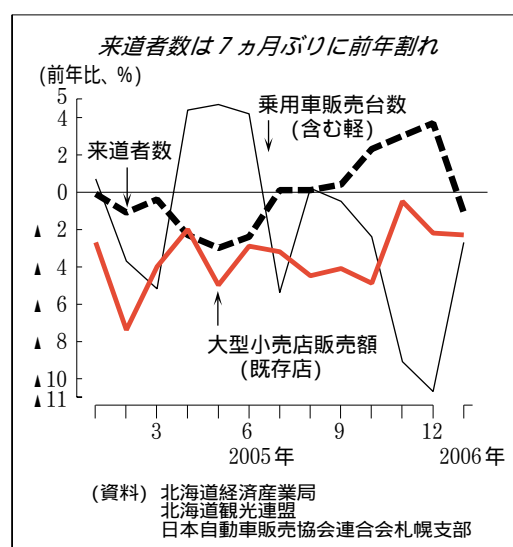
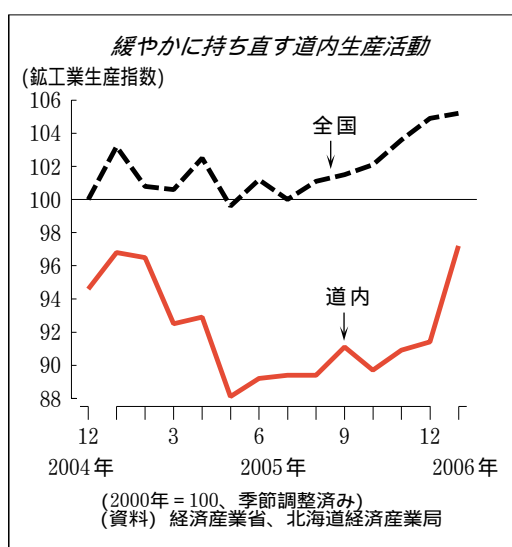


2006
4
NO.266

調査ニュース

グラフでみる道内経済



最近の道内産業経済動向	1
トピックス	3
●道内で活発化する「地域ブランド」強化への取り組み ～「JAPANブランド育成支援事業」の道内採択例 ①総論～	
道内ユニーク企業紹介 シリーズ⑩	5
●環境に配慮し医療廃棄物を電磁波で滅菌、エネルギー源として再資源化 ～(株)メディカル・セフティ・システム～	
どうぎんだより	7



最近の道内産業経済動向

一部で持ち直しの動きが続いており、総体では横這いを脱する兆しがみられる。当面はまだ模様の中、概ね横這いで推移するとみられる。

- 個人消費は一部に明るさがみられるが全体では低調。

1月の大型小売店販売（店調後）は44カ月連続前年割れ（前年比▲2.3%）。初旬（初売り、冬ものセール）は好調に推移したものの中旬以降は降雪の影響等から客足が鈍った。乗用車販売（1月）は、軽自動車が前年を上回った（同5.1%増）が、普通車、小型車が引き続きマイナスとなり、全体では5カ月連続前年割れ（同▲2.7%）。

- 道内投資は住宅、公共投資が前年割れ、設備投資は道外企業に前向きの動き

住宅着工戸数（1月）は、持家が3カ月連続プラスとなったほか貸家も賃貸マンションの好調から前年を上回った。しかし、分譲マンションが大幅なマイナスとなり全体では同▲16.9%と2カ月連続で前年割れ（4 - 1月累計では同8.8%増）。民間設備投資は、製造業などで道外企業に前向きの動き（能力増強や進出に伴う工場建設計画）がみられる。ただし、地場企業は一部を除き依然慎重姿勢。1月の民間建築物着工床面積（非居住用）は同▲0.4%と9カ月連続マイナス（4 - 1月累計では同▲22.2%）。公共工事請負額（2月）は同12.7%増（4 - 2月累計では同▲3.8%）。

- 製造業生産は前年比、前月比とも増勢に

鉱工業生産指数（1月）は前年比0.5%増と11カ月ぶりの上昇。14業種中、食料品・たばこ、化学製品などが低下したものの、比較的水準の高い電気機械、輸送機械、鉄鋼に加え、低水準の金属製品、窯業・土石など9業種が上昇。前月比では3カ月連続上昇した。

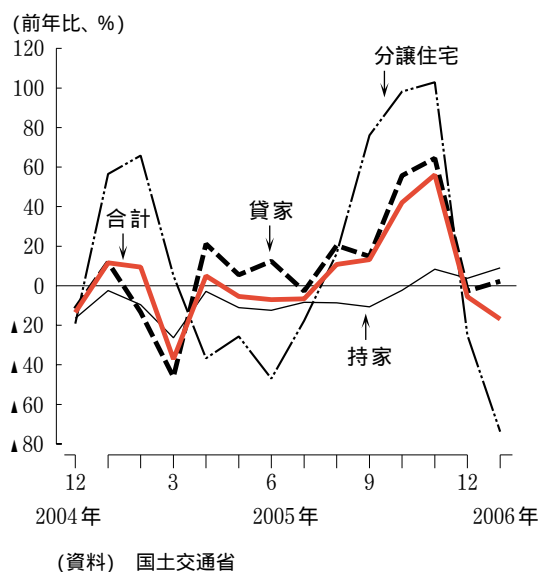
- 観光は海外客好調も総体では足踏み

1月の来道者数（除く海外からの直行便）は、雪害による交通機関の運休・欠航等が影響し、前年比▲1.1%と7カ月ぶりに前年割れ。東アジアを中心とする海外客（入国者ベース）は増勢持続。なお、スキー場利用客数（リフト輸送人員ベース、11 - 2月累計）は、道内客の動きが鈍く全体では同▲4.9%。

- 雇用情勢は厳しさ残るが緩やかな回復傾向

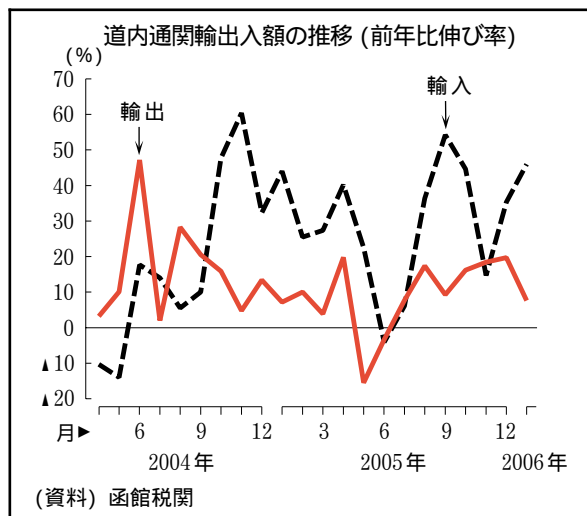
1月の有効求人倍率（常用）は、医療・福祉（介護ヘルパーなど）の求人増等を背景に0.55倍（前年比0.01ポイント改善）と緩やかに改善。

新設住宅着工戸数の推移



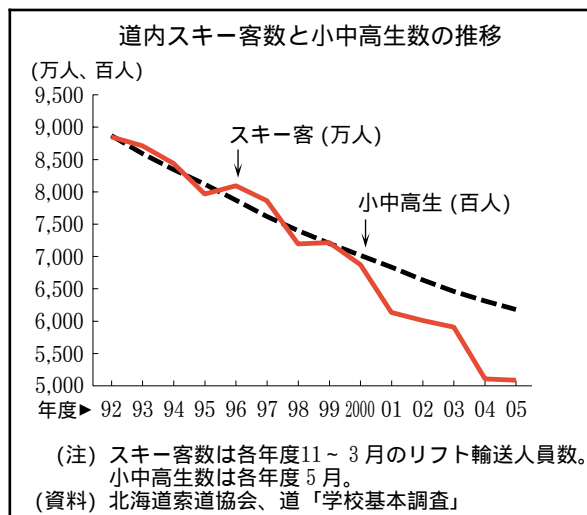
□ 増加傾向続く道内貿易額

1月の函館税関通関輸出額（北海道分、円貨ベース）は、鉄鋼（棒鋼、管製品）や紙類（新聞用紙、包装紙）などが前年を下回ったものの、生鮮魚介類（中国向け秋サケ、スケトウダラ）、化学製品（台湾向け樹脂原料）、一般機械（中東向け産業機械）、自動車部品（米国向けAT変速装置）等が増加したことから、前年比7.6%増と7カ月連続前年を上回った。一方、輸入額も同46.0%増と7カ月連続プラス。1月の輸入総額の4割強を占める原油・粗油の単価高騰が主因。ちなみに、2005年の輸出総額は2,635億円（同9.8%増）、輸入総額は9,637億円（同28.8%増）。



□ 減少続く道内スキー客数

2月のスキー場入込み客数（ゴンドラ・リフトによる輸送人員ベース）は、13,551千人（前年比▲9.9%）と2カ月連続前年割れ。11～12月は前年を上回った（降雪遅れ等により低調だった前年の反動）が、11～2月累計では39,739千人（同▲4.9%）と苦戦。豪州客が増加しているニセコ地区など一部地域では前年比プラスで推移しているものの、国内スキーツアー客、ウェートの高い道内客（約8割）の動きが鈍い。なお、右図のように、スキー客数は2000年度まで道内小中高生数とほぼ同様の落ち込みをしており、相関関係がみられた。しかし、01年度以降はスキー客数の減少ペースが小中高生数に比べ加速。



北海道の主要経済指標

(前年比伸び率、%)

年度・四半期・月	03	04	05/1 - 3	4 - 6	7 - 9	10 - 12	11	12	06/1
大型小売店販売額	▲ 6.3	▲ 4.8	▲ 4.6	▲ 3.3	▲ 3.9	▲ 2.5	▲ 0.5	▲ 2.2	▲ 2.3
うち百貨店	▲ 9.4	▲ 4.8	▲ 4.4	▲ 2.5	▲ 2.5	▲ 0.3	0.9	0.2	▲ 2.2
うちスーパー	▲ 4.5	▲ 4.8	▲ 4.7	▲ 3.8	▲ 4.7	▲ 3.9	▲ 1.3	▲ 4.1	▲ 2.3
乗用車販売（含む軽）	▲ 3.9	▲ 2.2	▲ 3.7	4.4	▲ 2.2	▲ 7.4	▲ 9.1	▲ 10.7	▲ 2.7
軽乗用車販売	2.5	▲ 2.3	▲ 6.5	1.9	6.2	0.5	4.9	▲ 12.3	5.1
新設住宅着工戸数	3.9	▲ 5.1	▲ 12.7	▲ 3.0	5.6	32.0	56.1	▲ 5.6	▲ 16.9
うち貸家	4.8	▲ 8.8	▲ 24.5	12.6	11.0	39.5	64.5	▲ 2.7	2.3
うち分譲	15.5	9.8	43.1	▲ 38.1	22.6	55.1	102.9	▲ 25.0	▲ 73.8
前払い保証工事請負額	▲ 17.6	▲ 7.0	▲ 20.1	1.9	▲ 5.4	▲ 15.2	▲ 24.5	25.0	▲ 6.7
民間非居住用着工床面積	7.4	13.8	5.2	▲ 19.9	▲ 23.6	▲ 26.3	▲ 3.8	▲ 22.7	▲ 0.4
鉱工業生産指数	▲ 0.1	0.3	0.5	▲ 4.0	▲ 4.6	▲ 4.7	▲ 3.5	▲ 4.3	0.5
来道者数	▲ 3.7	▲ 2.4	▲ 0.5	▲ 2.6	0.2	2.9	3.0	3.7	▲ 1.1
外国人入国者数	15.7	54.4	-	24.9	18.7	36.0	56.0	43.6	55.6
有効求人倍率・常用（倍）	0.48	0.54	0.54	0.48	0.53	0.55	0.56	0.54	0.55

(資料) 各種公表資料、ヒアリングによる

道内で活発化する「地域ブランド」強化への取り組み

～「J A P A Nブランド育成支援事業」の道内採択例 総論～

地域の特色ある資源活用による「地域ブランド」育成と「地域ブランド力」強化を通し、地域経済の活性化を図ろうとする動きが全国各地で盛んだ。本稿では、国の施策としての「J A P A Nブランド育成支援事業」にスポットを当てて紹介する。

商品・地域イメージの強い結びつきによる高付加価値の創出で地域経済を活性化

「地域ブランド」のジャンルは、技術、伝統、文化、観光、食関連など多方面にわたるが、その定義も地域や使う側の考えによって実に様々だ。例えば、地域名そのもの（「北海道ブランド」、「十勝ブランド」など）、製・商品名などに地域名や観光資源名称を冠す（「札幌ラーメン」、「旭川家具」、「パウダースノーゲレンデ」など）、地域特産品につけた商標名（「夕張メロン」、「銀聖」：鮭、「カキえもん」：牡蠣など）、等々。ちなみに経済産業省では、その定義を「地域発の商品・サービスのブランド化」と「地域イメージのブランド化」の相乗効果で付加価値が高まり、その好循環により地域外の資金等を呼び込むことで持続的な地域経済の活性化につながるもの」としている。地域ブランドの育成・ブランド力強化に取り組む主体を、支援する側（タテ）の視点でみると、国、都道府県、市町村といった行政レベル（地公体）に加え、各種経済団体（商工会議所、商工会、農協、漁協など）、大学や研究機関が挙げられる。一方、連携形態（ヨコ）を切り口にすると、民間企業単独、企業間連携、産学連携、有志など様々な形態が存在する。なお、行政や経済団体等は、タテ・ヨコ両面の機能を有しており、補助金など資金面での支援のほか、重要なコーディネート役を担っている。

「J A P A Nブランド育成支援事業」、道内ではこれまで帯広、小樽、旭川が採択

本事業は、国（中小企業庁）の施策として平成16年度よりスタート。支援対象は、国内外のマーケットに通用するブランドの育成・強化を図るために、地域内の小規模事業者等をコーディネートしようとする商工会議所・商工会等だ。初年度は、市場調査、専門家の招聘、新商品開発・評価、デザイン開発・評価、展示会参加等の取組みを行うプロジェクトについて「ブランド育成支援事業（全国商工会連合会・日本商工会議所への委託形式。1件あたり3千万円程度）」が行われ、全国で31件（うち本道1件。帯広商工会議所「ナチュラルチーズ育成支援事業」）を採択。また、2年目となる17年度は前年の支援メニューに加え、海外でのブランド確立に向けた「海外販路開拓支援（補助形式、1件当たり1千万円程度）」が加わり同30件。このうち本道分では、育成支援事業として小樽商工会議所「OTARU - ガラス工芸品の世界ブランド化プロジェクト」と旭川商工会議所「《旭川家具》ブランド確立推進事業」の2件が採択された。なお、新年度（18年度）も施策が継続されるが、スキームは補助形式に一本化。「ブランド確立支援事業（従来の育成支援事業に相当。3分の2補助、1件当たり2千万円程度）」のほか、新たなメニューとして「戦略策定支援事業（1件当たり5百万円の定額補助）」を追加。コンセプト設定や市場調査など最も重要な要素の一つであるブランド戦略面での支援も行う。

地域ブランド育成の素地において大きな優位性を持つ北海道

足元の道内経済は、景気が回復している全国に比べその足取りが重い。域内総支出に占める割合が大きい公共投資の縮減、景気回復に伴う感応度が高い製造業ウェートの低さ、札幌圏など一部を除いた人口減少ピッチの早さなど、構造的要因によるマイナス影響が大きい

らだ。しかし、半面で、観光面や一次産業における豊かな素材資源（温泉や美しい景観、新鮮な一次産品）、食品加工分野、家具・木工など伝統産業、クリーンな環境など、ブランド育成の素地において優位性を持つ分野は多い。現在、道内では多くの地域で多様な取組みが展開されている。今後の地域ブランド育成・強化とその果実としての地域活性化が大いに期待される中、個々の取組みには一層しっかりとした戦略が求められよう。

なお、17年度ＪＡＰＡＮブランド育成支援事業における道内採択事業については、次回以降号でその取組み概要を紹介する。（黒瀧 隆司）

主なＪＡＰＡＮブランド育成支援事業（道内採択案件と平成17年度全国採択案件より抜粋）

年度	事業実施者（注）	都道府県	事業概要（コンセプト、主要ターゲット等）
16	帯 広 （助）十勝圏振興機構 北海道商工会連合会十勝支所	北海道	【ナチュラルチーズ育成支援事業】 十勝地域の新たな高品質ナチュラルチーズや関連商品群を産学連携で開発。内外の展示会活用による市場開拓。ターゲットは首都圏の生活の質にこだわる顧客層。
17	小 樽	〃	【OTARU - ガラス工芸品の世界ブランド化プロジェクト】 吹きガラスやカットガラス（小樽切り）、ガラスと漆の組み合わせなど、地域の技術と日本の伝統技術を融合させたデザイン性の高いガラス工芸品の開発。ターゲットは東アジア圏の富裕層。
	旭 川	〃	【『旭川家具』ブランド確立推進事業】 地域の木材資源と蓄積された高度な家具製造技術を生かしたプレミアム性を極めた家具の開発。世界の超高級家具市場における地位の確立。
	弘 前	青 森	「津軽塗」の伝統的技法を生かした漆と革のコラボレーションによるデザイン性の高い商品群の開発。欧州・国内大都市圏でのブランド展開。
	会津若松	福 島	国内でも卓越した「蒔絵」技術による会津漆器の特徴に、新技術とヨーロッパの生活スタイルにマッチするデザインを加えて商品開発。欧州、特にフランスでの市場開拓。
	川 口	埼 玉	伝統の「川口鋳物」から生まれた薄肉・軽量鋳物を用いてデザイン性の高い生活用品（IH関連関連製品）を開発。「新・川口鋳物」として国内から海外へと市場開拓。
	岡 谷	長 野	高度な生糸生産技術を生かした純絹（あしぎぬ）糸（光沢・強度・防しわ性など優れた特性）を用い、デザイン性の高いインテリア用品などを開発。ターゲットは国内大都市圏と米国。
	高 山	岐 阜	飛騨家具・美濃和紙・陶磁器・繊維など伝統的地場産品とのトータルコーディネートにより、洗練されたライフスタイル提案型商品を開発。ターゲットは欧米における「和」スタイルに関心のある層。
	輪 島	石 川	日本漆芸の最高峰「輪島塗」を素材に、国内向けにはライフスタイル提案型の食器やインテリアを開発。海外では欧米大都市圏の富裕層向けに新製品（ボタン、バックル、インテリア装飾等）を開発。
	京 都	京 都	蓄積された地場の染織・繊維技術や素材などを生かし、インテリア・生活雑貨等での商品開発を通し和の伝統を現代的に解釈したライフスタイルを提案。ターゲットは国内外の女性や若年層。
	西淡町	兵 庫	ハイテク、かつ環境に優しい地場特産「淡路いぶしかわら」の製造技術を活用し、快適住空間を提案するエクステリア製品等を開発。ターゲットは景観や環境意識の高い欧州、特にスペイン。
	福 岡	福 岡	伝統の博多織技術をベースにフェイスタオル等に用いる高密度の新パイル地を開発。デザイン性の高いフォーマルドレスなど洋装からバッグなど小物まで。上海の富裕層女性から欧州へ展開。
	苓北町・天草町 五和町・大矢野町 本 渡	熊 本	地場資源の「天草陶石」（有田焼など陶磁器や碇子の原材料）を用い新市場向け商品（日用品・屋内外の美術用陶板など）を開発。ターゲットは“上質志向”の30代～アクティブシニア層。
	鹿児島県商工会連合会	鹿児島	被服素材としての大島紬に洋装デザイン・縫製技術を取り入れた付加価値の高い製品を開発。また、薩摩切子の製造工程にヨーロッパのカットガラス技術を取り入れた新たな製品開発（シャンパングラスなど）を行う。ターゲットはドイツ、オーストリア、イタリア。

（資料）中小企業基盤整備機構ＨＰをもとに当研究所作成

（注）事業実施者欄の都市名は商工会議所（は商工会）名

環境に配慮し医療廃棄物を電磁波で滅菌、エネルギー源として再資源化

～ (株)メディカル・セフティ・システム ～

医療機関から発生する医療廃棄物には、使用済みの注射器やガーゼなど感染の恐れがあるものが多い。こうした感染性廃棄物は、最終処分（埋立て）の前に焼却や化学物質による溶解、滅菌等の処理を実施し、感染の危険を完全に排除することが義務付けられている。ただし、焼却等の処理には環境保全面での問題があるほか、処理後の残さを処分する埋立地の確保も難しくなりつつある。このため、年々増加を続ける医療廃棄物の処理に関し、より安全で効率的な方法が求められるようになってきた。こうした状況下、道内には感染性廃棄物を焼却せずに滅菌し、炭や油への再資源化に取り組む企業がある。今回は“循環型医療廃棄物処理”を目指す(株)メディカル・セフティ・システムを紹介する。

医療廃棄物処理専門業者として、規制強化などに確実に対応、顧客を拡大

当社は1991年に歌志内市で医療廃棄物処理の専門業者として操業を開始した。西田社長は、若い頃に野球や柔道に打ち込んだスポーツマン。独立精神旺盛で、スポーツ仲間らとともにこれまで様々なビジネスを手掛けてきた。そうしたビジネスを通して親交があった医師と医療廃棄物に関する勉強会に出席し、その重要性和将来性に着目したのが、医療廃棄物処理業へ進出するきっかけとなった。1990年5月には出身地である神奈川県で法人化（現在は上砂川町に本社を移転）。当初は山梨県に処理施設を建設する計画だったが、オウム真理教騒動のため計画を断念し、歌志内市在住の義父のすすめで、同市への進出を決めた。開業後は、自ら顧客開拓に汗を流す一方で、医療廃棄物を処理施設まで収集運搬する大手企業との取引を拡大するなど業務の効率化に努めてきた。また、ダイオキシン排出規制など各種規制強化に対してその都度確実に対応。こうした業務に誠実に取り組む姿勢が取引先から評価され、処理量は順調に拡大した。今では、道内2千超の医療機関から医療廃棄物が集まるようになっている。

破碎・滅菌システムを導入、リサイクルシステムを自社開発

処理量が拡大していく中で、当社は新しい処理設備の導入について検討を開始。2003年に、米国の感染性廃棄物処理業界で多く使用されているステリサイクル社の破碎・滅菌システム（破碎した廃棄物を電磁波照射で滅菌するもの）を上砂川工場に導入した。このシステムは、電磁波照射による内部発熱で病原性微生物を溶解させる仕組み。燃焼させず、化学物質も使わないため、大気を汚染する物質を発生させないのが特徴だ。当初は、このシステムで滅菌した医療廃棄物を発電燃料として近隣のリサイクル施設に提供する計画だったが、受入先の事業の遅れもあって自社でのリサイクルを目指すことに方針を転換した。04年には独自開発のリサイクルシステムが完成し、医療廃棄物を炭、油など



当社開発のリサイクルシステム
（電磁誘導加熱炭化・油化装置）

のエネルギー源に再資源化する道内初の“循環型医療廃棄物処理工場”が誕生した。このシステムは、真空状態にした筒の外周に巻いたコイルに電流を流し、筒の中の物質を高熱で分解。水分の蒸発、ガス化を経て、紙や繊維は炭化物に、注射筒や手術用手袋などのプラスチック類は可燃ガスに再生する仕組み。発生したガスは冷却すると油として回収され、燃料として利用できる。なお、筒内温度は800～1,000℃にまで上昇するが、外周部は50℃程度に保たれ火災事故の不安は全くない。この誘導加熱を利用した炭化・油化装置には、大気汚染物質が殆ど発生しないという利点に加え、分別の必要がない、騒音や振動が少ない、連続運転可能、加熱時間・温度設定を処理物の性状、種類に応じて調整できる、駆動部分が少なく長寿命といった利点がある。また、焼却後の灰に比べ処理残さが数十分の1以下であり埋立て処理コストが大幅に低減することもメリット。当社では、再資源化した炭（固形燃料として利用可）、油（そのまま、または灯油と混合して利用可）の本格的な有効活用を目処をつけ、今後は自社工場内の乾燥機や暖房用の燃料などとして積極的に活用していく方針だ。原油価格高騰の状況下、リサイクル燃料の使用は燃料コストを大きく圧縮する効果がある。



リサイクル燃料による燃焼実験



小型リサイクルシステム・デモ機

リサイクルシステムをデモ機で積極的にアピールし需要開拓

当社では処理施設の見学を積極的に受け入れているが、見学者からも当社開発のリサイクルシステムは多くの利点を持つ点で好評を得ている。また、廃棄物を大量に排出する各企業、自治体などからは廃棄物の有効な再利用システムとして強い関心を持たれている。このため、今後は外部へのシステム販売も検討。最近完成した小型リサイクルシステム・デモ機をトラックに積みこんで官公庁や企業を訪問し、その効果を実際にみてもらうことで積極的にアピールしていく方針だ。

当社は医療廃棄物処理の専門業者として、「環境保全、安全・安心な処理、経済性」の3点に強く配慮し、取引先や処理施設の地域住民からの信頼を得てきた。今後も循環型社会で重要な役割を担う当社の活躍に期待したい。

【会社概要】

本 社	空知郡上砂川町上砂川45番地 1
	☎0125 - 62 - 6011 Fax0125 - 63 - 2022
設 立	1990年 5 月 (創業1991年10月)
資本金	5,000万円
代表者	西田 正紀
売上高	506百万円 (2005年 2 月期)
従業員	34名
事業内容	感染性廃棄物、医療系産業廃棄物、 化学系産業廃棄物の収集運搬・処分
U R L	http://www.medical-safety-system.com

(松本 則栄)

道銀グローバルWEB 4月3日スタート



ご来店不要!!

=外国送金、輸入信用状をインターネットでお申込み=

●ご 契 約 料	無料
●月 額 基 本 料 金	平成18年4月3日～9月29日までキャンペーンにつき無料 (平成18年10月2日以降月額3,150円)
●お 取 引 手 数 料	外国送金、輸入信用状の開設・変更とも窓口でのお申込みと比べ、 1件につき500円お得!
●お申込み受付開始日	平成18年4月3日
●ご 利 用 時 間	当行営業日の8:00～21:00

◆専用端末やソフトウェアの導入は一切必要ありません。

◆オフィス事務の省力化にお役立てください。

※輸入信用状の開設・変更のお取引を希望されるお客様は事前の当行所定の審査を完了することが必要です。

<基本的なパソコンの使用環境>

対応OS	対応ブラウザ	
	Internet Explorer	Netscape Communicator
Windows98,Me,2000(SP2～)	日本語版 5.5以上	日本語版 4.7X
Windows XP	日本語版 6.0以上	日本語版 4.7X

お申込みは北海道銀行本支店の御社ご担当まで

お問い合わせ先：北海道銀行法人営業部 国際業務室(TEL 011-233-1093)

調査ニュース

編集・発行

北海道銀行

道銀地域企業経営研究所 経済調査室

〒060-8676 札幌市中央区大通西4丁目

☎(直通) 011-233-1032 内容照会先 黒瀧

北海道銀行ホームページ <http://www.hokkaidobank.co.jp/>

印刷 有限会社 北光社