

調査レポート

2011
6

No.179

- 道内経済の動き
- 平成23年度道内企業の新規採用と雇用動向
- 食クラスター活動について

● 目 次 ●

道内経済の動き	1
調査：平成23年度道内企業の新規採用と雇用動向	4
経営のポイント：中途採用や人材交流に重点 —企業の生の声—	11
経営のアドバイス：食クラスター活動について	14
主要経済指標	27

道内経済の動き

道内景気は、一部に持ち直しの動きもみられるが、東日本大震災以降、生産活動の落ち込みに加え観光客の大幅な減少や個人消費の低迷により、厳しさが顕著になっている。

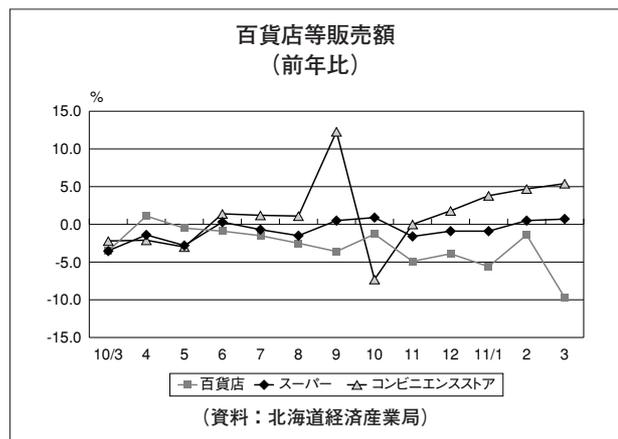
需要面をみると、輸出はニュージーランドやオーストラリア・西欧向けなどが増加している。公共投資は、持ち直しの動きとなり減少幅が縮小している。住宅投資は、需要が減少し前年割れに転じている。雇用情勢は、有効求人倍率、新規求人数ともに改善している。企業倒産は、負債総額は減少したものの、件数は増加している。

①個人消費～弱い動き

3月の大型小売店販売額（既存店ベース、前年比▲2.0%）は、百貨店が前年を下回ったが、スーパーは2ヶ月連続で前年を上回った。

百貨店（前年比▲9.7%）は、主力の衣料品ほかすべての品目が前年を下回った。スーパー（同+0.7%）は、衣料品が前年を下回ったが、飲食料品、身の回り品、その他品目が前年を上回った。

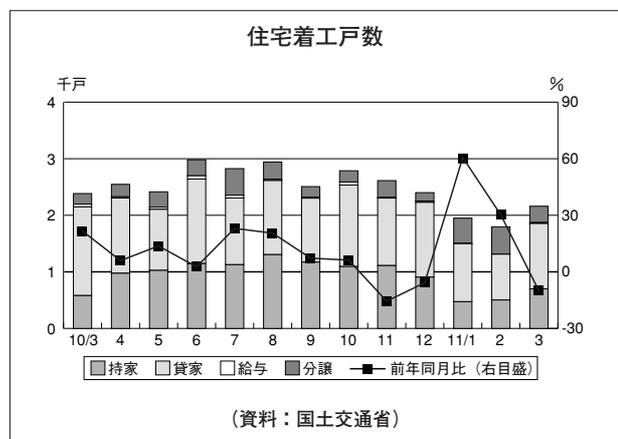
コンビニエンスストア（前年比+5.4%）は4ヶ月連続で前年を上回った。



②住宅投資～3ヶ月ぶりに減少

3月の新設住宅着工戸数は、2,160戸（前年比▲9.4%）と3ヶ月ぶりに前年を下回った。利用関係別では、持家（同+20.3%）、分譲（同+53.7%）はそれぞれ前年を上回ったが、貸家（同▲26.3%）は前年を下回った。

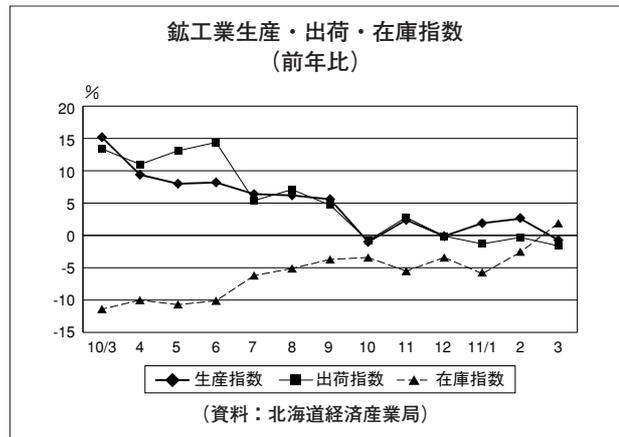
平成22年度累計では、29,922戸（前年度比+8.4%）と前年度を上回った。利用関係別では、貸家（同▲0.0%）は前年度並みとなったが、持家（同+11.6%）、分譲（同+44.4%）はそれぞれ前年度を上回った。



③鉱工業生産～生産は3ヶ月ぶりに低下

3月の鉱工業生産指数は、前月比▲7.2%、前年比では▲0.7%と3ヶ月ぶりに低下した。

業種別では、前年に比べ一般機械工業や木材・木製品工業、鉄鋼業などが上昇し、金属製品工業や輸送機械工業、印刷業などが低下した。

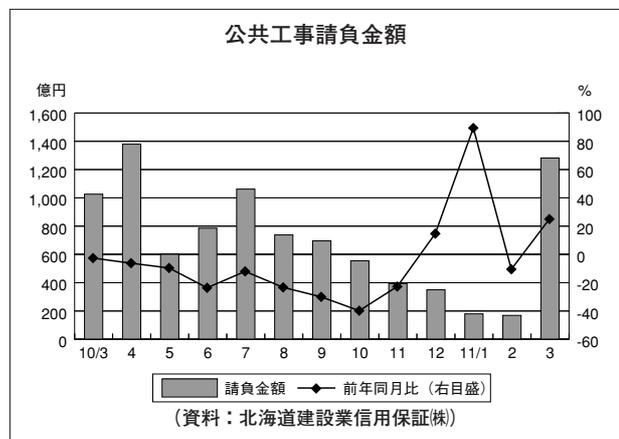


④公共投資～2ヶ月ぶりに増加

3月の公共工事請負金額は、1,282億円 (前年比+25.0%)と2ヶ月ぶりに前年を上回った。

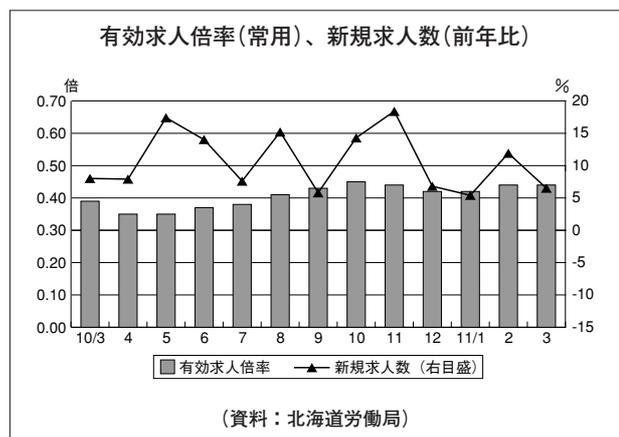
発注者別では、市町村 (前年比▲18.1%)は前年を下回ったが、国 (同+24.8%)、道 (同+46.3%)はそれぞれ前年を上回った。

平成22年度累計では請負金額8,194億円 (前年度比▲12.6%)と前年度を下回った。



⑤雇用情勢～持ち直しの動き

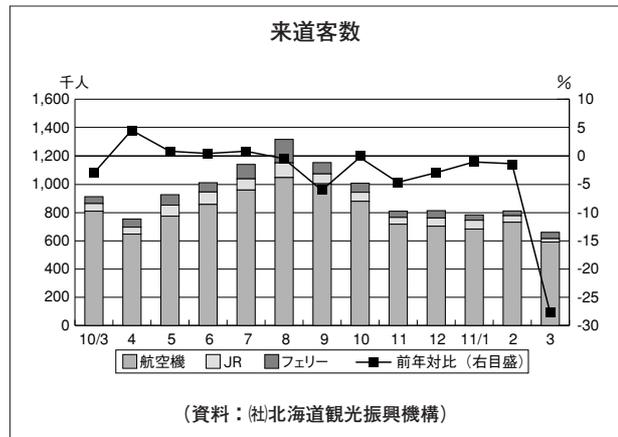
3月の有効求人倍率 (パートを含む常用)は0.44倍となり、前月比では横ばい、前年比では0.05ポイント上昇した。前年比は14ヶ月連続の上昇となった。新規求人数は、前年比6.5%の増加となり14ヶ月連続して前年を上回った。業種別では、卸・小売業 (前年比+16.1%)や医療・福祉 (同+5.7%)、宿泊業、飲食サービス業 (同+15.8%)などが増加した。



⑥来道客数～8ヶ月連続で前年を下回る

3月の来道客数は、660千人（前年比▲27.6%）と8ヶ月連続して前年を下回った。東日本大震災により、道外や海外からの観光客が北海道旅行の自粛や取り止めなどにより、大幅に減少している。

平成22年度累計では国内観光旅行の需要低迷などにより11,171千人（前年度比▲3.2%）と前年度を下回った。

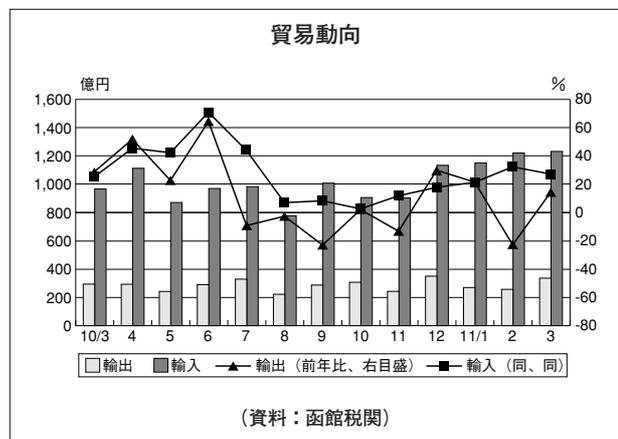


⑦貿易動向～輸出2ヶ月ぶりに増加

3月の道内貿易額は、輸出が前年比14.4%増の336億円、輸入が同27.2%増の1,232億円となった。

輸出は、一般機械や電気機器などが減少したが、鉄鋼や自動車の部分品、石油製品などが増加し2ヶ月ぶりに前年を上回った。

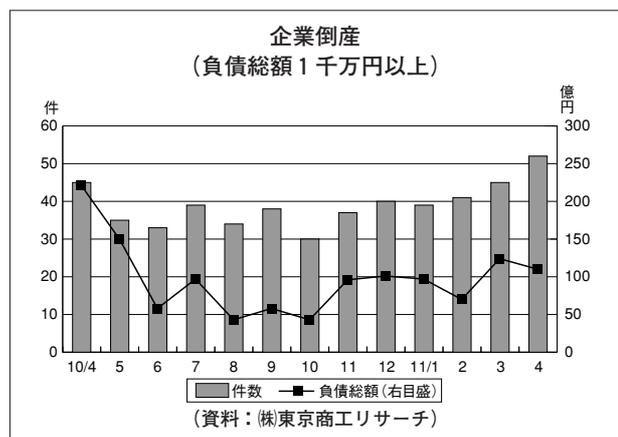
輸入は、原油・粗油や石炭、石油製品などが増加し15ヶ月連続で前年を上回った。



⑧倒産動向～件数は増加傾向

4月の企業倒産は、件数は52件（前年比+15.6%）、負債総額は110億円（同▲50.3%）となった。件数は4ヶ月連続で前年を上回り、負債総額は3ヶ月ぶりに前年を下回った。

業種別では、建設業15件、製造業、サービス・他各8件、卸売業、小売業各7件などとなった。



人員の過剰感いくぶん和らぐ

平成23年度道内企業の新規採用と雇用動向

要 約

1. 雇用の現状

雇用人員判断DI（プラス3、「過剰企業」－「不足企業」）は前年同期より4ポイント改善し、人員の過剰感はいくぶん和らいだ。

2. 新規採用状況

今春、「新卒者を採用した企業」(32%)

は前年より1ポイント低下し、低水準にとどまった。

3. 今後1年間の従業員の増減見通し

「増員する企業」(17%)が「減員する企業」(14%)を上回り、雇用方針DIはプラス3となった。前年同期（マイナス5）より8ポイント上昇し、人員確保に転じる企業が多い。

※今回調査は3月上旬を回答期限としており、3月11日に発生した東日本大震災の影響は調査結果に含まれておりません。

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

調査票を配付し、郵送または電子メールにより回収。

■ 調査内容

平成23年度の新規採用と雇用動向について

■ 判断時点

平成23年4月中旬

■ 本文中の略称

雇用人員判断DI

「過剰企業の割合」－「不足企業の割合」

雇用方針DI

「従業員を増員する割合」－「従業員を減員する割合」

■ 地域別回答企業社数

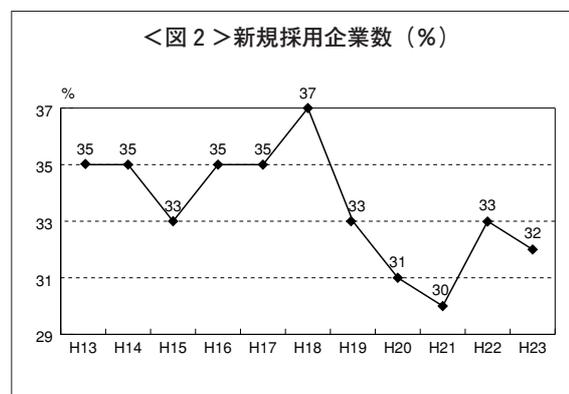
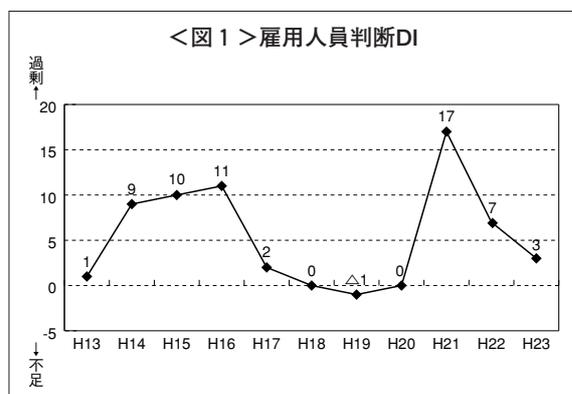
	企業数	構成比	地 域
全 道	445	100.0%	
札幌市	185	41.6	道央は札幌市を除く石狩、後志、胆振、日高の各地域、空知地域南部
道 央	104	23.4	
道 南	36	8.1	渡島・檜山の各地域
道 北	55	12.3	上川・留萌・宗谷の各地域、空知地域北部
道 東	65	14.6	釧路・十勝・根室・網走の各地域

■ 業種別回答状況

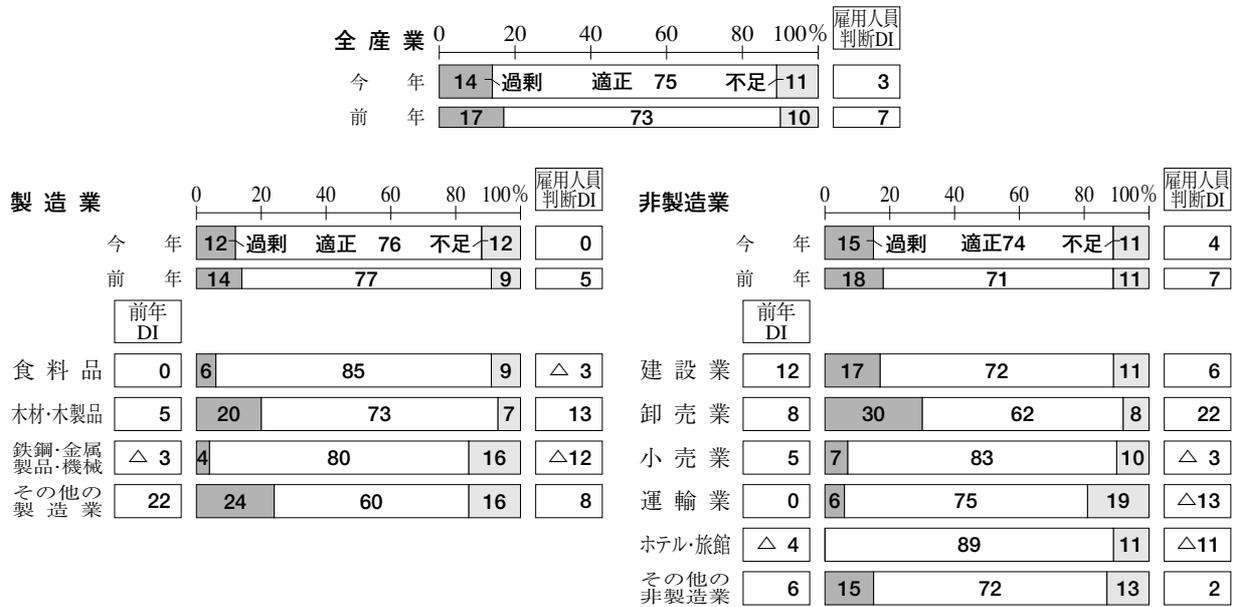
	調査企業社数	回答企業社数	回答率
全 産 業	678	445	65.6%
製 造 業	172	109	63.4
食 料 品	55	38	69.1
木 材 ・ 木 製 品	28	16	57.1
鉄鋼・金属製品・機械	46	27	58.7
その他の製造業	43	28	65.1
非 製 造 業	506	336	66.4
建 設 業	144	101	70.1
卸 売 業	87	59	67.8
小 売 業	106	63	59.4
運 輸 業	52	33	63.5
ホテル・旅館業	28	19	67.9
その他の非製造業	89	61	68.5

〈表1〉項目別の要点

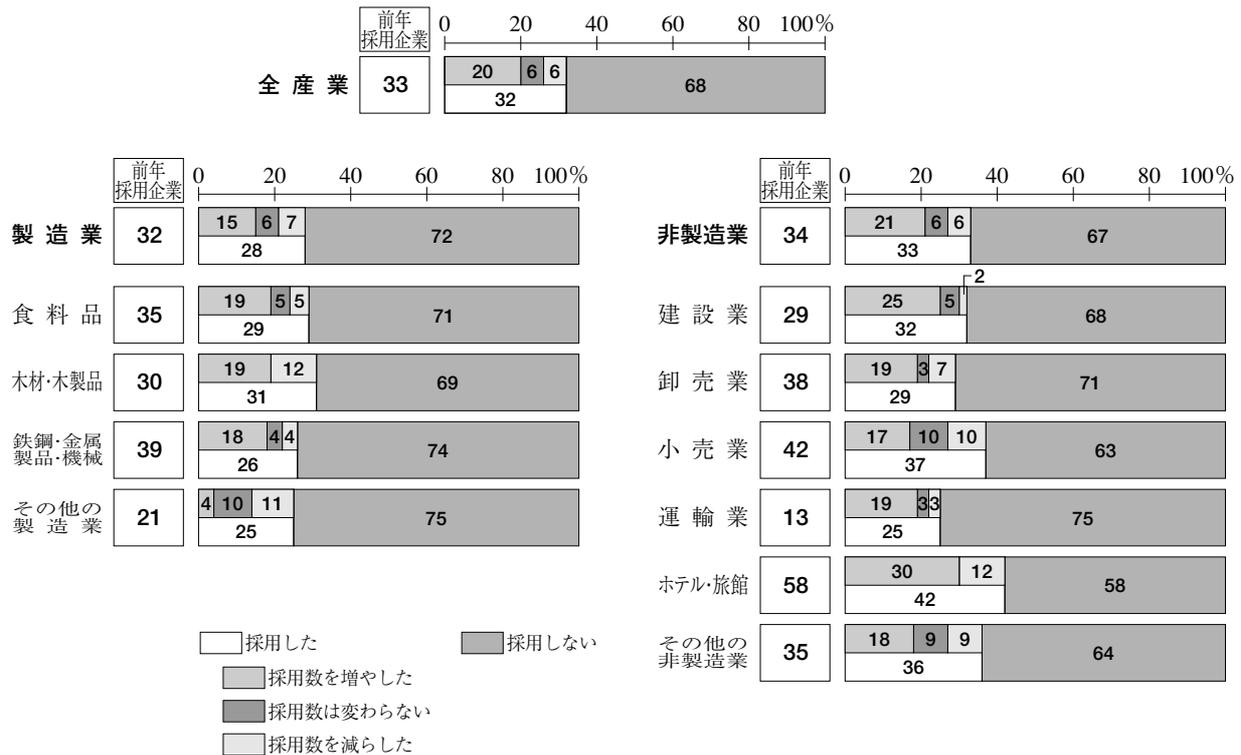
（項 目）	要 点
(1)従業員の過不足感	雇用人員判断DI（+3）は前年比4ポイント低下し、人員の過剰感いくぶん和らぐ
(2)新規採用状況	採用企業（32%）は1ポイント低下。「採用数増加」企業は20%、「採用数減少」企業は6%
(3)新規採用内定者の評価	「良い人材を採用できた」企業（56%）は前年比1ポイント上昇
(4)採用予定人数に対するの充足率	「予定通り」の企業（85%）が8割台半ば
(5)採用する際の重視項目	「積極性」(80%)、「責任感」(74%)、「協調性」(67%)の順
(6)企業の新規採用決定要因	「年齢構成の改善」(46%)、「業績推移を重視」(45%)、「人材確保の好機」(36%)の順
(7)新規採用実施企業の中途採用計画（32%、142社）	「必要あれば実施」(62%、88社）が前年比5ポイント上昇
(8)新規採用しなかった企業の理由（68%、303社）	「現従業員で十分」(58%、176社)、「随時、中途採用」(47%、142社）が上位
(9)今後一年間の従業員の増減見通し	雇用方針DI（+3）は前年比8ポイント上昇。運輸業（+17）、鉄鋼・金属製品・機械製造業（+16）などで人員確保の動き強い



<図3> 従業員の過不足感



<図4> 新規採用状況



〈表2〉新規採用内定者の評価

(単位：%)

(項 目)	全産業	製造業	製造業				非製造業	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		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
(1)良い人材を採用できた	56 (55)	61 (59)	73 (71)	80 (17)	33 (59)	43 (71)	54 (54)	61 (55)	38 (45)	46 (61)	71 (25)	13 (50)	76 (62)
(2)従来と変わらない	42 (44)	35 (38)	27 (29)	20 (83)	34 (33)	57 (29)	44 (46)	39 (45)	50 (55)	54 (39)	29 (75)	87 (50)	24 (38)
(3)良い人材を採用できず	2 (1)	4 (3)	— (—)	— (—)	33 (8)	— (—)	2 (—)	— (—)	12 (—)	— (—)	— (—)	— (—)	— (—)

() 内は前年実績

〈表3〉採用予定人数に対する充足率

(単位：%)

(項 目)	全産業	製造業	製造業				非製造業	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		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
(1)予定どおり	85 (85)	92 (89)	91 (93)	80 (83)	100 (84)	100 (100)	82 (83)	90 (83)	88 (90)	82 (74)	86 (100)	75 (91)	71 (75)
(2)9割台	5	—	—	—	—	—	6	4	—	9	—	13	10
(3)7～8割台	6	4	—	20	—	—	7	3	6	5	—	—	19
(4)5～6割台	4	4	9	—	—	—	5	3	6	4	14	12	—
(5)5割未満	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

() 内は前年実績

〈表4〉 採用する際の重視項目（複数回答）

（単位：％）

(項 目)	製造業						非製造業						
	全産業	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	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
(1)積極性	① 80 (80)	① 75 (85)	② 73 (93)	② 60 (75)	① 60 (86)	① 100 (80)	① 82 (79)	② 78 (80)	① 94 (67)	① 88 (82)	④ 63 (80)	① 75 (85)	① 81 (81)
(2)責任感	② 74 (67)	② 71 (68)	① 82 (60)	② 60 (50)	① 60 (86)	② 71 (70)	② 75 (67)	① 81 (66)	② 82 (58)	③ 58 (75)	② 75 (80)	③ 63 (69)	① 81 (62)
(3)協調性	③ 67 (62)	③ 61 (62)	③ 64 (33)	① 80 (63)	④ 40 (79)	④ 57 (80)	③ 69 (63)	② 78 (66)	③ 71 (58)	③ 58 (64)	② 75 (80)	③ 63 (54)	③ 67 (62)
(4)誠実性	61 (54)	46 (53)	55 (60)	② 60 (63)	40 (43)	29 (50)	65 (55)	④ 63 (54)	59 (50)	② 71 (43)	① 88 (40)	① 75 (69)	52 (71)
(5)コミュニケーション能力	49 (49)	43 (45)	27 (47)	20 (38)	① 60 (36)	② 71 (60)	50 (50)	50 (60)	35 (50)	54 (32)	50 (60)	③ 63 (69)	52 (43)
(6)一般常識	49 (40)	25 (28)	18 (13)	20 (38)	20 (29)	43 (40)	55 (44)	53 (51)	47 (46)	46 (25)	④ 63 (60)	③ 63 (69)	③ 67 (38)
(7)自立性	28 (24)	14 (26)	9 (13)	— (50)	20 (29)	29 (20)	31 (23)	22 (20)	41 (29)	42 (29)	13 (20)	13 (15)	38 (19)
(8)専門知識	22 (20)	25 (32)	9 (20)	20 (13)	40 (57)	43 (30)	21 (15)	25 (23)	6 (8)	17 (7)	13 (40)	— (8)	43 (19)
(9)地元出身者である	12 (9)	21 (15)	18 (27)	② 60 (25)	— (—)	14 (10)	9 (7)	16 (3)	12 (8)	8 (14)	13 (20)	— (—)	— (5)
(10)リーダーシップ	9 (7)	7 (9)	— (13)	20 (13)	— (—)	14 (10)	9 (6)	13 (9)	— (13)	8 (4)	13 (—)	13 (—)	10 (5)
(11)学業成績	5 (5)	4 (—)	— (—)	20 (—)	— (—)	— (—)	6 (6)	6 (14)	6 (4)	8 (4)	— (—)	— (8)	5 (—)
(12)公的資格がある	4 (7)	— (2)	— (7)	— (—)	— (—)	— (—)	6 (9)	6 (9)	— (4)	8 (7)	13 (—)	— (—)	5 (24)
(13)その他	3 (2)	4 (—)	— (—)	— (—)	— (—)	14 (—)	3 (3)	— (3)	6 (4)	4 (4)	— (—)	— (8)	5 (—)

○内数字は業種内の順位 ()内は前年実績

〈表5〉 企業の新規採用決定要因（複数回答）

（単位：％）

(項 目)	全産業	製造業	製造業				非製造業	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		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
(1)年齢構成の改善を図る	① 46 (41)	① 46 (39)	② 46 (41)	20 (30)	① 60 (38)	② 57 (46)	① 46 (42)	① 43 (44)	① 59 (40)	① 54 (33)	① 75 (43)	14 (46)	29 (50)
(2)業績の推移を重視	② 45 (45)	① 46 (52)	③ 36 (47)	② 40 (30)	② 40 (69)	① 71 (55)	② 45 (43)	③ 40 (47)	① 59 (36)	② 42 (50)	13 (14)	① 71 (54)	① 48 (36)
(3)人材確保の好機である	③ 36 (32)	④ 43 (19)	① 73 (18)	② 40 (20)	20 (25)	14 (9)	③ 34 (37)	④ 33 (38)	29 (36)	③ 38 (40)	③ 38 (14)	④ 29 (23)	② 33 (50)
(4)将来の人手不足に備える	31 (24)	29 (28)	③ 36 (24)	② 40 (50)	20 (25)	14 (18)	32 (23)	① 43 (24)	24 (20)	25 (27)	② 50 (14)	14 (8)	29 (32)
(5)生産販売部門の強化を図る	27 (28)	① 46 (39)	27 (53)	① 100 (40)	20 (25)	② 57 (36)	22 (24)	17 (24)	③ 35 (44)	21 (17)	— (14)	14 (15)	② 33 (18)
(6)退職者の補充にとどめる	21 (26)	14 (28)	— (29)	20 (20)	② 40 (31)	14 (27)	22 (25)	17 (15)	29 (28)	25 (13)	25 (71)	③ 43 (69)	14 (14)
(7)景気動向を重視	19 (15)	7 (15)	— (6)	20 (10)	20 (19)	— (27)	22 (15)	20 (21)	12 (4)	21 (17)	13 (14)	① 71 (8)	24 (23)
(8)事業の拡大を図る	13 (10)	7 (9)	9 (12)	— (10)	20 (13)	— (—)	15 (10)	3 (9)	18 (16)	17 (17)	25 (—)	— (—)	29 (5)

○内数字は業種内の順位 ()内は前年実績

〈表6〉 新規採用実施企業の中途採用計画

（単位：％）

(項 目)	全産業	製造業	製造業				非製造業	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		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
(1)必要あれば随時、中途採用をする	62 (57)	59 (56)	60 (53)	80 (60)	60 (63)	43 (46)	63 (57)	55 (55)	53 (48)	67 (60)	38 (57)	86 (69)	81 (59)
(2)中途採用はしない	8 (14)	8 (13)	10 (18)	— (20)	— (6)	14 (9)	8 (15)	6 (3)	18 (24)	8 (20)	12 (14)	— (23)	5 (14)
(3)未定	30 (29)	33 (31)	30 (29)	20 (20)	40 (31)	43 (45)	29 (28)	39 (42)	29 (28)	25 (20)	50 (29)	14 (8)	14 (27)

()内は前年実績

〈表7〉 新規採用しなかった企業の理由（複数回答）

（単位：％）

（項 目）	全産業	製造業	製造業				その他の製造業	非製造業	非製造業					
			食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	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	
(1)現従業員で十分	① 58 (63)	① 55 (64)	① 59 (54)	① 50 (56)	① 55 (64)	① 50 (81)	① 59 (63)	① 54 (62)	① 73 (70)	① 53 (61)	② 61 (65)	① 60 (55)	① 56 (57)	
(2)随時、中途採用する	② 47 (43)	② 48 (50)	② 56 (64)	② 20 (25)	② 50 (46)	① 50 (54)	② 47 (40)	② 43 (32)	② 39 (40)	② 50 (46)	① 74 (50)	② 40 (27)	② 46 (46)	
(3)採用する余裕がない	③ 21 (19)	② 20 (13)	① 11 (4)	② 40 (44)	⑤ 5 (5)	③ 35 (12)	③ 21 (21)	③ 28 (34)	③ 24 (10)	① 16 (12)	② 9 (12)	② 40 (36)	① 13 (17)	
(4)パート・アルバイトを活用する	① 18 (21)	③ 23 (24)	③ 33 (36)	② 20 (19)	⑩ 10 (14)	⑫ 25 (23)	⑫ 16 (20)	⑧ 5 (8)	⑤ 5 (18)	③ 42 (37)	— — (12)	② 40 (55)	③ 23 (29)	
(5)教育・訓練に時間がかかる	⑪ 11 (12)	④ 4 (11)	④ 4 (14)	— — (6)	⑤ 5 (14)	⑤ 5 (8)	⑬ 13 (12)	⑱ 19 (14)	⑫ 12 (15)	⑬ 13 (10)	⑨ 9 (9)	⑫ 20 (9)	⑤ 5 (11)	
(6)募集したが、人材がいなかった	④ 4 (3)	④ 4 (2)	⑦ 7 (—)	— — (—)	— — (9)	⑤ 5 (—)	⑤ 5 (3)	⑤ 5 (6)	② 2 (—)	⑤ 5 (5)	④ 4 (—)	— — (—)	⑧ 8 (—)	
(7)その他	② 2 (2)	③ 3 (2)	④ 4 (—)	— — (—)	⑤ 5 (—)	— — (8)	② 2 (2)	③ 3 (5)	② 2 (3)	⑤ 5 (—)	— — (—)	— — (—)	— — (—)	

○内数字は業種内の順位 ()内は前年実績

〈表8〉 今後1年間の従業員の増減見通し

（単位：％）

（項 目）	全産業	製造業	製造業				その他の製造業	非製造業	非製造業					
			食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	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	
(A)増加する	17	17	13	19	24	14	17	17	12	13	24	11	23	
(B)変わらない	69	67	79	43	68	65	70	65	74	79	69	84	64	
(C)減少する	14	16	8	38	8	21	13	18	14	8	7	5	13	
雇用方針DI (A-C)	3	1	5	△19	16	△7	4	△1	△2	5	17	6	10	
前年同時期DI	△5	0	19	△13	3	△18	△7	△19	△8	11	△5	△21	0	

中途採用や人材交流に重点

〈企業の生の声〉

今回の調査では、人員過剰感は和らいだものの、新規採用企業数はほぼ横ばいで推移しました。人材確保の好機ではあるものの、業況の厳しさや教育の難しさなどからなかなか新卒採用に踏み切れない、という声が多く聞かれました。一方では、人員の抑制基調が続いたことから、年齢構成の是正や中堅社員育成の必要性も高まっています。このような中、企業は中途採用や社内・グループ企業内での人材交流に重点を置くことにより、これらの問題に対応しようとしています。

なお、3月11日に発生した東日本大震災は、これからの道内の雇用環境に大きな影響を及ぼすものと思われます。

＜製菓業＞ 20代の社員が圧倒的に多く、将来、会社を支える30～40代の中堅社員が手薄という問題を抱えている。新卒採用だけでは解決困難なため、中途採用も考慮する必要がある。

＜製菓業＞ 昨今の厳しい就職状況は人材確保のチャンスである。大卒の専門性の高い人材と接触しやすいばかりでなく、採用費用についても各種補助金等の施策があるため、新規採用実施へのハードルは低くなっている。

＜水産加工業＞ 数回にわたり、パート職員を採用した。面接では意欲がありそうだが、実際に働かせてみると、重労働のためか続かない。

＜水産加工業＞ 新規採用は当然、業績に左右される。しかし、人材は簡単には育たないので、毎年採用を見送るわけにはいかない。

＜食肉加工業＞ 現在の経営環境においては、一定の利益を確保するために人件費をある程度抑えることも必要となる。中小企業にとって、人材確保には最良の時期であると思うが、中小企業ゆえ、それがままならないのも、また現実である。

＜乳製品製造業＞ 時間外労働がかなりの水準に達している。親会社がグループ全体での人材活用を模索しており、これを利用して、他企業から出向者を受け入れることで改善を図りたい。

＜製材業＞ 経験者を募集しているが、同業者が少なくなったためか全く応募がない。

＜農業資材製造業＞ 採用は毎年だが、経営体制の構築は10年単位で取り組むべきものであり、それぞれスパンが違う。安定した経営状況を持続させることを優先しているため、新規採用まで頭が回らない。

<印刷業> 新規採用をすると、社会生活や職場生活を一から指導することになる。中小企業では、よほど会社に余力があるか、教育システムが構築されていないと難しい。

<型枠工事業> 組合で訓練校を運営していたが、応募数が減少したうえ、卒業後各企業に入社してもすぐに辞めてしまう。それまでの経費が無駄になるため閉校した。

<建設業> 事業部ごとに人員の余剰や不足が生じている。事業部間の人事交流を活発化し、改善をはかる。

<建設業> ベテラン社員の働きは業績維持に不可欠だが、新規採用も計画的に進めて年齢構成の改善を図る。また、人件費削減のため、60才からは1年ごとに給与を引き下げ、65才以上はアルバイトとするなど、雇用条件を工夫している。

<左官業> 技能工の高齢化により、業界全体の競争力が年々低下している。若い技能工を増やし、育てたい。

<農業資材卸売業> 次の理由から、中途採用をしている。①取引先の農家は高齢の方が多いため、当社の担当もある程度の年配者が良いように思う。②突然のリストラなど、厳しい経験をした人の中から人材を探したい。

<建材卸売業> 業績から判断すると、人員は多い。しかし、地域の雇用安定を目指すことも地元企業の責任と考えている。一人当たりの生産性向上を目指し、現状を維持したい。

<建材卸売業> 従業員の年齢構成を考えると新規採用はしなければならないが、景気が上向かない現状では、ワークシェアも含め、雇用を確保することに重点を置いた方がいいと思う。売上は減少しても利益を安定的に出せるようになったら、2～3年後を目途に新卒を採用したい。

<自動車販売> 定期的に一定数の人員確保ができる新卒採用は、受け入れ態勢（教育研修・福利厚生など）の面からも効率的な手段である。

<コンビニエンスストア> 一時期、外国人（主に中国人）の従業員が多くなったが、道内からの応募が増えたため今は減少している。求職者にとっては、雇用環境がさらに悪化している感じがする。

<食品小売業> 新卒採用の応募数は増加しているが、学生のレベルは低下している印象を受ける。今後は中途採用者数の増加も検討しなければならない。また、出産後の女性社員が復職しやすいように、会社の制度充実に力を入れている。

<作業用品店> 事業拡大に伴い、採用者数を増やす。新卒採用が中心だが、ゆとり世代への教育の難しさを痛感しており、中途採用も並行して行う。

<タイヤ販売> やる気やコミュニケーション能力向上のため、入社後3年経過の社員を対象として、管理者養成学校へ通わせる。

<自動車販売> 経済が右肩上がりの時代は大量採用もあったが、現在は退職者の補充にとどめており、この傾向は今後も変わらない。短期的な業績と長期的な採用は本来別に考えるべきだが、実際には、業績が悪いと採用を抑えようという話になる。

<石油製品輸送業> 石油製品輸送業のため冬が繁忙期だが、季節乗務員を雇用して対応している。それ以外の時期は現状の従業員で十分なため、通年での新規採用は考えていない。

<一般貨物輸送業> 若年層の入社希望者がいないことが業界全体の悩みである。計画的に新卒採用を行い、幹部候補に育て、事業継承するというのが理想だが、当業界は「賃金が安い」、「きつい」と人気がない。物流業という業種にプライドを持って仕事ができるような環境作りが必要か。

<観光ホテル> 良い人材が採用できれば、顧客満足度が向上し売上も増える。この流れがはっきりと成果として見えてくるのがサービス業である。このため、優秀な人材がいた場合には、売上に対する人件費率にこだわらず、積極的に採用する。

<都市ホテル> ここ数年、不定期で中途採用を行っている。契約社員の中に、この中途での正社員登用を目指している人が多数いるため、新卒採用はできない状況にある。

<観光ホテル> 地方のホテルへの就職は敬遠されているのではないか。原因は企業にあるのか、本人の適性・意欲にあるのか分からないが、3年以上勤務する者がいない。

<観光施設> 観光シーズン（4～10月）に期間雇用者を毎年10名程度採用しているが、常用として採用する予定はない。

食クラスター活動について

食クラスター連携協議体事務局
北海道経済連合会 食クラスターグループ 部長

石川 貴史
(北洋銀行より出向)

はじめに

昨年4月、産学官金から成るオール北海道の食クラスター活動の推進母体として「食クラスター連携協議体（略称FC/NW）」を設置し、5月開催の発足式を経て具体的な活動がスタートしました。

この活動は、北海道の中心的な産業である農水産業を活かした「食産業」に着目し、「食」に関わる幅広い産業（農林水産業・食品加工業・バイオ産業・製造機械工業・流通業・IT産業・建設業・観光産業など）と関係機関（大学・高専・高校、試験研究機関、金融機関、行政）の相互の連携協働を強くし、すなわち食クラスター活動を盛んにして北海道ならではの「食の総合産業」を確立し、食資源の高付加価値化、売れる商品の開発、道外・海外への販路拡大と販売促進に積極的にチャレンジしていく活動です。

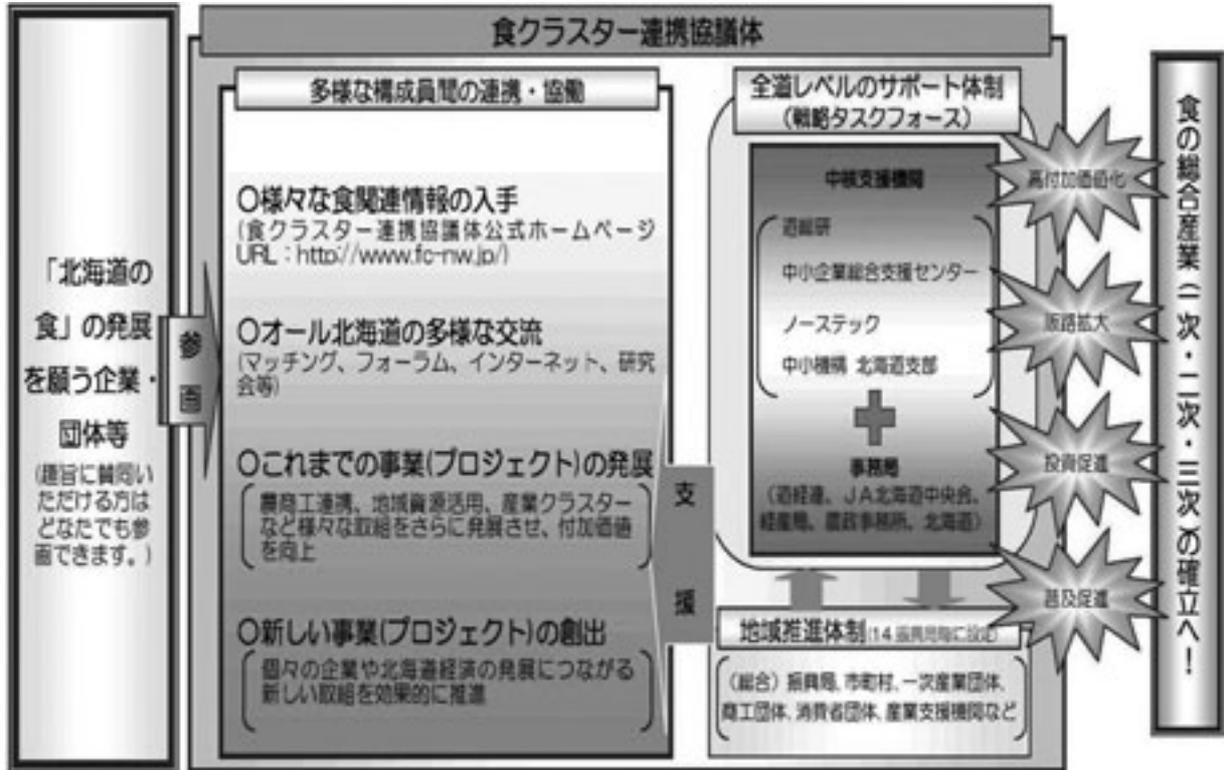
そして「食の総合産業の確立」を通じて、道内に雇用と所得と人材を確保し、自らの価値を創造してこれを道外・海外に向かって打ち出していく内発型産業構造の形成を目指しています。

本稿では、昨年5月の発足式以降の食クラスター活動についての取組み実績などを抜粋してご紹介いたします。

1. 食クラスター連携協議体（FC/NW）の活動について

- 食クラスター連携協議体では、生産者（農業者、漁業者等）や食品加工などの食産業、観光、流通、ものづくり（機械）、IT、建設などの関連産業のほか、研究機関、産業支援機関、金融機関、消費者団体、行政など「北海道の食」の発展を願う多くの方々に参画して頂いており、連携と協働により、各種事業（プロジェクト）を実施していきます。
- 事務局は、道経連、JA北海道中央会、北海道経済産業局、北海道農政事務所（平成22年10月より）、北海道の5機関が担っております。
- また、「全道レベルのサポート体制」を構築するため、技術支援や各種補助・支援制度に精通し、コーディネイト機能を有する4つの支援機関、（地独）北海道立総合研究機構（道総研）、（助）北海道中小企業総合支援センター、ノーステック財団、（独）中小企業基盤整備機構北海道支部が参画しております。
- 道内各地域においても、14の総合振興局・振興局に「地域推進体制」が整備され、食クラスター活動を支援しています。
- このように、全道レベルで食に関する生産から販売までの一連の活動を支援していく体制を整備し、「高付加価値化（技術開発、新事業、生産性向上、等）に向けた取組み」「マーケティング・販路拡大の取組み」「道外からの投資促進（企業誘致など）に向けた取組み」「普及促進のための取組みや調査・提言など」の活動を行っています。

図表1 「食クラスター連携協議体」の推進体制



<サポート窓口>

事務局・支援機関		総合振興局・振興局	
北海道経済連合会	011-221-6166	空知	0126-20-0200
		石狩	011-231-4111
JA北海道中央会	011-232-6409	後志	0136-23-1300
北海道経済産業局	011-736-9706	胆振	0143-24-9900
北海道農政事務所	011-642-5410	日高	0146-22-9030
北海道経済部食関連産業振興室	011-204-5979	渡島	0138-47-9400
		檜山	0139-52-6500
北海道立総合研究機構(道総研)	011-747-2900	上川	0166-46-5900
		留萌	0164-42-8404
北海道中小企業総合支援センター	011-232-2001	宗谷	0162-33-2516
		オホーツク	0152-41-0603
ノーステック財団	011-708-6526	十勝	0155-26-9005
中小企業基盤整備機構北海道支部	011-212-7470	釧路	0154-43-9100
		根室	0153-24-0257

※参画やプロジェクトのご提案についてのご相談は、お近くのサポート窓口へご連絡願います。

2. 食クラスター連携協議体（FC/NW）への参画状況について

平成23年3月末現在、**950機関**が参画。内訳は以下のとおり。

産	生産者等	79	8.3%	農協、農業生産団体
	企業（食関連）	286	30.1%	食料品製造、食料品卸・小売、食品機械、バイオ
	企業（食以外）	151	15.9%	マスコミ、観光、流通、商社、建設、情報、サービス
	団体・支援機関	194	20.4%	農水団体、業界団体、支援機関、経済団体（商工会議所、商工会等）、消費者団体
	（小計）	710	74.7%	
学	大学等	23	2.4%	大学、高専、高校、専門学校
	（小計）	23	2.4%	
官	市町村	182	19.2%	176市町村、市町村関連機関
	国・独立行政法人	7	0.7%	
	（小計）	189	19.9%	
金	金融機関	28	3.0%	
合計		950		

（再掲） 企業（食関連）の業種別内訳

食料品製造業	198	
水産加工	(47)	
パン・菓子	(24)	
乳製品	(16)	牛乳、チーズ、アイスクリーム等
畜産	(14)	食肉、ハム・ソーセージ等
健康食品	(13)	健康・機能的食品
酒類・飲料	(17)	
製粉・製麺	(17)	
冷凍食品・惣菜	(14)	
調味料	(9)	調味料、スープ
上記以外	(27)	製水、飼料、豆腐 など
卸・小売・販売	67	店舗・ネット販売も含む
食関連機械	11	
バイオ関連	10	研究開発、化粧品、安全性試験
合計	286	

- 「食クラスター連携協議体」へ参画することにより、食に関する様々な情報が入手でき、参画者間の多様な交流の推進により、プロジェクト（注）の発展や、それぞれの参加者の持つ課題や問題点の解決が容易となり、さらには食クラスターに関する様々な事業への参画も可能となります。また、参画者の意見を聴取して、国や道が行う新しい施策に反映できるように努めていきます。
- 「食クラスター連携協議体」への参画は無料です。
ホームページやメルマガを通じて食関連の様々な事業の情報提供もおこなっており、これらの事業の中には有料のものもあります。
- 参画については、今の時点でプロジェクト（注）がなくても、活動内容についてご賛同いただける方であれば、幅広くご参画頂けます。なお、参画した方が他のプロジェクトのパートナーとなる可能性もあります。

（注）「プロジェクト」とは、食分野（農林水産業・食品加工業・バイオ産業・製造機械工業・流通業・IT・建設業・観光業など幅広い産業が関連）における生産から加工・流通・販売・消費までの一連の活動に関して参画事業者から提案された、課題を持った事業をいいます。

3. 提案プロジェクトの推進フロー、推進状況について

平成22年5月、提案プロジェクトの支援方法および支援体制を決定する全道レベルのサポート体制として「戦略タスクフォース (TF)」を設置し、初年度は検討会議を15回開催しました。

提案プロジェクトの推進フローは図表2に示す通りです。

図表2 提案プロジェクトの推進フロー図



平成23年3月末現在、食クラスター連携協議体参画メンバーから168件の提案がありました。提案内容の分類および其々の推進状況は以下の通りです。

提案内容 (目的別)

高付加価値化 (技術開発・商品開発等)	117件
マーケティング・販路開拓	41件
投資促進 (企業誘致等)	2件
その他 (要望等)	8件
合計	168件

推進方法を
検討・実施。
その結果、

提案プロジェクトの推進状況 (平成23年3月末現在)

解決済 (提案者の了解済)	35件	専門家等派遣、補助制度等の紹介、マッチングの実施、ホームページ・メルマガ等で紹介 など
推進中	122件	
ノーステック財団	(54件)	
道総研	(14件)	
経産局	(12件)	農商工連携事業等で実施
北海道	(11件)	先導的モデル事業 ^(注) の4件に統合・実施
総合振興局・振興局	(25件)	※詳細は「3. 地域の支援体制」に記載
その他機関	(6件)	
再提案待ち	11件	提案者に対応し、アドバイス等を実施。これを基に提案者が課題を整理中またはプロジェクトの再構築中
合計	168件	

(注) 先導的モデル事業：食クラスター推進のための道の委託事業、@500万円/件×4件

4. 提案プロジェクトの事例について

- 「食クラスター連携協議体」に提案されるプロジェクトの要件は「食分野に関するもので提案者が他の参画者との連携協働を得て取組もうとする（または、更なる発展を図ろうとする）もの」で、「本道の経済発展に資するもの」です。
- プロジェクトの提案者は企業、大学、研究機関をはじめ、「食クラスター連携協議体」に参画する方であれば、誰でもなることができます。
ご提案いただくプロジェクトの規模は問いません。小さな取組みでもそのことが成功することにより、確実な経済効果が得られると考えられるほか、他の取組みへの波及も期待できます。

ここでこれまでに提案のあったプロジェクトの事例紹介をしたいと思います。

図表3 主な提案プロジェクト（1／3）

No	プロジェクト名等	提案概要	支援内容
1	<p>他の食品へ乳酸発酵の影響を与えないヨーグルト味の新食品素材（ペースト）の販路拡大</p> <p>○提案者</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ S 農業協同組合（札幌、商品製造） ・ 道総研 食品加工研究センター（江別、技術指導） <p>○連携機関</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ノーステック財団（コーディネート機関） ・ A 社（東京、試供品によるテスト販売の実施） ・ 食クラスター連携協議体参画メンバー10社とのマッチングを実施 ・ S 社（東京、商品採用を検討中） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 食品加工研究センターと S 農業協同組合の共同研究により、「低温濃縮+乳酸菌の加温殺菌」(特許取得)によるヨーグルトペーストを開発（商品名「ピュアブラン」）。 ・ ピュアブランの特徴は、製菓店などの製造工場に持ち込んでヨーグルト味を添加できる。また他社発酵乳濃縮ベースと比較して、色が乳白色であること、クリームチーズと比較してカロリーが約半分・カルシウムが約3倍であること、さらには香料安定剤を使用せず、北海道産の牛乳とビートグラニュー糖のみの原料で出来ているという特徴を持っている。 ・ 現在、道内外の洋菓子製造企業に業務用として販売されているが、更なる販路開拓と拡大に向けた支援について提案があった。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 食クラスター連携協議体参画企業である道外菓子卸企業へ試供品を提供 →新たな販売につながった ・ 食クラスター連携協議体企業とのマッチングを開催（9月24日、10社参加） →5社に試供品を提供。参加企業から売り先や用途に関する貴重なアドバイスをいただく。 ・ ノーステック財団へのつなぎ →今後のビジネス展開について相談を受けながら推進中 ・ ノーステック財団では新たな販売先として S 社（東京）を紹介 →現在、S 社の商品への採用を検討中



食品加工研究センターと S 農業協同組合の共同研究成果を更に販路拡大という課題解決に向けてプロジェクトの提案があったケースで、食クラスターの食関連参画メンバーとのマッチング、コーディネート機関であるノーステック財団へのつなぎにより販路拡大へ向けた取組みを推進しているケースです。

図表3 主な提案プロジェクト(2/3)

No	プロジェクト名等	提案概要	支援内容
2	<p>北の小果実のブランド化</p> <p>○提案者</p> <ul style="list-style-type: none"> ・苫小牧地域ハスカップ利活用協議会 ・北海道アロニア研究会 ・シーベリー研究会 ・美唄市 ・H社(キャラクターおよび商品企画) ・C社(キャラクター付与) ・S社(販売) <p>○連携機関</p> <ul style="list-style-type: none"> ・道総研 食品加工研究センター(江別市、機能性分析、商品開発に関する技術指導) 	<ul style="list-style-type: none"> ・北海道が全国生産量のほぼ100%を占め且つ近年道内各地域で生産量が増加している北方系小果実(ハスカップ、アロニア、シーベリー)は、ジャムやジュース、菓子類ばかりではなく果実酒、食酢、健康食品などに利用され商品数は増加している。一方、知名度が低いことや単価が高いことなどから生産に見合う販路開拓ができていない状況にある。 ・今回食クラスター連携協議体に対して、道内各地域の事業者からこれら小果実の商品開発や販路拡大支援に関する提案が個別に4件寄せられた。 ・また道内IT企業からは、北方系小果実関連商品に“統一商品キャラクター”を付加した商品プロモーションを実施すべく、事業者を紹介してほしい旨の2件の提案があった。 ・食クラスター連携協議体事務局では、これら相互に関連性の高い提案を一元化し、より大きな取り組みへと誘導して推進することとした。 	<ul style="list-style-type: none"> ・連携体制の構築(提案者と食品加工研究センターとのマッチングによるプロジェクトチームの設置) →公設試験研究機関が実施した研究開発を活用した高付加価値商品の開発を行うとともに、IT企業との連携によるイメージキャラクターやPR活動を行い効果的なブランド化の推進体制の構築につながった。 ・事業推進費の確保 →道の戦略的食クラスター先導的モデル事業に採択され推進中 ・企画提案 →商品企画検討会議や各種イベント企画会議に出席し、新商品開発のアドバイスや商品プロモーション方法などを提案 ・事業実施状況は次のとおり。 ①新商品開発 <ul style="list-style-type: none"> ・食品加工研究センターと事業者との共同研究により「フルーツ甘酒」[棒グミ]などを開発。更に小果実の果汁を使用した新商品を開発中 ②プロモーションによるブランド化の推進 <ul style="list-style-type: none"> ・PRキャラクターである小果実三姉妹「リトルベリーズ」のデザインを決定し、11月19日に「お披露目会」を開催 ・ホームページの開設、新聞・テレビでのキャラクター発表によって認知度が向上。(Google検索数は約30万件) ・ブース出展と試飲会などの開催。(幕張メッセ、秋葉原、サッポロファクトリー、札幌雪まつり7丁目会場) ・札幌市内ホテルの「スプリングパーティープラン」で、食クラスター連携メニューのひとつとして小果実を使用したデザートを提供が決定。(2月~4月末) ・M社との連携により、ハスカップを利用した菓子の発売が決定。(平成23年6月予定)



各社が単独で取組んでいた北方系小果実を使った商品を取り纏めてブランド化へ取組むとともに物語性をもったキャラクターを付与、お披露目会などを開催し、ホームページの開設、マスコミ等を通じてPRを行った結果、認知度が大幅に向上し、各種イベントなどではキャラクター人気の効果などもあり、大幅な売上増加に繋がっている。数社の事業者から商品開発、販路拡大の課題解決へ向けた提案プロジェクトと統一商品キャラクター提案のプロジェクトを事務局が中心となって大きな取り組みに誘導して推進しているケースです。

図表3 主な提案プロジェクト（3／3）

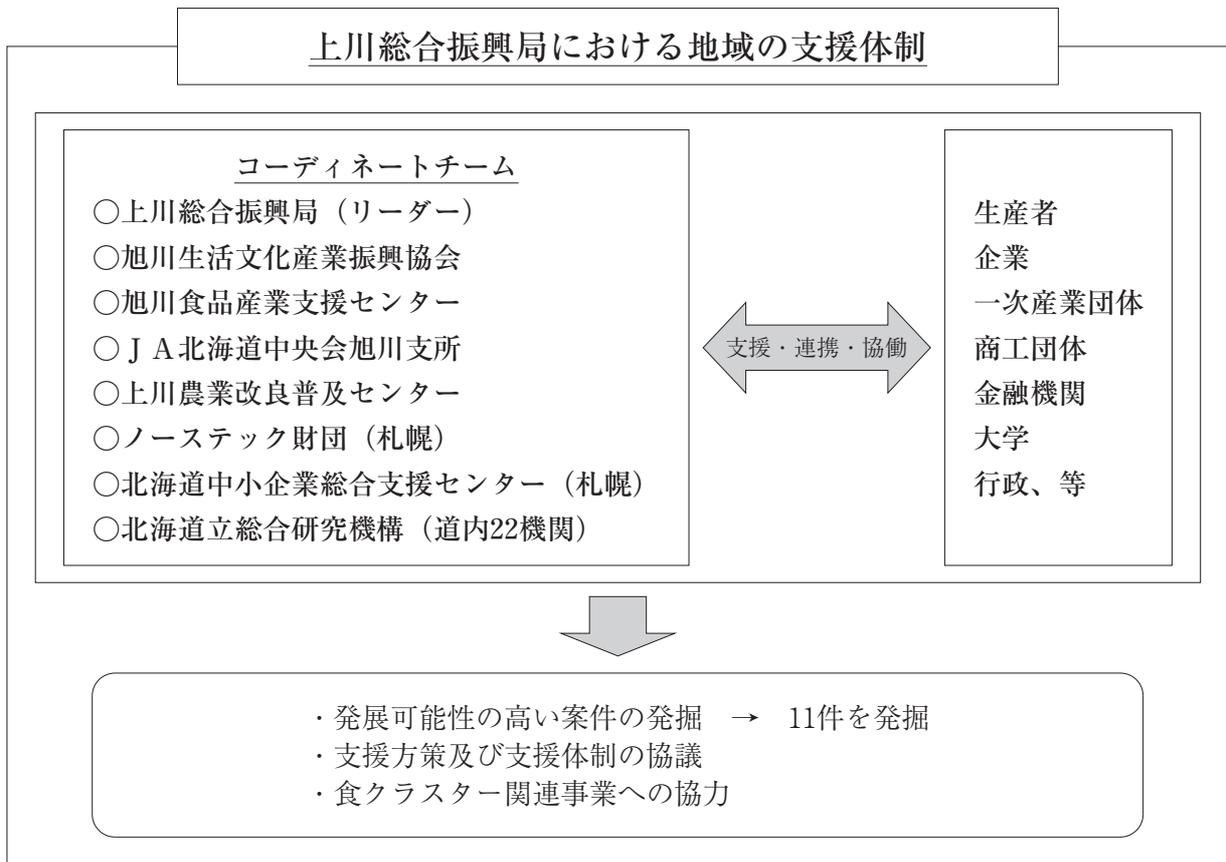
No.	プロジェクト名等	提案概要	支援内容
3	道内各地で特色あるチーズを製造している小規模チーズ工場のチーズの販売促進 ○提案者 ・道総研 食品加工研究センター（江別） ○連携機関 ・ノーステック財団（コーディネーター機関） ・道内チーズ工房19社（製造） ・K社（小樽、販売）	・本州や東アジア地域の道内乳製品に対する評価は、安全で美味しいとのブランドイメージが強く、商品価値は高いものと考えられる。 ・一方、北海道内には80社を超える小規模なチーズ工房があり、それぞれが個性を出したチーズづくりに取り組んでいるが、各社が 単独で販売網を開拓していくのは困難な状況 となっている。また、製造量が少ない小規模チーズ工房では、 製造原価が高くなるため販売価格も高くなり 、これが販売網の構築を困難にしている要因の一つとなっている。 ・食品加工研究センターでは、チーズ製造マニュアルや香り特性による品質評価マニュアルを利用した技術支援に取り組み、他府県産チーズとの差別化などを図り販売促進につなげることとしているが、これらの取組と連動した更なる北海道小規模チーズ工房製チーズの販売促進に向けた支援について提案があった。	・ノーステック財団では、道外に販路を持つ販売企業を発掘 →K社（小樽）が参画 ・ノーステック財団では、チーズ工房51社に対して道外への出品希望についてのアンケート調査を実施 →19社より出品希望あり ・道外への販促のコーディネーター →ノーステック財団では、K社と連携し、19社の中からチーズ工房を選定した上で、販売に向けて取引条件やパッケージデザイン等を調整する ・今後、市場の評価等を踏まえ、商品改善とコスト低減に向けた検討を行っている。

小規模チーズ工房が抱えている課題解決（販売網構築および販売促進など）について技術支援を実施している食品加工研究センターからプロジェクト提案があったもので、連携機関であるノーステック財団につなぎ、食クラスター担当のコーディネーターが中心となって連携できる企業を発掘し、販売拡大へ向けた取組みを実施しているケースです。

- 事例にあるような企業を中心とした参画メンバーからの提案プロジェクトに対しては戦略タスクフォースとの連携により一定の支援を行っております。
今後もプロジェクトの着実な推進を目指すとともに支援施策の効果的な活用に取り組めます。
- プロジェクトについては引続き、生産者・企業・大学・研究機関、等からのご提案をお待ちしておりますし、農商工連携や6次産業化案件など複数の者で取組んでいるものも対象になりますのでどしどしご提案願います。
- 今後については、大きな経済効果を生み出すために、戦略タスクフォースに参画している支援機関や試験研究機関などの協力によって全道に波及効果が見込まれるプロジェクトも企画・検討していきたいと考えております。

5. 地域の支援体制について（総合振興局、振興局）

○食クラスター活動をオール北海道で展開するため、道内14の総合振興局・振興局に専任部署を設置し、活動を実施しています。そのうち、上川総合振興局（旭川をはじめとする道北地域）における地域の支援体制は以下の通りです。



○提案プロジェクトのうち、現在総合振興局・振興局が担当機関となって推進している提案中の主な案件は23年3月末現在、次の24件です。

担当振興局	提案プロジェクト名称
空知総合振興局 (2件)	○赤平市の食ブランド開発
	○由仁商業高校考案の「エゾシカボルシチ」
後志総合振興局	○北海道の梅を使った梅酒の開発
胆振総合振興局 (2件)	○牛肉旨味成分向上プロジェクト
	○「とまとドレッシング」・「りんごドレッシング」の販路拡大

日高振興局	○日高広域エリアによるご当地グルメ開発
上川総合振興局	○きた☆HOKKAIDOカステラプロジェクト 他
渡島総合振興局 (14件)	○ヤーコンの残渣を活用した機能性食品などの開発プロジェクト
	○雑海藻有効利用プロジェクト
	○未利用資源「ツガルウニ」の加工法研究
	○極大粒大豆「たまふくら」ブランド化への取組
	○はこだて和牛の販路拡大・ブランド化
	○ワラヅカを使った商品開発について
	○八雲熊石産「船上活締めサクラマス」を使用した高付加価値塩蔵品の商品開発
	○函館男爵黒豚を使った加工品の開発
	○鹿部産「タラコ」のブランド化への取組
	○「王様しいたけ」ブランド化への取組
	○北里八雲牛の販路拡大・ブランド化
	○近海物珍味の開発
	○日本で一番美味しく売れる北海道シュウマイプロジェクト
	○ヤーコンの残渣を活用した機能性食品などの開発プロジェクト
宗谷総合振興局 (2件)	○宗谷産もずく販路拡大チャレンジ事業
	○「おおなご」拡販プロジェクト
釧路総合振興局	○釧路産海藻ポーク商品化企画

- 地域の総合振興局・振興局においても支援体制を構築し、(総合)振興局を超えて事業者が連携しているケースも見受けられるなど地域での支援体制も整いつつあります。
- また、道内各地域における食クラスター活動の普及及び活性化を図るため道内6圏域について圏域毎に各(総合)振興局と協議し、地域の特性に応じたテーマで食クラスターフォーラムを開催するなど地域発のプロジェクト増加に向けた取組みを実施しております。
- 地域においては、(総合)振興局と管内市町村、商工会議所、商工会、金融機関等との連携強化によるプロジェクトの発掘・推進を行うとともに、地域におけるサポート体制およびコーディネート体制の強化を行っていきたいと考えております。

6. 戦略ワーキンググループについて

○企業・生産者や業界が抱える課題解決を図るため、当該事業者および専門家で構成する戦略ワーキンググループを設置し、具体的な検討を実施してプロジェクトの創出と推進に繋げていきます。

現在は6つの課題解決を図る戦略ワーキンググループの設置を決定し、具体的な検討をスタートしております（一部のワーキングは設置を検討中です）。

（1）大豆ワーキング

・道産大豆は、輸入大豆の価格下落や国内景気の低迷などにより、需要が低迷していることから産地と実需者の取組みを促し、道産大豆の加工販売と消費拡大に繋げていく方策の検討を行います。

（2）小麦ワーキング

・食クラスター活動の展開に際し、製麺、菓子、製パン業界から、道産小麦に対する要望（価格安定、道内流通量の確保、品質向上など）が数多くあげられていることから、用途に適した小麦の生産・需要拡大や小麦の国内流通制度の迅速な改善方策について検討を行います。

（3）野菜ワーキング（※設置を検討中）

・農産物の輸入自由化が懸念される中、輸入品との競合力をもつ野菜を戦略作物と位置付け、国産品の端境期に出荷できる生産・出荷体制の構築に向けた検討を行います。

（4）物流ワーキング（※設置を検討中）

・北海道の中小零細メーカーから首都圏アンテナショップ、物産展などへの出展輸送については、宅配便による輸送に頼らざるを得ず、多額の物流コストを負担していることから、小口荷物の共同物流システム構築に向けた課題解決に向けた検討を行います。

（5）輸出ワーキング（※設置を検討中）

・北海道から東アジア地域へ向けて食品の輸出を促進していくために必要な輸送システムについて検討するとともに、具体的な商品を輸出していく上での課題や恒常的に輸出していく上で必要とされる支援メニューなどについて検討を行います。

（6）北海道アイスクリーム輸出促進協議会

・北海道産アイスクリームの全国への販路開拓・拡大、更には東南アジア諸国への輸出も見据えて、道内アイスクリームメーカー5社、流通商社、物流会社がメンバーとなり、ノーステック財団を事務局として協議会を設置して、具体的な販路拡大に向けた取組みについての検討を行っております。

7. その他の取組みについて

(1) 食クラスター連携協議体参画メンバーの取組み

- ・食クラスター活動の推進に向けて、食クラスター連携協議体の参画メンバーが主催するイベント、調査事業、国内および海外への販売拡大事業について支援と協力を行い、一体となった活動を展開しております。

(2) 専門家ヒアリング等

- ・企業および業界が抱える課題を把握するため、企業等を訪問し、また、専門家からお話を伺う場として勉強会や懇談会を開催しました。ここで抽出された課題等については、戦略ワーキンググループ（「6.戦略ワーキンググループ」参照）を設置して課題の深堀をし、提言・要望活動に反映していきます。

(3) 提言および要望活動

- ・食クラスター活動の根幹である農水産業の基盤強化および食関連産業の振興に向け、農水省・内閣府の会議に道経連の近藤龍夫会長が出席し、北海道の現状と課題および要望事項について意見を述べております。

(4) 新聞等掲載記事

- ・食クラスター活動の普及促進を目的として、新聞やTV取材への協力、雑誌等への投稿を行うとともに、道内各地域で講演を行っております。

(5) ホームページおよびメルマガ

- ・食クラスター連携協議体参画メンバー間の情報発信・情報交流ツールとして、ホームページを整備するとともに、メルマガを定期的に発信しております。

(6) 「食クラ・フェスタ」(食クラスター成果発表会)

- ・食クラスター連携協議体に提案されたプロジェクトについて、連携・協働で推進した成果を流通・食品企業や支援機関、マスコミ等を対象に発表し、食クラスター活動を一層普及させるとともに、食クラスター連携協議体の参画者相互の交流の場所とすることにより、新製品等成果品の販路拡大等につなげることを目的に平成23年3月8日に開催しました。

当日は食クラスター連携協議体参画者および食品加工・流通事業者など約400名の関係者に参加いただきました。

8. 活動の総括について

○食クラスター活動は、「オール北海道の連携協働で、北海道ならではの食の総合産業の確立」を目指していこうというチャレンジです。

初年度である平成22年度は、下記のような活動によって、既存のそれぞれの活動に“横ぐし”を通すことによって、全道的な活動へ広がってきています。

(1) 多様な構成員、全国に例を見ない取組みはまさに「食のオーケストラ」

- ・様々な取組みに主体的に参画・協力する人たちが多く集い、課題を解決し、大きく発展させるオール北海道の支援体制を整備することができました。

(2) 全道レベルのサポート体制

- ・これまでも食関連の課題解決に対して、技術や経営面での支援に多くの実績を有する道立総合研究機構、道中小企業総合支援センター、ノーステック財団、中小企業基盤整備機構が加わり、迅速な情報共有の下、各機関の知恵とノウハウを持ち寄り、課題を効果的に解決していく体制ができました。

(3) 連携協働の促進

- ・従来は各企業および地域内でバラバラに取り組んでいた課題を統合し、関係者が参画したプロジェクトチームを設置して推進しております。
- ・クラスター故に、1社単独の取組みではなく、支援機関または食クラスター連携参画企業や団体が主体的に参画しており、これにより、従来は1企業の活動に留まっていたものが、大きな活動に発展する可能性が出てきております。

(現在推進中の提案プロジェクトのうち、大半が連携協働による取組みとなっています)

- ・提案プロジェクトを分析すると、オール北海道への広がりを感じさせる検討テーマが浮かび上がってきています。(鮭、乳製品など)

9. 今後の活動の進め方について

○平成23年度は次の3つを大きな推進の柱として食クラスター活動に取り組んでいきます。

(1) 連携・協働の充実

- ・各地で開催される交流会やセミナー等を通じて各地の一次産業団体等との連携を図り、生産者や食関連企業（食品加工、卸・小売、物流等）の参画促進を進めていきます。
- ・参画者およびプロジェクト提案者へのアンケート調査の実施により食クラスター連携協議体への要望等を把握していくとともにホームページやメルマガの積極的な活用により参画者に有益な情報を迅速かつ的確に提供していきます。
- ・また、道内消費者やマスコミとの連携により販売拡大へ向けた取組みを実施していきます。

(2) 大きな経済波及効果が期待されるプロジェクトの創出や販路の拡大など成果の発現

- ・提案されたプロジェクトに対してより一層迅速、着実な対応を行うとともに、より効果的な支援施策（参画メンバーが実施している販路拡大イベントなど）の提供を行っていきます。
- ・全道的な業界団体や食品企業等への訪問活動の実施や戦略ワーキンググループの検討課題から新たな連携協働プロジェクトの創出と推進を行っていきます。
- ・地域の取組み強化策として（総合）振興局と管内市町村、商工会議所、商工会、地域金融機関との連携強化によるプロジェクトの発掘・推進を行うとともに地域におけるサポート体制およびコーディネート機能の強化を図っていきます。

(3) 食クラスター活動の環境整備

- ・食クラスター活動と国、道、支援機関等で実施する支援施策や関連事業を取り纏め、マスコミやホームページ・メールマガジンなどを活用して周知を図っていくとともに効果的な支援方策に結び付けていきます。
- ・また、支援充実のためのコーディネーター派遣を強化していきます。
- ・道経連などが進めている北海道フード・コンプレックス国際総合戦略特区構想との連携を進めていきます。

※まだまだ多くの食関連企業のご参画をお待ちしております。

公式ホームページからご参画の手続きができます。

詳しくはこちらをご参照願います。⇒ <http://www.fc-nw.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	前年同 月比(%)	17年=100	前年同 月比(%)	17年=100	前年同 月比(%)	17年=100	前年同 月比(%)	17年=100	前年同 月比(%)	17年=100	前年同 月比(%)
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	96.1	△ 7.8	94.4	△ 12.7	98.2	△ 5.8	95.0	△ 12.6	102.5	△ 2.4	95.3	△ 5.2
21年度	90.1	△ 6.2	r 86.1	△ 8.8	92.7	△ 5.6	87.1	△ 8.3	90.8	△ 11.4	r 89.5	△ 6.1
22年度	p 93.6	3.9	p 93.9	9.1	p 96.5	4.1	p 95.2	9.3	p 92.5	1.9	p 92.5	3.4
22年 1～3月	94.6	12.5	r 94.6	28.0	98.8	11.3	r 95.8	26.9	88.4	△ 11.4	r 94.4	△ 6.1
4～6月	93.0	8.5	r 95.3	21.3	97.6	12.8	r 96.5	21.7	87.8	△ 10.1	r 96.9	1.2
7～9月	93.9	6.1	r 94.3	14.0	96.1	5.7	r 95.7	14.4	90.9	△ 3.6	r 97.3	3.5
10～12月	92.8	0.4	r 94.2	5.9	95.8	0.7	r 95.4	6.4	89.6	△ 3.4	r 96.7	3.8
23年 1～3月	p 95.5	1.3	p 92.3	△ 2.4	p 97.2	△ 1.1	p 93.7	△ 2.4	p 90.1	1.9	p 97.6	3.4
22年 3月	92.1	15.2	r 95.2	32.4	96.6	13.4	r 96.7	30.4	88.4	△ 11.4	r 94.4	△ 6.1
4月	92.7	9.4	r 95.8	27.0	95.7	11.0	r 97.3	27.3	89.0	△ 10.0	r 95.0	△ 3.5
5月	93.0	8.0	r 95.7	20.7	97.2	13.1	r 96.1	21.0	88.4	△ 10.7	r 96.3	△ 0.9
6月	93.3	8.2	r 94.3	16.6	100.0	14.4	r 96.0	17.6	87.8	△ 10.1	r 96.9	1.2
7月	93.5	6.4	r 94.6	14.6	94.9	5.4	r 96.0	14.7	88.9	△ 6.2	r 96.7	1.3
8月	93.8	6.2	r 94.5	15.5	97.4	7.0	r 95.7	15.8	89.6	△ 5.1	r 97.1	2.5
9月	94.3	5.6	r 93.7	12.1	96.0	4.5	r 95.5	12.9	90.9	△ 3.6	r 97.3	3.5
10月	90.6	△ 1.0	r 92.4	5.0	94.1	△ 0.8	r 93.2	4.4	89.2	△ 3.4	r 96.8	3.9
11月	94.7	2.4	r 93.9	7.0	97.4	2.8	r 95.9	8.7	89.1	△ 5.5	r 95.2	2.0
12月	93.2	△ 0.1	r 96.2	5.9	95.9	△ 0.1	r 97.1	5.9	89.6	△ 3.4	r 96.7	3.8
23年 1月	96.7	1.9	r 96.2	4.6	96.6	△ 1.3	r 96.3	3.2	88.5	△ 5.9	r 100.5	7.0
2月	r 98.5	2.6	r 97.9	2.9	100.1	△ 0.3	r 99.5	3.6	r 88.5	△ 2.6	r 102.0	6.9
3月	p 91.4	△ 0.7	p 82.9	△ 12.9	p 95.0	△ 1.6	p 85.3	△ 11.8	p 90.1	1.9	p 97.6	3.4
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(%)
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	933,720	△ 5.6	206,589	△ 4.2	283,317	△ 6.5	78,442	△ 6.7	650,404	△ 5.2	128,147	△ 2.5
21年度	920,855	△ 3.6	195,675	△ 6.4	246,086	△ 4.6	70,544	△ 8.6	674,769	△ 3.3	125,131	△ 5.1
22年度	p 935,271	△ 1.2	p 195,737	△ 2.0	p 220,233	△ 3.0	p 67,267	△ 3.1	p 715,038	△ 0.6	p 128,470	△ 1.4
22年 1～3月	219,093	△ 2.5	47,004	△ 4.9	57,500	△ 1.8	16,886	△ 4.9	161,593	△ 2.7	30,118	△ 4.9
4～6月	218,614	△ 1.0	46,758	△ 3.5	52,288	△ 0.1	15,997	△ 3.8	166,326	△ 1.3	30,761	△ 3.4
7～9月	230,709	△ 1.1	48,470	△ 1.6	53,386	△ 2.5	16,114	△ 3.0	177,323	△ 0.6	32,356	△ 0.8
10～12月	257,118	△ 1.3	53,558	△ 0.5	61,736	△ 3.4	19,421	△ 0.6	195,382	△ 0.6	34,137	△ 0.5
23年 1～3月	p 228,829	△ 1.5	p 46,951	△ 2.7	p 52,823	△ 5.8	p 15,736	△ 5.5	p 716,007	0.1	p 31,215	△ 1.1
22年 3月	75,972	△ 3.5	15,833	△ 4.9	19,995	△ 3.5	5,915	△ 3.6	55,977	△ 3.5	9,918	△ 5.6
4月	73,011	△ 0.8	15,468	△ 3.7	17,519	1.1	5,276	△ 3.7	55,492	△ 1.4	10,193	△ 3.6
5月	73,205	△ 2.3	15,656	△ 3.9	17,496	△ 0.5	5,359	△ 2.1	55,709	△ 2.8	10,296	△ 4.9
6月	72,399	0.0	15,634	△ 3.1	17,273	△ 0.9	5,362	△ 5.7	55,126	0.3	10,272	△ 1.6
7月	80,296	△ 0.9	17,519	△ 1.3	20,242	△ 1.5	6,513	△ 1.4	60,054	△ 0.7	11,006	△ 1.2
8月	77,495	△ 1.7	15,853	△ 1.8	16,287	△ 2.5	4,743	△ 3.0	61,208	△ 1.5	11,110	△ 1.3
9月	72,918	△ 0.5	15,098	△ 1.7	16,857	△ 3.6	4,858	△ 5.0	56,061	0.5	10,240	0.1
10月	77,478	0.3	16,131	0.4	18,179	△ 1.3	5,556	0.6	59,300	0.9	10,575	0.3
11月	76,390	△ 2.5	16,634	0.1	18,043	△ 4.9	6,026	△ 0.4	58,348	△ 1.7	10,608	0.5
12月	103,250	△ 1.7	20,793	△ 1.7	25,515	△ 3.9	7,839	△ 1.5	77,735	△ 0.9	12,954	△ 1.8
23年 1月	78,948	△ 2.2	17,406	△ 0.7	19,057	△ 5.6	6,024	△ 1.1	59,891	△ 0.9	11,382	△ 0.4
2月	r 70,334	0.0	r 14,469	0.5	15,936	△ 1.4	4,710	0.6	r 54,398	0.5	r 9,759	0.4
3月	p 79,547	△ 2.0	p 15,076	△ 7.7	p 17,829	△ 9.7	p 5,002	△ 15.0	p 61,718	0.7	p 10,074	△ 3.3
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
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
21年度	430,922	△ 1.4	79,383	△ 4.2	99.5	△ 3.0	100.0	△ 1.6	92.80	11,090
22年度	447,951	1.6	82,657	1.5	99.6	0.1	99.6	△ 0.4	85.69	9,755
22年 1～3月	99,069	△ 1.9	18,501	△ 5.2	99.2	△ 1.5	99.4	△ 1.2	90.65	11,090
4～6月	107,597	△ 1.2	19,833	△ 3.0	99.4	△ 0.4	99.7	△ 0.9	90.01	9,383
7～9月	123,404	4.7	22,400	4.2	99.2	△ 0.2	99.5	△ 0.8	85.86	9,369
10～12月	110,436	△ 1.8	20,402	△ 0.9	99.8	0.4	99.9	0.1	82.58	10,229
23年 1～3月	106,514	4.7	20,022	5.9	99.9	0.7	99.4	0.0	82.32	9,755
22年 3月	34,498	△ 2.2	6,525	△ 5.1	99.3	△ 1.3	99.6	△ 1.1	90.52	11,090
4月	33,987	△ 2.1	6,438	△ 3.9	99.1	△ 1.0	99.6	△ 1.2	93.38	11,057
5月	36,172	△ 3.0	6,703	△ 3.7	99.5	△ 0.2	99.7	△ 0.9	91.74	9,769
6月	37,438	1.4	6,692	△ 1.4	99.6	△ 0.1	99.7	△ 0.7	90.92	9,383
7月	39,940	1.2	7,363	0.3	98.9	△ 0.3	99.2	△ 0.9	87.72	9,537
8月	41,453	1.1	7,427	0.7	99.1	△ 0.3	99.5	△ 0.9	85.47	8,824
9月	42,011	12.3	7,610	12.2	99.6	0.0	99.8	△ 0.6	84.38	9,369
10月	35,115	△ 7.3	6,515	△ 6.0	99.9	0.4	100.2	0.2	81.87	9,202
11月	35,647	0.0	6,620	0.7	99.7	0.4	99.9	0.1	82.48	9,937
12月	39,674	1.8	7,267	2.8	99.9	0.5	99.6	0.0	83.41	10,229
23年 1月	35,828	3.8	6,638	4.5	99.7	0.6	99.4	0.0	82.63	10,238
2月	33,384	4.7	6,268	5.9	99.8	0.7	99.3	0.0	82.53	10,624
3月	37,302	5.4	7,116	7.2	100.1	0.8	99.6	0.0	81.79	9,755
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(%)	
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
21年度	160,116	6.7	49,078	25.4	66,223	4.3	44,815	△ 5.6	4,175,457	6.8
22年度	152,734	△ 4.6	46,592	△ 5.1	62,462	△ 5.7	43,680	△ 2.5	3,788,315	△ 9.3
22年 1～3月	47,193	21.9	15,614	65.6	18,299	16.3	13,280	△ 2.1	1,295,688	24.1
4～6月	43,742	20.8	13,371	35.1	18,281	17.6	12,090	12.2	976,233	22.0
7～9月	46,355	11.0	14,695	19.4	19,316	5.7	12,344	10.3	1,098,515	4.6
10～12月	26,597	△ 23.9	8,198	△ 27.2	10,274	△ 27.2	8,125	△ 15.1	749,881	△ 27.2
23年 1～3月	36,040	△ 23.6	10,328	△ 33.9	14,591	△ 20.3	11,121	△ 16.3	963,686	△ 25.6
22年 3月	24,202	18.2	8,100	55.0	9,580	13.5	6,522	△ 4.2	580,337	25.2
4月	14,795	28.3	4,266	57.8	6,501	24.3	4,028	11.9	298,311	26.4
5月	13,002	23.3	4,049	26.5	5,127	25.9	3,826	17.0	300,760	23.0
6月	15,945	12.8	5,056	26.6	6,653	6.6	4,236	8.6	377,162	18.1
7月	17,765	8.0	5,390	21.6	8,164	△ 0.8	4,211	11.3	420,593	12.9
8月	13,676	37.7	4,174	45.1	5,872	51.5	3,630	14.3	369,210	40.1
9月	14,914	△ 3.1	5,131	2.6	5,280	△ 14.4	4,503	6.5	400,663	△ 3.2
10月	9,491	△ 23.6	2,770	△ 29.5	3,590	△ 28.2	3,131	△ 10.5	251,493	△ 25.9
11月	9,535	△ 24.0	3,050	△ 20.7	3,841	△ 26.5	2,644	△ 23.9	258,732	△ 29.8
12月	7,571	△ 24.1	2,378	△ 31.8	2,843	△ 26.8	2,350	△ 9.7	239,656	△ 25.5
23年 1月	8,575	△ 16.6	2,334	△ 30.1	3,488	△ 11.1	2,753	△ 8.8	259,079	△ 19.0
2月	11,186	△ 12.0	3,174	△ 24.0	4,315	△ 10.0	3,697	△ 1.1	341,034	△ 13.8
3月	16,279	△ 32.7	4,820	△ 40.5	6,788	△ 29.1	4,671	△ 28.4	363,573	△ 37.4
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(%)
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
21年度	27,616	△23.4	7,753	△25.4	937,665	9.3	123,776	4.9	84,337	△20.6
22年度	29,922	8.4	8,190	5.6	819,440	△12.6	112,827	△ 8.8	90,251	7.0
22年 1～3月	4,968	20.9	1,865	△ 6.6	130,951	△ 6.7	24,992	△11.8	23,180	△ 1.8
4～6月	7,942	7.4	1,952	△ 1.1	276,817	△12.6	31,018	△ 3.5	21,539	3.3
7～9月	8,273	17.5	2,128	13.8	249,646	△21.1	32,246	△12.6	23,376	13.0
10～12月	7,800	△ 5.1	2,187	6.9	129,897	△25.2	25,369	△14.8	20,571	4.9
23年 1～3月	5,907	18.9	1,924	3.2	163,080	24.5	24,194	△ 3.2	24,765	6.8
22年 3月	2,384	22.2	650	△ 2.4	102,571	△ 2.6	13,411	△16.0	11,068	1.2
4月	2,547	6.5	666	0.6	138,044	△ 6.2	13,278	△ 0.1	6,880	9.4
5月	2,415	14.3	599	△ 4.6	60,125	△ 9.6	7,402	△ 5.9	6,389	4.3
6月	2,980	3.2	687	0.6	78,648	△23.6	10,338	△ 5.8	8,270	△ 2.2
7月	2,825	23.6	688	4.3	106,230	△12.0	11,410	△ 8.8	6,844	15.9
8月	2,941	21.1	720	20.5	73,831	△23.3	9,216	△ 8.4	7,073	24.1
9月	2,507	7.8	720	17.7	69,585	△30.0	11,620	△18.8	9,459	4.2
10月	2,787	6.8	714	6.4	55,506	△39.8	10,367	△18.1	6,358	7.0
11月	2,613	△15.0	728	6.8	39,394	△22.7	7,912	△ 6.3	6,442	11.6
12月	2,400	△ 5.2	745	7.5	34,997	14.7	7,090	△18.1	7,771	△ 1.6
23年 1月	1,950	61.2	667	2.7	17,955	89.4	5,218	△ 9.9	6,019	5.9
2月	1,797	30.8	623	10.1	16,913	△10.5	6,034	4.2	6,922	7.6
3月	2,160	△ 9.4	634	△ 2.4	128,212	25.0	12,942	△ 3.5	11,825	6.8
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(%)
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
21年度	11,539	△ 5.8	0.35	0.42	5.2	5.2	489	△34.0	14,732	△ 8.8
22年度	11,171	△ 3.2	0.41	0.51	5.2	5.0	456	△ 6.7	13,065	△11.3
22年 1～3月	2,523	△ 0.2	0.38	0.46	5.2	5.1	109	△37.7	3,467	△17.7
4～6月	2,688	1.7	0.36	0.42	5.5	5.3	113	△27.6	3,323	△16.0
7～9月	3,606	△ 2.0	0.41	0.49	5.0	5.1	111	2.8	3,232	△14.5
10～12月	2,625	△ 2.5	0.44	0.55	5.1	4.8	107	△ 7.8	3,299	△ 6.5
23年 1～3月	2,252	△10.8	0.43	0.60	5.3	4.7	125	14.7	3,211	△ 7.4
22年 3月	911	△ 3.1	0.39	0.47	↓	5.3	36	△44.6	1,314	△14.5
4月	752	4.5	0.35	0.42	↑	5.4	45	△19.6	1,154	△13.1
5月	925	0.8	0.35	0.41	5.5	5.2	35	△22.2	1,021	△15.1
6月	1,011	0.4	0.37	0.43	↓	5.2	33	△40.0	1,148	△19.2
7月	1,138	0.8	0.38	0.45	↑	5.0	39	0.0	1,066	△23.0
8月	1,316	△ 0.5	0.41	0.49	5.0	5.1	34	△20.9	1,064	△14.2
9月	1,152	△ 6.1	0.43	0.52	↓	5.1	38	46.2	1,102	△ 4.5
10月	1,005	△ 0.3	0.45	0.54	↑	5.0	30	△23.1	1,136	△ 9.9
11月	808	△ 4.7	0.44	0.55	5.1	4.8	37	5.7	1,061	△ 6.2
12月	812	△ 3.0	0.42	0.56	↓	4.6	40	△ 4.8	1,102	△ 2.9
23年 1月	782	△ 1.1	0.42	0.59	↑	4.7	39	2.6	1,041	△ 2.0
2月	810	△ 1.4	0.44	0.61	5.3	4.6	41	17.1	987	△ 9.4
3月	660	△27.6	0.44	0.60	↓	4.9	45	25.0	1,183	△ 9.9
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 2011.6月号 (No.179)
平成23年 (2011年) 5月発行
発行 株式会社 北洋銀行
企画・制作 株式会社 北海道二十一世紀総合研究所 調査部
電話 (011)231-8681



この印刷物は環境にやさしい「大豆インキ」
古紙配合率100%紙を使用しています。