

モノづくり・創業部会（第10回）

平成20年2月15日（金） 9時30分～11時30分
帯広市役所 議会棟3階 全員協議会室

1 開会 （ 全体司会： 運営責任者 ）

2 議事

（1） 十勝の産業クラスター分析について

（2） 部会中間報告について（田中アドバイザー）

3 閉会

論点1 「創業」について

(第1回～第4回 ※第4回は、十勝産業振興センター視察)

部会に関する意見集約

<創業に適した地域の条件とは？>

- 情報インフラ整備として、市のホームページを改善し、インパクトのある創業・起業情報の掲載をすべき
- 創業・起業のパターンを「何か新しいことをする場合」と「今までやってきたことを継続して独立する場合」に区分けして考えるべき
- 創業・起業について、相談(気軽に話ができるサロンのな)できる場所が必要
- 創業を気軽にやることのできる状況づくり、本気じゃなく、ちょっとやってみる創業(プチ創業)の支援が必要
- 高校生や大学生の異業種交流会(ヒューマンネットとかち(とかち財団)など)等への参加機会を与えるべき

<創業・起業する場合の業種とは？>

- 市場の伸びや広がりが見込める業種の見極めをすべき

<どのような仕組みづくりが必要か？>

- 「創業することは素晴らしいこと」と思わせる教育や創業するタイミングなど、創業・起業をすることの動機付けが必要
- 高齢者層をターゲットにした創業・起業の支援体制づくりが必要
- インキュベーション施設の設置が必要
 - ・ 中心市街地
 - ・ 十勝産業振興センター又はその近隣
- 「依田勉三」のように大いなる失敗を乗り越えて成功した人への表彰制度を創設してはどうか(依田勉三賞など)
- 起業のワンストップショップとしての機能向上のため、十勝産業振興センターをもっと活用すべき

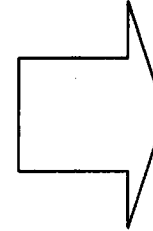
<その他>

- 税制の改革(特区申請)
 - ・ 創業・起業をしやすい税制・環境。
 - ・ 地域ファンドや振興センターへの出資
 - ・ ふるさと納税・寄付の活用、寄付の優遇

資料1-1

◎論点のまとめ

- 創業しやすい環境づくり
相談窓口や情報提供・交換の拠点
- 創業に対する研修や教育の仕組みづくり
創業の必要性・重要性、インキュベーション施設の設置
表彰制度の創設
- 地域ファンド
ファンドによる創業者支援



より具体化するためにどのような施策が必要か？

論点2 「産学官連携、産業クラスター形成」について
(第5回～第6回)

資料1-2

部会に関する意見集約

<産学官・産業界連携の取組みはどうか？>

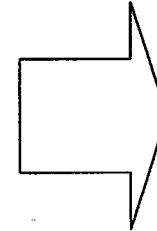
- 食を中心とした支援を考えるべき
- 企業間連携を重視すべき

<産業クラスターを形成させるためには？>

- クラスターを仕組みや仕掛けとして考えるべき
- 大都市圏をターゲットにしたモノづくりをさせるべき
- 既存の技術力を活用し、どのように経営革新(方向転換)するかがカギ
- 同業種が競い合う(競争力をつける)ようにすべき
- 顧客にニーズをしっかりと把握すべき
- 農業を核とした場合、畑を「工場」(農業＝製造業)と考え、川下、川上産業を考えるべき
- 豚丼を産業化させることはできないか
- 産業クラスターを具体的に分析して適否を認識すべき

<モノづくりを活性化させるにはどのようにすべきか？>

- 商品開発のスピードアップ
- 十勝産業振興センターや食品加工技術センターを活用させるべき
- 十勝産業振興センターや食品加工技術センターの使用機械の技術指導や製品化の支援をすべき
- 高等技術専門学院に食品加工技術習得コースを設置させるべき((ハム、ソーセージ、ケーキ等)
- 食品加工の研修まで支援できないか



◎論点のまとめ

- 企業間連携を強化
食加技、振興センターの利活用、商品開発のスピードアップ
- 既存の技術やモノをベースとした仕掛け、仕組みづくり
裾広十勝地域の特徴、ニーズを把握すること
- 食品加工の技術習得環境の整備
食品加工コースの設置



より具体化するためにどのような施策が必要か？

論点3 「地域ブランド形成」について

(第7回～第9回)

部会に関する意見集約

<ブランドとは何か?>

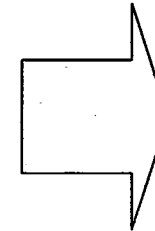
- 差異を明確にし、生き物として考えるべき
- 消費者に買いたくなるような価値があること

<ブランド化させるにはどうすべきか?>

- 売れる商品の仕組みづくりをすべき
- イメージをしっかりとさせること
- 販売促進につながるよう物産展出展の支援をすべき
- 販売組合等による物産展専任者の設置
- ビジネスマッチング(商談会)積極参加
- PR(特に口コミ)の強化
- 「十勝」の視点を重視すべき
- 開拓史を交えたストーリーの必要性

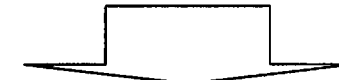
<ブランド化させるための認証制度について>

- 認証(推奨)機関のすみ分け、認証制度及び認証品(推奨品)を先ず地元の人に認識させること
- 認証品を地元人の目に触れる機会を増やすこと
- 推奨品の組み合わせパッケージによるPRの必要
- イメージダウン防止を考えること(生産組合等による生産者の規制等)
- 原産地証明の発行機関の設置
- 認証されることによる商品や企業へのメリットを付加にすること
 - ・ 融資枠の拡大や金利緩和
 - ・ 動産担保の適用
- 継承者の養成



◎論点のまとめ

- 売れる商品の仕組みづくり
PR活動を強化、物産展・商談会への出展
「十勝」の商品ストーリーの必要性
- 認証制度の活用
消費者に安心安全等の付加価値を認識してもらう
イメージダウン防止策
- 認証によるメリットの付加
企業の技術向上及び販売促進

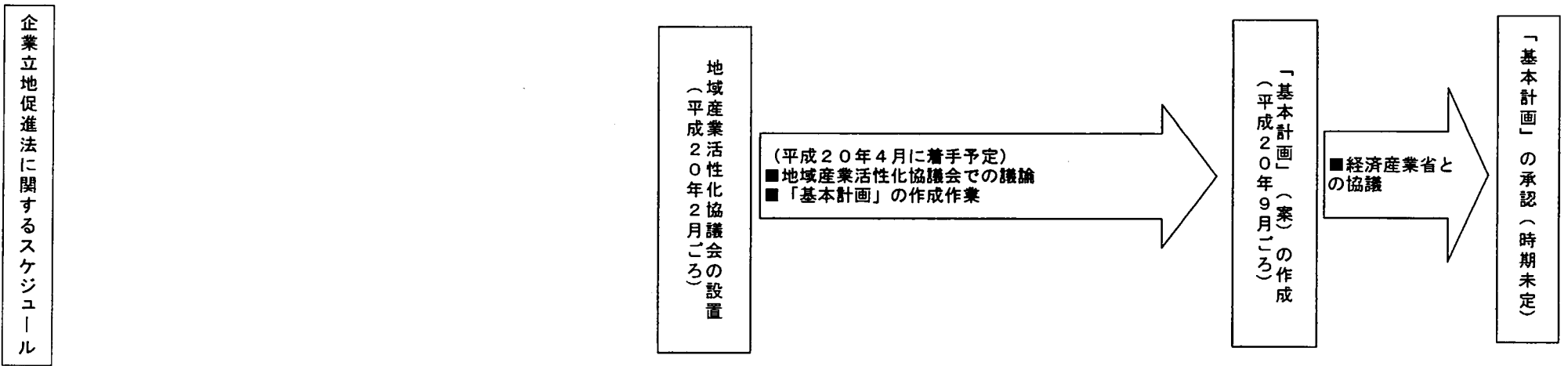
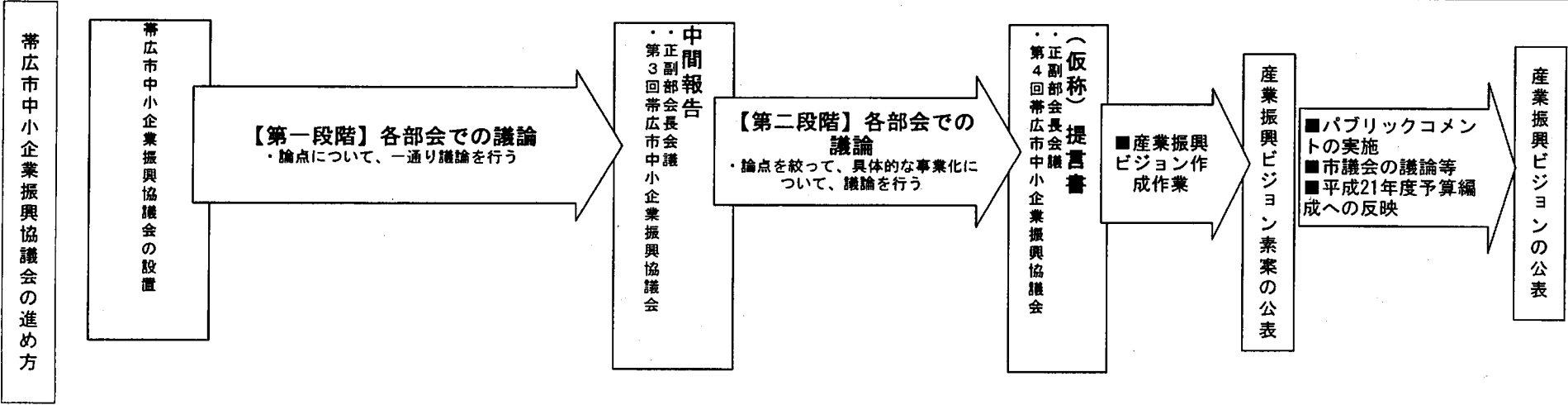


より具体化するためにどのような施策が必要か?

帯広市中小企業振興協議会【今後のスケジュール（案）】

資料 2

7月	8月	9月	10月	11月	12月	平成20年1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
----	----	----	-----	-----	-----	---------	----	----	----	----	----	----	----	----	-----	-----	-----



2008年2月14日

帯広市産業振興ビジョン ものづくり創業部会の方向性の確認項目

田中 史人

I 確認事項

1. 今後のスケジュール

(ア) 中間報告=2月下旬~3月上旬(振興協議会):経過報告=進捗状況

各回の論点のまとめ, 方向性

(イ) 部会提言書のとりまとめ=5月

(ウ) 全体提言書=5月~6月ごろ:部会の成果物

各部会の調整

2. 事業目的=特にものづくり創業部会

(ア) 創業に適した街づくり(中小企業振興条例)

創業を活性化させる方策=基本的な目的

① 成果=開業率のアップ

② 独立創業者志望者の増加

(イ) 地域産業振興

① 製造業の活性化

② 新規創業の活発化

3. 成果物のイメージ=達成すべきもの

(ア) 部会提言書

① テーマごとの論点の整理

② 論点の具体的な実行方策⇒アクションプランの提言

「誰が」

4. 現在までの進捗状況とその評価(進捗確認)

(ア) 創業について(第1~4回:視察まで)

① 論点のまとめ

1. 地域の条件:創業支援=相談窓口

2. 業種:伸びそうな業種=食料品製造業など(チーズ)

3. 仕組み・制度

② 具体的な施策=コーディネータ,表彰制度

(イ) 産学官連携,産業クラスター(第5~6回)

① 論点のまとめ

1. 取組み:企業間連携の強化=食

2. クラスター形成の条件=クラスターとは?

3. ものづくり活性化の条件=支援機関の活用

② 施策＝

(ウ) 地域ブランドの形成

① 論点

1. ブランドとは
2. ブランド化の条件
3. 認証制度について

5. これからの部会作業と役割分担 (大まかなイメージ)

(ア) 部会提言書の作成

6. 産業ビジョンとは⇒産業戦略である

(ア) 産業戦略のステップに従って進める。

(イ) ロマンとビジョン, 環境分析による戦略の策定が必要

チーズ・クラスターメモ

1. チーズ消費

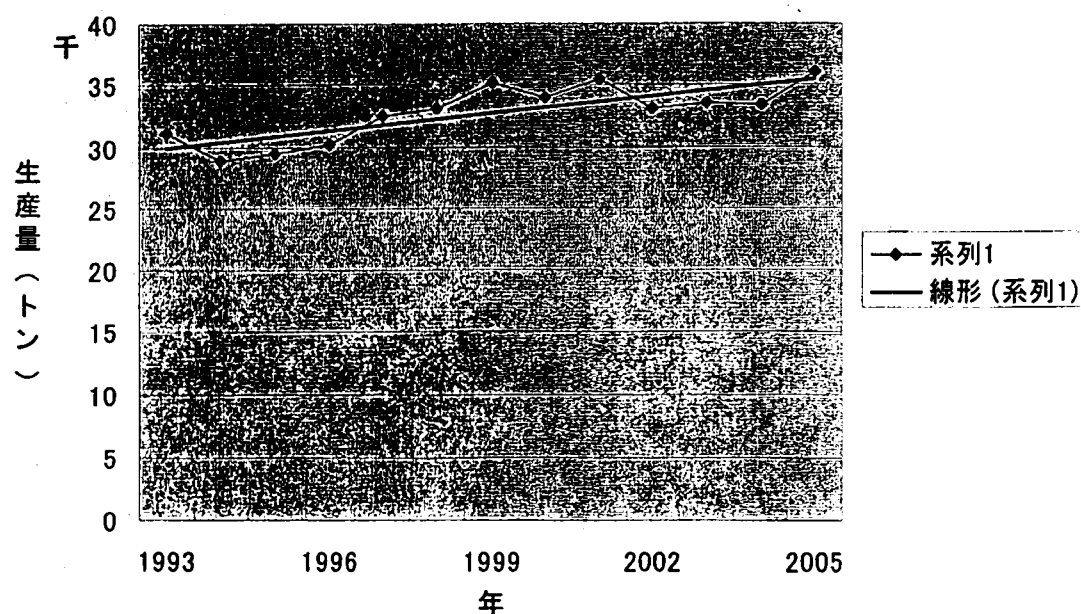
一人当たり年間消費量は、1985年には0.8kgで、2000年に1.9kgとなり順調に増加したが、2004年に2.0kgとなるも2005年に1.9kgに減少し、頭打ち傾向を示す。

1世帯当たり年間チーズ消費量

	金額		数量
	円	g	円/100g
北海道	2,936	2,240	131
東北	2,867	2,064	139
関東	3,878	2,753	141
北陸	2,907	2,208	132
東海	2,839	2,172	131
近畿	2,916	2,259	129
中国	2,684	1,967	136
四国	2,036	1,510	135
九州	2,527	1,905	133
沖縄	2,788	2,335	119
全国	3,151	2,325	136

2. 北海道のナチュラルチーズ生産量

北海道のナチュラルチーズの生産量

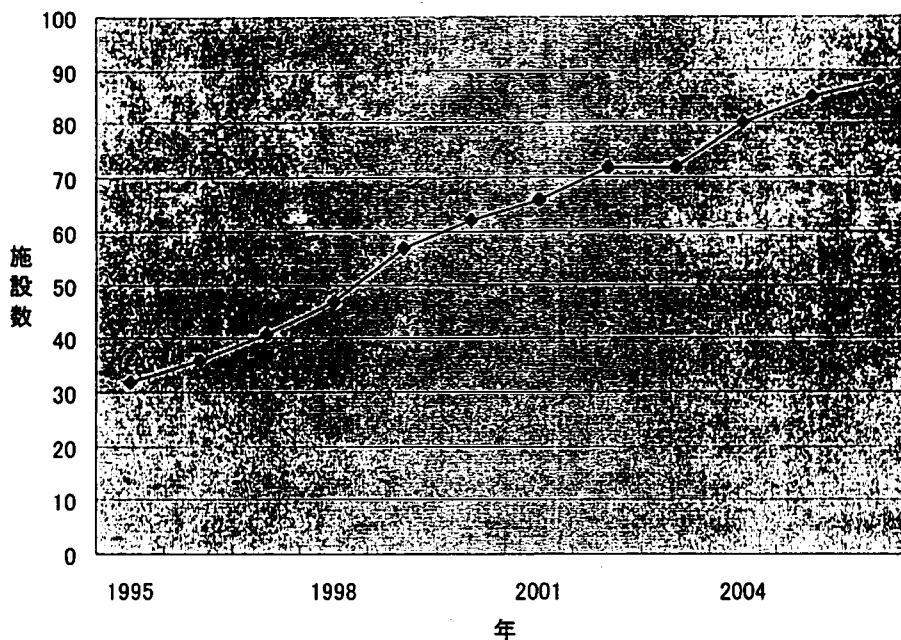


3. 道内のチーズ製造施設

道内のチーズ製造施設数

支庁	チーズ	大手中堅	手作り酪農家	手作り専門	手作り3セク等	学校等
石狩	8	4	3	0	0	1
渡島	8	2	3	2	0	1
檜山	2	0	0	2	0	0
後志	6	0	1	3	1	0
空知	4	0	1	3	0	0
上川	5	0	2	1	1	1
宗谷	3	0	2	1	0	0
網走	9	0	5	3	1	0
胆振	4	0	2	2	0	0
日高	2	1	0	0	0	1
十勝	23	3	9	5	4	1
釧路	9	1	5	1	1	1
根室	8	3	3	1	1	0
計	91	14	36	24	9	6

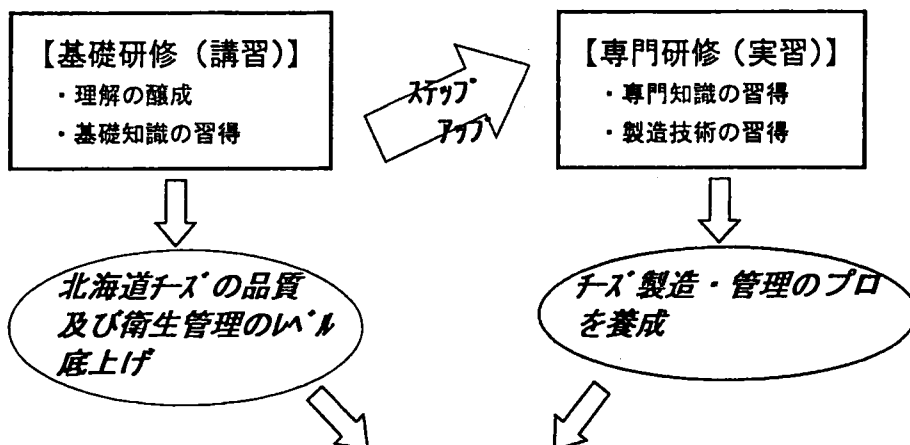
チーズ製造施設数



チーズの増産体制として、よつ葉乳業の紋別工場増設、雪印乳業の中標津工場・大樹工場増設、森永乳業の別海工場増設、明治乳業の芽室工場新設。(よつ葉のチーズ工場増設は、生乳需給調整機能の強化が目的)

雪印乳業(株)と協働によるナチュラルチーズ製造研修概要 (案)

《実施期間：19年度～21年度》



北海道チーズの品質・衛生管理の全体的なレベルを向上し、製造のプロを養成することにより、北海道チーズへの信頼及び需要を確立し、北海道独自のチーズ文化を形成し、酪農振興の一助とする。

【基礎研修 (講習)】

○ ナチュラルチーズ製造セミナー

場 所：雪印乳業大樹工場 (大樹町)

期 間：1日間 (19～21年度 年1回)

参集範囲：道内チーズ工房、今後チーズ製造・販売を見込んでいる者

人 数：20名程度

講 師：雪印乳業職員

概 要：セミナーや工場視察により、チーズ製造に関する基礎的な知識を習得し、品質・衛生管理に対する理解の醸成、意識の向上を図る (セミナー)

雪印乳業(株)商品安全保証室の専門者による衛生管理研修 (工場衛生管理・チーズ製造管理)

(視 察)

雪印乳業(株)工場を視察し、衛生管理、品質管理の実際を見分

そ の 他：研修終了後、試食を含めたチーズの基礎講座・座談会を開催

【専門研修 (実習)】

○ ナチュラルチーズ製造実習研修

場 所：雪印乳業チーズ研究所 (山梨県北杜市)

期 間：3～4日間 (20・21年度 年2回)

参集範囲：道内チーズ工房

人 数：5人程度まで

講 師：雪印乳業職員

概 要：チーズ乳調整から製造、充填、品質管理まで、一連の製造過程の実習を踏まえ、専門的な品質管理・製造技術を習得する。

(対象チーズ：ゴーダ、チェダー、カマンベール、クリームチーズから
1回の研修につき1品目)

クラスター・プロフィール

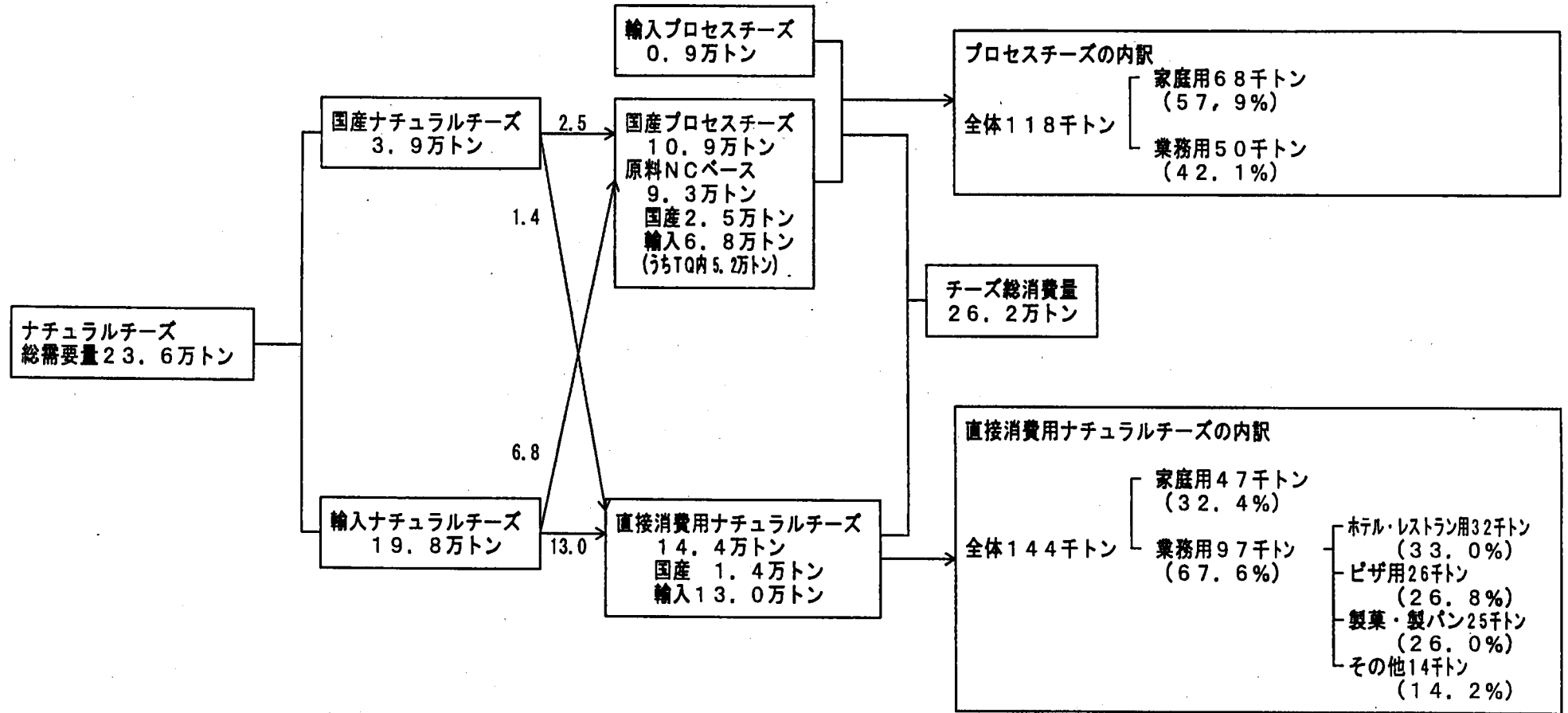
帯広畜産大学大学院 金山紀久

		評価	コメント・説明
クラスター(名前)			十勝におけるチーズ・クラスター
沿革(経歴情報) (主要参照物:)			1957年に大樹工場チーズ生産が開始される。1990年頃よりナチュラルチーズ作りに取り組む数軒の工房が出現し始める。その後、「十勝ナチュラルチーズ振興会」(2006年に発展的に解消され、現在「十勝ナチュラルチーズ連絡協議会」)が結成され、基本技術の普及が図られ、地域内でさらにチーズ製造に取り組む工房が増加し、10社以上の工房が、それぞれ独自の味を追求し特徴あるチーズを生産している。また、2003年に十勝ブランド認証制度がチーズを対象にスタートしている。
記述的な情報			
抽出物/天然資源産業		なし	
総括クラスター		加工食品	
クラスターでの垂直的な段階の数と製品/サービスの記述		1段階	酪農家、チーズ工房(チーズ製造工場)
クラスター内の企業数		1903	酪農家1,880戸(2006)、チーズ工房23軒(大手3、酪農家9、専門5、3セク4、学校1)、チーズ製造のリーディング企業は雪印乳業、今後、明治乳業のチーズ製造の拡大が見込まれている。小規模なチーズ工房では、共働学舎乳製品工房、(有)十勝野フロマージュなどがある。
クラスターの雇用数		約2,000	
場所(国)		日本	
地域		北海道	
都市		十勝	
地理的範囲			
国の規模(平方キロメートル)		377,923	全国の面積
クラスターの規模(平方キロメートル)		10,831	十勝の面積
地域経済発展			
国民一人当たり国民所得(円)		2,841千円	2004年(14位)
北海道一人当り国民所得(円)		2,535千円	2004年(19位程度)
競争力			
競争力指標(競争状態の変化)			
生産または輸出におけるクラスターの国内シェア(国内で競争しているクラスターに対し)		十勝のシェアは日本でもかなり高い	北海道のナチュラルチーズ生産3万6千トン(2005)、国産ナチュラルチーズ生産3万9千トン(2005)、北海道のシェアは92%。
年間のクラスターの成長		1.40%	北海道のナチュラルチーズ生産の成長率
年間の輸出の成長		今のところない?	2005年に316トン(内プロセスチーズが246トン)、台湾、中国、香港、タイ等に輸出されている。
クラスターでの中核産業の世界の輸出に占めるシェア		なし	

		地方企業が所有している海外販売組織(対地方企業は自社ブランドを主として販売(対ノーブランド商品))	なし 自社ブランドを販売	
		地方企業は新しい製品またはプロセスを開拓する(対模倣)	革新はほとんどない	
		地方企業は主としてクラスターの産業の範囲内で競争している(対関係の無い多様化)	ほとんど常に	
		地方企業の主な競争	コストよりも差別化	
		地方企業による海外直接投資(企業割合)	なし	
		クラスターで海外企業が販売か生産以外のことをしている(企業割合)	なし	
ダイヤモンド分析				
競争力の主要な要因				
1 要素条件				
一般的要素				
		地理的ロケーション	強い優位性	北海道でも有数な酪農地帯。
専門的要素				
		クラスター固有の自然資源(天然資源, エネルギー)	とても良い	生乳生産に有利な自然条件
		クラスター固有の人的資源(熟練労働)	高い技能	「十勝ナチュラルチーズ振興会」により早くから基本技術が普及され、クラスター内の工房で国際的なコンクール(国際チーズコンペティション)で受賞し、国際的に評価の高い工房もある。
		クラスター固有の知識移転資源(大学での訓練)	ある	帯広畜産大学では乳製品の研究部門を有し、放牧チーズなどの研究も見られる。しかし、十分な体制とはまだまだいえない。
		クラスター固有の科学インフラ(研究機関と大学, 試験研究所)	ある	帯広畜産大学、十勝食品加工技術センター、道立畜産試験場
		クラスター固有の基本的資源(ベンチャーキャピタル, 知的貸し手)	ある	帯広信用金庫、…
		クラスター固有の情報(ビジネス情報, 企業のディスクローズ, インターネット・アクセス)	ある	十勝ナチュラルチーズ連絡協議会
		政府, スピルオーバー(溢出効果, 波及効果)からの影響(たとえば, 軍隊)	なし	政府への影響はない
		選択的な要因の影響 セグメントの焦点か, イノベーションにおける	相対的に高い生乳価格	高級チーズ生産を志向
2 需要条件				
		地域の需要規模	関東圏と比較して大きいとはいえない	1世帯当たり消費量、北海道=2,240g/年、全国平均2,325g/年、最も需要が大きい地域は関東で2,753g/年
		国内一人当たりの消費量	非常に小さい(1.9kg)	西欧諸国から見たら低い消費水準。EU10カ国平均12.5kg、アメリカ13.9kg、ギリシャ28.7kg、
地域の需要の質				
		洗練された/要求水準の高い/知的なローカル顧客/流通チャネル	国内標準??	プロセスチーズ消費(117千トン=06年)からナチュラルチーズ消費(153千トン=06年)へ。チーズの需要構造が変化しつつある。
		地域需要の時期(トレンド設定 対トレンド選)	徐々に需要拡大	

	特定のセグメントにおける不均衡な地域的需求	影響はない	
	政府: 厳重な規制基準(製品, エネルギー, 安全, 環境)	なし	政府の基準はない
	政府: 消費者情報規則と消費者償還規則	十勝ブランドの認証制度有	
	政府: 安全水準の低いノリ株を例にこの問題		
3	関連・支援産業		
	サプライヤー		
	地域的サービス供給業者	ほとんど形成されていない	
	政府: 経済は補給品を輸入することに関わっている		チーズの輸入は自由化されている。多いプロセスチーズ原料用ナチュラルチーズ(67千トン)
	関連産業		
	競争業者と補完的な関連産業(サービス, 評判, チャンネル)	あまり強くない	観光地等におけるみやげ物売り場以外ではあまり強い結びつきを感じない。チーズと十勝ワインなど補完的な関連産業とはあまり強い結びつきはない。富良野では、チーズとワインがセットとなっている。
4	企業戦略および競争環境		
	競争意識		
	地方企業間の活発な競争	まだまだ活発な競争とはいえない	
	政府: 強い反トラスト法		要因ではない
	政府: クラスターの経済は、輸入競争に関わっている/海外直接投資(FDI)	オープンな輸入	安いチーズの輸入が活発。国内生乳価格の水準が相対的に高い。
	その他		
	協調		
	地方の産業団体	十勝ナチュラルチーズ連絡協議会	
クラスターの進化			
	クラスターの進化局面	クラスター化しつつある	
	誕生		
	クラスターの誕生の第一の要因(事柄の順)	要素条件	有数な酪農地帯
	クラスターの誕生(年)	1957年	雪印乳業大樹工場でのチーズ生産開始
	独自の要素条件による誕生	地域性	第二世代、風土に合ったチーズ作りの追求と成功(共働学舎: 宮嶋望)、農家のチーズ作りの流れの形成(半田ファーム)
	独自の国内需要条件による誕生		ワインブームの形成とチーズ消費の拡大

(参考 1) チーズの生産・消費 (平成17年度)



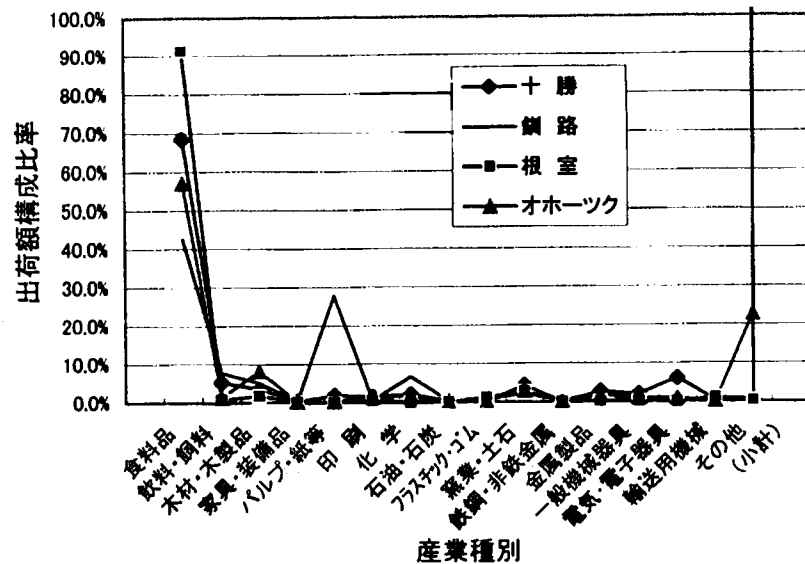
資料：農林水産省生産局畜産部牛乳乳製品課調べ

道東管内経済指標比較

[工業産出額] (億円)

十勝	釧路	根室	オホーツク	項目	十勝	釧路	根室	オホーツク
2,576	1,559	1,255	2,317	食料品	68.6%	42.6%	91.4%	57.1%
200	286	10	55	飲料・飼料	5.3%	7.8%	0.7%	1.4%
130	186	24	330	木材・木製	3.5%	5.1%	1.7%	8.1%
17	11	2	12	家具・装備	0.4%	0.3%	0.1%	0.3%
69	1,016	0	12	パルプ・紙	1.8%	27.7%	0.0%	0.3%
60	23	7	60	印刷	1.6%	0.6%	0.5%	1.5%
78	244	0	59	化学	2.1%	6.7%	0.0%	1.5%
9	9	0	0	石油・石炭	0.2%	0.2%	0.0%	0.0%
6	28	17	13	プラスチック・コ	0.2%	0.8%	1.3%	0.3%
164	82	37	116	窯業・土石	4.4%	2.2%	2.7%	2.8%
3	8	0	0	鉄鋼・非鉄	0.1%	0.2%	0.0%	0.0%
102	97	2	68	金属製品	2.7%	2.6%	0.1%	1.7%
77	48	3	44	一般機械	2.1%	1.3%	0.2%	1.1%
231	0	0	39	電気・電子	6.1%	0.0%	0.0%	1.0%
14	35	13	8	輸送用機	0.4%	1.0%	1.0%	0.2%
20	27	4	923	その他	0.5%	0.7%	0.3%	22.8%
3,757	3,660	1,374	4,056	(小計)	100	100	100	100

道東管内産業別出荷額構成比



[工業従業者数] (人)

十勝	釧路	根室	オホーツク	項目	十勝	釧路	根室	オホーツク
6,881	5,410	3,120	7,978	食料品	54.2%	53.1%	80.9%	55.3%
388	255	74	150	飲料・飼料	3.1%	2.5%	1.9%	1.0%
713	836	216	1,898	木材・木製	5.6%	8.2%	5.6%	13.2%
187	100	19	142	家具・装備	1.5%	1.0%	0.5%	1.0%
276	918	0	74	パルプ・紙	2.2%	9.0%	0.0%	0.5%
515	224	88	568	印刷	4.1%	2.2%	2.3%	3.9%
72	535	0	72	化学	0.6%	5.3%	0.0%	0.5%
38	24	4	5	石油・石炭	0.3%	0.2%	0.1%	0.0%
41	171	73	72	プラスチック・コ	0.3%	1.7%	1.9%	0.5%
789	330	111	733	窯業・土石	6.2%	3.2%	2.9%	5.1%
47	49	0	18	鉄鋼・非鉄	0.4%	0.5%	0.0%	0.1%
612	440	19	386	金属製品	4.8%	4.3%	0.5%	2.7%
984	271	20	329	一般機械	7.8%	2.7%	0.5%	2.3%
790	14	0	411	電気・電子	6.2%	0.1%	0.0%	2.8%
99	308	83	89	輸送用機	0.8%	3.0%	2.2%	0.6%
257	298	29	1,505	その他	2.0%	2.9%	0.8%	10.4%
12,689	10,183	3,856	14,430	(小計)	100	100	100	100

道東管内産業別構成比グラフ

