③	多面的価値創造型	地域資源の特徴を多面的な切り口で検討し、お客様の求める基本価値だけではなく、ブランド形成にもつながる便益価値、感覚価値、観念価値も付加し新商品の強みとしているタイプ	(有)末廣軒
④	新技術適用型	地域資源の特徴に特許技術等の新技術を適用し新商品の強みとするタイプ	(株)陽樹、はますい(株)、(株)佐々木総業
⑤	ニーズ対応型	地域資源の特徴の活用において、お客様のニーズに重点を置いて新商品の強みを創造するタイプ	(有)十勝野フロマージュ、(株)ヒュース、(有)富田ファーム

これらの5つの活用パターンは、地域資源活用のみならず、一般的に農林水産物を素材として新商品を開発する際にも、商品コンセプト立案のアイデア出しの『切り口』として活用することができます。また、本稿では、地域資源のうち農林水産物のみを対象として活用パターンを分析しましたが、産業技術や観光資源を活用した認定事例が増えてくれば、北海道におけるそれら類型の活用パターンも同様に特定することができるものと思われます。

3. 地域資源を活用した売れる商品づくりのポイント

最後に、地域資源を活用した売れる商品づくりのポイントを「(1)地域資源の活用のポイント」と「(2)国の支援策の活用のポイント」の2つに分けて示します。

(1) 地域資源の活用のポイント

①小さな差別化の実現

地域資源活用の第一のポイントは、小さな差別化を実現するための商品コンセプトを立案し磨き上げること、“お客様の視点で意味のある違い”を創り出すことです。自社の商品が競合他社の商品に競い勝ち小売店の陳列棚の一角を確保する際にも、競合他社の商品と一緒に陳列された棚の中から自社の商品をお客様が選択する際にも、この小さな差別化の有無が極めて重要になります。そして、その差別化の実現のためのひとつの手段が地域資源の活用です。

②ターゲットの明確化

第二のポイントは、ターゲット（標的とするお客様）の明確化です。商品コンセプトを検討する際にも、販路の特定を行う際にも、“お客様の顔”が見えなければ、独り善がりの商品となってしまい、売れる商品づくりとはなりません。

③選択と集中

そして、第三のポイントは、選択と集中です。ヒト、モノ、カネといった経営資源に限りのある中小企業の戦略の定石は選択と集中です。地域資源の活用により「小さな差別化」の強みを持った新商品開発の分野を選択し、ターゲットを絞って、そこに経営資源を集中させることが重要です。

(2)国の支援策の活用のポイント

①ハンズオン支援の活用

国の支援策活用のポイントは、まず、ハンズオン支援を活用することです。(独)中小企業基盤整備機構北海道支部には、北海道地域活性化支援事務局（地域資源担当）が配置され、中小企業等からの相談に対応するほか、事業計画の作成、市場調査、商品企画、販路開拓などに対するきめ細かい支援（ハンズオン支援）を行っています。このハンズオン支援をぜひ活用してください。お問い合わせ先は文末記載の通りです。

②「スピード重視型開発」と「リスク軽減じっくり型開発」

次のポイントは、「リスク軽減じっくり型開発」であることを認識することです。通常、新商品の開発は、お客様のニーズを含めた市場環境の変化が極めて速いこと、そして、一日も早く売上と利益を確保したいことから「スピード重視型開発」となります。しかしながら、国の支援策を活用した場合には、3～5年間の計画を作り、実施計画の各段階で失敗するリスクを軽減した形で新商品の開発や販路の開拓が行われることになります。この「リスク軽減じっくり型開発」の長所及び短所を事業構想の検討段階から十分に認識しておくことが重要です。

③公的支援策の限界の認識

最後のポイントは、「直接的な売上計上を目的とした補助金の活用はできない」など、公的支援には支援範囲の限界があることです。支援策の内容や範囲などを適切に認識して、地域資源を活用した新商品・新サービスの開発に取り組む必要があります。

本稿では、地域資源を活用した新商品開発のヒントの提示をメインテーマとして、話題提供を行いました。少しでも読者の皆様の参考にしていただければ幸いです。なお、私の所属する(社)北海道中小企業診断士会では、地域資源の活用をはじめとして、中小企業の皆様の経営課題解決のための経営相談や専門家派遣（無料）を行っておりますので、お気軽にお問い合わせ願います。

<お問い合わせ先>：(社)北海道中小企業診断士会

〒060-0004 札幌市中央区北4条西6丁目1番地（毎日札幌会館4階）
電話：011-241-8556 FAX：011-231-1388 E-Mail：sindanshikai-hkd@wind.ocn.ne.jp

<参考情報>：ハンズオン事務局

(独)中小企業基盤整備機構北海道支部 北海道地域活性化支援事務局（地域資源担当）
〒060-0807 札幌市北区北7条西2-8-1北ビル2階 電話：011-747-7715 FAX：011-738-1372

図表6：認定企業が活用した地域資源と新商品のコンセプト

認定	事業主体	地域資源	新商品	商品コンセプト
005	(株)陽樹 (函館市)	ガゴメ	コンブ酢	5年間に及ぶ共同研究の結果、発酵期間を短縮できる製法を開発、香りと旨味、ミネラルバランスに優れ、まろやかで、飲みやすい特徴を有するコンブ酢
007	(株)ローヤル (伊達市)	かぼちゃ、キヤベツ、トマト、馬鈴しょ	野菜スープ	地域資源の野菜4種と70品目を超える多種多様な伊達野菜との無限の組み合わせの可能性を特徴とする、高級、季節、健康・安心な野菜スープ
009	(有)中札内レディースファーム (中札内村)	牛乳	ヨーグルト	無殺菌牛乳を原料に、製造過程で一切牛乳を加熱殺菌しない、機能性、食味に優れたヨーグルト
010	(有)十勝野フロマージュ (中札内村)	牛乳	ブルーチーズ	苦みや臭いを抑えた日本人の嗜好にあったブルーチーズ
011	(株)ヒュース (中札内村)	豚	和風ハム等加工品	十勝野ポークを原料とした、日本人の嗜好に合った、淡泊な、和風をキーワードにした、骨付生ハムを含む豚肉加工品
015	(株)スリービー (南幌町)	たもぎ茸	化粧品	米ぬか由来のセラミドと比較して、保湿性と抗アトピー性等に優れている「たもぎ茸」由来のセラミドを用いた化粧品
017	(有)富田ファーム (興部町)	牛乳	エメンタール・グリュエイエールチーズ	日本人の嗜好に合わせて輸入品よりも塩分が少なくセを抑えながらも、コクのある、自家牧場牛乳を使ったエメンタールチーズ・グリュエイエールチーズ
018	はますい(株) (増毛町)	タコ、エビ、コメ	海鮮早炊きご飯	特許技術で処理されたタコを活用した海鮮早炊きご飯、電子レンジで10分程度で加熱調理できる、風味・食感に優れている本格的な海鮮ご飯
022	(株)佐々木総業 (厚沢部町)	道南スギ	エッセンシャルオイル	道南スギから最先端の亜臨界抽出法により抽出したエッセンシャルオイル、安全安心で地域の優良原料を使った、高品質、低価格のスギ精油
023	(有)末廣軒 (北斗市)	マルメロ	和洋菓子	マルメロの特性を活用した和洋菓子、マルメロの「香りと酸味を活かした」「食感と風味を長期間楽しめる」「シェイクスピアの『ロミオとジュリエット』にも、婚礼の供物として登場しているように “幸せの実”のお菓子としてブライダルやお祝いのプレゼントとして使われ」「健康食材であることをアピールできる」和洋菓子
024	(有)ガッツ (函館市)	ガゴメ	特産弁当	ガゴメコンブを活用した特産弁当がごめ飯、これまでにない「モチモチとした食感」「名古屋地方で食べられている鰻料理“ひつまぶし”のように“だし汁”をかけて食感の変化を楽しめる」「健康食材としてガゴメコンブをアピールできる」「北海道らしい海鮮弁当」がコンセプト
025	(有)ランラン・ファーム (清水町)	シラカバ	化粧水・芳香蒸留水	シラカバ樹液・葉を活用した化粧水・芳香蒸留水、抗酸化能を持つシラカバ樹液にシラカバの葉から抽出した抗ヒスタミン成分等を付加し、機能性を高めた化粧水・アロマセラピー用芳香蒸留水
031	(株)北海道バイオイノベーション (札幌市)	アロニア	コンディショニング食品	スイーツにアロニアの眼精疲労緩和等の健康要素を付加させた、健康志向ブームに呼応した「身体をコンディショニングする食品」

出典 「北海道経済産業省、平成19年度中小企業地域資源活用促進法認定一覧（北海道分）、平成20年2月25日」から作成

主要経済指標 (1)

年月	鉱工業指数											
	生産指数				出荷指数				在庫指数			
	北海道		全国		北海道		全国		北海道		全国	
	17年=100 季調値	前年同 月比(%)										
16年度	101.0	0.1	99.1	3.9	99.5	0.1	98.8	3.6	97.5	△ 1.6	94.6	2.9
17年度	100.9	△ 0.1	100.7	1.6	100.4	0.9	101.0	2.2	95.6	△ 1.9	97.0	2.5
18年度	103.9	3.0	105.3	4.6	104.7	4.3	105.3	4.3	104.4	9.2	98.6	1.6
19年度	104.5	0.6	108.0	2.6	104.4	△ 0.3	108.6	3.1	101.8	△ 2.5	100.7	2.1
19年 1～3月	106.3	3.1	105.8	3.1	106.3	4.0	105.9	2.8	103.8	0.2	103.3	1.6
4～6月	103.9	1.0	106.4	2.3	103.5	△ 2.0	107.0	2.5	97.7	△ 5.6	103.1	1.0
7～9月	103.1	0.0	108.2	2.6	102.1	△ 1.1	108.4	2.8	100.9	△ 3.8	104.2	2.4
10～12月	103.1	△ 0.5	109.2	3.3	103.0	△ 1.1	109.9	4.4	103.1	△ 2.5	105.5	1.3
20年 1～3月	107.7	2.2	108.4	2.3	108.7	3.0	109.4	3.1	103.9	0.1	105.5	2.1
19年 5月	103.6	1.4	106.8	4.8	102.6	△ 0.7	107.2	4.4	99.8	△ 2.2	103.2	1.5
6月	103.3	△ 1.0	106.9	1.3	101.6	△ 7.4	107.6	2.1	97.7	△ 5.6	103.1	1.0
7月	103.3	1.2	107.0	3.1	100.7	△ 2.8	106.8	2.9	98.1	△ 5.6	103.6	1.8
8月	103.1	0.2	109.7	4.6	102.6	△ 0.1	110.1	4.7	98.9	△ 5.3	103.7	2.1
9月	102.8	△ 1.3	107.9	0.2	103.0	△ 0.5	108.4	1.0	100.9	△ 3.8	104.2	2.4
10月	102.7	0.0	110.0	5.3	102.9	0.2	110.1	6.3	101.8	△ 2.6	104.9	1.8
11月	103.5	1.0	108.4	3.2	102.6	△ 0.6	109.1	3.5	103.4	△ 0.5	105.8	2.7
12月	103.2	△ 2.6	109.1	1.5	103.5	△ 2.5	110.6	3.3	103.1	△ 2.5	105.5	1.3
20年 1月	109.1	3.3	108.5	2.9	108.8	4.0	110.0	3.9	105.4	△ 2.7	105.3	1.9
2月	109.1	5.0	110.2	5.1	111.9	8.0	111.3	5.8	103.0	△ 2.4	105.4	2.3
3月	105.0	△ 1.2	106.5	△ 0.7	105.5	△ 2.2	107.0	0.1	103.9	0.1	105.5	2.1
4月	r104.7	0.7	r106.3	1.9	r107.0	1.5	r108.0	2.8	r99.4	△ 2.7	r104.2	1.0
5月	p104.1	△ 0.4	p109.4	1.2	p105.6	2.1	p110.3	1.8	p99.1	△ 0.7	p104.7	1.5
資料	経済産業省、北海道経済産業局											

■ 鉱工業生産指数の年度、前年同月比は原数値による。
 ■ 「P」は速報値、「r」は修正値。

年月	大型小売店販売額											
	大型店計				百貨店				スーパー			
	北海道		全国		北海道		全国		北海道		全国	
	百万円	前年同 月比(%)	億円	前年同 月比(%)	百万円	前年同 月比(%)	億円	前年同 月比(%)	百万円	前年同 月比(%)	億円	前年同 月比(%)
16年度	1,006,325	△ 4.8	213,800	△ 4.0	361,905	△ 4.8	87,832	△ 3.2	644,419	△ 4.8	125,969	△ 4.5
17年度	987,733	△ 3.0	212,575	△ 1.7	350,746	△ 1.8	87,587	0.3	636,987	△ 3.7	124,989	△ 3.2
18年度	983,656	△ 1.6	211,745	△ 0.9	330,512	△ 2.6	86,108	△ 0.8	653,144	△ 1.1	125,637	△ 1.0
19年度	954,805	△ 2.6	212,557	△ 1.0	309,947	△ 3.5	84,291	△ 0.8	644,857	△ 2.1	128,266	△ 1.1
19年 1～3月	238,608	△ 1.1	51,472	△ 0.4	79,205	△ 2.9	20,823	△ 0.1	159,403	△ 0.2	30,648	△ 0.6
4～6月	233,839	△ 1.5	51,323	△ 0.6	74,089	△ 2.3	20,132	1.0	159,750	△ 1.1	31,919	△ 1.6
7～9月	229,621	△ 3.1	51,233	△ 2.0	73,682	△ 4.2	19,678	△ 2.3	155,938	△ 2.5	31,555	△ 1.9
10～12月	260,927	△ 2.7	57,960	△ 1.0	87,410	△ 3.9	24,019	△ 1.1	173,517	△ 2.2	33,941	△ 0.9
20年 1～3月	230,419	△ 2.9	52,041	△ 0.3	74,766	△ 3.3	20,462	△ 0.9	155,653	△ 2.8	31,578	0.1
19年 5月	77,428	△ 1.9	17,041	△ 0.8	24,132	△ 2.6	6,573	△ 0.7	53,295	△ 1.6	10,468	△ 0.9
6月	78,053	0.7	17,367	0.9	25,362	1.9	6,961	5.1	52,691	0.2	10,406	△ 1.9
7月	79,627	△ 5.2	18,613	△ 3.8	27,044	△ 6.9	7,906	△ 4.4	52,583	△ 4.3	10,707	△ 3.4
8月	76,455	△ 0.9	16,693	△ 0.1	22,538	△ 1.5	5,744	1.1	53,917	△ 0.6	10,949	△ 0.8
9月	73,539	△ 3.0	15,927	△ 2.0	24,101	△ 3.7	6,028	△ 2.7	49,438	△ 2.7	9,899	△ 1.5
10月	77,414	△ 5.2	17,161	△ 1.7	26,334	△ 4.7	6,862	△ 1.6	51,080	△ 5.4	10,299	△ 1.8
11月	78,311	△ 1.4	18,124	0.4	26,011	△ 2.0	7,565	0.8	52,300	△ 1.1	10,559	0.1
12月	105,202	△ 1.9	22,675	△ 1.5	35,066	△ 4.6	9,592	△ 2.2	70,137	△ 0.5	13,083	△ 1.0
20年 1月	80,194	△ 4.8	18,799	△ 2.0	26,280	△ 8.0	7,399	△ 2.1	53,914	△ 5.3	11,400	△ 2.0
2月	67,890	△ 2.8	15,539	1.2	20,914	△ 3.6	5,833	1.0	46,976	△ 2.5	9,706	1.4
3月	82,335	△ 1.2	17,703	0.2	27,571	△ 2.6	7,231	△ 1.2	54,763	△ 0.4	10,472	1.3
4月	r74,856	△ 5.3	r16,812	△ 2.2	r22,735	△ 5.8	r6,381	△ 3.4	r52,121	△ 5.0	r10,431	△ 1.5
5月	p74,817	△ 4.6	p16,945	△ 2.1	p22,491	△ 5.1	p6,405	△ 2.5	p52,326	△ 4.4	p10,541	△ 1.8
資料	経済産業省、北海道経済産業局											

■ 大型小売店販売額の前年同月比は既存店ベースによる。
 ■ 「P」は速報値、「r」は修正値。

主要経済指標 (2)

年月	コンビニエンス・ストア販売額				消費者物価指数 (総合)				円相場 (東京市場)	日経 平均 株価
	北海道		全国		北海道		全国			
	百万円	前年同 月比(%)	億円	前年同 月比(%)	17年=100	前年同 月比(%)	17年=100	前年同 月比(%)	円/ドル	円 月(期)末
16年度	421,045	△ 1.1	72,973	△ 0.8	100.0	0.3	100.2	△ 0.1	107.49	11,669
17年度	416,611	△ 2.9	73,724	△ 2.5	100.1	0.2	100.0	△ 0.1	113.26	17,060
18年度	414,921	△ 1.7	74,211	△ 2.0	100.5	0.2	100.2	△ 0.1	116.64	17,288
19年度	408,292	△ 1.7	75,161	△ 1.0	101.1	0.2	100.6	△ 0.1	114.20	12,526
19年 1～3月	94,653	△ 1.7	17,532	△ 1.1	100.0	△ 0.3	99.8	△ 0.1	119.44	17,288
4～6月	100,749	△ 1.6	18,473	△ 1.9	100.5	△ 0.2	100.2	△ 0.1	120.73	18,138
7～9月	110,031	△ 1.7	19,903	△ 0.1	100.7	△ 0.1	100.4	△ 0.1	117.78	16,786
10～12月	103,680	△ 2.2	18,986	△ 1.0	101.6	0.9	100.8	0.5	113.10	15,308
20年 1～3月	93,832	△ 1.5	17,798	△ 0.9	101.8	1.8	100.7	1.0	105.20	12,526
19年 5月	33,881	△ 2.0	6,238	△ 0.6	100.6	△ 0.1	100.4	0.0	120.73	17,876
6月	34,763	△ 2.3	6,201	△ 4.2	100.6	△ 0.2	100.2	△ 0.2	122.62	18,138
7月	36,968	0.9	6,652	△ 0.2	100.3	△ 0.1	100.1	0.0	121.59	17,249
8月	38,708	△ 2.6	6,952	△ 0.2	100.8	△ 0.1	100.6	△ 0.2	116.72	16,569
9月	34,355	△ 3.2	6,299	0.0	100.9	△ 0.2	100.6	△ 0.2	115.02	16,786
10月	35,030	△ 1.4	6,319	△ 1.2	101.3	0.4	100.9	0.3	115.74	16,738
11月	32,843	△ 2.4	6,089	△ 0.6	101.3	0.8	100.7	0.6	111.21	15,681
12月	35,807	△ 2.8	6,578	△ 1.3	102.1	1.4	100.9	0.7	112.34	15,308
20年 1月	31,214	△ 2.6	5,841	△ 1.6	101.9	1.4	100.7	0.7	107.66	13,592
2月	30,008	△ 0.9	5,655	△ 0.5	101.5	1.8	100.5	1.0	107.16	13,603
3月	32,610	△ 1.1	6,301	△ 0.6	102.1	2.3	101.0	1.2	100.79	12,526
4月	32,034	△ 0.2	6,118	△ 0.2	101.7	1.5	100.9	0.8	102.49	13,850
5月	36,763	8.5	6,553	3.5	102.9	2.3	101.7	1.3	104.14	14,339
資料	経済産業省、北海道経済産業局				総務省				日本銀行	日本経済新聞社

■コンビニエンス販売額の前年同月比は既存店ベースによる。■年度及び四半期の数値は、月平均値。

■円相場は対米ドル、インターバンク中心相場の月中平均値。

年月	乗用車新車登録台数									
	北海道								全国	
	合計		普通車		小型車		軽乗用車		普・小・軽・計	
台	前年同月比(%)	台	前年同月比(%)	台	前年同月比(%)	台	前年同月比(%)	台	前年同月比(%)	
16年度	189,519	△ 1.9	51,535	△ 1.3	90,066	△ 2.1	47,918	△ 2.3	4,749,342	0.3
17年度	187,145	△ 1.3	46,153	△ 10.4	90,624	0.6	50,368	5.1	4,755,369	0.1
18年度	176,300	△ 5.8	43,780	△ 5.1	77,398	△ 14.6	55,122	9.4	4,557,330	△ 4.2
19年度	169,149	△ 4.1	49,127	12.2	70,870	△ 8.4	49,152	△ 10.8	4,390,344	△ 3.7
19年 1～3月	50,678	△ 8.6	13,329	2.0	21,507	△ 20.4	15,842	3.0	1,372,689	△ 5.8
4～6月	43,528	△ 4.7	11,113	3.2	19,066	△ 8.1	13,349	△ 5.7	970,324	△ 6.8
7～9月	41,034	△ 7.6	12,780	22.0	16,833	△ 16.7	11,421	△ 16.7	1,051,569	△ 5.9
10～12月	34,682	△ 2.5	10,916	18.5	14,058	△ 5.9	9,708	△ 15.0	1,005,717	△ 1.9
20年 1～3月	49,905	△ 1.5	14,318	7.4	20,913	△ 2.8	14,674	△ 7.4	1,362,734	△ 0.7
19年 5月	13,485	△ 6.0	3,420	0.1	5,592	△ 11.7	4,473	△ 2.5	307,077	△ 4.8
6月	15,575	△ 2.0	3,973	4.9	7,221	0.8	4,381	△ 11.3	373,185	△ 8.0
7月	15,191	△ 8.2	4,351	13.3	6,909	△ 13.7	3,931	△ 16.4	358,019	△ 9.7
8月	10,607	△ 6.3	3,322	21.0	4,241	△ 17.3	3,044	△ 11.7	277,557	△ 2.1
9月	15,236	△ 7.7	5,107	31.4	5,683	△ 19.7	4,446	△ 19.9	415,993	△ 5.0
10月	12,619	1.2	3,984	34.5	5,008	△ 9.8	3,627	△ 8.2	335,886	1.1
11月	12,615	△ 1.2	3,993	18.3	5,459	3.0	3,163	△ 22.8	364,489	0.6
12月	9,448	△ 8.5	2,939	2.2	3,591	△ 12.2	2,918	△ 13.3	305,342	△ 7.7
20年 1月	9,744	△ 0.3	2,667	△ 0.3	4,068	1.4	3,009	△ 2.5	320,084	3.8
2月	13,770	3.8	3,778	10.0	5,751	2.7	4,241	0.1	428,986	1.0
3月	26,391	△ 4.5	7,873	9.0	11,094	△ 6.7	7,424	△ 12.9	613,664	△ 4.0
4月	14,885	2.9	3,935	5.8	6,961	11.3	3,989	△ 11.3	305,847	5.4
5月	12,277	△ 9.0	3,249	△ 5.0	4,972	△ 11.1	4,056	△ 9.3	296,082	△ 3.6
資料	(社)日本自動車販売協会連合会、(社)全国軽自動車協会連合会									

主要経済指標 (3)

年月	新設住宅着工戸数				公共工事請負金額				機械受注実績	
	北海道		全国		北海道		全国		全国	
	戸	前年同月比(%)	百戸	前年同月比(%)	百万円	前年同月比(%)	億円	前年同月比(%)	億円	前年同月比(%)
16年度	48,148	△ 5.1	11,930	1.7	1,122,138	△ 7.0	137,354	△11.1	118,292	6.5
17年度	53,048	10.2	12,494	4.7	1,068,858	△ 4.7	129,622	△ 5.6	124,897	5.6
18年度	49,946	△ 5.8	12,852	2.9	961,122	△10.1	122,838	△ 5.2	127,413	2.0
19年度	42,397	△15.1	10,356	△19.4	883,644	△ 8.1	117,818	△ 4.1	123,640	△ 3.0
19年 1～3月	6,618	△15.7	2,791	△ 1.8	141,040	12.3	27,738	7.7	33,185	△ 3.3
4～6月	15,991	11.0	3,255	△ 2.6	331,759	△12.0	31,040	△ 0.7	29,721	△10.8
7～9月	8,946	△38.8	2,078	△37.1	288,707	△10.6	31,680	△ 7.3	30,566	△ 1.4
10～12月	10,386	△27.4	2,484	△27.3	144,535	20.3	28,810	△ 2.9	29,893	0.0
20年 1～3月	7,074	6.9	2,539	△ 9.0	118,643	△15.9	26,287	△ 5.2	33,459	0.8
19年 5月	3,334	△32.4	971	△10.7	83,785	△13.5	8,490	△ 0.4	9,449	△ 3.1
6月	6,821	32.8	1,211	6.0	105,937	△17.4	10,982	△ 2.9	10,963	△17.9
7月	3,883	△28.8	817	△23.4	122,893	4.6	10,723	△ 4.0	9,505	8.0
8月	2,353	△47.5	631	△43.3	92,127	△19.7	9,842	△ 5.1	8,921	△ 2.6
9月	2,710	△42.2	630	△44.0	73,687	△18.8	11,116	△12.1	12,140	△ 7.0
10月	3,467	△35.6	769	△35.0	73,027	14.2	11,742	△ 3.2	8,903	3.3
11月	3,860	△14.7	843	△27.0	40,082	13.3	8,685	△ 4.3	10,039	0.9
12月	3,059	△30.2	872	△19.2	31,426	50.8	8,384	△ 1.1	10,951	△ 3.3
20年 1月	2,103	19.2	870	△ 5.7	14,987	14.0	5,907	△ 3.5	9,489	11.4
2月	1,659	△21.9	830	△ 5.0	9,814	△ 7.5	6,535	13.1	9,903	2.4
3月	3,312	21.3	840	△15.6	93,842	△20.0	13,845	△12.6	14,067	△ 6.2
4月	3,591	△38.5	979	△ 8.7	124,792	△12.1	11,025	△ 4.7	9,353	0.5
5月	4,027	20.8	908	△ 6.5	74,803	△10.7	7,675	△ 9.6	9,929	5.1
資料	国土交通省				北海道建設業信用保証(株)				内閣府	

■船舶・電力を除く民需(原系列)。

年月	来道客数		有効求人倍率(常用)		完全失業率		企業倒産件数(負債総額1,000万円以上)			
	北海道		北海道	全国	北海道	全国	北海道		全国	
	千人	前年同月比(%)	倍		%		件	前年同月比(%)	件	前年同月比(%)
16年度	12,781	△ 2.4	0.50	0.83	5.7	4.6	577	△ 7.7	13,186	△14.7
17年度	12,705	△ 0.6	0.53	0.94	5.3	4.4	555	△ 3.8	13,170	△ 0.1
18年度	13,082	3.0	0.53	1.02	5.4	4.1	546	△ 1.6	13,337	1.3
19年度	12,804	△ 2.1	0.51	0.97	5.2	3.8	610	11.7	14,366	7.7
19年 1～3月	2,784	2.4	0.54	1.08	5.5	4.1	159	11.2	3,440	2.7
4～6月	3,003	△ 2.6	0.48	0.93	5.3	3.8	172	20.3	3,616	10.2
7～9月	4,028	△ 1.9	0.52	0.98	4.7	3.7	138	23.2	3,465	6.6
10～12月	3,032	△ 2.4	0.52	1.00	5.0	3.7	132	0.0	3,570	6.1
20年 1～3月	2,741	△ 1.5	0.52	0.99	5.6	4.0	168	5.7	3,715	8.0
19年 5月	1,026	△ 6.9	0.48	0.92	5.3	3.8	74	100.0	1,310	21.0
6月	1,158	△ 0.1	0.49	0.92	↓	3.6	51	10.9	1,185	6.7
7月	1,225	△ 4.4	0.50	0.95	↑	3.5	52	20.9	1,215	15.6
8月	1,505	△ 1.0	0.52	0.98	4.7	3.7	50	61.3	1,203	2.9
9月	1,299	△ 0.7	0.55	1.01	↓	4.0	36	△ 5.3	1,047	4.3
10月	1,140	△ 8.3	0.55	1.00	↑	4.0	47	△ 9.6	1,260	8.1
11月	941	0.1	0.52	1.00	5.0	3.7	50	28.2	1,213	11.2
12月	951	2.8	0.49	1.00	↓	3.5	35	△14.6	1,097	△ 1.0
20年 1月	838	0.0	0.51	1.00	↑	3.9	50	31.5	1,174	7.6
2月	907	△ 2.0	0.53	1.00	5.6	4.1	54	10.2	1,194	8.3
3月	995	△ 2.4	0.52	0.96	↓	4.1	64	△11.1	1,347	8.0
4月	808	△ 1.5	0.46	0.86	—	4.1	74	57.4	1,215	8.4
5月	1,027	0.2	0.43	0.81	—	4.0	60	△18.9	1,290	△ 1.5
資料	北海道観光振興機構		厚生労働省 北海道労働局		総務省		(株)東京商工リサーチ			

■年度および四半期の数値は月平均値。 ■北海道の年度は暦年値。

主要経済指標 (4)

年月	通関実績							
	輸出				輸入			
	北海道		全国		北海道		全国	
	百万円	前年同月比 (%)	億円	前年同月比 (%)	百万円	前年同月比 (%)	億円	前年同月比 (%)
16年度	243,907	12.5	617,194	10.1	798,378	19.0	503,858	12.3
17年度	263,598	9.8	682,902	10.6	965,145	29.0	605,113	20.1
18年度	324,578	23.1	774,606	13.4	1,263,781	30.9	684,473	13.1
19年度	381,473	17.5	851,160	9.9	1,386,342	9.7	749,038	9.4
19年 1～3月	81,366	24.0	198,817	12.5	297,294	4.4	173,158	6.8
4～6月	93,555	28.8	204,874	13.2	283,664	△14.8	179,428	9.8
7～9月	89,019	10.2	213,533	10.7	320,371	2.0	183,190	6.3
10～12月	99,533	10.8	222,090	10.0	386,918	20.8	195,583	11.4
20年 1～3月	99,366	22.1	210,663	6.0	395,389	33.0	190,837	10.2
19年 5月	29,609	30.9	65,678	15.2	114,698	△4.2	61,723	15.4
6月	31,281	24.5	72,860	16.2	67,119	△39.6	60,401	10.4
7月	30,405	15.2	70,631	11.7	97,024	8.8	63,811	16.7
8月	30,128	7.2	70,347	14.6	108,226	△4.2	62,910	5.8
9月	28,486	8.5	72,555	6.3	115,121	2.8	56,468	△3.0
10月	35,039	△8.6	75,065	13.8	115,728	12.9	65,070	8.7
11月	32,821	34.7	72,686	9.6	139,466	30.5	64,842	13.3
12月	31,673	16.8	74,340	6.8	131,724	18.9	65,670	12.3
20年 1月	27,206	12.8	64,084	7.7	129,775	14.4	64,981	9.2
2月	35,583	30.4	69,754	8.7	131,182	70.7	60,120	10.2
3月	36,577	22.1	76,825	2.3	134,432	25.6	65,736	11.2
4月	r 35,401	8.4	r 68,914	3.9	r 133,098	30.7	r 64,162	12.0
5月	p 35,067	18.4	p 68,095	3.7	p 179,261	56.3	p 64,439	4.4
資料	財務省、函館税関							

■ 「p」は速報値、「r」は修正値。

年月	預貯金 (国内銀行)							
	預金				貸出			
	北海道		全国		北海道		全国	
	億円	前年同月比 (%)	億円	前年同月比 (%)	億円	前年同月比 (%)	億円	前年同月比 (%)
16年度	124,150	2.3	5,226,752	1.3	86,223	△0.6	3,894,390	△3.0
17年度	123,160	△0.8	5,300,898	1.4	88,841	3.0	3,955,816	1.6
18年度	125,413	1.8	5,359,453	1.1	88,270	△0.6	3,992,094	0.9
19年度	127,342	1.5	5,502,137	2.7	88,966	0.8	4,048,894	1.4
19年 1～3月	125,413	1.8	5,359,453	1.1	88,270	△0.6	3,992,094	0.9
4～6月	126,258	1.9	5,385,484	2.0	86,672	0.0	3,961,516	0.8
7～9月	125,896	1.7	5,370,488	2.2	87,446	△1.1	3,991,639	0.7
10～12月	127,845	1.9	5,425,076	3.0	88,383	△0.3	4,044,052	1.0
20年 1～3月	127,342	1.5	5,502,137	2.7	88,966	0.8	4,048,894	1.4
19年 5月	125,110	1.5	5,415,026	1.9	87,575	0.0	3,941,889	0.6
6月	126,258	1.9	5,385,484	2.0	86,672	0.0	3,961,516	0.8
7月	125,674	1.8	5,378,918	2.8	86,808	△1.0	3,952,045	0.3
8月	125,369	1.8	5,353,133	2.3	86,787	△1.2	3,963,276	0.8
9月	125,896	1.7	5,370,488	2.2	87,446	△1.1	3,991,639	0.7
10月	125,136	1.8	5,355,326	2.7	88,111	0.7	3,955,539	0.7
11月	125,841	1.8	5,428,687	3.0	87,341	△0.7	3,968,268	0.4
12月	127,845	1.9	5,425,076	3.0	88,383	△0.3	4,044,052	1.0
20年 1月	125,500	1.8	5,420,947	3.0	87,375	△0.4	4,008,578	1.0
2月	125,616	1.7	5,436,315	3.0	87,424	△0.4	4,014,393	1.4
3月	127,342	1.5	5,502,137	2.7	88,966	0.8	4,048,894	1.4
4月	129,003	1.6	5,509,729	2.2	90,244	1.3	4,014,562	1.3
5月	128,255	2.5	5,499,151	1.6	89,160	1.8	4,025,335	2.1
資料	日本銀行							



調査レポート 2008.8月号 (No.145)
平成20年 (2008年) 7月発行
北洋銀行調査部
札幌市中央区大通西3丁目11番地
郵便番号 060-0042
電話 (011)261-1311
<http://www.hokuyobank.co.jp>



この印刷物は環境にやさしい「大豆インキ」
古紙配合率100%紙(表紙)古紙配合率70%紙(中面)を
使用しています。

北海道新幹線、 次は札幌へ。

札幌から新函館へ45分、
東京へ3時間57分。
日本がひとつの線で
つながろうとしています。
みんなの熱意で
加速させよう。



北海道新幹線建設促進期成会

北海道新幹線
西本陣付

新青森→新函館間 2015年完成予定 新函館→札幌間 2020年完成目標 www.do-shinkansen.com