

Hokuyo Investigation Report

ほくよう 調査レポート

No.261

- 道内経済の動き
- 北海道経済の新しい地政学的位置
- 大連のスキーブームおよび自由貿易試験区について
- 北大発ベンチャー
北海道マリンイノベーション株式会社
代表取締役 布村 重樹さんに聞く
- 経済コラム 北斗星
産業としての「観光」と「DMO」

2018

4

● 目 次 ●

道内経済の動き	1
経営のアドバイス：北海道経済の新しい地政学的位置 ～変動する世界の通商路における 可能性～	6
アジアニュース：大連のスキーブームおよび自由貿易 試験区について	14
北大発ベンチャー：北海道マリンイノベーション株式会社 代表取締役 布村 重樹さんに聞く	18
経済コラム 北斗星：産業としての「観光」と「DMO」	23
「北海道どさんこプラザ」マーケット情報	24
主要経済指標	25



道内経済の動き

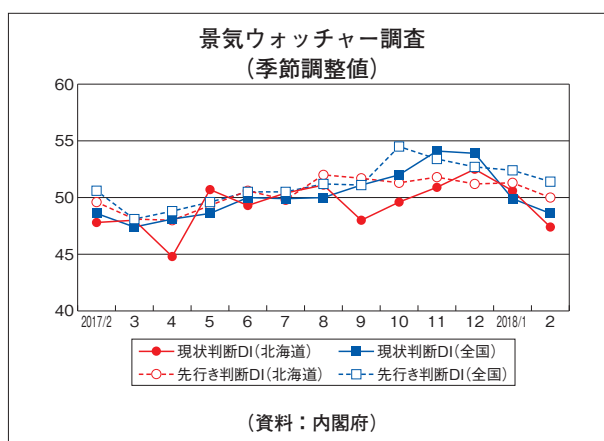
道内景気は、緩やかに回復している。生産活動は持ち直しの動きが見られる。需要面をみると、個人消費は、新車販売台数が前年を下回ったものの、大型小売店販売額が3か月連続で前年を上回るなど、緩やかに持ち直している。住宅投資は緩やかに減少している。設備投資は持ち直し基調が続いている。公共投資は、基調として持ち直している。輸出は持ち直し基調が続いている。観光は、外国人入国者数が好調を維持している。

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下回った。消費者物価は、14か月連続で前年を上回っている。

1. 景気の現状判断DI～2か月連続で低下

景気ウォッチャー調査による、2月の景気の現状判断DI（北海道）は前月を3.2ポイント下回る47.4となり、2か月連続で低下した。また、横ばいを示す50を4か月ぶりに下回った。

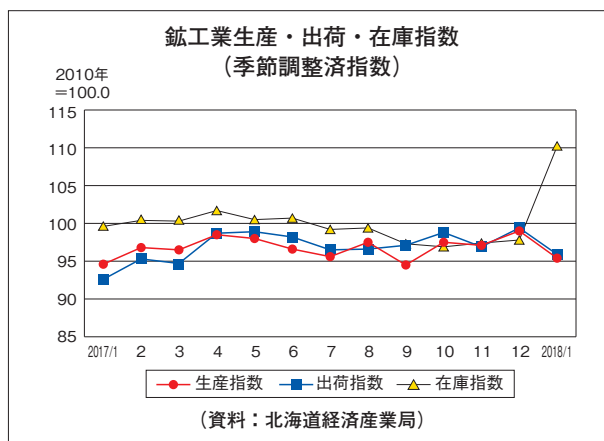
景気の先行き判断DI（北海道）は、前月を1.3ポイント下回る50.0となり、横ばいを示す50を7か月連続で上回った。



2. 鉱工業生産～2か月ぶりに減少

1月の鉱工業生産指数は95.4（季節調整済指数、前月比▲3.9%）と2か月ぶりに減少した。前年比（原指数）では+1.9%と4か月連続の上昇であった。

業種別では、一般機械工業、電気機械工業、食料品工業など8業種が前月比低下、鉄鋼業、金属製品工業の8業種が前月比上昇となった。

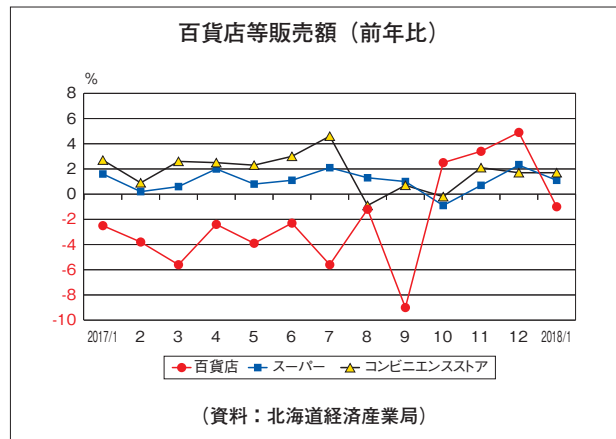


3. 百貨店等販売額～3か月連続で増加

1月の百貨店・スーパー販売額（全店ベース、前年比+0.7%）は、3か月連続で増加した。

百貨店（前年比▲0.9%）は、衣料品、身の回り品が前年を下回った。スーパー（同+1.2%）は、3か月連続で前年を上回った。品目別では衣料品、身の回り品、その他は前年を下回ったものの、飲食料品は前年を上回った。

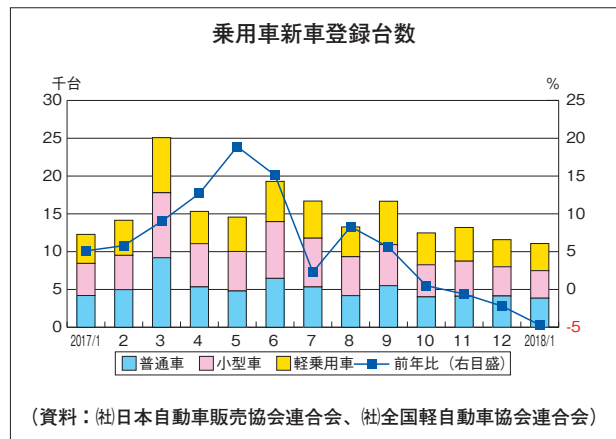
コンビニエンスストア（前年比+1.8%）は、3か月連続で前年を上回った。



4. 乗用車新車登録台数～3か月連続で減少

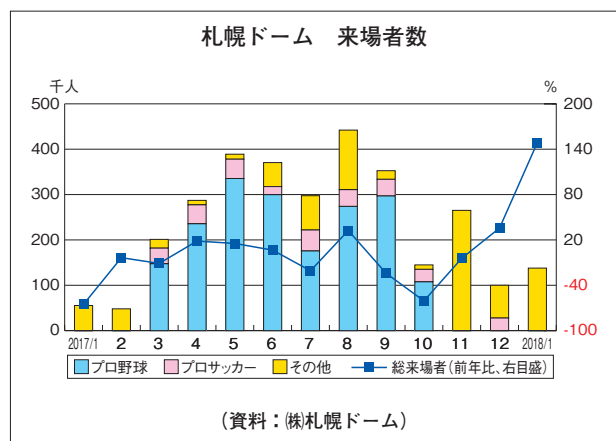
1月の乗用車新車登録台数は、11,707台（前年比▲4.7%）と3か月連続で前年を下回った。車種別では、普通車（同▲8.5%）、小型車（同▲14.1%）が前年を下回った。軽自動車（同+9.9%）が前年を上回った。

2017年度では、144,805台（前年比+5.9%）と前年を上回っている。普通車（同+2.1%）、小型車（同+5.1%）、軽乗用車（同+11.0%）といずれも前年を上回っている。



5. 札幌ドーム来場者～2か月連続で増加

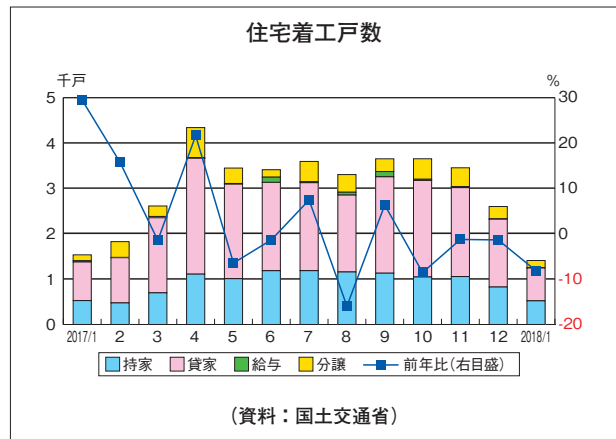
1月の札幌ドームへの来場者数は、138千人（前年比+148.8%）と2か月連続で前年を上回った。内訳は、プロ野球、サッカーの開催はなく、その他が138千人（同+148.8%）だった。



6. 住宅投資～4か月連続で減少

1月の住宅着工数は、1,411戸（前年比▲8.1%）と4か月連続で前年を下回った。利用関係別では、持家（同▲0.9%）、貸家（同▲14.9%）、給与（同▲96.7%）、分譲（同+28.1%）となった。

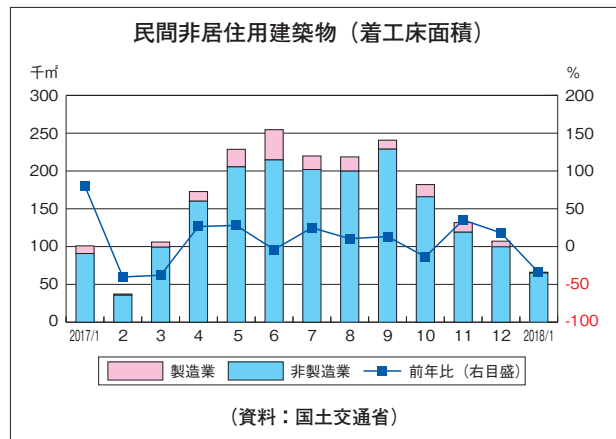
2017年度では、32,876戸（前年比▲0.6%）と前年を下回った。利用関係別では、持家（同+1.0%）、貸家（同▲2.7%）、給与（同+18.9%）、分譲（同+4.3%）と貸家を除いて増加している。



7. 建築物着工床面積～3か月ぶりに減少

1月の民間非居住用建築物着工面積は、66,122㎡（前年比▲34.5%）と3か月ぶりに前年を下回った。業種別では、製造業（同▲89.9%）、非製造業（同▲28.3%）ともに前年を下回った。

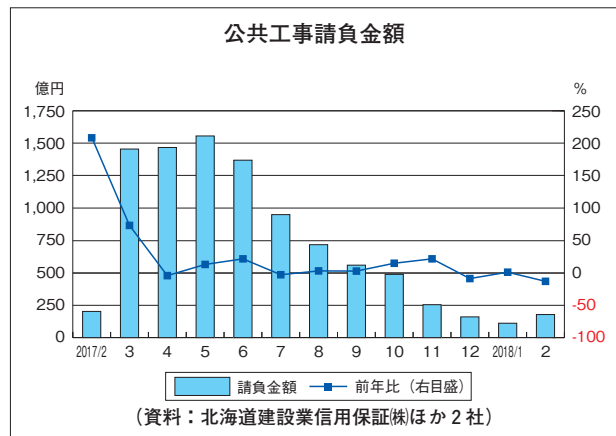
2017年度累計では、1,822,375㎡（前年比+9.4%）と前年を上回っている。業種別でも、製造業（同▲3.7%）と前年を下回っているが、非製造業（同+10.8%）が前年を上回っている。



8. 公共投資～2か月ぶりに減少

2月の公共工事請負金額は、177.5億円（前年比▲13.3%）と2か月ぶりに前年を下回った。発注者別では、北海道（同▲50.9%）、市町村（同▲68.0%）、その他（同▲30.8%）が前年を下回ったが、国（同+57.4%）独立行政法人（同+102.4%）が前年を上回った。

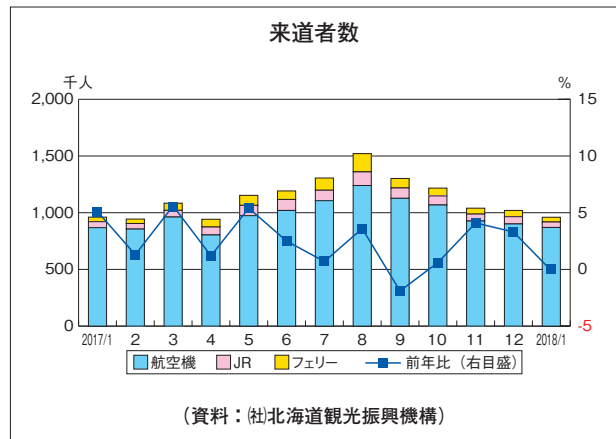
2017年度累計では7,809億円（前年比+6.6%）と前年を上回っている。



9. 来道者数～4か月ぶりに減少

1月の国内輸送機関利用による来道客数は、960千人（前年比▲0.1%）と4か月ぶりに前年を下回った。輸送機関別では、JR（同▲8.9%）が前年を下回ったが、フェリー（同+4.0%）航空機（同+0.2%）が前年を上回った。

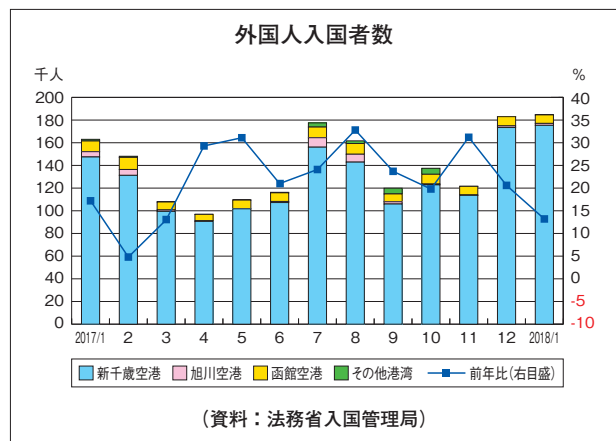
2017年度累計では、11,689千人（同+1.9%）と前年を上回っている。



10. 外国人入国者数～20か月連続で増加

1月の道内空港・港湾への外国人入国者数は、184,587人（前年比+13.2%）と20か月連続で前年を上回った。2017年度計では、1,408,401人（同+23.7%）と前年を上回っている。

空港・港湾別では、新千歳空港が175,345人（前年比+18.9%）、函館空港が7,502人（同▲20.4%）、旭川空港が1,719人（同▲63.1%）だった。



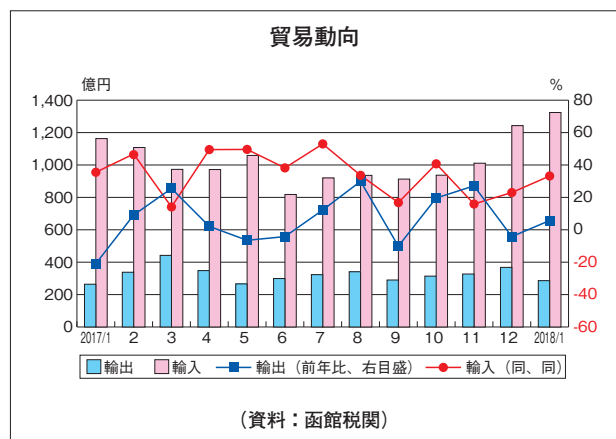
11. 貿易動向～輸出が2か月ぶりに増加

1月の貿易額は、輸出が前年比8.1%増の286億円、輸入が同13.8%増の1,324億円だった。

輸出は、一般機械、魚介類・同調製品、鉄鋼くずなどが増加した。

輸入は、原油・粗油、電気機器、非鉄金属などが増加した。

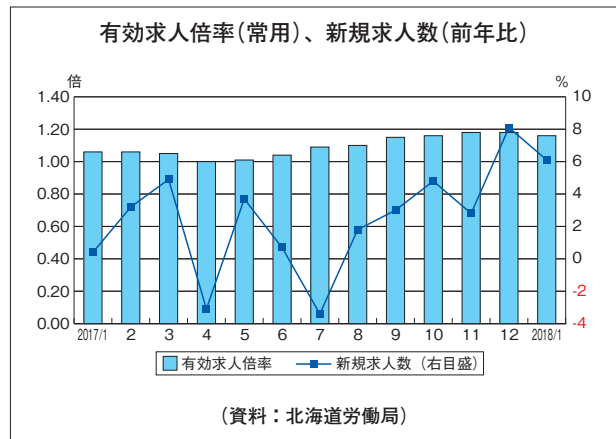
輸出は、2017年度計では316,155億円（前年比+6.1%）と前年を上回っている。



12. 雇用情勢～改善が進んでいる

1月の有効求人倍率（パートを含む常用）は、1.16倍（前年比+0.10ポイント）と96か月連続で前年を上回った。

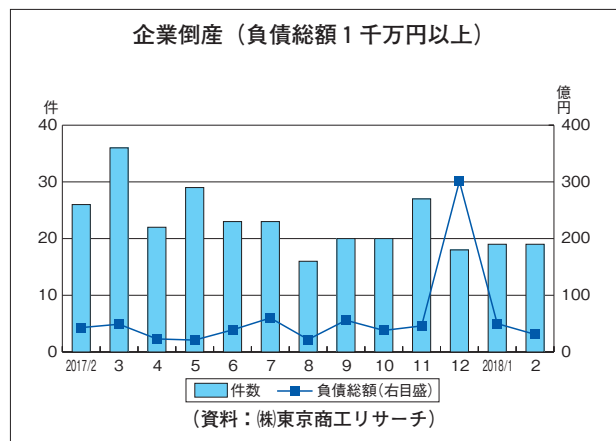
新規求人数は、前年比+6.1%上昇し6か月連続で前年を上回った。業種別では、建設業（+13.8%）、宿泊・飲食サービス業（+13.0%）、運輸、郵便業（+10.8%）などが前年を上回ったが、卸・小売業（同▲1.5%）などが減少した。



13. 倒産動向～件数は2か月ぶりに減少

2月の企業倒産は、件数が19件（前年比▲26.9%）、負債総額が31億円（同▲28.4%）だった。件数は2か月ぶりに前年を下回った。負債総額は、6か月ぶりに前年を下回った。

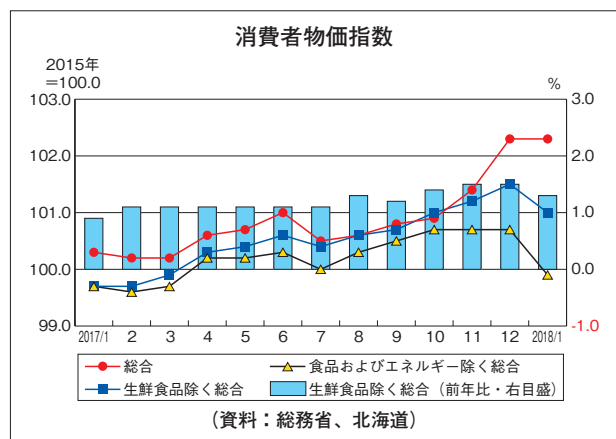
業種別では、卸売業が5件、小売業、サービス・他が4件などとなった。



14. 消費者物価指数～14か月連続で前年を上回る

1月の消費者物価指数（生鮮食品を除く総合指数）は、101.0（前月比▲0.4%）と6か月ぶりに減少した。前年比は+1.3%と、14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、1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。



北海道経済の新しい地政学的位置

～ 変動する世界の通商路における可能性 ～

北海道文教大学 准教授
渡部 淳

<ポイント>

- 世界経済の変動における震源地は中国であり、「一带一路」は世界を大きく変える力がある
- 世界情勢や気候の変化により、北海道は世界経済の十字路として大きく伸びる可能性がある
- 北海道は世界（特にアジア）からの人流・物流に商機。対応するインフラ整備が必要

はじめに

中国が推し進める現代版シルクロード「一带一路」構想や、米国の唱える「自由で開かれたインド太平洋地域」、さらに地球温暖化に伴い現実味を帯びてきた北極海航路など、ユーラシア大陸とアジア太平洋地域にまたがる世界的な通商路が、政治・経済・環境など複数の要因で大きく変わり始めています。

本稿では、まずこれらの世界的通商路の変動と今後の見通しについて、次に、新しい世界経済の十字路になるかもしれない北海道の大きな可能性について述べます。最後に、これらの環境変化と併せて、アジア地域から急増している人流・物流に対し、道内の交通・物流インフラや経済をどうしていくべきかについて私見を述べたいと思います。

1. 「一带一路」vs「インド太平洋」？ —中国の戦略と米国の反応—

2018年の現在、世界の経済・産業・通商における変動と再編の震源地は、中国が中心となっています。2013年に習近平国家主席が公式に提唱し、翌年11月に中国で開催されたAPEC（アジア太平洋経済協力）首脳会議で広く知られることになった「一带一路」。この、中国が「新たな覇権国」として形成を目指す経済圏は、中国から中央アジアを経て欧州を結ぶ「シルクロード経済帯」(一带)と、中国沿海州から東南アジア、インドを経て中東や欧州と連なる「21世紀海上シルクロード」(一路)からなります。この構想が実現すると、陸と海で中国・アジア・中東・欧州・アフリカがつながり、69カ国の44億人を巻き込む巨大経済圏（世界の



図1. 「一带一路」構想の概略

GDPの3割相当、最大2,800兆円超)が誕生します。

中国が特に力を入れているのが陸の「一帯」で、中国沿岸からカザフスタン国境に至る4,400 kmの道路が既に完成。国境にある巨大な貿易特区には、周辺の中央アジア諸国からも安い中国製品を求めて多くの商人が訪れています。海の「一路」も着実に「南下」を進めており、ラオスのある大臣は「世界中からの投資を歓迎するが、中国との関係は別次元だ」と述べるほどです。一帯一路構想は、巨大交通インフラの整備をテコに、経済関係5分野ⁱでの交流拡大と経済活性化を推進することが狙いです。このユーラシア大陸を舞台にした中国の影響力拡大と世界の変容は、もはや疑う余地がありません。習主席は「(中国と関係国の)双方にウィンウィンの関係」や「他国の内政に干渉しない」ことなどを明言していますが、通商によって覇権の回廊を拓く新しいアプローチは、国際政治経済の中でも最も注視すべき出来事で、周辺諸国には様々な不安もあるものの、陸でつながっていない日本、そして北海道はこの世界の新しい事態を「どう活かしていくのか」ということを考える必要があります。

この中国の動きを地政学的に見ると、中国はまずその力をランドパワー（大陸国家）として、西へ向けて着実に伸ばしてきています。これに対し、2017年のトランプ米大統領のアジア歴訪時のキーワードは「自由で開かれたインド太平洋戦略」でした。これは、従来からのアジア太平洋戦略に、急に「インド」を加えたものですが、この「インド太平洋地域」という言葉そのものが、中国のランドパワーとしての拡張に、米国がシーパワー（海洋国家）として牽制・対抗していく意志を明確に示したものとして注目されます。ⁱⁱ

米国の外交・安全保障の歴史においては、北米大陸にとどまって自国の安全を守るランドパワーの考え方と、世界の海に打って出て世界秩序や平和に積極的に関与するシーパワーの2つの考え方が存在します。アルフレッド・セイヤー・マハンⁱⁱⁱのシーパワーの考え方は、先の大戦での米国の勝利にも貢献したとされ、米軍の海外展開や駐留、経済においては元来東アジア地域だけで構想されていたAPECへの参加など、安全保障・貿易経済における米国の方針にも見て取れますが、今回、内向き（保護貿易主義的・自国最優先）のトランプ政権が、わざわざシーパワーとしての政策を言明したことからは、米国がいかにランドパワーとして巨大化する中国を警戒しているのかがわかります。

一方、先のトランプ大統領のアジア歴訪においては、中国で「トランプ節」がそれほど炸裂しませんでした。これは両国の関係というより習主席とトランプ大統領の「ビジネスマン」としての相性が影響したと見ることができます。トランプ大統領は、職業政治家としての経験が全くない史上初の米国大統領で、不動産業で巨万の富を築き上げた純粋なビジネスマンです。そして良くも悪くも政治や外交の常識や不文律・慣例などをほとんど知りません。そのため、急に台湾

ⁱ 経済政策、インフラ、投資・貿易、金融、人的交流の5つの分野を指します。

ⁱⁱ 日本政府も麻生政権の時代からインドを経て中東・欧州へ至る道程を、「自由と繁栄の弧」として描いてきており、日米両政府の中国を意識した世界戦略のイメージはほぼ一致していると考えられます。

ⁱⁱⁱ 米海軍の父とも呼ばれ、司馬遼太郎著『坂の上の雲』に登場する秋山真之が師事した人物。

を応援すると言っておきながら、そのすぐ後に（取り巻きのスタッフにアドバイスされたのか）「一つの中国」への理解を示す、といった具合です。

一方の習主席は、物静かな面持ちの裏で何を考えているのかよく分からない印象がありますが、実は米国留学経験もある国際派です。またビジネスライクな合理主義者の一面を持っています。彼は第1次安倍政権がアジア関係を重視して訪中（2006年10月の日中首脳会談）したことから、現政権には大きく期待していたと見られますが、第2次安倍政権では取って返したように米国重視・対アジア強行路線となったので当初当てが外れたのではないかと思います。しかし、最近の緩やかな日中関係改善の兆しと共存的互惠関係を示唆するさまざまなシグナルからは、習主席のビジネスマンとしての東アジア戦略がにじみ出ています。安倍首相は中国を念頭に、日本のGDP600兆円達成を目標に掲げていますが、中国のGDPは実質・名目共に日本の倍以上であり、G2としての米中関係の重要性は、今後ますます大きくなっていくでしょう。

では次に、鉄道で既に中国の「一帯」となっている中央アジア・東欧の現状および中国市場に対する思惑と、逆に中国がこれらの地域に持っている食料・エネルギー戦略を考えます。

2. 鉄道がつなぐ中国と中央アジアそして欧州 —それぞれの思惑—

大陸横断鉄道と言うと、ロシアのシベリア鉄道のことを思い浮かべる方も多いと思いますが、現在、世界経済で最も熱い鉄道は、一帯一路の背骨とも言うべき中国版大陸横断鉄道「中欧班列」でしょう。2011年に運行を開始して以来、中国からイギリスまで欧州32都市・12カ国を結び、沿線には数々の経済的ホットスポットが誕生しました。レールの規格が異なるためコンテナの積み替えを行うカザフスタンのホルゴスには巨大な貨物基地ができ、運び込まれたコンテナ数は2016年に約45,000個、2017年はそこからさらに倍増しているとみられています。中国では内陸の工業都市である重慶が重要な基地となり、ポーランドを經由しドイツさらにイギリスまで、約50の路線を週1,700の貨物便が運行しています。

この「中欧班列」の完成が世界経済にもたらした変化の1つは、それまでロシアに頼っていた中央アジアおよび東欧の商人や農家が、安くて大量に届く中国製品や巨大な販売先である中国市場へシフトしていることです。例えばカザフスタンでは巨大消費地につながったことで活気づいており、大量に買い上げてくれる中国向けに生産をシフトする地元農民も多く出てきています。また、双方の国境沿いに作られた経済特区には、周辺の中央アジア諸国から商人が押し寄せていますが、ここでもロシアから中国への買い入れ先シフトが起こっています。この中国シフトの傾向は、ポーランドでも同じで、欧州で中国製品を扱う最大の卸問屋街

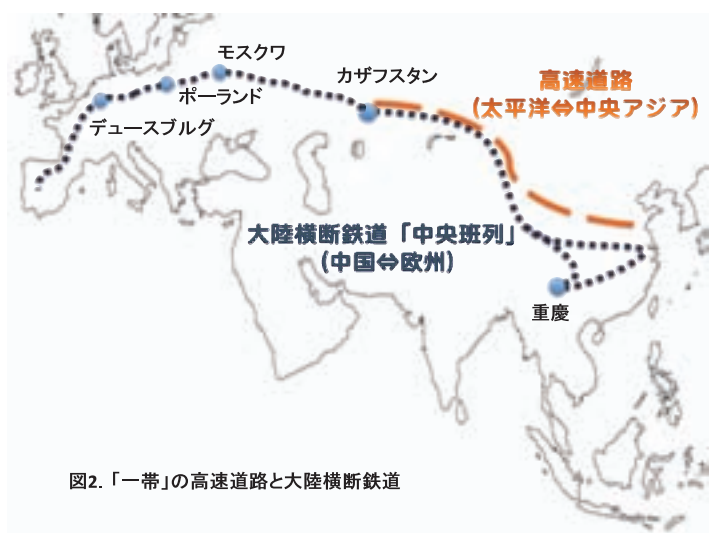


図2. 「一帯」の高速道路と大陸横断鉄道

「中国商城」には、バルト3国や地中海沿岸のヨーロッパ諸国からバイヤーが訪れています。一帯一路は、鉄道を軸に既に中央アジアそして東欧を席卷し始めているのです。

そして、この一帯一路は、中国にも戦略上大きな恩恵をもたらします。かつて食糧とエネルギーの輸出国だった中国は、80年代以降の急激な経済成長と、その後押しのため政府が地方の農村を都市化したこと、そして残った農村でも若者が都市へ流出し働き手が少なくなっていることによって、深刻な食糧・エネルギー不足に陥っており、今や世界の輸入大国へと変貌を遂げようとしています。そのため、14億人の食糧需要を満たそうと、かつて旧ソ連の重要な穀倉地帯だったカザフスタンで、中国商人が小麦などの食糧を大量に買い付け、本国に送り出しているのです。

さらに中国は石油の65%を海上輸送でアフリカや中東に頼っていますが、最近の世界情勢の変化には大きなリスクがあるため、陸路を活用できる中央アジア諸国は、今後拡大する中国のエネルギー需要を満たす上で極めて重要であり、カザフスタンの石油掘削の現場では両国の責任者が一緒に仕事をしています。また、もう10年以上前の話になりますが、中国の地方都市では運転手付きの車を所有するようかなり裕福な家庭でさえ、電化製品を多めに使おうとするとブレーカーが落ちたり、シャワーのお湯がすぐに水になったりしており、中国のエネルギー事情は大変逼迫していると肌で感じた事があります。陸の一帯一路は、中国にとってエネルギー資源を安定確保するための世界戦略ともなっているのです。

併せて、インフラを活かすための制度も見逃せません。大陸横断鉄道では多くの国の税関を通行しますが、「中欧班列」では中国主導で複雑な税関手続きが簡素化され、A4の紙1枚で通過する全ての国の税関をパスできるようになっています。高速道路はと言うと、中国では野菜などの生鮮食料品を運ぶ際の高速料金が無料となっており、沿海州とカザフスタンを結ぶ道路の完成で、野菜などが輸送されやすい環境となっています。

では次に、大陸横断鉄道と欧州、そして欧州の中国を軸にしたグローバル戦略を俯瞰しようと思います。

3. 中国と欧州の関係 —中国市場を舞台にした欧州の巻き返し—

大陸横断鉄道において中国側の拠点为重慶だとすると、欧州側における拠点の1つはドイツのデュースブルグです。この街は、欧州最大の工業地帯であるルール工業地帯の中ほどに位置し、古くから国際河川港として知られ、鉄鋼・機械・化学工業などが発達しました。周辺にはデュッセルドルフ^{iv}の他、ボーフムやドルトムントなどの工業都市があります。

また、ライン川を通じて南はスイスから北はオランダを抜けて海までつながっています。そして、その川は高低差が少なく幅広であるため、水運による物流が日本では考えられないくらい活発に行われており、欧州経済の大動脈となっています。ドイツでは以前から、環境に配慮した交通や物流に国を挙げて取り組んでおり、船舶と鉄道のネットワークが非常に充実していますの

^{iv} 「日本企業の欧州進出の拠点」としてかつて2万人近い日本人が住んでいた都市

で、大陸横断鉄道がデュースブルグに連結するのは、非常に合理的な物流なのです。この24時間稼働のターミナルでは、年間1,000本以上の列車が中国とドイツの間を行き来し、ユーラシア大陸と欧州の物流が交わる巨大物流拠点を形成しています。

このような欧州と中国の物流革命は、双方の製品にとって巨大市場に直接乗り入れることができ、長期的に見ると欧州経済にとってもメリットは大きくなると予想されます。日本も現在EUと経済連携協定（EPA）の交渉を進めていますが、物流の観点では完全に中国が先行しており、また欧州にとっても中国重視というのはそれほど新しい発想ではないと言えます。

例えば現在、世界最大の自動車市場は中国ですが、以前からこの市場に本格参入し、現在でも大きなシェアを誇るのドイツなどの欧州勢で、日本企業の参入は周回遅れとなっています。また、最近話題の電気自動車への世界的シフトも、この中国市場を舞台にした欧州のグローバル戦略であることは注目すべきでしょう。中国では深刻化する環境汚染や生態系の破壊が大きな社会的問題になっており、2013年頃から「エコ文明（生態文明）」の建設ということが盛んに言われるようになっていきます。

そして、以前よりクリーンエネルギーや環境に配慮した物流などで、世界最先端に行く欧州にとって、この「美しい中国」の建設は単なる商機にとどまらず、中国市場をテコにしたグローバルスタンダード奪回の千載一遇のチャンスともなっています。自動車を例にすると、エコ分野での日本のハイブリッドカーは、燃費・内燃機関の効率・信頼性などから欧州のライバル勢にとって大きな脅威であり、一時期盛んだった日本市場への売り込みも鳴りを潜めたように見えます。しかしこれは欧州勢が、内燃機関や現行ハイブリッドで日本へ対抗することは諦め、かわりに中国市場でのエコブームに乗り電気自動車の普及をリードする形で、業界における日本の優位を一気にひっくり返し、欧州の技術規格を再び世界のスタンダードにしようという戦略なのです。自動運転の開発に必要なAIやシミュレーションの分野でも、日本はドイツなどに立ち遅れており、投入される予算も相対的に貧弱です。欧州で作られた自動運転の電気自動車が一带一路に乗って、ユーラシアの巨大市場を席卷する可能性も、現段階ではありうるシナリオなのです。また、当然中国もエコ市場をテコに日本の技術的優位に切り込もうとしています。現在、世界最大の太陽光発電市場は中国で、日本が出遅れを放置すると手遅れになる恐れがあります。

4. 北海道でつながる世界的通商路 —インフラ整備の必要性—

これまで、中国の一带一路を事例に、新しい通商路から生み出される世界の政治経済のダイナミックな変動についてお伝えしてきました。そして、そこから見えてくるのは「物流・人流を呼び込むインフラ整備」と「それを最大限に生かすための制度的支援」の重要性です。

北海道は一带一路から海で隔てられていますが、その最北端かつ最東端という位置は経済地理的に多くの可能性を秘めています。

まず最北端の利は、地球温暖化の進行によって現実味を帯びてきた北極海航路という海の通商路です。これは主に氷がない夏の北極海を経由して極東と欧州を船で結ぶ航路で、まさに北の海の一帯一路と言えます。そして「元祖」一带一路の中国も今年に入って北極圏の貿易・経済を国益の重要な関心事とする報告をまとめています。これまで、北極海航路は氷の影響からロシアの

原子力砕氷船が必要でしたが、チャーター代が高額であるなどの理由で実用的な航路ではありませんでした。しかし、2012年にオブリーバー号が北極海航路の航行に成功して以来、北極海は今やLNGなどのエネルギー輸送に、そして将来的にはより広範な物流にも活用される可能性があります。北極海航路で欧州の玄関口にあたるノルウェーでは、EUと他の自由主義経済圏をつなぐ物流・エネルギー拠点として既に港湾や関連施設の整備を進めていますが、アジア側の自由主義経済の玄関口である北海道にも同じような地政学的利点があるのです。

次に最東端の利は、近年特にアジアからの観光客増加で注目される航空路、空の通商路です。現在、新千歳空港には海外から人が大量に押し寄せ、今後も増加が見込まれますが、現状では世界からの人流・物流に十分対応しきれていません。北海道はユーラシア大陸から見ると北東の外れですが、太平洋の向こう側、特に北米から飛んでくる飛行機にとっては潜在的に重要な場所となっています。長い太平洋航路をジェット燃料満載にしてギリギリで飛んでくる飛行機にとって、最初の着陸可能な陸地である北海道を眼下に望みながら、さらに1時間以上かけて成田や羽田まで飛ぶのは、燃料補給の観点からあまり合理的ではないのです。航空機の太平洋航路から見ると、北海道に物流のハブ空港があり、そこから日本各地あるいはアジア各地への便にバトンタッチして飛ぶほうが合理的です。北海道は世界的な物流・人流を考えた際、国家的な経済戦略レベルで重要な場所となりえる地域ですので、地元からもさまざまな構想を練り、働きかけていくことも大切かと思えます。

現在の道内の交通インフラを見ると、地域の社会インフラとしてもその完成はまだ先のようです。例えば、本州では東京・名古屋間で2つ目の高速道路の建設が進んでいますが、北海道では物流の要となる高速道路が今も一本につながらず、全面開通には確かな見通しが立っていないようです。北海道経済はその意味で、まだ物流のためのインフラが整った経済と言えないのかもしれないかもしれません。また、本州では高速リニア鉄道の建設が始まっていますが、北海道はようやく道南の端に新幹線が乗り入れるようになったばかりです。そしてインバウンドで沸く新千歳空港と札幌を結ぶ快速エアポートは、通勤・通学客と観光客で車内がごった返しており、香港などの空港と都心を結ぶ鉄道システムに比べるとまだ改善の余地があるように感じられます。

物流・交通インフラへの投資で通商路や経済環境が大きく変わっていく昨今、北海道は、一帯一路を経由した東端、北極海航路の玄関口、また太平洋航路の潜在的ハブの1つというロケーションを活かし、世界の通商路における十字路・物流のホットスポットになる可能性を秘めています。しかし、現在でも押し寄せる観光客を十分に受け入れるインフラがない以上、国内経済そして広く世界の通商路と連結するためには、社会経済政策の視点から今一度道内の交通インフラを戦略的に構想し直す必要がありますし、またその価値も十分にあると思います。特に、高速道路と鉄道については国からの財政出動も含め、もう少し長期的かつ広域的な視座で考える必要があるでしょう。道内のインフラ整備が不十分だと、せっかくのインバウンドも離れていってしまうかもしれません。中国向けの旅行代理店からの聞き取りによると、アジアからの観光客にとって一番の不満は、旅の多くが移動時間に費やされることだそうです。道内空港の一括民営化による空のネットワークもこの観点からも考えてみる必要があるように思います。

5. ロシアの「連水陸路」に学ぶ 一空・水・鉄路で一带一路のエネルギーを北海道へ

本稿では、世界的な通商路の変動における北海道の地政学的位置というものを、今後の潜在的な物流ルートも含めて自由に考察しました。では、現実大きく動き出している一带一路が、陸でつながっていない北海道経済の戦略にどう関わってくるのでしょうか。私はここで、ロシアの「連水陸路」という発想を参考にしたいと思います。これは、船で隣の河川へ渡りたいときに、間の陸地は船を陸上輸送して次の河川に移動するという考え方です。以前、ロシアの政府関係者が「朝鮮半島が統一されて安定したら、シベリア鉄道を朝鮮半島に通し、その先にトンネルを通すか船などに積み替えると、日本にも鉄路が理論上つながるのに」という話をしていましたが、その基礎にもこの考え方があるのでしょうか。

私は、北海道もこの発想で、一带一路のエネルギーを取り込むことができると思っています。いかなれば、大陸と北海道を空路・水路・(間接的に)鉄路でつなく「連陸空路」・「連陸水路」・「連陸鉄路」です。これらは、大陸の活力を取り込む「待ちの姿勢」だけでなく、北海道の産品を送り込む「攻めの姿勢」にも必須です。

一带一路の物流ビジネスを扱う深圳のような大都市は、北海道に多くの観光客が訪れる香港に隣接し、比較的裕福な広東省にあります。

一带一路の物流で蓄えられた財を、観光などで活性化している北海道への人流・物流に乗せて、引っ張ってくることができる分野はこれから継続的に成長するでしょう。一带一路でより豊かになった富裕層向けの高付加価値サービス・製品、あるいは北海道にしかない自然環境や食材を活かしたビジネス展開はこれからも続くと考えています。そして、これは北海道にとっても千載一遇のチャンスです。

より豊かになった沿海州では、サービスの単価が日本国内の相場を大きく超えています。例えば、日本へのツアーの場合、多言語対応のスマホアプリで、中華圏向けに販売されている商品を見ると、中国語や英語でのスノーボードやスキーの1日レッスンが6万円。雪景色の中で撮影する新婚向けのフォトセッションは、1日で40万円となっています。広東や福建、台湾などには新婚さんが芸能人の写真集のようなアルバム撮影をする文化がありますが、聞き取りによると費用は現地でも30万円を超えており、支払いに抵抗のない額だそうです。中国出身の元教え子は、北海道に多くのチャンスがありながら地元の人に見逃されている様子を見て「(北海道の)日本人は欲が無すぎる」と嘆いていました。これを機に私たちが一念発起して英語や中国語を学ぶのも手かもしれませんが、こういう起業家精神旺盛な留学生を、北海道の戦略的人材と捉え直すのも、この新しい流れを逃さない方策の1つだと思います。私が今、北海道の若者だったら、語学

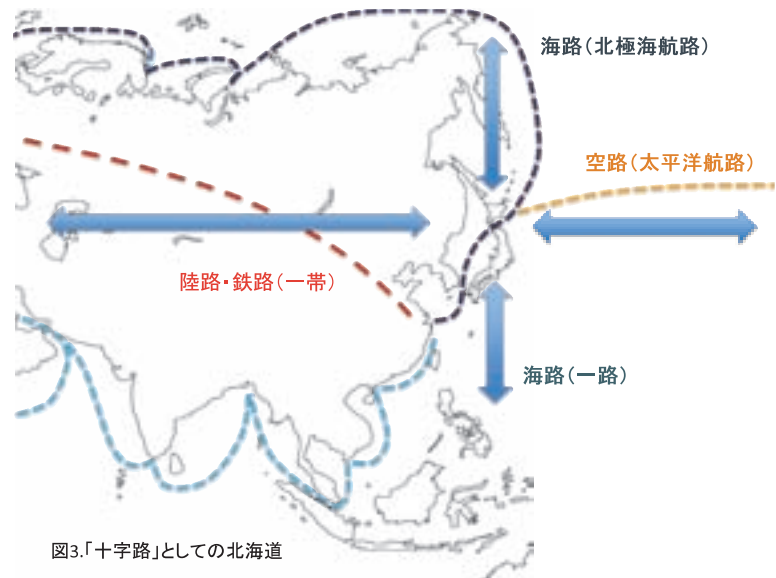


図3.「十字路」としての北海道

やカメラの技術を活かした起業をしているだろう、といつも思います。

最後になりますが、これからの北海道で鍵となってくるのは、変化する世界情勢とマーケットの冷静な分析（何が求められているか）から見た地場の魅力・潜在力の発掘と商品化です。そして、それは全国に横並びで存在するもの（ゆるキャラなど）の模倣ではなく、「そこならではの」という徹底した地域の自己分析から得られるものでしょう。台湾からの旅行客の多くは、どんなに高価でもイチゴを買って食し、お土産にします。また、その台湾では島を一周するサイクリングがブームになっており、これを北海道で展開できれば、道東やオホーツク沿岸の町で交流人口が増やせそうです。最近の中国の観光客は、旬の風景（春から初夏の芝桜やチューリップ）を愛でるなど、観光のトレンドも深化しています。まだ私たちが気付いていないもの、ブームになっていないものの中にも宝が眠っているかもしれません。四季折々の魅力を捉え直しブランド化することができれば、夏あるいは冬だけの観光地にも通年で人を呼べるかもしれません。道東のある村には、facebookやinstagramなどSNSを活用したコミュニケーション戦略によって成功している体験・滞在型のレストラン宿泊施設もあります。世界の風を読み、その中で自らの地域を見つめ直し発信する、そんな地道なプロセスの先に皆さんの地域が活性化するヒントが眠っていると思います。海外の人にしかわからない価値（外部の目）と、地元の人しか知らない・わからない価値（内部の目）の二つの目で地域を見る時に、新しい未来が描けるのです。

（平成30年3月1日）

（参考資料）

NHK BS1 国際報道2017「特集 中国と欧州を結ぶ「一带一路」急拡大する鉄道貿易」(2017年5月12日放送)

NHK BS1 スペシャル「シルクロードにかける野望 中国「一带一路」最前線」(2018年1月7日放送)

NHK BS1 スペシャル「西へ“一带一路”の奔流 カザフスタン／ヨーロッパ」(2018年1月7日放送)

<執筆者紹介>

中央大学総合政策学部、英国University of Warwick大学院、デュースブルグ大学東アジア研究所客員研究員、北海道大学大学院助手、中央大学政策文化総合研究所客員研究員などを経て、現在、北海道文教大学准教授。米国国務省国際人材交流プログラム（IVP）卒業生。英国テレグラフ紙、ドイツ国際放送、香港サウスチャイナモーニングポスト紙など解説多数。専門は政治学、国際関係論、国際政治経済学。

大連のスキーブームおよび自由貿易試験区について

北洋銀行ソリューション部
大連駐在員事務所

副所長 徐 陽
助理 李 傑

1. 大連のスキーブーム

雪があまり降らない大連ですが、今年は3回も大雪が降りました。雪といえばスキーと言う人も多いと思いますが、近年は、大連でも市民の所得増加にともない、スキーレジャーが生活に浸透してきています。

中国におけるレジャーとしてのスキー人口は、2016年の統計で1,133万人（前年比173万人増、同18%増）となっています。それでも総人口13.9億人の1%にも達していません。

しかし、2015年時点で568箇所しかなかったスキー場は、2022年の北京冬季オリンピック開催時には、1,000箇所程になると予想されています。黒龍江や北京で相次いでゲレンデが整備され、中国のスキー場は週末や春節時期に多くのスキーヤーで賑わい、入場制限が行われるほどの活気に溢れています。まさに今、スキーブームの黄金期を迎えている状況にあると言えます。

大連市内から一番近い場所では、大連事務所より北西に10kmほどの位置に「大連歡樂雪世界スキー場」があります（札幌でいえばテイネや藻岩山の距離感です）。総面積は20万㎡、ゲレンデ面積は6万㎡で、一日の入場者数は2,000~4,000人。ナイター設備もあり、多くのスキーヤーが利用しています。



大連歡樂雪世界スキー場

用具の貸出しも行っており1,500セットの用具（うち500セットは、株式会社スワロースキー（長野県）社製の高級スキー板）が用意されています。ゲレンデ設備は、2人乗りリフト（800m・2基）とオーストリア製のリフト（100m・1基）の他、手すり付きの雪上エスカレーターなどがあります。

大連の地元の人々は、スキーに対する憧れが強く、特にサラリーマンは、新たな刺激を求めてスキーを始める人が増えています。現在、大連のスキー人口は20~25万人（大連市の人口は593.6万人）といわれ、雪が少ない都市ではあるものの、市民はスキーレジャーに多くの魅力を感じております。



事務所のある森ビルとイルミネーション

また、温泉にも流行の兆しが見られます。大連市政府は、「スキーと温泉」の観光促進のためにイベントを開催

し、冬季の観光客誘致に力を入れています。大連郊外に4カ所のスキー場や温泉リゾート地が開発され、温泉やスキー愛好者の誘客を図っています。

札幌は非常に雪が多い地域で、スキー人口も多く日本全国や海外からもたくさんの方が訪れる都市ですが、スキー場の運営指導やスキー指導者の相互交流などを通じて、北海道と大連市にもっと沢山の交流機会ができると嬉しく思います。

大連は春から晩夏にかけて観光のピークを迎えますが、冬に市内全域で飾られるイルミネーションはとても美しくロマンチックです。日本との関わりも古く親日的な地域ですので、ぜひ北海道から多くの方がお越しくださることをお待ちしております。(李 傑)

2. 遼寧自由貿易試験区

大連事務所が管轄する東北エリアⁱ及び華北エリアⁱⁱでは、中央政府により、2014年に北京と天津・河北省の共同発展を目的とした「天津自由貿易試験区」が、さらに2017年には経済発展が遅れている東北三省を牽引する目的で「遼寧省自由貿易試験区」が設置されました。

(1) 自由貿易試験区の設置目的

習近平政権は、経済成長重視により発生した生産能力の過剰や環境汚染などの問題を解決するために、「成長速度重視」から「質や効率を重視した成長」へシフトすることを決定。持続的な安定成長を維持しつつ、停滞していた改革・開放を再始動させるため、李克強首相が一連の現地を視察し、対外開放拡大をテコに国内改革を推進する方法として、自由貿易試験区の構想を打ち出しました。

そして、中国全土の発展を促進できる普及可能な新制度の形成に向けた、ノウハウを蓄積する目的で、2013年に国内で最もグローバル化していた上海市に中国初の自由貿易試験区(170.72km²)が設置されました。その後、2014年に天津市、福建省、広東省、2017年には遼寧省、浙江省、河南省、重慶市、湖北省、四川省、陝西省に設置され、全部で11の試験区となりました。

(2) 遼寧自由貿易試験区の内容

遼寧自由貿易試験区は、旧東北工業基地の総合的な競争力と対外開放水準を高める新たなエンジンと位置づけられ、大連を含む下記のエリア(総面積:119.89km²)で構成されています。

エリア	重点産業
大連エリア 面積:59.96km ²	現代サービス業(港湾物流、国際貿易、金融サービス、技術革新、サービスアウトソーシング、国際会議・展示会、観光、文化など)、現代設備製造業、ハイテク産業(石油化学、自動車、船舶・海洋工事、航空製造、電子情報、バイオ医学など)及びリサイクル産業の発展
瀋陽エリア 面積:29.97km ²	設備製造、自動車と部品、航空装備などの先進製造業と金融、科学技術、物流など現代サービス業の発展、国家新型工業化モデル都市の整備、東北地域科学技術イノベーションの発展レベル引き上げ、国際競争力を有する先進設備製造業基地の建設
営口エリア 面積:29.96km ²	商業・貿易物流、越境EC、金融等の現代サービス業と次世代情報技術、ハイエンド設備製造等戦略性新興産業の発展、地域性国際物流センターとハイエンド設備製造、ハイテク産業基地の建設、国際船舶から鉄道連絡線へのターミナル構築

(参考: 國務院公布の遼寧自由貿易試験区資料より)

ⁱ 遼寧省、吉林省、黒龍江省をさす

ⁱⁱ 山東省、河北省、北京市、天津市をさす

総面積の半分を占める大連エリアは、新設された国家級新区の一つ「金普新区」ⁱⁱⁱに位置し、遼寧自由貿易試験区の重要な構成要素の一つとなっています。

これまでの経済開発区との最大の相違点は、徹底した行政手続きの簡素化にあり、先進国並みの規制緩和や貿易の利便性を追求することで、より多くの外資と先進技術の導入を期待しています。

先行する上海試験区の経験を参考にして、投資が禁止された分野以外なら原則として国内外の企業が自由に参入できること（投資の自由化）、貿易窓口の一本化や通関の効率化（貿易の利便化）、海外との資金のやり取りがスムーズに行えること（金融の国際化）等を順次推進していくこととされています。



遼寧自由貿易試験区・大連エリア正面入口



赤枠内が大連自由貿易区エリア

自由貿易試験区で最も注目される特徴は、サービス分野を中心とした規制緩和の拡大であり、下表に示されるような、金融や運輸、その他のサービス業全般の発展に向けた取組みが促進されています。

金融サービス	銀行サービス、専門健康医療保険、ファイナンス・リース
運輸サービス	遠洋貨物輸送、国際船舶管理
商業貿易サービス	情報処理サービス、ゲーム機・遊戯機の販売及びサービス
専門サービス	弁護士サービス、企業信用調査、人材仲介サービス、投資管理、工事設計、建築サービス
文化サービス	各種講演の企画・提案、娯楽施設の提供
社会サービス	教育研究、職業技術訓練、医療サービス

ⁱⁱⁱ 金州新区（金州区・開発区）、保税區、普湾新区から成る

他に、緩和の公表が従来のような「ポジティブリスト方式（許可する分野を明示する）」から「ネガティブリスト方式（明示された分野以外は許可する）」に変わったことや、試験区に進出する外商投資企業の設立、M&A、経営期間の延長など規制に関する規定の停止、審査確認の省略、登録制度の導入など、手続き及び通関業務を簡素化し、物流を円滑化させ、行政窓口の利便性向上及び協力強化による一体的な管理体制の構築を目指すことにしています。

2017年4月の正式稼動以降、遼寧自由貿易試験区の新規登録企業数は8,800社（2017年6月末統計）を超え、同時期に開設した7試験区の中では最も多くなっています。

現在、東北三省の新たな振興や北東アジア地域との連携強化に向けた取組みも模索中ですが、試験区内に設立された中国企業は、対外投資に際して従来のように煩雑な許認可を取る必要がないことや、投資資金の流動性が高いことなど、試験区での優遇措置を利用した新しいビジネスが可能となっており、対外投資規制緩和のメリットが大きいことが明らかになっています。

（3）終わりに

大連は、東北アジアの港運センターとして、最大の対外貿易港・物流プラットホームを有し、東北三省での中国における7割の海上輸送や9割のコンテナ輸送を担っています。

自由貿易試験区の設立により、大連及び東北三省の対外貿易（特に港湾、金融、物流、貿易という四つの業種）の迅速的な発展を促進できる他、就職難の解決、新たな企業誘致、資金の導入、対外サービス貿易レベルの向上など、様々な問題の解決が可能であると考えられています。また、今後は試験区で新しいビジネスモデルが生まれる可能性もあります。

北海道産の商品は、中国国内での知名度がとても高く、北海道の観光PRや道産品に関する展示会、商談会が頻繁に開催されています。食品、酒類、化粧品、健康食品等様々な企業が積極的に商談会に出展していますが、この制度を利用して新しいビジネスチャンスをつかむことも可能です。

大連事務所では華北・東北エリアにおいて、販路開拓や資材調達のほか、希望する情報の収集や現地企業との商談や紹介、訪問アレンジや視察への同行、現地金融機関の紹介などを行っています。中国ビジネスに関する疑問などがあれば遠慮なく、北洋銀行大連事務所もしくは北洋銀行ソリューション部までご相談ください。（徐 陽）

北海道マリンイノベーション株式会社 代表取締役 布村 重樹さんに聞く

～Win-Winの関係を作るコーディネーター。それが自分の役割～

北海道大学 産学・地域協働推進機構
千脇 美香

1. はじめに

ベンチャー企業とは、時代のニーズを背景に、独自の技術や製品で急成長していく企業のことをいいます。そして、毎年新たなベンチャー企業が産声を上げ、イノベーションの担い手として、産業界を盛り立てています。産業界における大学発ベンチャーも広がりを見せ、2017年度の経済産業省の調査では、全国で2,093社に上ります。

また、北海道大学（以下、北大）においても、2016年4月に発足した、「北大発ベンチャー認定制度」によって認定されたベンチャー企業は、2018年2月22日時点で、20社になります。

北大発ベンチャー企業と認定されるためには、新たな技術やビジネス手法を活用した企業であり、北大の研究成果を技術シーズとして事業化・創業することや、北大の学生または教員（過去も含む）が設立に深く関わっていることなどの条件があります。これまでに認定された企業は、バイオヘルスケアやIT、環境テクノロジーなど業種も様々であり、それぞれの強みを生かした事業活動を行っています。

この北大発認定ベンチャー企業について、今回からシリーズでご紹介します。

2. 北海道マリンイノベーション株式会社

第一回は、北海道マリンイノベーション株式会社（代表取締役 布村重樹 函館市）です。同社は、2017年6月に設立され、北海道の海洋資源である海藻の機能性成分の抽出・販売と、原料である海藻の安定供給などを事業目的としています。

○未利用資源のガゴメコンブ

函館の土産店に行くと、必ずと言っていいほどガゴメコンブを使った商品が販売されています。このコンブ、以前はとろろ昆布や松前漬けなどに加工される程度でした。しかし、2003年から函館地区で行われてきた文部科学省の都市エリア産学官連携促進事業（一般型）（以下、促進事業）で、ガゴメコンブの生態解明と利用方法を研究テーマに事業が始まると、今まで知られていなかったガゴメコンブの良さに注目が集まるようになります。当時を振り返り、布村社長は「ガゴメコンブ？なんだろう、それって感じでした」と話します。彼は、身近に良い素材があり、まだ脚光が当たっていないことにもったいなさを感じ、ガゴメコンブを原料とした製品の販売や商品開発などに、積極的に関わっていきます。

「函館は人口も産業も減り、町自体が衰退している。常に肌身で感じているから、町を元気に

する何かをしたいと思っていました。それと同時に自分の会社にとっても、何か新しい事業を作らなければならないと感じていました」と話す布村社長は、実は株式会社ノース技研という1967年から続く建設コンサルタント会社の経営者でもあります。

「公共事業は減り、将来は先細りになっていく。今すぐ会社が潰れるわけではないけれど、常に危機感がありました」と、話す布村社長。促進事業の中で得られた研究成果を活用して地域ブランドを作りたいと思うようになり、自ら全国各地へ視察に出かけます。その中で分かったことは、都市部の大消費地頼みで、地元で地場産品を消費できる場所が少ないということ。自ら価値を高め、地域のブランドを作りだしているところのごく僅か…。

布村社長は、素材に高い付加価値をつけて、地元の産業に育てていくことが必要と、強く感じます。

○地域で起こる小さな変化

まず、ブランド化のために地域ぐるみで行ったことが、ガゴメコンブの商品開発です。さらに、PR活動や観光産業との連携など、地元では徐々にガゴメコンブに対する期待感が高まっています。TV番組でも取り上げられ、空前のガゴメブームがやってきました。浜値も変化して、ブーム前はキロ1,000円程度のものが、キロ5,000円ほどに高騰します。地元の漁師さんも期待して養殖を始めます。しかし、ブームというのは去るのも早く、浜値はブーム前のキロ単価より安くなることに…。

布村社長は「マスコミで取り上げられてブームになった後、それをフォローするのは地元の役目。地域ブランドはその努力をしないといけないってことに気づかされました」と話します。

そこで彼は、消費者へ素材の良さを伝えるために、夏の3カ月間だけ地元企業の仲間と一緒にアンテナショップを立ち上げます。アンテナショップでは、海藻類の機能性についての講演会や試食会などを行いました。その中で強く感じたことは、「情報をきちんと伝えることが必要だ」ということです。

その活動は函館市役所の方の目に留まり、函館市のバックアップを受けて、常設のアンテナショップへと成長していきました。

○地域密着型の産学官連携組織

プロモーション活動が結実し、地域ブランドへと成長していったガゴメコンブ。2009年度からは文部科学省の地域イノベーション戦略支援プログラムである函館マリンバイオクラスター事業が始まりました。産学官の連携組織がきちんと出来上がり、2013年度の事業最終年度には、ガゴメコンブなどを活用した商品が新たに200品目以上生みだされ、およそ100億円の累計売上に達しました。しかし事業が終わると、産学官を繋ぐコーディネーターの存在がいなくなるという、新たな問題が浮かび上がってきました。

「事業の期間中は、商品デザインの考案や販売努力を一緒にしてくれて、必要な試験データをまとめてもらえたり…。今までは専属で各機関との調整を行ってくれる…」といった

コーディネーターの存在は、地域で産学官の取組みを行う場合には重要だと、布村社長は話します。そして、社長自らが持ち前のフットワークを生かし、「やる人がいないなら、自分達でやる」と、任意団体である『海藻活用研究会』を2017年2月に立ち上げました。この研究会は、北海道大学大学院水産科学研究院の安井肇教授が会長に、同研究院の宮下和夫教授が副会長を担い、会員に民間企業が10社ほど加盟。特別会員として函館市や北海道渡島総合振興局、鹿部町や漁業組合などが参画する産学官の連携組織です。

しかし、研究会は任意団体であり、法人格がありません。商品として販売するためには、しっかりとした組織が必要となります。

「販売をするとなるとやはり、会社が必要です。誰が責任持って漁師さんから海藻原料を集めて機能性成分の抽出を行うのか。加工メーカーに誰が販売するのか」。布村社長はそれを担う会社組織を立ち上げることを決意します。函館の企業であり、地元に応援してもらえる企業。それが、布村社長が目指す、北海道マリノイノベーション株式会社の姿です。

布村社長は「原料の生産地に近いからこそやれることがあります。加工メーカーはきちんとした品質を安定した量と価格で確保したい思いがあります。それに応えるためには、生産者とともに努力して原料の生産性向上や品質の安定化に取り組む必要があります。それは、地元にはないとできません」と、言葉に力を込めます。



「皆さんに喜んでもらえるコーディネーターになりたい」と話す布村社長

○産声を上げた会社の象徴

こうして出来あがった商品が、2017年12月に同社から発売を開始した「北大石鹸」(以下、石鹸)です。この石鹸は3種類あり、海藻由来成分である保湿性をもつフコイダンや抗炎症作用や抗酸化作用のあるフコキサンチンが豊富に含まれています。



機能性成分が豊富に含まれた3種類の石鹸

この石鹸の誕生にあたっては、布村社長が大切にしている「伝えることの重要性」が起因となりました。布村社長は石鹸について、「会社として何ができるのかといったことを、きちんとメーカーさんにお見せすること。海藻から機能性成分を抽出できますとあって、資料で説明するよりも、石鹸を持って行って最終商品としての実際の使い道をお見せすることが、当社の技術を説明するにはとても効果的です。メーカーさんに当社は機能性成分の原料が供給できますといても使い方のイメージがわかりませんよね」と話します。

また、石鹸を作ることによって思わぬ副産物も手に入れました。それはノウハウの蓄積です。「実験室とは違い、徐々にスケールアップしていくと製造工程の改善点が分かってきます。その経験は会社の財産になります」。さらに、実際に製造を行う社員とともに、店頭での体験販売を通じ、消費者の生の声を聞くことで石鹸に改良を施しました。この行動も布村社長の「伝えること」へのこだわりの一つです。

○コーディネーターとしての会社の役割

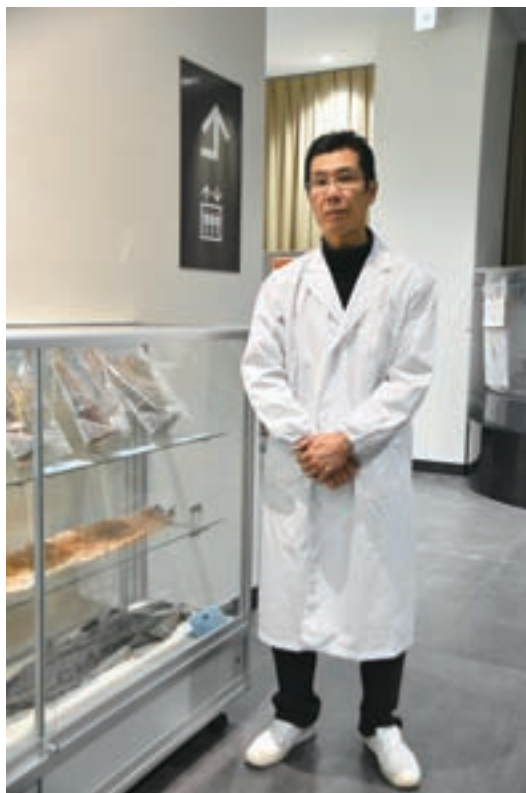
布村社長の目標は地域全体が利益を得る仕組みを作ることです。「地域ブランドは誰か一人が利益を得る仕組みでは長続きしません。皆さんがwin-winになれば地域ブランドとしての産業は広がらない。一カ所だけが儲けて本州の大手企業に販売すると、儲けはすべて本州に流れてしまいます。資本力のある企業は2、3年利益がなくても大丈夫ですが、中小零細企業は日々、毎年が勝負です。その差はとても大きいです。いろいろなところと協力していくことで全体の安定が得られると思います」。さらに布村社長はこう続け、「産学官の取組みは、皆さんにどうすれば喜んでもらえるかを考えることです。研究を産業に結び付け、地域で育てていくためには、全体のバランスを取ることが重要になります。まさにコーディネーターです」と、笑顔を見せます。

現在、同社の社員は役員3人と、製造部長1人ですが、この春卒業の新メンバーが加わり、4月からは5人体制でフル稼働していきます。



函館国際水産・海洋総合研究センター内にある同社の製造室

布村社長は最後に「この会社は新しい海藻産業のバリューチェーンを作る役割と、人と人を繋ぐコーディネーターの役割を果たして、地域に貢献できるようなベンチャー企業に発展させていきたいです」と、意気込みを語りました。



製造部長の渡辺伸一さん



産業としての「観光」と「DMO」

北海道経済の将来像を語る時、「食」と「観光」が欠かせないキー・ワードとして登場する。事実、北海道のGDPに占める「観光産業」(何を観光産業の範囲に含めるかにもよるが)の占める割合は、近年急速に上昇している。この背景として、国内の入込客は低迷しているため、インバウンドの急増が大いに寄与していることは間違いない。いわゆる地方創生の有力な柱として、全国各地の地方公共団体は、一様に「観光」を目玉として取り上げている。このため全国の観光を巡る誘致合戦も次第に激しくなっている。北海道は全国のインバウンドの約1割を確保しているため、「一応健闘している」と評価しても良いが、このところやや頭打ちの傾向もみられるので安閑としてはいられない状況だ。

こうした問題意識もあって、少し過去に遡って北海道の観光についてその推移を眺めてみた。その結果、過去10年間、観光産業の「基盤整備」については、あまり捗々しい進展をみていないのではないかと危惧の念を抱かざるを得ない。因みに平成18年3月に発表された北海道観光戦略会議の「北海道観光戦略」を見ると、北海道観光をめぐる市場環境の変化として、団体旅行から「個人・グループ旅行」へ、見物観光から「目的観光」へ、定型周遊ルートから「広域内滞在型、広域内不定型移動」へ、などを指摘し、付加価値と顧客満足度の向上、移動手段の充実、人材確保とノウハウの蓄積などのいわゆる「基盤整備の充実の必要性」が提言されている。これは、現在行われている議論とほとんど変わらない。

北海道の観光予算は、平成27年度からかなり増額されて来たが(平成26年度8.4億円、平成27年度15.0億円、平成30年度21.3億円)、その内訳をみると、事業別では、広報・プロモーションが平成29年度で64%、同30年度で60%を占めており、基盤整備の項目は平成29年度が10%、同30年度が14%に過ぎない。

人材育成については両年とも僅か4%台である。プロモーション中心の観光施策が批判されることが多いが、事業内容を見る限り、こうした批判が生ずるのもあながち的外れとはいえない。

観光施策として、近年、統合型リゾート(IR)や大規模会議場(MICE)などと共に注目されるのが、DMO(Destination Management/Marketing Organization)である。これは、政府が海外の事例などを参考に、2015年「日本版DMOの創設」として打ち出した施策である。その目的は、地域に持続的な経済効果をもたらす地域振興と住民のための横断組織を育成することであり、観光庁に登録が認められたDMO(法人)には国の助成金が支給される仕組みとなっている。現在、北海道では、9法人の登録が認められている(ほかに3法人が申請中)。DMOの活動は、市町村を跨いだ広域的な観光基盤の確立に有効な組織として期待されている。こうしたDMOの先進的な事例としては、「せとうちDMO」や「信州いいやま観光局」などが有名だが、北海道のDMOもどうか充実した持続的・継続的な活動として取り組んで欲しい。こうしたDMOの活動が、ともすればプロモーション一本槍な安易な観光振興から、力強い基盤整備の促進へと向かっていくことが期待される。決してDMOを一時的流行・ブームに終わらせてはならない。(平成30年3月11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 札幌店 【2018年1月分】

【全体概要】

- ・1月の販売額は、4,473万円（前年同月比+11.0%）、レジ客数28,879人（同+11.9%）、客単価1,549円（同▲0.8%）。例年同様に帰省客や観光客が中旬以降減少したが、地元のお客様の利用増加により、販売額・レジ客数ともに前年を上回った。
- ・振興局や地域の企業と連携して「根室フェア」、「十勝フェア」を開催し、それぞれの地域にスポットを当て、PRすることでより良さをお客様に伝えることができた。
- ・部門別では、畜産加工品（同+24.4%）の売れ筋は変わらず、「美唄やきとり」「エゾ鹿ソフトジャーキー」が人気であった。また、水産品（同+10.6%）は「たちかま」が人気であった。テスト販売から定番となった「めかぶとろちゃん」の売上の伸びが目立った。次いで、乳製品（同+9.5%）、菓子（同+9.2%）、農産品（同+4.5%）など軒並み前年を上回る売上げとなった。

（1）水産品 【752万円】

No.	振興局	品名	単価（円）	数量	金額（円）
1	宗谷	利尻たちかま	900	395	354,780
2	胆振	きんき飯寿司 500	3,600	57	205,200
3	空知	鮭キムチ	1,000	200	200,000
4	オホーツク	さざ波サーモン	1,065	186	197,877
5	留萌	北の味一番たこ	820	116	99,876

（2）畜産加工品 【216万円】

No.	振興局	品名	単価（円）	数量	金額（円）
1	空知	美唄やきとり	619	447	283,790
2	十勝	手作り餃子1200g	1,694	81	137,214
3	十勝	手作り餃子600g	898	147	131,918
4	石狩	北海道産サフォークラム	3,714	23	85,422
5	石狩	美唄やきとり	593	129	76,320

（3）農産品 【515万円】

No.	振興局	品名	単価（円）	数量	金額（円）
1	十勝	切干大根	380	443	168,340
2	上川	わっさむペポナッツ100g	980	156	152,880
3	石狩	ほし甘いも（紅あずま）	600	193	115,800
4	石狩	ほうれん草	224	333	91,067
5	石狩	にしん漬け 500	850	88	74,800

（4）乳製品 【198万円】

No.	振興局	品名	単価（円）	数量	金額（円）
1	後志	ニセコのむヨーグルト500ml	343	187	63,954
2	渡島	トラピストバター	1,143	38	45,600
3	胆振	カチョカパロピッコロ	630	64	40,320
4	根室	べつかいのコーヒー屋さん180ml	120	247	33,265
5	根室	べつかいの牛乳屋さん180ml	120	238	31,540

（5）菓子類 【1,598万円】

No.	振興局	品名	単価（円）	数量	金額（円）
1	石狩	じゃがポックル	800	752	615,726
2	石狩	白い恋人 18枚	1,057	340	359,380
3	十勝	マルセイバターサンド 10入	1,111	274	329,622
4	十勝	マルセイバターサンド 5入	556	532	319,732
5	石狩	白い恋人 24枚W&B	1,409	223	314,207

※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。

<札幌店> 札幌市北区北6西4 JR札幌駅西通り北口 北海道さっぽろ「食と観光」情報館内
 <資料出典> 一般社団法人 北海道貿易物産振興会 ホームページ
http://www.dousanhin.com/shop/sapporo_jr/index-supportdata.php
 <問合せ先> 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	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	r 97.9	2.2	r 104.3	1.8	r 98.4	2.0	r 101.4	1.0	r 97.8	0.5	r 109.5	2.1
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	r 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	97.5	0.6	109.8	△ 0.8
12月	r 99.3	2.4	r 106.5	2.9	r 99.6	2.9	r 104.1	2.9	r 97.8	0.3	r 109.5	△ 0.3
2018年 1月	p 95.4	△ 3.9	p 99.5	△ 6.6	p 95.9	△ 3.7	p 98.3	△ 5.6	p 110.2	12.7	p 108.8	△ 0.6
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	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 47,545	△ 1.5	r 50,971	△ 3.9	r 16,243	△ 2.2	r 183,334	0.9	r 31,302	△ 1.1
4~6月	r 229,539	0.5	r 47,156	0.1	r 44,988	△ 2.8	15,258	△ 0.4	184,551	1.4	r 31,898	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	r 261,516	1.5	r 53,522	0.7	r 57,218	3.8	r 18,681	0.1	r 204,298	0.9	r 34,840	1.1
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	80,433	△ 0.7	r 16,309	△ 0.9	r 17,671	△ 5.5	5,729	△ 1.7	r 62,763	0.7	10,580	△ 0.5
4月	76,477	1.3	r 15,581	0.8	r 14,729	△ 2.3	r 4,994	△ 0.4	r 61,748	2.2	r 10,587	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	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	15,888	△ 0.5	16,528	2.6	5,164	△ 1.5	61,475	△ 0.8	10,724	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	r 104,022	3.0	r 20,921	1.2	23,641	5.0	r 7,594	△ 0.4	r 80,381	2.4	r 13,327	2.1
2018年 1月	81,932	0.7	16,826	0.5	17,920	△ 0.9	5,659	△ 1.4	64,013	1.2	11,167	1.5
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。

主要経済指標 (2)

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	14,159	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	15,161	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	15,530	6.6	33,067	1.6	8,192	0.1
10~12月	37,496	4.0	p 11,288	3.7	r 63,951	4.1	r 15,730	6.1	p 35,458	△ 0.2	p 8,720	△ 0.8
2017年 1月	12,869	△ 1.7	3,716	△ 0.6	21,784	6.5	4,723	5.4	8,504	△ 1.5	2,433	0.0
2月	9,781	△ 1.2	2,960	△ 1.0	20,601	5.0	4,555	1.3	7,100	△ 1.8	2,189	△ 2.0
3月	14,070	4.1	4,022	5.4	18,750	1.2	4,880	2.5	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 4,953	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	5,124	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 5,084	5.6	11,285	2.7	2,698	△ 0.8
7月	14,190	22.5	4,595	9.4	22,228	7.3	5,383	6.3	12,029	4.5	2,910	△ 0.9
8月	11,055	△ 4.2	3,567	5.4	22,326	4.5	5,199	5.8	11,250	1.4	2,775	△ 0.2
9月	10,714	△ 1.9	3,158	1.2	21,153	5.6	4,948	7.8	9,788	△ 1.4	2,507	1.6
10月	10,646	△ 2.4	3,105	△ 0.6	21,097	5.1	5,047	4.9	10,979	△ 1.9	2,599	△ 5.1
11月	11,447	5.9	3,436	5.6	21,018	5.2	5,020	6.6	11,053	△ 0.6	2,750	0.5
12月	15,403	7.4	4,748	5.3	21,836	5.0	5,663	6.8	13,426	1.6	3,371	1.6
2018年 1月	12,954	0.7	3,821	2.8	22,704	4.2	5,053	7.0	8,267	△ 2.8	2,415	△ 0.7
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	563,628	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	143,516	1.3	29,785	1.4	286,681	0.0	294,130	1.3	3,281	2.5	442	23.1
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	r 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	r 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	r 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	r 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	r 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	r 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	r 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	r 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	r 122	31.2
12月	49,989	1.8	10,279	1.8	295,097	△ 5.6	322,157	1.2	1,020	3.3	r 183	20.6
2018年 1月	44,525	1.8	9,323	1.8	272,761	△ 2.0	289,703	3.7	960	△ 0.1	p 185	13.2
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。

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
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
2018年 1月	11,707	△ 4.7	3,843	△ 8.5	3,646	△14.1	4,218	9.9	339,581	△ 1.1
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㎡	前年同月比(%)	千㎡	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
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
2018年 1月	1,411	△ 8.1	663	△13.2	66	△34.5	3,559	△ 3.4	6,893	2.9
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
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
2018年1月	11,114	1.8	6,101	△12.8	1.16	1.52	33,990	6.1	904,502	2.9	↑	2.4
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。
の数値は月平均値。

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
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
2018年1月	101.0	1.3	100.4	0.9	19	11.8	635	5.0	110.77	23,098
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平均値。

今はじめよう 未来への贈りもの

個人型確定拠出年金

イデコ
iDeCo



iDeCoは個人型確定拠出年金の愛称です。

iDeCo普及推進キャラクター
「イデコちゃん」

iDeCoのいいところ、こんなところ。

60歳まで
引き出せないの
貯まる!

5,000円
から始められて
お手軽!

税制優遇が
3つもあって
おトク!

iDeCo 公式サイトで
税制優遇
シミュレーション
ができます



北洋プランのいいところ、こんなところ。



運用商品が
充実!

コール
センターが
親切!

メディカル
アシスト*で
安心!

資料請求は
こちら



*おからでお申込みから「もしも」の
ときの緊急対応まで一タームにサ
ポートするサービスです。加入キッ
ク開始のチラシをご覧ください。

DC北洋プラン<個人型>

北洋銀行



東京海上日動

2018年1月1日時点の制度・税制をもとに作成しております。

制度・税制は変更となることがあります。税制についての詳細は所轄税務署等でご確認ください。



ほくよう調査レポート 2018.4月号(No.261)
平成30年(2018年)3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。>