

ほくよう 調査レポート

No.311

- 道内経済の動き
- トップに聞く②⑩
株式会社中山組
代表取締役社長 中山 茂 氏
- 寄稿
ウクライナ侵攻と欧州経済・ビジネス
ー日本企業の視点からー
- アジアニュース
コロナ禍におけるジェトロの輸出支援サービス
について



● 目 次 ●

道内経済の動き..... 1

道内企業訪問：トップに聞く⑩
株式会社中山組
代表取締役社長 中山 茂 氏.....6

寄稿：ウクライナ侵攻と欧州経済・ビジネス
ー日本企業の視点からー.....12

アジアニュース：コロナ禍におけるジェトロの輸出支援
サービスについて.....19

主要経済指標.....24



道内経済の動き

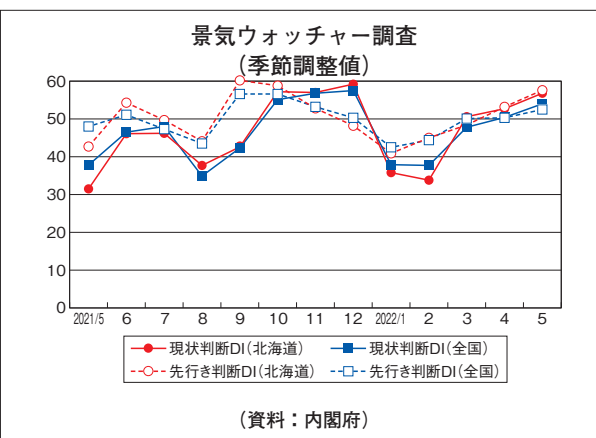
道内景気は、新型コロナウイルスの影響が残るものの、持ち直しの動きがみられる。生産活動は横ばい圏内の動きとなっている。需要面をみると、個人消費は、一部に弱さが残るものの持ち直しの動きがみられる。住宅投資は、弱含みとなっている。設備投資は、持ち直しの動きがみられる。公共投資は、高水準ながら弱めの動きとなっている。輸出は、持ち直しの動きがみられる。観光は、厳しい状況が続いているものの、持ち直しの兆しがみられる。

雇用情勢は、有効求人倍率、新規求人数ともに前年を上回っている。企業倒産は、件数と負債総額が前年を上回った。消費者物価は、10か月連続で前年を上回った。

1. 景気の現状判断DI～3か月連続で上昇

景気ウォッチャー調査による、5月の景気の現状判断DI（北海道）は前月を4.1ポイント上回る56.8と3か月連続で上昇した。横ばいを示す50を3か月連続で上回った。

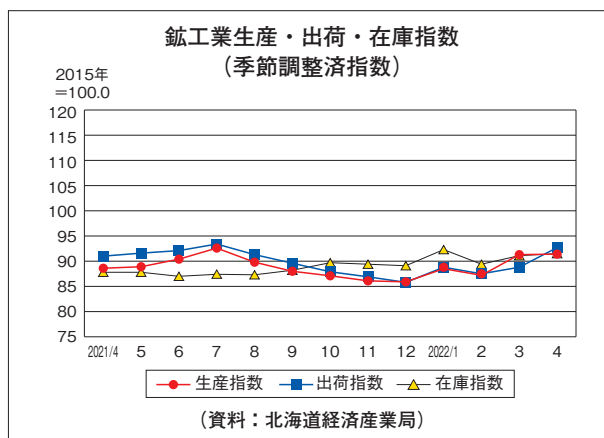
景気の先行き判断DI（北海道）は、前月を4.4ポイント上回る57.6となった。



2. 鉱工業生産～2か月連続で上昇

4月の鉱工業生産指数は91.4（季節調整済指数、前月比+0.1%）と2か月連続で上昇した。前年比（原指数）では+1.7%と14か月連続で上昇した。

業種別では、輸送機械工業など9業種が前月比上昇となった。金属製品工業など6業種が前月比低下となった。

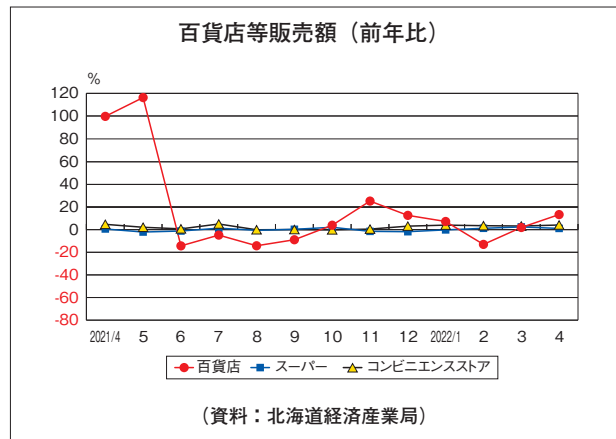


3. 百貨店等販売額～2か月連続で増加

4月の百貨店・スーパー販売額（全店ベース、前年比+2.6%）は、2か月連続で前年を上回った。

百貨店（前年比+13.1%）は、すべての品目が前年を上回った。スーパー（同+0.9%）は、衣料品、身の回り品、飲食料品が前年を上回った。

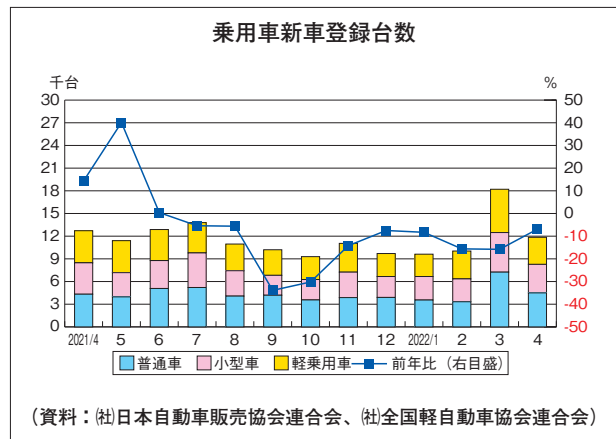
コンビニエンスストア（前年比+3.9%）は、6か月連続で前年を上回った。



4. 乗用車新車登録台数～10か月連続で減少

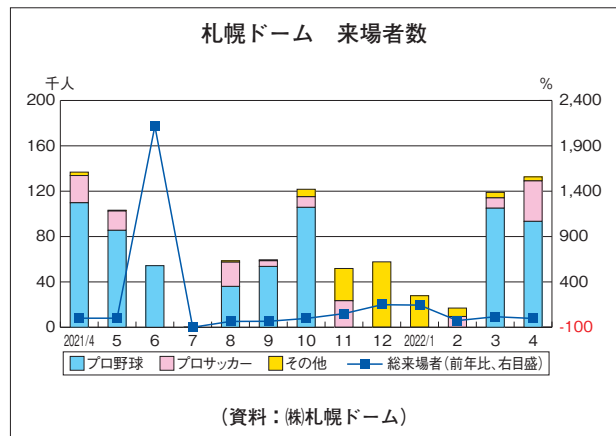
4月の乗用車新車登録台数は、11,850台（前年比▲6.9%）と10か月連続で前年を下回った。車種別では、普通車（同+4.0%）、小型車（同▲9.2%）、軽乗用車（同▲15.6%）となった。

1～4月累計では、49,709台（前年比▲12.4%）と前年を下回っている。内訳は普通車（同▲8.0%）、小型車（同▲10.0%）、軽乗用車（同▲18.9%）となった。



5. 札幌ドーム来場者数～2か月ぶりに減少

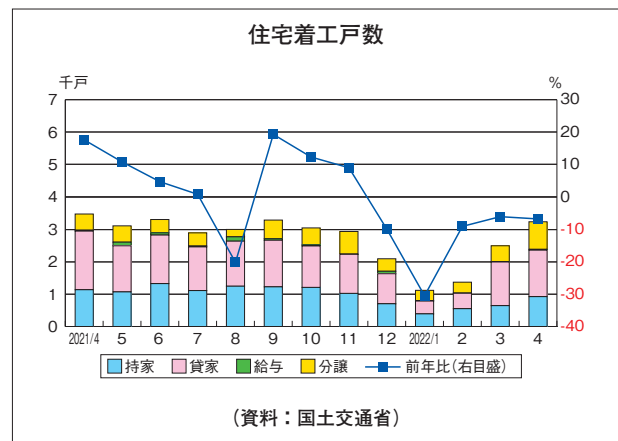
4月の札幌ドームへの来場者数は、133千人（前年比▲3.0%）と2か月ぶりに前年を下回った。来場者内訳は、プロ野球93千人（同▲14.9%）、サッカー36千人（同+48.6%）、その他が4千人（同+18.9%）だった。



6. 住宅投資～5か月連続で減少

4月の住宅着工戸数は3,233戸（前年比▲6.8%）と5か月連続で前年を下回った。利用関係別では、持家（同▲18.8%）、貸家（同▲20.7%）、給与（同▲10.3%）、分譲（同+71.9%）となった。

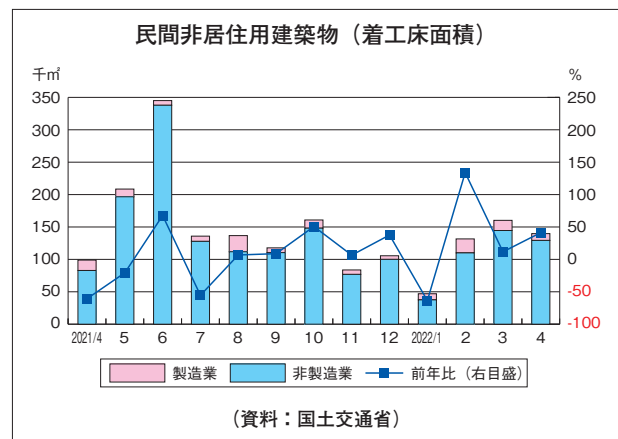
1～4月累計では、8,209戸（前年比▲11.1%）と前年を下回った。利用関係別では、持家（同▲19.4%）、貸家（同▲17.0%）、給与（同▲17.7%）、分譲（同+20.5%）となった。



7. 建築物着工床面積～3か月連続で増加

4月の民間非居住用建築物着工床面積は、139,771㎡（前年比+41.3%）と3か月連続で前年を上回った。業種別では、製造業（同▲34.5%）、非製造業（同+56.0%）であった。

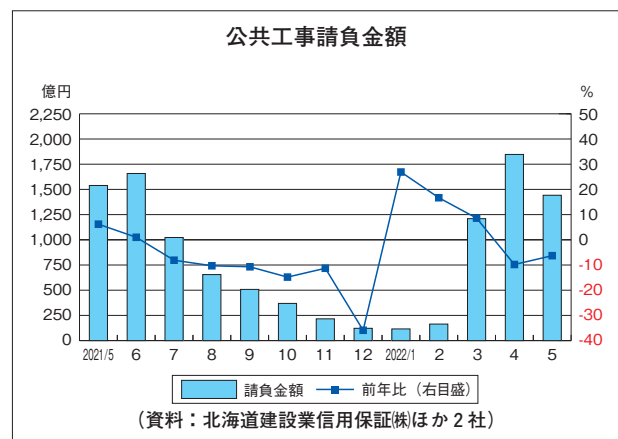
1～4月累計では、478,574㎡（前年比+11.9%）と前年を上回っている。業種別では、製造業（同▲11.2%）、非製造業（同+15.9%）となった。



8. 公共投資～2か月連続で減少

5月の公共工事請負金額は1,442億円（前年比▲6.3%）と2か月連続で前年を下回った。

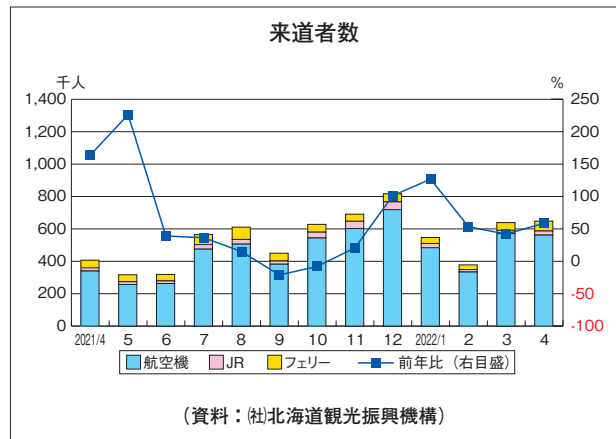
発注者別では、国（同+2.0%）、地方公社（同全増）、その他（同+145.0%）が前年を上回った。独立行政法人（同▲61.9%）、道（同▲17.0%）、市町村（同▲2.7%）が前年を下回った。



9. 来道者数～6か月連続で増加

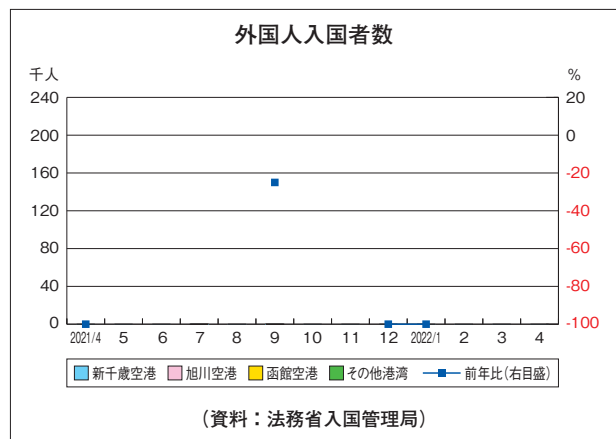
4月の国内輸送機関利用による来道者数は、648千人（前年比+58.9%）と6か月連続で前年を上回った。輸送機関別では、航空機（同+65.1%）、JR（同+23.6%）、フェリー（同+29.1%）となった。

1～4月累計では、2,213千人（同+64.4%）と前年を上回っている。



10. 外国人入国者数～底ばいが続いている

4月の道内空港・港湾への外国人入国者数は、1人（前年同月0人）と底ばいが続いている。



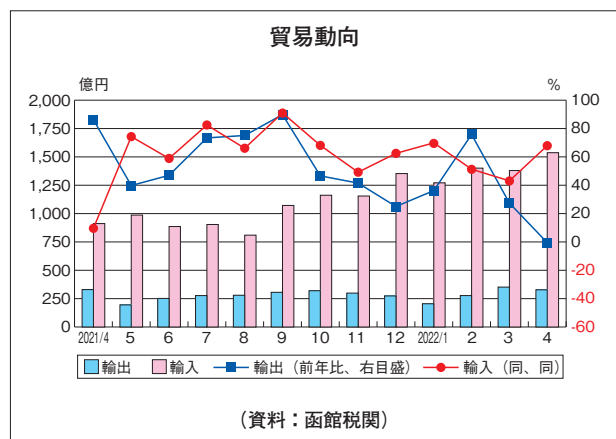
11. 貿易動向～輸出が14か月ぶりに減少

4月の貿易額は、輸出が前年比▲0.5%の328億円、輸入が同+67.9%の1,537億円だった。

輸出は、船舶、鉄鋼くず、一般機械などが減少した。

輸入は、原油・粗油、石炭、天然ガス・製造ガスなどが増加した。

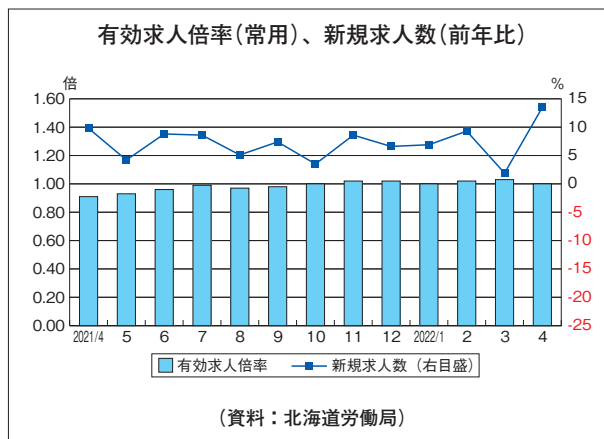
輸出は、1～4月累計では1,163億円（前年比+27.1%）と前年を上回っている。



12. 雇用情勢～有効求人倍率が前年を上回る

4月の有効求人倍率（パートを含む常用）は、1.00倍（前年比+0.09ポイント）と前年を上回った。

新規求人数は、前年比+13.5%と14か月連続で前年を上回った。業種別では、サービス業（同+33.6%）、製造業（同+29.2%）などが前年を上回った。情報通信業（同▲1.1%）が前年を下回った。

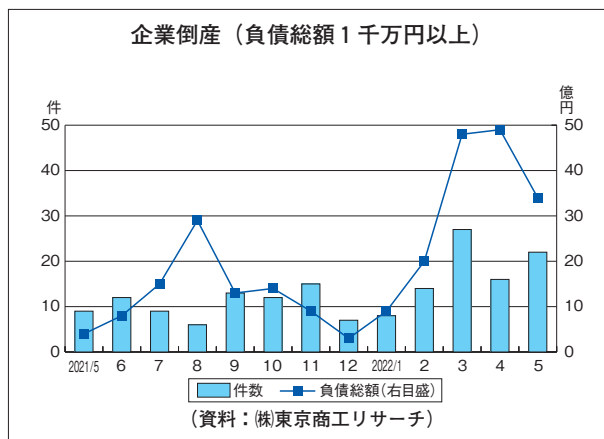


13. 倒産動向～負債総額は5か月連続で前年を上回る

5月の企業倒産は、件数が22件（前年比+144.4%）、負債総額が34億円（同+740.3%）だった。負債総額は5か月連続で前年を上回った。

業種別ではサービス・他が10件、製造業が3件などとなった。

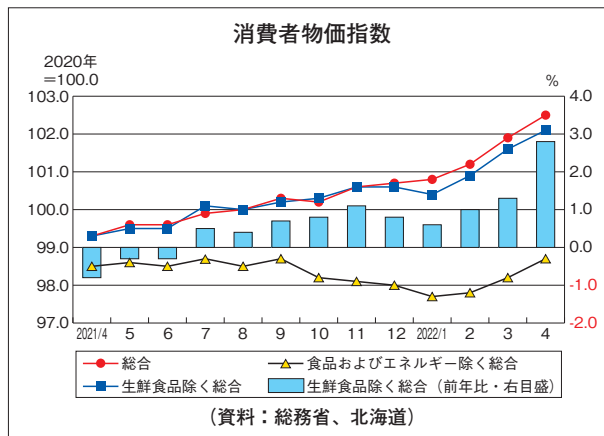
新型コロナウイルス関連の倒産件数は11件であった。



14. 消費者物価指数～10か月連続で前年を上回る

4月の消費者物価指数（生鮮食品を除く総合指数）は、102.1（前月比+0.5%）となった。前年比は+2.8%と、10か月連続で前年を上回った。

石油製品の価格は調査基準日（4月10日）時点で、灯油価格は前月比+1.8%、前年同月比+29.7%となり、ガソリン価格は前月比▲2.3%、前年同月比+14.9%となった。



トップに聞く②

株式会社 中山組

代表取締役社長 中山 茂 氏

信頼と実績を未来へ
NAKAYAMA
ARCHITECTURE / CIVIL ENGINEERING / DEVELOPMENT

1923年創業。同社は、北海道内のゼネコンとして土木・建築工事の施工管理などを行う。地域に密着した事業を展開するとともに、働きやすい職場環境の整備、社会貢献活動などに取り組む。2021年には、北洋銀行のSDGsサポートを利用した「SDGs宣言」策定の第1号案件となる。今回は、同社の事業運営や経営哲学、SDGsの取組などについて、代表取締役社長にお伺いしました。

代表取締役社長 中山 茂 氏



滝川市出身。成蹊大学法学部卒。1977年三共舗道入社、80年中山組取締役、同常務、専務を経て、2001年社長に就任。(一社)北海道農業建設協会副会長や(一社)北海道建設業協会監事、北海道経済連合会常任理事のほか、在札幌インドネシア共和国名誉領事に就任。同社は、「健康経営優良法人(中小企業法人部門)⁽¹⁾」に2021、22年と2年連続認定されている。

会社概要

企業名：株式会社 中山組
住 所：札幌市東区北19条東1丁目1番1号
TEL：011-741-7111 (代表)
URL：http://www.nakayamagumi.co.jp
設 立：1923年4月創業、30年4月設立
事業内容：土木建築工事請負業、土木建築工事に関わる設計及び技術の指導と提供等のコンサルタント業、建築の設計及び工事監督、不動産の売買及び管理・賃貸業など
支社等：滝川支社、東京支店のほか、函館、旭川、帯広などに8営業所等
関連企業：三共舗道(株)、三共産業(株)、巴産業(株)、(株)リブテック、環境エンジニアリング(株)
従業員数：255名(2022年4月末現在)
資本金：1億円(同上)

同族会社からの脱皮で挑戦する社風へ
／地元志向で、施工地の約9割は北海道内

—最初に貴社の設立経緯と事業展開などについて、お聞かせください—

社長：弊社は、祖父(吉次)の時代に現滝川市で個人創業したことが始まりです。当時は石狩川と空知川合流点での河川の氾濫が多発し、徐々に河川改修工事の重要が高まり、創業前の家業であった回船業の知識を生かし、砂利採取業を経て河川工事を多く請け負いました。河川のことなら中山に聞けと「川の中山」として評判だったようです。その後は、ほ場整備や道路、炭鉱関連、建築工事なども手掛けるようになり、それぞれの施主の方々に育てていただいた会社といえます。

1944年に株式会社となり、69年には、いわゆる同族会社からの脱皮を図るため、経営コンサルのご協力をいただき、会社組織型の経営スタイルへの転換に向けて、コンピュータを導入しています。また、建設業界ではめずらしい労働組合のある会社となっています。私は、この組織改革のためのコンピュータ導入などが、弊社の新しいことにチャレンジする社風へとつながっているのと思っています。

また、71年には父(弘三)が社長となり、81年には本社機構を札幌に移転。85年には中山組施工協力会という組織を設立しています。

私は、2001年に三代目として社長に就任。以降、弊社では新規事業の開拓や社内改革、社会貢

⁽¹⁾ 健康経営優良法人認定制度は、制度の設計は経済産業省が行い、日本健康会議が認定する顕彰制度である。地域の健康課題に即した取組や日本健康会議が進める健康増進の取組をもとに、特に優良な健康経営を実践している法人を認定している。なお、日本健康会議は、国民一人ひとりの健康寿命延伸と適正な医療について、民間組織が連携して行政の全面的な支援のもと実効的な活動を行うために組織された活動体である。

献などに取り組んできましたが、実は私が先導したものではなく、すべて社員からの提案によるものです。

現在の売上状況は、6割強が土木工事、残り4割弱が建築工事、また、施工地の約9割が北海道で、地元・北海道へのこだわりが強いことが弊社の特徴であると思っています。

☆ 施工例：ルスツリゾートホテル



基本は、地元の信頼と身の丈に合った経営／現場が「命」、現場視察は180か所超

—会社経営や事業展開の特徴やベースとなる考え方・哲学について、お伺いします—

社長：建設業にとって大切なことは、地元の皆さまからの信用・信頼であり、そのためには地域に関わり続けることが必要だと考えています。ただ、それは建設業に限らず、どの業種も同じではないでしょうか。

弊社は、昔から「石橋を叩いても渡らない」会社と言われてきました。私自身の考え方は、堅実経営というより、身の丈に合ったことしか行わないという感じです。人間もずっと背伸びをし続けていると、いつか転んでしまいますから。ですから、弊社の身の丈に合った売上規模を想定し、その中でいかに利益を出すのか、そこに焦点を当てて経営に取り組んでいます。

また、弊社だけでは生きてはいけないと考えて

おり、先々代、先代からの財産である関連企業や施工協力会社などの皆さまとのつながり、コミュニケーションを大事にしています。

一方、建設業は「現場」が「命」であり、これまで180か所超の現場を事務系社員と一緒に視察しています。事務系社員には弊社の構造・仕組みを理解していただきたい。現場の技術系社員には事務系社員が理解できるような現場説明をお願いしています。一般の方の目線やコミュニケーション能力を養っていただきたいからです。私自身は、協力会社等の皆さまとの意思疎通などを、直接図りたいという思いがあります。

また、私は滝川市の出身であり、札幌での人脈がありませんでした。仕事を進める上では様々な方々との協力や連携が必要となります。ですから、札幌では「出会いを繋がりへ」ということを自身のキャッチフレーズにして、積極的に異業種交流に参加してきました。

☆ 中山社長の現場視察

(担当者からの現場説明)



これまでの様々な取組をSDGsに収れん／その取組は現在進行形、着実に一歩ずつ

—SDGs取組のきっかけや、取組の内容などについて、お聞かせください—

社長：私自身は、SDGsの取組は大変かなという先入観を持っていました。しかし、社員から弊社で取り組んできた様々な取組に関し、これは、SDGsの17の目標の何番と何番に該当するなどと

言われて、「あっ、そうなの?!」という感じで、ハードルがぐっと下がったわけです。

また、道内の建設業ではSDGsに取り組んでいる先行企業があり、その会社のホームページでは分かりやすく紹介されていたので、私のSDGsへの理解も深まっていきました。

そうした中で、北洋銀行の「SDGs宣言サポート」によるご支援をいただき、2021年に弊社の宣言をとりまとめ、取組を開始しました。

建設業は、もともと、住居やオフィス、インフラの整備、防災、環境、エネルギーなど、人々の暮らしに大きく関わり、これらを担っている業界であり、SDGsのあらゆる目標にも関与していると考えています。また、弊社の基本理念「豊かな社会基盤の創造と暮らしを重視した生活環境の提供」という考え方にも合致しています。

弊社では、これまで環境分野での新規事業や、職場環境の改善、地域貢献などに取り組んできました。上品にいうとそれらがSDGsに収められたということですが、正直、後付けしたというのが実態といえます。



社長：弊社の宣言では、四つの柱を掲げています。一つ目は、安全で快適な職場環境づくり（職場の人権、働きがい）、二つ目は、環境への配慮（地球環境保全）、三つ目は、一人ひとりの行動で築く大きな信頼（コンプライアンス等）、そして四つ目が、企業活動を通じて豊かな社会の実現に貢献（地域貢献活動）となっています。

これらの4本柱にぶら下がる取組では、「健康経営優良法人」認定や「札幌市ワーク・ライフ・バランスplus企業」認証、「環境マネジメントシステム」取得、「札幌市地域安全サポーターズ」登録など、行政等による様々な仕組みを利用しているものが結構あります。

私自身がSDGsの取組の中で重視したいのは「地域貢献」です。ただ、それは大げさなものではなく、例えば、近隣でのゴミ拾いや花壇整備、学校のグラウンド整備などといった、ごく普通の一般的な取組をイメージしています。

近くの小学校の児童を対象に、一年に一度、弊社のビルの最上階（6階）で勉強をしていただいています。そこからは小学校を上から見ることができ、子どもたちが大喜びします。お礼に鉢花を持ってきて、育てて下さいと言われてたりして、そうしたご近所の学校との交流なども素敵な取組だと実感しています。その他にも、弊社の看板支柱に電子掲示板を後付けして交通安全のPRなどをしたり、札幌救急サポーターとしてAEDを弊社に設置したりしています。

いずれにしても、これらのSDGsの取組については、コツコツと地道に取り組んでいるという状況で、いわば現在進行形という感じです。

一方、社員にはSDGsのバッチを付けてもらっています。そして、社員にはそのバッチは何かと聞かれた時に、最低限のことを答えられるようにしてほしいとお願いをしています。やはり、社員一人ひとりの意識と行動が重要だと思うからです。

☆ SDGsの取組事例：近隣小学校との交流



持続可能な北海道を支える社会インフラ ／中長期・グローバルな視点で考えよう

—北海道や地域の活性化に必要なことについて、 お伺いします—

社長：人口減少や少子高齢化が進む北海道や地域にとって大切なことは、持続可能な社会の実現、つまりSDGsだと考えています。

そして、その持続可能性を支えているのが様々な社会インフラといえます。しかし、今後、北海道はもとより日本のインフラは老朽化が進んでいくという現実があります。

一方、世の中では、橋が崩落してはじめて架け替えるとか、交通事故が発生して信号機をつけるなど、どうしてもインフラの整備や維持には後追いのところがあり、その打破が必要ではないかと感じています。

気候変動で多発する台風等の自然災害、新型コロナ等のパンデミックや国際紛争の発生など、中長期的なトレンドやグローバルなリスクにどう向き合っていくのか、われわれ一人ひとりが考えていく時代だと思っています。

特に、自然災害は必ず発生するわけで、そういう中では、「備えあれば憂いなし」ということが大事で、社会インフラなどに対し、ハード・ソフトの両面から、強靱性を獲得していくことが必要ではないかと考えています。

例えば、今年の4月には道内でも高病原性鳥インフルエンザが発生しましたが、地域の建設業協会等では、道（各（総合）振興局ごと）と防疫協定を締結しています。具体的には、「〇〇町で発生した際には地域の△△社が、埋却作業のために重機や人を応援する」仕組みで、そういう「備え」が円滑な処理作業へとつながるわけです。

いま、国では災害に強い国づくりということ

で、国土強靱化の取組を進めています。それは防災や減災だけではなく、復旧や復興の迅速化、円滑化につながるもので、日本の暮らしや産業活動を支える前向きな取組といえます。

そういう「備え」となる取組を、皆様のご理解のもとでしっかりと進めていくことが、北海道活性化の大前提になるのではないかと考えています。

また、企業サイドも危機管理を考えて行動していくことが必要ではないでしょうか。

弊社では、社員の提案により、防災拠点を兼ねた社員寮を整備する予定です。災害発生時でも事業の継続ができ、迅速で円滑な応急措置に対処し、防災拠点としての機能も果たせるような仕様にしています。建設現場の安全確保と同じで、自分たちの身の回りの安全に関しては自分たちできちっとやっておく、用意するに越したことはないということです。

ただ、個々の企業の取組には限界があると思いますので、業界としてやるべきこと、言うべきことを積極的に発信し、国や道の政策に結び付けていくことも必要ではないかと思っています。

☆ 防災拠点を兼ねた社員寮（完成予想図） ZEH（ゼッチ）対応⁽²⁾



⁽²⁾ 新たな社員寮は、鉄筋コンクリート造5階建てでワンルーム28戸を備え、来年1月に竣工予定（札幌市東区）。ZEH「ゼロ・エネルギー・ハウス」(年間のエネルギー産出量が消費量を上回る家)対応となっている。また、太陽光発電設備や蓄電池、ガス発電機等を備え、緊急時には本社機能を補うほか、防災拠点として機能する設備も整える。さらに、女性向けフロアの設備等プライバシーや防犯に配慮した造りとし、電気自動車用の充電器やテレワーク等も可能なコミュニティスペースなども整備する予定である。

**若い社員に会社の仕組みを理解して頂く
／経営者の顔が大切、明るく・前向きに！**

—若年層の離職や道外流出が課題となっていますが、どのようにお考えですか—

社長：担い手不足については、建設業界の最大の悩みです。若い人が入ってこない、離職・転職する、従業員の高齢化の中で若い人に技術の継承ができないなどの課題を抱えています。

弊社は、非上場、同族会社という特殊事情もありますが、私は、やはり社員のことが一番で、会社は従業員と家族を第一に考えるべきであると思っています。

一方、働きはじめた社員には、自分の会社がどのようにして利益を得て、自分の給料が支払われているのかという、会社の仕組みを理解していただきたいと考えています。

先ほども少しお話をしましたが、私の現場視察には、事務系社員も一緒に行きます。現場は、いつも天気の良いわけではないし、危険を伴うこともある。山奥の中でクマやマムシが出たりするようなところ、あるいは交通量が多くて車が突っ込んできそうなど、色々です。

弊社から車で出かけ、途中でオフロード四輪駆動車に切り替えて、山奥の現場に入っていくと、作業服姿の女性社員などは本当にびっくりします。「ザ・建設業」という感じで、建設業というものを肌で感じるわけです。そして、現場での技術系社員の緊張感や、協力企業など多くの方々との支え合いなど、弊社の仕組みを目の当たりにして帰ってきます。そうすると、現場から社員が来た時、受付の女性社員からは、「ご苦労様です」「お疲れ様です」という言葉が、自然に出てくるようになるのです。

そういうセルフスタディというか、自身による気づきということは、その職場で働いていく上で、大きな役割を果たすのではないかと考えています。

また、建設業界では女性技術者が圧倒的に少な

いという課題を抱えています。そうした中で、道内建設業で働く女性や業界紙、教育関係者等が情報交流などを行う「建設どさん娘の会」というものがあり、弊社社員も参加しています。今は、新型コロナの影響等で活動が制限されていますが、北海道建設協会などが応援しており、そういう活動を社会全体で応援していくことも大切ではないかと思っています。

その他にも、弊社は、北海道教育委員会の「北海道フロンティアキッズ育成事業」の環境学習応援隊・協力企業となっています。子どもたちに、その地域の良さや課題、地域社会の成り立ちなどを学んでもらうことは、自身と地域や北海道との関わりを考えるきっかけとなり、将来に向けて必要な取組ではないかと思います。

☆ 子どもたちの環境教育を応援



—With、Afterコロナに向け、企業経営者等に求められることについて、お伺いします—

社長：私は、基本的に後ろは振り向かないで、明るく、前向きに行こうという考えであり、困っていることはあまり外には見せたくないと思っています。社員を含めて外の方はどうしても、経営者としての私の顔を見るわけで、元気で健康的でないと、会社は大丈夫かと思われかねないこともあるわけです。見栄を張っているのかも知れませんが、「中山組さん、頑張っているね」とかいうような声を、弊社の社員が耳にすると嬉しく、元気が出てくるのではないのでしょうか。

ある意味、社長は会社の広告塔であり、私が、

明るく元気に活動することで、社員にとってプラスに働くよう心がけています。

あとは、繰り返しとなりますが、地元企業として、地域にこだわり、関わり続けること。業種を問わず地域の皆さまとの結びつきを強めて、様々な形で地域を盛り上げていくことが大切なのではないでしょうか。

来年の弊社創業100周年は、単なる通過点／次代に向け、SDGsの取組を確とした形へ

—会社の将来像や社長の夢などについて、お聞かせください—

社長：来年、弊社は創業100周年を迎える予定ですが、それはあくまでも通り道、通過点と捉えています。弊社には社員のOB会や協力会社などもあるので、「今までお世話になった皆さまのお陰で一区切りできました」という感じのお祝いは考えていますが、その次はどうする、こうするということはあまり考えていません。

しかし、次の100年かどうかは別にしても、やはり持続可能性、SDGsの取組については着実に進めていきたい。スクラップ＆ビルドの視点を織り交ぜて、今まで取り組んできたことをきっちとした形にしていきたいと考えています。

また、関連企業とともに取り組んでいる廃棄物処理などの環境関連事業や、事務所にいながら現場を見ることが可能な遠隔臨場システム「Gリポート」⁽³⁾の普及などを進めていきたいと思っています。その他にも、NEXCO東日本では、道内の高速道路で補強や拡張などのリフォームを始めています。今後は、国や道などでも土木分野でのリフォームに取り組んでいくことが考えられますので、弊社でも、中長期的な視点に立って勉強を進めています。

いずれにしても、弊社の“人・自然・建設”のネットワークで未来の創造に貢献できればと思っています。

私個人に関して言うと、幾つかの公職や在札幌インドネシア名誉領事などを拝命していますが、それは地域貢献、社会貢献の一環ということで、北海道や地域が少しでも良くなるようにという思いで働かせていただいています。

また、弊社では会社として国連サポーターに加入しており、今回のウクライナ侵攻でも、社員と会社の募金を合せて、運営組織を通じてウクライナに寄付をしています。過去の東日本大震災の際には、多額の個人寄附をした社員も結構いて、そうした社員の助け合いの気持ちがとても嬉しく、誇りに思っています。

それはともかく、私の夢、希望は、地域や世の中が良くなっていくことです。それほど裕福ではなくても良いから、「とにかく明るい〇〇さん」ではないが、とにかく明るく、前向きな世の中になっていくことでしょうか（笑）。

☆ 未来を表す一つの球体。中山組を表す『N』のピース。中山組はひとつのピースとなるべく、未来志向で唯一無二の企業として歩み続けます。



ひとつのピースも
欠かせない。

(田邊 隆久)

⁽³⁾ 遠隔臨場とは、動画撮影用カメラにより撮影した映像と音声を用いて「段階確認」、「材料確認」と「立会」を行うことである。Gリポートは、エコモット株式会社（札幌市）と株式会社中山組で共同開発した遠隔臨場に特化したモバイルコミュニケーションツールで、材料や出来形、寸法、外観・雰囲気の確認・検査などが可能である。



ウクライナ侵攻と欧州経済・ビジネス—日本企業の視点から—

国際大学 特別招聘教授
林 秀毅

(要約)

- ロシアによるウクライナ侵攻は欧州の強い反発につながっており、経済制裁の効果と侵略行為への批判により、プーチン氏の力は国内外で低下。
- 欧州は中長期的に石油・天然ガス供給のロシアへの依存を断ち切り、世界的な食糧危機解決のため、ウクライナからの穀物輸出に尽力。
- 一方、日本企業はウクライナへの復興支援に協力すると共に、ロシア・ビジネス再検討への目配りが必要に。

はじめに

欧州経済・ビジネスの現状と展望について、6月と7月の二回に分けて述べていきます。今回はロシアによるウクライナ侵攻を中心に、欧州から見た対外的な問題について、次回はコロナ対応と政権交代など欧州域内の問題について検討します。

6月半ばの時点でもなお、ロシアによるウクライナ侵攻は続いています。ロシア・ウクライナと地理的に接する欧州は、これにどう対応しているのでしょうか。さらに日本企業はどう対応すべきでしょうか。

ここでは全体を三部に分け、第一に、ロシアのウクライナ侵攻は、そもそもなぜ侵攻が始まったのか、欧州がどのように対抗しているか、第二に、欧州が今後長期間にわたるロシア・ウクライナとの関係をどう考えているか、第三に、日本企業は以上のような変化にどう対応するべきか、といった点を中心に検討します。

1. ロシアのウクライナ侵攻—プーチン氏の誤算

2月下旬、ロシアはウクライナに対し、首都キーウを含む多方面に侵攻を開始しました。その背景については、既にさまざまな説明がなされています。ここではウクライナと欧州との関係に注意して考えていきましょう。ウクライナは以前からロシアと欧州の間で揺れ動いており、今回ロシアがなぜウクライナに侵攻を始めたのか、その理由が明確になるためです。

地理的に見ると、ウクライナは欧州とロシアに挟まれるように位置しています。しかし、歴史的にみると、ウクライナはロシアと同じ起源を持ち、旧ソ連の一部を構成していましたが、冷戦終結後の1991年、ウクライナは独立した国家になりました。但しロシアはその後、ウクライナは自らの「勢力圏」に属している、という発想を強く持っています。

その後、ウクライナ国内では、欧州との関係を深めたい民主派と親ロシア派との対立が続きました。2013年11月から、当時の親ロシア派大統領の下、欧州との関係強化を進める政策の手续が停止されると市民の反発によるデモが発生し大統領はロシアに亡命しました。

この頃、ロシアにクリミア半島を実効支配される事態が発生しましたが、政権については、親欧州派の政権が続き、現職のゼレンスキー大統領に至っています。（図表１）

（図表１）ウクライナと欧州・ロシア動向

1989年	ベルリンの壁が崩壊、冷戦は終結へ（11月）
1991年	ウクライナ独立（12月） 旧ソビエト連邦崩壊（同上）
1999年	EU、単一通貨ユーロ導入（11か国で発足）
2000年	ロシア、プーチン氏大統領就任（5月、一時首相を務めるが、現在まで実権を掌握）
2004年	旧社会主義国を含む10か国がEU加盟、全25か国に（5月） ウクライナ、民主化を求めるオレンジ革命（11月）、選挙により親欧政権成立（翌1月）
2010年	親ロシア政権成立（2月）
2014年	ウクライナ、政権の反欧姿勢を批判するマイダン革命（2月）、選挙により親欧政権成立（6月） ロシア、クリミア半島を実効支配（3月）
2019年	親欧派のゼレンスキー氏、大統領就任（5月、現在に至る）
2020年	EUから英国が離脱（1月）
2022年	ロシア、ウクライナに侵攻開始（2月） EU、経済制裁措置を公表（3月、その後段階的に強化） EU、ロシアへの化石燃料依存からの脱却策を公表（5月）

（出所）各種資料により筆者作成。

以上の経緯は、国内のメディアでも紹介されており、すでにご存じの読者も多いと思います。一方、以上のようにウクライナが親欧州の姿勢を取っていたものの、欧州側はウクライナと一定の距離を保っていたことには注意が必要です。この背景として、**ウクライナが欧州連合（EU）とロシアの間に位置し「緩衝地帯」という位置付けだった**ことがあります。そのため、ウクライナのEU加盟を早期に認めようという動きはありませんでした。

こうした中、2014年にクリミア半島がロシアの実効支配下におかれました。一方、ウクライナ東部でも一部の地域をロシアが実効支配し紛争が続いていました。

次に、2月にプーチン氏がウクライナ侵攻に踏み切った後は、ロシアのプーチン氏にとって以下のような誤算が生じました。

第一に、ウクライナ国内が結束し、ロシアの攻撃に強く抵抗したことです。この点、ロシアは2014年のクリミア実効支配を短期間で成功させた経験により、ロシアがウクライナを甘く見ており、今回も早期に決着をつけられると考えていた可能性があります。ウクライナに隣接するポーランドなど欧州の国々も、ウクライナからの避難民の受け入れなど、積極的な支援を行いました。

第二に、欧州が米国や日本と歩調を合わせる形で、3月以降、ロシアに対し強い経済制裁を行う姿勢を打ち出したことです。この点については次節で詳しく述べます。

特にEU内では、従来、ドイツがロシア寄りの姿勢を取っていたため、加盟国間でなかなか足

並みが揃いませんでした。ドイツが経済大国であり、天然ガスなどロシアのエネルギーに依存してきた、という事情があるためです。

しかし、ロシアがウクライナ侵攻により、多くの一般市民の犠牲者を出したことなどにより、ドイツを含むEUの加盟国は、ロシアに厳しい経済制裁を科すことで一致しました。EUは市民の基本的人権の尊重を非常に重視しており、経済的な利害に優先すると考えているためです。

第三に、5月18日、フィンランドとスウェーデンが北大西洋条約機構（NATO）に加盟を申請しました。両国ともEU加盟国ですが、ロシアに近接しているため、これまでは欧米との安全保障の枠組であるNATOへの加盟申請を控え中立を維持していました。

以上のように、ロシアの取った軍事行動は、以上のような欧州の強い反発により、かえって自らを不利な立場に追い込む結果につながった、と言わざるを得ません。

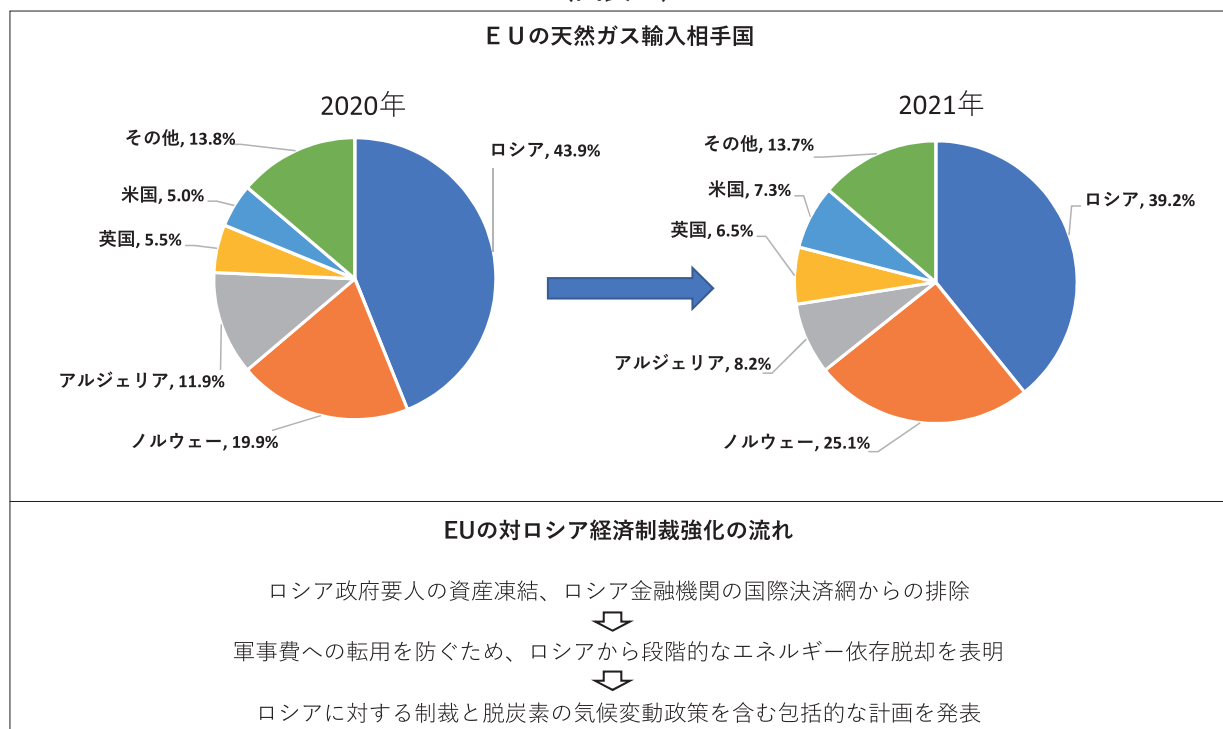
2. ロシアへのエネルギー依存と食糧危機にどう取り組むか

それでは、ロシアによるウクライナ侵攻は、欧州の経済とビジネスにどのような影響を与えているのでしょうか。大きく二つの側面が考えられます。

まず、ロシアへのエネルギー依存から脱却する必要性が高まったことです。

この点は、前節で述べた欧州による厳しい経済措置として、天然ガス・石油・石炭といった化石燃料のロシアからの輸入を段階的に削減していく方針が取られることにつながりました。(図表2)

(図表2)



(出所) 欧州委員会資料に基づき作成

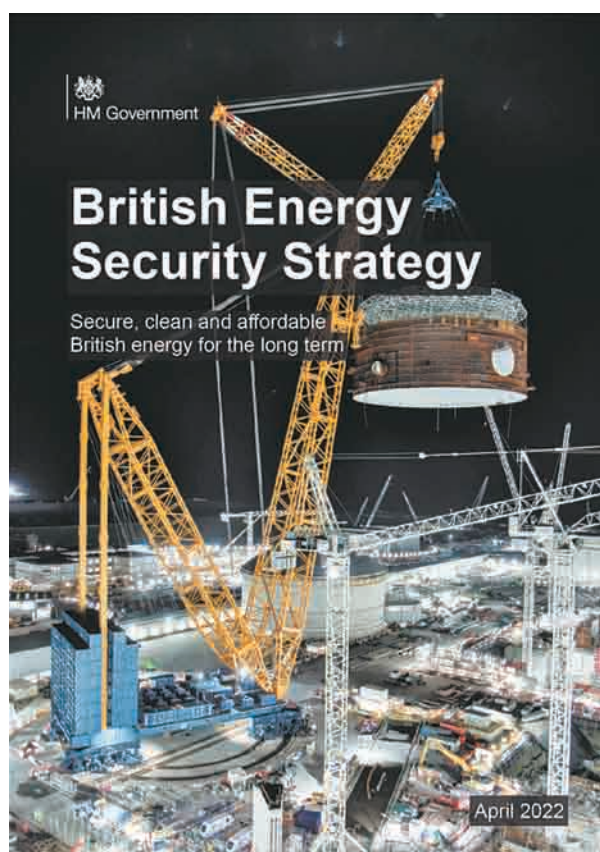
ロシアによるウクライナ侵攻後、3月上旬には、EUはロシアからの天然ガスを始めとする化石燃料のロシアへの依存から段階的に脱却する計画を明らかにしました。この背景には、ロシアに支払う代金がウクライナと戦う戦費に充てられること、ロシアがエネルギー供給をウクライナ問題の交渉上の材料とすることに対する懸念がありました。

その後、5月18日には、ロシアの化石燃料への依存からの脱却と、脱炭素の気候変動に包括的に取り組む政策案が公表されました。

この背景には、ロシアへの依存から脱却するためには、調達先の多様化に加え新たな再生可能エネルギーの開発など技術的な検討が必須であること、ロシアに対する経済制裁は従来からEUの最重要政策である脱炭素への取り組みと矛盾しないだけでなく、むしろこれを促進することを示す狙いがありました。

一方、英国も、ロシアに対し厳しい姿勢を取っている点はEUと同様です。しかし、英国は北海に石油・天然ガスの資源を持ちロシアへのエネルギー依存度が低いことに加え、EUと比較してロシアから距離的に離れているため地政学的な利点もあります。さらに、英国は政府と高い技術を持つ企業が協力し、進んだ脱炭素戦略を打ち出しています。(図表3)

(図表3) 英国政府が2022年4月に公表した「エネルギー安全保障戦略」



さらに、英国はブレグジット（EU離脱）後、トラック輸送の労働力が不足し物流が滞るといった問題を抱えています。そこにエネルギー価格の上昇が追い打ちをかけ、物価の上昇がEUと比較しても深刻になっています。

次に、エネルギー政策と並び、**食糧支援**が大きな問題となります。世界第5位の小麦生産量を持つウクライナの農産物を輸出するための港がロシアにより実質的に封鎖されていることが直接の原因です。

そのため、EU側まで陸路で輸送し、EUの港から世界各地に輸出することなどが試みられてきました。しかし、世界的な食糧の供給不足と価格上昇を抑えるには至っていません。

さらにEUは域内で十分な食糧を生産できるため、食糧が不足しがちなアフリカなど発展途上国への支援を重視しています。EU域内の政策は、肥料や飼料価格の上昇について生産者に補助などを行うことが中心になっています。

これに対し英国では、もともと食糧を輸入に依存する度合いが高く、ブレグジットによりEUから食糧を輸入するための手続が煩雑になっていた所に世界的な食糧不足が加わり、影響はより深刻です。そのため英国の政策は国民の生活水準を維持するため、消費者に対する補助などに重点が置かれています。

3. 日本企業の取り組みに何が必要か

最後に、ロシアのウクライナ侵攻により、日本企業には今後どのような取り組みが求められるのでしょうか。先述のように戦争の推移には依然不透明感が強いものの、ここでは中長期的な視点から考えていきたいと思えます。

第一に、**ウクライナの復興支援**です。

戦闘が行われている間、ウクライナは欧米諸国から武器の支援を受けることを最優先に考えざるを得ません。

しかしその一方で、戦後の復興を見据え、道路や空港などインフラ整備の高い技術と国内外で復興に取り組んだ経験を持つ日本の協力については、ウクライナ自身が、既に強い希望を寄せています。

ウクライナは元々、科学技術の水準が高く、近年では**IT関連産業**が発展しています。技術力と英語力を持つ人材が豊富であり、ロシアによる侵攻以前から、ソフトウェアの開発などの分野では日本企業との関係が深まっていました。

また、ウクライナでは**日本のアニメや食文化**に対する関心も高く、復興がある程度進んだ段階では、人口約4,500万人の市場は日本企業にとって魅力的といえます。

なお、今後について、欧州には**ウクライナのEU加盟**という難しい問題があります。ウクライナは従来からEUに対し、早期加盟を求めています。しかしEU加盟の実現には、ウクライナは加盟交渉の場で、政治・経済・社会の広い分野の制度・政策がEUの求める水準に達していることを明らかにする必要があります。EUは政治的な判断により、ウクライナに正式加盟前に何らかの特別な地位を与えることが検討される余地はあります。一方、経済的にみると、EUがウクライナのような規模が大きく戦争で深い傷を負った国の復興について費用を全て負担することには無理があります。

ロシアによる侵攻という緊急時に、欧州はウクライナを全面的に支援する姿勢を見せてきました。一方、長期的な復興支援については、日本を含む各国がそれぞれの得意分野で協力しながら取り組む枠組みが必要になるでしょう。

第二に、**ロシア・ビジネスの再検討**です。

5月9日、ロシアの対独戦勝記念式典において、プーチン氏は侵攻の正当性を主張し、戦闘継続の姿勢を示しました。しかしこの時、懸念されたような国民に戦果を誇る「勝利宣言」や、兵力を増員するための「戦争宣言」はありませんでした。

6月半ばの時点で、ロシアによる侵攻の着地点が見えない中、日本も欧米に歩調を合わせる形で、ロシアに対する経済制裁を継続しています。

一方、前節で述べたように、欧米と日本がロシアへのエネルギー依存から脱却する厳しい経済

制裁を行う大きな理由は、自らが支払った資金がロシアの軍事費に充てられることを避けたいという点にあります。

しかし、欧州現地には「EUが強力な経済制裁を続けても、ロシアは中国などにエネルギーを供給し経済制裁の効果は得られない。柔軟に調整しやすい関税により、状況に応じロシアからのエネルギー供給を調整した方が有効」という意見があります。

中長期的にも、前節で述べたように、EUが天然ガスでは輸入全体の半分近いロシアからの供給から完全に脱却することは簡単ではありません。EUが再生可能エネルギーなどをより幅広く活用する必要が生じ、調達コストが上昇することが予想されます。

一方、4月に行われた「ロシア日系企業アンケート調査」によれば、多くの企業が一部または全部の事業を停止しています。さらにロシアからの完全な撤退を決めた企業は少なく、欧米企業との温度差が感じられます。(図表4)

(図表4)

ウクライナ情勢緊迫化によるロシア・ビジネスへの影響
1. 回答企業のうち55%が「一部もしくは全面的に事業（操業）を停止」と回答。 撤退済み／撤退決定は0.9%にすぎない。 2. 全体の86%が、駐在員の「一部もしくは全員を退避」と回答。 その内、全員退避は75%。 3. 全体の74%が、ロシアへ帰還する時期は「わからない／検討中」と回答。 帰還するきっかけは、両国の停戦合意、ロシア・西側諸国双方の制裁緩和ないし撤廃。 4. 退避が長引いた場合、全体の61%が「ロシア人従業員への権限移譲」を検討。 (回答企業111社、調査期間：2022年4月15日～4月19日)
ウクライナ情勢に係る欧州の動向
EU：ロシアの化石燃料依存からの脱却計画を発表（5月20日） ドイツ：エネルギー安保の第2次進捗報告書を発表、ロシア産エネルギーへの依存度急減（5月6日） フランス：ルノーがロシア事業の売却を決定（5月18日） 英国：追加関税など新たな制裁措置を発表（5月9日） 北欧：フィンランド、スウェーデン両政府、NATOへの加盟申請を発表（5月17日） ハンガリー：欧州委員会によるロシア産原油の禁輸措置に反対（5月17日）

(出所) ジェトロ「在ロシア日系企業向け緊急アンケート」(2022年4月)
及び「ウクライナ情勢に係る各国・地域の見方」(Webサイト、逐次更新)

しかし今後も、西側諸国によるウクライナへの最新兵器の供給と、ロシアへの経済制裁が一段と強化されるでしょう。一方、ロシア国内では、兵器や兵力に限界が生じ、情報統制にもかかわらず戦況の悪化が国民に伝わるため、ロシア国内でも反戦の声が強まってくるはずです。

今後のさまざまな状況変化に対応できるよう、日本企業、特にロシアと地理的に近く、ロシアとビジネスのつながりも深い道内企業は、外交レベルで両国間の関係が冷え込んだ現在こそ、企業及び個人レベルでは信頼関係の維持に目配りをする必要があるでしょう。(6月10日記)

(参考資料)

黒川 祐次「物語 ウクライナの歴史ーヨーロッパ最後の大国」(中公新書、2002年8月)

林 秀毅「ウクライナ侵攻とEU・ロシア関係」(武蔵野大学EU研究会資料、2022年3月)

林 秀毅「ウクライナ侵攻と企業戦略」(中部経済新聞「視点」、2022年5月)

<執筆者紹介>

林 秀毅 (はやし ひでき) 1981年東京大学卒業、同年日本興業銀行入行。ルクセンブルグ興銀、調査部主任部員、一橋大学客員教授、慶応義塾大学特任教授、日本経済研究センター特任研究員等を経て現職。日立総合計画研究所リサーチフェローを兼務。北海道EU協会顧問。



コロナ禍におけるジェトロの輸出支援サービスについて

北洋銀行 国際部 海外展開支援グループ
独立行政法人日本貿易振興機構（ジェトロ）北海道貿易情報センター派遣
浅見 友木乃

はじめに

新型コロナウイルスの流行が始まってから約2年が経ちましたが、生活の中に「オンライン」が定着しつつあります。総務省の『令和3年版情報通信白書』⁽¹⁾によると、企業活動では在宅勤務、テレワークが普及し、消費行動では買い物をインターネットを通じ行う人が増加しています。また、今後デジタル化が進展することで利用が進むと考えられるサービスについてのアンケートでも「インターネットショッピング」「オンライン会議」が上位となっています。

そのような中、世界との輸出ビジネスについてもオンラインが主流となってきています。本稿では、ジェトロのオンラインを活用した輸出支援事業とオンライン商談のコツについてご紹介します。

1. コロナ禍におけるジェトロのオンライン輸出支援事業

まず、ジェトロがどのような組織かを簡単にご紹介いたします。

ジェトロは正式名称を「独立行政法人日本貿易振興機構」といい、経済産業省の下部組織です。国内には東京本部を含め51か所の支所・事務所があり、海外にも76か所の拠点を持っています。

北海道には、札幌に「ジェトロ北海道事務所」があるほか、函館、旭川にアドバイザーが1名ずつ駐在し、帯広では帯広商工会議所へ業務委託を行う形で窓口を置いています。ジェトロでは、海外展開（輸出・進出）をご希望の事業者さま（特に、中小企業の事業者さま）に向けて、さまざまなご支援、サービスを提供しています。

もともとジェトロでは海外バイヤーを招聘した商談会の実施や、現地展示会への出展支援（ジェトロブースへの参加）事業などを行ってきましたが、新型コロナウイルスの流行によりリアルでの開催ができなくなりました。その代わりに開始したのが、オンラインで行う輸出支援事業です。以下では、四つの事業をご紹介します。

もともとジェトロでは海外バイヤーを招聘した商談会の実施や、現地展示会への出展支援（ジェトロブースへの参加）事業などを行ってきましたが、新型コロナウイルスの流行によりリアルでの開催ができなくなりました。その代わりに開始したのが、オンラインで行う輸出支援事業です。以下では、四つの事業をご紹介します。

① JAPAN STREET

「JAPAN STREET」⁽³⁾とは、ジェトロが招待した海外バイヤー専用のオンラインカタログサ

図1 国内外のジェトロ事務所⁽²⁾



⁽¹⁾ 総務省『令和3年版情報通信白書』 第1部、第2章 コロナ禍で加速するデジタル化

<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r03/pdf/n2100000.pdf>

⁽²⁾ ジェトロウェブサイトより <https://www.jetro.go.jp/jetro/network.html>

イトです。輸出可能な日本企業の商品を本サイトに掲載していただくと、本サイトを閲覧した海外バイヤーから、ほしいと思った商品に関する商談依頼や見積依頼（引き合い）などがきます。参加料、商品登録料は無料です。

図2 JAPAN STREET
トップページイメージ



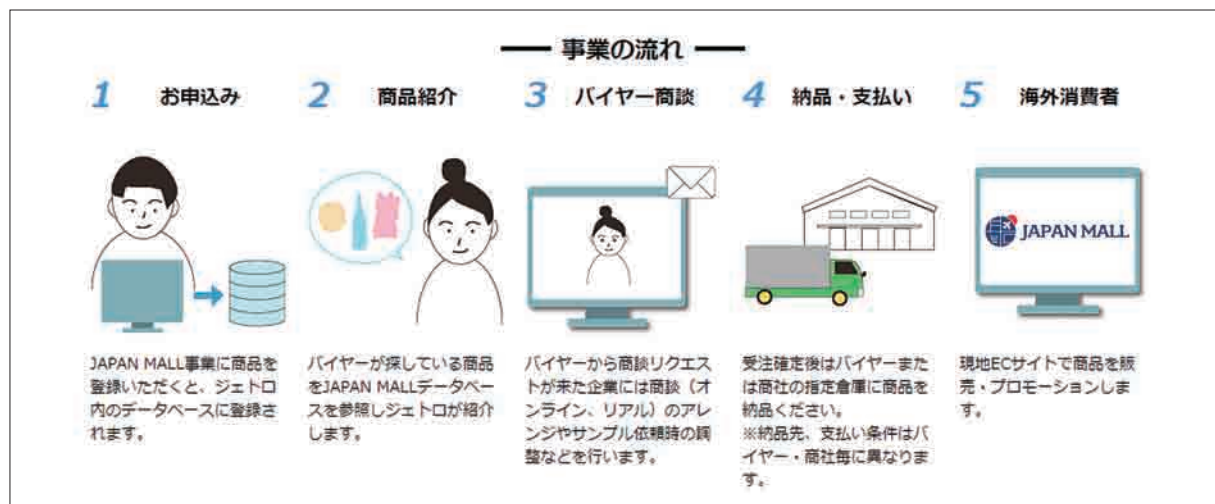
図3 JAPAN STREET
商品ページイメージ



② JAPAN MALL

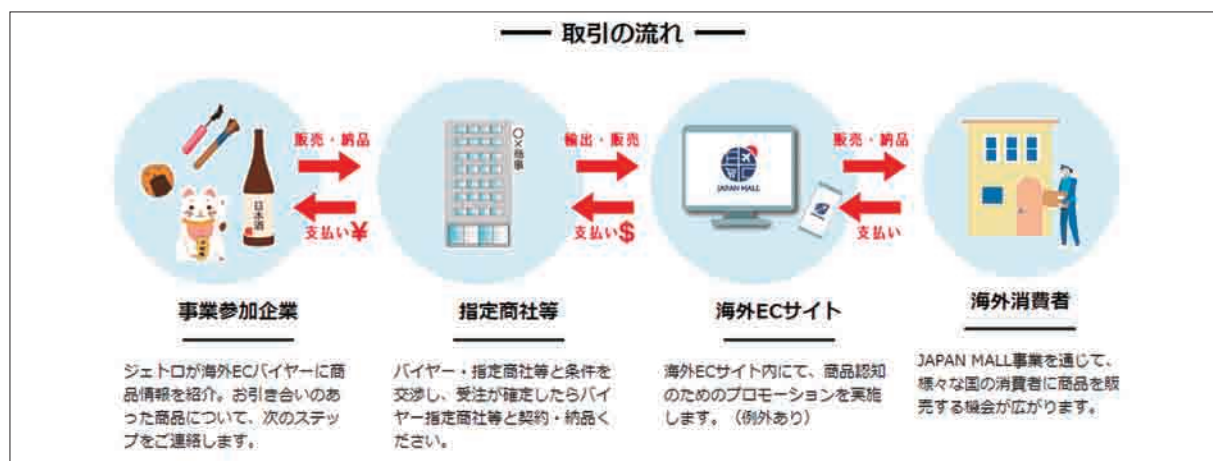
「JAPAN MALL」⁽⁴⁾とは、世界60以上の連携先EC（電子商取引）バイヤーに商品を紹介する事業です。原則、国内納品・国内買取・円建て決済で取引が完結するため、複雑な輸出手続きが不要です。さらに成約した商品のプロモーションを連携先とジェトロが実施します。こちらも参加料、商品登録料は無料です。

図4 JAPAN MALL事業と取引の流れ



⁽³⁾ JAPAN STREET https://www.jetro.go.jp/services/japan_street.html

⁽⁴⁾ JAPAN MALL https://www.jetro.go.jp/services/japan_mall.html



③ JAPAN LINKAGE

「JAPAN LINKAGE」⁽⁵⁾では、通年型オンライン展示会（BtoBのマッチングサイト）への出展を通じて、世界中のバイヤーとの商談機会を提供します。

今年度はAlibaba.com、VirtualExpo、RangeMe、Tradeindiaへの出展支援を行っています。企業さまは各展示会に単独で出店するより安価な費用でご参加いただくことができ、製品ページ作成のサポート、日本特集ページへの掲載、リスティング広告⁽⁶⁾などジェトロ独自のサービスも受けられます。

④ 食品サンプルショールーム

「食品サンプルショールーム」⁽⁷⁾とは、商品（食品）のサンプルを海外のジェトロ現地事務所などへ送り、その会場にバイヤーを招聘、バイヤーはサンプルを見て、希望があればサプライヤーとオンライン商談を実施することができるという事業です。サプライヤーは渡航できない中で実際に商品を手に取ってもらいながら商談をすることができます。参加料は無料です。

図5 2021年8月開催 北海道産食品サンプルショールーム（ジェトロ香港撮影）



以上、代表的なサービスをご紹介いたしましたでしたが、これらについてはすべてウェブサイトがありますので、詳しい情報はそちらでご覧いただけます。

⁽⁵⁾ JAPAN LINKAGE https://www.jetro.go.jp/services/japan_linkage.html

⁽⁶⁾ リスティング広告とは、インターネット広告の一つで検索結果に連動して表示される広告のこと。

⁽⁷⁾ 食品サンプルショールーム <https://www.jetro.go.jp/agriportal/online/c51da3561ba82f4c.html>

2. オンライン商談のコツ

上記1（オンライン輸出支援事業）でお伝えしたサービスでは、海外バイヤーとの商談はZoomやMicrosoft Teamsを用いたオンライン方式が前提となります。私がジェトロ事業を通して数多くのオンライン商談に同席し、感じたことをお伝えします。

① 環境・背景

Wi-Fiなどのインターネット環境が悪く、画面共有ができない、画面が止まってしまう等のトラブルがあると、商談時間を浪費してしまいます。事前にインターネット環境は確認することをお勧めします。

また、マイクが周りの音声を拾ってしまうこともありますので、なるべく個室などの静かな環境を選びましょう。背景についてもオンラインだと気になることがありますので、背景画像を設定するなど、気を遣いましょう。

② 時間配分

たいていの商談時間は30分～50分くらいの間で設定されることが多いように思います。相手が海外バイヤーの場合、通訳がオンライン商談に同席することが多いですが、その際、一文一文を通訳していくので、商談時間は実質半分になります。時間配分がうまくいかず、企業概要の説明で終わってしまった商談も見たことがあります。

30分の場合、実質15分の中で5分を企業概要に、10分を商品紹介に充てる企業が多いように感じます。時間切れになり、十分な説明ができないことがないように気をつけましょう。

③ プレゼン資料の作成

できれば企業概要や商品説明にはMicrosoft PowerPointのようなプレゼンテーションソフトを使うことをお勧めします。印刷した資料をカメラに掲げても、うまく映らず読みづらくなってしまうことがあります。プレゼン資料には動画や写真も挿入することができますので、画面切替を行うことなくバイヤーに見せることができます。

また、PCでプレゼンする際には「英語読み上げソフト」が使えます。あらかじめ入力した英語の文章を読み上げしてくれるソフトです。ジェトロの商談会では、ジェトロ側が通訳を手配するため言語の心配はありませんが、当該ソフトを使いプレゼンテーションを行うことで通訳する時間を削減できますので、実質の商談時間を延ばすことができます。

④ 動画の活用

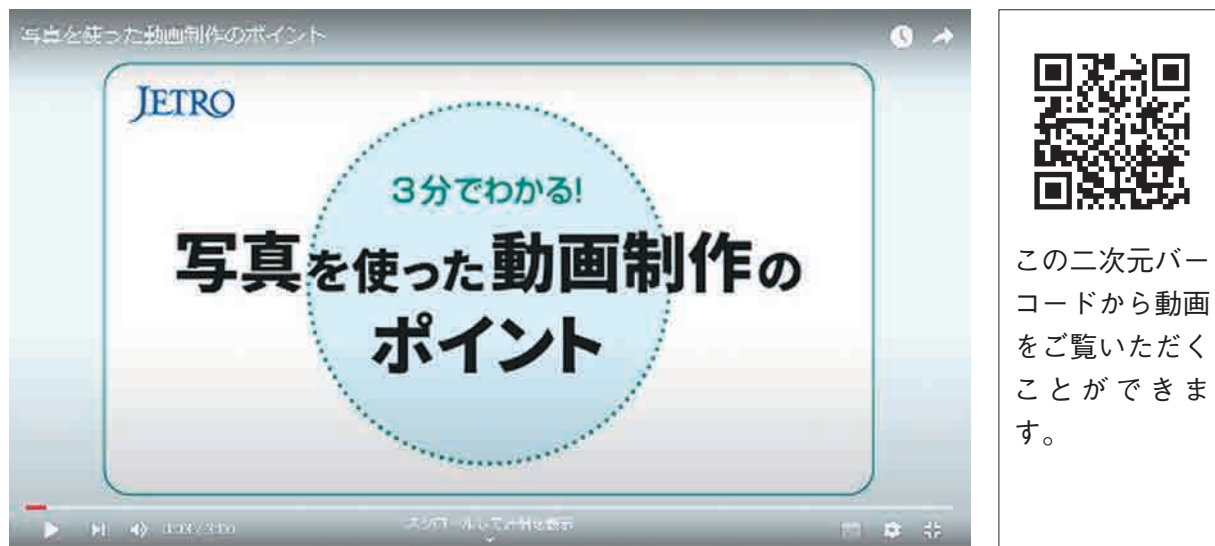
リアルで商談会をしていた際には、バイヤーが商品を実際に手に取って商談をすることができましたが、オンラインでは手に取ることができません。オンラインでもわかりやすく商品の情報を伝えるために、動画の活用をお勧めします。

動画と聞くと、高いお金を出して、業者に制作を依頼しないといけないと思う方もいらっしゃると思いますが、必ずしもそうしなければならないわけではありません。

スマートフォンの無料アプリでの制作も可能です。スマートフォンで撮影した画像を並べ、BGMをつけるだけでそれっぽいものが完成します。特に食品の場合は、海外では食べ方がわからない場合がありますので、食べ方がわかるようなシーンを入れると効果的です。

なお、写真を使った動画制作のポイントについてはジェトロがYouTubeに動画を掲載しております。YouTubeのjetroeventアカウントで、北海道企業さま向けにジェトロが制作した動画もアップロードしていますので是非ご覧ください。

図6 写真を使った動画制作のポイント YouTube jetroseminar⁽⁸⁾



以上、簡単に四つほどコツをお伝えしましたが、オンライン商談のコツについてはジェトロでも度々無料セミナーを開催しておりますので、詳しくはジェトロウェブサイト「イベント情報⁽⁹⁾」をご覧ください。

おわりに

新型コロナウイルスの影響で海外への渡航が難しい状況が続いておりますが、北洋銀行国際部並びにジェトロ北海道では、海外輸出・進出をご希望されるお客様へ様々なソリューションをご用意しております。海外ビジネスについてのご希望がございましたらお気軽に支店担当者または国際部海外展開支援グループにご相談ください。

⁽⁸⁾ YouTube jetroseminar <https://www.youtube.com/watch?v=PT-FaUGQTdg>

⁽⁹⁾ イベント情報 <https://www.jetro.go.jp/events/>



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	
	2015年=100 季調値	前 期 比 (%)	2015年=100 季調値	前 期 比 (%)	2015年=100 季調値	前 期 比 (%)	2015年=100 季調値	前 期 比 (%)	2015年=100 季調値	前 期 比 (%)	2015年=100 季調値	前 期 比 (%)
2018年度	98.2	△ 2.1	103.8	0.3	98.2	△ 3.2	102.6	0.2	101.2	3.3	98.9	0.2
2019年度	92.7	△ 5.6	99.9	△ 3.8	92.2	△ 6.1	98.9	△ 3.6	108.8	7.5	101.7	2.8
2020年度	83.3	△10.1	90.3	△ 9.6	83.3	△ 9.7	89.2	△ 9.8	85.4	△21.5	91.5	△10.0
2021年度	88.6	6.4	95.5	5.8	89.5	7.4	93.3	4.6	87.8	2.8	97.7	6.8
2021年 1～3月	87.1	3.2	96.3	2.6	87.9	4.1	94.5	1.6	88.6	△ 3.4	94.5	△ 1.6
4～6月	89.3	2.5	96.5	0.2	91.6	4.2	95.3	0.8	87.0	△ 1.8	95.7	1.3
7～9月	90.1	0.9	94.7	△ 1.9	91.4	△ 0.2	92.2	△ 3.3	88.2	1.4	97.9	2.3
10～12月	86.4	△ 4.1	94.9	0.2	86.9	△ 4.9	92.4	0.2	89.1	1.0	99.9	2.0
2022年 1～3月	89.0	3.0	95.7	0.8	88.4	1.7	92.9	0.5	91.1	2.2	100.9	1.0
2021年 4月	88.6	0.9	98.4	1.1	91.0	2.1	96.0	1.3	87.8	△ 0.9	94.7	0.2
5月	88.9	0.3	92.3	△ 6.2	91.6	0.7	93.5	△ 2.6	87.8	0.0	94.2	△ 0.5
6月	90.4	1.7	98.9	7.2	92.1	0.5	96.5	3.2	87.0	△ 0.9	95.7	1.6
7月	92.6	2.4	98.1	△ 0.8	93.4	1.4	96.1	△ 0.4	87.4	0.5	95.4	△ 0.3
8月	89.8	△ 3.0	96.2	△ 1.9	91.3	△ 2.2	93.6	△ 2.6	87.3	△ 0.1	95.3	△ 0.1
9月	88.0	△ 2.0	89.9	△ 6.5	89.6	△ 1.9	86.9	△ 7.2	88.2	1.0	97.9	2.7
10月	87.1	△ 1.0	91.8	2.1	87.9	△ 1.9	89.1	2.5	89.7	1.7	98.4	0.5
11月	86.1	△ 1.1	96.4	5.0	86.9	△ 1.1	93.9	5.4	89.4	△ 0.3	99.8	1.4
12月	85.9	△ 0.2	96.6	0.2	85.8	△ 1.3	94.1	0.2	89.1	△ 0.3	99.9	0.1
2022年 1月	88.5	3.0	94.3	△ 2.4	88.8	3.5	92.7	△ 1.5	92.3	3.6	99.2	△ 0.7
2月	87.2	△ 1.5	96.2	2.0	87.5	△ 1.5	92.7	0.0	89.4	△ 3.1	101.3	2.1
3月	r 91.3	4.7	96.5	0.3	r 88.8	1.5	93.3	0.6	r 91.1	1.9	100.9	△ 0.4
4月	p 91.4	0.1	95.1	△ 1.5	p 92.7	4.4	93.0	△ 0.3	p 91.5	0.4	98.6	△ 2.3
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(%)
2018年度	965,871	0.4	195,477	△ 0.4	200,459	△ 0.4	63,981	△ 2.1	765,411	0.6	131,497	0.5
2019年度	956,606	△ 1.4	193,457	△ 1.6	186,290	△ 7.1	60,425	△ 5.6	770,317	0.1	133,032	0.2
2020年度	970,241	△ 3.4	196,297	△ 5.1	135,152	△27.5	45,612	△24.5	835,089	2.0	150,685	2.9
2021年度	978,041	0.8	199,978	1.9	144,763	7.1	49,683	8.9	833,277	△ 0.2	150,295	△ 0.3
2021年 1～3月	237,023	△ 1.4	47,949	△ 2.1	35,931	△ 9.9	11,736	△10.1	201,093	0.2	36,212	0.6
4～6月	234,119	2.5	47,356	5.8	29,385	37.1	10,422	40.9	204,734	△ 1.1	36,934	△ 1.1
7～9月	239,584	△ 1.3	48,779	△ 1.4	32,759	△ 9.4	11,099	△ 4.8	206,825	0.1	37,679	△ 0.4
10～12月	265,850	1.5	54,988	1.6	47,126	13.2	15,773	6.4	218,724	△ 0.8	39,216	△ 0.2
2022年 1～3月	238,488	0.6	48,856	1.9	35,493	△ 1.2	12,389	5.6	202,995	0.9	36,466	0.7
2021年 4月	77,942	7.8	15,525	15.7	10,801	99.7	3,536	153.1	67,142	0.4	11,990	△ 0.2
5月	76,767	3.7	15,410	6.0	8,084	116.3	2,768	58.8	68,683	△ 2.3	12,642	△ 1.2
6月	79,410	△ 3.4	16,421	△ 2.2	10,501	△14.5	4,118	△ 3.3	68,909	△ 1.4	12,303	△ 1.8
7月	82,134	0.1	17,137	1.3	12,086	△ 5.0	4,458	2.6	70,049	1.1	12,679	0.8
8月	80,876	△ 2.7	16,078	△ 4.8	9,770	△14.4	3,102	△13.9	71,106	△ 0.8	12,976	△ 2.3
9月	76,574	△ 1.3	15,564	△ 0.7	10,904	△ 9.1	3,540	△ 4.5	65,670	0.1	12,024	0.4
10月	80,272	2.2	16,518	1.3	13,363	3.7	4,265	2.5	66,909	1.9	12,253	0.9
11月	81,979	2.1	17,078	1.8	14,300	25.0	4,975	7.5	67,679	△ 1.7	12,103	△ 0.4
12月	103,599	0.4	21,392	1.7	19,464	12.4	6,532	8.3	84,136	△ 2.0	14,860	△ 0.9
2022年 1月	81,143	0.6	16,767	3.0	12,018	7.0	4,163	14.5	69,125	△ 0.4	12,604	△ 0.3
2月	73,855	△ 1.1	15,036	0.5	9,544	△13.2	3,516	△ 1.8	64,311	1.0	11,520	1.2
3月	83,490	2.1	17,053	2.1	13,930	1.7	4,711	4.2	69,560	2.2	12,342	1.3
4月	79,982	2.6	16,242	4.6	12,214	13.1	4,181	18.2	67,768	0.9	12,061	0.6
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。

■ 2020年3月に対象事業所の見直しを行ったため、これに関わる前年（度、同期、同月）比増減率は、ギャップを調整するリンク係数で処理した数値で計算している。

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(%)
2018年度	144,984	2.6	44,203	2.1	265,867	4.3	64,667	5.3	133,977	2.8	32,775	△ 0.4
2019年度	149,070	2.8	45,211	2.2	283,490	6.6	70,096	7.1	133,409	△ 0.4	33,010	0.7
2020年度	155,961	4.6	49,172	8.4	281,690	△ 0.6	72,342	3.2	140,449	5.3	35,211	6.7
2021年度	151,759	△ 2.7	46,879	△ 4.7	282,274	0.2	73,922	2.2	138,437	△ 1.4	33,683	△ 4.3
2021年1～3月	39,723	8.3	12,225	11.1	67,311	△ 7.3	17,345	△ 2.8	27,018	4.2	7,644	3.3
4～6月	34,742	△ 4.7	11,153	△ 3.8	70,524	△ 0.8	18,349	△ 0.2	40,411	△ 1.3	9,089	△ 4.5
7～9月	39,473	3.1	11,670	△ 8.5	73,302	0.9	18,801	1.9	35,610	0.0	8,365	△ 6.8
10～12月	38,374	△ 7.6	11,818	△ 6.2	69,730	△ 1.3	18,571	2.2	36,592	△ 0.9	8,807	△ 2.9
2022年1～3月	39,170	△ 1.4	12,238	0.1	68,718	2.1	18,202	4.9	25,824	△ 4.4	7,422	△ 2.9
2021年4月	11,541	15.8	3,529	14.8	23,426	1.1	6,002	△ 3.0	12,818	4.5	3,033	1.6
5月	11,519	1.4	3,830	0.9	22,675	△ 2.0	6,178	1.8	14,485	△ 3.2	3,226	△ 4.8
6月	11,682	△ 22.7	3,795	△ 19.7	24,423	△ 1.4	6,170	0.8	13,108	△ 4.3	2,830	△ 10.1
7月	14,709	14.5	4,422	△ 2.9	24,026	△ 0.9	6,334	2.1	13,173	1.5	2,940	△ 2.4
8月	12,672	△ 4.4	3,697	△ 18.3	25,135	2.3	6,436	0.4	11,602	△ 4.4	2,772	△ 14.0
9月	12,092	△ 0.8	3,551	△ 3.3	24,141	1.3	6,032	3.2	10,835	3.3	2,654	△ 3.2
10月	11,815	△ 0.4	3,511	1.9	22,899	△ 0.8	6,081	4.6	11,573	1.2	2,797	0.0
11月	11,839	△ 13.4	3,579	△ 10.6	23,011	△ 3.0	5,909	1.1	11,196	△ 4.0	2,708	△ 4.0
12月	14,720	△ 7.9	4,728	△ 8.3	23,820	0.0	6,581	1.2	13,823	0.1	3,302	△ 4.3
2022年1月	12,845	△ 5.2	4,235	△ 1.7	23,899	△ 1.2	6,175	5.7	9,054	△ 1.2	2,505	△ 2.6
2月	10,337	△ 8.6	3,466	△ 0.8	23,467	5.9	5,802	4.5	7,363	△ 4.1	2,246	△ 4.1
3月	15,988	7.5	4,536	2.6	21,352	1.9	6,225	4.6	9,407	△ 7.5	2,671	△ 2.2
4月	12,617	9.3	3,578	1.4	23,943	2.2	6,189	3.1	13,432	4.8	2,986	△ 1.5
資料	経済産業省、北海道経済産業局											

■専門量販店販売額は2014年1月から調査を実施。

■ドラッグストアの一部事業所の数値の訂正があり、2018年1月～12月分まで遡及して訂正（年間補正）を行ったため、これに関わる前年（度、同期、同月）比増減率は、リンク係数で処理した数値で計算している。

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(%)
	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(%)
2018年度	573,408	1.4	120,505	2.1	255,210	△ 3.5	289,007	1.6	13,546	△ 1.7	1,884	8.5
2019年度	582,414	1.6	121,748	1.0	272,976	7.0	291,235	0.8	13,267	△ 2.1	1,584	△ 15.9
2020年度	562,664	△ 3.4	115,600	△ 5.0	264,590	△ 3.1	276,167	△ 5.2	4,601	△ 65.3	0	△ 100.0
2021年度	573,792	2.0	118,043	2.4	263,733	△ 0.3	280,935	1.7	6,376	38.6	0	△ 57.1
2021年 1～3月	131,730	△ 2.2	27,776	△ 2.8	253,123	△ 3.9	276,670	△ 2.5	938	△ 59.4	0	△ 100.0
4～6月	139,737	2.3	29,083	5.0	265,963	3.9	280,797	6.1	1,044	116.9	0	△ 100.0
7～9月	153,686	1.5	30,648	2.0	244,902	△ 10.8	266,551	△ 1.7	1,626	7.3	0	50.0
10～12月	144,200	0.9	30,095	0.9	272,681	△ 0.8	292,077	△ 0.1	2,141	28.6	0	△ 100.0
2022年 1～3月	136,169	3.4	28,218	1.8	271,384	7.2	284,316	2.8	1,565	66.8	0	△ 100.0
2021年 4月	45,542	4.5	9,618	8.2	271,993	3.6	301,043	12.4	408	163.9	0	△ 100.0
5月	46,516	1.9	9,734	5.3	270,642	11.3	301,063	11.5	317	226.3	0	—
6月	47,679	0.5	9,731	1.7	255,253	△ 2.6	260,285	△ 4.9	320	39.1	0	—
7月	52,550	4.8	10,484	6.1	255,902	△ 6.6	267,710	0.3	566	36.4	0	—
8月	51,299	△ 0.3	10,191	△ 1.2	241,024	△ 11.0	266,638	△ 3.5	610	15.0	0	—
9月	49,837	△ 0.1	9,973	1.1	237,780	△ 14.8	265,306	△ 1.7	450	△ 21.1	0	△ 25.0
10月	47,553	△ 0.4	9,927	△ 0.2	241,128	△ 4.4	281,996	△ 0.5	634	△ 7.9	0	—
11月	45,687	0.3	9,572	△ 1.0	267,762	5.1	277,029	△ 0.6	690	20.9	0	—
12月	50,960	2.9	10,596	3.8	309,154	△ 2.6	317,206	0.7	817	101.4	0	△ 100.0
2022年 1月	46,133	3.8	9,537	2.9	271,644	12.9	287,801	7.5	548	126.8	0	△ 100.0
2月	42,612	3.3	8,721	0.6	262,481	16.7	257,887	2.2	378	53.3	0	—
3月	47,424	3.0	9,960	1.7	280,027	△ 4.7	307,261	△ 0.8	639	41.9	0	—
4月	47,300	3.9	9,873	2.7	282,457	3.8	304,510	1.2	648	58.9 p	0	0.0
資料	経済産業省、北海道経済産業局				総務省、北海道				北海道観光振興機構		法務省	

■コンビニエンスストア販売額の前年同月比は全店ベースによる。

■年度および四半期の数値は月平均値。

■「p」は速報値。

主要経済指標 (3)

年月	乗用車新車登録台数									
	北海道								全国	
	合計		普通車		小型車		軽乗用車		普・小・軽・計	
	台	前年同月比(%)	台	前年同月比(%)	台	前年同月比(%)	台	前年同月比(%)	台	前年同月比(%)
2018年度	178,533	△ 2.8	61,208	△ 2.5	60,841	△ 4.1	56,484	△ 1.8	4,363,608	0.3
2019年度	170,602	△ 4.4	58,907	△ 3.8	57,834	△ 4.9	53,861	△ 4.6	4,173,186	△ 4.4
2020年度	154,391	△ 9.5	52,964	△10.1	49,677	△14.1	51,750	△ 3.9	3,859,250	△ 7.5
2021年度	139,868	△ 9.4	52,310	△ 1.2	41,815	△15.8	45,743	△11.6	3,477,608	△ 9.9
2021年 1～3月	43,994	△ 0.6	15,918	4.5	12,666	△14.0	15,410	7.6	1,196,823	4.2
4～6月	37,008	15.3	13,377	34.2	11,048	△12.7	12,583	32.9	856,589	26.4
7～9月	34,956	△16.0	13,472	△ 1.9	10,562	△21.6	10,922	△24.2	830,028	△16.4
10～12月	30,045	△18.1	11,339	△15.1	8,834	△18.8	9,872	△20.8	802,305	△19.1
2022年 1～3月	37,859	△13.9	14,122	△11.3	11,371	△10.2	12,366	△19.8	988,686	△17.4
2021年 4月	12,722	14.4	4,323	47.2	4,154	△17.0	4,245	33.5	288,397	31.5
5月	11,407	40.1	3,972	47.3	3,202	△ 3.3	4,233	98.5	271,569	55.7
6月	12,879	0.4	5,082	17.3	3,692	△14.9	4,105	△ 1.2	296,623	4.5
7月	13,792	△ 5.4	5,211	6.3	4,574	△ 4.4	4,007	△18.0	309,463	△ 6.4
8月	10,959	△ 5.6	4,073	15.3	3,357	△18.6	3,529	△10.5	263,602	△ 2.8
9月	10,205	△33.9	4,188	△20.9	2,631	△42.4	3,386	△39.3	256,963	△34.3
10月	9,294	△30.2	3,566	△20.9	2,702	△34.3	3,026	△35.7	230,499	△32.2
11月	11,046	△14.2	3,876	△18.1	3,365	△ 9.6	3,805	△14.0	291,665	△13.4
12月	9,705	△ 7.5	3,897	△ 5.2	2,767	△ 9.2	3,041	△ 8.8	280,141	△11.1
2022年 1月	9,618	△ 8.3	3,553	△10.4	3,111	10.8	2,954	△20.5	272,445	△16.1
2月	10,035	△15.6	3,327	△21.5	3,023	△ 6.6	3,685	△16.4	289,848	△19.9
3月	18,206	△15.8	7,242	△ 6.1	5,237	△20.9	5,727	△21.4	426,393	△16.5
4月	11,850	△ 6.9	4,498	4.0	3,771	△ 9.2	3,581	△15.6	244,292	△15.3
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(%)
2018年度	35,761	△ 3.5	9,529	0.7	1,868	△ 5.8	46,037	△ 2.7	104,364	2.8
2019年度	32,486	△ 9.2	8,837	△ 7.3	1,756	△ 6.0	43,019	△ 6.6	104,036	△ 0.3
2020年度	31,772	△ 2.2	8,122	△ 8.1	1,852	5.5	40,030	△ 6.9	94,870	△ 8.8
2021年度	32,091	1.0	8,659	6.6	1,732	△ 6.5	43,738	9.3	103,733	9.3
2021年 1～3月	5,765	8.1	1,910	△ 1.6	329	17.5	9,839	3.6	26,881	△ 2.5
4～6月	9,877	10.9	2,210	8.1	652	△ 9.4	11,682	9.4	24,237	12.6
7～9月	9,171	△ 2.2	2,247	7.2	390	△27.8	9,576	△ 2.6	25,307	13.3
10～12月	8,067	4.5	2,198	6.1	350	33.6	12,777	32.0	25,660	6.4
2022年 1～3月	4,976	△13.7	2,004	4.9	339	3.0	9,703	△ 1.4	28,528	11.2
2021年 4月	3,468	17.6	745	7.1	99	△60.7	3,683	3.3	7,804	6.5
5月	3,107	10.8	702	9.9	209	△20.7	3,986	5.1	7,162	12.2
6月	3,302	4.7	763	7.3	345	67.7	4,013	20.8	9,271	18.6
7月	2,890	0.8	772	9.9	136	△55.4	3,498	6.7	7,675	11.1
8月	2,996	△20.2	743	7.5	137	6.8	2,772	△15.0	7,331	17.0
9月	3,285	19.3	732	4.3	118	8.8	3,306	0.4	10,301	12.5
10月	3,043	12.3	780	10.4	161	50.7	4,900	48.8	7,716	2.9
11月	2,933	9.0	734	3.7	84	6.5	3,412	10.4	8,071	11.6
12月	2,091	△ 9.9	684	4.2	106	37.6	4,466	35.6	9,874	5.1
2022年 1月	1,116	△30.5	597	2.1	47	△63.6	2,937	△ 1.7	7,116	5.1
2月	1,368	△ 9.1	646	6.3	132	133.8	3,459	12.3	7,113	4.3
3月	2,492	△ 6.1	761	6.0	160	11.7	3,306	△12.3	14,299	7.6
4月	3,233	△ 6.8	762	2.2	140	41.3	4,502	22.2	9,290	19.0
資料	国土交通省				国土交通省				内閣府	

■「r」は修正値。

■船舶・電力を除く民需（原系列）。

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	
2018年度	857,269	△ 2.9	140,680	1.1	1.17	1.46	32,969	1.6	866,055	1.5	2.9	2.4
2019年度	956,227	11.5	150,255	6.8	1.19	1.41	32,091	△ 2.7	827,467	△ 4.5	2.5	2.4
2020年度	981,951	2.7	153,658	2.3	0.96	1.01	27,775	△13.4	658,838	△20.4	3.1	2.9
2021年度	962,717	△ 2.0	140,503	△ 8.6	0.98	1.05	29,623	6.7	718,719	9.1	3.1	2.8
2021年 1～3月	134,617	4.2	27,969	△ 1.1	0.95	1.04	29,682	△ 1.9	707,975	△ 9.5	3.0	2.8
4～6月	524,468	1.0	51,582	△ 2.2	0.93	0.95	28,839	7.7	677,233	8.5	2.9	3.0
7～9月	218,589	△ 9.4	38,156	△12.0	0.98	1.03	28,980	7.1	694,853	7.7	3.3	2.8
10～12月	70,670	△18.4	25,160	△15.0	1.01	1.10	29,265	6.1	728,018	10.6	3.0	2.6
2022年 1～3月	148,989	10.7	25,605	△ 8.5	1.01	1.14	31,407	5.8	774,773	9.4	3.1	2.7
2021年 4月	204,783	△ 2.7	20,940	△ 9.2	0.91	0.95	30,677	9.8	690,629	14.3	↑	3.0
5月	153,850	6.2	14,133	6.3	0.93	0.94	26,107	4.2	623,543	7.0	2.9	3.1
6月	165,834	1.0	16,508	0.7	0.96	0.97	29,733	8.8	717,528	4.7	↓	3.0
7月	102,306	△ 8.1	13,898	△ 9.9	0.99	1.02	29,930	8.6	690,244	7.7	↑	2.8
8月	65,500	△10.3	11,575	△11.0	0.97	1.03	26,635	5.1	663,338	9.2	3.3	2.8
9月	50,782	△10.7	12,682	△15.1	0.98	1.05	30,374	7.4	730,977	6.4	↓	2.8
10月	36,933	△14.8	10,767	△19.8	1.00	1.06	31,963	3.5	773,022	8.3	↑	2.7
11月	21,550	△11.3	7,534	△14.5	1.02	1.10	28,717	8.6	710,746	12.7	3.0	2.7
12月	12,185	△35.8	6,859	△ 6.6	1.02	1.14	27,114	6.6	700,287	11.2	↓	2.5
2022年 1月	11,609	26.9	5,209	△17.7	1.00	1.14	30,102	6.9	783,292	13.0	↑	2.7
2月	16,366	16.7	5,897	△ 9.1	1.02	1.14	30,357	9.3	742,290	8.1	3.1	2.6
3月	121,013	8.6	14,499	△ 4.3	1.03	1.13	33,763	1.9	798,736	7.3	↓	2.6
4月	184,734	△ 9.8	20,105	△ 4.0	1.00	1.06	34,810	13.5	772,695	11.9	—	2.7
資料	北海道建設業信用保証(株)ほか2社				厚生労働省 北海道労働局		厚生労働省 北海道労働局				総務省	

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

年月	消費者物価指数（生鮮食品除く総合）				企業倒産件数 （負債総額1,000万円以上）				円相場 （東京市場）	日経 平均 株価
	北海道		全国		北海道		全国			
	2020年＝100	前 年 同 月 比（％）	2020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
2018年度	99.8	1.4	99.7	0.8	224	△14.8	8,110	△ 3.1	110.88	21,206
2019年度	100.5	0.8	100.3	0.6	207	△ 7.6	8,631	6.4	108.68	18,917
2020年度	99.8	△ 0.7	99.9	△ 0.4	166	△19.8	7,163	△17.0	106.04	29,179
2021年度	100.2	0.5	99.9	0.1	144	△13.3	5,980	△16.5	112.36	27,821
2021年 1～3月	100.0	△ 0.9	99.9	△ 0.5	44	△17.0	1,554	△28.2	105.90	29,179
4～6月	99.4	△ 0.5	99.4	△ 0.6	33	△41.1	1,490	△18.9	109.48	28,792
7～9月	100.1	0.5	99.8	△ 0.0	28	△17.6	1,447	△28.4	110.10	29,453
10～12月	100.5	0.9	100.0	0.4	34	6.3	1,539	△12.1	113.70	28,792
2022年 1～3月	101.0	1.0	100.5	0.6	49	11.4	1,504	△ 3.2	116.18	27,821
2021年 4月	99.3	△ 0.8	99.3	△ 0.9	12	△52.0	477	△35.8	109.13	28,813
5月	99.5	△ 0.3	99.5	△ 0.6	9	△10.0	472	50.3	109.19	28,860
6月	99.5	△ 0.3	99.5	△ 0.5	12	△42.9	541	△30.6	110.11	28,792
7月	100.1	0.5	99.8	△ 0.2	9	△25.0	476	△39.7	110.29	27,284
8月	100.0	0.4	99.8	0.0	6	△45.5	466	△30.1	109.84	28,090
9月	100.2	0.7	99.8	0.1	13	18.2	505	△10.6	110.17	29,453
10月	100.3	0.8	99.9	0.1	12	△ 7.7	525	△15.9	113.10	28,893
11月	100.6	1.1	100.1	0.5	15	25.0	510	△10.4	114.13	27,822
12月	100.6	0.8	100.0	0.5	7	0.0	504	△ 9.7	113.87	28,792
2022年 1月	100.4	0.6	100.1	0.2	8	14.3	452	△ 4.6	114.83	27,002
2月	100.9	1.0	100.5	0.6	14	△ 6.7	459	2.9	115.20	26,527
3月	101.6	1.3	100.9	0.8	27	22.7	593	△ 6.5	118.51	27,821
4月	102.1	2.8	101.4	2.1	16	33.3	486	1.9	126.04	26,848
資料	総務省				(株)東京商工リサーチ				日本銀行	日本経済新聞社

■年度及び四半期の数値は、月平均値。

■円相場は対米ドル、インターバンク中心相場の月中平均値。

年月	通関実績							
	輸出				輸入			
	北海道		全国		北海道		全国	
	百万円	前年同月比 (%)	億円	前年同月比 (%)	百万円	前年同月比 (%)	億円	前年同月比 (%)
2018年度	384,250	0.8	807,099	1.9	1,432,890	14.3	823,190	7.2
2019年度	298,913	△22.2	758,788	△ 6.0	1,217,400	△15.0	771,724	△ 6.3
2020年度	220,245	△26.3	694,854	△ 8.4	843,946	△30.7	684,693	△11.3
2021年度	336,702	52.9	858,777	23.6	r 1,331,446	57.8	r 912,717	33.3
2021年 1～3月	58,478	△13.7	191,954	6.0	264,275	△11.3	187,714	2.6
4～6月	77,747	59.2	206,646	45.0	280,288	43.3	202,814	24.2
7～9月	86,301	79.4	208,000	24.9	279,002	80.7	216,558	36.9
10～12月	89,195	37.6	224,314	15.7	366,943	59.7	240,522	37.4
2022年 1～3月	83,459	42.7	219,817	14.5	r 405,213	53.3	r 252,824	34.7
2021年 4月	33,010	86.2	71,803	38.0	91,505	10.0	69,535	13.2
5月	19,520	39.8	62,606	49.6	99,707	76.1	64,735	28.4
6月	25,218	47.0	72,238	48.6	89,075	59.8	68,544	33.1
7月	27,705	73.4	73,547	37.0	90,669	83.1	69,202	28.6
8月	28,033	75.1	66,048	26.2	81,148	66.4	72,582	45.0
9月	30,563	89.8	68,405	13.0	107,186	91.0	74,773	38.8
10月	31,974	46.5	71,832	9.4	116,219	68.1	72,582	26.8
11月	29,868	41.5	73,670	20.5	115,468	49.2	83,239	43.8
12月	27,353	25.0	78,812	17.5	135,256	62.6	84,701	41.2
2022年 1月	20,515	36.2	63,318	9.6	127,061	69.9	85,312	39.7
2月	27,735	75.8	71,899	19.1	140,097	51.3	78,671	34.2
3月	35,209	27.4	84,600	14.7	r 138,055	43.1	r 88,840	31.4
4月	32,841	△ 0.5	80,757	12.5	p 153,657	67.9	p 89,185	28.3
資料	財務省、函税関							

■「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 (%)
2018年度	165,145	2.4	7,889,979	1.8	104,236	2.0	5,038,046	2.9
2019年度	169,043	2.4	8,130,620	3.0	105,402	1.1	5,142,689	2.1
2020年度	187,209	10.7	8,956,861	10.2	112,591	6.8	5,390,605	4.8
2021年度	196,204	4.8	9,240,133	3.2	113,097	0.4	5,483,397	1.7
2021年 1～3月	187,209	10.7	8,956,861	10.2	112,591	6.8	5,390,605	4.8
4～6月	191,073	7.4	8,995,961	4.8	112,805	3.2	5,365,052	0.6
7～9月	187,006	4.3	8,966,228	3.8	112,697	2.0	5,374,690	0.9
10～12月	190,880	4.1	9,038,435	3.6	113,621	△ 0.2	5,422,212	1.1
2022年 1～3月	196,204	4.8	9,240,133	3.2	113,097	0.4	5,483,397	1.7
2021年 4月	188,872	10.0	9,007,565	8.6	113,715	8.2	5,378,659	2.8
5月	189,747	6.5	9,050,369	5.9	113,082	5.4	5,372,159	1.2
6月	191,073	7.4	8,995,961	4.8	112,805	3.2	5,365,052	0.6
7月	188,839	5.9	8,970,656	4.5	113,072	2.3	5,368,013	0.6
8月	189,003	5.0	8,984,830	4.1	113,071	1.9	5,359,266	0.6
9月	187,006	4.3	8,966,228	3.8	112,697	2.0	5,374,690	0.9
10月	188,310	3.8	8,997,837	4.1	113,438	2.0	5,372,933	1.0
11月	188,879	4.8	9,052,961	3.6	113,092	1.5	5,393,533	0.7
12月	190,880	4.1	9,038,435	3.6	113,621	△ 0.2	5,422,212	1.1
2022年 1月	189,323	3.7	9,062,173	3.5	113,159	△ 0.9	5,409,126	0.9
2月	190,098	3.6	9,085,670	3.4	113,395	△ 0.6	5,427,757	0.9
3月	196,204	4.8	9,240,133	3.2	113,097	0.4	5,483,397	1.7
4月	194,927	3.2	9,280,324	3.0	112,771	△ 0.8	5,471,497	1.7
資料	日本銀行							

「人生100年時代を生きる」

株式会社北海道二十一世紀総合研究所

塚本 泰司

本年4月より本研究所の調査研究部に在籍している塚本泰司と申します。それまでは札幌医科大学にいた関係で本研究所が手掛ける医療、介護の調査研究に多少なりともお役に立てばと考えています。また、研究所が毎年手掛けている講演会のお手伝いも仕事としており、今年度はいくつかの地域で「人生100年時代を生きる」と題した講演も予定しております。特に、男性の健康に関して少しお話をする機会が予定されていますので、今回のテーマとしました。

なぜ男性かというと、私はもともと泌尿器科を専門とする医師であったことから、男性の前立腺がん、前立腺肥大症を研究のテーマとしてきました。そして「おとうさん」達が、いかに健康に関心が薄いかを実感してきたからにはほかなりません。そんなこともあり、せっかくの機会をいただいたので「おとうさん」世代が少しでも健康に過ごしてくれることを願って、この講演を予定したわけです。

「人生100年時代を生きる」と言われるようになってはいますが、「平均寿命」の延長速度に比較すると「健康寿命」は同じようには延長していません。「健康寿命」とは「病気で日常生活が制限されない」期間を言いますので、これが長いほうが生活の質が高いことになります。この期間をいかに延長するかがこれからの課題となってきます。

そのためには、病気を早期発見することができ、その結果、生活に大きな影響を与えずに治療できればおおいに好都合です。いくつかそのような病気がありますが、その典型例は「がん」です。いろいろながんの診断・治療の進歩は近年ことに目覚ましく、体に影響の少ない手術やがんを一時的にせよ消失させるような薬剤などが次々と出てきています。しかし、それでも最終的に最も良好な結果を得るための原則は、がんの早期発見です。これにつきるものはありません。そのための一つの手段ががん検診ですが、残念ながらがん検診の受診率は決して高くはありません。特に「おとうさん」世代を含めた男性の受診率は不良です。

「おとうさん」の健康を少しでも守るためにはどうすればよいのかを、私の専門領域から見て講演の中で触れたいと思っています。

「特別講演会」のご案内

演 題	『人生100年時代を生きる ―「おとうさん」の健康は大丈夫か?』		
講 師	株式会社北海道二十一世紀総合研究所 特別研究職（常務執行役員待遇） 塚本 泰司 （前 北海道公立大学法人 札幌医科大学理事長・学長）		
日時・会場	2022年9月13日(火)	午後4時～5時30分	札幌パークホテル パークホール
参 加 料	無料		
主 催	株式会社 北海道二十一世紀総合研究所	後 援	株式会社 北洋銀行
※ 本講演会は、7月12日 函館市 7月14日 釧路市で開催した講演会と同じ内容です。			



ほくよう調査レポート 2022.7月号(No.311)

令和4年(2022年)6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。＞