

Hokuyo Investigation Report

ほくよう 調査レポート

No.323

2023

8・9

(合併号)

- 道内経済の動き
- 道内企業の経営動向調査
(2023年4～6月期実績、2023年7～9月期見通し)
- 2023年 道内景気と賃金の動向について
- 寄稿
「北海道アドベンチャー・スマート」のススメ
—旅のリスクを賢く分かりやすく共有する—
- コラム 人生100年時代を生きる (第4回)



北洋銀行

www.hokuyobank.co.jp

今回発行の「ほくよう調査レポート No.323」は、8・9月号の合併号となり、8月の発行はお休みいたします。

● 目 次 ●

道内経済の動き	1
定例調査：第89回 道内企業の経営動向調査	6
経営のポイント：価格転嫁を進めるも利益確保に苦慮、 人手不足感も強まる	15
特別調査：道内景気と賃金の動向について	19
経営のポイント：上向く景気実感と賃上げの動きの うらで、懸念材料や賃上げ動機に 変化	25
寄稿：「北海道アドベンチャー・スマート」のススメ 一旅のリスクを賢く分かりやすく共有する	29
コラム：人生100年時代を生きる（第4回）	36
主要経済指標	37



道内経済の動き

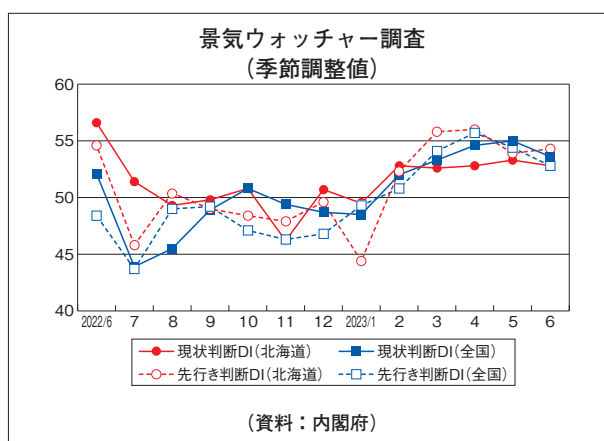
道内景気は、一部に弱さがみられるものの、緩やかに回復している。生産活動は、弱い動きとなっている。需要面では、住宅投資は、減少している。公共投資は、持ち直している。個人消費は、緩やかに増加している。設備投資は、持ち直しの動きがみられる。輸出は、高水準ながら弱めの動きとなっている。観光は、持ち直しが続いている。

雇用情勢は、有効求人倍率・新規求人数ともに前年を下回り、弱含んでいる。企業倒産は、負債総額は前年を下回ったものの、件数は前年を上回った。消費者物価は、23か月連続で前年を上回った。

1. 景気の現状判断DI～3か月ぶりに低下

景気ウォッチャー調査による、6月の景気の現状判断DI（北海道）は、前月を0.5ポイント下回る52.8と3か月ぶりに低下した。ただし、好不況の分かれ目となる50は5か月連続で上回っている。

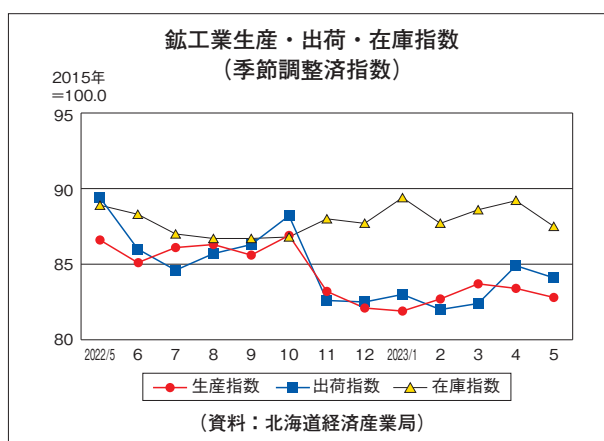
景気の先行き判断DI（北海道）は、前月を0.4ポイント上回る54.3となった。



2. 鉱工業生産～2か月連続で低下

5月の鉱工業生産指数は82.8（季節調整済指数、前月比▲0.7%）と2か月連続で低下した。前年比（原指数）では▲3.1%と13か月連続で低下した。

業種別では、鉄鋼業、電気機械工業、一般機械工業など6業種が前月比上昇となった。食料品工業、パルプ・紙・紙加工品工業、窯業・土石製品工業など8業種が前月比低下となった。



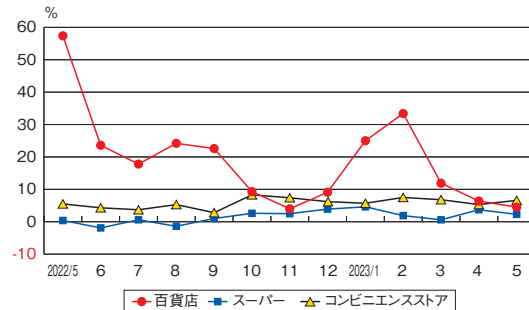
3. 百貨店等販売額～15か月連続で増加

5月の百貨店・スーパー販売額（全店ベース、前年比+2.6%）は、15か月連続で前年を上回った。

百貨店（前年比+4.5%）は、飲食料品、身の回り品、その他が前年を上回った。スーパー（同+2.3%）は、飲食料品、身の回り品、その他が前年を上回った。

コンビニエンスストア（前年比+6.6%）は、19か月連続で前年を上回った。

百貨店等販売額（前年比）



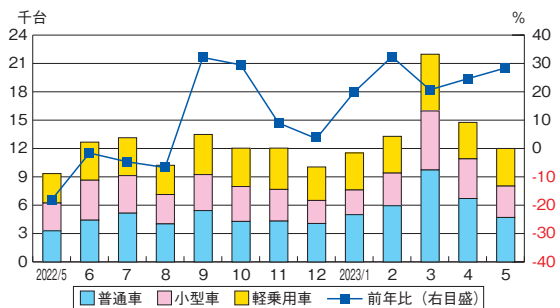
（資料：北海道経済産業局）

4. 乗用車新車登録台数～9か月連続で増加

5月の乗用車新車登録台数は、12,002台（前年比+28.4%）と9か月連続で前年を上回った。車種別では、普通車（同+43.0%）、小型車（同+12.9%）、軽乗用車（同+27.7%）となった。

1～5月累計では、73,560台（前年比+24.6%）と前年を上回っている。内訳は普通車（同+46.4%）、小型車（同+9.6%）、軽乗用車（同+13.6%）となった。

乗用車新車登録台数



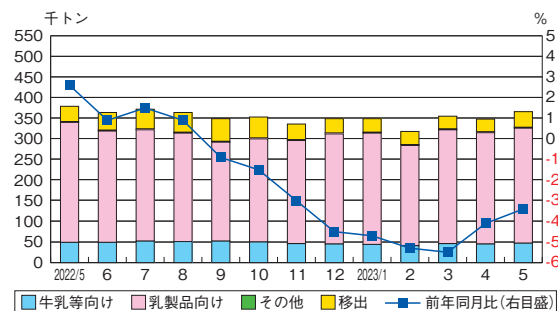
（資料：(社)日本自動車販売協会連合会、(社)全国軽自動車協会連合会）

5. 生乳生産量～9か月連続で減少

5月の生乳生産量は、366,444トン（前年比▲3.4%）と9か月連続で前年を下回った。内訳は、牛乳等向け（同▲5.2%）、乳製品向け（同▲4.0%）、その他（同+7.0%）、道外への移出（同+2.5%）となった。

1～5月累計では、1,737,902トン（前年比▲4.6%）と前年を下回った。

生乳生産量

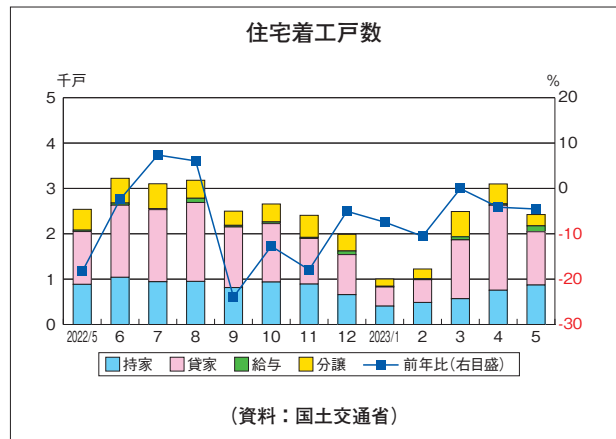


（資料：農林水産省）

6. 住宅投資～9か月連続で減少

5月の住宅着工戸数は2,424戸（前年比▲4.5%）と9か月連続で前年を下回った。利用関係別では、持家（同▲1.7%）、貸家（同+0.9%）、給与（同+319.4%）、分譲（同▲45.8%）となった。

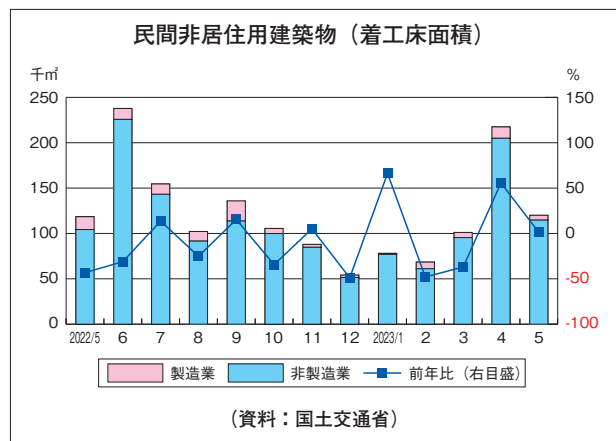
1～5月累計では、10,271戸（前年比▲4.4%）と前年を下回った。利用関係別では、持家（同▲9.0%）、貸家（+9.4%）、給与（同+225.6%）、分譲（同▲33.0%）となった。



7. 建築物着工床面積～2か月連続で増加

5月の民間非居住用建築物着工床面積は、120,021㎡（前年比+1.3%）と2か月連続で前年を上回った。業種別では、製造業（同▲62.6%）、非製造業（同+10.0%）であった。

1～5月累計では、585,043㎡（前年比▲2.0%）と前年を下回った。業種別では、製造業（同▲55.4%）、非製造業（同+5.2%）となった。

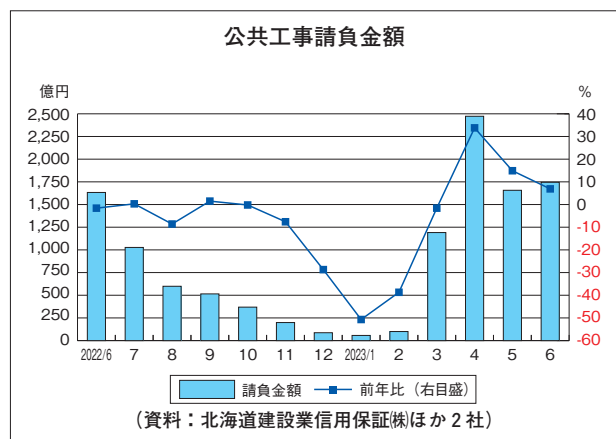


8. 公共投資～3か月連続で増加

6月の公共工事請負金額は1,745億円（前年比+6.9%）と3か月連続で前年を上回った。

発注者別では、国（前年比▲10.1%）、独立行政法人（同▲18.6%）、道（同▲3.6%）、その他（同▲43.5%）が前年を下回ったが、市町村（同+42.4%）が前年を上回った。

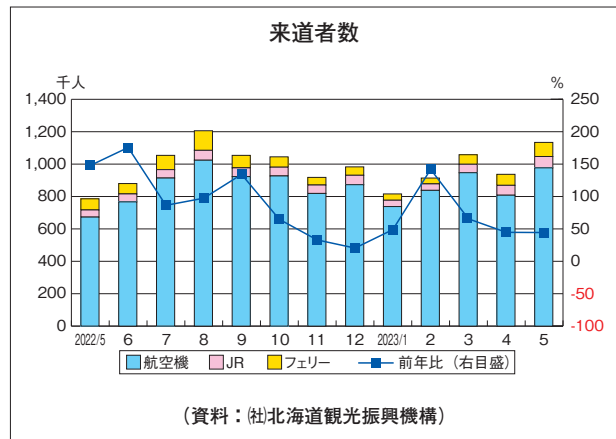
1～6月累計では、7,222億円（前年比+12.6%）と前年を上回った。



9. 来道者数～2019年同月比94.9%まで回復

5月の国内輸送機関利用による来道者数は、1,134千人（前年比+44.4%）と19か月連続で前年を上回った。輸送機関別では、航空機（同+45.3%）、JR（同+59.8%）、フェリー（同+26.5%）となった。

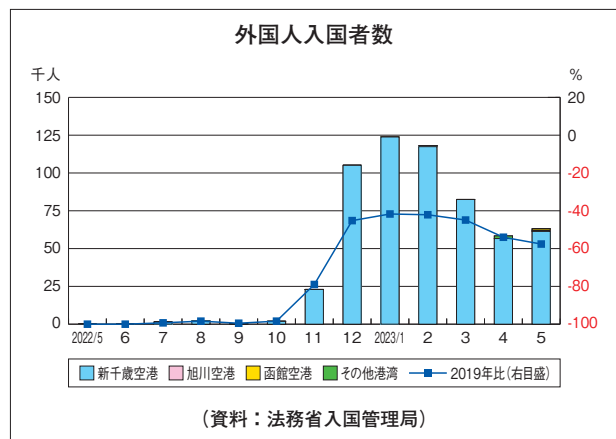
1～5月累計では、4,860千人（同+62.1%）と前年を上回った。



10. 外国人入国者数～2019年同月比42.4%まで回復

5月の道内空港・港湾への外国人入国者数は、62,965人（前年比全増）と11か月連続で前年を上回った。コロナ禍前の2019年同月比では▲57.6%となった。

1～5月累計は、445,828人（前年比全増）と前年を上回っているが、2019年同期比では▲47.0%と下回っている。



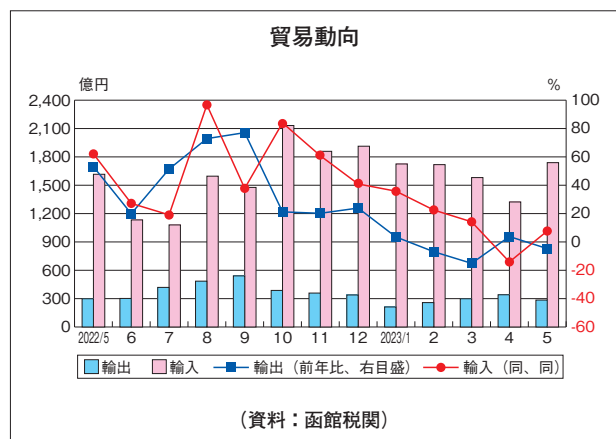
11. 貿易動向～輸出が2か月ぶりに低下

5月の貿易額は、輸出が285億円（前年比▲4.7%）、輸入が1,739億円（同+7.7%）となった。

輸出は、鉄鋼くず、魚介類・同調製品などが増加したが、船舶、鉄鋼、石油製品などが減少した。

輸入は、原油・粗油、木材などが減少したが、石油製品、電気機器、石炭などが増加した。

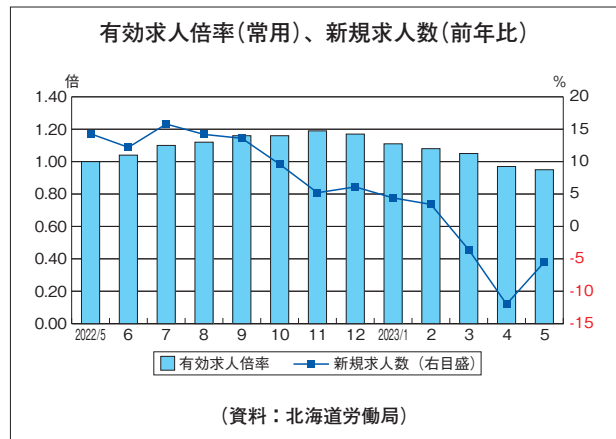
1～5月累計の輸出は、1,395億円（前年比▲4.6%）と前年を下回った。



12. 雇用情勢～有効求人倍率が2か月連続で1倍を下回る

5月の有効求人倍率（パートを含む常用）は、0.95倍（前年比▲0.05ポイント）と前年を下回った。

新規求人数は、前年比▲5.5%と3か月連続で前年を下回った。業種別では、サービス業（同+3.0%）、宿泊業・飲食サービス業（同+2.0%）などが前年を上回ったが、建設業（同▲13.3%）、医療・福祉（同▲3.1%）、製造業（同▲9.9%）などは前年を下回った。

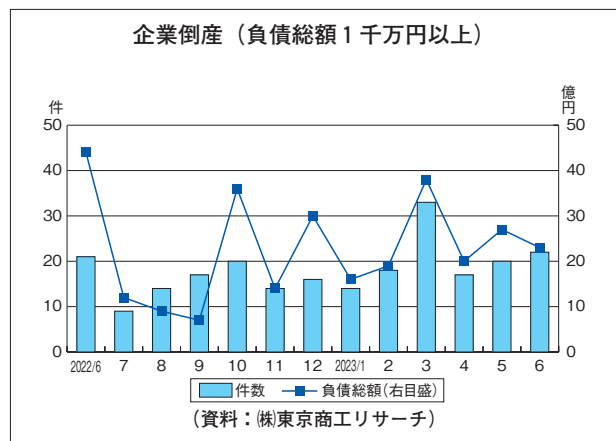


13. 倒産動向～倒産件数が2か月ぶりに前年を上回る

6月の企業倒産件数は、22件（前年比+4.8%）と2か月ぶりに前年を上回った。業種別ではサービス・他が9件、小売業が5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、エネルギーや原材料価格の高騰を原因とした倒産件数は3件であった。

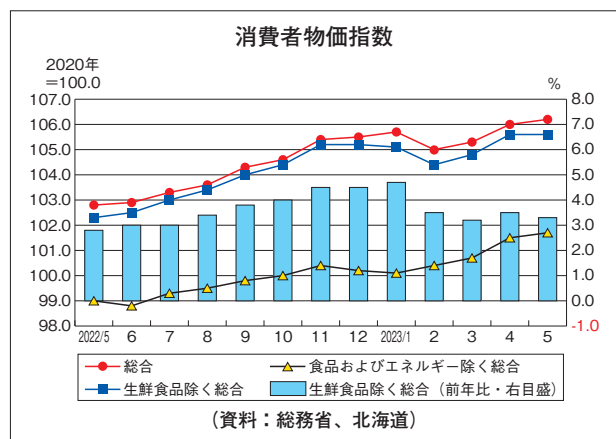
倒産企業の負債総額は、23億円（同▲46.6%）と5か月連続で前年を下回った。



14. 消費者物価指数～23か月連続で前年を上回る

5月の消費者物価指数（生鮮食品を除く総合指数）は、105.6（前月比±0.0%）となった。前年比は+3.3%と23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（5月10日）時点で、灯油価格が114.0円/ℓ（前月比▲0.7%、前年同月比▲5.2%）、ガソリン価格が164.0円/ℓ（前月比▲0.6%、前年同月比▲0.6%）であった。



売上DIはプラス維持、利益DIは9年ぶりにマイナス脱出の兆し

第89回 道内企業の経営動向調査

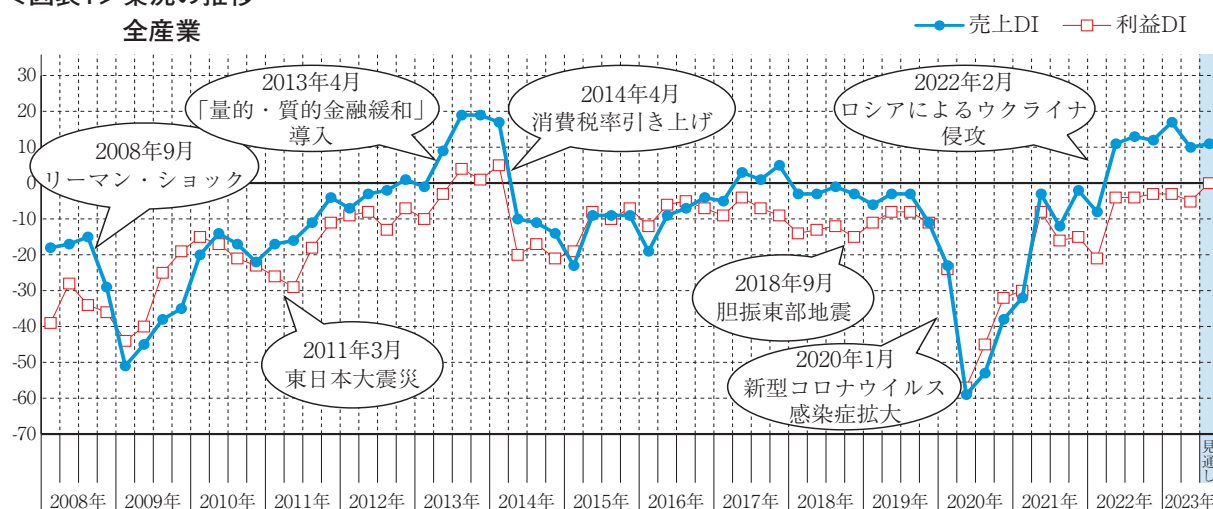
1. 2023年4～6月期 実績

全産業の売上DI（10）は5期連続でプラス圏を維持。利益DI（△5）はマイナス圏のまま横ばい推移となった。業種別にみると、食料品製造業、ホテル・旅館業、運輸業では売上DI、利益DIともにプラスとしたが、その他の業種は利益DIがすべてマイナス圏に留まっている。

2. 2023年7～9月期 見通し

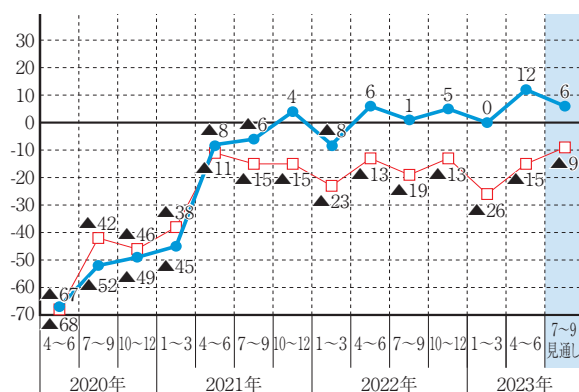
前期に比べ、全産業の売上DI（11）は1ポイント上昇、利益DI（0）は5ポイント上昇し9年ぶりにマイナス圏を脱出する見通し。エネルギー価格、原材料・資材価格が高騰している一方で、値上げの実現により収益を確保する動きがみられる。

＜図表1＞業況の推移
全産業

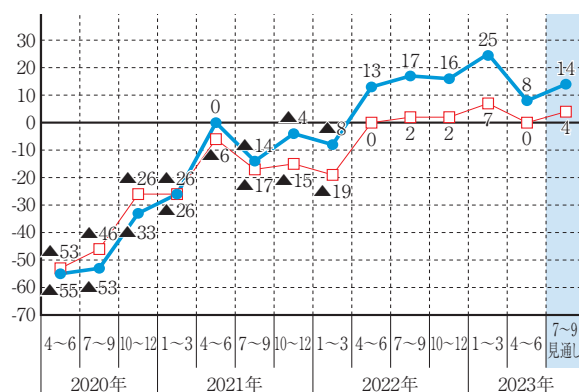


項目	2020年	2020年	2020年	2021年	2021年	2021年	2022年	2022年	2022年	2022年	2023年	2023年	2023年
	4～6	7～9	10～12	1～3	4～6	7～9	10～12	1～3	4～6	7～9	10～12	1～3	4～6
売上DI	△59	△53	△38	△32	△3	△12	△2	△8	11	13	12	17	10
利益DI	△57	△45	△32	△30	△8	△16	△15	△21	△4	△4	△3	△3	△5

製造業



非製造業



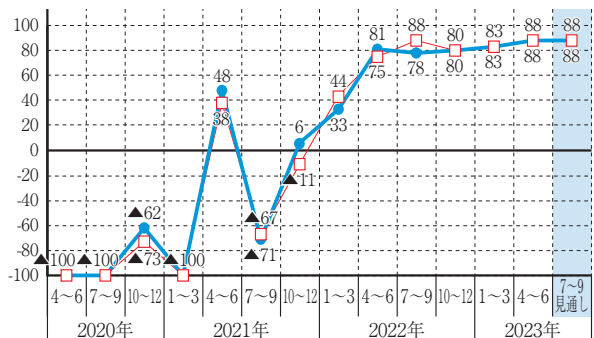
<図表2>業種別の要点

	要 点 (2023年4～6月期実績)	2022年 7～9	2022年 10～12	2023年 1～3	2023年 4～6		2023年 7～9	
		実績	実績	実績	実績	前回 見通し	見通し	
全 産 業	製造業は売上DI・利益DIともに改善、非製造業はともに悪化した。	売上D I	13	12	17	10	14	11
		利益D I	△4	△3	△3	△5	△3	0
製 造 業	食料品製造業が製造業では唯一、売上DI・利益DIともにプラスに改善。	売上D I	1	5	0	12	3	6
		利益D I	△19	△13	△26	△15	△20	△9
食 料 品	食品製造・水産は売上DI改善に寄与、畜産・製菓は利益DI改善に寄与。	売上D I	30	50	33	51	27	41
		利益D I	11	21	△13	5	△13	5
木 材 ・ 木 製 品	売上DI・利益DIともにマイナスかつ低水準が続く厳しい状況。	売上D I	16	△23	△18	△21	△9	△33
		利益D I	△16	△29	△38	△25	△14	△17
鉄鋼・金属製品・機械	売上DIは鉄鋼が低下したが、金属製品・機械が上昇しプラスに浮上。	売上D I	△19	△22	△9	8	△9	0
		利益D I	△33	△28	△12	△14	△30	△11
非 製 造 業	建設業だけが売上DI・利益DI改善に寄与。特に卸売業・小売業は悪化。	売上D I	17	16	25	8	19	14
		利益D I	2	2	7	0	4	4
建 設 業	売上DI・利益DIともにマイナス圏が続くが、官工事・民間工事ともに改善。	売上D I	△23	△21	△19	△5	3	4
		利益D I	△38	△33	△40	△13	△19	△5
卸 売 業	食品卸・資材卸・機械卸・その他卸全てが売上DI・利益DIともに悪化。	売上D I	34	40	37	△4	14	△5
		利益D I	17	27	16	△11	4	△16
小 売 業	食品・大型店小売は前期並み。燃料店小売・その他小売はともに悪化。	売上D I	26	19	67	13	33	26
		利益D I	9	△11	33	△11	12	0
運 輸 業	旅客・貨物ともに悪化。売上DI・利益DIは旅客プラス圏、貨物マイナス圏。	売上D I	46	38	24	14	19	29
		利益D I	19	17	19	11	14	29
ホ テ ル ・ 旅 館 業	都市ホテル・観光ホテルともに売上DI・利益DI高水準を維持。	売上D I	78	80	83	88	61	88
		利益D I	88	80	83	88	61	88

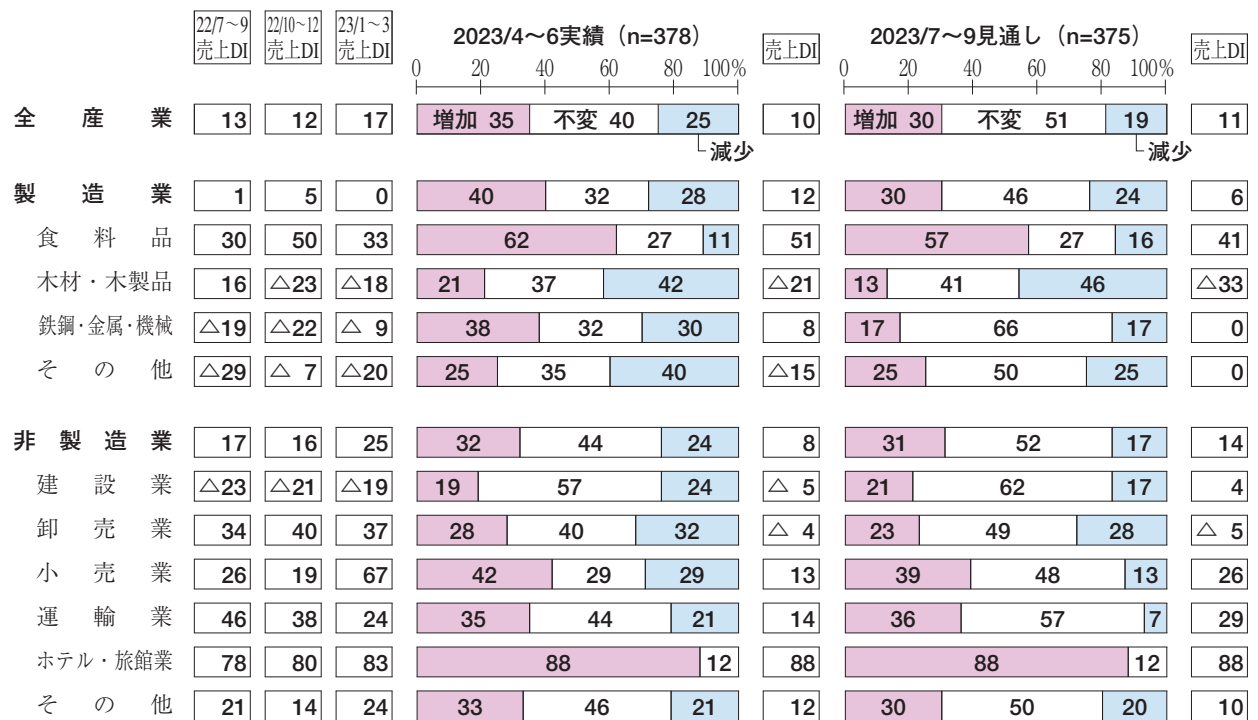
<図表3>地域別業況の推移

		2020年 10～12	2021年 1～3	2021年 4～6	2021年 7～9	2021年 10～12	2022年 1～3	2022年 4～6	2022年 7～9	2022年 10～12	2023年 1～3	2023年 4～6		2023年 7～9
		実績	実績	実績	実績	実績	実績	実績	実績	実績	実績	実績	前回 見通し	見通し
全 道	売上D I	△38	△32	△3	△12	△2	△8	11	13	12	17	10	14	11
	利益D I	△32	△30	△8	△16	△15	△21	△4	△4	△3	△3	△5	△3	0
札 幌 市	売上D I	△37	△32	2	△3	4	△11	11	15	19	18	12	18	12
	利益D I	△31	△29	0	△10	△6	△21	0	3	3	3	△1	6	0
道 央 (札幌除く)	売上D I	△37	△21	△7	△18	△5	△9	17	17	19	27	27	22	28
	利益D I	△35	△26	△18	△18	△17	△25	△9	△5	3	△1	△1	0	8
道 南	売上D I	△56	△52	△8	△29	△20	△19	24	24	34	17	5	37	11
	利益D I	△53	△55	△18	△32	△34	△44	△5	△8	△3	△9	0	3	5
道 北	売上D I	△27	△25	3	△8	4	8	11	0	2	8	0	6	0
	利益D I	△22	△20	△2	△18	△9	△3	7	△11	△7	△12	△16	△14	△16
道 東	売上D I	△40	△44	△9	△18	△3	△9	△8	6	△12	11	△4	△10	1
	利益D I	△29	△31	△11	△16	△27	△19	△15	△9	△17	△5	△10	△16	△1

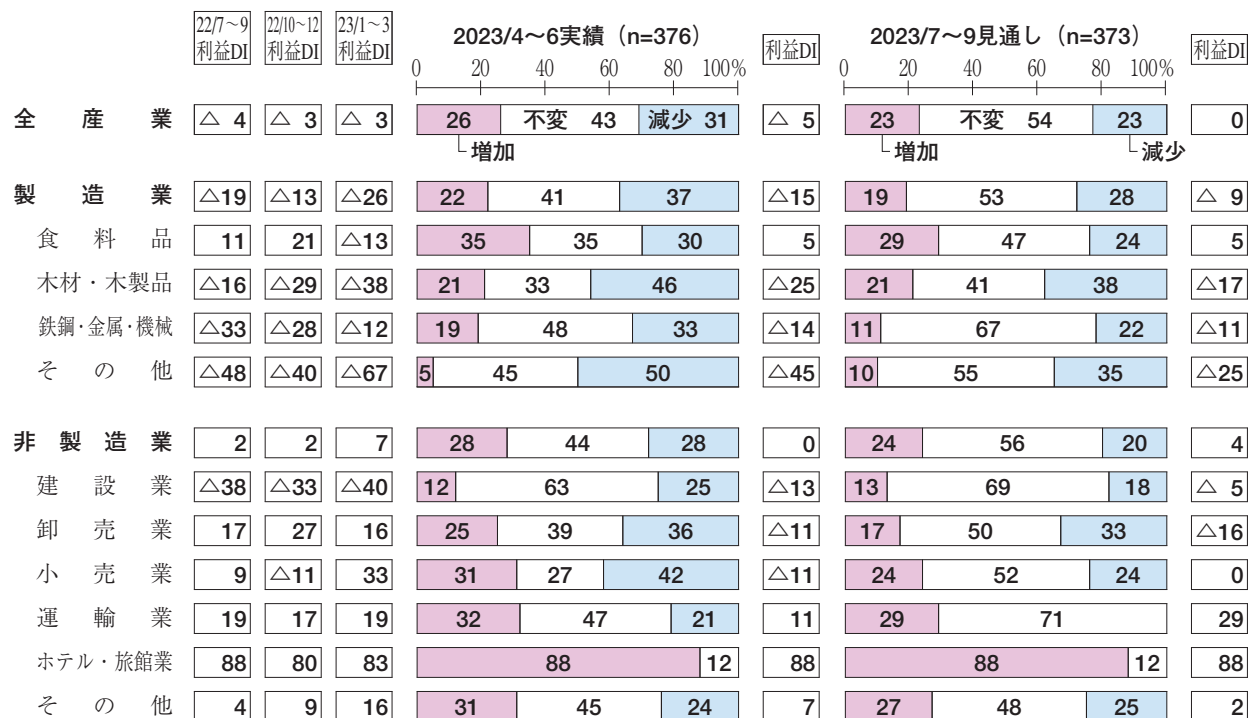
食料品製造業



<図表5>売 上

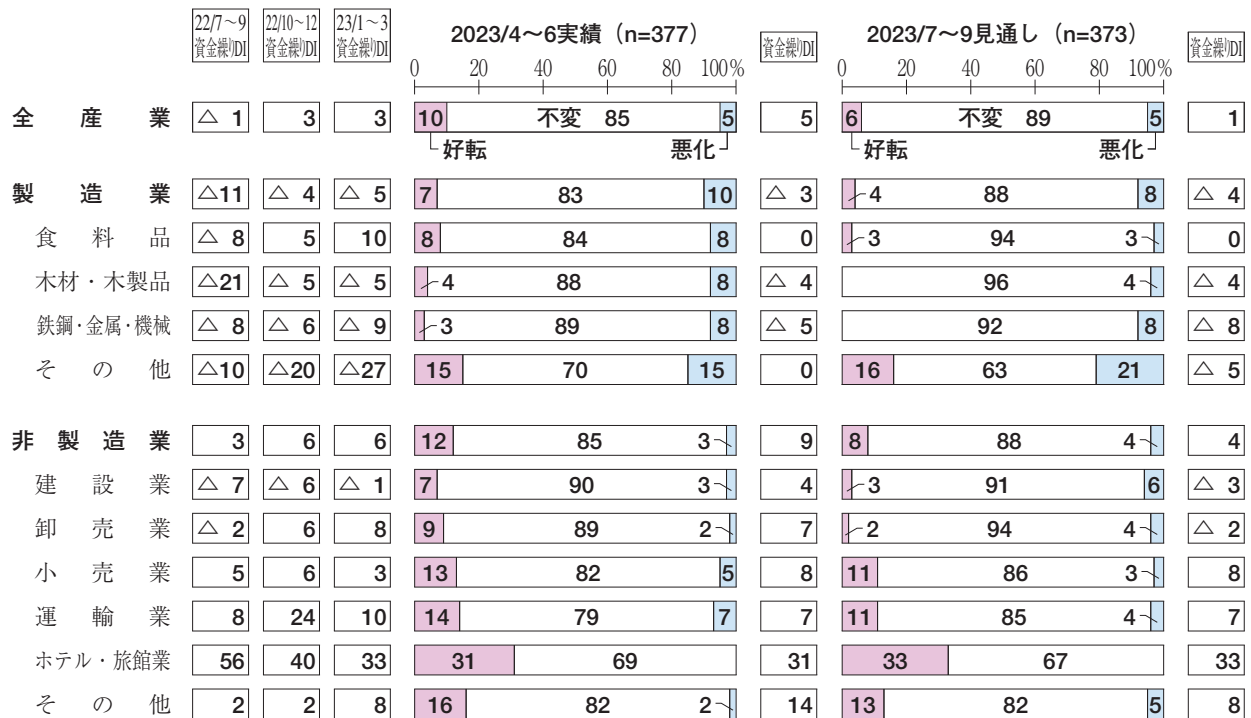


<図表6>利 益

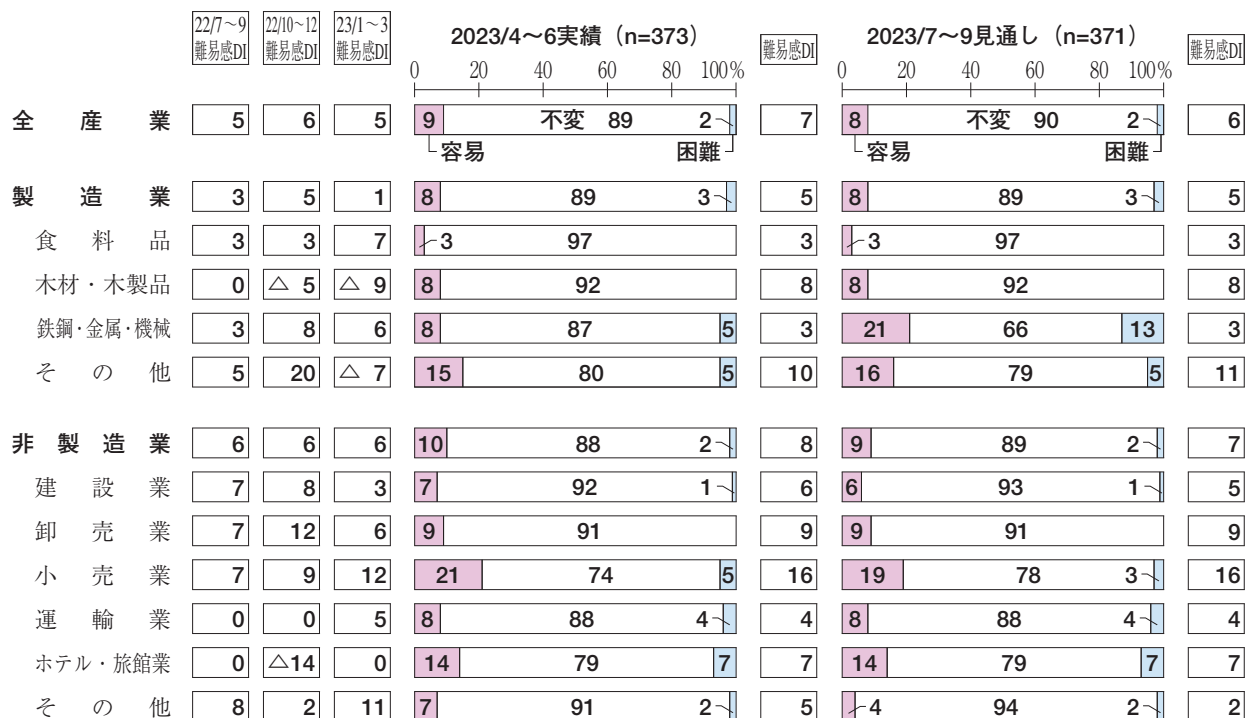


※四捨五入の関係から合計が100とならない場合がある。

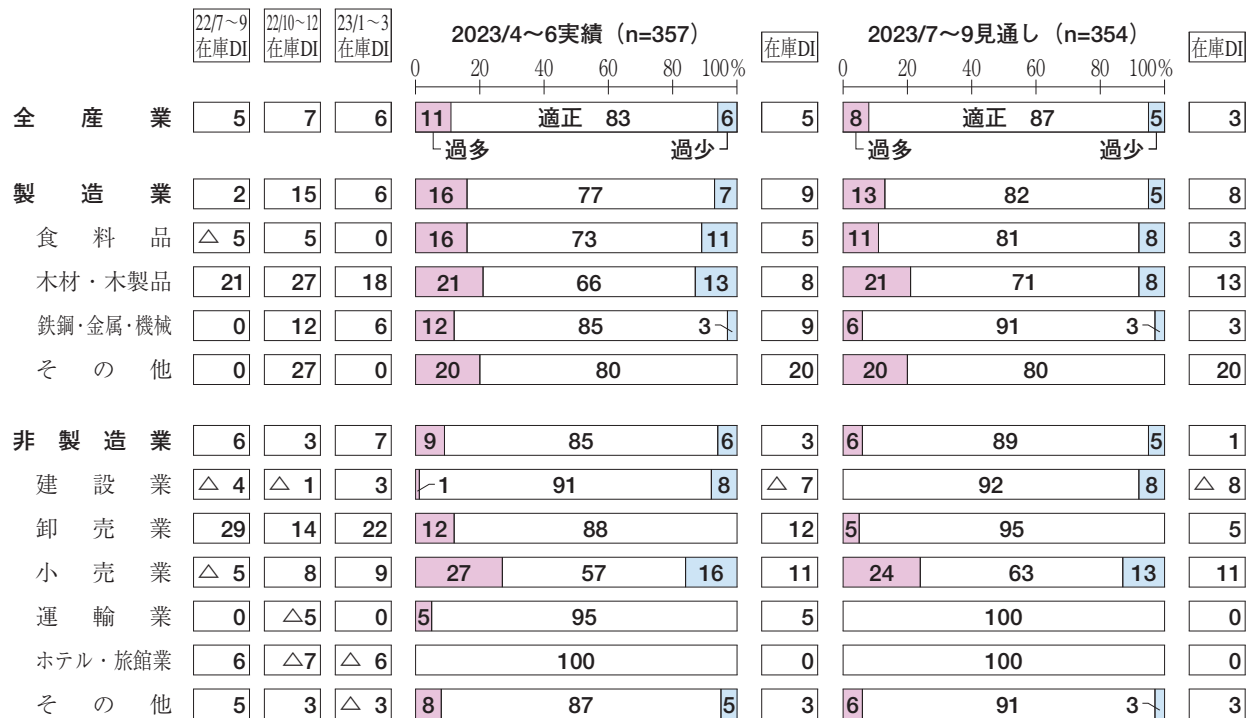
＜図表7＞資金繰り



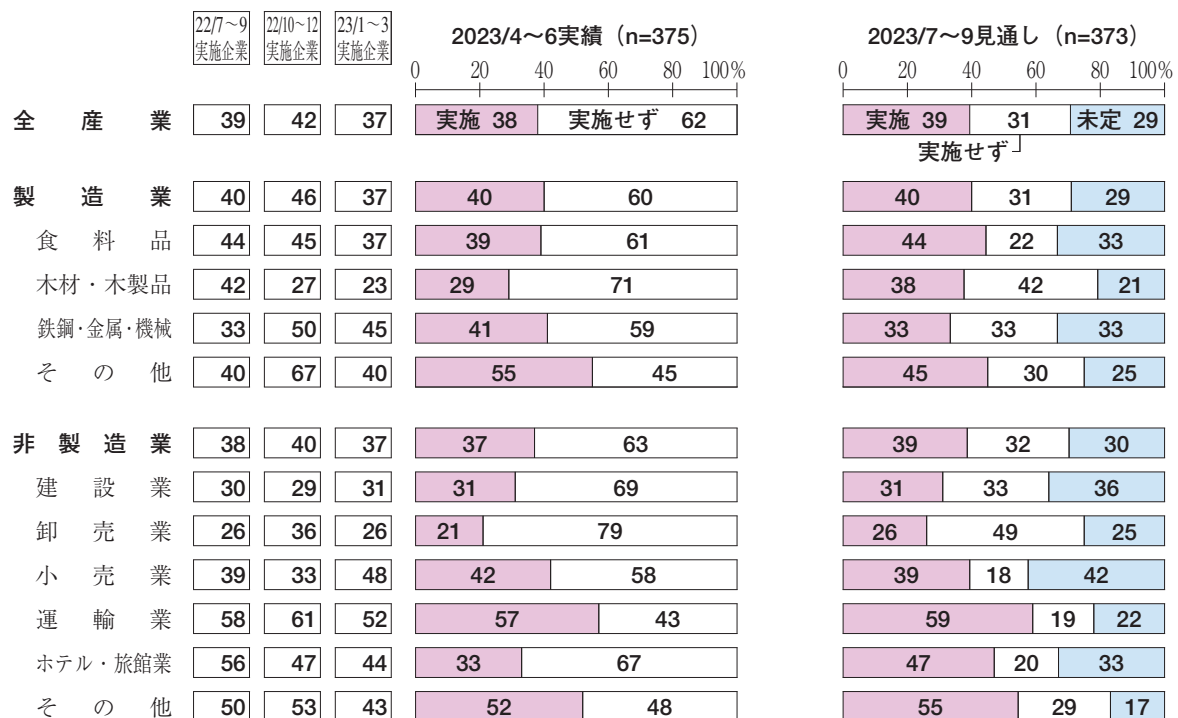
＜図表8＞短期借入金の難易感



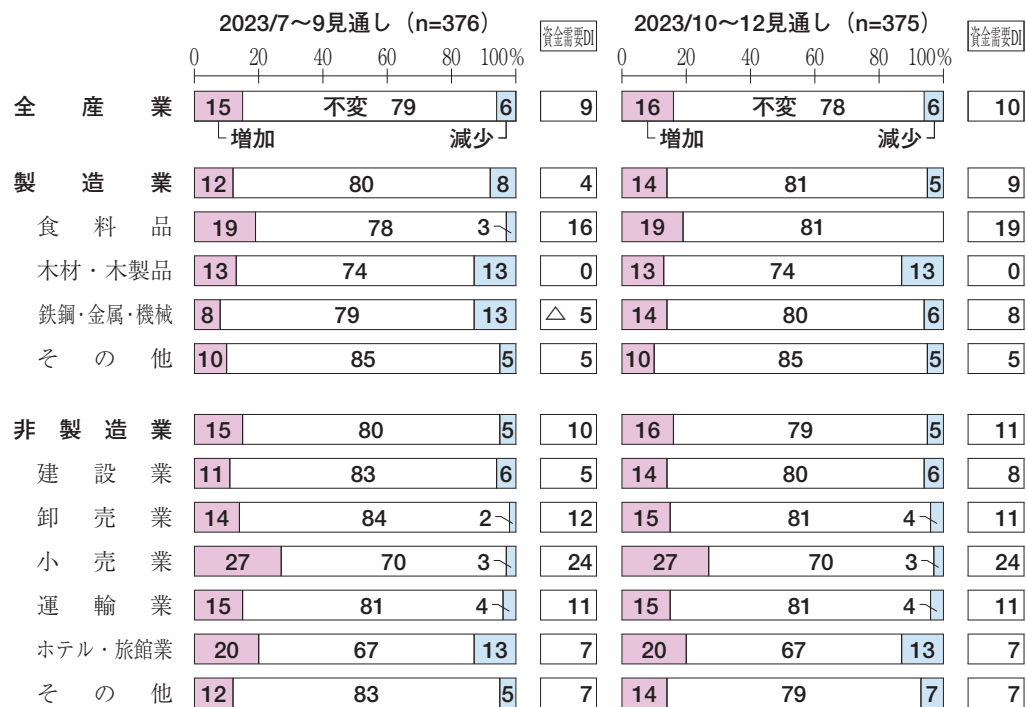
<図表9>在 庫



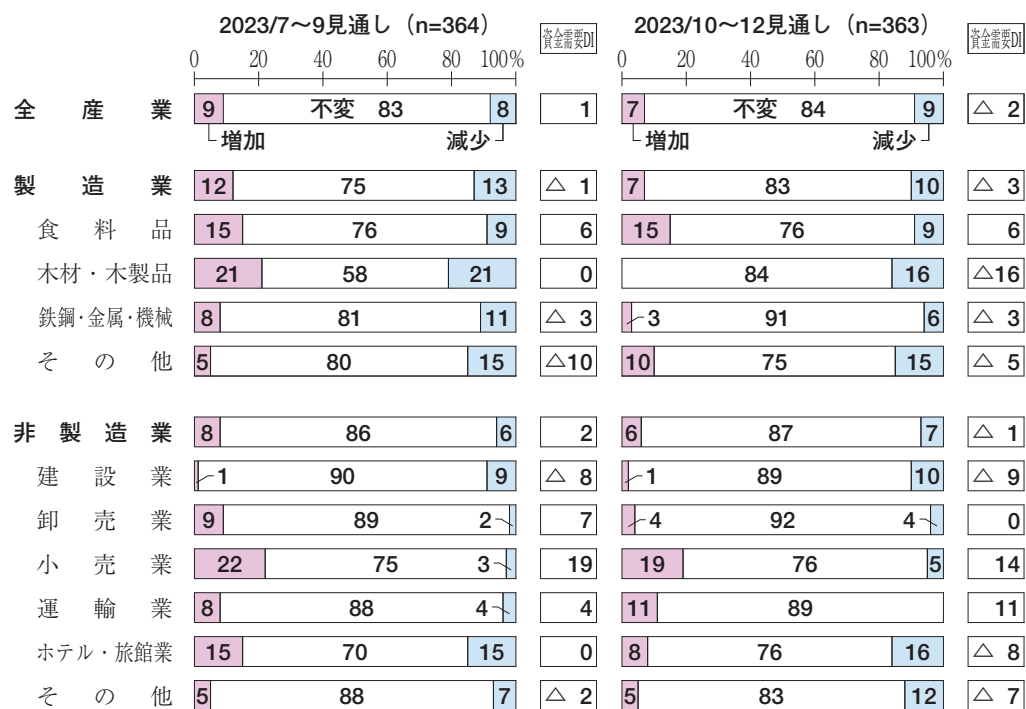
<図表10>設備投資



<図表11> 資金需要見通しの前年比較（運転資金）



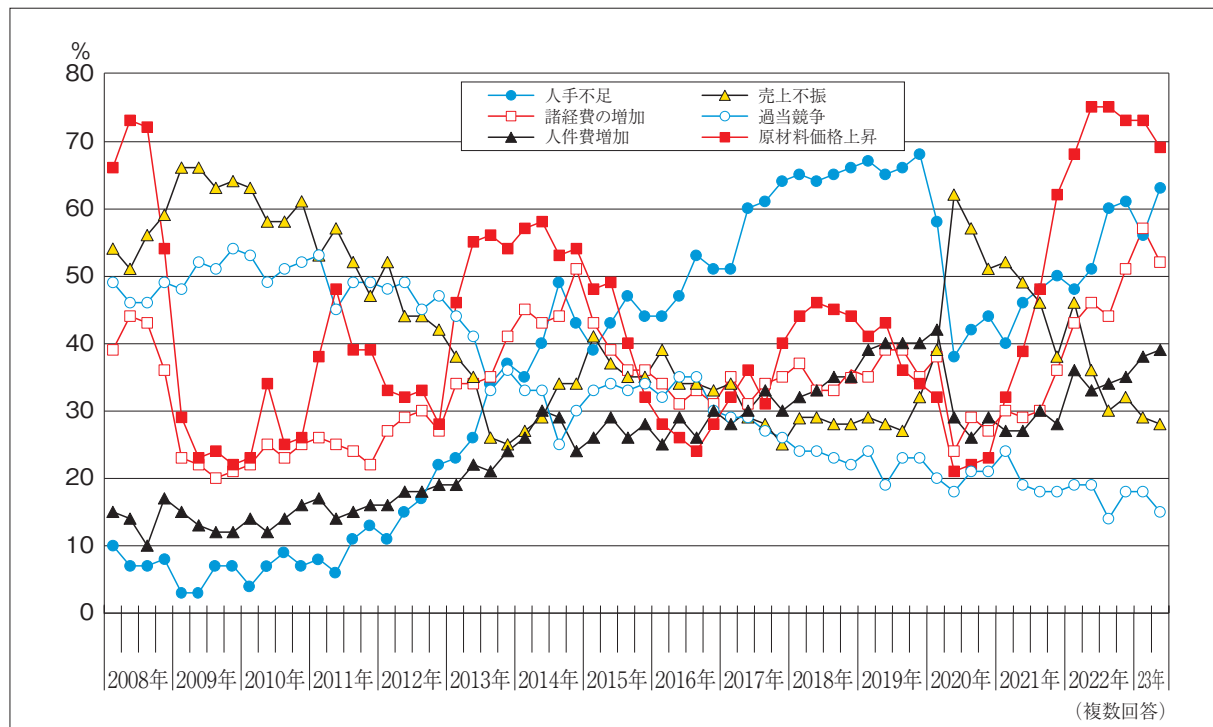
<図表12> 資金需要見通しの前年比較（設備資金）



<図表13>当面する問題点（上位項目）の要点（複数回答）

項目	前期比	要 点
(1)原材料価格上昇（69%）	△ 4	製造業（82%）は木材・木製品（▲ 9）を除いて上昇し依然として高い水準となっている。非製造業（63%）は小売業（+16）を除いて低下した。
(2)人手不足（63%）	+ 7	製造業（57%）は10ポイント上昇し2位、非製造業（66%）は5ポイント上昇し1位となり人手不足感が強まっている。
(3)諸経費の増加（52%）	△ 5	製造業（57%）は前回調査から変動なく各業種も前回並みの水準。非製造業（49%）は9ポイント低下、特に運輸業（▲27）、建設業（▲20）は大きく低下した。
(4)人件費増加（39%）	+ 1	製造業（36%）は食料品（+6）ほかすべての業種が前回以上となった。非製造業（40%）は建設業（+8）、その他（+11）が上昇したが、卸売業（▲10）、小売業（▲5）、運輸業（▲2）、ホテル・旅館業（▲19）が低下した。
(5)売上不振（28%）	△ 1	製造業（35%）、非製造業（24%）と低位だが、木材・木製品（58%）は前回調査に続き問題点の1位、小売業（+8）、卸売業（+7）は上昇している。
(6)過当競争（15%）	△ 3	製造業（12%）は全業種低下、非製造業（16%）は小売業（+5）、建設業（+1）、ホテル・旅館業（±0）を除き低下。

<図表14>当面する問題点（上位項目）の推移（複数回答）



<図表15> 当面する問題点（複数回答）

(n=379)

(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・旅館業	その他の非製造業
(1)原材料価格上昇	① 69 (73)	① 82 (80)	① 95 (93)	③ 50 (59)	① 86 (82)	① 90 (81)	② 63 (70)	② 63 (76)	① 67 (78)	① 69 (53)	② 68 (71)	① 88 (94)	③ 43 (53)
(2)人手不足	② 63 (56)	② 57 (47)	③ 65 (53)	④ 46 (45)	② 62 (45)	③ 48 (38)	① 66 (61)	① 81 (76)	③ 38 (33)	③ 51 (56)	① 82 (76)	② 81 (72)	① 71 (58)
(3)諸経費の増加	③ 52 (57)	② 57 (57)	② 73 (70)	② 54 (55)	③ 43 (45)	② 57 (63)	③ 49 (58)	③ 31 (51)	② 55 (59)	② 64 (62)	③ 54 (81)	③ 56 (67)	② 57 (47)
(4)人件費増加	39 (38)	36 (33)	49 (43)	29 (23)	30 (30)	33 (31)	40 (40)	③ 50 (42)	33 (43)	36 (41)	36 (38)	25 (44)	40 (29)
(5)売上不振	28 (29)	35 (42)	14 (23)	① 58 (59)	38 (42)	43 (50)	24 (24)	24 (27)	29 (22)	26 (18)	25 (38)	25 (28)	17 (18)
(6)過当競争	15 (18)	12 (15)	11 (13)	13 (14)	11 (15)	14 (19)	16 (20)	25 (24)	16 (29)	23 (18)	4 (10)	6 (6)	5 (13)
(7)販売価格低下	5 (5)	6 (8)	0 (3)	21 (14)	3 (6)	5 (13)	4 (3)	1 (1)	9 (6)	10 (9)	4 (0)	0 (-)	0 (3)
(7)価格引き下げ要請	5 (3)	3 (3)	0 (3)	4 (-)	5 (3)	5 (6)	6 (3)	6 (1)	16 (10)	0 (-)	0 (-)	0 (-)	2 (3)
(9)設備不足	4 (5)	7 (13)	11 (23)	8 (9)	5 (12)	0 (-)	3 (2)	0 (1)	4 (4)	0 (6)	7 (-)	6 (-)	7 (-)
(9)資金調達	4 (5)	6 (8)	5 (-)	17 (14)	0 (9)	5 (13)	3 (4)	3 (3)	2 (2)	5 (-)	4 (-)	0 (6)	2 (13)
(11)代金回収悪化	1 (1)	0 (-)	0 (-)	0 (-)	0 (-)	0 (-)	1 (1)	1 (-)	2 (2)	3 (3)	0 (-)	0 (-)	0 (3)
(12)その他	1 (3)	2 (3)	0 (-)	0 (5)	5 (3)	0 (6)	1 (3)	0 (1)	2 (4)	3 (6)	0 (-)	0 (6)	0 (5)

○内数字は業種内の順位、()内は前回調査

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89回定例調査（2023年4～6月期実績、2023年7～9月期見通し）
- 回答期間：2023年5月中旬～6月中旬
- 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) DI：「増加企業の割合」－「減少企業の割合」
 - (E) n（number）＝有効回答数

■ 地域別回答企業社数

	企業数	構成比	地 域
全 道	381	100.0%	
札幌市	130	34.1	道央は札幌市を除く石狩、後志、
道 央	83	21.8	胆振、日高の各地域、空知地域南部
道 南	38	10.0	渡島・檜山の各地域
道 北	59	15.5	上川・留萌・宗谷の各地域、空知地域北部
道 東	71	18.6	釧路・十勝・根室・オホーツクの各地域

■ 業種別回答状況

	調査企業数	回答企業数	回答率
全 産 業	692	381	55.1%
製 造 業	197	119	60.4
食 料 品	68	37	54.4
木 材 ・ 木 製 品	31	24	77.4
鉄鋼・金属製品・機械	60	37	61.7
そ の 他 の 製 造 業	38	21	55.3
非 製 造 業	495	262	52.9
建 設 業	139	80	57.6
卸 売 業	98	57	58.2
小 売 業	94	39	41.5
運 輸 業	50	28	56.0
ホ テ ル ・ 旅 館 業	33	16	48.5
そ の 他 の 非 製 造 業	81	42	51.9

価格転嫁を進めるも利益確保に苦慮、人手不足感も強まる 〈企業の生の声〉

今回の調査では、仕入原価、エネルギー価格の高騰によるコストアップに対して、価格転嫁や新商品開発、新たな付加価値の提供により利益を確保しようとする企業の姿が見受けられました。

また、今春の賃上げを実施した後も人材確保が困難な状況が続いており、積極的な事業展開に苦悩する状況がうかがえます。

以下に企業から寄せられた生の声を紹介します。

1. 食料品製造業

＜飲料品製造業＞ 売上は前年比で伸張しているが、原材料の値上げが続き利益が減少している。販路拡大と新商品の開発を実施する。利益確保に向けて製品の値上げも視野に進める。(道南)

＜水産加工業＞ コロナ禍にあった3年間で脱却し、今のところは売上の調子は上向きになっている。取引先も厳選して見直した結果、経費が減少し効率は上向きになった。(道東)

＜製菓業＞ 仕入価格の値上がりやエネルギーコストの高騰を受け、販売価格を改定して売上・利益は増加している。コロナ禍では、生産効率の向上やロス対策でSKU（在庫品目数）を絞って製造したが、売上が回復傾向になり再販を含めた計画を進めている。人員は、コロナ禍で退職者が増加した為、大卒・高卒や中途での採用を進め、生産量が増加しても対応できる体制の構築を進めている。(道北)

＜飲料品製造業＞ 生産設備の更新で生産能力が向上し、販売数も増えている。年末に向けて生産能力を1.6倍にする予定。単位時間当たりの製造数量を増やし電気代や化石燃料の製品1本あたりのコスト削減を目指している。(道央)

2. 木材・木製品製造業

＜家具製造業＞ 製品の価格改定を前に4月に駆け込み受注があり過去にない受注額となったが、反動減で7月以降の受注が少なく売上・利益に影響がでると予想している。(道北)

3. 鉄鋼・金属製品・機械製造業

＜鉄鋼製造業＞ 十勝エリアは全般に案件が少なく見積もり依頼も少ない。少なくとも年内いっぱい投資控えの雰囲気にある。地元案件は確実に受注し、都市部（札幌・関東）の案件は溢れたものを狙い耐え忍びたい。(道東)

＜金属製品製造業＞ 仕入価格の上昇分は販売価格にのせて売上は上がりました。しかし、今は人材不足により受注を制限しています。外国人労働者の採用に動いています。(道央)

＜金属製品製造業＞ 昨年と比べ今期は少しですが、仕事の相談や見積もり依頼が多くなっていると思います。しかし、物価や人件費が上がっている中で価格転嫁できないものがあり、企業努力にも限界が出てきています。粘り強く説明し希望金額を確保するしかないと思います。(札幌)

＜機械器具製造業＞ 今年に入り受注増加傾向にあるが、工場の生産体制が追いついていない。また、資材高騰のスピードが予想より早く、売価に転嫁できていない。人材確保に

動いているが、思うように採用できない、採用しても長続きしない。時給を上げて人材確保に努めている。(札幌)

<金属製品製造業> 売上高は2020年比▲12%まで回復している。コロナ禍関連の危機からはようやく脱出の見込み。諸物価の高騰など先行き不透明感はぬぐえないが、人流復活とインバウンド効果に期待している。景気回復に向け職員の採用を昨春から復活させたが応募者なし。将来を見据え若年層を補充したいが厳しい展開が続いている。(札幌)

<機械器具製造業> コロナ禍の影響から脱出しつつあるが、鋼材価格の値上がりや電装品の納期長期化が発生している。環境ビジネスは、製品売りからソリューション提案を行うコト売りにシフトすることで、より付加価値の高い事業へ拡大する可能性がある。今後は、調達や製品製造の海外シフトも考えている。また、販売先も適正価格で販売できる海外市場にもアプローチする予定。(札幌)

4. その他の製造業

<印刷業> 原材料や電気代などの値上がり分の全てを価格に転嫁することはできないため、収益が圧迫されている。(札幌)

<印刷業> 新型コロナの影響から取引先の集客施設が活動を停止し、弊社で受注していたDM・チラシ受託業務が大幅に減少した。新型コロナは5類に移行したが、取引先の広告宣伝費削減による影響は受け続けており、売上高が大幅に減少している。(札幌)

5. 建設業

<建設業> 土木建設業界は慢性的な人材不足にあり、新卒採用ははかばかしくなく、中途・第2新卒等の採用により補填する必要がある。働き方改革、2024年問題、残業時間の管理など建設業界の課題は厳しい。(道北)

<建設業> 人手不足により売上が減少して

いる。新卒者、中途退職者の雇用活動を継続していく。(道央)

<建設業> 人材確保のための福利厚生面での経費が増えてきているが、売上・利益が伴っていない。(道南)

<土工工事業> 販売単価の値上げにより、売上高は昨年を上回っているが、仕入単価の上昇分をすべて吸収できないため、今後の収益悪化を懸念している。更なる販売単価の引上げは競争力低下になる為、より一層の経費節減に努める。業務工程を見直し、収益性の改善に取り組んでいる。(道央)

<住宅建築業> 専用住宅については昨年より売上・利益は改善傾向にあるが、イベントへの来場者数は減っている。原価高騰により価格が上昇しており成約率は低下している。(道央)

<住宅建築業> コロナが落ち着き、お客様の動きが活発になってきた。年度初めに落ち込んだ売上を挽回すべく、新しいモデルハウスにて新商品を積極的に販売したい。(道央)

<住宅建築業> 原価高騰がひと段落した様子ですが、予断を許さない状況です。札幌市内の在庫が多く、今後価格競争に巻き込まれるのではないかと懸念しています。(札幌)

<電気工事業> 官公庁工事の状況は堅調であるが、民間工事は顧客企業の業況次第であり積極的な状況ではない。投資面については、人材確保・育成を継続し、利益の確保に注力していく。(札幌)

6. 卸売業

<食料品卸売業> 冷凍品の相場下落はひと段落した感があるが、動きが鈍く、在庫過多にならないように注意している。エネルギー価格の高騰もひと段落したが、電気代、保管料等の諸経費が増加している。商品相場や販

売動向を注視し、適正在庫を維持しながら、在庫の回転率を上げ、間接的な経費を抑制して利益の積み増しを目指している。(札幌)

<工業用品卸売業> 今後も仕入先からの値上げ要請は続くと思われ、販売価格への転嫁が重要と考えている。人材が不足しており、新卒・中途ともに募集しているが応募がない。今期は、社員給料のベースアップを実施しており、人件費が大幅に増加する見通し。その他経費も増加傾向にあり、今期は減益を予想している。(札幌)

<食肉卸売業> 原材料の仕入価格が上昇し販売価格に少しずつ転嫁しているが、値上げにより売上が減少している。新規顧客開拓のため、新しいコンセプトの店づくりや新メニューの開発を行う。(道東)

<包装用品卸売業> 値上げの浸透に伴い、前期比では増収・増益につながっている。このところ価格改定を主に活動してきたが、新規先開拓や新たな商材の積み上げ等、先々の売上に寄与する活動のウェイトを高めて行きたい。(札幌)

<機械器具卸売業> 売上は前期比で上昇に転じたものの、原材料や諸経費の高騰から利益が圧迫されている。価格転嫁も進めているが、経費上昇のスピードが速すぎて対応に苦慮している。(札幌)

<酒類卸売業> 売上は昨年と比べ増加傾向にあるが、取扱商品の価格改定の頻度が多く、取引先への価格転嫁を都度行うことが難しい。商品の拡売を親会社と連携して行い、売上規模の拡大を推進する。(札幌)

<石油製品卸売業> 卸売部門は、石油製品の価格が落ち着き売上は横ばい圏の動き。価格競争の環境は変わらないが、過度な対応はせず収益確保を図っている。不動産部門は、堅調だが管理コストは上昇している。新規物

件を取得してボリュームを確保している。(札幌)

7. 小売業

<リサイクルショップ> 電気料金の値上がりで利益が圧縮される。物価高での売上げ減少も不安要素である。新規事業と業務のDXを目指し、効率改善と機会損失を無くすことを計画している。(道北)

<食品スーパー> 値上がり傾向が続き、売上高は横ばいから微増に転じている。地方向け商品配送については運送業界の人手不足が見込まれる。物流について、弊社を含め生鮮スーパー、運送業者が集まり物流研究会を立上げ、配送の効率化の検討を開始した。(札幌)

<大型小売店> 売上は買上げ点数の減少、単価上昇の傾向が続いている。新店効果で売上げ増加は見込める。利益はエネルギーコストの上昇で厳しい状況が続いている。今後は、適正な価格設定により客単価、買上げ点数の増加を見込む。(道南)

<タイヤ販売店> タイヤやアルミホイールの値上げの影響から売上単価は上昇している。ただ、タイヤ単品の売上は増えているが、アルミホイールまで手が届かないお客様が多くなっている。(道北)

<釣具販売店> 釣具、アウトドア用品などのブームでもあり、販売競争が一層激しくなっている。加えて、人件費上昇、水道光熱費の値上がり等により、極めて厳しい収益環境となっている。不採算店舗の見直し、店舗リニューアル、経営資源の集約、当社独自の商品ラインナップ、新たな販売企画に注力していく。(札幌)

<水産食料品小売業> 昨年秋以降、売上が徐々に回復傾向にあったが、本年2月頃より公共料金等の値上げにより消費マインドが落

ち込んでいるように思います。弊社主力商品の一つである鮭鱒の取扱いも前年割れとなっています。商品開発のスキルを更にアップして現状に合った付加価値のある商品提供を継続していきたい。(道東)

<酒小売業> コロナによる行動制限解除により人出が回復し、売上は前年比増加しているが、コロナ禍前の水準には遠く届かない。物価高への生活防衛と人員確保・離職防止のため賃金アップを実施するとともに、賃金配分の納得性向上のため評価制度の整備・拡充を図る。事務管理面では、IT化推進によるコストダウンと社員のマルチタスク化の実現を検討していく。(札幌)

8. 運輸業

<運輸業> 恒常的なドライバー、作業員不足、燃料価格の高止まり、人件費の増加等で経費を大きく押し上げているが、運賃に転嫁できない状況が続いている。地道な運賃交渉を粘り強く実施していく。(道央)

<運輸業> 売上が変わらず、その反面人件費や燃料費などが増加し、利益増加が見込めない。通常運賃にプラスαになるように、付加価値を付けた移送を提供して利益増加に努める。(道北)

9. ホテル・旅館業

<旅館> 単価アップのため、差別化につながる設備投資を行う。(道央)

<観光ホテル> 外国人観光客の復調にて売上は増加するが、原材料の高騰、電気料金の値上げ、人件費の増加で収益を圧迫し、十分な業況改善に至っていない。更なる費用圧縮は難しく、売上増加にて利益確保に努める。(道北)

10. その他非製造業

<自動車整備業> 受注は順調だが人手不足の影響で納期が延びている。ベトナム人とイ

ンドネシア人の実習生で当面は凌いでいく。(道北)

<自動車整備業> 売上は、単価値上げの成果が出てきている。利益は、在庫管理を厳正に実施したことで、原材料費が抑えられており増加傾向にある。(札幌)

<建設コンサルタント> 当社主力事業の公共工事の予算は横ばいだが、建設コンサルタントに関わる委託業務がやや減少するのではないかと心配しております。受注の大きな伸びは期待できないため、経費削減に注力していく予定です。(道東)

<建設コンサルタント> 売上は、人件費や物価上昇の価格転嫁が適正にできるかが問題となる。デフレが長く続いていたため営業担当者のマインド改善等も鍵となる。都度、価格転嫁ができているかチェックしながらPDCAを回していく。(札幌)

<廃棄物処理業> 長い目で見ると廃棄物量は減少傾向にあり、廃棄物処理に代わる柱になる事業が必要になる。また、短期的には昨今の燃料、電気料金、資材価格の高騰や人件費の増加に対応した処理料金の値上げの検討も必要となる。(道央)

<クリーニング業> エネルギーコスト上昇に対して、値上げや利益率改善の取組み効果から、業績は回復基調となっている。一方で、人手不足が需要回復に伴い顕在化しており、人材確保に苦慮している。合理化や省人化による生産性の向上を加速させたい。(札幌)

<ソフトウェア開発> 人手不足によるSE支援事業の需要は高まっていくと思われる。DX推進を目玉にIT投資を促す補助金事業などにより、業者間で交流する「きっかけ」が出来ると事業化する可能性が増えるのではないかと考える。(札幌)

景気判断DIは5年ぶりプラス圏、賃上げの動きはさらに進展

道内景気と賃金の動向について

I. 道内景気について(現状・先行き・懸念材料)

1. 道内景気の現状と先行きについて
景気判断DI（36、「回復しているとした企業の割合」－「悪化しているとした企業の割合」）は前年から40ポイント上昇し、5年ぶりにプラス圏となった。道内景気が回復に転じる時期は、「2023年中」が56%となった。すでに回復に転じている（2023年6月以前に回復）と捉えているのが33%で最多となった。
2. 景気先行きの懸念材料（複数回答）
前回8位だった「電気料金の動向」（75%）が31ポイント上昇し、1位となった。

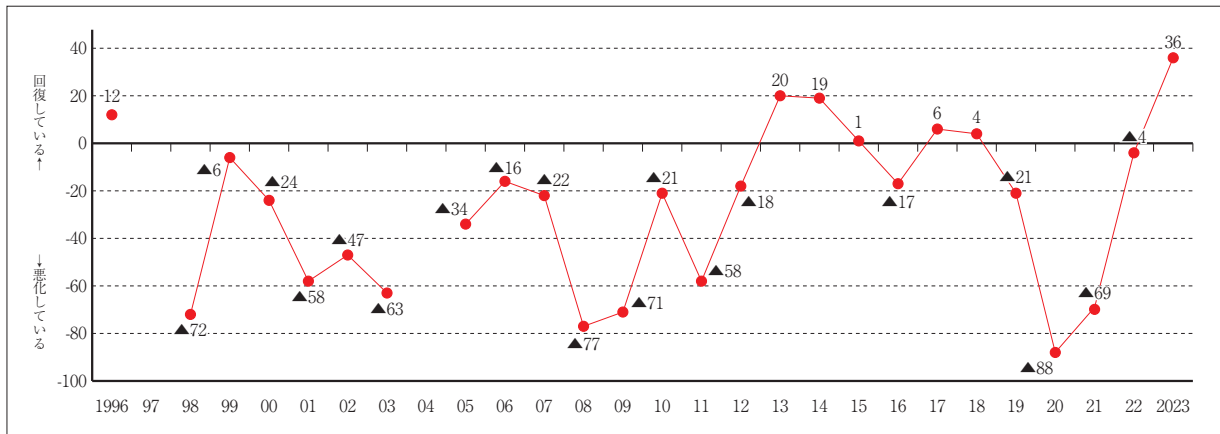
II. 賃金の動向について

定期給与（基本給・諸手当等）を引き上げ・引き上げ予定の企業（85%）は、3年連続で前年を上回り、2013年の調査開始以来最高の水準となった。一人当たりの引き上げ幅は、「前年から増加した」が前年から19ポイント上昇し83%となった。

また、特別給与（賞与・期末手当等）を引き上げ・引き上げ予定の企業（30%）も、3年連続で前年を上回り、過去3番目に高い水準となった。

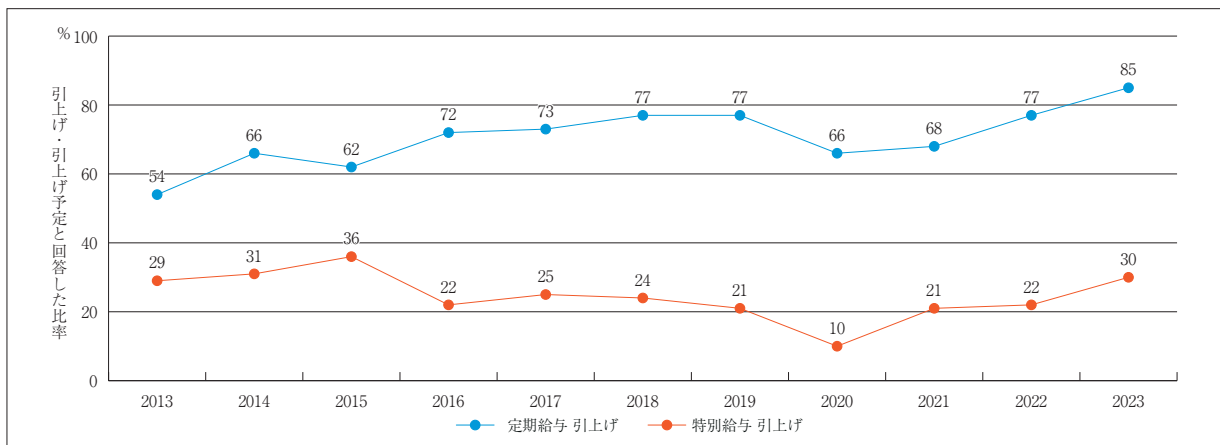
賃金見直しの際の重視項目で最も多いのは、「企業の業績」（82%）であった。他方、前年からの上昇幅が最も大きい項目は「物価の動向」（44%）であり、上昇幅は26ポイントであった。

〈図表1〉景気判断DIの推移



※1997年および2004年は調査実施なし。

〈図表2〉賃金の引上げ推移



I 道内景気について（現状・先行き・懸念材料）

1. 道内景気の現状と先行きについて

〈図表3〉項目別の要点

（項 目）	要 点
(1)現状判断 〈図表4〉	景気判断DI（全産業、36）は前年比40ポイント上昇し5年ぶりのプラス圏となった。業種別では鉄鋼・金属製品・機械製造業を除く全ての業種でプラス圏に浮上した。
(2)先行き〈図表5〉 （回復に転じる時期）	道内景気が回復に転じる時期は、全産業で「2023年中」（56％）が最多となった。業種別では、ばらつきがみられるものの、食料品製造業やホテル・旅館業で「2023年中」に回復が8割を超えた。

〈図表4〉道内景気の現状

（n=374）

（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・旅館業	その他の非製造業
(A)回復している	49	40	70	38	21	19	54	44	54	49	56	81	66
（急速に回復）	（1）	（1）	（3）	（－）	（－）	（－）	（1）	（－）	（2）	（－）	（4）	（6）	（－）
（緩やかに回復）	（48）	（39）	（68）	（38）	（21）	（19）	（53）	（44）	（53）	（49）	（52）	（75）	（66）
(B)横ばい状態	37	43	24	33	56	67	34	36	37	33	37	19	32
(C)悪化している	14	17	5	29	24	14	12	21	9	18	7	－	2
（緩やかに悪化）	（13）	（16）	（5）	（25）	（24）	（14）	（11）	（19）	（9）	（15）	（7）	（－）	（2）
（急速に悪化）	（1）	（1）	（－）	（4）	（－）	（－）	（1）	（1）	（－）	（3）	（－）	（－）	（－）
景気判断DI(A)－(C)	36	22	65	8	△3	5	42	23	46	31	48	81	63
前年同時期 景気判断DI	△4	△11	20	△39	△17	△30	△1	△14	△9	5	9	44	2

※四捨五入の関係から合計が合わない場合がある。

〈図表5〉道内景気が回復に転じる時期

（n=363）

（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・旅館業	その他の非製造業
(A)2023年	56	53	83	41	38	35	58	43	70	58	61	81	61
（6月以前）	（33）	（24）	（42）	（18）	（18）	（10）	（37）	（26）	（43）	（37）	（39）	（63）	（39）
（7～9月）	（11）	（12）	（25）	（－）	（9）	（5）	（10）	（10）	（13）	（11）	（9）	（13）	（7）
（10～12月）	（13）	（17）	（17）	（23）	（12）	（20）	（11）	（6）	（14）	（11）	（13）	（6）	（15）
(B)2024年	29	34	14	45	35	55	26	34	20	29	26	13	24
（1～3月）	（6）	（7）	（－）	（5）	（9）	（20）	（6）	（8）	（5）	（－）	（4）	（6）	（7）
（4～6月）	（17）	（17）	（11）	（18）	（15）	（30）	（16）	（19）	（13）	（26）	（17）	（6）	（10）
（7～9月）	（5）	（7）	（－）	（23）	（6）	（5）	（4）	（4）	（2）	（3）	（4）	（－）	（7）
（10～12月）	（1）	（3）	（3）	（－）	（6）	（－）	（1）	（3）	（－）	（－）	（－）	（－）	（－）
(C)2025年1月以降	15	13	3	14	26	10	16	23	11	13	13	6	15

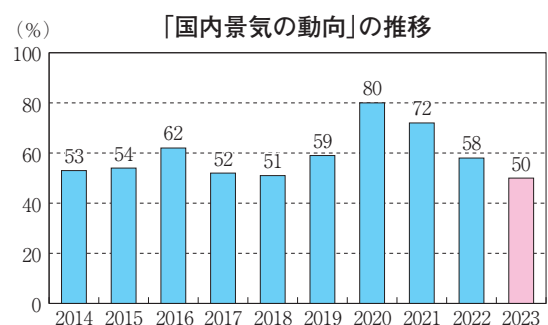
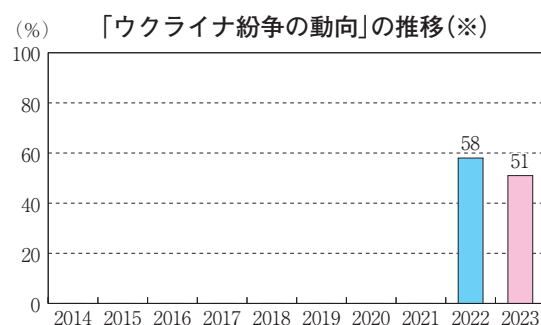
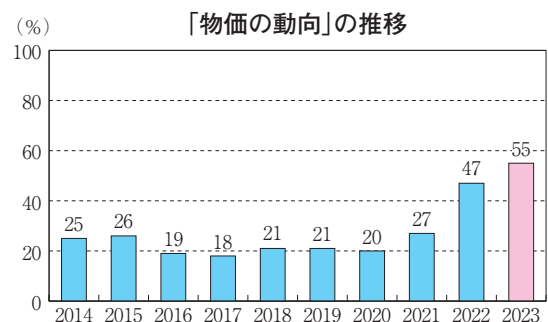
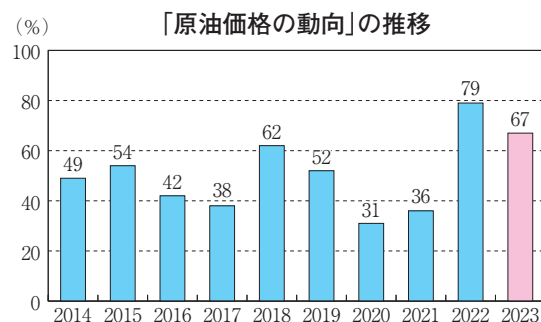
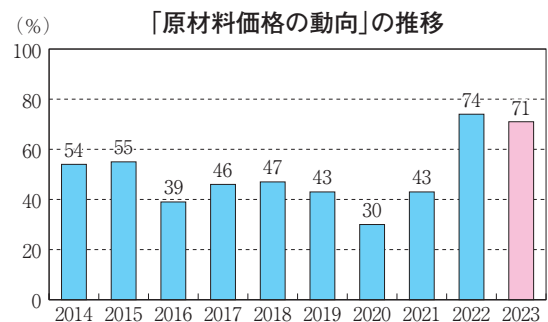
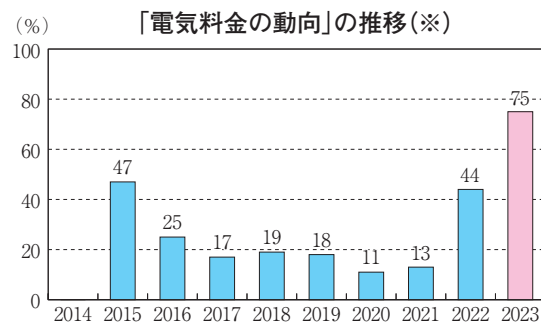
※四捨五入の関係から合計が合わない場合がある。

2. 景気先行きの懸念材料

〈図表6〉景気先行きの懸念材料（上位6項目）の要点（複数回答）

（項 目）	前年比	要 点
(1)電気料金の動向（75%）	+31	前回の8位から大きく順位を上げた。電気料金値上げのタイミングと重なったこともあり、関心の高さを示す結果となった。
(2)原材料価格の動向（71%）	△3	全産業では前回から順位を下げたが、製造業（84%）では2ポイント上昇し、引き続き1位となった。
(3)原油価格の動向（67%）	△12	引続き高位であるが、多くの業種で前年を下回った。運輸業（85%）も低下はしたものの、水準は高く1位を維持している。
(4)物価の動向（55%）	+8	製造業（55%）、非製造業（59%）ともに前回に比べ上昇した。業種別では、木材・木製品（29%）は前回を下回り、他の業種に比べ水準も低くなっている。
(5)ウクライナ紛争の動向（51%）	△7	全産業は前回に比べ低下した。本項目は小麦価格に影響するためか、特に食料品製造業（60%）が関心の高さを示した。
(6)国内景気の動向（50%）	△8	製造業（49%）、非製造業（50%）とも前回に比べ低下した。

〈図表7〉景気先行きの懸念材料（上位6項目）の推移（複数回答）



※「電気料金の動向」は2015年、「ウクライナ紛争の動向」は2022年から調査項目に追加。

〈図表 8〉景気先行きの懸念材料（複数回答）

(n=376)

(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・旅館業	その他の非製造業
(1)電気料金の動向	① 75 (44)	② 82 (57)	① 95 (73)	② 58 (39)	① 82 (51)	② 86 (50)	① 72 (39)	③ 72 (33)	② 65 (37)	② 74 (49)	② 59 (9)	① 94 (75)	① 81 (50)
(2)原材料価格の動向	② 71 (74)	① 84 (82)	② 89 (83)	① 71 (72)	① 82 (93)	① 91 (71)	③ 65 (70)	② 73 (80)	① 74 (81)	③ 72 (63)	② 48 (62)	② 63 (56)	① 41 (60)
(3)原油価格の動向	③ 67 (79)	③ 62 (78)	② 62 (81)	② 58 (78)	③ 59 (71)	③ 71 (88)	② 69 (79)	① 75 (78)	① 54 (75)	② 69 (78)	① 85 (94)	① 50 (88)	② 74 (71)
(4)物価の動向	④ 55 (47)	④ 47 (45)	③ 68 (59)	② 29 (39)	④ 41 (42)	③ 38 (33)	② 59 (48)	④ 58 (47)	③ 60 (51)	② 62 (54)	② 56 (32)	② 56 (44)	③ 60 (56)
(5)ウクライナ紛争の動向	⑤ 51 (58)	④ 54 (56)	④ 60 (61)	④ 46 (39)	④ 56 (56)	④ 52 (58)	④ 49 (60)	④ 56 (62)	④ 39 (56)	④ 51 (63)	④ 48 (59)	④ 44 (69)	④ 52 (54)
(6)国内景気の動向	50 (58)	49 (59)	65 (63)	38 (44)	47 (56)	38 (67)	50 (58)	47 (59)	53 (60)	59 (59)	56 (65)	25 (38)	52 (56)
(7)個人消費の動向	47 (51)	43 (44)	③ 68 (73)	50 (33)	21 (20)	29 (42)	49 (55)	34 (41)	44 (61)	① 77 (76)	② 59 (44)	56 (69)	48 (54)
(8)雇用の動向	35 (27)	35 (16)	54 (29)	21 (6)	24 (5)	33 (21)	36 (32)	32 (36)	19 (23)	44 (29)	48 (24)	② 63 (50)	41 (38)
(9)公共投資の動向	32 (30)	28 (25)	8 (7)	17 (17)	41 (37)	52 (42)	34 (33)	54 (67)	28 (26)	13 (10)	30 (12)	13 (-)	36 (33)
(10)為替の動向	25 (27)	34 (32)	41 (39)	46 (67)	24 (12)	24 (29)	21 (25)	15 (22)	30 (42)	36 (24)	11 (12)	13 (13)	14 (23)
(11)金利の動向	22 (20)	16 (19)	16 (29)	29 (22)	9 (12)	10 (8)	25 (20)	23 (27)	25 (16)	26 (20)	33 (12)	25 (25)	21 (19)
(12)住宅投資の動向	17 (17)	18 (17)	0 (7)	50 (61)	21 (7)	10 (17)	17 (17)	22 (26)	21 (21)	15 (10)	15 (9)	6 (-)	10 (15)
(13)設備投資の動向	17 (16)	17 (19)	11 (10)	0 (17)	41 (32)	10 (13)	17 (15)	25 (26)	18 (12)	10 (10)	15 (9)	19 (6)	7 (10)
(14)中国経済の動向	16 (24)	19 (21)	16 (17)	38 (33)	15 (24)	10 (13)	15 (25)	9 (21)	16 (32)	23 (29)	19 (21)	25 (25)	10 (25)
(15)新型コロナウイルスの動向	15 (63)	13 (62)	27 (71)	0 (50)	6 (51)	14 (75)	17 (63)	9 (56)	9 (61)	15 (68)	33 (68)	38 (50)	24 (73)
(16)金融機関の融資姿勢	14 (14)	15 (15)	22 (24)	21 (22)	0 (7)	19 (8)	13 (13)	13 (16)	11 (12)	18 (5)	19 (18)	6 (6)	12 (13)
(17)欧米経済の動向	11 (10)	12 (10)	8 (10)	21 (22)	15 (7)	5 (4)	10 (10)	6 (12)	12 (9)	15 (15)	11 (6)	13 (-)	10 (13)
(18)政局の動向	8 (10)	3 (7)	0 (5)	8 (6)	3 (12)	5 (-)	10 (12)	15 (14)	4 (11)	13 (7)	4 (12)	13 (13)	12 (13)
(19)米中貿易摩擦の動向	6 (11)	8 (9)	3 (5)	8 (11)	18 (12)	0 (8)	6 (12)	4 (10)	7 (11)	5 (20)	15 (9)	0 (6)	5 (15)
(20)株価の動向	5 (10)	1 (5)	0 (10)	4 (-)	0 (2)	0 (4)	6 (12)	6 (12)	4 (11)	15 (15)	4 (6)	6 (6)	2 (17)

※○内数字は業種内の順位、()内は前年調査の実績。

Ⅱ 賃金の動向について

〈図表9〉項目別の要点

(項 目)	要 点
(1)定期給与の動向 〈図表10〉	「引き上げ・引き上げ予定」(85%)は前年比8ポイント上昇した。業種別では上昇幅が特に大きかったのはホテル・旅館業(80%)で、前年比24ポイント上昇した。
(2)1人当たり定期給与の引き上げ幅 〈図表11〉	「前年から増加した」(83%)は前年比19ポイント上昇した。特に食料品製造業(96%)と鉄鋼・金属製品・機械製造業(91%)の水準が高く、9割を超えた。
(3)特別給与の動向 〈図表12〉	「今のところ未定」(38%)が最多となった。「引き上げ・引き上げ予定」(30%)は前年比8ポイント上昇、「引き下げ・引き下げ予定」(3%)は同3ポイント低下した。
(4)賃金見直し時の重視項目 〈図表13〉	「企業の業績」(82%)は前年比6ポイント低下したものの、最多となった。前年からの上昇幅が最も大きかったのは物価の動向(44%)で、26ポイント上昇した。

〈図表10〉定期給与(基本給・諸手当等)の動向

(n=375)

(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・旅館業	その他の非製造業
(1)引き上げ・引き上げ予定	85 (77)	82 (80)	70 (73)	75 (78)	95 (83)	90 (88)	86 (75)	91 (88)	89 (74)	84 (70)	63 (70)	80 (56)	88 (73)
①(定期昇給のみ実施)	31 (43)	25 (42)	27 (40)	21 (39)	24 (45)	25 (42)	35 (43)	43 (51)	38 (40)	32 (43)	15 (39)	7 (31)	40 (44)
②(ベースアップのみ実施)	14 (12)	14 (16)	5 (10)	13 (28)	22 (13)	15 (21)	14 (10)	13 (10)	11 (9)	13 (8)	15 (15)	53 (25)	10 (4)
③(定期昇給とベースアップを実施)	39 (22)	44 (22)	38 (23)	42 (11)	49 (25)	50 (25)	37 (22)	35 (27)	41 (26)	39 (20)	33 (15)	20 (-)	38 (25)
(2)引き下げ・引き下げ予定	1 (0)	1 (-)	3 (-)	0 (-)	0 (-)	0 (-)	1 (0)	0 (1)	2 (-)	3 (-)	4 (-)	0 (-)	0 (-)
(3)前年並みとした	6 (14)	7 (14)	14 (18)	4 (17)	3 (10)	5 (13)	5 (15)	5 (7)	5 (21)	8 (15)	0 (12)	7 (19)	7 (19)
(4)今のところ未定	9 (9)	10 (7)	14 (10)	21 (6)	3 (8)	5 (-)	8 (10)	4 (4)	4 (5)	5 (15)	33 (18)	13 (25)	5 (8)

※四捨五入の関係から合計が合わない場合がある。()内は前年調査の実績。

〈図表11〉一人当たり定期給与(基本給・諸手当等)の引き上げ幅の動向

(n=316)

(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・旅館業	その他の非製造業
(1)前年から増加した	83 (64)	88 (62)	96 (79)	78 (50)	91 (64)	78 (45)	81 (64)	79 (64)	88 (60)	81 (71)	83 (61)	75 (78)	78 (63)
(2)前年から横ばい	15 (30)	10 (33)	4 (17)	22 (43)	6 (36)	17 (41)	16 (29)	18 (33)	12 (30)	19 (21)	11 (35)	25 (22)	16 (26)
(3)前年から減少した	1 (3)	2 (3)	0 (-)	0 (7)	3 (-)	6 (9)	1 (3)	3 (2)	0 (7)	0 (4)	0 (4)	0 (-)	0 (3)
(4)今のところ未定	1 (3)	0 (2)	0 (3)	0 (-)	0 (-)	0 (5)	1 (3)	0 (2)	0 (2)	0 (4)	6 (-)	0 (-)	5 (9)

※四捨五入の関係から合計が合わない場合がある。()内は前年調査の実績。

〈図表12〉 特別給与（賞与・期末手当等）の動向

(n=349)

(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・旅館業	その他の非製造業
(1)引き上げ・引き上げ予定	30 (22)	27 (22)	27 (25)	30 (18)	33 (28)	11 (13)	31 (22)	31 (25)	35 (36)	29 (16)	12 (6)	47 (6)	33 (21)
(2)引き下げ・引き下げ予定	3 (6)	5 (6)	3 (3)	15 (12)	0 (6)	6 (8)	2 (6)	4 (7)	0 (5)	3 (5)	0 (6)	0 (6)	3 (4)
(3)前年並みとした	29 (35)	26 (32)	24 (35)	20 (35)	25 (25)	39 (38)	31 (36)	34 (35)	31 (31)	29 (29)	28 (44)	13 (19)	35 (48)
(4)今のところ未定	38 (38)	42 (39)	46 (38)	35 (35)	42 (42)	44 (42)	37 (37)	31 (33)	35 (27)	40 (50)	60 (44)	40 (69)	30 (27)

※四捨五入の関係から合計が合わない場合がある。()内は前年調査の実績。

〈図表13〉 賃金見直しの際の重視項目（複数回答）

(n=371)

(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・旅館業	その他の非製造業
(1)企業の業績	82 (88)	83 (90)	86 (85)	79 (93)	84 (95)	80 (88)	82 (88)	80 (90)	82 (83)	84 (95)	80 (88)	87 (88)	81 (83)
(2)雇用の維持・確保	64 (55)	56 (53)	61 (68)	46 (36)	57 (49)	60 (48)	67 (56)	68 (61)	55 (55)	74 (50)	72 (49)	87 (56)	64 (60)
(3)物価の動向	44 (18)	42 (20)	28 (18)	50 (14)	43 (18)	55 (28)	45 (17)	36 (20)	54 (22)	47 (25)	48 (12)	27 (-)	50 (8)
(4)世間相場	33 (18)	27 (14)	28 (13)	21 (7)	41 (23)	10 (8)	36 (19)	35 (21)	38 (16)	47 (28)	16 (12)	33 (6)	41 (21)
(5)その他	2 (2)	1 (1)	0 (-)	0 (7)	0 (-)	5 (-)	2 (3)	4 (9)	2 (-)	0 (-)	0 (-)	0 (6)	2 (-)

※四捨五入の関係から合計が合わない場合がある。()内は前年調査の実績。

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：道内景気の現状と先行き、および賃金の動向について
- 回答期間：2023年5月中旬～6月中旬

■ 本文中の略称

(A) 景気判断DI

「回復しているとした企業の割合」－「悪化していると
した企業の割合」

(B) n (number)

有効回答数

■ 地域別回答企業社数

	企業数	構成比	地 域
全 道	381	100.0%	
札幌市	130	34.1	道央は札幌市を除く石狩、後志、
道 央	83	21.8	胆振、日高の各地域、空知地域南部
道 南	38	10.0	渡島・檜山の各地域
道 北	59	15.5	上川・留萌・宗谷の各地域、空知地域北部
道 東	71	18.6	釧路・十勝・根室・オホーツクの各地域

■ 業種別回答状況

	調査 企業数	回答 企業数	回答率
全 産 業	692	381	55.1%
製 造 業	197	119	60.4
食 料 品	68	37	54.4
木 材 ・ 木 製 品	31	24	77.4
鉄鋼・金属製品・機械	60	37	61.7
そ の 他 の 製 造 業	38	21	55.3
非 製 造 業	495	262	52.9
建 設 業	139	80	57.6
卸 売 業	98	57	58.2
小 売 業	94	39	41.5
運 輸 業	50	28	56.0
ホ テ ル ・ 旅 館 業	33	16	48.5
そ の 他 の 非 製 造 業	81	42	51.9

上向く景気実感と賃上げの動きのうらで、懸念材料や賃上げ動機に変化 〈企業の生の声〉

今回の調査では、回答企業の半数以上が道内景気の回復は本年中と回答しました。景気先行きの懸念事項は、昨年多くあがっていた「原材料価格」や「原油価格」の動向にくわえ、今年は「電気料金」や「物価」の動向をあげる声が多く聞かれました。

賃金の動向は、8割超が今年度の賃上げを実施（予定）と回答したなか、その動機として「物価動向」や「世間相場」を考慮するとした声が昨年に比べて目立っていました。

以下で、企業から寄せられた生の声を紹介します。

I 道内景気について（現状・先行き・懸念材料）

1. 食料品製造業

＜食料品製造業＞ 中小企業の業績は、個人消費の回復いかんで大きく左右される。光熱費や物価の高騰がこのまま続くようであれば、個人消費の腰折れが懸念されるため、先行きは不安としか言えない。また、原材料価格の値上がりも製造業にとっては死活問題になってくる。（道南）

2. 木材・木製品製造業

＜製材業＞ 消費者物価、生産者物価ともに上昇していることは良い傾向である。これに賃金の上昇が加わりデフレマインドから抜け出しつつあることは、日本経済が良い方向に向かっている証左と捉えている。今後は賃金の上昇が続き、個人消費が伸び、需給ギャップが解消されるかが焦点になると考えている。（道東）

3. 鉄鋼・金属製品・機械製造業

＜機械器具製造業＞ どの業界においても人材不足が深刻化している。働き手は沢山いると思われるが、各人の労働に対する考え方が変化しているため、時代にあった雇用条件を提示し、人材を確保することが優先と考えている。また、原材料費の高騰も深刻化してい

る。当社は見積もり作成から製品納入まで数ヶ月を要するため、想定を超えるスピードで原材料費の高騰が進む状況では利益確保が厳しい。ユーザーに対しては、この状況に理解を得られるよう個別に価格交渉を進めている。（札幌）

＜金属製品製造業＞ 生乳タンク部品、塗装関連は良好だが、建築金物関係の出方が遅れているようだ。高値で推移する仕入材料費や、6月からの電気料金の値上げを考えると、これらの製品価格への転嫁がスムーズにいけば良いが、そうはいかないだろう。G7でウクライナへの支援継続が示されたが、紛争が早期に終了して世界経済が良い方向へ進んでほしいものだ。（道東）

4. その他の製造業

＜印刷業＞ とめどなく続く原材料の高騰について不安視している。顧客の立場からでも当社の利益の減少は明らかな状況だが、なかなか値上げに踏み切れない。特に飲食関係の顧客には慎重に対応している。（札幌）

＜皮製品製造業＞ 企業の収益力が、特に中小企業においては、低下していると感じる。そのなかで賃上げや、各種休暇取得の徹底・厳格化、インボイス制度・電子帳簿保存法の実施と、有償無償問わず負担が増加してい

る。一方、個人世帯は生活必需品等の価格上昇により、住宅・自動車取得等、大きな投資マインドが低下傾向にあると感じる。コロナ収束は近いが、一部産業を除き大部分は疲弊しているため、景気回復までは時間を要すると思われる。今後は、勝ち組と負け組の差が法人と個人の両面で拡大してくと予想する。
(道北)

5. 建設業

<建設業> コロナ対策緩和後の観光や行楽の消費需要は高まっているが、疲弊した業界が対応できないなど、業種によって景気回復にばらつきが出ている。公共投資についても、物価高対策や軍事費増強の要望があるため先行きに不透明感がある。こうした状況のなか、将来的に労働力や施工力が維持できなくなるのではないかと危惧している。(道南)

<住宅建築業> 人口減少や少子高齢化が年々加速していくなか、地方の活力の低下など解決が難しい課題が立ちはだかっていると感じる。小規模の企業は国の様々な施策(DX等)に対応できず廃業していくのではないかという危機感がある。(道央)

6. 卸売業

<建材卸売業> 電気料金の値上がりは、製造コストの増加となって販売価格上昇の要因となる。他方、軽油やガソリンの値上がりは、配送コストの上昇となり、販売価格に配送費も加算しなければならなくなる。最近起こることはすべて値上がりにつながっていると感じる。(道央)

<鋼材卸売業> 札幌圏は仕事が多いため、地方はその割を食う状況になると懸念している。つまり、人材や資材などはすべて札幌圏にとられ、地方では調達しづらくなる恐れがある。(道東)

7. 小売業

<燃料小売業> 原材料価格や原油価格をはじめとして、生活必需品等の値上げがみられるなか、現政権による中期的な増税・社会保障負担の増加も予想されるなどマイナス要因が多い。個人消費の回復の遅れが企業業績の回復にも足かせとなる懸念があるので、安易なインバウンドの回復に向けた政策に力を入れるのではなく、国内消費を向上させるような政策に期待している。(道東)

8. 運輸業

<タクシー業> 緩やかなインフレを各企業が適切に販売価格へ反映でき、いかに賃金上昇に結びつけられるかがポイントと考える。
(札幌)

9. ホテル・旅館業

<観光ホテル> 原材料価格や電気料金の値上げがあると、その分を販売価格に転嫁せざるをえないため、最終的に個人消費が落ち込む懸念を持っている。(道北)

10. その他の非製造業

<クリーニング業> 当社は、個人消費の動向、宿泊施設の稼働、宿泊施設の新設、原材料・燃料価格の動向に大きく左右される業種である。先行きは、コロナ前以上の需要増加が期待できるものの、物価上昇や原材料・燃料価格の上昇は引続き懸念材料である。また、金融機関の姿勢については、外部環境の回復により、回復状況が良好な企業とそれ以外の企業との比較・選別が強くなる懸念がある。(札幌)

<自動車整備業> 凄まじい勢いであらゆる部材価格が上昇しているが、なかなか販売価格に転換できない。今後の電気料金値上分も販売価格に転換したいところだが、対応は難しい。(道北)

Ⅱ 賃金の動向について

1. 食料品製造業

<飲料品製造業> どの業種でも人手不足と言われているが、当社のような製造工場も人員確保に苦勞している。特に当社は僻地にあり人員を集めにくいため、これからしばらくは社員の給与を上げることで人手を確保していかなければならない。そのためには事業の業績向上が不可欠であるが、材料費や燃油、電気料金の値上げにくわえ、CO₂削減への対応も必要となる現在の事業環境が利益を圧迫するのは間違いない。(道央)

<水産加工業> 人件費の高騰は業績へ大きな影響を与える一方、人材確保の観点では必要なことでもあるため、自社業績等の状況や国内の労働市場の動向を注視しながら賃上げの可否を検討する。(道東)

2. 木材・木製品製造業

<家具製造業> 昨年から2年連続でベースアップを実施し、雇用の維持・確保を図っているが、その原資をコロナ明けの業績回復に期待している部分がある。原価の上昇等で負担が増すなか、業績を維持し利益を上げ続けるのは難しい。(道北)

<製材業> 賃上げの必要性はわかっているが、十分に應えることはできていない。今後売上が伸びて時間外手当を支給するような状況になり、自然に賃金が上がれば良い方向に向かうと思う。(道東)

3. 鉄鋼・金属製品・機械製造業

<金属製品製造業> コロナ下では会社存続が最優先だったため、賃上げしたい気持ちはあっても物理的にできなかった。しかし、今春は業況回復の兆しも見え始めたので3年ぶりに昇給に踏み切った。(札幌)

<金属製品製造業> コロナ関連の融資で今までは資金にゆとりがあったが、据置期間が終わって返済が始まったため、今後は資金繰りに注意していきたい。足下の業績は上向いており、この調子で売上を確保していけば運転資金が不足することはないと思われるため、今年はベースアップを実施した(65才以上は現状維持)。売上・利益の増加で賞与等も充実させていきたい。(道東)

4. その他の製造業

<コンクリート製品製造業> 物価上昇に伴う賃金改定については、昨年度より取り組んでいるが業界の景気が落ち込んだ時には負担が重くなるため、慎重な取り組みが必要と考える。特に当社エリア内において、新幹線延伸に関わる特需物件が終わると影響が大きい。(道南)

<印刷業> 現状、売上高の確保が最優先課題である。さらに原材料費の高騰がつづき、コストの削減を指向しているなか、ベースアップと賞与支給はかなり難しいものがある。(札幌)

5. 建設業

<建設業> 物価高騰により従業員の暮らしに厳しさがみえるため、ベースアップのほか、年度末に一律30万円の特別手当を支給した。毎年できることではないが、出せる時には検討したい。(道東)

<土工工事業> 弊社は若年層および女性社員の給与水準の引き上げに取り組んでいる。道外にも営業拠点があることから、本州並みの給与水準を維持せざるを得ない。物価水準および本州の相場を注視し、社員の働きに応える給与水準を維持していきたい。(道央)

6. 卸売業

＜食料品卸売業＞ 従業員は定期昇給への期待と同等に、労働環境改善を望む傾向がある。賃金アップだけが雇用の維持になるものではない。(札幌)

＜食料品卸売業＞ エネルギーなど経費の上昇に歯止めがかからず、今は安定した利益確保が見通せない状況である。そうしたなかで、固定費である人件費を増加させることは中小企業にとって負担が大きく、大企業並みの対応は困難である。一方で若年労働者の不足が見込まれることから、弊社人件費の適正水準はどこなのかを見定めることが難しくなっている。(道北)

7. 小売業

＜酒小売業＞ 業務量はコロナ前に近い水準にまで回復してきている。しかし、それが売上・利益に結びついておらず、繁忙だが儲からないという状態に陥っている。業務量に合わせて人員を確保したいが、利益が追いつかないため、人材募集を小出しにしている。また、既存社員の賃金引上げも小幅に行うしかない状況である。売上・利益の確保と業務量増加対策が平行にいかないところが難しい。(札幌)

＜食品スーパー＞ 小売業は他産業に比べ賃金水準が低いので、人材確保の面で不利である。この現状を改善するために、生産性を高め、給与原資に割り当てることを進めていきたい。(道南)

8. 運輸業

＜タクシー業＞ 時間外労働60時間を超える場合の割増賃金率改定の問題と、増加する需要に応じるために必要な人員の確保がマッチしていない。(札幌)

＜運輸業＞ 運送業においては、時間外労働を含めた賃金体系になっており、きたる2024年問題に対して基本賃金を改訂せざるをえない状況にあり、雇用確保のために極めて厳しい環境にある。行政は荷主に対し適正運賃の指導や周知をしているが、現実とは離れているものと思われる。(道央)

9. ホテル・旅館業

＜観光ホテル＞ そもそも従業員の平均年収が低いため、今後の人材確保には給与水準の引き上げが必須になると考えている。(道北)

＜観光ホテル＞ コロナ禍の3年間はベースアップや社宅整備等はせず、ほぼ据置きとしていた。今後は早急な対応が必要だが、足元の業績を勘案すると大変厳しい状況にある。(道東)

10. その他の非製造業

＜建設コンサルタント＞ 他社の賃金動向をみるに、業界動向やニュースの情報等からベースアップを行うケースが多くみられる。一律のベースアップは物価対策になるが、弊社では社員の成長をより意識した賃上げを実施した。具体的には、資格の有無や担っている役職等に応じてメリハリをつけるため、手当の改定による賃上げを行った。(札幌)

＜廃棄物処理業＞ 急激な物価上昇に対応すべくインフレ手当を新設した。また特別給与に関しては、業績連動の変動型に変更済みであり、基本給に関しては、年功序列型から成果報酬型への変更を検討中である。(道央)

「北海道アドベンチャー・スマート」のススメ —旅のリスクを賢く分かりやすく共有する

北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院准教授
バルセロナ大学ホテル観光学院連携客員教授
石黒 侑介

1. はじめに

新型コロナウイルス感染症が二類から五類に変更され、入国規制もほぼ全面的に緩和されつつあります。ようやく、新型コロナウイルス感染症「前」に味わった、インバウンド観光の熱狂が思い出されつつあります。

北海道がアドベンチャー・トラベルを打ち出すに至ったきっかけは、2014年に「ナショナル・ジオグラフィック協会」のクリス・レイニア氏の道東訪問だったようです（水口・実重・田中 2021）。2021年にはアドベンチャー・トラベル関連の世界的な業界団体Adventure Travel Trade Association（以下、ATTA）の商談会「アドベンチャートラベル・ワールドサミット」がアジアで初めて北海道で開催されるなど、瞬く間に北海道はアドベンチャー・トラベルのメッカに躍り出ました。10年前までほとんど耳にすることのなかった「アドベンチャー・トラベル」が今や、日本の一地方のブランディングの中核となっている訳です。新型コロナウイルス感染症の影響を見定めることに悪戦苦闘し、市場へのメッセージ発信に右往左往するデスティネーションが多い中で、臥薪嘗胆でブランディングに取り組めたことは、評価されるべきことだと感じています。

他方で、こうした流れとはほぼ無関係に、私たち北海道には新たな観光課題が降りかかっています。それは観光におけるリスクマネジメントです。2022年4月23日に知床沖で起きた海難事故では20名の尊い命が奪われ、未だ6名の方が行方不明のままです。さらには連日メディアを賑わせているヒグマによる人身被害、冬季にはバックカントリースキーの遭難者のニュースもよく耳にします。アドベンチャー・トラベルが北海道観光の「夜明け」だとすれば、こうした観光における様々なリスクの顕在化は、それを遅らせる朝雲のような存在です。

筆者は、観光政策や観光組織を研究する身として、この観光の「リスク」を政策課題の1つとして扱ってきました。換言すれば、恥ずかしながら取り立てて注力するほどの重要性を認識してこなかったとも言えます。しかし、前述の知床沖の海難事故を受けて立ち上げられた斜里町の「知床アクティビティリスク管理体制検討協議会」の座長を仰せつかることとなり、地元の皆さんと「旅のリスクとは何なのか」を徹底的に考える機会を得ました。本稿では、この協議会での議論を踏まえつつ、アドベンチャー・トラベルのリスクマネジメントについて考えてみたいと思います。

2. 「旅の安心・安全」は無料ではない

観光学では、イギリスのトーマス・クック社が近代旅行業の祖であるとされています。残念ながら2019年に経営破綻しましたが、19世紀末にヨーロッパを拠点に鉄道旅行の手配・斡旋を開始

し、後にイスラエルやパレスチナ、やがて日本を含めた世界旅行にまで手を広げた同社のビジネスモデルこそ、旅の途上や旅先での確実性を「手数料」として受け取るシステムです。今日では「手数料」と言う「無」から利益を生むからくりのようにさえ聞こえてしまうかもしれませんが、旅行業の手数料は旅の安全・安心をコストに転換したものに他なりません。

日本でも基本的にこのビジネスモデルは変わりません。旅行会社のビジネスモデルは、旅の安心・安全、さらには旅の品質保証を付加価値に転換するものだと言えます。ところが時代は個人旅行の隆盛期です。オンライン旅行会社の拡大や航空会社からの直接購入の普及、昨今ではウェブ上で価格の比較を行い、自動的に最安値を提示するサービスまであります。旅の安心・安全の「対価」は極限まで低く圧縮され、あるいは少なくとも圧縮して「見せる」ことが求められる時代になりました。こうした変化によって、いつの間にか旅の安心・安全は無料であると認識され、したがって旅にはリスクがないものだという誤ったメッセージが市場に浸透したように思えてなりません。

もちろん、海難事故やヒグマによる人身被害の責任を消費者に転嫁するつもりは全くありません。事業として実施している以上、事業者には顧客の安心・安全を保証する義務がありますし、公共交通のようなサービス・施設に至っては、それを100パーセント確保できなければ事業を営む資格がないとさえ考えます。しかしそれは、旅のリスクがどのようにとらえられ、保証され、その対価を誰が払うべきなのかという議論の行く末において初めて得られる結論であり、それはすなわち旅のリスクがゼロであるということではありません。

筆者は、アドベンチャー・トラベルにはこうした「誤解」を是正する役割もあるのではないかと考えています。アドベンチャー・トラベルがかかげる、「アクティビティ」「自然」「文化体験」といった要素はいずれも少なくないリスクを有します。「アクティビティ」にはリスクが付きものですし、野生生物との遭遇や登山といった「自然」との接触もまたしかりです。「文化体験」にはリスクはないと思われるかも知れませんが、実は消費される文化の側には大きなリスクが伴います。観光によって文化が変容を強いられたり、伝統的な慣習や遺産が喪失したりした例は枚挙に暇がありません。「ツアー」と言われると自ずと安心・安全が保証されているような錯覚に陥りますが、「アドベンチャー」にはそういったある種の無責任な前提とは一線を画す語感があります。そしてアドベンチャー・トラベルが常に小規模・高品質を求められるその実は、持続可能性への貢献もさることながら、リスクを事業者と消費者が共有し、それが公正に価格に反映されることだとも言えるのではないのでしょうか。

例えば国連世界観光機関（UNWTO）がATTAと作成したレポートでは、アドベンチャー・トラベルのリスクについてスペイン大手の保険会社MAPFREが次表にあげるようなスポーツやアクティビティと同等水準のリスク管理が求められるとの見解を示しています。アメリカンフットボールや武道などはアドベンチャー・トラベルにはあまり関係しませんが、峡谷ウォーキングやマウンテンバイクなどはアドベンチャー・トラベルでも良く見られるアクティビティです。つまりアドベンチャー・トラベルの少なくとも一部には、保険会社がそのリスクを最高水準と判断するようなアクティビティが含まれているということになります。保険商品は、一定以上の規模が

あって初めて確認できる統計的な法則、確率論に基づいて保険代金と補償内容が決まります（大数の原則）。そして複数の契約者が支払った保険代金の総額がすなわち事故が起こった際の保険金になりますので（収支相等原則）、アドベンチャー・トラベルのアクティビティとして珍しかったり新しいものであればあるほど、保険代金は高くなります。ウェブサイトやスマートフォン上のアプリケーションから個人旅行を安く、気軽に申し込めるようになった旅行市場とは根本的に異なる市場の原則が、そこには存在します。この点を踏まえると、やはり、希少性の高いプログラム、固有性の高い商品の安心・安全には一定以上の対価が生じることを、消費者も、消費者に情報提供する事業者も認識する必要があります。

表1 MAPFRE社による最もリスクの高いアクティビティ

・アメリカンフットボール ・軍事訓練用の障害物コース ・再現戦闘リハーサル／水中スクーター ・キャニオニング ・キャニオンスイング（急流・渓谷での空中ブランコ） ・カスケード（滝の垂直落下） ・コースステアリング（岩場の多い海岸線を歩くアクティビティ） ・フェンシング ・飛行（自家用・小型航空機・ヘリコプターの操縦） ・グライディング ・渓谷スウィング（渓谷の空中ブランコ） ・峡谷ウォーキング ・ハンググライダー ・ハイドロスピード（急流ボディボード） ・カイトサーフィン（陸上） ・土木作業（地上、機械なし）	・武道（トレーニングのみ） ・超軽量飛行機 ・オートバイ（125cc以上でレースを除く） ・マウンテンバイク（ダウンヒルレース・特殊路面等を含む） ・マウンテンボード（車輪付きのボードによる滑降） ・ダチョウ・レース ・パラシュート降下 ・パラグライダー ・パラペンティング（スキーを着用したパラグライダー） ・パラセーリング（陸上または雪上） ・パラセーリング（車両牽引のパラセーリング） ・四輪バイク ・ロック・クライミング ・ラグビー ・サンドヨット（ランドセーリング） ・スキューバダイビング（有資格者、最大水深40m以下） ・スキューバダイビング（有資格者、最大水深50m以下） ・スキューバダイビング（一般、最大水深30m以下）
--	---

出所：World Tourism Organization（2014）をもとに筆者作成

3. アクティビティリスクの発信

もちろん、保険のみがリスクのマネジメント方法ではありません。

保険への加入は旅行者側が自主的な判断に基づいて行うものであり、その判断の材料となるリスクの評価を伝えることができなければ、そもそも旅行者の保険加入は実現しません。知床アクティビティリスク管理体制検討協議会（以下、協議会と表記）でも、4月のオホーツク海に船で出ることのリスク、当日の天候のリスク、各々の事業者の設備や体制に起因するリスクを旅行者に伝えられていなかったことが問題として指摘されました。

そこで協議会では、自然アクティビティのリスクを、潜在的なリスクと付加的なリスクとに分類し、より構造的に把握、発信するという方向性で議論を進めています。2023年3月に公表した中間取りまとめでは次表のような形で、知床の自然アクティビティのリスクを分類しました。

まず潜在的リスクは、知床エリアが先天的に内包しているリスクであり、地形や標高といった空間・場所に起因するものです。これはいつ、誰と、どのように訪れようともリスクの根本は変わらず、したがって地域として定常的にその存在を発信する必要があるものです。他方で、自然アクティビティには、「普段は安全」であっても時と場合によって高まるリスクがあります。これが付加的リスクです。

付加的リスクには、当日の天候や野生生物の動態など、地域側の可変的な要因に起因するもの（付加的リスクⅠ）と、事業者が旅行者に提供するサービスの質、旅行者の資質や経験に起因するもの（付加的リスクⅡ）とに分類しました。特に付加的リスクⅡについては、事業者による旅行者の管理に紐付くリスクだけでなく、旅行者自身が一定のリスクを共有し得ることを前提に構想したもので、この種の議論としては画期的なものだと考えています。

こうした発想に至ったのは、協議会の中に設置されたガイド専門部会での議論がきっかけです。あるマウンテンバイクでのアクティビティを提供している事業者が、「マウンテンバイクそのものはそれほど危険ではないが、誰が乗るのか、朝なのか、夜なのかによってリスクは変わる」と発言されたのです。当然と言えば当然の議論かも知れませんが、アクティビティの種類を基準にリスクを測ろうとする従来の議論とは一線を画すもので、同時に、前述したような旅のリスクが本来は双方の対価によって管理・低減されるべきという考えとも合致する議論でした。

表2 知床アクティビティリスク管理体制検討協議会によるリスク分類

リスクの種類		例
潜在的リスク	サイト（場所）のリスク	標高、地形・形状、勾配など
付加的リスク	I. 気象条件・野生生物の行動等に起因するリスク	風速、潮位、波高、降雨量、気温、ヒグマの出没など
	II. 消費者の管理・状況によって生じるリスク	体力、経験、装備、技術レベルなど

出所：斜里町（2023）

知床アクティビティリスク管理体制検討協議会では今後、こうしたリスクを消費者である旅行者に伝える方法や仕組みについても議論を進めていく予定ですが、個人的にはやはり国外の国立公園や自然アクティビティを提供する事業者が参考になると考えています。先述のとおり日本では旅の安全・安心は長らく旅行会社が当然のこととして提供するものという意識が強かったように思いますが、国外ではむしろどの程度の安全・安心を、どの程度のコストで買うのかは旅行者自身の判断に委ねられています。自然アクティビティの世界ではこうしたある種の自己責任論がグローバル・スタンダードであり、これはアドベンチャー・トラベルでも同様です。

例えば、カナダの国立公園を管轄するParks Canada（カナダ国立公園局）では旅行者向けに各アクティビティ別のリスク開示を行っています（<https://parks.canada.ca/voyage-travel/securite->

safety)。登山だけでなく、野生動物、近年、流行しているスタンドアップパドルボード（SUP）までそれぞれのアクティビティリスクが分かりやすく発信されています。

次図はこの内容をテキストマイニングという手法で分析したものです。赤いボックスはそれぞれのアクティビティの種類を示し、線でつながっているオレンジや緑の円が各アクティビティで用いられている特徴的な言葉を示しています。これを見ると例えば“WILDLIFE（野生生物）”では“animal（動物）”や“leave（残す）”、“AVALANCHE（雪崩）”では“terrain（地形）”といった言葉がよく使われていることが分かります。

さらに複数のアクティビティで共通している言葉では、“you（あなた）”が最も多いことも分かります。つまりアクティビティのリスクを開示するにあたり旅行者自身を主語にしたり、または旅行者に呼びかけるような内容が多いことを示しています。また、“WINTER（冬山）”と“SUMMER（夏山）”では“weather（気象）”や“extra（極度の）”、“SUP”と“WATER（水面）”では“water（水）”が共通して頻繁に用いられています。

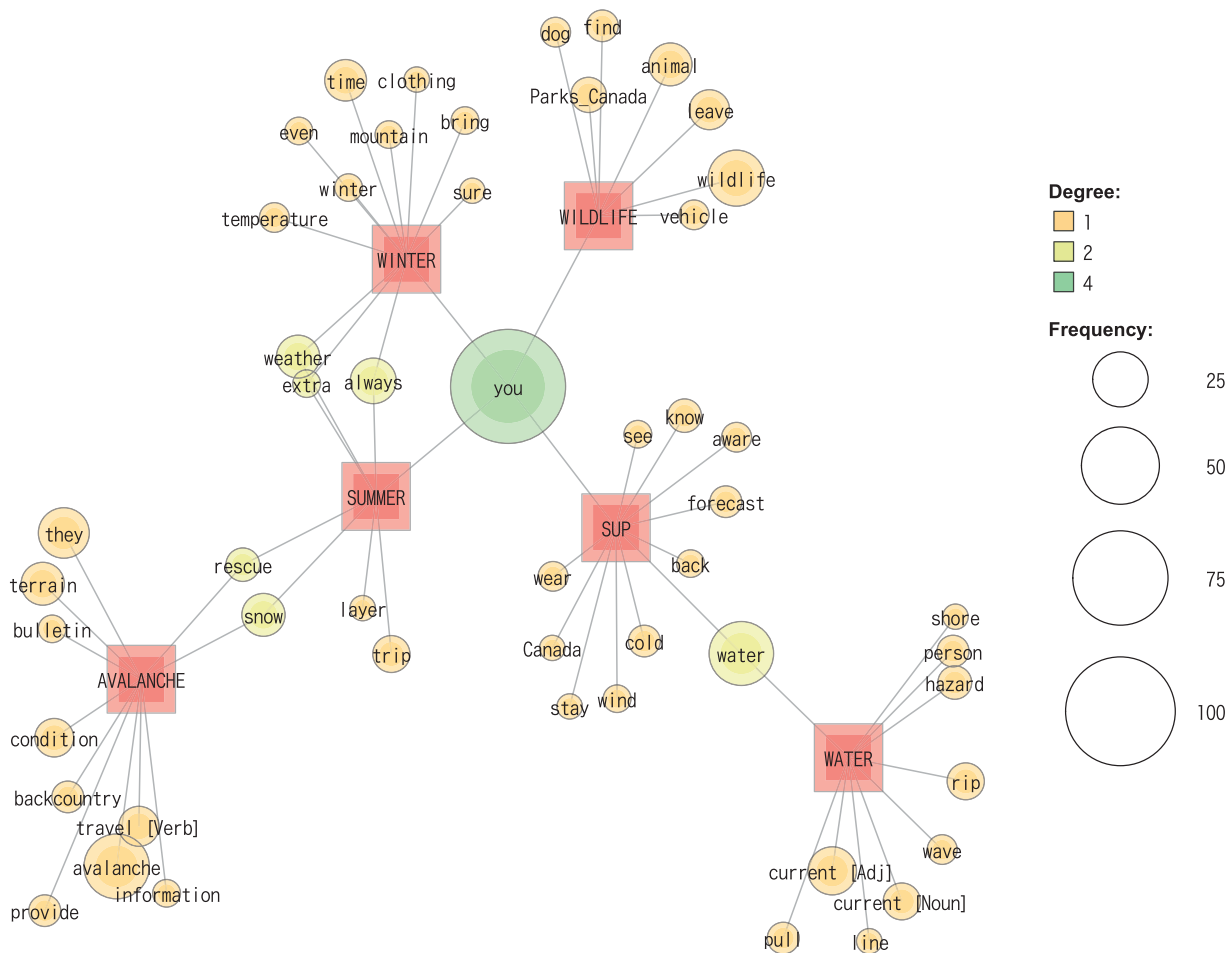


図1 カナダのアクティビティのリスク情報における言葉の特徴（共起ネットワーク）

さらにこれらの情報を、知床アクティビティリスク管理体制検討協議会の中間報告におけるリスクの考え方で整理し、それぞれの言葉の構成をヒートマップとして表したものが次図です。これを見るとアクティビティの種類によって喚起されているリスクの構成が異なることが分かります。例えば“**AVALANCHE**（雪崩）”では**POTENTIAL**（潜在的リスク）、“**WILDLIFE**（野生生物）”では**ADD 1**（付加的リスクⅠ）に分類される表現が多く含まれていることが分かります。また**SUP**や**WINTER**では**ADD 2**（付加的リスクⅡ）に関する記述が多いことも分かります。いずれも統計的に有意な水準の差異でした。これを見る限り、協議会の中間発表で示したリスクの分類・構造は、知床エリアのような多様なアクティビティの存在するエリアにおけるリスク開示の方法としては一定の妥当性を有していると言えます。

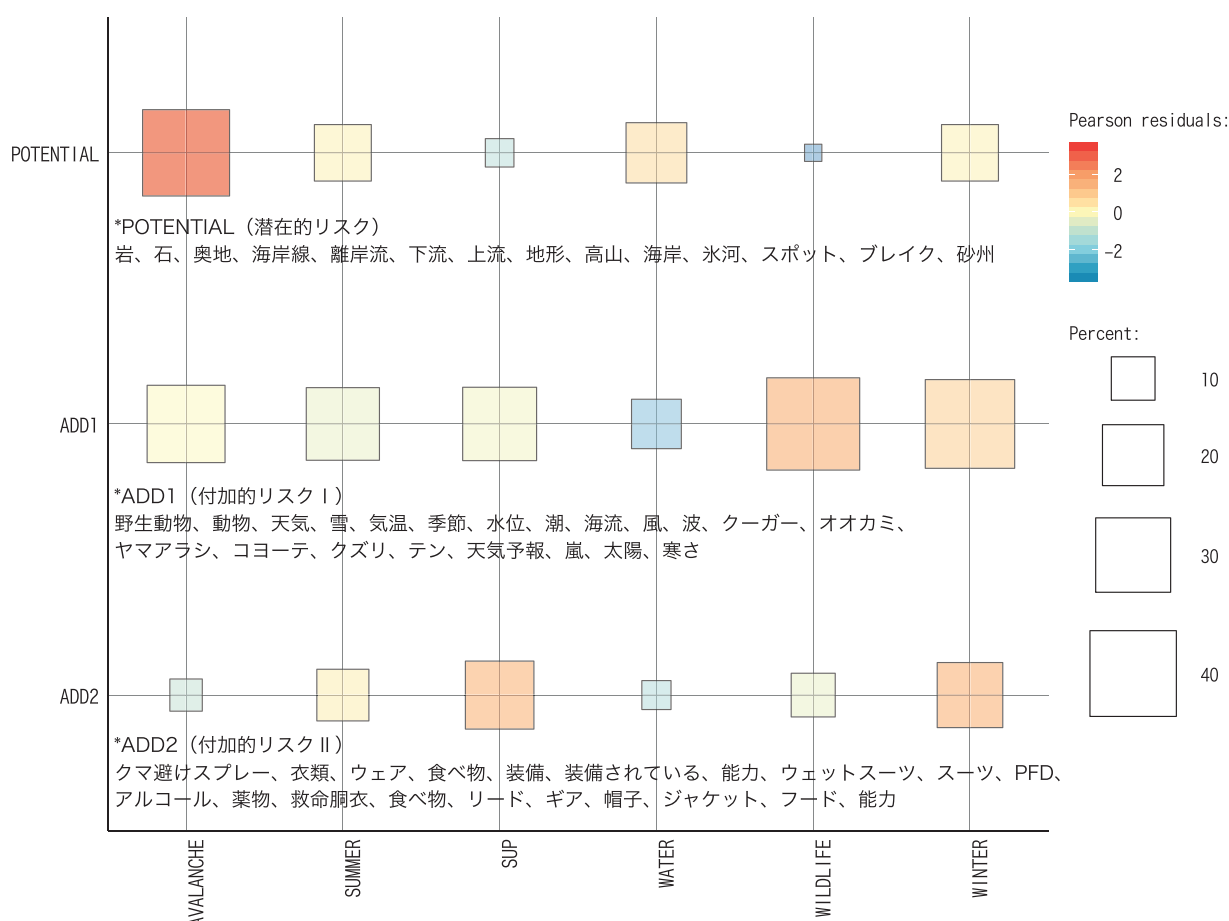


図2 アクティビティ別のリスク情報における内容の差異
(潜在的リスク、付加的リスクⅠ、付加的リスクⅡ)

4. 北海道版「アドベンチャー・スマート」の提唱

本稿では、アドベンチャー・トラベルのリスクマネジメントの重要性について、知床やカナダの取り組みを題材に述べてきました。本稿の結びとしてお伝えしたいもう一つのポイントは、リ

スクを賢く、分かりやすく伝えることの重要性です。

例えば前項で取り上げたParks Canadaでは、“Adventure Smart（スマートにアドベンチャーしよう）”というキャンペーンを展開しています。国立公園などの屋外で実施される様々なアクティビティに伴う捜索・救助案件や重大な事故を減らし、一人でも多くの訪問者が野外でのレクリエーションを楽しめることを目的としたもので、オンラインと現場の双方で意思醸成とターゲットを絞ったアウトリーチ活動を行っています。

このキャンペーンでは、“The Three Ts（3つのT）”をキャッチコピーに定めています。“Trip Planning（旅行の計画を立てよう）”、“Training（しっかりと訓練を）”、“Taking the Essentials（必需品を忘れずに）”です。安易に、無責任に安心・安全を謳うのではなく、できるかぎり精緻に、そして分かりやすく自然アクティビティのリスクを伝えることが徹底され、その一方で自己責任であることを伝えることで、逆に画一的な規制や管理を避けることが実現されています。

UNWTO（2014）では、アドベンチャー・トラベル志向の旅行者は「一定以上の潜在的なリスクレベルを伴うアクティビティ、インフラや訓練の観点からあまり発展していない可能性のあるデスティネーションの双方に引き寄せられる傾向がある」ことが指摘されています。もちろん北海道、あるいは日本として、アドベンチャー・トラベルをより面的に促進するための人材育成、環境整備は必要ですが、どれだけ先進的、先端的な取り組みや整備をしようとも、そもそもアドベンチャー・トラベルを含めた旅のリスクはゼロにはなり得ません。旅行者、事業者、地域が一体的になって、スマートに、分かりやすくリスクを評価し、伝えることで、それをマネジメントする方法を各々に選択することが可能になります。それは保険への加入かもしれませんし、ガイド帯同型のツアー参加かもしれませんし、あるいは思い切ってデスティネーションを変えるということになるかもしれません。

本稿執筆時には、水深4,000メートルに沈むタイタニック号を見に行くというツアーの潜水艇タイタンが爆縮するという事故が盛んに報道され、改めて旅のリスクに注目が集まっています。安全か危険かの二元論から脱すること、そして地域、事業者、消費者全員がリスクを共有することこそ、国内外から多くのアドベンチャー・トラベラーが来道するその日に向けて私たちがまずできることではないでしょうか。

<参考文献>

Parks Canada, 2023, "Visitor Safety" (Retrieved June 30, 2023, <https://parks.canada.ca/voyage-travel/securite-safety>).

斜里町, 2023, 「自然アクティビティの新たなリスクマネジメント中間報告について」, 斜里町, (2023年6月12日取得, <https://www.town.shari.hokkaido.jp/soshikikarasagasu/shokokankoka/kankokakari/kankogyo/2988.html>).

World Tourism Organization (UNWTO), 2014, "Global Report on Adventure Tourism," Madrid : World Tourism Organization : Madrid

水口猛, 実重貴之, 田中大輔, 2021, 「アドベンチャー・トラベル大全」, やまところブックス

お父さんの健康を守るには健康な前立腺が必要 たかが・・・、されど・・・

第4回 前立腺がんの治療法（2）

1. 薬物治療

今回は前立腺がんの治療法のうち、監視療法、手術治療、放射線治療、局所治療について説明しました。今回は薬物治療、特にホルモン治療について説明します(1)。

1-1) ホルモン治療

ホルモン治療はがんを根治するのではなく、コントロールすることを目標として行われる治療です。その目的は図1に示した2つです。現在ホルモン治療薬としては以下の3種類が主に使われています（図2①～③）。①は注射薬で1～6か月に1回皮下注射することで血液の中のアンドロゲン（以下、A）が短期間で低下します。ホルモン治療の主役です。②はこのAの作用をがん細胞レベルで抑える薬で、①と併用します。③は②とはほぼ同様の働きを持つ薬ですが、その程度は②よりも強く、①あるいは①+②を使用しても効果が十分でなくなった時に主に使用されます。このように、ホルモン治療を行っている間に治療効果が徐々に悪くなることがあり、この現象を「ホルモン抵抗性」と言います。ホルモン治療の欠点です。

図1 ホルモン治療の目的

男性ホルモン（アンドロゲン）の
産生を抑える
このホルモンの作用を直接抑える

図2 ホルモン治療薬

- ① LH-RHアンタゴニスト、アゴニスト
- ② 抗アンドロゲン薬
- ③ アンドロゲン受容体標的（ARAT）薬

1-2) 抗がん剤、その他

前立腺がんに対する抗がん剤は現在2つあり、通常はがんがホルモン抵抗性になってきた時に使用されます。その他に特別な条件で使用される薬剤がありますが、ここでは説明を省略します。

2. がんの拡がりや治療法の選択

どのがんも同じですが、治療に際して最も重要なことは「標準治療」を選択することです。医学的に言う「標準治療」とは多くの医学的な知見を基にして確立されたその時点で「ベストな治療」という意味です。「一般的な治療」という意味ではありません。この点の理解は非常に重要です。

2-1) 早期がん

このカテゴリー中では手術治療、放射線治療が適切な治療になります。手術の場合には、10～15年生存が期待でき、手術時に持病があっても軽度な75歳以下の人が望ましいとされています。放射線治療の場合には通常は単独で治療しますが、がんの悪性度（顔つき）などによってはホルモン治療を4～6か月先行させたうえで、治療を開始することがあります(1)。組織内照射もがんがこのカテゴリーにある一部の患者さんに行われます。監視療法については前回で説明しました。なお、初回治療法としての手術後の治療効果が不十分となった時には放射線治療かホルモン治療を、また放射線治療後であればホルモン治療を追加します。

2-2) 局所進展がん

放射線治療とホルモン治療の併用が適しています。ホルモン治療は放射線治療に先行して開始します。放射線治療終了後も3年程度継続する必要があります(1)。

2-3) 転移がん

ホルモン治療が適しています。実際の治療法は1-1)で示した通りです。さらに、がんがホルモン抵抗性となった場合には、それまでのホルモン治療を継続しながら、1-1)の③の新しい薬剤を追加するかあるいは抗がん剤を併用します。骨転移のみを対象としたアイソトープ内用治療を行うこともあります。最近新しい薬が次々と出てきているので用いる薬も変わってきていて、治療効果も上がってきています。

3. 前立腺がんのまとめ

前立腺がんは増加していますが、早期に発見できる検査法があります。それがPSA検査です。この検査でがんを早期に発見し適切な治療を行うことが大切です。50歳を超えたら一度はPSAの測定が必要です。

参考文献

(1) 日本泌尿器科学会 編、2016年版 前立腺癌 診療ガイドライン、メディカルレビュー社、2016。

2023年7月12日 北海道二十一世紀総合研究所 塚本 泰司
(前 札幌医科大学 理事長・学長)



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 (%)	2020年=100 季調値	前 期 比 (%)	2015年=100 季調値	前 期 比 (%)	2020年=100 季調値	前 期 比 (%)	2015年=100 季調値	前 期 比 (%)	2020年=100 季調値	前 期 比 (%)
2019年度	92.6	△ 5.7	110.2	△ 3.5	92.1	△ 6.2	110.4	△ 3.5	108.8	7.5	101.0	2.4
2020年度	83.3	△10.0	99.7	9.5	83.3	△ 9.6	99.7	△ 9.7	85.4	△21.5	91.2	△ 9.7
2021年度	88.6	6.4	105.2	5.5	89.5	7.4	103.8	4.1	87.8	2.8	98.4	7.9
2022年度	85.0	△ 4.1	104.9	△ 0.3	85.3	△ 4.7	103.7	△ 0.1	85.4	△ 2.7	100.7	2.3
2022年 1～3月	88.8	2.9	105.4	0.8	88.4	1.8	104.0	1.3	91.1	2.2	101.4	0.9
4～6月	87.5	△ 1.5	103.9	△ 1.4	89.2	0.9	103.4	△ 0.6	88.3	△ 3.1	99.9	△ 1.5
7～9月	86.0	△ 1.7	107.1	3.1	85.5	△ 4.1	105.2	1.7	86.8	△ 1.7	103.4	3.5
10～12月	84.1	△ 2.2	105.3	△ 1.7	84.4	△ 1.3	103.7	△ 1.4	87.6	0.9	103.1	△ 0.3
2023年 1～3月	82.8	△ 1.5	103.4	△ 1.8	82.4	△ 2.4	102.7	△ 1.0	88.6	1.1	103.8	0.7
2022年 5月	86.6	△ 4.6	100.7	△ 4.4	89.4	△ 3.1	101.0	△ 3.8	88.9	△ 2.8	98.4	0.5
6月	85.1	△ 1.7	105.7	5.0	86.0	△ 3.8	104.2	3.2	88.3	△ 0.7	99.9	1.5
7月	86.1	1.2	106.3	0.6	84.6	△ 1.6	104.9	0.7	87.0	△ 1.5	100.6	0.7
8月	86.3	0.2	107.8	1.4	85.7	1.3	105.7	0.8	86.7	△ 0.3	101.7	1.1
9月	85.6	△ 0.8	107.3	△ 0.5	86.3	0.7	105.0	△ 0.7	86.8	0.1	103.4	1.7
10月	86.9	1.5	105.5	△ 1.7	88.2	2.2	104.4	△ 0.6	86.8	0.0	103.2	△ 0.2
11月	83.2	△ 4.3	105.5	0.0	82.6	△ 6.3	104.0	△ 0.4	88.0	1.4	103.2	0.0
12月	82.1	△ 1.3	104.9	△ 0.6	82.4	△ 0.2	102.8	△ 1.2	87.6	△ 0.5	103.1	△ 0.1
2023年 1月	81.9	△ 0.2	100.8	△ 3.9	83.0	0.7	99.5	△ 3.2	89.4	2.1	102.4	△ 0.7
2月	82.7	1.0	104.5	3.7	82.0	△ 1.2	103.8	4.3	87.7	△ 1.9	103.4	1.0
3月	83.7	1.2	104.8	0.3	82.3	0.4	104.7	0.9	88.6	1.0	103.8	0.4
4月	r 83.4	△ 0.4	105.5	0.7	r 84.9	3.2	104.5	△ 0.2	r 89.2	0.7	103.7	△ 0.1
5月	p 82.8	△ 0.7	103.2	△ 2.2	p 84.1	△ 0.9	103.3	△ 1.1	p 87.5	△ 1.9	105.6	1.8
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。

■ 鉱工業指数（全国）は、2020年基準への切替えにより、過去にさかのぼって修正。

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(%)
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
2022年度	1,016,255	3.9	208,918	4.5	171,697	18.6	56,738	14.2	844,558	1.4	152,180	1.3
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
4～6月	242,249	3.5	49,787	5.1	37,921	29.0	13,058	25.3	204,328	△ 0.2	36,729	△ 0.6
7～9月	246,634	2.9	50,778	4.1	39,741	21.3	12,939	16.6	206,893	0.0	37,839	0.4
10～12月	276,185	3.9	57,182	4.0	50,702	7.6	16,683	5.8	225,483	3.1	40,499	3.3
2023年 1～3月	251,188	5.3	51,170	4.7	43,334	22.1	14,057	13.5	207,854	2.4	37,113	1.8
2022年 5月	81,658	6.4	16,809	9.1	12,724	57.4	4,301	55.3	68,934	0.4	12,509	△ 1.1
6月	80,609	1.5	16,735	1.9	12,982	23.6	4,577	11.2	67,627	△ 1.9	12,158	△ 1.2
7月	84,690	3.1	17,704	3.3	14,241	17.8	4,854	8.9	70,449	0.6	12,850	1.3
8月	82,264	1.7	16,776	4.3	12,136	24.2	3,869	24.7	70,127	△ 1.4	12,907	△ 0.5
9月	79,680	4.1	16,299	4.7	13,364	22.6	4,217	19.1	66,316	1.0	12,083	0.5
10月	83,262	3.7	17,326	4.9	14,599	9.3	4,730	10.9	68,663	2.6	12,595	2.8
11月	84,248	2.8	17,590	3.0	14,869	4.0	5,177	4.1	69,379	2.5	12,413	2.6
12月	108,674	4.9	22,266	4.1	21,233	9.1	6,776	3.7	87,441	3.9	15,490	4.2
2023年 1月	87,341	7.6	17,681	5.5	15,023	25.0	4,764	14.4	72,318	4.6	12,916	2.5
2月	78,283	6.0	15,820	5.2	12,729	33.4	4,176	18.8	65,554	1.9	11,644	1.1
3月	85,564	2.5	17,669	3.6	15,581	11.9	5,117	8.6	69,982	0.6	12,553	1.7
4月	83,265	4.1	17,095	5.2	12,994	6.4	4,498	7.6	70,271	3.7	12,598	4.4
5月	83,822	2.6	17,437	3.7	13,296	4.5	4,528	5.3	70,526	2.3	12,908	3.2
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。

■ 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。

主要経済指標（２）

年月	専門量販店販売額											
	家電大型専門店				ドラッグストア				ホームセンター			
	北海道		全国		北海道		全国		北海道		全国	
	百万円	前年同月比(%)	億円	前年同月比(%)	百万円	前年同月比(%)	億円	前年同月比(%)	百万円	前年同月比(%)	億円	前年同月比(%)
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	151,468	△ 2.9	46,757	△ 4.9	282,274	0.2	73,922	2.2	138,437	△ 1.4	33,683	△ 4.3
2022年度	148,484	△ 2.0	46,665	△ 0.2	293,364	3.9	78,206	5.8	138,186	△ 0.2	33,395	△ 0.9
2022年 1～3月	38,879	△ 2.1	12,115	△ 0.9	68,718	2.1	18,202	4.9	25,824	△ 4.4	7,422	△ 2.9
4～6月	36,534	5.2	11,138	△ 0.1	71,174	0.9	18,846	2.7	39,992	△ 1.0	8,897	△ 2.1
7～9月	35,893	△ 9.1	11,641	△ 0.3	75,153	2.5	19,906	5.9	34,388	△ 3.4	8,186	△ 2.1
10～12月	37,469	△ 2.4	11,950	1.1	74,096	6.3	20,133	8.4	37,619	2.8	8,915	1.2
2023年 1～3月	38,588	△ 0.7	11,936	△ 1.5	72,941	6.1	19,321	6.1	26,187	1.4	7,397	△ 0.3
2022年 5月	12,313	6.9	3,681	△ 3.9	23,318	2.8	6,284	1.7	14,478	0.0	3,101	△ 3.9
6月	11,659	△ 0.2	3,902	2.8	23,913	△ 2.1	6,373	3.3	12,082	△ 7.8	2,810	△ 0.7
7月	12,904	△ 12.3	4,250	△ 3.9	24,578	2.3	6,764	6.8	12,487	△ 5.2	2,874	△ 2.2
8月	10,948	△ 13.6	3,614	△ 2.3	25,834	2.8	6,774	5.3	11,373	△ 2.0	2,742	△ 1.1
9月	12,041	△ 0.4	3,777	6.4	24,741	2.5	6,369	5.6	10,528	△ 2.8	2,569	△ 3.2
10月	11,668	△ 1.2	3,516	0.1	23,845	4.1	6,446	6.0	11,887	2.7	2,846	1.7
11月	11,376	△ 3.9	3,589	0.3	24,707	7.4	6,373	7.9	11,182	△ 0.1	2,673	△ 1.3
12月	14,425	△ 2.0	4,845	2.5	25,544	7.2	7,314	11.1	14,550	5.3	3,396	2.9
2023年 1月	13,424	5.2	4,184	△ 0.3	26,338	10.2	6,482	5.0	8,945	△ 1.2	2,469	△ 1.4
2月	10,691	4.5	3,467	1.3	23,955	2.1	6,126	5.6	7,363	0.0	2,248	0.1
3月	14,473	△ 8.9	4,285	△ 4.6	22,648	6.1	6,713	7.8	9,879	5.0	2,680	0.3
4月	10,582	△ 15.8	3,416	△ 3.9	25,270	5.5	6,744	9.0	12,465	△ 7.2	2,997	0.4
5月	10,180	△ 17.3	3,506	△ 4.7	24,546	5.3	6,849	9.0	14,381	△ 0.7	3,040	△ 2.0
資料	経済産業省、北海道経済産業局											

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(%)
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
2022年度	605,785	5.6	123,530	4.6	284,288	7.8	293,671	4.5	11,360	78.2	458	7640366.7
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
4～6月	146,125	4.6	30,093	3.5	265,182	△ 0.3	289,694	3.2	2,314	121.6	0	—
7～9月	159,740	3.9	31,770	3.7	268,374	9.6	285,429	7.1	3,313	103.8	4	68133.3
10～12月	154,669	7.3	31,916	6.0	319,672	17.2	304,022	4.1	2,945	37.6	130	—
2023年 1～3月	145,251	6.7	29,751	5.4	283,926	4.6	295,539	3.9	2,788	78.2	324	—
2022年 5月	49,093	5.5	10,078	3.5	258,836	△ 4.4	277,687	2.4	785	147.9	0	—
6月	49,732	4.3	10,141	4.2	254,252	△ 0.4	276,885	6.4	881	175.6	0	—
7月	54,511	3.7	10,844	3.4	260,247	1.7	285,313	6.6	1,054	86.4	1	46700.0
8月	53,998	5.3	10,720	5.2	279,402	15.9	289,974	8.8	1,205	97.4	2	—
9月	51,231	2.8	10,206	2.3	265,473	11.6	280,999	5.9	1,053	134.1	0	14833.3
10月	51,478	8.3	10,577	6.5	295,245	22.4	298,006	5.7	1,044	64.7	2	—
11月	49,069	7.4	10,324	7.9	326,444	21.9	285,947	3.2	918	33.0	23	—
12月	54,122	6.2	11,014	3.9	337,327	9.1	328,114	3.4	983	20.4	105	—
2023年 1月	48,782	5.7	9,924	4.1	273,006	0.5	301,646	4.8	816	48.9	124	—
2月	45,798	7.5	9,265	6.2	275,903	5.1	272,214	5.6	915	141.9	118	—
3月	50,671	6.8	10,562	6.0	302,869	8.2	312,758	1.8	1,058	65.5	82	—
4月	49,802	5.3	10,395	5.3	284,504	0.7	303,076	△ 0.5	937	44.7	58	5839400.0
5月	52,342	6.6	10,633	5.5	247,593	△ 4.3	286,443	△ 0.4	1,134	44.4	63	—
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。 ■年度及び四半期の数値は月平均値。

■「p」は速報値、
「r」は修正値。

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(%)
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	3,467,561	△10.1
2022年度	151,633	8.4	60,138	15.0	43,625	4.3	47,870	4.6	3,613,705	4.2
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
4～6月	33,870	△ 8.5	12,200	△ 8.8	10,939	△ 1.0	10,731	△14.7	724,225	△14.4
7～9月	36,848	5.4	14,605	8.4	10,895	3.2	11,348	3.9	847,189	2.1
10～12月	34,120	13.6	12,665	11.7	9,483	7.3	11,972	21.3	888,197	10.7
2023年 1～3月	46,795	23.6	20,668	46.4	12,308	8.2	13,819	11.7	1,154,094	16.7
2022年 5月	9,346	△18.1	3,288	△17.2	2,940	△ 8.2	3,118	△26.3	211,856	△19.0
6月	12,674	△ 1.6	4,414	△13.1	4,228	14.5	4,032	△ 1.8	268,077	△ 9.6
7月	13,139	△ 4.7	5,155	△ 1.1	3,975	△13.1	4,009	0.0	288,145	△ 6.9
8月	10,224	△ 6.7	4,021	△ 1.3	3,109	△ 7.4	3,094	△12.3	234,143	△11.2
9月	13,485	32.1	5,429	29.6	3,811	44.8	4,245	25.4	324,901	26.4
10月	12,033	29.5	4,283	20.1	3,693	36.7	4,057	34.1	295,809	28.3
11月	12,041	9.0	4,317	11.4	3,353	△ 0.4	4,371	14.9	308,059	5.6
12月	10,046	3.5	4,065	4.3	2,437	△11.9	3,544	16.5	284,329	1.5
2023年 1月	11,533	19.9	4,999	40.7	2,610	△16.1	3,924	32.8	319,870	17.4
2月	13,286	32.4	5,943	78.6	3,454	14.3	3,889	5.5	356,281	22.9
3月	21,976	20.7	9,726	34.3	6,244	19.2	6,006	4.9	477,943	12.1
4月	14,763	24.6	6,708	49.1	4,196	11.3	3,859	7.8	289,525	18.5
5月	12,002	28.4	4,702	43.0	3,319	12.9	3,981	27.7	272,042	28.4
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(%)
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	103,732	9.3
2022年度	29,576	△ 7.8	8,605	△ 0.6	1,384	△20.1	43,279	△ 1.0	107,937	4.1
2022年 1～3月	4,976	△13.7	2,004	4.9	339	3.0	9,703	△ 1.4	28,528	6.1
4～6月	8,995	△ 8.9	2,180	△ 1.4	496	△24.0	12,747	9.1	26,854	10.8
7～9月	8,782	△ 4.2	2,246	△ 0.0	393	0.6	11,627	21.4	27,302	7.9
10～12月	7,051	△12.6	2,162	△ 1.6	247	△29.3	9,559	△25.2	24,735	△ 3.6
2023年 1～3月	4,748	△ 4.6	2,017	0.6	248	△26.9	9,346	△ 3.7	29,047	1.8
2022年 5月	2,539	△18.3	672	△ 4.3	118	△43.2	3,706	△ 7.0	7,689	7.4
6月	3,223	△ 2.4	746	△ 2.2	238	△31.1	4,539	13.1	9,875	6.5
7月	3,103	7.4	730	△ 5.4	155	13.7	4,637	32.6	8,656	12.8
8月	3,180	6.1	777	4.6	102	△25.2	3,700	33.5	8,045	9.7
9月	2,499	△23.9	739	1.0	136	15.4	3,290	△ 0.5	10,601	2.9
10月	2,657	△12.7	766	△ 1.8	106	△34.4	3,238	△33.9	7,745	0.4
11月	2,407	△17.9	724	△ 1.4	88	5.1	3,163	△ 7.3	7,770	△ 3.7
12月	1,987	△ 5.0	672	△ 1.7	54	△48.9	3,158	△29.3	9,221	△ 6.6
2023年 1月	1,033	△ 7.4	636	6.6	78	66.2	3,590	22.2	7,438	4.5
2月	1,224	△10.5	644	△ 0.3	68	△48.0	3,216	△ 7.0	7,808	9.8
3月	2,491	△ 0.0	737	△ 3.2	101	△36.9	2,540	△23.2	13,801	△ 3.5
4月	3,099	△ 4.1	673	△11.7	217	55.6	4,348	△ 3.4	8,741	△ 5.9
5月	2,424	△ 4.5	696	3.5	120	1.3	2,872	△22.5	7,022	△ 8.7
資料	国土交通省				国土交通省				内閣府	

■船舶・電力を除く民需（原系列）。

主要経済指標（4）

年月	公共工事請負金額				有効求人倍率 (常用)		新規求人数（常用）				完全失業率	
	北海道		全国		北海道	全国	北海道		全国		北海道	全国
	百万円	前年同 月比(%)	億円	前年同 月比(%)	倍 原数値		人	前年同 月比(%)	人	前年同 月比(%)	% 原数値	
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
2022年度	906,498	△ 5.8	139,937	△ 0.4	1.09	1.19	32,248	8.9	784,749	9.2	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
4～6月	492,178	△ 6.2	49,296	△ 4.4	1.01	1.07	32,677	13.3	766,556	13.2	3.7	2.7
7～9月	214,040	△ 2.1	37,471	△ 1.8	1.13	1.17	33,190	14.5	777,613	11.9	3.1	2.6
10～12月	65,461	△ 7.4	23,802	△ 5.4	1.17	1.27	31,328	7.1	779,002	7.0	2.7	2.4
2023年 1～3月	134,818	△ 9.5	29,368	14.7	1.08	1.26	31,794	1.2	815,826	5.3	2.6	2.6
2022年 5月	144,186	△ 6.3	12,672	△10.3	1.00	1.06	29,853	14.3	726,747	16.6	3.7	2.8
6月	163,257	△ 1.6	16,519	0.1	1.04	1.09	33,369	12.2	800,227	11.5	↓	2.7
7月	102,650	0.3	12,924	△ 7.0	1.10	1.15	34,649	15.8	772,249	11.9	↑	2.5
8月	59,855	△ 8.6	11,562	△ 0.1	1.12	1.18	30,415	14.2	755,697	13.9	3.1	2.6
9月	51,534	1.5	12,985	2.4	1.16	1.20	34,507	13.6	804,892	10.1	↓	2.7
10月	36,857	△ 0.2	10,558	△ 1.9	1.16	1.23	35,017	9.6	831,603	7.6	↑	2.6
11月	19,921	△ 7.6	6,961	△ 7.6	1.19	1.27	30,201	5.2	767,641	8.0	2.7	2.4
12月	8,682	△28.8	6,283	△ 8.4	1.17	1.31	28,766	6.1	737,762	5.4	↓	2.3
2023年 1月	5,726	△50.7	5,088	△ 2.3	1.11	1.29	31,424	4.4	821,973	4.9	↑	2.4
2月	10,031	△38.7	8,978	52.2	1.08	1.27	31,401	3.4	820,272	10.5	2.6	2.5
3月	119,060	△ 1.6	15,301	5.5	1.05	1.22	32,558	△ 3.6	805,234	0.8	↓	2.8
4月	247,252	33.8	20,480	1.9	0.97	1.13	30,632	△12.0	761,716	△ 1.4	↑	2.7
5月	165,658	14.9	14,163	11.8	0.95	1.10	28,226	△ 5.5	754,719	3.8	—	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	

■年度及び四半期の数値は、月平均値。■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	月（期）末
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
2022年度	103.9	3.6	103.0	3.0	214	48.6	6,880	15.1	135.40	28,041
2022年 1～3月	101.0	1.0	100.5	0.6	49	11.4	1,504	△ 3.2	116.18	27,821
4～6月	102.3	2.9	101.6	2.1	59	78.8	1,556	4.4	129.56	26,393
7～9月	103.5	3.4	102.5	2.7	40	42.9	1,585	9.5	138.34	25,937
10～12月	104.9	4.4	103.8	3.8	50	47.1	1,783	15.9	141.46	26,095
2023年 1～3月	104.8	3.8	104.0	3.5	65	32.7	1,956	30.1	132.24	28,041
2022年 5月	102.3	2.8	101.6	2.1	22	144.4	524	11.0	128.78	27,280
6月	102.5	3.0	101.7	2.2	21	75.0	546	0.9	133.86	26,393
7月	103.0	3.0	102.2	2.4	9	0.0	494	3.8	136.63	27,802
8月	103.4	3.4	102.5	2.8	14	133.3	492	5.6	135.24	28,092
9月	104.0	3.8	102.9	3.0	17	30.8	599	18.6	143.14	25,937
10月	104.4	4.0	103.4	3.6	20	66.7	596	13.5	147.01	27,587
11月	105.2	4.5	103.8	3.7	14	△ 6.7	581	13.9	142.44	27,969
12月	105.2	4.5	104.1	4.0	16	128.6	606	20.2	134.93	26,095
2023年 1月	105.1	4.7	104.3	4.2	14	75.0	570	26.1	130.20	27,327
2月	104.4	3.5	103.6	3.1	18	28.6	577	25.7	132.68	27,446
3月	104.8	3.2	104.1	3.1	33	22.2	809	36.4	133.85	28,041
4月	105.6	3.5	104.8	3.4	17	6.3	610	25.5	133.33	28,856
5月	105.6	3.3	104.8	3.2	20	△ 9.1	706	34.7	137.37	30,888
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 (%)
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	843,956	△30.7	684,868	△11.3
2021年度	336,702	52.9	858,737	23.6	1,333,926	58.1	914,603	33.5
2022年度	422,982	25.6	992,262	15.5	r1,939,274	45.4	r1,209,808	32.3
2022年 1～3月	83,459	42.7	219,777	14.5	406,171	53.7	253,742	35.2
4～6月	92,979	19.6	239,409	15.9	429,402	53.2	285,369	40.7
7～9月	144,520	67.5	256,313	23.2	416,612	48.9	319,428	47.3
10～12月	108,527	21.7	266,251	18.7	590,805	60.7	322,870	34.0
2023年 1～3月	76,956	△ 7.8	230,289	4.8	502,455	23.7	282,141	11.2
2022年 5月	29,891	53.1	72,514	15.8	161,404	61.9	96,175	48.6
6月	30,247	19.9	86,139	19.2	114,023	28.0	99,889	45.7
7月	41,933	51.4	87,531	19.0	108,101	19.2	101,750	47.0
8月	48,480	72.9	80,606	22.0	161,087	98.5	108,510	49.5
9月	54,106	77.0	88,177	28.9	147,424	37.5	109,169	46.0
10月	38,743	21.2	90,013	25.3	213,859	84.0	111,728	53.6
11月	35,885	20.1	88,368	20.0	185,649	60.6	108,688	30.3
12月	33,899	23.9	87,869	11.5	191,297	40.9	102,455	20.8
2023年 1月	21,235	3.5	65,506	3.5	172,525	35.8	100,570	17.9
2月	25,815	△ 6.9	76,543	6.5	171,838	22.5	85,742	8.5
3月	29,906	△15.1	88,240	4.3	158,092	14.2	95,828	7.4
4月	34,075	3.8	82,890	2.6	r 132,316	△14.1	r 87,253	△ 2.3
5月	28,473	△ 4.7	72,920	0.6	p 173,888	7.7	p 86,739	△ 9.8
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 (%)
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
2022年度	200,220	2.0	9,571,243	3.6	114,290	1.1	5,703,065	4.0
2022年 1～3月	196,204	4.8	9,240,133	3.2	113,097	0.4	5,483,397	1.7
4～6月	195,208	2.2	9,265,505	3.0	112,492	△ 0.3	5,516,296	2.8
7～9月	192,356	2.9	9,230,716	2.9	112,815	0.1	5,586,163	3.9
10～12月	196,625	3.0	9,322,443	3.1	115,094	1.3	5,654,464	4.3
2023年 1～3月	200,220	2.0	9,571,243	3.6	114,290	1.1	5,703,065	4.0
2022年 5月	193,681	2.1	9,312,241	2.9	112,499	△ 0.5	5,485,518	2.1
6月	195,208	2.2	9,265,505	3.0	112,492	△ 0.3	5,516,296	2.8
7月	193,933	2.7	9,278,154	3.4	113,032	△ 0.0	5,530,574	3.0
8月	193,885	2.6	9,281,792	3.3	113,780	0.6	5,544,625	3.5
9月	192,356	2.9	9,230,716	2.9	112,815	0.1	5,586,163	3.9
10月	193,907	3.0	9,305,988	3.4	113,660	0.2	5,600,237	4.2
11月	195,020	3.3	9,400,583	3.8	114,315	1.1	5,612,587	4.1
12月	196,625	3.0	9,322,443	3.1	115,094	1.3	5,654,464	4.3
2023年 1月	194,540	2.8	9,384,750	3.6	114,973	1.6	5,650,927	4.5
2月	194,801	2.5	9,403,650	3.5	115,035	1.4	5,667,254	4.4
3月	200,220	2.0	9,571,243	3.6	114,290	1.1	5,703,065	4.0
4月	199,428	2.3	9,648,009	4.0	113,586	0.7	5,711,015	4.4
5月	198,513	2.5	9,671,513	3.9	113,354	0.8	5,715,951	4.2
資料	日本銀行							



ほくよう調査レポート 2023.8・9月号 (No.323)
令和5年（2023年）7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。＞