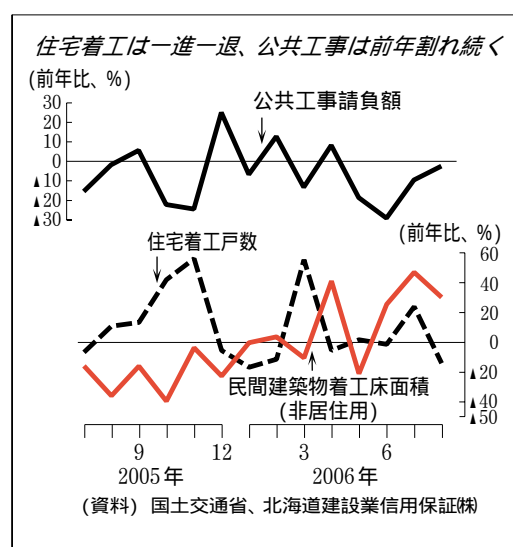
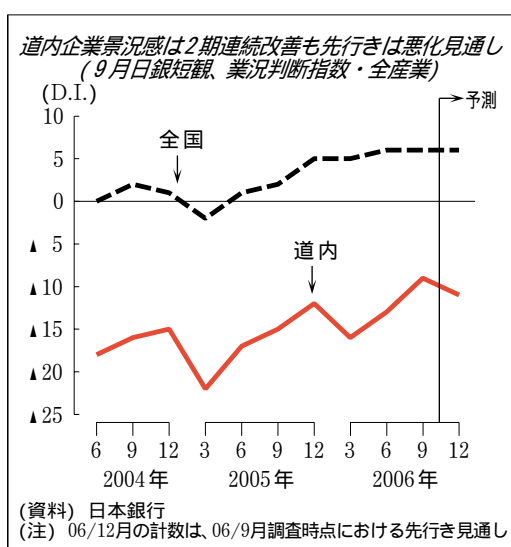


2006
11
NO.272

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
●主要経済指標でみる北海道経済	2
日本経済に占める北海道 シリーズ④	3
●北海道の消費と雇用	
道内ユニーク企業紹介 シリーズ⑫	5
●十勝産素材にこだわり産学連携で高級ドッグフードを開発 ～ 川田工業株式会社 ～	
どうぎんだより	7

最近の道内産業経済動向

道外大手を中心とした設備投資、一部製造業生産、道外からの観光客など、道外需要関連での上向き推移を背景に緩やかに持ち直している。先行きは、公的需要の落込みや所得の改善遅れなどから、横這い圏内で推移するとみられる。

- 猛暑効果で一部に動きも全体では低調

8月の大型小売店販売（既存店）は、51カ月連続前年割れ（前年比▲0.7%）。気温の高い日が続いたことから、秋物衣料が低調だった半面、飲料等が好調に推移しマイナス幅は縮小。なお、全店ベースではスーパーが5カ月連続プラス。乗用車販売（8月）は、軽自動車が増勢を持続（同13.8%増）したものの、普通車、小型車の低調から全体では4カ月連続でマイナス（同▲4.0%）。なお、道内消費は9月以降も概ね低調だが、10月に入り地元プロ野球チームのリーグ優勝に伴うセール効果が一部にみられる。

- 道内投資は住宅着工が一進一退、公共投資は減少持続

住宅着工戸数（8月）は、持家が10カ月連続前年を上回ったものの、賃家、分譲住宅がマイナスとなり、全体では前年比▲14.2%と一進一退。民間設備投資は、道外需要向け製造業や一部非製造業で能力増強や競争力強化に向けた動きがみられる。8月の民間建築物着工床面積（非居住用）は3カ月連続でプラス（同30.2%増）。公共工事請負額（8月）は4カ月連続で前年割れ（4 - 8月累計では同▲11.4%）となり、9月も前年を1割程度下回った模様。

- 製造業生産は緩やかな上昇基調

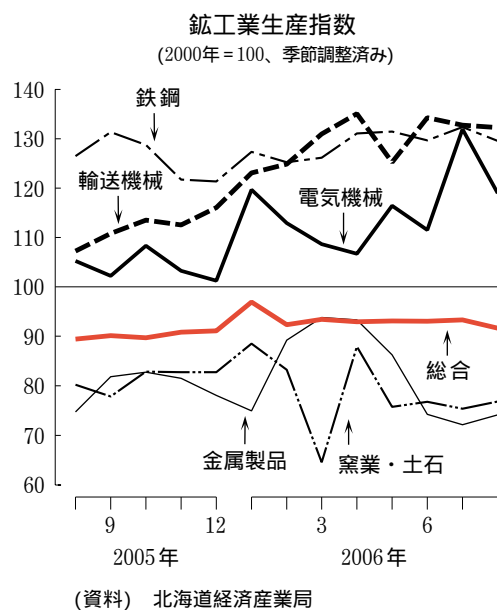
鉱工業生産指数（8月）は前年比で6カ月連続上昇（2.4%）。金属製品、窯業・土石などが前年比低下したものの、輸送機械（自動車部品）、電気機械（電子部品）、一般機械（プラント関連等）が道外需要増を背景に前年水準を上回った。なお、前月比では一進一退。

- 観光は来道者数が持ち直し基調

8月の来道者数（除く海外からの直行便）は、前年比4.7%増（5カ月連続でプラス）。一部エリア（旭山動物園、知床）の人気持続、旅行需要増（国内景気回復）、前年のマイナス要因（愛知万博等へのシフト）剥落等が主因。東アジアを中心とする海外客（入国者ベース）も堅調持続。

- 雇用情勢は緩やかに改善

8月の有効求人倍率（常用）は0.55倍（前年比+0.02ポイント）と2カ月連続で前年を上回った。新規求人数は前年比やや減（▲0.3%）も、建設、運輸、医療・福祉等で増加。なお、全数（前月比）は2カ月連続上昇（0.63倍）。



□ 主要経済指標でみる北海道経済

(1) 消費・観光関連

(前年比伸び率、%)

年度・四半期・月	04	05	05/7 - 9	10 - 12	06/1 - 3	4 - 6	7	8	4 - 8累計
大型小売店販売額・既存店	▲4.8	▲3.0	▲3.9	▲2.5	▲2.3	▲2.6	▲1.6	▲0.7	▲0.7
乗用車販売（含む軽）	▲2.2	▲1.2	▲2.2	▲7.4	▲0.6	▲4.9	▲2.8	▲4.0	▲4.3
来道者数(除く海外からの直行便)	▲2.4	▲0.6	0.2	2.9	▲3.2	3.3	2.2	4.7	3.4
外国人入国者数	54.4	23.5	15.5	36.2	18.0	19.8	8.2	0.6	11.6

- ・大型小売店販売は既存店、全店ベースともマイナスで推移している。ただし、スーパーに限ると全店ベースでの4 - 8月累計が前年比1.6%増とプラス。
- ・このところ回復傾向の来道者数（道観光連盟調べ）は、05年度の実数が1,270万人（同▲0.6%）。ビジネス客を除く観光客数（道推計、海外からの直行便含む）は635万人（同0.5%増）。このうち、海外からの観光客は51.4万人（同20.3%増）と増加を続けている。最も多いのは台湾客（27.7万人、同32.7%増）。ニセコでのスキーを中心としたオーストラリア客は1.9万人（同29.0%増）と、3年前の8.5倍に急増した。

大型小売店販売額の4 - 8累計は全店ベース。

(2) 建設関連

(前年比伸び率、%)

年度・四半期・月	04	05	05/7 - 9	10 - 12	06/1 - 3	4 - 6	7	8	4 - 8累計
新設住宅着工戸数	▲5.1	10.2	5.6	32.0	10.3	▲1.7	23.9	▲14.2	0.2
うち持家	▲4.3	▲4.8	▲9.2	2.7	8.8	6.1	3.7	1.4	4.6
うち貸家	▲8.8	22.7	11.0	39.5	34.0	▲1.4	38.6	▲14.7	2.3
うち分譲	9.8	▲4.8	22.6	55.1	▲35.0	▲22.8	19.9	▲38.1	▲17.9
札幌市住宅建築確認件数(戸数)	▲1.7	19.5	23.0	47.2	3.8	5.8	▲16.8	▲28.6	▲7.1
前払い保証工事請負額	▲7.0	▲4.7	▲5.4	▲15.2	▲10.5	▲14.4	▲9.6	▲2.4	▲11.4
民間建築物着工床面積・非居住用	13.8	▲20.0	▲23.6	▲26.3	▲2.9	13.3	47.0	30.2	22.7

- ・住宅着工戸数は一進一退で推移している。4 - 8月累計では前年比0.2%増と前年なみの水準。持家（一戸建て注文住宅）着工は昨秋以降、前年を上回っており、7年ぶりの回復傾向。なお、着工戸数の先行指標となる住宅建築確認件数（札幌、戸数ベース）は7 - 9月累計で同▲16.1%と前年を下回った。
- ・民間建築物（非居住用）着工床面積は4 - 8月累計で同22.7%増と高い伸び。業種別にみると、製造業、電気・ガス、飲食店・宿泊等が高水準。

(3) 生産・輸出関連

(前年比伸び率、%)

年度・四半期・月	04	05	05/7 - 9	10 - 12	06/1 - 3	4 - 6	7	8	4 - 8累計
鉱工業生産指数	0.2	▲3.6	▲5.1	▲4.8	0.0	3.7	5.0	2.4	3.6
通関輸出(函館税関・道内分)	12.5	10.4	11.8	17.9	9.2	27.2	43.0	16.3	27.5

- ・製造業生産は道外需要向け中心の業種を中心に堅調に推移している。輸出も鉄鋼、一般機械、自動車部品などを中心に高い伸びを続けており、4 - 8月累計では、1,271億円（前年比27.5%増）。

(4) 道内基準地価の推移

(前年比変動率、%)

	住宅地		商業地			住宅地		商業地	
	05	06	05	06		05	06	05	06
札幌	▲1.3	1.2	▲0.0	7.6	帯広	▲3.9	▲3.5	▲6.0	▲5.7
函館	▲4.2	▲3.0	▲3.9	▲2.4	小樽	▲11.6	▲10.9	▲9.5	▲8.9
旭川	▲7.0	▲5.3	▲12.6	▲7.0	苫小牧	▲8.3	▲5.6	▲11.1	▲9.2
釧路	▲4.6	▲5.9	▲7.6	▲9.1	全道平均	▲3.1	▲2.7	▲4.4	▲3.2
全国平均	▲3.8	▲2.3	▲5.0	▲2.1	東京23区	0.5	6.4	0.6	8.3

- ・9月19日に公表された06年の基準地価（7月1日時点）では、全道平均の前年比変動率が、住宅地：▲2.7%、商業地：▲3.2%。変動（下落）幅は2年連続で縮小した。都市別では、札幌市が、住宅地（同1.2%）、商業地（同7.6%）とも15年ぶりに上昇した半面、地方都市は下落を続けており、札幌と地方の二極化が目立つ。

(資料) 各種公表資料、ヒアリングによる。

北海道の消費と雇用

Q1. 販売統計でみた全国の消費における北海道のシェアはどの程度か？

- ・ 大型小売店売上高（表1）の前年比伸び率は、全国、北海道ともマイナス幅が縮小傾向。ただし、依然として北海道の割れ幅が大きい。この結果、北海道の全国シェアは、2004年の4.7%台から、05年以降4.6%台に低下している。
- ・ コンビニエンスストア売上高（表2）では、概ね5%台後半であった北海道のシェアは、06年に入り、5%台半ばに落ちている。
- ・ 乗用車新車登録台数（含む軽乗用車、表3）の前年比伸び率も、概ね北海道の方が全国より低い。全国シェアは季節によって差があるが、05年度全体では、3.93%と低下傾向。
- ・ 上記の3項目以外（専門店、通信販売など）については、シェアが不明だが、統計で把握できる販売側のデータからみる限り、消費における北海道シェアは足元やや低下しているといえそうだ。ちなみに、GDPベースの民間最終消費支出に占める北海道のシェアは、06年度3.85%と05年度（3.91%）より低下が予想される（当行推計）。
- ・ 消費の先行きについて、景気ウォッチャー調査の家計動向関連先行き判断DIを四半期平均（表4）でみると、基準となる50を全国に先駆けて下回ってきており、全国よりも弱い基調が当面続きそうだ。
- ・ しかし、既に一部大型小売店のセール結果に現れてきているように、北海道日本ハムファイターズ優勝による道民の消費マインドの向上が、北海道の消費全体に「シンジラレナイ」効果をもたらすことも十分期待できる。

表1. 大型小売店売上高（百貨店＋スーパー）の推移（億円、%）

			2004年				2005年				2006年	
			1-3月期	4-6月期	7-9月期	10-12月期	1-3月期	4-6月期	7-9月期	10-12月期	1-3月期	4-6月期
北海道	金額	全店	2,494	2,440	2,443	2,758	2,422	2,418	2,375	2,708	2,381	2,384
	(前年比)	(全店)	(▲ 2.3)	(▲ 4.3)	(▲ 1.7)	(▲ 2.8)	(▲ 2.9)	(▲ 0.9)	(▲ 2.8)	(▲ 1.8)	(▲ 1.7)	(▲ 1.4)
全 国	金額	全店	52,757	51,645	51,862	58,409	51,885	51,422	51,428	58,549	51,206	51,086
	(前年比)	(全店)	(▲ 0.5)	(▲ 1.8)	(▲ 0.9)	(▲ 2.0)	(▲ 1.7)	(▲ 0.4)	(▲ 0.8)	(0.2)	(▲ 1.3)	(▲ 0.7)
金額合計における北海道のシェア			4.73	4.72	4.71	4.72	4.67	4.70	4.62	4.63	4.65	4.67

(資料) 経済産業省「商業販売統計」

表2. コンビニエンスストア売上高の推移（億円、%）

			2004年				2005年				2006年	
			1-3月期	4-6月期	7-9月期	10-12月期	1-3月期	4-6月期	7-9月期	10-12月期	1-3月期	4-6月期
北海道	金額	全店	979	1,035	1,148	1,068	960	1,025	1,132	1,049	960	1,027
	(前年比)	(全店)	(0.4)	(▲ 1.2)	(4.3)	(0.1)	(▲ 1.9)	(▲ 0.9)	(▲ 1.4)	(▲ 1.8)	(0.0)	(0.2)
全 国	金額	全店	17,103	17,944	19,387	18,458	17,183	18,293	19,654	18,465	17,312	18,396
	(前年比)	(全店)	(2.2)	(2.1)	(4.3)	(2.1)	(0.5)	(1.9)	(1.4)	(0.0)	(0.7)	(0.6)
金額合計における北海道のシェア			5.72	5.77	5.92	5.79	5.59	5.60	5.76	5.68	5.55	5.58

(資料) 経済産業省「商業販売統計」

表3. 乗用車新車登録台数（含む軽）の推移（台、%）

			2005年		2006年	
			4-6月期	7-9月期	10-12月期	1-3月期
北海道	金額	全店	47,930	46,199	37,240	55,368
	(前年比)	(全店)	(4.4)	(▲ 2.2)	(▲ 7.4)	(▲ 0.6)
全 国	金額	全店	1,089,938	1,169,256	1,033,935	1,455,014
	(前年比)	(全店)	(8.4)	(▲ 0.7)	(▲ 6.9)	(0.5)
北海道のシェア			4.40	3.95	3.60	3.81

(資料) 北海道経済産業局「主要経済指標」

表4. 景気ウォッチャー調査
家計動向関連先行き判断（方向性）DIの推移

	2005年	2006年		
	10-12月期	1-3月期	4-6月期	7-9月期
北海道	49.7	55.0	53.8	49.7
全 国	52.4	56.1	53.2	50.8

(注) 家計動向関連は、小売関連、飲食関連、サービス関連、住宅関連。DIは50が横ばい、50超で拡張、50未満で収縮を示す。先行きDIは2.3ヵ月先を予測したもの。データは四半期

(資料) 内閣府「景気ウォッチャー調査」

Q2. 家計の収入と支出は全国と比べてどうか？

- ・ 家計調査（2人以上、勤労者世帯、農林漁家を除く、表5）をみると、一世帯あたりの可処分所得、消費支出とも、北海道の方が少なく、05年平均でみると、可処分所得は全国の84.0%、消費支出は同86.8%。
- ・ 前年比伸び率を比較すると、05年は北海道の方が全国よりも落ち込み幅が大きかったものの、最近と同程度の伸び率となっている。特に、直近の4 - 6月でみると、消費支出は全国のマイナスに対し、北海道は4.5%増（一時的要因があった模様）。ただし、2年前の同期と比較してみると、全国（▲4.3%）に対し、北海道は▲9.2%と依然落ち込み幅が大きい。
- ・ なお、本データには増加傾向の単身世帯を含んでいないため、消費動向全体の動きとは異なる点に注意が必要。

表5. 家計調査における実収入及び消費支出の推移

(円、%)

		2004年				2005年				2006年	
		1 - 3月期	4 - 6月期	7 - 9月期	10 - 12月期	1 - 3月期	4 - 6月期	7 - 9月期	10 - 12月期	1 - 3月期	4 - 6月期
北海道	可処分所得 (前年比)	344,740 (0.0)	432,194 (11.1)	361,214 (4.8)	486,303 (▲ 1.9)	337,447 (▲ 2.1)	385,982 (▲ 10.7)	307,444 (▲ 14.9)	450,819 (▲ 7.3)	327,145 (▲ 3.1)	370,893 (▲ 3.9)
	消費支出 (前年比)	296,663 (1.4)	311,554 (15.8)	290,912 (▲ 4.0)	314,287 (▲ 2.9)	285,117 (▲ 3.9)	270,703 (▲ 13.1)	279,511 (▲ 3.9)	308,411 (▲ 1.9)	277,565 (▲ 2.6)	282,786 (4.5)
全 国	可処分所得 (前年比)	388,550 (3.7)	448,379 (0.9)	423,306 (1.8)	519,627 (▲ 1.4)	388,185 (▲ 0.1)	449,768 (0.3)	409,840 (▲ 3.2)	510,894 (▲ 1.7)	373,303 (▲ 3.8)	430,957 (▲ 4.2)
	消費支出 (前年比)	330,694 (2.9)	332,282 (3.6)	326,600 (0.9)	333,769 (▲ 1.1)	331,065 (0.1)	326,197 (▲ 1.8)	319,806 (▲ 2.1)	337,526 (1.1)	320,981 (▲ 3.0)	318,085 (▲ 2.5)
可処分所得の比較		(88.7)	(96.4)	(85.3)	(93.6)	(86.9)	(85.8)	(75.0)	(88.2)	(87.6)	(86.1)
消費支出の比較		(89.7)	(93.8)	(89.1)	(94.2)	(86.1)	(83.0)	(87.4)	(91.4)	(86.5)	(88.9)

(注) データは勤労者世帯（2人以上の世帯、農林漁家世帯を除く）。比較は北海道÷全国×100で算出
(資料) 総務省統計局「家計調査」

Q3. 家計に大きな影響を与える雇用環境は全国と比べてどうか？

- ・ 労働力調査（表6）をみると、全国就業者数に占める本道シェアは、4%台前半。完全失業率は、北海道の方が1%程度、高い状況が続いている。有効求人倍率・新規求人倍率も改善に遅れが目立ち、04年1 - 3月期に0.3ポイントであった乖離が、足元は0.5～0.6ポイントに広がってきている。
- ・ 常用雇用指数では、前年比伸び率が、全国ではプラスの推移となっているが、北海道はマイナス基調となっている。賃金指数も、全国は05年4 - 6月期以降、前年比プラスに転じているが、北海道は引き続きマイナスとなっている。
- ・ 全体を通じ、北海道の雇用環境は、引き続き厳しい。しかし、日銀短観の雇用判断DIでは、全国との水準格差はあるものの、9月調査でDIは0と、人員過剰感が解消。また、先行きについても、人員不足が予想されており、雇用環境は、北海道でも今後緩やかな改善が予想される。

表6. 各種雇用統計の推移

		2004年				2005年				2006年	
		1 - 3月期	4 - 6月期	7 - 9月期	10 - 12月期	1 - 3月期	4 - 6月期	7 - 9月期	10 - 12月期	1 - 3月期	4 - 6月期
北海道	就業者数(万人)	257	269	268	265	256	267	274	268	259	262
	(完全失業率)(%)	(6.9)	(5.6)	(5.3)	(5.4)	(5.9)	(5.0)	(5.2)	(5.3)	(5.5)	(5.4)
	(有効求人倍率)(倍)	(0.5)	(0.5)	(0.6)	(0.6)	(0.6)	(0.6)	(0.6)	(0.6)	(0.6)	(0.6)
	(新規求人倍率)(倍)	(0.9)	(0.9)	(1.0)	(1.1)	(0.9)	(1.0)	(1.0)	(1.1)	(0.9)	(1.0)
	常用雇用指数 (前年比)(%)	91.1 (▲0.1)	95.0 (▲1.9)	95.2 (▲1.9)	98.4 (3.4)	92.6 (1.6)	94.5 (▲0.5)	95.5 (0.3)	94.4 (▲4.1)	91.2 (▲1.5)	93.1 (▲1.5)
全 国	賃金指数 (前年比)(%)	83.3 (0.6)	99.7 (1.2)	89.3 (▲1.4)	116.1 (▲2.1)	82.9 (▲0.5)	100.0 (0.3)	88.2 (▲1.2)	117.5 (1.2)	82.7 (▲0.2)	98.1 (▲1.9)
	就業者数(万人)	6,236	6,372	6,379	6,327	6,248	6,402	6,417	6,356	6,283	6,418
	(完全失業率)(%)	(5.0)	(4.8)	(4.7)	(4.4)	(4.7)	(4.5)	(4.3)	(4.3)	(4.4)	(4.2)
	(有効求人倍率)(倍)	(0.8)	(0.8)	(0.8)	(0.9)	(0.9)	(0.9)	(1.0)	(1.0)	(1.0)	(1.1)
	(新規求人倍率)(倍)	(1.2)	(1.3)	(1.3)	(1.4)	(1.4)	(1.5)	(1.5)	(1.5)	(1.5)	(1.6)
全 国	常用雇用指数 (前年比)(%)	98.2 (0.2)	99.2 (0.6)	99.4 (0.7)	99.4 (0.7)	98.8 (0.6)	99.7 (0.5)	99.9 (0.5)	99.9 (0.5)	99.3 (0.5)	100.7 (1.0)
	賃金指数 (前年比)(%)	79.5 (▲1.7)	96.1 (▲1.0)	90.1 (▲0.4)	110.6 (0.0)	79.5 (0.0)	97.1 (1.0)	90.5 (0.4)	111.8 (1.1)	79.7 (0.3)	97.7 (0.6)
	就業者数における北海道のシェア	4.12	4.22	4.20	4.19	4.10	4.17	4.27	4.22	4.12	4.08

(注) 完全失業率は原指数、有効求人倍率・新規求人倍率は季節調整値。常用雇用指数、賃金指数は2000年基準。賃金指数は名目
(資料) 総務省統計局「労働力調査」、厚生労働省「一般職業紹介状況」、「毎月労働統計調査」

表7. 日銀短観における雇用人員判断D.I.の推移

(%ポイント)

	2004年				2005年				2006年			
	3月	6月	9月	12月	3月	6月	9月	12月	3月	6月	9月	12月(予測)
北海道	8	9	3	1	6	7	2	1	3	3	0	▲ 1
全 国	4	4	2	0	▲ 1	0	▲ 2	▲ 4	▲ 7	▲ 5	▲ 8	▲ 11

(資料) 日本銀行「企業短期経済観測調査」

(石田 琢磨)

十勝産素材にこだわり産学連携で高級ドッグフードを開発

～ 川田工業株式会社 ～

公共工事の減少傾向が続き、道内建設業界では事業多角化に向けた動きが活発化している。こうした中、少子高齢化、生活スタイルの洋式化、癒しニーズの高まり等を背景としたペット市場の拡大（室内犬の増加傾向）に着目し、ペット関連ビジネスに参入したのが帯広の川田工業株式会社だ。産学連携により開発した本格的生食タイプのドッグフードを6月より販売スタート。愛犬家（飼い主）の心を捉え、注目度も着実に高まっている。

愛犬の健康を願う飼い主に対し、「生食フード」開発により食の改善を提案

当社は、1958（昭33）年に設立された地場中堅の建設業者。米国の大学で経営学を学んだ経歴を持つ川田社長は、社長就任の1992（平4）年以降、常に新たな事業展開を模索。拡大するペット関連市場に関心を持ち、2000（平12）年に事業具体化に向けた研究会を社内でも立ち上げた。マーケットの大きい犬関連ビジネスを多様な角度から調査する中で、「飼い主にとって最大関心事の一つは愛犬の健康であり、病気は人間と同様に「食」生活に起因するケースが少なくない」点に着目。「元来肉食の犬がより満足し、かつ、安心・安全で健康にも最適なものを提供できないか」。国内で流通しているドッグフードはドライタイプが主流だが、加熱処理をしない生食には良質のたんぱく質や脂質が多く含まれ、ビタミン、ミネラル等の栄養分が失われずに十分残るといった利点がある。こうして「生食ドッグフード」開発に向けた取組みが始まった。

地元産の高品質素材に限定、産学連携が商品開発の大きな力に

安全と健康を最大のテーマとし、徹底してこだわったのが素材だ。例えば、ベースとなる牛肉は、自然な牧草で肥育している指定牧場産で、人間の食用に使っている低コレステロールの高級肉と同じもの。副成分の野菜は有機・無農薬栽培されたもの（かぼちゃ、にんじん、ほうれんそう、玄米米粉など10種類以上）で、納得のいく素材を探しだすために、実際に農家を尋ね歩いたほど。殻ごと使用する卵は平飼いの健康な鶏のもの。いずれも人間が口にし、かつ高品質、加えて地元十勝で生産された生産者の顔が見える素材ばかり。また、サプリメントとして、腸内細菌を改善するために必要な生菌（乳酸菌など12種類以上）、ビタミン（13種類）、ミネラル（貝化石の天然カルシウムなど20種類以上）を独自の配合割合で調合。画期的な生食ドッグフードに作り上げた。開発に際し大きな力となったのが、帯広畜産大学との連携だ。社内での研究会立ち上げと同時に、中野益男現名誉教授や獣医学科教授ら3名が協力。最適なレシピ作成、給餌試験や安全性評価実施による各種臨床分析等、学問的側面からのバックアップが商品完成を大きく支えた。実は、川田社長は同大学の外部評議員にもなっている。以前から大学との交流があったこともスムーズな連携につながったようだ。



衛生的設備のもと、ハンバーグ状に一つずつ丁寧に成型加工される

大量流通品とは完全に差別化、割高だが価格相応の満足感

素材選定、野菜細片の大きさ、調合割合等、手作業での試行錯誤を繰り返し昨年末にやっと完成した生食フードは、粗いミンチ状にした牛肉に、形や色が分かる程度の大きさにカットした生野菜とサプリメントを混ぜ合わせ、形はハンバーグのような楕円形に成型。製造後

すぐに真空パックにし、マイナス20℃の冷凍庫で保管。注文に対しては冷凍状態のままクール便で発送し、飼い主はそれを自宅で解凍してから愛犬に与える。販売価格は、1箱20枚（1キロ）で4,980円（税込み）。中型成犬で1ヵ月のコストは約3万円（6箱）と、ドライタイプ等一般的なドッグフードと比べて割高だ。しかし、それらとは完全な差別化を図っており、食欲増進、毛づやの向上、腸内細菌の改善による免疫力の向上、体臭や糞尿臭の低減など多くの効果が期待できるのも大きなアピール点。愛犬を我が子のように可愛がる飼い主にとっては、その素材や安全性、体調良化効果等から価格相応の満足感が得られるようだ。ちなみに、商品名の「SIPIRKA（シピリカ）」は、アイヌ語で“極上の、最高の、最も美しい”を意味する。

ニッチマーケットに照準、販促手法もユニーク
高級品“シピリカ”は販売戦略もユニーク。社内事業部門名は「十勝ペットライフ研究所」。主要ターゲットは首都圏を中心とした富裕層とし、一部獣医師との提携を除き、注文はネットとFAXに限定。注文時に書き込まれる愛犬の健康状態に関するコメントに対しては、専門家が1件1件丁寧に返信するなど、顧客の顔が見える体制を維持するために、代理店を通じた店頭販売はしていない。本格販売前の無料配布（応募者に1,000箱）後には、愛犬家のブログ等で多くの反響がみられたほか、7月には東京のフレンチレストランで紹介イベントを開催。ロハススタイル（心と体にやさしく環境に配慮した暮らし方）を指向する愛犬家向けに、単なるドッグフードではなくストーリー性のある商品として、かつ、ライフスタイルの一環として提案。発売以来、ターゲット層の女性が多く読者となっている雑誌（クロワッサン、家庭画報、マイロハス等）でも広く紹介されている。また、“ロールケーキ1本入り”と言われたら信じてしまいそうなおしゃれな包装箱もとてもユニークだ。販売開始から約4ヵ月間で受注先数は300を超え順調に販路拡大中。当面は、現在月間数百キロの販売量を1トン（1,000箱）ペースにし、現在のドッグフード事業を軌道に乗せることが目標だが、将来的には、メディカル、ブリーディング、トレーニング、アニマルセラピーなど、十勝発の愛犬ケア拠点づくり構想を持つ。

当社の取組みは、05年度、建設業等ソフトランディング対策モデル事業（道：新分野進出、経営多角化を支援）、連携体構築支援事業（国：分野の異なる事業者の連携を支援）に採択され、新たな需要開拓に向けて意欲的に取り組む企業としても注目されている。「十勝の環境（立地、産物、人的）を生かして十勝を元気にしたい」。川田社長のこうした熱い思いは、十勝発「高級生食ドッグフード」の愛用者拡大を通じて着実に発信の輪が広がっていくことだろう。

高級生食ドッグフード「シピリカ」



（包装箱にも高級感が漂う）



（厳選素材がぎっしりと詰まっている）

【会社概要】

本 社	帯広市東5条南5丁目1番地
	☎0155-27-3111 Fax0155-24-4226
	（十勝ペットライフ研究所）
	☎0155-23-5505 Fax0155-24-2205
	U R L : www.tokachi-pet.jp
設 立	1958（昭33）年12月
資本金	5,000万円
代表者	川田 章博
事業内容	総合建設業

（黒瀧 隆司）

瀋陽駐在員事務所オープン

(平成18年9月21日)

各種情報提供や個別案件に親身にお応えし、中国への進出、貿易取引の拡大を目指す企業の皆様のお手伝いをしてまいります。



瀋陽・方圓大廈

北海道銀行瀋陽駐在員事務所

住 所：中国・瀋陽市瀋河区悦賓街1号方圓大廈
11階1106室

T E L : + 86 - 24 - 22505350

F A X : + 86 - 24 - 22505351

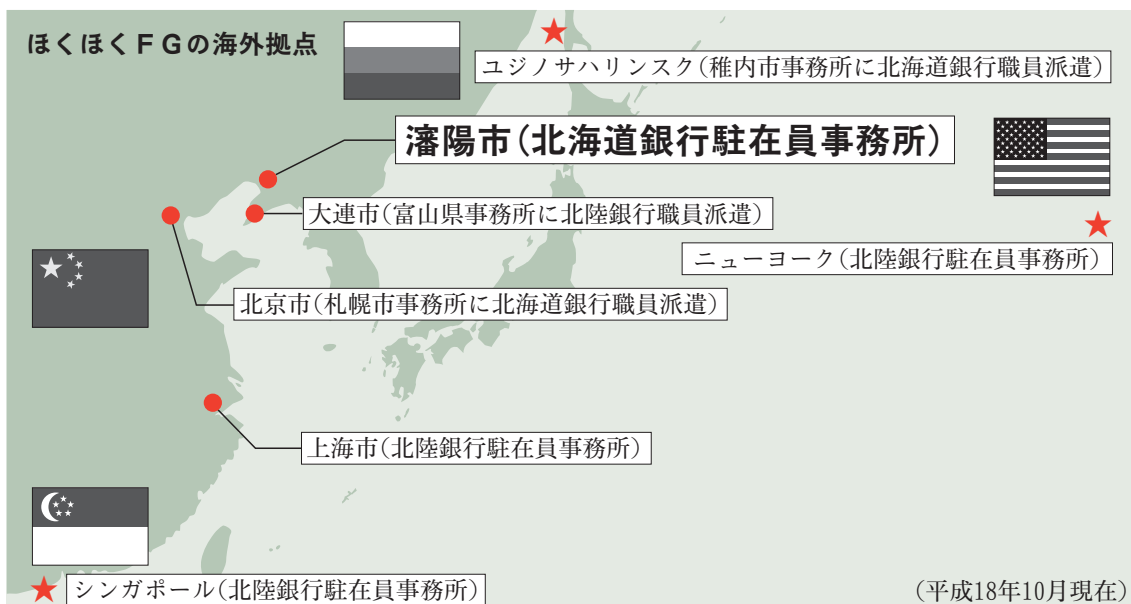
日本国内でのお問合せ先

北海道銀行法人営業部・国際業務室

中国・ロシアデスク 南、張

TEL : 011 - 233 - 1198 FAX : 011 - 231 - 3133

Email : scrdesk@cello.ocn.ne.jp



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