

# 登別市地域経済実態調査報告書

2016年02月

北 海 学 園 大 学 経 済 学 部

准 教 授 大 貝 健 二

## 目 次

### 1 統計調査編

1. 人口の動態について
2. 事業所、製造業の動態について、
3. 商業（卸売業・小売業）の動態について
4. 観光客の動態について
5. その他の若干の指標について

### 2 アンケート分析編

#### 1. 企業の概要について

- 1) 業種（経済センサスとの比較）
- 2) 創業年
- 3) 代表者の年齢
- 4) 地域区分
- 5) 業種
- 6) 資本金
- 7) 従業員規模

#### 2. 業況について

- 1) 直近5ヵ年の売上動向
- 2) 売上上昇要因、売上下降要因
- 3) 自社の強みについて
- 4) 自社の弱みについて
- 4) 経営上の課題、課題解決に向けての現在の取り組み

#### 3. 取引状況について

- 1) 主な仕入先地域・主な販売先地域
- 2) 市内企業からの仕入れの増減
- 3) 市内企業からの仕入れが増えた要因・減った要因

- 4) 市内企業への販売の増減
- 5) 市内企業への販売が増えた要因・減った要因

#### 4. 連携について

- 1) 連携の有無
- 2) 連携によって行っている活動／連携によって行いたい活動
- 3) 連携による成果／期待
- 4) 連携の課題

#### 5. 人材について

- 1) 新規採用の有無
- 2) 採用活動の頻度
- 3) 希望通りの採用ができているか
- 4) 最も必要としている人材
- 5) 人材育成の課題
- 6) 後継者についての考え
- 7) 後継者がいない場合の対応

#### 6. 今後の経営について

- 1) 今後5年間の事業展開に関して
- 2) 今後取り組みたいこと

#### 7. 支援策の利用状況について（単純集計、業種別集計、売上動向別集計）

- 1) 関わりのあった支援機関について
- 2) 今まで利用したことのある支援策
- 3) 今後利用してみたい支援策
- 4) 今後取り組むべき振興策

#### 8. 自由記述

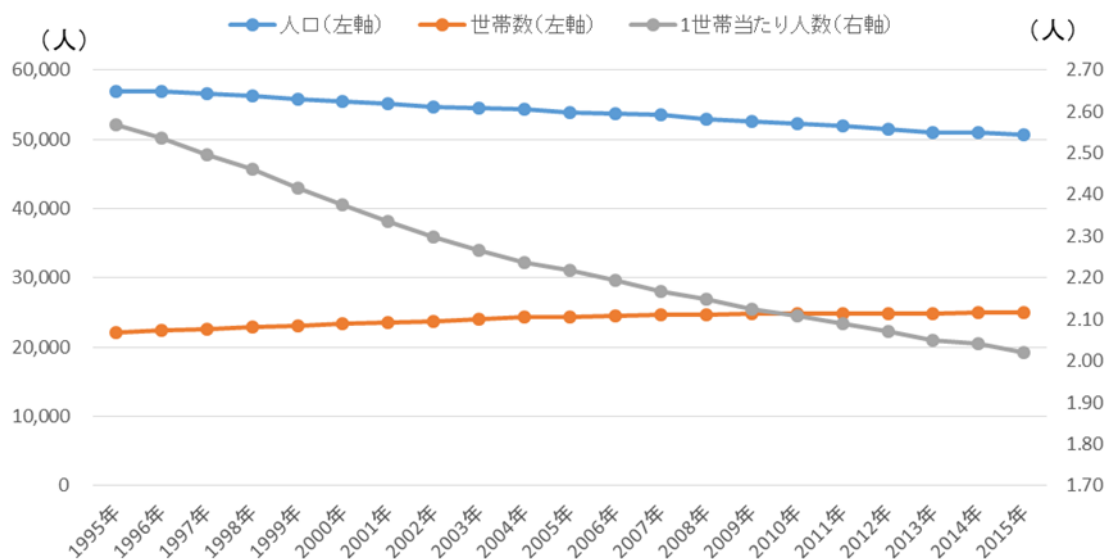
**3** ヒアリング調査で聞かれた現状、課題等

**4** 登別市の地域経済、中小企業振興策の方向性



# 統 計 調 查 編

図表1-1 登別市の人口、世帯数、1世帯当たり人数の推移



出所：総務省「住民基本台帳」より作成。

住民基本台帳から、登別市の人口、世帯数、1世帯当たり人数の推移を示したものが、図表1-1である。人口は、1995年時点ですでに減少局面に入っている。1995年の人口は56,927人であったが、2005年には53,923人(95年比増減率：-5.3%)、2015年には50,571人(同：-11.2%)となっている。

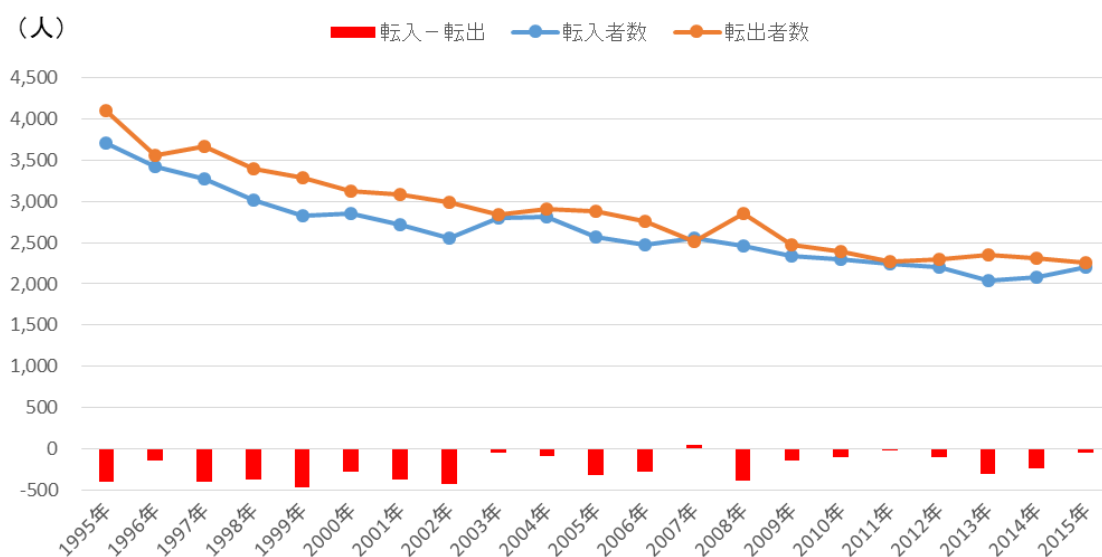
世帯数は、1995年には22,172であったのが微増を続け、2005年には24,325(95年比増減率：9.7%)、2015年には25,021(同：12.8%)である。

人口減少と世帯数の増加によって、1世帯当たりの人数は減少している。1995年には2.57人、2005年には2.22人、2015年には2.02人となっている。

#### Point

- ①人口の減少、②世帯数の増加、③1世帯当たりの人数減少

図表1-2 登別市の転入者、転出者の推移



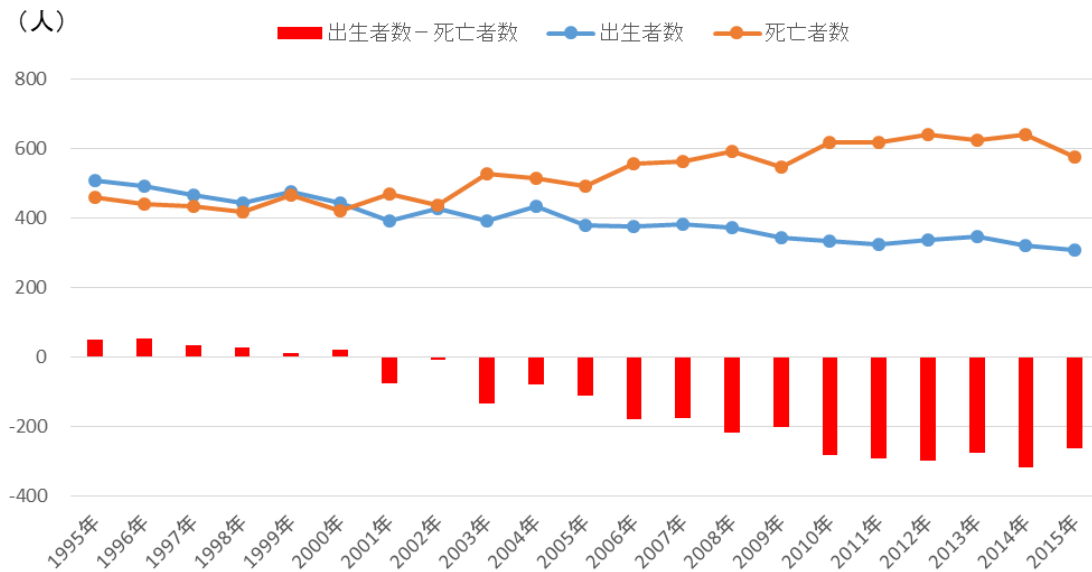
出所：総務省「住民基本台帳」より作成。

登別市の転入者、転出者の推移を示したのが図表 1-2 である。1995 年以降、転入者数は転出者数を下回って推移をしている。また、グラフを見ても分かるように、転入者数は 1995 年時点では 3,705 人、2005 年には 2,565 人、2015 年には 2,207 人、転出者数は、1995 年には 4,104 人、2005 年には 2,882 人、2015 年には 2,257 人と、転入者数、転出者数ともに減少傾向にある。

#### Point

人口の社会動態：①転入者数<転出者数、②転入者数、転出者数の減少

図表1-3 登別市の出生者数、死亡者数



出所：総務省「住民基本台帳」より作成。

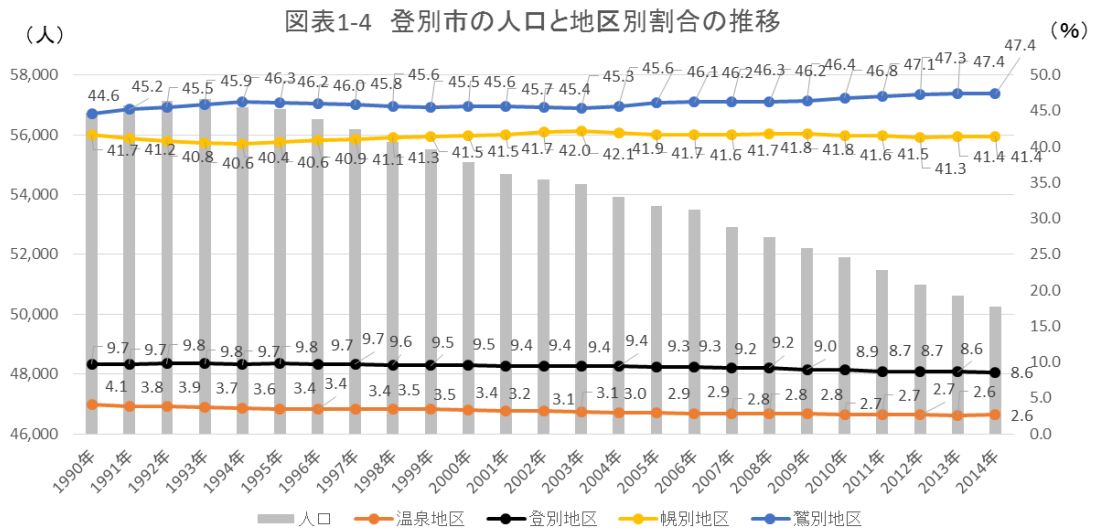
登別市の人口動態に関して、出生者数と死亡者数の推移を示したものが図表 1-3 である。登別市では、2000 年を境にして、出生者数と死亡者数が逆転し、自然減の局面に入っている。

さらに、出生者数は 1995 年には 508 人、2005 年には 379 人(1995 年比増減率:-25.4%)、2015 年には 308 人(同:-39.4%)と大幅に減少しており、少子化の状況をダイレクトに示している。他方で死亡者数に関しては、1995 年には 459 人、2005 年には 491 人(同:7.0%)、2015 年には 573 人(同:24.8%)と増加しているが、特に 2005 年以降に増加幅が大きくなっている。

**Point**

人口の自然動態：①出生数の減少、②死亡者数の増加、③2000 年以降、人口の自然減状態





出所:総務省「住民基本台帳」より作成。

登別市の人口推移と4地域（温泉地区、登別地区、幌別地区、鷺別地区）の構成比の推移を見たものが図表1-4である。登別市内の人口は、鷺別地区、幌別地区に集中しており、両地域で約90%にもものぼる。1990年代以降、人口が減少していく中で、温泉地区、登別地区のウェイトが低下していること、相対的に鷺別地区のウェイトが上昇していることがわかる。

**Point** 人口減少の中で、温泉地区と登別地区の相対的ウェイトの低下

図表1-5 道内主要都市及び周辺自治体の人口動態

	札幌市 (1980年比)	函館市 (1980年比)	旭川市 (1980年比)	釧路市 (1980年比)	帯広市 (1980年比)
1980年	1,401,757 100.0	320,154 100.0	352,619 100.0	214,694 100.0	153,861 100.0
1985年	1,542,979 110.1	319,194 99.7	363,631 103.1	214,541 99.9	162,932 105.9
1990年	1,671,742 119.3	307,249 96.0	359,071 101.8	205,639 95.8	167,384 108.8
1995年	1,757,025 125.3	298,881 93.4	360,568 102.3	199,323 92.8	171,715 111.6
2000年	1,822,368 130.0	287,637 89.8	359,536 102.0	191,739 89.3	173,030 112.5
2005年	1,880,863 134.2	294,264 91.9	355,004 100.7	190,478 88.7	170,580 110.9
2010年	1,913,545 136.5	279,127 87.2	347,095 98.4	181,169 84.4	168,057 109.2

	登別市 (1980年比)	室蘭市 (1980年比)	伊達市 (1980年比)	白老町 (1980年比)	苫小牧市 (1980年比)
1980年	56,503 100.0	150,199 100.0	34,705 100.0	24,168 100.0	151,967 100.0
1985年	58,370 103.3	136,208 90.7	34,824 100.3	24,353 100.8	158,061 104.0
1990年	55,571 98.4	117,855 78.5	34,507 99.4	23,229 96.1	160,118 105.4
1995年	56,892 100.7	109,766 73.1	34,431 99.2	22,414 92.7	169,328 111.4
2000年	54,761 96.9	103,278 68.8	35,042 101.0	21,662 89.6	172,086 113.2
2005年	53,135 94.0	98,372 65.5	35,223 101.5	20,748 85.8	172,758 113.7
2010年	51,526 91.2	94,535 62.9	34,745 100.1	19,376 80.2	173,320 114.1

出所：国勢調査各年版より作成。

登別市の人口動態を、道内主要自治体および胆振管内近隣自治体と比較したものが図表1-5である。札幌市は1980年に140万1,757人、95年に175万7,025人(1980年比:125.3%)、2010年に191万3,545人(同:136.5%)と人口増加をたどっており、ピークが直近の2010年であることが分かる。

同様の視点で登別市をみると、人口のピークは1985年で58,370人である。2010年時点では、51,526人(1980年比:91.2%)とピーク時から約7,000人減少している。

周辺自治体をみれば、室蘭市は表で掲載しているなかでは、1980年が15万0,199人で最も多いが、その後人口減少局面に入り、2010年は94,535人(同:62.9%)とピーク時から約40%の減少している。ちなみに、室蘭市の人口減少ペースは、掲載している自治体のなかでは最も大きい。伊達市は、2005年にピークを迎えているが、これは大滝村との市町村合併による影響である。白老町は、登別市の動向と同様であり、1985年に24,353人でピークを迎えた後、2010年には19,376人(同:80.2%)となっている。室蘭市の人口減少をはじめとして、西胆振地域は人口減少が進んでいるとみてよいだろう。

## Point

- ①関連深い室蘭市の人口急減、②登別市の人口ピークは1985年

図表1-6 昼間人口比率

	札幌市	函館市	旭川市	釧路市	帯広市
1990年	102.0	102.5	101.1	101.5	104.1
1995年	102.0	102.8	100.9	101.5	104.2
2000年	101.3	103.0	100.8	101.2	104.0
2005年	100.9	103.3	100.7	100.5	104.1
2010年	100.6	102.7	100.5	100.5	104.5

	登別市	室蘭市	伊達市	白老町	苫小牧市
1990年	85.0	108.0	93.6	96.8	101.3
1995年	85.2	108.7	92.9	97.4	101.1
2000年	86.5	108.3	100.0	98.7	100.4
2005年	86.6	108.3	94.4	99.4	100.1
2010年	86.4	109.3	95.4	100.1	100.1

出所：国勢調査各年版より作成。

登別市やその周辺自治体、ならびに道内主要自治体の昼間人口と夜間人口を比較したものが図表 1-6 である。夜間人口に比べ、昼間人口が多ければ通勤・通学により、周辺自治体から人口が流入していることを意味する。他方で、昼間人口が夜間人口よりも少なければ、周辺自治体へ通勤・通学で人口が流出していることになる。

札幌市、函館市、旭川市、釧路市、帯広市など各地域の中心市では、昼間人口比率が 100 を上回っており、周辺から自治体からの通勤・通学の間になっていることが確認できる。登別市を含む西胆振地域の自治体では、登別市、伊達市が昼間人口比率で 100 を下回り、他方で室蘭市は 100 を上回っている。これらのことから、登別市、伊達市は、室蘭市のベッドタウンになっていることが考えられる。

#### Point

- ①登別市の昼間人口比率は 100 を下回る、②室蘭市は 100 を上回る、③登別は室蘭のベッドタウンの性格を有する

図表1-7 登別市の人口変化(世帯構成)

	総数	0-14歳	15-24歳	25-39歳	40-59歳	60-74歳	75歳以上
1980年	56,503	13,563	7,121	13,808	15,439	5,407	1,137
1985年	58,370	12,365	7,956	12,350	16,962	7,114	1,623
1990年	55,571	9,598	7,771	9,676	17,865	8,309	2,342
1995年	56,892	8,349	7,893	9,292	18,316	9,609	3,433
2000年	54,761	7,291	5,865	9,486	16,906	10,644	4,565
2005年	53,135	6,509	5,058	9,105	15,090	11,590	5,783
2010年	51,526	6,086	4,485	8,507	12,909	12,621	6,892

	総数	0-14歳	15-24歳	25-39歳	40-59歳	60-74歳	75歳以上
1980年	56,503	24.0%	12.6%	24.4%	27.3%	9.6%	2.0%
1985年	58,370	21.2%	13.6%	21.2%	29.1%	12.2%	2.8%
1990年	55,571	17.3%	14.0%	17.4%	32.1%	15.0%	4.2%
1995年	56,892	14.7%	13.9%	16.3%	32.2%	16.9%	6.0%
2000年	54,761	13.3%	10.7%	17.3%	30.9%	19.4%	8.3%
2005年	53,135	12.2%	9.5%	17.1%	28.4%	21.8%	10.9%
2010年	51,526	11.8%	8.7%	16.5%	25.1%	24.5%	13.4%

1980年比	<b>-4,977</b>	-55.1%	-37.0%	-38.4%	-16.4%	133.4%	506.2%
		(-7,477人)	(-2,636人)	(-5,301人)	(-2,530人)	(7,214人)	(5,755人)

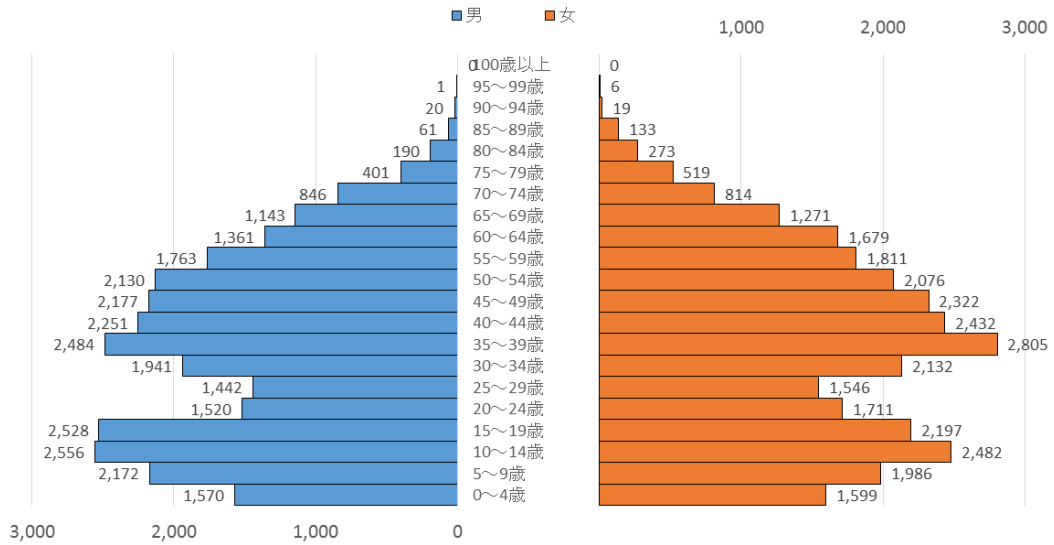
出所：国勢調査各年版より作成。

登別市は人口減少局面に突入しているが、年齢構成の推移を図表1-7から確認してみよう。先にもみたように、登別市の人口は1985年をピークに減少している。年齢構成では、1980年時点では、0-14歳が13,563人(24.0%)であったのが、1995年では8,349人(14.7%)、2010年では6,086人(11.8%)とそのウェイトを低下させている。他方で、60歳以上(60-74歳、75歳以上)の人口は、1980年では6,544人(11.6%)、1995年では13,042人(22.9%)、2010年では19,513人(37.9%)と、1980年比で約3倍に増加している。少子化、高齢化が進んでいる状況が分かる。

#### Point

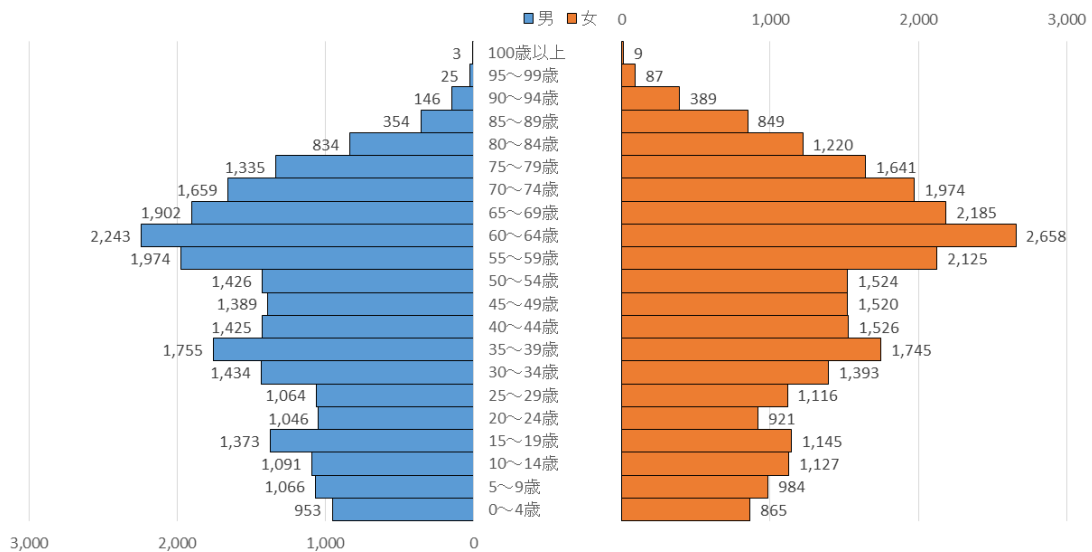
- ①少子化、高齢化の進展(0-14歳人口の半減、60歳以上人口の約3倍増加)

図表1-8 人口ピラミッド(1985年)



出所: 国勢調査各年版より作成。

図表1-9 人口ピラミッド(2010年)



出所: 国勢調査各年版より作成。

同様に、年齢構成の変化を人口ピラミッドで確認しよう。1985年の人口がピークだったときは、男女ともに団塊の世代（35～39歳）と団塊ジュニア世代で人口が多いことが確認できる。しかし、2010年には、団塊世代（60～64歳）が年齢構成のピークであり、団塊ジュニア世代が減少している。全体的に高齢化していることも確認できる。

図表1-10 登別市の将来人口推計

単位:人

男女計	2010年	2020年	(2010年比)	2030年	(2010年比)	2040年	(2010年比)
総数	51,526	47,345	-8.1%	42,015	-18.5%	36,411	-29.3%
0～4歳	1,818	1,429	-21.4%	1,167	-35.8%	1,046	-42.5%
5～9歳	2,050	1,658	-19.1%	1,257	-38.7%	1,110	-45.9%
10～14歳	2,218	1,839	-17.1%	1,444	-34.9%	1,181	-46.8%
15～19歳	2,519	2,144	-14.9%	1,735	-31.1%	1,319	-47.6%
20～24歳	1,970	2,043	3.7%	1,669	-15.3%	1,312	-33.4%
25～29歳	2,182	2,039	-6.6%	1,876	-14.0%	1,516	-30.5%
30～34歳	2,829	1,956	-30.9%	2,061	-27.1%	1,689	-40.3%
35～39歳	3,502	2,238	-36.1%	2,089	-40.3%	1,921	-45.1%
40～44歳	2,953	2,852	-3.4%	1,970	-33.3%	2,072	-29.8%
45～49歳	2,911	3,471	19.2%	2,226	-23.5%	2,077	-28.6%
50～54歳	2,952	2,907	-1.5%	2,799	-5.2%	1,939	-34.3%
55～59歳	4,101	2,795	-31.8%	3,345	-18.4%	2,152	-47.5%
60～64歳	4,903	2,794	-43.0%	2,766	-43.6%	2,668	-45.6%
65～69歳	4,089	3,760	-8.0%	2,588	-36.7%	3,111	-23.9%
70～74歳	3,635	4,376	20.4%	2,518	-30.7%	2,513	-30.9%
75～79歳	2,977	3,435	15.4%	3,214	8.0%	2,247	-24.5%
80～84歳	2,055	2,672	30.0%	3,350	63.0%	1,951	-5.1%
85～89歳	1,204	1,729	43.6%	2,121	76.2%	2,053	70.5%
90歳以上	659	1,208	83.3%	1,820	176.2%	2,534	284.5%
(再掲)0～14歳	6,086	4,926	-19.1%	3,868	-36.4%	3,337	-45.2%
(再掲)15～64歳	30,821	25,239	-18.1%	22,536	-26.9%	18,665	-39.4%
(再掲)65歳以上	14,619	17,180	17.5%	15,611	6.8%	14,409	-1.4%
(再掲)75歳以上	6,896	9,044	31.1%	10,505	52.3%	8,785	27.4%

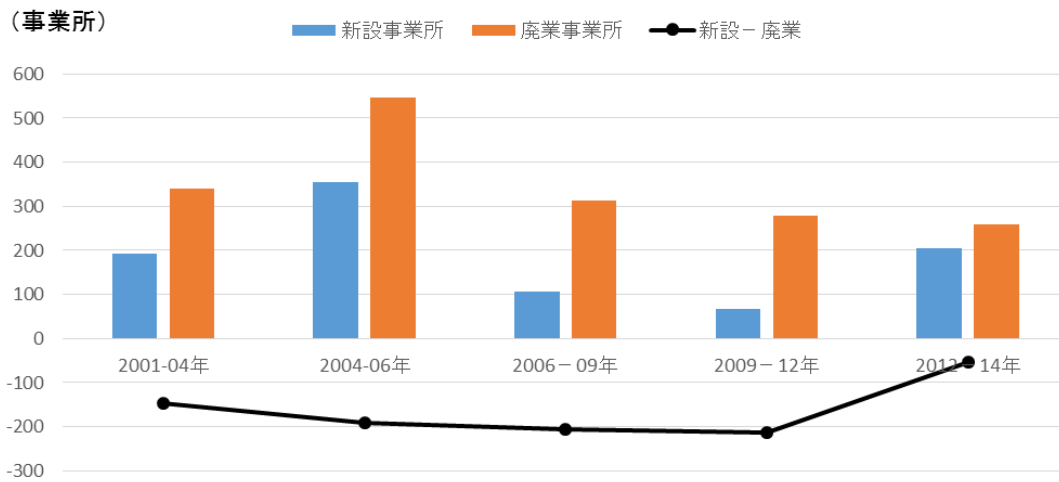
出所: 国立社会保障・人口問題研究所『日本の地域別将来推計人口』(2013年3月)より作成。

図表 1-10 の将来人口推計をみると、2040年に登別市の人口は36,411人になることが予想されている。これは、2010年の人口から約30%減少することを意味している。また、年齢別にみれば、0歳から84歳までの各層で減少見通しである。そのなかで、0～19歳までの各層では、軒並み40%以上の著しい減少見通しとなっている。同様に人口減少割合が高い年齢層は、55～64歳までの層である。

#### 要約

- ・ 登別市は1985年をピークに人口減少へ
- ・ 社会的増減よりも自然増減の方が大きく、自然減が進行
- ・ 人口減少の中で、温泉地区と登別地区の相対的ウェイトの低下
- ・ 高齢化がかなりのペースで進行
- ・ 登別市は、室蘭市のベッドタウンとしての性格も持つ

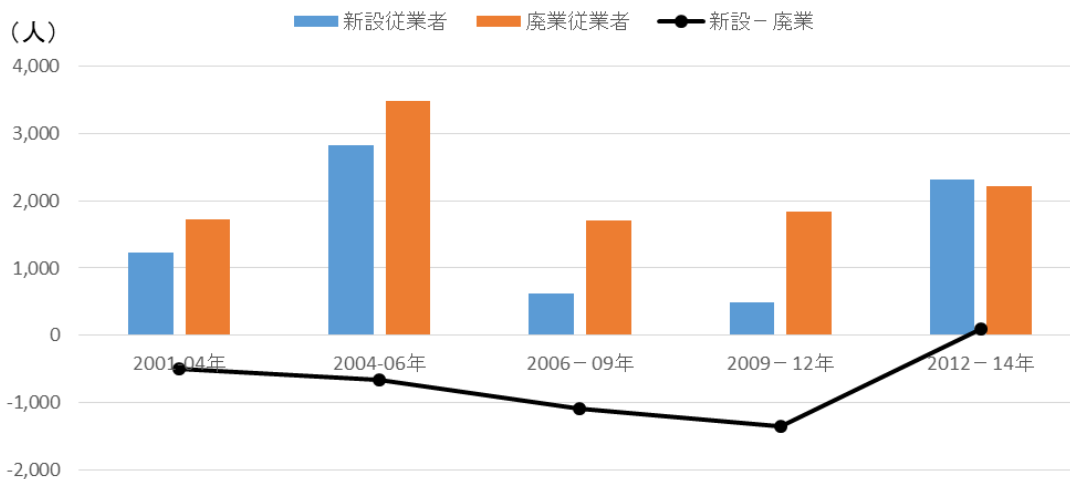
図表2-1 新設事業所・廃業事業所の推移



出所:「事業所・企業統計調査」及び、「経済センサス」各年版より作成。

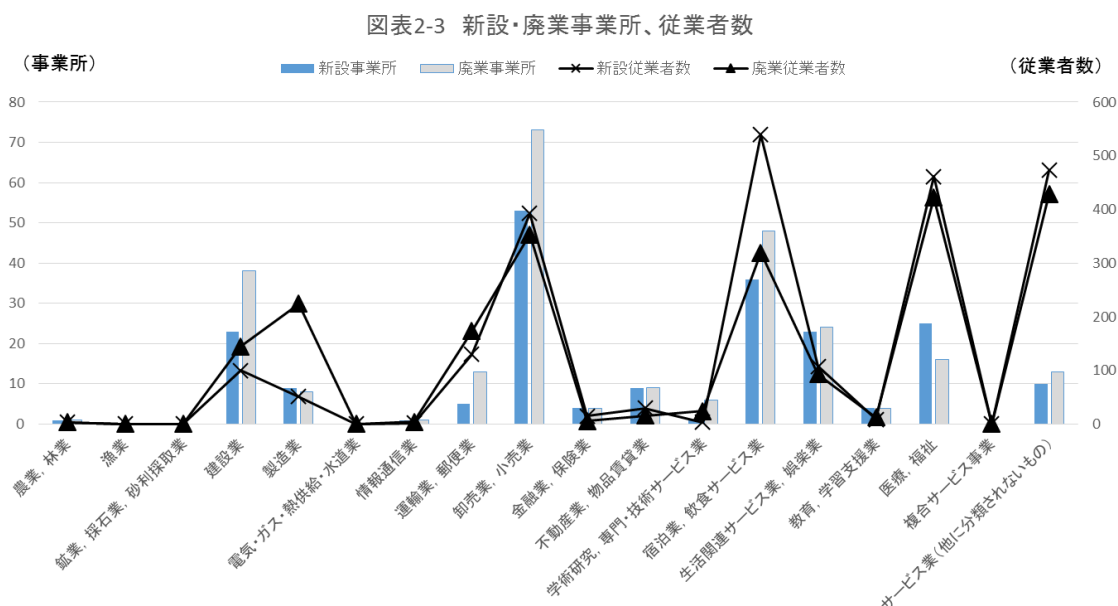
次に、図表 2-1 から、登別市の新設事業所、廃業事業所数の推移を確認しておこう。国内全体では、1990 年代初頭に開業率と廃業率が逆転し、事業所数は減少局面に入っている。2001 年からの新設事業所数と廃業事業所は、廃業事業所が新設事業所を上回って推移していることが確認できる。ただし、2006 年以前は「事業所・企業統計調査」、2009 年以降は「経済センサス」と統計資料が異なるため連続性はない。「新設事業所-廃業事業所」のギャップが大きい時期が、2004 年から 2012 年まで続いている。

図表2-2 新設従業者数・廃業従業者数の推移



出所:「事業所・企業統計調査」及び、「経済センサス」各年版より作成。

同様に新設事業所の従業者数と廃業事業所の従業者数の推移を図表 2-2 から見てみよう。従業者数は、2012-14 年を除いて、廃業事業所の従業者数が新設事業所を上回って推移している。「新設事業所-廃業事業所」のギャップが大きいのは、2009-12 年となっている。



出所:「経済センサス(H24年)」より作成。

2014 年の経済センサスから、産業大分類別に、新設事業所数、従業者数、廃業事業所数、従業者数をみたものである。事業所で新設事業所数が廃業事業所数を上回っているのは、「医療、福祉」のみである。さらに、廃業事業所数が多いのは、「卸売業、小売業」、「建設業」である。次に、従業者数をみると、新設従業者数が廃業従業者数を上回っているのは、「卸売業、小売業」、「宿泊業、飲食サービス業」、「医療、福祉」である。「宿泊業、飲食サービス業」では、比較的大規模である事業者が登別市内に開設したものと考えられる。



図表2-4 産業大分類別 事業所数、構成比、特化係数(2009-14年)

	事業所数		構成比		特化係数		増減(2009-14年)	
	2009年	2014年	2009年	2014年	2009年	2014年	増減数	増減率
全産業	1,880	1,685	100.0	100.0	1.0	1.0	-195	-10.4
農業, 林業	11	8	0.6	0.5	0.4	0.3	-3	-27.3
漁業	1	1	0.1	0.1	0.2	0.2	0	0.0
鉱業, 採石業, 砂利採取業	1	1	0.1	0.1	0.5	0.8	0	0.0
建設業	265	225	14.1	13.4	1.4	1.5	-40	-15.1
製造業	90	88	4.8	5.2	1.0	1.1	-2	-2.2
電気・ガス・熱供給・水道業	8	6	0.4	0.4	1.8	1.3	-2	-25.0
情報通信業	11	8	0.6	0.5	0.5	0.5	-3	-27.3
運輸業, 郵便業	48	40	2.6	2.4	0.9	0.9	-8	-16.7
卸売業, 小売業	444	394	23.6	23.4	1.0	1.0	-50	-11.3
金融業, 保険業	28	26	1.5	1.5	0.8	0.9	-2	-7.1
不動産業, 物品賃貸業	108	107	5.7	6.4	0.8	0.9	-1	-0.9
学術研究, 専門・技術サービス業	41	41	2.2	2.4	0.6	0.7	0	0.0
宿泊業, 飲食サービス業	280	233	14.9	13.8	1.0	1.0	-47	-16.8
生活関連サービス業, 娯楽業	203	184	10.8	10.9	1.2	1.2	-19	-9.4
教育, 学習支援業	63	59	3.4	3.5	1.0	1.0	-4	-6.3
医療, 福祉	123	130	6.5	7.7	1.0	0.9	7	5.7
複合サービス事業	12	12	0.6	0.7	0.8	0.9	0	0.0
サービス業(他に分類されないもの)	123	105	6.5	6.2	1.0	0.9	-18	-14.6
公務(他に分類されるものを除く)	20	17	1.1	1.0	1.0	0.9	-3	-15.0

出所:「経済センサス」各年版より作成。

次に、同様に経済センサスで産業大分類による事業所数、構成比、特化係数の2009年と2014年の比較をみてみよう。まず、事業所数は5年間で195事業所の減少であるが、増減率で見れば10.4%のマイナスである。北海道全体で-5.9%であることから、登別市の事業所数の減少率は北海道全体よりも高い。特に減少幅が大きい産業は、「建設業」で40事業所(-15.1%)、「卸売業、小売業」50事業所(-11.3%)、「宿泊業、飲食サービス業」で47事業所(-16.8%)減少している。他方で、事業所数が増加しているのは、「医療、福祉」のみである(7事業所、増加率:5.7%)。また、特化係数をみると、「建設業」、「電気・ガス・熱供給・水道業」、「生活関連サービス業・娯楽業」が1.0を上回っている。登別市の事業所構成は、北海道全体と比較して、これらの産業のウェイトが高い。

図表2-5 産業大分類従業者数、構成比、特化係数(2009-14年)

	従業者数		構成比		特化係数		増減(2009-14年)	
	2009年	2014年	2009年	2014年	2009年	2014年	増減数	増減率
全産業	16,706	15,228	100.0	100.0	1.0	1.0	-1,478	-8.8
農業, 林業	141	68	0.8	0.4	0.5	0.3	-73	-51.8
漁業	7	5	0.0	0.0	0.1	0.1	-2	-28.6
鉱業, 採石業, 砂利採取業	1	1	0.0	0.0	0.1	0.1	0	0.0
建設業	1,811	1,487	10.8	9.8	1.3	1.3	-324	-17.9
製造業	1,236	1,001	7.4	6.6	0.9	0.8	-235	-19.0
電気・ガス・熱供給・水道業	74	58	0.4	0.4	0.8	0.7	-16	-21.6
情報通信業	54	33	0.3	0.2	0.2	0.1	-21	-38.9
運輸業, 郵便業	926	707	5.5	4.6	0.9	0.8	-219	-23.7
卸売業, 小売業	3,248	2,935	19.4	19.3	0.9	1.0	-313	-9.6
金融業, 保険業	153	143	0.9	0.9	0.4	0.4	-10	-6.5
不動産業, 物品賃貸業	251	303	1.5	2.0	0.6	0.8	52	20.7
学術研究, 専門・技術サービス業	242	150	1.4	1.0	0.6	0.4	-92	-38.0
宿泊業, 飲食サービス業	2,457	2,361	14.7	15.5	1.6	1.7	-96	-3.9
生活関連サービス業, 娯楽業	780	661	4.7	4.3	1.0	1.0	-119	-15.3
教育, 学習支援業	862	813	5.2	5.3	1.1	1.1	-49	-5.7
医療, 福祉	2,336	2,387	14.0	15.7	1.2	1.1	51	2.2
複合サービス事業	87	153	0.5	1.0	0.5	0.8	66	75.9
サービス業(他に分類されないもの)	1,240	1,131	7.4	7.4	0.9	0.9	-109	-8.8
公務(他に分類されるものを除く)	800	831	4.8	5.5	1.0	1.2	31	3.9

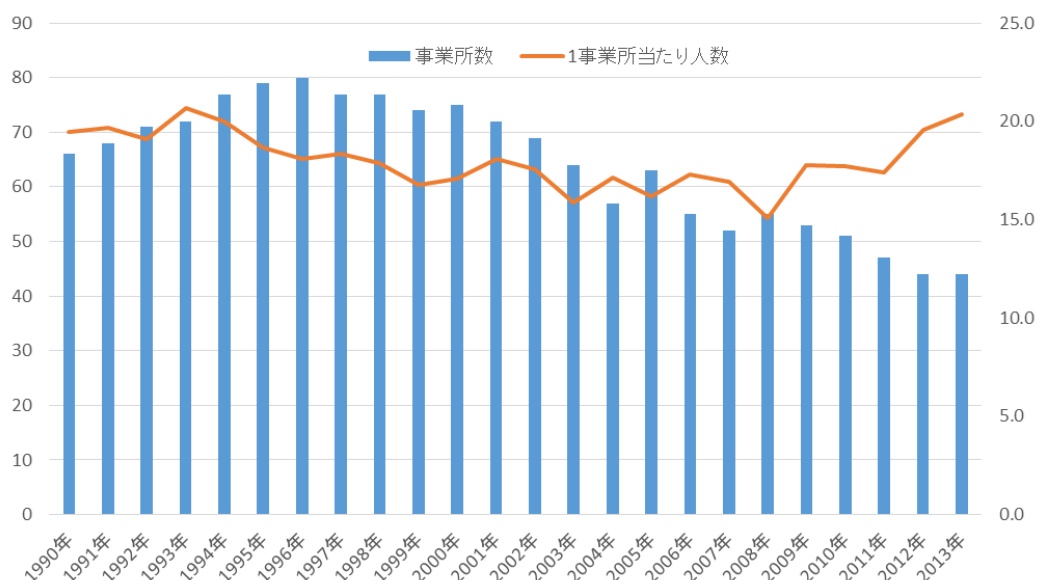
出所:「経済センサス」各年版より作成。

従業者数、構成比、特化係数、増減率の比較をみたのが図表 2-5 である。従業者は 2009 年から 2014 年の 5 年間で 1,478 人の減少（-8.8%）である。北海道全体での増減率は -3.6% であることから、従業者数においても登別市の方が、減少率は高い。また、増減率をみると、「建設業」、「製造業」、「電気・ガス・熱供給・水道業」、「情報通信業」、「運輸業、郵便業」、「学術研究、専門・技術サービス業」、「生活関連サービス業・娯楽業」でとりわけ減少率が高い。他方で、従業者数が増加しているのは、「不動産業、物品賃貸業」、「医療、福祉」、「複合サービス事業」、「公務（他に分類されるものを除く）」にとどまる。最後に、従業者数の特化係数を確認しておくと、「建設業」、「宿泊業、飲食サービス業」、「医療、福祉」、「公務（他に分類されるものを除く）」で 1.0 を上回っている。特に「宿泊業、飲食サービス業」の特化係数が大きいのが、登別温泉地区の宿泊業によるものと考えられる。

#### 要約

- ・事業所の新設よりも廃業が多い
- ・建設業と卸業・小売業での廃業が目立つ
- ・事業所数の減少では、建設業、卸売業・小売業、宿泊業・飲食サービス業が目立つ
- ・事業所数の増加は、医療、福祉のみ
- ・特化係数が高いのは、建設業、電気・ガス・熱供給・水道業、生活関連サービス業・娯楽業

図表2-6 登別市 製造業事業所数、1事業所当たり従業者数の推移



経済産業省「工業統計調査(市町村編)」より作成。

登別市製造業の事業所数の推移<sup>1</sup>を見ると、1990年以降では、1996年の80社がピークであり、以後漸減傾向が続いている。そのなかで、1事業所当たりの従業者数を算出すれば、1990年代前半までは20人前後であったが、90年代後半から2000年代前半にかけて17人前後に落ち込んでいる。しかし、2012年以降、従業員規模が拡大しつつある。

図表2-7 道内主要都市における製造業事業所数の推移

	単位: 事業所、%					
	事業所数			増減率		
	2003年	2008年	2013年	2003-08年	2008-13年	
札幌市	1,392	1,114	969	-20.0	-13.0	
函館市	420	339	292	-19.3	-13.9	
旭川市	536	431	361	-19.6	-16.2	
釧路市	226	223	182	-1.3	-18.4	
帯広市	181	147	137	-18.8	-6.8	
苫小牧市	259	225	210	-13.1	-6.7	
室蘭市	171	168	140	-1.8	-16.7	
登別市	64	55	44	-14.1	-20.0	
伊達市	41	33	32	-19.5	-3.0	
白老町	78	73	49	-6.4	-32.9	

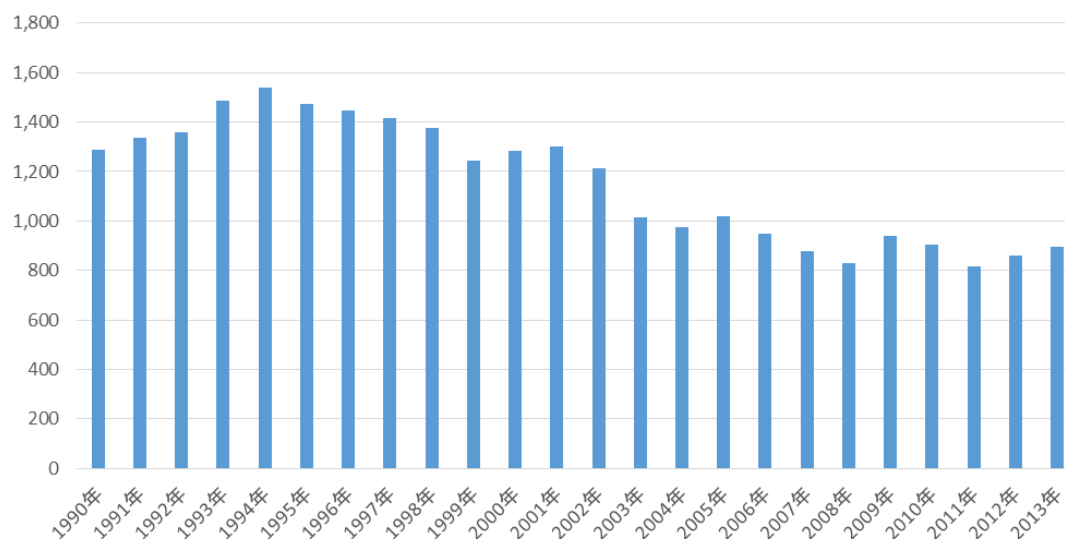
出所: 経済産業省「工業統計調査(市町村編)」より作成。

注: 事業所は、4人以上規模である。

登別市の指標を、道内の他の自治体と比較したものが図表2-7である。地方の中核都市と比較すれば、事業所数は多くはない。増減率をみれば、2003-08年では登別市は-14.1%の減少であるが、2008-13年では-20.0%まで大きくなっている。近隣の自治体では、伊達市は2003-08年の減少率が高いが、室蘭市、白老町では2008-13年の減少率が大きい。室蘭、白老の傾向は登別市の傾向と同様である。

<sup>1</sup> 工業統計調査(市町村編)では、従業者規模4人以上の事業所が対象である。

図表2-8 登別市 製造業事業所の従業者数の推移



経済産業省「工業統計調査(市町村編)」より作成。

製造業の従業者数の推移では、1994年の1500人超をピークに減少局面に入っている。その後、2011年をボトムにして、事業所数と同様、増加に転じつつある。

表2-9 道内主要都市における製造業従業者数の推移

	従業者数			増減率	
	2003年	2008年	2013年	2003-08年	2008-13年
札幌市	32,257	30,187	28,501	-6.4	-5.6
函館市	9,164	8,671	8,135	-5.4	-6.2
旭川市	11,400	9,740	8,534	-14.6	-12.4
釧路市	5,789	6,084	4,976	5.1	-18.2
帯広市	4,998	5,076	4,629	1.6	-8.8
苫小牧	9,801	11,240	10,829	14.7	-3.7
室蘭市	7,350	8,092	7,857	10.1	-2.9
登別市	1015	829	895	-18.3	8.0
伊達市	929	658	630	-29.2	-4.3
白老町	2,151	1,821	1,495	-15.3	-17.9

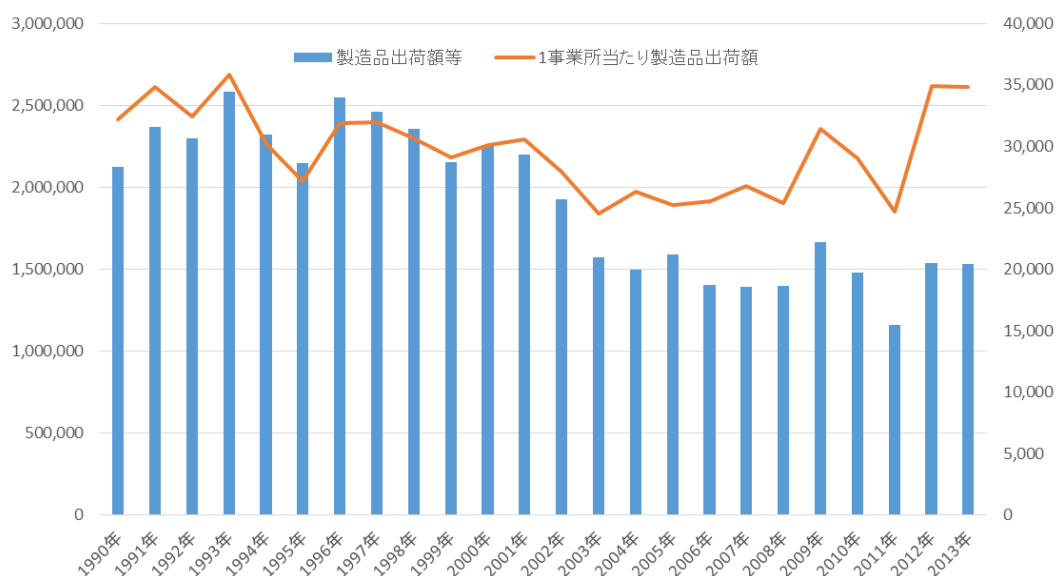
出所: 経済産業省「工業統計調査(市町村編)」より作成。

注: 事業所は、4人以上規模である。

従業者数では、2013年からの過去10年間で登別市は120人の減少である。近隣自治体をみると、室蘭市は2003-08年に従業者数は増加しているが、2008-13年には減少に転じている。伊達市、白老町では、過去10年で一貫して減少している。登別市は、2008年から13年には増加に転じている。※2012、13年に新規事業所の立地があったかどうか。

図表2-10 登別市製造業における製造品出荷額等の推移

(万円)



経済産業省「工業統計調査(市町村編)」より作成。

製造業の製造品出荷額等も、事業所数、従業者数の推移と同様に、1990年代前半に250億円超でピークを迎えたあと、1996年から2003年にかけて急減している。2000年代に入ってからでは150億円を下回るようになるが、2012年以降は150億円程度で推移している。1事業所当たりの製造品出荷額等では、2000年代には2億円台であったが、2012年以降は3億5,000万円と1990年代初頭の水準に上昇している。

表2-11 道内主要都市における製造業・製造品出荷額等の推移

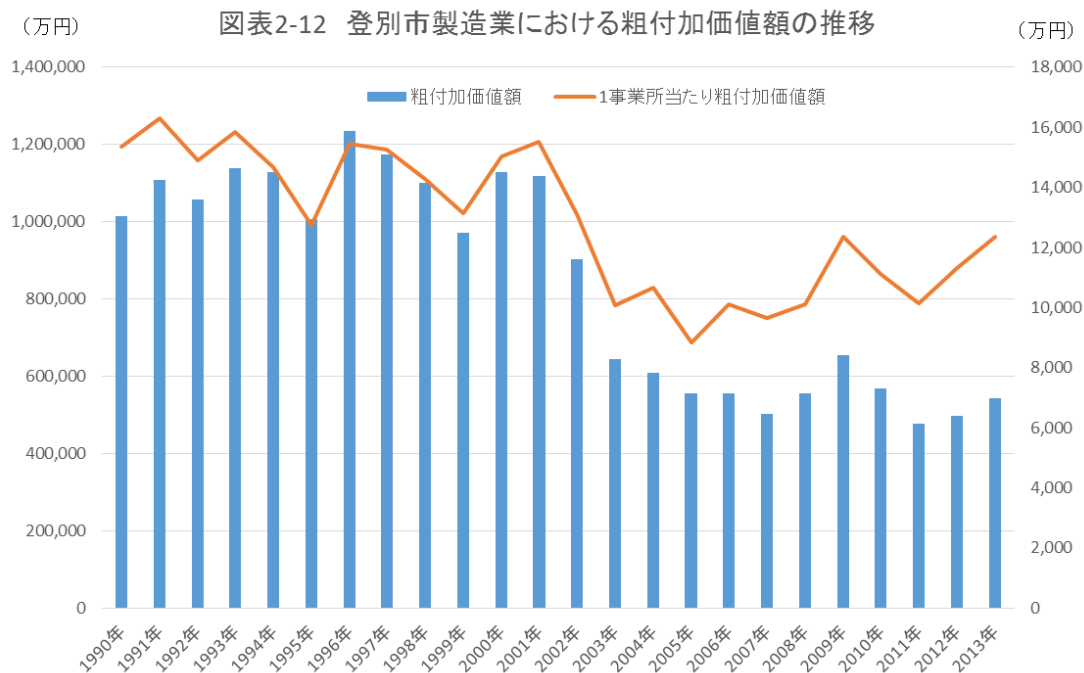
単位:万円、%

	製造品出荷額等			増減率	
	2003年	2008年	2013年	2003-08年	2008-13年
札幌市	55,627,840	51,624,537	51,081,680	-7.2	-1.1
函館市	27,819,811	18,466,050	17,024,824	-33.6	-7.8
旭川市	19,104,204	18,934,603	18,370,112	-0.9	-3.0
釧路市	22,835,105	28,553,825	23,427,381	25.0	-18.0
帯広市	10,521,851	12,154,594	12,803,857	15.5	5.3
苫小牧市	61,906,724	116,970,711	124,400,006	88.9	6.4
室蘭市	56,827,151	63,432,462	121,547,164	11.6	91.6
登別市	1,570,289	1,398,458	1,533,029	-10.9	9.6
伊達市	1,475,030	1,678,551	1,529,806	13.8	-8.9
白老町	7,611,139	6,754,930	5,902,446	-11.2	-12.6

出所:経済産業省「工業統計調査(市町村編)」より作成。

注:事業所は、4人以上規模である。

登別市の製造品出荷額等は、先にもみたように、2008年以降で増加に転じている。地域間比較では、室蘭市や苫小牧市の増加幅が大きいことが分かる。伊達市は2008年まで増加基調であったのが08年以降は減少に転じ、白老町は過去10年間減少の一途である。



経済産業省「工業統計調査(市町村編)」より作成。

粗付加価値額に関しては、1996年に120億円超でピークを迎えている。2000年代初頭には、粗付加価値額はほぼ半減しており、以後60億円を下回る水準で推移している。1事業所あたりの粗付加価値額は、2012年以降には増加に転じている。

表2-13 道内主要都市における製造業・粗付加価値額の推移

単位:万円、%

	粗付加価値額			増減率	
	2003年	2008年	2013年	2003-08年	2008-13年
札幌市	24,466,400	20,752,653	13,591,809	-15.2	-34.5
函館市	9,112,826	5,656,167	5,564,398	-37.9	-1.6
旭川市	8,805,302	8,111,744	7,147,916	-7.9	-11.9
釧路市	9,437,372	9,631,825	8,631,275	2.1	-10.4
帯広市	4,765,093	4,724,677	4,824,302	-0.8	2.1
苫小牧	20,525,003	21,997,441	15,360,639	7.2	-30.2
室蘭市	16,043,185	19,013,000	15,443,191	18.5	-18.8
登別市	644,790	556,570	543,092	-13.7	-2.4
伊達市	425,562	789,070	617,134	85.4	-21.8
白老町	3,251,848	2,212,682	1,859,252	-32.0	-16.0

出所:経済産業省「工業統計調査(市町村編)」より作成。

注:事業所は、4人以上規模である。

粗付加価値額に関しては、製造品出荷額等と比べながらみると、全体的に増加幅は小さい。さらに、製造品出荷額等は増加しているも、粗付加価値額は減少していることが確認できる。

図表2-14 道内主要都市における製造業・1事業所当たり従業者数、製造品出荷額等、粗付加価値額

単位：人、万円

	1事業所当たり従業者数			1事業所当たり製造品出荷額等			1事業所当たり粗付加価値額		
	2003年	2008年	2013年	2003年	2008年	2013年	2003年	2008年	2013年
札幌市	23.2	27.1	29.4	39,963	46,342	52,716	17,576	18,629	14,027
函館市	21.8	25.6	27.9	66,238	54,472	58,304	21,697	16,685	19,056
旭川市	21.3	22.6	23.6	35,642	43,932	50,887	16,428	18,821	19,800
室蘭市	43.0	48.2	56.1	332,323	377,574	868,194	93,820	113,173	110,309
釧路市	25.6	27.3	27.3	101,040	128,044	128,722	41,758	43,192	47,425
帯広市	27.6	34.5	33.8	58,132	82,684	93,459	26,326	32,141	35,214
苫小牧市	37.8	50.0	51.6	239,022	519,870	592,381	79,247	97,766	73,146
登別市	15.9	15.1	20.3	24,536	25,427	34,842	10,075	10,119	12,343
伊達市	22.7	19.9	19.7	35,976	50,865	47,806	10,380	23,911	19,285
白老町	27.6	24.9	30.5	97,579	92,533	120,458	41,690	30,311	37,944

出所：経済産業省「工業統計調査(市町村編)」より作成。

注：事業所は、4人以上規模である。

1事業所当たりの従業者数、製造品出荷額、粗付加価値額の推移を他自治体と比較しながらみると、登別市の1事業者あたりの従業者数は、道内他都市と比較しても多くはない。伊達市とほぼ同じ規模であるが、2003年：15.9人、2008年：15.1人、2013年：20.3人と推移している。1事業所当たり製造品出荷額等に関しては、近隣自治体はいずれも増加基調であるが、登別市の2億4,000万円から3億5,000万円は、室蘭市、伊達市、白老町と比べても最も小さい。また、1事業所当たりの粗付加価値額においても、製造品出荷額と同様の傾向である。

図表2-15 登別市製造業主要業種の指標(2013年)

業種	事業所			従業者		
	事業所数	構成比	特化係数	人	構成比	特化係数
製造業計	44	100.0	1.0	895	100.0	1.0
食料品製造業	14	31.8	0.9	296	33.1	0.7
窯業・土石製品製造業	8	18.2	2.5	136	15.2	4.4
金属製品製造業	8	18.2	1.7	241	26.9	4.4

業種	製造品出荷額等			粗付加価値額		
	万円	構成比	特化係数	万円	構成比	特化係数
製造業計	1,533,029	100.0	1.0	543,092	100.0	1.0
食料品製造業	259,555	16.9	0.6	86,383	15.9	0.5
窯業・土石製品製造業	476,655	31.1	11.4	234,668	43.2	10.1
金属製品製造業	405,794	26.5	7.3	131,655	24.2	4.8

出所：経済産業省「工業統計調査(市町村編)」より作成。

製造業事業所のうち、事業所数、従業者数、製造品出荷額等、粗付加価値額の4項目に着目して、産業中分類別に構成比、特化係数(=登別市における構成比/北海道の構成比)を示したものである。特化係数とは、その地域の産業構成において、どの産業に特化しているのかを示す指標である。事業所数では、食品製造業、従業者数では最も多いが、特化係数では1.0を上回っていない。他方で、窯業・土石製品製造業では、事業所数は8と多くはないが、特化係数では、4項目いずれにおいても1.0を大きく上回っており、同産業に特化した経済であるといえる。

図表3-1 道内自治体における商業(卸売・小売業)事業所数の推移

単位: 事業所、%

	事業所数					増減率			
	1994年	1997年	2002年	2007年	2014年	94-97年	97-02年	02-07年	07-14年※
札幌市	20,736	19,022	18,417	16,323	12,418	-8.3	-3.2	-11.4	-23.9
函館市	5,373	4,998	4,447	3,969	2,687	-7.0	-11.0	-10.7	-32.3
旭川市	5,423	5,083	4,398	3,829	2,853	-6.3	-13.5	-12.9	-25.5
釧路市	3,168	2,824	2,484	2,176	1,568	-10.9	-12.0	-12.4	-27.9
帯広市	2,846	2,736	2,600	2,162	1,716	-3.9	-5.0	-16.8	-20.6
苫小牧市	2,179	2,214	2,109	1,854	1,308	1.6	-4.7	-12.1	-29.4
室蘭市	1,845	1,758	1,394	1,212	800	-4.7	-20.7	-13.1	-34.0
登別市	559	588	490	433	298	5.2	-16.7	-11.6	-31.2
伊達市	447	427	429	398	296	-4.5	0.5	-7.2	-25.6
白老町	264	257	234	206	163	-2.7	-8.9	-12.0	-20.9

出所: 経済産業省「商業統計調査」より作成。

商業統計から卸売業、小売業の事業所数の推移を確認しよう。登別市は、1997年をピークに減少局面に入っている。1997年は事業所数が588（卸売業64事業所、小売業524事業所）であったが、2007年には433事業所（卸売業55事業所、小売業378事業所）と減少している（-135事業所：小売業の減少数が大きい）。新しい方法で集計された2014年には、298（卸売業46事業所、小売業252事業所）と半減している。（但し、2007年と2014年調査では集計方法が異なっているので、データ上の連続性はない。）

図表3-2 道内自治体における商業(卸売・小売業)従業者数の推移

単位: 人、%

	従業者数					増減率			
	1994年	1997年	2002年	2007年	2014年	94-97年	97-02年	02-07年	07-14年※
札幌市	202,638	190,815	190,675	175,025	134,792	-5.8	-0.1	-8.2	-23.0
函館市	32,513	30,646	29,306	25,978	19,260	-5.7	-4.4	-11.4	-25.9
旭川市	40,915	39,281	36,990	33,234	25,628	-4.0	-5.8	-10.2	-22.9
釧路市	22,357	20,566	19,233	16,198	12,263	-8.0	-6.5	-15.8	-24.3
帯広市	20,907	19,932	21,343	18,251	14,941	-4.7	7.1	-14.5	-18.1
苫小牧市	16,193	17,006	16,536	14,879	12,087	5.0	-2.8	-10.0	-18.8
室蘭市	11,482	10,518	9,060	8,461	5,854	-8.4	-13.9	-6.6	-30.8
登別市	3,798	3,844	3,494	3,003	2,380	1.2	-9.1	-14.1	-20.7
伊達市	2,926	2,709	3,018	2,831	2,102	-7.4	11.4	-6.2	-25.8
白老町	1,444	1,298	1,319	1,176	1,046	-10.1	1.6	-10.8	-11.1

出所: 経済産業省「商業統計調査」より作成。

従業者数の推移をみると、事業所数と同様に登別市の商業従事者のピークは1997年調査時（3,844人：卸売業421人、小売業3,423人）である。2007年には3,003人（卸売業：303人、小売業2,700人）と841人の減少となっている。2014年調査では2,380人（卸売業280人、小売業2,100人）である。

図表3-3 道内自治体における商業(卸売・小売業)年間商品販売額の推移

単位: 100万円、%

	年間商品販売額					増減率			
	1994年	1997年	2002年	2007年	2014年	94-97年	97-02年	02-07年	07-14年※
札幌市	11,763,402	11,655,118	10,242,935	8,799,871	8,909,752	-0.9	-12.1	-14.1	1.2
函館市	1,177,322	1,216,654	961,856	836,138	694,736	3.3	-20.9	-13.1	-16.9
旭川市	1,649,207	1,706,555	1,389,767	1,260,629	1,007,211	3.5	-18.6	-9.3	-20.1
釧路市	1,110,600	1,005,280	733,316	644,327	481,043	-9.5	-27.1	-12.1	-25.3
帯広市	1,078,253	1,040,864	988,107	892,672	631,625	-3.5	-5.1	-9.7	-29.2
苫小牧市	663,050	742,361	570,383	555,165	516,047	12.0	-23.2	-2.7	-7.0
室蘭市	380,347	368,904	274,569	263,864	213,078	-3.0	-25.6	-3.9	-19.2
登別市	68,310	77,758	62,913	56,822	49,898	13.8	-19.1	-9.7	-12.2
伊達市	67,442	71,503	61,220	50,711	41,983	6.0	-14.4	-17.2	-17.2
白老町	26,623	27,775	25,925	17,568	25,273	4.3	-6.7	-32.2	43.9

出所: 経済産業省「商業統計調査」より作成。



年間販売額についても 1997 年の 777 億 5,800 万円（卸売業 196 億 5,900 万円、小売業 581 億円）がピークである。2007 年には 568 億 2,200 万円（卸売業 111 億 5,500 万円、小売業 456 億 6,700 万円）に減少している（-9.7%）。また、2014 年の年間販売額は 498 億 9,800 万円（卸売業 125 億 8,000 万円、小売業 373 億 1,800 万円）である。

図表3-4 道内自治体における商業(小売業)の売場面積の推移 単位:㎡、%

	売場面積					増減率			
	1994年	1997年	2002年	2007年	2014年	94-97年	97-02年	02-07年	07-14年※
札幌市	1,687,971	1,858,124	1,928,433	2,115,655	2,019,470	10.1	3.8	9.7	-4.5
函館市	365,045	393,379	390,326	378,877	371,878	7.8	-0.8	-2.9	-1.8
旭川市	434,572	482,555	488,705	515,753	502,757	11.0	1.3	5.5	-2.5
釧路市	234,205	230,422	227,125	210,805	219,283	-1.6	-1.4	-7.2	4.0
帯広市	224,700	246,278	279,148	305,266	285,082	9.6	13.3	9.4	-6.6
苫小牧市	201,815	240,611	235,980	246,304	232,665	19.2	-1.9	4.4	-5.5
室蘭市	135,845	137,203	136,374	143,243	108,427	1.0	-0.6	5.0	-24.3
登別市	63,089	65,505	58,414	67,618	65,202	3.8	-10.8	15.8	-3.6
伊達市	48,266	44,330	48,833	50,202	53,701	-8.2	10.2	2.8	7.0
白老町	23,885	22,892	25,837	21,913	15,770	-4.2	12.9	-15.2	-28.0

出所:経済産業省「商業統計調査」より作成。

小売業における売場面積は、2007 年がピークである。

図表3-5 道内自治体における商業(小売業)の1事業所当たり従業者数の推移 単位:人、%

	1事業所当たり従業者数					増減率			
	1994年	1997年	2002年	2007年	2014年	94-97年	97-02年	02-07年	07-14年※
札幌市	9.8	10.0	10.4	10.7	10.9	2.7	3.2	3.6	1.2
函館市	6.1	6.1	6.6	6.5	7.2	1.3	7.5	-0.7	9.5
旭川市	7.5	7.7	8.4	8.7	9.0	2.4	8.8	3.2	3.5
釧路市	7.1	7.3	7.7	7.4	7.8	3.2	6.3	-3.9	5.1
帯広市	7.3	7.3	8.2	8.4	8.7	-0.8	12.7	2.8	3.1
苫小牧市	7.4	7.7	7.8	8.0	9.2	3.4	2.1	2.4	15.1
室蘭市	6.2	6.0	6.5	7.0	7.3	-3.9	8.6	7.4	4.8
登別市	6.8	6.5	7.1	6.9	8.0	-3.8	9.1	-2.7	15.2
伊達市	6.5	6.3	7.0	7.1	7.1	-3.1	10.9	1.1	-0.2
白老町	5.5	5.1	5.6	5.7	6.4	-7.7	11.6	1.3	12.4

出所:経済産業省「商業統計調査」より作成。

1 事業所当たりの従業者数の推移では、登別市では 6.8 人から 7.1 人で推移している。札幌市や苫小牧市では 1 事業所当たりの人数が拡大している傾向にあるが、登別では顕著な傾向は見られない。

図表3-6 道内自治体における商業(小売業)の1事業所当たり年間商品販売額の推移 単位:100万円、%

	1事業所当たり年間商品販売額					増減率			
	1994年	1997年	2002年	2007年	2014年	94-97年	97-02年	02-07年	07-14年※
札幌市	567.3	612.7	556.2	539.1	717.5	8.0	-9.2	-3.1	33.1
函館市	219.1	243.4	216.3	210.7	258.6	11.1	-11.1	-2.6	22.7
旭川市	304.1	335.7	316.0	329.2	353.0	10.4	-5.9	4.2	7.2
釧路市	350.6	356.0	295.2	296.1	306.8	1.5	-17.1	0.3	3.6
帯広市	378.9	380.4	380.0	412.9	368.1	0.4	-0.1	8.6	-10.9
苫小牧市	304.3	335.3	270.5	299.4	394.5	10.2	-19.3	10.7	31.8
室蘭市	206.2	209.8	197.0	217.7	266.3	1.8	-6.1	10.5	22.3
登別市	122.2	132.2	128.4	131.2	167.4	8.2	-2.9	2.2	27.6
伊達市	150.9	167.5	142.7	127.4	141.8	11.0	-14.8	-10.7	11.3
白老町	100.8	108.1	110.8	85.3	155.0	7.2	2.5	-23.0	81.8

出所:経済産業省「商業統計調査」より作成。

1 事業所当たりの年間商品販売額は、2002 年に落ち込むものの 2007 年は 1 億 3,120 万円である。2014 年は 1 億 6,740 万円であるが、統計上の連続性はない。

図表3-7 道内自治体における商業(小売業)の1事業所当たり売り場面積の推移 単位:m<sup>2</sup>、%

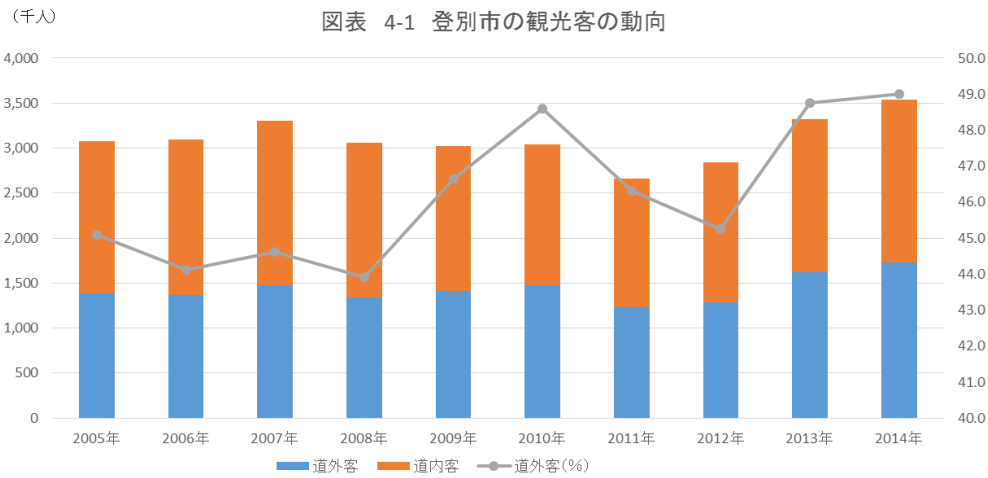
	1事業所当たり売場面積					増減率			
	1994年	1997年	2002年	2007年	2014年	94-97年	97-02年	02-07年	07-14年※
札幌市	125.4	147.4	161.5	196.4	254.3	17.5	9.6	21.6	29.5
函館市	87.7	101.5	112.4	122.6	183.2	15.7	10.8	9.1	49.5
旭川市	111.7	134.0	154.5	189.1	247.2	20.0	15.3	22.4	30.7
釧路市	101.3	113.2	128.5	134.0	196.0	11.7	13.5	4.3	46.2
帯広市	109.1	125.5	150.1	199.7	232.3	15.0	19.6	33.0	16.4
苫小牧市	125.2	147.7	150.5	180.3	242.1	18.0	1.9	19.8	34.3
室蘭市	94.1	99.4	123.9	156.0	182.2	5.6	24.6	26.0	16.8
登別市	127.2	125.0	134.0	178.9	258.7	-1.7	7.2	33.5	44.6
伊達市	129.4	121.1	130.9	151.2	213.9	-6.4	8.1	15.5	41.5
白老町	100.4	97.0	121.3	119.1	122.2	-3.3	25.1	-1.8	2.6

出所:経済産業省「商業統計調査」より作成。

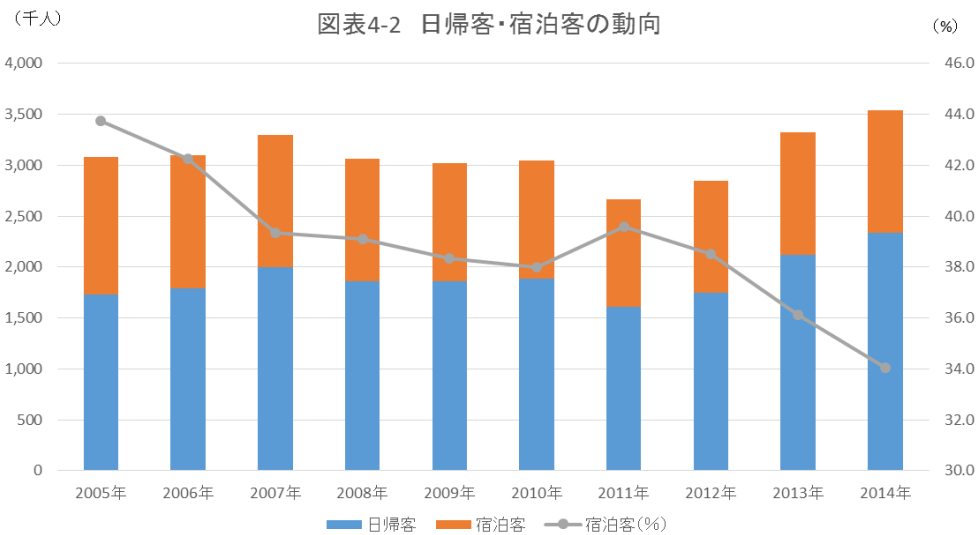
小売業の 1 事業所当たりの売り場面積をみると、売場面積の拡大に関する顕著な傾向がみられる。登別市では、2007 年時点で 258.7 平方メートルであり、1994 年の 127.2 平方メートル比べると 1 事業所当たり 51.7 平方メートルの増加である。すべての事業所が規模拡大をしているという意味ではなく、2000 年以降にロードサイドストアをはじめとして大型店が登別市に新規立地しているものと考えられる。

#### 要約

- ・ 製造業事業所は減少傾向だが、従業者数、製造品出荷額等、粗付加価値額は 2012 年以降増加傾向にある。
- ・ 1 事業所当たり従業者数、製造品出荷額等、粗付加価値も同様
- ・ 製造業事業所では、窯業・土石製品製造業の特化係数が著しく高い
- ・ 商業では、1997 年をピークに事業所数の減少が続いている。
- ・ 1 事業所当たりの売場面積の増加が顕著である。

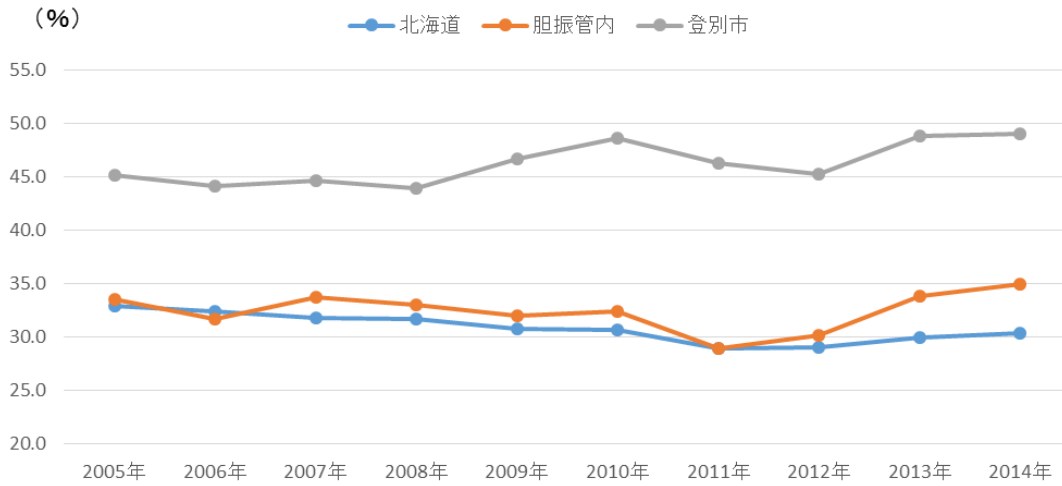


続いて、北海道観光入込客数調査報告書から、登別市を訪れる観光客の動態を確認しよう。観光入込客の総数は、2014年に350万人を上回り、過去10年間で最も多くなっている。次にその内訳を確認してみる。入込客数のうち、道外客の割合は50%を下回っており、道内観光客が多いことが分かるが、2008年以降道外観光客の割合が高まりつつある。他方で、宿泊客の割合をみると、2005年から宿泊客の割合は低下しており、登別の観光は、日帰り客が中心であるようにみえる。



続いて、入込客数を日帰客、宿泊客別に見たものが図表 4-2 である。全体的に宿泊客の減少が続き、その割合も低下基調にあるが、2012年以降の入込客数の回復に伴った宿泊客の相対的ウェイトの低下が明らかである。

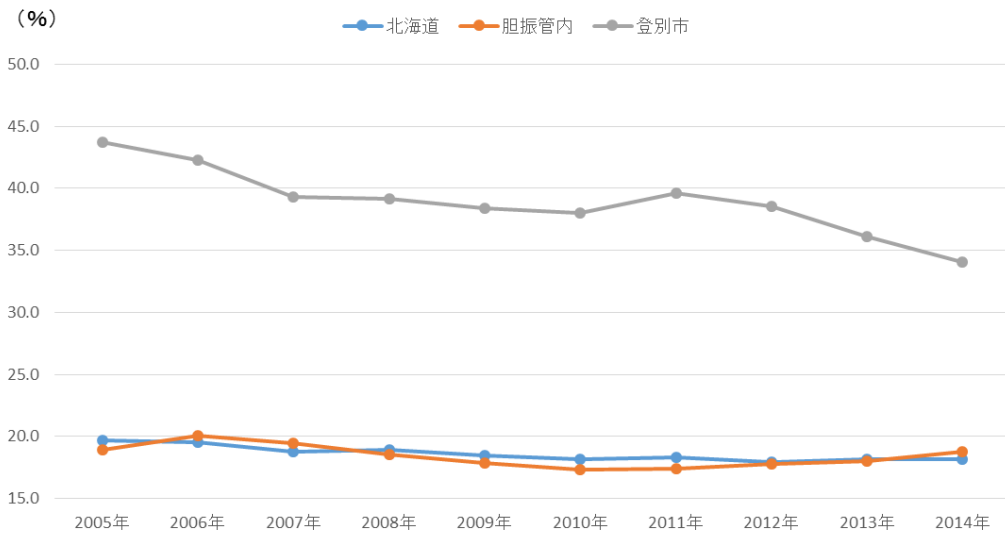
図表4-3 総入込客数に占める道外客シェア



出所：北海道「北海道観光入込客数調査報告書」各年版より作成。

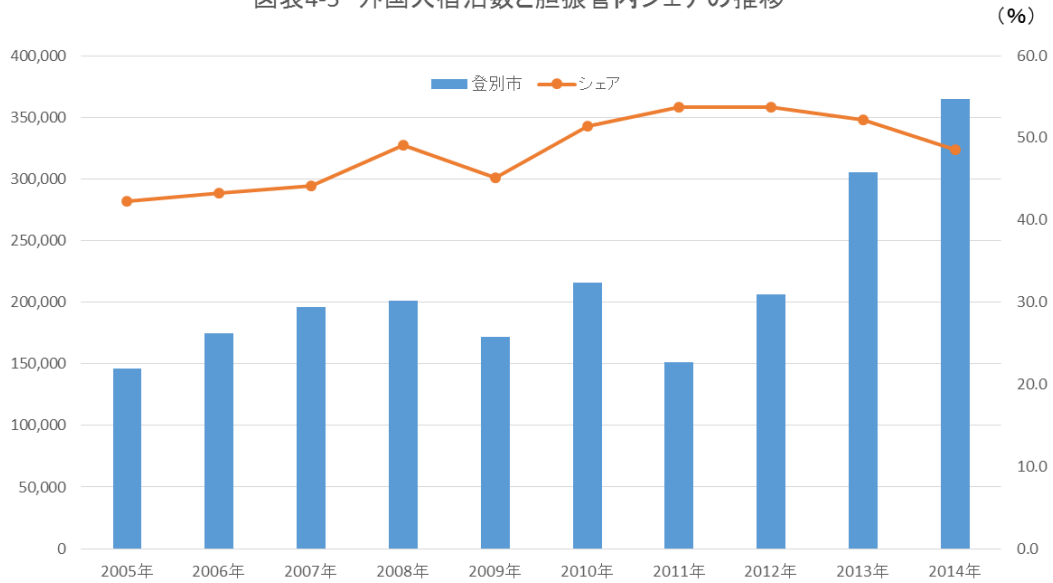
図表 4-3 は、北海道、胆振管内、登別市の総入込客数に占める道外客の割合を示したものである。登別市で道外客の割合が高いことが特徴である。また、胆振管内では、2011 年以降で道外客の割合が高まる傾向にある。

図表4-4 総入込客数に占める宿泊客の割合



図表 4-4 は、宿泊客の割合を示している。これを見ても、登別市は宿泊客の割合が低下傾向にありながらも、北海道や、胆振管内全体の傾向と比べると、その割合は相対的に高いことが確認できる。

図表4-5 外国人宿泊数と胆振管内シェアの推移



出所: 北海道「北海道観光入込客数調査報告書」各年版より作成。

登別市を訪れた外国人宿泊客数と胆振管内でのシェアの推移をみると、外国人宿泊客数は、2011年以降に急増している。2011年で15万人であったが、2014年では35万人を上回っている。胆振管内での宿泊客数のシェアは、2005年以降で40%を上回って推移し、2010年には50%を超えている。しかし、外国人宿泊客数の急増とともにシェアは若干の後退を見せている。壮瞥町、洞爺湖町に宿泊客が流れているものと推察される。

図表4-6 登別を訪れた外国人宿泊数の推移

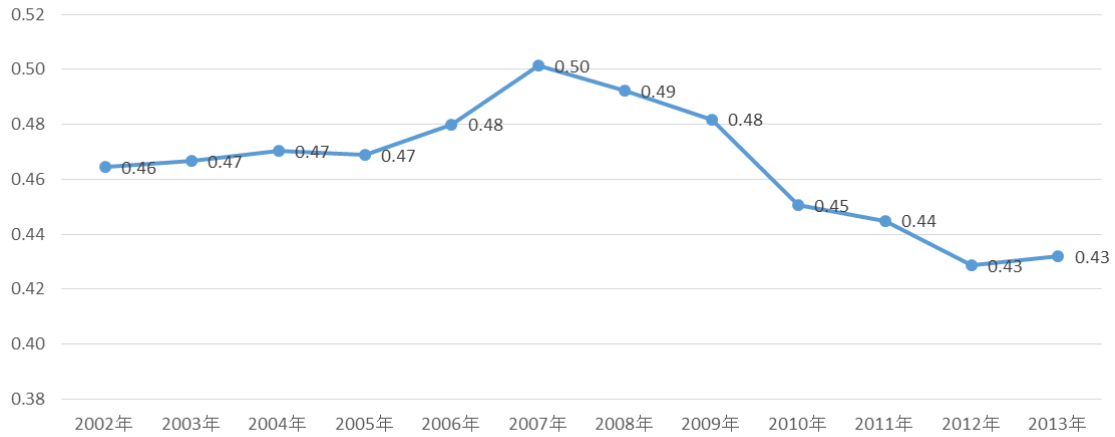
	訪日宿泊外国人客数			構成比			増減数		増減率	
	2005年	2010年	2014年	2005年	2010年	2014年	2005-10年	2010-14年	2005-10年	2010-14年
	単位: 人、%			100.0	100.0	100.0				
計	146,404	215,859	364,792	100.0	100.0	100.0	69,455	148,933	47.4	69.0
中国	1,669	19,121	48,240	1.1	8.9	13.2	17,452	29,119	1045.7	152.3
韓国	20,933	74,834	54,292	14.3	34.7	14.9	53,901	-20,542	257.5	-27.5
台湾	93,604	63,629	171,773	63.9	29.5	47.1	-29,975	108,144	-32.0	170.0
香港	22,115	29,624	33,449	15.1	13.7	9.2	7,509	3,825	34.0	12.9
シンガポール	2,706	15,310	15,611	1.8	7.1	4.3	12,604	301	465.8	2.0
マレーシア		5,644	12,406		2.6	3.4	5,644	6,762		119.8
タイ		1,067	17,203		0.5	4.7	1,067	16,136		1512.3
欧州	168	327	782	0.1	0.2	0.2	159	455	94.6	139.1
北米	2,273	1,136	2,304	1.6	0.5	0.6	-1,137	1,168	-50.0	102.8
オーストラリア	19	82	841	0.0	0.0	0.2	63	759	331.6	925.6
その他	2,917	5,085	7,891	2.0	2.4	2.2	2,168	2,806	74.3	55.2

出所: 北海道「北海道観光入込客数調査報告書」各年版より作成。

注: マレーシア、タイは、2005年時点ではその他に含まれているため構成比、増減率の算出は困難である。

次に外国人宿泊客を国籍別に見たものが図表4-6である。登別を訪れる外国人旅行客は、アジア中心である。とりわけ台湾、韓国、香港からの旅行客が多いが、2010年以降は中国、タイからの旅行者も急増している。

図表5-1 登別市の財政力指数



出所：総務省「市町村別決算状況調」より作成。

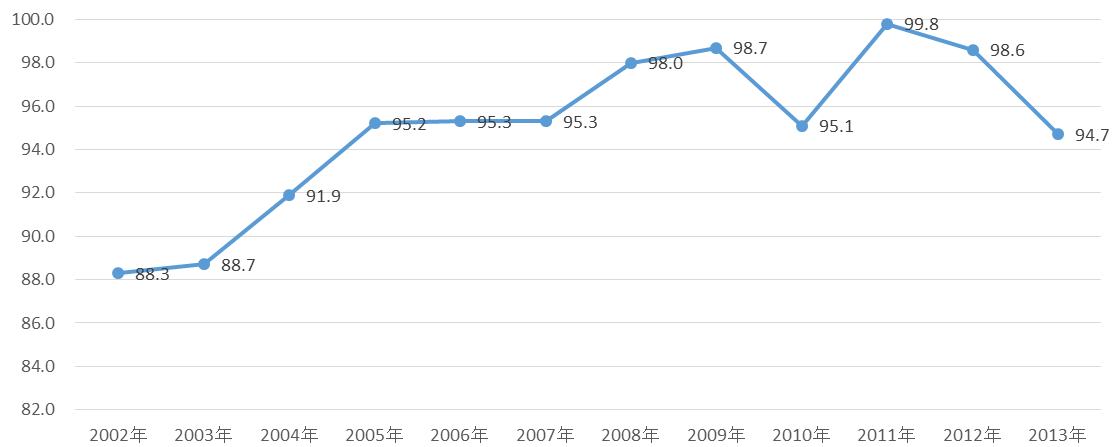
図表5-2 道内自治体の財政力指数

	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
札幌市	0.65	0.66	0.67	0.67	0.67	0.70	0.70	0.69	0.69	0.69	0.68	0.70
函館市	0.49	0.49	0.46	0.47	0.48	0.49	0.49	0.47	0.44	0.45	0.44	0.45
旭川市	0.51	0.50	0.51	0.51	0.51	0.53	0.52	0.51	0.48	0.48	0.47	0.48
釧路市	0.52	0.50	0.51	0.48	0.49	0.50	0.49	0.46	0.44	0.44	0.43	0.43
帯広市	0.56	0.56	0.58	0.58	0.58	0.59	0.58	0.55	0.53	0.54	0.54	0.55
苫小牧市	0.80	0.78	0.79	0.79	0.80	0.81	0.80	0.77	0.74	0.74	0.74	0.75
室蘭市	0.61	0.61	0.60	0.60	0.66	0.69	0.66	0.66	0.62	0.65	0.64	0.62
登別市	0.46	0.47	0.47	0.47	0.48	0.50	0.49	0.48	0.45	0.44	0.43	0.43
伊達市	0.41	0.42	0.45	0.41	0.41	0.44	0.41	0.40	0.37	0.39	0.38	0.38
白老町	0.40	0.40	0.41	0.40	0.41	0.42	0.41	0.40	0.37	0.37	0.36	0.35

出所：総務省「市町村別決算状況調」より作成。

最後に、若干のその他の指標を確認しておこう。図表 5-1、5-2 は、登別市の財政力指数を示したものである。財政力指数とは、地方公共団体の財政力を示す指標の 1 つであり、基準財政収入額を基準財政需要額で除した数値である。登別市の場合、過去 10 年間では 2007 年が 0.50 でピークであるが 2012 年まで低下を続け 0.43 となっている。これは、他の自治体と比較してみると、水準としては函館市や釧路市と同水準であり、また近隣自治体では室蘭市に次ぐ数値である。伊達市や白老町は登別市をさらに下回っているが、胆振西部の財政力指数がかなり低いと捉えることができる。

図表5-3 登別市の経常収支比率



出所:総務省「市町村別決算状況調」より作成。

図表5-4 道内自治体の経常収支比率

単位:%

	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
札幌市	87.0	92.7	96.7	96.5	94.3	94.3	99.0	99.8	95.3	94.0	94.3	92.3
函館市	85.6	86.3	89.8	88.9	88.5	88.5	87.0	86.9	85.7	87.6	89.1	86.1
旭川市	87.9	85.7	90.3	89.9	89.7	89.7	91.6	91.9	90.3	90.5	90.2	88.8
釧路市	89.7	90.1	90.2	95.1	94.7	94.7	99.1	97.6	93.5	96.6	97.2	94.3
帯広市	84.4	84.6	86.8	85.4	86.3	86.3	90.8	88.8	85.5	88.6	91.0	88.0
苫小牧市	89.8	91.6	94.3	93.3	91.6	91.6	89.7	89.4	88.2	89.0	88.7	86.4
室蘭市	91.2	92.8	89.6	87.4	90.6	90.6	91.2	95.6	88.8	91.1	92.4	90.6
登別市	88.3	88.7	91.9	95.2	95.3	95.3	98.0	98.7	95.1	99.8	98.6	94.7
伊達市	91.5	91.1	95.0	95.9	93.7	93.7	91.5	90.8	87.3	87.0	85.1	84.7
白老町	92.6	93.1	98.6	98.7	101.8	96.2	90.1	87.4	87.2	95.9	99.2	90.8

出所:総務省「市町村別決算状況調」より作成。

次に、経常収支比率を見てみよう。経常収支比率とは、財政構造の弾力性を測る指標であり、数値が低いほど弾力的（政策的に使えるお金が多い）ことを示している。登別市は2003年以降上昇傾向にあり、2011年には99.8にまで上昇している。その後2013年には94.7まで低下するものの財政の硬直が問題であるといえよう。

図表5-5 雇用者に占める正社員・正職員以外の人数、割合  
単位：人、%

	雇用者数	うち正社員・正職員	うち、正社員・正職員以外	非正規比率
北海道	2,089,675	1,290,608	799,067	38.2
札幌市	752,653	465,427	287,226	38.2
函館市	113,818	69,409	44,409	39.0
旭川市	134,806	83,488	51,318	38.1
室蘭市	44,805	30,505	14,300	31.9
釧路市	72,980	45,204	27,776	38.1
帯広市	71,223	44,111	27,112	38.1
苫小牧市	76,823	47,742	29,081	37.9
登別市	14,147	8,241	5,906	41.7
伊達市	11,321	6,758	4,563	40.3

出所：経済センサス(2014)

また、2014年経済センサスから雇用者数に占める正社員・正職員以外の比率（ここでは非正規比率）を示したものが図表5-5である。北海道全体では、38.2%であるが、登別市においては41.7%となっている。高齢化が進んでいる中で、高齢者の再雇用が増加しているために非正規比率が40%を超えているのか、それとも、市内事業者において、正規に雇用するほどの余裕がなく、非正規雇用で充足しているのかを吟味する必要がある。

図表5-6 女性雇用者に占める正社員・正職員以外の人数、割合  
単位：人、%

	雇用者数	うち正社員・正職員	うち、正社員・正職員以外	非正規比率
北海道	934,159	396,516	537,643	57.6
札幌市	334,717	146,159	188,558	56.3
函館市	55,169	23,961	31,208	56.6
旭川市	62,130	27,111	35,019	56.4
室蘭市	17,501	7,726	9,775	55.9
釧路市	33,058	13,811	19,247	58.2
帯広市	33,189	14,056	19,133	57.6
苫小牧市	31,262	11,859	19,403	62.1
登別市	6,788	2,658	4,130	60.8
伊達市	5,949	2,648	3,301	55.5

出所：経済センサス(2014)

同様に、女性雇用者でみたときには、さらにその比率が高まる。北海道内で57.6%であるのに対して、登別市では60.8%となっている。



# アンケート調査編

# 1 アンケート分析

## ○概要

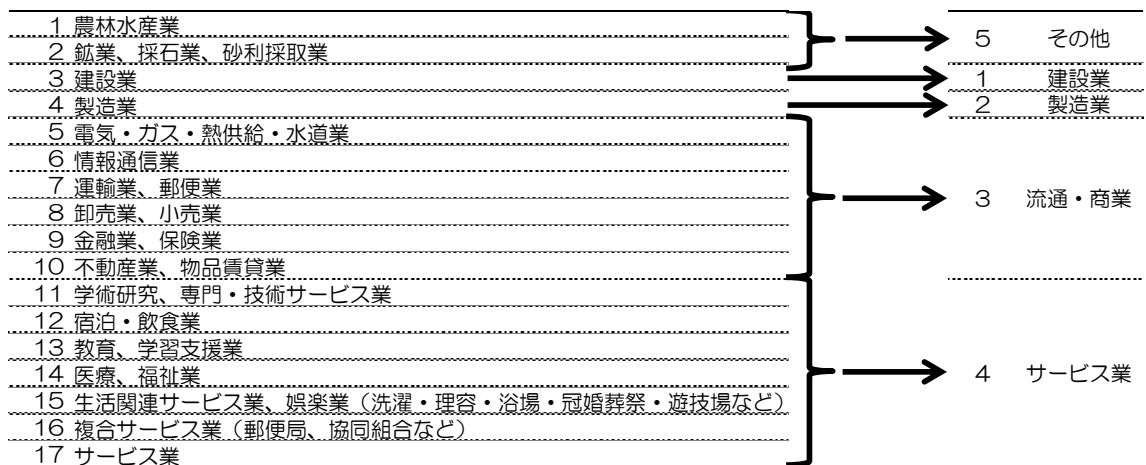
本報告書で扱うアンケート調査は、市内中小企業の実態と意向を把握し、中小企業振興基本計画の施策検討の基礎資料とするために実施した。

- 1) 調査対象企業：登別市内事業所 1069 社、うち回答数 313 社（回収率：29.3%）
- 2) 調査期間：2015 年 6 月 23 日～7 月 6 日
- 3) 調査項目：企業概要、売上状況、取引状況、今後の経営展望、人材、支援策等

## ○クロス集計の方法

本報告書では、単純集計の他、業種別、売上動向別にクロス集計を行っている。それぞれの特性に関するまとめ方は以下の通りである。

- 1) 業種別では、建設業、製造業、流通・商業、サービス業の 4 業種に分類している。分類基準は以下のとおりである。なお、本調査では「5 その他」に該当する事業所は 5 件であったことから、その他は分析から除外した。



- 2) 売上動向別に関しては、以下のように区分した。

- ①売上上昇企業＝（1 1）で、直近五年間の売上が上昇していると回答した企業
- ②売上下降企業＝同様に、売上が下降していると解答した企業

- 3) 地域別に関しては、以下のように区分した。

温泉地区：カルルス町、上登別町、登別温泉町、中登別町

登別地区：登別東町、登別本町、登別港町、札内町、富浦町、新栄町

幌別地区：幸町、千歳町、幌別町、来馬町、常磐町、中央町、柏木町、富士町  
片倉町、新川町、鉦山町、桜木町、川上町、青葉町、緑町

鷺別地区：大和町、若山町、富岸町、新生町、栄町、若草町、鷺別町、美園町  
上鷺別町

○ヒアリング調査

本調査では、事業の課題、産業振興施策への要望等を把握するため、アンケート調査の他に市内事業所・市内関係団体へのヒアリング調査も実施した。

- 1) ヒアリング実施企業：25社5団体
- 2) ヒアリング実施日時：2015年8月～12月

## 1. 企業の概要について

### (1) 調査回答事業所の特性

表1-1-1 登別市の業種別事業所数

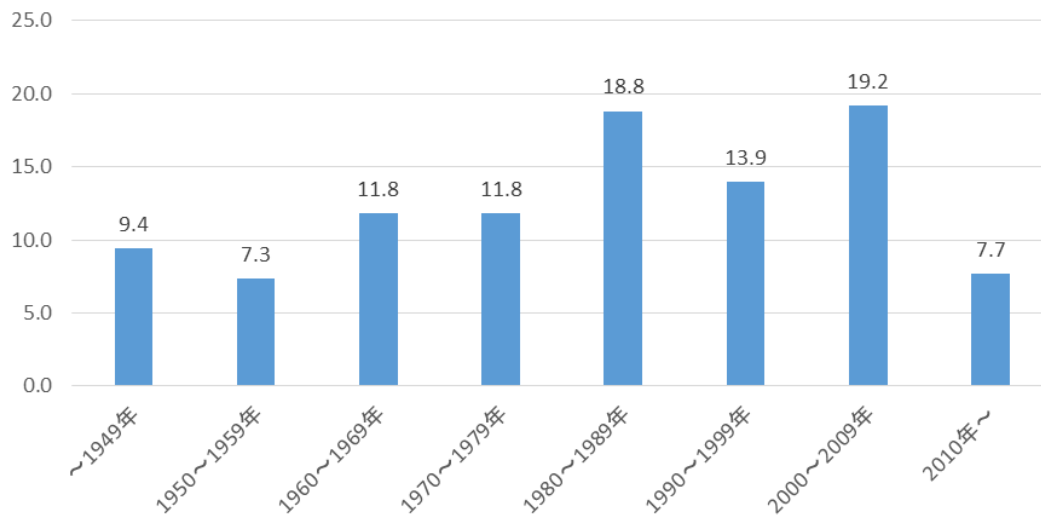
	登別地域経済調査		経済センサス(H26)	
	事業所数	構成比(%)	事業所数	構成比(%)
全体	298	100.0	1,668	100
農業、林業	3	1.0	8	0.5
漁業	0	0.0	1	0.1
鉱業、採石業、砂利採取業	2	0.7	1	0.1
建設業	83	27.9	225	13.5
製造業	26	8.7	88	5.3
電気・ガス・熱供給・水道業	4	1.3	6	0.4
情報通信業	6	2.0	8	0.5
運輸業、郵便業	8	2.7	40	2.4
卸売業、小売業	69	23.2	394	23.6
金融業、保険業	4	1.3	26	1.6
不動産業、物品賃貸業	7	2.3	107	6.4
学術研究、専門・技術サービス業	7	2.3	41	2.5
宿泊業、飲食サービス業	20	6.7	233	14.0
生活関連サービス業、娯楽業	17	5.7	184	11.0
教育、学習支援業	3	1.0	59	3.5
医療、福祉	18	6.0	130	7.8
複合サービス事業	0	0.0	12	0.7
サービス業(他に分類されないもの)	21	7.0	105	6.3
不明	15	-	-	-

注) 不明回答は、構成比にカウントしていない。

最初に、「登別市地域経済実態調査」に回答した企業・事業所の特性を確認しておこう。表1-1-1は、地域経済実態調査で回答した企業・事業所の産業中分類別数と総務省の「経済センサス」(2014年：平成26年)における民営事業所数である。

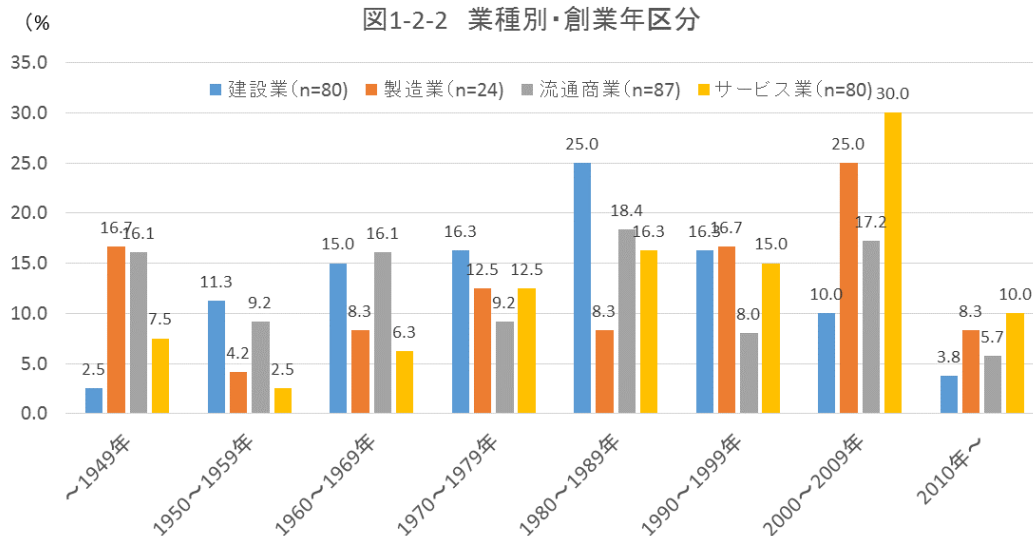
経済センサスによる構成比をみると、登別市の事業所は、「卸売業、小売業」、「宿泊業、飲食サービス業」、「建設業」のウェイトが高い。実態調査では、建設業が83社(27.9%)とセンサスの構成比よりも割合が高いことに留意しておく必要がある。

図1-2-1 創業年 (n=287)



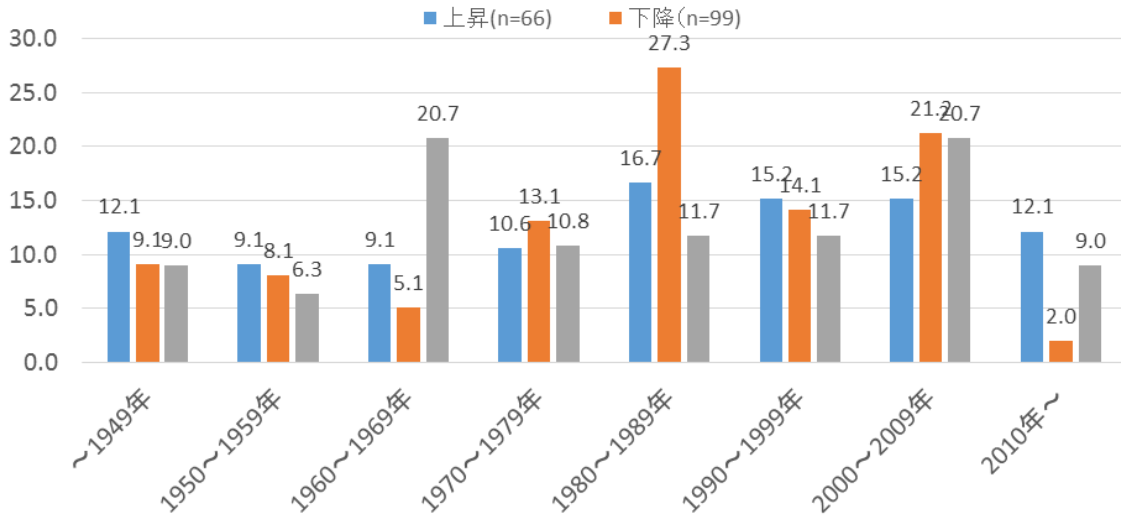
創業年分布をみると、1980年以降の創業が目立つ。最も多いのは「2000~2009年」(19.2%)、次いで「1980~1989年」(18.8%)、「1990~1999年」(13.9%)となっている。他方で、1950年以前の創業が9.4% (27社)と、一定程度回答していることも注目される。

図1-2-2 業種別・創業年区分



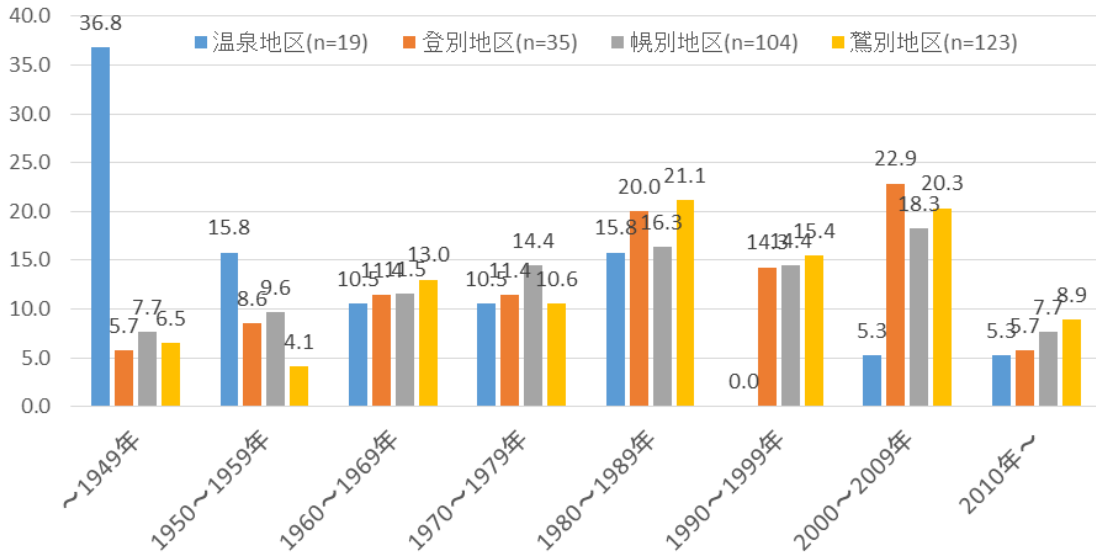
建設業では 1960年代から1990年代に創業した企業の割合が高いが、なかでも「1980~1989年」が25.0% (20社)と回答割合が最も高くなっている。製造業では、1949年までと、1990年代から2000年代に創業した企業が多い。流通商業は、1949年まで、1960年代、1980年代、2000年代と10年ごとに創業割合が高まっている。サービス業では、「2000~2009年」の創業割合が最も高いことから、現在に近づくほど創業割合が高い。

図1-2-3 売上動向別・創業年区分



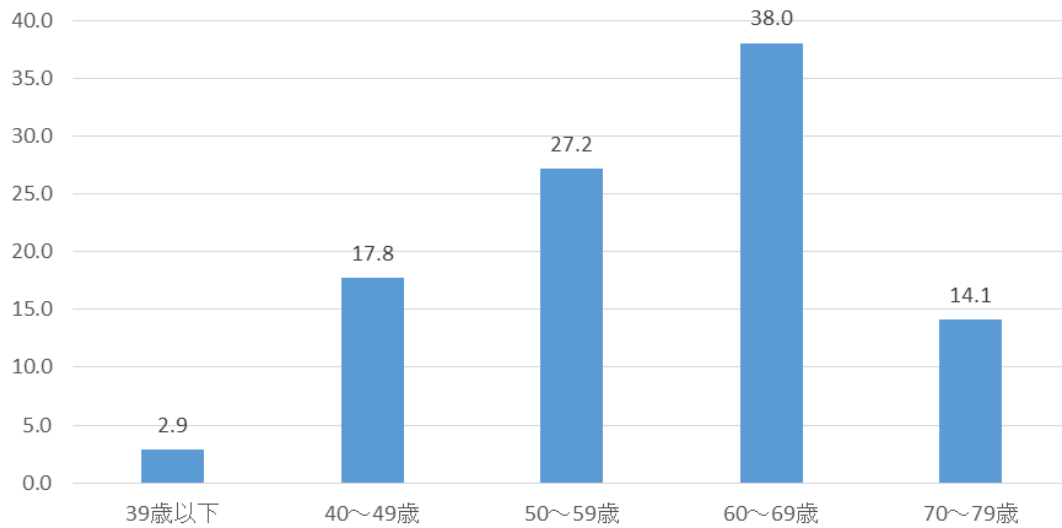
売上動向別に見たとき、売上上昇企業は 1970年代以前の創業(「～1949年」、「1950～1959年」、「1960～69年」) で主に下降企業を上回っている。他方、下降企業の割合が高いのは、1980年代、2000年代であるが、1980年代の下降企業割合の高さは顕著である。創業割合が高い年代で売上下降企業の割合が高まる傾向がある。

図1-2-4 地域別・創業年区分



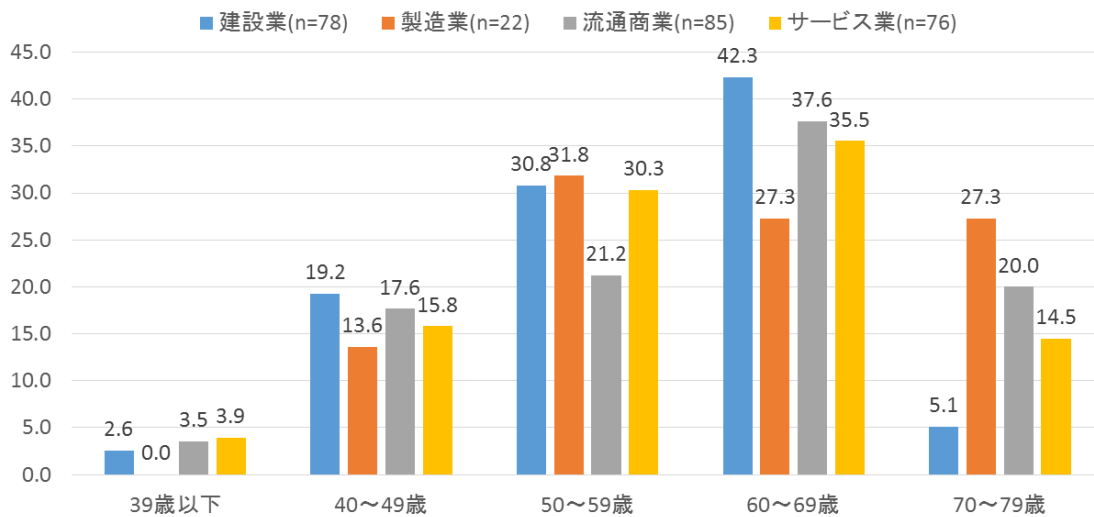
地域別にみると、温泉地区が「～1949年」、「1950～1959年」の割合が高く、52.6% (10社) と 50%を上回る。登別地区は、1980年代から2000年代にかけて創業した割合が相対的に高い。鷺別地区に関しても1980年代以降の創業割合が相対的に高い。

図1-3-1 代表者年齢(n=276)



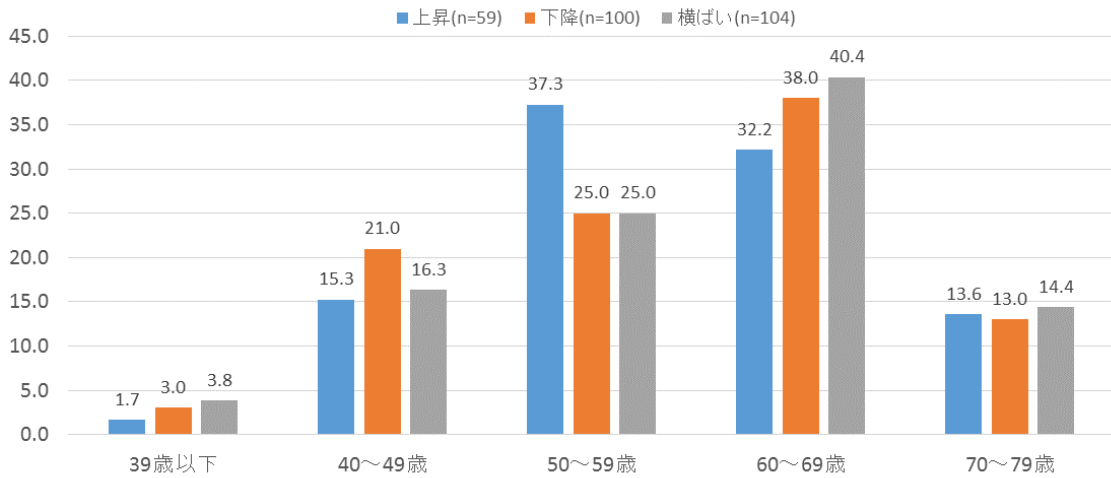
代表者の年齢では、「60~69歳」が38.0%と最も多い。70歳台でその割合が大幅に低下するのは、代表者が60歳台のうちに、後継者がいる場合は事業承継等が進み、いない場合は廃業等の選択肢が取られているものと思われる。

図1-3-2 業種別・代表者生年



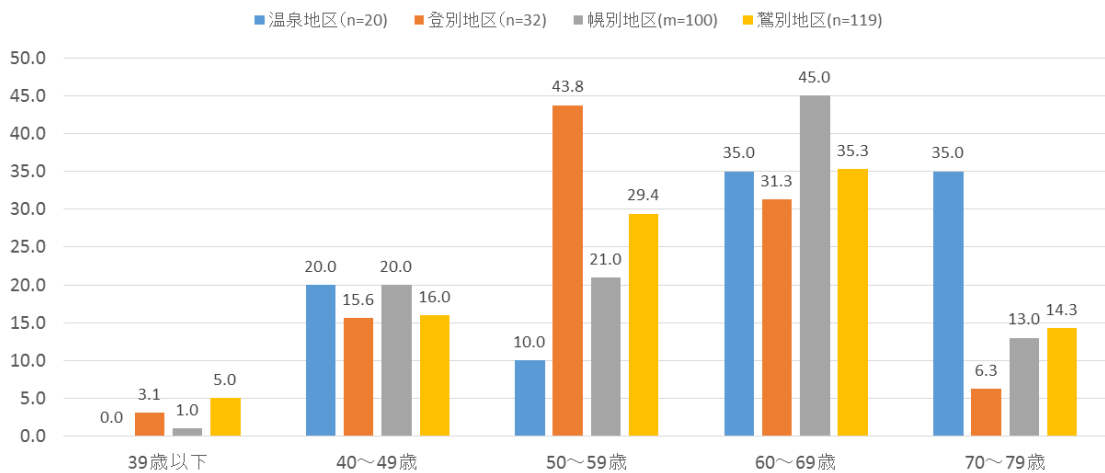
業種別にみると、建設業では全体の傾向とほぼ同様であるが、「60~69歳」の割合が高く、「70~79歳」の割合が低い。製造業では、「50~59歳」の割合が最も高く、次いで「70~79歳」が続いている。流通商業では、建設業同様全体の傾向と同様であるが、「50~59歳」の割合が低く「70~79歳」が高いことから、業界として代表者の高齢化が進んでいることが推察される。サービス業は、全体の傾向に最も近い割合分布である。

図1-3-3 売上動向別・代表者年齢



売上動向別に代表者の年齢をみると、上昇企業の割合が最も高いのは、「50～59歳」で37.3%である。下降企業の割合が最も高いのは、「60～69歳」で38.0%である。同様に、横ばい企業でも「60～69歳」の割合が最も高い（40.4%）。

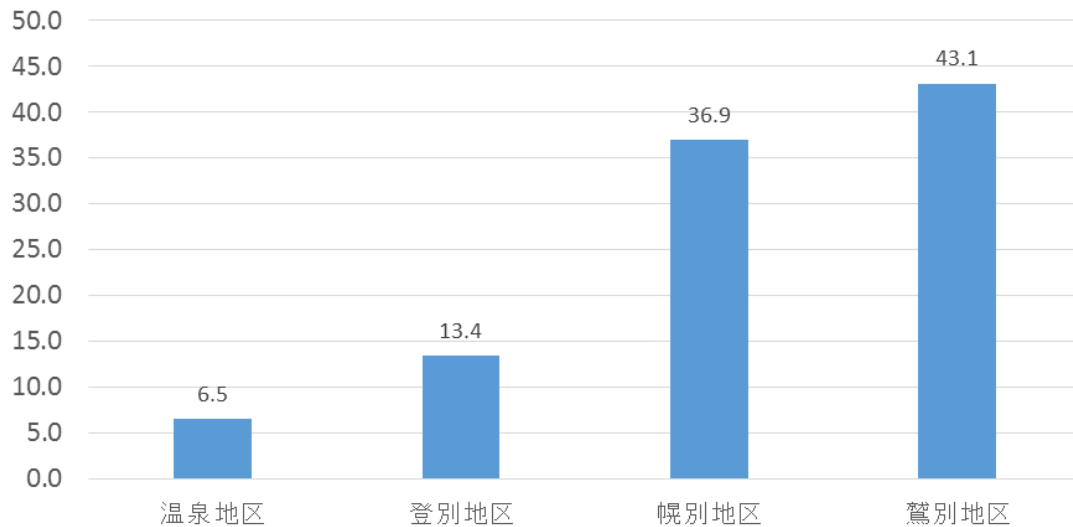
図1-3-4 地域別・代表者年齢



地域別にみると、温泉地区は60～69歳、70～79歳の割合が高く、他地域に比べ代表者の高齢化が進んでいる。幌別地区、驚別地区では、60～69歳の割合が最も高い。登別地区では、代表者の年齢が50～59歳の割合が最も高くなっている。登別地区は企業創業年が1980年代と2000年代の割合が高いため、①創業者の年齢が若い、②世代交代が進んでいるという2つの理由が考えられる。

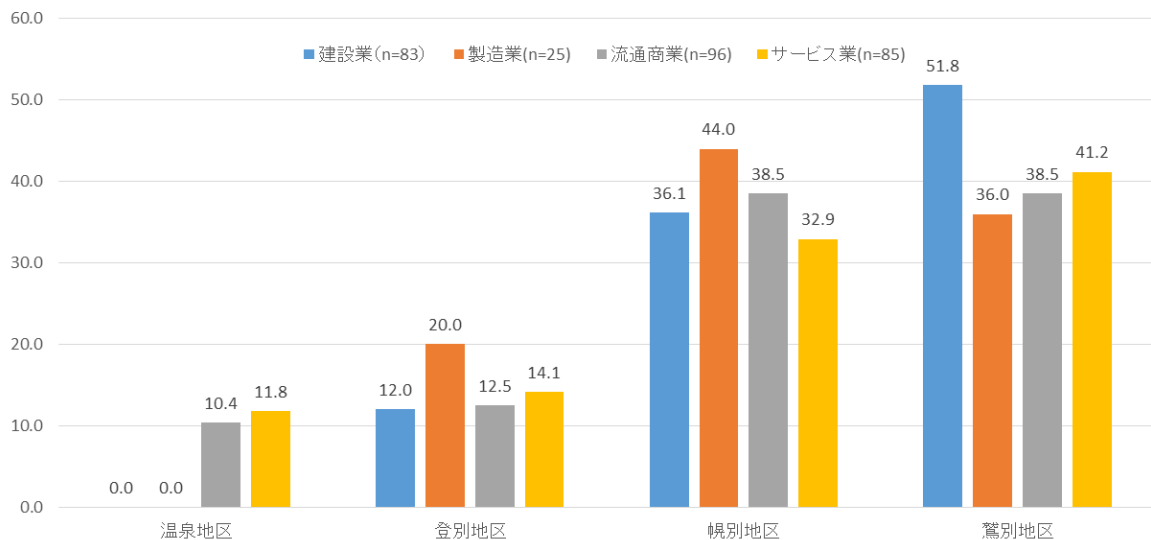


図1-4-1 地域区分(n=306)



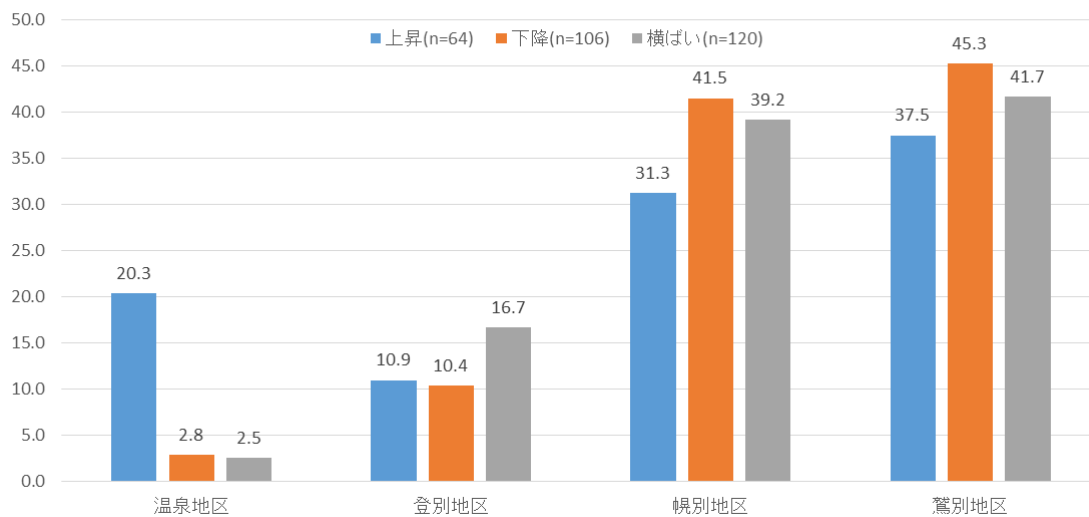
回答事業所の地域区分を見ると、事業所は、幌別地区と驚別地区に集中していると状況を示している。驚別地区 (43.1%)、幌別地区 (36.9%)と突出している。温泉地区、登別地区はそれぞれ 6.5%、13.4%にとどまる。

図1-4-2 業種別・地域区分



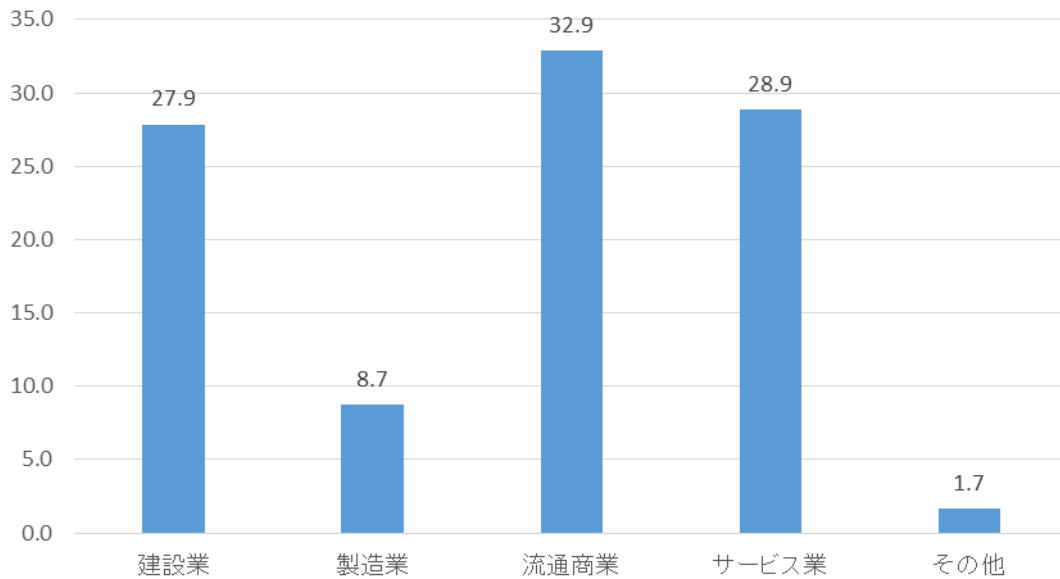
業種別にみると、建設業は驚別地区に、製造業は幌別地区に最も多く立地している。地域ごとの業種構成は別グラフにて検討する。また、サービス業は驚別地区のウェイトが相対的に高い。

図1-4-3 売上動向別 地域区分



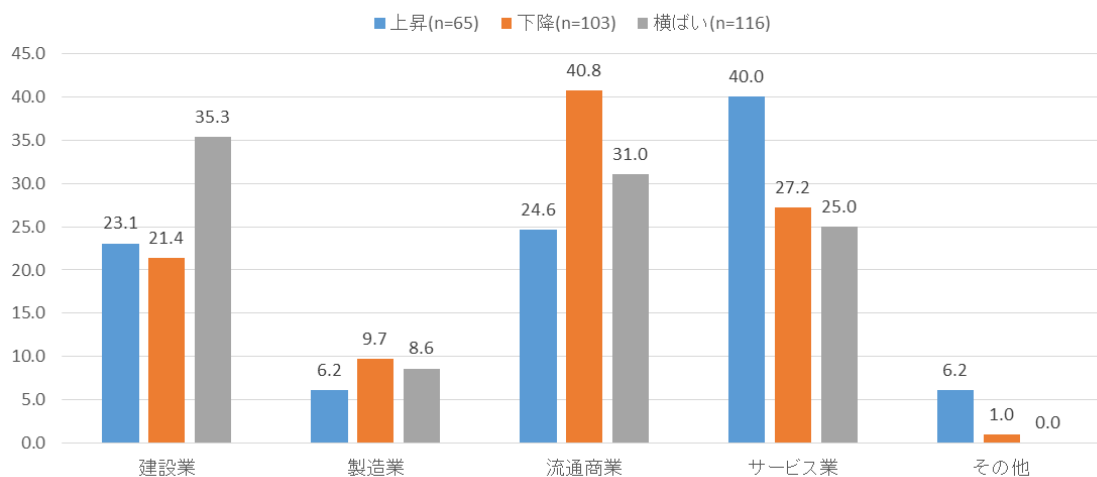
売上動向別に地域区分をみると、幌別地区と鶯別地区で、下降企業が上昇企業の割合を上回っている。他方で、温泉地区では、上昇企業の割合が、下降企業を大きく上回っている。これは、温泉地の好況を示すものでもありと考えられる。

図1-5-1 業種(n=298)



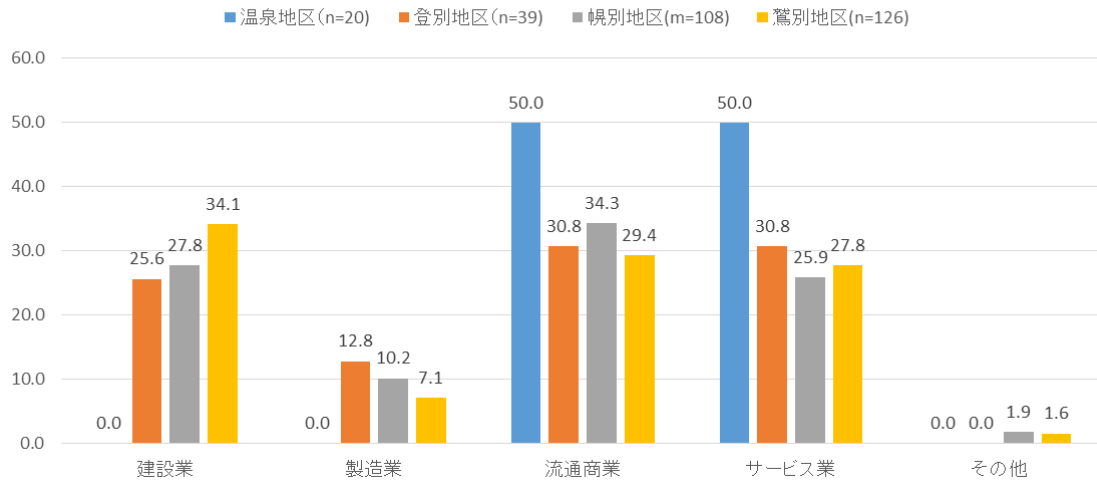
回答企業の業種構成は、流通商業 32.9%、サービス業 28.9%、建設業 27.9%と高い一方、製造業は 8.7%である。製造業が相対的に少ない。

図1-5-2 売上動向別・業種区分



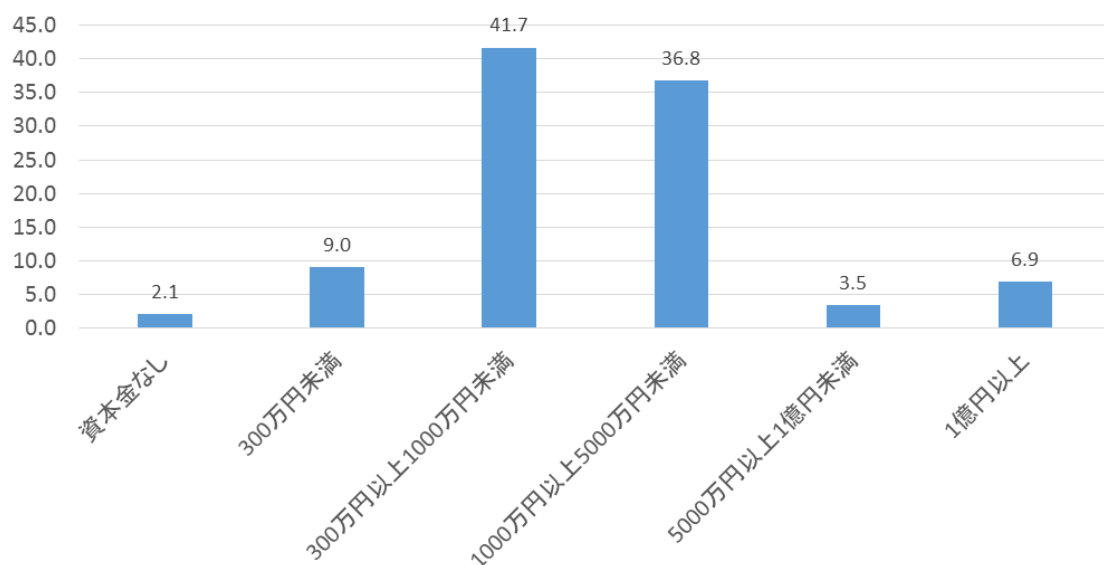
売上動向別に業種をみると、上昇企業の割合が下降企業を上回っているのは、建設業とサービス業である。とはいえ、建設業はわずかである。反対に、下降企業が上回っているのは、製造業と流通商業である。とりわけ、流通商業では売上が下降した割合が最も高くなっていることは注目しておいた方がよいだろう。

図1-5-3 地域別・業種区分



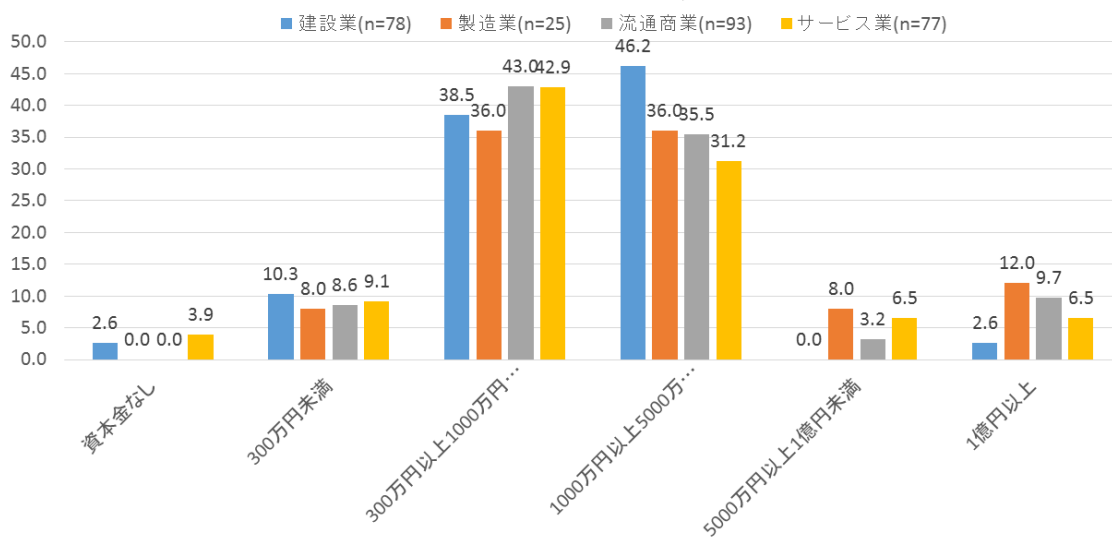
地域別にみると、温泉地区には流通商業とサービス業のみで、建設業や製造業は回答企業には含まれていない。幌別地区は、流通商業の割合が相対的に高く、鷺別地区は建設業の割合が高いことが地域的な差異として挙げられる。

図1-6-1 資本金規模 (n=288)



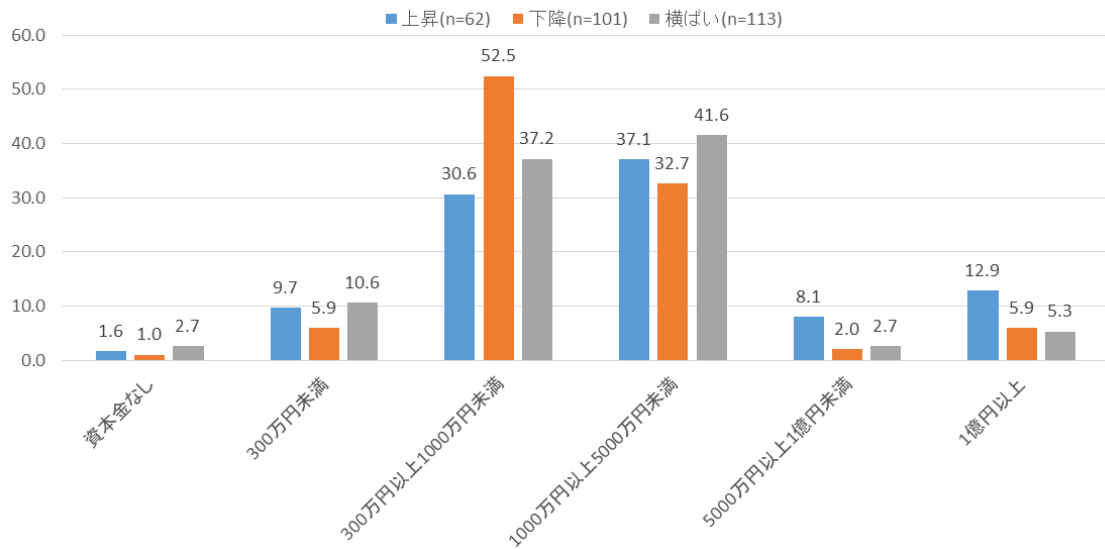
資本金規模では、「300万円以上 1000万円未満」が 41.7%、「1000万円以上 5000万円未満」が 36.8%と割合が高い。(資本金なしには、NPO 等が含まれる。)[1億円以上]に 6.9% (20社) 該当していることにも注目である。

図1-6-2 業種別・資本金規模



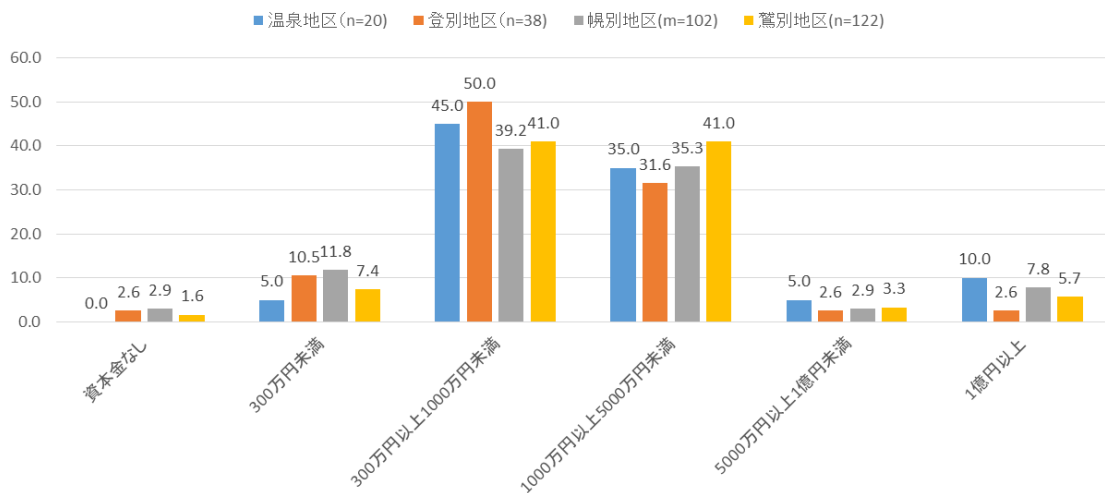
業種別にみると、建設業では「1000万円以上 5000万円未満」が最も多く、次いで「300万円以上 1000万円未満」である。その他の業種は、全体の傾向と同様に「300万円以上 1000万円未満」が最も多く、次いで「1000万円以上 5000万円未満」が続いている。また、5000万円以上の業種は、建設業が 2.6% (2社)、製造業が 20% (5社)、流通商業が 12.9% (12社)、サービス業が 13.0% (10社) である。

図1-6-3 売上動向別 資本金規模



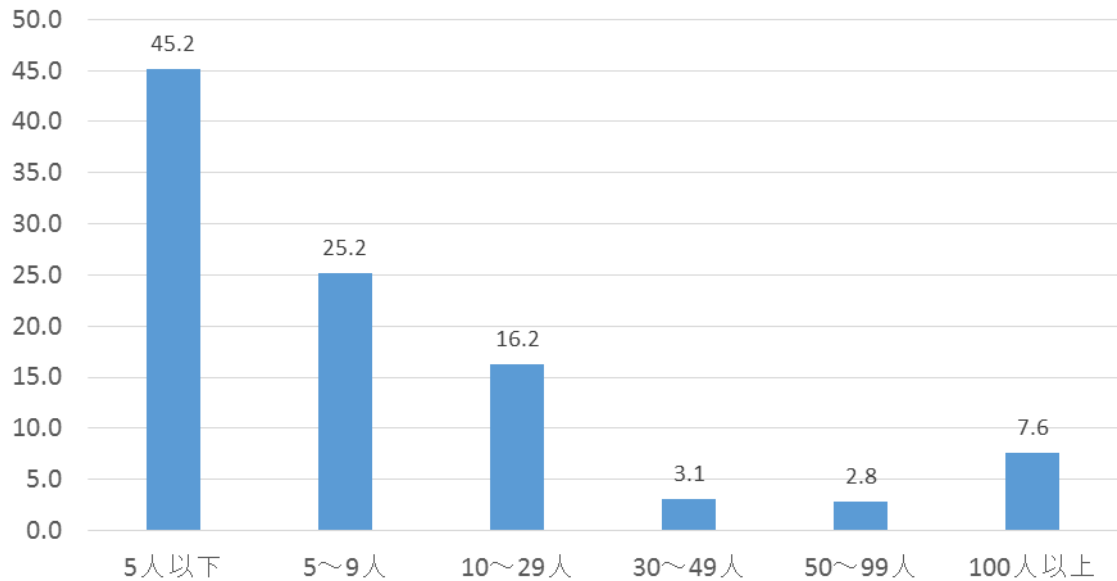
売上動向別にみると、売上上昇企業が下降企業の割合を上回っているのは、資本金規模が1,000万円以上で顕著である。他方で、資本金規模が「300万円以上1,000万円未満」規模層では、下降企業の割合が上昇企業を大きく上回っていることに加え、全体でみても突出していることがわかる。

図1-6-4 地域別・資本金規模



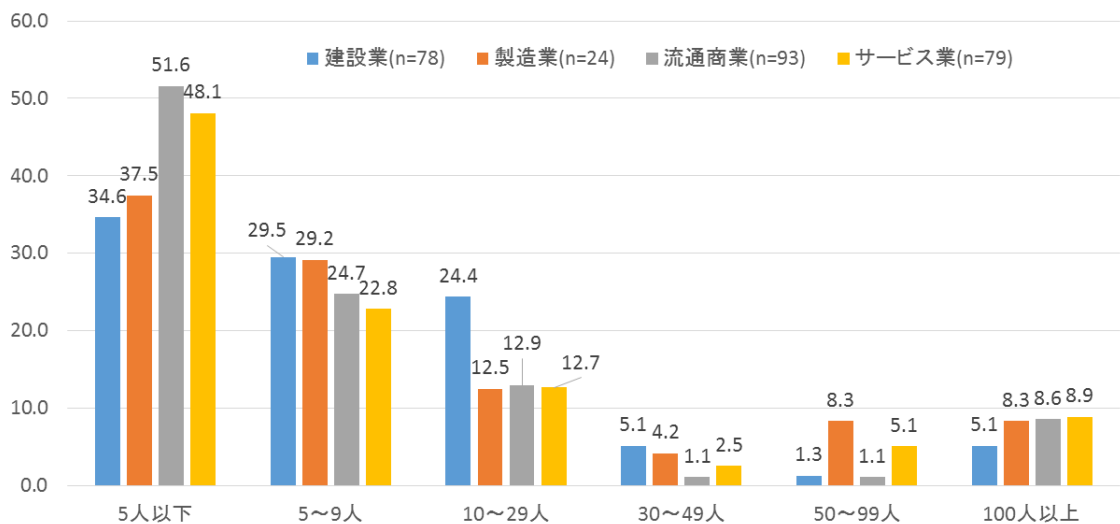
地域別にみると、いずれの地域においても300万円以上1,000万円未満、1,000万円以上5,000万円未満の企業が多い。そのなかで、温泉地区や登別地区では、300万円以上1,000万円未満企業の割合が相対的に高い。また、1億円以上規模企業が温泉地区には10.0%存在している。大規模温泉宿泊施設が、立地していることがその要因として考えられる。

図1-7-1 正規従業員規模(n=290)



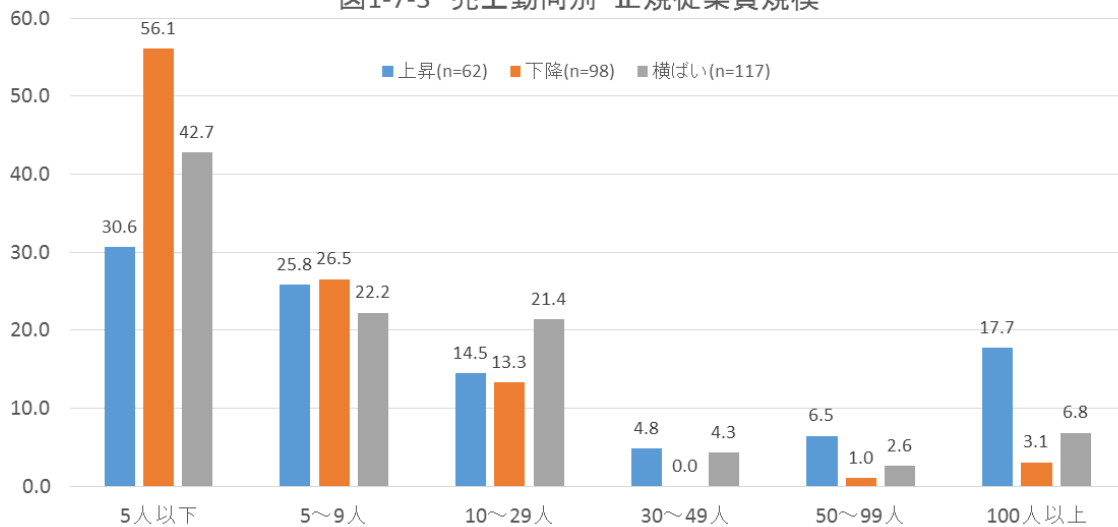
正規従業員規模では、「5人以下」が45.2%、「5~9人」が25.2%と10人以下規模が全体の70%を占めている。

図1-7-2 業種別・正規従業員規模



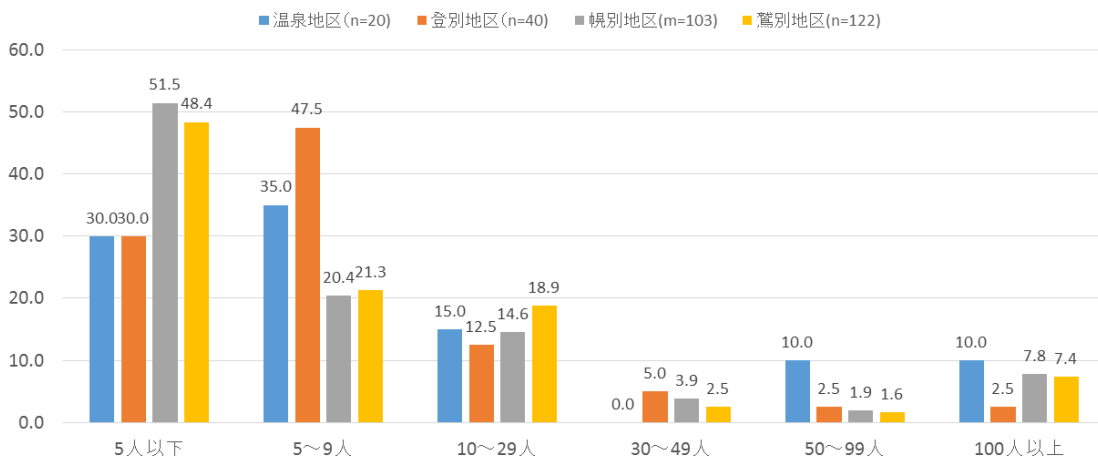
業種別にみると、建設業は30人未満（「5人以下」、「5~9人」、「10~29人」）に分布している。製造業では、10人未満（5人以下）「5~9人」の割合が高く、また50人以上（50~99人）、「100人以上」の割合も相対的に高い。流通商業とサービス業は「5人以下」が突出しており、特に零細性が高い。

図1-7-3 売上動向別・正規従業員規模



売上動向別にみると、「5人以下」規模層で売上下降企業の割合が最も高く、かつ売上上昇企業の割合を大きく上回っている。正規従業員規模が10人以上になると、どの規模層でも上昇企業が下降企業の割合を上回っている。企業規模が小さいほど、売上が下降するなど、経営環境が厳しい状況にあることが推察できる。

図1-7-4 地域別・正規従業員規模

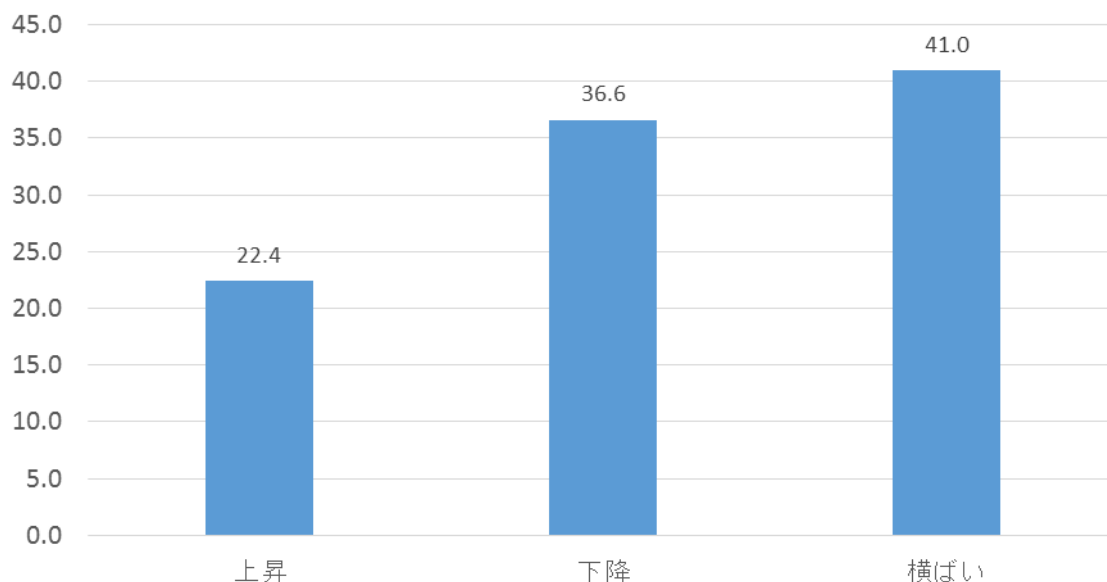


地域別にみると、いずれの地域でも10人未満（5人以下、5～9人）の割合が高い。そのなかで、温泉地区では、50人以上規模（50～99人、100人以上）の割合が他地域に比べて高い。登別地区は、5～9人規模の割合が最も高い。幌別地区、鷺別地区は、5人以下規模の割合が50%前後と他地域に比べて高いことが特徴である。



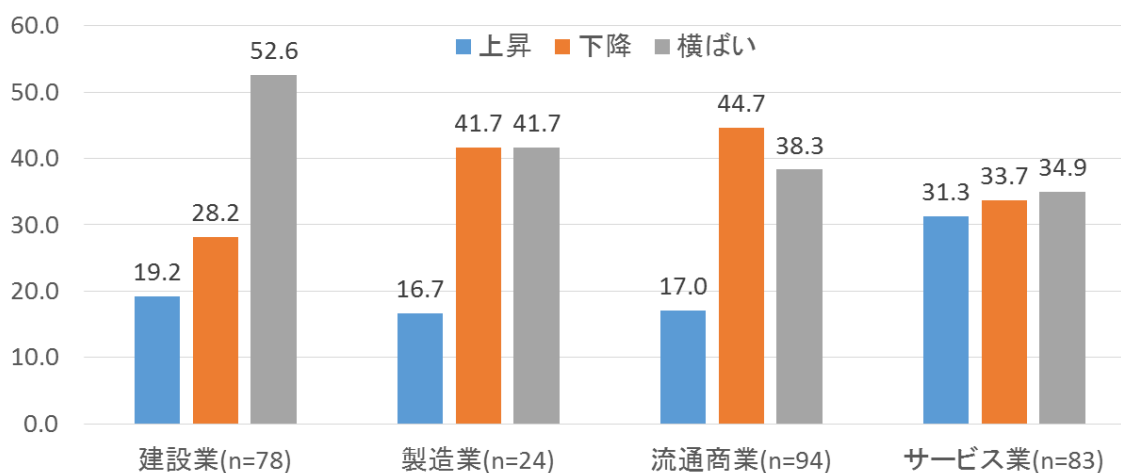
## 2. 業況に関して

図2-1-1 5年間の売上動向(n=294)



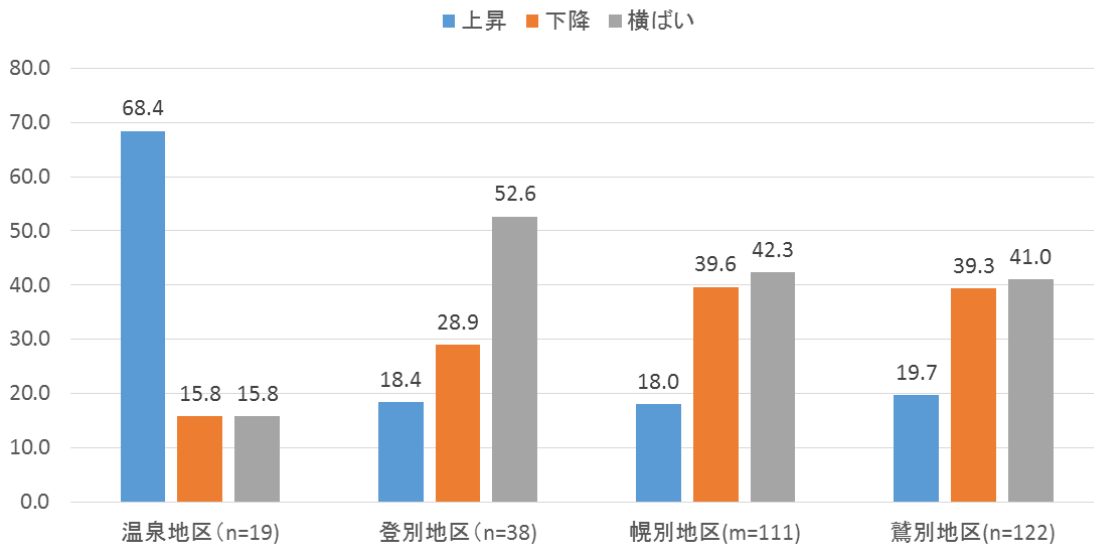
「横ばい」の回答割合が最も高いが、「上昇」よりも「下降」割合が上回っている。

図2-1-2 業種別・売上動向



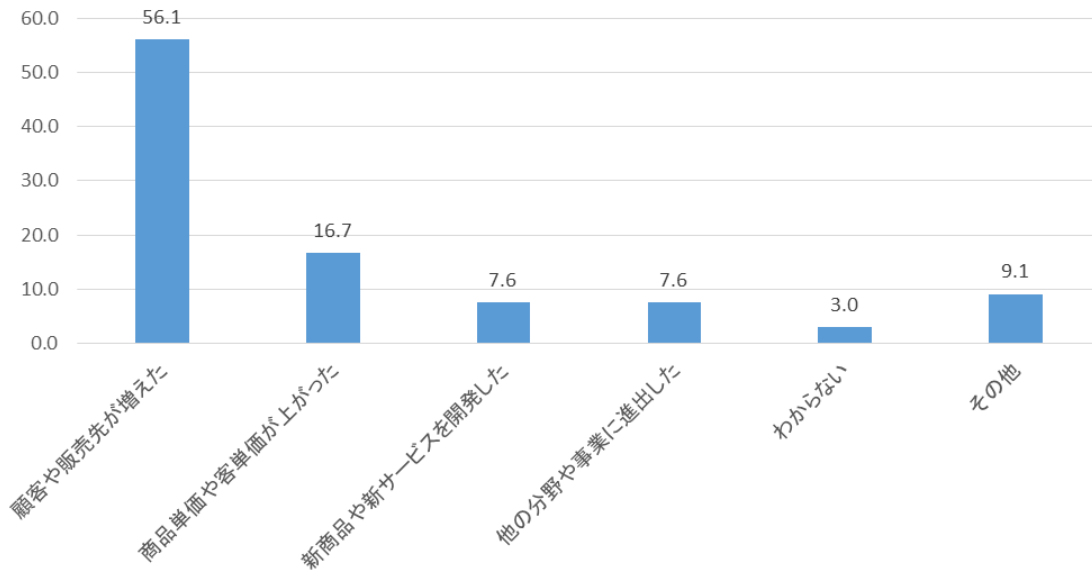
業種別にみると、全業種で「下降」割合が「上昇」を上回っている。業種ごとの特徴は、建設業では下降割合が上昇を上回っているものの、横ばいが突出している。製造業、流通商業では、下降が上昇を大きく上回っている。サービス業では、上昇、下降、横ばいの割合がほぼ等しい。

図2-1-3 地域別・売上動向



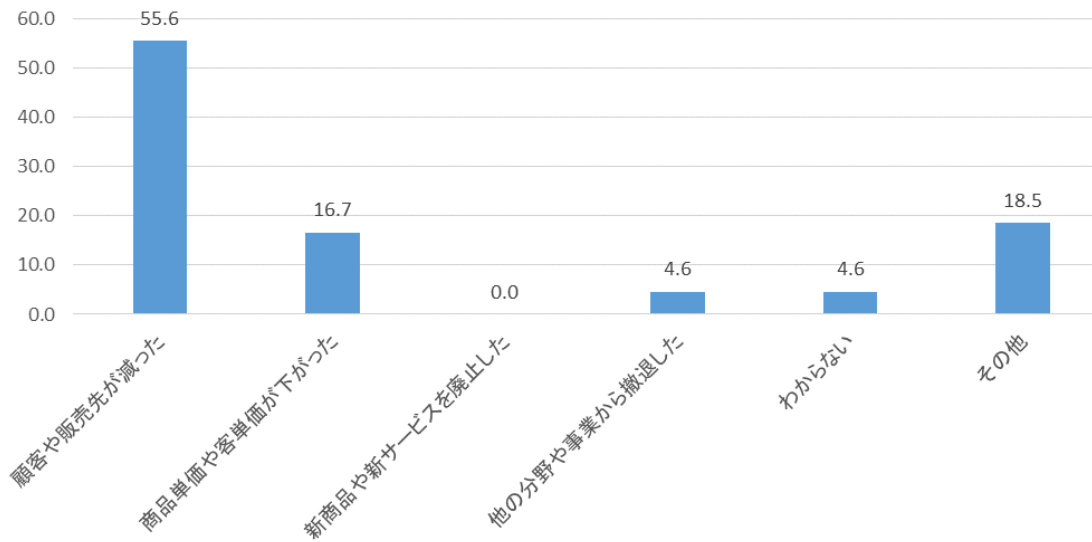
地域別にみると、温泉地区のみ売上上昇割合が下降割合を大きく上回っている。それ以外の地域では、下降割合が上昇割合を上回っている。登別市内の5年間の動向では、温泉地区は好況であるが、それ以外の地域はそういう状況はなかなか見られていないことが推察される。

図2-2-1 売上上昇要因(n=66)



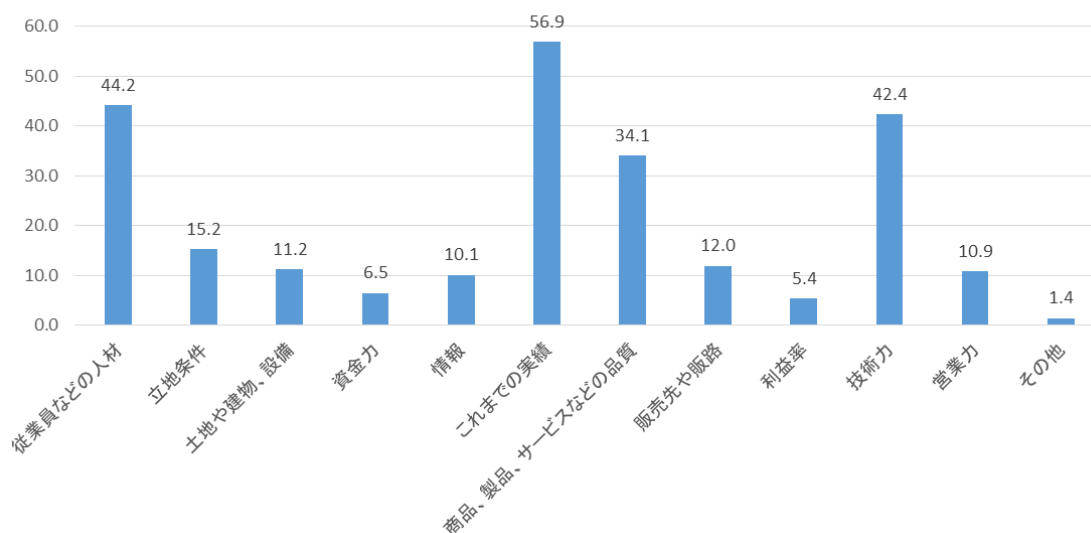
売上上昇要因は、「顧客や販売先が増えた」が最も高い。

図2-2-2 売上下降要因(n=108)



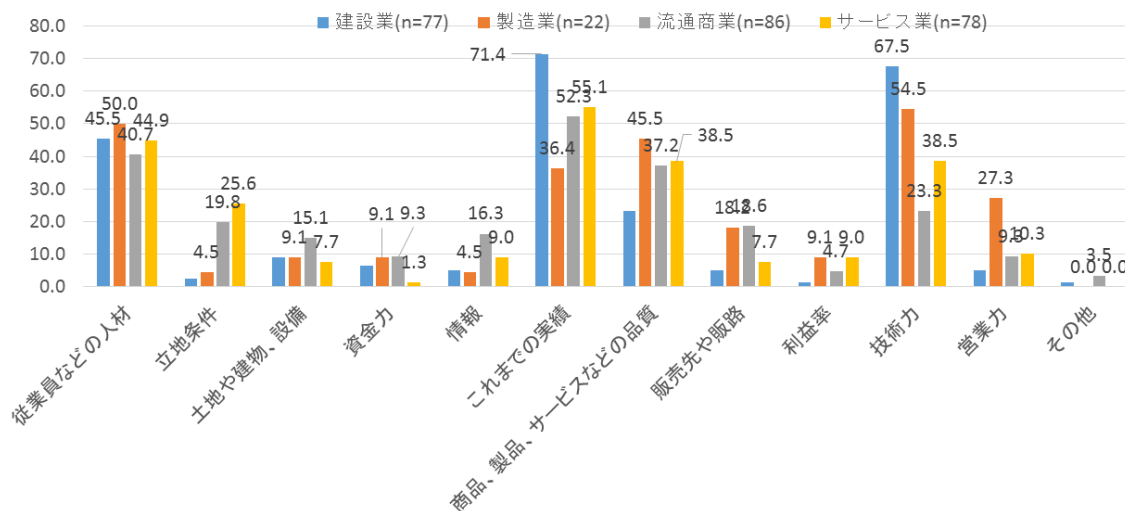
売上下降要因としては、「顧客や販売先が減った」が最も高いが、「その他」それに次いでいる。

図2-3-1 自社の強み(n=276)



自社の強みでは、回答割合が高い項目から、「これまでの実績」(56.9%)、「従業員などの人材」(44.2%)、「技術力」(42.4%)となっている。

図2-3-2 業種別・自社の強み

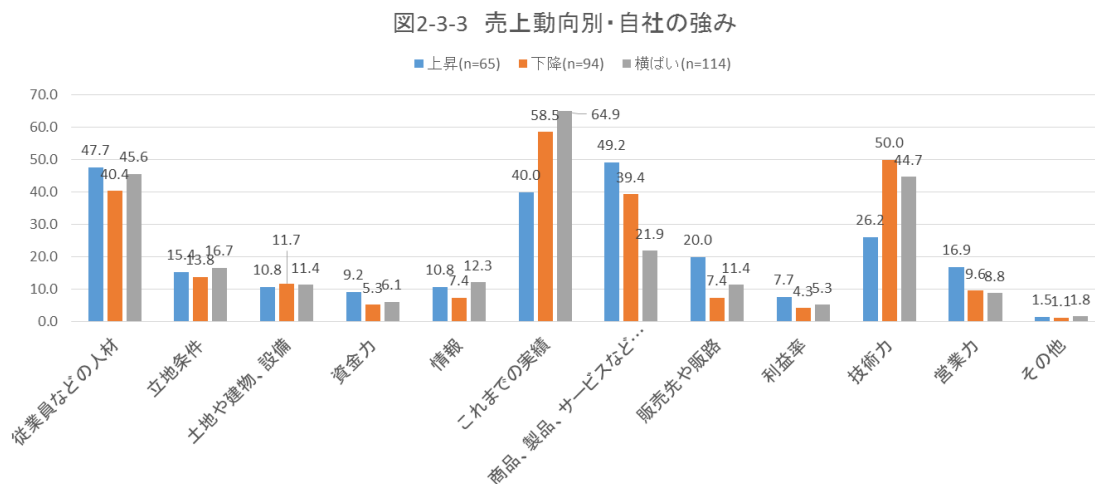


建設業では、「これまでの実績」(71.4%)、「技術力」(67.5%)、「従業員などの人材」(45.5%)  
 製造業では、「技術力」(54.5%)、「従業員などの人材」(50.0%)、「商品、製品、サービス  
 などの品質」(45.5%)が上位3項目。「販売先や販路」、「営業力」の割合も相対的に高い。

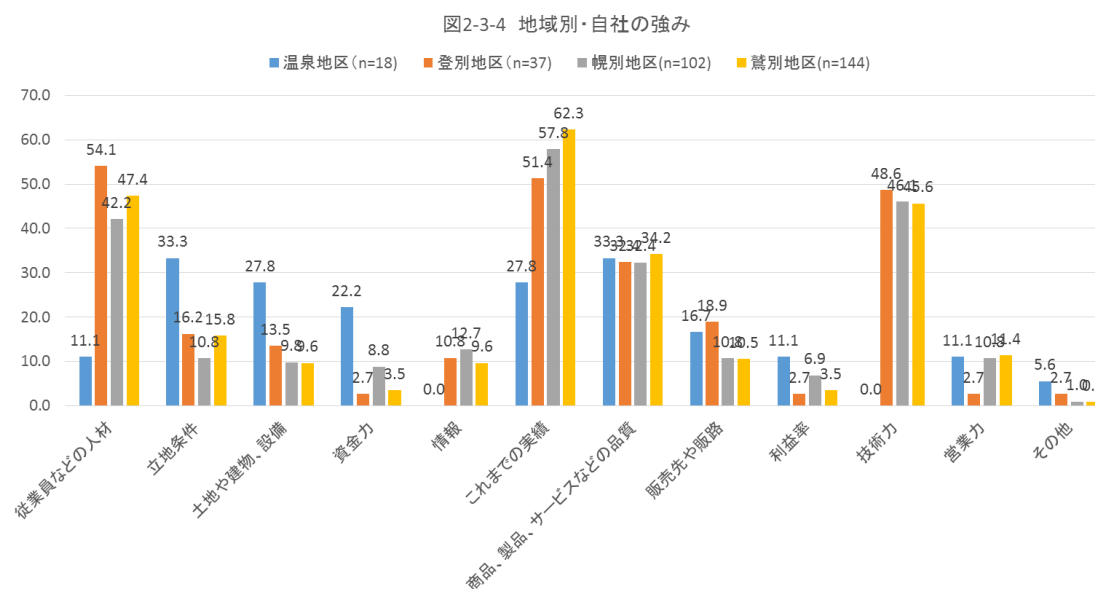
流通商業では、「これまでの実績」(52.3%)、「従業員などの人材」(40.7%)、「商品、製  
 品、サービスなどの品質」(37.2%)であるが、上位3項目の割合が相対的に低い。「立地  
 条件」、「土地や建物、設備」、「情報」、「販売先や販路」にも一定程度の回答割合がある。

サービス業では、「これまでの実績」(55.1%)、「従業員などの人材」(44.9%)、「商品、

製品、サービスなどの品質」(38.5%)、「技術力」(38.5%)となっている。「立地条件」に対しても一定程度の割合がある。

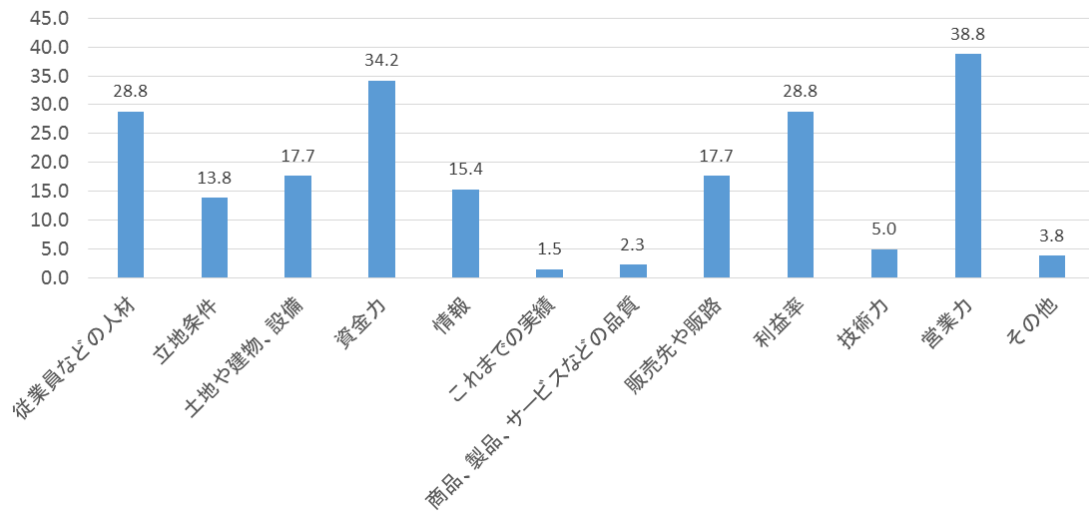


売上動向別にみると、売上上昇企業では、「商品、製品、サービスなどの品質」(49.2%)、「従業員などの人材」(47.7%)の回答割合が高く、下降企業では、「これまでの実績」(58.5%)、「技術力」(50.0%)の割合が高い。また、上昇企業の割合が下降企業を5ポイント以上上回っている項目として、「販売先や販路」、「営業力」がある。



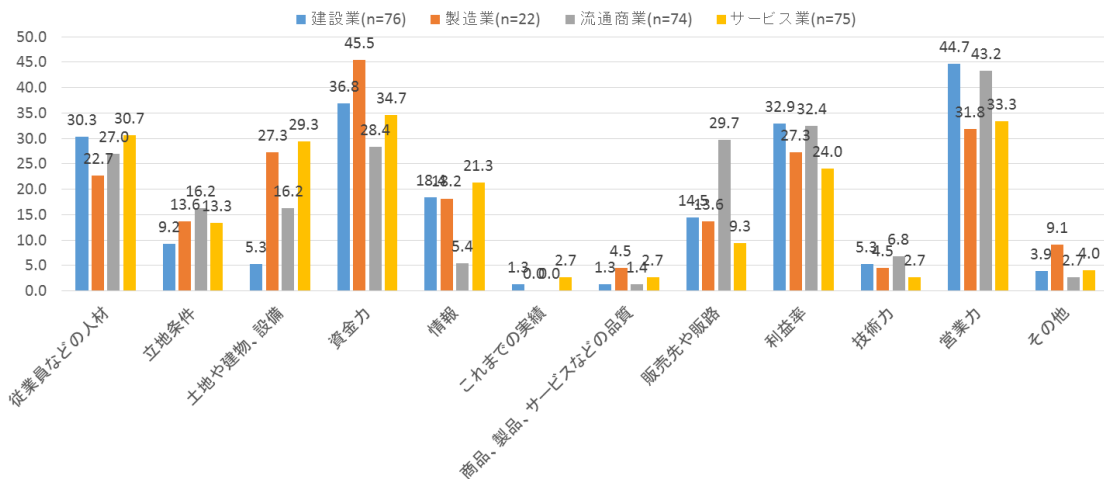
地域別にみると、温泉地区では「立地条件」、「土地や建物」、「資金力」といった回答が、他地域と比べ高割合であることが目立つ。温泉地区以外の地域では、「従業員などの人材」、「これまでの実績」、「技術力」といった回答項目の割合が高い。

図2-4-1 自社の弱み(n=260)



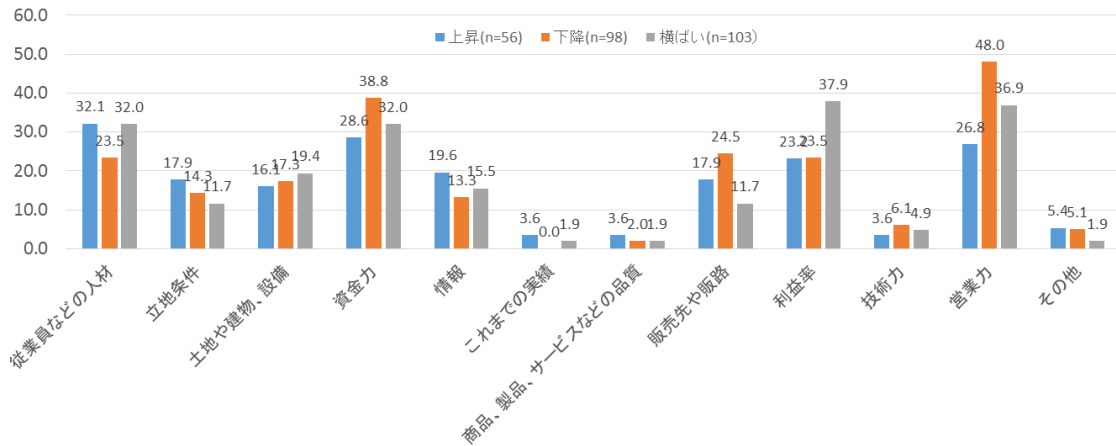
自社の弱みでは、「営業力」(38.8%)、「資金力」(34.2%)、「従業員などの人材」、「利益率」がともに28.8%で次いでいる。

図2-4-2 業種別・自社の弱み



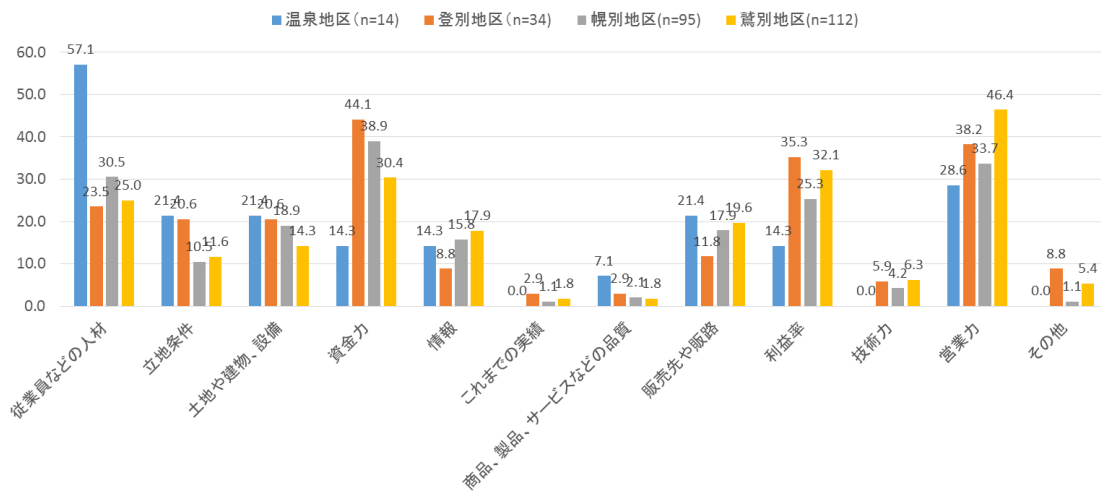
業種別にみると、建設業では「営業力」(44.7%)、「資金力」(36.8%)、「利益率」(32.9%)が上位3項目であるが、そのほかに「従業員などの人材」(30.3%)の割合も高い。製造業では、「資金力」(45.5%)が突出しており、次いで「営業力」(31.8%)、「土地や建物、設備」(27.3%)、「利益率」(27.3%)となっている。流通商業では、「営業力」(43.2%)、「利益率」(32.4%)、「販売先や販路」(29.7%)である。サービス業では、他業種とは異なり、バラツキが見られる。「資金力」(34.7%)、「営業力」(33.3%)、「従業員などの人材」(30.7%)、「土地や建物、設備」(29.3%)のほか、「情報」(21.3%)が他業種と比べて相対的に割合が高い。

図2-4-3 売上動向別・自社の弱み



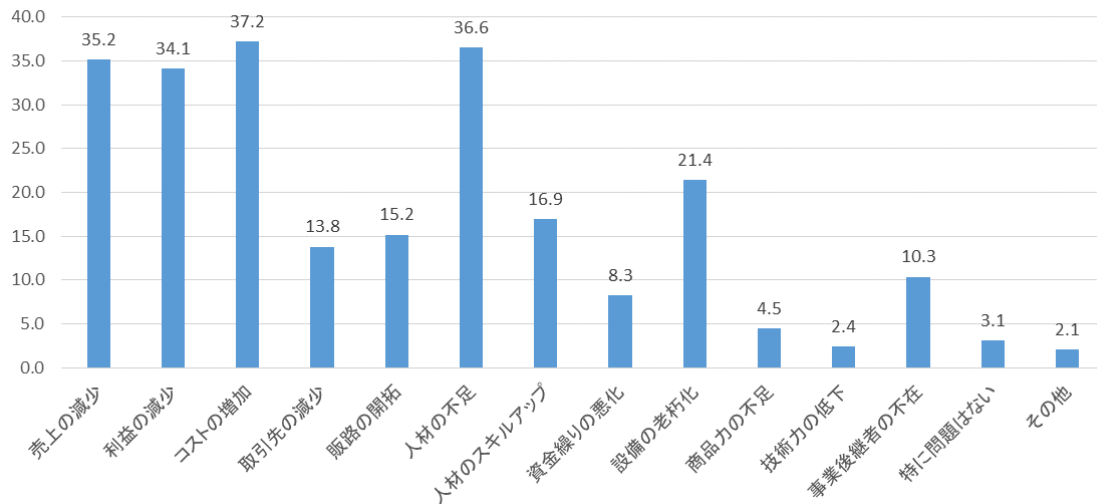
売上動向別にみると、売上上昇企業では、「従業員などの人材」(32.1%)、「資金力」(28.6%)、「営業力」(26.8%)が、回答割合上位3項目である。強みにおいても回答割合が高かった項目が、弱みにも上がっている。他方で、下降企業では、「営業力」(48.0%)、「資金力」(38.8%)、「販売先や販路」(24.5%)の割合が高い。

図2-4-4 地域別・自社の弱み



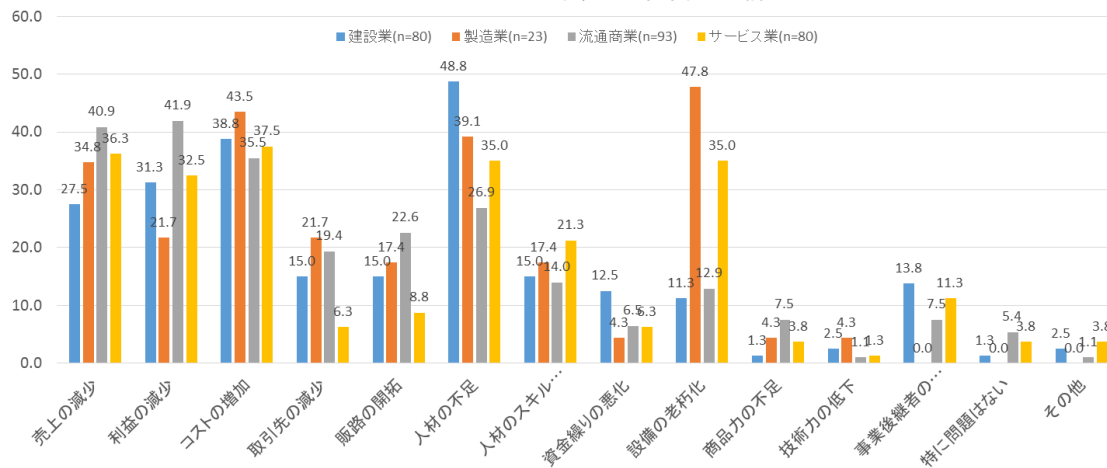
地域別にみると、温泉地区では「従業員などの人材」、登別地区では「資金力」、「営業力」、「利益率」が、幌別地区では「資金力」、鷺別地区では「営業力」、「利益率」の割合が高い。

図2-5-1 経営上の課題 (n=290)



経営上の課題では、「コストの増加」(37.2%)、「人材の不足」(36.6%)、「売上の減少」(35.2%)、「利益の減少」(34.1%)と続いている。そのほか、「設備の老朽化」が20%を上回っていること、「事業後継者の不在」が10%を上回っていることは注目しておいてよいだろう。

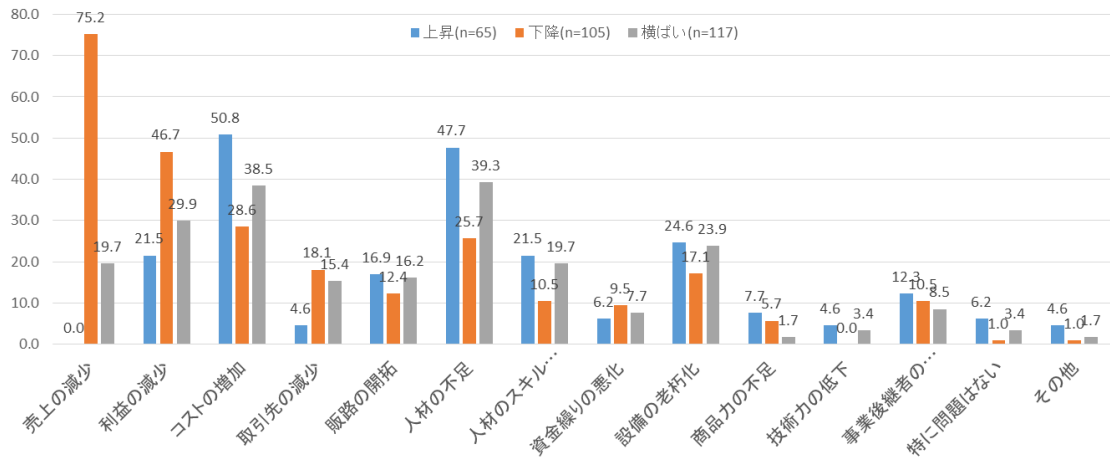
図2-5-2 業種別・経営上の課題



業種別に見ると、建設業では「人材の不足」(48.8%)、「コストの増加」(38.8%)、「利益の減少」(31.3%)が上位3項目となっている。製造業では、「設備の老朽化」(47.8%)が突出しているほか、「コストの増加」(43.5%)、「人材の不足」(39.1%)となっている。流通商業では、「利益の減少」(41.9%)、「売上の減少」(40.9%)、「コストの増加」(35.5%)となっている。サービス業では、「コストの増加」(37.5%)、「売上の減少」(36.3%)、「人材の不足」(35.0%)、「設備の老朽化」(35.0%)とバラツキがみられる。また、事業後継者の不在は、建設業とサービス業で顕著であることがわかる。

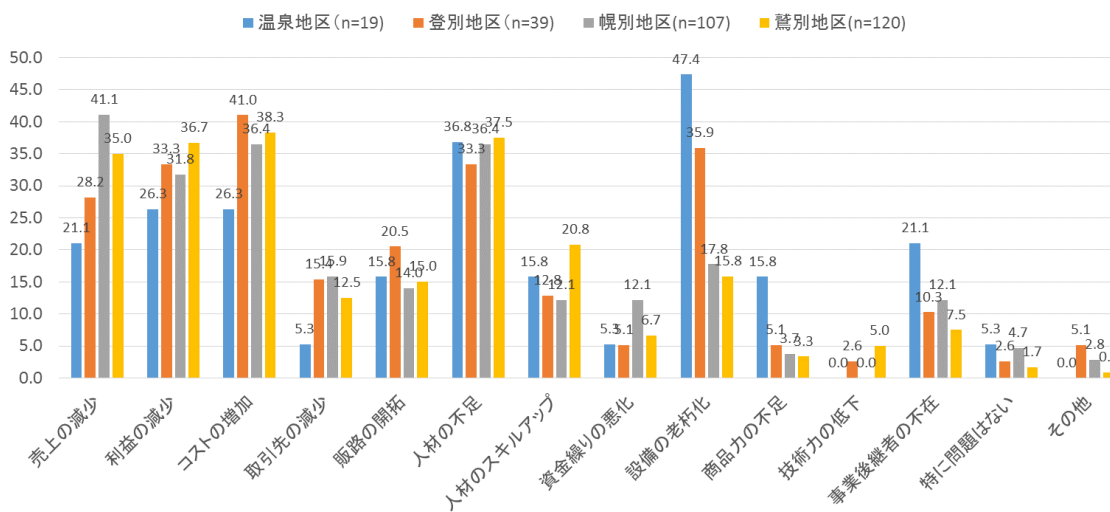


図2-5-3 売上動向別・経営上の課題



売上動向別にみると、上昇企業では、「コストの増加」(50.8%)、「人材の不足」(47.7%)の割合が高い。ここでも、上昇企業では人材に関する項目の回答割合が高いことが特徴である。他方で、売上下降企業では、「売上の減少」(75.2%)、「利益の減少」(46.7%)となっている。

図2-5-4 地域別・営上の課題

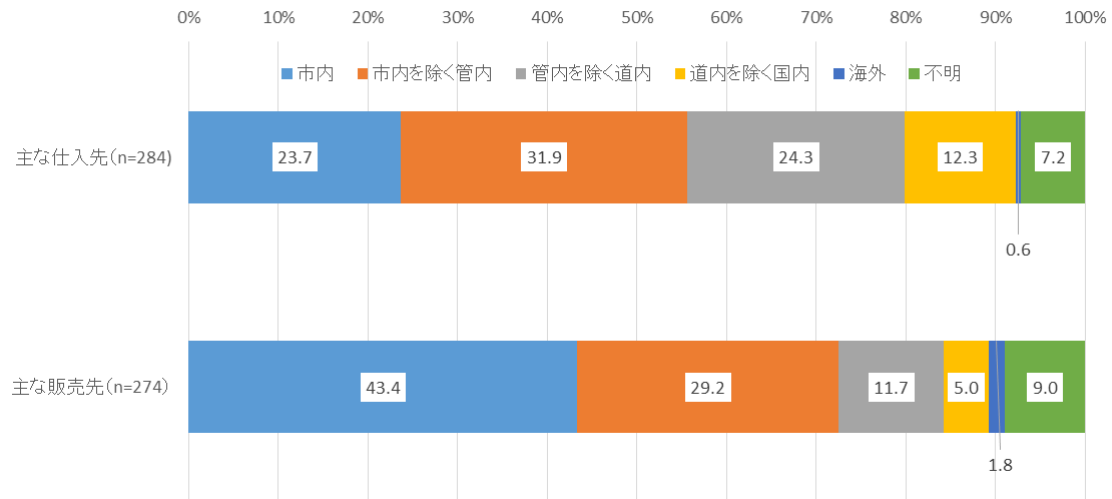


地域別にみると、温泉地区では「設備の老朽化」、「人材の不足」が、登別地区では「コストの増加」、「設備の老朽化」の回答割合が高い。また、幌別地区では「売上の減少」、「コストの増加」が、鷺別地区では、「コストの増加、「人材の不足」、「利益の減少」の割合が高い。

そのほか、温泉地区で「事業後継者の不在」、「商品力の低下」の割合が相対的に高いこと、鷺別地区で「人材のスキルアップ」が、幌別地区で「資金繰りの悪化」が、相対的に多く回答されている。

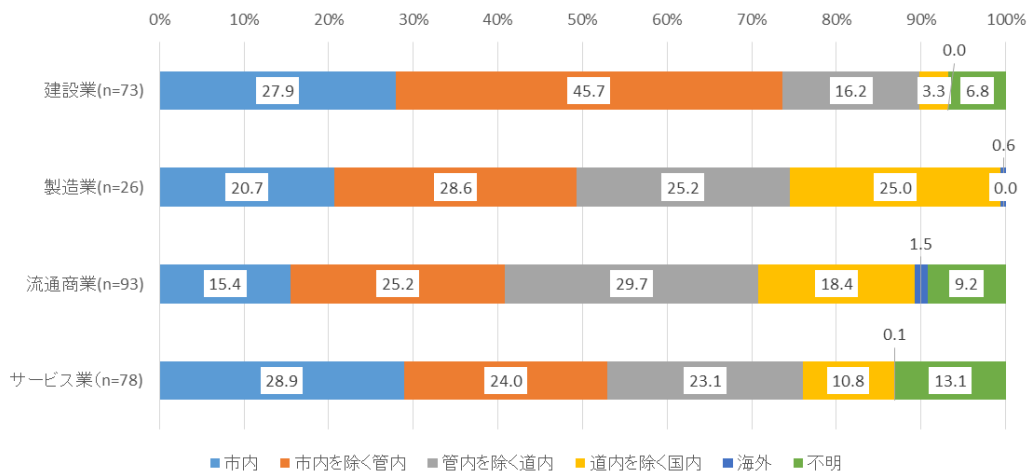
### 3. 取引状況について

図3-1-1 取引の状況について



最初に、回答企業全体を確認しておこう。「主な仕入先」に関しては、「市内を除く管内」の割合が31.9%と最も高い。次いで「管内を除く国内」(24.3%)、「市内」(23.7%)と続いており、北海道内からの仕入割合は約80%である。

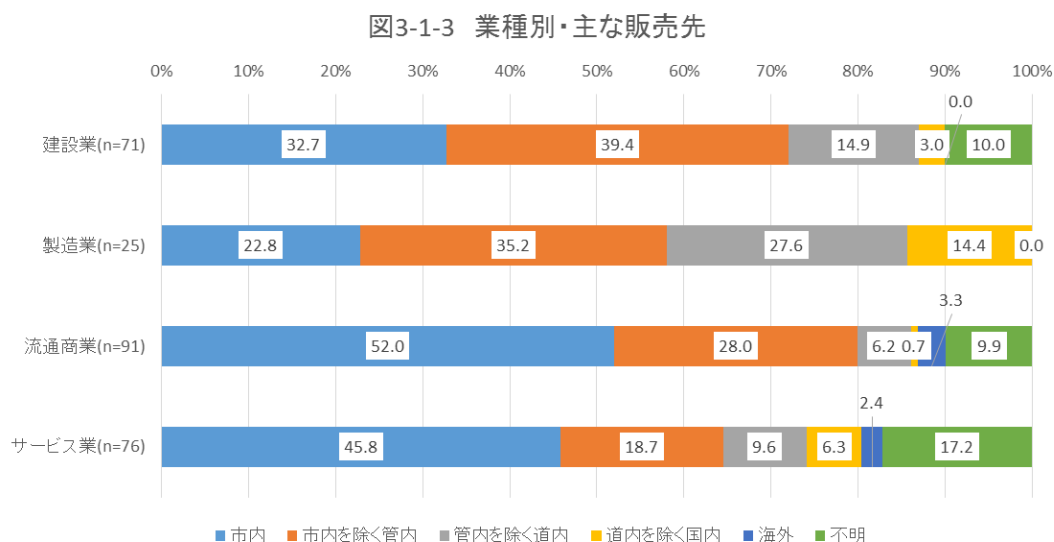
図3-1-2 業種別・主な仕入先



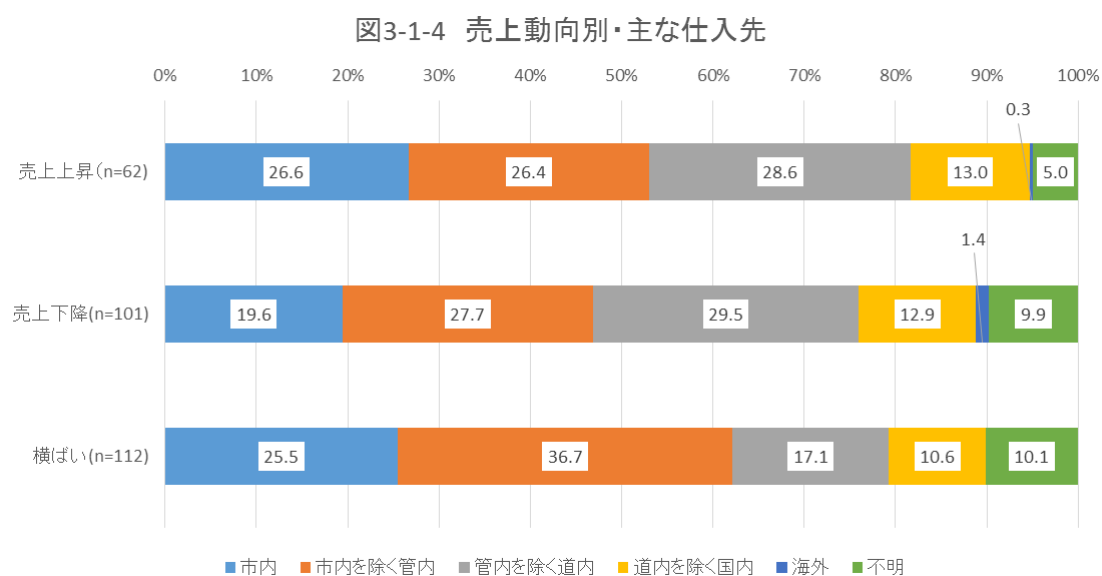
他方で、主な販売先は、「市内」が43.4%と最も高く、次いで「市内を除く管内」(29.2%)、「管内を除く道内」(11.7%)と続いている。特に販売先において、市内の割合が高いことが特徴である。

続いて、業種別に主な仕入先を見てみよう。特徴として①建設業では「市内を除く管内」の割合が最も高く、かつ全業種でみても突出していること、②製造業の仕入先割合は、日

本国内から大体同程度の割合であること、③流通商業では、「市内」からの仕入割合が最も低いこと、④サービス業では、割合分布は製造業と類似しているが「市内」割合が製造業と比べ高いことが挙げられる。



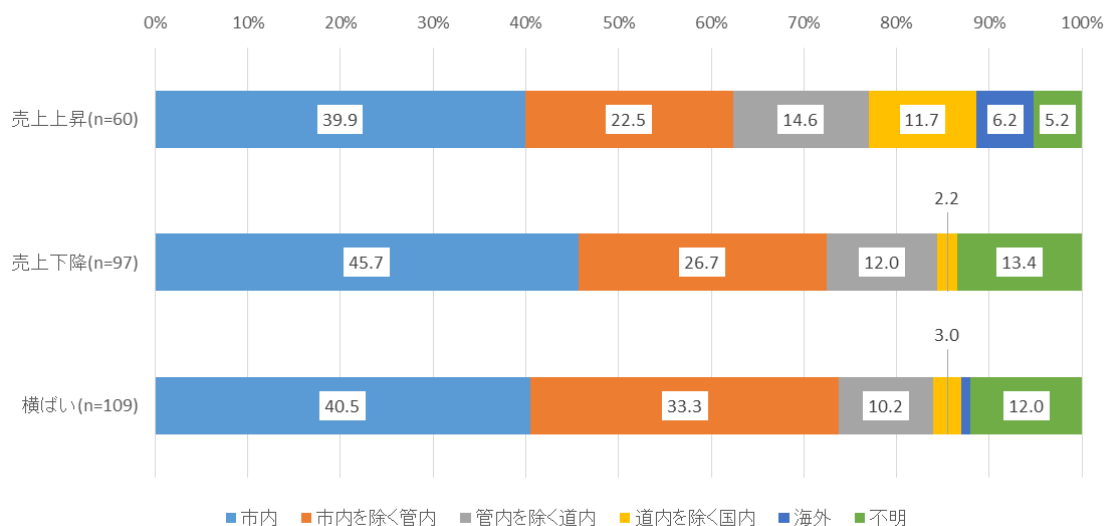
次いで、主な販売先をみると、①建設業では、「市内を除く管内」の割合が40%を上回っていること、②製造業は、「管内を除く道内」、「道内を除く国内」の割合が全業種で最も高いこと、③流通商業では「市内」と「市内を除く管内」の割合の和が80%に上ること、などが特徴として挙げられる。



売上動向別にみると、売上上昇企業で「市内」が主な仕入先である割合が26.6%と売上下降企業の19.6%より高いことが特徴である。それ以外の項目においては割合の差は見ら

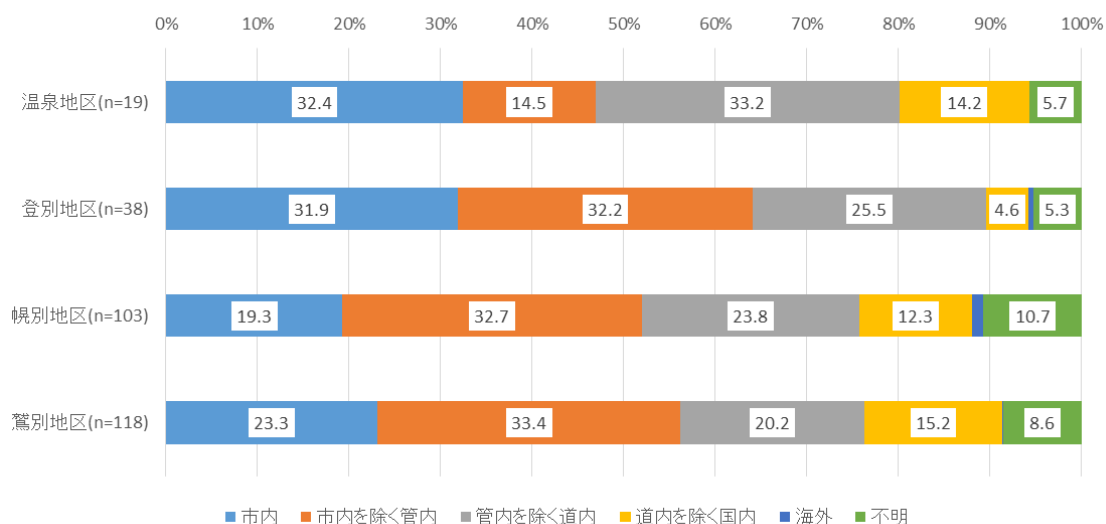
れないが、不明%でも下降企業の割合の方が高い。

図3-1-5 売上動向別・主な販売先



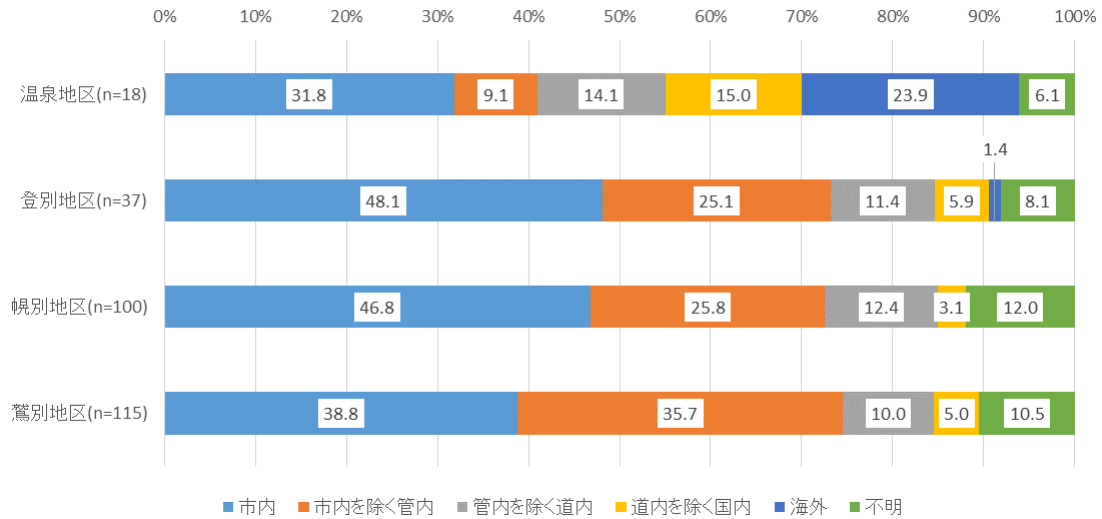
次いで、売上動向別に主な販売先をみると、売上上昇企業では「市内」+「市内を除く管内」の和が62.4%であるのに対し、売上下降企業は72.4%と10ポイントの開きがある。」つまり、上昇企業の販売先は下降企業に比べて広範囲であることを示している。また、主な仕入先同様に、不明%が上昇企業では5.2%であるのに対して、下降企業では13.4%である。経営の実態として、数字の把握の違いが、売上動向に反映されていると考えられる。

図3-1-6 地域別・主な仕入先



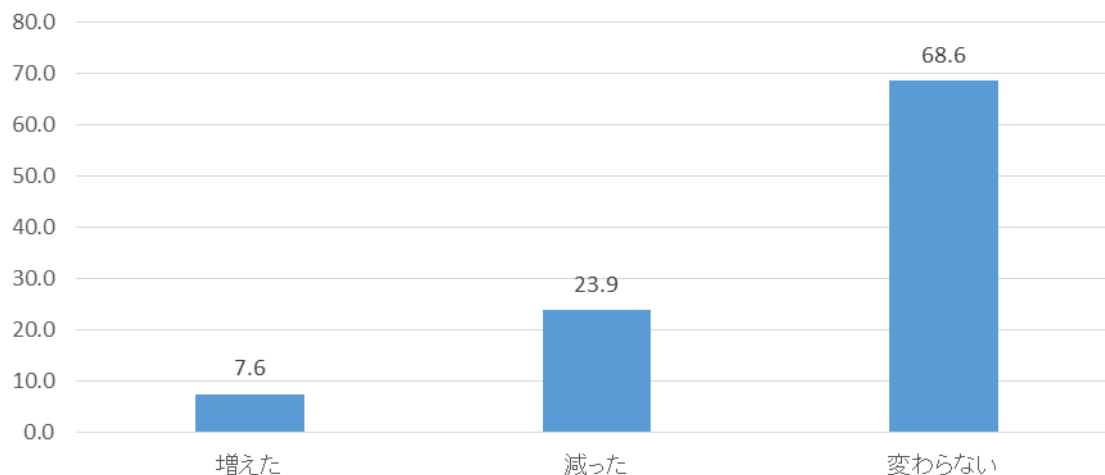
地域別に主な仕入先をみると、「市内」の割合が高いのは、温泉地区、登別地区である。また、北海道内からの仕入割合（市内+市内を除く管内、管内を除く道内）が高いのは登別地区である。

図3-1-7 地域別・主な販売先



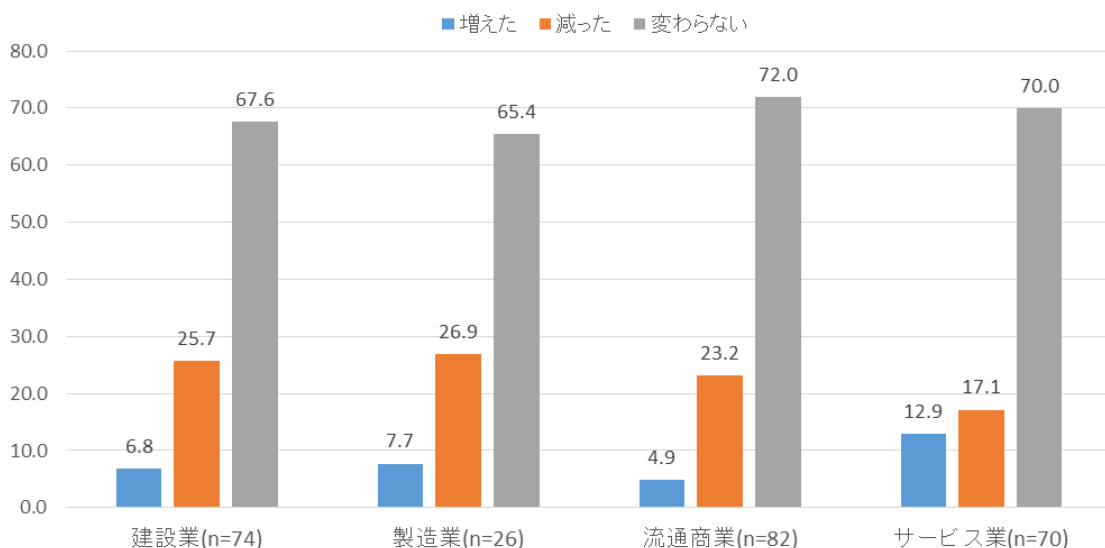
地域別に主な販売先をみると、登別地区、幌別地区、鷺別地区の3地区は大きな違いは見られない。(あるとすれば、鷺別地区で市内割合が低く、市内を除く管内割合が高いということ) 他方で、温泉地区では市内を除く管内の割合が低く、海外の割合が最も大きい。その理由として、温泉地区では外国人旅行客の増加に伴い、外国人に対して販売している割合を回答している可能性が考えられる。

図3-2-1 市内企業からの仕入れの増減(n=264)



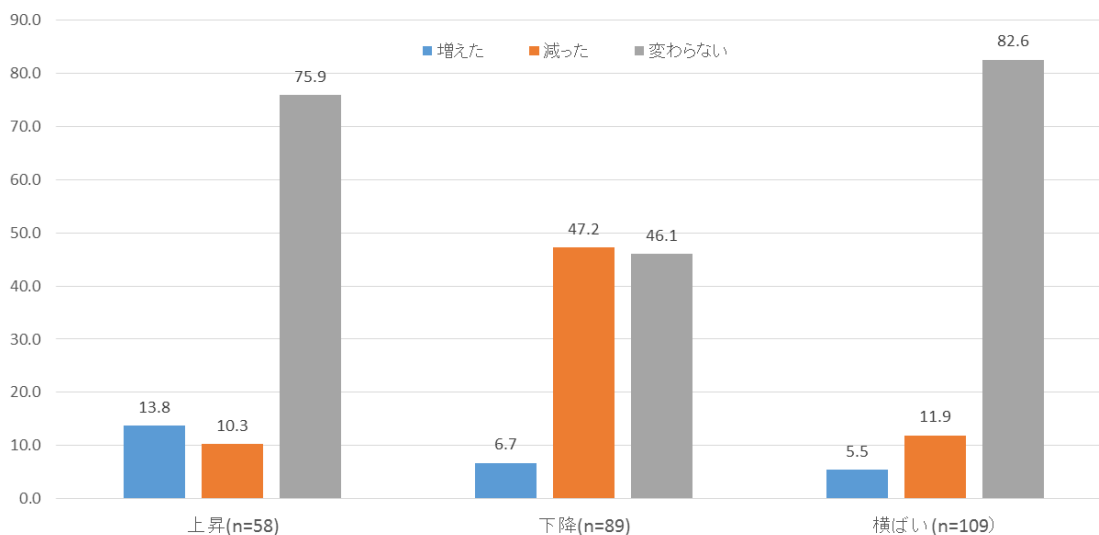
5年前と比べたときの、市内企業からの仕入れの増減について、「変わらない」が全体の68.6%を占めているが、「増えた」と回答した事業所は、7.6% (20社)にとどまる。他方で、「減った」と回答した企業は、23.9% (63社)であった。「変わらない」が多勢を占めているが、そのなかで少なくない企業の市内仕入れが減っていることは受け止めておいた方が良いでしょう。

図3-2-2 業種別・市内企業からの仕入れの増減



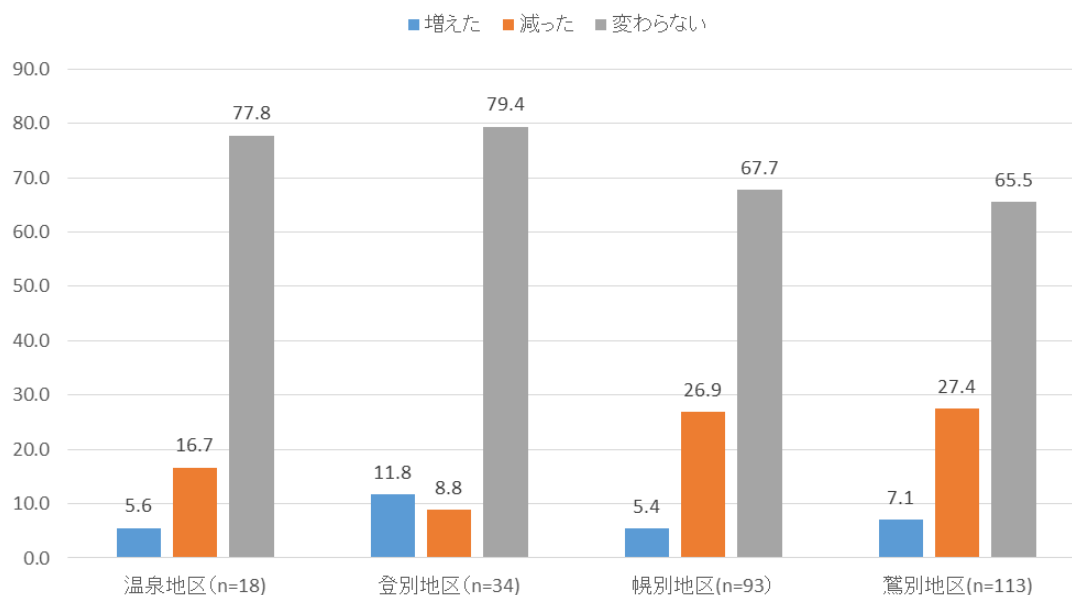
全業種で、市内企業からの仕入れが減ったと回答した企業の割合が増えたと回答した企業の割合を上回っているが、サービス業を除いて、そのギャップが大きい。

図3-2-3 売上動向別・市内企業からの仕入れの増減



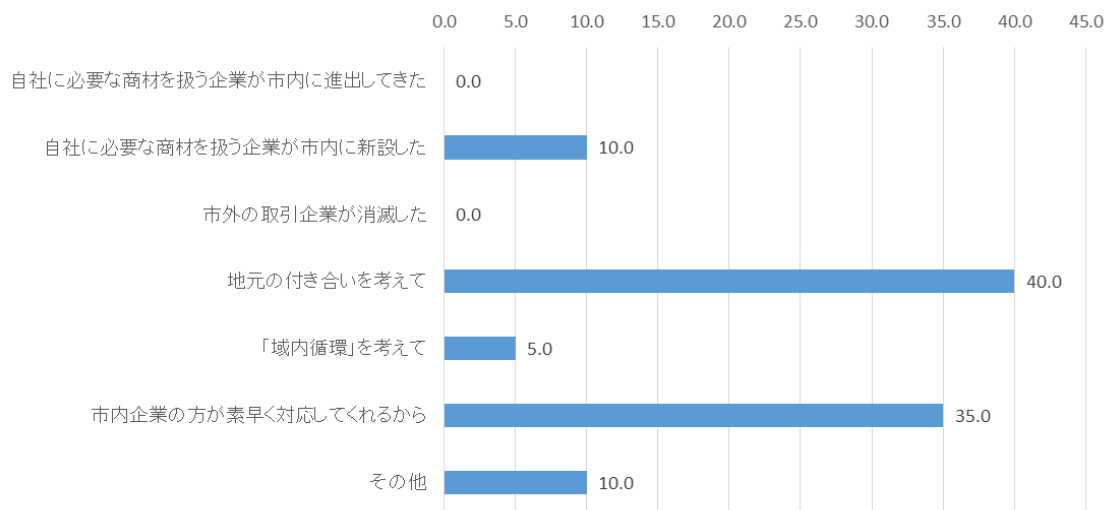
売上動向別にみると、「増えた」回答項目は、売上上昇企業が下降企業を上回っている。また「変わらない」では売上上昇企業の回答割合が最も高くなっている。他方で、「減った」との回答項目では、下降企業の割合が最も高く、また突出していることが特徴である。

図3-2-4 地域別・市内企業からの仕入れの増減



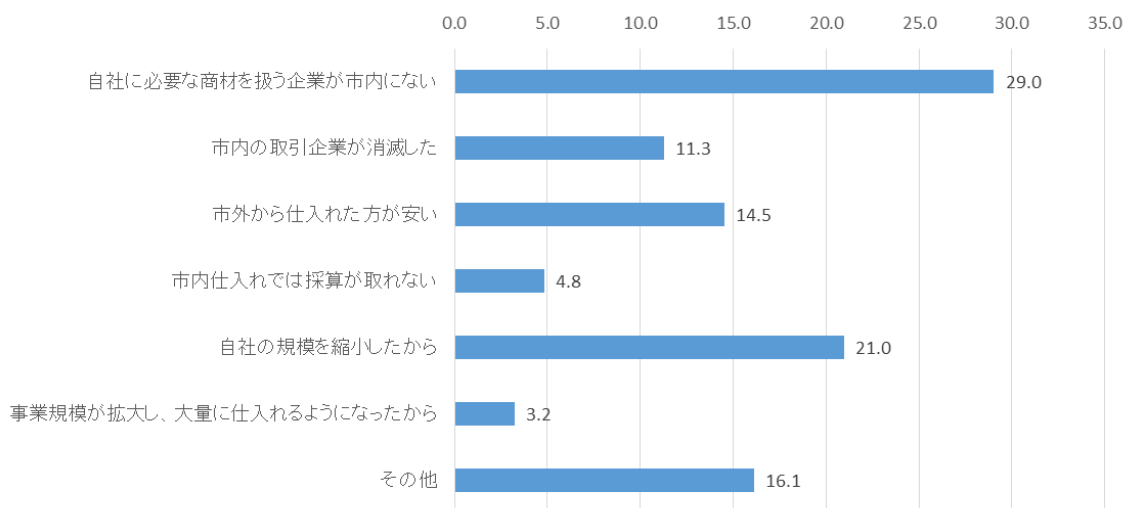
地域別にみると、いずれの地域においても「変わらない」の割合が最も高い。そのなかで、登別地区を除く地域で「減った」割合が「増えた」割合を上回っている。さらに、幌別地区、鷺別地区で「減った」割合が高い。

図3-3-1 市内企業からの仕入れが増えた要因(n=20)



市内企業からの仕入れが増えた要因として、「地元の付き合いを考えて」が最も高く、次いで、「市内企業の方が素早く対応してくれるから」の回答が続いている。

図3-3-2 市内企業からの仕入れが減った要因(n=62)

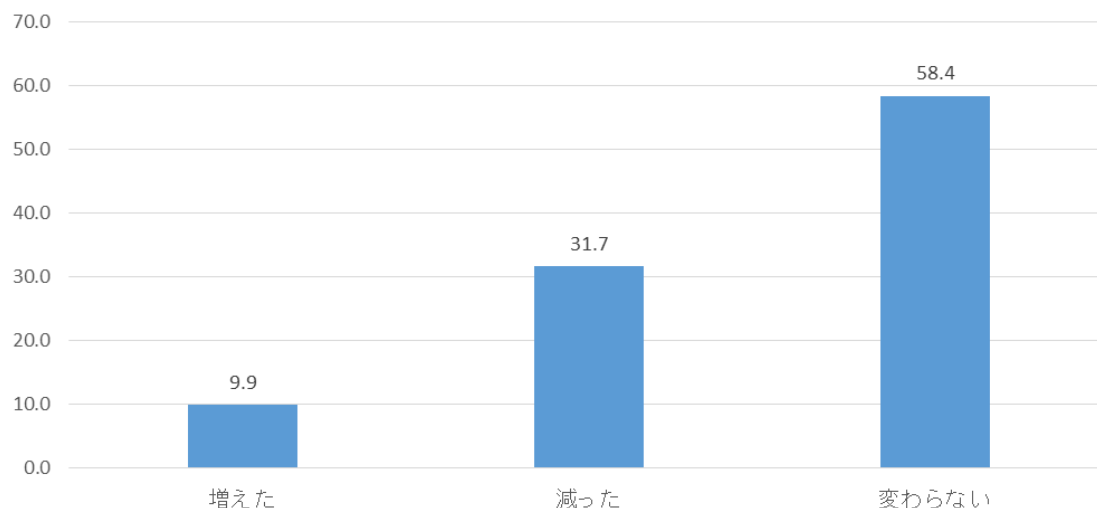


市内企業からの仕入れが減った要因は、仕入れが増えた要因よりも回答が多岐に及んでいる。そのなかで、「自社に必要な商材を扱う企業が市内にいない」(29.0%)と最も高いが、次いで自社の規模を縮小したから」が(21.0%)、「市外から仕入れた方が安い」(14.5%)が続いている。自由回答では、「メーカーとの取引のため、市内取引がない」や、「何年間



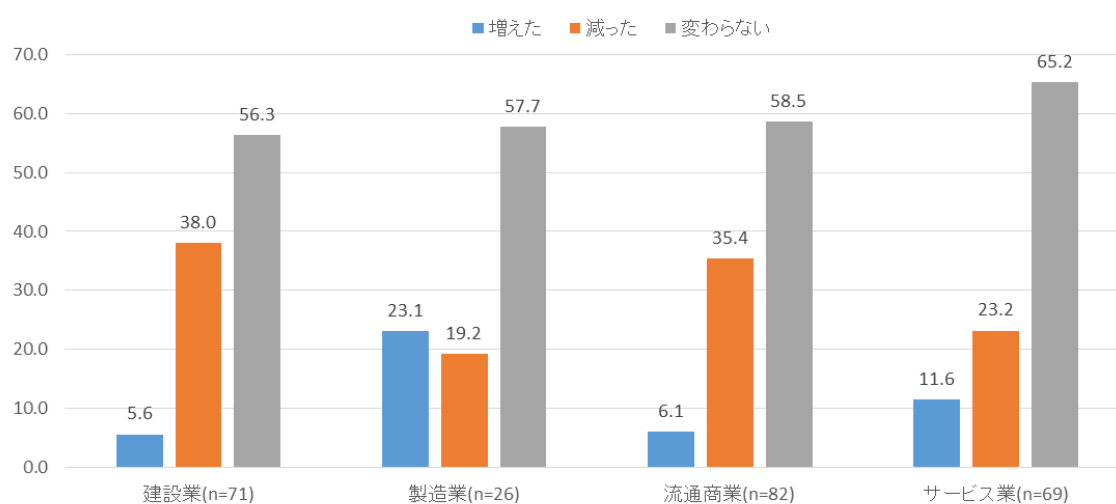
も品揃えが変わっていない」、「市内に欲しいものがない」といったコメントがあった。

図3-4-1 市内企業への販売の増減(n=262)



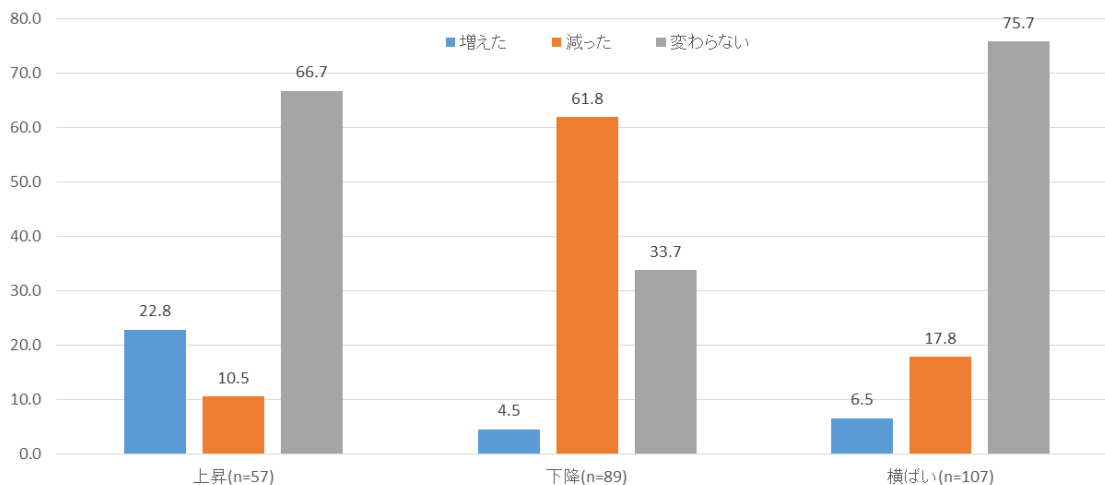
市内企業への販売の増減に関して、「変わらない」が 58.4%と過半を占めている。「増えた」割合と「減った」割合を見ると、「減った」割合が「増えた」割合を大きく上回る。

図3-4-2 業種別・市内企業への販売の増減



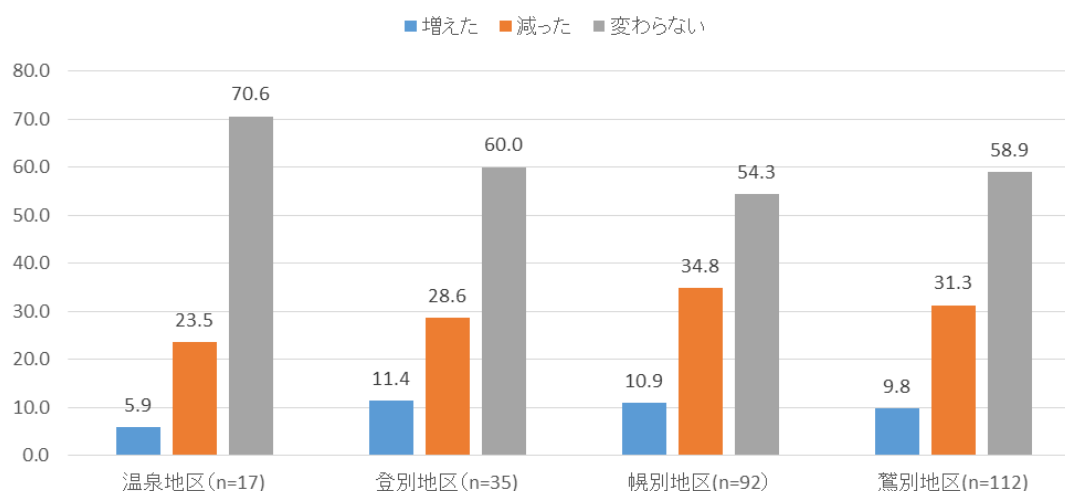
業種別にみると、製造業では、「増加した」割合が「減った」企業の割合を上回っている。他の業種では、「増えた」割合を「減った」割合が上回っているが、建設業、流通商業でそのギャップが特に大きい。

図3-4-3 売上動向別 市内企業への販売の増減



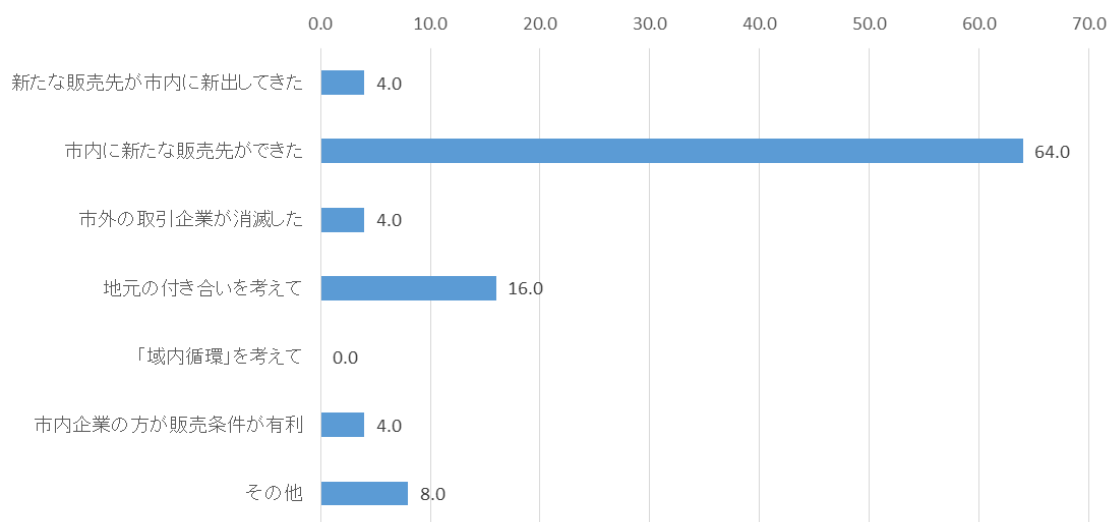
売上動向別にみると、「増えた」、「変わらない」項目で、上昇企業の割合が下降企業を上回っている。他方で、「減った」では、下降企業の割合が突出していることが分かる。売上上昇企業ほど市内企業への販売が増えており、下降企業ほど市内企業への販売が減っているとみてよいだろう。

図3-4-4 地域別 市内企業への販売の増減



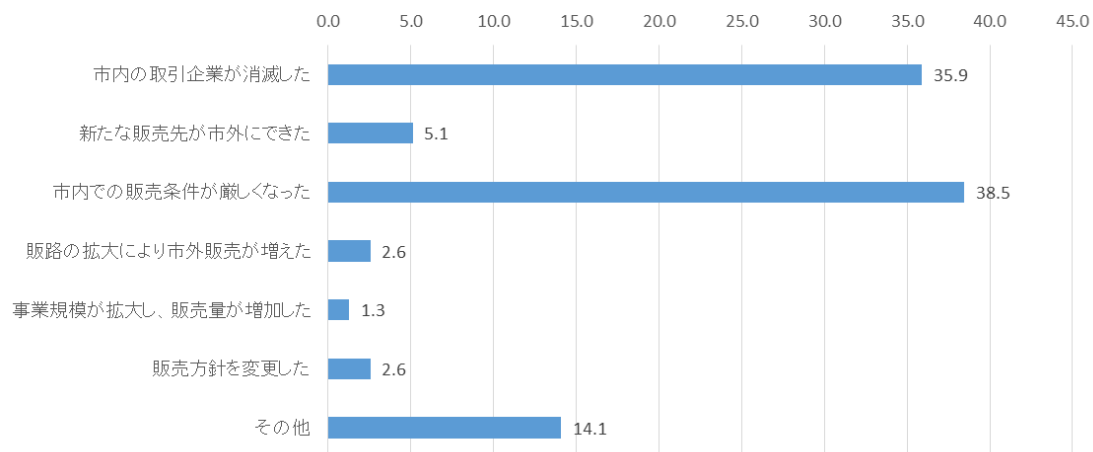
地域別にみると、4 地域いずれも「減った」割合が、「増えた」割合を上回っている。そのなかで、幌別地区と鷺別地区では、「減った」割合が 30%を上回っている。「変わらない」の割合が最も高いのは、登別地区である。

図3-5-1 市内企業への販売が増えた要因(n=25)



市内企業への販売が増えた要因として、「新たな販売先が市内にできた」が64.0%と最も高い。次いで、「地元の付き合いを考慮して」が16.0%となっている。

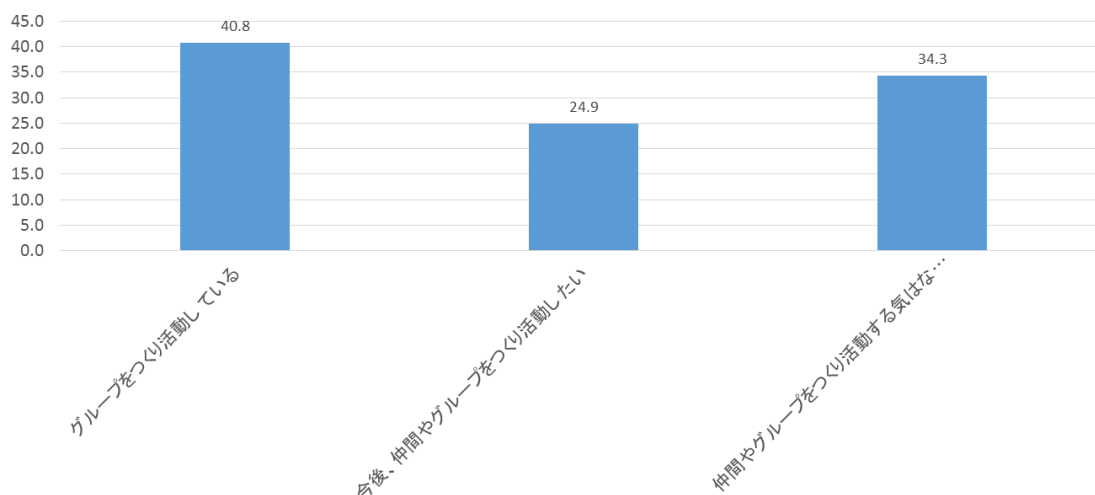
図3-5-2 市内企業への販売が減った要因(n=78)



市内企業への販売が減った要因として、「市内での販売条件が厳しくなった」(38.5%)、「市内の取引企業が消滅した」(35.9%)の回答割合が高い。自由回答には、「地域経済の縮小」、「地域内での需要が減少している」等の記述が目立った。

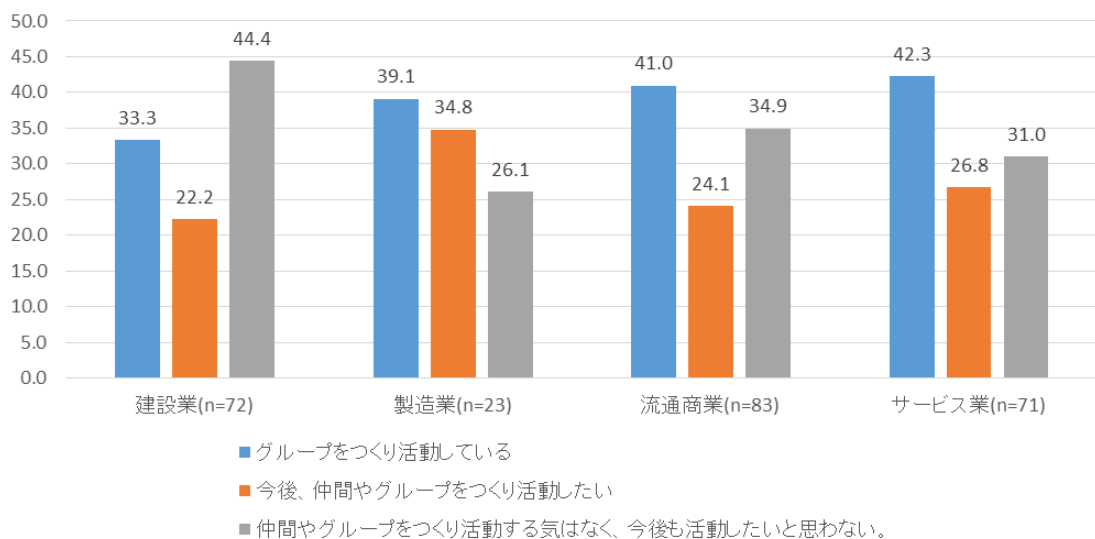
## 4. 連携等に関して

図4-1-1 連携の有無(n=265)



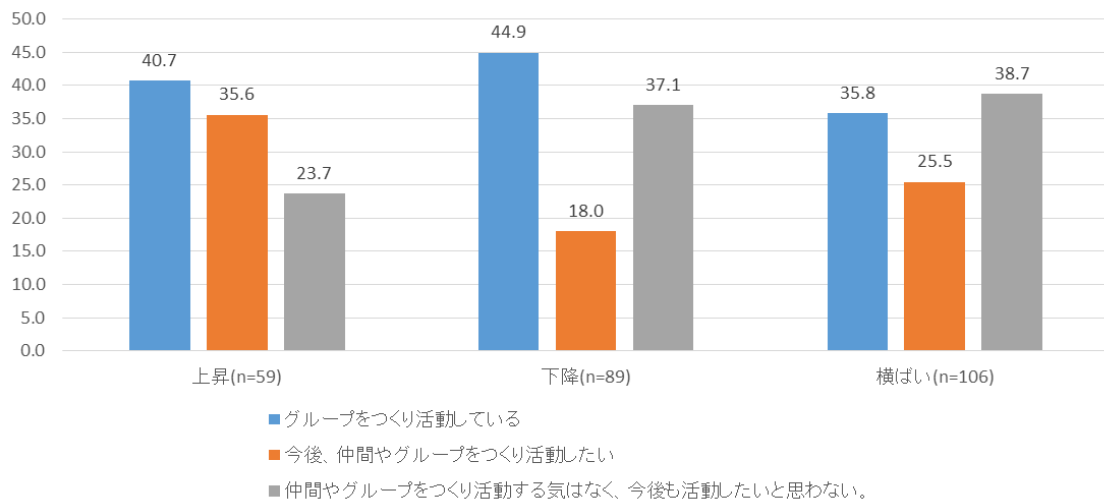
同業種、異業種間での連携については、「グループをつくり活動している」が40.8%と最も高く、「今後、仲間やグループをつくり活動したい」が24.9%となっている。他方で、「仲間やグループをつくり活動する気はない」が34.3%であった。

図4-1-2 業種別・連携の有無



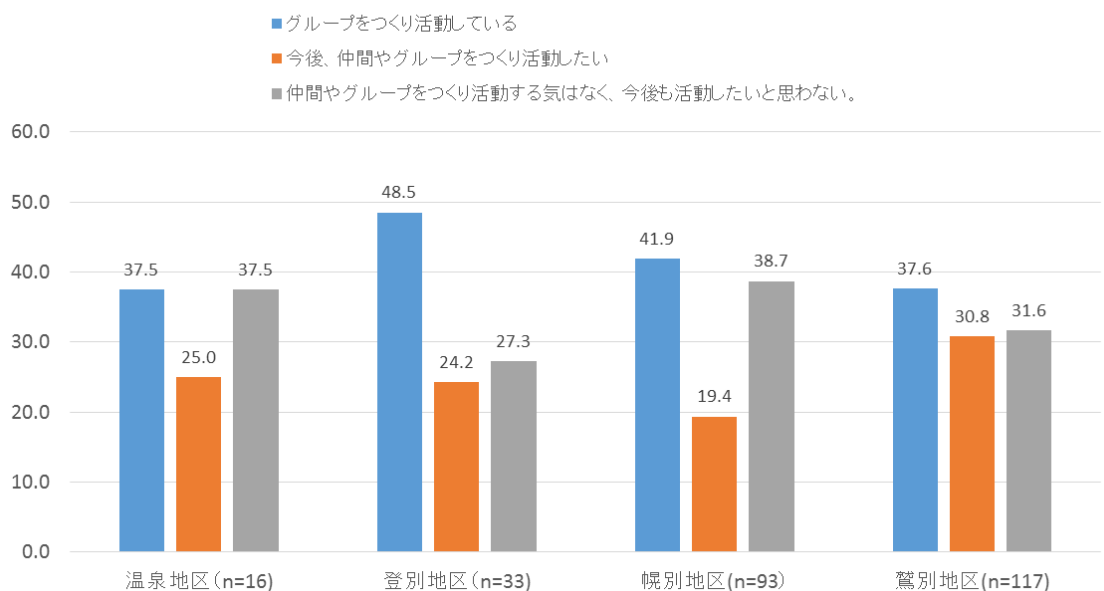
業種別にみると、「グループをつくり活動している」のは、流通商業(41.0%)、サービス業(42.3%)でその割合が高い。「今後、仲間やグループをつくり活動したい」と考えているのは、製造業(34.8%)でその割合が高くなっている。「仲間やグループをつくり活動する気はなく、今後も活動したいとは思わない」は、建設業でその割合が高い。

図4-1-3 売上動向別・連携の有無



「グループをつくり活動している」割合は、売上上昇企業で40.7%、下降企業で44.9%と、下降企業が上昇企業を上回っている。しかし、「今後、仲間やグループをつくり活動したい」と考えている割合は、上昇企業が下降企業を大きく上回っている。他方で、「仲間やグループをつくり活動する気はなく、今後も活動したいと思わない」では、下降企業が上昇企業を大きく上回っている。

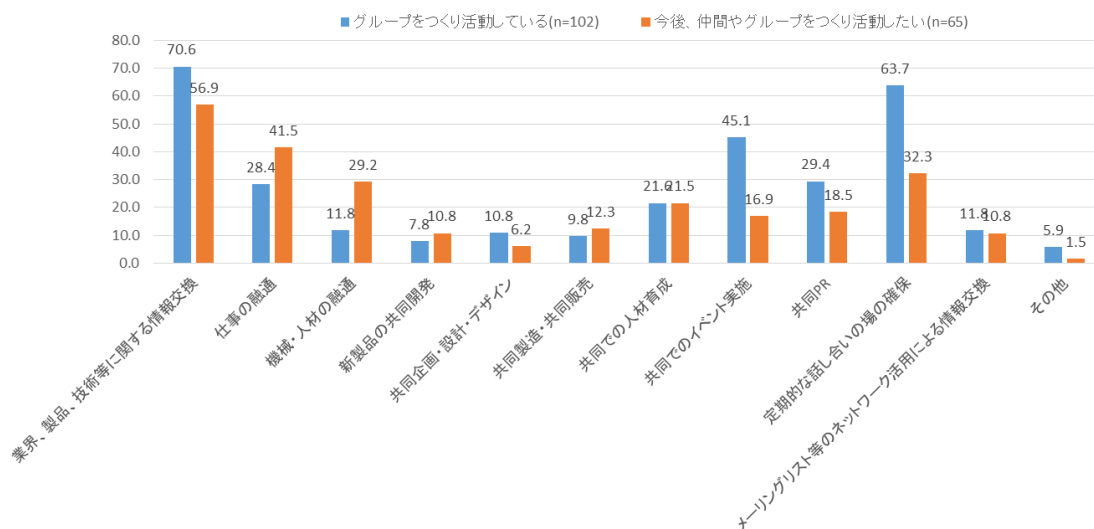
図4-1-4 地域別・連携の有無



地域別にみると、「グループをつくり活動している」割合は、登別地区、幌別地区で40%を超えている。「今後、仲間やグループをつくり活動したい」と考えている企業が相対的に多いのは鶯別地区で30%を超えている。「仲間やグループをつくり活動する気はなく、今後

も活動したいとは思わない」との回答割合が 30%を上回っているのは、温泉地区、幌別地区、鷺別地区であった。

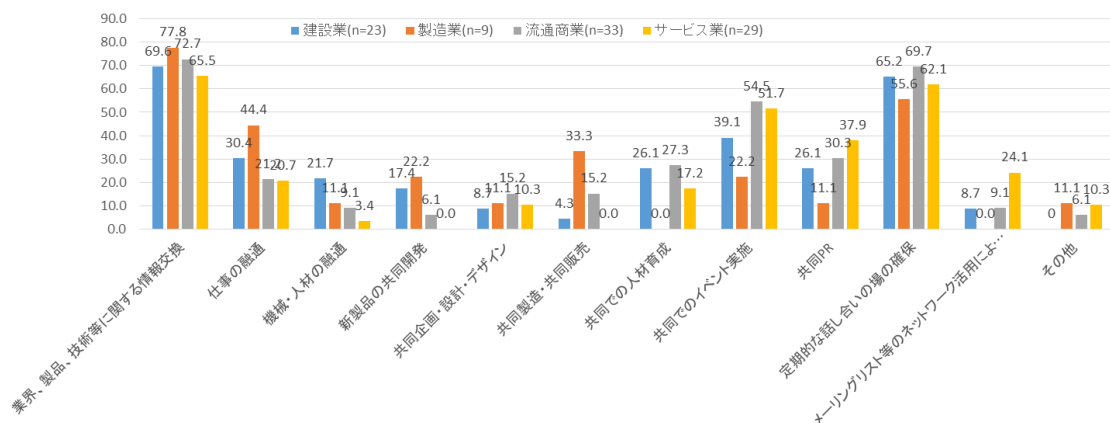
図4-2-1 現在行っている活動／行いたい活動



すでに何らかの連携やグループ活動に取り組んでいる事業所では、現在行っている活動として、「業界、製品、技術等に関する情報交換」(70.6%)、「定期的な話し合いの場の確保」(63.7%)、「共同でのイベントの実施」(45.1%)が挙げられている。他方で、連携に関心がある事業所では、「業界、製品、技術等に関する情報交換」(56.9%)、「仕事の融通」(41.5%)、「定期的な話し合いの場の確保」(32.3%)を行いたい活動として挙げている。

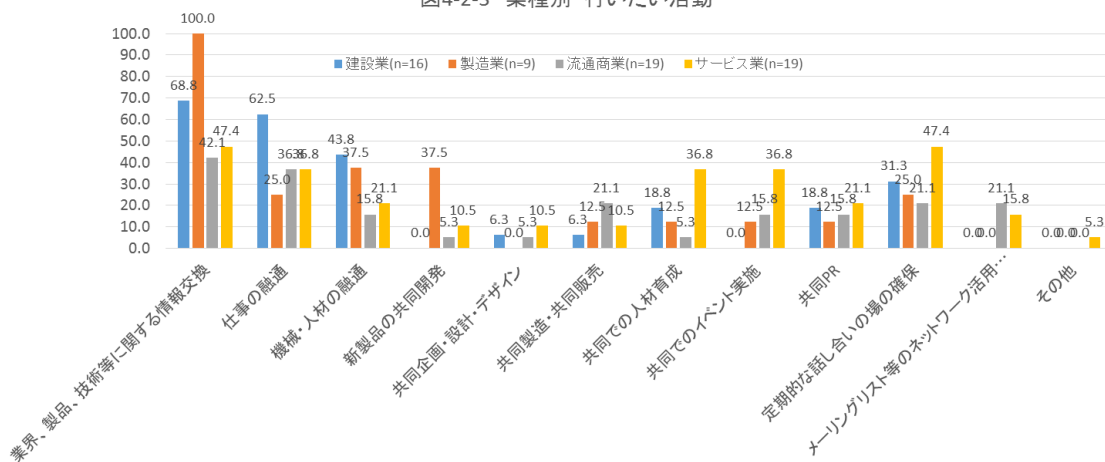
それ以外にも、実際に行っている活動と、行いたい活動のギャップが大きい項目があるが、連携で求める活動として、事業活動に直接的に関係がある内容（仕事の融通、機械・人材の融通）を期待しているが、実際には、共同のイベント、話し合いの場を確保していくことが連携活動の柱になっていることを示している。

図4-2-2 業種別・現在行っている活動



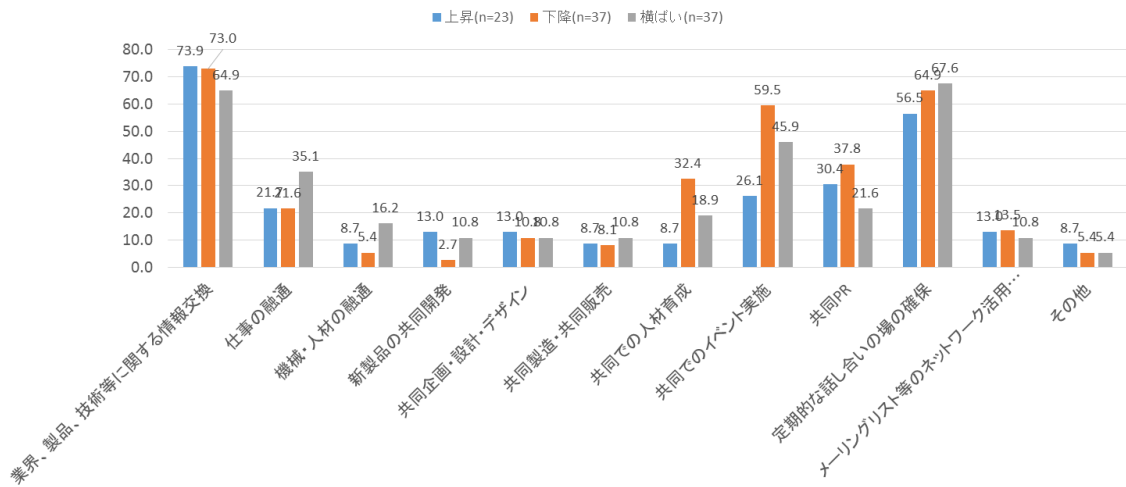
連携やグループ活動を行っている層のうち、現在行っている活動を業種別にみると、製造業では「仕事の融通」や「新製品の共同開発」、「共同製造・共同販売」の割合が高いことが特徴である。流通商業やサービス業では、「共同でのイベント実施」、「共同PR」、「定期的な話し合いの場の確保」の割合が高い。

図4-2-3 業種別・行いたい活動



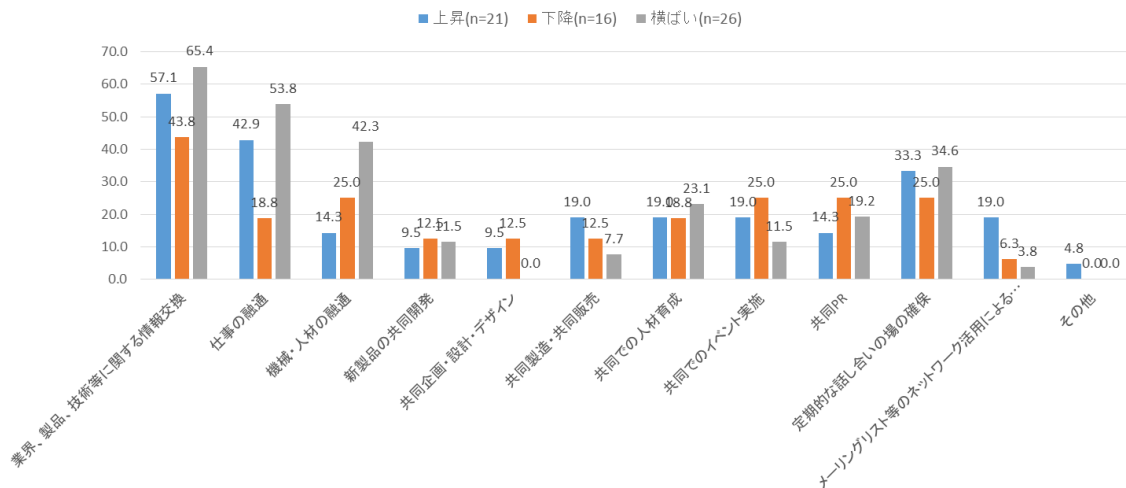
今後、連携やグループ活動を行いたい層で、業種別に行いたい活動をみると、建設業では「業界、製品、技術等に関する情報交換」、「仕事の融通」、「機械・人材の融通」の割合が高い。製造業では、「業界、製品、技術等に関する情報交換」を全社が回答しているほか、「新製品の共同開発」の割合が高い。流通商業は目立った特徴がみられないが、サービス業では、「共同での人材育成」、「共同でのイベント実施」、「定期的な話し合いの場の確保」が高くなっている。

図4-2-4 売上動向別・現在行っている活動



すでに連携やグループ活動を行っている層が取り組んでいる活動を、売上動向別にみると、売上下降企業では、「共同での人材育成」、「共同でのイベント実施」等の割合が上昇企業よりも高いことが特徴である。

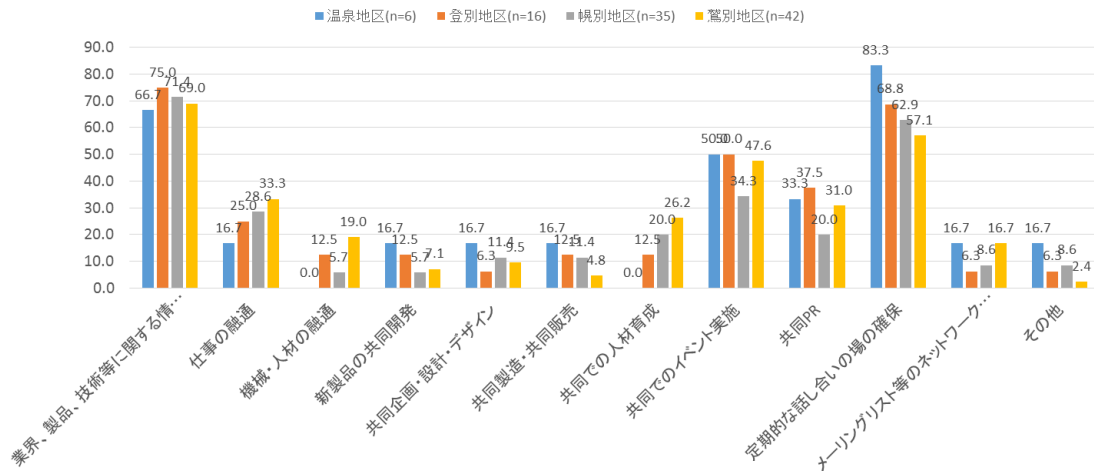
図4-2-5 売上動向別・行いたい活動



今後、連携等を行いたい層が取り組みたい活動を、売上動向別にみると、売上上昇企業では、「業界、製品、技術等に関する情報交換」、「仕事の融通」、「定期的な話し合いの場の確保」といった項目で回答割合が高い。



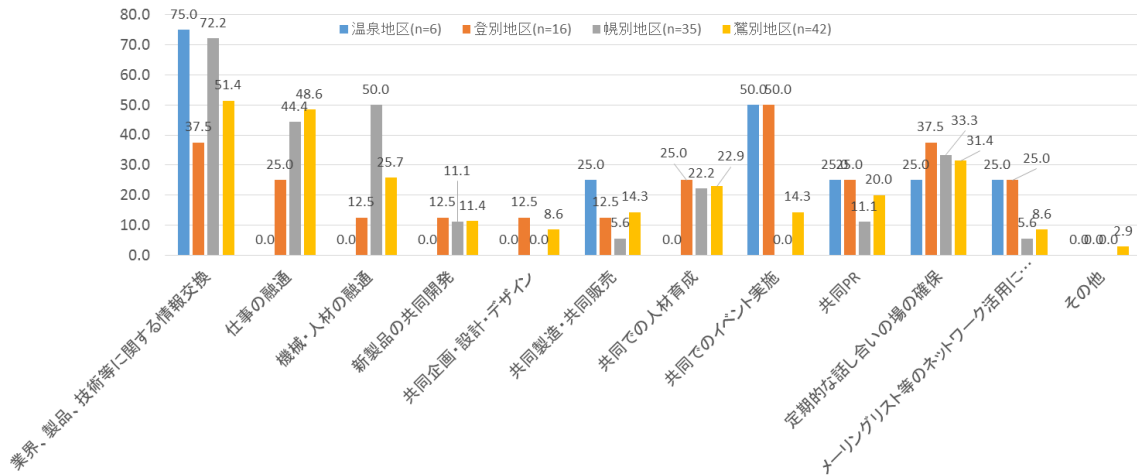
図4-2-6 地域別・現在行っている活動



現在行っている活動を地域別にみると、全体的な傾向はどの地域も類似しているが、「定期的な話し合いの場の確保」に関しては、温泉地区での回答割合が相対的に高い。

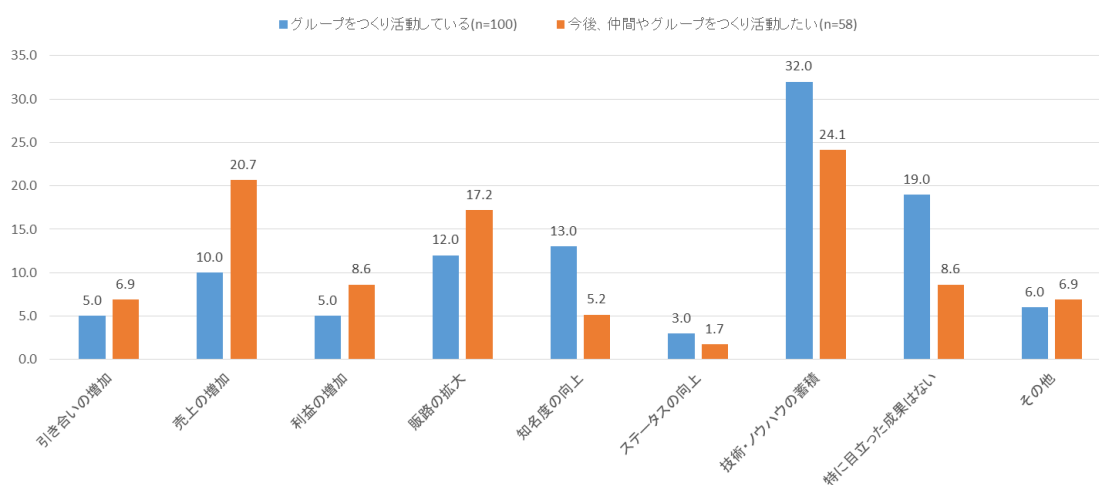
(注：温泉地区、登別地区は回答サンプルが少ないので、割合としては高く現れる。)

図4-2-7 地域別・行いたい活動



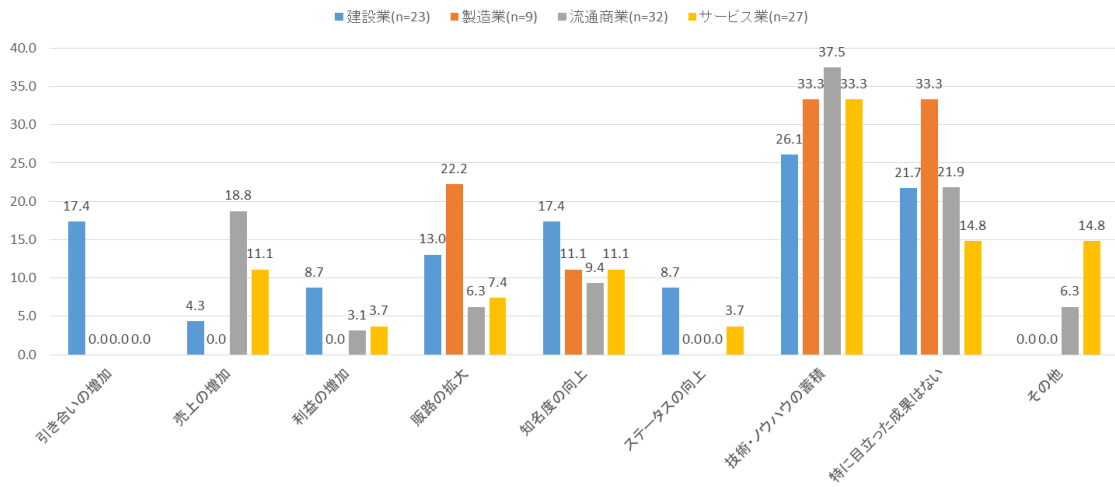
今後行いたい活動を地域別にみると、温泉地区では「業界、製品、技術等に関する情報交換」、「共同でのイベントの実施」の割合が高い。登別地区では、「共同でのイベントの実施」の割合が高い。幌別地区では、「業界、製品、技術等に関する情報交換」が最も高く、次いで「機械・人材の融通」が続いている。鷺別地区では、「業界、製品、技術等に関する情報交換」、「仕事の融通」の割合が高い。

図4-3-1 連携による成果／期待



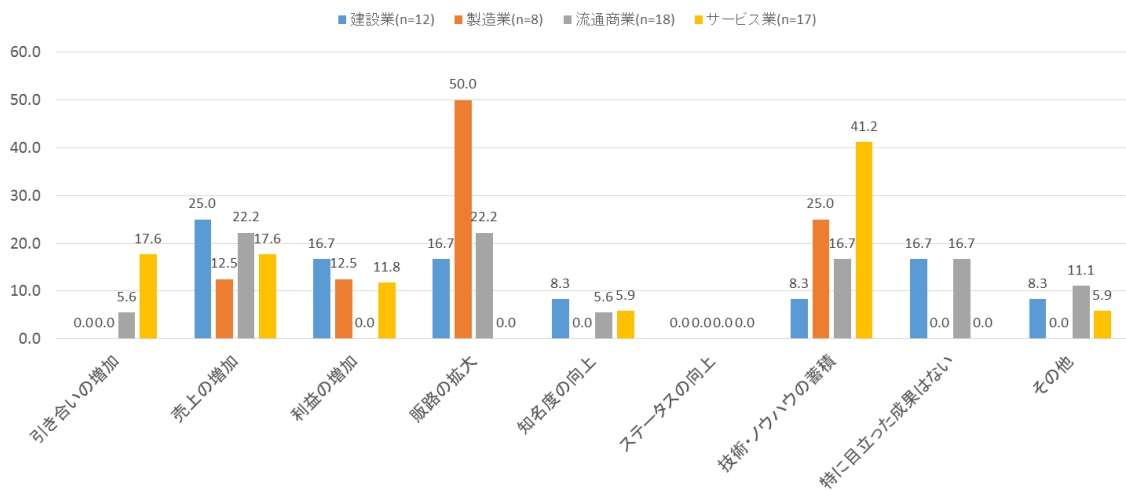
連携による成果、および期待する成果を見てみると、すでに連携して活動している層では、「技術・ノウハウの蓄積」の割合が最も高く 32.0%である。次いで、「特に目立った成果はない」が 19.0%と続いている。他方で、今後、連携やグループ活動を行いたい層が期待している成果は、「技術・ノウハウの蓄積」が 24.1%と最も高く、次いで「売上げの増加」(20.7%)、「販路の拡大」(17.2%)となっている。

図4-3-2 業種別・連携の成果



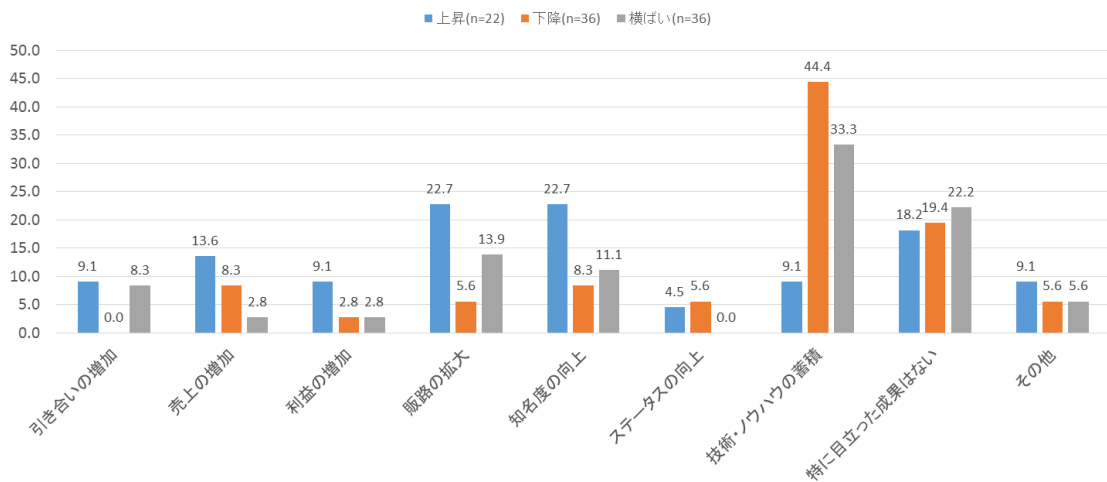
業種別に連携の成果をみると、全業種で最も高いのは、「技術・ノウハウの蓄積」である。実際に成果があった面を細かくみていくと、建設業で「引き合いの増加」、「知名度の向上」が挙げられている。製造業では「販路の拡大」である。流通商業では、「売上げの増加」が挙げられており、業種によって成果が異なっていることが確認できる。

図4-3-3 業種別・期待する成果



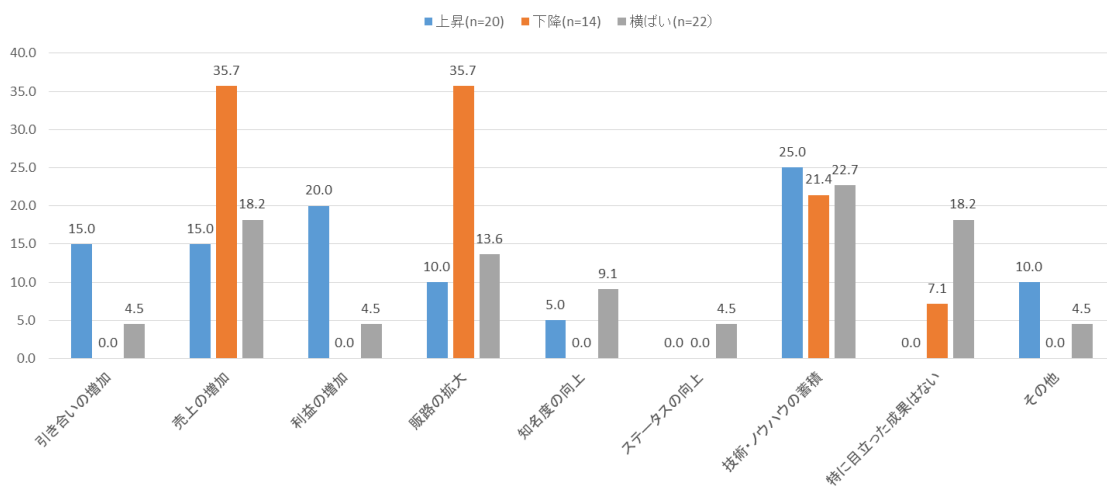
業種別に期待する成果をみると、製造業では「販路の拡大」に対する期待値が高い。そのほか、サービス業で「技術・ノウハウの蓄積」に対する期待が高いことが確認できる。

図4-3-4 売上動向別・連携の成果



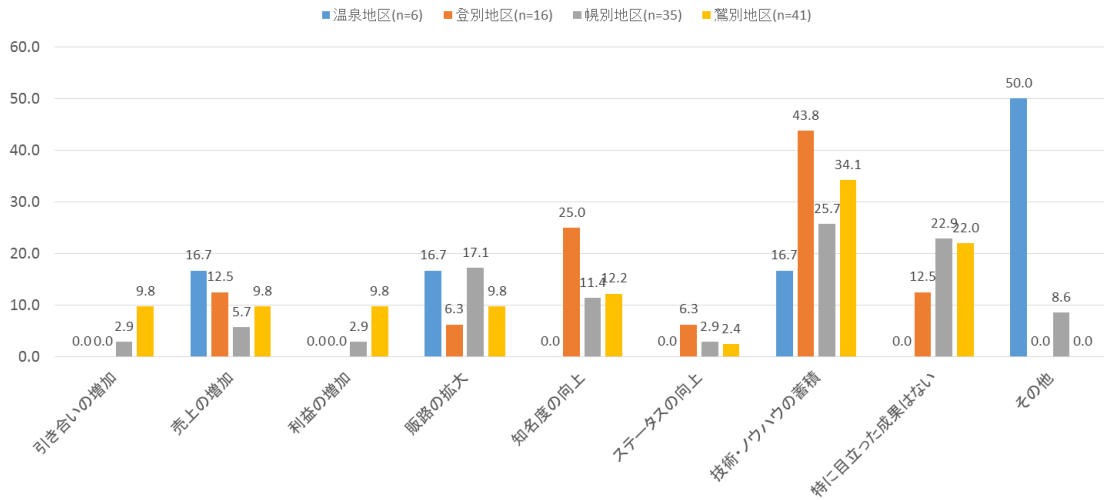
売上動向別に連携の成果をみると、売上上昇企業では、「販路の拡大」、「知名度の上昇」、「売上の増加」など項目が複数に及んでおり、「技術・ノウハウの蓄積」の割合が著しく低い。他方で、下降企業では、「技術・ノウハウの蓄積」が最も高くなっている。

図4-3-5 売上動向別・期待する成果



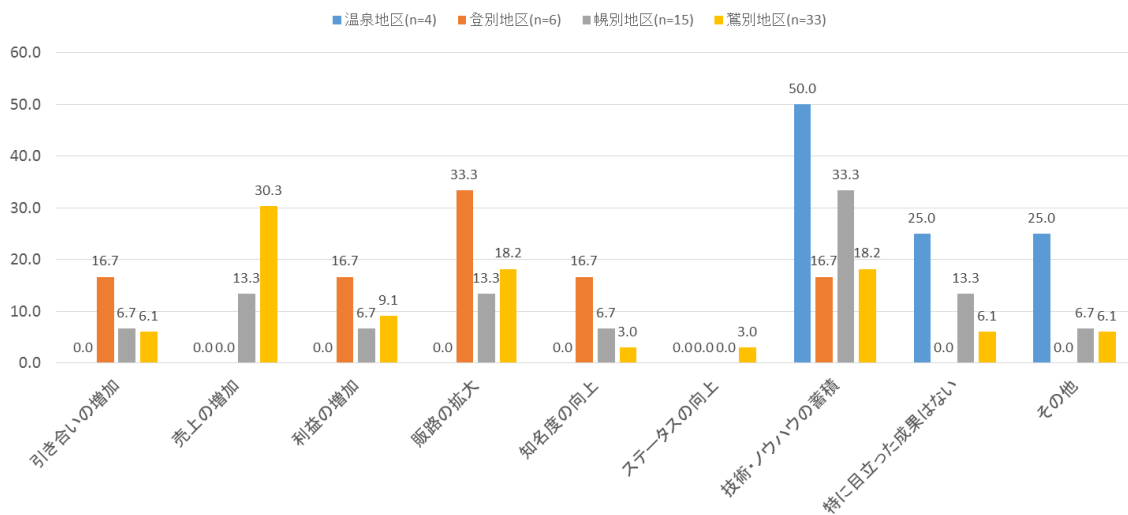
売上動向別に期待する成果をみると、上昇企業では、「技術・ノウハウの蓄積」の割合が最も高いが、下降企業では、「売上の増加」、「販路の拡大」を期待している割合が高い。

図4-3-6 地域別・連携の成果



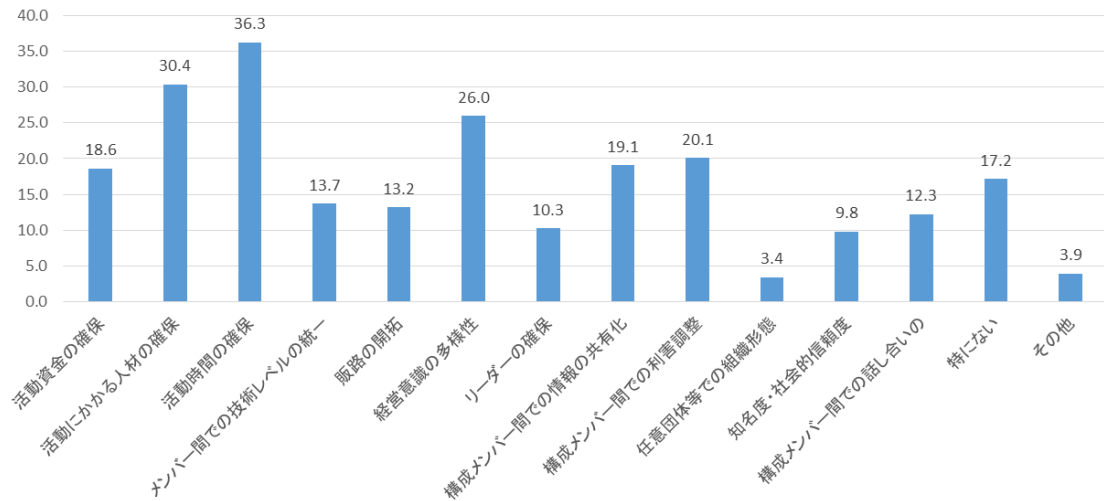
地域別に連携の成果をみると、温泉地区では「その他」の回答割合が最も高い。登別地区では、「技術・ノウハウの蓄積」、「知名度の向上」の割合が高い。幌別地区、鷺別地区では、「技術・ノウハウの蓄積」の割合が高いが、「特に目立った成果はない」が続いている。

図4-3-7 地域別・期待する成果



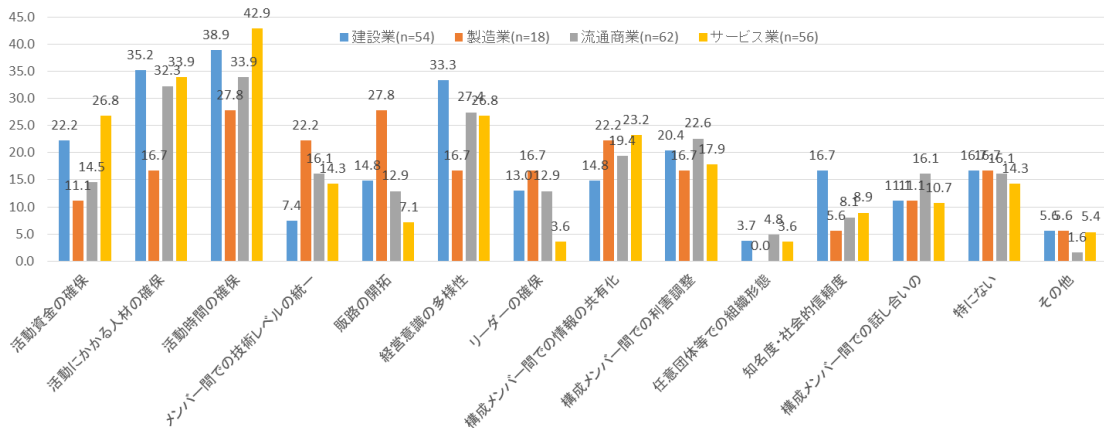
地域別に期待する成果をみると、温泉地区、幌別地区では「技術・ノウハウの蓄積」が高い。登別地区では、「販路の拡大」のほか、「引き合いの増加」、「利益の増加」、「知名度の向上」、「技術・ノウハウの蓄積」の割合が高い。鷺別地区では、「売上の増加」、「販路の拡大」、「技術・ノウハウの蓄積」の割合が相対的に高い。

図4-4-1 連携の課題(n=204)



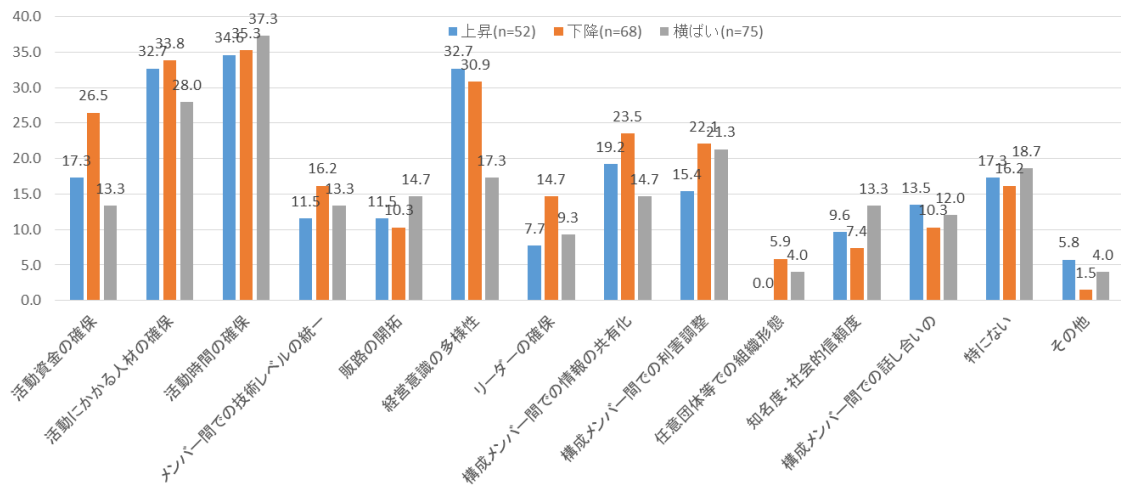
連携の課題については、「活動の時間の確保」が 36.3%、「活動にかかる人材の確保」が 30.4%と割合が高くなっている。時間や人材の面に関する課題があると考えられる。

図4-4-2 業種別・連携の課題



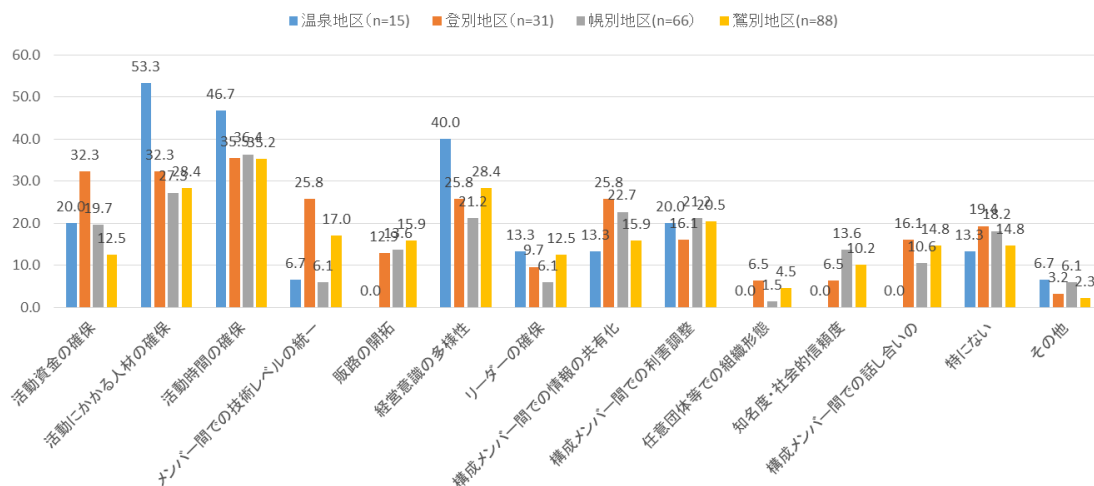
業種別に上位3項目を見てみよう。建設業と流通商業では、「活動時間の確保」、「活動にかかる人材の確保」、「経営意識の多様性」が挙げられている。製造業では、「活動時間の確保」、「販路の開拓」、「メンバー間での技術レベルの統一」、「構成メンバー間での情報の共有化」である。サービス業では、「活動時間の確保」が突出しているほか、「活動にかかる人材の確保」が挙げられている。

図4-4-3 売上動向別・連携の課題



売上動向別に連携の課題をみると、回答割合が高い項目は上昇企業、下降企業ともに同様であり、全体的に下降企業が上昇企業の割合を上回っている。その中で、上昇企業が下降企業を上回っているのは、「販路の開拓」、「経営意識の多様化」、「知名度・社会的信頼度」、「構成メンバー間での話し合いの場」となっている。

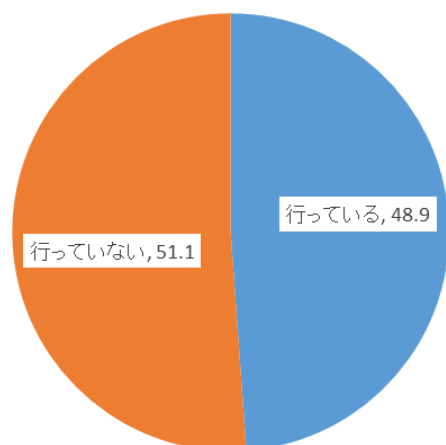
図4-4-4 地域別・連携の課題



地域別にみると、温泉地区では、「活動に関する人材の確保」、「活動時間の確保」、「経営意識の多様性」が挙げられている。登別地区では、「活動資金の確保」、「メンバー間での技術レベルの統一」、「構成メンバー間での情報の共有化」の割合が高い。

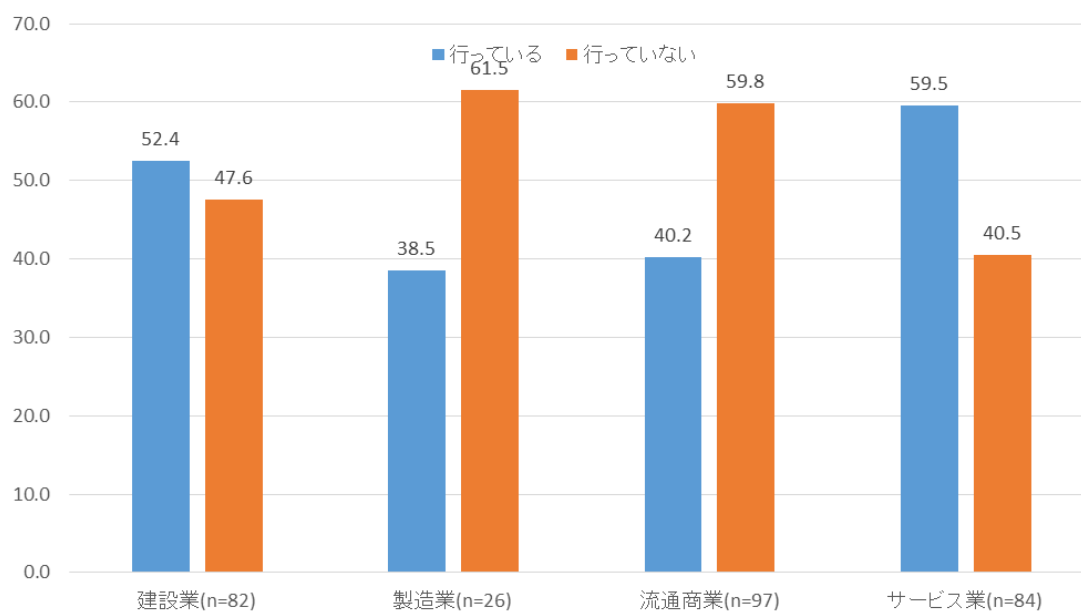
## 5. 人材に関して

図5-1-1 新規採用の有無(n=305)



新規採用に関しては、「行っている」が48.9%、「行っていない」が51.1%とほぼ2分されているが、「行っていない」事業所の割合が、「行っている」割合を上回っていることは注目される。

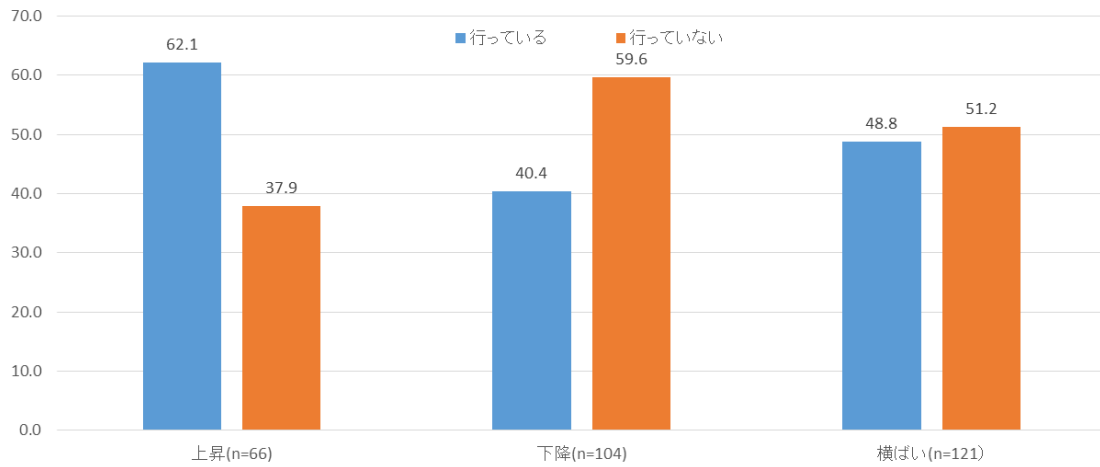
図5-1-2 業種別・新規採用の有無



業種別にみると、建設業とサービス業で新規採用を行っている割合が、行っていない割合を上回っている。他方で、製造業と流通商業では、「行っていない」割合が「行っている」割合を大きく上回っていることが注目される。

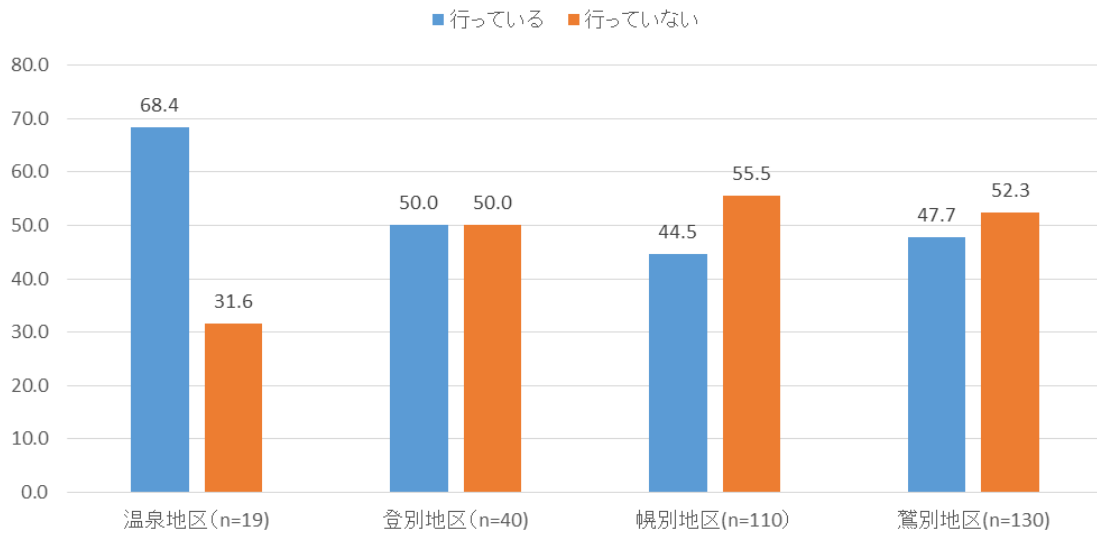


図5-1-3 売上動向別・新規採用の有無



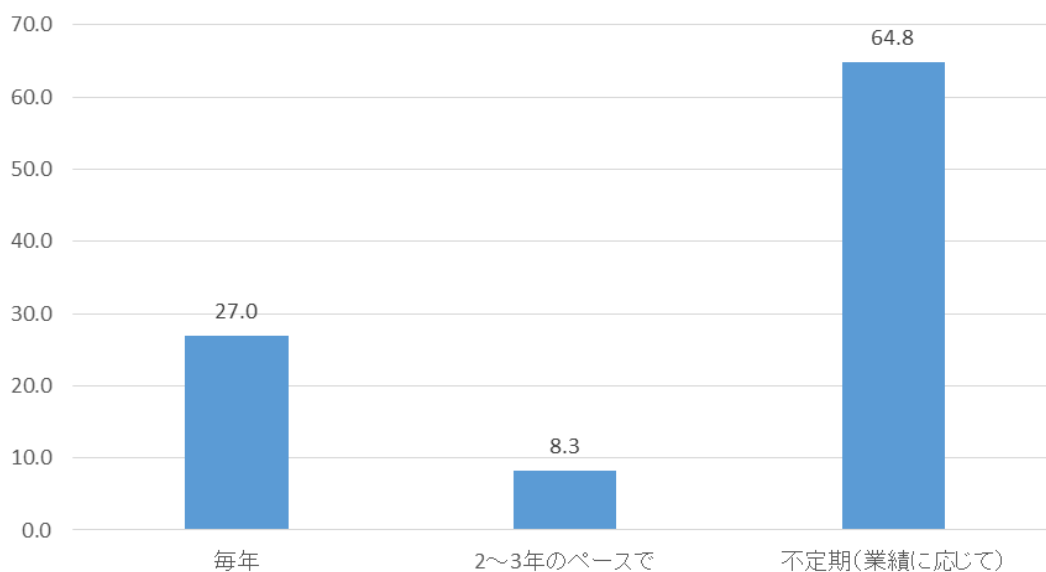
売上動向別にみると、売上上昇企業ほど新規採用を行い、下降企業ほど行っていない傾向にあることが確認出来る。

図5-1-4 地域別・新規採用の有無



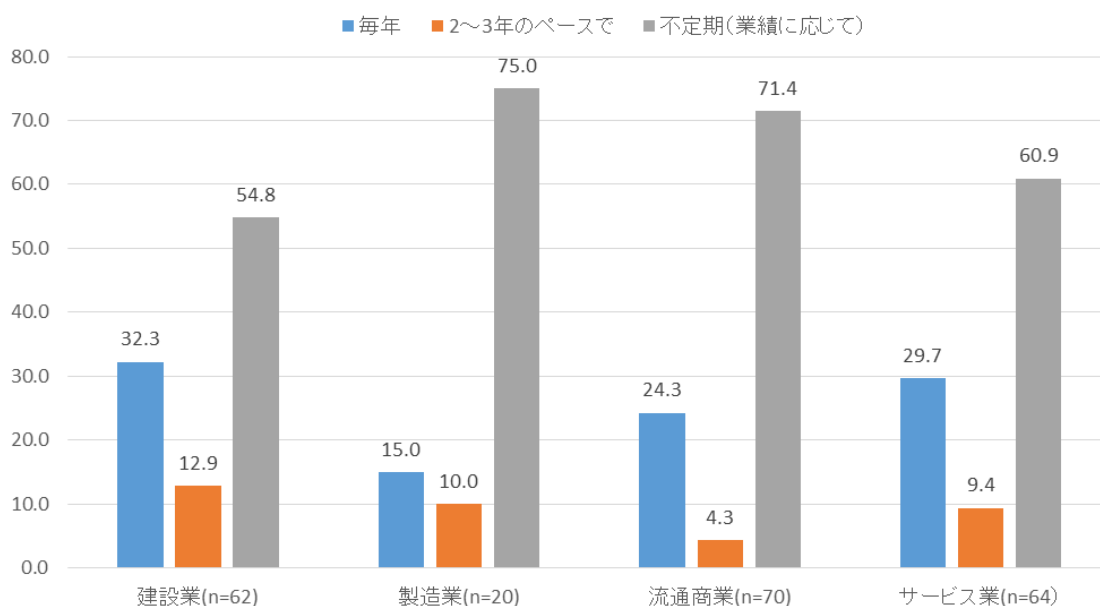
地域別にみると、新規採用活動を行っている割合が高いのは温泉地区である。ただ、それ以外の地域においても半数近くの企業では採用活動を行っている。

図5-2-1 採用活動の頻度(n=230)



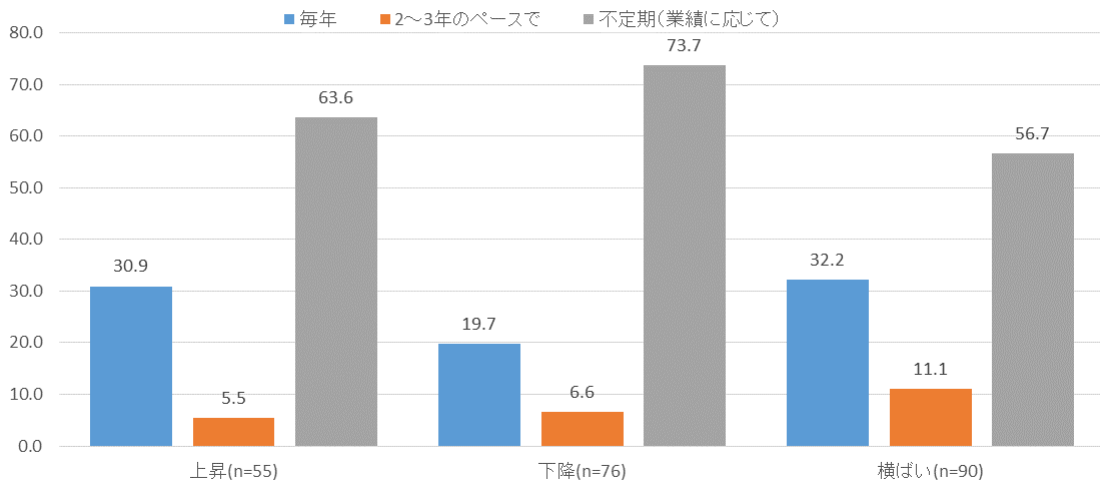
採用活動の頻度は、定期的に行っている企業（毎年、2～3年のペース）よりも、不定期に実施している企業割合が高い。また、毎年採用活動を実施している企業は27.0%である。

図5-2-2 業種別・採用活動の頻度



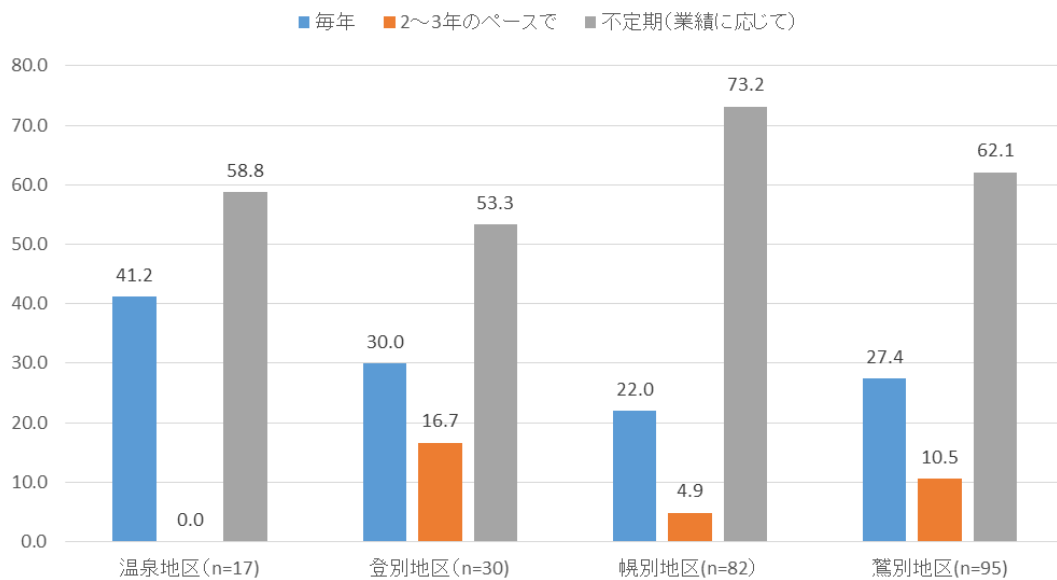
業種別にみると、全業種で「不定期（業績に応じて）」の割合が、選択肢の中では最も割合が高くなっているが、製造業、流通商業では70%を超えている。毎年新規採用を行っている割合が相対的に高いのは、建設業とサービス業であった。両業種とも、人手不足感が高いためであると考えられる。

図5-2-3 売上動向別・採用活動の頻度



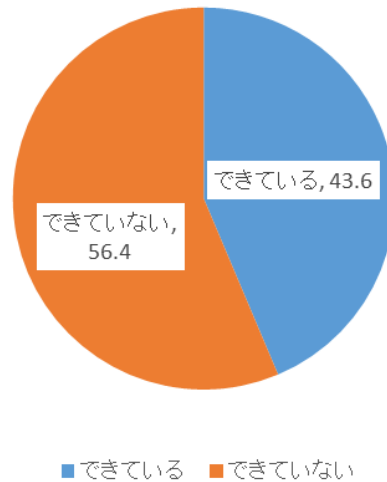
「不定期（業績に応じて）」の割合が最も高くなっているが、売上動向別にみると、売上上昇企業ほど、毎年採用活動を実施し、下降企業ほど業績に応じて不定期に採用活動をしている傾向がある。

図5-2-4 地域別・採用活動の頻度



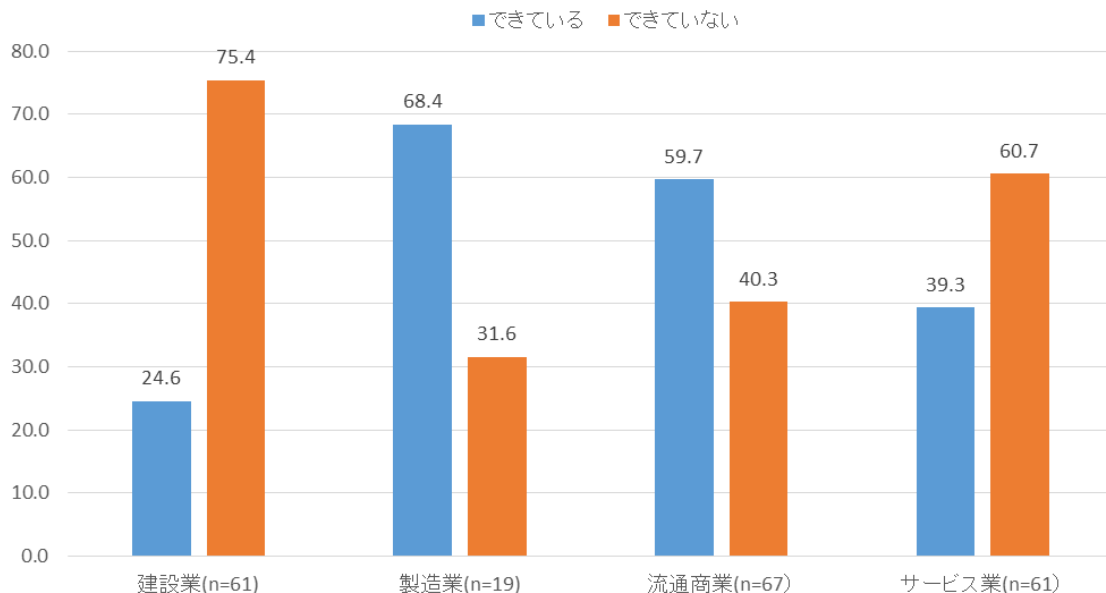
地域別にみると、いずれの地域でも「不定期（業績に応じて）」との回答割合が高い。そのなかで、「毎年」実施している割合が高いのは、「温泉地区」である。

図5-3-1 希望通りの採用ができているか(n=220)



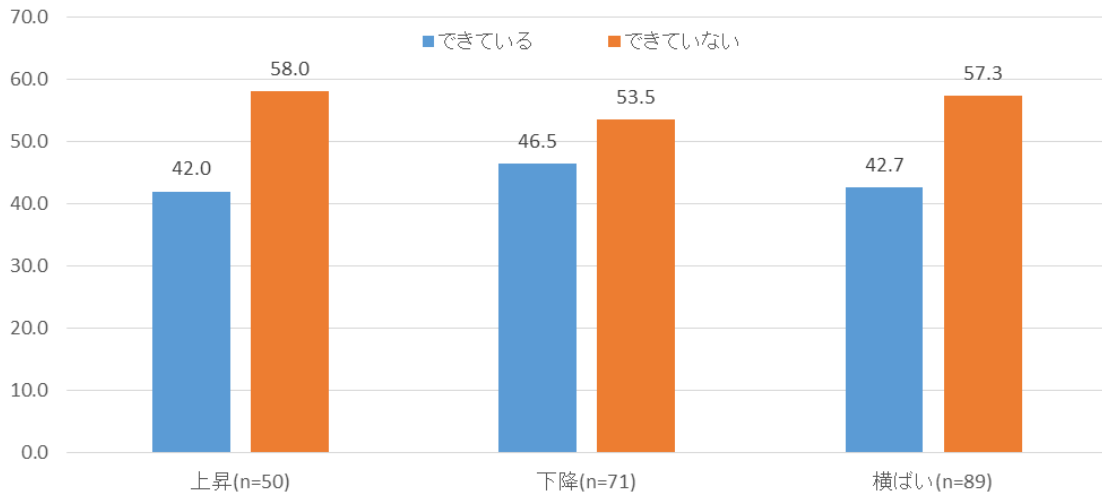
希望通りの採用ができているか否かでは、「できていない」回答割合が「できている」を上回っている。望み通りに採用できていない現状が推察される。

図5-3-2 業種別・希望通りの採用ができているか



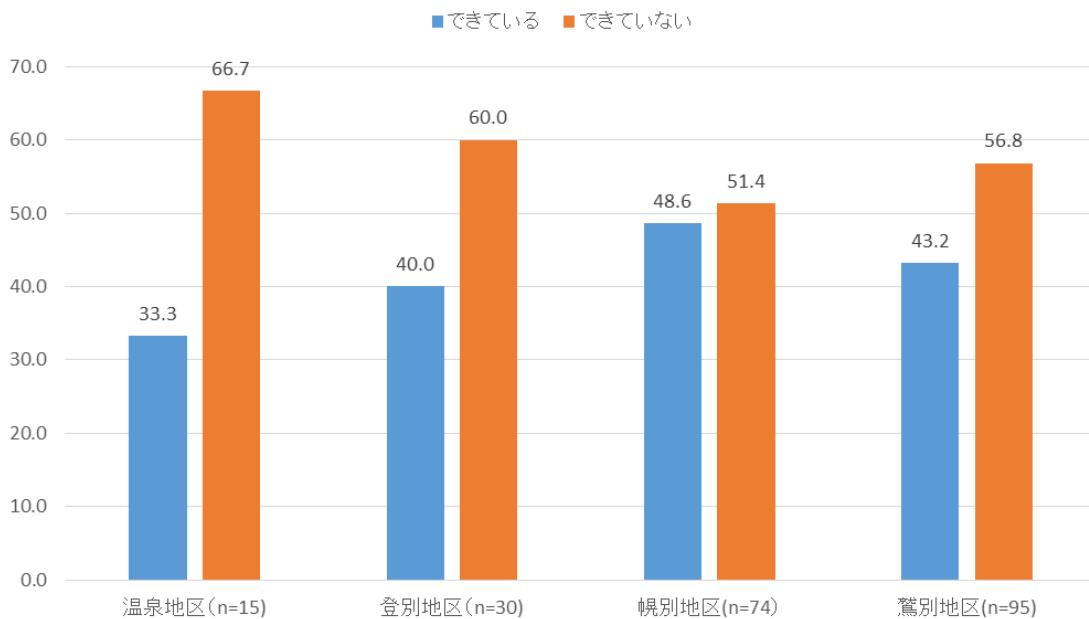
業種別にみると、希望通りの採用ができている割合が相対的に高いのは、製造業と流通商業である。他方で、建設業とサービス業では、「できていない」割合が高い。特に建設業では、「できていない」割合が70%を超えており、採用活動が難しい状況が推察される。

図5-3-3 売上動向別・希望通りの採用ができているか



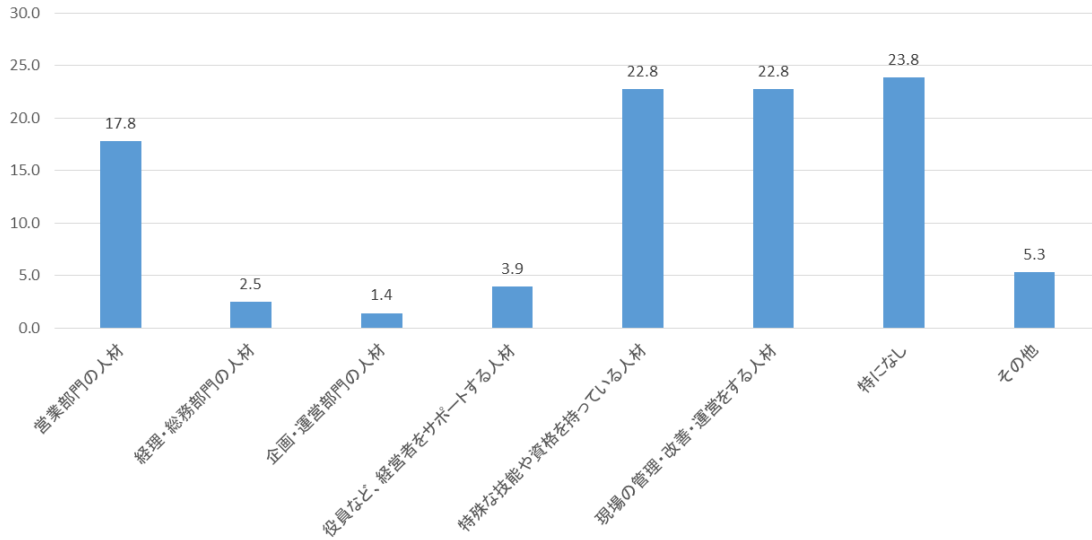
売上動向別では、上昇企業、下降企業ともに「できていない」割合が「できている」を上回っている。そのなかで、わずかではあるが、下降企業のほうが希望通りに採用できている割合が若干高く、上昇企業の方ができていない割合が高い。売上上昇企業の方が、採用希望人数が多いために十分な人材を確保出来ていないことが考えられる。

図5-3-4 地域別・希望通りの採用ができているか



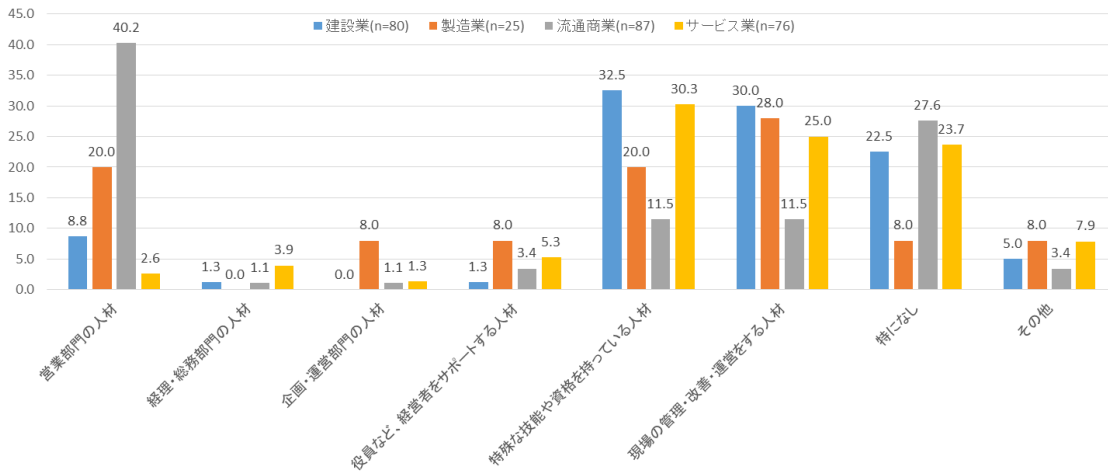
地域別にみると、4地域のいずれも「できていない」と回答している割合が高い。とりわけ、温泉地区と登別地区で顕著である。

図5-4-1 現在最も必要としている人材 (n=281)



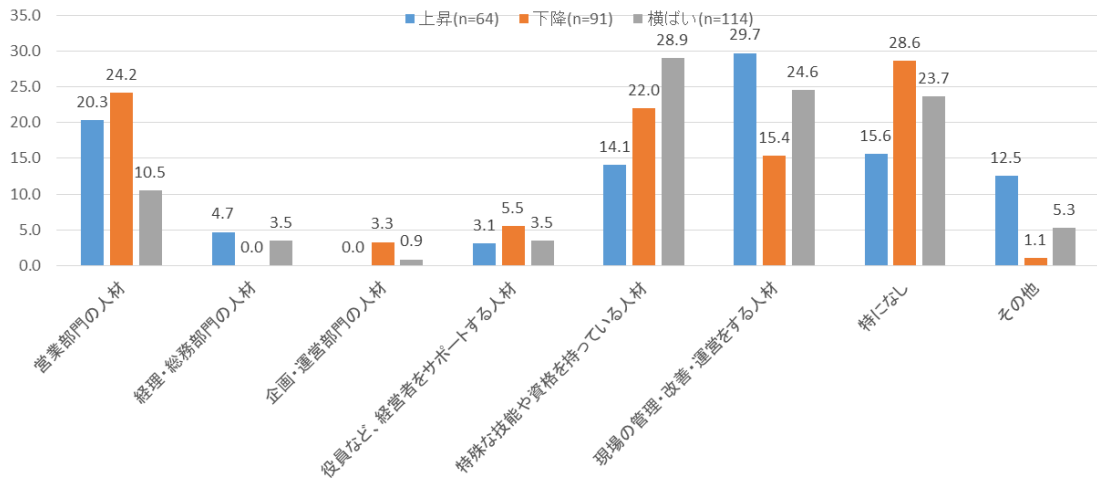
現在最も必要としている人材に関して、「特殊な技能や資格を持っている人材」、「現場の管理・改善・運営をする人材」がともに 22.8%と割合が高くなっている。他方で、「特になし」が 23.8%と他の回答割合を上回っていることにも注目しておく必要がある。

図5-4-2 業種別・現在最も必要としている人材



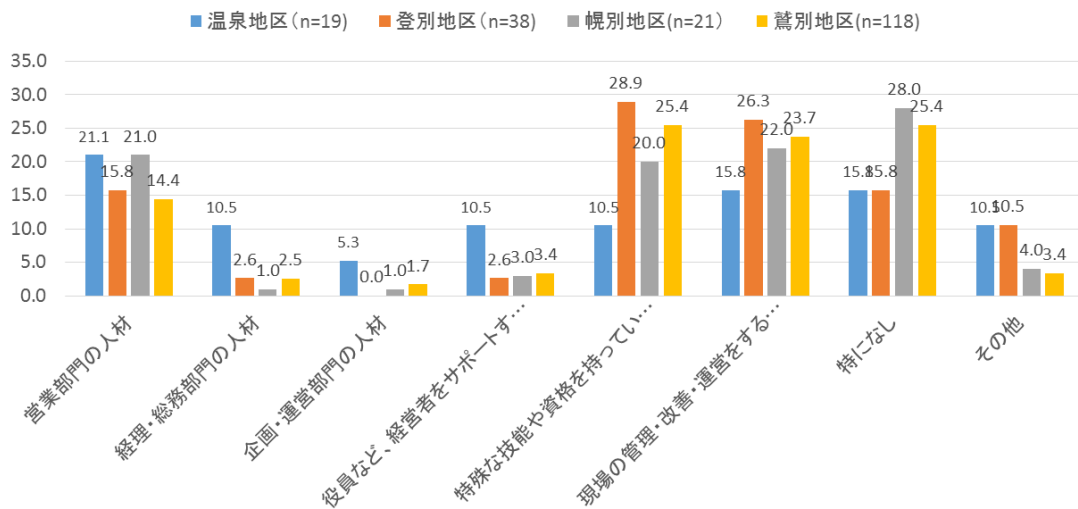
業種別にみると、建設業では、「特殊な技能や資格を持っている人材」(32.5%)、「現場の管理・改善・運営をする人材」(30.0%)の割合が高い。製造業では、「現場の管理・改善・運営をする人材」(28.0%)、「営業部門の人材」、「特殊な技能や資格を持っている人材」(同20.0%)の割合が高い。流通商業では、「営業部門の人材」(40.2%)が突出しており、「特殊な技能や資格を持っている人材」(11.5%)、「現場の管理・改善・運営をする人材」(11.5%)と続いている。サービス業では、「特殊な技能や資格を持っている人材」(30.3%)、「現場の管理・改善・運営をする人材」(25.0%)である。全体的に、「特になし」の割合も製造業を除いて高い。

図5-4-3 売上動向別・現在最も必要としている人材



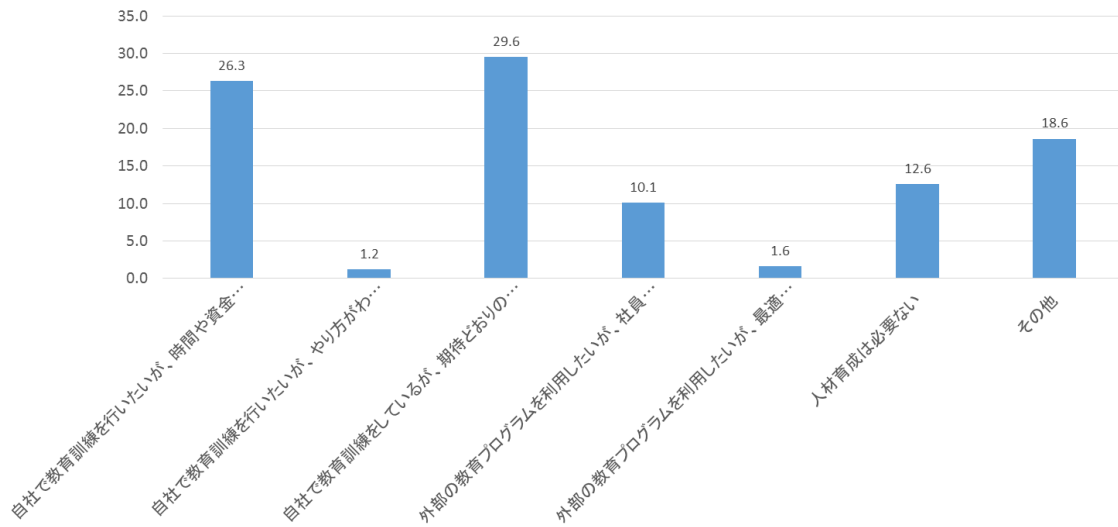
売上動向別にみると、売上上昇企業では、「現場の管理・改善・運営をする人材」が最も高く 29.7%に上る。下降企業では、「特になし」が最も高く28.6%、「営業部門の人材」が24.2%、「特殊な技能や視角を持っている人材」が22.0%である。

図5-4-4 地域別・現在最も必要としている人材



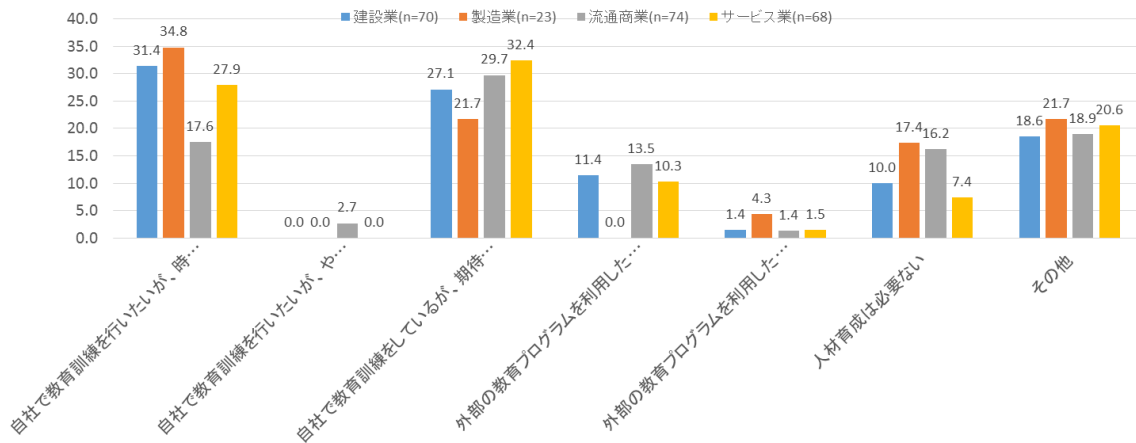
地域別にみると、温泉地区では「営業部門の人材」の割合が最も高い。登別地区では、「特殊な技能や資格を持っている人材」、「現場の管理・改善・運営をする人材」の割合が高い。幌別地区、鷲別地区では、「特になし」の割合が最も高くなっているが、傾向としては登別地区と似ている。他地域に比べ相対的に回答割合が高い項目に注目すると、「経理・総務部門の人材」、「企画・運営部門の人材」、「役員など、経営者をサポートする人材」で温泉地区の割合が高い。

図5-5-1 人材育成での課題(n=247)



人材育成での課題については、「自社で教育訓練をしているが、期待どおりの効果がない」が **29.6%**、「自社で教育訓練を行いたい、時間や資金がない」が **26.3%**と突出している。人材育成に関する施策を検討していくことを視野に入れてみてもよいだろう。

図5-5-2 業種別・人材育成での課題

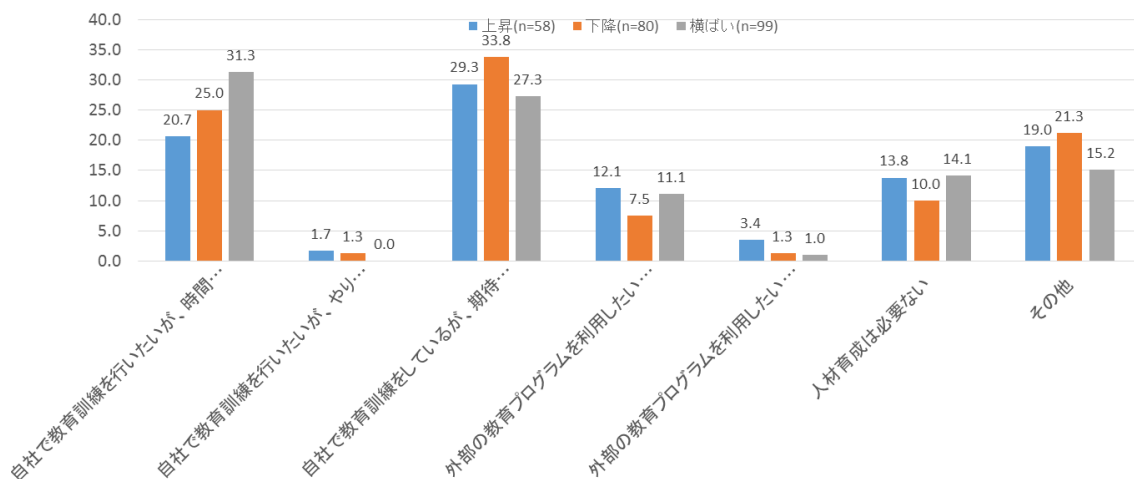


業種別にみると、建設業や製造業では、「自社で教育訓練を行いたい、時間や資金がない」が最も高く、それに「自社で教育訓練をしているが、期待どおりの効果がない」が続いている。流通商業やサービス業では、この項目の順番が逆になっている。回答結果からは、訓練を行いたい、時間やお金の余裕がない場合、すでに取り組んでいるが期待通りの効果が見られない場合、人材育成は必要ないと考えているケースの3つがあると考えら



れる。

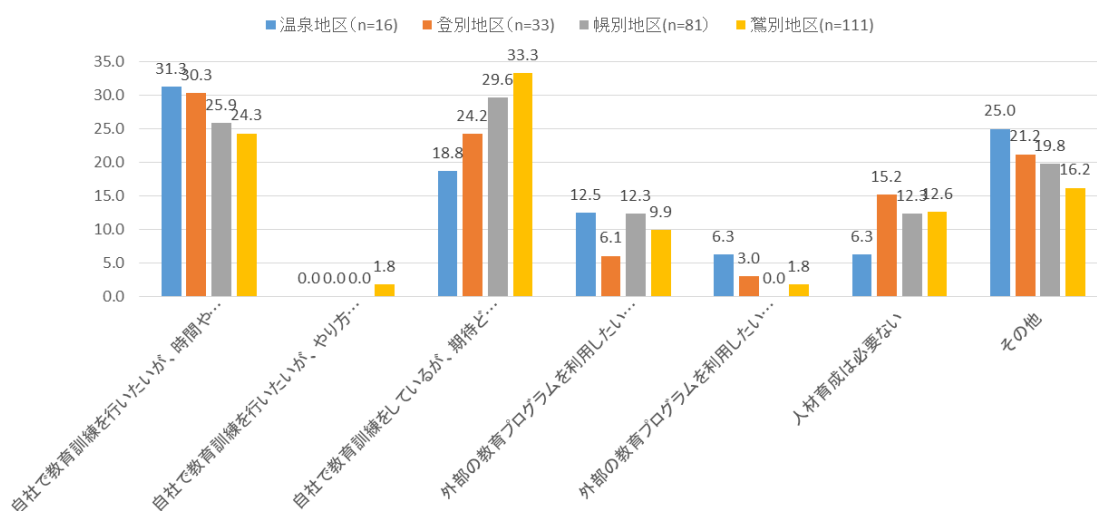
図5-5-3 売上動向別・人材育成での課題



売上動向別にみると、売上上昇企業では、「自社で教育訓練をしているが、期待どおりの効果がない」が29.3%、「自社で教育訓練を行いたい、時間や資金がない」が20.7%で上位2項目となっているが、この点に関しては、下降企業と同様である。また、これらの項目に関しては、下降企業の割合が上昇企業を上回っている。

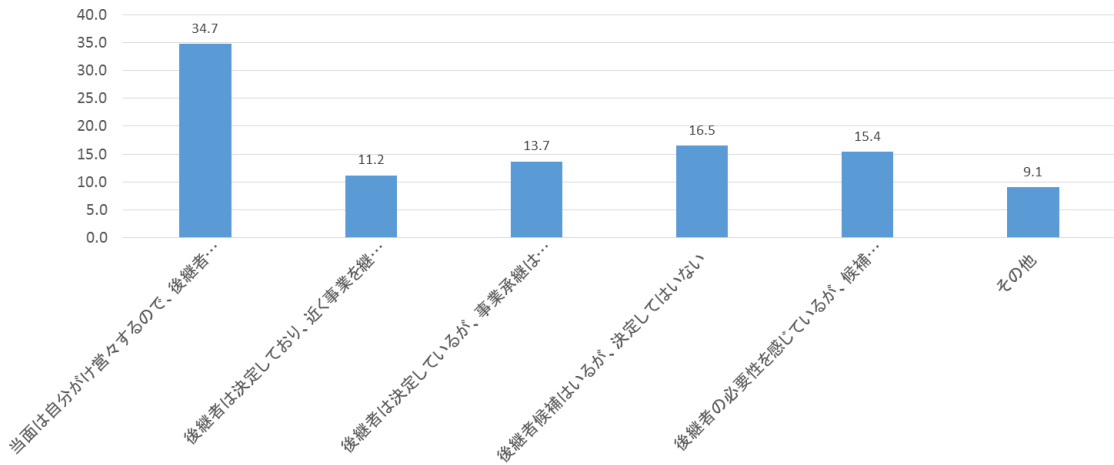
上昇企業が下降企業を上回っている項目は、「外部の教育プログラムを利用したい、社員を派遣する時間や資金がない」、「人材育成は必要ない」である。

図5-5-4 地域別・人材育成での課題



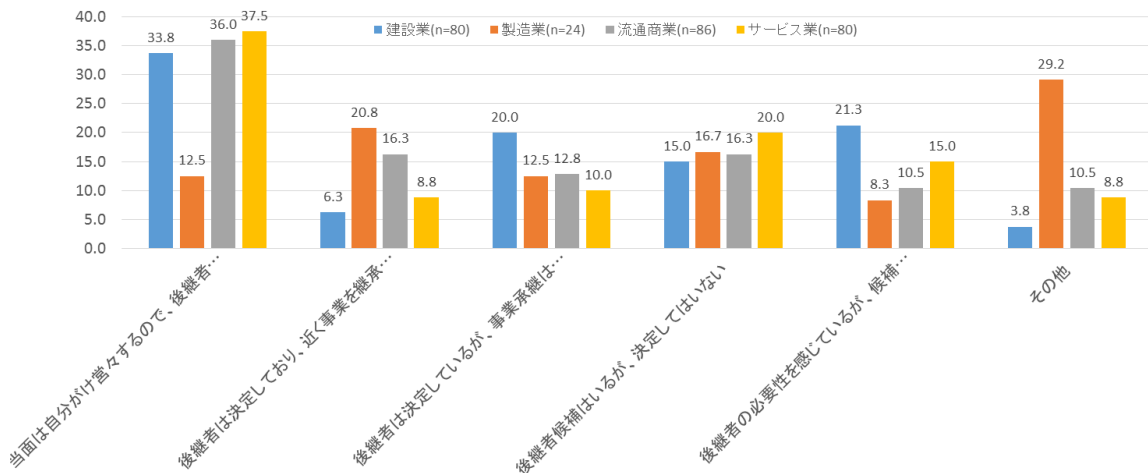
地域別にみると、温泉地区や登別地区では、「自社で教育訓練を行いたい、時間や資金がない」の割合が相対的に高い。他方で、幌別地区や鷺別地区では、「自社で教育訓練をしているが、期待どおりの効果がない」の割合が高い。

図5-6-1 後継者についての考え (n=285)



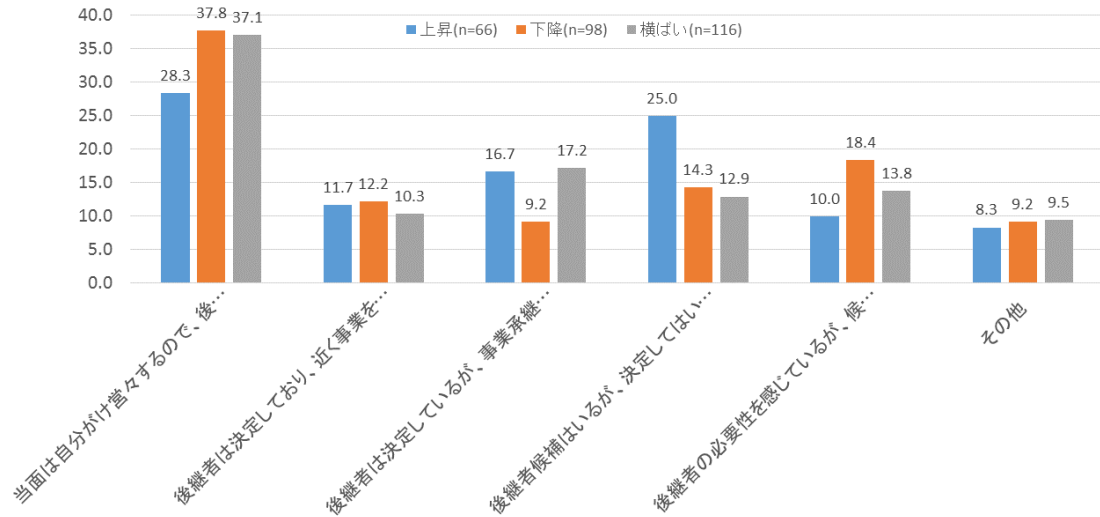
後継者については、「後継者がいる」場合が 60%を上回っている。他方で、「後継者の必要性を感じているが、候補者がいない」は 15.4%であった。

図5-6-2 業種別・後継者についての考え



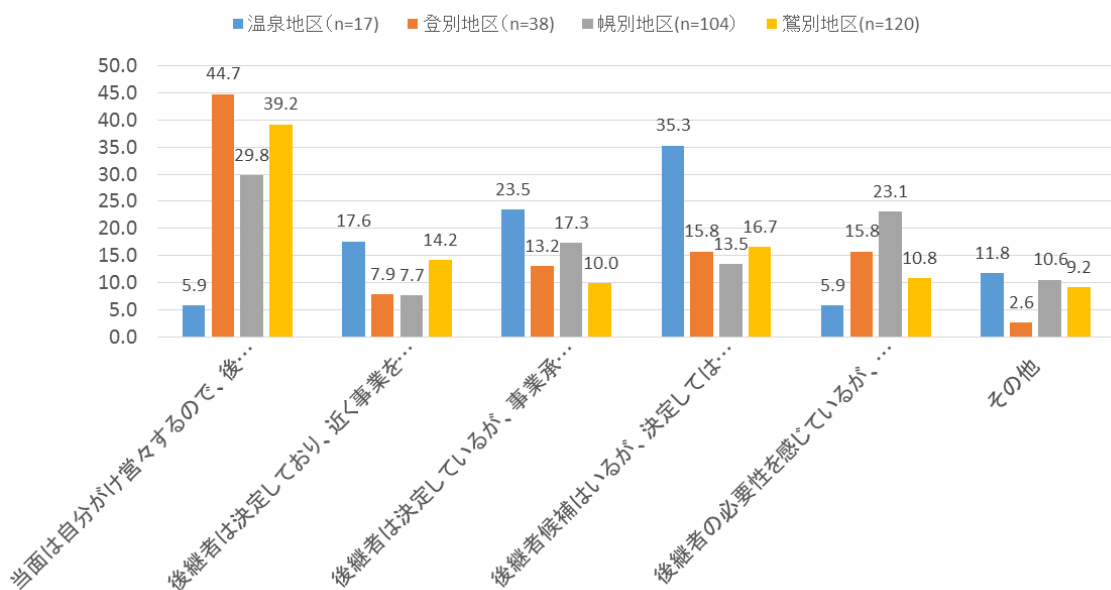
業種別にみると、建設業、流通商業、サービス業で「当面は自分が経営するので、後継者はまだ考えていない」が最も高い。製造業では、「後継者は決定しており、近く事業を継承する予定である」が回答割合が高いものの、「その他」が最も高いことが注目される。また、後継者の候補者がいない場合という回答割合が高いのは、建設業であることも注意しておく必要がある。

図5-6-3 売上動向別 後継者についての考え



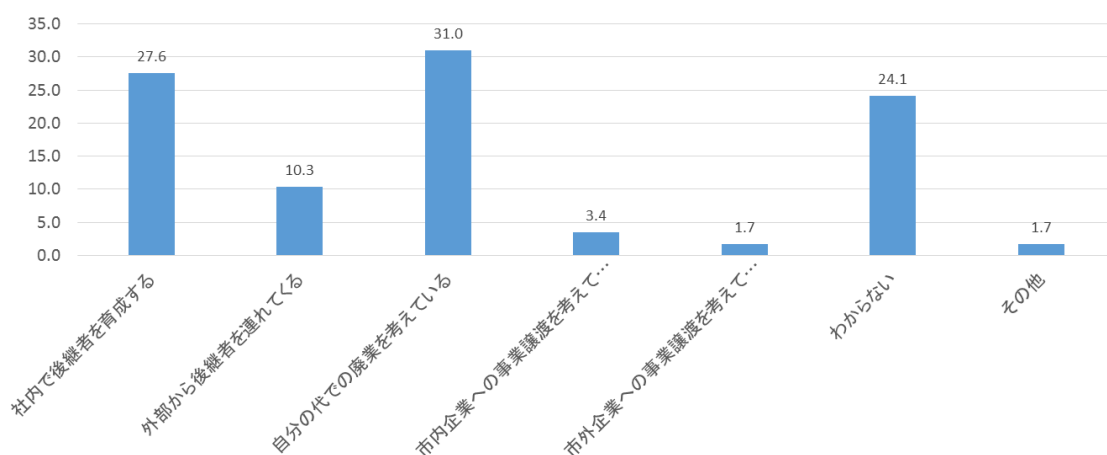
売上動向別にみれば、「当面は自分がけ営々するので、後継者はまだ考えていない」が上昇企業、下降企業ともに最も回答割合が高い。さらに、下降企業の割合が上昇企業を上回っている。他方で、上昇企業が下降企業を上回っているのは、「後継者は決定しているが、事業承継はまだ先である」、「後継者候補はいるが、決定してはいない」であり、後継者ないしは後継者候補はいることを示している。しかし、下降企業では、「後継者の必要性を感じているが、候補者がいない」割合が高くなっている。

図5-6-4 地域別・後継者についての考え



地域別にみると、温泉地区では、「後継者は決定しており、近く事業を継承する予定である」、「後継者は決定しているが、事業承継はまだ先である」、「後継者候補はいるが、決定してはいない」の割合が他地域に比べて高い。温泉地区は、代表者の年齢が他地域に比べ高いことから、事業承継が視野に入ってきているものと考えられる。また、登別地区と幌別地区では、「後継者の必要性を感じているが、候補者がいない」の割合が相対的に高くなっていることが懸念される。

図5-7-1 後継者の候補者がいない場合の対応 (n=58)



後継者がいない場合の対応として注目されるのが、「自分の代で廃業する」(31.0%)、「わからない」(24.1%)とこの2項目で50%を上回っていることである。

業種別・後継者の候補者がいない場合

	合計	社内で後継者を育成する	外部から後継者を連れてくる	自分の代での廃業を考えている	市内企業への事業譲渡を考えている	市外企業への事業譲渡を考えている	わからない	その他
全体	58 100.0	16 27.6	6 10.3	18 31.0	2 3.4	1 1.7	14 24.1	1 1.7
建設業	19 100.0	3 15.8	2 10.5	8 42.1	1 5.3	0 0.0	5 26.3	0 0.0
製造業	3 100.0	1 33.3	0 0.0	1 33.3	0 0.0	0 0.0	1 33.3	0 0.0
流通商業	17 100.0	7 41.2	1 5.9	4 23.5	0 0.0	0 0.0	4 23.5	1 5.9
サービス業	14 100.0	4 28.6	3 21.4	2 14.3	1 7.1	0 0.0	4 28.6	0 0.0

業種別にみると、建設業では、「自分の代で廃業を考えている」が8社(42.1%)あるほか、「わからない」も5社(26.3%)回答している。他方で、流通商業では、「自分の代で廃業を考えている」、「わからない」の回答が計8社あるが、「社内で後継者を育成する」と回答

した企業も7社（41.2%）存在している。

売上高動向別・後継者の候補者がいない場合

	合計	社内で後継者を育成する	外部から後継者を連れてくる	自分の代での廃業を考えている	市内企業への事業譲渡を考えている	市外企業への事業譲渡を考えている	わからない	その他
全体	58 100.0	16 27.6	6 10.3	18 31.0	2 3.4	1 1.7	14 24.1	1 1.7
上昇	9 100.0	6 66.7	0 0.0	1 11.1	0 0.0	0 0.0	2 22.2	0 0.0
下降	22 100.0	1 4.5	2 9.1	13 59.1	0 0.0	1 4.5	5 22.7	0 0.0
横ばい	24 100.0	8 33.3	4 16.7	3 12.5	1 4.2	0 0.0	7 29.2	1 4.2

売上動向別にみると、売上下降企業の59.1%（13社）が自分の代で廃業を考えているという状況である。

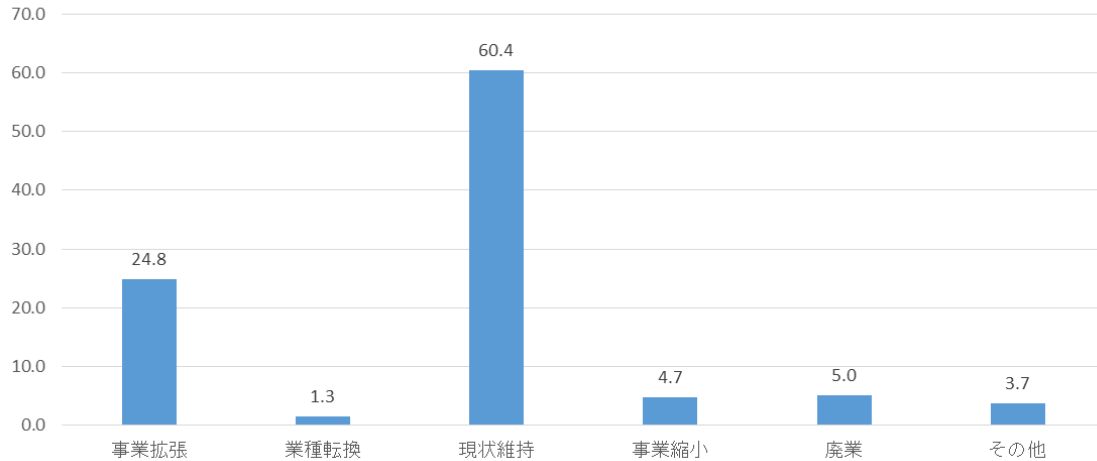
地域別・後継者の候補者がいない場合

	合計	社内で後継者を育成する	外部から後継者を連れてくる	自分の代での廃業を考えている	市内企業への事業譲渡を考えている	市外企業への事業譲渡を考えている	わからない	その他
全体	58 100.0	16 27.6	6 10.3	18 31.0	2 3.4	1 1.7	14 24.1	1 1.7
温泉地区	3 100.0	2 66.7	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 33.3
登別地区	8 100.0	4 50.0	0 0.0	2 25.0	0 0.0	0 0.0	2 25.0	0 0.0
幌別地区	30 100.0	6 20.0	4 13.3	11 36.7	0 0.0	0 0.0	9 30.0	0 0.0
鷺別地区	16 100.0	4 25.0	2 12.5	5 31.3	2 12.5	0 0.0	3 18.8	0 0.0

地域別にみると、幌別地区の11社（36.7%）、鷺別地区の5社（31.3%）が「自分の代で廃業を考えている」と回答している。登別市の中心市街地である幌別、鷺別の衰退に拍車をかけることになる可能性がある。

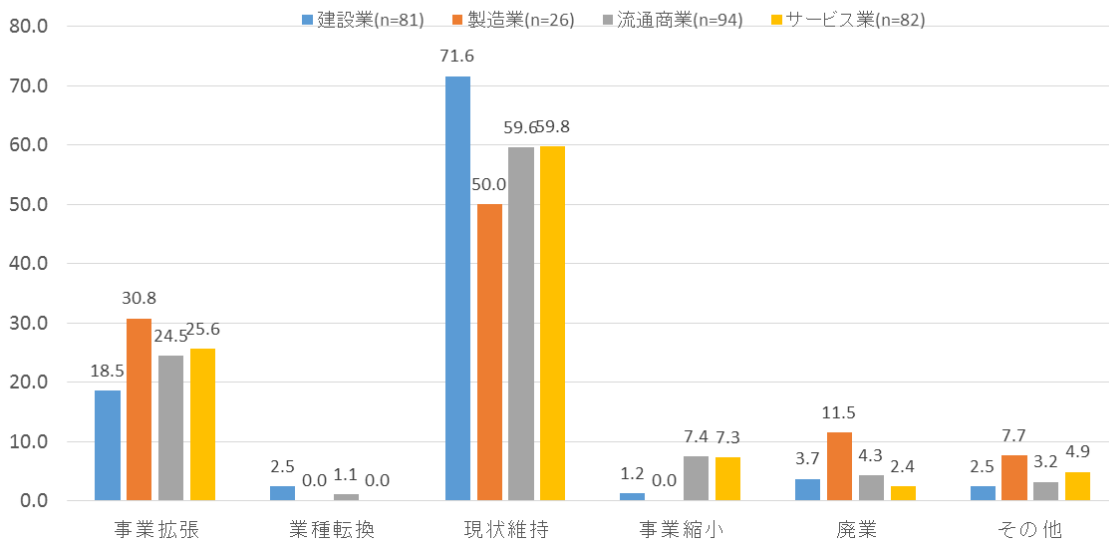
## 6. 今後の経営について

図6-1-1 今後5年間の事業展開について(n=258)



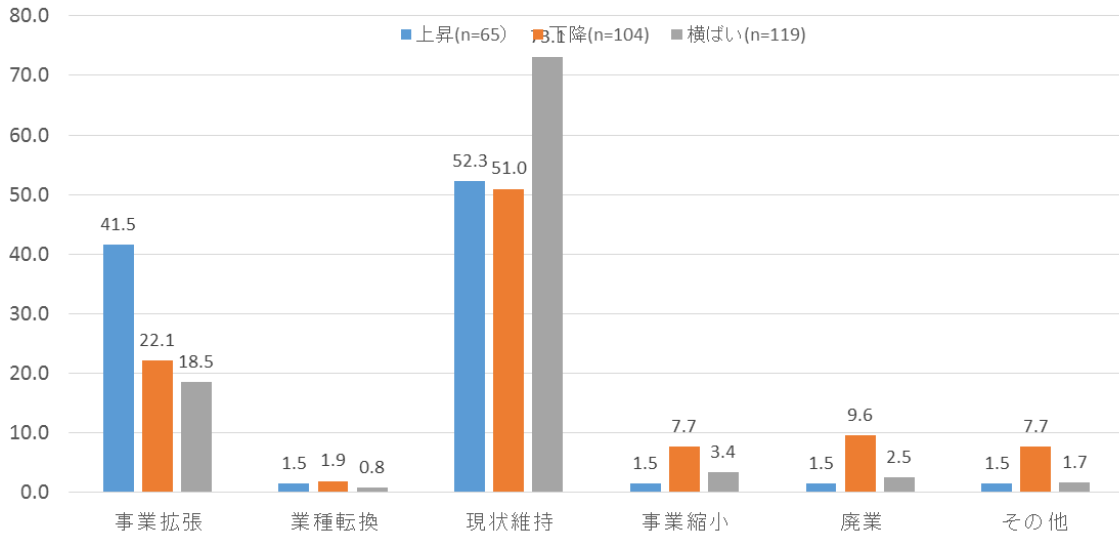
今後5年間の事業展開については、「現状維持」が大半であるが、「事業拡張」が24.8%存在していることが注目される。

図6-1-2 業種別 今後5年の事業展開について



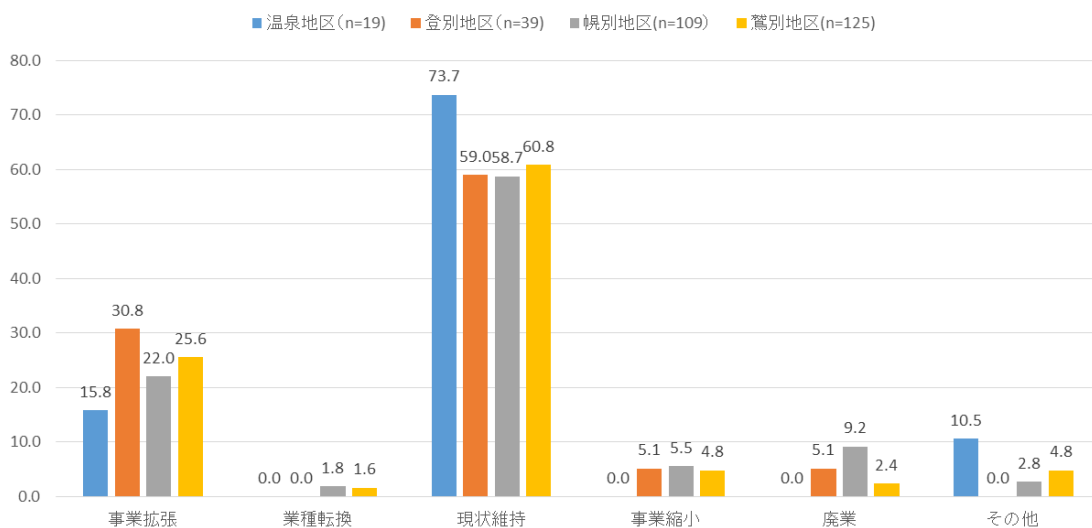
業種別では、建設業で「現状維持」割合が最も高く出ている。また、「事業拡張」に関しては、製造業での回答が相対的に高く出ているが、「廃業」、「その他」に関しても製造業で割合が高くなっている。

図6-1-3 売上動向別 今後5年間の事業展開について



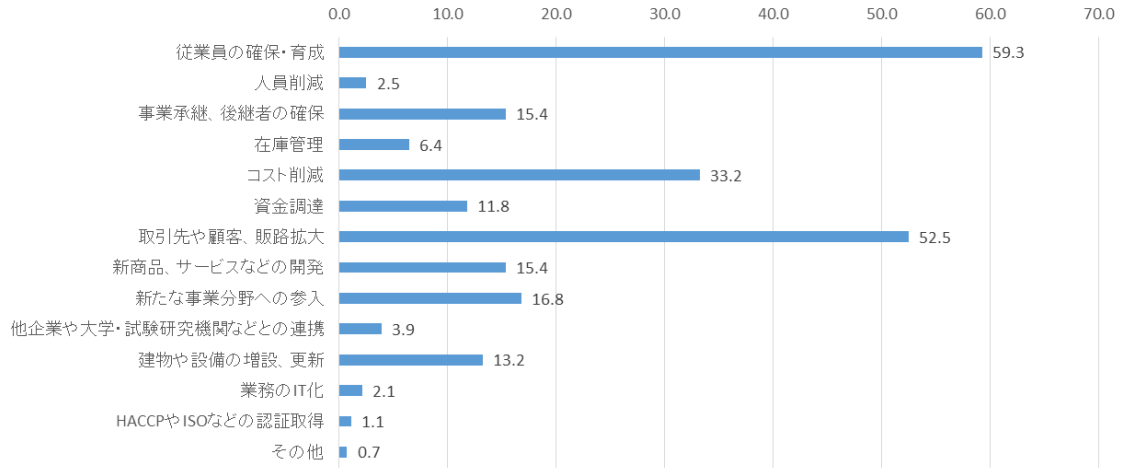
売上動向別にみると、全体的に「現状維持」の割合が最も高いなかで、売上上昇企業では「事業拡張」の割合が41.5%と高く、売上下降企業の割合を大きく上回っている。他方で、売上下降企業では、「事業縮小」、「廃業」、「その他」の割合が高まっている。

図6-1-4 地域別 今後5年間の事業展開について



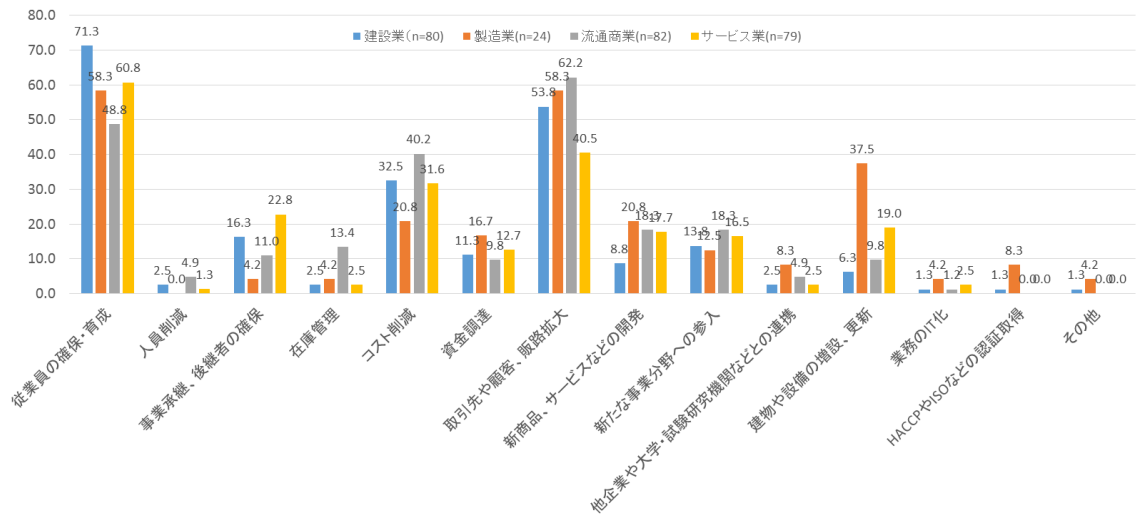
地域別にみると、いずれの地域でも「現状維持」の割合が高い。その中で、登別地区では「事業拡張」意欲がある事業所が相対的に多い。また、幌別地区では、「廃業」の割合が他地域に比べて高いことが分かる。

図6-2-1 今後取り組みたいこと(n=280)



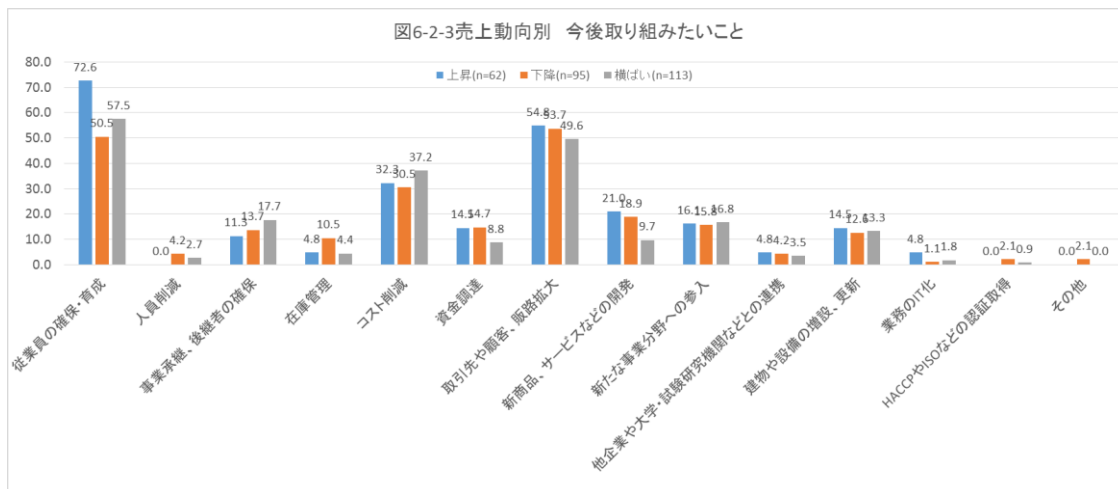
今後取り組みたいことでは、「従業員の確保・育成」が **59.3%**と他項目を比べてもその割合は高い。次いで、「取引先や顧客、販路拡大」が続いている。

図6-2-2 業種別・今後取り組みたいこと

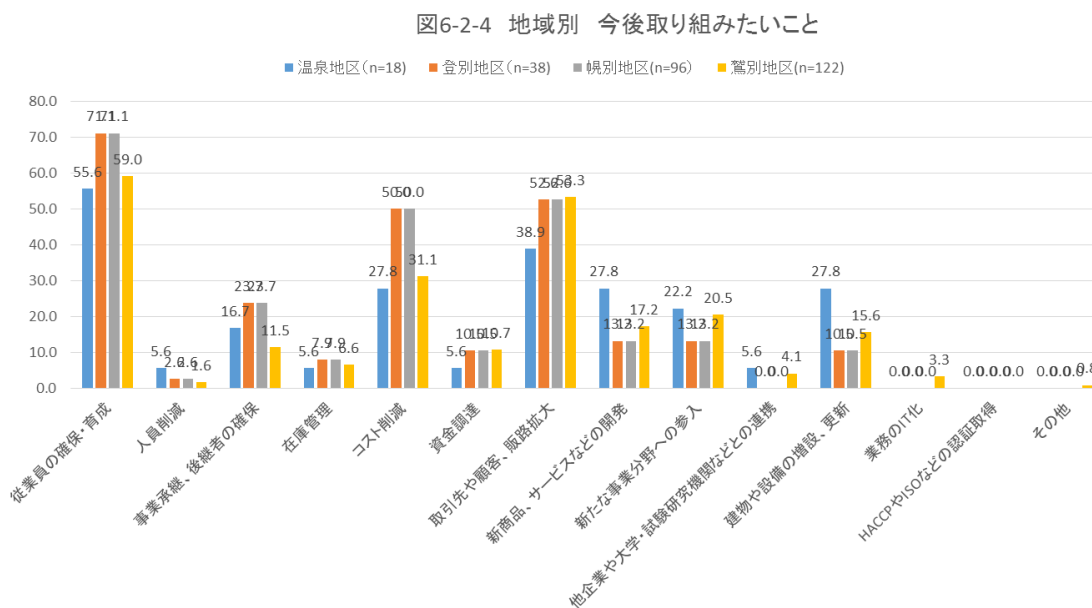


業種別にみると、建設業では「従業員の確保・育成」が **71.3%**と他業種に比べ高い。製造業では、「建物や設備の増設・更新」が **37.5%**と抜きんでている。流通商業では、「取引先や顧客、販路拡大」が **62.2%**、「コスト削減」が **40.2%**と相対的に回答割合が高い。サービス業では、「従業員の確保・育成」が **60.8%**、「事業承継、後継者の確保」**22.8%**と人に関する項目の回答割合が高いことが特徴である。





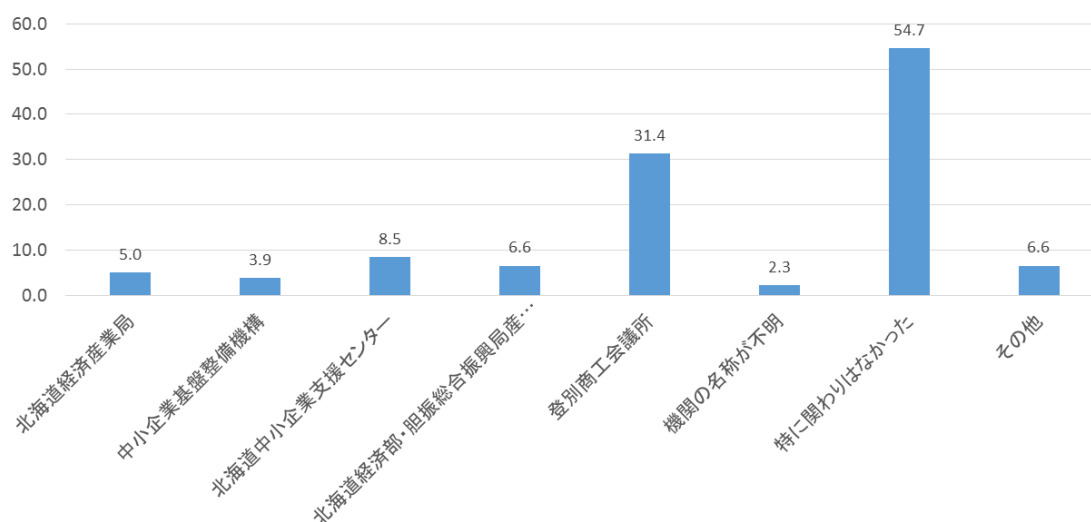
売上動向別にみると、全体で「従業員の確保・育成」の割合が高いが、とりわけ売上上昇企業で明らかである。



地域別にみると、回答割合が高かった上位3項目は、温泉地区では「従業員の確保・育成」、「取引先や顧客、販路拡大」、同率で「コスト削減」、「新商品、サービスなどの開発」、「建物や設備の増設、更新」が挙げられている。登別地区、幌別地区、鷺別地区では、「従業員の確保・育成」、「取引先や顧客、販路拡大」、「コスト削減」である。回答項目はほぼ同じであるが、回答割合が地域によって異なっている。

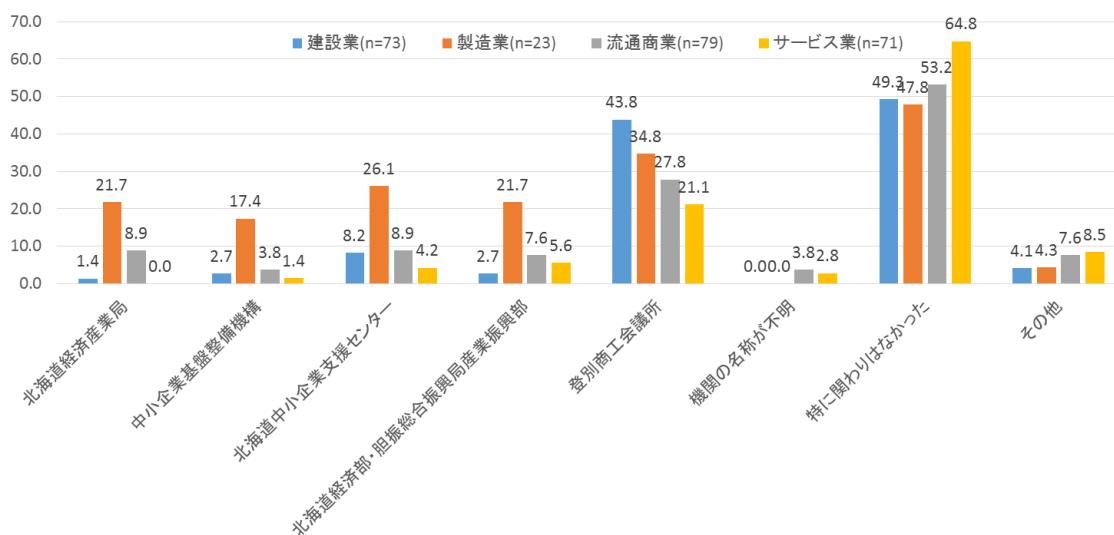
## 7. 支援策の利用状況について

図7-1-1 関わりのあった支援機関(n=258)



関わりのあった支援機関では、過半数が「特に関わりはなかった」という回答結果である。関わりのあった支援機関では、「登別商工会議所」が 31.4%と突出している。

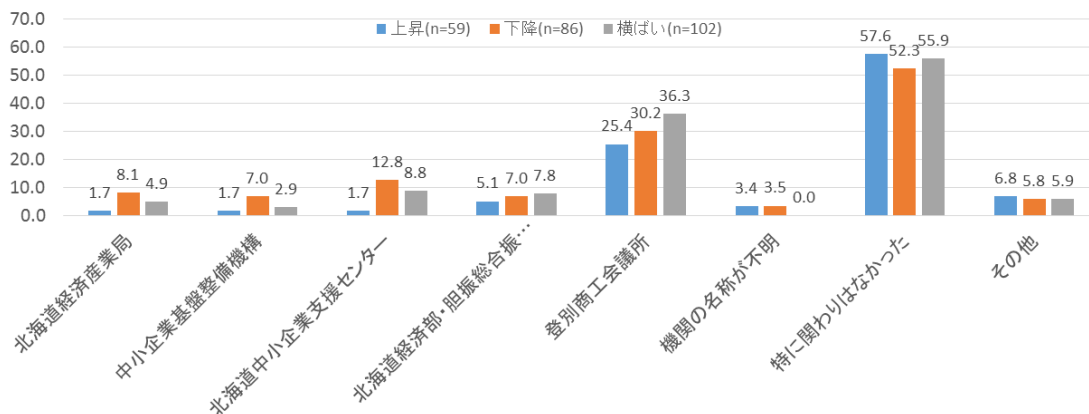
図7-1-2 業種別 関わりのあった支援機関



業種別にみると、製造業では、登別商工会議所のほか、北海道経済産業局、中小企業基盤整備機構、北海道中小企業支援センター、北海道経済部・胆振総合振興局産業振興部など、多様な機関との関わりがあることが分かる。建設業は登別商工会議所との関わりが中心であり、流通商業、サービス業は「特に関わりがなかった」との回答割合が高くなっている。業種によって、支援機関、支援プランで使いやすい、使いづらい、あるいは情報が

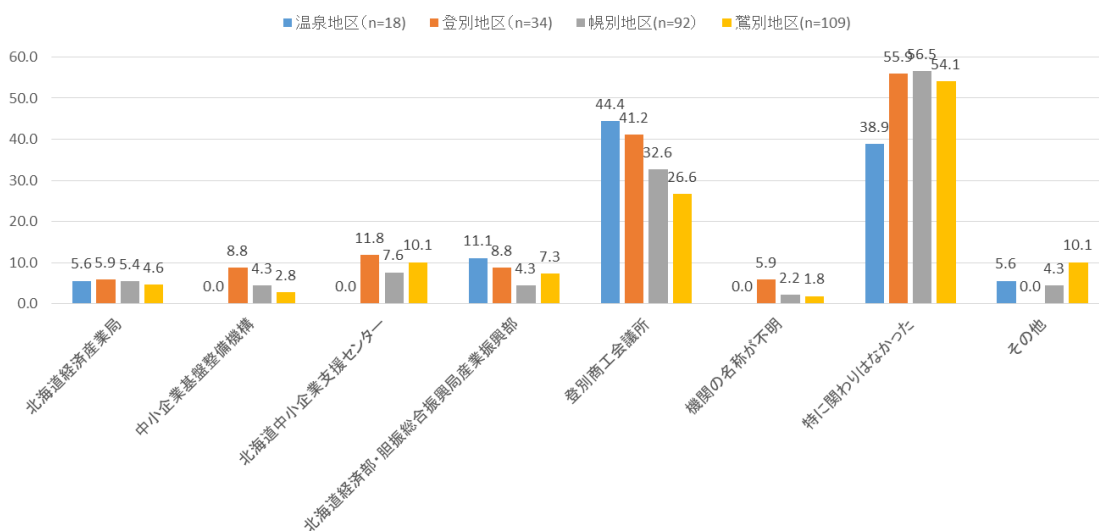
ある、ないという二極化が存在しているのかもしれない。

図7-1-3 売上動向別・関わりのあった支援機関



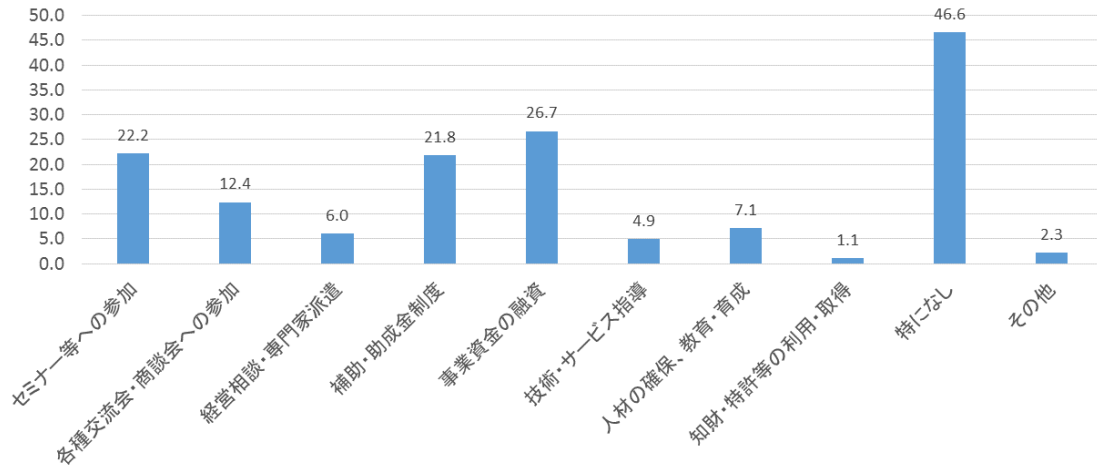
売上動向別にみると、売上上昇企業では「特に関わりがなかった」が57.6%で最も高く、次いで、「登別商工会議所」25.4%となっている。売上下降企業においても、上位の2項目は同様である。他方で、売上下降企業の方で、「北海道経済産業局」、「中小企業基盤整備機構」、「北海道中小企業支援センター」の割合が上昇企業を上回っている。

図7-1-4 地域別・関わりのあった支援機関



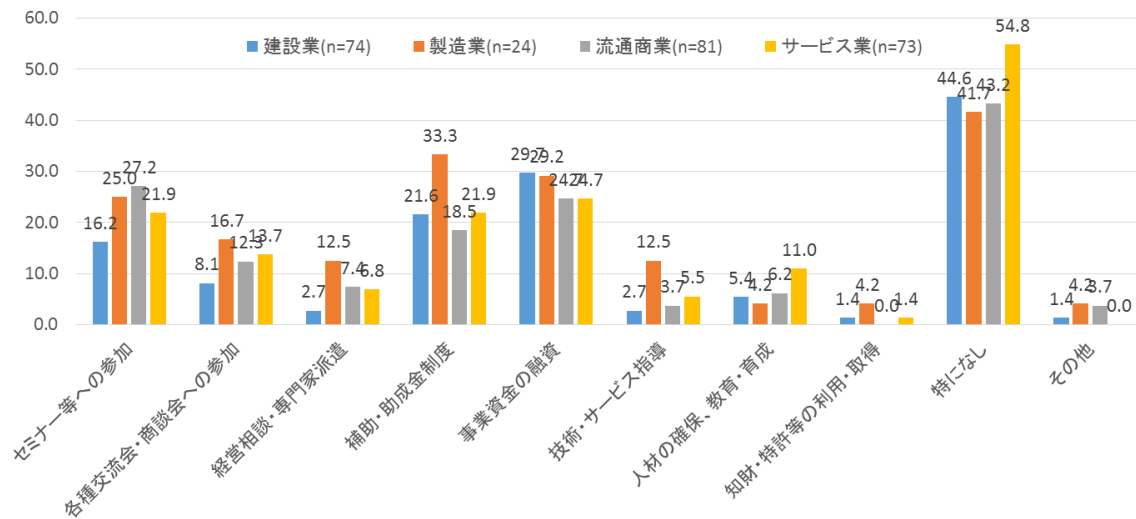
地域別にみると、「特に関わりがなかった」と回答している割合がどの地域においても高い。実際に関わりがあったところでは、「登別商工会議所」が最も回答割合が高いが、なかでも温泉地区の割合が高い。

図7-2-1 これまでに利用したことのある支援策(n=266)



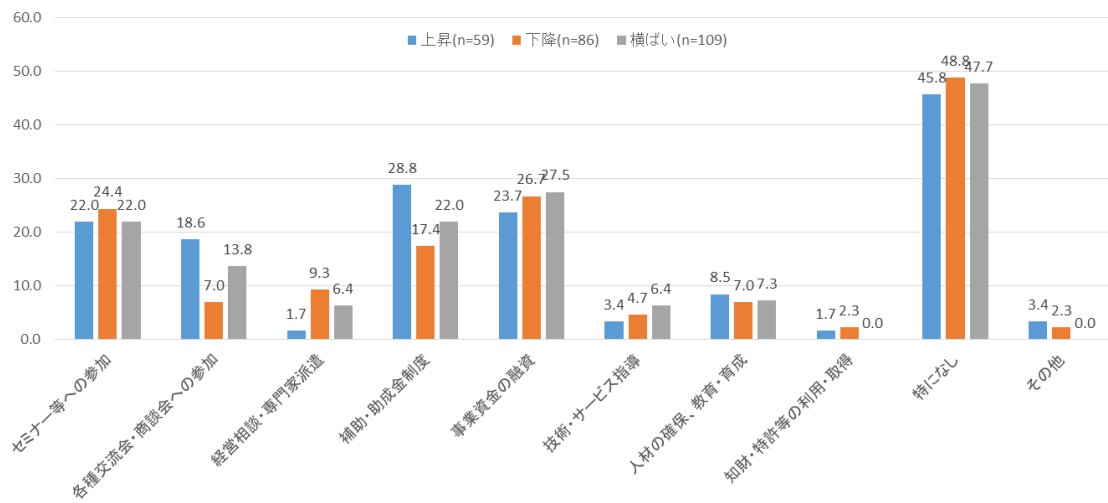
これまでに利用したことのある支援策では、「特になし」が46.6%であるが、「事業資金の融資」、「補助・助成金制度」といった資金面に関する項目の割合が高い。

図7-2-2 業種別・これまでに利用したことのある支援策



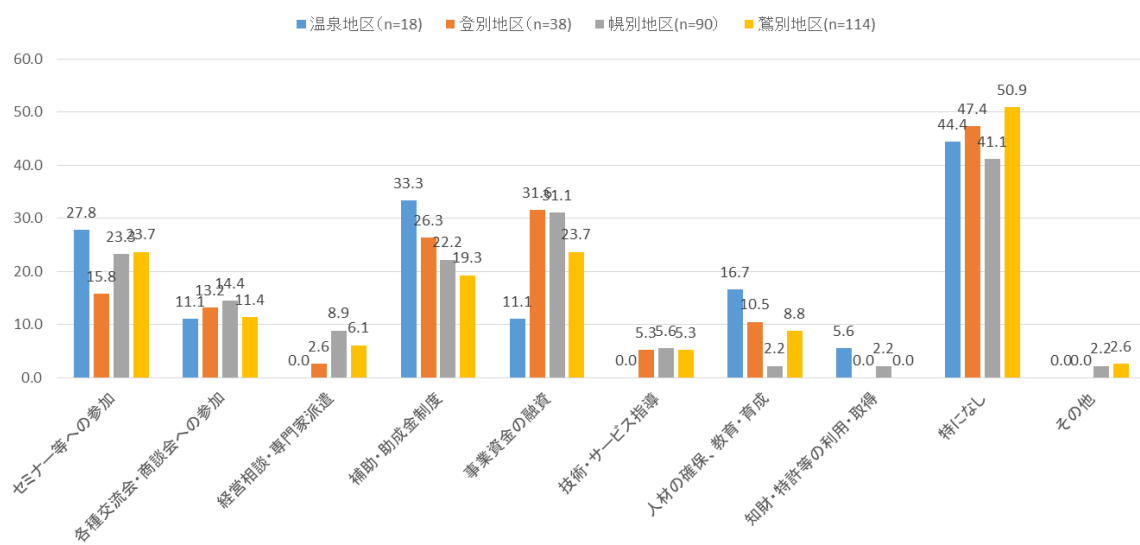
業種別にみると、建設業では「事業資金の融資」(29.7%)の割合が高い。製造業では、「セミナー等への参加」(22.2%)、「各種交流会・商談会への参加」(16.7%)、「経営相談・専門家派遣」(12.5%)、「補助・助成金制度」(33.3%)、「事業資金の融資」(29.2%)、「技術・サービス指導」(12.5%)の割合が高い。流通商業では、「セミナー等への参加」(27.2%)、「事業資金の融資」(24.2%)の割合が高い。サービス業は、「特になし」が際立っている。

図7-2-3 売上動向別・これまでに利用したことがある支援策



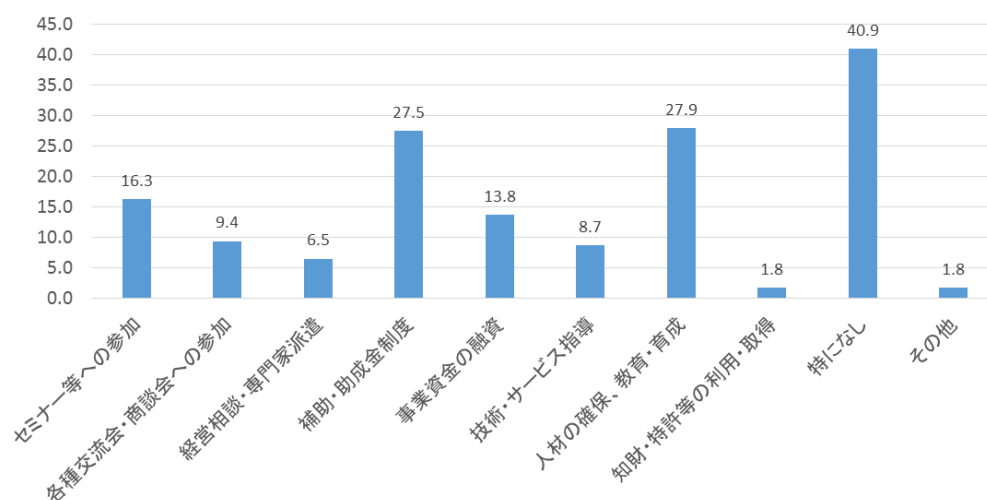
売上動向別にみると、「補助・助成金制度」、「各種交流会・商談会への参加」の回答割合が、下降企業を上回っている。

図7-2-4 地域別・これまでに利用したことがある支援策



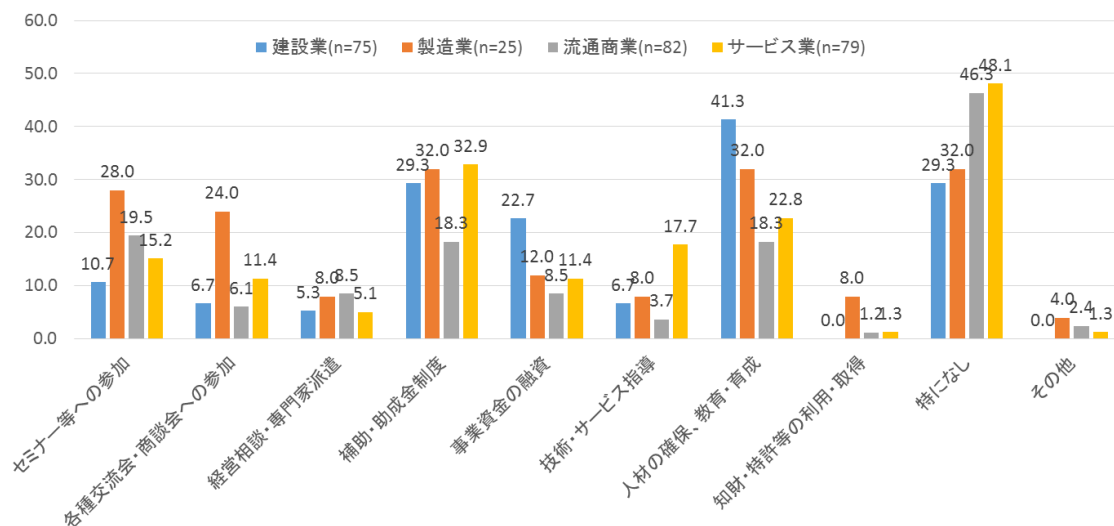
いずれの地域においても、「特になし」の割合が最も高くなっている。それ以外では、温泉地区では、「補助・助成金制度」、「セミナー等への参加」、「人材の確保、教育・育成」が上位3項目である。登別地区、幌別地区、鷺別地区では、順位は異なるが「事業資金の融資」、「補助・助成金制度」、「セミナー等への参加」である。

図7-3-1 今後利用してみたい支援策 (n=276)



今後利用してみたい支援策では、「特になし」が 40.9%にも上っているが、それ以外の項目では、「人材の確保、教育・育成」、「補助・助成金制度」が続いている。人材不足が実感として高まっていることがうかがえる。

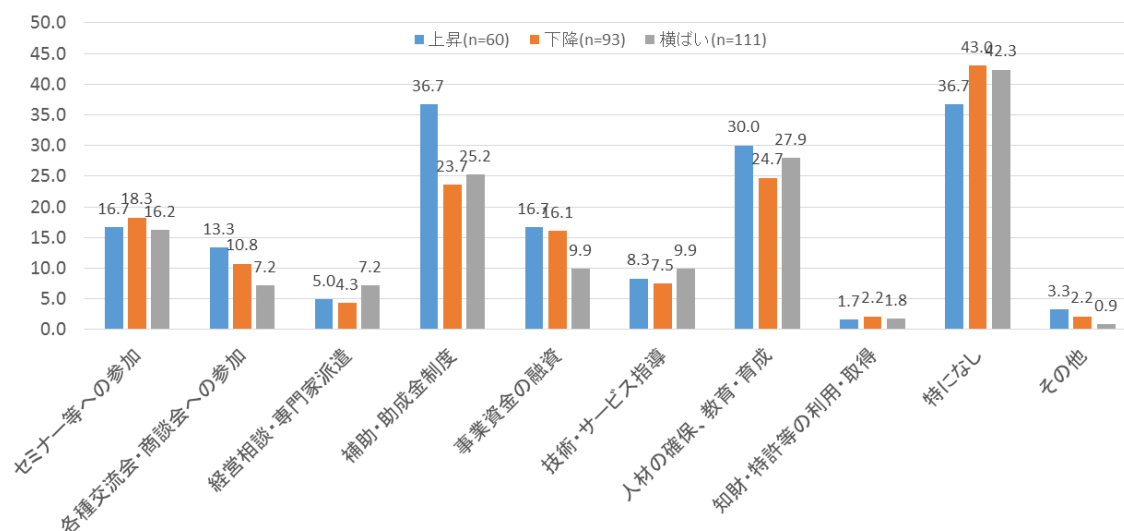
図7-3-2 業種別・今後利用してみたい支援策



業種別では、建設業で「人材の確保、教育・育成」が 41.3%と最も高く、次いで「補助・助成金制度」(29.3%)、「事業資金の融資」(22.7%)と人に関する項目と、補助金、融資などお金に関する項目の回答割合が高い。製造業では、「セミナー等への参加」(28.0%)、「各種交流会・商談会への参加」(24.0%)、「補助・助成金制度」が(32.0%)、「人材の確保、教育・育成」(32.0%)となっている。流通商業では、「特になし」の割合が最も高い。サービス業でも、「特になし」の割合が最も高いが、「補助・助成金制度」や、「技術・サービス

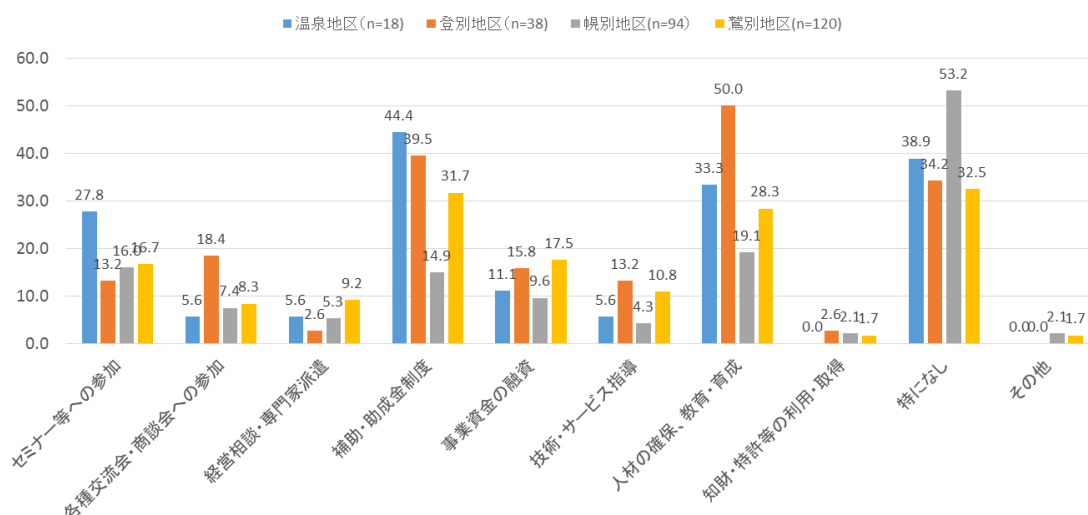
指導」の割合が高いことにも注目しておいた方がよいだろう。

図7-3-3 売上動向別・今後利用してみたい支援策



売上動向別にみると、売上上昇企業では「補助・助成金制度」が 36.7%と下降企業を大きく上回っている。そのほか、「人材の確保、教育・育成」に関しても上昇企業の回答割合が下降企業を上回っている。

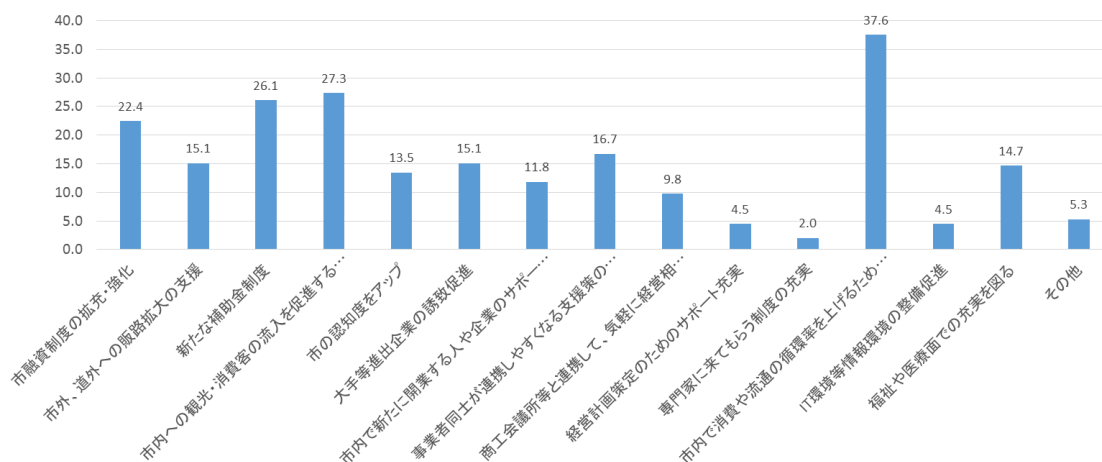
図7-3-4 地域別・今後利用してみたい支援策



地域別にみると、温泉地区では「補助・助成金制度」、「人材の確保、教育・育成」、「セミナー等への参加」が上位3項目である。登別地区では、「人材の確保、教育・育成」が突出しているほか、「補助・助成金制度」、「各種交流会・商談会への参加」が上位3項目である。鷺別地区は、他地域と比較した時には目立つ項目はない。幌別地区では、「特になし」

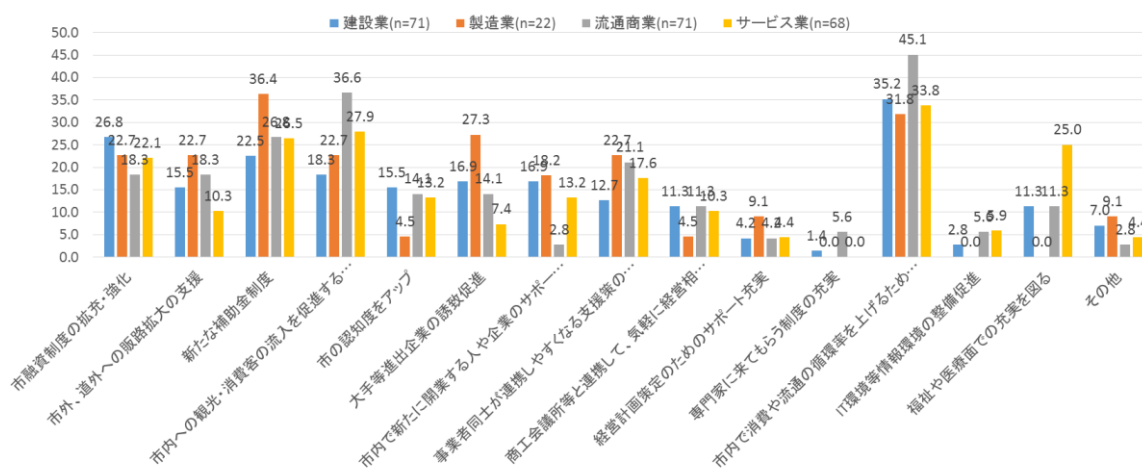
が50%を上回っていることが特徴としてあげられる。

図7-4-1 今後の振興策として取り組むべきと思われるもの(n=245)



今後の振興策として取り組むべきと思われるものについては、「市内で消費や流通の循環率を上げるための施策」が37.6%と最も高くなっている。

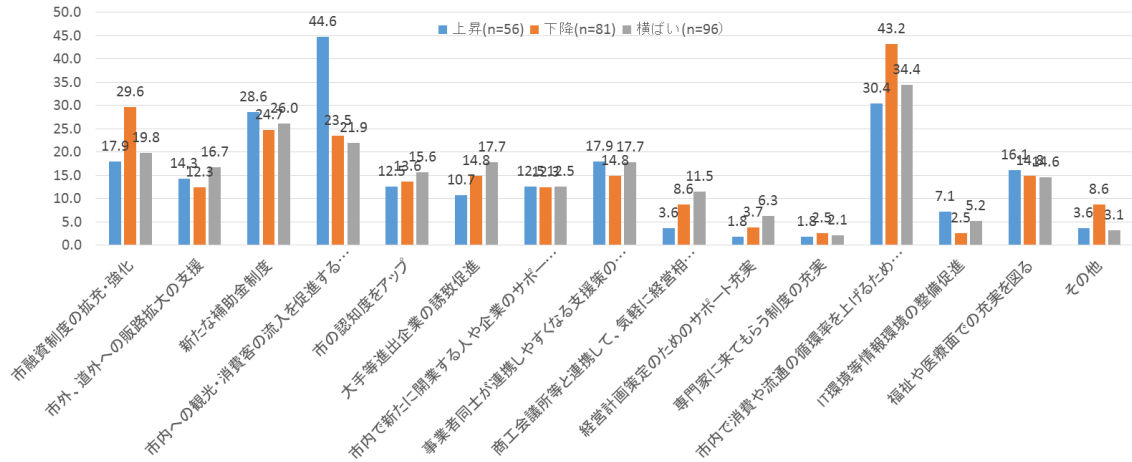
図7-4-2 業種別・今後取り組むべき振興策



業種別にみると、「市内で消費や流通の循環率を上げるための施策」の回答は、流通商業で割合が高い。また、流通商業は「市内への観光・消費客の流入を促進する施策」も回答割合が高くなっている。建設業では、「市融資制度の拡充・強化」の割合が高く、製造業では、「市外、道外への販路拡大の支援」、「新たな補助金制度」、「大手等進出企業の誘致促進」、「経営計画策定のためのサポート充実」などの回答割合が高い。サービス業では、「福祉や医療面での充実を図る」の割合が高いことが注目される。

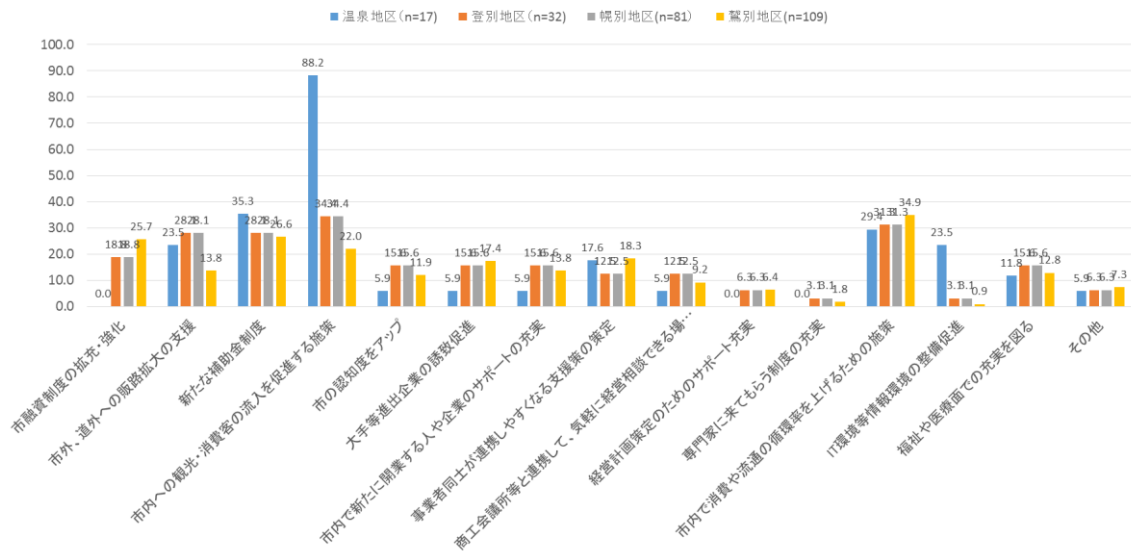


図7-4-3 売上動向別・今後の振興策として取り組むべきと思われるもの



売上動向別にみると、売上上昇企業では、「市内への観光・消費者の流入を促進する施策」が44.6%と最も高くなっている。他方で、売上下降企業では、「市内で消費や流通の循環率を上げるための施策」が最も高く43.2%である。域外の需要を獲得するための具体的施策と、域内循環を実現するための施策が求められているといえよう。また、下降企業では、「市制度融資の拡充・強化」に関する要望も高い。

図7-4-4 地域別・今後取り組むべき振興策



地域別にみると、一見して明らかなように、温泉地区で「市内への観光・消費者の流入を促進する施策」、「IT環境等情報環境の整備促進」が突出している。

### 【自社のPRに際しての要望】

- ・当社は自社で特許取得した太陽光発電の取り付け金具をもっております 白老町などのように野立てのソーラーを空き地に接地したらいいと思う
- ・「登別三大テーマパーク」のイメージを払拭していただきたい。観光客にそれしかないと思われています。インフラ整備(近隣市道の早急な整備をお願いしたい)
- ・雇用を促進できる委託契約の推進
- ・操業 29 年目 5 代目として何とか努力しております お世話になります よろしくおねがいします
- ・平成 26 年 3 月発行の「登別の技術力」のような広報活動を定期的実施してほしい
- ・発注に対し価格第一主義の現状を予算を提示し地元企業にもっと優先に考慮してほしいと願っております 近年は市外発注が多く年々減少状況になっております
- ・市内の学校給食 4 市が管理する施設等、納入業者になる上で、どのような手続きをしたら良いでしょうか。
- ・気軽に効果的な運動を行える仕組みづくり
- ・室民だけではなく北海道新聞・朝日新聞も市内小中学校へ購読させて下さい／子育て世代が新聞を取って読まなくなりました／このままでは未来を背負う子供たちの将来が不安だと思います／学力向上の為にぜひ購読をお願いします
- ・当社だけにこだわらず登別市内で製造されている商品をブランドだけを推薦するのではなく市内全ての企業の為に市・商工会議所が動くべきである／ブランドの認定の仕方を変えるべき
- ・移住促進の政策
- ・個々の努力を前提として商店街の魅力作りにアドバイス他バックアップをお願いしたい
- ・登別市自体の魅力を多くの人に知ってもらえる様に活動してほしい
- ・電気工事の増加
- ・商業者一般、祭事参加など取扱商品を説明する機会をいただきたい／登別酪農の商品立場を訴求したいのでご協力（企画）下さい
- ・観光地での各企業案内や PR 紹介
- ・海外国その PR／高齢者が多くなっています／対応（PR サービス）
- ・人材育成等や経営相談は市内に居る人達をどんどん利用すべきだと思っています／より実践的な考え方が必要だ
- ・世界に登別のよさを発信してほしい
- ・地域の景気を良くする政策
- ・市税を納めている企業を市が PR するのは当然です
- ・市で行う工事には市に本社の有る会社にさせてほしいです
- ・あまり意味がわかりません
- ・先を見る都市計画 財政計画 街活性計画 等

- ・運輸による旅客輸送にクマ牧場経営で外国客の入園者数が増えている為、山頂での Wi-Fi 通信がスムーズに出来る光回線を引いて頂きたい
- ・農業と福祉の連携への協力
- ・市内における同業他社には劣らない商品力、技術力がある
- ・業務 IT 化支援補助(金)制度的なことで、市内の業者(IT 企業)を活用してほしい
- ・温泉街への人員(観光・労働)の確保
- ・何かイベントの際は当店(商品)を使っていたきたい
- ・市レベルのみ市の発注に対し随意契約が増加しているように見えます。指名業者制も高値継続につながっています。支出はもっと減ります。(随意契約、業者指名の 2 点が公費削減に矛盾。完全入札、希望者全参加にすべきです。)

#### 【中小企業振興への意見・要望】

- ・登別市＝温泉のイメージはあるがその他がない／市内の業種をつかい市外からの消費等につなげてほしい
- ・経産省の「ものづくり補助金」等ありますが私共弱き小企業では年々大変です
- ・市内での中小企業を応援いただくためにも、市が管理運営するあらゆる施設等に関して、率先して地元中小企業を利用して頂き、地元から元気を頂きたい。
- ・ハンディキャップのある方の施設への業務委託のつなぎ役が欲しい 金属スクラップの手選別作業ができる施設がありませんか 白老町でもかまわない(汚れる作業ができる施設がどこにあるのか解らない 紹介してほしい)
- ・建設・土木が目立つ登別の支援です キカイ・IT 等に目を向けた道内外からの誘致などをもう少し力を入れて市内業者に競争心をあおる事(前文業者支援は登別をダメにする)
- ・この度実施中のプレミアム券においては新規のお客様からの申し込み希望も多数あり、リフォーム工事の需要掘り起こしに大変役立っていると感じております／今後もこのような事業が行われると市場は活発化すると思います
- ・地域の活力そのものが当金庫の PR となりますので、地元企業に対する幅広い振興策を希望します
- ・この活動内容をあまり認知していない
- ・多くの人が登別に住んでみたいと思える様な取り組みを行って欲しい
- ・こだわりを持ったプロの販売店バイヤー、代表をしっかりと選択したプレミアム商談会を計画してほしい 一般の大手あるいは安売り小売店を対象とするバイヤーが多く参加する商談会しかない為、生産・加工・地域特性・ストーリー・こだわりが確立されたもののみを対象として、各地域のブランド推進を厳しくチェックいただきたい ex)地域性のない材料を仕入れた商品や料理をブランド化する地元主力者が多い為
- ・海外・他国の生活情報 例えば縁起の良い物、好みの色、食品
- ・大型店等も現地法人として市に税金を納めるような事 法制化を求む

- ・雇用制度等に対する補助制度の充実
- ・広域的に企業、観光、港、経済、一次産業等協力しながら頑張ってください
- ・ショッピングセンターと一緒に中央町地区を盛り上げていきます。頑張ります。
- ・金融支援について：融資の更なる緩和についての市の保証人的立場の確立

## アンケート調査の要約

### (1) 業種について

- ・実際の市内事業所の構成比よりも、建設業の回答割合が高い

### (2) 創業年について

- ・1980年以降の創業が目立つ一方で、1950年以前までの創業企業が27社(9.4%)
- ・業種によって、創業年に特徴あり。  
特に、建設業：1960~90年代（ピークは1980年代）／製造業：1950年代以前と、1990年代以降／サービス業：2000年代
- ・売上動向によっても特徴あり。  
売上下降企業は、1980年代と2000年代。特に80年代で顕著  
※創業割合が高い年代で売上下降企業の割合が高まる傾向
- ・地域別で顕著なのは、温泉地区での1950年代以前の創業割合が最も高いこと

### (3) 代表者の年齢について

- ・代表者の年齢は60~69歳をピークに、70歳代になると急減  
→60歳台のうちに世代交代か廃業かを選択?
- ・製造業と流通商業で代表者の高齢化が進んでいる?（製造業は二極化?）
- ・売上上昇企業の割合が最も高いのは50歳台、下降企業の割合が高いのは60歳台
- ・地域別では、温泉地区の高齢化、登別地区で比較的若返りが進んでいる?

### (4) 地域区分について

- ・事業所は幌別地区、鷺別地区に集中している：人口構成と同じ割合?
- ・業種別では、全業種とも幌別、鷺別地区に集中しているなかで、建設業は鷺別地区、製造業は幌別地区、サービス業は鷺別地区の相対的ウェイトが高い。
- ・売上別では、幌別、鷺別地区ともに下降企業の割合が上昇企業を上回っている。温泉地区では上昇企業の割合が顕著に高い。

### (5) 業種について

- ・回答企業では、流通商業、サービス業、建設業のウェイトが大きい。製造業は小さい
- ・売り上げが上昇しているのはサービス業、流通商業は下降割合が高い
- ・地域分布としては、温泉地区には流通商業とサービス業のみ

### (6) 資本金規模について

- ・回答企業全体では300万円~5,000万円規模が多く、なかでも「300万円~1,000万円」

が最も多い。

- ・業種別にみると、建設業では「1,000～5,000万円」と相対的に規模が大きい。
- ・売上動向別にみると、下降企業は「300～1,000万円」規模層に、上昇企業は1,000万円規模以上規模層

#### (7) 正規従業員規模

- ・全体では10人未満規模層が最も多い。なかでも「5人未満」が多い。
- ・建設業は30人未満／製造業は10人未満／流通商業、サービス業は5人以下が突出
- ・売上動向別：5人未満で下降企業割合が突出／10人以上になると、上昇企業が下降割合を上回る
- ・地域別：温泉地区では、50人以上規模の割合が他地域に比べて高い。

## 2. 業況に関して

### (1) 5年間の売上動向

- ・全体、全業種で「上昇」よりも「下降」割合が上回っている
- ・上昇%と下降%のギャップが大きいのは、製造業と流通商業
- ・地域別：温泉地区は、上昇%が突出している

### (2) 売上上昇要因と下降要因

- ・省略

### (3) 自社の強み

- ・全体では、「これまでの実績」、「従業員などの人材」、「技術力」が強みとして認識
- ・業種別：建設業「これまでの実績」、「技術力」、「従業員などの人材」  
製造業「技術力」、「従業員などの人材」、「商品、製品、サービスなどの品質」  
流通商業・サービス業：「これまでの実績」等、立地条件の割合が相対的に高
- ・売上動向別：上昇企業＝「商品、製品、サービスなどの品質」、「従業員などの人材」  
下降企業＝「これまでの実績」、「技術力」  
→下降企業の特徴は、現在のウリがない、技術力を価値実現に結びつけられない??
- ・地域別：温泉地区で「商品・製品、サービスなどの品質」、「立地条件」、「土地や建物」  
それ以外の地域では、「従業員などの人材」、「これまでの実績」、「技術力」

### (4) 自社の弱み

- ・全体では、「営業力」、「資金力」、「従業員などの人材」、「利益率」
- ・【業種別】建設業：「営業力」、「資金力」、「利益率」  
製造業：「資金力」、「営業力」、「土地や建物、設備」、「利益率」

流通商業：「営業力」、「利益率」、「販売先や販路」

サービス業：「資金力」、「営業力」、「従業員などの人材」、「土地や建物、設備」

- ・【売上動向別】 売上上昇：「従業員などの人材」、「資金力」、「営業力」

売上下降：「営業力」、「資金力」、「販売先や販路」

→売上上昇企業層では、強みと弱みどちらでも「従業員などの人材」が上がっている。

- ・【地域別】 温泉地区：「従業員などの人材」

### (5) 経営上の課題

- ・全体：「コストの増加」、「人材の不足」、「売上の減少」、「利益の減少」

- ・【業種別】 建設業「人材の不足」、製造業「設備の老朽化」、

流通商業：売上、利益の減少、サービス業人材の不足、設備の老朽化

- ・【売上動向別】 売上上昇「コストの増加」、「人材の不足」

売上下降「売上の減少」「利益の減少」

- ・【地域別】 温泉：設備の老朽化、人材の不足→これらに加え「事業後継者の不在」

登別：コストの増加、設備の老朽化

幌別：「売上の減少」、「コストの増加」

鷺別：「コストの増加」、「人材の不足」、「利益の減少」＋人材のスキルアップ

### 3. 取引状況について

- ・全体：主な仕入先は道内で約 80%、登別市内は 23.7%、市内を除く管内では 31.9%

主な販売先は道内で 80%超、しかし登別市内の割合が 43.4%と高い

- ・【業種別】 建設業（仕入）市内を除く管内割合高い／（販売）市内＋管内のウェイト高

製造業（仕入）道内を除く全国割合高い／（販売）市内割合低、道内割合高

流通商業（仕入）仕入先は広範囲／（販売）市内割合が高い

サービス業（仕入）流通商業同様広範囲／（販売先）市内割合、不明割合高

- ・【売上動向別】 上昇（仕入）市内、道内割合高い／（販売）市内割合高

下降（仕入）市内割合低い／（販売）全体の傾向と違いはない

- ・【地域別】 温泉地区（仕入）市内、道内割合高い／（販売）海外割合が突出

登別地区（仕入）市内、全国割合低い／（販売）市内割合高い

幌別地区（仕入）市内割合低い／（販売）市内割合高い

鷺別地区（仕入）全体の傾向と類似／（販売）管内の割合高い

### (2) 市内企業からの仕入れの増減

- ・「増えた」を「減った」が上回る

- ・売上上昇企業では、「増えた」が「減った」を上回る。下降企業は「減った」が突出

(3) 市内企業からの仕入れが減った要因

- ・「自社に必要な商材を扱う企業が市内にいない」  
→ (自由記述) 「何年間も品揃えが変わっていない」、「市内に欲しいものがない」

(4) 市内企業への販売の増減

- ・「増えた」を「減った」が上回る
- ・製造業で「増えた」が「減った」を上回る
- ・売上上昇企業では、「増えた」が「減った」を上回る。下降企業は「減った」が突出

(5) 市内企業への販売が減った要因

- ・「市内での販売条件が厳しくなった」、「市内の取引企業が消滅した」  
→ (自由記述) 地域経済の縮小、「地域内での需要が減少している」

※売上、取引先等を増やすための努力はしているのか。

4. 連携等に関して

(1) 連携の有無

- ・グループをつくり活動しているが最も割合が高い
- ・流通商業、サービス業で割合が高く、建設業で低い
- ・売上下降企業で、グループをつくって活動している割合が高い

(2) 現在行っている活動／行いたい活動

- ・現在行っている活動：「業界、製品、技術等に関する情報交換」、「定期的な話し合いの場の確保」、「共同でのイベントの実施」
- ・行いたい活動：「業界、製品、技術等に関する情報交換」、「仕事の融通」、「定期的な話し合いの場の確保」

※連携に対する理想と現実が現れている？

- ・業種によっても、行っている活動／行いたい活動が異なる
- ・売上下降企業が現在行っている活動で、「共同での人材育成」、「共同でのイベント実施」などの割合が上昇企業よりも高い
- ・行いたい活動では、上昇企業は、「業界、製品、技術等に関する情報交換」、「仕事の融通」、「定期的な話し合いの場の確保」を考えている

(3) 連携による成果／期待

- ・成果と期待では、求めていることと実際の成果にはギャップがある
- ・業種による相違／売上動向にも相違



(4) 連携の課題

- ・時間の確保、人材の確保が課題として最も多く挙げられている
- ・【業種別】業種による課題の差異が最も大きい→何を求めて連携するかの違い？
- ・【地域別】温泉地区の差異：経営意識の多様性

5. 新規採用に関して

- ・新規採用を行っている／行っていないは半々
- ・サービス業／売上上昇企業／温泉地区で新規採用を行っている

(2) 採用活動の頻度

- ・不定期が最も多いが、建設業・サービス業／温泉地区で、「毎年」の割合が高い  
※業種による人材不足／温泉地区の人材不足が顕著

(3) 希望通りの採用ができていないか

- ・できていない割合が高い／建設業・サービス業／温泉地区  
※業種による人材不足／温泉地区の人材不足が顕著

(4) 現在最も必要としている人材

- ・「特殊な技能や資格を持っている人材」、「現場の管理・改善・運営をする人材」、「特になし」
- ・業種によって異なる／売上動向によっても異なる

(5) 人材育成での課題

- ・「自社で教育訓練をしているが、期待どおりの効果がない」、「自社で教育訓練を行いたいが、時間や資金がない」
- 教育訓練を行いたいが余裕がないケース、訓練を行っているが成果が出ないケースの2通りが政策的に対策を講じる必要があるのでは

(6) 後継者についての考え

- ・「後継者の必要性を感じているが、候補者がいない」は15.4%  
→建設業／売上下降企業／登別・幌別地区

(7) 後継者がいない場合の対応

- ・後継者がいない場合の対応は、「自分の代で廃業する」「わからない」が多い  
→建設業／売上下降企業／幌別地区

## 6. 今後の経営に関して

### (1) 今後の事業展開に関して

- ・現状維持が大半、事業拡張が 24.8%／製造業／売上上昇企業
- ・廃業予定は製造業、売上下降企業、幌別地区

### (2) 今後取り組みたいこと

- ・「従業員の確保・育成」、「取引先や顧客、販路拡大」／「建物や設備の増設、更新」（製）

## 7. 支援策の利用状況について

### (1) 関わりのあった支援機関

- ・「特に関わりなし」が過半数／あったところでは、商工会議所
- ・製造業では多様な支援機関との関わり  
→アピールする努力が足りない？

### (2) これまでに利用したことがある支援策

- ・特になしが最も多い／それ以外は、「補助・助成金制度」、「事業資金の融資」  
→セミナー参加、交流会・商談会、経営相談の割合は高くない。  
→商工会議所等でどのような支援を行っているのか周知できているか。

### (3) 今後利用してみたい支援策

- ・特になしが最も多い／それ以外は、「人材の確保、教育・育成」、「補助・助成金制度」  
業種で見ると、人材育成には建設業、製造業、その他の支援策では製造業が目立つ  
地域別にみると、温泉地区、登別地区での割合が各項目で高く出ている

### (4) 今後取り組むべき振興策

- ・「市内で消費や流通の循環率を上げるための施策」、「市内で消費や流通の循環率を上げるための施策」、「新たな補助金制度」の割合が高い

### 3 ヒアリング調査で聞かれた現状、課題等

#### 登別経済について

- ・業界的に見るとアベノミクスの関係で公共工事が出たので 2013 年、2014 年は良かったが消費増税の関係で 2015 年度は冷え込んでいる（建設業）
- ・2015 年度は、市からの発注は多いが、民間部門が厳しい。（建設業）
- ・患者数は、人口減少とともに減ってきている。その中で高齢者の割合が高まっている。高齢化によって患者、利用者数は増えていると思われるが、実際には年 1% のペースで減少している。（医療サービス）
- ・消費税引き上げ前は、住宅等の新築が増えたが、その後は落ち込んだ。建築関係は、登別は厳しい。しかし場所によっては分譲をつくとすぐに埋まる場所もある。地域によって温度差がある。（サービス業）
- ・かつてはそこそこの消費人口があった。室蘭の人が住まいを登別に持つという風潮もあった。登別を中心に宅地造成の動きは大きかった。しかし 10-15 年前くらいより構造的な不況に陥っている。そのため土地が動かず建築が動かない。（サービス業）

#### 事業展開に関して

- ・2006 年から事業の多角化を進めている。背景には高齢化の進行のほか、医療、保健、福祉のトータルケアを行う事業理念がある。（医療サービス）
- ・周辺自治体での医療サービスが困難になってきていること、医者不足、地域内での患者や利用者の現象により、圏域が現在では日高地方まで広がっている（医療サービス）
- ・平成 5 年あたりから景況が悪化した。大型車を扱う事業者が次々と倒産したほか、取引先が自動車の自社整備を行うようになり、取扱い台数が減少した。このような景況の悪化により、大型車から自動車へと車種の転換を行っている。当初は大型車が 7 割、自動車が 3 割であったが、現在は大型車と自動車半々で事業を展開している（サービス業）
- ・商圏は主には登別、その他は室蘭や白老であり地域密着型。客層は法人の顧客が多いが、個人の顧客も獲得しなければ経営は成り立たないため、どう獲得していくかが課題。個人の顧客獲得のために現在行っている取り組みとして、3 年前からレンタカーと車の販売を本格的にはじめている。今まで広告を出していなかったが、商品・サービスが明確となった為、チラシやウェブを媒体として広告を行っている。（サービス業）
- ・客層は全体層で見ると地元のお客さんは 4 割弱くらいで、残りの 5 割強はほとんどこの地域ではない。苫小牧、白老、虎杖浜の近辺の客と、観光客は 1 割くらい。お客さんの年齢層が高齢化してきているということは、店での飲食単価は間違いなく減っている。しかし、単価は間違いなく落ちいるが、持ち帰り用の単価は上がっている。10 年前とは売り上げ構成が全く異なっている。（飲食店）
- ・客単価を確保するために、真空パックのフルト品をやってみたり、道内外の祭事やイベント

に参加しながら、少しずつ上げるようにしている。そのほか、近所のお客さんが高齢化し来ていることもあり、配達で届けるようになっている。(飲食店)

- ・公共事業が多い。約30年前は市からの受注中心で7割を占めていたが、現在は市からの件数1割まで減り、現在は国や開発局が中心である。(建設業)
- ・中心年商の8~9割が西胆振での工事である。また公共事業費削減の影響と東日本大震災の影響で売り上げが落ち込んだが、2年前に自民党15ヶ月補正案を組んだ際に増加した。また年商のうち、毎年約1.5億が民間の工事である。(建設業)
- ・価格競争については、価格を安くするよりも、個性的な商品で差別化している。むしろ価格は高い。安さで大手と戦うのは無理。(製造業)

### 企業間の取引について

- ・下請での仕事がほとんどで、元請は市内企業から大手ゼネコンまで様々だが、一年で関わるのは20~30社程度。市外の企業との関わりは(売上の)6割、(市内は4割)で、大体は胆振管内の企業である(建設業)
- ・原材料の調達札幌や札幌近郊がメインである(建設業)
- ・ピーク時は公共事業関係が多かった。売上全体の60%を占めていた。しかし、現在では30%程度。現在はメンテナンス関係の仕事が多い。市場は北海道内、なかでも室蘭~苫小牧が中心(製造業)
- ・資材の調達は、大手商社を介して行っている。本社は東京や仙台だが、窓口は札幌、苫小牧。販路も北海道内が中心(製造業)
- ・食材の調達は登別と室蘭で6~7社ある。金額的には室蘭が大きい。
- ・有名な料理人を雇うことは無理なので武器として「地産地消を行う」こと、そして本格懐石に本格洋食を取り入れる和洋折衷が当たっている。食材の調達に関しては、まずは登別市で探し、それが無理なら胆振、次で北海道というように、エリアを広げている。できるだけ近隣で作られているものを使用している。登別牛や自社農園の野菜を使用している。また登別も伊達のようにやりようはあるのではないか。(観光サービス業)
- ・自社製品の7割は卸しである。店頭販売は3割程度。宿泊施設にも多く入っている。
- ・範囲は地域密着型であり、事業エリアも登別、広くて胆振管内である(サービス業)
- ・仕事の発注は、登別・室蘭の企業中心である。また食材の調達は西胆振からである。ロットが大きく、そろわないので数をそろうところに発注する形になる。そのため、登別産を売りにしているものは、のぼりべつ酪農館の牛乳、藤崎わさび園のわさびくらいである。特に、生鮮野菜は市場を通さないと数がそろわないので安定供給できるところになってしまう。(観光サービス業)
- ・食材は、なるべく地元から仕入れるようにしている。

### 従業員の居住地について

- ・従業員 24 名のうち、室蘭、苫小牧が 5 名、残りは登別市内。(製造業)
- ・従業員の半分は登別市内居住。3 割は室蘭、残りは西胆振、札幌から通勤している(医療サービス)
- ・伊達や室蘭、虎杖浜からも来ており、西胆振が中心である。様々な場所からの通勤なので送迎バスを運行している。(サービス業)

### 雇用の状況について

- ・採用は毎年ではなく、欠員が出たときに行うので 2~3 年に一度のスパン。今回行ったのは日本工学院生である。工学院生を取るようになったきっかけは、学校からの依頼。それ以来、日本工学院との関係は良好である。ただ、依然として卒業者は市外へ流れる傾向なので、もっと地元中小企業の良さを理解してもらえる広報活動が必要である。現在は、正直工学院があるのにもかかわらず宝の持ち腐れ状態である。この点を打破していくには市も含めた商工会議所のレベルで対策、連携を取っていく必要がある。(建設業)
- ・5 年間では新卒者は定着している。それ以前、10 年前まではほとんど定着しなかった。「きちんと育成する」ことを意識してきた結果が出ているのではないかと推測する。(建設業)
- ・どの業種も人手が足りなく、特に建築関係は業者がいない。また観光関連産業に関しては、入込客数に応じて派遣人数の発注が来るが、足りていない。以前は温泉宿泊施設で必要な人材をすべて宿泊施設で雇っていたが、繁忙期と閑散期の人員のコントロールが難しい。無駄を省くために、2000 年前後から、人材のアウトソーシングを活用する現在の体制がとられた。(サービス業)
- ・採用活動は 2 年に 1 度のペース。高校、専門学校中心。(製造業)
- ・利用者の確保も難しいが、職員の確保も難しい。採用は随時行っているが、採用人数と同じだけの人数がやめていく。景気が悪いと殺到するが、景気が良くなると他の業種へ移っていく(医療サービス)
- ・人が必要なので増やしたいが人が来ない。(サービス業)
- ・従業員数は高齢化してきている。若い人の採用がないので、今後従業員の年齢バランスが問題になってくる(製造業)

### 社員の育成について

- ・社内での研修は、現場で行うことが 1 つ。それ以外にも職業訓練校へ通わせている。技能実習面と学習面をともに訓練できて、「建築板金技能士」等の資格が得られる。このシステムは長年利用している。(建設業)
- ・技能育成、継承に関してはマニュアルがない。使いものになるまでは 5 年かかる。複数人で行う仕事なので、全体を見渡せて采配できるかという点も重要になる。2~3 年ではなく最低 5 年を要する。(建設業)

- ・以前は3名採用して1人残れば良いと考えていたが、2年前から1人を採用してしっかり育てていく方針に切り替えている。経験が少ない社員を丁寧に育てている（製造業）
- ・人材育成に関しては、外部の研修を活用しているほか、業界のツールを利用している（医療サービス）
- ・人を育てることが決定的に重要。一朝一夕ではできない。ハードは真似されるのが簡単だが、ソフトの真似には金と時間がかかる。（観光サービス業）
- ・3〜5年後考えると、人材を育てないと大変なことになるという意識が業界にはある。しかし、採用をしようと思って募集しても応募してくる人がいない。（建設業）

#### 企業連携・グループ活動について

- ・例えば、中小企業家同友会の知名度はまだ低い。その理由は、室蘭という地域が大手城下町であったという歴史的な慣習、またリーダーシップを取れる人間が少ない点が挙げられる。（建設業）
- ・地域を良くしていきたいので、外注は地域の企業に率先して行っている。自分を助けてもらった企業へ優先的に依頼している。（製造業）
- ・地域の異業者と連携して共同開発等を行いたい、なかなかうまく進まない（製造業）
- ・青年会議所、商工会議所青年部のつながりは非常に強い、行政と接する機会も多かった。
- ・異業種の仲間で、出資金を募ってまちづくり会社を設立している。発端は温泉街に年間100万人来て、土産に何を買っているのかを聞いたら、ほとんどが「白い恋人」など。胆振管内ならではの土産もの開発からスタートした。しかし、素人の土産開発は難しい。
- ・市制40周年を節目にして、元鬼協議会が組織されている。協議会には30程度のまちづくり団体、社会福祉協議会等が加わっている。協議会ができてから変わったことは、それぞれの団体が何をしているのかがよく見えるようになった。また、人手が足りないときなど、お互いに協力できるようになってきた。

#### 観光産業について

- ・売上は過去5年間では右肩上がりだが、それ以前は減少の一途だった。ピーク時は昭和60年代。登別温泉の集客力に比例して、売上が上下する（観光サービス業）
- ・現在の利用客の6割は外国人が占める。しかし、外国人のみならず日本人においても個人客が増えている。外国人の多くは、ASEAN各国から来ている。それに伴いパンフレットを6ヶ国に増やしたのは3年前（2012年）である。海外客は7〜8月が多いが、通年でみて、閑散期が無くなってきている。需要はまだ伸びているので国内と国外を分けずに考える必要がある（観光サービス業）
- ・客入りは二年前から調子が良くなり、外国人が増えたのでV字回復したのではないかと（観光サービス業）
- ・登別温泉よりもニセコが伸びている。韓国や香港は流れないが新しく来た国はニセコへ

流れている。登別でも海外客が増加しているが、その割にはうまく取り込めていない。今後の取り込み方は、多角的な検討が必要で、各施設はアップミドルを増やしている。

(観光サービス業)

- ・登別温泉は、JRでのアクセスが、札幌・新千歳方面、函館方面ともに可能なので、観光客、とりわけ個人客を取り込みやすい。(観光サービス業)
- ・温泉街としての「まちづくり」を行わないと、魅力にも限界がある。特に、団体客ではなく、個人客向けの街づくりが必要である。なぜなら、日本人観光客、外国人観光客を問わず、1泊だけでなく、2~3泊するお客さんが増えてきている。滞在するとしても、温泉街に見るもの、学ぶもの、歩いて楽しめるものが少ない。温泉街の(建物の)統一感もない。ロケーションや雰囲気など、「登別ならではのストーリーづくり」などプラスアルファの楽しみが必要である。例えば、アイヌ文化を学べる資料館などがあってもよい。(観光サービス業)
- ・新幹線開通がどう影響するか。しばらくは道南優位になると思われるが、札幌への延伸が実現すると、新幹線は登別を通らずニセコ経由になる。条件不利地に登別がおかれることになる。そして、今よりも様々な場所で観光地化が進むだろう。また、大資本の宿泊施設が進出してこることも想定される。客足が遠のく可能性があるため今から策を講じなければ手遅れになる(観光サービス業)
- ・滞在型と言っても温泉街が滞在できる環境ではない。産学官、そして金融機関と連携し、手を取り合って一体的に街づくりをしなければ新幹線延伸時に負ける。(観光サービス)
- ・宿泊施設が温泉街の街づくりに参加することが不可欠。一つのアイデアとして、温泉街の空き店舗を活用した飲食店の展開はどうか。各宿泊施設の料理人(三番手以下)を出し、職人には調理技術の研鑽を兼ねた教育機会として切磋琢磨させる場があってもよい(観光サービス業)
- ・商店街、宿泊地が一体となっていくことが必要であるが、そのためにも「殿様」は必要ない。影響力があるのだから判断を誤ってはいけない。「自分たちが良ければよい」のではなく、「地域全体として見た時に、今本当に何が必要で重要なのか」を見極めなければならない(観光サービス業)
- ・登別温泉の活性化には、クリエイティビティが重要である(観光サービス業)
- ・登別を訪れる観光客は外国人が増えているが、外国人対応はそこまではしていない。若手同士でイベントなども展開しているが、それは日本人向けにやっている。その理由としては、やはり日本人の占める割合が大きいし大切だと思うからである(製造業・サービス業)
- ・温泉街の賑わいは、自身が幼少期の頃は、外を歩く観光客の下駄の音で寝られないほどであった。しかし、今は全くない。昔の温泉街の賑わいを取り戻すことが目標であるが、そのために何をしなければならないか。温泉街に人は来るが、名物や面白いものはない。

### 室蘭、白老との広域的な連携について

- ・登別の温泉街で、日中に歩くと考えたら、天候に左右されない施設や遊歩道、さらには足が少なすぎるのでミニバスのような交通手段の整備などを行い、お客さんが回遊できるシステムが必要である。それができれば室蘭、白老の方などもっとコラボをすればいいものになるであろう。(観光サービス業)
- ・登別市を含め周辺三市が一体となって広域連携を行う必要があるのではないかと。特に観光振興に向けて、具体的に何が出来るかを出してから適材適所での実行へ移すことが重要ではないかと(観光サービス業)。

### 地域活性化・まちづくりについての課題

- ・登別市は昔の方が雑踏的な賑わいがあった。昔は、商店街にはいつも誰かいたという状態だった。(しかし、今はそうではない。)  
「地域活性化」というイメージは、コミュニティー形成(土台の形成)が必要である。そのためには、人のつながり・交流が必要。(同世代の)横のつながりはもちろんであるが、(世代を超えた)縦のつながりをもっと活かすことができれば世代間のギャップも解消されると思う。またキーマンがはっきりしない。地域間の協力も良くできていないのでやはり Give and Take の関係をしっかり構築していくことが必要である。(建設業)
- ・今後の温泉街とそれ以外の地域での方向性については難しい。分断されているとは思わないが、協力しあっていくのは必要。活性化は、企業を絡めるとどうできるのか。企業間同士で盛り上げていきたい。(製造業)
- ・よそ者を受け入れない雰囲気もある

### 登別の課題について

- ・温泉に来た観光客は、ホテルに入ってしまうとすべてのことが足りてしまうため、客が温泉街に出ず、お金を落としてもらえない。その対策として鬼花火や地獄祭り実施している。(サービス業)
- ・なにか新しいことをやろうとするときには、世代間の軋轢、ギャップ、衝突がある。
- ・まちづくりに関わる人がほぼ固定化されていて、世代交代が進まない。登別の経済状況、地域の状況は段々悪くなっているのに、気付いている人が少ない。(サービス業)
- ・上の人(温泉街)と下の人(登別、幌別等)の対立、いがみ合いがある。しかし、若手同士は意思疎通ができていないのではないかと。世代交代がターニングポイントになる。(サービス業)
- ・他の地域との連携や世代交代は戦略的にやるべき、温泉街が重要だという認識は同じ、温泉を核にした上で地域が連動して何が出来るか。(サービス業)
- ・人口減をどうにかしなければならぬ。また、収入を増やすよりも現在の収入を持続させることが必要。そのためには雇用先の確保が重要である。(サービス業)



- ・今はなくなってきたが、温泉街が閉鎖的な側面はあった。しかし、ここ5年間位で雰囲気は変わってきた。その理由として、温泉街に若者が少なくなったことがある。何かイベントをやろうとしても、温泉街だけではできない。どうしても下から応援が必要になる。そこから協力関係が生まれ、意識も変わってきているように思われる。
- ・市内、近隣市町村も含めて、温泉をもっと身近なものにしていく必要がある。日帰り入浴もしたいが、料金がさざり湯を除いて高い。
- ・温泉街に自由に、気軽に停められる駐車場が少ない。
- ・登別温泉独自の「食」がない。魅力がないと数回で飽きる。
- ・温泉地を拠点にして、気軽に回れる観光場所がない。テーマパークは高い。お金はかからないけど消費が生まれるような「場」が欲しい。
- ・地域経済振興として企業誘致と言うが、それはどこでもやっている。登別にどうしても立地したいと思わせるような魅力はあるのか。それよりも、高齢化が進むのなら、リタイアした人たちがパートで働けるような環境をつくった方が雇用創出になるのでは。
- ・登別市内の地域特性を活かす形で、戦略的にまちづくりを行う必要がある。

#### 自社の課題について

- ・積極的にメンテナンス事業を展開すること、補助金等を活用して新しい商品開発を行いたい（製造業）
- ・公共工事の依存度が高い。公共事業費の削減が続いており、民需部門の比率を上げていく必要がある（製造業）

#### 行政への要望に関して

- ・できるだけ地元の業者、商品を使ってもらいたい。また、室蘭等の近隣自治体との連携を深めてもらいたい（製造業）
- ・日本工学院では、2000年に土木科の定員が80人に対し2人になった。そのため土木科が休科し、土木の教育機関が無くなった。可能ならば再科してもらいたいが、実際に指導する先生がいない。そのため、行政の力や業界の力が必要である。
- ・公園がほしい。理由としては子供たちが遊ぶ場所がなく、観光で登別温泉に来て家族で中々楽しめない。ま近辺に住む住民としても子供を遊ばせることができない。さらには託児所があればまた応募してくる人数がふえるのではないか。（観光サービス業）
- ・登別ってどこ？と聞かれるから、外に出る機会を多くしてPRする必要がある。（製造業）

#### その他

- ・その地域で商売やっている以上は愛着が生まれる。そのため地域を盛り上げていくことから様々な取り組みをしている。「鬼花火」は花火師の資格が必要であるが、本職とは全く関係なく行っているが、それぞれの負担は大きい。しかし、特に温泉には会社として

何かするときに助けてもらっているので、その義理返しとして積極的にイベントへ参加している。(サービス業)

- 登別のエゾシカは、他地域と比べても抜群美味しい。その理由は、海から運ばれる濃霧で育ったミネラル分豊富な草をシカが食べることで肉質が良い。そのうえシカ肉は基本的には脂肪がつかないが、登別は塩分が多いため脂肪が多い。丸々太って冬を越しているのは全道でもここだけである。
- 鹿肉は、外国では大変高価な肉として食される。しかし、日本人はおいしい食べ方を知らない。それはハンターが以前まで適切な処理をしていないために普及していない。さらに売り方も確立していない、鹿肉に関するルールがない。活用方法が定まれば、地域資源としてもっと普及できるのではないか。
- 「登別閻魔焼きそば」が盛り上がってきている。温泉街でも提供しているが、地元の人も食べるようになってきている。(製造業)
- 胆振の海産物、伊達の野菜、食材には恵まれている、将来性はある。しかし、海の幸が豊富だということは知らない観光客が多い。
- 「道の駅」に関しては、「道の駅」をつくることを前提に話をするのではなく、そこで一体何をするのか、何を売るのか、コンセプト/ストーリーがないと全く意味がない
- 「道の駅」は、室蘭と伊達にある。白老にもできる。その中で登別にも道の駅をつくって、何で差別化するのか。

## 4 登別市の地域経済、中小企業振興策の方向性

統計分析、アンケート調査、ヒアリング調査を通じて明らかになった点を踏まえ、地域経済振興、中小企業振興、まちづくりの方向性として考えられる点を以下に示した。

### 1) 人材確保と人材育成に向けた具体的施策の検討

人材の質、量ともに不足している状況が明らかである。特にヒアリング調査では、建設業、サービス業／温泉地区で人手の確保ができていない。業種によって必要としている人材の質は異なるが、人材確保に向けた具体的な展開が必要であろう。しかし、「単に人手」として考えているのであれば、人材は定着しないものと思われる。仕事を通じて何を実現できるのか、働く側にとってどういう魅力があるのか、「働きたい」と思わせる工夫が必要になるものと思われるし、子供を預けられる託児所等の施設を充実させるなど、安心して働くことができる環境を創り出すことも必要であろう。

また、人材育成に関しても、「行っても思うような成果が出ない」、あるいは、「時間的・資金的余裕がないため満足な育成ができていない」状況も推察される。専門的知識や技術・技能の育成に関しては、日本工学院や職業訓練校などと、より一層密な連携を構築していく必要があるだろう。

### 2) 産業福祉的視点を持つ具体的振興策の検討

統計調査でも確認したように、少子化・高齢化の波には抗えない。そのなかで「産業福祉」という視点が重要になる。65歳以上の高齢者が増えるのであれば、高齢者が活躍できる場（雇用）を確保することによって、高齢者に対しての「やりがい」を生み出す、年金依存からの脱却、医療費の抑制等につなげていくものである。高齢者にも可能な仕事は、視点を変えれば創出することは可能ではないだろうか。

### 3) 地域内で経済主体間の連携や産業連関を構築する、具体的施策の検討

アンケート調査からも分かるように、「売上上昇」企業は、登別市内からの仕入れ、市内への販売がともに増加しており、「売上下降」企業は仕入れ、販売ともに減少している傾向が明らかである。このことから登別市内、さらには胆振管内での経済主体間の取引関係をより強固なものにしていくことが必要である。また、新たな販路開拓を進めていくことによって外需を取り込むことも積極的に展開していくことが望ましい。いかにして域内連関の仕組みを創出するか、新たな販路を見つけ出すか、具体的に検討する必要がある。

また、経済主体というときには、地域内の企業のみならず、協同組合やNPOなどのコミュニティビジネス、地方自治体も含む。地方自治体においても公共調達において、今まで以上に、積極的に域内事業者を活用する意識を持つことも重要である。

さらに、企業間連携、ネットワーク化を進めるにあたって、連携に対する期待と実際は

かなり異なる。単に、連携さえすれば新しい取り組みができるわけではない。連携を通じて何をやるのか、そのイメージの共有が必要である。そのためにも、地域内企業の特長、を把握できるような仕組みがあってもよいだろう。

#### 4) 「温泉地の魅力づくり」の必要性：観光を軸とした施策の検討

東日本大震災の影響で、一時は観光客数が減少したものの、観光客数の回復に加え、海インバウンド観光客が増加している状況である。そのなかで、観光客の動態も変わってきている。すなわち、団体客から個人客へ、長期滞在型へのシフトである。登別温泉で長期滞在を促せる環境であるかといえは十分ではない。また、北海道新幹線の札幌延伸を見据えた時に、地域として「どのような温泉地を目指すのか」が決定的に重要になる。その際に、主にヒアリング調査で聞かれた項目を整理すると以下の点にまとめられる。

- ・ 登別温泉ならではのストーリー構築；創造性の発揮（今あるものをどう活かすか）
- ・ 温泉街の統一感の必要性（建物、温泉街のコンセプト、温泉街の空店舗対策など）
- ・ 歩いて楽しめる魅力づくり
- ・ 温泉地区と他地区をつなぐ導線をどう構築するか（室蘭、白老、伊達との広域連携も）
- ・ 「道の駅」をつくるとしても、そのコンセプトは何なのか

登別の地域振興、中小企業振興というときに、温泉が最も大きな地域資源になることは間違いない。温泉の魅力を最大限に引き出し、活用するとともに経済的なつながりを、協働によって創り出すことが必要であると思われる。

#### 5) 施策担当者への情報集約、市内事業者との情報共有の具体的施策の検討

足元からの中小企業振興を行うためには、行政の施策担当者が、市内中小企業の状況を把握しておくことが前提条件になる。自治体による具体的な産業施策が展開されているところでは、定期的な市内企業の悉皆調査を行っている。これは、大きな負担を伴うが、悉皆調査を通じて、市内事業所のデータベースを独自に作成し、定期的に更新しているほか、事業所のニーズを直接的に把握し、ニーズに見合った現行の施策プランの紹介や、地域の実態に見合った新たな施策プランの創出等にもつなげている。また、情報を施策担当者が集約しているため、市内企業同士のマッチングなどにもつながる可能性がある。

#### 6) 登別市の将来展望をどう描くのか、また地域経済振興、中小企業振興をどのように進めるのか、その具体的ビジョン策定の必要性

上記のように具体的施策を検討することの必要性を示してきたが、その際に重要になるのが、登別市の将来ビジョンである。具体的な目標の設定、その目標に対しどのように施策を展開するのか、それらを包含したビジョンの策定を、行政担当者のみならず、中小企業者、関係団体等を交えた形で検討していく必要がある。また、提案ではあるが、ビジ

ヨンの策定はじめとして、まちづくりの担い手として、市内各地で 30-50 歳台の若手・中堅層が、登別の将来に危機感を抱き、悩みながらも様々な取り組みを展開している。彼らの取り組みを批判的に、あるいは否定的にみるのではなく、新しいまちづくりの担い手として、これらの層の人たちが伸び伸びと活躍できるように、世代交代を意識的に進めてもよいのではないだろうか。