

季刊 調査レポート

2006.2
No. 117

- 全国・道内の経済
- 道内企業の経営動向（平成17年10～12月期実績、平成18年1～3月期見通し）
- シニア層向けビジネスについて
- 平成18年道内企業の業況見通し
- 地域振興の拠点として期待される「道の駅」

—信頼と情報の—

北洋銀行

● 目 次 ●

全国経済の動き……………	1
道内経済の動き……………	2
調査：道内企業の経営動向……………	3
調査：シニア層向けビジネスについて……………	10
調査：平成18年道内企業の業況見通し……………	12
経営のポイント：シニア層向けにビジネスチャンス…… －企業の生の声－	19
レポート：地域振興の拠点として期待される「道の駅」…	23
主要経済指標……………	27

全国経済の動き

最近の国内景気は回復を続けている。公共投資は、基調として減少している。個人消費は、雇用者所得の改善に伴い底堅い動きを示している。住宅投資は、好調に推移している。設備投資は、企業収益が高水準を維持していることから増加している。また、輸出は海外経済の好調を反映し増加している。

●個人消費

11月の大型小売店販売額（既存店ベース、前年比+0.8%）は、21ヶ月ぶりに前年実績を上回った。百貨店（同+3.1%）は衣料品、飲食料品などが増加し、前年を上回った。スーパー（同△0.9%）は、衣料品が前年を上回ったものの、主力の飲食料品が減少し、前年を下回った。

●鉱工業生産

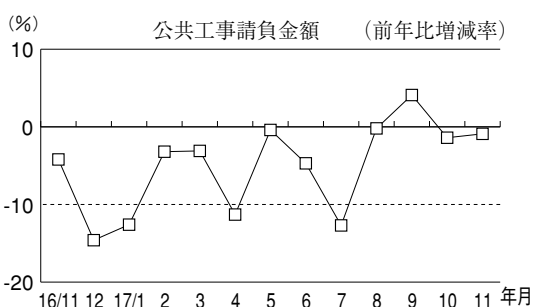
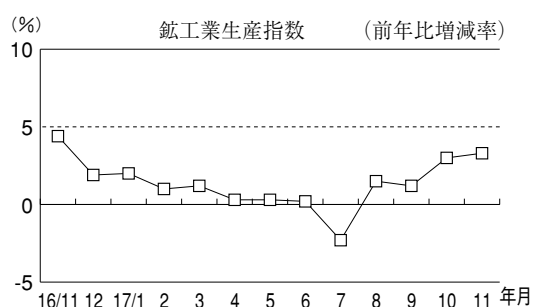
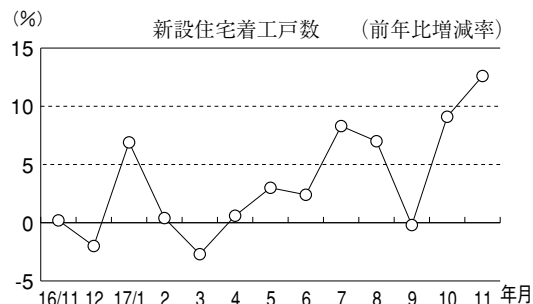
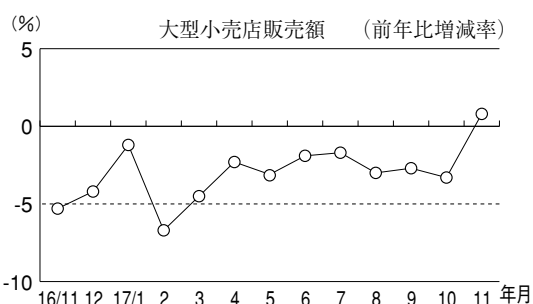
11月の鉱工業生産指数（平成12年=100、季節調整済）は103.5となり、前月比（+1.4%）、前年比（+3.3%）ともに上昇した。前年比では鉄鋼業や繊維工業などが低下したが、電子部品・デバイス工業や電気機械工業などが上昇した。

●住宅投資

11月の新設住宅着工戸数は、111千戸（前年比+12.6%）と前年実績を上回った。持家（同+6.4%）は15ヶ月ぶりに増加し、貸家（同+17.0%）は8ヶ月、分譲（同+12.2%）は7ヶ月連続してそれぞれ増加した。4～11月の着工戸数累計は、867千戸（前年同期比+5.3%）となった。

●公共投資

11月の公共工事請負金額は、9,610億円（前年比△0.9%）となり、2ヶ月連続して前年を下回った。4～11月の請負累計額は、9兆5,239億円（前年同期比△3.9%）となった。



道内経済の動き

最近の道内景気は、緩やかながらも改善している。公共投資は、国および地方自治体の財政面での制約もあり減少している。設備投資は、大手製造業の設備投資が下支えしているが多くの企業は慎重姿勢にある。個人消費は、気温の低下などから冬物商品が堅調に推移し、持ち直しつつある。住宅投資は、着工戸数の増加が続いている。

●個人消費

11月の大型小売店販売額（既存店ベース、前年比 $\Delta 0.4\%$ ）は、42ヶ月連続して前年を下回った。百貨店（同 $+0.9\%$ ）は、気温が低めに推移したことなどから冬物衣料や身の回り品などが増加し、前年を上回った。スーパー（同 $\Delta 1.2\%$ ）は、主力の飲食料品などが減少し、前年実績を下回った。

●鉱工業生産

11月の鉱工業生産指数（平成12年＝100、季節調整済）は89.5となり、前月比（ $\Delta 0.2\%$ ）では2ヶ月連続、前年比（ $\Delta 5.0\%$ ）では9ヶ月連続してそれぞれ下回った。

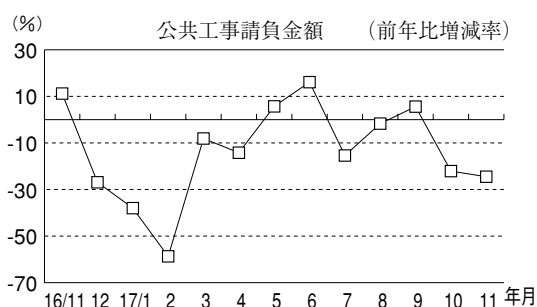
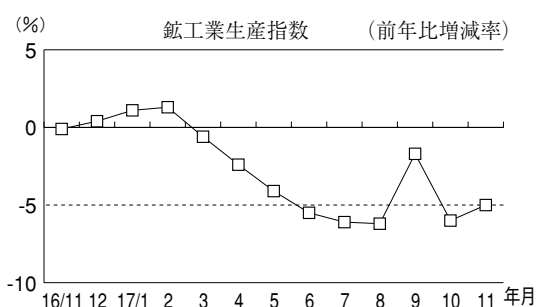
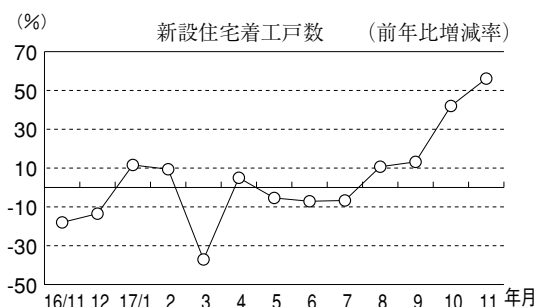
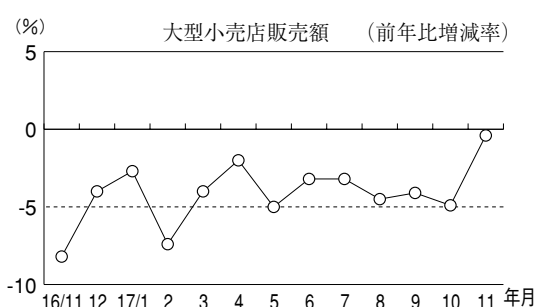
前年比では、一般機械工業や電気機械工業などが上昇し、化学工業や鉄鋼業などが低下した。

●住宅投資

11月の新設住宅着工戸数は6,362戸（前年比 $+56.1\%$ ）となり、4ヶ月連続して前年実績を上回った。持家（同 $+8.3\%$ ）は12ヶ月ぶりに増加し、貸家（同 $+64.5\%$ ）および分譲（同 $+102.9\%$ ）はともに4ヶ月連続で前年を上回った。4～11月の着工戸数累計は、41,674戸（前年同期比 $+11.7\%$ ）となった。

●公共投資

11月の公共工事請負金額は、415億円（前年比 $\Delta 24.5\%$ ）と2ヶ月連続で前年を下回った。4～11月の請負金額累計は9,078億円（前年同期比 $\Delta 4.8\%$ ）となり、減少基調にある。



業況の厳しさと和らぐ

第19回道内企業の経営動向調査

要 約

1. 平成17年10～12月期実績

前期に比べ、売上DI(△12)は1ポイント、利益DI(△20)は3ポイントそれぞれ上昇し、業況の厳しさは和らいだ。

2. 平成18年1～3月期見通し

売上DI(△13)は1ポイント低下するものの、利益DI(△17)は3ポイント上昇が見込まれる。業況は横ばい圏内にとどまる見通しである。

3. 当面する経営上の問題点

「売上不振」および「過当競争」(とも

に51%)が半数を超えた。また「販売価格低下」(42%)は4割強となる一方、「原材料価格上昇」(40%)も4割を占めるなど利益面で苦慮する企業が多い。

4. シニア層向けビジネスについて

「団塊の世代」を含めたシニア層向けのビジネスについて、「有望である」とする企業(37%)は4割弱となった。半面、「有望ではない」とする企業(19%)は2割弱である。一方「どちらとも言えない」とする企業(44%)は4割台半ばとなった。

調 査 要 項

■ 調査の目的と対象

アンケート方式による道内企業取引先の経営動向把握。

■ 調査方法

調査票を配布し、郵送により直接回収。

■ 調査内容

- ① 第19回道例調査
(17年10～12月期実績、18年1～3月期見通し)
- ② シニア層向けビジネスについて
- ③ 平成18年度内企業の業況見通し

■ 判断時点

平成18年1月上旬

■ 本文中の略称

- (A) 増加(好転)企業
前年同期に比べ良いとみる企業
- (B) 不変企業
前年同期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	506	100.0%	
札幌市	182	36.0	道央は札幌市を除く石狩、後志、胆振、日高の各支庁、空知支庁南部
道 央	119	23.5	
道 南	40	7.9	渡島・檜山の各支庁
道 北	85	16.8	上川・留萌・宗谷の各支庁、空知支庁北部
道 東	80	15.8	釧路・十勝・根室・網走の各支庁

■ 業種別回答状況

	調査企業社数	回答企業社数	回答率
全 産 業	800	506	63.3%
製 造 業	220	137	62.3
食 料 品	80	39	48.8
木 材 ・ 木 製 品	35	22	62.9
鉄鋼・金属製品・機械	55	40	72.7
そ の 他 の 製 造 業	50	36	72.0
非 製 造 業	580	369	63.6
建 設 業	180	122	67.8
卸 売 業	100	61	61.0
小 売 業	120	74	61.7
運 輸 業	70	42	60.0
ホ テ ル ・ 旅 館 業	30	21	70.0
その他の非製造業	80	49	61.3

1 平成17年10～12月期実績(売上・利益)

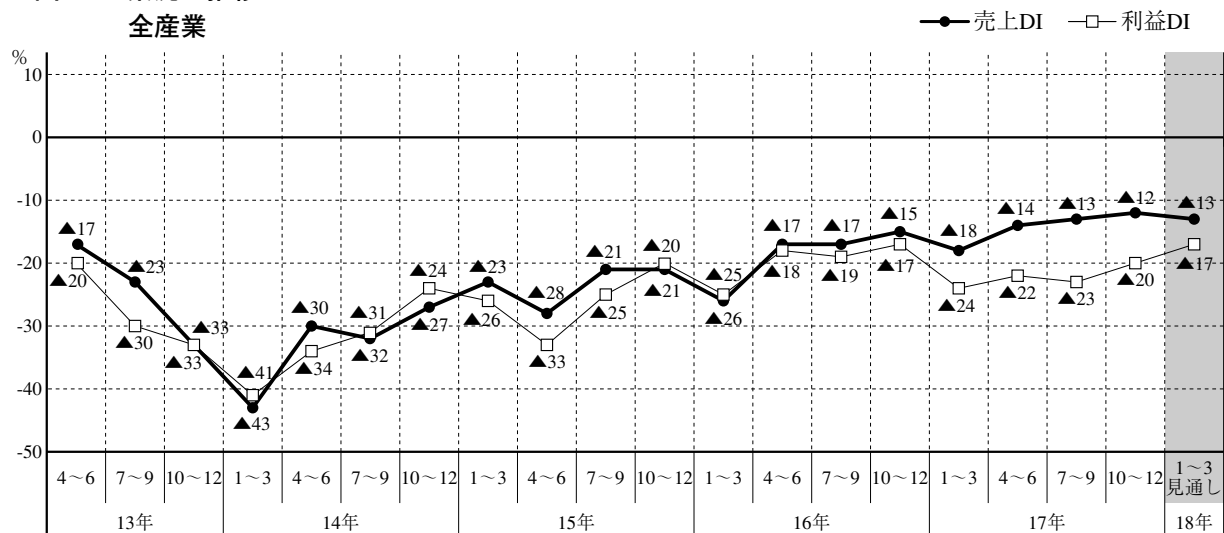
前期に比べ、売上DI(△12)は1ポイント、利益DI(△20)は3ポイントそれぞれ上昇し、業況は低水準が続いているものの厳しさは和らいだ。

売上では、前年同期に比べ「増加」した企業(26%、回答社数百分比、以下同じ)から「減少」した企業(38%)を差し引いたDI(△12)は、前期を1ポイント上回った。製造業(△1)、非製造業(△17)はともに1

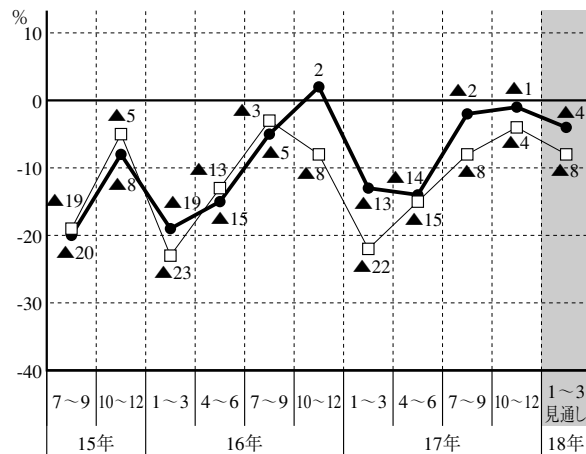
ポイント上昇した。業種別では、鉄鋼・金属製品・機械製造業や建設業などで上昇し、食料品製造業、卸売業などで低下した。

利益では、「増加」した企業(20%)から「減少」した企業(40%)を差し引いたDI(△20)は、前期を3ポイント上回った。製造業(△4)は4ポイント、非製造業(△26)は3ポイントそれぞれ上昇した。業種別にみると、製造業では、鉄鋼・金属製品・機械製造業は低下したが他の3業種で上昇した。非製造業では、建設業、ホテル・旅館

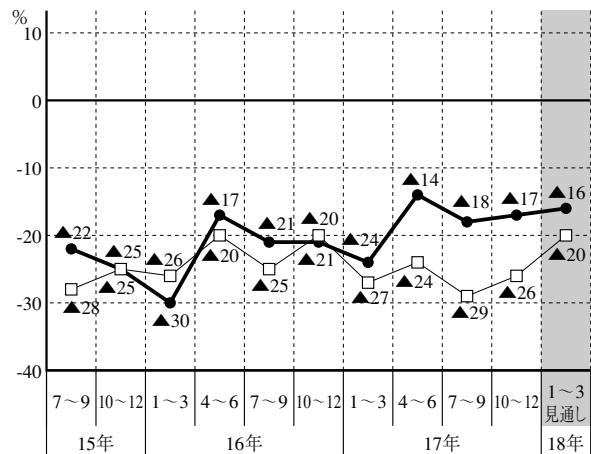
<図1-1>業況の推移
全産業



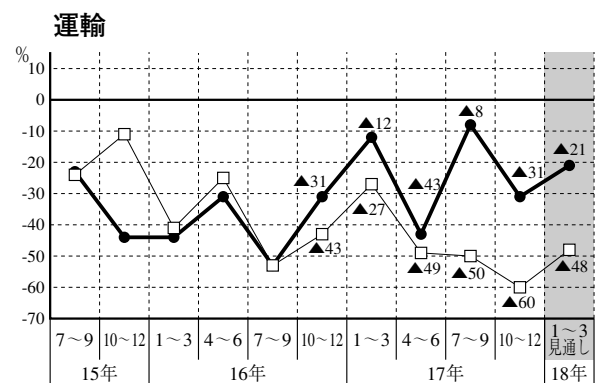
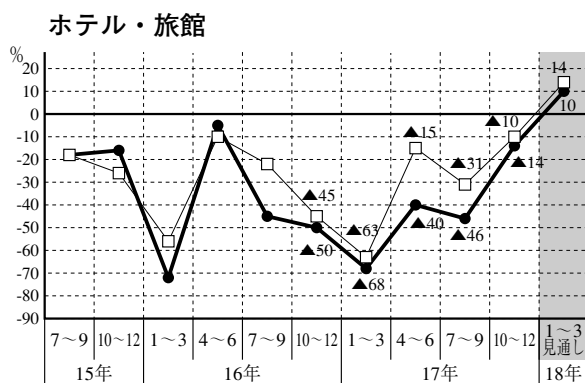
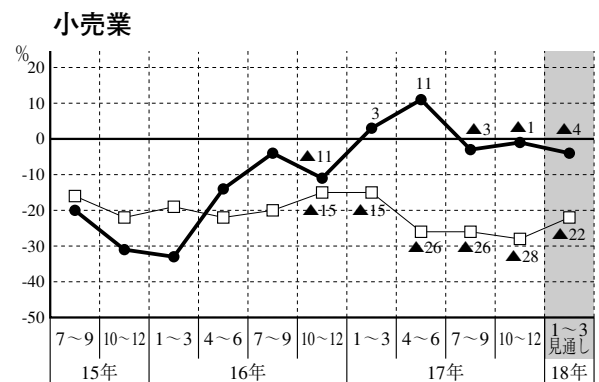
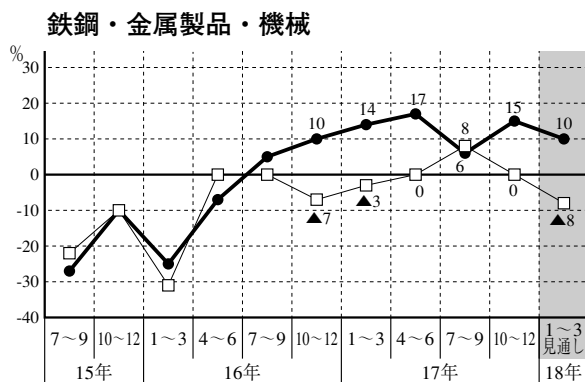
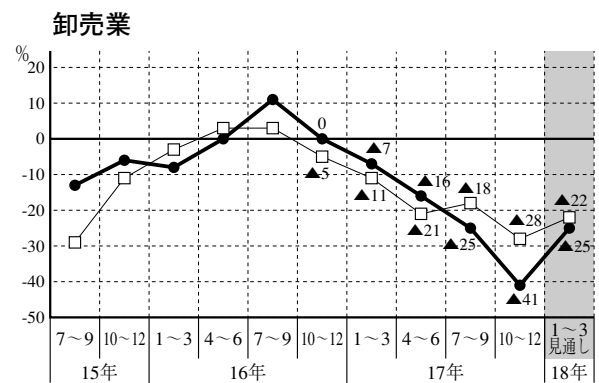
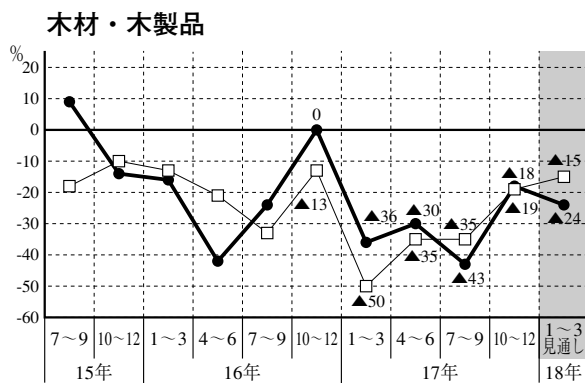
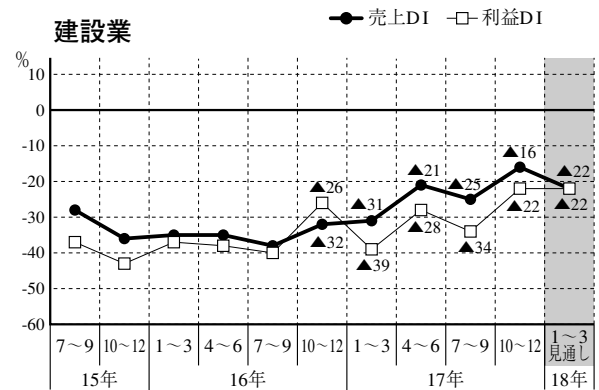
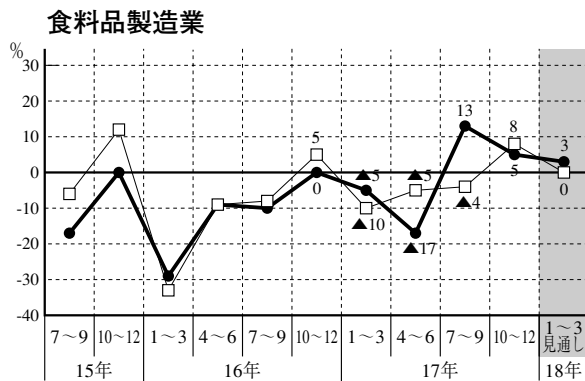
製造業



非製造業



<図1-2>業況の推移（業種別）



業などで上昇したものの、卸売業、運輸業などで低下した。（図1、図2、図3）

② 平成18年1～3月期見通し(売上・利益)

売上DI（△13）は1ポイント低下するものの、利益DI（△17）は3ポイント上昇が見込まれ、業況は横ばい圏内にとどまる見通しである。

売上では、「増加見込み」企業（18%）から「減少見込み」企業（31%）を差し引いたDI（△13）は、10～12月期実績より1ポイント低下が見込まれる。製造業（△4）は3ポイント低下するものの、非製造業（△16）は1ポイント上昇する見通しである。製造業では、4業種いずれも低下する見通しである。非製造業では、卸売業や運輸業などで上昇が見込まれるほか、ホテル・旅館業ではプラス水準に転じる見通しである。一方、建設業、小売業などでは低下が見込まれる。利益では、「増加見込み」企業（16%）から「減少見込み」企業（33%）を差し引いたDI（△17）は、3ポイント上昇が見込まれる。製造業では木材・木製品製造業の上昇が見込まれるが、他の3業種で低下する見通しである。一方、非製造業では、建設業が横ばいとなるものの他の5業種で上昇する見通しである。（図1、図2、図3）

③ 資金繰り、短期借入金の難易感など

資金繰り判断DI（「好転企業」－「悪化企業」）の10～12月期実績（△4）は、前期同水準となった。1～3月期見通し（△5）は1ポイント低下が見込まれる。

短期借入金の借入難易感判断DI（「容易企

業」－「困難企業」）の10～12月期実績（+7）は前期同水準となった。1～3月期見通し（+3）は4ポイント低下が見込まれる。

在庫判断DI（「過多企業」－「過少企業」）の10～12月期実績（+5）は前期より2ポイント低下し、在庫過剰感が幾分弱まった。1～3月期見通し（+2）は、さらに3ポイント低下が見込まれる。（図4、図5、図6）

④ 設備投資

10～12月期に設備投資を「実施した」企業（29%）は、前期に比べ1ポイント低下した。前年同時期比でも3ポイント低下した。1～3月期見通しの「実施予定」企業（23%）は季節要因もあり6ポイント低下が見込まれるが、前年同時期調査での「実施予定」企業を2ポイント上回った。（図7）

⑤ 当面する経営上の問題点

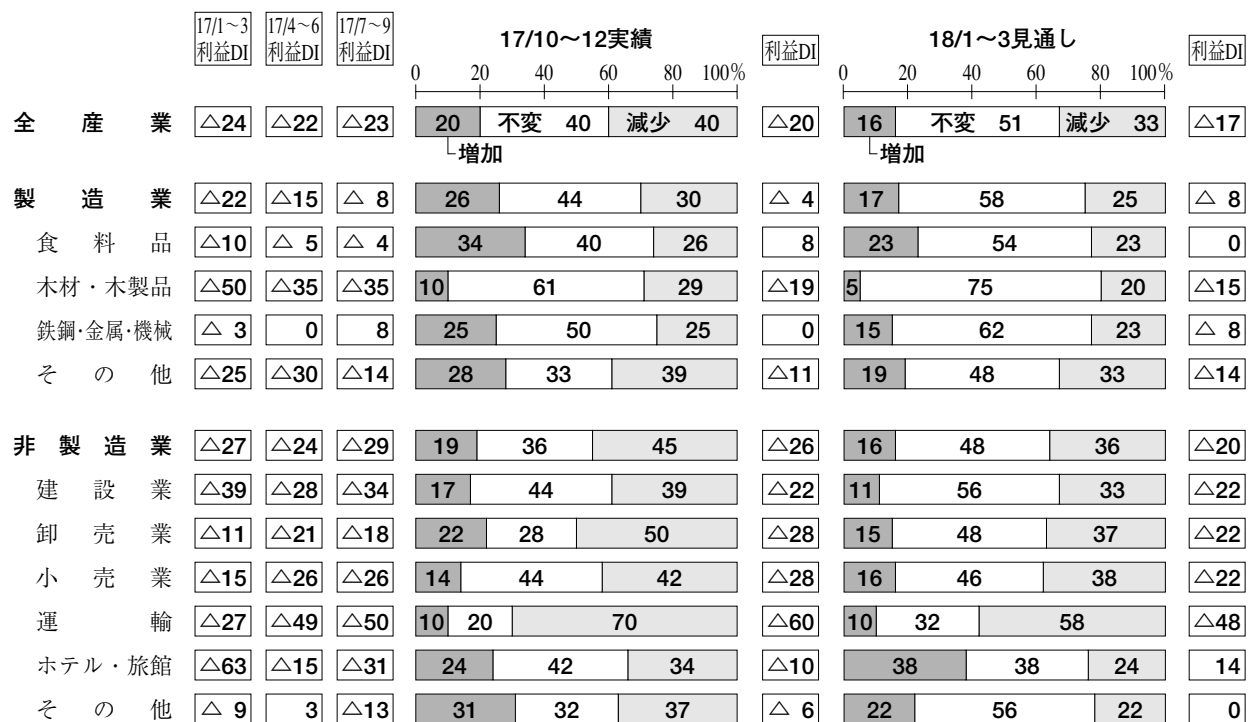
当面する経営上の問題点（複数回答）として、「売上不振」および「過当競争」（ともに51%）を挙げる企業が最多となった。「売上不振」は、ホテル・旅館業で8割を超えるなど、非製造業（53%）で5割強となった。また製造業（48%）でも木材・木製品製造業で6割台半ばとなるなど、半数近くを占めた。

「過当競争」は建設業で7割を超えるなど、非製造業（59%）で6割弱となった。対照的に製造業（29%）では3割弱にとどまり、比較的過当競争は少ない。続く「販売価格低下」（42%）は4割強となる一方、「原材料価格上昇」（40%）が4割を占めるなど利益確保に苦慮する企業も多い。（表1）

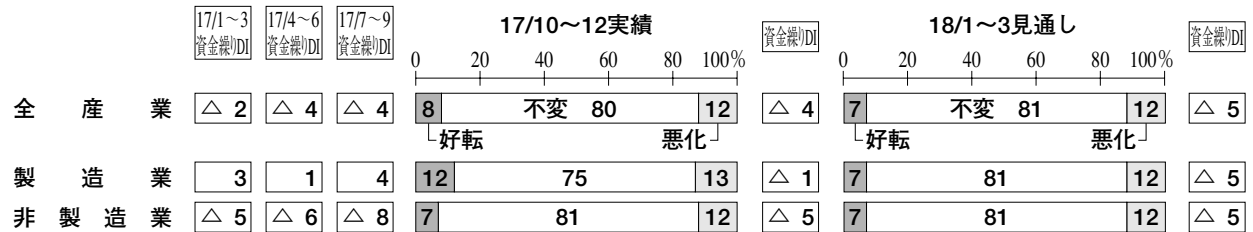
<図2>売 上



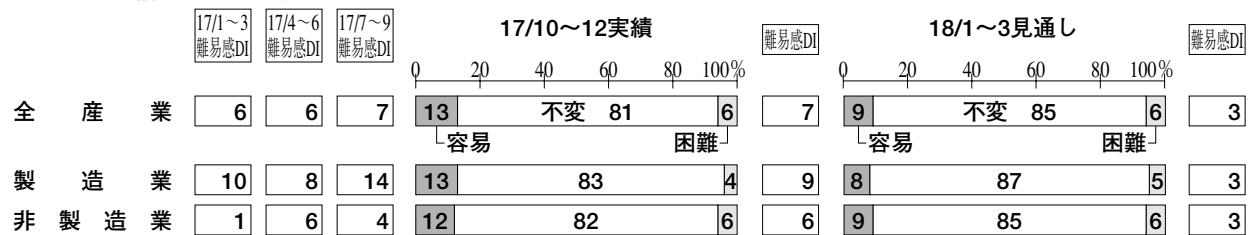
<図3>利 益



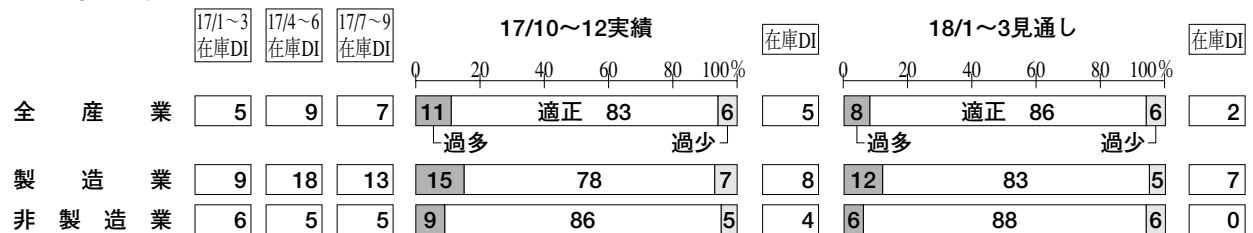
<図4> 資金繰り



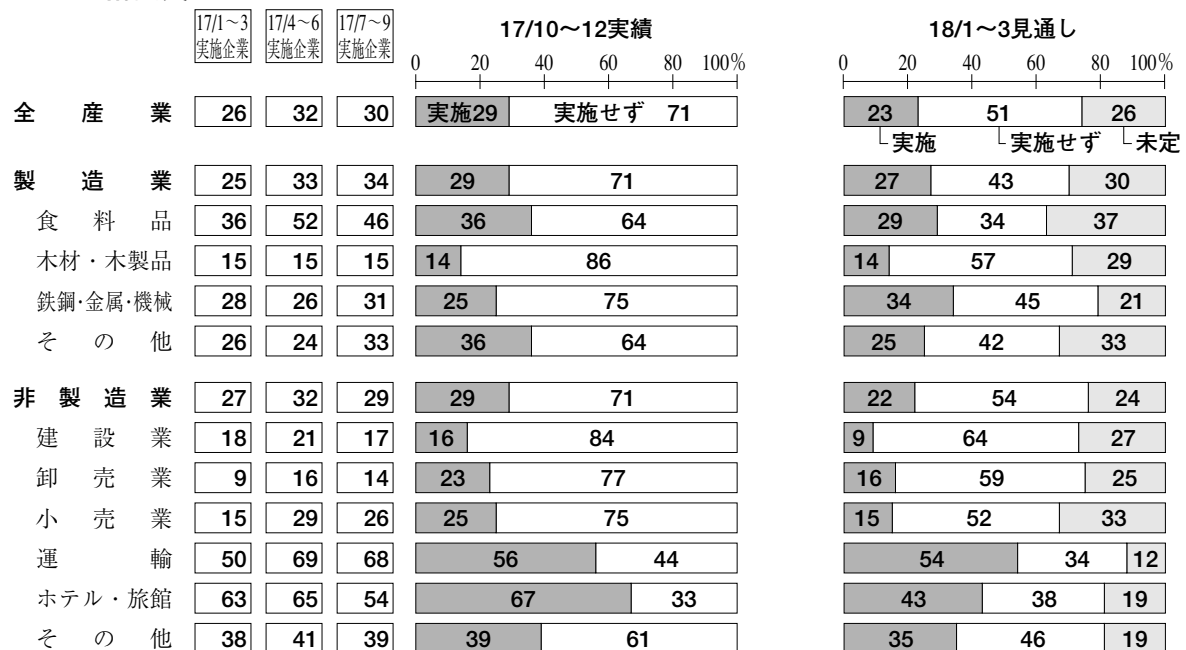
<図5> 短期借入金の難易感



<図6> 在庫



<図7> 設備投資



〈表１〉 当面する問題点（複数回答）

（単位：％）

	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	その他の非製造業
(1)売上不振	① 51	② 48	② 51	② 64	35	① 50	② 53	② 56	① 54	③ 46	③ 55	① 81	② 39
(2)過当競争	① 51	29	15	32	28	③ 44	① 59	① 72	③ 39	① 68	② 57	③ 57	① 43
(3)販売価格低下	③ 42	③ 37	23	③ 41	③ 38	① 50	③ 44	③ 44	② 41	② 47	36	① 81	③ 31
(4)原材料価格上昇	40	① 58	① 56	① 68	① 73	39	33	29	31	32	① 62	33	22
(5)諸経費の増加	30	32	③ 38	32	② 40	17	29	24	30	24	40	52	③ 31
(6)価格引き下げ要請	21	29	26	32	30	28	18	19	28	14	14	5	16
(7)人件費増加	14	12	8	9	13	17	15	16	16	7	12	29	18
(8)設備不足	10	12	13	—	15	14	10	3	10	4	26	29	12
(9)人手不足	9	4	3	5	5	6	11	9	3	7	19	19	18
(10)資金調達	8	6	10	9	5	—	10	9	8	8	10	29	6
(11)代金回収悪化	6	2	—	—	5	3	7	5	21	5	—	—	8
(12)その他	2	2	—	—	5	—	2	1	2	1	2	—	6

○内数字は業種内の順位

〈表２〉 地域別業況の推移

項 目	売 上 D I					利 益 D I					設 備 投 資 (%)				
	17年 1～3	4～6	7～9	10～12	18年 1～3 見通し	17年 1～3	4～6	7～9	10～12	18年 1～3 見通し	17年 1～3	4～6	7～9	10～12	18年 1～3 見通し
全 道	△18	△14	△13	△12	△13	△24	△22	△22	△20	△17	26	32	30	29	23(26)
札幌市	△14	△18	△11	△5	△1	△19	△14	△18	△13	△1	28	32	33	32	25(27)
道 央	△14	9	0	△10	△6	△17	△8	△16	△27	△25	27	42	31	30	22(24)
道 南	△21	△22	△38	△12	△13	△36	△34	△49	△29	△21	17	30	17	23	10(36)
道 北	△24	△19	△7	△16	△22	△39	△31	△20	△8	△17	28	33	33	28	29(17)
道 東	△29	△27	△31	△29	△36	△26	△39	△34	△33	△37	20	20	27	26	23(32)

（ ）内は設備投資未定企業

⑥ シニア層向けビジネスについて

昭和22年から昭和24年生まれのいわゆる「団塊の世代」が来年（平成19年）以降退職し始めるが、「団塊の世代」を含めたシニア層を企業はマーケットとしてどのようにみているか、調査した。4割弱の道内企業がマーケットとして「有望である」としている。しかし、「既に販売戦略をたてている」とする企業は少数にとどまった。一方、有望か否か「どちらとも言えない」とする企業は4割台半ばとなった。シニア層に対して、戦略をたてている企業は営業強化や新商品開発を重要視している。

調査結果は以下の通りである。

（１）シニア層向けビジネスについて

企業に「団塊の世代」を含めたシニア層は、マーケットとして有望か否か聞いた。

「有望である」とする企業（37%）は4割弱となった。特にホテル・旅館業では8割弱に達するなど、シニア層向けビジネスに高い関心を示している。また小売業、木材・木製品製造業でも半数を超えた。反面「有望ではない」とする企業（19%）は2割弱となった。一方、「どちらとも言えない」とする企

業（44%）は4割台半ばと多数を占めた。シニア層向けのビジネスについて、戦略を計りかねている企業や、プラス面とマイナス面の両面あり、とする企業も多い。（表3-1）

（２）シニア層向け販売戦略について

企業に「団塊の世代」を含めたシニア層向けの販売戦略について聞いた。

「予定なし」とする企業（58%）が6割弱と最も多い。しかし、「既に戦略を立てている」とした企業（6%）と「検討している」とした企業（36%）を合わせると、4割を超える企業がシニア層向けビジネスに関心を持っている。（表3-2）

（３）具体的な対応策について

上記のシニア層向け販売戦略を「既に立てている」または「検討している」とした企業に、具体的な方策を聞いた。

「シニア層向け営業の強化」とした企業（54%）が最多の5割台半ばとなった。続く「シニア層向け新商品の開発」（46%）は4割台半ばとなった。ホテル・旅館業では「新商品の開発」、また卸売業、小売業など流通関連では、「営業の強化」に重点を置いている。（表3-3）

〈表 3-1〉シニア層向けビジネスについて

(単位：%)

(項 目)	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	その他の非製造業
(1)有望である	37	27	44	52	10	12	41	35	37	52	20	79	44
(有望)	(12)	(9)	(14)	(19)	(3)	(3)	(14)	(6)	(14)	(21)	(10)	(37)	(15)
(やや有望)	(25)	(18)	(30)	(33)	(7)	(9)	(27)	(29)	(23)	(31)	(10)	(42)	(29)
(2)有望ではない	19	19	16	10	28	18	19	22	21	11	31	5	19
(3)どちらとも言えない	44	54	40	38	62	70	40	43	42	37	49	16	37

〈表 3-2〉販売戦略について

(単位：%)

(項 目)	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	その他の非製造業
(1)既に立てている	6	2	—	—	3	3	7	2	5	12	8	11	15
(2)検討している	36	26	50	35	12	12	39	40	22	60	13	84	32
(3)予定なし	58	72	50	65	85	85	54	58	73	28	79	5	53

〈表 3-3〉具体的な対応策について

(単位：%)

(項 目)	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	その他の非製造業
(1)シニア層向け営業の強化	54	36	14	29	50	60	58	65	73	60	75	33	36
(2)シニア層向け新商品(新サービス)の開発	46	58	36	43	33	60	44	24	47	40	63	78	59
(3)シニア層向け割引制度の導入	8	—	—	—	—	—	9	2	—	10	25	28	9
(4)その他	5	3	—	14	—	—	5	8	—	4	—	—	9

年間見通しに期待感

平成18年道内企業の業況見通し

要 約

1. 平成17年実績

16年に比べ売上DI (△18) はわずかに上昇したものの、利益DI (△23) は8ポイント低下し、利益面での厳しさが再び強まった。

2. 平成18年見通し

売上DI (△6) は12ポイント、利益DI (△8) は15ポイントそれぞれ上昇が見込まれ、マイナス水準ながら年間の業況見通しに期待感がみられる。

3. 道内景気の見通し

18年の道内景気について、景気見通しDI (△22) は低水準ながら14ポイント上

昇が見込まれる。

4. 売上・販売面で重視する項目

18年の売上・販売面で重視する項目について、「顧客ニーズの的確な把握」(62%)、「人材の育成・強化」(56%)、「営業方法の見直し」(42%) が上位に挙げられた。

5. 先行きの懸念材料

企業が18年の業況見通しを考慮するにあたり、懸念される材料を聞いた。「原油価格の動向」(66%) は約3分の2の企業が挙げたほか、「個人消費の動向」(51%) は半数を超え、「公共投資の動向」(47%) も高いウエイトを占めた。

① 平成17年実績（売上・利益）

17年の道内企業の業況は、前年に比べ売上DI (△18) はわずかに上昇したものの、利益DI (△23) は8ポイント低下した。製造業では売上は持ち直したが、非製造業は売上、利益とも低下した。道内企業は競争の激化や原油価格の高騰などから、利益面での厳しさが再び強まった。

17年の売上は、前年に比べ「増加」した企業(26%、回答社数百分比、以下同じ)から「減少」した企業(44%)を差し引いたDI (△18) は1ポイント上昇した。製造業(△1) は9ポイント上昇したものの、非製造業(△24) は1ポイント低下した。業種別では、食料品製造業がプラス水準に転じたほ

か建設業などが上昇した。半面、卸売業、小売業、ホテル・旅館業などが低下した。

17年の利益は、「増加」企業(22%)から「減少」企業(45%)を差し引いたDI (△23) は、8ポイント低下した。製造業(△9) は3ポイント、非製造業(△28) は10ポイントそれぞれ低下した。業種別では、食料品製造業、建設業などが幾分上昇し、卸売業、小売業、運輸業などが低下した。

(図8、図9)

② 平成18年見通し（売上・利益）

18年の業況見通しは、売上DI (△6) では12ポイント、利益DI (△8) では15ポイントそれぞれ上昇が見込まれ、年間見通しに期

<図8> 売 上



<図9> 利 益



待感がみられる。製造業は売上、利益ともプラス水準に転じる見込みとなり、非製造業は売上、利益ともに二桁の上昇が見込まれる。

18年の売上は、「増加見込み」の企業（22%）の企業から「減少見込み」の企業（28%）を差し引いたDI（△6）は12ポイント上昇する見込みである。製造業（+11）は12ポイント上昇しプラス水準に転じる見込みとなり、非製造業（△13）もマイナス水準ながら11ポイント上昇が見込まれる。業種別では、建設業などの低下が見込まれるが、食料品製造業、小売業など8業種で上昇が見込まれる。

18年の利益は、「増加見込み」の企業（22%）から「減少見込み」の企業（30%）を差し引いたDI（△8）は、15ポイント上昇する見込みである。製造業（+4）は13ポイント上昇しプラス水準が見込まれるほか、非製造業（△12）も16ポイント上昇が見込まれる。業種別では、建設業、鉄鋼・金属製品・機械製造業の低下が見込まれる。一方、食料品製造業および卸売業が大幅に上昇しプラス水準が見込まれるなど、8業種で上昇する見込みである。（図8、図9）

③ 資金繰り、短期借入金の難易感など

資金繰り判断DI（「好転企業」－「悪化企業」）の17年実績（△5）は、前年に比べ2ポイント低下した。18年見通し（△6）に大きな変化はない。

短期借入金の難易感DI（「容易企業」－「困難企業」）の17年実績（+5）は前年に比べ2ポイント低下した。18年見通し（△2）は7ポイント低下が見込まれる。

在庫判断DI（「過多企業」－「過少企

業」）の17年実績（+2）は、前年並みである。18年見通し（△1）は3ポイント低下が見込まれる。

雇用人員増減DI（「増加企業」－「減少企業」）の17年実績（△11）は、前年に比べ3ポイント持ち直したものの、従業員の抑制傾向に変わらない。18年見通し（△3）も抑制基調に変わらないが、そのテンポは幾分弱まる見込みである。

（図10、図11、図12、図13）

④ 設備投資

17年に設備投資を「実施した」企業（42%）は1ポイント上昇した。製造業（44%）はわずかに低下したが、非製造業（41%）はわずかに上昇した。業種別では、「実施した」企業は小売業などで低下したが、食料品製造業や卸売業などで上昇した。18年見通しでは、前年同時期調査に比べ「実施予定」企業（28%）は3ポイント上昇し、「実施しない」企業（44%）は7ポイント低下した。一方、「未定」企業（28%）は3割弱を占め、模様眺めの企業も多い。（図14）

⑤ 道内景気の見通し

道内景気について、企業に17年の判断と18年の見通しを聞いた。

17年の景気判断DI（△36）は、前年に比べ3ポイント上昇したものの大幅なマイナスにとどまり、道内経済が足踏みしたことを裏付けている。前年に比べ「好転した」とみる企業（2%）はわずかで「悪化した」とみる企業（38%）は4割弱、「横ばい」とみた企業（60%）は6割となった。

18年の景気見通しDI（△22）は低水準ながら14ポイント上昇が見込まれる。道内景気が「好転する」とみる企業（7％）は少数であるが幾分増加し、「悪化する」とみる企業（29％）は減少した。また「横ばい」とみる企業（64％）は6割台半ばとなった。（図15）

⑥ 売上・販売面で重視する項目

企業に18年の売上・販売面で重視する項目について、聞いた（複数回答）。

「顧客ニーズの的確な把握」(62％) を挙げる企業が最多となり、続いて「人材の育成・強化」(56％)、「営業方法の見直し」(42％)の順となった。業種別に最も重視する項目をみると、運輸業、ホテル・旅館業など6業種で「顧客ニーズの的確な把握」がトップに挙げられた。経営環境の厳しさが続く中で、多数の企業が消費者や販売先の要望に素早く応えようとしている。このほか、食料品製造業では「新商品（サービス）の開発」、卸売業で

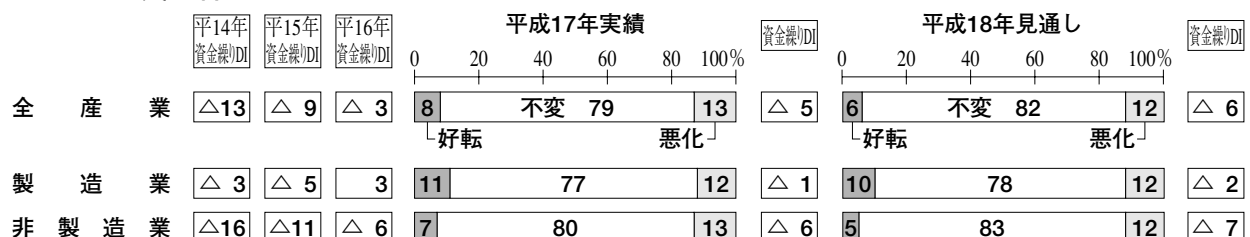
は「人材の育成・強化」、ホテル・旅館業では「IT（ホームページ）の活用」などがいずれも7割を超えた。（表4）

⑦ 先行きの懸念材料

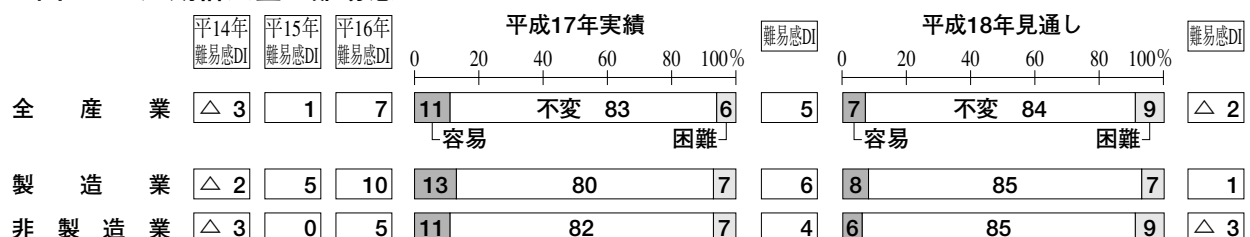
企業が18年の業況見通しを考慮するにあたり、懸念される材料を聞いた（複数回答）。

「原油価格の動向」(66％) を挙げる企業が約3分の2に達した。続く「個人消費の動向」(51％) が半数を超え、「公共投資の動向」(47％) も高いウエイトを占めた。業種別にみると、「原油価格の動向」は運輸業で大半の企業が挙げたほか、鉄鋼・金属製品・機械製造業で第1位となるなど全業種で上位に挙げられた。「個人消費の動向」は食料品製造業、小売業、ホテル・旅館業で、また「公共投資の動向」は建設業でそれぞれトップに挙げられた。このほか「物価の動向」(34％)、「金利の動向」(32％)なども懸念する企業が多い。（表5）

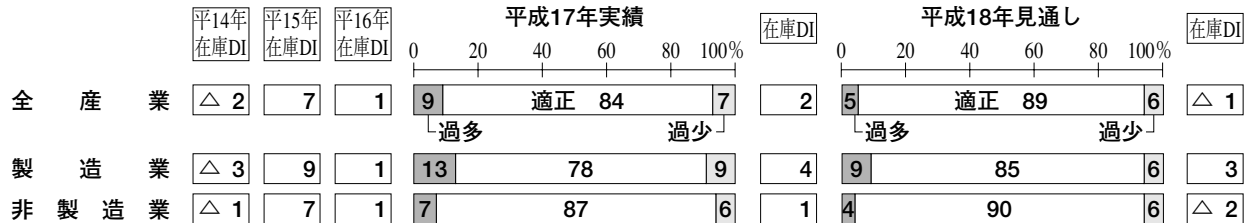
<図10> 資金繰り



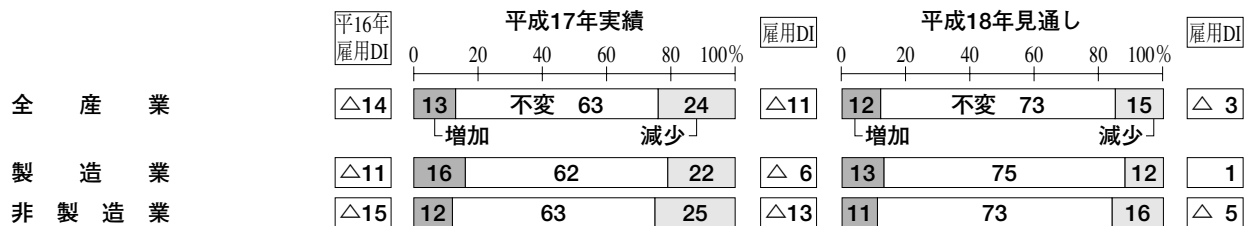
<図11> 短期借入金の難易感



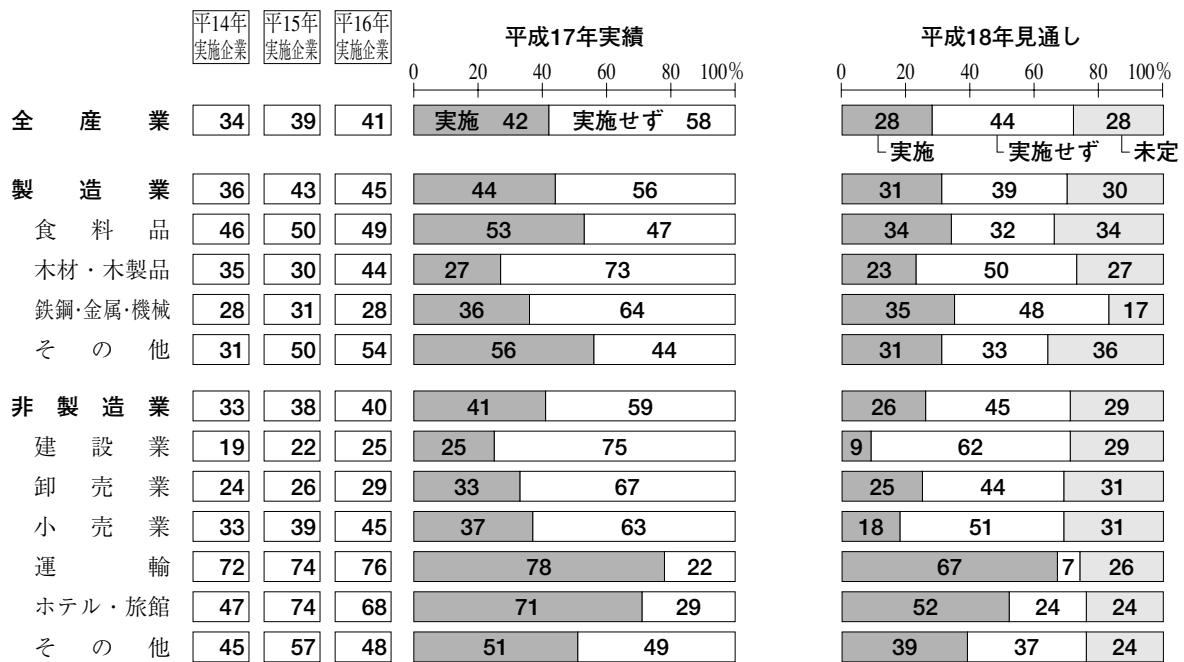
<図12> 在庫



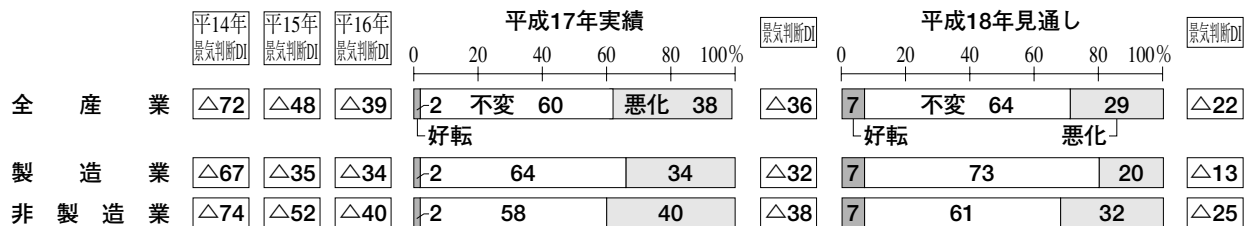
<図13> 雇用人員増減



<図14> 設備投資



<図15> 道内景気判断



〈表４〉 売上・販売面で重視する項目（複数回答）

（単位：％）

（項 目）	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	その他の非製造業
(1)顧客ニーズの的確な把握	① 62	① 50	② 56	32	③ 45	① 58	① 67	① 67	② 61	① 65	① 71	① 71	① 69
(2)人材の育成・強化	② 56	② 48	③ 39	32	① 68	② 47	② 59	② 56	① 71	② 60	② 57	57	② 53
(3)営業方法の見直し	③ 42	③ 43	36	① 46	③ 45	② 47	③ 42	③ 50	③ 51	34	③ 41	38	27
(4)同業他社の商品、サービスとの差別化	37	34	26	② 41	33	42	39	26	39	③ 51	36	③ 62	③ 41
(5)新商品（サービス）の開発	29	42	① 72	③ 36	28	31	23	12	41	23	12	48	31
(6)価格体系の見直し	28	34	31	23	② 48	31	26	21	31	19	33	43	25
(7)IT（ホームページ等）の活用	18	15	18	14	13	17	19	16	16	19	5	① 71	16
(8)他社との業務提携	14	15	5	9	13	31	14	21	8	4	19	5	16
(9)新たな事業への参入	13	11	5	14	15	11	14	14	18	11	7	5	22
(10)その他	2	2	3	—	3	—	2	1	3	4	2	—	—

○内数字は業種内の順位

〈表 5〉 先行きの懸念材料（複数回答）

（単位：％）

（項 目）	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	その他の非製造業
(1)原油価格の動向	① 66	① 72	② 67	② 68	① 83	① 67	① 64	② 58	② 56	② 68	① 98	② 76	② 47
(2)個人消費の動向	② 51	② 48	① 85	46	23	② 39	② 52	31	③ 51	① 78	③ 41	① 81	① 59
(3)公共投資の動向	③ 47	③ 42	10	③ 50	② 70	② 39	③ 49	① 76	48	23	② 43	19	③ 37
(4)物価の動向	34	37	③ 56	18	28	36	34	27	43	③ 46	21	29	33
(5)金利の動向	32	34	28	41	33	36	31	30	① 57	24	24	14	25
(6)民間設備投資の動向	30	27	3	5	③ 60	31	31	③ 52	31	12	24	14	20
(7)社会保障負担の増加	29	32	39	36	25	31	28	20	28	32	31	③ 52	27
(8)金融機関の融資姿勢	28	26	26	14	38	19	29	34	36	22	29	19	20
(9)国と地方の財政改革の動向	26	21	10	14	30	28	27	43	18	14	19	29	27
(10)住宅着工の動向	25	22	—	① 86	10	19	26	41	31	16	14	5	16
(11)定率減税変更の影響（縮小・廃止）	17	20	15	18	23	22	16	7	13	27	14	33	18
(12)中国経済の動向	14	23	21	32	18	28	11	4	20	12	17	10	8
(13)規制緩和の動向	13	11	8	—	18	14	14	8	12	8	38	14	18
(14)雇用の動向	13	7	13	—	5	6	15	7	23	16	10	24	25
(15)為替の動向	11	15	8	③ 50	8	8	9	2	13	20	12	—	8
(16)地価の動向	10	6	—	14	5	8	11	19	8	3	10	—	14
(17)政局の動向	8	7	—	—	8	17	9	15	7	7	5	5	6
(18)株価の動向	8	7	3	5	13	6	8	7	15	7	2	5	8
(19)アメリカ経済の動向	7	7	8	9	8	6	7	2	10	15	7	10	4
(20)その他	1	1	—	—	3	—	2	2	—	3	—	—	4

○内数字は業種内の順位

シニア層向けにビジネスチャンス

〈企業の生の声〉

今回の調査では、業況にわずかながら明るさがうかがえました。しかし、先行きについては公共工事の減少や過当競争に加え原油価格の高止まりもあり、建設関連業界を中心に慎重な姿勢が見られます。

「団塊の世代」の退職後を視野に入れたシニア層向けビジネスについては、「健康」、「安全」などをキーワードにチャンスを拡げようとする企業が多く見られます。

以下に企業から寄せられました生の声を紹介いたします。

1. 業況および今後の方針

●＜製菓業＞景気が回復基調にある関東圏への売上は増加傾向にあるが、道内での売上は前年を下回る。また原油価格の高騰が続くなか燃料費はもとより諸原料、包装資材も軒並み値上がりしているため売上原価は上昇している。一方で流通業界の価格競争を受け、販売価格は値下げ圧力を受けている。

●＜建築用製材業＞輸入原料、国内輸送費用等が値上がりしているが、販売価格に転嫁できないばかりか値下げ圧力をかけられている。

●＜商業施設用金属加工＞スーパー等の量販店の新規出店や百貨店の定期的リニューアルにより受注が比較的安定している。また受注はすべて特注なので、粗利益率が高い。

●＜農業用ハウス製造＞昨年（16年）の雪害と風害により農家の設備投資意欲が非常に低い。また今年は作物の出来が良すぎて価格の下落が続く、農家の収益率が悪化しており、来年度以降も設備投資は減少すると思われる。

●＜寝具の製造加工業＞人口の過疎化と高齢化により購買層が年々減少している。インターネット販売も始めているがまだ利益につな

がっていない。

●＜特殊車輛製造業＞少子化や社会不安の増加、女性の社会進出に関係する子育て支援の観点から、バス停留所で待つスタイルから戸別送迎にシフトする傾向にある。変化に十分対応できる商品構成・生産・販売体制を整えたので、今後の躍進が期待できる。

●＜建設業＞アスベスト対策工事が増加すると思われるが、特殊工事のため工事業者が限定され、価格の設定が難しい。

●＜建設業＞工事施工期間が集中し、それに伴う人手不足が生じるため工事原価にも多少の影響が出てくる。

●＜住宅リフォーム業＞住宅リフォームトラブル報道以来、売上不振が続いている。顧客へのアフターフォローを強化して、販売に結び付けていく。

●＜土木・舗装工事業＞売上の減少に加え、原料の価格高騰など利益確保が困難である。今後は人件費の見直しや外部委託等を視野に入れる。また売上を維持していくためM&Aなども考えている。

●＜中古住宅販売＞リフォーム住宅販売業者が増加している中で、自社施工及び仕入価格を下げるにより、オリジナル色を打ち出し差別化に取り組む。

●＜消防用設備施工＞平成18年6月より、一般新築住宅にも火災報知機の設置が義務付けられる。また、特別老人ホーム、グループホームの建築増加等も追い風になる。

●＜建設業＞今後住宅着工件数減少が予想されるため、既存施工物件のリフォームまたはリニューアルに力点を置く。

●＜婦人服卸売業＞インターネット販売をし、成果を挙げている。全国相手なので大きな販売市場である。

●＜小売業＞在庫を持って来店客を待っても、消費者はインターネットやカタログで新しい商品の情報を先取りし知識が豊富である。

●＜家具店＞新築需要に対して力を注ぎ、占有率の向上を図った。新築住宅向けの占有率は飛躍的に伸びたが、着工戸数の減少は頭の痛い問題である。

●＜物産店＞札幌中心部に、郷土料理飲食店を開設し、物産店と創作料理を提供することにより相乗効果を高めることにした。ダイレクトメールで宣伝を徹底したい。

●＜運輸業＞公共事業および民間設備投資の減少による業界の過当競争、価格の下落がここ当分続くものと思われる。コストダウンして生き延びるしかない。

●＜農産物運輸業＞トラック運送業界は運賃低迷に加え、環境・安全規制の強化によるコスト上昇、原油価格高騰による燃料費の大幅増加等、大変厳しい状況にある。

●＜運輸業＞公共事業削減の影響もあって、主力荷主の動きは鈍い。燃料油脂費の上昇は、収益を大幅に悪化させている。節約で対応できる状況にない。環境の変化によって上昇したコストを吸収できる適切な運賃を実現すべく値上げ交渉を行う。

●＜バス会社＞乗合部門は、過疎化による人口の減少やマイカーの普及などで不採算路線の維持は厳しい。今後の国・北海道の補助制度の動向によっては、路線廃止もやむを得ない状況にある。貸切部門は規制緩和後の事業者の増加に伴い、過当競争が一段と厳しく、運賃の下落が目立ち、稼働は前年並みでも収入が伴わない。また軽油価格の高騰による経費の増加が著しいが、運賃に転嫁出来ず、他の経費節減にも限界がある。

●＜都市ホテル＞同業者の低価格攻勢と結婚式に対する顧客の考え方が変わり苦戦している。市場の掘り起こしと、バス送迎を組み込んだ商品を開発中。客室内の高速インターネット対応や主婦向けランチなどを企画し小宴会場の稼働率アップを進める。

2. シニア層に対する具体的な対応策

●＜水産加工業＞少子高齢化社会に向け、シニア層向けの商品開発に力を入れたい。現在、商工会議所が進めるシニア市場開拓研究会に入会し勉強中である。

●＜かまぼこ製造業＞食べ物の人気度は、マスコミで取り上げられると影響が大きい。「安心、安全、健康に良い」を柱に販売促進している。出来合いの食事が多くなっているため、良質の素材をシニア向けに料理するなど一層の工夫が必要である。

●＜特殊車輛製造業＞団塊の世代向けビジネスとして、余暇時間を有効活用した自作キャンピングカーの製作教室の運営や低価格キャンピングカーの開発・販売などを検討中である。また高齢化社会へ向け、身体機能の低下した高齢者向けの車両の開発や、送迎の質の向上を目指したバスの開発等も検討中である。

●＜建設業＞団塊世代層向けに、老後の「住」に関する相談窓口としての体制を考えている。

●＜住宅建築業＞当社は親子同居住宅の建築が多く、今後もこの分野に重点を置き、なお一層の営業努力と見学会に力を入れたい。

●＜建設業＞シニア層、特に退職者向け住宅分譲地の開発を推進する。またバリアフリーなど高齢者住宅対応としてのリフォーム事業に力点を置く。

●＜中古住宅販売＞除雪等の問題より戸建からマンションへの需要が流れる中、プラスアルファを提案できる中古マンションを販売することを検討している。

●＜分譲マンション販売＞高齢化に拍車がかかり、今後7年くらいはシニア向け商品が順調に売れると考えられる。しかし設備を増やしてもその先の需要は減退するので、極端な

事業シフトは考えていない。

●＜建材卸売業＞シニア層を対象とした住宅や福祉施設は必然的に増加すると考えられる。業界にとっては需要の増加を期待できる。

●＜スポーツ用品店＞ウォーキングシューズ販売を強化する。ウォーキング指導者やシューフィッターの資格取得など人材を育成する。

●＜家電製品販売＞最近のデジタル家電の取り扱い方には、操作が難解なため親切に説明することで顧客満足度を上げたい。

●＜家具店＞すわり心地がいいソファや寝心地のよいベッドなど、より个性的で質感や機能性の高い商品を充実させる。

●＜コンビニエンスストア＞近隣への配達が高齢者から好評である。今後は要望も取入れよりよいサービスの提供を検討したい。

●＜タクシー会社＞70歳以上の高齢者の増加は、利用客の増加に結びつくと思われる。

●＜都市ホテル＞インターネットで集客を図りながら、温泉、風呂の施設充実に関心を入れる。これからは、高齢社会に対応し投資をしなければならない。食に関しても健康に関心のあるシニア層を惹きつけていきたい。

●＜都市ホテル＞クラス会等の売り込みのために、貸切宴会プラン等を企画中。宴会終了後には客室を談話室として利用でき、時間を気にせずくつろいでもらえるようにする。

●＜自動車修理業＞シニア層は高品質、高サービスを求める世代と考えている。ユーザーの生活に合わせた提案型サービスを行っていく。また、自動車レンタルサービスを強化したい。

3. 年間の業況見通しと重視項目

●＜製材業＞同業他社の減少に加え業務も地元集中しており、業況は好転すると思われる。

●＜木材建具製造＞社会保障負担の増加と増税ラッシュで消費も冷え込み、住宅着工も減ると思われる。あえて次のステップを期待して事業を前向きに考えるために、工場の整備に取りかかる予定である。

●＜鉄骨製造業＞関東を中心に仕事を行っているため、道内ほどの落ち込みはない。

●＜型枠専門工事業＞札幌市内の建築物の高さ制限導入や公共事業の減少に伴い施工量全体が少なくなると思う。

●＜土木工事業＞従来からの取引先の建築業者等の顧客を中心とした営業活動に加え新規顧客の開拓等を展開していきたい。PCBの処理設備の建設工事も始まるので、この受注にも期待している。

●＜分譲マンション販売＞地方都市での百貨店、スーパーの相次ぐ閉鎖は、低迷する地方経済に冷や水を浴びせている。また公務員の給与カットも始まり、高額商品は厳しい局面にさらされる。

●＜電気工事業＞税負担、社会保障負担の増加に伴う景況の悪化は深刻な問題である。如何に労働者のモチベーションを持続させ、企業の負担を軽減できるかが勝負である。

●＜建設業＞公共事業大幅削減は避けられず道内景気は悪くなくても良くはならない。当社も売上減少は避けられないが、一層の営業強化、公共工事に頼らない民間工事受注、道外進出等、多様な事業で受注を確保し、生き残りを図る。

●＜食料品店＞店で待つだけの販売から、注文をいただく御用聞きを少しずつ行いたい。高齢化社会に向けて販売方法も変えていかなければならない。

●＜土産物品店＞観光業界においては世界遺産に認定された知床への入り込みが期待されるため、「知床」関連商材の拡販に注力したい。

●＜農産物運輸業＞一次産品を輸送主体としているものの、農産物の契約栽培や農業の法人化等で物流が変化し、物量にも大きく影響してくる。加えて軽油価格の高騰分を輸送単価に転嫁できず、きわめて困難な経営を強いられるであろう。

●＜陸上貨物輸送業＞売上高の大幅な増加は望めないのが、新型車導入による省エネ効果、バーコード管理による出荷作業及び事務処理の大幅な省力化によるコストの削減を目指す。



地域振興の拠点として期待される「道の駅」

「道の駅」は複合機能を持った休憩施設であるとともに地域振興の拠点となりうる施設である。道内には平成17年8月に登録された6駅を加えて92ヶ所の道の駅がある。これは全国（830ヶ所）の11%を占めている。道の駅は大勢の人が集まるところであり、観光の拠点や特産品を販売する場などとして地元の期待は非常に大きい。

「道の駅」とは

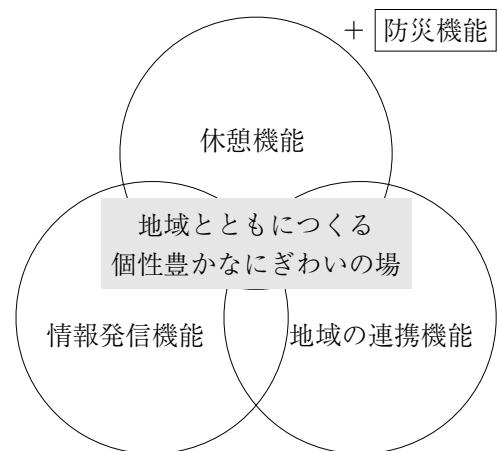
道の駅とは、市民団体が「道路にも鉄道の駅のような憩える場を」と提唱したことがきっかけとなり、平成5年2月に建設省（現：国土交通省）に設けられた「道の駅懇談会」の提言に基づき制度化された複合機能型休憩施設である。

道路利用者のための「休憩機能」、道路利用者や地域の方々のための「情報発信機能」、そして「道の駅」をきっかけに町と町とが手を結び活力ある地域づくりを共に行うための「地域の連携機能」の3機能を併せ持つ休憩施設である。

また、道の駅の増加に伴い上記の3機能に加えて「防災機能」などの役割を果たしている。

※「防災機能」～地震や津波など発生時の救援拠点などの機能。

■道の駅の概念図



資料：国土交通省HP

設置基準

道の駅として登録されるためには一定の基準をクリアしなければならない。国土交通省の設置基準は、次のとおりである。

①設置者

- ・市町村または市町村に代わり得る公的な団体（以下、市町村等）

※ 道の駅には整備上、単独型と一体型がある。

単独型…市町村等が単独で整備する。レストランや売店などの地域振興施設等に加えて駐車場等も市町村等が整備する（案内標識は道路管理者が設置）。

一体型…地域振興施設等を市町村等が、駐車場等の一部を道路管理者が整備する。

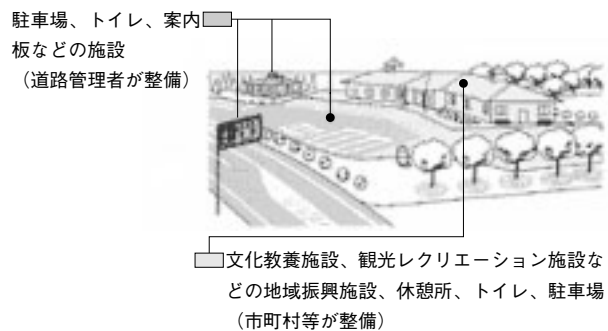
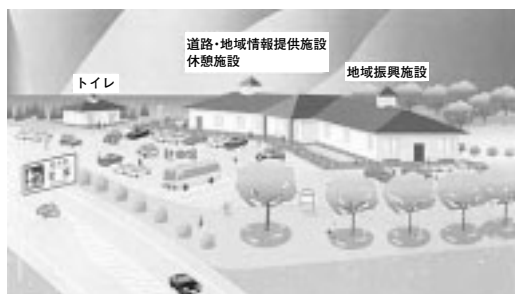
②施設位置

- ・休憩施設としての利用のしやすさ、道の駅相互の機能分担の観点から、適切な位置に配置していること。

③提供するサービス

- ・ 駐車場、トイレ、電話が24時間利用可能であること。
- ・ 休憩目的の利用者が無料で利用できる十分な容量の駐車場があること。駐車台数は概ね20台（大型車用は2台分に換算）以上。
- ・ 清潔なトイレ。水洗式で便器数が概ね10器以上で障害者用も設置していること。
- ・ 駐車場とトイレを結ぶ主要な歩行経路はバリアフリー化を図り、歩行経路以外も極力バリアフリーとすること。
- ・ 道路情報、地域情報などを提供する案内所または案内コーナーがあること。

■施設イメージ



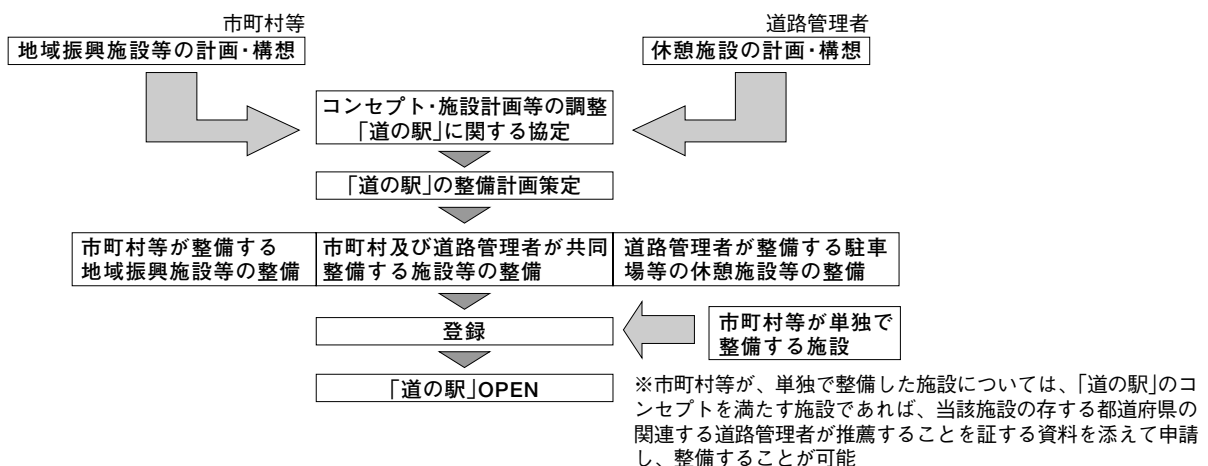
資料：国土交通省HP

設置手続き

道の駅の設置は、市町村等が整備計画を策定し、当該施設の一般国道または都道府県道の道路管理者を経由して道路局長に提出する。

道路局長は申請に基づき審査し、基準に合致していれば、登録証が交付される。

■「道の駅」が出来るまで



資料：国土交通省HP

「道の駅」のタイプ

道の駅は24時間利用可能な無料で十分な駐車場や清潔なトイレ、道路・地域情報を提供できる案内所などの設置条件を満たしていれば登録可能なことから、様々な道の駅が出来てきている。そのなかで公共サービスの提供のみを重視するか、その機能にプラスして地域活性化あるいは事業採算性を重視するかという事業スタンスによって大きく2つのタイプに分けられる。

- ①公共サービス型 …休憩、トイレ、自販機など最低限のサービスを行い、運営リスクも最低限とする。
- ②地域活性化施設型…地域振興、観光振興の拠点としての役割を担い、事業採算も重視する。
(①+地域活性化機能)

道内の道の駅においては、設備投資金額や維持管理費の経済的観点および地域活性化を目的として、「地域活性化施設型」が多くなってきている。

道内の「道の駅」の入込み状況

道の駅の利用者数は、面している道路の交通量に大きく影響を受ける。一般に、交通量の多い道の駅の利用客は多く、交通量の少ない道の駅の利用客は少ない。

道内においても幹線に面している規模の大きな道の駅での入込み数が多い。北海道地区「道の駅連絡会」によると年間1,000千人～1,500千人（平成16年）の入込みがある道の駅は5ヶ所であり、いずれも交通の要衝に位置している。

また、地元特産品を販売するなど特色のある道の駅の入込み客数も多い。「望洋中山」の“あげいも”や「ニセコビュープラザ」の“地元野菜の直売所”などは有名である。

■平成16年入込み数

年間 1,000千人～1,500千人（順不同）

道の駅名	市町村	考えられる要因
望洋中山	喜茂別町	・近隣に競合施設がない。 ・名物特産品がある。（あげいもなど）
フォーレスト276大滝	大滝村	・団体観光バスの立ち寄りルート。 ・豊富な土産品と豪華なトイレ。
マオイの丘公園	長沼町	・札幌から近い。 ・農産物の直売所が人気。
ニセコビュープラザ	ニセコ町	・地元野菜の直売所。 ・リゾート地に立地。
ぐるっとパノラマ美幌峠	美幌町	・美幌峠の頂上付近にあり、絶景。 ・団体観光バスの立ち寄りルート。

資料：北海道地区「道の駅連絡会」へのヒアリングから北洋銀行作成

「道の駅」設置および運営のポイント

道の駅は休憩施設などの公共サービスの役割も担っているが、設備投資資金の回収や施設運営コストを賄うための収入を得ることが必要である。公共サービス型での施設でも少なくとも年間数百万円の費用はかかる。運営を成功させるポイントは次の通りと考えられる。

- ①交通量 何と言っても交通量が多いほうが良い。ただ、交通量が多いからと言って何をやってもうまくいくとは限らない。
- ②マーケティング 施設規模、施設メニューを策定するためには利用客数の見込み、ニーズをつかむ必要がある。
- ③コンセプト（基本的な考え方）
施設全体のコンセプトが必要。コンセプトがしっかりしていないと、施設メニューや動線などに問題が生じる可能性が高い。
- ④運営体制 運営は、柔軟な対応が可能な民間主体で考えるべきである。
- ⑤トイレの清潔感 特に女性には清潔なトイレが重要。道の駅の基本は、トイレである。
- ⑥特産品、独自コンテンツ
人気の道の駅には地元の農産物などの特産品がある。「ライスランドふかがわ」のように地元のお米に付加価値をつけた釜飯などのヒット商品が人気を呼ぶ。
- ⑦テイクアウトメニュー
ファーストフードへのニーズも強い。望洋中山の「あげいも」や地元の牛乳を使った「アイスクリーム」などの商品の人気は高い。
- ⑧地域活性化の拠点
市町村、商工会議所（商工会）、JA、漁協など各団体が協力し、地域一体となって魅力のある施設、商品を構成する。また、絶好の地域の情報発信拠点として認識することが必要である。

主要経済指標（１）

年月 (邦暦)	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	
	12年=100	前年同月比(%)	12年=100	前年同月比(%)	12年=100	前年同月比(%)	12年=100	前年同月比(%)	12年=100	前年同月比(%)	12年=100	前年同月比(%)
13年度	92.8	△ 6.6	90.8	△ 9.1	94.6	△ 4.9	91.6	△ 8.4	91.7	△ 3.7	91.8	△ 6.1
14年度	94.2	1.5	93.3	2.8	96.1	1.6	94.8	3.5	91.0	△ 0.8	86.5	△ 5.8
15年度	94.1	△ 0.1	96.6	3.5	95.0	△ 1.1	98.8	4.2	87.8	△ 3.5	85.4	△ 1.3
16年度	94.4	0.3	100.6	4.1	95.1	0.1	102.6	3.8	87.6	△ 0.2	87.7	2.7
16年 7～9月	94.4	0.4	100.7	6.4	94.7	0.0	103.0	6.3	89.8	△ 4.7	91.5	0.8
10～12月	94.7	0.3	99.8	1.8	94.8	△ 0.9	102.1	1.6	92.4	1.1	89.5	△ 0.3
17年 1～3月	95.3	0.5	101.5	1.4	97.2	2.7	102.5	0.6	90.1	△ 0.2	92.3	2.7
4～6月	90.1	△ 4.0	101.1	0.3	91.0	△ 3.6	103.5	0.2	89.2	△ 0.7	92.2	2.4
7～9月	90.0	△ 4.6	100.9	0.1	91.5	△ 3.4	103.7	0.6	91.8	2.3	94.5	3.3
16年 11月	94.2	△ 0.1	100.2	4.4	94.6	△ 0.8	102.3	5.1	91.4	0.2	90.8	△ 0.3
12月	94.6	0.4	100.0	1.9	94.3	0.2	102.0	1.1	92.4	1.1	89.5	△ 0.3
17年 1月	96.8	1.1	103.2	2.0	97.3	2.3	104.3	0.4	92.2	0.3	91.4	2.5
2月	96.5	1.3	100.8	1.0	97.9	3.3	101.3	△ 0.1	91.8	0.2	92.6	3.3
3月	92.5	△ 0.6	100.6	1.2	96.3	2.7	102.0	1.4	90.1	△ 0.2	92.3	2.7
4月	92.9	△ 2.4	102.5	0.3	94.2	0.1	104.8	0.6	89.3	△ 1.8	92.3	1.1
5月	88.1	△ 4.1	99.6	0.3	88.6	△ 3.9	101.7	△ 0.6	88.3	△ 3.0	92.4	2.8
6月	89.2	△ 5.5	101.2	0.2	90.2	△ 6.9	104.0	0.6	89.2	△ 0.7	92.2	2.4
7月	89.4	△ 6.1	100.0	△ 2.3	92.1	△ 4.7	102.4	△ 2.6	89.3	△ 0.1	92.7	5.1
8月	89.4	△ 6.2	101.1	1.5	90.3	△ 4.3	104.7	3.3	89.4	△ 0.2	93.7	4.2
9月	91.1	△ 1.7	101.5	1.2	92.1	△ 1.1	103.9	1.3	91.8	2.3	94.5	3.3
10月	89.7	△ 6.0	102.1	3.0	91.3	△ 4.4	105.9	3.9	90.8	0.3	92.9	2.6
11月	89.5	△ 5.0	103.5	3.3	91.1	△ 3.7	106.2	3.8	90.4	△ 1.1	94.3	3.8
資料	経済産業省、北海道経済産業局											

■鉱工業指数は季節調整済み（12年＝100）。前年比（前年同月比）は原指数による。在庫指数の四半期計数は最終月指数。

年月 (邦暦)	大型小売店販売額											
	大型店計				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(%)
13年度	1,049,643	△ 3.6	222,211	△ 2.9	410,400	△ 0.8	95,760	△ 0.3	639,243	△ 5.4	126,451	△ 4.8
14年度	1,048,009	△ 3.3	220,413	△ 2.0	388,574	△ 3.7	93,151	△ 2.3	659,434	△ 3.1	127,262	△ 1.7
15年度	1,036,541	△ 6.3	217,338	△ 3.3	383,298	△ 9.4	90,865	△ 2.4	653,243	△ 4.5	126,473	△ 3.9
16年度	1,006,325	△ 4.8	213,829	△ 4.0	361,905	△ 4.8	87,863	△ 3.2	644,419	△ 4.8	125,967	△ 4.1
16年 7～9月	244,349	△ 3.7	51,862	△ 3.4	86,186	△ 4.0	20,740	△ 3.0	158,163	△ 3.6	31,121	△ 3.7
10～12月	275,753	△ 5.2	58,409	△ 4.5	102,389	△ 4.9	25,022	△ 3.8	173,364	△ 5.4	33,387	△ 5.1
17年 1～3月	242,244	△ 4.6	51,914	△ 4.0	87,795	△ 4.4	21,229	△ 3.0	154,449	△ 4.7	30,685	△ 4.7
4～6月	241,765	△ 3.3	51,447	△ 2.4	83,388	△ 2.5	20,638	△ 0.4	158,377	△ 3.8	30,809	△ 3.8
7～9月	237,450	△ 3.9	51,435	△ 2.4	83,996	△ 2.5	20,612	△ 0.1	153,454	△ 4.7	30,823	△ 4.0
16年 11月	80,438	△ 8.2	17,610	△ 5.3	29,650	△ 7.6	7,491	△ 5.4	50,788	△ 8.6	10,119	△ 5.2
12月	111,734	△ 4.0	22,966	△ 4.2	42,073	△ 4.3	10,208	△ 2.8	69,661	△ 3.8	12,757	△ 5.3
17年 1月	85,889	△ 2.7	19,305	△ 1.2	31,090	△ 2.3	7,836	0.7	54,799	△ 3.0	11,469	△ 2.6
2月	69,590	△ 7.4	15,167	△ 6.7	24,204	△ 6.8	5,889	△ 7.2	45,386	△ 7.8	9,278	△ 6.3
3月	86,765	△ 4.0	17,442	△ 4.5	32,501	△ 4.5	7,503	△ 3.2	54,264	△ 3.8	9,939	△ 5.5
4月	81,699	△ 2.0	17,148	△ 2.3	28,691	△ 1.8	6,917	△ 0.5	53,008	△ 2.2	10,231	△ 3.6
5月	80,606	△ 5.0	17,155	△ 3.1	27,010	△ 4.1	6,848	△ 1.4	53,596	△ 5.5	10,307	△ 4.2
6月	79,460	△ 3.2	17,144	△ 1.9	27,687	△ 1.7	6,873	△ 0.7	51,773	△ 3.6	10,272	△ 3.6
7月	84,637	△ 3.2	19,280	△ 1.7	31,463	△ 2.0	8,510	0.6	53,174	△ 3.9	10,770	△ 3.4
8月	76,698	△ 4.5	16,323	△ 3.0	24,922	△ 4.1	5,828	△ 1.1	51,776	△ 4.7	10,495	△ 4.0
9月	76,114	△ 4.1	15,832	△ 2.7	27,611	△ 1.7	6,275	0.0	48,503	△ 5.5	9,557	△ 4.5
10月	81,079	△ 4.9	17,486	△ 3.3	30,041	△ 2.0	7,283	△ 0.4	51,038	△ 6.6	10,203	△ 5.4
11月	80,645	△ 0.4	17,941	0.8	29,039	0.9	7,697	3.1	51,606	△ 1.2	10,245	△ 0.9
資料	経済産業省、北海道経済産業局											

■大型小売店販売額の前年比は既存店ベースによる。

主要経済指標（２）

年月 (邦暦)	コンビニエンス・ストア販売額				消費者物価指数（総合）				円相場 (東京市場)	日経 平均 株価
	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(%)	12年＝100	前 年 同 月 比(%)	12年＝100	前 年 同 月 比(%)	円／ドル	円 月(期)末
13年度	419,979	△ 2.9	68,837	△ 1.7	98.9	△ 1.1	98.9	△ 1.0	125.13	11,134
14年度	420,678	△ 2.2	70,279	△ 1.8	98.2	△ 0.7	98.3	△ 0.6	121.90	7,973
15年度	419,364	△ 2.2	71,334	△ 2.5	97.9	△ 0.3	98.1	△ 0.2	113.03	11,715
16年度	421,045	△ 1.1	72,973	△ 0.8	98.2	0.4	98.0	0.0	107.49	11,669
16年 7～9月	114,760	2.6	19,387	1.1	98.2	0.3	98.1	△ 0.1	109.91	10,824
10～12月	106,792	△ 1.5	18,458	△ 1.1	98.7	1.0	98.5	0.5	105.89	11,489
17年 1～3月	96,005	△ 2.9	17,183	△ 2.1	97.9	0.3	97.6	△ 0.2	104.47	11,669
4～6月	102,510	△ 2.8	18,293	△ 1.5	98.3	0.1	97.9	△ 0.1	107.63	11,584
7～9月	113,174	△ 1.8	19,654	△ 2.3	98.0	△ 0.2	97.8	△ 0.3	111.24	13,574
16年 11月	34,021	△ 2.4	5,955	△ 1.3	98.8	1.3	98.6	0.8	104.90	10,899
12月	37,159	△ 1.1	6,394	△ 0.9	98.6	0.8	98.1	0.2	103.84	11,489
17年 1月	32,586	△ 2.0	5,719	△ 1.9	98.0	0.5	97.6	△ 0.1	103.21	11,388
2月	29,931	△ 3.3	5,334	△ 2.8	97.6	0.0	97.4	△ 0.3	104.88	11,741
3月	33,488	△ 3.3	6,130	△ 1.5	98.1	0.3	97.7	△ 0.2	105.31	11,669
4月	32,637	△ 3.2	6,043	△ 1.2	98.2	0.2	97.9	0.0	107.36	11,009
5月	34,512	△ 3.5	6,120	△ 2.0	98.6	0.5	98.2	0.2	106.91	11,297
6月	35,361	△ 1.8	6,130	△ 1.6	98.1	△ 0.3	97.7	△ 0.5	108.63	11,584
7月	37,960	△ 4.8	6,678	△ 4.9	97.9	△ 0.1	97.6	△ 0.3	111.93	11,900
8月	39,645	△ 2.9	6,759	△ 1.4	98.0	△ 0.2	97.7	△ 0.3	110.72	12,414
9月	35,569	△ 1.8	6,217	△ 0.3	98.2	△ 0.2	98.0	△ 0.3	111.06	13,574
10月	35,008	△ 3.5	6,142	△ 3.0	98.4	△ 0.3	98.1	△ 0.7	114.82	13,607
11月	33,343	△ 3.8	5,923	△ 3.9	98.3	△ 0.5	97.8	△ 0.8	118.41	14,872
資料	経済産業省、北海道経済産業局				総務省、北海道				日本銀行	日本経済新聞社

■コンビニエンス販売額の前年比は既存店ベースによる。 ■北海道の消費者物価指数の年度計数は暦年 ■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 (邦暦)	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(%)
13年度	200,593	△ 1.7	54,416	△ 2.6	101,556	△ 2.7	44,621	2.0	4,738,701	△ 1.7
14年度	201,070	0.2	46,300	△14.9	106,934	5.3	47,836	7.2	4,855,663	2.5
15年度	193,272	△ 3.9	52,212	12.8	92,028	△13.9	49,032	2.5	4,733,490	△ 2.5
16年度	189,088	△ 2.2	51,147	△ 2.0	90,023	△ 2.2	47,918	△ 2.3	4,741,421	0.2
16年 7～9月	47,244	△ 0.4	13,440	2.3	22,439	△ 1.2	11,365	△ 2.2	1,177,233	2.3
10～12月	40,204	0.8	10,898	△ 3.6	18,997	6.1	10,309	△ 3.5	1,110,982	3.2
17年 1～3月	55,724	△ 3.7	14,439	△ 9.0	27,366	1.0	13,919	△ 6.5	1,447,532	△ 1.3
4～6月	47,930	4.4	12,141	△ 1.9	23,232	9.5	12,557	1.9	1,089,938	8.4
7～9月	46,199	△ 2.2	11,494	△14.5	22,628	0.8	12,077	6.3	1,169,256	△ 0.7
16年 11月	14,734	8.9	4,115	10.7	7,046	13.6	3,573	△ 0.9	390,134	9.7
12月	12,035	0.0	3,470	△ 7.4	5,282	4.0	3,283	2.4	371,374	5.6
17年 1月	10,747	0.7	2,836	△11.6	5,132	12.1	2,779	△ 3.8	323,754	△ 1.2
2月	14,725	△ 3.7	3,668	△14.0	7,033	1.9	4,024	△ 2.4	440,016	△ 0.4
3月	30,252	△ 5.2	7,935	△ 5.5	15,201	△ 2.7	7,116	△ 9.6	683,762	△ 1.9
4月	15,287	4.4	3,767	△ 1.3	7,336	12.8	4,184	△ 3.3	329,004	9.0
5月	14,571	4.7	3,830	△ 0.6	6,819	10.3	3,922	1.0	344,155	7.9
6月	18,072	4.2	4,544	△ 3.3	9,077	6.3	4,451	8.2	416,779	8.3
7月	17,000	△ 5.4	4,371	△14.5	8,369	△ 7.1	4,260	10.8	421,641	△ 2.1
8月	11,769	0.2	2,830	△13.3	5,911	4.3	3,028	7.6	290,465	△ 0.3
9月	17,430	△ 0.5	4,293	△15.2	8,348	7.6	4,789	1.8	457,150	0.4
10月	13,108	△ 2.4	3,037	△ 8.3	6,338	△ 5.0	3,733	8.1	343,992	△ 1.6
11月	13,388	△ 9.1	3,293	△20.0	6,348	△ 9.9	3,747	4.9	364,635	△ 6.5
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									

主要経済指標 (3)

年月 (邦暦)	新設住宅着工戸数				公共工事請負金額				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(%)	百万円	前年同 月比(%)	億円	前年同 月比(%)	億円	前年同 月比(%)
13年度	47,881	△ 4.0	11,732	△ 3.3	1,640,630	△ 5.7	192,976	△ 7.8	106,623	△12.6
14年度	48,799	1.9	11,456	△ 2.4	1,464,998	△10.7	179,080	△ 7.2	102,664	△ 3.7
15年度	50,724	3.9	11,736	2.5	1,206,954	△17.6	154,589	△13.7	111,078	8.2
16年度	48,148	△ 5.1	11,930	1.7	1,122,138	△ 7.0	137,354	△11.1	118,292	6.5
16年 7～9月	13,877	5.0	3,168	9.4	373,466	△ 5.6	39,013	△12.4	28,847	3.8
10～12月	12,040	△ 9.0	3,036	△ 0.1	176,336	△ 1.4	31,306	△15.2	28,082	1.1
17年 1～3月	7,116	△12.7	2,710	1.5	140,332	△20.1	29,212	△ 5.5	33,059	9.4
4～6月	14,657	△ 3.0	3,078	2.0	440,299	1.9	35,392	△ 6.4	28,875	2.0
7～9月	14,651	5.6	3,326	5.0	353,478	△ 5.4	37,857	△ 3.0	31,351	8.7
16年 11月	4,076	△18.0	986	0.2	54,926	11.2	9,697	△ 4.2	9,857	15.1
12月	3,735	△13.5	988	△ 2.0	28,341	△26.9	9,051	△14.6	10,193	△ 0.9
17年 1月	2,142	11.6	949	6.9	13,956	△38.0	6,624	△12.6	7,556	4.8
2月	2,485	9.4	853	0.4	11,671	△58.7	6,605	△ 3.2	9,329	7.2
3月	2,489	△37.1	908	△ 2.7	114,705	△ 8.1	15,983	△ 3.1	16,174	13.2
4月	4,592	5.0	967	0.6	140,317	△14.2	13,779	△11.3	9,114	2.5
5月	4,855	△ 5.4	1,019	3.0	119,047	5.7	8,583	△ 0.4	8,422	△ 2.7
6月	5,210	△ 7.1	1,092	2.4	180,935	16.1	13,030	△ 4.7	11,339	5.4
7月	4,401	△ 6.7	1,153	8.3	130,009	△15.4	11,667	△12.7	8,906	10.0
8月	5,227	10.7	1,092	7.0	117,547	△ 1.7	12,042	△ 0.2	9,197	13.4
9月	5,023	13.2	1,081	△ 0.2	105,922	5.6	14,149	4.1	13,248	4.8
10月	6,004	42.0	1,158	9.1	72,540	△22.1	12,379	△ 1.4	8,718	8.5
11月	6,362	56.1	1,110	12.6	41,482	△24.5	9,610	△ 0.9	9,878	0.2
資料	国土交通省				保証事業会社協会				内閣府	

年月 (邦暦)	来道客数		有効求人倍率		完全失業率		企業倒産件数 (負債総額1,000万円以上)			
			(全数)				北海道		全国	
	北海道		北海道	全国	北海道	全国	北海道		全国	
	千人	前年同 月比(%)	倍 季調値		% 原計数		件	前年同 月比(%)	件	前年同 月比(%)
13年度	13,381	3.9	0.47	0.56	5.9	5.2	799	△11.0	19,565	4.1
14年度	13,587	1.5	0.48	0.56	6.0	5.4	733	△ 8.3	18,587	△ 5.0
15年度	13,090	△ 3.7	0.50	0.69	6.7	5.1	625	△14.7	15,466	△16.8
16年度	12,781	△ 2.4	0.55	0.86	5.7	4.6	577	△ 7.7	13,186	△14.7
16年 7～9月	3,987	△ 4.5	0.56	0.85	5.3	4.7	110	△24.1	3,310	△14.1
10～12月	2,923	△ 2.8	0.59	0.90	5.4	4.4	136	△ 0.7	3,297	△ 8.8
17年 1～3月	2,808	△ 0.5	0.58	0.91	5.9	4.7	168	10.5	3,176	△13.4
4～6月	2,984	△ 2.6	0.55	0.95	5.0	4.5	132	△19.0	3,225	△ 5.2
7～9月	3,995	0.2	0.59	0.97	5.2	4.2	142	29.1	3,163	△ 4.4
16年 11月	870	△ 3.0	0.58	0.91	5.4	4.4	40	△11.1	1,064	△ 4.5
12月	908	△ 3.9	0.62	0.90	↓	4.1	48	4.3	1,109	△ 2.0
17年 1月	865	△ 0.1	0.64	0.91	↑	4.5	54	10.2	1,022	△13.5
2月	927	△ 1.1	0.56	0.91	5.9	4.7	64	42.2	1,014	△12.5
3月	1,016	△ 0.4	0.53	0.91	↓	4.8	50	△13.8	1,140	△14.2
4月	822	△ 2.3	0.53	0.94	↑	4.7	39	△39.1	946	△23.5
5月	1,037	△ 3.0	0.57	0.94	5.0	4.6	47	△ 6.0	1,072	△ 1.6
6月	1,125	△ 2.4	0.56	0.96	↓	4.2	46	△ 6.1	1,207	12.0
7月	1,253	0.1	0.58	0.97	↑	4.3	48	26.3	1,024	△ 8.8
8月	1,451	0.1	0.61	0.97	5.2	4.2	58	114.8	1,152	5.0
9月	1,290	0.4	0.59	0.97	↓	4.2	36	△20.0	987	△ 9.4
10月	1,171	2.3	0.57	0.98	—	4.5	38	△20.8	1,171	4.2
11月	896	3.0	0.59	0.99	—	4.4	53	32.5	1,114	4.7
資料	北海道観光連盟		厚生労働省 北海道労働局		総務省		(株)東京商工リサーチ			



この印刷物は環境にやさしい「大豆インキ」・
古紙配合率100%紙を使用しています。

季刊調査レポート No.117
平成18年（2006年）2月発行
北洋銀行調査部
札幌市中央区大通西3丁目11番地
郵便番号 060-0042
電話 (011) 261-1311
<http://www.hokuyobank.co.jp>