

Hokuyo Investigation Report

# ほくよう 調査レポート

No.260

- 道内経済の動き
- 2018年 道内企業の年間業況見通し
- マーケティングはビッグデータ分析から  
AIを活用した予測モデルの時代へ
- 経済コラム 北斗星  
深化を要する「働き方改革」論議

2018

3

● 目	道内経済の動き	1
次 ●	特別調査：道内企業の年間業況見通し	6
	経営のポイント：実効性のある設備投資や、コスト管理 等が課題	15
	寄稿：マーケティングはビッグデータ分析からAIを活用 した予測モデルの時代へ	18
	経済コラム 北斗星：深化を要する「働き方改革」論議	26
	「北海道どさんこプラザ」マーケット情報	27
	主要経済指標	28



# 道内経済の動き

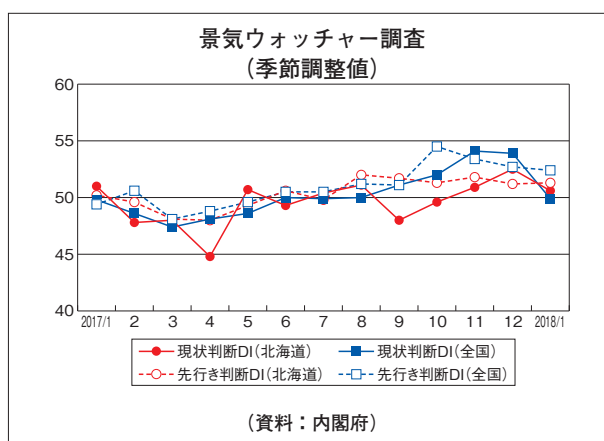
道内景気は、緩やかに回復している。生産活動は持ち直しの動きが見られる。需要面をみると、個人消費は、新車販売台数が前年を下回ったものの、大型小売店販売額が2か月連続で前年を上回るなど、緩やかに持ち直している。住宅投資は緩やかに減少している。設備投資は持ち直し基調が続いている。公共投資は、基調として持ち直している。輸出は持ち直し基調が続いている。観光は、来道者数、外国人入国者数が好調を維持している。

雇用情勢は有効求人倍率の改善が続いている。企業倒産は件数、負債総額ともに前年を上回った。消費者物価は、13か月連続で前年を上回っている。

## 1. 景気の現状判断DI～4か月ぶりに低下

景気ウォッチャー調査による、1月の景気の現状判断DI（北海道）は前月を1.9ポイント下回る50.6となり、4か月ぶりに低下した。また、横ばいを示す50を3か月連続で上回った。

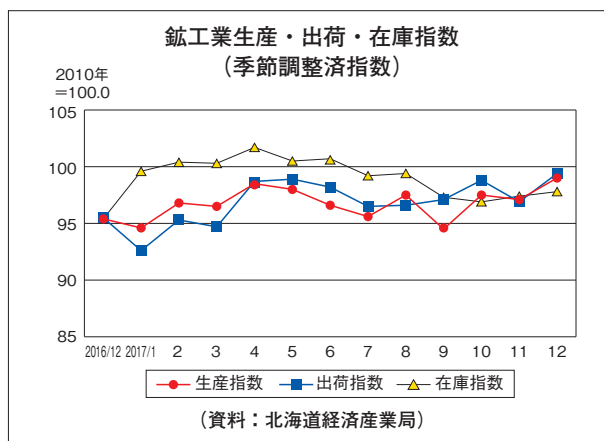
景気の先行き判断DI（北海道）は、前月を0.1ポイント上回る51.3となり、横ばいを示す50を6か月連続で上回った。



## 2. 鉱工業生産～2か月ぶりに上昇

12月の鉱工業生産指数は99.0（季節調整済指数、前月比+2.1%）と2か月ぶりに上昇した。前年比（原指数）では+2.6%と3か月連続の上昇であった。

業種別では、金属製品工業等10業種が前月比低下、一般機械工業等の6業種が前月比上昇となった。

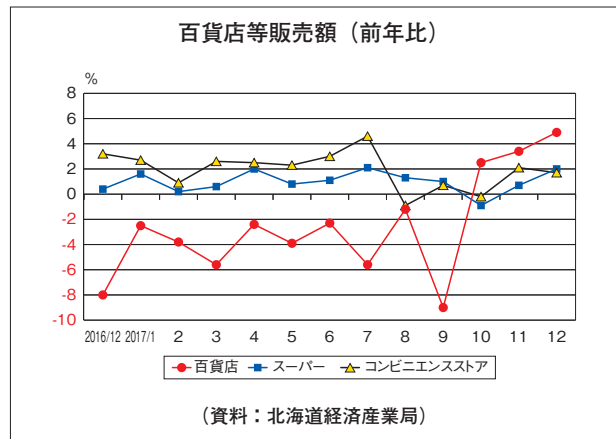


### 3. 百貨店等販売額～2か月連続で増加

12月の百貨店・スーパー販売額（速報 全店ベース、前年比+2.8%）は、2か月連続で増加した。

百貨店（前年比+5.0%）は、すべての品目で前年を上回った。スーパー（同+2.1%）は、2か月連続で前年を上回った。品目別では衣料品、その他は前年を下回ったものの、身の回り品、飲食料品は前年を上回った。

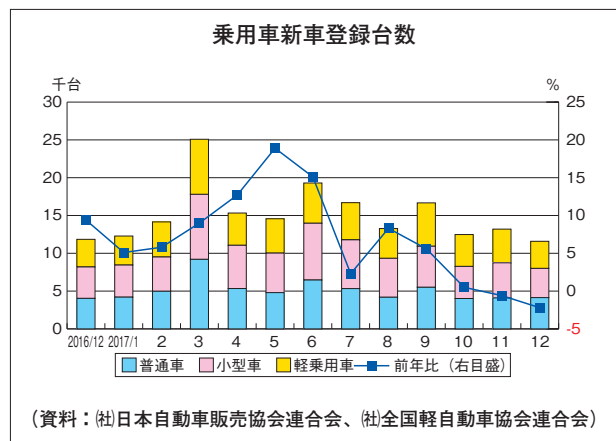
コンビニエンスストア（前年比+1.8%）は、2か月連続で前年を上回った。



### 4. 乗用車新車登録台数～2か月連続で減少

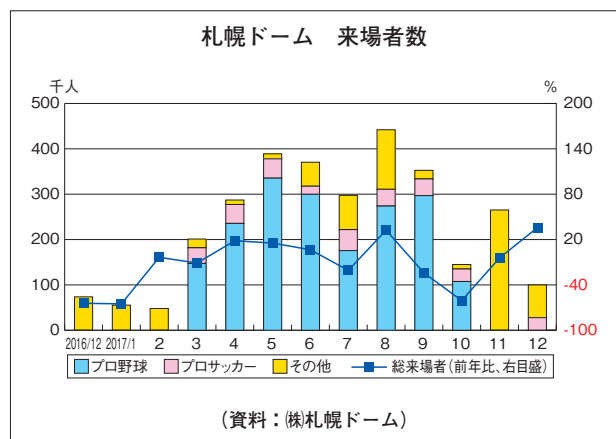
12月の乗用車新車登録台数は、11,587台（前年比▲2.2%）と2か月連続で前年を下回った。車種別では、普通車（同+2.6%）と前年を上回ったが、小型車（同▲7.1%）、軽自動車（同▲1.9%）が前年を下回った。

4～12月累計では、133,098台（前年比+6.9%）と前年を上回っている。普通車（同+3.2%）、小型車（同+6.9%）、軽乗用車（同+11.2%）といずれも前年を上回っている。



### 5. 札幌ドーム来場者～4か月ぶりに増加

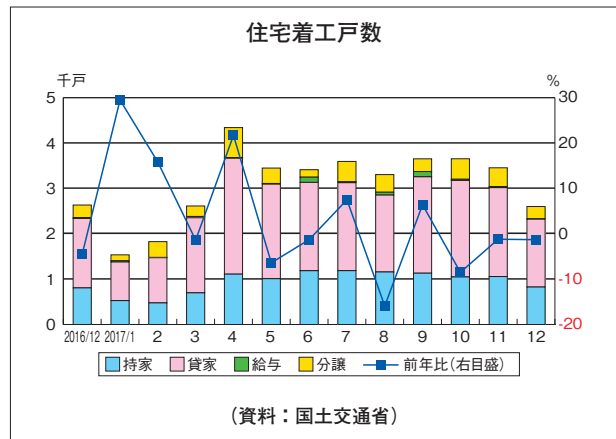
12月の札幌ドームへの来場者数は、100千人（前年比+35.7%）と4か月ぶりに前年を上回った。内訳は、プロサッカーが28千人（同全増）、その他が72千人（同▲2.0%）だった。



## 6. 住宅投資～3か月連続で減少

12月の住宅着工数は、2,601戸（前年比▲1.3%）と3か月連続で前年を下回った。利用関係別では、持家（同+2.4%）、貸家（同▲2.4%）、給与（同▲77.8%）、分譲（同▲0.7%）となった。

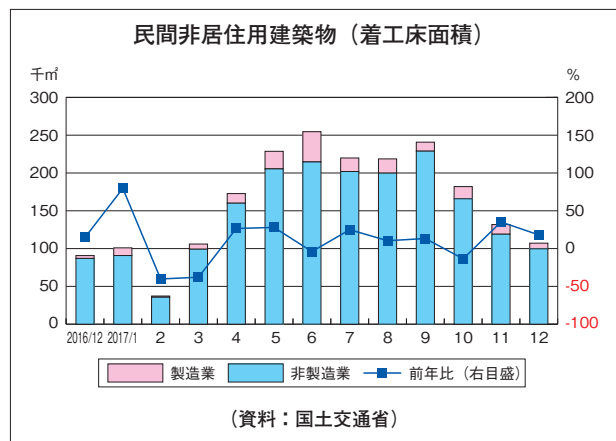
4～12月累計では、31,465戸（前年比▲0.2%）と前年並みになっている。利用関係別では、持家（同+1.1%）、貸家（同▲2.1%）、給与（同+30.1%）、分譲（同+3.4%）と貸家を除いて増加している。



## 7. 建築物着工床面積～2か月連続で増加

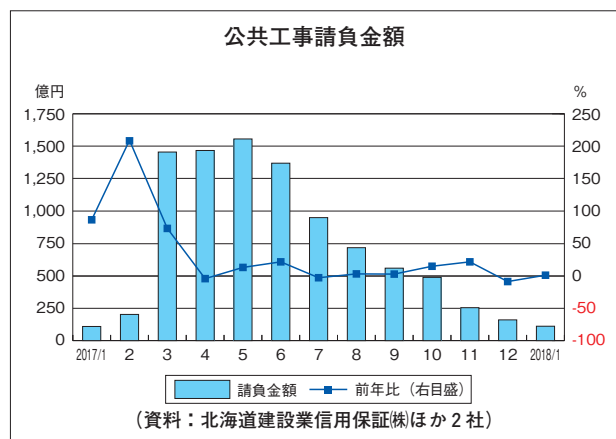
12月の民間非居住用建築物着工面積は、107,170㎡（前年比+18.1%）と2か月連続で前年を上回った。業種別では、製造業（同+97.5%）、非製造業（同+14.7%）ともに前年を上回った。

4～12月累計では、1,756,253㎡（前年比+12.2%）と前年を上回っている。業種別でも、製造業（同+1.9%）、非製造業（同+13.4%）ともに上回っている。



## 8. 公共投資～2か月ぶりに増加

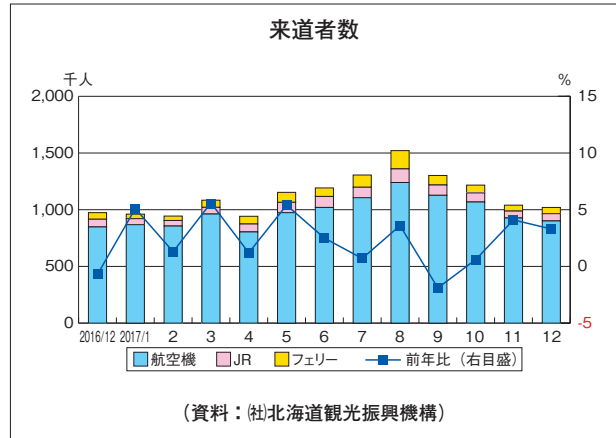
1月の公共工事請負金額は、111億円（前年比+1.8%）と2か月ぶりに前年を上回った。発注者別では、国（同▲0.1%）、北海道（同▲25.6%）、市町村（同▲23.2%）その他（同▲37.2%）が前年を下回ったが、独立行政法人（同+3,813.3%）が前年を上回った。



### 9. 来道者数～3か月連続で増加

12月の国内輸送機関利用による来道客数は、1,020千人（前年比+3.3%）と3か月連続で前年を上回った。輸送機関別では、JR（同▲21.5%）とフェリー（同▲5.3%）が前年を下回ったが、航空機（同+6.2%）が前年を上回った。

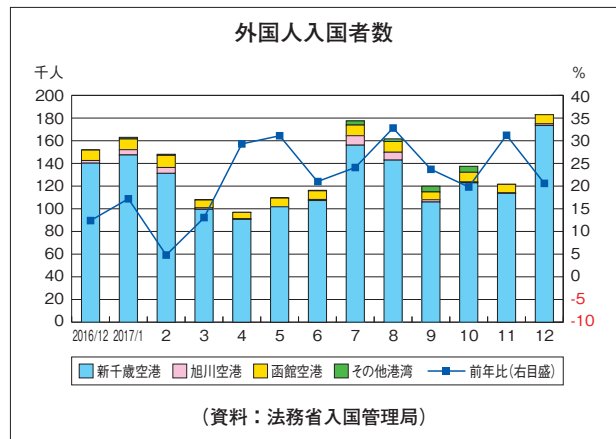
4～12月累計では、10,729千人と前年を2.1%上回っている。



### 10. 外国人入国者数～19か月連続で増加

12月の道内空港・港湾への外国人入国者数は、183,020人（前年比+20.6%）と19か月連続で前年を上回った。4～12月累計では、1,223,811人（同+25.5%）と前年を上回っている。

空港・港湾別では、新千歳空港が173,414人（前年比+23.7%）、函館空港が8,158人（同▲10.9%）、旭川空港が1,434人（同▲39.7%）だった。



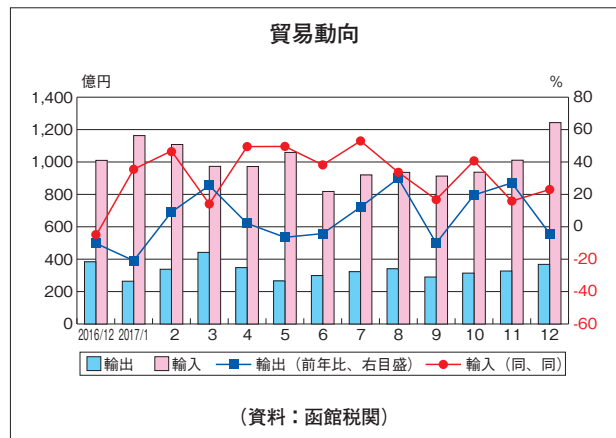
### 11. 貿易動向～輸出が3か月ぶりに減少

12月の貿易額は、輸出が前年比4.2%減の368億円、輸入が同23.0%増の1,243億円だった。

輸出は、自動車の部分品、鉄鋼、魚介類・同調整品などが減少した。

輸入は、原油・粗油、石炭、石油整品などが増加した。

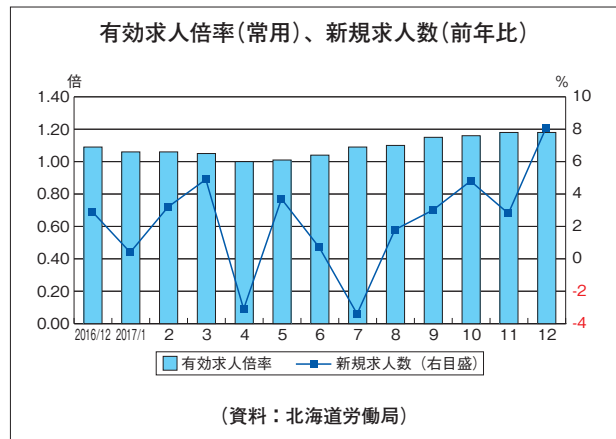
輸出は、4～12月累計では2,876億円（前年比+6.0%）と前年を上回っている。



### 12. 雇用情勢～改善が進んでいる

12月の有効求人倍率（パートを含む常用）は、1.18倍（前年比+0.09ポイント）と95か月連続で前年を上回った。

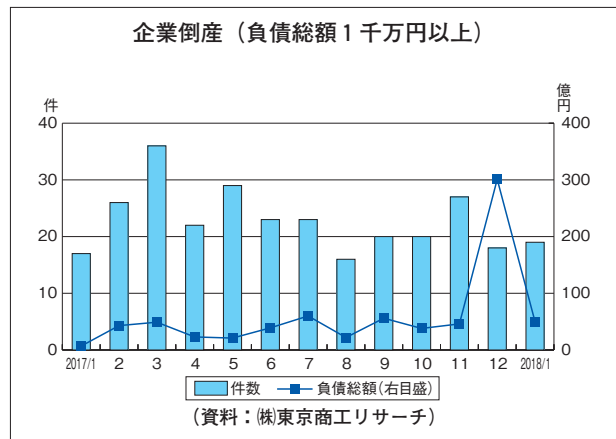
新規求人数は、前年比+8.1%上昇し5か月連続で前年を上回った。業種別では、医療・福祉（同+12.9%）、建設業（同+16.0%）、卸売業・小売業（同+8.5%）などが前年を上回ったが、サービス業（同▲5.7%）などが減少した。



### 13. 倒産動向～件数は2か月ぶりに前年を上回る

1月の企業倒産は、件数が19件（前年比+11.8%）、負債総額が49億円（同+628.0%）だった。件数は2か月ぶりに前年を上回った。負債総額は、5か月連続で前年を上回った。

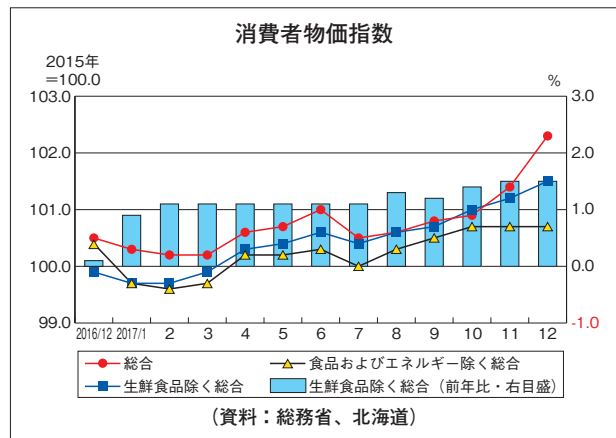
業種別では、卸売業が6件、小売業が5件、建設業が4件などとなった。



### 14. 消費者物価指数～13か月連続で前年を上回る

12月の消費者物価指数（生鮮食品を除く総合指数）は、101.5（前月比+0.3%）と5か月連続で上昇した。前年比は+1.5%と、13か月連続で前年を上回った。

生活関連重要商品等の価格について、12月の動向をみると、食料品・日用雑貨等の価格は一部（野菜等）を除き概ね安定して推移している。石油製品の価格は原油高を背景に上昇している。



# 製造業が持ち直す一方で、非製造業に一服感

2018年 道内企業の年間業況見通し

## 要約

### 1. 2017年 業況実績

2016年に比べ、売上DI（9）は13ポイント上昇、利益DI（△1）は横ばいだった。前年に災害の影響で悪化していたホテル・旅館業がインバウンドの好調を受け回復、公共工事の増加により建設関連業種も改善した。水産関係の不漁と原油高の影響により、食料品製造業や運輸業が悪化した。

### 2. 2018年 業況見通し

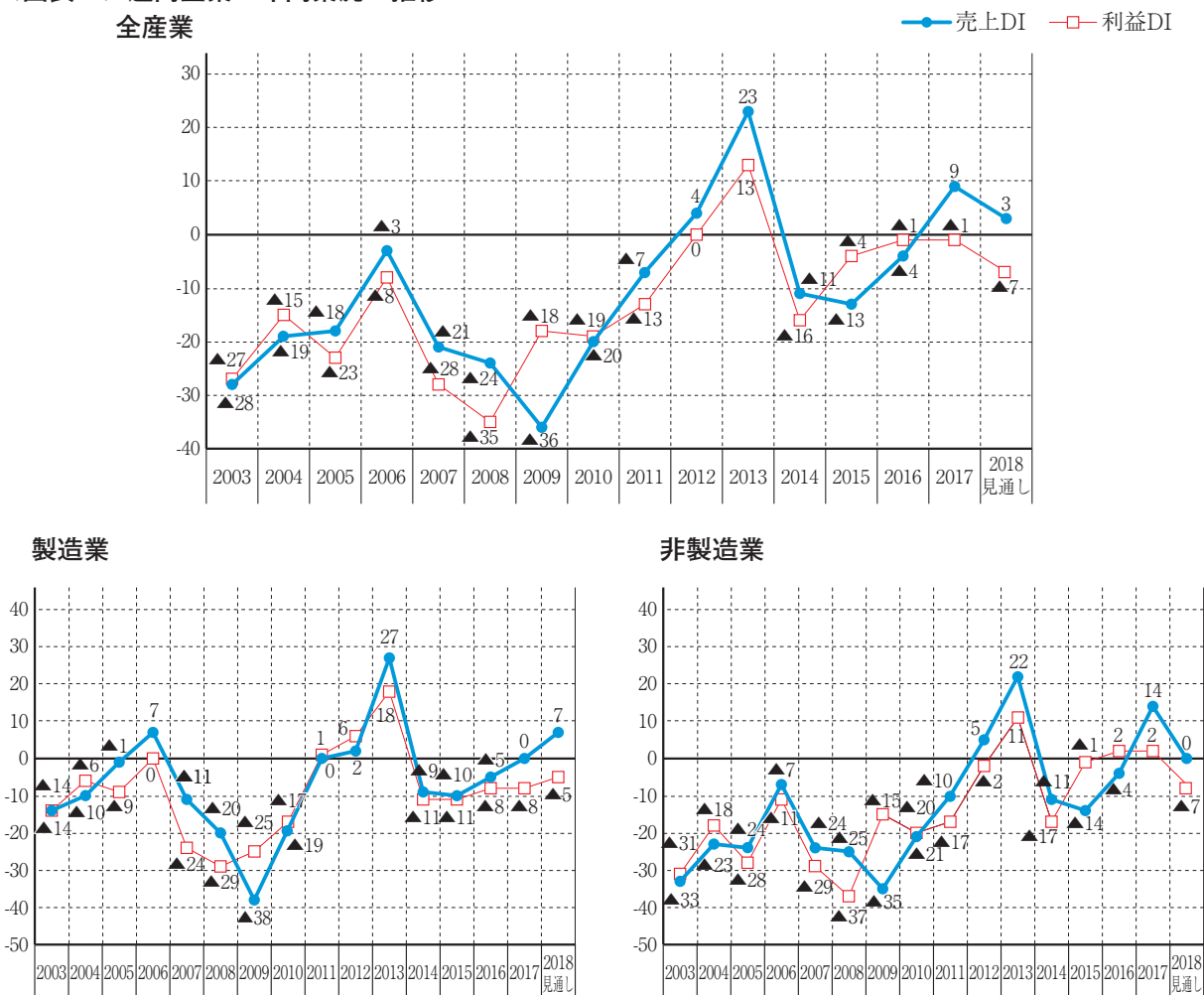
2017年に比べ、売上DI（3）は6ポイント低下、利益DI（△7）も6ポイント低下の見通し。製造業が持ち直す一

方で、非製造業に一服感が見込まれる。売上は前年好調だった建設業とホテル・旅館業の反動減等によりプラス圏内ながら低下。利益は人手不足に伴う人件費の増加や原油高への懸念から、幅広い業種で低下を見込んでいる。

### 3. 先行きの懸念材料

「原油価格の動向」とした企業（50%）が最も多く、以下「雇用の動向」（45%）、「個人消費の動向」（44%）の順となった。なお、「雇用の動向」が前年比で8ポイント、「物価の動向」が5ポイント上昇した。

<図表1> 道内企業の年間業況の推移





<図表2>2018年見通し・業種別の要点

	要 点 (2018年見通し)		2014年	2015年	2016年	2017年		2018年
			実績	実績	実績	実績	前回見通し	見通し
全産業	製造業が持ち直しの一方で、非製造業に一服感。	売上D I	△11	△13	△4	9	△3	3
		利益D I	△16	△4	△1	△1	△7	△7
製造業	持ち直しの動き。	売上D I	△9	△10	△5	0	△2	7
		利益D I	△11	△11	△8	△8	△5	△5
食料品	前年の不漁に伴う落ち込みから、売上・利益とも改善を見込んでいる。	売上D I	△28	14	△7	△17	3	14
		利益D I	△14	12	△3	△26	0	0
木材・木製品	売上は堅調だが、利益は横這い。	売上D I	5	△24	5	6	5	7
		利益D I	△19	△5	0	△6	5	△6
鉄鋼・金属製品・機械	建設関連や輸出の増加が見込まれ、売上・利益とも改善。	売上D I	△3	△27	△5	3	△12	16
		利益D I	△6	△31	△17	△3	△6	6
非製造業	前年の反動や、人件費増加等により業況持ち直しに一服感。	売上D I	△11	△14	△4	14	△4	0
		利益D I	△17	△1	2	2	△8	△7
建設業	前年に公共工事が増加した反動により売上・利益とも減少。	売上D I	△5	△13	1	19	8	△10
		利益D I	△10	△13	△7	15	3	△10
卸売業	売上一服。利益も原材料価格上昇等により低下。売上・利益とも減少の見込み。	売上D I	3	△25	△11	18	△7	△2
		利益D I	△21	△28	15	5	△6	△12
小売業	人件費の増加等が利益を圧迫。	売上D I	△29	△40	△37	19	△12	10
		利益D I	△33	△2	△23	0	△15	△5
運輸業	売上は改善するが、運転手の不足や原油価格の高止まりにより収益は減少。	売上D I	△8	0	4	△12	3	9
		利益D I	0	42	20	△37	△3	△12
ホテル・旅館業	インバウンドの好調が続くが、人手不足が深刻で売上・利益とも減少の見込み。	売上D I	△30	27	△13	20	△26	△20
		利益D I	△26	36	0	33	△20	△13

調査要項

- 調査の目的と対象：「道内企業の年間業況見通し」についての企業幹部へのアンケート調査
- 調査方法：調査票を配付し、郵送または電子メールにより回収。
- 調査内容：2018年道内企業の年間業況見通し
- 回答期間：2017年11月中旬～12月中旬
- 本文中の略称
  - (A) 増加（好転）企業：前年に比べ良いとみる企業
  - (B) 不変企業：前年に比べ変わらないとみる企業
  - (C) 減少（悪化）企業：前年同期に比べ悪いとみる企業
  - (D) D I：「増加企業の割合」－「減少企業の割合」

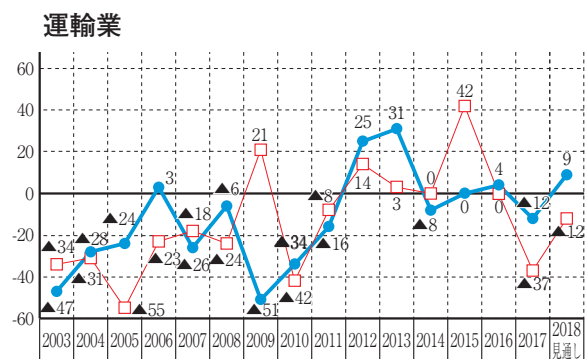
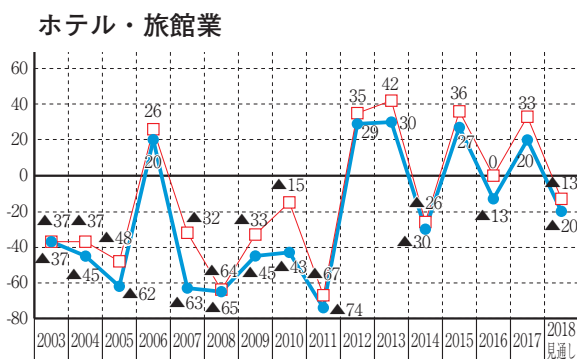
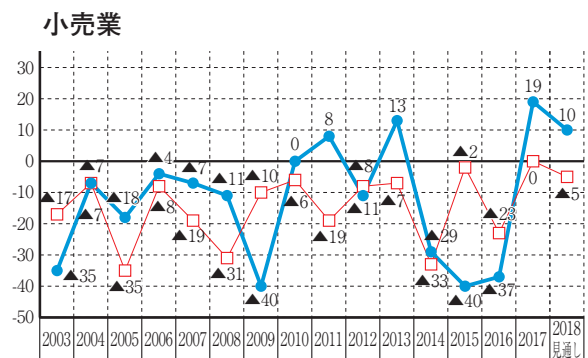
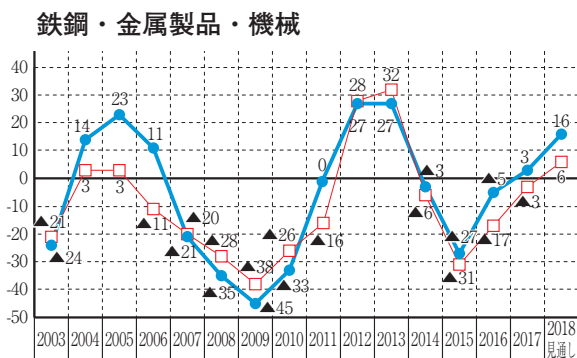
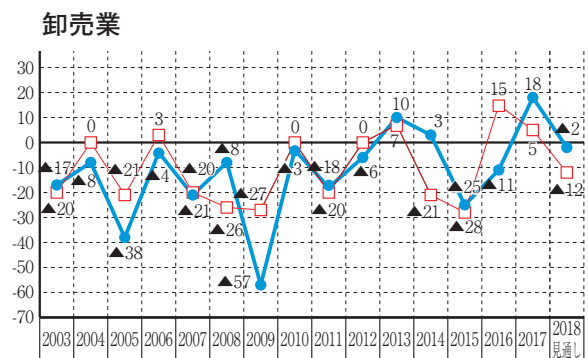
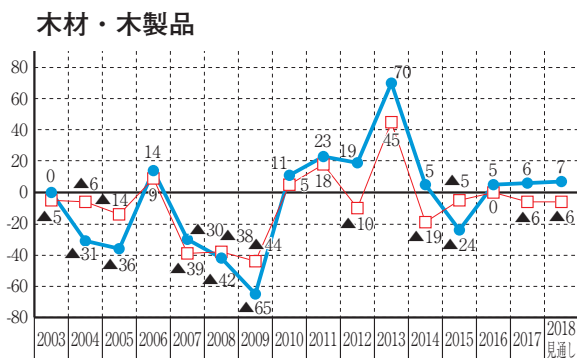
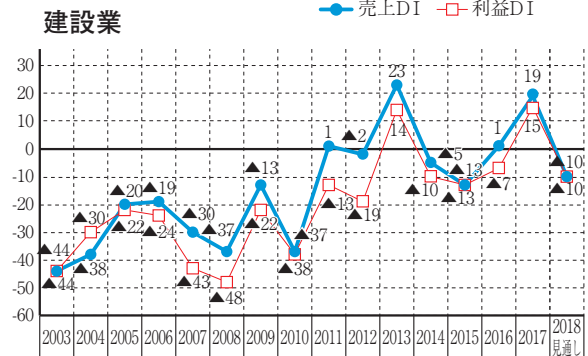
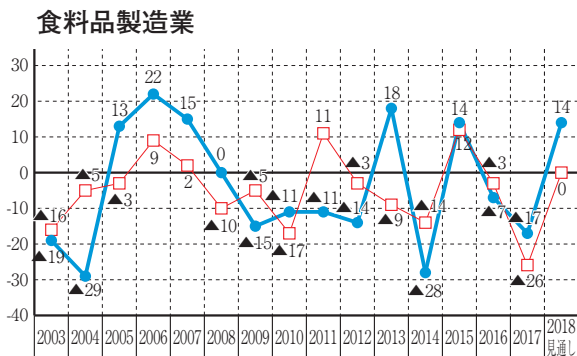
■ 地域別回答企業社数

	企業数	構成比	地 域
全 道	383	100.0%	
札幌市	148	38.6	道央は札幌市を除く石狩、後志、
道 央	81	21.1	胆振、日高の各地域、空知地域南部
道 南	39	10.2	渡島・檜山の各地域
道 北	53	13.8	上川・留萌・宗谷の各地域、空知地域北部
道 東	62	16.2	釧路・十勝・根室・オホーツクの各地域

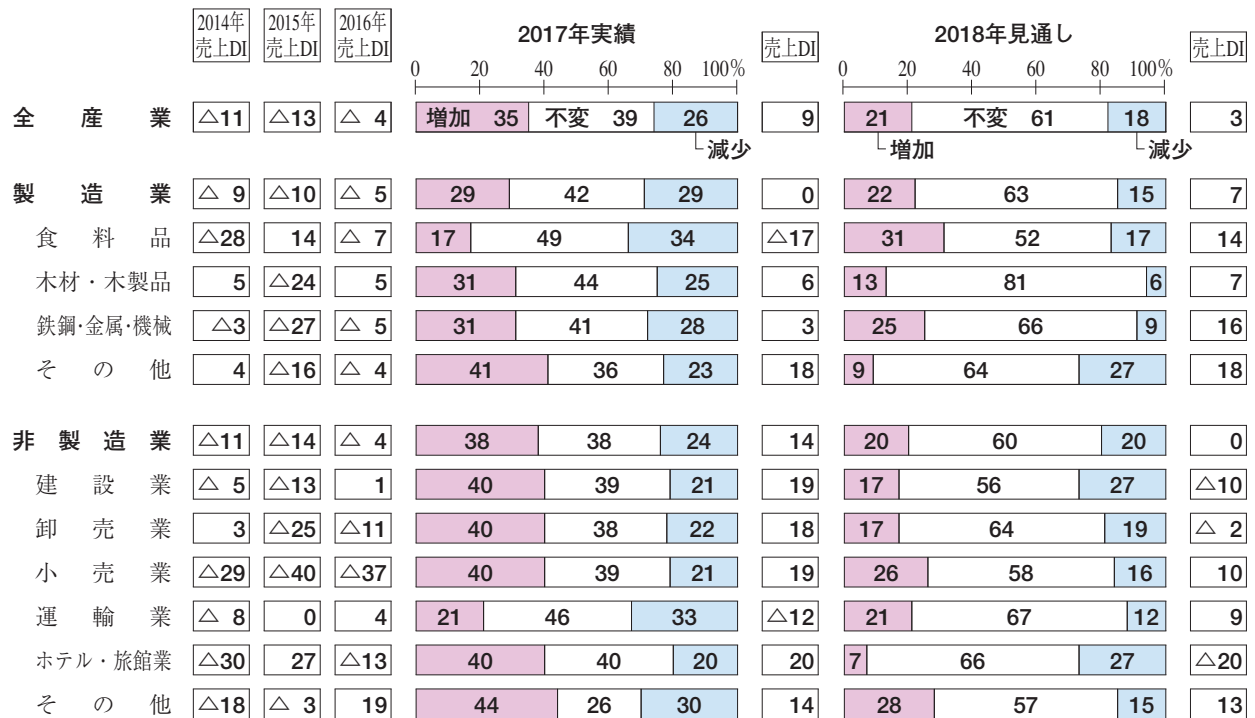
■ 業種別回答状況

	調査企業数	回答企業数	回答率
全 産 業	702	383	54.6%
製 造 業	197	106	53.8
食 料 品	68	36	52.9
木 材 ・ 木 製 品	33	16	48.5
鉄鋼・金属製品・機械	60	32	53.3
その他の製造業	36	22	61.1
非 製 造 業	505	277	54.9
建 設 業	138	77	55.8
卸 売 業	105	60	57.1
小 売 業	93	43	46.2
運 輸 業	53	34	64.2
ホ テ ル ・ 旅 館 業	35	15	42.9
その他の非製造業	81	48	59.3

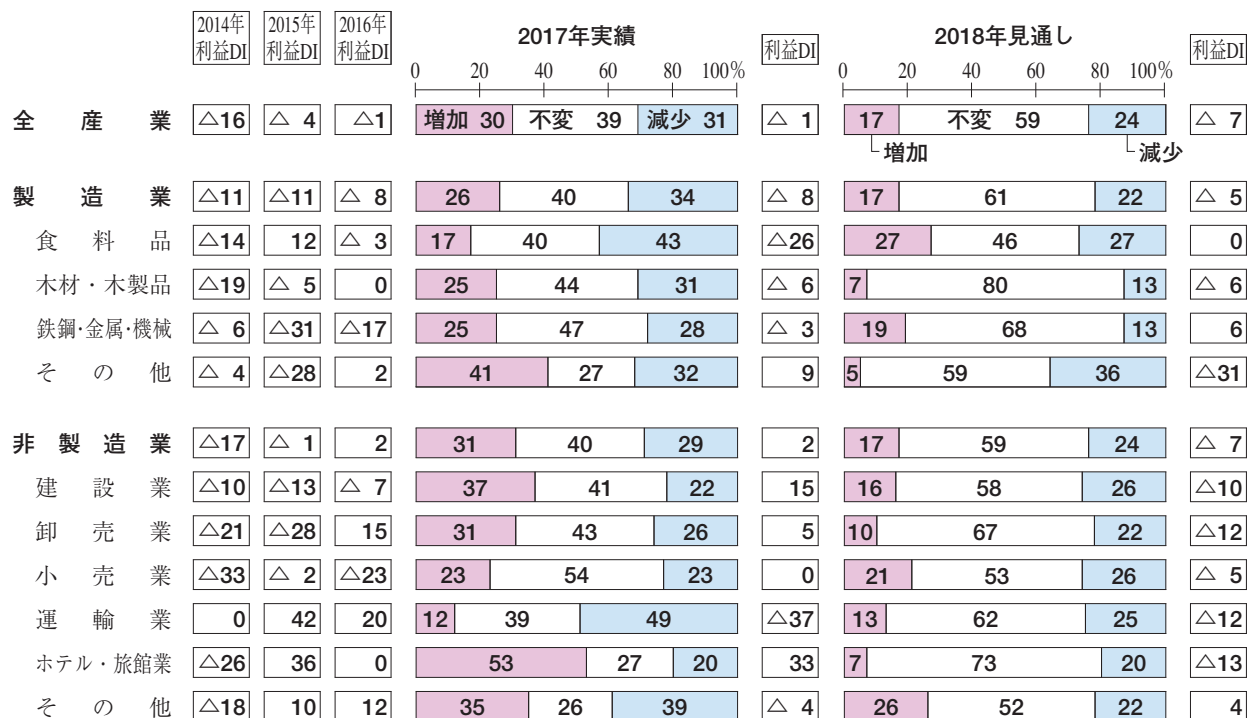
<図表3>道内企業の年間業況の推移（業種別）



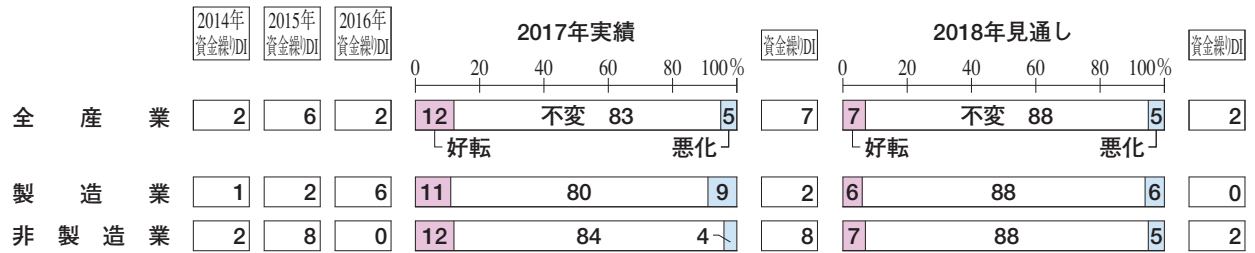
<図表4> 売上



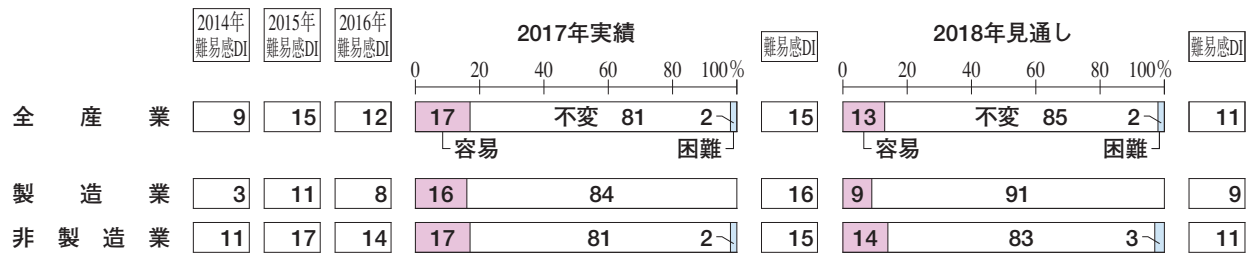
<図表5> 利益



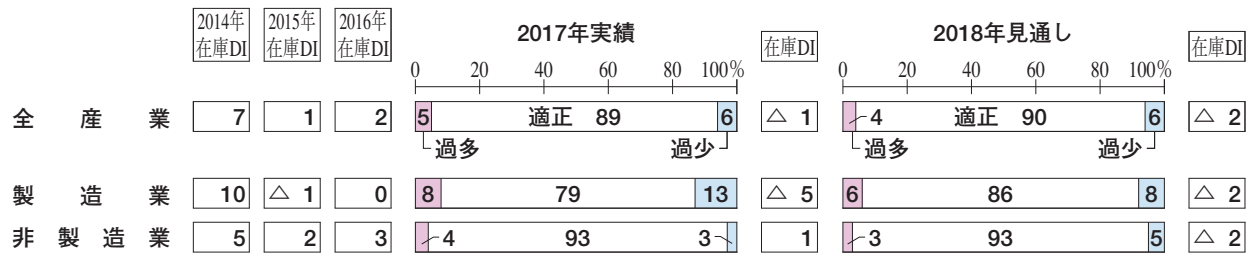
<図表6> 資金繰り



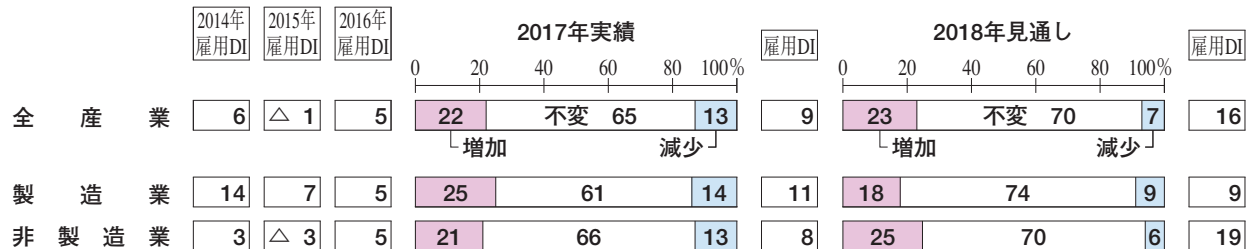
<図表7> 短期借入金の難易感



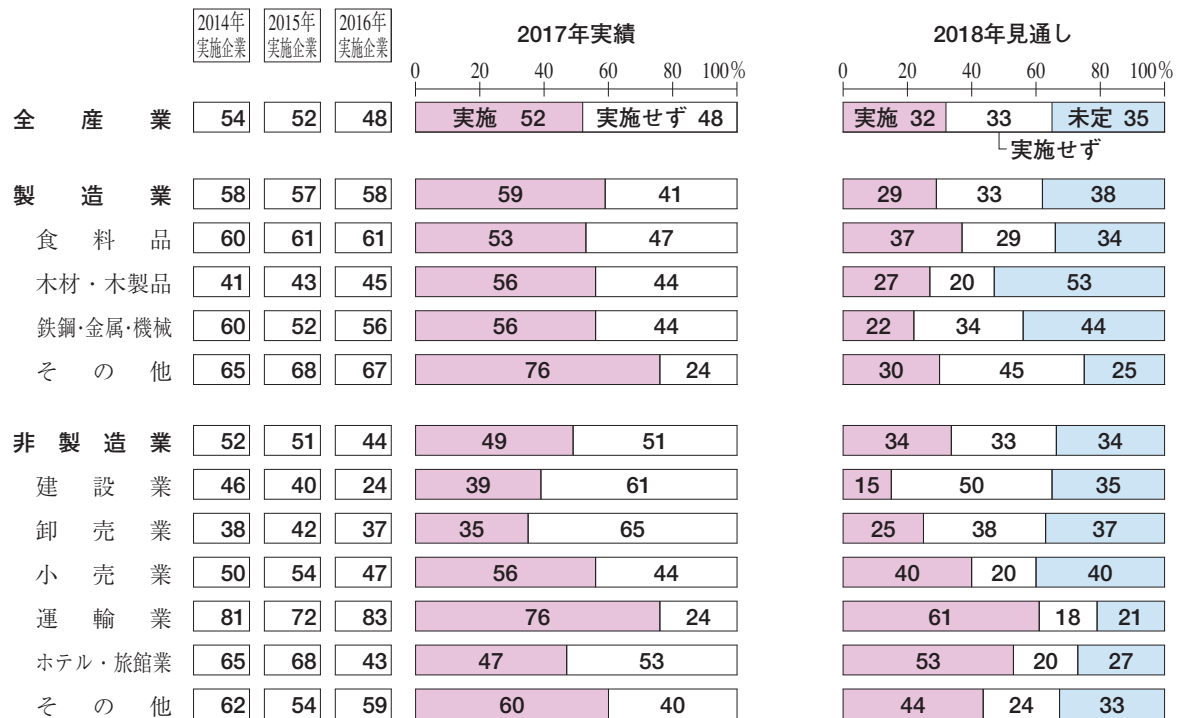
<図表8> 在庫



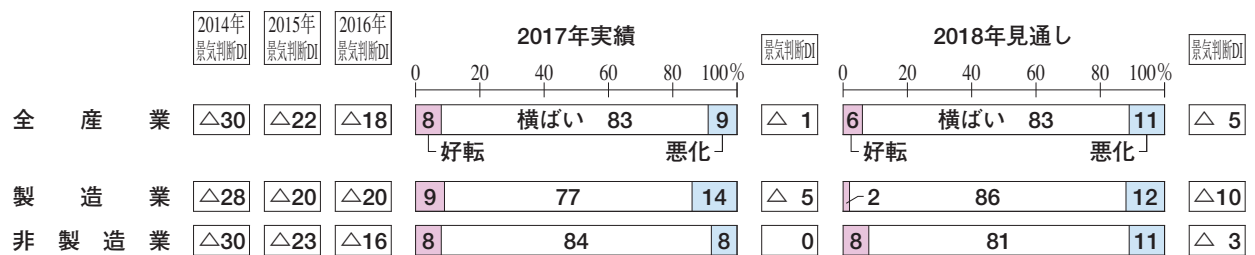
<図表9> 雇用人員



<図表10>設備投資



<図表11>道内景気判断



<図表12> 売上・販売面で重視する項目（上位5項目）の要点

項 目	前年比	要 点
(1)人材の育成・強化（76%）	+1	製造業（65%）、非製造業（81%）。全業種で1位。建設業（91%）と高水準。
(2)顧客ニーズの的確な把握（54%）	△7	製造業（44%）、非製造業（58%）。食料品製造業を除く全ての業種で2位。
(3)営業方法の見直し（26%）	△4	ホテル・旅館業（40%）で13ポイント上昇。
(4)価格体系の見直し（26%）	+7	製造業（26%）で5ポイント、非製造業（26%）で9ポイントの上昇。
(5)同業他社の商品、サービスとの差別化（23%）	△6	製造業（23%）で4ポイント、非製造業（23%）で7ポイントの低下。

<図表13> 先行きの懸念材料（上位5項目）の要点

項 目	前年比	要 点
(1)原油価格の動向（50%）	+1	運輸業（97%）、食料品製造業（54%）などで警戒感強い。
(2)雇用の動向（45%）	+8	運輸業（56%）で19ポイント、ホテル・旅館業（64%）で17ポイントの上昇。
(3)個人消費の動向（44%）	△2	食料品製造業（71%）、小売業（76%）、ホテル・旅館業（86%）等で1位。
(4)公共投資の動向（43%）	△2	鉄鋼・金属製品・機械製造業（61%）、建設業（80%）等で1位。
(5)物価の動向（38%）	+5	食料品製造業（63%）、小売業（48%）、ホテル・旅館業（57%）等で高い。

<図表14> 売上・販売面で重視する項目（複数回答）

（単位：％）

(項 目)	製造業						非製造業						
	全産業	製造業	食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	その他の製造業	非製造業	建設業	卸売業	小売業	運輸業	ホテル・旅館業	その他の非製造業
(1)人材の育成・強化	① 76 (75)	① 65 (64)	① 56 (59)	① 50 (55)	① 81 (77)	① 68 (63)	① 81 (79)	① 91 (86)	① 72 (72)	① 70 (72)	① 79 (83)	① 87 (67)	① 85 (81)
(2)顧客ニーズの的確な把握	② 54 (61)	② 44 (53)	③ 44 (49)	② 44 (65)	② 44 (54)	② 46 (50)	② 58 (64)	② 43 (54)	② 63 (70)	② 65 (72)	② 58 (55)	② 80 (73)	② 61 (66)
(3)営業方法の見直し	③ 26 (30)	27 (30)	27 (39)	25 (35)	③ 28 (23)	③ 27 (21)	③ 26 (31)	③ 24 (37)	33 (30)	③ 30 (33)	12 (14)	40 (27)	20 (31)
(4)価格体系の見直し	③ 26 (19)	26 (21)	32 (28)	③ 31 (20)	16 (14)	③ 27 (21)	③ 26 (17)	15 (19)	③ 39 (21)	21 (4)	③ 33 (21)	47 (40)	20 (15)
(5)同業他社の商品、サービスとの差別化	⑤ 23 (29)	23 (27)	29 (21)	③ 31 (30)	16 (29)	18 (33)	23 (30)	12 (19)	32 (33)	28 (50)	24 (17)	20 (13)	24 (37)
(6)新商品（サービス）の開発	21 (27)	③ 33 (42)	② 50 (62)	③ 31 (35)	25 (26)	18 (42)	16 (21)	4 (9)	19 (28)	19 (20)	12 (10)	33 (47)	③ 28 (32)
(7)IT（ホームページ）の活用	18 (16)	8 (9)	3 (18)	6 (5)	9 —	14 (13)	22 (19)	15 (16)	18 (9)	26 (20)	18 (10)	③ 67 (53)	24 (25)
(8)新たな事業への参入	9 (13)	10 (14)	6 (5)	13 (10)	6 (23)	18 (17)	8 (12)	4 (4)	12 (23)	9 (17)	12 (14)	7 (7)	7 (10)
(9)他社との業務提携	12 (13)	14 (15)	18 (13)	13 (10)	13 (14)	9 (25)	11 (12)	16 (12)	7 (7)	5 (13)	9 (21)	0 —	20 (14)
(10)その他	1 (3)	1 (2)	0 (3)	0 —	0 —	5 (4)	1 (3)	0 (3)	0 (4)	2 —	3 (7)	0 —	2 (3)

○内数字は業種内の順位、( )内は前年調査

<図表15>先行きの懸念材料（複数回答）

（単位：％）

（項目）	製造業						非製造業						
	全産業	製造業	食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	その他の製造業	非製造業	建設業	卸売業	小売業	運輸業	ホテル・旅館業	その他の非製造業
(1)原油価格の動向	① 50 (49)	① 45 (46)	③ 54 (58)	25 (25)	③ 42 (40)	② 50 (52)	① 52 (50)	45 (44)	③ 40 (44)	② 52 (54)	① 97 (90)	43 (53)	② 49 (41)
(2)雇用の動向	② 45 (37)	③ 38 (32)	46 (45)	25 (20)	39 (29)	32 (26)	② 48 (39)	③ 50 (37)	32 (29)	② 52 (42)	② 56 (37)	② 64 (47)	① 51 (48)
(3)個人消費の動向	③ 44 (46)	② 43 (43)	① 71 (80)	② 44 (45)	16 (11)	③ 36 (26)	④ 44 (47)	24 (28)	① 48 (44)	① 76 (81)	③ 38 (40)	① 86 (67)	32 (43)
(4)公共投資の動向	④ 43 (45)	⑤ 37 (36)	6 (5)	25 (40)	① 61 (60)	① 59 (48)	③ 46 (48)	① 80 (80)	② 47 (49)	17 (21)	24 (43)	7 (13)	③ 43 (40)
(5)物価の動向	⑤ 38 (33)	③ 38 (33)	② 63 (48)	6 (20)	32 (26)	27 (30)	⑤ 38 (33)	40 (35)	38 (39)	48 (38)	21 (13)	③ 57 (40)	32 (31)
(6)民間設備投資の動向	27 (30)	22 (30)	3 (13)	6 (20)	② 48 (54)	27 (30)	29 (30)	② 53 (53)	32 (34)	12 (17)	12 (20)	— (13)	26 (16)
(7)台風などの災害の影響	22 (27)	17 (28)	20 (45)	13 (5)	16 (14)	18 (39)	23 (27)	25 (27)	25 (27)	17 (17)	27 (33)	36 (33)	17 (29)
(8)電気料金の動向	20 (25)	36 (40)	46 (53)	25 (30)	36 (34)	27 (35)	14 (19)	8 (15)	17 (15)	14 (27)	3 —	36 (40)	23 (24)
(9)為替の動向	20 (22)	28 (25)	31 (28)	② 44 (40)	26 (14)	14 (22)	17 (21)	11 (10)	20 (22)	29 (38)	15 (33)	29 (27)	9 (14)
(10)住宅着工の動向	18 (18)	15 (16)	—	① 56 (65)	16 (6)	9 (17)	19 (18)	29 (26)	27 (32)	12 (10)	12 (20)	— (—)	11 (5)
(11)金利の動向	17 (18)	10 (15)	9 (13)	19 (20)	7 (14)	9 (17)	20 (19)	22 (24)	25 (14)	17 (25)	12 (20)	7 (7)	21 (16)
(12)社会保障費の増加	16 (20)	12 (21)	17 (23)	13 (30)	7 (20)	9 (13)	18 (19)	17 (26)	13 (15)	24 (13)	18 (20)	7 (7)	21 (24)
(13)税制改正の動向	16 (14)	12 (14)	14 (13)	6 (20)	13 (9)	9 (17)	18 (14)	13 (13)	22 (14)	31 (21)	9 (17)	— (7)	19 (12)
(14)金融機関の融資姿勢	15 (16)	13 (14)	11 (15)	13 (10)	13 (20)	14 (9)	15 (16)	21 (24)	17 (12)	17 (17)	— (10)	21 (27)	13 (9)
(15)政局の動向	11 (12)	7 (9)	6 (5)	— (5)	13 (9)	5 (17)	13 (14)	20 (23)	12 (10)	7 (8)	3 (7)	7 (—)	15 (16)
(16)中国経済の動向	10 (12)	17 (18)	14 (15)	13 (25)	23 (17)	18 (17)	8 (9)	1 (4)	13 (17)	7 (6)	— (—)	29 (33)	11 (9)
(17)TPP（環太平洋経済連携協定）の影響	9 (13)	13 (16)	20 (20)	— (10)	7 (14)	18 (17)	7 (12)	1 (12)	18 (24)	7 (4)	9 (17)	— (—)	4 (7)
(18)国と地方の財政改革の動向	9 (11)	7 (10)	6 (10)	13 (10)	7 (11)	5 (9)	9 (11)	17 (19)	5 (7)	7 (6)	6 (7)	— (—)	9 (12)
(19)規制緩和の動向	7 (7)	6 (5)	— (3)	19 (5)	10 (9)	— (4)	8 (8)	5 (4)	12 (10)	10 (10)	6 (3)	— (—)	11 (12)
(20)欧米経済の動向	5 (8)	7 (11)	6 (13)	6 (15)	10 (9)	5 (9)	4 (6)	4 (6)	5 (9)	5 (8)	— (—)	7 (13)	4 (3)

○内数字は業種内の順位、（ ）内は前年調査、※は前年未調査



# 実効性のある設備投資や、コスト管理等が課題

## 〈企業の生の声〉

今回の調査では、売上増加の方向性は維持されたものの、コスト増加が収益を圧迫する傾向が見られました。特に、原油価格の上昇や人手不足の深刻化によるコスト増加の懸念が高まっています。このような状況下、実効性のある設備投資（IT投資含む）やコスト管理等（販売価格への転嫁・アウトソーシングの活用・為替リスクの軽減等）が、経営上の課題との声が多く聞かれました。

以下に企業から寄せられた生の声を紹介いたします。

### 1. 食料品製造業

＜食料品製造業＞ 高付加価値商品と廉売商品の二極化が進むと考えられる。既存商品のカテゴリにとらわれずに商品開発をしていくことが必要である。

＜食料品製造業＞ 新幹線開業効果はさらに減少すると予想している。

＜水産加工業＞ 道内経済は緩やかに回復していると言われているが、個人消費が回復していると言う実感はない。

＜水産加工業＞ 北海道の水産資源減少による仕入原料の数量減・単価上昇が問題。

### 2. 鉄鋼・金属製品・機械

＜金属製品製造業＞ 北海道新幹線に係る工事への物品受注があるので、見通しは悪くはない。しかし、トンネル工事の進捗により左右される。

＜金属製品製造業＞ 建築案件はホテルや物流倉庫など大型案件があり順調であるが、作業員不足が懸念される。

＜金属製品製造業＞ 現在は単価が維持されているが、将来は海外製品の価格に対応していけるかどうか課題である。

＜金属製品製造業＞ 輸出入取引の増加が見込まれるので、為替差損の発生を防止する手段を具体的に検討する。また、理系の社員の確保が難しい。

### 3. その他の製造業

＜肥料製造業＞ 当社は北海道での漁獲高に業況が左右されることから、サケ・マス・サンマなど主魚種の不漁が打撃となっている。対策として、ロシアからの輸入取引についてアプローチを開始したところである。

＜コンクリート製品製造業＞ 今年度は災害復旧工事があり順調だったが、来年度は見通せない状況。

### 4. 建設業

＜建設業＞ 補正予算の早期成立を希望している。通年施工ができる発注方法を期待する。

＜建設業＞ 人手不足の深刻化から外国人労働者の増加を予想するが、現場での労災事故が増えるのではないかと懸念している。

＜建設業＞ 職人の確保が難しくなってきた。複雑な工事は職人が不足しており入札を避けている。専門職の不足が大きな問題である。

### 5. 卸売業

＜自動車部品卸売業＞ 道内の地方都市においては、公共事業が景気を主導しているという感が否めない。景気回復も地方の中小企業にとって実感はない。

＜機械器具卸売業＞ 北朝鮮をめぐる動向と台風や暴風による自然災害の影響が懸念材料である。

＜電気機械器具卸売業＞ 泊原発の稼働状況により今後の道内経済が左右される。

＜鋼材卸売業＞ 商品価格上昇により在庫負担が重くなってきた。売上は上昇するが利益の上昇は望めず、信用リスク・在庫リスクが増し、不安定な状況になるだろう。

＜建設用機材卸売業＞ 廃業の会社が倒産より増加していく傾向が見られる。

＜酒類卸売業＞ 人口減少で過疎の地域が拡大していることから、業態の垣根を越えた運送体制の構築が必要と考える。

＜ビニール製品卸売業＞ 原油・ナフサが上昇傾向にあり、原材料価格（仕入）も上昇すると思われる。価格転嫁できるかどうかを現段階で把握するのは難しい。新しい案件については新価格で対応していく。

### 6. 小売業

＜リサイクルショップ＞ 深刻な人手不足で一人当たりの負担が増大。委託のできる業務はアウトソーシングで補っているが、採算を考え新しい賃金体系を検討中である。

＜燃料小売業＞ 室蘭では大手企業の縮小が発表され、人口減少が進むと考えられる。今後の対策について官民一体で検討しなければならない。

＜酒類小売業＞ 酒類の税制改正に加え、消費税増税もあり、税による逆風が強い。

### 7. 運輸業

＜運輸業＞ ドライバー不足が最重要問題である。トラックの休車や高速道路などの使用増加・原油価格の上昇などが収益に大きく影響する。

### 8. ホテル・旅館業

＜観光ホテル＞ 海外からの顧客に影響がでるため為替動向に注意している。

### 9. その他非製造業

＜建設コンサルタント＞ 公共事業メインの会社であり予算に影響される。今後は少子高齢化の影響が懸念されるため、IT投資など業務効率化をより一層進め生き残りを図る。

**<建設設計業>** 民間設備投資と金利動向に注視したい。

**<建設機械器具リース業>** 燃料費の動向が気がりである。下請の立場から燃料コスト増加分をなかなか転嫁できないのが実情である。

**<ソフトウェア開発業>** 人材が道外に流出するため、人材確保が難しくなっている。自治体向けの販売が主業務であるため財政が懸念材料である。

**<廃棄物処理業>** 人材不足が長期化している。受注への影響はまだないが、定年退職後の再雇用が終了する従業員も多数おり、今後の打開策が見つけられない。

**<不動産賃貸業>** TPPは道内産業に対する影響が大きく注視。金融機関からの資金調達コストは収益を左右する大きな要因となることから金利動向も注視している。

# マーケティングはビッグデータ分析からAIを活用した予測モデルの時代へ

フュージョン株式会社  
アナリティクスチーム

## 1. はじめに

日本ではまだ一般的でないものの、欧米の大企業では、CMO（チーフマーケティングオフィサー）やCDO（チーフデータオフィサー）という職種があります。彼らは強い権限や大きな予算を持ち、経営上きわめて重要な役割を担っています。

彼らは勘や経験則、過去の成功体験に頼らず、データを尊重します。日々社内外で発生する大量のデータを適切に分析し、CRM（カスタマー・リレーションシップ・マネジメント）と呼ばれる「個客」に寄り添うマーケティング戦略をコントロールし、売上や利益を最大化するミッションを担います。

CRMは、日本企業でも古くから導入されてきたマーケティング手法ですし、「データは宝の山だ」、とかねてより言われてきました。しかし理想通りに顧客との関係を構築し、それを継続的に運用できている企業はそう多くありませんでした。

日本政府が成長戦略として掲げる「第4次産業革命」に、ビッグデータの活用がうたわれ、AIやIoTに注目が集まる中、業種や規模を問わずデータ分析に基づくマーケティングを経営上の重要課題として認識する機運が高まってきました。スマートフォンの爆発的な普及による消費者の行動変化にも後押しされ、日本企業のマーケティングの仕方に大きな変化が起こってきています。

## 2. 現状把握分析の限界と予測モデルの伸展

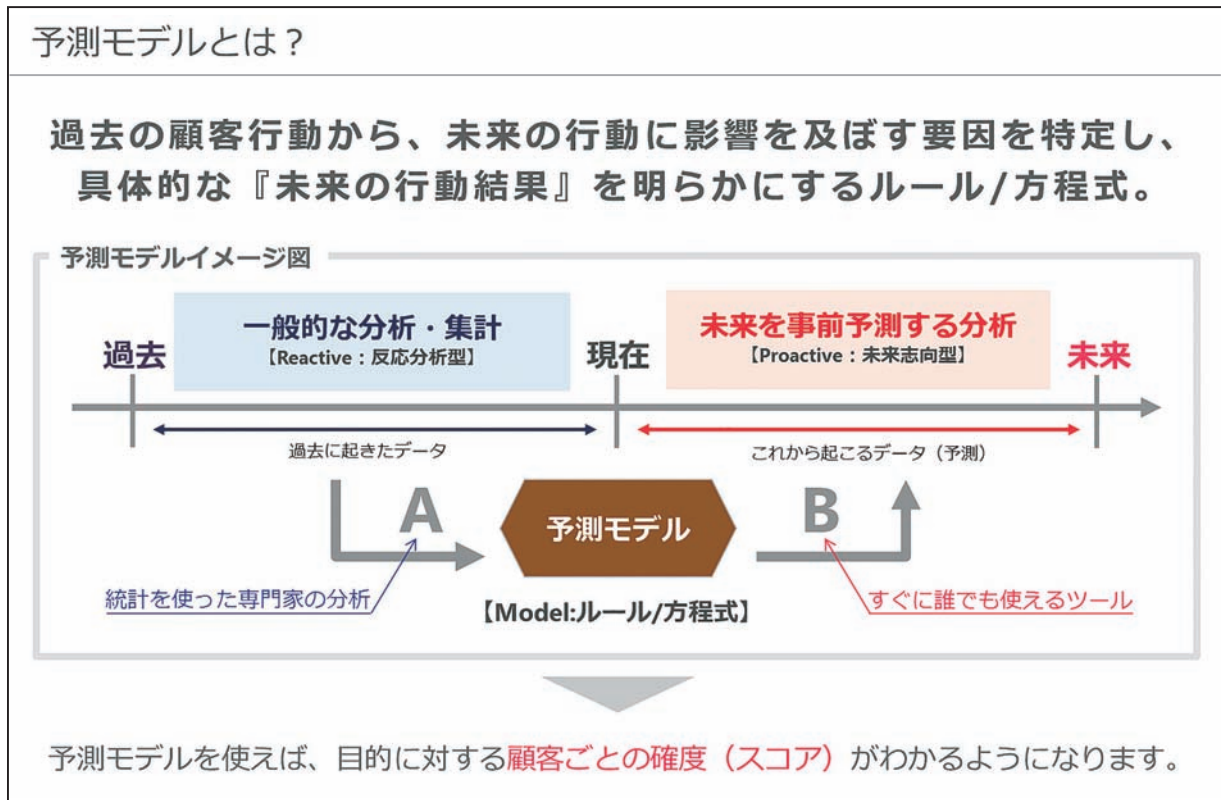
従来のデータ分析の手法は、性年代別など顧客属性ごとのクロス集計、RFM分析<sup>1</sup>による顧客分類、商品の併売関係を分析するアソシエーション分析<sup>2</sup>等があり、どの分析手法においても過去の購買行動から、現状を把握するためのものでした。

例えば、あるキャンペーンを実施するために、反応の良い対象者にDMを送付して効果を最大化させたいという目的があったとします。従来のデータ分析では、過去のキャンペーンにおいて、類似する事例（前年の同じキャンペーン等）から、性別・年代・地域、もしくは、RFM分析を用いて直近1年の購買行動毎にセグメント（分類）し、キャンペーンの反応結果を確認した上で、反応率の高いセグメントに対しキャンペーンの告知を行う方法をとります。（例：直近半年以内に購買履歴があり、年間5万円以上購入している、40代以上の方、等）

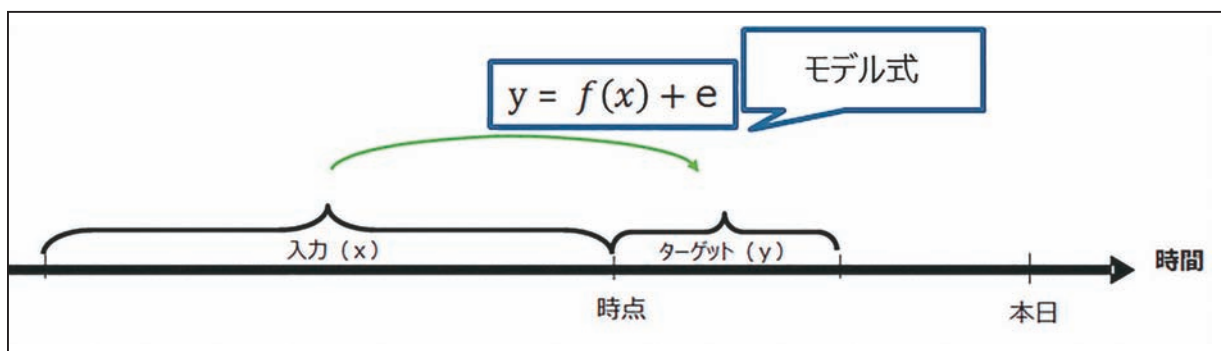
セグメント軸は、通常はある程度決まっており、性別・年代・RFMのいずれか、もしくはそれらの組み合わせが用いられることが多いようです。（軸の決定は統計的ではなく、担当者の経験則で、自分を含む社内の意思決定者が理解しやすいものが選定されます。）ただし、このセグメント軸が今回のキャンペーンにおいても確度が高いと保証されているわけではありません。過去

のキャンペーンでは反応が高かったという結果に過ぎず、今回のキャンペーンにどのくらい反応してくれるかはこの分析では分かりません。この分析だけでは、あくまでも過去の経験則を基に、担当者がキャンペーン対象者を判断しなければいけません。そこで、近年急速に注目されるようになってきたのが、予測モデルです。

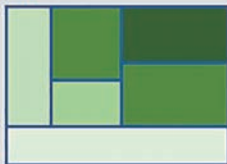
予測モデルは過去の分析から一歩踏み込んでさらに先の将来の行動までを予測する分析で、従来の分析手法と比べて3つの大きな特徴があります。



- (1) モデル式を作る基になる入力データの期間 (x) と、予測するターゲット期間 (y) の2つの期間 (重複しない期間) があります。たとえば、過去のキャンペーンがどんな結果だったのか予測モデルを使用して分析する際、入力期間は、過去のキャンペーンが始まる前のデータになり、ターゲット期間は、キャンペーン中の期間になります。x期間のデータを用いて、y期間に反応するかを予測します。



- (2) 予測モデルに使用するデータは、顧客の情報（属性・購買行動等）を全て使用します。セグメントでは一般的な分類に留まっていたましたが、全てのデータの中から影響のある情報を探し出し、モデル式に使用します。
- (3) 予測モデルの分析方法は、性別年代などのセグメントではなく個人一人ひとりに対し、反応するかしないかの結果を予測します。よって、誰をキャンペーンの対象にするかは予測した結果を見て反応確率の高い人を選択すればよいため、データの結果だけで十分に判断が出来るようになります。

方法	従来：セグメンテーション	現在：予測モデル										
期間	一つのデータ期間 セグメントとターゲット	二つの観測とターゲット期間 入力変数   ターゲット										
顧客の選び方	経験者の意見に基づいてセグメント 	顧客一人毎にスコアリング <table border="1" data-bbox="1082 936 1358 1151"> <thead> <tr> <th>顧客ID</th> <th>予測</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1836</td> <td>0.06</td> </tr> <tr> <td>864</td> <td>0.15</td> </tr> <tr> <td>7531</td> <td>0.16</td> </tr> <tr> <td>51313</td> <td>0.09</td> </tr> </tbody> </table>	顧客ID	予測	1836	0.06	864	0.15	7531	0.16	51313	0.09
顧客ID	予測											
1836	0.06											
864	0.15											
7531	0.16											
51313	0.09											
判断	経験者	(注) 'データドリブン' = データや分析で自動的に										

(注) データドリブンとは効果測定などで得られたデータを基に次のアクションを起こしていく事

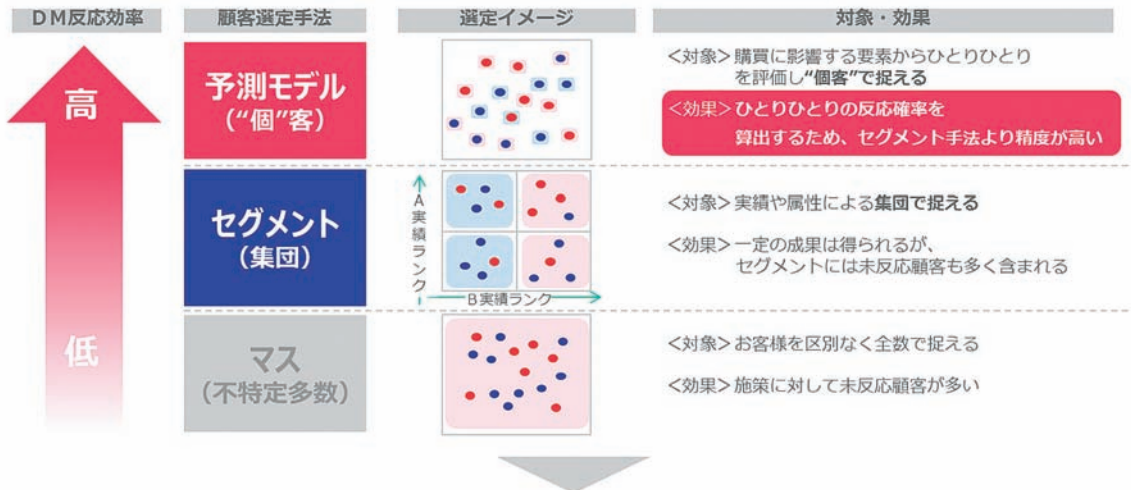
### 3. あらゆるビジネスに必要な「予測モデル」の構築

予測モデルを作るためには、十分な量の顧客のデータが必要です。顧客の個人情報や行動情報が多ければ多いほどモデルの精度は上がり、あらゆる業種や課題に有効な手法となります。とりわけ金融系の企業は顧客の情報を多く持っているため、一般的にモデル精度は高いと言われます。

近年ポイントカードや会員カードの発行が増え、小売業においても顧客の個人情報やID-POS<sup>3</sup>による行動情報が増えており、予測モデルが作りやすい環境になってきています。また、ECサイトでは会員情報と顧客の購買履歴以外にもWEBの閲覧履歴のログが行動履歴としてあり、さらに多くの情報を利用できます。

予測モデルで「個」客を見つける。

良い予測モデルを構築することができれば、顧客を個人レベルでターゲティングする「個客」中心のマーケティングが可能。



本当の分析は「集計」の先にある。また従来の方法やツールだけでは個客を見つけづらい。

予測モデルの使い方の一例を紹介します。顧客全員に対し、予測モデルを実施することは、顧客を「スコアリング」することになります。予測モデルを実施することによって、全ての顧客にスコアがつきますが、何を予測するか目的によってスコアの値も違います。

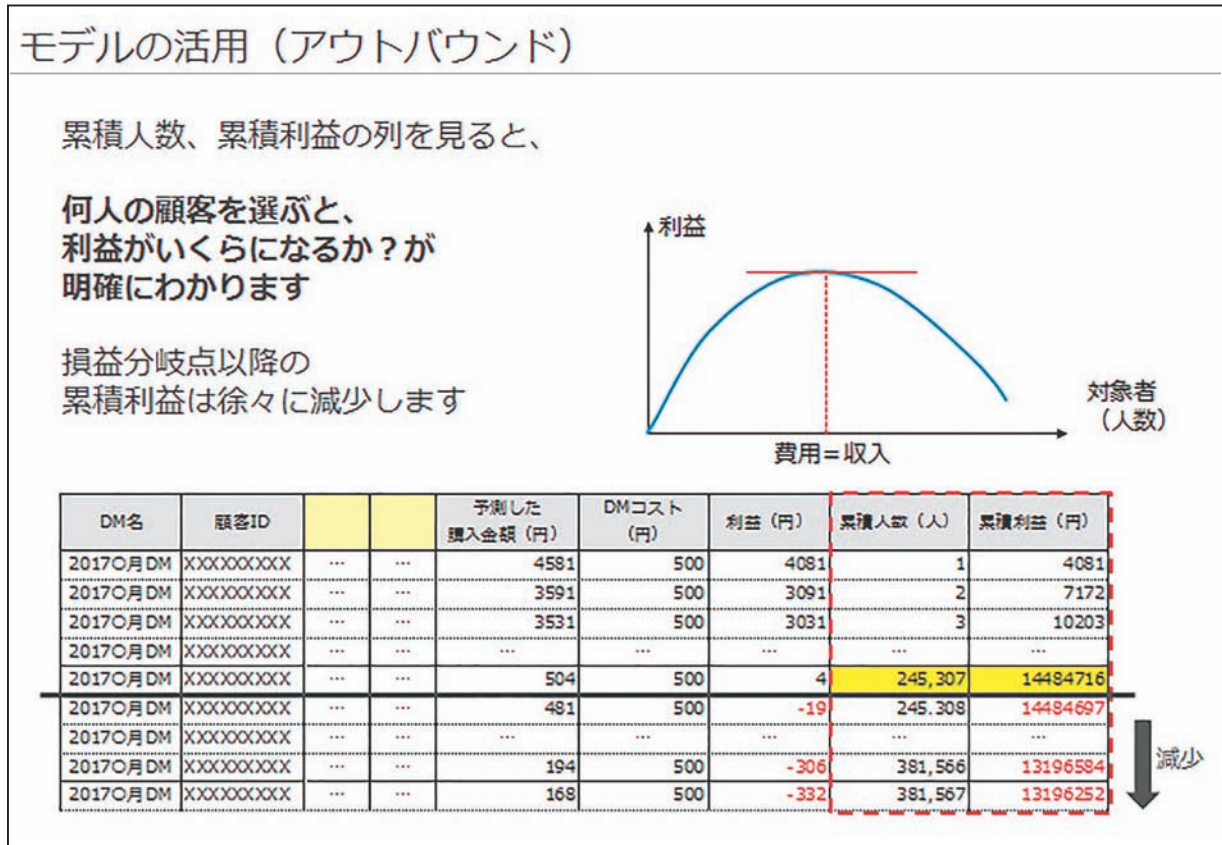
例えば、キャンペーンに反応するかしないかを予測する為のスコアは0～1までの間に入ります。(0＝反応しない、1＝反応する) どれだけ購入するか金額を予測する場合には、予測した金額の値がスコアとなります。キャンペーンの反応確率を予測するモデルで、全顧客に0～1までのスコアを付け、スコアの降順に並び替えると、反応確率の高い顧客順になります。仮に、10,000人にDMを送りたい場合、スコアの高い上位10,000人を選べばよいだけです。

顧客ID	予測スコア	顧客ID	視測	予測スコア
1836	0.06	142	1	0.73
864	0.15	2124	2	0.69
7531	0.16	351	3	0.68
51313	0.09	1314	4	0.68
2356	0.25	12355	5	0.67
39483	0.17	35786	6	0.66
↓ 降順に並び替え				
1132	0.11	1132	11.432	0.05
1433	0.12	1433	11.433	0.05
8140	0.31	14034	11.434	0.03
8857	0.07	5854	11.435	0.01
422	0.08	67422	11.436	0.00

上から選んだ顧客は確率が高い

もし、キャンペーンの販促費用が全て把握できていれば、顧客一人ひとりに対して利益を予測することができます。DM送付対象者が多くなると販促費が増える一方、スコアが低い人が対象になっていくため利益率は下がります。利益がマイナスになる前までを対象者として選択することで、効果的な送付人数に最適化することが出来ます。

毎回何万名とDM枚数を固定するのではなく、予測した結果を基に利益の最大化を見極めた販促活動が可能になります。これを全てのキャンペーンに対して行うことによってマーケティング全体の最適化が可能になります。



企業がマーケティングにおいてどのようにデータ活用ができているか、そのレベルを整理すると以下ようになります。

【レベル1：ビジネスルール（経験則）に基づいた考え】

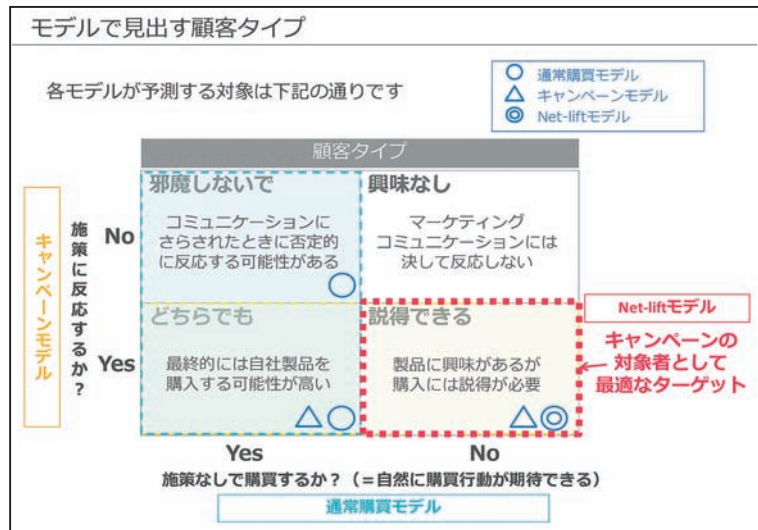
ルールに根拠のあるデータがなく、今までの経験から同じように対象を決めます。

【レベル2.3：データに基づいた考え】

レベル2～キャンペーンの反応データが取得できると、キャンペーンモデルが作れるようになります。

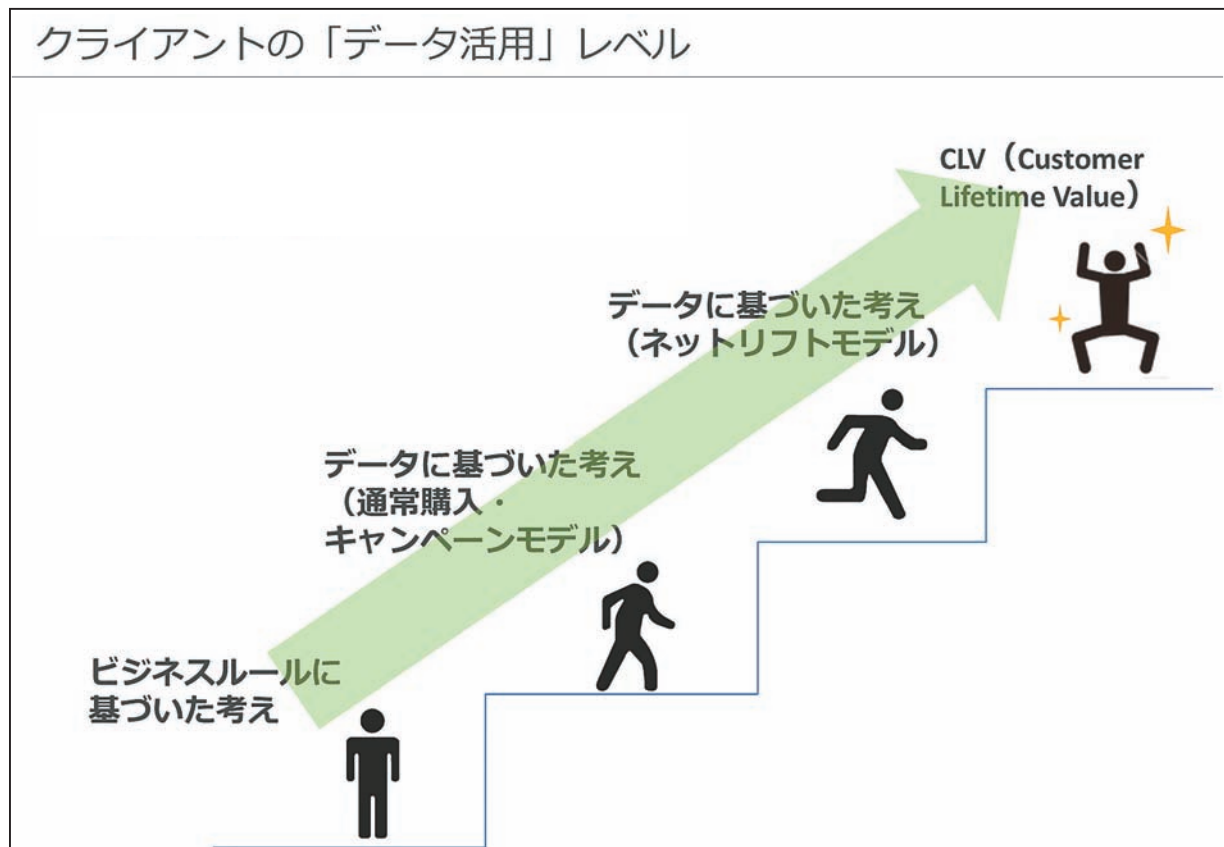


レベル3～顧客の通常購入確率（P通常）とキャンペーン反応確率（Pキャンペーン）が計算出来る  
と、キャンペーンの本当の効果が計算出来るようになります。それに基づきキャンペーンの対象者として最適なターゲットを測定できます（ネットリフトモデル（Net liftモデル））。



【レベル4：CLV<sup>4</sup>（Customer Lifetime Value）】

キャンペーンの告知を貰うと、顧客が離反する確率が下がる可能性があります。言い換えるなら顧客の生涯価値（Lifetime Value=LTV<sup>3</sup>とも言う）が上がるかもしれません。CLV（カスタマー・ライフタイム・バリュー）の観点から1回のキャンペーンでの結果だけではなく、1年間の購入金額や離反の可能性も含めた予測をすることによって、顧客との長い関係を維持し、将来を見据えた分析が予測モデルで可能になります。



#### 4. AIを活用した予測モデルで更に高度なマーケティングの時代へ

モデリングの手法には様々あり、昔からの統計手法として線形回帰、ロジスティック回帰、決定木や、AIの手法であるニューラルネット<sup>5</sup>、ランダムフォレスト<sup>6</sup>、SVM<sup>7</sup>、等があります。

統計手法の特徴としては、全ての入力変数において有意かどうか分かるので、モデル式に使用されている引数の解釈が可能です。(解釈できるため、ホワイトボックスと呼ばれています)

逆に、AIの手法は、複雑な関係性を導き出すことが可能ですが、全てを計算に任せるため、どの変数が有意か、ターゲットに影響があるかを判別するには複雑すぎて難しくなります。(解釈できないため、ブラックボックスと呼ばれています。)

キャンペーンの予測モデルにおいて、どの変数が影響しているかを解釈したいクライアント企業はホワイトボックスの手法を選ぶことが多く、モデルの解釈が不要ならば、手法に関わらず一番精度の高いモデルを選びます。AIに対する認知や期待が、かつてないほど高まっていることから、社内外のビッグデータを全て活用して利益の最大化を目指すクライアント企業は、積極的にブラックボックスの手法も採用し始めています。

以下にホワイトボックスと、ブラックボックスの手法の特徴を記載します。

	ホワイトボックス 分析手法：回帰、決定木等	ブラックボックス (AI) 分析手法：ニューラルネット、ランダムフォレスト、SVM等
<b>特徴</b>	ある程度選別した入力変数しか含まれていない	全てのデータを入力変数として使用している
<b>解釈</b>	すべての入力変数とターゲットの関係が理解でき、説明できる	入力変数とターゲットの関係は複雑で、解釈するのが難しい
<b>非線形関係</b>	非線形関係を見つけるためにさらに分析が必要	自動的に見つけられる

#### 5. おわりに

予測モデルは金融工学の領域で発展してきた歴史があり、数年前までは国家が未来の税収シミュレーションを行う際や、金融機関が回収や運用の予測に活用する等、大量データや資力のあつる特別な組織のためのツールだったと言えます。しかし、インターネットやスマートフォンが消費生活のあらゆるシーンで重要なツールとなり、人々が普通に暮らすだけで膨大なトランザクション（明細）データを吐き出すようになったことで、状況が一変しました。

高速サーバや分析ツール等が安価になったこともあり、大小さまざまな流通業やネット通販業が、顧客に関するあらゆるデータを捨てずに蓄積して分析し、予測モデルを構築し、マーケティング活動によってビジネスの成功事例を重ねています。

過去データの分析や予測モデルの構築は、特定業種の大企業だけのものでなく、あらゆる業種

や規模の企業にとって、必須の取り組みになってきたと言えるでしょう。

また、AIが一般化することで、予測モデルの精度や販促のタイミングが更に進歩することが予想されます。特に、人口減少や超高齢化社会に直面する日本企業は、いたずらに売上や規模の成長を追求するのではなく、限られたマーケティング予算をいかに有効活用し、利益を最大化するかが問われることとなります。

今日の消費者は、自分がその企業から「大切にされていない」と感じれば、簡単に離反してしまいます。だからこそ、本稿で述べてきたような予測モデリングの技術に基づいてリスト化され「貴方にとってぴったりとフィットするお知らせです」という販促を受けると、その企業への信頼を一気に深めるのです。

=====

#### <執筆者紹介>

フュージョン株式会社は札幌市に本社を置き、ビッグデータ分析、システムの設計・構築、各種プロモーションに関するコンサルティングを行う総合マーケティングサービスプロバイダ企業。2017年2月に札幌証券取引所アンビシャス市場に上場。ダイレクトマーケティングに関する様々なソリューションを通じて、企業とその顧客とのマーケティングコミュニケーションの支援を行う。本稿はAI（人工知能）を活用しながらビッグデータ分析や予測モデル構築等の業務を担当しているアナリティクスチームが執筆。

<sup>1</sup> データベースを使ったターゲット・マーケティングで、顧客の過去の購買履歴を分析する手法。RはRecencyでもっとも最近購入された年月日であり、FはFrequencyで過去1年などの一定期間に何回購入されたかの購入回数、MはMonetaryで一定期間での購買金額を意味する。

<sup>2</sup> マーケットバスケット分析とも呼ばれ「商品Aを購入する人は商品Bも買う傾向がある」といったように、2つ以上のアイテムの関連性ルールを探るための手法。

<sup>3</sup> 誰が人がその商品を購入したかを把握できるデータ

<sup>4</sup> 顧客生涯価値とは、顧客1人あるいは1社の顧客ライフサイクル全期間で、その顧客が企業にもたらした価値の総計のこと。顧客を獲得維持するためのコストと、顧客の購買額との差額が価値となる。

Lifetime value、customer lifetime valueを略してLTV、CLVとも呼ばれる

<sup>5</sup> ニューラルネットワーク（Neural Net）とは、人間の脳内にある神経細胞（ニューロン）とそのつながり、つまり神経回路網を人工ニューロンという数式的なモデルで表現したものである

<sup>6</sup> ランダムフォレスト（random forests）は機械学習のアルゴリズムのひとつで、決定木による複数の弱学習器を統合させて汎化能力を向上させる、アンサンブル学習アルゴリズムである。おもに分類（判別）・回帰（予測）の用途で使用され、以下の特徴がある。

- ・学習方法は単純だが、一般的な決定木より性能のよい識別・予測ができる
- ・CHAIDとは異なる接近法で多クラス問題に拡張した
- ・非線形関係も分析できることで、線形回帰・判別の限界を超える余地がある
- ・森の大きさを拡大しても過学習が生じない（数百以下で精度が収束する）

<sup>7</sup> サポートベクターマシン（Support vector machine、SVM）とは、識別手法のひとつで、教師あり学習を用いる。パターン認識や回帰分析へ適用でき、現在知られている多くの手法の中で、一番認識性能が優れた学習モデルである。基本的に、線形入力素子を利用し、2クラスのパターン識別器を構成する。

※図表は全てフュージョン株式会社で作成



## 深化を要する「働き方改革」論議

平成28年6月に「ニッポン1億総活躍プラン」が閣議決定され、アベノミクスの第2ステージとして、新たな3本の矢（①「戦後最大の名目 GDP600兆円」、②「希望出生率1.8」、③「介護離職ゼロ」の3つの目標）が打ち出された。このうち①の第1の矢は、イノベーションと働き方改革による生産性の向上と労働力の確保を企図した「希望を生み出す強い経済」を目指すものとされている。さらに、「働き方改革」については、①同一労働同一賃金の実現など非正規雇用の改善、②長時間労働の是正、③高齢者の就労促進が主要な施策の柱として掲げられている。

こうした流れを受けて、本年1月22日の国会における安倍首相の施政方針演説では、少子高齢化に対応するために、政府施策の冒頭に「働き方改革」の推進が取り上げられた。これに対して野党は代表質問において、為替ディーラーなど一部の専門職について働いた時間ではなく成果に応じて賃金を決める「脱時間給制度」を取り上げ、「これは働く側のニーズではなく働かせる側のニーズで、過労死などを誘発する大改悪になる危険性がある」（民進党・大塚代表）、「残業代ゼロ法案」（立憲民主党・枝野代表）、「過労死水準の残業を容認するもので、安倍政権の働き方改革は、財界の立場に立った＜働かせ方大改悪＞だ」（共産党・志位委員長）などと、総じて手厳しい反応を示している（平成30年1月26日付読売新聞）。

働き方改革は、上記の通り人口減少・少子高齢化に直面する中で、同一労働同一賃金、長時間労働の是正、柔軟な働き方などを実現しながら生産性の向上を目指していく趣旨のものであり、国民の尻を叩いて、今まで以上に働かせようとする趣旨のものではない。野党の見解の裏には、企業・経営者というものを放っておけば必ず極限まで雇用者を働かせようとするものだという伝統的固定概念が働いているように思えてならない。巷間、ブラック企業や過労死の問題が社会的問題として取り上げられるところから、そうした思い込みが生ずるのは止むを得ない面もあるが、今や、人手不足に直面した企業の大半は、如何にして働きやすい労働環境を整え、雇用者を確保するかという点において懸命の努力を重ねている。例えば、長時間労働については、早帰り運動、勤務時間インターバル確保、休暇取得促進などを実施しているほか、パート・嘱託職員の正社員転換、企業内託児所の設置、退職女性の再雇用、在宅勤務・フレックスタイム制度の導入など様々な対策を講じつつある。その意味では、企業は既にかかなり以前から、法改正を待たずして「働き方改革」に懸命に取り組んできているのである。

国会における今後の働き方改革議論に際しては、企業の雇用対策の実態を正確に把握したうえで、正しい現状認識に基づいた議論の展開、すなわち議論の深化が強く望まれるところである。この意味で、今後の国会議論において、とくに野党は、徒な反対キャンペーンを避け、建設的議論をして欲しい。働き方改革に関連して、最近では従業員の「副業」を認めるかどうかといった問題も提起されている。急速な人口減少下、働き方改革を通じ生産性の向上を実現できるか否かが、労使にとって当面の最大の共通課題といえよう。

（平成30年2月10日 北洋銀行 会長 横内 龍三）

北海道どさんこプラザマーケット情報 有楽町店 【2017年12月分】

【全体概要】

- ・12月の販売額は、1億514万円（前年同月比▲0.5%）、来店客204,922人（同▲0.7%）、客単価1,951円（同+1.8%）
- ・冬の感謝祭後半は、分母の大きい大手菓子メーカーの商品が安定した売上げとなった。
- ・年間で一番売上的ある水産品は、依然好調の鮭キムチを取り扱っても前年割れであった。原料高騰による商品の相次ぐ値上げから、2年連続で鮭（今年は特にいくら、筋子）、蟹、いか関連商材は非常に低調で、筋子は1商品以外展開出来なかった。（同▲2.6%）
- ・菓子は、前半と後半で提案の方法を変化させ、前半は特に新たな商品を投入し、入口正面の店の顔である平台に鮮度を持って展開した。（同+0.5%）
- ・部門別では、前記部門のほか乳製品（同▲5.3%）、畜産加工品（同▲7.2%）、農産品（同▲15.8%）、などの部門で前年を下回った。

(1) 水産加工品 【3,776万円】

No.	振興局	品名	単価 (円)	数量	金額 (円)
1	渡島	本数の子黄金松前	2,200	570	1,083,000
2	石狩	鮭ルイベ漬160g	1,092	835	902,028
3	渡島	伝承造り数の子松前	800	1,003	802,400
4	石狩	鮭キムチ150g	800	771	616,800
5	渡島	数の子松前 化粧箱	1,500	326	489,000

(2) 畜産加工品 【297万円】

No.	振興局	品名	単価 (円)	数量	金額 (円)
1	空知	特上ラム400g	982	780	730,050
2	十勝	ちほく高原ベーコン	1,000	212	212,000
3	石狩	ラムシャブ	500	365	182,500
4	石狩	じゃが豚	948	186	176,328
5	上川	ふらのジンギスカン	933	138	128,754

(3) 農産品 【214万円】

No.	振興局	品名	単価 (円)	数量	金額 (円)
1	石狩	全粒きな粉	120	1,180	141,600
2	十勝	切干大根はえらい	380	372	141,360
3	石狩	わさびの達人	714	194	138,516
4	石狩	ハスカップの実 冷凍	2,000	61	122,000
5	オホーツク	新海クローバー	4,620	26	120,120

(4) 乳製品 【347万円】

No.	振興局	品名	単価 (円)	数量	金額 (円)
1	胆振	カチョカバロピッコロ	630	276	173,880
2	石狩	ソフトカツゲン	180	806	145,080
3	渡島	トラピストバター	1,142	117	133,614
4	石狩	手作りカマンベール	910	135	122,850
5	胆振	牧家お楽しみセット	2,000	60	120,000

(5) 菓子類 【2,677万円】

No.	振興局	品名	単価 (円)	数量	金額 (円)
1	石狩	ポテトチップチョコレートオリジナル	720	2,988	2,151,360
2	十勝	三方六 プレーン	583	1,442	839,554
3	石狩	ポテトチップチョコレートマイルドバター	720	1,156	832,320
4	石狩	ピンクなブラックサンダー	800	755	604,000
5	石狩	白い恋人12枚	705	736	518,880

※単価変更などにより単価×数量=金額とはならない場合がある。

<有楽町店> 東京都千代田区有楽町2丁目10-1 東京交通会館1階  
 <資料出典> 北海道どさんこプラザ ホームページ  
<http://www.dosanko-plaza.jp/support/index.html>  
 <問い合わせ先> 北海道経済部食関連産業室マーケティンググループ TEL:011-204-5766

# 主要経済指標 (1)

年月	鉱工業指数											
	生産指数				出荷指数				在庫指数			
	北海道		全国		北海道		全国		北海道		全国	
	22年=100 季調値	前期比 (%)	22年=100 季調値	前期比 (%)	22年=100 季調値	前期比 (%)	22年=100 季調値	前期比 (%)	22年=100 季調値	前期比 (%)	22年=100 季調値	前期比 (%)
2013年度	101.3	1.7	98.9	3.2	101.5	1.2	98.7	2.9	99.0	△ 3.7	98.9	△ 1.2
2014年度	97.3	△ 3.9	98.4	△ 0.5	96.1	△ 5.3	97.5	△ 1.2	104.0	5.1	104.9	6.1
2015年度	r 94.9	△ 2.5	r 97.5	0.9	r 95.6	△ 0.5	r 96.4	△ 1.1	r 100.7	△ 3.2	r 106.1	1.1
2016年度	95.0	0.1	98.6	1.1	p 94.2	△ 1.5	97.2	0.8	98.0	△ 2.7	r 101.9	△ 4.0
2016年10~12月	r 95.4	0.4	99.8	1.8	r 94.8	0.2	98.6	2.4	r 96.7	△ 1.9	r 107.3	△ 2.4
2017年1~3月	r 96.0	0.6	100.0	0.2	r 94.3	△ 0.5	98.5	△ 0.1	r 100.3	3.7	r 109.7	2.2
4~6月	r 97.7	1.8	102.1	2.1	r 98.6	4.6	100.0	1.5	r 100.7	0.4	r 109.1	△ 0.5
7~9月	r 95.8	△ 1.9	102.5	0.4	r 96.5	△ 2.1	100.4	0.4	r 97.3	△ 3.4	r 107.3	△ 1.6
10~12月	p 97.8	2.1	p 104.3	1.8	p 98.3	1.9	101.3	0.9	p 97.8	0.5	p 109.4	2.0
2016年12月	r 95.8	△ 0.2	100.6	0.7	r 95.2	0.0	98.9	0.0	r 96.7	0.9	r 107.3	0.7
2017年1月	r 94.6	△ 1.3	r 98.5	△ 2.1	r 92.9	△ 2.4	r 97.8	△ 1.1	r 99.6	3.0	107.4	0.1
2月	r 96.8	2.3	r 101.7	3.2	r 95.3	2.6	r 99.2	1.4	r 100.4	0.8	r 108.1	0.7
3月	96.5	△ 0.3	r 99.8	△ 1.9	94.7	△ 0.6	r 98.4	△ 0.8	100.3	△ 0.1	r 109.7	1.5
4月	r 98.5	2.1	r 103.8	4.0	r 98.7	4.2	r 101.1	2.7	101.7	1.4	r 111.3	1.5
5月	r 98.1	△ 0.4	100.1	△ 3.6	98.9	0.2	98.2	△ 2.9	100.5	△ 1.2	111.3	0.0
6月	96.6	△ 1.5	102.3	2.2	98.2	△ 0.7	100.7	2.5	100.7	0.2	109.1	△ 2.0
7月	r 95.5	△ 1.1	101.5	△ 0.8	96.5	△ 1.7	100.0	△ 0.7	r 99.2	△ 1.5	107.9	△ 1.1
8月	97.5	2.1	103.5	2.0	r 96.0	△ 0.5	101.8	1.8	99.4	0.2	107.3	△ 0.6
9月	r 94.5	△ 3.1	102.5	△ 1.0	r 97.1	1.1	99.3	△ 2.5	r 97.3	△ 2.1	107.3	0.0
10月	97.5	3.2	103.0	0.5	98.8	1.8	98.9	△ 0.4	96.9	△ 0.4	110.7	3.2
11月	r 97.0	△ 0.5	103.5	0.5	96.8	△ 2.0	101.2	2.3	r 97.5	0.6	109.8	△ 0.8
12月	p 99.0	2.1	p 106.3	2.7	p 99.4	2.7	p 103.9	2.7	p 97.8	0.3	p 109.4	△ 0.4
資料	経済産業省、北海道経済産業局											

■ 鉱工業生産指数の年度は原指数による。  
 ■ 「P」は速報値、「r」は修正値。

年月	百貨店・スーパー販売額											
	百貨店・スーパー計				百貨店				スーパー			
	北海道		全国		北海道		全国		北海道		全国	
	百万円	前年同 月比(%)	億円	前年同 月比(%)	百万円	前年同 月比(%)	億円	前年同 月比(%)	百万円	前年同 月比(%)	億円	前年同 月比(%)
2013年度	977,353	2.9	201,439	2.4	218,601	3.3	68,930	3.7	758,752	2.8	132,508	1.8
2014年度	967,563	△ 1.0	199,952	△ 0.9	209,547	△ 4.1	67,021	△ 2.8	758,016	△ 0.1	132,931	0.0
2015年度	961,554	3.3	r 199,400	2.7	210,190	0.3	67,923	1.3	751,365	4.0	r 131,477	3.3
2016年度	r 953,907	△ 0.8	r 195,263	△ 1.1	r 202,850	△ 3.5	r 65,610	△ 3.4	r 751,058	1.6	r 129,653	0.0
2016年10~12月	257,538	0.0	r 53,125	△ 0.7	55,103	△ 7.6	18,667	△ 3.4	202,435	2.2	r 34,459	0.8
2017年1~3月	r 234,305	△ 0.2	r 47,548	△ 1.5	r 50,972	△ 3.9	r 16,246	△ 2.2	r 183,334	0.9	r 31,302	△ 1.1
4~6月	r 229,539	0.5	r 47,158	0.1	r 44,988	△ 2.8	15,258	△ 0.4	184,551	1.4	r 31,900	0.3
7~9月	233,947	0.1	47,802	0.7	47,806	△ 5.3	15,346	△ 0.2	186,141	1.6	32,456	1.1
10~12月	p 261,308	1.5	p 53,521	0.7	p 57,219	3.8	p 18,682	0.1	p 204,089	0.8	p 34,839	1.1
2016年12月	101,035	△ 1.5	20,676	△ 1.2	22,511	△ 7.9	7,625	△ 2.6	78,524	0.5	13,051	△ 0.4
2017年1月	81,361	0.8	16,743	△ 1.0	18,082	△ 2.4	5,740	△ 2.2	63,279	1.7	11,003	△ 0.4
2月	72,511	△ 0.5	14,493	△ 2.6	15,219	△ 3.7	4,774	△ 2.8	57,292	0.3	9,719	△ 2.6
3月	r 80,433	△ 0.7	r 16,312	△ 0.9	r 17,671	△ 5.5	5,732	△ 1.7	r 62,763	0.7	10,580	△ 0.5
4月	r 76,477	1.3	r 15,583	0.8	r 14,729	△ 2.3	r 4,995	△ 0.4	r 61,748	2.2	r 10,588	1.3
5月	77,093	△ 0.1	15,881	△ 0.6	15,005	△ 3.8	5,069	△ 1.1	62,088	0.9	10,811	△ 0.4
6月	75,970	0.4	r 15,694	0.1	15,255	△ 2.2	5,194	0.2	60,714	1.2	10,500	0.0
7月	81,559	0.4	17,179	△ 0.2	17,396	△ 5.5	6,010	△ 2.5	64,162	2.2	11,169	1.1
8月	r 78,974	0.9	15,655	0.7	15,115	△ 1.1	4,552	0.5	r 63,860	1.4	11,103	0.8
9月	73,414	△ 1.2	14,968	1.8	15,295	△ 8.9	4,784	2.1	58,119	1.1	10,184	1.6
10月	78,003	△ 0.1	15,889	△ 0.5	16,528	2.6	5,164	△ 1.5	61,475	△ 0.8	10,725	△ 0.0
11月	79,491	1.4	16,713	1.4	17,050	3.5	5,924	2.2	62,441	0.8	10,789	1.0
12月	p 103,814	2.8	p 20,919	1.2	p 23,641	5.0	p 7,594	△ 0.4	p 80,173	2.1	p 13,325	2.1
資料	経済産業省、北海道経済産業局											

■ 百貨店・スーパー販売額の前年同月比は全店ベースによる。  
 ■ 「P」は速報値、「r」は修正値。

年月	専門量販店販売額											
	家電大型専門店				ドラッグストア				ホームセンター			
	北海道		全国		北海道		全国		北海道		全国	
	百万円	前年同月比(%)	億円	前年同月比(%)	百万円	前年同月比(%)	億円	前年同月比(%)	百万円	前年同月比(%)	億円	前年同月比(%)
2013年度	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
2014年度	130,039	—	41,781	—	210,738	—	49,423	—	128,522	—	32,517	—
2015年度	136,816	5.2	42,288	1.2	229,820	9.3	54,776	9.2	131,589	2.4	33,159	2.0
2016年度	r 136,978	0.1	r 41,984	△ 0.7	r 242,714	5.6	r 57,665	5.3	r 129,492	△ 1.6	r 33,040	△ 0.4
2016年10~12月	36,051	△ 2.5	10,884	△ 0.9	60,856	4.1	14,763	5.6	35,524	△ 3.5	8,793	△ 0.5
2017年1~3月	36,720	0.6	10,698	1.5	61,135	4.3	14,094	3.0	24,745	△ 2.3	7,245	△ 0.7
4~6月	31,025	2.8	9,809	1.1	61,758	5.4	15,100	5.6	36,719	0.1	8,785	△ 0.4
7~9月	35,959	5.7	11,320	5.8	65,707	5.8	15,452	6.5	33,067	1.6	8,192	0.1
10~12月	p 37,496	4.0	p 11,288	3.7	p 63,357	4.1	p 15,649	6.0	p 35,458	△ 0.2	p 8,720	△ 0.8
2016年12月	14,338	△ 5.8	4,507	△ 1.5	20,801	3.3	5,282	5.7	13,213	△ 4.8	3,318	△ 1.7
2017年1月	12,869	△ 1.7	3,716	△ 0.6	21,784	6.5	4,704	5.4	8,504	△ 1.5	2,433	0.0
2月	9,781	△ 1.2	2,960	△ 1.0	20,601	5.0	4,537	1.3	7,100	△ 1.8	2,189	△ 2.0
3月	14,070	4.1	4,022	5.4	18,750	1.2	4,853	2.3	9,141	△ 3.5	2,623	△ 0.3
4月	r 10,920	5.7	r 3,316	5.7	r 20,294	5.6	r 4,933	5.5	r 11,809	1.1	r 2,962	0.4
5月	9,952	0.8	3,236	0.4	20,200	6.2	5,104	5.8	13,625	△ 2.8	3,125	△ 0.7
6月	r 10,153	1.8	3,257	△ 2.4	r 21,264	4.4	r 5,064	5.6	11,285	2.7	2,698	△ 0.8
7月	14,190	22.5	4,595	9.4	22,228	7.3	5,355	6.1	12,029	4.5	2,910	△ 0.9
8月	11,055	△ 4.2	3,567	5.4	22,326	4.5	5,174	5.7	11,250	1.4	2,775	△ 0.2
9月	10,714	△ 1.9	3,158	1.2	21,153	5.6	4,923	7.7	9,788	△ 1.4	2,507	1.6
10月	10,646	△ 2.4	3,105	△ 0.6	21,086	5.0	5,024	4.8	10,979	△ 1.9	2,599	△ 5.1
11月	11,447	5.9	3,436	5.6	21,006	5.2	5,000	6.6	11,053	△ 0.6	2,750	0.5
12月	p 15,403	7.4	p 4,748	5.3	p 21,265	2.2	p 5,625	6.5	p 13,426	1.6	p 3,371	1.6
資料	経済産業省、北海道経済産業局											

■専門量販店販売額は平成26年1月から調査を実施。

年月	コンビニエンスストア販売額				消費支出 (二人以上の世帯)				来道者数		外国人入国者数	
	北海道		全国		北海道		全国		北海道		北海道	
	百万円	前年同月比(%)	億円	前年同月比(%)	円	前年同月比(%)	円	前年同月比(%)	千人	前年同月比(%)	千人	前年同月比(%)
2013年度	511,472	2.6	100,178	5.0	259,005	△ 6.3	293,448	2.0	12,268	4.7	682	41.3
2014年度	528,434	3.3	105,446	5.3	259,469	0.2	288,188	△ 1.8	12,308	0.3	930	36.3
2015年度	544,969	3.1	111,279	5.5	255,058	△ 1.7	285,588	△ 0.9	12,823	4.2	1,243	33.6
2016年度	562,848	1.9	115,183	3.4	260,403	2.1	281,038	△ 1.6	13,501	5.3	1,394	12.2
2016年10~12月	141,723	2.8	29,300	3.9	286,570	5.9	290,432	△ 0.3	3,187	2.6	359	16.7
2017年1~3月	129,670	2.2	27,400	2.5	264,742	5.9	279,278	△ 1.6	2,996	4.1	419	11.5
4~6月	138,429	2.7	r 29,209	3.2	251,616	1.8	282,596	0.7	3,299	3.1	323	26.8
7~9月	151,233	1.6	31,057	2.4	253,712	4.4	276,106	0.8	4,149	0.9	459	26.9
10~12月	p 143,516	1.3	p 29,785	1.4	286,681	0.0	294,130	1.3	3,281	2.5	442	23.1
2016年12月	49,120	3.3	10,075	3.7	312,508	6.7	318,488	0.1	974	△ 2.0	152	12.4
2017年1月	43,745	2.8	9,160	3.3	278,440	10.8	279,249	△ 0.6	961	5.1	163	17.2
2月	40,669	1.0	8,542	0.8	251,822	6.6	260,644	△ 3.4	945	1.3	148	4.8
3月	45,256	2.7	9,698	3.2	263,964	0.5	297,942	△ 1.0	1,090	5.6	108	13.0
4月	r 44,253	2.6	r 9,514	3.3	262,723	2.6	295,929	△ 0.9	946	1.2	97	29.3
5月	47,393	2.4	9,965	3.6	232,292	△ 4.8	283,056	0.4	1,157	5.4	110	31.1
6月	46,783	3.1	9,731	2.9	259,834	7.6	268,802	2.8	1,196	2.5	116	21.0
7月	52,820	4.7	10,763	3.1	242,762	0.1	279,197	0.4	1,312	0.7	178	24.1
8月	50,980	△ 0.8	10,513	1.9	275,520	13.9	280,320	1.4	1,530	3.6	162	32.8
9月	47,433	0.8	9,781	2.1	242,855	△ 0.8	268,802	0.6	1,307	△ 1.9	120	23.7
10月	48,190	△ 0.1	9,982	0.6	301,786	13.2	282,872	0.3	1,221	0.6	137	19.8
11月	45,337	2.2	9,524	1.8	263,159	△ 6.2	277,361	2.4	1,040	4.1	122	31.2
12月	p 49,989	1.8	p 10,279	1.8	295,097	△ 5.6	322,157	1.2	1,020	3.3	183	20.6
資料	経済産業省、北海道経済産業局				総務省、北海道				北海道観光振興機構		法務省	

■コンビニエンスストア販売額の前年同月比は全店ベースによる。 ■年度および四半期の数値は月平均値。 ■「P」は速報値。

# 主要経済指標 (3)

年月	乗用車新車登録台数									
	北海道								全国	
	合計		普通車		小型車		軽乗用車		普・小・軽・計	
	台	前年同月比(%)	台	前年同月比(%)	台	前年同月比(%)	台	前年同月比(%)	台	前年同月比(%)
2013年度	198,981	12.5	55,541	13.0	69,615	1.6	73,825	24.8	4,836,746	9.0
2014年度	179,403	△ 9.8	50,940	△ 8.3	60,359	△ 13.3	68,104	△ 7.7	4,453,509	△ 7.9
2015年度	168,708	△ 6.0	55,161	8.3	59,390	△ 1.6	54,157	△ 20.5	4,115,436	△ 7.6
2016年度	176,018	4.3	60,899	10.4	62,474	5.2	52,645	△ 2.8	4,243,393	3.1
2016年10~12月	37,536	7.1	12,378	10.8	13,282	11.4	11,876	△ 0.5	989,362	5.6
2017年1~3月	51,516	7.2	18,372	3.5	17,379	20.7	15,765	△ 1.0	1,340,511	7.8
4~6月	49,194	15.5	16,603	11.4	18,451	15.1	14,140	21.2	1,006,123	13.2
7~9月	46,639	5.1	15,018	△ 1.5	17,027	7.9	14,594	9.4	1,065,940	4.1
10~12月	37,265	△ 0.7	12,261	△ 0.9	12,745	△ 4.0	12,259	3.2	973,804	△ 1.6
2016年12月	11,847	9.4	4,036	1.8	4,156	25.1	3,655	3.2	332,824	8.1
2017年1月	12,284	5.1	4,199	△ 7.3	4,246	27.2	3,839	0.6	343,424	4.4
2月	14,151	5.8	4,975	3.3	4,536	17.9	4,640	△ 1.5	413,316	8.2
3月	25,081	9.0	9,198	9.5	8,597	19.2	7,286	△ 1.5	583,771	9.6
4月	15,326	12.7	5,340	21.8	5,717	6.0	4,269	11.9	297,284	10.4
5月	14,569	18.9	4,798	13.8	5,226	22.9	4,545	20.3	312,390	13.4
6月	19,299	15.1	6,465	2.6	7,508	17.6	5,326	30.7	396,449	15.1
7月	16,696	2.3	5,332	△ 1.2	6,450	△ 1.4	4,914	12.2	357,267	2.6
8月	13,273	8.3	4,184	△ 0.3	5,149	14.1	3,940	11.1	290,822	4.1
9月	16,670	5.6	5,502	△ 2.7	5,428	14.7	5,740	6.1	417,851	5.3
10月	12,480	0.5	4,020	△ 5.3	4,245	2.2	4,215	4.9	310,791	△ 1.2
11月	13,198	△ 0.6	4,102	0.1	4,637	△ 6.8	4,459	6.1	332,714	△ 2.7
12月	11,587	△ 2.2	4,139	2.6	3,863	△ 7.1	3,585	△ 1.9	330,299	△ 0.8
資料	(社)日本自動車販売協会連合会、(社)全国軽自動車協会連合会									

年月	新設住宅着工戸数				民間非居住用建築物着工床面積				機械受注実績	
	北海道		全国		北海道		全国		全国	
	戸	前年同月比(%)	百戸	前年同月比(%)	千m <sup>2</sup>	前年同月比(%)	千m <sup>2</sup>	前年同月比(%)	億円	前年同月比(%)
2013年度	34,967	△ 1.6	9,873	10.6	1,910	16.0	47,859	7.4	97,030	11.5
2014年度	32,225	△ 7.8	8,805	△ 10.8	1,769	△ 7.4	45,013	△ 5.9	97,805	0.8
2015年度	34,329	6.5	9,205	4.6	1,762	△ 0.4	44,098	△ 2.0	101,838	4.1
2016年度	37,515	9.3	9,741	5.8	1,809	2.7	45,299	2.7	102,315	0.5
2016年10~12月	10,126	9.7	2,507	7.9	399	14.7	10,803	2.7	23,725	3.6
2017年1~3月	5,976	10.4	2,233	3.2	244	△ 15.6	10,708	4.9	28,546	△ 1.0
4~6月	11,202	4.6	r2,499	1.1	656	13.1	12,393	3.5	23,673	△ 1.0
7~9月	10,553	△ 1.4	2,469	△ 2.4	679	15.8	12,238	3.6	25,477	△ 2.5
10~12月	9,710	△ 4.1	2,445	△ 2.5	421	5.6	11,521	6.6	23,735	0.0
2016年12月	2,634	△ 4.5	784	3.9	91	14.8	3,484	0.6	9,085	6.7
2017年1月	1,536	29.5	765	12.8	101	79.6	3,683	20.4	6,698	△ 8.2
2月	1,827	15.8	709	△ 2.6	37	△ 40.2	3,901	9.7	7,771	5.6
3月	2,613	△ 1.4	759	0.2	106	△ 37.9	3,123	△ 13.0	14,077	△ 0.7
4月	4,341	21.7	840	1.9	173	26.6	3,975	21.2	7,929	2.7
5月	3,449	△ 6.4	785	△ 0.3	229	28.0	4,037	△ 10.0	6,797	0.6
6月	3,412	△ 1.3	875	1.7	255	△ 4.0	4,381	4.0	8,947	△ 5.2
7月	3,595	7.5	832	△ 2.3	220	25.0	3,817	14.1	7,217	△ 7.5
8月	3,305	△ 15.9	806	△ 2.0	219	10.4	4,150	△ 6.9	7,666	4.4
9月	3,653	6.4	831	△ 2.9	241	13.2	4,271	6.6	10,594	△ 3.5
10月	3,654	△ 8.5	831	△ 4.8	182	△ 13.5	4,076	15.9	7,428	2.3
11月	3,455	△ 1.2	847	△ 0.4	132	35.2	4,066	6.9	7,680	4.1
12月	2,601	△ 1.3	768	△ 2.1	107	18.1	3,380	△ 3.0	8,628	△ 5.0
資料	国土交通省				国土交通省				内閣府	

■ 「r」は修正値。

■ 船舶・電力を除く民需(原系列)。



主要経済指標 (4)

年月	公共工事請負金額				有効求人倍率 (常用)		新規求人数 (常用)				完全失業率	
	北海道		全国		北海道	全国	北海道		全国		北海道	全国
	百万円	前年同 月比(%)	億円	前年同 月比(%)	倍 原 数 値		人	前年同 月比(%)	人	前年同 月比(%)	% 原 数 値	
2013年度	947,785	22.1	145,711	17.7	0.74	0.87	28,464	14.1	710,146	7.2	4.5	3.9
2014年度	875,370	△7.6	145,222	△0.3	0.86	1.00	29,913	5.1	738,811	4.0	3.9	3.5
2015年度	770,811	△11.9	139,678	△3.8	0.96	1.11	31,181	4.2	769,387	4.1	3.5	3.3
2016年度	877,653	13.9	145,395	4.1	1.04	1.25	31,966	2.5	811,190	5.4	3.6	3.0
2016年10~12月	80,282	△17.0	28,007	△4.5	1.09	1.32	29,253	1.6	778,977	4.7	3.3	2.9
2017年1~3月	176,637	84.0	29,549	9.9	1.05	1.35	33,702	2.9	877,726	5.0	3.8	2.9
4~6月	439,223	9.6	48,251	2.6	1.02	1.24	32,337	0.3	826,137	5.6	3.4	2.9
7~9月	222,629	1.1	37,573	△7.9	1.11	1.35	32,807	0.4	848,997	5.4	3.2	2.8
10~12月	90,139	12.3	28,319	1.1	1.17	1.46	30,738	5.1	840,192	7.9	2.9	2.8
2016年12月	17,332	8.8	8,514	5.3	1.09	1.36	25,734	2.9	721,032	7.6	↓	2.9
2017年1月	10,916	87.3	6,997	7.1	1.06	1.36	32,042	0.4	879,368	3.9	↑	3.0
2月	20,241	210.0	7,693	10.4	1.06	1.37	34,242	3.2	889,965	5.5	3.8	2.8
3月	145,479	74.0	14,859	10.9	1.05	1.34	34,822	4.9	863,844	5.5	↓	2.8
4月	146,719	△3.5	20,646	1.7	1.00	1.24	33,194	△3.1	826,706	3.3	↑	2.9
5月	155,566	13.8	12,421	8.5	1.01	1.22	31,719	3.7	803,636	7.2	3.4	3.1
6月	136,937	22.5	15,185	△0.6	1.04	1.26	32,097	0.7	848,070	6.3	↓	2.8
7月	94,942	△2.1	12,888	△5.4	1.09	1.31	32,317	△3.4	820,352	3.3	↑	2.8
8月	71,745	3.8	11,494	△7.9	1.10	1.35	32,017	1.8	842,763	6.8	3.2	2.8
9月	55,941	3.5	13,191	△10.4	1.15	1.38	34,088	3.0	883,875	6.1	↓	2.8
10月	48,772	15.6	11,712	3.9	1.16	1.41	34,434	4.8	899,104	6.9	↑	2.7
11月	25,411	22.4	8,633	5.0	1.18	1.46	29,965	2.8	825,568	6.5	2.9	2.6
12月	15,954	△7.9	7,973	△6.4	1.18	1.52	27,814	8.1	795,904	10.4	↓	2.6
資料	北海道建設業信用保証(株)ほか2社				厚生労働省 北海道労働局		厚生労働省 北海道労働局				総務省	

■年度および四半期 ■年度及び四半期の数値は、月平均値。■年度の数値は四半期の平均値。

年月	消費者物価指数 (生鮮食品除く総合)				企業倒産件数 (負債総額1,000万円以上)				円相場 (東京市場)	日経平均 株価
	北海道		全国		北海道		全国			
	27年=100	前年同 月比(%)	27年=100	前年同 月比(%)	件	前年同 月比(%)	件	前年同 月比(%)	円/ドル	円 月(期)末
2013年度	97.5	1.2	97.2	0.8	333	△22.9	10,536	△10.1	100.23	14,828
2014年度	100.4	3.0	100.0	2.8	291	△12.6	9,543	△9.4	109.92	19,207
2015年度	99.8	△0.5	100.0	0.0	265	△8.9	8,684	△9.0	120.13	16,759
2016年度	99.6	△0.2	99.7	△0.2	279	5.3	8,381	△3.5	108.37	18,909
2016年10~12月	99.7	△0.4	99.8	△0.3	63	6.8	2,086	△3.1	109.32	19,114
2017年1~3月	99.8	1.0	99.6	0.2	79	16.2	2,079	△3.0	113.60	18,909
4~6月	100.4	1.0	100.2	0.4	74	17.5	2,188	2.8	111.06	20,033
7~9月	100.6	1.2	100.2	0.6	59	△20.3	2,032	△2.6	111.01	20,356
10~12月	101.2	1.5	100.7	0.9	65	3.2	2,106	1.0	112.95	22,765
2016年12月	99.9	0.1	99.8	△0.2	20	△9.1	710	1.6	115.95	19,114
2017年1月	99.7	0.9	99.6	0.1	17	△10.5	605	△10.4	114.73	19,041
2月	99.7	1.1	99.6	0.2	26	18.2	688	△4.8	113.06	19,119
3月	99.9	1.1	99.8	0.2	36	33.3	786	5.4	113.01	18,909
4月	100.3	1.1	100.1	0.3	22	△4.3	680	△2.2	110.06	19,197
5月	100.4	1.1	100.3	0.4	29	61.1	802	19.5	112.21	19,651
6月	100.6	1.1	100.2	0.4	23	4.5	706	△7.5	110.91	20,033
7月	100.4	1.1	100.1	0.5	23	△23.3	714	0.3	112.44	19,925
8月	100.6	1.3	100.3	0.7	16	△30.4	639	△12.0	109.91	19,583
9月	100.7	1.2	100.3	0.7	20	△9.1	679	4.6	110.68	20,356
10月	101.0	1.4	100.6	0.8	20	△9.1	733	7.3	112.96	22,012
11月	101.2	1.5	100.7	0.9	27	28.6	677	△2.3	112.92	22,725
12月	101.5	1.5	100.7	0.9	18	△10.0	696	△2.0	112.97	22,765
資料	総務省				(株)東京商工リサーチ				日本銀行	日本経済新聞社

■年度及び四半期の数値は、月平均値。

■円相場は対米ドル、インターバンク中心相場の月中平均値。

年月	通関実績							
	輸出				輸入			
	北海道		全国		北海道		全国	
	百万円	前年同月比 (%)	億円	前年同月比 (%)	百万円	前年同月比 (%)	億円	前年同月比 (%)
2013年度	471,851	17.5	708,565	10.8	1,914,979	12.7	846,129	17.4
2014年度	468,516	△ 0.7	746,670	5.4	1,349,500	△29.5	837,948	△ 1.0
2015年度	477,174	1.8	741,151	△ 0.7	r 1,132,834	△16.1	r 752,204	△10.2
2016年度	375,813	△21.2	715,253	△ 3.5	r 983,240	△13.2	r 675,253	△10.2
2016年10~12月	90,453	△28.9	185,056	△ 1.9	255,563	△11.6	172,420	△ 9.3
2017年1~3月	104,391	4.9	189,991	8.5	324,346	31.5	186,696	8.6
4~6月	91,295	△ 2.6	187,890	10.5	r 284,970	46.1	r 180,749	16.2
7~9月	95,334	9.3	195,849	15.1	r 277,022	32.9	r 183,894	14.5
10~12月	100,970	11.6	209,177	13.0	p 320,031	25.2	p 201,712	17.0
2016年 12月	38,435	△10.2	66,789	5.4	101,054	△ 5.6	60,430	△ 2.5
2017年 1月	26,426	△20.9	54,220	1.3	r 116,286	35.5	r 65,139	8.4
2月	33,804	9.1	63,475	11.3	r 110,793	46.8	r 55,364	1.3
3月	44,161	25.5	72,296	12.0	r 97,267	14.1	r 66,193	15.9
4月	34,787	2.1	r 63,294	7.5	r 97,190	49.5	r 58,503	15.2
5月	26,643	△ 6.5	r 58,512	14.9	r 105,910	49.6	r 60,576	17.9
6月	29,865	△ 4.2	66,084	9.7	r 81,870	38.4	r 61,670	15.5
7月	32,255	12.2	64,952	13.4	r 92,037	53.0	r 60,732	16.3
8月	34,056	29.9	62,786	18.1	r 93,641	33.6	r 61,691	15.3
9月	29,023	△10.1	68,111	14.1	r 91,344	16.8	r 61,471	12.1
10月	31,434	19.6	66,936	14.0	r 94,654	40.7	r 64,129	19.0
11月	32,710	27.1	69,210	16.2	r 101,062	15.9	r 68,139	17.3
12月	36,826	△ 4.2	73,031	9.3	p 124,315	23.0	p 69,444	14.9
資料	財務省、函館税関							

■ 「P」は速報値、「r」は修正値。

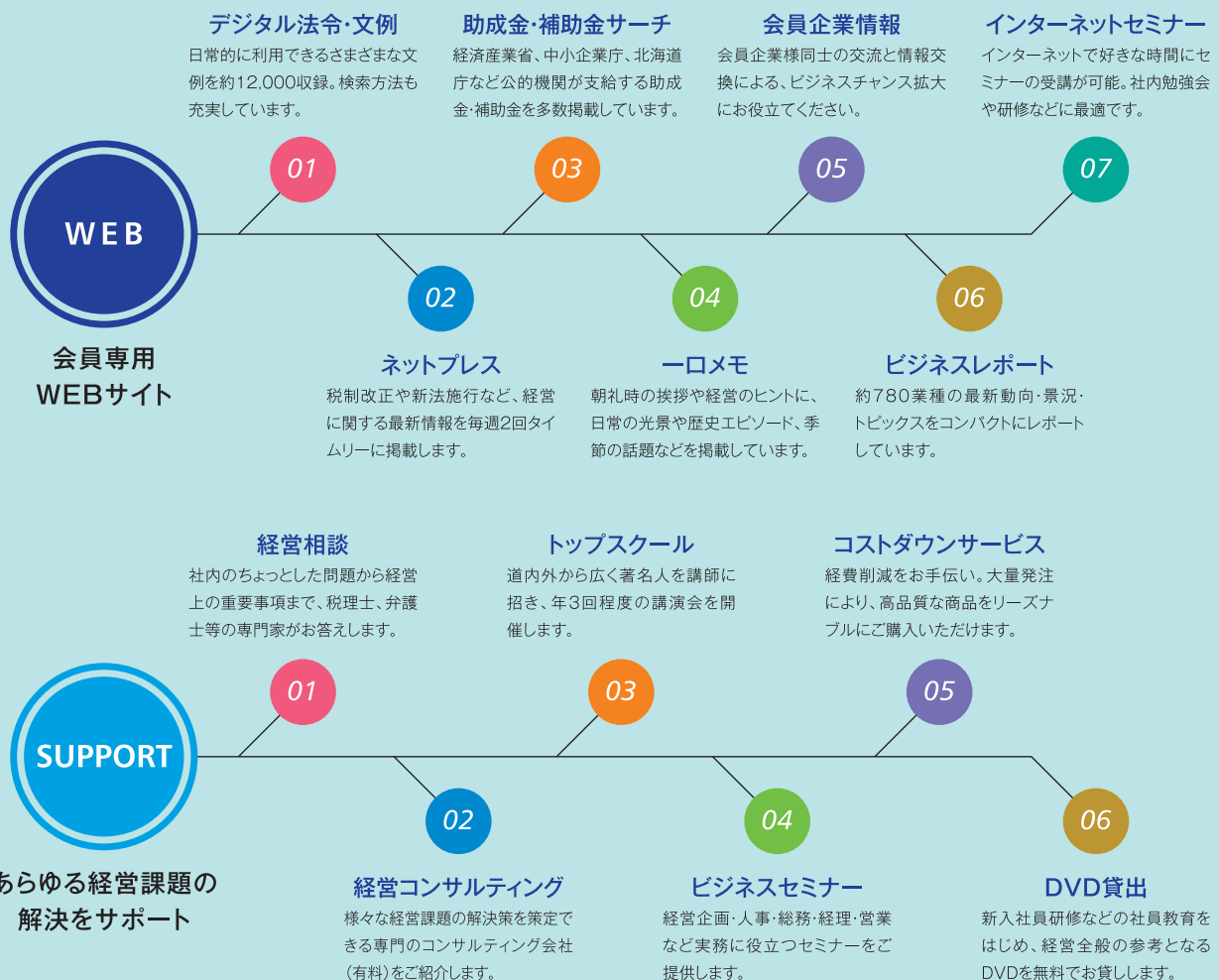
年月	預貸金 (国内銀行)							
	預金				貸出			
	北海道		全国		北海道		全国	
	億円	前年同月比 (%)	億円	前年同月比 (%)	億円	前年同月比 (%)	億円	前年同月比 (%)
2013年度	145,753	1.2	6,508,868	3.3	95,005	1.7	4,373,622	2.5
2014年度	149,377	2.5	6,737,448	3.5	94,827	△ 0.2	4,519,437	3.3
2015年度	151,545	1.5	7,015,109	4.1	97,152	2.5	4,645,609	2.8
2016年度	156,592	3.3	7,452,949	6.2	99,887	2.8	4,767,601	2.6
2016年10~12月	153,780	3.1	7,302,368	8.1	98,907	2.6	4,739,573	2.7
2017年1~3月	156,592	3.3	7,452,949	6.2	99,382	2.3	4,784,942	3.0
4~6月	156,615	3.2	7,477,485	5.0	98,928	3.0	4,769,961	3.5
7~9月	156,929	3.5	7,520,936	5.2	100,498	3.4	4,809,671	3.2
10~12月	159,512	3.7	7,600,488	4.1	102,225	3.4	4,861,112	2.6
2016年 12月	153,780	3.1	7,302,368	8.1	98,907	2.6	4,739,573	2.7
2017年 1月	151,779	2.5	7,323,416	8.6	98,765	2.5	4,729,368	2.8
2月	152,780	3.5	7,324,570	7.0	99,032	3.0	4,735,206	3.2
3月	156,592	3.3	7,452,949	6.2	99,382	2.3	4,784,942	3.0
4月	156,393	3.4	7,518,491	5.6	98,696	2.5	4,757,287	3.3
5月	157,269	3.5	7,525,785	5.6	98,676	2.5	4,754,707	3.3
6月	156,615	3.2	7,477,485	5.0	98,928	3.0	4,769,961	3.5
7月	155,368	3.8	7,525,043	6.2	99,618	3.2	4,770,670	3.4
8月	157,873	5.0	7,528,938	6.0	99,887	3.7	4,767,601	3.3
9月	156,929	3.5	7,520,936	5.2	100,498	3.4	4,809,671	3.2
10月	156,728	3.9	7,591,617	5.7	100,641	3.6	4,792,899	3.2
11月	157,452	3.6	7,635,623	5.3	101,349	3.0	4,811,095	2.8
12月	159,512	3.7	7,600,488	4.1	102,225	3.4	4,861,112	2.6
資料	日本銀行							

# あなたのビジネスの真ん中に、 北洋ビジネスクラブ。

H O K U Y O  
BUSINESS  
C L U B 

北洋ビジネスクラブでは、WEBを通じて会員企業の皆様に  
さまざまなビジネス情報をご提供しています。

また専門家による経営相談や著名な経営者・評論家による講演会、  
経営の諸問題に対応した研修会や各種セミナーなどもご案内していますので、  
企業経営のパートナーとして、ぜひ当クラブをご利用ください。



## 北洋ビジネスクラブ入会のご案内

年会費(年間)

【特別会員】49,380円※消費税込み

【一般会員】32,400円※消費税込み

ご指定口座から自動引き落としとなります。

お申し込み・お問い合わせは

お近くの北洋銀行または北洋ビジネスクラブ事務局まで

北洋ビジネスクラブ事務局

札幌市中央区大通西3丁目11番地 北洋ビル 株式会社北海道二十一世紀総合研究所 経営コンサルティング部内

Tel.011-231-2062 Fax.011-231-3237 <http://www.htri.co.jp/>



---

ほくよう調査レポート 2018.3月号(No.260)

平成30年(2018年)2月発行

発行 株式会社 北洋銀行

企画・制作 株式会社 北海道二十一世紀総合研究所 調査部

電話 (011)231-8681

<本誌は、情報の提供のみを目的としています。投資などの最終判断は、ご自身でなされるようお願いいたします。>