

調査レポート

2013
11

No.208

- 道内経済の動き
- 道内企業の経営動向（平成25年7～9月期実績、平成25年10～12月期見通し）
- 具体化してきた債権法改正の動向～「契約について」その1
- 高速鉄道がもたらすビジネスチャンス拡大

● 目 次 ●

道内経済の動き	1
調査：道内企業の経営動向	4
経営のポイント：急がれる消費税引き上げ後の経営計画 —企業の生の声—	12
コラム：物価が上昇しても、名実逆転が解消しない理由	15
経営のアドバイス：具体化してきた債権法改正の動向 ～「契約について」その1～	16
インフォメーション：北海道食品機能性表示制度の 第1回認定について	22
アジアニュース：高速鉄道がもたらすビジネスチャンス 拡大	23
「北海道」のブランド価値を活かした スイーツの可能性	24
主要経済指標	26



道内経済の動き

道内景気は持ち直している。

需要面をみると、個人消費は百貨店販売額が増加しているほか、乗用車販売台数が底堅く推移するなど、明るい動きがみられる。住宅投資は持家の着工戸数が伸びている。公共投資は、予算の拡大により前年を上回っている。輸出はアジアや大洋州、北米向けが増加している。

生産活動は持ち直しの動きがみられる。雇用情勢は有効求人倍率、新規求人数ともに改善が続いている。企業倒産は負債金額が増加したが、件数は減少している。

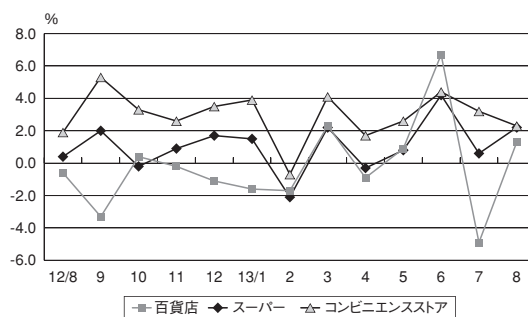
①大型小売店販売額～2か月ぶりに増加

8月の大型小売店販売額（全店ベース、前年比+2.0%）は、2か月ぶりに前年を上回った。

百貨店（前年比+1.3%）は、衣料品、身の回り品、その他の品目で前年を上回った。スーパー（同+2.2%）は、飲食料品、身の回り品、その他の品目が前年を上回った。

コンビニエンスストア（前年比+2.3%）は、6か月連続で前年を上回った。

百貨店等販売額
（前年比）

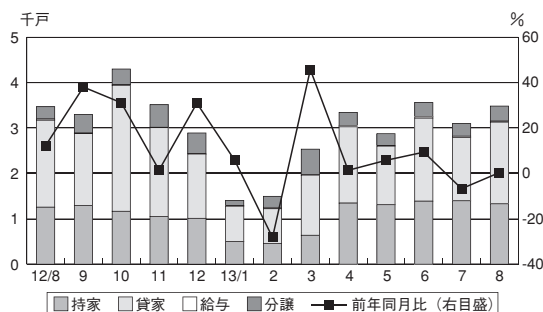


②住宅投資～2か月ぶりに増加

8月の新設住宅着工戸数は、3,486戸（前年比+0.4%）と2か月ぶりに前年を上回った。利用関係別では、貸家（同▲6.2%）は減少したが、持家（同+6.1%）、分譲（同+22.1%）が増加した。

4～8月累計では、16,375戸（前年比+1.9%）と前年を上回って推移している。利用関係別では、貸家（同▲3.5%）、分譲（同▲15.1%）は減少しているが、持家（同+14.2%）が増加している。

住宅着工戸数

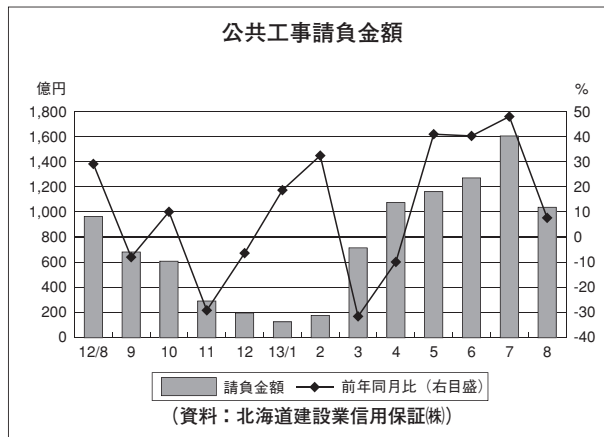


③公共投資～4か月連続の増加

8月の公共工事請負金額は、1,036億円（前年比+7.6%）と4か月連続で前年を上回った。

発注者別では、市町村（前年比▲20.5%）は前年を下回ったが、国（同+38.2%）、北海道（同+10.0%）は前年を上回った。

4～8月累計では、請負金額6,206億円（前年比+23.6%）と前年を上回った。

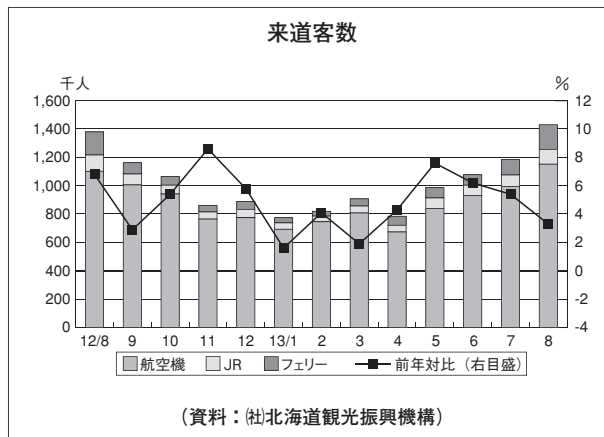


④来道客数～18か月連続で前年を上回る

8月の来道客数は、1,431千人（前年比+3.3%）と18か月連続で前年を上回った。

4～8月累計では5,467千人と前年を5.2%上回った。

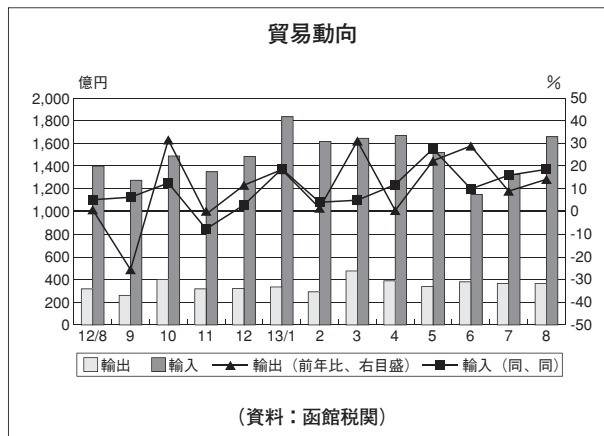
8月の新千歳空港輸送旅客数は、前年に比べ7.2%増加した。国内線（前年比+6.5%）、国際線（同+16.9%）ともに前年を上回った。



⑤貿易動向～輸出、輸入とも9か月連続増加

8月の道内貿易額は、輸出が前年比14.2%増の365億円、輸入が同18.6%増の1,660億円となった。

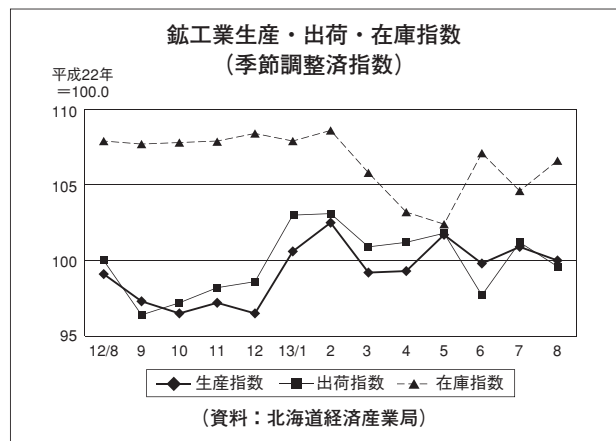
輸出は魚介類・同調製品や鉱物性タール・粗製薬品などが増加し、9か月連続で前年を上回った。輸入は原油・粗油や電気機器などが増加し、9か月連続で前年を上回った。



⑥鉱工業生産～持ち直しの動き

8月の鉱工業生産指数は100.0（前月比▲0.9%）と2か月ぶりに低下。前年比（原指数）では+0.2%と2か月連続で上昇した。

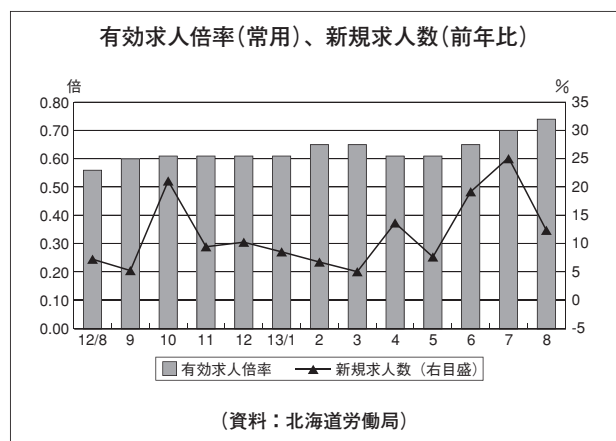
業種別では、前月に比べ、一般機械工業、鉄鋼業など5業種が上昇したが、石油・石炭製品工業、金属製品工業、輸送機械工業など11業種が低下した。



⑦雇用情勢～持ち直しの動きが続く

8月の有効求人倍率（パートを含む常用）は0.74倍となり、前月比で0.04ポイント、前年比では0.18ポイント上昇した。前年比は43か月連続の上昇となった。

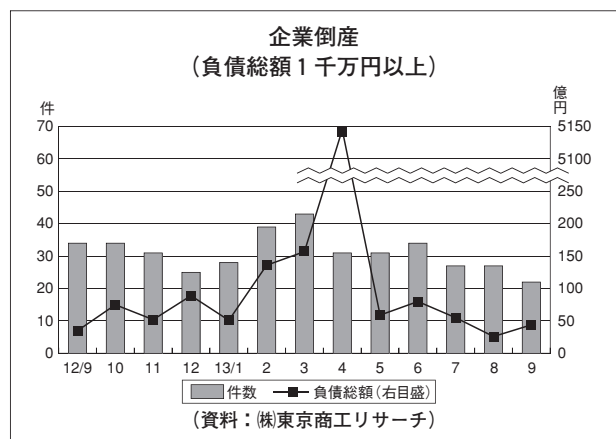
新規求人数は、前年比12.4%の増加となり、43か月連続して前年を上回った。業種別では、医療・福祉（前年比+12.2%）、サービス業（同+16.0%）、建設業（同+24.4%）などが増加した。



⑧倒産動向～件数は減少、負債総額は増加

9月の企業倒産は、件数が22件（前年比▲35.3%）、負債総額が44億円（同+24.7%）となった。件数は11か月連続で減少、負債総額は4か月ぶりに前年を上回った。

業種別では、サービス・他が6件、卸売業が5件などとなった。





業況は22年ぶりの水準に回復

第50回 道内企業の経営動向調査

1. 平成25年7～9月期実績

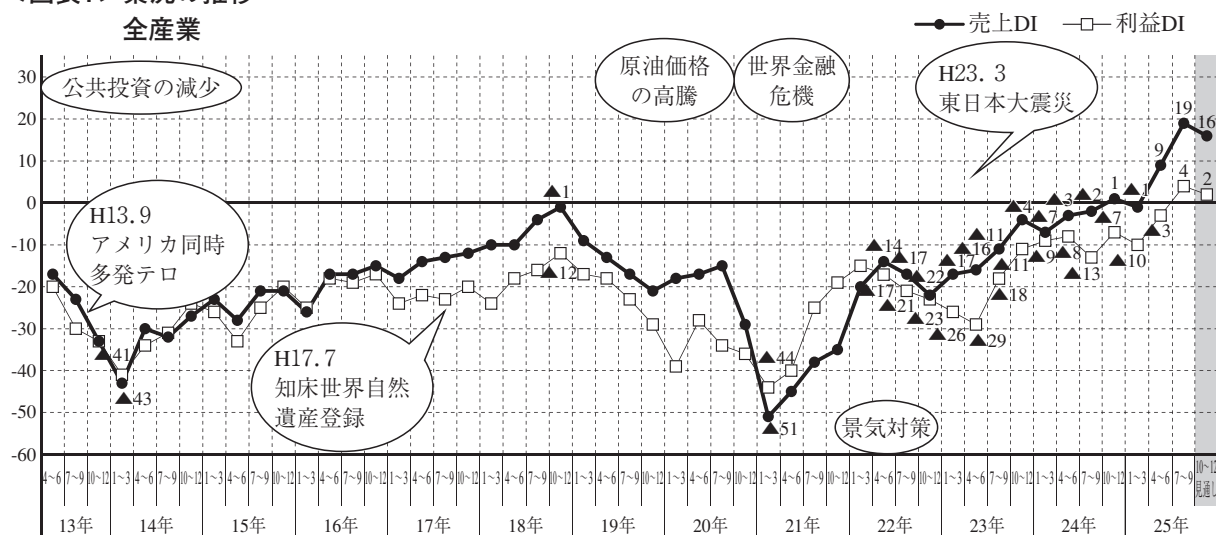
前期に比べ、売上DI（プラス19）は10ポイント、利益DI（プラス4）は7ポイントそれぞれ上昇し、22年ぶりの水準に回復した（平成3年7～9月期：売上DIプラス19、利益DIプラス4）。

2. 平成25年10～12月期見通し

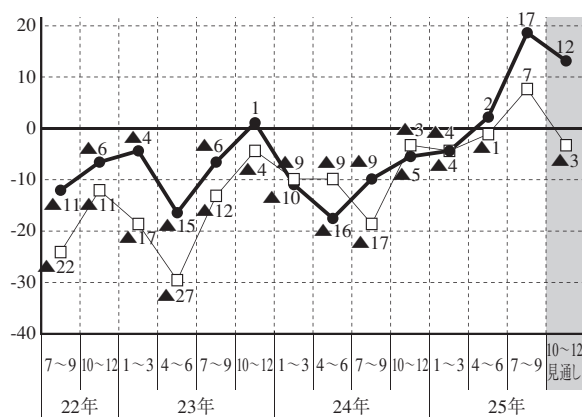
売上DI（プラス16）は3ポイント、利益DI（プラス2）は2ポイントそれぞれ低下する見通しである。

原材料価格の上昇が懸念されるものの、売上DI・利益DIは、ともにプラス水準が見込まれる。

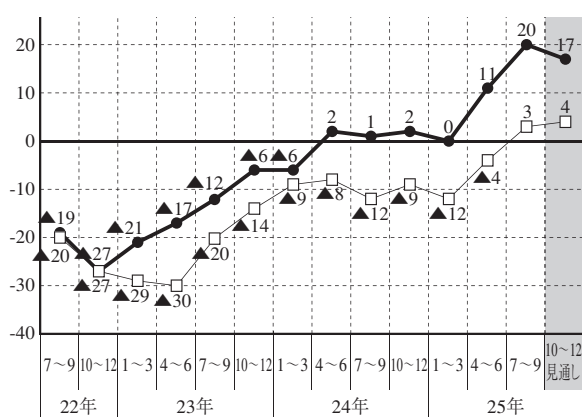
<図表1>業況の推移
全産業



製造業



非製造業



〈図表2〉業種別の要点

	要 点（7～9月期実績）	売 上 D I			利 益 D I		
		25年 4～6	7～9	10～12 見通し	25年 4～6	7～9	10～12 見通し
全産業	製造業、非製造業とも持ち直す	9	19	16	△3	4	2
製造業	設備投資に関連した業種が好調	2	17	12	△1	7	△3
食料品	原料高、経費増加で水産加工業の不振が続く	△12	△5	△8	△17	△15	△23
木材・木製品	駆け込み需要が顕在化	33	55	45	20	20	25
鉄鋼・金属製品・機械	鉄鋼品や機械部品の受注が増加	0	39	16	0	42	△3
非製造業	各業種で売上DIはプラス水準	11	20	17	△4	3	4
建設業	公共工事増加するも、人手不足感が強まる	8	20	18	△1	10	8
卸売業	機械器具卸、食品卸に明るさ	10	21	28	△8	7	15
小売業	利益率の低下に苦慮。燃料店の売上は堅調	22	4	2	△3	△16	△13
運輸業	売上は堅調推移。燃料費増加から収益は悪化	22	34	29	3	△13	0
ホテル・旅館業	外国人観光客の増加などで好転	△15	24	6	△15	6	0

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の経営動向把握。
- 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
第50回定例調査
(25年7～9月期実績、10～12月期見通し)
- 判断時点
平成25年9月下旬
- 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」

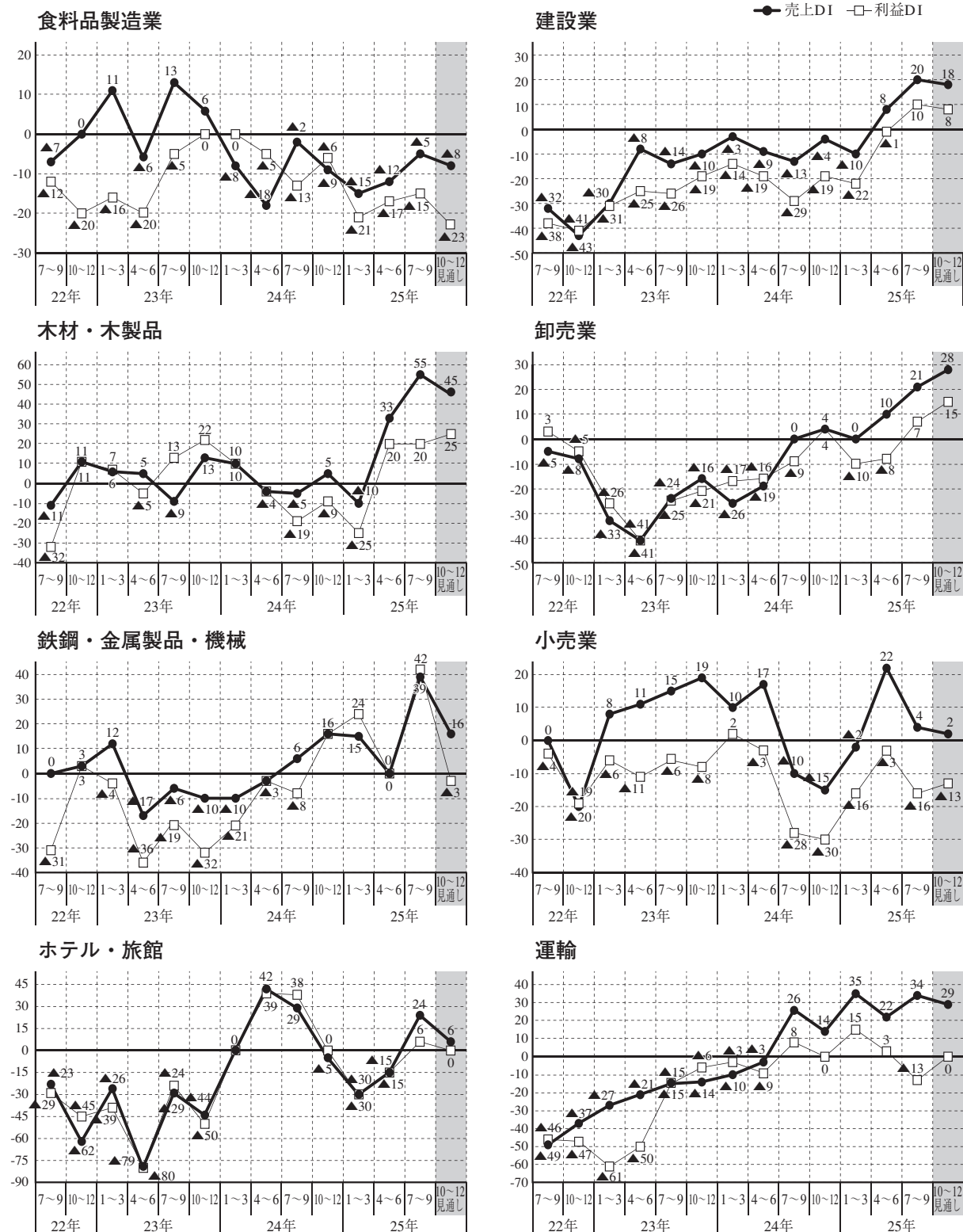
■ 地域別回答企業社数

	企業数	構成比	地 域
全 道	438	100.0%	
札幌市	185	42.2	道央は札幌市を除く石狩、後志、胆振、日高の各地域、空知地域南部
道 央	90	20.5	
道 南	39	8.9	渡島・檜山の各地域
道 北	57	13.0	上川・留萌・宗谷の各地域、空知地域北部
道 東	67	15.3	釧路・十勝・根室・網走の各地域

■ 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	676	438	64.8%
製 造 業	193	122	63.2
食 料 品	67	40	59.7
木 材 ・ 木 製 品	34	20	58.8
鉄鋼・金属製品・機械	52	34	65.4
そ の 他 の 製 造 業	40	28	70.0
非 製 造 業	483	316	65.4
建 設 業	118	93	78.8
卸 売 業	96	61	63.5
小 売 業	97	56	57.7
運 輸 業	50	32	64.0
ホ テ ル ・ 旅 館 業	29	17	58.6
そ の 他 の 非 製 造 業	93	57	61.3

<図表3>業況の推移（業種別）



<図表4>売 上

			25/7~9実績				売上DI	25/10~12見通し				売上DI				
			0 20 40 60 80 100%							0 20 40 60 80 100%						
全 産 業	1	△ 1	9	増加 38 不変 43 19			19	増加 31 不変 54 15			16					
			減少							減少						
製 造 業	△ 5	△ 4	2	37 43 20			17	28 56 16			12					
食 料 品	△ 9	△15	△12	28 39 33			△ 5	15 62 23			△ 8					
木材・木製品	5	△10	33	55 45			55	45 55			45					
鉄鋼・金属・機械	16	15	0	48 43 9			39	35 46 19			16					
そ の 他	△38	△ 8	0	25 46 29			△ 4	25 61 14			11					
非 製 造 業	2	0	11	39 42 19			20	31 55 14			17					
建 設 業	△ 4	△10	8	39 42 19			20	33 52 15			18					
卸 売 業	4	0	10	41 39 20			21	41 46 13			28					
小 売 業	△15	△ 2	22	31 42 27			4	20 62 18			2					
運 輸	14	35	22	44 46 10			34	39 51 10			29					
ホテル・旅館	△ 5	△30	△15	42 40 18			24	12 82 6			6					
そ の 他	25	7	8	42 42 16			26	30 56 14			16					

<図表5>利 益

	24/10~12 利益DI	25/1~3 利益DI	25/4~6 利益DI	25/7~9実績					利益DI	25/10~12見通し					利益DI		
				0	20	40	60	80	100%		0	20	40	60	80	100%	
全 産 業	△ 7	△10	△ 3	29		不変 46			25	4	21		不変 60			19	2
				増加				減少				増加				減少	
製 造 業	△ 3	△ 4	△ 1	29		49			22	7	18		61			21	△ 3
食 料 品	△ 6	△21	△17	20		45			35	△15	5	67			28	△23	
木材・木製品	△ 9	△25	20	25		70			5	20	30		65			5	25
鉄鋼・金属・機械	16	24	0	51		40			9	42	25		47			28	△ 3
そ の 他	△19	△ 4	8	21		47			32	△11	21		65			14	7
非 製 造 業	△ 9	△12	△ 4	30		43			27	3	23		58			19	4
建 設 業	△19	△22	△ 1	32		46			22	10	25		58			17	8
卸 売 業	4	△10	△ 8	33		41			26	7	31		53			16	15
小 売 業	△30	△16	△ 3	20		44			36	△16	9	69			22	△13	
運 輸	0	15	3	16		55			29	△13	23		54			23	0
ホテル・旅館	0	△30	△15	30		46			24	6	6	88			6	0	
そ の 他	9	△ 3	△ 5	39		36			25	14	28		49			23	5

＜図表6＞資金繰り



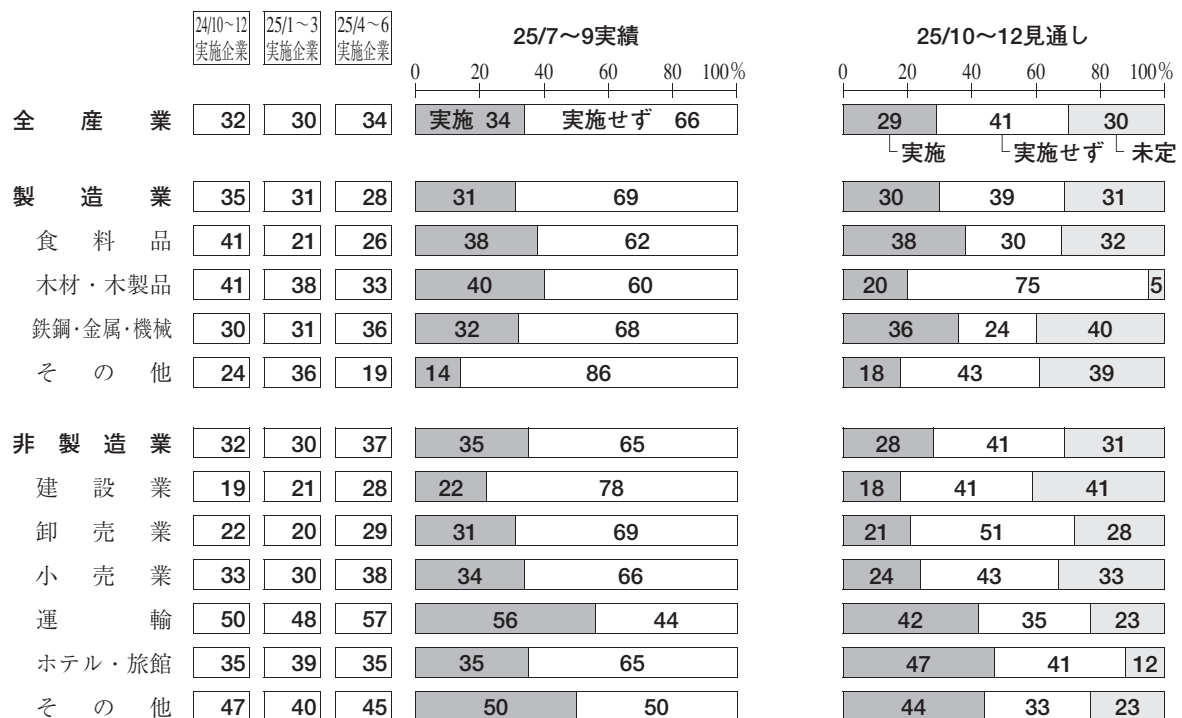
＜図表7＞短期借入金の難易感



<図表8>在 庫



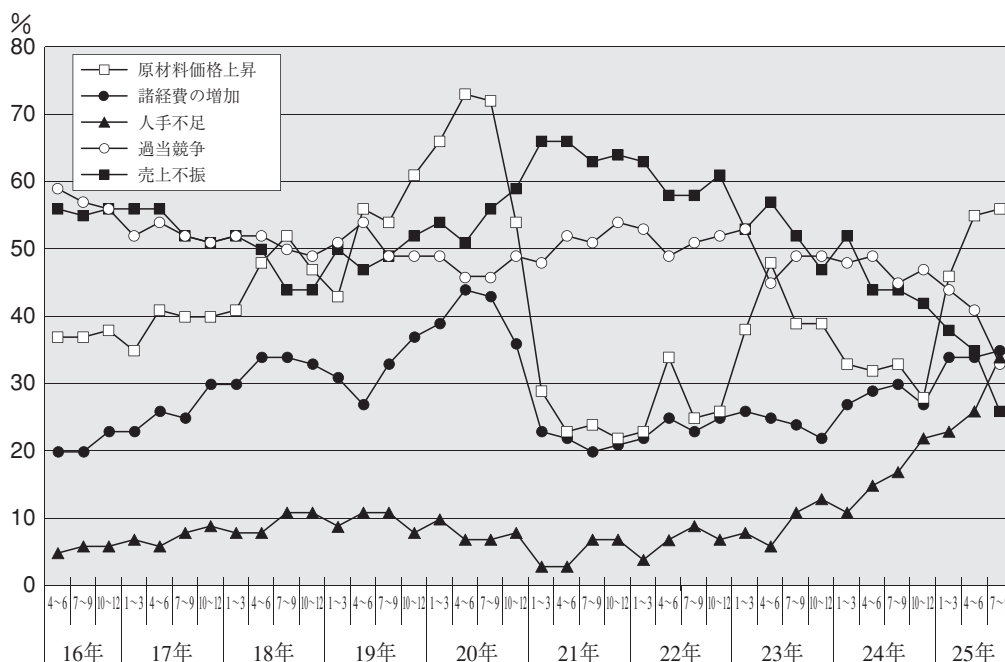
<図表9>設備投資



〈図表10〉 当面する問題点（上位項目）の要点

項目	前期比	要 点
(1)原材料価格上昇（56％）	+ 1	製造業（72％）、非製造業（50％）とも1位。食料品製造業（85％）で高率。
(2)諸経費の増加（35％）	+ 1	上昇、低下とも5業種ずつ。運輸業（56％）、食料品製造業（48％）でコスト増加を懸念。
(3)人手不足（34％）	+ 8	建設業（69％）で17ポイント増加し、人手不足感が一層強まる。
(4)過当競争（33％）	△ 8	小売業（62％）が依然として高率。建設業（44％）、卸売業（37％）でもウェイト高い。
(5)売上不振（26％）	△ 9	上昇は小売業（35％）のみ。ホテル・旅館業（29％）では21ポイント低下。

当面する問題点の推移（複数回答）



〈図表11〉 当面する問題点(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)原材料価格上昇	① 56 (55)	① 72 (74)	① 85 (78)	① 74 (86)	① 56 (64)	① 70 (68)	① 50 (48)	② 53 (46)	① 57 (62)	② 51 (46)	① 63 (72)	① 53 (40)	26 (25)
(2)諸経費の増加	② 35 (34)	② 38 (37)	② 48 (50)	② 37 (33)	② 31 (21)	③ 33 (36)	③ 34 (33)	24 (23)	28 (32)	③ 35 (39)	② 56 (58)	② 41 (35)	① 40 (27)
(3)人手不足	③ 34 (26)	25 (17)	20 (20)	③ 32 (19)	③ 25 (21)	26 (4)	③ 38 (29)	① 69 (52)	12 (13)	18 (11)	③ 41 (36)	③ 29 (15)	② 36 (29)
(4)過当競争	33 (41)	16 (22)	10 (18)	11 (19)	19 (18)	26 (36)	② 39 (48)	③ 44 (60)	② 37 (52)	① 62 (61)	13 (25)	18 (30)	③ 33 (36)
(5)売上不振	26 (35)	③ 31 (42)	③ 35 (38)	21 (29)	19 (36)	② 44 (68)	25 (32)	25 (37)	28 (42)	③ 35 (20)	9 (19)	③ 29 (50)	18 (27)
(6)人件費増加	21 (22)	20 (17)	25 (25)	16 (5)	9 (11)	26 (20)	22 (24)	22 (25)	15 (18)	24 (21)	25 (17)	18 (15)	29 (36)
(7)販売価格低下	16 (19)	13 (15)	10 (20)	11 (5)	6 (11)	26 (20)	17 (21)	21 (17)	23 (30)	18 (25)	3 (14)	12 (20)	15 (16)
(8)価格引き下げ要請	13 (15)	14 (12)	13 (10)	21 (19)	22 (18)	4 (4)	12 (16)	11 (23)	③ 30 (25)	4 (5)	3 (11)	6 (-)	9 (13)
(9)資金調達	7 (6)	9 (10)	13 (13)	5 (-)	9 (14)	7 (8)	6 (5)	4 (6)	7 (5)	6 (2)	6 (14)	6 (5)	6 (2)
(10)設備不足	4 (5)	5 (4)	3 (3)	- (5)	13 (7)	4 (4)	3 (5)	2 (-)	- (5)	4 (11)	6 (6)	18 (15)	2 (4)
(11)代金回収悪化	3 (4)	2 (4)	- (-)	11 (5)	- (4)	- (8)	4 (4)	1 (2)	13 (10)	6 (5)	- (-)	- (-)	- (2)
(12)その他	4 (4)	3 (3)	3 (3)	5 (-)	3 (7)	4 (-)	4 (4)	1 (3)	3 (-)	4 (5)	3 (3)	- (10)	9 (5)

○内数字は業種内の順位、()内は前回調査

〈図表12〉 地域別業況の推移

項 目	売 上 D I					利 益 D I					設 備 投 資 (%)				
	24年 10~12	25年 1~3	4~6	7~9	10~12 見通し	24年 10~12	25年 1~3	4~6	7~9	10~12 見通し	24年 10~12	25年 1~3	4~6	7~9	10~12 見通し
全 道	1	△1	9	19	16	△7	△10	△3	4	2	32	30	34	34	29(30)
札幌市	1	6	16	20	22	△3	△5	△3	5	7	35	33	36	35	31(28)
道 央	1	△5	8	19	14	△1	△1	1	△10	△2	35	33	36	38	30(29)
道 南	12	6	△11	3	3	△22	△15	△14	3	△5	25	26	25	33	26(43)
道 北	0	△11	3	35	16	△5	△22	3	19	5	32	25	36	32	32(33)
道 東	△9	△9	6	15	8	△24	△22	△11	9	△3	25	25	32	27	20(30)

() 内は設備投資未定企業

急がれる消費税引き上げ後の経営計画

〈企業の生の声〉

今回の調査では、売上DIおよび利益DIはバブル経済崩壊以降で最も高い水準となりました。公共工事の増加や消費税引き上げ前の駆け込み需要が顕在化し、建設業を始め幅広い業種で業況が改善しています。一方で、原材料価格の上昇や人員不足に苦慮する声が増えてきています。消費税引き上げ後の需要減少への懸念も強く、企業では事業計画や販売企画の更新をこまめに行うなど、経営環境の変化に慎重に対応しようとしています。

以下に企業から寄せられた生の声を紹介いたします。

＜水産加工業＞ 原材料費や燃料費の増加に対応して値上げしたため、販売数量が減少している。減少分を取り戻すには相応の時間をかけて対策を打たなければならず、その間は経費と設備投資額を圧縮する。

＜食品製造業＞ 設備更新は経費削減によって遅れ気味であるものの、長期的な視野で計画的に行っていく。

＜製粉業＞ 原材料価格が上昇しているが販売価格への転嫁は不十分。販売チャネルの多様化と更なるコストダウン、新製品の投入を推進していく。

＜製菓業＞ 海外からの観光客増加を背景に売上は堅調に推移しているが、全般的に経費が増加しており、利益には結びついていない。

＜乳製品製造業＞ TPP交渉がどのように決着するかにより、中小乳業メーカーの進む方向は大きく変化せざるを得なくなる可能性があり、難しい時期にある。

＜製材業＞ 消費税引き上げに伴う駆け込み需要により大幅な増収。今のうちに社内体制の強化を行い、売上の反動減に備えたい。

＜製材業＞ 仕入価格上昇のため販売価格を引き上げているが、値上がり分をすべて転嫁することは難しく、利益率が悪化している。今後も建築工事の需要は見込んでいるが、職人不足のため工事が進まず、工程が相当遅れている現場が多数ある。

＜金属製品製造業＞ ゼネコンの人手不足により受注がなかなか確定しない。ここに来て原材料価格が上がり始めており、納入時にはかなりのコスト増加となって利益が食われてしまう。

＜金属製品製造業＞ 農業に対する助成金増加と消費税引き上げ前の駆け込み需要等の要因により機械設備への投資額が増えており、部品の売上高が増加している。

＜輸送用機械製造業＞ 人手不足が大きな足枷となっている。求人情報誌への掲載や派遣会社の数を増やすなどの方策を講じているが、成果に乏しい。やむを得ず残業を増やして受注増加に対応しているが限界がある。

＜製本業＞ 限られたパイの奪い合いが続いている。自社の強みを生かした高付加価値商品を前面にアピールしていくことが重要。

<肥料製造業> 原材料の一部に輸入品を使用しているため円安は原価上昇につながる。また、製造設備の老朽化が進み、生産能力に影響を与えていることから、計画的に設備投資を実施していく必要がある。

<印刷業> 印刷用紙の値上げや電気料金の値上げ等、先行きが厳しい状況が予想され、営業戦略の徹底と従業員教育の強化に注力する。

<建設業> 土木、建築とも受注順調であるものの、業界の過当競争体質は変わらず、震災復興の影響による技術者不足や資材の値上がり傾向から、収益環境は今後も厳しいものと予想される。

<建設業> 技術者不足により入札を辞退せざるを得ない場合がある。受注した工事でも人手や重機が不足している状態で、同様の話が他社からも聞こえてくる。公共工事の発注時期をずらすなど、円滑な施工ができる環境であってほしい。

<内装工事業> 職人不足が深刻化しており、外国人や季節労働者の雇用を進める。公共工事増加や消費税引き上げ前の駆け込み需要から、しばらくの間は業況が良好になりそうだが、その後急激に悪化する懸念があり、事業計画書を短い周期で確認、是正、更新して対応する。

<住宅リフォーム> 消費税引き上げ後は売上、利益の減少が予想され、販路拡大のための業務提携などの対策を講じる必要がある。

<機械器具設置工事業> 農業関係が主力のため、TPP交渉の内容が懸念事項。無理な投資は控えて人材の育成等に努める。

<農産物卸売業> 消費税の引き上げで需要が落ち込むことが予想され、対策を至急立てることが重要。高品質やこだわりをPRし、高価格でも買う層をターゲットに商品選定や販売先を拡大していきたい。

<産業用機械器具卸売業> 消費税引き上げを睨んだ駆け込みの設備投資が見受けられる。その反動減と材料価格上昇が懸念材料であるが、価格転嫁を行うなど粗利益を改善して乗り切る。

<建材卸売業> 景気の上向き感と消費税引き上げ前の駆け込み需要で建設業界は多忙であるが、資材価格の上昇や人手不足により工事原価や経費が上昇しており、慎重な経営が望まれる。

<靴卸売業> 円安が続いていることもあり、国内調達品を増やすことで売上を確保している。引き続き、新規開拓を行って新たな需要を掘り起こすと同時に、高付加価値な商品開発に注力する。

<作業用品卸売業> 円安の影響によって仕入れコストが上昇しており、その価格転嫁が課題であるが、環境は厳しく今はやせ我慢の状況。独自の新品により新市場開拓に積極的に取り組む。

<紙製品卸売業> 海外相場に影響を受けて卸売価格が大幅に上昇し売上増加に寄与した。ただし、仕入価格もスライドして上昇している。

<大型小売店> 経費削減策が頭打ちにある中で、商品調達コストや電気料金の上昇、消費税引き上げによる個人消費の冷え込み懸念など、厳しい経営環境になることが予想される。売場のリニューアルや販売企画の更新等により、顧客年齢層や顧客シェアを拡大して収益の確保を図っていく。

<家具小売店> 売上高は悪くないものの一時期の勢いが無くなり停滞感を感じる。消費税引き上げに備え、販売計画の立案や商品構成の見直しを進めていく。

<眼鏡店> 道外業者の進出で更に競争が激化しており、単価低下傾向が続いている。特徴ある商品開発が今後の課題になる。

<燃料店> 原油価格の上昇で売上高は増加するが、同業他社との競合や消費者心理から値上げは難しく、利益の縮小が予想される。新規顧客獲得キャンペーンなどを継続し、顧客との接点を増加させる中で、ニーズを掘り起こしていく。

<自動車小売業> 最近は小型で燃費性能の高い車が人気で、軽自動車が好調に推移する一方、客単価の低下も顕著。二輪車市場は消費者のニーズを捉えた新商品の投入などで、需要の減少は下げ止まり傾向にある。

<運輸業> 新幹線やメガソーラー基地建設に係る工事が活発なため、資材や機材の輸送量は増加しているが、減車や人員削減によって輸送力は足りない状況。輸送条件の悪い荷主に対しては、撤退も視野に入れて改善交渉をしていく。

<生コン輸送業> 売上高は昨年と同様だが、軽油単価が上昇しており利益を削っている。当面はエコドライブ等で燃料費削減を図る。

<リネンサプライ> 円安による資材の値上がり傾向が続くと思われることや、最低賃金の上昇によって人件費が増加することが見込まれ、コスト削減に向けた企業努力がより一層求められる。

<廃棄物処理業> 円安効果も手伝いスクラップ価格が上昇傾向で収益確保には追い風だが、相場に左右されるリスクがあり、産業廃棄物処理や家電リサイクル等の比較的安定した部門にも注力する。

<ソフトウェア開発> 業界では技術者不足が一番の問題点。積極的に自社商品開発への投資を実施していきたい。

物価が上昇しても、名実逆転が解消しない理由

物価がゆるやかに上昇している。8月の消費者物価指数（北海道～生鮮食品を除く総合）は101.2（前年比+1.3%）と4か月連続で前年を上回り、企業物価指数（全国～総平均）は102.4（同+2.3%）と5か月連続で前年を上回っている。

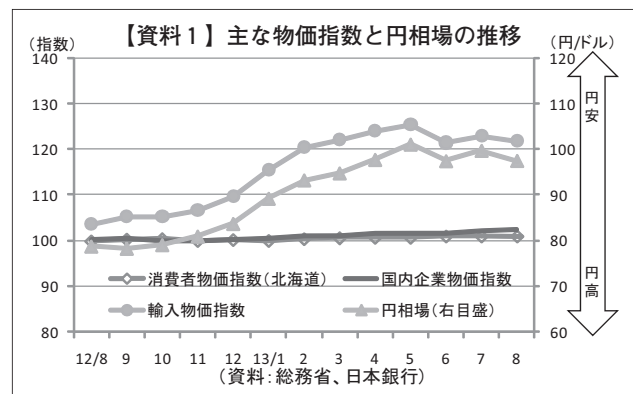
今後も物価上昇が続くとすれば、一般的には実質成長率は名目成長率を下回ると考えられるが、8月22日に当行が発表した『平成25年度北海道経済の見通し＜改訂＞』（「調査レポート10月号 No.207」 <http://www.hokuyobank.co.jp/report/2013/No207.pdf> 4ページ）では、「名実逆転」¹は解消されないとみている。需要項目別にみると、全項目で実質成長率が名目成長率を下回るものの、全体では実質成長率1.9%、名目成長率1.1%と予測している。本稿では、物価が上昇するにもかかわらず、名実逆転が解消しない理由について解説したい。

まずはGDP²についてであるが、以下の算式で表わすことができる。

$$GDP = C（消費） + I（投資） + G（政府支出） + EX（輸出） - IM（輸入）$$

このうち、IM³は控除項目であるため、IMの増加はGDPの減少要因となり、IMの減少はGDPの増加要因となる。

次に、現在の物価上昇をみると、昨秋以降の円安を主要因としている（資料1）。円安による輸入物価の上昇が大きく先行しているが、全体には十分に波及していない。すなわち、多くの業種では、価格転嫁が十分に出来ていないことが窺われる。このように物価上昇が一律ではなく、輸入物価のみが著しく上昇する場合、IMの実質値が大きく減少し、実質GDPは名目GDPを上回るのである（資料



2）。厳密には、成長率は前年度の数値にもよるが、輸入物価の上昇がGDPデフレーター⁴の下落要因となっていることは理解いただければよい。

したがって、消費者物価の上昇だけをみても、道内経済がデフレ脱却に近づいているか否かは、判断できないのである。（高橋美樹）

【資料2】物価上昇が一律な場合(A)と輸入物価上昇が著しい場合(B)の比較

	A			B		
	名目値	実質値 (名目値÷ デフレーター)	デフレーター(※)	名目値	実質値 (名目値÷ デフレーター)	デフレーター(※)
C	200	198	101.0	200	198	101.0
I	100	99	101.0	100	99	101.0
G	100	99	101.0	100	99	101.0
EX	100	99	101.0	100	99	101.0
IM(控除項目)	200	198	101.0	200	182	110.0
GDP	300	297	101.0	300	313	95.8

※デフレーターは物価指数の一種

¹ 実質経済成長率が名目経済成長率を上回る状態を言い、経済がデフレ状態にあることを示している。

² 北海道では、道内総生産。

³ 北海道では、移輸入。

具体化してきた債権法改正の動向 ～「契約について」その1

金融財政事情研究会出版部 嘱託
(元北洋銀行融資第二部指導役)

高橋 俊樹

民法のうちの「債権」に関する定め、いわゆる「債権法」の改正内容が、具体的に展望できる段階に入ってきました。

民法は、明治29年の施行以来、現憲法の下での親族法や相続法にかかる大きな改正が行われたほかは、小規模な部分的改正、表記の平仮名化、口語体化が実施されているものの、それ以外の抜本的な改正は見送られてきました。そのなかで、民法第1編「総則」の債権に係る箇所と民法第3編「債権」を全面的に見直す機運が生まれ、2006年（平成18年）10月、民法学者有志を中心とした「民法（債権法）改正検討委員会」が発足、2年半の活動の成果として2009年4月に「債権法改正の基本方針」（以下、「基本方針」という）が公表されました。以前、本誌No.153（2009年4月号）に掲載した拙稿「債権法改正の動き」は、この「基本方針」の原案を「消滅時効」などを中心に紹介したものです。

他方で、このような民間の動きを受け、2009年（平成21年）10月、民法（債権法）の規定見直しにかかる法務大臣による法制審議会への諮問が行われ、同審議会民法（債権関係）部会において活動が開始されました。その後、2011年4月に「中間的な論点整理」が取りまとめられてパブリック・コメントに付され、その後、審議会での2年近くの検討を経て、2013年（平成25年）2月に「民法（債権関係）の改正に関する中間試案」（以下、単に「中間試案」という）が取りまとめられ、公表されました。この中間試案は再びパブリック・コメントに付され、今年6月に意見募集が締め切られています。法務省は、今後2014年7月までに法改正の要綱原案を取りまとめ、2015年（平成27年）2月に予定される法制審議会総会で要綱および条文案を決定する意向です。法案は、その後の閣議決定を経て国会へ提出の運びとなります。

以上のように、法改正実現までには今後さらに4年程度を要するとみられますが、債権法改正のポイントと方向はかなり絞られてきましたので、今回から2回に亘って、日常の商取引と関係の深い「契約」の総則部分の内容を中間試案に沿って紹介してみようと思います。今回は、「基本原則等」「交渉段階」「成立」「解釈」に係る部分です。

◆契約に関する基本原則等（中間試案：第26）

現在の民法における「契約」は、第3編債権の第2章に規定されており、第1節総則（成立、効力、解除）と、第2節以下の契約各論で構成されており、契約各論には、贈与、売買、消費貸借、雇用など13種類の契約類型が規定されています。

しかし、契約の基本原則などについての規定はありません。中間試案はこの点につき、「契約内容の自由」「付随義務及び保護義務」「信義則等の適用に当たっての考慮要素」等の規定を新たに

設ける方向を示しています。

1. 契約内容の自由

「契約の当事者は、法令の制限内において、自由に契約の内容を決定することができるものとする。」との規定を設ける。

2. 履行請求権の限界事由が契約成立時に生じていた場合の契約の効力

「契約は、それに基づく債権の履行請求権の限界事由が契約の成立の時点で既に生じていたことによっては、その効力を妨げられないものとする。」との規定を設ける。

→前記「基本方針」において、「契約上の債務の履行が契約締結時点で既に不可能であった場合、その他履行をすることが契約の趣旨に照らして債務者に合理的に期待できなかった場合も、その契約は、反対の合意が存在しない限り、有効である。」とされた内容と同旨であり、原始的不能の契約を常に無効とする考え方を排除するものです。ただし異論もあり、このような規定を設けないとする考え方があります。

3. 付随契約及び保護義務

(1) 「契約の当事者は、当該契約において明示又は黙示に合意されていない場合であっても、相手方が当該契約によって得ようとした利益を得ることができるよう、当該契約の趣旨に照らして必要と認める行為をしなければならないものとする。」との規定を設ける。

(2) 「契約の当事者は、当該契約において明示又は黙示に合意されていない場合であっても、当該契約の締結又は当該契約に基づく債権の行使若しくは債務の履行に当たり、相手方の生命、身体、財産その他の利益を害しないために、当該契約の趣旨に照らして必要と認める行為をしなければならないものとする。」との規定を設ける。

→ただし、これらの規定を設けることに反対する考え方もあります。

4. 信義則等の適用に当たっての考慮要素

「＜消費者と事業者との間で締結される契約（消費者契約）のほか、＞情報の質及び量並びに交渉力の格差がある当事者間で締結される契約に関しては、民法第1条第2項及び第3項その他の規定の適用に当たって、その格差の存在を考慮しなければならないものとする。」との規定を設ける。

→権利行使及び義務履行に係る信義則（民法第1条第2項）及び権利の濫用禁止（同条第3項）等の規定の適用に際して、情報や交渉力格差のある当事者への配慮を求める、いわゆる消費者保護の規定化ですが、「基本方針」等で数多く掲げられていた提案は大きく整理されています。この項目については、規定を設けること自体に反対する考え方や、文中の＜ ＞部分の例示を設けることに反対する考え方があります。

◆契約交渉段階（中間試案：第27）

1. 契約締結の自由と契約交渉の不当破棄

「契約を締結するための交渉の当事者の一方は、契約が成立しなかった場合であっても、これによって相手方に生じた損害を賠償する責任を負わないものとする。ただし、相手方が契約の成立が確実であると信じ、かつ、契約の性質、当事者の知識及び経験、交渉の進捗状況その他交渉に関する一切の事情に照らしてそのように信ずることが相当であると認められる場合において、その当事者の一方が、正当の理由なく契約の成立を妨げたときは、その当事者の一方は、これによって相手方に生じた損害を賠償する責任を負うものとする。」との規定を設ける。

→たとえば、金融機関の融資予約の不履行等が想定される規定です。この規定を設けないとする考え方もあります。

2. 契約締結過程における情報提供義務

「契約の当事者の一方がある情報を契約締結前に知らずに当該契約を締結したために損害を受けた場合であっても、相手方は、その損害を賠償する責任を負わないものとする。ただし、次のいずれにも該当する場合には、相手方は、その損害を賠償しなければならないものとする。

- (1) 相手方が当該情報を契約締結前に知り、又は知ることができたこと。
- (2) その当事者の一方が当該情報を契約締結前に知っていれば当該契約を締結せず、又はその内容では当該契約を締結しなかったと認められ、かつ、それを相手方が知ることができたこと。
- (3) 契約の性質、当事者の知識及び経験、契約を締結する目的、契約交渉の経緯その他当該契約に関する一切の事情に照らし、その当事者の一方が自ら当該情報を入手することを期待することができないこと。
- (4) その内容で当該契約を締結したことによって生ずる不利益をその当事者の一方に負担させることが、上記(3)の事情に照らして相当でないこと。」

との規定を設ける。

→このような規定を設けないとする考え方もあります。

◆契約の成立（中間試案：第28）

1. 申込みと承諾

- (1) 「契約の申込みに対して、相手方がこれを承諾したときは、契約が成立するものとする。」との規定を設ける。
- (2) 「上記(1)の申込みは、それに対する承諾があった場合に契約を成立させるのに足りる程度に、契約の内容を示したものであることを要するものとする。」との規定を設ける。

→現民法には契約の成立要件の規定がないので、それを明文化するものです。また、申込みはその承諾により契約を成立させる意思表示であることから、契約申込みの内容はそれに足りるものでなければならないとの規定が盛り込まれる予定です。

2. 承諾の期間の定めがある申込み（民法521条1項、522条関係）

- (1) 民法第521条第1項の規律を改め、承諾の期間を定めてした契約の申込みは、申込者が反対の意思表示した場合を除き、撤回することができないものとする。
- (2) 民法第522条（承諾通知の延着規定）を削除する。

→現行規定では、承諾の期間を定めてした契約の申込みは撤回することができないとされていますが、(1)は、申込者が撤回の可能性を留保しているなどの意思表示をした場合は撤回が可能とするものです。なお、現行法第521条第2項（前項の承諾期間内に承諾の意思表示を受けなかったとき当該申込みは失効する、との規定）は、維持されます。

(2)については、現行法が、隔地者間の契約の承諾につき発信主義を採用しているところを、中間試案では、承諾通知についても発信主義を改めて、意思表示に関する一般原則と定める到達主義を採用することに伴い（民法第97条第1項）、存在意義を失う民法第522条を削除するものです。

3. 承諾の期間の定めのない申込み（民法524条関係）

民法第524条の規律を次のように改めるものとする。

- (1) 承諾の期間を定めなかった申込みは、申込者が承諾の通知を受けるのに相当な期間を経過するまでは、撤回することができないものとする。ただし、申込者が反対の意思表示したときは、その期間内であっても撤回することができるものとする。
- (2) 上記(1)の申込みは、申込みの相手方が承諾をすることはないと合理的と考えられる期間が経過したときは、効力を失うものとする。

→(1)は、現行規定に、「申込者が反対の意思表示をした場合」の申込者による撤回容認規定を加えたものであり、(2)は、相手方が積極的に承諾の意思表示をしない場合の申込みの失効規定を新設するものです。これに対して、現行の524条の規律を維持するという考え方もあります。

4. 対話者間における申込み

- (1) 対話者間における申込みは、対話が終了するまでの間は、いつでも撤回することができるものとする。
- (2) 対話者間における承諾期間の定めのない申込みは、対話が終了するまでの間に承諾しなかったときは、効力を失うものとする。ただし、申込者がこれと異なる意思表示したときは、その意思に従うものとする。

→現行法には対話者間における申込みの規定がないため、新設するものです。いずれも、これまでの判例及び多数説の見解に則した内容となっています。

5. 申込者及び承諾者の死亡等（民法525条関係）

民法第525条の規律を次のように改めるものとする。

- (1) 申込者が申込みの通知を発した後に死亡し、意思能力を喪失した常況にある者となり、又は

行為能力の制限を受けた場合において、相手方が承諾の通知を発するまでにその事実を知ったときは、その申込みは、効力を有しないものとする。ただし、申込者が反対の意思を表示したときには、この限りでないものとする。

- (2) 承諾者が承諾の通知を発した後に死亡し、意思能力を喪失した常況にある者となり、又は行為能力の制限を受けた場合において、その承諾の通知が到達するまでに相手方がその事実を知ったときは、その承諾は、効力を有しないものとする。ただし、承諾者が反対の意思を表示したときには、この限りでないものとする。

→現民法第97条第2項の適用除外規定として、申込者及び承諾者の死亡等があった場合の申込み又は承諾通知の無効を規定するものです。現民法は申込者の死亡等についてのみ規定していますが、中間試案では承諾者についても同様の規定を置くこととしています。

6. 契約の成立時期（民法526条1項、527条関係）

- (1) 民法第526条第1項を削除するものとする。
(2) 民法第527条を削除するものとする。

→民法第97条の規定に平仄を合わせて、契約の成立時期を承諾通知の到達時とすることにより、それと矛盾する前記2規定を削除するものです。

7. 懸賞広告（民法529条から532条関係）

懸賞広告に関する民法第529条から第532条までの規律を基本的に維持した上で、次のように改めるものとする。

- (1) 民法第529条の規律に付け加えて、指定した行為をした者が懸賞広告を知らなかった場合であっても、懸賞広告者は、その行為をした者に対して報酬を与える義務を負うものとする。
(2) 懸賞広告の効力に関する次の規律を設けるものとする。

ア 懸賞広告者がその指定した行為をする期間を定めた場合において、当該期間内に指定した行為が行われなかったときは、懸賞広告は、その効力を失うものとする。

イ 懸賞広告者がその指定した行為をする期間を定めなかった場合において、指定した行為が行われることはないと合理的に考えられる期間が経過したときは、懸賞広告は、その効力を失うものとする。

- (3) 民法第530条の規律を次のように改めるものとする。

ア 懸賞広告者は、その指定した行為をする期間を定めた場合には、その懸賞広告を撤回することができないものとする。ただし、懸賞広告者がこれと反対の意思を表示したときは、懸賞広告を撤回することができるものとする。

イ 懸賞広告者は、その指定した行為をする期間を定めなかった場合には、その指定した行為を完了する者がいない間は、その懸賞広告を撤回することができるものとする。

ウ 懸賞広告の撤回は、前の広告と同一の方法によるほか、他の方法によってすることもできるものとする。ただし、他の方法によって撤回をした場合には、これを知った者に対しての

み、その効力を有するものとする。

→ある行為をした者に一定の報酬を与える旨を広告した者を「懸賞広告者」といい、懸賞広告者は当該行為をした者に対して報酬を与える義務を負います（民法第529条）。中間試案では、当該行為者が懸賞広告を知らなかった場合でも、(1)により懸賞広告者がその報酬支払義務を負うことを明確にしています。(2)は、懸賞広告が失効する場合の規定を新設するものです。(3)は、現530条の規定の仕振りを変更するものです。現531条、532条は引き続き維持されます。

◆契約の解釈（中間試案：第29）

- I 契約の内容について当事者が共通の理解をしていたときは、契約は、その理解に従って解釈しなければならないものとする。
- II 契約の内容についての当事者の共通の理解が明らかでないときは、契約は、当事者が用いた文言その他の表現の通常の意味のほか、当該契約に関する一切の事情を考慮して、当該契約の当事者が合理的に考えれば理解したと認められる意味に従って解釈しなければならないものとする。
- III 上記I及びIIによって確定することができない事項が残る場合において、当事者がそのことを知っていれば合意したと認められる内容を確定することができるときは、契約は、その内容に従って解釈しなければならないものとする。

→契約の解釈について、現民法は明文の規定を設けていません。しかし、他の立法例等では基本的な解釈準則を定めているものが多数であり、民法でも、少なくとも基本原則に相当するものは明文化すべきであるとの意見が多く、上記のような規定を設けることが試案に盛り込まれました。これに対しては、契約の解釈に関する規定を設けないとする考え方や、上記Ⅲのような規定のみを設けないとする考え方があります。

次回は、「契約の解除」「危険負担」「第三者のためにする契約」「事情変更の法理」「不安の抗弁権」「継続的契約」の部分を紹介します。

北海道食品機能性表示制度の第1回認定について



一般社団法人 北海道食産業総合振興機構

北海道認定

平成25年4月から全国初の制度としてスタートした「北海道食品機能性表示制度（愛称：ヘルシーDo）」の第1回の認定商品が8月27日に発表されました。この制度は、機能性のある商品に含まれている成分について、科学的な研究がなされた商品を認定するものです。今回は8社12商品が認定を受け、各社より販売が開始されています。現在、国においても食品表示規制の緩和に関する検討が進められている中で、北海道が先駆けて実施した制度であり、全国の食品メーカーの関心も高く、今後、この制度を契機とした機能性食品市場の拡大が期待されています。

認定番号	機能性素材	商品名	申請者	商品画像
01-0001号	AHCC (担子菌抽出エキス)	活里エーエイチシーシー アルファ細粒	株式会社活里	
01-0002号	オリゴノール	オリゴノールウォーター	黒松内銘水 株式会社	
01-0003号	AHCC (担子菌抽出エキス)	活里エーエイチシーシー アルファソフトカプセル	株式会社活里	
01-0004号	AHCC (担子菌抽出エキス)	活里エーエイチシーシー アルファ液体タイプ (30本)	株式会社活里	
01-0005号	AHCC (担子菌抽出エキス)	AHCC イムノメディックピュア (120包・30包)	株式会社 オフィスセガ	
01-0006号	AHCC (担子菌抽出エキス)	活里エーエイチシーシー アルファ液体タイプ (15本)	株式会社活里	
01-0007号	オリゴノール	美ソフト	株式会社 雪印パーラー	
01-0008号	オリゴノール	生キャラメル 黒豆オリゴノール入り	有限会社アイバ	
01-0009号	オリゴノール	サブリドーナツ	株式会社 グランビスタ ホテル&リゾート	
01-0010号	オリゴノール	オリゴノール アイスクリーム	ミッシュハウス 株式会社	
01-0011号	クレモリス菌FC株 (乳酸菌)	カスピ海ヨーグルト プレーン400g	フジッコ株式会社	
01-0012号	大豆イソフラボン	おいしいだいたず水煮	フジッコ株式会社	

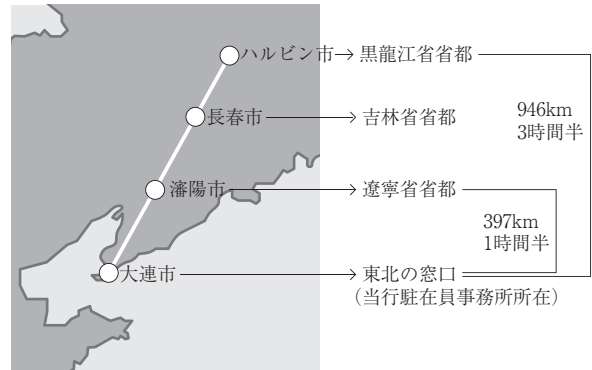
高速鉄道がもたらすビジネスチャンス拡大

北洋銀行大連駐在員事務所 副所長
天野 吉隆

大連と東北三省省都を結ぶ高速鉄道の開業

大連と瀋陽・長春・ハルビンの東北三省省都をつなぐ大動脈「哈大高速鉄道（新幹線）」が昨年12月に開通し、東北三省の重要な交通手段となっています。時速300kmの高速鉄道の開通により、大連－ハルビン間（946km）は、これまでの9時間半から3時間半へと、大幅な時間短縮が実現し、ハルビンへの「日帰り出張」も可能になりました。

高速鉄道は、大連始発が1日50本（うち終点ハルビンまでは18本）と本数も豊富で、時刻表を気にせずにご利用できます。加えて、一度に551人運ぶことができ、まさに大量高速輸送機関です。



もはや中国東北地域の基幹交通手段に

大連－長春（700km）・ハルビン間は、飛行機での移動が一般的でしたが、高速鉄道を利用する人が増え、飛行機は1日2便から1便へと減便になりました。大連－瀋陽間（397km）は、鉄道で4時間、高速バスで4時間半かかっていたものが、高速鉄道で1時間半に短縮されました。その結果、バスの本数は1日23本から10本へと半減しました。

私も出張で高速鉄道をよく利用しますが、30分毎の運行であっても、いつも大変混んでいます。乗車一週間前には既に「全列車満席」のこともよくあります。

高速鉄道の開通により、人の移動がスムーズになり、東北三省の経済的な結び付きがますます強化されるものと考えられます。

大連を起点に内陸へ伸びる高速鉄道

高速鉄道の経済効果

高速鉄道の開通により、中国東北地域の新たな市場開拓が可能となり、次のような経済波及効果が見込まれます。

- ①移動時間の短縮による企業活動の利便性向上
日帰り出張エリアの拡大。大連を拠点にハルビンまで日帰り圏に。
- ②内陸部の経済発展が加速
人件費の安い内陸部への製造拠点の移転。
既存鉄道の輸送力余剰を貨物運送に転用することで、輸送力向上。
- ③商圏の拡大・東北三省の市場の一体化
省を越える巨大商圏が生まれ、人口1億1,000万人の巨大マーケットに。

ビジネスチャンスの拡大

東北三省の対外窓口である大連市は、高速鉄道の開通により東北三省全体をカバーできる商業都市として注目を集めそうです。

輸出型製造業を中心とした従来型のビジネスモデルに加え、大連を基点とした国内市場に注目した新たなビジネスモデルも検討できます。たとえばあるIT企業は、大連のIT企業に製品の売込の営業活動を行う一方で、データ入力作業は人件費の安い内陸部で行うといったビジネスモデルを構築中です。

東北三省の大都市で唯一「貿易港」を有する大連は、高速鉄道の開通により、日系企業進出拠点としての重要度をますます増していくことでしょう。観光面においては、現在運休中の新千歳－大連便の運航が再開すれば、大連のみならず高速鉄道を利用し東北三省全体から、北海道へ中国人観光客を誘致できます。逆に、高速鉄道に乗って中国東北三省を周遊する観光ツアーを、北海道で販売することも可能です。高速鉄道の開通により、今後、北海道と東北三省との更なるビジネスチャンス拡大が期待されます。



ハルビン駅に大連の不動産広告～商圏の広がりを実感
「高速鉄道の時代来たる 3時間で大連へ到着」

「北海道」のブランド価値を活かしたスイーツの可能性

海外の人たちにとって、北海道は「美しい自然」と並び、「安心・安全で美味しいスイーツの産地」というイメージが強いようです。海外からの観光客の増加に加え、海外で店舗展開を行う菓子メーカーが増え、ますます「北海道ブランド」のスイーツが注目を集めています。

【上海】

「たい焼き」や「抹茶専門カフェ」など、日本から多くのスイーツ店が進出しています。特に人気なのがチーズケーキ専門店で、焼き上がりの時間には長蛇の列ができています。1ホール約600円と手頃な価格に加え、日系百貨店や人気ショッピングモールへの出店戦略、口コミで店の評判を広める販売戦略も功を奏しています。

道内企業ではロイズが4店舗出店しており、価格は日本の約3倍ですが、高級品として販売されています。競争が激しい上海のスイーツ市場ですが、北海道ブランドは「美味しくて品質が良い」というイメージが定着しており、大きな優位性があると言えます。

【大連】

フルーツやチョコなどを派手にトッピングする香港や台湾のスイーツが人気です。写真が中国版ツイッター「微博」などにアップされ、瞬く間に人気が広がっていきます。

生クリーム、アイスクリームなど、スイーツには牛乳が多く使われますが、規制により日本からの輸入は難しい状況にあります。しかし、原料は現地調達でも、日本人が作り出すほどよい甘さと口当たりの良さを持った繊細な味は、中国でも十分に勝機があると思います。

大連では健康志向が高まっています。甘さを控えめにして、カロリー表示をするなどの工夫も、販売促進につながると期待できます。

【バンコク】

タイの人は一回の食事量が少ない分、よく間食をします。デスクでお菓子を片手に仕事をする姿をよく目にします。シーロムロードの屋台ではマンゴー、ランプータンなどタイならではの種類豊富なフルーツのほか、クレープやココナッツ味の焼きバナナなどが30円～150円程度で売られています。屋台以外では、ドーナッツなどのファーストフードやカフェでのケーキが人気です。

「北海道ブランド」の人気は非常に高く、現地のカフェでは、人気旅行先である富良野、札幌、函館の地名がメニューに使われているほどです。しかし、生クリームにはコクがなく、味は北海道スイーツとは程遠いものでした。日本国内と同じ品質、味わいの商品を販売することが、人気の必須条件といえます。

【シンガポール】

シンガポールの人は甘いものが大好きです。ショッピングモールでは、ケーキをはじめアイスクリーム、おやきなど様々なスイーツが売られており、歩きながら食べる光景も珍しくありません。

北海道からは、ロイズが5店舗を構えるほか、チーズオムレットなどが有名な函館のスナッフルスが、今年9月に初の海外直営店をオープンさせました。事前のPRをしていないにも関わらず、多くの人が列を作り購入していました。

「北海道の乳製品は美味しい」と評判で、物産展でも「北海道スイーツ」は数多く出品され、チーズケーキやソフトクリーム、シュークリームなどが人気を博しています。ただし、北海道のものであれば必ず売れるとは限りません。価格が高過ぎる商品は敬遠され、手軽に購入できる価格に設定することは非常に重要だと思います。

【サハリン】

従来、バタークリームやフルーツの缶詰を使ったスイーツが主流でしたが、最近では生クリームや生のフルーツを使ったものが増えてきており、欧州の製菓技術を学んだパティシエが作るスイーツは甘さが控えめで洗練されています。価格は1個約150円～300円のものが多く、日本と大きな違いはありません。

「北海道スイーツ」は知名度が高く、「高級菓子」との位置付けです。お土産として持って行くとは非常に喜ばれます。ただし、餅や小豆餡を使った和菓子はまだ普及していません。現在サハリンにはロイズが進出しています。物流コストが高いため価格は日本の2倍程度になっていますが、高級なイメージを活かした贈答用としてサハリンで受け入れられています。



タイのカフェでのメニュー
「ほっかいどうアラカルト」

現地価格調査（2013年10月）

（単位：円）

商品	単位	銘柄・産地	上海	大連	バンコク	シンガポール	サハリン
卵	0.5kg	現地産	412	71～188	248	241	196～241
牛乳	1 リットル	現地産	199～407	31 (243ml)	124	241 (830ml)	157～262
じゃがいも	0.5kg	現地産	116～215	22～94	186	84 (アメリカ産)	37
オレンジ	0.5kg	アメリカ産	137	364	279 (1個)	77 (1個)	173 (南アフリカ産)
小麦粉	1 kg		130	221	143	194	126
ビール	350ml	日本メーカーA社製	92	—	—	—	—
	350ml	日本メーカーB社製	—	87	149	279	253
カップラーメン	1 個	日本メーカー製	76	99	233	124	—
ミネラルウォーター	550ml		19	20	21	120	51～105
コーラ	330ml	コカコーラ	31	31	43	77	99
ハンバーガー	1 個	マクドナルド ビッグマック	255	255	622	365	—
タクシー初乗り			223	127	108	264	453～604
ガソリン	1 リットル	レギュラー	119	121	108	171	100
トイレットペーパー	10巻	日本製	210 (現地製4巻)	453	435 (現地製)	509	374 (現地製4巻)
乾電池	単三2本	米国製	118 (現地製)	71 (現地製)	295	247	132
洗濯洗剤	1 kg	日本製	198 (現地製)	190 (現地製)	373	213	1,057
クリーニング代	Yシャツ1枚	現地クリーニング店	159	159	248	311	302
電気料金	1 kwh	住居用	9	7	46	20	10
水道料金	1 m ³	住居用	26	49	31	90	92
新聞	1 部	一般紙	15	15	15	69	48
バス	市内均一区間		31	15～31	24	77～163	45
地下鉄	初乗り		47	—	68	85～186	—
携帯	機種	iPhone 5 16G	84,449	73,270	46,650	76,836	83,019
	基本料金／月		734	926	2,488	4,215	7,550
	通話料金／分		3	3	2	11	4
映画チケット	大人1名	時間帯により変動	878～2,235	958～1,117	622～1,399	894	604～1,057

【調査場所】 いずれも日本製品を扱う、比較的高級なスーパーマーケット。
 上海 カルフル古北店、しんせん館古北店、ローソン国際貿易中心店
 大連 カルフル西安路店、ローソン森ビル店
 バンコク トップス、フジスーパー
 シンガポール コールドストレージ、明治屋
 サハリン ユジノサハリンスク市シティモール、携帯電話ショップ「スヴィズノイ」

【換算レート】 2013年9月30日仲値

1 中国元=15.97円 1 タイバーツ=3.11円 1 シンガポールドル=77.77円 1 ロシアループル=3.02円

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 (%)
21年度	96.7	△ 6.6	91.4	△ 9.5	96.9	△ 6.0	91.5	△ 9.2	96.8	△ 10.3	93.9	△ 10.5
22年度	99.9	3.3	99.4	8.8	99.7	2.9	99.2	8.4	96.6	△ 0.2	92.1	△ 1.9
23年度	101.5	1.6	98.7	△ 0.7	102.5	2.8	97.7	△ 1.5	104.6	8.3	103.2	12.1
24年度	99.5	△ 2.0	95.8	△ 2.9	100.3	△ 2.1	95.9	△ 1.8	102.8	△ 1.7	100.4	△ 2.7
24年 4～6月	102.3	△ 1.0	99.1	△ 2.2	102.5	△ 0.6	98.8	△ 3.0	108.9	1.2	110.2	0.5
7～9月	99.3	△ 2.9	95.9	△ 3.2	99.2	△ 3.2	94.6	△ 4.3	107.7	△ 1.1	112.2	1.8
10～12月	96.7	△ 2.6	94.1	△ 1.9	98.0	△ 1.2	93.4	△ 1.3	108.4	0.6	110.4	△ 1.6
25年 1～3月	100.8	4.2	94.7	0.6	102.3	4.4	97.2	4.1	105.8	△ 2.4	106.6	△ 3.4
4～6月	100.3	△ 0.5	96.1	1.5	100.2	△ 2.1	95.4	△ 1.9	107.1	1.2	107.0	0.4
24年 8月	99.1	△ 2.3	96.1	△ 1.4	100.0	△ 1.3	95.4	△ 0.1	107.9	△ 1.0	112.2	0.4
9月	97.3	△ 1.8	94.0	△ 2.2	96.4	△ 3.6	93.0	△ 2.5	107.7	△ 0.2	112.2	0.0
10月	96.5	△ 0.8	94.3	0.3	97.2	0.8	93.3	0.3	107.8	0.1	112.2	0.0
11月	97.2	0.7	93.4	△ 1.0	98.2	1.0	91.8	△ 1.6	107.9	0.1	111.8	△ 0.4
12月	96.5	△ 0.7	94.7	1.4	98.6	0.4	95.2	3.7	108.4	0.5	110.4	△ 1.3
25年 1月	100.6	4.2	94.1	△ 0.6	103.0	4.5	96.3	1.2	107.9	△ 0.5	108.6	△ 1.6
2月	102.5	1.9	94.9	0.9	103.1	0.1	98.0	1.8	108.6	0.6	107.3	△ 1.2
3月	99.2	△ 3.2	95.0	0.1	100.9	△ 2.1	97.2	△ 0.8	105.8	△ 2.6	106.6	△ 0.7
4月	99.3	0.1	95.9	0.9	101.2	0.3	95.8	△ 1.4	103.2	△ 2.5	107.4	0.8
5月	101.7	2.4	97.7	1.9	101.8	0.6	96.8	1.0	102.4	△ 0.8	107.0	△ 0.4
6月	99.8	△ 1.9	94.7	△ 3.1	97.7	△ 4.0	93.7	△ 3.2	107.1	4.6	107.0	0.0
7月	r100.9	1.1	r97.9	3.4	r101.2	3.6	r95.6	2.0	104.6	△ 2.3	r108.7	1.6
8月	p100.0	△ 0.9	p97.2	△ 0.7	p99.6	△ 1.6	p96.0	0.4	p106.6	1.9	p108.6	△ 0.1
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	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(%)
21年度	920,855	△ 1.4	195,675	△ 5.3	246,086	△ 13.1	70,544	△ 10.1	674,769	3.7	125,131	△ 2.4
22年度	935,299	△ 2.1	195,785	△ 1.5	220,233	△ 10.5	67,267	△ 4.6	715,067	1.1	128,518	0.3
23年度	948,544	0.3	197,008	0.1	214,071	△ 2.8	67,231	△ 0.1	734,473	1.2	129,777	0.2
24年度	949,656	0.1	195,551	△ 0.7	211,547	△ 1.2	66,493	△ 1.1	738,108	0.5	129,058	△ 0.6
24年 4～6月	230,401	△ 0.1	47,101	△ 0.7	48,871	△ 1.8	15,529	△ 1.2	181,530	0.4	31,572	△ 0.5
7～9月	229,509	△ 0.5	47,391	△ 1.6	49,865	△ 2.5	15,447	△ 2.6	179,644	0.1	31,944	△ 1.1
10～12月	259,369	0.6	53,350	0.0	60,405	△ 0.4	19,053	△ 1.2	198,964	0.9	34,297	0.7
25年 1～3月	230,377	0.4	47,709	△ 0.8	52,406	△ 0.2	16,465	0.6	177,971	0.6	31,245	△ 1.5
4～6月	234,190	1.6	47,782	1.4	49,937	2.2	15,992	3.0	184,253	1.5	31,790	0.7
24年 8月	77,370	0.2	15,568	△ 0.0	15,489	△ 0.6	4,545	△ 1.8	61,881	0.4	11,023	0.7
9月	71,667	0.8	14,700	△ 0.2	15,545	△ 3.3	4,693	△ 0.8	56,122	2.0	10,007	0.1
10月	77,381	△ 0.0	15,672	△ 2.4	17,748	0.4	5,349	△ 3.0	59,633	△ 0.2	10,323	△ 2.1
11月	78,012	0.6	16,630	1.6	17,909	△ 0.2	5,985	1.6	60,103	0.9	10,645	1.6
12月	103,976	1.0	21,048	0.7	24,748	△ 1.1	7,719	△ 2.1	79,228	1.7	13,329	2.3
25年 1月	79,426	0.6	16,872	△ 2.9	18,534	△ 1.6	5,907	△ 1.1	60,892	1.3	10,965	△ 3.9
2月	69,317	△ 1.9	14,239	△ 2.9	14,904	△ 1.7	4,669	△ 0.5	54,413	△ 1.9	9,570	△ 4.0
3月	81,634	2.2	16,598	3.5	18,968	2.3	5,888	3.4	62,666	2.2	10,710	3.6
4月	77,298	△ 0.5	15,508	△ 1.0	16,353	△ 0.9	5,154	△ 0.6	60,946	△ 0.3	10,354	△ 1.2
5月	77,681	0.8	15,889	0.9	16,363	0.9	5,252	2.4	61,318	0.7	10,637	0.1
6月	79,211	4.7	16,385	4.5	17,221	6.7	5,586	7.1	61,990	4.2	10,799	3.2
7月	r79,929	△ 0.7	r17,127	△ 0.7	r17,914	△ 4.9	r6,041	△ 2.7	r62,015	0.6	r11,086	0.4
8月	p78,907	2.0	p15,822	0.9	p15,684	1.3	p4,653	2.4	p63,222	2.2	p11,169	0.2
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	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 (%)	22年=100	前 年 同 月 比 (%)	22年=100	前 年 同 月 比 (%)	円／ドル	円 月(期)末
21年度	430,922	0.1	79,383	△ 1.5	100.1	△ 2.9	100.4	△ 1.7	92.80	11,090
22年度	447,951	4.0	82,657	4.1	99.9	0.1	99.9	△ 0.4	85.69	9,755
23年度	477,426	6.2	89,758	7.6	100.3	0.4	99.8	△ 0.1	79.05	10,084
24年度	498,629	3.2	95,423	3.3	100.3	△ 0.1	99.5	△ 0.3	83.08	12,398
24年 4～6 月	120,969	4.4	23,336	5.8	100.6	0.0	100.0	0.2	80.17	9,007
7～9 月	134,456	2.8	25,251	2.2	99.8	△ 0.4	99.4	△ 0.4	78.62	8,870
10～12月	127,188	3.1	24,152	2.4	100.0	0.0	99.4	△ 0.2	81.16	10,395
25年 1～3 月	116,016	2.5	22,684	3.0	100.6	0.0	99.3	△ 0.6	92.38	12,398
4～6 月	124,527	2.9	24,313	4.2	100.7	0.1	99.8	△ 0.3	98.74	13,677
24年 8 月	46,144	1.9	8,672	3.1	99.6	△ 0.6	99.4	△ 0.4	78.66	8,840
9 月	42,831	5.3	7,975	2.7	100.0	0.0	99.6	△ 0.3	78.17	8,870
10月	42,382	3.3	8,057	2.2	99.9	0.0	99.6	△ 0.4	78.97	8,928
11月	40,395	2.6	7,741	1.9	99.6	△ 0.1	99.2	△ 0.2	80.87	9,446
12月	44,411	3.5	8,354	3.0	100.4	0.3	99.3	△ 0.1	83.64	10,395
25年 1 月	39,221	3.9	7,542	4.2	100.6	0.3	99.3	△ 0.3	89.18	11,139
2 月	36,290	△ 0.7	7,033	△ 0.7	100.6	0.2	99.2	△ 0.7	93.21	11,559
3 月	40,505	4.1	8,108	5.1	100.7	△ 0.6	99.4	△ 0.9	94.75	12,398
4 月	39,199	1.7	7,789	2.5	100.6	△ 0.5	99.7	△ 0.7	97.71	13,861
5 月	41,973	2.6	8,252	4.2	100.6	0.0	99.8	△ 0.3	101.08	13,775
6 月	43,355	4.4	8,272	5.8	100.9	0.7	99.8	0.2	97.43	13,677
7 月	46,957	3.2	9,014	4.8	100.9	1.2	100.0	0.7	99.71	13,668
8 月	47,219	2.3	9,047	4.3	101.0	1.4	100.3	0.9	97.87	13,389
資料	経済産業省、北海道経済産業局				総務省				日本銀行	日本経済新聞社

■コンビニエンス販売額の前年同月比は全店ベースによる。 ■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	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(%)
21年度	160,116	6.7	49,078	25.4	66,223	4.3	44,815	△ 5.6	4,175,457	6.8
22年度	152,734	△ 4.6	46,592	△ 5.1	62,462	△ 5.7	43,680	△ 2.5	3,788,315	△ 9.3
23年度	157,858	3.4	47,806	2.6	63,715	2.0	46,337	6.1	4,009,988	5.9
24年度	176,847	12.0	49,142	2.8	68,527	7.6	59,178	27.7	4,439,092	10.7
24年 4～6月	46,871	55.8	12,391	51.1	18,329	41.4	16,151	81.1	1,076,878	66.0
7～9月	45,787	11.9	13,103	4.9	18,289	5.8	14,395	29.3	1,138,766	16.4
10～12月	34,393	3.5	9,234	△12.9	13,688	11.5	11,471	10.7	907,802	△ 2.8
25年 1～3月	49,796	△ 7.2	14,414	△12.7	18,221	△14.0	17,161	7.7	1,315,646	△ 9.2
4～6月	46,445	△ 0.9	12,282	△ 0.9	17,557	△ 4.2	16,606	2.8	995,698	△ 7.5
24年 8月	12,416	8.7	3,551	3.0	4,654	△ 3.4	4,211	33.3	315,790	15.6
9月	14,620	△ 3.2	4,444	△10.5	5,833	△ 1.0	4,343	2.3	377,737	△ 3.7
10月	12,306	0.7	3,122	△16.9	5,073	7.0	4,111	10.5	299,334	△ 6.7
11月	12,603	6.7	3,424	△ 7.6	4,945	13.6	4,234	12.6	324,422	0.2
12月	9,484	3.1	2,688	△14.6	3,670	15.6	3,126	8.5	284,046	△ 2.0
25年 1月	11,161	△ 6.7	3,067	△12.3	3,888	△16.0	4,206	9.6	332,066	△ 7.4
2月	13,913	△ 4.8	3,937	△10.3	4,908	△13.1	5,068	10.7	412,889	△ 8.1
3月	24,722	△ 8.7	7,410	△14.2	9,425	△13.7	7,887	5.0	570,691	△11.0
4月	14,763	2.1	3,870	5.3	5,913	△ 1.2	4,980	3.8	308,556	0.7
5月	13,877	△ 0.8	3,773	1.1	4,956	△ 2.5	5,148	△ 0.6	308,436	△ 8.7
6月	17,805	△ 3.3	4,639	△ 6.9	6,688	△ 7.9	6,478	4.9	378,706	△12.5
7月	18,862	0.6	4,908	△ 3.9	7,396	△ 5.2	6,558	12.3	401,937	△ 9.7
8月	12,797	3.1	3,460	△ 2.6	4,621	△ 0.7	4,716	12.0	310,691	△ 1.6
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	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(%)
21年度	27,616	△23.4	7,753	△25.4	937,665	9.3	123,776	4.9	77,405	△20.4
22年度	29,922	8.4	8,190	5.6	819,440	△12.6	112,827	△8.8	84,480	9.1
23年度	31,573	5.5	8,412	2.7	749,583	△8.5	112,249	△0.5	89,742	6.2
24年度	35,523	12.5	8,930	6.2	776,431	3.6	123,820	△10.3	87,026	△3.0
24年 4～6月	9,277	6.2	2,159	6.2	292,021	9.6	32,508	15.5	21,469	△1.7
7～9月	10,094	15.6	2,271	△1.1	272,804	15.1	35,292	13.3	22,058	△4.6
10～12月	10,713	19.7	2,403	15.0	109,800	△6.7	30,937	17.7	20,296	△0.8
25年 1～3月	5,439	5.6	2,097	5.1	101,806	△20.7	25,084	△6.0	23,202	△4.6
4～6月	9,789	5.5	2,413	11.8	350,188	19.9	40,700	25.2	22,849	6.4
24年 8月	3,473	12.3	775	△5.5	96,270	29.0	11,368	19.2	6,399	△6.1
9月	3,300	38.1	742	15.5	68,125	△8.0	11,775	△1.9	8,956	△7.8
10月	4,303	31.2	843	25.2	60,807	10.0	13,721	28.2	6,233	1.2
11月	3,517	1.5	801	10.3	29,245	△29.1	8,972	6.2	6,630	0.3
12月	2,893	31.0	759	10.0	19,748	△6.4	8,243	15.6	7,433	△3.4
25年 1月	1,407	5.8	693	5.0	12,679	18.6	6,039	6.7	5,344	△9.7
2月	1,496	△28.2	690	3.0	17,764	32.3	6,708	△4.8	6,324	△11.3
3月	2,536	45.8	715	7.3	71,363	△31.5	12,338	△11.7	11,535	2.4
4月	3,347	1.4	779	5.8	107,337	△9.9	15,991	28.6	6,951	△1.1
5月	2,878	5.8	798	14.5	115,998	40.8	10,842	24.8	7,482	16.5
6月	3,564	9.4	837	15.3	126,853	40.1	13,868	21.7	8,416	4.9
7月	3,100	△6.7	845	12.0	160,202	47.8	15,725	29.4	7,136	6.5
8月	3,486	0.4	843	8.8	103,628	7.6	12,267	7.9	7,060	10.3
資料	国土交通省				北海道建設業信用保証(株)				内閣府	

■船舶・電力を除く民需(原系列)。

年月	来道客数		有効求人倍率(常用)		完全失業率		企業倒産件数(負債総額1,000万円以上)			
	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 原数値	倍 原数値	% 原数値	% 原数値	件	前年同月比(%)	件	前年同月比(%)
21年度	11,588	△5.7	0.35	0.42	5.2	5.2	489	△34.0	14,732	△8.8
22年度	11,219	△3.2	0.41	0.51	5.2	5.0	456	△6.7	13,065	△11.3
23年度	10,768	△4.0	0.46	0.62	5.2	4.5	464	1.8	12,707	△2.7
24年度	11,698	8.6	0.57	0.74	5.1	4.3	432	△6.9	11,719	△7.8
24年 4～6月	2,686	24.0	0.50	0.66	5.7	4.6	124	0.8	3,127	△5.6
7～9月	3,677	5.0	0.56	0.73	5.0	4.3	108	3.8	2,924	△5.9
10～12月	2,825	6.5	0.61	0.78	4.7	4.0	90	△11.8	2,889	△6.9
25年 1～3月	2,510	2.5	0.64	0.82	5.0	4.2	110	△18.5	2,779	△12.7
4～6月	2,851	6.1	0.62	0.74	5.1	4.2	96	△22.6	2,841	△9.1
24年 8月	1,386	6.8	0.56	0.73	5.0	4.2	41	△2.4	967	△5.7
9月	1,167	2.9	0.60	0.76	↓	4.2	34	21.4	931	△6.9
10月	1,069	5.4	0.61	0.77	↑	4.1	34	9.7	1,035	6.0
11月	864	8.6	0.61	0.78	4.7	4.0	31	△18.4	964	△11.9
12月	892	5.8	0.61	0.79	↓	4.0	25	△24.2	890	△13.7
25年 1月	776	1.6	0.61	0.81	↑	4.2	28	△15.2	934	△5.1
2月	822	4.1	0.65	0.83	5.0	4.2	39	△22.0	916	△11.7
3月	912	1.9	0.65	0.82	↓	4.3	43	△17.3	929	△19.9
4月	785	4.3	0.61	0.74	↑	4.4	31	△24.4	899	△10.4
5月	988	7.6	0.61	0.73	5.1	4.2	31	△24.4	1,045	△8.9
6月	1,078	6.2	0.65	0.75	↓	3.9	34	△19.0	897	△8.0
7月	1,185	5.4	0.70	0.80	—	3.9	27	△18.2	1,025	△0.0
8月	1,431	3.3	0.74	0.84	—	4.1	27	△34.1	819	△15.3
資料	(社)北海道観光振興機構		厚生労働省 北海道労働局		総務省		(株)東京商工リサーチ			

■年度および四半期の数値は月平均値。

主要経済指標（4）

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 (%)
21年度	322,642	△14.5	590,079	△17.1	977,663	△37.0	538,209	△25.2
22年度	342,527	6.2	677,888	14.9	1,228,540	25.7	624,567	16.0
23年度	374,431	9.3	652,885	△ 3.7	1,636,327	33.2	697,106	11.6
24年度	401,806	7.3	639,405	△ 2.1	1,698,185	3.8	721,139	3.4
24年 4～6月	95,930	3.7	164,436	4.8	373,006	△ 0.0	178,139	5.0
7～9月	91,632	△ 5.8	157,145	△ 8.2	381,817	2.3	175,797	0.3
10～12月	103,916	13.8	154,297	△ 5.5	432,975	2.3	175,887	0.5
25年 1～3月	110,326	18.2	163,527	1.2	510,388	9.4	191,316	8.0
4～6月	110,834	15.5	176,044	7.1	r 434,396	16.5	196,691	10.4
24年 8月	31,915	0.8	50,444	△ 5.8	139,984	5.2	58,128	△ 5.2
9月	26,126	△25.7	53,579	△10.3	127,571	6.3	59,261	4.2
10月	39,925	31.6	51,480	△ 6.5	149,170	12.7	57,042	△ 1.5
11月	31,801	△ 1.3	49,832	△ 4.1	135,158	△ 7.7	59,402	0.9
12月	32,190	11.9	52,985	△ 5.8	148,647	2.8	59,443	1.9
25年 1月	33,529	18.5	47,986	6.3	183,811	19.2	64,321	7.1
2月	29,241	1.5	52,831	△ 2.9	161,883	4.2	60,645	12.0
3月	47,556	31.1	62,710	1.1	164,694	5.0	66,379	5.6
4月	38,934	0.5	57,766	3.8	167,019	11.9	66,615	9.5
5月	33,892	22.3	57,667	10.1	152,280	27.8	67,648	10.1
6月	38,008	28.9	60,610	7.4	r 115,097	10.0	62,428	11.8
7月	36,608	9.0	59,605	12.2	r 132,597	16.0	r 69,900	19.7
8月	p 36,455	14.2	57,829	14.6	p 165,973	18.6	p 67,458	16.0
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 (%)
21年度	134,970	3.9	5,796,078	2.6	92,746	1.9	4,161,697	△ 1.4
22年度	138,014	2.3	5,972,665	3.0	92,986	0.3	4,137,911	△ 0.6
23年度	141,957	2.9	6,101,225	2.2	93,892	1.0	4,174,298	0.9
24年度	143,971	1.4	6,299,507	3.2	93,447	△ 0.5	4,267,338	2.2
24年 4～6月	140,050	1.9	6,079,528	2.2	91,643	1.2	4,138,076	1.4
7～9月	140,199	2.0	6,087,754	2.6	93,474	1.2	4,183,535	1.5
10～12月	140,458	1.6	6,114,434	2.4	92,592	0.4	4,212,603	1.9
25年 1～3月	143,971	1.4	6,299,507	3.2	93,447	△ 0.5	4,267,338	2.2
4～6月	142,983	2.1	6,339,434	4.3	90,977	△ 0.7	4,241,324	2.5
24年 8月	138,754	1.8	6,014,538	2.0	91,317	0.5	4,122,558	1.4
9月	140,199	2.0	6,087,754	2.6	93,474	1.2	4,183,535	1.5
10月	139,010	2.1	6,023,574	2.1	92,312	0.9	4,144,273	1.3
11月	138,801	1.4	6,052,968	1.7	91,774	0.6	4,153,290	1.5
12月	140,458	1.6	6,114,434	2.4	92,592	0.4	4,212,603	1.9
25年 1月	138,936	1.8	6,096,672	2.4	91,448	△ 0.3	4,192,191	2.2
2月	139,295	2.0	6,127,674	2.9	91,776	△ 0.3	4,202,686	2.3
3月	143,971	1.4	6,299,507	3.2	93,447	△ 0.5	4,267,338	2.2
4月	141,822	1.1	6,292,678	3.8	92,189	△ 1.1	4,219,814	2.3
5月	141,502	1.6	6,315,519	4.1	91,135	△ 0.9	4,223,042	2.7
6月	142,983	2.1	6,339,434	4.3	90,977	△ 0.7	4,241,324	2.5
7月	141,450	2.1	6,280,875	4.2	90,840	△ 0.5	4,238,662	2.8
8月	142,889	3.0	6,275,316	4.3	91,195	△ 0.1	4,243,083	2.9
資料	日本銀行							



調査レポート 2013.11月号 (No.208)

平成25年 (2013年) 10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。＞



古紙パルプ配合率100%再生紙を使用



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。