

# 調査レポート

2009  
8

No.157

- 道内経済の動き
- 道内企業の経営動向（平成21年4～6月期実績、平成21年7～9月期見通し）
- 知的財産に対する取り組みのススメ

● 目 次 ●

道内経済の動き	1
調査：道内企業の経営動向	4
経営のアドバイス：知的財産に対する取り組みのススメ	15
主要経済指標	23

# 道内経済の動き

最近の道内景気は、厳しい状況となっている。

需要面をみると、公共投資は、補正予算の効果から持ち直しの動きが見られる。個人消費は、一部に経済対策の効果は見られるものの、雇用・所得環境の悪化から弱い動きとなっている。設備投資は、製造業を中心として抑制傾向にある。住宅投資は、需要の弱さなどから大幅に減少している。

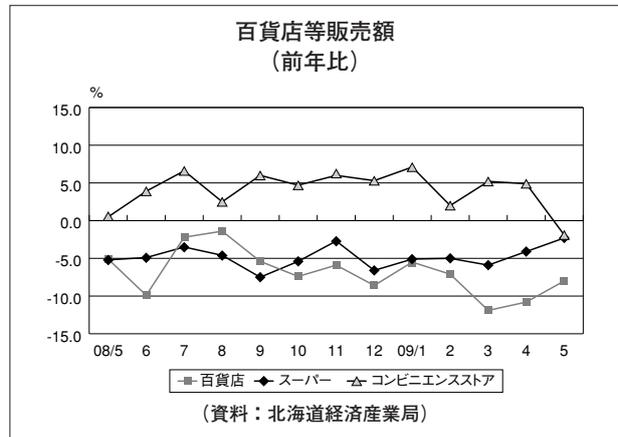
生産活動は需要の減少から大幅に低下している。また、雇用情勢は有効求人倍率が低下するなど厳しい状況となっている。企業倒産は、件数、負債総額ともに増加した。

## ①個人消費～厳しい状況

5月の大型小売店販売額（既存店ベース、前年比▲4.0%）は、百貨店、スーパーともに前年を下回った。

百貨店（前年比▲8.0%）は、衣料品や身の回り品などが低調で、23ヶ月連続で前年を下回った。スーパー（同▲2.3%）は、飲食品は堅調だったが衣料品などが減少し、23ヶ月連続で前年を下回った。

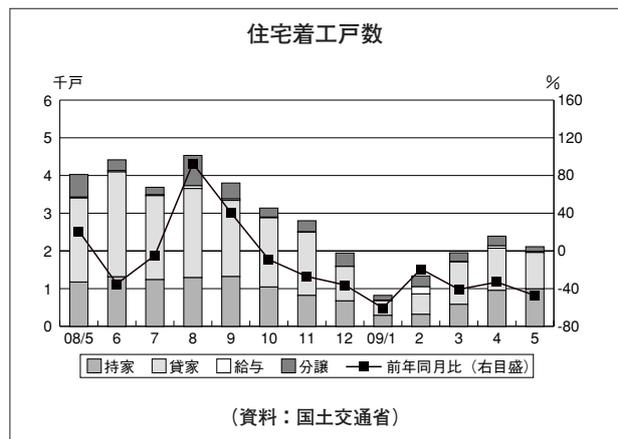
コンビニエンスストア（前年比▲1.9%）は、13ヶ月振りに前年を下回った。



## ②住宅投資～需要の弱さから大幅減

5月の新設住宅着工戸数は、2,113戸（前年比▲47.5%）と、8ヶ月連続で前年を下回った。利用関係別では、持家（前年比▲15.4%）、貸家（同▲56.7%）、分譲（同▲78.5%）の全てが前年を下回った。

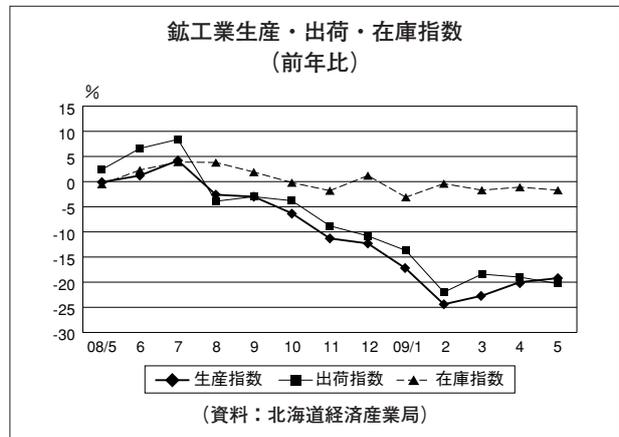
1～5月の着工戸数累計では、8,615戸（前年同期比▲41.4%）となり、前年を大きく下回った。持ち家（前年同期比▲20.4%）、貸家（同▲43.9%）、分譲（同▲68.3%）の全てが前年を下回った。



③ 鉱工業生産～生産は大幅に低下

5月の鉱工業生産指数は、前月比では+2.0%と2ヶ月連続で持ち直したが、前年比では▲19.2%と10ヶ月連続で低下した。

特に電気機械工業、輸送機械工業などで低下幅が大きい。

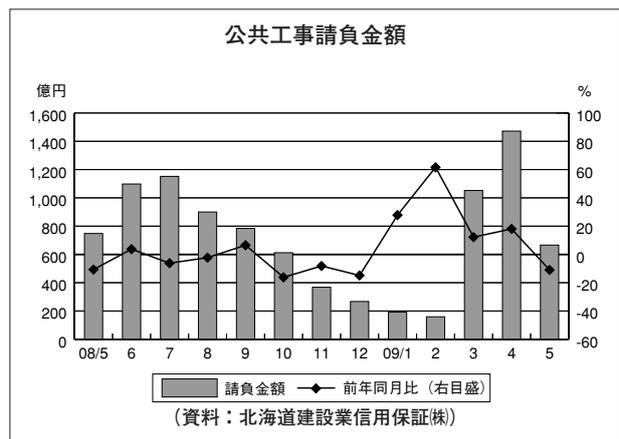


④ 公共投資～基調としては持ち直し

5月の公共工事請負金額は、665億円（前年比▲11.0%）と5ヶ月振りに前年を下回った。

発注者別では、道（前年比+11.1%）と市町村（同+27.7%）は前年を上回ったが、国（同▲40.7%）が大きく減少した。

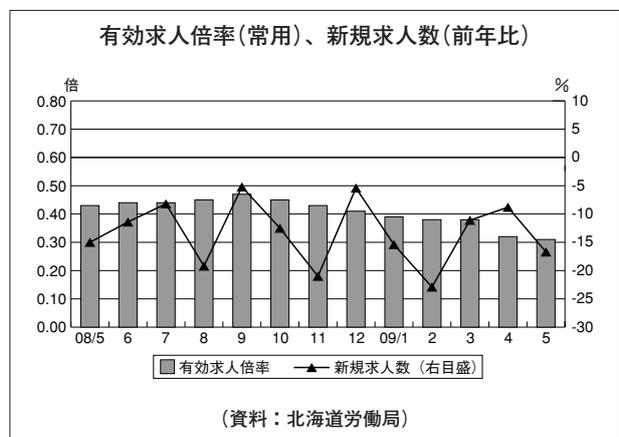
1～5月の累計では請負金額3,541億円（前年同期比+11.2%）と前年を上回っている。



⑤ 雇用情勢～厳しい動き

5月の有効求人倍率（パートを含む常用）は0.31倍となり、前月比では0.01ポイントの低下、前年比では0.12ポイントの低下となった。

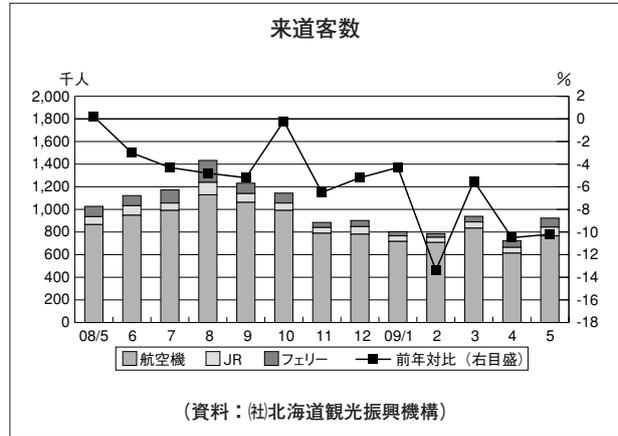
新規求人数は、前年比▲16.7%と15ヶ月連続で前年を下回った。業種別では、卸売・小売業（前年比▲28.9%）、医療・福祉（同▲11.7%）など主要産業すべてが減少した。



⑥来道客数～12ヶ月連続で前年を下回る

5月の来道客数は、922千人（前年比▲10.2%）と12ヶ月連続で前年を下回った。

1月～5月の累計来道客数は、国内観光需要の落込みや新型インフルエンザの影響もあり、4,174千人（前年同期比▲8.8%）と前年を下回った。

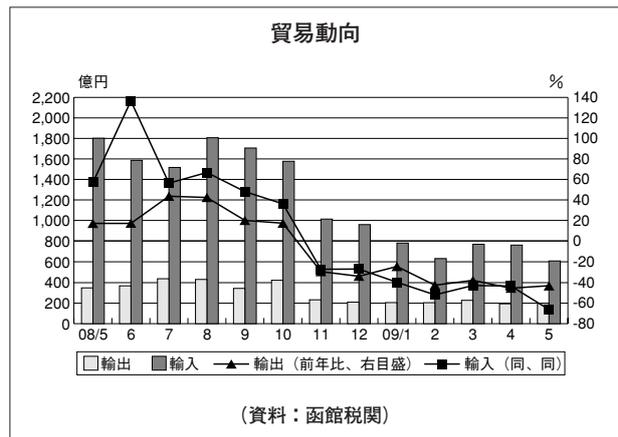


⑦貿易動向～輸出・輸入ともに減少

5月の道内貿易額は、輸出が前年比43.1%減の198億円、輸入が同66.2%減の610億円となった。

輸出は、石油製品や自動車の部分品などの減少から7ヶ月連続で前年を下回った。

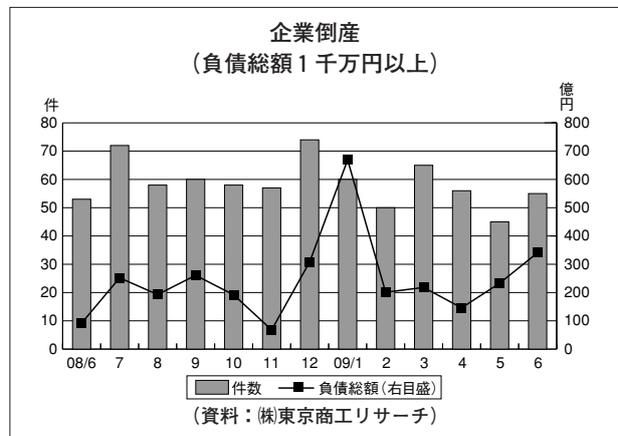
輸入は、原油・粗油などが大きく減少し、7ヶ月連続で前年を下回った。



⑧倒産動向～件数、負債総額ともに前年を上回る

6月の企業倒産は、件数は55件（前年比+3.7%）と前年を上回り、負債総額も341億円（同+268.8%）と前年を大きく上回った。

業種別では、公共工事削減や住宅需要が落ち込んでいる建設業が16件と最も多く、続いて卸売業（13件）、サービス業・他（11件）となった。



# 業況は最悪期から持ち直す

## 第33回 道内企業の経営動向調査

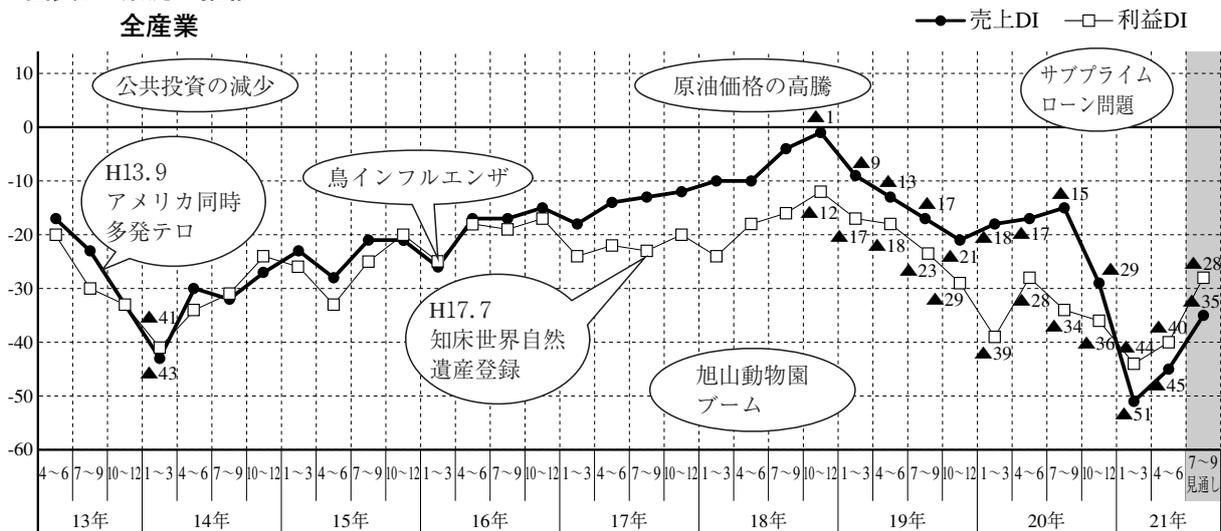
### 1. 平成21年4～6月期実績

前期に比べ売上DI (△45) は6ポイント、利益DI (△40) は4ポイントそれぞれ上昇した。売上は3期ぶり、利益は4期ぶりに好転し、業況は最悪期から持ち直した。

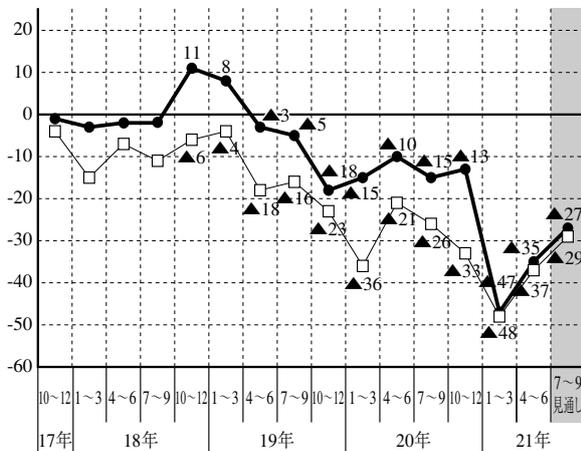
### 2. 平成21年7～9月期見通し

売上DI (△35) は10ポイント、利益DI (△28) は12ポイントそれぞれ上昇が見込まれる。低水準ながらも、業況の厳しさはいくぶん和らぐ見通しである。

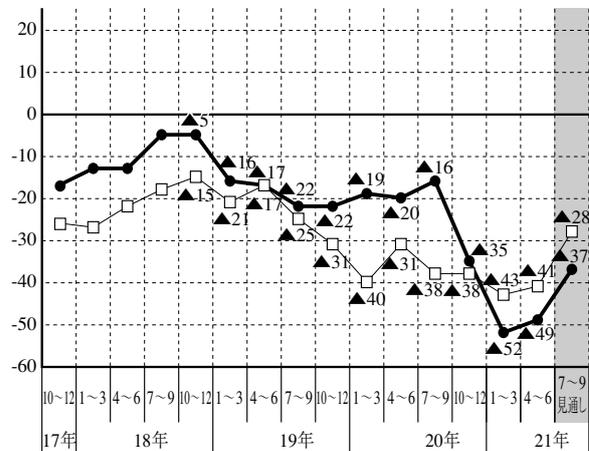
<図表1> 業況の推移  
全産業



製造業



非製造業



〈図表2〉業種別の要点

	要 点 (4～6月期実績)	売 上 D I			利 益 D I		
		21年 1～3	4～6	7～9 見通し	21年 1～3	4～6	7～9 見通し
全産業	持ち直すも極めて低水準	△51	△45	△35	△44	△40	△28
製造業	食料品製造業が持ち直す	△47	△35	△27	△48	△37	△29
食料品	観光土産品メーカーは苦戦	△33	△14	△19	△20	△16	△19
木材・木製品	住宅着工の落ち込み響く	△68	△57	△39	△64	△52	△43
鉄鋼・金属製品・機械	単価下落で売上・利益ともに低下	△52	△57	△50	△55	△60	△50
非製造業	卸売業が極めて不振	△52	△49	△37	△43	△41	△28
建設業	公共・民間工事ともに過当競争続く	△55	△44	△31	△54	△52	△38
卸売業	値下げ要請多く売上・利益ともに低下	△58	△69	△55	△38	△53	△36
小売業	スーパー、石油製品取扱い店が不振	△35	△36	△32	△26	△29	△19
運輸業	燃料価格が落ちつき利益は改善	△38	△58	△41	△18	△9	0
ホテル・旅館業	一部に高速道路料金引き下げ効果	△78	△50	△50	△52	△45	△45

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33回定例調査

(21年4～6月期実績、21年7～9月期見通し)

■ 判断時点

平成21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」

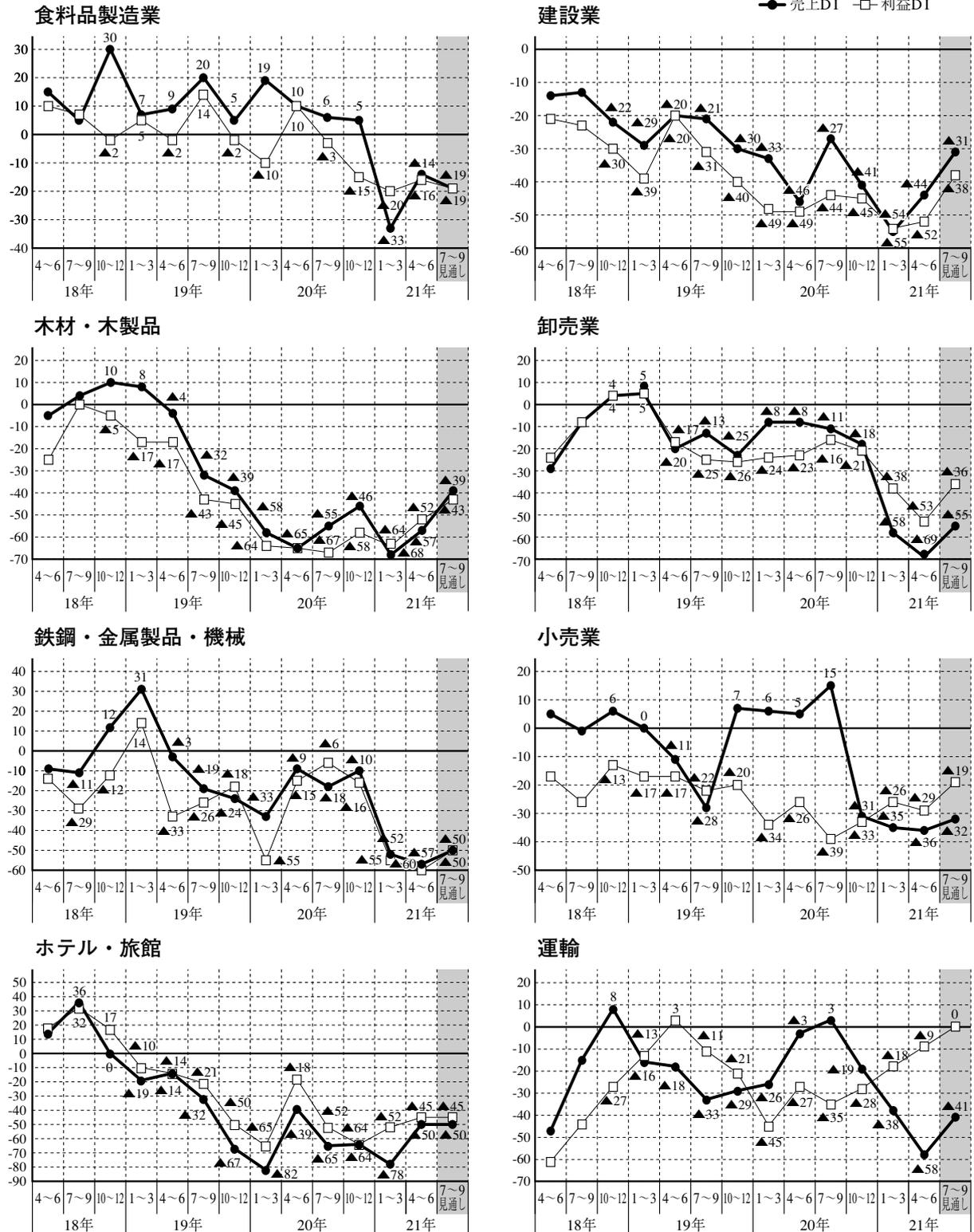
■ 地域別回答企業社数

	企業数	構成比	地 域
全 道	463	100.0%	
札幌市	170	36.7	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	101	21.8	渡島・檜山の各支庁
道 南	41	8.9	上川・留萌・宗谷の各支庁、空知支庁北部
道 北	53	11.4	釧路・十勝・根室・網走の各支庁
道 東	98	21.2	

■ 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	463	57.9%
製 造 業	220	125	56.8
食 料 品	75	43	57.3
木 材 ・ 木 製 品	35	23	65.7
鉄鋼・金属製品・機械	50	30	60.0
そ の 他 の 製 造 業	60	29	48.3
非 製 造 業	580	338	58.3
建 設 業	180	104	57.8
卸 売 業	100	64	64.0
小 売 業	120	69	57.5
運 輸 業	70	34	48.6
ホ テ ル ・ 旅 館 業	30	22	73.3
そ の 他 の 非 製 造 業	80	45	56.3

<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



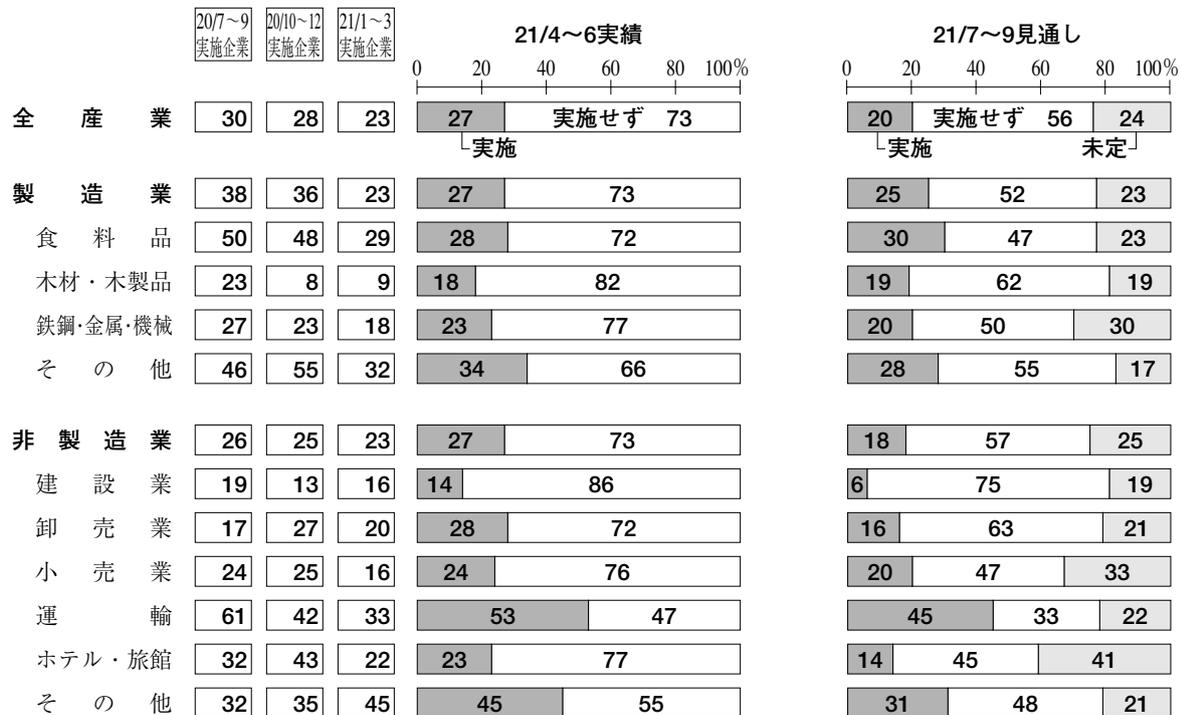
<図表7> 短期借入金の難易感



<図表8>在庫

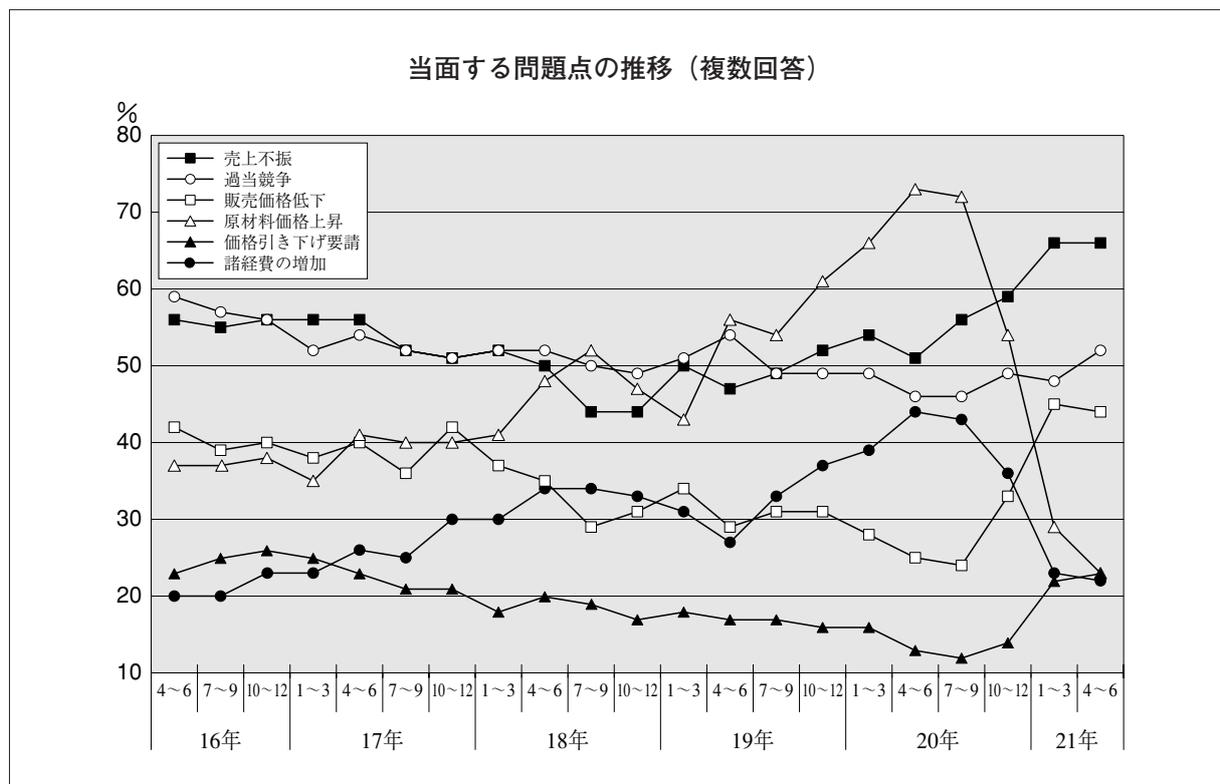


<図表9>設備投資



〈図表10〉 当面する問題点（上位項目）の要点

項目	前期比	要 点
(1)売上不振（66%）	0	全業種でウエイト大。製造業では4業種全てで上昇。
(2)過当競争（52%）	+4	非製造業でウエイト高く、建設業（81%）、小売業（66%）で第1位。
(3)販売価格低下（44%）	△1	ホテル・旅館業（59%）でウエイト大。
(4)原材料価格上昇（23%）	△6	製造業（29%）で比較的影響大、非製造業（21%）では少ない。
(5)価格引き下げ要請（23%）	+1	3期連続で上昇。製造業（30%）で影響大。
(6)諸経費の増加（22%）	△1	4期連続で減少。



〈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	鉄鋼・金 属製品・ 機械	その他の 製造業									
(1)売上不振	① 66 (66)	① 75 (65)	① 74 (58)	① 78 (77)	① 79 (65)	① 69 (67)	① 63 (66)	② 77 (77)	① 66 (66)	② 47 (57)	① 59 (55)	① 73 (87)	① 47 (52)		
(2)過当競争	② 52 (48)	③ 32 (25)	④ 30 (9)	17 (32)	28 (32)	③ 45 (33)	② 59 (56)	① 81 (76)	③ 38 (40)	① 66 (59)	② 44 (39)	② 64 (48)	② 40 (44)		
(3)販売価格低下	③ 44 (45)	② 42 (44)	28 (33)	② 48 (64)	② 48 (52)	② 52 (37)	③ 44 (46)	③ 52 (55)	② 44 (42)	② 47 (48)	9 (18)	③ 59 (44)	② 40 (46)		
(4)原材料価格上昇	23 (29)	29 (40)	② 33 (40)	13 (27)	24 (23)	41 (67)	21 (24)	23 (28)	16 (23)	21 (22)	③ 28 (24)	5 (22)	24 (23)		
(5)価格引き下げ要請	23 (22)	30 (28)	23 (28)	③ 30 (27)	③ 35 (32)	35 (23)	21 (20)	23 (18)	34 (34)	7 (11)	16 (18)	18 (4)	22 (25)		
(6)諸経費の増加	22 (23)	23 (29)	② 33 (30)	17 (32)	21 (19)	14 (37)	22 (20)	16 (18)	23 (12)	29 (24)	25 (30)	18 (17)	24 (27)		
(7)人件費増加	13 (15)	14 (14)	12 (14)	17 (-)	10 (10)	17 (27)	13 (16)	11 (15)	13 (15)	13 (16)	9 (6)	5 (22)	27 (23)		
(8)資金調達	13 (14)	11 (15)	5 (14)	13 (14)	14 (13)	14 (20)	14 (14)	20 (16)	11 (6)	10 (10)	13 (18)	18 (30)	9 (17)		
(9)代金回収悪化	8 (11)	4 (9)	5 (5)	4 (9)	3 (13)	3 (10)	9 (11)	7 (9)	23 (25)	9 (13)	- (3)	- (-)	7 (8)		
(10)設備不足	7 (8)	9 (7)	14 (9)	9 (5)	3 (10)	7 (3)	7 (9)	- (-)	2 (8)	3 (11)	25 (39)	23 (22)	13 (2)		
(11)人手不足	3 (3)	2 (3)	5 (7)	- (-)	3 (-)	- (3)	4 (3)	3 (3)	3 (3)	6 (3)	- (6)	5 (-)	4 (6)		
(12)その他	3 (3)	6 (5)	9 (9)	4 (5)	3 (-)	3 (3)	2 (3)	1 (1)	5 (5)	3 (3)	- (3)	5 (4)	2 (4)		

○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 (%)				
	20年 7~9	10~12	21年 1~3	4~6	7~9 見通し	20年 7~9	10~12	21年 1~3	4~6	7~9 見通し	20年 7~9	10~12	21年 1~3	4~6	7~9 見通し
全 道	△15	△28	△51	△45	△35	△34	△36	△44	△40	△28	30	28	23	27	20(24)
札幌市	△10	△30	△52	△56	△42	△31	△34	△44	△46	△34	31	31	25	35	25(19)
道 央	△ 1	△14	△47	△42	△39	△23	△16	△40	△27	△26	37	28	20	23	24(21)
道 南	△26	△43	△59	△27	△32	△35	△45	△63	△43	△43	22	27	20	24	18(31)
道 北	△25	△30	△44	△47	△21	△44	△44	△46	△47	△21	27	30	22	19	11(38)
道 東	△34	△34	△53	△38	△27	△48	△54	△41	△36	△20	23	24	24	22	15(24)

( )内は設備投資未定企業

# 新販路・新商品で苦境を脱する

## 〈企業の生の声〉

今回の調査では、道内企業の売上・利益はともに上昇し、業況は最悪期から幾分持ち直しました。しかし、消費者の低価格志向の強まりや、新型インフルエンザ流行の個人消費への影響など、今後の懸念材料は少なくありません。このような厳しい経営環境のなか、企業はより利益率の高い商品の販路開拓や、市場分析をふまえた新商品の開発などで、苦境を脱しようとしています。

以下に企業から寄せられた生の声を紹介いたします。

**〈水産加工業〉** 高額商品より安価な商品が売れ、価格低下の傾向にある。商売の基本である「安全・安心で良質な商品の提供」で信頼を得ることにより、適正価格で販売したい。

**〈水産加工業〉** 外食を減らして家庭で食事をする人が増えたので、売上は増加した。しかし、景気後退による販売価格の下落が心配である。

**〈製菓業〉** 外国人を含む観光客が減少し、売上低迷の要因になっている。当面厳しい状況が続くと予想しており、取引販売店への営業強化・新製品投入・効果的なCMなどで、売上と収益の確保を図りたい。

**〈金属加工業〉** 需要は回復傾向にあるものの、前年並みに戻るには時間を要する。一時的な休業で生産量を調整し、それにより雇用安定助成金の給付を受ける。また、教育訓練による技能向上、ラインの見直し、固定費の削減等を実施する。

**〈金属加工業〉** 景気回復を想定し、3月に設備投資を行った。今まで以上に高品質なものを短期間で製造できるよう、社員一丸となって取り組めば、成長の可能性はあると思う。

**〈鉄スクラップ加工業〉** 中国・韓国の需要増加から鉄スクラップ価格は徐々に上昇しているため、今後相応の利益が見込める。

**〈生コン製造販売〉** 売上数量の減少が数年来続いており、業界の再編が進んでいる。工場閉鎖など業界の生産計画に協力しつつ、価格の安定化を図り、収支バランスの維持に努める。

**〈マンション分譲〉** 各社の値引きと、新規物件の発売見合わせで業界の在庫調整は進みつつあるが、収益が伴っていない。消費者は購入に慎重であるが、ゴールデンウィークのモデルルーム来場者を見ると、住宅に関する関心はまだ高い。見込み客の目線に沿った営業体制と商品作りに注力したい。

**〈建設業〉** 下請けでは利益を確保できないため、改修案件のようにオーナーとの直接契約となる元請案件へ営業をシフトしている。

**〈管工事業〉** 昨年度は売上・利益ともに増加した。仕掛かり工事の完成等が主な要因であるが、ピーク時から3割程度減少している。今年は売上確保に苦慮すると思うが、一件ごとの原価管理をきちんとするしかない。

**<賃貸マンション>** 先期中に根本的な経営改革を実施し、不採算部門や執行役員制度の廃止、人員削減などを完了させた。今期は、道内拠点である札幌、函館に経営資源を集中させ、効率的な体制を確立する。

**<靴卸売業>** 価格競争に備え、単価の低下に耐えられる商品開発を強化したため、利益率が改善してきた。従来、高額品やブランド品を買っていた顧客にまで価格重視の傾向が強まっている。品質・感性を落とさず価格訴求できる商品開発に、さらに全力を挙げたい。

**<電設資材卸売業>** 現状は恵まれた業界であり配当も維持しているが、仕入先や得意先の不調など心配要因が多くある。従来ビジネスの延長上には多くは期待できないため、新分野を模索しながら、社員教育・人材育成に力を入れる。

**<建設資材卸売業>** 昨年度中に在庫を大幅に削減し、仕入れ価格の変動に備えた。また、不採算部門の共同化など、同業他社との連携交渉を行っている。

**<穀物卸売業>** 高騰した包装資材費・運送費はなかなか下がらない。一方、量販店からの値下げ圧力は強まっている。利益の確保が厳しい状況になりつつある。

**<食品雑貨店>** 昨年5月からのタスポ効果もなくなり、売上は横ばいである。プレミアム商品・イベント商品の販売促進・値引きセールなどに取り組んでいる。

**<めがね店>** 低価格店の出店で過当競争が続いているが、本州企業の撤退が出始め、一部店舗では売上が戻りつつある。しかし、依然として販売単価は下がっている。今後、人員削減・在庫圧縮・経費削減・仕入れ単価交渉など目に付くものは全て改善する。

**<自動車販売業>** ウェブの活用が地域外からの問い合わせや契約につながり、売上に大きく貢献している。今後は仕入先を広げ、良質な商品の仕入れと安定した利益の確保に努める。アフターや整備も含めた付属品売上の拡大を行う。

**<電器店>** 従来製品だけでは売上の拡大には限界がある。国の政策の中に、フォローの材料（太陽光発電システム、エコ家電の拡充など）が数多くあるので、これらを重点商品とし、経営の柱にする。

**<大型書店>** 人材面で気になるのは、2～3年前に入社した社員がうまく育っていないこと。質の低下、意識の低さなど、今までにないタイプの人材をどう教育していくかが課題である。

**<家具店>** 4～6月期は連休や高速道路料金の値下がりなどで顧客が都市へと向い、休日の来店者数が減少した。定額給付金支給に伴い割増商品券の発行を商店街で行ったが、効果は一時的なものだった。新築・改築等の季節がきたため、廃業した同業者分を取り込んで売上増大を目指す。

**<木材店>** 北海道では「配達運賃が無料」という習慣が根付いていて、“利益の少ないもの少量を遠方まで配達”というのがボディーブローのように効いている。

**<貸切バス>** 前年より燃料価格が下落し、経費を抑えている。しかし、新型インフルエンザの影響で客の動きが鈍くならないか、気がかりである。

**<農産物運送業>** 一次産品輸送を主体としているため、4～6月期にかけ閑散期に入る。また、車検等も5、6月に集中し資金不足になる懸念がある。

**<タクシー業>** プレミアム付のクーポン券の販売を開始し、固定客の確保を進めている。また、飲食店と提携し、飲酒運転撲滅のキャンペーンを実施するなど、より一層の交通安全に努めている。

**<都市ホテル>** 札幌からのビジネス客の減少で、利益率の高い宿泊売上が減少している。駅前にビジネスホテルがオープン予定で、競争は更に激化する。

**<観光ホテル>** 新たにランチバイキングを開始し、市民の利用を促進したい。宿泊部門は、決定権を握っている女性向けの販促を行っている。また、団塊の世代向けサービスも展開したい。

**<ソフトウェア開発>** 重要顧客である地方自治体は、経費削減の一環でIT化を積極的に導入し人件費を抑えている。このようなニーズに応じて新製品の開発を実施したため、売上は好調である。今後は、開発した製品を全国販売するための営業活動に重点を置く。

**<クリーニング店>** 消費マインドの低下が続き、高価格サービスが伸び悩んでいる。割引商品の拡充が必要である。

**<広告代理業>** 従来の新聞・テレビ・ラジオ・雑誌といった媒体以外に、現在伸びているネット通販やウェブ関連を使った営業展開を進める。また、各支社のやる気のある人材で組織した「改革委員会」で、営業戦略を立て意識改革につなげている。また、本州の同業者と業務提携し、情報交換などを実施している。

# 知的財産に対する取り組みのススメ

特許業務法人ピー・エス・デイ  
弁理士 内海 司

## 1. 知的財産は経営の役に立つのか？

日本は、人口の減少、国際競争力の低下などの構造的課題に加え、昨年からの国際的な金融危機に直面しています。こうした中、産業の国際競争力を強化し、持続的な経済成長を実現するためには、知的財産はますます重要になってきていることは、世界的に認識されています。知的財産権制度は、世の中に未だ存在しない新たなアイデアや概念（無体財産）に大きなアドバンテージを与え、それを創作した者にその無体財産を独占的に使用する権利を与える制度です。知的財産権制度が存在することによって、過当競争による粗製濫造を防止し、産業及び技術開発の適正な競争を保証することができると考えられています。

知的財産権制度の重要性が高まっている一方で、中小企業、特に北海道の中小企業からは、「特許権や商標権などの知的財産権を取得するには金がかかるが、その割にはこれらの権利が実際に経営に役立つかどうかよく分からない」「自社では特許がとれるような技術は扱っていないので、特許のことは考えたことがない」「自社の製品は、品質が良く、低コストで、市場への投入が早いので、競争力はある。金のかかる知的財産権は必要ない」などという声が聞かれることが多いのも事実です。

確かに、知的財産に対する取り組みを行い、知的財産権を取得しようと思ったら、それなりの手間と費用がかかります。例えば、特許権を取得しようと思えば、弁理士に依頼して特許書類を作成してもらって出願し、審査請求を行い（特許書類を特許庁に提出しただけでは、特許庁はその書類を審査してくれません。別途「審査請求」という手続を特許庁にする必要があります）、特許性の有無について特許庁の審査官とやりとりを行い、最終的に特許権が付与されるまで、100万円以上の費用がかかります（もちろん、これらの手続をすべて自社で行うのであれば費用はほとんどかかりません）。弁理士とのやりとりの窓口となる社員とその社員の教育も必要になるかもしれません。商標権についても、最終的に権利を得るまでに必要な費用は、数十万円程度になることもあります。このように費用と手間をかけて苦勞して特許権や商標権を取得したからといって、それらの権利に基づいて他社からライセンス料を得ることができるような場合以外は、すぐにそのメリットが実感されるものではありません。

しかし、特許権や商標権などの知的財産権に真剣に目を向けずにいることの影響は、時間を置いて現れます。例えば、多くの時間をかけ、多額の資金を投じ、多数の人手を割いて開発した製品の中核となる重要な技術について特許権を取得していなければ、その技術がよい技術であればあるほど多くの競合他社が参入してきます。今のような時代には、従来からの競合他社だけでなく、その分野に目を向けることのなかった大手企業までが参入してくることも十分に考えられます。競合他社が参入すると、その製品の本来の価格が維持できなくなり、利益の確保が難しくな

る可能性があります。特に大手企業が参入し、大量の資金と人員を投入して同じ製品の開発に取り組んだ場合には、価格低下は避けられず、体力の弱い中小企業は太刀打ちできません。

このようなリスクを軽減するためには、中小企業こそ知的財産権制度を十分に理解し、積極的に権利を取得するための取り組みを行うことを考えるべきでしょう。知的財産権は、大手企業でも零細企業でも同じ土俵で評価される財産です。

実際に知的財産に対する取り組みを行い、自社技術や商標について知的財産権を取得することによって、以下のような「メリット」が考えられます。

### (1) 自社技術の保護及び収益の確保、他社による侵害の防止

すでに述べたように、費用と時間と人手をかけて苦労して生み出した重要な技術も、知的財産権を取得していなければ、他社に模倣されたときに対抗する手段がほとんどありません。それだけではなく、他社に先に権利化されてしまえば、その技術を使い続けるためには、その他社からライセンスを得る必要が出てきます。知的財産に対する取り組みを積極的に行い、権利を取得していくことによって、追随者や競合他社に対して比較優位性を維持して市場への参入障壁を築くことができます。

また、中小企業の場合、自社だけで事業の全てを賄うことは難しいことが多いと思います。自社の独自技術を使用した製品であっても、その製造や販売などの様々な局面でパートナーが必要になるでしょうし、こうしたパートナーが自社より規模の大きな企業であることもあると思います。こういった企業と対等に取引を行うためには、交渉の対象となる技術について知的財産権を持っていることや、少なくとも知的財産権を取得するための検討を進めていることが必要になるでしょう。

実際に、知的財産に対する取り組みに支えられた独自の製品で高いシェアを実現している企業も少なくありません。これらの企業では、市場において比較優位性を持つことが期待できる技術について、十分に検討された知的財産戦略に基づく取り組みを行うことによって、市場において高いシェアを持つ強い事業を作り上げています。

このようなメリットは、実際に問題が表面化しなければ実感しにくいことも確かですから、どうしても知的財産権取得にかかる費用の高さや手続きの煩雑さに目が向いて、知的財産は後回し、ということになりがちです。しかし、中長期的に考えたときに、知的財産権があればその分野には他社は参入しにくいでしょうし、模倣されることによって失う顧客や市場を考えれば、知的財産権に関する費用は決して高くはないと思います。知的財産権に投ずる費用があれば新たな機械を導入したり研究開発費に回したりするなどといった先行投資を行う方がよいという考え方もあるかもしれませんが、その技術について知的財産権を取得できるのはそれを開発した会社だけであり、知的財産権で適切に保護された技術を用いている事業には他社は容易に手を出せません。知的財産に対する取り組みや権利の取得に費用をかけることも「先行投資」のひとつであるという観点で考えてみてはいかがでしょうか。

## (2) 自社技術のブランド化

知的財産権として登録される技術や商標は、特許庁による審査をクリアしたものです。したがって、知的財産権で保護された製品は、顧客からの信頼を高め、品質を保証するブランドイメージをつくる効果があります。権利を取得することによって、自社の技術がオリジナリティのあるものであることを競合他社やユーザに示すとともに、その技術をコアとして自社のビジネスモデルが構築されていることを世の中に知らしめることができるのです。知的財産権は、自社技術のブランド化に貢献する財産であり、有効な宣伝広告手段ともなり得ます。「○○○という技術といえば△△社だ」「□□□という商品といえば△△社だ」というブランドイメージを定着させるために役立つといえるでしょう。

## (3) 技術開発、商品開発へのモチベーションの向上

技術開発や商品開発の成果を特許権や商標権といった知的財産権によって保護していくという仕組みを作り上げることによって、その技術を開発した技術者や商品開発に関わった社員は、自分の技術や貢献が認められたという自信につながります。その結果、さらなる開発への意欲が生まれ、よりよい研究開発活動、商品開発活動が可能となるでしょう。また、知的財産についての取り組みの一つとして、経営者をはじめとして様々な職種の社員によるチームで「発明会議」を定期的に行うことによって、新商品、新サービスのアイデアが生まれることもあります。

## 2. 特許・実用新案かノウハウか

これまでの説明で、知的財産に対する取り組みを行って知的財産権を積極的に取得することの重要性は、理解していただいたかと思います。そうすると、次に問題となるのは、自社の技術等をどのような知的財産権で保護するかということです。自社が目指す事業の方向性や有利な点・不利な点を明確にして、自社の技術やブランドをどのような知的財産権によって保護するのが最適かという判断を行う必要があります。

技術力を強みとする中小企業の場合には、新たな技術が開発されたときに技術の特許権・実用新案権で権利化して保護するのかノウハウとして保護するのかということが問題になるでしょう。

特許権・実用新案権で権利化して保護することを考える場合、気をつけなければならないことは、一つは、技術内容が、出願後一定期間を経てインターネットなどで公開されることです。したがって、日本国内のみならず海外からも容易に内容を知ることができるため、技術が模倣されるリスクが生じます。模倣された場合でも、その技術について最終的に特許権が取得できればあまり問題はありませんが、そうでなければ大変です。自社の重要な技術が公開され、誰でも模倣できるようになっているにもかかわらず、それを抑える手段がなくなります。したがって、特許権を取得しようと思えば、その出願書類をどのように作成するかということがきわめて重要にな

ります。企業の中には、特許の出願件数にノルマを課し、研究者の思いつくままにあまり内容を吟味することもなくなると特許出願書類を作成して出願するケースも多く、これでは特許権も取得できずただ単に技術情報を垂れ流すという最悪の結果になってしまいます。とりあえず出願しておこうという「余裕」のある大企業であればこれでもいいのかもしれませんが、自社の事業の核となる重要な技術を保護しようとしている中小企業の場合には、出願はしたものの特許権が取得できないということになると命取りになりかねません。

また、模倣品が出たときにそれが自社技術の侵害品であることを容易に判別できるかどうかということも、特許権・実用新案権として保護することを考える際に検討する必要があります。例えば、自社の工場内でのみ使用する製造技術について特許出願をして特許権を取得した場合でも、公開された技術が他社によって模倣されその社内でのみ使用されたときは、その使用が自社の特許権を侵害していることを見抜くことは難しいかもしれません。このような場合には、特許権の侵害としてその会社を訴えることができないこととなります。

さらに、特許権・実用新案権を取得することなく実施していた技術について万が一第三者が権利を取得した場合、特許権侵害として訴えられる可能性もあります。法律的には既に公になった技術について特許権が付与された場合にはその特許権を無効にするための手続はありますが、そのために余計な手間とお金がかかることとなります。

一方、自社の技術をノウハウ（営業秘密）として保護することも可能です。例えば、自社内でのみ使用する製造方法に関する技術などの場合には他社から見抜かれにくいため権利化しなくてもよい場合がありますが、このような場合には、ノウハウとしての保護も考えられます。リバーズ・エンジニアリングによっても技術内容がわからない製品を開発・製造している企業などでは、特許出願した場合の公開のリスクや、万が一特許権を取得できなかったときのリスクを嫌って、自社の事業のコアとなる技術に関してノウハウ戦略を採用していることも少なくありません。

ただし、ノウハウとして技術を保護するには、厳密な秘密管理が行われていることが前提となります。裁判になったときに秘密情報として認められるためには、以下の要件が必要となります。

- ① 客観的に秘密として管理されている状態にあること（秘密管理性）
- ② 事業活動に有用な技術上又は営業上の情報であること（有用性）
- ③ 保有者の管理以外では一般に入手できない状態にあること（非公知性）

これらの要件を満たすためには、例えば、秘密情報を管理する者の人数が特定されている、施錠された保管室に秘密情報が保管されている、秘密情報の収納・保管・廃棄方法が規定されている、書類に秘密情報であることを示す表示がある、就業規則に秘密保持義務についての明示的な規定があるなどといったことが必要となります。これらの要件を見ると、単に自社の技術をノウ

ハウとして保護します、とただだけでは保護されず、社内にきちんとしたノウハウ管理体制を構築する必要があることが分かります。

このように、特許権・実用新案権として保護する場合もノウハウとして保護する場合も、それぞれ一長一短があります。一般に、他社での実施状況が分かる技術や競合他社との間で技術レベルが接近していると考えられる技術の場合には、特許出願や実用新案登録出願を考えるべきでしょう。これに対して、明らかに特許性がないものは当然ですが、侵害していることが検出しにくい技術や自社でしか使用しない特殊な技術については、ノウハウとして保護することも考えるのがいいでしょう。もちろん、自社でしか使用しない技術だからといって、ノウハウだけで保護しようとするのは問題です。他社から見抜かれやすい技術であれば特許権・実用新案権による保護を考えるべきでしょう。

なお、技術の保護方法は、特許かノウハウかといった二者択一ではありません。基本技術については特許権・実用新案権で積極的に保護し、その基本技術を取り巻く技術、例えば製造過程で用いられる中間材料や製造条件など最終製品を分析しただけでは容易に分からないような技術については、ノウハウで保護するといったように、特許もノウハウもという考え方もあります。

特許権・実用新案権として保護するかノウハウとして保護するかにかかわらず、気をつけなければならないことがあります。製造工程上のちょっとした工夫などはすぐに真似できてしまうものが多いと思います。したがって、コア技術が公開されるような工場見学の要請は受け入れないようにするのが最も確実ですが、受け入れるとしても見ただけではその部分が分からないようにした上で受け入れることが必要です。また、取引先との交渉に当たって情報を開示しなければならないときには、秘密保持契約を交わした上で相手に公開してもよい情報と、何がなんでも公開しない情報とを分類して公開することも考えなければなりません。中小企業の価値は技術力です。自社の事業の源泉となるべきコア技術の開示にあたっては、細心の注意を払うべきです。

### 3. 特許か実用新案か

自社の技術を知的財産権で権利化して保護しようと考えた場合、次に検討しなければならないのは、特許権として保護するか実用新案権として保護するかということです。特許権と実用新案権の違いは、以下の図の通りです。

特許と実用新案の違い		
	特 許	実用新案
保護対象	物、方法、物を生産する方法の発明	物品の考案に限定
実体審査	審査官が審査	無審査
権利の存続期間	出願から20年	出願から10年
権利になるまで	審査請求から平均32月 (特許査定発送日まで)	出願から2~3月 (不備のないもの)
費用 (登録から3年分)	約20万円	約2万円
権利行使	排他的権利	技術評価書を提示して警告した後でなければできない
出願件数	年間約40万8千件	年間約1万1千件

○早期登録制度の採用  
○紛争解決は当事者間の判断  
○権利行使は当事者責任で

**特許出願手数料**  
出 願 15,000円  
審査請求168,600円+(4,000円×請求項数)  
登 録 2,300円+(200円×請求項数)/年  
(1~3年まで)

**実用新案出願手数料**  
出 願 14,000円  
登 録 2,100円+(100円×請求項数)/年  
(1~3年まで)

**技術評価書**  
42,000円+1請求項につき1,000円

(注) 出願件数は平成18年度の実績  
「知的財産権制度入門 (平成20年度、特許庁)」より転載

私も、よく「特許権をとれるレベルの技術ではないし、実用新案権なら早くしかも安く権利になるので、実用新案権をとりたい」と相談を受けることがあります。しかし、実用新案権を利用して保護を受けるということは、そう簡単なことではありません。

上の図に示されるように、実用新案権は無審査で登録されますので、極端に言えば書類の体裁が整っていれば、登録番号が付与されます。しかし、登録番号が付与されたからと言ってそれが実効性のある権利であると認められた訳ではありません。登録番号が付与されたとしても、他社の模倣に対してその権利に基づいて権利行使を行う場合、実用新案技術評価書（権利の有効性（新規性や進歩性があるかどうか）に関して特許庁がその見解を示したもの）を提示して警告した後でなければ権利行使ができず、権利行使するとしても当事者の責任でしなければなりません。実用新案技術評価書の評価結果や、権利者が権利の有効性について果たした注意義務（具体的には、どれだけきちんと先行技術文献を行ったか）の程度によっては、権利行使によって相手方に与えた損害について逆に責任を問われるおそれもあります。

一方、権利の有効性を問われたときに問題となる「進歩性」の基準について、特許法は「容易に発明」することができないものと規定しているのに対し、実用新案法は「きわめて容易に考案」することができないものと規定していますが、実態上は進歩性のレベルにほとんど差異はないと言われています。

以上の点を踏まえると、権利行使時の安定性という点を考慮して、権利内容が曖昧な実用新案権より特許権での保護を第一に考えた方がいいと思います。出願書類を作成するための費用については、特許出願書類と実用新案登録出願書類とでそれほど差はありません。特許の出願審査請求料は実用新案技術評価書の請求料より高くなりますが、中小企業の場合、一定の条件を満たせば出願審査請求料が減免される制度もあります。特許の場合にはそのままでは審査に時間がかかりますが、中小企業の場合は早期審査制度を活用することによって権利化までの時間が大幅に短縮されます（当事務所でも、出願後2.5ヶ月程度で特許査定となった事例もあります）。

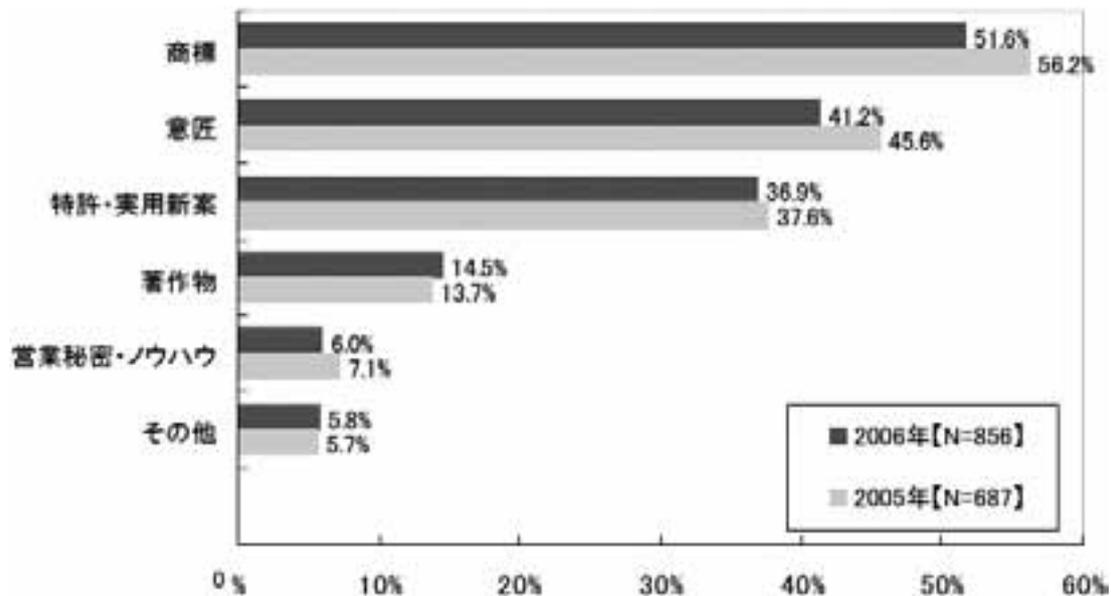
なお、自社にとって権利を取得して維持する必要はないものの、同業他社に権利をとられないようにする目的であれば、登録実用新案公報を利用して意図的に技術を公知にすることも考えられます。特許の場合は、出願後1年半経たないと公開されませんが、実用新案の場合は、出願後2～3ヶ月で登録され、その後登録実用新案公報として公開されますので、早く公知にすることができます。

#### 4. 意匠や商標も

自社の強みは技術であるからといって、特許権や実用新案権による保護を考えるだけで十分ではありません。世の中に流通している全てのモノはかならず何らかのデザインが施されていますから、特許権を補完する意味でも、自社の製品のデザインすなわち意匠の権利化を考えることも必要です。ある製品を開発した場合、その製品を技術的な側面から保護するのが特許権であるのに対して、その製品を意匠（要するに見た目）の側面から保護するのが意匠権です。また、実際に販売される製品について、その製品を端的に表した特徴的なネーミング（商品名）を考え、それを商標権として保護することも重要です。ブランドイメージを構築することの重要性については既に説明しましたが、ブランドイメージを構築するのに最も適した知的財産権は商標権です。下の図は特許庁による模倣被害調査の結果ですが、特許や実用新案とは異なり商標や意匠は見ればすぐ模倣できますから、これらの模倣被害が多いことは当然かもしれません。製品のデザインや商品名について意匠権や商標権を取得していなければ、簡単に模倣されて大きな被害を被る可能性があることが分かるでしょう。

知的財産権の保護の重要性について合意が形成されている先進国などでは、特許権による保護が有利であることは間違いありません。しかし、発展途上国などでは、知的財産権に対する意識が低く、権利の実効性が乏しいため、模倣が検出しやすい意匠権や商標権が効果的な場合が多いでしょう。また、特許権の取得と比べると費用が安く済むとともに、手続きが簡単で権利化までの時間が短い場合が多いことも、意匠権、商標権による保護のメリットとして挙げられます。

模倣被害企業の権利別の被害社数の割合（複数回答）



「模倣被害調査報告書」(2007年度、特許庁)

## 5. 最後に

中小企業が、限られた経営資源を駆使して事業を営んでいる中で、「知的財産は面倒で、お金も手間もかかる」という理由で知的財産に対する取り組みを敬遠する気持ちは、よく分かります。だからといって、知的財産の問題を放置しておく、経済のグローバル化や取引先の選別が進み、経営環境がより厳しくなっている中で、今後生き残っていくことが難しくなる可能性が高まるのも現実だと思います。ある中小企業の経営者が、「機械はお金を出せば誰にでも買えるが、特許は発明した人しか手に入れることができない」と言ったということを知ることがあります。知的財産に対する取り組みは、企業の収益や事業リスクに直結するだけに、中小企業経営における経営資源の一つとして考える優先度は高いのではないのでしょうか。

特許業務法人ピー・エス・デイ

札幌市中央区北1条東1丁目サン経成ビル2階

TEL011-222-4775 FAX011-222-4751

E-mail uchiumi@us-psd.jp

# 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(%)										
17年度	100.9	△ 0.1	100.7	1.6	100.4	0.9	101.0	2.2	105.1	5.1	97.0	2.5
18年度	103.9	3.0	105.3	4.6	104.7	4.3	105.3	4.3	105.3	0.2	98.6	1.6
19年度	104.2	0.3	108.1	2.7	104.2	△ 0.5	108.7	3.2	105.0	△ 0.3	100.5	1.9
20年度	96.2	△ 7.7	94.4	△ 12.7	98.3	△ 5.7	95.0	△ 12.6	103.2	△ 1.7	95.3	△ 5.2
20年 1～3月	105.2	1.0	109.5	2.4	107.3	2.4	110.5	3.2	102.8	△ 0.3	105.2	1.9
4～6月	104.3	0.7	108.1	0.8	106.2	3.6	108.4	1.0	101.1	2.3	106.2	2.6
7～9月	102.6	△ 0.5	104.6	△ 1.4	103.0	0.4	105.1	△ 1.5	102.5	1.9	107.7	3.1
10～12月	94.0	△ 9.9	92.8	△ 14.5	96.0	△ 7.8	93.5	△ 14.9	103.0	1.2	109.7	4.8
21年 1～3月	83.7	△ 21.6	72.3	△ 34.6	89.0	△ 18.1	73.9	△ 33.5	101.0	△ 1.7	99.8	△ 5.2
20年 5月	104.1	△ 0.1	109.3	0.9	105.8	2.4	109.7	1.5	100.4	△ 0.5	105.3	1.5
6月	104.2	1.2	107.1	△ 0.2	106.8	6.6	106.9	△ 0.8	101.1	2.3	106.2	2.6
7月	106.9	4.2	106.8	2.3	107.6	8.4	107.4	3.0	102.5	3.9	106.3	2.1
8月	102.1	△ 2.6	103.5	△ 7.2	101.7	△ 3.9	103.9	△ 7.1	103.0	3.8	106.1	1.7
9月	98.8	△ 3.0	103.6	0.4	99.7	△ 3.0	104.0	△ 0.5	102.5	1.9	107.7	3.1
10月	97.2	△ 6.3	100.1	△ 6.6	99.4	△ 3.8	100.9	△ 7.1	101.7	△ 0.2	108.9	4.4
11月	95.1	△ 11.3	93.1	△ 16.5	97.2	△ 8.8	93.6	△ 17.0	101.3	△ 1.8	109.5	4.3
12月	89.6	△ 12.3	85.3	△ 20.7	91.4	△ 10.8	86.0	△ 20.7	103.0	1.2	109.7	4.8
21年 1月	88.0	△ 17.3	76.7	△ 30.9	92.5	△ 13.7	76.7	△ 31.6	100.8	△ 3.1	108.0	2.8
2月	83.1	△ 24.4	69.5	△ 38.4	89.5	△ 22.0	72.0	△ 36.7	101.6	△ 0.4	103.5	△ 1.7
3月	80.0	△ 22.7	70.6	△ 34.2	85.0	△ 18.4	73.1	△ 32.4	101.0	△ 1.7	99.8	△ 5.2
4月	r 83.8	△ 20.0	r 74.8	△ 30.7	r 85.9	△ 19.0	r 75.3	△ 30.7	r 99.1	△ 1.1	r 97.1	△ 7.2
5月	p 85.5	△ 19.2	p 79.2	△ 29.5	p 86.4	△ 20.3	p 78.7	△ 30.0	p 98.7	△ 1.7	p 96.5	△ 8.3
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(%)
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	954,970	△ 2.6	212,525	△ 1.0	309,947	△ 3.5	84,287	△ 0.8	645,022	△ 2.1	128,238	△ 1.1
20年度	934,005	△ 5.6	206,603	△ 4.2	283,317	△ 6.5	78,442	△ 6.7	650,688	△ 5.2	128,160	△ 2.5
20年 1～3月	230,583	△ 2.9	52,009	△ 0.3	74,766	△ 3.3	20,459	△ 0.9	155,818	△ 2.7	31,551	0.1
4～6月	223,266	△ 5.7	50,649	△ 2.7	67,553	△ 7.0	19,220	△ 4.5	155,713	△ 5.0	31,429	△ 1.6
7～9月	223,689	△ 4.5	50,775	△ 2.0	69,945	△ 3.0	19,014	△ 3.2	153,744	△ 5.1	31,761	△ 1.3
10～12月	257,705	△ 5.8	56,078	△ 4.6	79,078	△ 7.4	22,095	△ 7.8	178,626	△ 5.1	33,983	△ 2.4
21年 1～3月	229,345	△ 6.3	49,101	△ 7.2	66,740	△ 8.3	18,114	△ 11.1	162,605	△ 5.4	30,987	△ 4.7
20年 5月	74,421	△ 5.2	16,944	△ 2.0	22,491	△ 5.1	6,404	△ 2.5	51,930	△ 5.2	10,540	△ 1.7
6月	73,982	△ 6.5	16,904	△ 4.0	22,327	△ 9.9	6,442	△ 7.3	51,655	△ 4.9	10,462	△ 1.7
7月	78,519	△ 3.1	18,659	△ 0.7	25,940	△ 2.2	7,716	△ 2.3	52,579	△ 3.5	10,943	0.5
8月	74,895	△ 3.7	16,527	△ 2.2	21,788	△ 1.4	5,567	△ 2.9	53,107	△ 4.6	10,960	△ 1.8
9月	70,275	△ 6.8	15,589	△ 3.3	22,218	△ 5.4	5,731	△ 4.6	48,058	△ 7.5	9,858	△ 2.6
10月	75,189	△ 6.1	16,668	△ 4.3	23,091	△ 7.4	6,369	△ 6.9	52,098	△ 5.4	10,299	△ 2.6
11月	79,706	△ 3.8	17,820	△ 3.1	24,235	△ 5.9	7,068	△ 6.3	55,471	△ 2.7	10,752	△ 0.7
12月	102,809	△ 7.2	21,590	△ 6.2	31,752	△ 8.6	8,658	△ 9.6	71,057	△ 6.6	12,932	△ 3.6
21年 1月	80,732	△ 5.2	18,069	△ 5.5	24,610	△ 5.5	6,705	△ 9.2	56,122	△ 5.1	11,364	△ 3.1
2月	68,023	△ 5.6	14,518	△ 8.1	18,680	△ 7.1	5,144	△ 11.4	49,343	△ 5.0	9,374	△ 6.1
3月	80,590	△ 7.9	16,514	△ 8.2	23,450	△ 11.9	6,265	△ 12.9	57,140	△ 5.9	10,249	△ 4.9
4月	r 75,264	△ 6.1	r 15,960	△ 6.7	r 19,402	△ 10.8	r 5,611	△ 11.3	r 55,862	△ 4.1	r 10,349	△ 4.0
5月	p 76,869	△ 4.0	p 16,178	△ 6.5	p 19,783	△ 8.0	p 5,589	△ 12.1	p 57,086	△ 2.3	p 10,589	△ 3.1
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(%)	12年=100	前年同 月比(%)	12年=100	前年同 月比(%)	円/ドル	円 月(期)末
17年度	416,611	△ 2.9	73,724	△ 2.5	100.1	△ 0.1	100.0	△ 0.2	113.26	17,060
18年度	414,921	△ 1.7	74,211	△ 2.0	100.5	0.5	100.2	0.3	116.94	17,288
19年度	408,292	△ 1.6	75,161	△ 0.9	101.1	0.6	100.6	0.3	114.20	12,526
20年度	430,624	4.8	80,556	5.4	102.5	1.4	101.7	1.1	100.46	8,110
20年 1～3月	93,832	△ 1.1	17,798	△ 0.5	101.8	1.8	100.7	1.0	105.20	12,526
4～6月	105,068	4.1	19,224	2.5	102.8	2.4	101.6	1.4	104.51	13,481
7～9月	116,168	5.0	21,731	7.6	104.3	3.6	102.6	2.2	107.61	11,260
10～12月	109,998	5.3	20,674	6.9	102.4	0.8	101.9	1.0	96.14	8,860
21年 1～3月	99,390	4.8	18,927	4.2	100.6	△ 1.2	100.6	△ 0.1	93.59	8,110
20年 5月	36,763	8.5	6,553	3.5	102.9	2.3	101.7	1.3	104.14	14,339
6月	36,271	3.9	6,553	4.0	103.9	3.3	102.2	2.0	106.90	13,481
7月	39,658	6.6	7,538	11.5	104.1	3.8	102.4	2.3	106.81	13,377
8月	39,877	2.5	7,419	5.1	104.6	3.8	102.7	2.1	109.28	13,073
9月	36,633	6.0	6,774	6.4	104.1	3.2	102.7	2.1	106.75	11,260
10月	36,920	4.7	6,939	7.9	103.5	2.2	102.6	1.7	100.33	8,577
11月	35,044	6.0	6,645	7.2	102.2	0.9	101.7	1.0	96.81	8,512
12月	38,034	5.3	7,090	5.8	101.5	△ 0.6	101.3	0.4	91.28	8,860
21年 1月	33,780	7.1	6,358	6.8	100.8	△ 1.1	100.7	0.0	90.41	7,994
2月	30,887	2.0	5,882	2.0	100.5	△ 1.0	100.4	△ 0.1	92.50	7,568
3月	34,723	5.2	6,688	3.9	100.6	△ 1.5	100.7	△ 0.3	97.87	8,110
4月	34,055	4.9	6,513	4.0	100.1	△ 1.6	100.8	△ 0.1	99.00	8,828
5月	36,540	△ 1.9	6,759	0.8	99.7	△ 3.1	100.6	△ 1.1	96.30	9,523
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・ストア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(%)	
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	48,440	10.6	71,557	△ 7.5	49,152	△ 10.8	4,390,344	△ 3.7
20年度	150,123	△ 11.2	39,145	△ 19.2	63,490	△ 11.3	47,488	△ 3.4	3,908,880	△ 11.0
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
4～6月	41,838	△ 3.9	11,098	0.4	18,284	△ 4.4	12,456	△ 6.7	965,895	△ 0.5
7～9月	40,048	△ 2.4	11,003	△ 9.5	17,503	0.2	11,542	1.1	1,035,859	△ 1.5
10～12月	29,509	△ 14.9	7,617	△ 30.2	11,973	△ 14.8	9,919	2.2	863,155	△ 14.2
21年 1～3月	38,728	△ 22.4	9,427	△ 34.2	15,730	△ 24.8	13,571	△ 7.5	1,043,971	△ 23.4
20年 5月	12,277	△ 9.0	3,249	△ 5.0	4,972	△ 11.1	4,056	△ 9.3	296,082	△ 3.6
6月	14,676	△ 5.8	3,914	0.0	6,351	△ 12.8	4,411	0.7	363,966	△ 2.5
7月	15,893	4.6	4,418	6.0	7,553	6.5	3,922	△ 0.2	383,258	7.0
8月	9,665	△ 8.9	2,482	△ 21.1	4,153	△ 6.0	3,030	△ 0.5	255,295	△ 8.0
9月	14,490	△ 4.9	4,103	△ 15.2	5,797	△ 2.6	4,590	3.2	397,306	△ 4.5
10月	11,591	△ 8.1	2,973	△ 25.4	4,750	△ 5.2	3,868	6.6	314,860	△ 6.3
11月	10,053	△ 20.3	2,485	△ 37.8	4,108	△ 24.7	3,460	9.4	295,751	△ 18.9
12月	7,865	△ 16.8	2,159	△ 26.5	3,115	△ 13.3	2,591	△ 11.2	252,544	△ 17.3
21年 1月	7,870	△ 19.2	1,833	△ 31.3	3,127	△ 23.1	2,910	△ 3.3	256,054	△ 20.0
2月	10,384	△ 24.6	2,368	△ 37.3	4,161	△ 27.6	3,855	△ 9.1	324,515	△ 24.4
3月	20,474	△ 22.4	5,226	△ 33.6	8,442	△ 23.9	6,806	△ 8.3	463,402	△ 24.5
4月	11,533	△ 22.5	2,703	△ 31.3	5,229	△ 24.9	3,601	△ 9.7	236,063	△ 22.8
5月	10,542	△ 14.1	3,202	△ 1.4	4,071	△ 18.1	3,269	△ 19.4	244,595	△ 17.4
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(%)
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
20年度	36,050	△15.0	10,392	0.3	858,082	△ 2.9	117,951	0.1	106,168	△14.1
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
4～6月	12,034	△24.7	2,897	△11.0	309,413	△ 6.7	28,444	△ 8.4	31,308	5.3
7～9月	12,022	34.4	2,913	40.2	283,636	△ 1.8	33,180	4.7	28,451	△ 6.9
10～12月	7,884	△24.1	2,586	4.1	124,729	△13.7	27,990	△ 2.8	22,803	△23.7
21年 1～3月	4,110	△41.9	1,996	△21.4	140,304	18.3	28,338	7.8	23,606	△29.4
20年 5月	4,027	20.8	908	△ 6.5	74,803	△10.7	7,675	△ 9.6	9,929	5.1
6月	4,416	△35.3	1,009	△16.7	109,818	3.7	9,743	△11.3	12,026	9.7
7月	3,688	△ 5.0	972	19.0	115,230	△ 6.2	12,202	13.8	9,058	△ 4.7
8月	4,533	92.6	969	53.6	89,963	△ 2.3	9,253	△ 6.0	7,758	△13.0
9月	3,801	40.3	972	54.2	78,443	6.5	11,724	5.5	11,635	△ 4.2
10月	3,137	△ 9.5	921	19.8	61,201	△16.2	11,697	△ 0.4	7,524	△15.5
11月	2,801	△27.4	843	0.0	36,794	△ 8.2	8,443	△ 2.8	7,261	△27.7
12月	1,946	△36.4	822	△ 5.8	26,734	△14.9	7,850	△ 6.4	8,018	△26.8
21年 1月	822	△60.9	707	△18.7	19,154	27.8	6,019	1.9	5,745	△39.5
2月	1,337	△19.4	623	△24.9	15,856	61.6	6,349	△ 2.8	6,921	△30.1
3月	1,951	△41.1	666	△20.7	105,294	12.2	15,969	15.3	10,940	△22.2
4月	2,392	△33.4	662	△32.4	147,242	18.0	13,288	20.5	6,286	△32.8
5月	2,113	△47.5	628	△30.8	66,539	△11.0	7,866	2.5	6,123	△38.3
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 原数値	原数値	% 原数値	% 原数値	件	前年同 月比(%)	件	前年同 月比(%)
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	12,817	△ 2.0	0.51	0.97	5.2	3.8	610	11.7	14,366	7.7
20年度	12,253	△ 4.4	0.43	0.74	5.0	4.1	741	21.5	16,146	12.4
20年 1～3月	2,741	△ 1.5	0.52	0.99	5.6	4.0	168	5.7	3,715	8.0
4～6月	2,958	△ 1.5	0.44	0.82	5.0	4.0	187	8.7	3,829	5.9
7～9月	3,836	△ 4.8	0.45	0.81	4.9	4.0	190	37.7	4,034	16.4
10～12月	2,931	△ 3.7	0.43	0.75	4.3	3.9	189	43.2	4,068	13.9
21年 1～3月	2,528	△ 7.8	0.38	0.58	5.6	4.6	175	4.2	4,215	13.5
20年 5月	1,027	0.2	0.43	0.81	5.0	4.0	60	△18.9	1,290	△ 1.5
6月	1,123	△ 3.0	0.44	0.79	↓	3.9	53	3.9	1,324	11.7
7月	1,172	△ 4.3	0.44	0.80	↑	3.8	72	38.5	1,372	12.9
8月	1,432	△ 4.8	0.45	0.81	4.9	4.1	58	16.0	1,254	4.2
9月	1,232	△ 5.2	0.47	0.82	↓	4.1	60	66.7	1,408	34.4
10月	1,144	△ 0.2	0.45	0.79	↑	3.8	58	23.4	1,429	13.4
11月	885	△ 6.5	0.43	0.75	4.3	3.9	57	14.0	1,277	5.2
12月	902	△ 5.2	0.41	0.72	↓	4.1	74	111.4	1,362	24.1
21年 1月	803	△ 4.3	0.39	0.65	↑	4.2	60	20.0	1,360	15.8
2月	785	△13.4	0.38	0.58	5.6	4.6	50	△ 7.4	1,318	10.3
3月	940	△ 5.5	0.38	0.52	↓	5.1	65	1.6	1,537	14.1
4月	723	△10.5	0.32	0.42	—	5.2	56	△24.3	1,329	9.3
5月	922	△10.2	0.31	0.38	—	5.2	45	△25.0	1,203	△ 6.7
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。



---

調査レポート 2009.8月号 (No.157)  
平成21年 (2009年) 7月発行  
北洋銀行調査部  
札幌市中央区大通西4丁目1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。