

# ビジネスサーチ

年4回発行予定

購読無料

2017

本別

2017年11月30日（木）

第3号

## 7-10月に伸びた市場

データ出展：日経テレコンPOS情報（全国データ）

### 【伸びる市場】／加工食品 BEST10

月度 順位	2017年7月 商品分類	前年同月 比増減率	2017年8月 商品分類	前年同月 比増減率	2017年9月 商品分類	前年同月 比増減率	2017年10月 商品分類	前年同月 比増減率
1	雑酒	66.1%	雑酒	68.3%	雑酒	65.2%	こうじ	40.8%
2	介護・病時食類	48.1%	こうじ	45.4%	こうじ	51.2%	雑酒	36.4%
3	こうじ	41.4%	ナッツ	21.3%	スピリッツ	23.5%	即席カップ入りスープ・汁	27.2%
4	健康茶飲料	26.5%	スピリッツ	21.3%	ココア・牛乳用ドリンクミックス	22.9%	介護・病時食類	25.5%
5	スピリッツ	24.6%	調理パン	20.6%	ナッツ	19.2%	鍋つゆ	25.0%
6	調理パン	20.4%	即席カップ入りスープ・汁	17.1%	即席カップ入りスープ・汁	18.6%	プレミックス	20.7%
7	氷	18.4%	介護・病時食類	16.0%	介護・病時食類	18.5%	水産缶詰	20.5%
8	ナッツ	16.2%	ココア・牛乳用ドリンクミックス	14.6%	調理パン	17.4%	ナッツ	20.4%
9	栄養サポートドリンク	15.2%	チルド調味料	14.4%	ココア・チョコレート飲料	17.0%	スピリッツ	17.5%
10	プロセスチーズ	14.5%	生タイプ即席袋めん	13.9%	鍋つゆ	15.3%	希釈飲料	16.9%

### 【伸びる市場】／家庭用品 BEST10

月度 順位	2017年7月 商品分類	前年同月 比増減率	2017年8月 商品分類	前年同月 比増減率	2017年9月 商品分類	前年同月 比増減率	2017年10月 商品分類	前年同月 比増減率
1	食品容器	27.0%	食品容器	31.7%	食品容器	25.4%	口中清涼剤	18.5%
2	エチケット用品	23.7%	除湿剤	26.7%	キャットフード	15.9%	キャットフード	14.2%
3	キャットフード	16.8%	ペビー食事用品	21.7%	口中清涼剤	14.6%	家庭医療用品	13.2%
4	ペットフード（犬・猫用を除く）	14.7%	口中清涼剤	16.3%	ペットフード（犬・猫用を除く）	13.3%	入浴剤	12.6%
5	せっけん	14.4%	キャットフード	14.3%	ペットサニタリー用品	10.6%	食品容器	11.5%
6	殺虫剤・殺菌剤	13.4%	フレグランス	9.4%	家庭医療用品	9.8%	ペットサニタリー用品	11.3%
7	ペビー食事用品	13.0%	ペットサニタリー用品	9.1%	装粧品	9.3%	ペビー食事用品	9.4%
8	消臭・芳香・除菌剤	12.6%	消臭・芳香・除菌剤	9.0%	ドッグフード	7.2%	避妊用品	9.2%
9	除湿剤	12.6%	住居洗剤（クリーナー）	8.6%	紙おむつ類	5.6%	ペットフード（犬・猫用を除く）	8.6%
10	口中清涼剤	12.4%	入れ歯関連用品	6.9%	男性用化粧品	5.6%	女性用基礎化粧品	7.8%

2017年の7月から10月において、対前年同月比で大きく伸長した商品カテゴリーは上記の通りであった。加工食品では、引き続き甘酒などの【雑酒】と【こうじ】が首位層を席巻しており、健康ブームを象徴するロングセラーとなっているようだ。8月にランクインした【即席カップ入りスープ・汁】は寒くなる時期を迎え、徐々に順位を上げているが、昨今の傾向では従来のコーンポタージュ系メインからかなり進化し、「ボルチー二茸」や「たらこクリーム」などの新フレーバー商品が目立っている。又、同様に【鍋つゆ】もフレーバー開発が盛んで、今年は「寄せ鍋」などの定番商品に加え「焼きあごだし」や「濃厚白湯」などの売れ行きが良いようだ。10月に入ってランクインした【プレミックス】は、ホットケーキやお好み焼き、たこ焼きなどの材料となる味付きの小麦粉商品だが、ここに来てホットケーキミックスの売れ行きが好調のようだ。推測される要因としては、「クックパッド」や各種グルメニュースなどSNSで拡散される料理情報の中で、ホットケーキミックスを使った簡単便利なアレンジメニューがブームになっているためではないかと思われる。同じく10月からランクインした【水産缶詰】は、「はごろもフーズ シーチキンシリーズ」の伸びが大きい。同社では女優の宮崎あおいさんを店主とする『シーチキン食堂』という架空のシーチキン料理専門店を核とするブランドストーリーを打ち出し、TV-CMやメニュー提案を展開。サラダや炊込みご飯など同社のホームページ上ではレシピ動画も公開している。一方、家庭用品では、10月に入って【食品容器】が首位から陥落、代わりに【口中清涼剤】が首位となったが、詳細を確認すると『花王 クリアクリーン薬用デンタルリンス』が他の商品に大差を付けて販売数を伸ばしている。同商品は「低刺激・ノンアルコール」が大きな特徴となっており、これまでの商品の刺激性や強い清涼感を苦手としていた層の支持を得ているようだ。【キャットフード】では以前にも取り上げた『いなば チャオちゅーるシリーズ』が好調。【家庭用医療用品】では季節柄、風邪予防のマスク類のほか『花王 めぐリズム温熱シートシリーズ』などのリラックス商品の人気が高い。同商品分類については詳細を後述することとしたい。

## 「改正個人情報保護法」のリスクとチャンス

従来、5,000人以下の個人情報を取り扱う事業者は対象外となっていたが、2017年5月に全面施行された「改正個人情報保護法」では全ての事業者が法の適用を受けることとなったことをご存知だろうか。今回の改正では、個人情報の定義が明確化されたことや、取得する際の利用目的の通知又は公表の義務、情報の保管に関する取り扱いや従業員管理、苦情が発生した場合の対応など、事業者が講じるべき管理事項が定められている。一方、個人が特定できる状態での「商品購入履歴」や「移動履歴」は個人情報となるが、個人が特定できない状態に加工し復元できない情報「匿名加工情報」は、一定条件の下、情報を流通させることが可能となり、所謂、ビッグデータの利活用が今回の法改正によって進展することと期待されている。プライバシー保護と情報流通の規律がルール化され、新しいビジネスチャンスになり得ることも知っておくべきではないだろうか。

# 最新売れ筋新商品

データ出展：日経MJ新商品ランキング（全国データ）

【日経MJ新商品ランキング】／加工食品（飲料） BEST10

【日経MJ新商品ランキング】／加工食品（冷凍食品） BEST10

時期 順位	2017年11月12日～11月18日 メーカー名 商品名
1	カゴメ 野菜生活100 有田みかんミックス 野菜50%+果汁50% 限定 紙パック 195ML
2	明治 プロビオヨーグルト アールワン ドリンクタイプ レッドフルーツミックス PET 112ML
3	サントリー オレンジーナ カシオオレンジ 果汁12% PET 420ML
4	ヤクルト ジョア まろやかハニー 低脂肪 期間限定 プラ 125ML
5	伊藤園 おーいお茶 ほうじ茶 PET 525ML
6	コカ・コーラ シュウェッップ グレープヌーヴォー 果汁10% PET 410ML
7	雪印メグミルク 特濃 乳飲料 紙パック 1L
8	アサヒ飲料 ミツ矢 新搾り マスカット 果汁1% 限定 PET 500ML
9	コカ・コーラ い・る・は・す たっぷりれもん PET 555ML
10	明治 プロビオヨーグルト PA3 ドリンクタイプ 112ML

時期 順位	2017年11月12日～11月18日 メーカー名 商品名
1	イトアンド 大阪王将 羽根つき餃子 12個 314G
2	明治 エッセル スーパーカップ スイートポテト味 カップ 200ML
3	イトアンド 大阪王将 ぶるもち水餃子 15個 270G
4	HDJ ハーゲンダッツ 列比・サド フォダ ヲヨコ 期間限定 60ML
5	HDJ ハーゲンダッツ 安納いも 期間限定 カップ 110ML
6	森永乳 モウ エチオピアモカコーヒー 期間限定 カップ 140ML
7	HDJ ハーゲンダッツ クッキーパーティー 苺・ベリー・特濃・チョコレート 限定 75ML X6
8	森永乳 パルム 香ばしキャラメル 55ML X6
9	森永乳 ピノ 焦がしキャラメル 10ML X6
10	ロッテアイス 雪見だいふく クリーミーもちシュー 47ML X2

【日経MJ新商品ランキング】／加工食品（その他食品） BEST10

【日経MJ新商品ランキング】／家庭用品 BEST10

時期 順位	2017年11月12日～11月18日 メーカー名 商品名
1	ネスレ ネスカフェ ゴールドブレンド 80G
2	ネスレ ネスカフェ ゴールドブレンド 120G
3	ネスレ ネスカフェ ゴールドブレンド エコ&システムパック 詰替 105G
4	ミツカン めまで美味しい 焼あごだし鍋つゆ ストレート 750G
5	東洋水産 マルちゃん 豆乳ごま担々うどん カップ 106G
6	ネスレ ネスカフェ ゴールドブレンド 増量 10+80G
7	ダノン ダノン ピオ ヨーグルト 和柑橋ブレンド 季節限定 75GX4
8	AGF プレゼンティ インスタントコーヒー 詰替 160G
9	ネスレ ネスカフェ ゴールドブレンド コク深め 80G
10	永谷園 煮込みラーメン しょうゆ味 2人前X2 袋 294G

時期 順位	2017年11月12日～11月18日 メーカー名 商品名
1	P&Gフレステ SK2 フェイシャルトリートメント チェンジステディニードドエディションコフレ 1 230ML
2	P&Gフレステ SK2 フェイシャルトリートメント チェンジステディニードドエディションコフレ 3 230ML
3	P&Gフレステ SK2 フェイシャルトリートメント チェンジステディニードドエディションコフレ 2 230ML
4	花王 アタック 高浸透パリオジェル 詰替 770G
5	P&Gフレステ SK2 R. N. A. パワーフェスティコフレ ラディカルニューエイジ 80G
6	花王 ソフィーナ リフトプロフェッショナル ハリ美容液EX 40G
7	P&Gフレステ SK2 ビテラフルラインメント チェンジステディニードドエディション 75ML
8	カネボウ デュウ スベリア リフトコンセントレートクリーム 30G
9	P&Gフレステ SK2 R. N. A. パワーエアリーミルキーローションフェスティコフレ 80G
10	P&G アリエール サイエンスプラス イオンパワージェル 詰替 1. 26KG

最新の日経MJ新商品ランキングでは、飲料で【カゴメ 野菜生活100 有田みかんミックス】が首位となった。カゴメ社のニュースリリースによると、同商品は、日本の農産物を使用した季節限定シリーズで「地産地消」ならぬ【地産全消】をコンセプトに開発されているようで、1本で一日分のビタミンCが摂取できることや、砂糖・食塩不使用となっていることが特徴となっている。又、野菜と果汁が各50%の配合となっており、フルーティな野菜ジュースとして飲みやすい仕上がりとなっている。冷凍食品では2ヶ月前から変わらず、【イトアンド 大阪王将 羽根つき餃子】が首位となったが、3位には【ぶるもち水餃子】もランクインし、高いブランド力が支持されている。その他食品では、50周年を期にリニューアルされた「ネスカフェ ゴールドブレンド」の各商品が今回も上位となった。50周年キャンペーンでは、瓶入りコーヒーを買って応募できる【バリスタ機・5,000名プレゼント】を実施しており、販売数量を押し上げている可能性も高い。一方、家庭用品では、季節柄、今年もクリスマス向けの化粧品セットが各社から発売されているが、上位3商品を独占した【P&G】の「フレステ SK2 コフレ」は、タイプⅠ～Ⅲとそれぞれのコンセプトメッセージが添えられており、セット内容も異なっている。同シリーズは、1年間頑張ってきた自分へのご褒美、大切な友人へのプレゼント、のどちらにも使えるギフトとしての位置付けのようだ。

## 加速する自動車業界の変革！！“地域社会における可能性とは”

2017年10月18日、株式会社NTTドコモの『dカーシェア』の提供開始報道によって自動車業界に激震が走った。情報インフラを握る通信事業者としては全く新しいサービスであり、【車】が「所有するもの」から「借りるもの」へと本格的に価値シフトしてしまうのではないかとと思われるほどのインパクトであった。同社の報道資料によると、内容は大きく3つに分かれており、カーシェアリング事業者と提携する「カーシェア」、個人間の車の貸し借りを仲介する「マイカーシェア」、全国7社のレンタカー事業者と提携する「レンタカー」、の各サービスをスマートフォンアプリに統合し、一つのプラットフォームに集約するというものである（ドコモ契約者以外でも利用可能）。このような大きな変革期を迎えている自動車業界にあって、地域課題を地元企業が解決していくためには今何を考えるべきなのか、札幌市清田区で自動車販売とレンタカー事業を営む「カーショップユフォー有限会社」代表の山野井宣雄氏にお話を伺った。

「弊社の自動車販売事業については、現在、リピート客やご紹介のお客様が9割を占めています。以前は外に向けた新規顧客の獲得に注力していた時期もありましたが、成果が安定しなかったため、発想を転換し、既存顧客のフォローをより充実させる方針に切り替えました。今では、購入相談を始め、車の入替に伴う下取りや買取相談などのご紹介も増えており、経費を掛けた外向けの販売活動よりも高い成果を実現しています。その中、昨今の観光需要に対応するために開始したのが、レンタカー事業です。弊社は資本力の大きな事業体ではないため、大手があまり力を入れていない「ワンボックスカー」に絞って事業を展開しています。現在の主力車種は『ハイエース』『アルファード』などですが、お蔭様で需要期には沢山の予約を頂戴しております。ビジネスの話になりますが、ワンボックスカーの活用に当たっては、いかに車両を安く仕入れられるか、又、どの程度の残存価値で手放すのか、ということが重要であり、我々小規模事業者にとっては【腕の見せ所】ではないかと思っています。札幌圏でのレンタカー事業においては競争が激しい状況ですが、昨今の外国人旅行者を取り巻く「白タク問題」の動向や、街中においては駐車場事業者などが展開するカーシェアリングの普及状況も注視し、事業の方向性を見極めております。都市部に近い一般生活者の立場で考えた場合、車をローンで購入し、駐車場の賃料を支払って、冬タイヤも購入している現状からは、日々のメンテナンスも含めた総合的な費用負担を今後もっと現実的に捉えるようになり、『普段はコンパクトカーで節約し、大型車が必要な時に近くで借りよう！』となるような市場予測をしております。ところで、社会に必要とされる企業になるべく、小規模事業者としても事業を通じた社会貢献の必要性を感じており、弊社ではレンタカーご利用1kmにつき1円を『北海道交通遺児の会』に寄付する活動を事業開始当初より行っており、事業継続できる限り今後も続けて参ります。さて、移動を『交通』というテーマで捉えなおすと、JR北海道の廃線議論や、高齢ドライバーの事故多発問題など、『地域高齢者の移動手段が脆弱になっていくことに我々が何をなすべきか』という課題が浮き彫りになります。問題解決のためには、地域事業者が協力して考えていく必要性を感じており、交通インフラを担う地域の運行事業者に格安でワンボックスカーをレンタルできるような新しいサービスの在り方も現在検討を始めている状況です。」とのこと。ICT技術の進化で新しい事業者がイニシアチブを握り、既存ビジネスのあり方も劇的に変化し始めている。【車】というモノから、【移動する】というコトへ、どのように対応していくべきなのか。もうあまり時間は残されていないかも知れない。

# ピックアップ:注目商品

データ出展：日経テレコンPOS情報（全国データ）

【発売4週間売上ランキング】／ナチュラルチーズ BEST10

【発売4週間売上ランキング】／家庭用医療用品 BEST10

時期 順位	発売後4週間 メーカー名 商品名
1	デーリー とろけるミックスチーズ 400G
2	ジェーシーシー 粗熟成ゴーダ 切りクラッシュ オランダ産 100G
3	ジェーシーシー チェダー 粗切りクラッシュ アイルランド産 100G
4	長沼 カチョカパロ チッコロ 100G
5	ジェーシーシー ヨーロッパミックスチーズ ナチュラルチーズ 500G
6	デーリー とろけるミックスチーズ
7	明治 北海道十勝 かおり濃香パルメザンチーズ 粗砕き 60G
8	デーリー とろけるナチュラルミックスチーズ 350G
9	デーリー とろけるミックスチーズ 200G
10	長沼 カチョカパロチッコロ スモーク ナチュラルチーズ 100G

時期 順位	発売後4週間 メーカー名 商品名
1	花王 めぐりズム 蒸気でホットアイマスク 4つの香りボックス 数量限定 20枚
2	花王 めぐりズム 蒸気でホットアイマスク 4つの香りボックス 数量限定 20枚
3	アドフィールド 3層ブリーツフェイスマスク 50枚
4	桐灰 はる カイロ
5	花王 めぐりズム 蒸気でホットアイマスク ジャスミンの香り 限定 14枚
6	桐灰 ほかほか本舗 貼る 30個
7	花王 めぐりズム 蒸気でホットアイマスク 森の香り 5枚
8	白元 快適ガードプロ ブリーツ レギュラー 限定 増量 2+5枚
9	山洋 黒綿棒 2個パック
10	桐灰 ほかほか本舗 貼る ミニ 30個

本項では、過去6カ月間に発売された新商品のうち、発売開始から4週間の間、どれだけ売れたのかを見る「発売4週間売上ランキング」にて、ヒット商品を考察している。今回は、加工食品ではナチュラルチーズを取り上げた。チーズには「ナチュラルチーズ」と「プロセスチーズ」の2つのカテゴリーがあるが、後者はナチュラルチーズを2次加工したものであると考えると分かり易い。さて、ランキングでは輸入原料メインの【デーリー】【ジェーシーシー】と北海道で生産されている【明治】【長沼】の商品が上位を占めている。特に今回注目したいのが【長沼】で、生産者は文字通り長沼町の食品製造事業者「株式会社長沼あいす」である。創業は1994年でアイスクリームその他、中華まんじゅう、ピザ、生チョコレート、チーズ、バター、ソーセージなどを手掛ける地元企業である。大手企業がひしめく流通業界にあって、北海道の中小企業が奮闘している状況は喜ばしい限りであり、是非、事業の取組み姿勢については参考になりたい事例である。一方、家庭用品では家庭用医療用品を取り上げたが、綿棒や風邪予防マスクの他、ホットアイマスクやカイロなどの温熱商品が強さを見せている。上位となった【花王 めぐりズムシリーズ】は女性を中心に高い支持を得ており、パソコン作業などで酷使した目元をケアする商品として人気となっている。1位と2位の商品は、発売時期と香りの組み合わせが異なっており、表記は同じだが違う内容となっている。ところで、使い捨てカイロでは【貼る（はる）】という商品名で認知されている桐灰化学も上位にランクインした。同社では最近【あずきのチカラ】という新しい商品を発売し、東急ハンズなどでも「売れ筋NO1」となっているようだ。最大の特徴は、あずきそのものがシートに封入されており、電子レンジで過熱してそのシートで首肩や目元を温めることが出来ること。そのため、約250回ほど繰り返して使用することができ、リーズナブル且つ環境に優しい商品となっている。

## 決して立ち止まらない、進化し続ける「和の職人」

札幌市営地下鉄南北線が停車する「澄川駅周辺」には、地元民に支持される飲食店が立ち並んでおり、特に、その西側地区は『澄川イースト』と呼ばれ、その中の約20人の飲食店店主が集り、自らの手で町おこしにチャレンジしている。夏祭りやイクメンコンテスト、スタンプラリーなど開催イベントの話題性も高く、最近ではTVや新聞の記者も取材に訪れるようだ。その『澄川イースト』で事務局的な役割を果たしているのが、『ひろちゃんの札幌塩ザンギ（有限会社オフィス裕：代表 石崎裕司）』である。同店は今年4月に大きなリニューアルを実施し、日本酒を楽しめる和食ダイニングから塩ザンギのテイクアウトをメインとする惣菜店に事業転換を行った。今回は同社のこれまでの生い立ちと、これから目指している事業の内容について、代表の石崎氏にお話を聞いた。

「弊社が創業したのは2002年で、10月に「裕（ゆたか）」という小規模の小料理屋として開業しました。27歳まで大手和食店で修行を重ね、予てから念願であった自分のお城を築くことからのスタートでした。その後、2009年11月に空きテナントとなった隣の敷地を借り上げ店舗を拡張、屋号も変更し「チャントダイニングひろ」としてリニューアルオープンしました。当時、お店で徐々に人気が出始めていた【塩ザンギ】でしたが、お客様に薦められたこともあって、厨房の側面に小窓を開けて対面販売のテイクアウトを開始しました。開始当初は夜の業態がメインであったため、昼間のテイクアウト事業にはあまり力を入れずに、「少しでも売ればいいか」程度の気持ちでございました。その後、テイクアウト販売が少しずつ伸び始め、塩ザンギの他、ザンギ弁当、サラダ、煮物などの惣菜類の品種を増やし試験販売を重ねて行きました。その中で2015年、「変わったザンギ屋さんがある」という噂を聞き付けた大手スーパーや百貨店の催事担当者などが相次いで店舗を訪れ、食品催事にお誘い頂けるようになりました。そのうちのいくつかの催事には今でも年数回お呼び頂いており、出店させて頂いております。ところで、順調に事業は進んでおりましたが、私の中で昼と夜の事業の両立が徐々に難しくなってきました。昼間の業態はスタッフに任せられますが、夜の業態は代わり人間がいません。又、その頃には色々なお話を頂ける機会があり、テイクアウトから一歩前進し、加工食品の開発にチャレンジできるようなチャンスも巡って来たのですが、十分な時間が確保できずに断念せざるを得ない状況でした。そこで夜業態を止める決心をし、2017年4月にテイクアウト専門の惣菜店として再出発することとしました。今年に入ってからも様々な事業にチャレンジしています。1つ目は、大手食品スーパーの棚惣菜の監修です。某冷凍食品メーカー様からお話を頂き、スーパーに弊社の名前が付いたザンギが並びました。2つ目は、からあげグランプリへの出品だったのですが、お陰様で塩ダレ部門で金賞を頂くことが出来ました。3つ目が、新しい商品カテゴリーの開発です。ご縁のあった余市町の農家さんから、季節の野菜や果物を直接仕入させて頂いたため、店頭で週末限定の軒先マルシェを企画・開催したところ、予想以上の反響で、来年以降は新しい事業として本格的に取り組んで行く計画としています。

更に今後は、やはり加工食品の開発にもチャレンジして行きたいと思っています。これまで何度かトライしていますが、なかなか形にするまでには至っていません。これからは、発想を転換し、加工食品のための開発を別に考えるのではなく、惣菜店でお客様に喜んで頂いている商品をベースに加工食品化する、という思考に切り替えて、一から考えて行きたいと思っています。」とのこと。成功は失敗から生まれる。臆する事無くどんどんチャレンジしている姿が印象的でした。



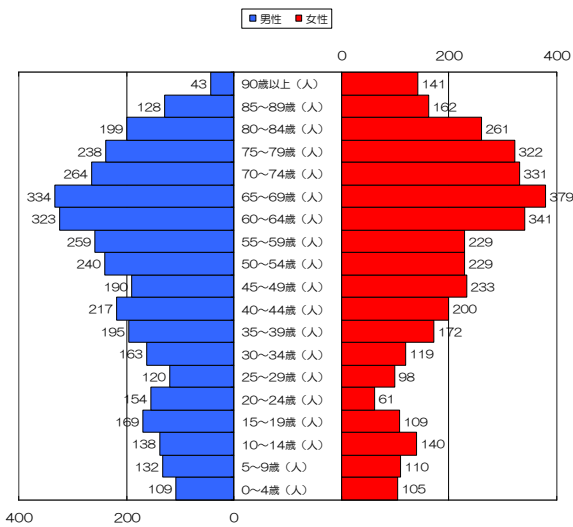


# 本別町の経済動向分析: 経済循環

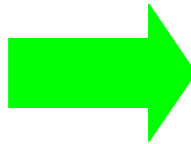
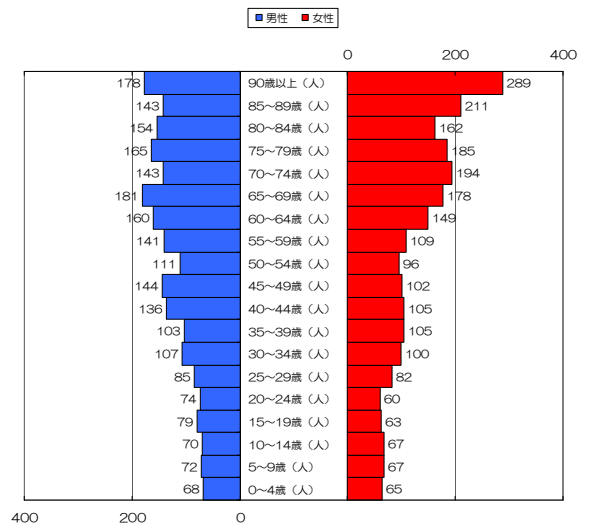
データ出展: RESAS (地域経済分析システム)

本項では、本別町のおかれている経済状況を、経済産業省と内閣官房(まち・ひと・しごと創生本部事務局)が提供する地域経済分析システム(RESAS)のデータを活用し、考察して行きたい。今号では、改めて、本別町の人口推移と今後の推計値、人口増減についてその背景をまとめた。

本別町の人口ピラミッド (2015年)



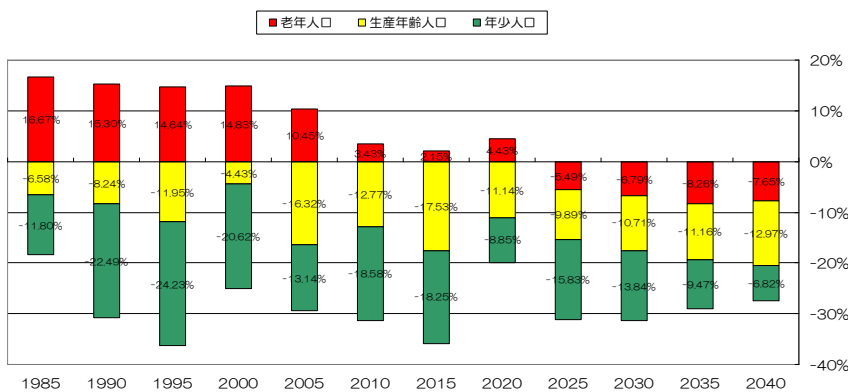
本別町の人口ピラミッド (2040年)



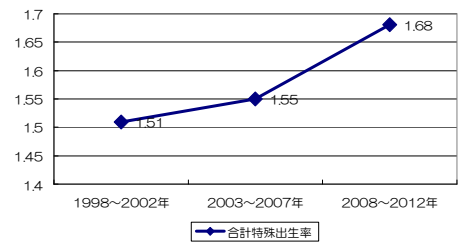
老年人口 (65歳以上)	2,802人	38%
生産年齢人口 (15~64歳)	3,821人	51%
年少人口 (0~14歳)	734人	9%

老年人口 (65歳以上)	2,183人	46%
生産年齢人口 (15~64歳)	2,111人	44%
年少人口 (0~14歳)	409人	8%

本別町の人口増減



合計特殊出生率



合計特殊出生率 : 15~49歳までの年齢別出生率を合計した値

本別町への転入者数

居住地	人数	比率
帯広市	45人	15.6%
足寄町	13人	4.5%
旭川市	13人	4.5%
幕別町	11人	3.8%
音更町	11人	3.8%
その他	195人	67.7%
合計	288人	-

\*2016年データ

出展: RESAS

本別町からの転出者数

居住地	人数	比率
帯広市	64人	16.5%
足寄町	22人	5.7%
幕別町	16人	4.1%
芽室町	16人	4.1%
音更町	15人	3.9%
江別市	13人	3.3%
札幌市東区	13人	3.3%
北見市	10人	2.6%
釧路市	10人	2.6%
その他	210人	54.0%
合計	389人	-

\*2016年データ

出展: RESAS

まず初めに、本別町の2015年における『人口ピラミッド』を確認したところ、グラフ下段の通り、【老年人口】が2,802人で38%、【生産年齢人口】は3,821人で51%、【年少人口】は734人の9%となっている。その右側のグラフでは25年後の2040年の状況をプロットしているが、【老年人口】が46%まで上昇し【生産年齢人口】が44%まで低下する推計になっている。又、あくまでも推計値ではあるが、ピラミッドの形状がかなりフラットな状態に変化することが見て取れ、男性においては各年代において200名を割り込んでいる状況である。次に、1985年から2040年までの増減状況を確認したが、2020年から2025年に掛けて【老年人口】も減少の局面を向かえ、人口減少が更に加速する推計になっていることが分かる。一方、本別町の合計特殊出生率は、近年上昇傾向にあり、2012年では全国平均の「1.41」を2.7ポイントも上回っているが、出産が可能な女性人口自体が減少しているため、町内全体の人口増加には繋がっていない状況である。又、社会増減面では、2016年の数値を調べたところ、町内への転入者数が288人、町外への転出者は389人となっており、約100人の転出超過となっている。転出入の地域別状況は上記の通りだが、帯広市からの転入及び転出が非常に多くなっている。老年人口比率が高まる中、買い物難民対策や病院への通院手段確保など、益々、高齢者の生活インフラ整備が重要な課題となるのではないかと。