

北海道産業競争力強化戦略

～ 20年後を見据えた北海道の持続的成長に向けて～

(案)

平成26年3月

北海道産業競争力協議会

北海道産業競争力強化戦略 目 次

はじめに	1
I 北海道経済の現状と課題	2
1. 北海道の概況	2
2. 成長産業としての「食」と「観光」	3
3. 「食」と「観光」における課題	4
(1) 地域資源の発見力の弱さ・付加価値の低さ	5
(2) 地域内・地域間・業種間連携の弱さ	5
(3) 人材の不足	6
II 課題を克服し目指すべき将来像	7
III 目指すべき将来像に向かうための方向性と取組	8
1. 戦略的に展開すべき「食」、「観光」関連産業の振興	8
(1) 食関連産業（農林水産業を含む）の振興	8
(2) 観光関連産業の振興	8
(3) 「食」、「観光」関連産業振興のための戦略	9
①戦略的マーケティングの実施	9
②戦略的な連携の推進	9
(i) 地域内連携の推進	9
(ii) 地域間連携の推進	10
(iii) 業種間連携の推進	10
2. 戦略産業と一体的な取組が必要な産業の振興	11
(1) 地域を維持するヘルスケア産業の育成	11
(2) 経済の根幹を支えるものづくり産業の振興	12
3. 人材の育成・確保	12
4. 産業を支える基盤づくり	13
(1) 食やものづくり産業に係るインフラの充実	13
(2) 観光・物流インフラの充実	14
(3) エネルギーインフラの充実	14
5. バックアップ拠点機能の発揮	15
IV 戦略を推進するための効果的な手法等（具体的取組と提案・要望）	15
おわりに	16

はじめに

本格的な開拓から 150 年の歴史の中で、北海道経済は順調に発展してきた。しかしながら、バブル崩壊後の「失われた 20 年」の間、日本経済の中でも特に北海道経済は長らく低迷を続けてきた。

今、日本経済は、昨年からの国の経済再生に向けた取組等により、着実に回復基調となっており、北海道経済も個人消費が持ち直しているほか、長く続いた円高が是正されていく中で外国人観光客を含む来道客数の増加、さらには公共事業の執行増等を背景に回復基調にある。このような経済回復の足取りを一過性で終わらせることなく、より確実なものとし、今後の 20 年を見据えて持続的な成長を遂げていくためには、地域に眠る資源を新たな視点で再発見し、磨き上げ、そのポテンシャルを最大限に引き出し、北海道の魅力为全国あるいは海外に向け、広く情報発信していくことが重要である。

このため、北海道における戦略産業を特定し、国、自治体等の政策資源を戦略的、重点的に投下することで、訴求力、競争力のある北海道ブランドを構築し、戦略産業の着実な成長を図ることが、地域産業への波及効果をもたらすものと考えられる。

こうした中、昨年 6 月に策定された「日本再興戦略」に基づき、昨年 11 月に設置した「北海道産業競争力協議会」においては、地域の事業者等の方々の生の声も踏まえ、今後、北海道の産業競争力強化・持続的成長に向けて民間事業者が主役となり、国、道、市町村、地域住民、金融機関、大学等、関係者が一体となって取り組んでいくための「具体的な取組」として、この成長戦略を取りまとめた。

政府においては、本年 6 月に「日本再興戦略」の見直しを予定しているが、本戦略の内容がその見直しに反映され、北海道の実情に即した施策が展開されることが強く求められる。今後は、戦略産業を中心とした北海道経済の持続的成長が図られるよう、本戦略を基に全ての関係者が認識を共有し、強固な「意志」を持って、具体的な取組を進めていくこととする。

I 北海道経済の現状と課題

1. 北海道の概況

北海道は、日本の最北端に位置し、国土の 22.1%の面積を占める広大な土地を有しており、道内各地域においては、それぞれの気候風土に応じた様々な地域資源が多く存在している。

総人口は約 547 万人と全国の 4.3%となっているが、人口減少や少子高齢化が確実に進んでいる。国立社会保障・人口問題研究所によると、北海道の人口は平成 52 年度には約 419 万人に減少するほか、65 歳以上の人口割合は 40.7%と、平成 22 年度の 24.7%から大幅に増え、全国の中でも高い水準になると推計されている。過疎地域割合は全国平均を大幅に上回り、道内市町村の財政状況が依然として厳しい状況にある中、人口減少、少子高齢化の進行に伴う地域経済の加速的な衰退、崩壊が懸念される。

北海道の経済成長率は、実質で 2 年連続のプラスとなっているものの、道内総生産は名目で 18 兆円台の横ばい傾向で、建設業の多い北海道では公共事業や民間設備投資の減少もあり経済規模は縮小している。また、域際収支は、農林水産、飲食料品、パルプ・紙製品等の移輸出が大きいものの、多くの工業製品は移輸入に頼っており、大幅な赤字が続いている。

北海道の企業を規模別で分類すると、中小企業が道内企業数の 99.8%、雇用者数の 83.3%を占めており、地域の経済と雇用の主要な担い手として大きな役割を果たしているが、大企業に比べて一般的に信用力や資金調達能力が弱いことから、経営の安定を維持していくことは容易ではない。

産業構造をみると、豊富な農林水産資源が存在することから全国に比べ農林水産業のウエイトが高く、農業産出額、漁業生産額及び木材生産の産出額は、全国第 1 位の規模を誇る。一方、製造業のウエイトは全国に比べ 2 分の 1 と低い。製造業の主力である食品工業は、工業出荷額が全体の 34.6%と全国に比べ約 3 倍のウエイトになっているのに対し、加工組立型産業の工業出荷額のウエイトは全国の 3 分の 1 以下となっている。ただし、近年、自動車産業関連企業の相次ぐ進出がみられるほか、こうした企業との取引を拡げる企業や、農林水産業の作業効率化・高付加価値化を支える機械を製造するものづくり企業が多数存在している。

観光に目を向けると、北海道には豊かな自然・農林水産物、広大な土地等を背景に多くの観光資源が存在し、我が国有数の観光地となっている。壮大で四季折々の彩り鮮やかな景観や新鮮でおいしい食べ物が訪れる人々を魅了し、近年は特に海外からの

観光客が増加しており、平成 25 年度の訪日外国人来道者数は 100 万人を超えることが期待される。

2 年後には北海道新幹線が開業するほか、最近の国際航空定期便の増加やクルーズ客船の寄港増加、6 年後の東京オリンピック・パラリンピック開催等を見据え、道産食品の一層の販路拡大とともに、今後、更なる観光客数の増加が期待される。

2. 成長産業としての「食」と「観光」

北海道の「食」は、地域の特性を活かした豊富な農林水産資源があり、農業分野では、生乳、小麦、大豆等多くの品目の生産で高いシェアを有し、農業産出額は 1 兆 536 億円、全国に占める割合は 12.2%と全国一である。また、全国のカロリーベース食料自給率の約 2 割を供給する等、我が国の食料安定供給に大きく貢献している。水産業分野では、ホタテガイ、サケ等漁獲量 1 位を占める水産物が多く、海面漁業・養殖業生産額は 2,578 億円で全国の 19.4%を占め、林業分野では、木材生産の産出額が 324 億円で全国の 16.9%を占める等、ともに全国一となっている。さらに、食品工業の事業所数・従業者数も全国一の規模を誇るほか、優れた天然素材を活かした商品を全国に発信する場として、全国の百貨店等で開催されている北海道物産展は、他の都府県に比べ開催回数が圧倒的に多く、高い人気を博している。

こうした中、北海道においては「食」のポテンシャルを最大限に活かすため、生産から加工・流通・販売に至る食の総合産業化を加速させ、食品工業の出荷額や付加価値率等の向上を図る食産業立国の実現に向けて取組を進めており、平成 22 年に「食クラスター連携協議体」を設立し、産学官金のオール北海道体制による食クラスター活動を展開している。また、平成 23 年に全国で唯一「食」分野を対象とした「北海道フード・コンプレックス国際戦略総合特区（フード特区）」が「国際戦略総合特区」として国の指定を受けた。さらに、平成 25 年には、国家戦略特区として新たに「JAPANフードピア」構想の提案を行った。

また、北海道の「観光」は、世界自然遺産である知床をはじめ、全国一の国立・国定公園数、温泉地数を誇っており、多くの観光客が雄大な景観を楽しんでいる。なかでも、「さっぽろ雪まつり」や「小樽雪あかりの路」等、北海道だからこそ実施可能な大規模な冬のイベントが道内各地で開催されているほか、ニセコ地区のスキー場ではオーストラリアをはじめとする各国からの宿泊客が大幅に増加している等、日本全国や海外から多くの観光客が訪れている。訪日外国人来道者の 8 割を占めている東アジア地域の人々には、北海道の認知度が非常に高く、北海道特有の四季折々の自然、食、温泉等のブランド力に強い魅力を感じている。

このように、北海道においては「食」、「観光」分野は、全国に比べ非常に高い優位性がある資源を数多く有するとともに、マーケットサイドから見ても、北海道ブランドとして十分に差別化が可能な分野である。成長分野として更なる発展が見込まれることから、「食関連産業」、「観光関連産業」を戦略成長分野と位置付け、取組の強化を図っていくことが適当である。

「食」、「観光」関連産業が、国際競争の中で持続的に勝ち抜いていくためには、これを支える関係者の意識共有や意欲の向上、関連するノウハウの共有、資金の集中が何よりも必要である。

3. 「食」と「観光」における課題

「食」、「観光」分野は、上述のように優位性はあるものの、課題も多くある。

「食」分野に関しては、農林水産業は北海道の基幹産業であるが、国際化の進展や担い手の減少・高齢化への対応が求められるとともに、農業では、播種から収穫までの生産サイクルが一年一作を基本とするといった特徴がある中、環境と調和し、安全で良質な農産物を安定的に生産することが重要となっている。水産業では、水産資源を持続的に利用していくための資源管理の推進や、安定した漁業生産を維持するための海域特性に応じた栽培漁業の展開を実践していくこと、さらに林業では、利用期にある人工林資源を活かした森林資源の循環利用を推進していくことが求められており、それぞれの実情を踏まえた持続的な成長に向けた取組を、関係者による地道な連携や協働のもとで進めていくことが必要である。

食品工業については、付加価値率が27.8%と、全国の33.6%に比べ低く、付加価値額は6,000億円前後の水準で横ばい状況にある等、全国一の農林水産資源等、優良な素材が豊富に存在しているにもかかわらず、その素材を十分に活かしていきれていない現状がある。今後は、戦略産業として更なる食クラスターの形成を促進し、食品の輸出拡大、新商品開発のための基盤技術の開発、農林水産品由来の機能性素材の開発等、競争力強化を図っていくことが重要である。

また、「観光」分野では、観光客数の道央への一極集中、繁忙期と閑散期のシーズン格差、飛行機で来道した観光客を全道各地に行き渡らせるための交通手段（2次交通）の問題等が見られ、海外観光客の迅速・円滑な出入国審査体制の確保・充実、ホスピタリティの向上や宿泊施設等の耐震、防災対策等と併せ、国内外の観光客に対するサービス向上と誘客の促進に向けた取組の充実を図っていく必要がある。

本協議会では、上述の優位性・課題を検証するとともに、地域の実情を把握し成長戦略に反映するため、道内各地域で意見交換会を実施した。この結果、「食」、「観光」

分野が今後一層成長を遂げていくために克服しなければならない共通の課題として、以下の3点が浮き彫りとなった。

(1) 地域資源の発見力の弱さ・付加価値の低さ

意見交換会では、北海道には、すばらしい地域資源が豊富に存在するが、道民自らは発見、認識ができず、それらを活かさきれていないという意見が多かった。また、それらの情報発信力の弱さについても指摘があった。

具体的には、「足下の地域資源に気付いていない。見つけて、評価して、発信しなければならない」、「シーズン格差を埋めるためのイベントの誘致。地元しかできない観光を作り出すべき」等の意見が出されたように、北海道では、農林水産物や自然等の素材の品質の高さに甘んじ、素材のまま勝負してきており、新たな資源の発掘、気づき、提供方法等の努力が十分でなかった面がある。

また、「商品のストーリーを作り、情報発信の仕方、売り方を考える必要がある」、「観光のターゲットを明確にして、何を発信するかが重要」等の意見が出される等、地域資源を価値あるものとして展開するため、消費者が何を求めているのか、どのような価格なら購入するのか、そのためのプロモーションをどう展開するのか等、訴求力のある商品づくり、情報発信の必要性についての意識も不十分であることが指摘された。

(2) 地域内・地域間・業種間連携の弱さ

道内においては、域内の市町村、民間事業者、経済団体等が一体となった取組や、個別の市町村が持つ地域資源を活かすため、地域を越えた連携の取組、さらには業種を越えた専門分野の融合による新商品開発を行っている取組がみられるが、その成功例はまだ少ない。

意見交換会では、「農業者だけではなく、地域や商工業者の連携により、地域資源を地域ブランドとして活かすべき」、「空港を中心にエリアを結びつけ、観光クラスターとして地域間連携することで観光資源がつながる」、「食のあり方について農業、商業、他の産業との連携が必要」等の意見が出される等、様々な連携による事業展開の必要性が提起された。

また、地域一体となった地域ブランド創出といった戦略が不足しているほか、地域間連携による観光回遊性の創意工夫が弱く、農商工連携等の業種間連携を含めた6次産業化の取組不足等、価値ある貴重な「食」、「観光」の資源を活かした高付加価値化

の意識が低いことが指摘された。

(3) 人材の不足

産業の成長、地域の活性化を図るためには人材が鍵となるが、意見交換会では、「競争する気概を持つ人材が少ない」、「危機感が足りない」等の意見が出された。また、「覚悟とやり抜く力を持った人材を地域でどう育てるか。そういう人材もないのに競争と言っても仕方ない」、「地域全体でおもてなしに取り組んでいくべきであり、地域を愛するプロデューサーが必要」、「大学の経営学は管理ものが多いが、今必要なのは起業家精神であり、地域の自立を考えられる人材」といった意見が出される等、地域を巻き込んで魅力的な地域づくりができる能力、あるいは道外・海外に積極的に情報発信できる能力を持った人材が不足しているとの認識が確認された。加えて、こうした人材を育成する場が都市部以外では非常に少ない状況にあることも指摘された。

また、人口減少、少子高齢化に伴う後継者不足、技能伝承のための技術者不足等、地域、業種によっては、その担い手不足が深刻な問題となっており、若者や女性、高齢者等多様な人材を地域経済成長の担い手として活躍させていく必要があることが提起された。

Ⅱ 課題を克服し目指すべき将来像

既述のとおり、北海道では、今後 20 数年の間に人口が 2 割以上減少することが見込まれている。そのような中で少子高齢化や過疎化が更に進行していけば、一部の地域では、その地域を支える最低限の機能すら維持できなくなることとなり、地域の崩壊につながる可能性がある。現状において、人口のみならず、各種資源が札幌へ一極集中し、発展を続けているが、「北海道の発展なくして、札幌の発展はない」との考え方に示されているように、道内の地域が疲弊し、崩壊していけば、札幌をはじめとする都市部を含めた北海道全体の地盤沈下につながる。

このような状況は何としても回避しなければならず、そのためには、北海道の優位性を最大限に活かすことのできる「食」、「観光」関連産業を核として、グローバルに活躍する企業を複数輩出し、それらに関連する多くの中小企業・小規模事業者や 1 次生産者も持続的な成長を遂げ、雇用を維持・増加させていくことを目指すべきである。これにより、人口減少に伴う内需の縮小を高付加価値化や移輸出の拡大でカバーするとともに、定住人口や交流人口を増加させることにより地域の過疎化を食い止め、地域を支える機能を維持していくべきである。

すなわち、必ずしも全てが飛躍的に成長することを求めるのではなく、

- ① 出る杭を伸ばし
- ② 杭周辺の大地を隆起させ
- ③ 全体の地盤沈下を食い止める

ような状態を目指すべきである。

その結果、個人では、それぞれの地域でライフスタイルに応じて意欲的に働くことができる環境が生まれ、それに見合った報酬や充実感を得ることができるようになる状況を目指すべきである。

Ⅲ 目指すべき将来像に向かうための方向性と取組

1. 戦略的に展開すべき「食」、「観光」関連産業の振興

道内では、地域によっては人口減少や少子高齢化の進行により、商店街や学校、病院等の地域のコミュニティさえも維持することが困難となる懸念がある。地域を地域として存続させ、公的需要に依存してきた北海道経済が自立した経済活動を可能にするためには、戦略産業としての「食」や「観光」の関連産業を中心に、その振興に向け、民間事業者、国、道、市町村、地域住民、金融機関、大学等の各ステークホルダーが、危機感を共有し、他地域との競争意識の下で連携・協働し、共に成長するためのチャレンジを繰り返していくことが重要である。

また、北海道経済全体として自立した成長を遂げるためには、目指すべき将来像に向かってチャレンジし続ける民間事業者が、行政、金融機関、大学等と連携することにより、先進的な成功事例を生み出していくことが必要であり、これがチャレンジ精神の醸成に繋がるものと考えられる。

チャレンジ精神を醸成し、今後の20年を道民が一丸となって共に考え抜いていくためには、本成長戦略の道内各地のステークホルダーへの普及・浸透を図り、当事者意識を共有するとともに、意志を持って取り組む事業者に対し、国や道をはじめとする自治体等の政策支援ツールを総動員し、そのチャレンジを後押しする。

(1) 食関連産業（農林水産業を含む）の振興

食関連産業については、良質な農林水産資源を有する北海道の強みを最大限に活かして、その一層の振興を図るため、食の基盤となる農林水産業について、担い手の確保や農地の利用集積、計画的な生産基盤の整備、技術の開発・普及、環境と調和した生産活動の推進と安全・安心な農林水産物の安定生産・供給、6次産業化の推進等により、その競争力を強化する。

また、特区制度の活用等を通じた食クラスター活動の加速や道外からの企業立地の促進、機能性食品等今後成長が期待される分野への集中的な取組の展開、付加価値の高い商品の発掘・磨き上げを通じた北海道ブランドの向上、さらには、アジア等海外の成長力を積極的に取り込むための輸出拡大に向けた取組等を進める。

(2) 観光関連産業の振興

観光関連産業については、食や自然・文化等北海道らしい観光資源を活かして、その一層の振興を図るため、地域の様々な資源を活用した満足度の高い滞在型の観光地

づくりを推進する。

また、国内外への効果的な誘客活動による旅行市場の拡大や、新幹線開業効果の全道への波及に向けた取組の加速、ムスリム対応等外国人観光客の受入体制の整備、さらには、民間大規模建築物の耐震診断義務化への適切な対応等を進める。

(3)「食」、「観光」関連産業振興のための戦略

①戦略的マーケティングの実施

地域資源を有効に活用するためには、地域に眠る歴史や文化を見直し、地域住民が従来より大切にしてきたもの等、ここにしかない「モノ」や「コト」を整理し、外からの目線で何が価値あるもので、どうすればより多くの価値を付加できるかを検討・分析し、地域ブランドを構築する等、戦略的に取り組んでいくことが必要である。

そのためには、消費者が何を求め、何に価値を見い出しているかを常に把握している必要があり、ターゲットとする消費者や地域、在留外国人やリピーターとして訪れる外国人観光客等から継続的にニーズ把握を行っていく。また、それらニーズに応じて、デザイナー、クリエイター、弁理士等の専門家を活用した商品開発、知財戦略、流通・販売戦略を展開し、高付加価値な商品・サービスを提供できるよう、行政、支援機関、金融機関等がサポートしつつ成功事例を生み出していく。

さらに、アジア・イスラム圏やロシアをはじめとする海外市場への輸出を拡大させるため、道産食品の小口混載輸送サービス（HOPサービス）等により多様な主体が連携し輸出拡大の取組を行っていく。また、自然や食、生活文化等の北海道の魅力あるコンテンツや産業の強みを総合的に活用して北海道全体のブランドイメージを高め、海外販路や誘客の拡大につなげる「クール・HOKKAIDO」を推進する。

②戦略的な連携の推進

(i) 地域内連携の推進

既述のように地域資源を有効に活用するためには、地域に根付く「味」、「伝統」、「文化」、「習慣」、「暮らし」、「イベント」等の価値を再認識することが必要である。地域住民を含め、農林水産業、商業、観光等地域内のそれぞれの分野が一つとなり、自らが地域を支える一員であり、自らの地域を存続させ、自立させるためには何で稼いでいくかという意識を共有し、同じ目線で取り組んでいくことが重要である。

また、継続的な誘客のためには、観光関連事業者ばかりではなく、あらゆる分野の事業者や住民が「地域全体で観光客をもてなす」という考え方を共有する必要がある。

例えばフラノマルシェでは、富良野市の中心市街地にマルシェ（市場）を建設し、来店客を周辺商店街へ誘導する等、商工会議所、農協、商業者、住民、自治体等が一体となって、民間主導で中心市街地再生のための仕組みを構築している。このような取組により、食材の地産地消の促進や、外部からの誘客による交流人口の増大により、地域全体への経済波及効果を生み出している。

こうした取組は、地域が主体的に進めることが重要であり、そのためにも市町村や商工会議所・商工会が中心となり、振興局や地域に密着した産業支援機関、金融機関等が支援しながら、民間事業者、住民等が連携した地域内ネットワークの形成を促進させ、定期的な情報共有や現状分析、今後の地域のあり方に係る検討を実施していく。

（ii）地域間連携の推進

北海道ブランドのPRや観光客の広域的な道内周遊のためには、市町村や振興局等の行政区域の枠を越えた取組も重要である。

地域が連携した事例としては、旭川～富良野～十勝の代表的なガーデンを結び観光客を回遊させる「北海道ガーデン街道」があるほか、美瑛町では全国54の町村とともに「『日本で最も美しい村』連合」を立ち上げている等、小さくても輝く資源を有する地域が互いに認め合い高め合うことで、より大きなブランド価値を生み出すことが可能である。

また、沖縄との連携による物流インフラの活用や健康素材の組み合わせによる新商品の開発や、北海道新幹線の開業効果を高めるための東北地域と連携した食や観光の振興に向けた取組等が行われており、道外他地域との連携も視野に入れ、それぞれの地域が持つ強みを活かして、道内外や成長拡大する海外市場を獲得していくことも必要である。

このためには、市町村、振興局、民間事業者等が、行政区域の枠を越えたネットワークを形成するとともに、地域の総合プロデューサー的な役割を担い、広域的なブランドの確立や新しい周遊プランの提案等を行っていく。

（iii）業種間連携の推進

商品の高付加価値化や新たな流通先の確保のためには、地域内外の連携のほか、業種を越えた連携が重要であり、北海道ならではの食クラスター活動を加速し、また、観光との融合を図る取組等を進めていく必要がある。

近年、農林水産物の付加価値向上や未利用資源の活用のために農商工連携等による6次産業化の取組が進められているが、1次生産者単独での6次産業化は難しいとの意見があった。このため、1次産業である農林水産業と2次産業であるものづくり産業との連携、さらには3次産業である流通、観光産業、IT産業との連携等、各産業がそれぞれの専門性を活かし、農林水産業者のニーズを活かした農業機械・食品加工機械の開発や流通業者の活用等、有機的に連携した取組を推進していくことで、6次産業化を加速していく。

また、2次産業や3次産業間の様々な連携として、ヘルスケア産業においては、配食サービスやスポーツクラブ等との連携による新たなサービスの創出を促進する。観光関連産業においては、道内どの地域にも観光客が訪れることができるよう、自治体、交通事業者、観光関係事業者、地域住民等の地域の関係者が主体となって、飛行機やJR、バス、タクシー等の異なる交通機関を連携させる等、地域における円滑な交通ネットワークを構築する。

産学官連携では、免疫機能の強化に有効と言われるフコイダン（成分）を豊富に含有する北海道特産のガゴメコンブを活用した多様な商品開発をはじめ、北海道大学の分子追跡陽子線治療装置の開発、完全密閉型植物工場等による最先端グリーンケミカル技術の実用化、雪道等での転倒時の頭部の衝撃を吸収する保護帽の開発等といった成功例も生まれてきており、更なる技術開発や研究成果の実用化を推進していく。

国や道においては、事業者が予算を有効的に活用することができるよう、各省庁の出先機関や振興局との間で情報共有を行い、各省庁が一体となった6次産業化ファンドの活用促進等の連携した取組を進める。

2. 戦略産業と一体的な取組が必要な産業の振興

(1) 地域を維持するヘルスケア産業の育成

北海道全体の喫緊の課題である人口減少や少子高齢化は、学校や病院等地域のコミュニティの維持を困難としているが、医師の地域偏在等による地域医療の衰退は、更なる人口減少や少子高齢化を招き、地域を崩壊させ、北海道の基幹産業である1次産業等の担い手を奪い、北海道産業全体の衰退を招くことになりかねない。

また、高齢化に伴う要介護認定者数の増加等に伴う社会保障費の増大は、地域の財政負担が大きい。民間による公的保険制度外のようなヘルスケアサービスを創出することにより、社会保障負担の軽減に繋がり、健康寿命の延伸により、アクティブシニアが健康で生き生きと働く社会を形成することで、地域経済の持続的発展に大きな役割を果たすことが期待される。

このためにも、医療・介護機関と食関連事業者等が連携し、道産食材を活用した北海道らしいビジネスモデルを構築し、実践していくほか、自治体や事業者がそれぞれ単独でサービスを提供するのではなく、商店街や住民等を含む多様な連携による地域コミュニティの創出や健康サービスの充実等、日本の新たなヘルスケアサービスの構築に積極的に取り組んでいく。

事業実施に際しては、必要に応じグレーゾーン解消制度や企業実証特例制度等の活用も視野に入れ、北海道モデルが全国の最先端モデルとして、日本の健康寿命の延伸に貢献し得るよう取り組む。

(2) 経済の根幹を支えるものづくり産業の振興

北海道の全産業に占める製造業の割合は8.9%と、全国の18.6%に比べて低い水準である。この20年で製造業事業所数、従業員数は約4割減少しているものの、製造品出荷額等は全国的な落ち込みに比べ、北海道は横ばいにとどまっている。製造品出荷額等の類型別構成比は、基礎素材型や生活関連型の割合が高いが、割合が低い中でも、加工組立型の製造品出荷額等は1.2倍と増加している。

工業出荷額全体で見ると、生活関連型に属する食品工業が34.6%を占めているが、農林水産業の生産額の大きさに比べて、食品工業の生産額はそれほど大きくなく、豊富な農林水産物を道内で加工せず、そのまま道外へ出荷しているのが現状である。

今後は、1次産業者や業界団体、研究機関等との連携により、「食」産業の高付加価値化を図ることが必要である。1次製品の生産・収穫・保存・加工・流通という一連のサプライチェーンの中での作業効率化、鮮度保持等に係る機械・装置の開発・改良や新たな価値を付加した加工製品開発のための、技術の高度化、新たなイノベーションの創出を積極的に推進する。

3. 人材の育成・確保

地域の強みを活かし、地域の事業者や関係機関が一体となった競争力ある新産業・新事業を創出するためには、様々な視点から物事を分析し、人や地域を連携させ化学反応を起こすことができる人材が重要である。

また、自ら起業・創業するチャレンジ精神を持つ次世代人材の育成や、「食」、「観光」分野を中心としたマーケティング力や情報発信力に優れ、さらには海外事情に精通している人材の育成等も必要である。都市部だけではなく道内各地域の大学、中小企業大学校、人材育成機関等が金融機関、産業支援機関等と連携し、起業家教育や地

域経営、マーケティング分析、観光学等のカリキュラムを増設する等、人材育成の機会を充実させる。

一方で、地域の農林水産業や中小・小規模企業では、人口減少や若者の流出等により担い手の確保が難しくなっていることから、国、道、市町村、関係団体等が連携して、若者や女性、高齢者等多様な人材を地域経済成長の担い手として活躍させていく必要がある。また、新たな産業の振興による雇用の拡大と意欲喚起や働きやすい環境の整備の両面から就業機会を拡大するとともに、ものづくり産業等の一層の集積や新たな事業展開の促進に向けては、産業の振興と専門的な技術・技能を有する人材や経営・生産活動の中核を担うマネジメント人材の育成確保を進めていくことが必要である。

そのため、食分野等における産業の振興と一体となった安定的で良質な雇用の創出・拡大をはじめとして、高度人材の定着を図る雇用の場の確保、農林水産業や中小・小規模企業への新規就業支援や雇用促進のための人材育成支援、企業や組織に所属しない人達が集いノウハウを共有しながら仕事を行う「コワーキング」という新しい働き方の提案、若者や女性等の雇用の拡大に向けた人材育成や中小企業の在職者の処遇の改善に対する支援等、若者、女性等の多様な人材が活躍できる機会の拡大を進めていく。

なかでも、女性の雇用拡大、促進のためには、出産や育児をする女性の活躍を一層推奨する社会全体の意識醸成や、十分に女性の能力が活かされてこなかったものづくり産業等への女性の参画促進等の環境整備に資する取組を積極的に進めていく。

4. 産業を支える基盤づくり

(1) 食やものづくり産業に係るインフラの充実

「食」産業の発展のためには、時代のニーズに対応した新たな技術の開発とその導入が不可欠であることから、農林水産物や食品の安全性・有用性評価や分析、研究開発、技術開発等を積極的に推進するとともに、ものづくり産業との連携による関連設備等のより一層の充実が必要である。

新たな研究開発、技術開発を加速化させ、試作品開発や実用化に繋げるためにも、道内各地域の公設試験研究機関が地域企業のニーズを把握し、地域のニーズに合わせた試験研究機器等を整備していく。

また、攻めの農林水産業づくりや北海道の高品質な農水産物の海外輸出を促進するため、衛星利用やセンサー技術等を導入したICTインフラ基盤の整備促進を図ると

ともに、農地や生産・加工・流通施設等生産基盤の計画的な整備や高能率機械の導入、コンテナターミナルの機能強化や航路の充実に取り組むほか、ばら積み貨物を安定的かつ安価に供給するための大型岸壁、荷役機械などの国際物流機能の強化等に取り組む。

(2) 観光・物流インフラの充実

「食」、「観光」関連産業を支える上で、交通・物流ネットワークの充実は重要な要素であり、東京オリンピック・パラリンピック開催を見据え、観光客の利便性向上に向けた情報通信基盤を含めた観光インフラの整備や、リードタイム短縮による道内外のサプライチェーン強化や海外への輸出促進のための物流インフラの整備が必要である。

このためにも、北海道新幹線の新青森―新函館（仮称）間の一日も早い開業と札幌までの早期完成、主要な空港・港湾等の交通拠点を結ぶ道内の高規格幹線道路等の整備促進、クルーズ客船の寄港増加や北極海航路活用等を見据えた港湾整備の加速化、国際航空路線の拡大や北海道と国内外を結ぶ物流ネットワークの強化等を図る。

また、物流インフラの充実により、自動車等の加工組立型産業の一層の集積や、道外・海外からの企業誘致・投資促進にも、引き続き積極的に取り組んでいく。

(3) エネルギーインフラの充実

北海道経済を持続的に発展させていくためには、まずは地域をしっかりと支え、外部の様々な変動要因にも耐えうる土台づくりが必要である。「食」、「観光」産業やものづくり産業の発展等、産業の基盤を支えるためには、エネルギーの安定供給が非常に重要である。現在、石狩LNG基地の稼働、道北エリアにおける送電網整備事業の開始のほか、京極水力発電所・石狩湾新港火力発電所の新設、北本連系設備の増強等、エネルギー安定供給のための動きが進んでいる。

また、中長期的には、エネルギー企業間の健全な競争による安価で安定的なエネルギーの供給が必要である。北海道がポテンシャルを有する太陽光、風力、地熱、特に優位性のあるバイオマス等の再生可能エネルギーを最大限に活用するためにも、北本連系線の更なる強化を含む電力インフラの整備や、エネルギー関連技術の実証・開発プロジェクトの推進に取り組んでいく。

5. バックアップ拠点機能の発揮

北海道は、首都圏から離れており、また、寒冷地であるため、物流面や冬期の生産活動の制約等のデメリットがあるが、一方では、大地震の発生や台風の接近等の自然災害リスクが低く、さらに、冷涼で自然エネルギーが豊富なこと等から、ICTインフラを活用した企業のバックアップ拠点等として、優れた機能を有している。

今後、ICTインフラ基盤の整備を一層加速させ、リスク分散の視点を重視した生産拠点や本社機能も含めたオフィスの移転・分散化、データセンター等の企業誘致、食料・エネルギーの安定供給機能の強化等により、バックアップ拠点としての機能の一層の発揮に向け取り組んでいく。

IV 戦略を推進するための効果的な手法等（具体的取組と提案・要望）

本戦略を効果的に推進していくためには、地域の民間事業者自らが積極的な取組を進めていくことが基本となるが、国、道の予算や産業競争力強化法等の制度を最大限活用していくとともに、国が新たに創設した国家戦略特区制度に加え、国際戦略総合特区制度の充実・改善や地域の創意工夫を活かせる特区制度の新設、自由度が高く、複数年度の執行が可能となる「基金」の創設等、地域がその主体性をより発揮し、計画的・効率的に執行できる政策が必要である。

したがって、平成26年度は、国における25年度補正予算、26年度予算、税制及び道における予算等を効果的に活用していくことが重要であり、そのための具体的取組を別添のとおり取りまとめた。

また、本戦略を着実に推進していくためには、適切な国の支援が必要なことから、北海道の産業競争力強化のために必要な事項を別添の「国への提案・要望事項」として取りまとめた。

おわりに

我が国にとって、日本の最北端に位置する北海道は、地政学上も重要な地域であり、その維持・成長を図ることは、不可欠な課題となっている。そのためにも我々は、北海道の失われた 20 年を反省し、少子高齢化が本格化する現実を受け止めた上で、北海道の持つ価値を再認識し、それを強みとして大いに磨き最大限に活かして、名実ともに「アジアの宝」にしていかなければいけない。

本戦略は、目指すべき将来像に向かうための具体的取組を示したものであり、これをスタート地点として、道内関係者が具体的取組を進展させ、着実に成果を上げていく必要がある。

この戦略を「絵に描いた餅」にしないためにも、今後最も重要なことは、民間事業者、地域住民、金融機関、大学、行政等の全ての関係者が当事者意識を持ち、具体的取組を継続していくことである。このため、半年に一度本協議会を開催しフォローアップを行うとともに、関係機関の事務レベルによる検証も行っていく。

この先の 20 年は、北海道新幹線時代の幕開けや東京オリンピック・パラリンピックの開催等、北海道の活性化につながる明るい話題が多くある。こうしたチャンスを十分に活かし、本成長戦略を確実に実行して成果を出していくことにより、北海道の価値ある「食」と「観光」がますます発展し、日本の中の「北海道」が、世界に冠たる「HOKKAIDO」となることが期待される。