

2007
5
NO.278

調査ニュース

今月の注目点

～07年の公示地価で道内商業地の平均変動率が16年振りに上昇～

3月に発表された07年の公示地価（1月1日時点）で、道内商業地の平均変動率が前年比0.8%上昇となり、16年振りにプラスに転じた（住宅地は3年連続でマイナス幅が縮小）。札幌市で、マンション・オフィス用地需要の高まりから、商業地・住宅地ともに上昇幅が拡大、全体を底上げした。一方、地方都市ではマイナス幅はやや縮小したものの、下落が続いており、道内の地価における地域間格差はこの1年で更に広がったようだ。

公示地価の平均変動率

（前年比、%）

	年	札幌	函館	旭川	釧路	帯広	苫小牧	全道	全国
商業地	05	▲2.4	▲4.0	▲9.0	▲8.4	▲7.0	▲12.4	▲5.2	▲5.6
	06	2.1	▲2.8	▲7.1	▲9.5	▲6.0	▲12.7	▲3.3	▲2.7
	07	9.3	▲0.2	▲3.0	▲7.3	▲4.4	▲7.7	0.8	2.3
住宅地	05	▲3.8	▲4.7	▲5.6	▲4.1	▲4.1	▲9.7	▲4.6	▲4.6
	06	0.1	▲3.7	▲6.6	▲5.8	▲3.9	▲8.3	▲3.1	▲2.7
	07	3.1	▲3.6	▲3.8	▲5.1	▲3.1	▲4.6	▲1.2	0.1

（資料）国土交通省

最近の道内産業経済動向	1
フラッシュ	2
●道内スキー客は引き続き減少も、マイナス幅は縮小傾向	
●06年度上期の観光入込客数は5年振りに増加、通期でも増加の見通し	
道内ユニーク企業紹介 シリーズ⑦	3
●優れた加工技術で大手メーカーの生産ラインへ高精度の機械部品を供給する ～株式会社 木村精機製作所～	
海外の窓	
●“世界の工場・市場”として大きな魅力を秘める瀋陽経済圏	5
●販路拡大効果あった北京での道産食品展示会	6
地域だより（わが町の地域ブランド）	7



最近の道内産業経済動向

一部で弱い動きが続いているものの、観光客の増加や、道外需要関連の生産・設備投資の底堅さを背景に、総体では緩慢ながら持ち直し基調。先行きは、公的需要の減少持続や所得環境の改善遅れ等から、横這い圏内で推移するとみられる。

- 個人消費は全体では低調も一部に明るい動き

2月の大型小売店販売（既存店）は、前年比▲0.3%と4カ月連続で前年を下回った。しかし、気温の高め推移などから春物商品に前倒しの動きがみられ、マイナス幅は縮小（全店ベースでは2カ月連続のプラス）。なお、3月は、やや寒さが戻ったことなどから同商品に伸び悩みがみられた模様。乗用車販売（2月）は、同▲9.3%と10カ月連続の減少。小型車（同▲19.6%）の二ケタ前年割れが続く中、増勢を保ってきた軽自動車（同0.8%増）の伸び率が鈍化し、マイナス幅が拡大した。

- 道内投資は住宅着工がやや弱含み、設備投資は概ね底堅い動き

住宅着工戸数（2月）は、分譲住宅（前年比1.5%増）が建売住宅の増加からプラスとなったものの、持家（同▲5.6%）、貸家（同▲8.9%）がマイナスとなり、全体では同▲3.4%と2カ月連続で前年を下回った（4-2月累計：同▲4.0%）。民間設備投資は、道外需要向け製造業（能力増強）のほか、一部非製造業（競争力強化）でも前向きの動きがみられる。2月の民間建築物着工床面積（非居住用）は、同▲68.1%と3カ月振りにマイナス（4-2月累計：同13.6%増）。公共工事請負額（3月）は、一時的にプラスとなった模様。

- 製造業生産は底堅い動き

2月の鉱工業生産指数は、前月比▲1.4%と2カ月振りに低下。金属製品、輸送機械などが上昇したものの、電気機械が前月（携帯電話の新機種投入による需要増）の反動から低下したほか、紙・紙加工品、食料品も一部事業所の設備不具合、修理発生により低下となった。なお、前年比では5カ月連続の上昇。

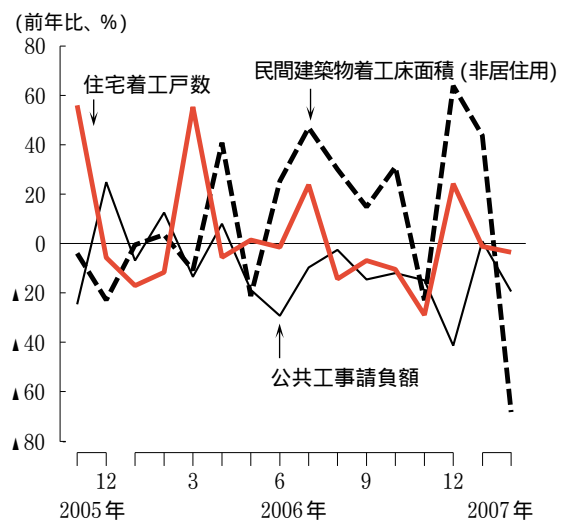
- 観光は来道者数が増加基調

2月の来道者数（除く海外からの直行便）は、前年比8.3%増と3カ月振りに前年を上回った（4-2月累計：同3.1%増）。東アジアを中心とする海外客も増勢を持続。道内客を含むスキー場利用客（2月、リフト輸送人員ベース）は、同9.4%増と今シーズン初めて前年を上回った（11-2月累計：同▲2.6%）。

- 雇用情勢は概ね横這い

有効求人倍率（2月）は、常用で0.54倍（前年比▲0.02ポイント）と、横這いの域ながら4カ月連続で前年を下回った。全数（前月比）でも3カ月振りにマイナス。一方、今春の高校新卒者の就職内定率（2月末時点）は、77.1%（前年比2.4ポイント上昇）と前年を上回って推移。

住宅着工戸数はやや弱含み



（資料）国土交通省、北海道建設業信用保証

道内スキー客は引き続き減少も、マイナス幅は縮小傾向

06年度の道内スキー場来場者数^{注1}は、11～2月累計で前年比▲2.6%となり、引き続き減少しているものの、マイナス幅は前年（同▲6.2%）から縮小傾向。暖冬・少雪の影響で、年明け前が前年比二ケタ割れと大きく^{つます}躓いたが、1月はマイナス幅が縮小（同▲4.7%）、2月には、道外発スキーツアー客が増加したほか、好天が続いたことなどから道内客にも動きがみられプラスに転じた（同9.4%増）。また、年々スキー客が減少する中、各スキー場は、小学生以下のリフト無料化や託児所の設置、複数スキー場共通リフト券やファミリーパックの販売など顧客ニーズの掘り起こしに向けたサービスを充実させており、こうした取り組みも、マイナス幅縮小に寄与したとみられる。

道内スキー場来場者数の推移

(千人、%)

年度、月	2004	2005	2006	2006		2007	
				11	12	1	2
来場者数 (前年比)	52,211 (▲0.1)	48,988 (▲6.2)	38,622 (▲2.6)	331 (▲11.5)	6,507 (▲14.0)	17,178 (▲4.7)	14,606 (9.4)

(注1) ゴンドラ及びリフトによるスキーヤー及びスノーボーダー等の輸送延べ人数。月次の前年比は、リフト数調整済みもの。

(注2) 年度の集計期間は、各シーズンのオープンから5月末までの累計。ただし、06年度は11月～2月の累計（前年比は前年同期比）。

(資料) 北海道索道協会

06年度上期の観光入込客数は5年振りに増加、通期でも増加の見通し

06年度上期の道内観光入込客数（実人数^{注3}）は、旭山動物園人気、「はなたび北海道」効果、航空会社の新規参入効果などから、道内客（前年比3.4%増）・道外客（同3.0%増）がともに増加、全体でも同3.3%増と5年振りにプラスとなった。道内客について内訳をみると、宿泊客が同▲9.2%と減少したものの、約9割のウエートを占める日帰り客が同5.0%増と増加している。

また、訪日外国人来道者数も、同11.5%増と3年連続で増加。全体の約5割を占める台湾からの観光客が同0.2%増と伸び悩んだが、定期便の就航効果などから韓国からの観光客が同57.1%増と大幅に増加。まだ全体に占める割合は低いものの、温泉人気などを背景としたシンガポールからの観光客も増加が目立った（同25.4%増）。

下期についても、道外客は堅調に推移した模様。来道者輸送実績（海外からの直行便を除く道外からの下り便、ビジネス客を含む）は、10月～2月累計で同3.2%増加。外国人観光客も増勢を継続している。道内客の動向は把握が難しいが、上記の通りスキー客のマイナス幅が縮小していることや、2月に行われた主な冬のイベントの来場者数が概ね良好だったことを考えると、暖冬による行楽マインドの上昇などから日帰り客が引き続き底堅く推移しているとみられ、全体の入込みも通期で前年を上回ったと予想される。

年度上期における観光入込客数と訪日外国人来道者数の推移（実人数）

(万人、人、%)

	観光入込客数(万人)			訪日外国人来道者数(人)			
	(前年比)	うち道外客 (前年比)	うち道内客 (前年比)	(前年比)	うち台湾 (前年比)	うち韓国 (前年比)	うちシンガポール (前年比)
2004	3,209 (▲2.8)	430 (▲1.3)	2,779 (▲3.0)	211,300 (43.5)	100,200 (122.4)	42,750 (▲7.7)	1,900 (40.7)
2005	3,171 (▲1.2)	430 (▲0.1)	2,741 (▲1.4)	263,900 (24.9)	149,950 (49.7)	44,400 (3.9)	5,900 (210.5)
2006	3,276 (3.3)	443 (3.0)	2,833 (3.4)	294,150 (11.5)	150,250 (0.2)	69,750 (57.1)	7,400 (25.4)

(注3) 実人数とは、1人の観光客が1回の旅行で5市町村を訪問している場合でも、1人と計上した人数。

(資料) 北海道

(石田、橋村)

優れた加工技術で大手メーカーの生産ラインへ高精度の機械部品を供給する

～ 株式会社 木村精機製作所 ～

産業構造上の製造業ウェートが低いことに加え、大手メーカーへの部品供給力に劣る点が課題となっている北海道。そうした中であって、優れた加工技術力を強みに、大手メーカーの生産ライン向けに、高精度の機械部品を製造する企業が小樽市にある。今回は、半導体等の金型を始めとした各種機械周りの部品製造に加え、顧客ニーズに合わせたオリジナル機械の製作も手掛ける㈱木村精機製作所を紹介する。

誤差1,000分の5ミリ以内にも対応、精密な切削加工・研磨技術が当社の強み

当社は、1978（昭53）年、それまで市内の機械部品製造会社に勤務していた、現・木村社長が独立して設立。以降、ものづくりの現場（工場）向けに、そこで稼働する各種機械の部品を加工・製造、また、オリジナル機械の製作（設計から組立まで）などを幅広く手掛けてきた。得意とするのは、高精度の切削・研磨加工。部品によっては、誤差1,000分の5ミリ以内の発注条件にも対応する。当社の売上げは、その約8割を大手メーカーからの受注が占めており、品質・納期・コストの面などで要求水準が高い大手メーカーとの取引実績からも、当社の持つ技術力の高さが窺える。

大手メーカー生産ラインへの機械部品供給を通し、ものづくりを支える

主要取引先の一社である、千歳市の大手電子部品メーカー・パナソニックエレクトロニクスデバイス北海道（半導体製造。旧北海道松下電器）へは、半導体生産ライン向けに様々な機械部品や道具を供給している。例えば、セラミック半導体の成型工程で重要な役割を持つ「金型」。表面処理の加工精度が完成品（半導体）の品質を大きく左右するため、特に高い技術力が要求される。また、「検品用台座」は、ベークライト板（10×15cm程度）に検品対象物を立てる（並べる）ために、穴開け加工を施したもの。径0.5ミリの穴を、台座1枚当たり100～200個開けるが、穴の深さに許容される誤差は100分の5ミリ以内と、これも精密な加工技術がなければ受注できなかった一例だ。この他にも、トヨタ自動車北海道向け（間接受注）の変速装置組立ラインの一部（固定機具）など、大手メーカー生産ラインを構成する機械への、多岐にわたる部品供給を通し、ものづくりの現場を陰で支えている。



当社が製作した機械部品の一部

顧客ニーズを形にする「オリジナル機械」の製作にも意欲的

売上げに占めるウェートは2割弱と小さいものの、顧客のニーズを形にする「オリジナル機械」の製作も数多く手掛けている。「採血管切断機」がその一つ。採血管とは、採血時に針部分に装着するカートリッジ式の塩ビ管（粘性の試薬入り）のこと。メーカーで発生する不良品（出荷不適品）に関し、「底部（試薬溜まり部分）とその上部（薬品の非接触部分）とに効率よく切断できないか」という、リサイクル業者からの相談がきっかけとなり、切断部分の最適な位置決め（管の大小に対応）や、切断後の確実な分別など、



製作現場の様子

機能面で多くの工夫を凝らして完成させた装置だ。底部だけを産業廃棄物として処分し、上部をリサイクル原料へと、効率的処理を可能にしたこの機械は、大手医療機器メーカーの工場に設置されたという。また、製缶会社からの依頼で製作したのが、「実缶（中身の入っている缶）潰し機」。強度や重量の検査時に使用した実缶（塩水を充填）を廃棄する前に、水抜きと缶容積圧縮を同時処理できるのが特徴だ。一度に20個程度の実缶を装置内に投入でき、缶（向きがバラバラ）に圧力をかける面を、山型形状にしたり、缶が潰れる際の塩水の飛散対策としてフードを取り付けるなど、独自のアイデアを盛り込んだ。また、「タンブラーガラスの金型」もユニークな例。精密さはあまり要求されないが、依頼者（ガラス職人）が持つイメージ（ふくらみ按配）を、いかに金型を通して形に具現化するかに苦労したという。この他にも、「蛍光管破碎装置」や「漬物用玉ねぎ切り込み装置」など、これまで手掛けたオリジナル機械は十数台に上る。

「まず自分で考え、やってみる」がものづくりの原点

木村社長のモットーは、「まずやってみる。No（ノー）と言わない。他人ができないことを実現する。仕事は楽しく、面白く」。仕様や精度が指定される部品加工は、扱う機械の性能を最大限に引き出して、いかに忠実に仕上げるかが勝負。一方、「こんな機械（装置）が作れないか」と舞い込む相談は、殆どに設計図がなく、機能、条件、イメージ等を形にするには、高い技術力に加え、豊富な知識とアイデアが必要。社員に対し、敢えて手取り足取り教えないのも、「まず自分で考えること」の大切さを肌で感じ取って欲しいからだ。こうしたものづくりに対する姿勢と、積み重ねてきた実績が、「木村社長に相談すれば必ず形にしてくれる」といった、顧客からの厚い信頼につながっているようだ。

現在、取引先からは、自動車関連工場からの出荷製品に組み込む部品の製造打診もあるが、当社は、これまでと同様、生産ライン周りの機械部品製造に重点を置く考えだ。高精度の部品加工技術と豊富な知識・アイデアを併せ持つ当社は、今後も機械部品やオリジナル機械の提供を通して、ものづくりの現場を支える大きな力になってくれることだろう。

【会社概要】

本 社	小樽市真栄1丁目6番5号 ☎0134-34-0419 Fax0134-34-0616
設 立	1978(昭53)年6月
資本金	1,000万円
代表者	木村 秀策
売上高	1億4千万円(2006年3月期)
従業員	9人
事業内容	各種機械向け部品製造(機械加工)、及び組立て (電子部品・缶・一般産業機械等の各メーカー向け) オリジナル機械製作
U R L	http://www.kimuraseiki.com

(黒瀧 隆司)

“世界の工場・市場”として大きな魅力を秘める瀋陽経済圏

瀋陽市は遼寧省の省都で、中国東北地方最大の都市です。札幌市とは、1980年から友好（姉妹）都市提携をしており、総人口720万人（札幌の約4倍）、総面積1万3千km²（同約12倍）。緯度は函館市とほぼ同じです。新千歳空港と瀋陽桃仙空港の間には、毎週水曜日と日曜日に直行便が就航しており、飛行時間は約3時間。気候は大陸性モンスーン気候で、平均気温は、最も暑い7月が25℃、最も寒い1月で-13℃。札幌（8月：22℃、1月：-4℃）と比べ寒暖の差が大きいものの、冬にはほとんど雪が積もりません。瀋陽市には日本国総領事館が所在しています。現在、瀋陽の在留邦人は約620名で、最近2年間は年間100名ほどのペースで増えています。日系進出企業数は約70社にのぼり、主な進出企業は、全日空、キャノン、資生堂、アステラス製薬、トヨタ自動車、プリヂストン、東芝エレベータなど。日系金融機関は、当事務所のほか、三井住友銀行駐在員事務所、三菱東京UFJ銀行駐在員事務所が進出しています。

総人口2,400万人の巨大マーケット「瀋陽経済圏」

瀋陽は、戦前の満州国時代は奉天と呼ばれ、日本との歴史的結びつきが深い地域でもあります。現在の瀋陽駅（旧奉天駅）をはじめ、市内には当時日本が建築した建物が数多く残っており、現在も使用されています。産業面では、戦前に日本が建設を進めた工業団地「鉄西工業区」を中心に重厚長大型の国有企業が集積し、以前は中国経済を牽引する存在でした。2003年10月、中国政府は、遼寧省、吉林省、黒龍江省の中国東北3省を総合的に再開発する「東北振興政策」を発表しました。その中心が遼寧省であり、かつ省都である瀋陽市です。また、瀋陽を中心とした半径150km圏内には、人口100万人以上の7大都市があり、これらを総称して「瀋陽経済圏」と呼んでいます。瀋陽経済圏の総人口は約2,400万人、実に北海道の4倍以上の規模を誇る巨大マーケットです。東北振興政策と瀋陽経済圏の2つのキーワードから、遼寧省および瀋陽市が、“世界の工場”として、また“世界の市場”として、大きな魅力を秘めた地域であるということが理解いただけると思います。

道内企業のビジネスニーズに十分対応できる“トップ10パーセント企業”

この遼寧省を中心とした中国と北海道のビジネスの架け橋となるため、北海道銀行は2006年8月1日に瀋陽駐在員事務所を開設しました。事務所は、所長、副所長、現地スタッフ2名、運転手1名の合計5名で運営しています。中国の発展のスピードは予想を上回る速さです。瀋陽市内企業だけでも、北海道内企業のビジネスニーズのほとんどに対応することができるといっても過言ではありません。さらに言えば、既に日本の技術に達している、あるいは超えている分野もあるのが実情です。ただし、瀋陽市内企業の中で、道内企業の要求する水準に達している企業数は、各業種のトップ10パーセント程度でしょう。いままでは、この“トップ10パーセント企業”に道内企業が独力でたどり着く（交渉する）ことはかなり困難でした。中国ビジネスがなかなか成功しにくかった大きな理由が、この点にあると思います。当然、これら優良企業の商品や技術は、“その他90パーセント”の企業に比べ、コストが若干高くなります。しかし、成長目覚ましい中国とはいえ、現段階では、このコストをかけなければ、満足のいく商品、技術には出会えないのも事実です。「安かろう。悪かろう」の時代ではないのですから、やや高くてもよいものならば消費者に受け入れられるはずで、今、当事務所では、政府、各団体、民間有力企業と協力して、この“トップ10パーセント企業”の情報を集めているところです。

隣国・中国は、政治経済両面において、日本にとって、さらに重要なビジネスパートナーとなっていくでしょう。今後の双方の理解と協力が大きな利益と友情を生むことは間違いありません。当事務所は、ひとつでも多くのビジネスマッチングを実現させるため、全力でお客様のサポートをさせていただきます。是非、有効にご活用ください。

（瀋陽駐在員事務所長 正司 毅）

■

販路拡大効果あった北京での道産食品展示会

札幌経済交流室では、3月8日に、北京市内の韓国料理店で「北海道産食品展示会」を開催しました。中国市場への参入を図る道内企業の後押しを狙ったもので、北京では初の開催になります。日本からは12社16名が参加。当日来場者は、日本料理店83名（内ラーメン店5名）、スーパー14名、輸出入業者11名他の計126名でした。当交流室では、設立以来「道産食材の販路拡大」を命題に掲げ様々な取り組みをして来ましたが、中国側の法制度等の「非関税障壁」に悩み、なかなか販売までこぎつけることができませんでした。今回は、これまでの経験や展示会を振り返りながら、中国、とくに北京での「北海道産品販路拡大の可能性」について、整理してみます。

販売対象を消費者ではなく業務店に絞ることで効果的なPRに

今展示会の特徴は、販売対象を「北京市内の業務店」に絞ったことです。既存の海外物産展では、高級百貨店店頭で、小売用にパッケージ化された商品を並べる方法が主流でした。この方法は、多種のアイテムを一同に店頭に並べることにより、「北海道」の知名度を向上させる点で大いに有効です。しかし、中国においては、店頭に並べるまでの「非関税障壁」が高すぎ、「価格をつけて顧客の反応を見る」段階にたどり着くことが非常に難しいのが実態です。今展示会では、北京・天津を中心に業務店向け卸売りを手がける業者からの協力を得、価格をつけて会場に並べることが出来ました。販売対象を「業務店」に絞ったことは、二つの点で有効でした。一つは、小売向け商品よりも輸入手続きがスムーズだった点。もう一つは、“特定多数の”マーケットを対象を絞ることで効果的なPRが出来た点です。簡単に「中国の富裕層」と言いますが、その富裕層に対し北京ではどの企業も効果的なPRができていないようです。その点、当交流室では、「中国の富裕層」とは「日常日本料理店に行く中国人」と位置付けることで販売ルートが特定され、効果的な集客を行うことが出来たと思います。

道産品への反応は上々、ただし、本格的な参入には、企業、行政ともに一層の努力が必要

今後に向けた課題は三つあります。第一は、「恒常的な販売までどのようにプロモートしていくか」。日本のように「北海道物産展」が一年中どこかで行われているような市場であれば、物産展向けに販売していけばよいのですが、北京はそういう市場ではなく、行政が物産展を開催するにしても予算の上限があります。今回の展示会で商談に結びついた企業をより具体的、継続的に支援していく枠組み作りを早急に作り上げていかなければなりません。第二は、高付加価値製品を中国の富裕層に高価格帯のまま販売することがコンセプトとは言え、価格が中国産の2～3倍となる道産品を恒常的な販売に繋げる事が出来るかと言う点。良いものでもあまりに高すぎれば売れません。バイヤーの商品に対する反応は上々であり、道産品の中国市場展開の可能性を見ることが出来ますが、一同が問題にするのはその価格設定。「付加価値>価格であれば問題なし」という選択肢を持つバイヤーが少数であるため、道内企業は利益を確保しつつ価格を下げる努力が必要です。流通・卸業者もしかり、行政サイドも今後「道産食品の付加価値の宣伝」をより大々的に行っていかなければ、本格的な販売に結びつかないというのが現実です。第三は、販売ターゲットを「業務店」市場から「一般小売」市場に転換しなければ、より多くの投資効果が得られないという点です。「13億人のマーケット」は虚像であるにしても、富裕層は沿岸部を中心に確かに存在し、着実に増えていることは覆しようのない事実でもあります。

低成長の北海道市場を横目に着実な成長を遂げる中国市場。外貨獲得型の産業育成が課題である北海道にとって、中国市場への参入はまだまだ、始まったばかりのようです。

(渋川 隆彦)

前・(財)日中経済協会北京事務所 札幌経済交流室 室長代理 (北海道銀行派遣)



北京での北海道産食品展示会

地域だより (わが町の地域ブランド)

① 江別市 『江別小麦めん』



市民と産学官の連携組織「江別経済ネットワーク」が江別産小麦（「ハルユタカ」「ホロシリコムギ」等）を使用し加工したラーメンをブランド化。毎年小麦のブレンド割合を調整し、その年最高のもちもちとした食感とコシの強さを作り出している。

② 和寒町 『越冬キャベツ』



秋に収穫したキャベツを雪中（約0℃の為凍結しない）に貯蔵し春に出荷。甘みが強いのが大きな特徴（越冬中に糖度がさらに増す為）。この方法は、約40年前、放置したキャベツから偶然発見された。JA北ひびきと農家が、研究を重ね品質の維持向上に努めている。

③ 今金町 『今金男しゃく』



でんぷん質が多く、甘くホクホクとした味わい。少量生産の為稀少性が高く、殆どを道外に出荷。東京の市場におけるジャガイモ取引では、常に最高価格で推移。病株は全て取り除く等、安全性を重視し、品質管理を徹底。H17年に、JA今金町が商標登録。

④ 根室市 『はほまい昆布しょうゆ』



最上級の歯舞産天然昆布を使用。旨味を引き出すのに最適な水出し製法（昆布をつけおきた水を加熱しだしをとる）を採用し、一番だしと本醸造しょうゆをブレンド。

H19年3月、道内4件目の地域団体商標に登録査定（出願人：歯舞漁業協同組合）。

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 黒瀬
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