

Hokuyo Investigation Report

ほくよう 調査レポート

No.290

- 道内経済の動き
- 道内景気と賃金の動向について
- 寄稿
アイヌ文化が開く未来
～「ウポポイ」オープンに寄せて～
- 寄稿
「北海道スマート農業推進方針」について

2020

9

● 目 次 ●

道内経済の動き	1
特別調査：道内景気と賃金の動向について	6
経営のポイント：道内企業の賃上げに慎重さ拡大	12
寄稿：アイヌ文化が開く未来 ～「ウポポイ」オープンに寄せて～	16
寄稿：「北海道スマート農業推進方針」について	23
主要経済指標	30



道内経済の動き

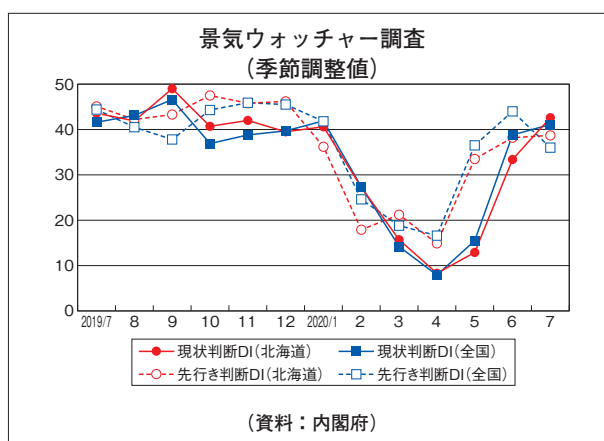
道内景気は、新型コロナウイルスの影響により依然として厳しい状況が続いている。生産活動は下げ止まりの動きがみられる。需要面をみると、個人消費は、一部に弱さが残るものの、持ち直しの動きがみられる。住宅投資は、減少している。設備投資は、弱含みとなっている。公共投資は、堅調に推移している。輸出は、減少している。観光は、来道者数、外国人入国者数ともに前年を大幅に下回り厳しい状況となっている。雇用情勢は、有効求人倍率が6か月連続で前年を下回り、弱さがみられる。企業倒産は、件数・負債総額ともに3か月連続で前年を下回った。消費者物価は、3か月連続で前年を下回った。

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、7月の景気の現状判断DI（北海道）は前月を9.2ポイント上回る42.6に上昇した。横ばいを示す50を17か月連続で下回った。

景気の先行き判断DI（北海道）は、前月を0.5ポイント上回る38.7となった。横ばいを示す50は16か月連続で下回った。

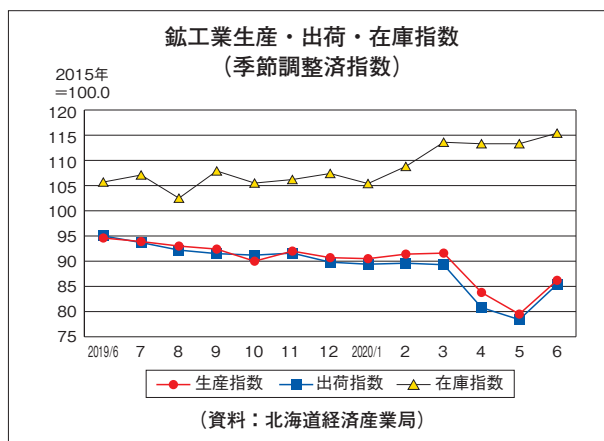
経済活動の再開に伴い、現状・先行きともにDIは3か月連続で上昇の結果となった。



2. 鉱工業生産～3か月ぶりに上昇

6月の鉱工業生産指数は86.2（季節調整済指数、前月比+8.4%）と3か月ぶりに上昇した。前年比（原指数）では▲6.6%と9か月連続で低下した。

業種別では、化学・石油石炭製品工業など12業種が前月比上昇となった。食料品工業など3業種が前月比低下となった。

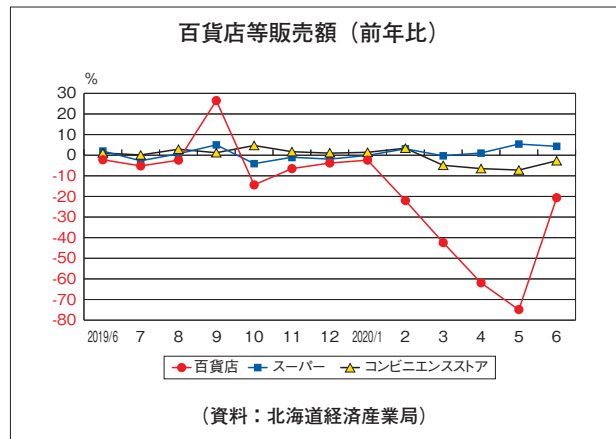


3. 百貨店等販売額～9か月連続で減少

6月の百貨店・スーパー販売額（全店ベース、前年比▲0.4%）は、9か月連続で前年を下回った。

百貨店（前年比▲20.6%）は、すべての品目が前年を下回った。スーパー（同+4.3%）は、衣料品、飲食料品、その他が前年を上回った。

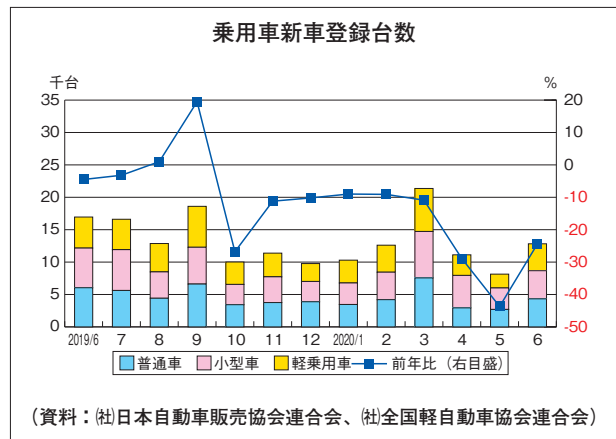
コンビニエンスストア（前年比▲2.7%）は、4か月連続前年を下回った。



4. 乗用車新車登録台数～9か月連続で減少

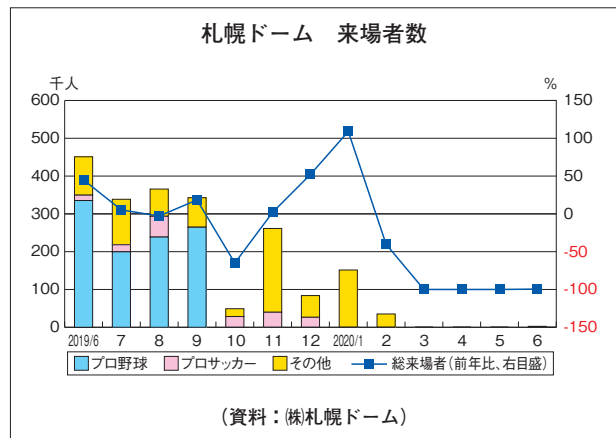
6月の乗用車新車登録台数は、12,825台（前年比▲24.4%）と9か月連続で前年を下回った。車種別では、普通車（同▲28.3%）、小型車（同▲29.1%）、軽乗用車（同▲13.3%）となった。

4～6月累計では、32,091台（前年比▲31.8%）と前年を下回っている。内訳は普通車（同▲37.6%）、小型車（同▲24.8%）、軽乗用車（同▲33.7%）となった。



5. 札幌ドーム来場者～営業再開し、4か月ぶりの来場者

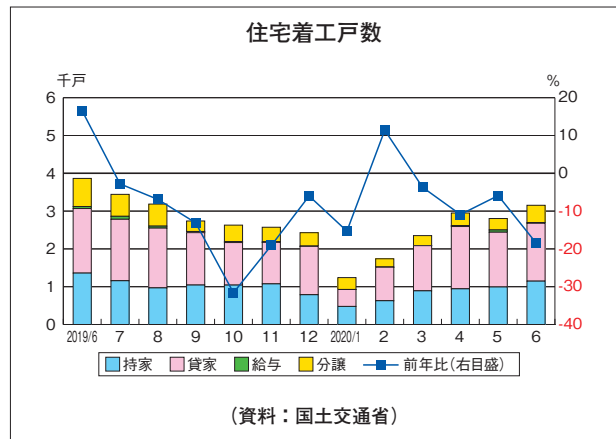
6月の札幌ドームへの来場者数は、4か月ぶりに営業再開し2千人（前年比▲99.5%）となった。内訳は、プロ野球、サッカーの開催はなく、その他が2千人（同▲98.3%）だった。



6. 住宅投資～4か月連続で減少

6月の住宅着工戸数は3,154戸（前年比▲18.4%）と4か月連続で前年を下回った。利用関係別では、持家（同▲15.7%）、貸家（同▲10.4%）、給与（同▲66.0%）、分譲（同▲38.4%）となった。

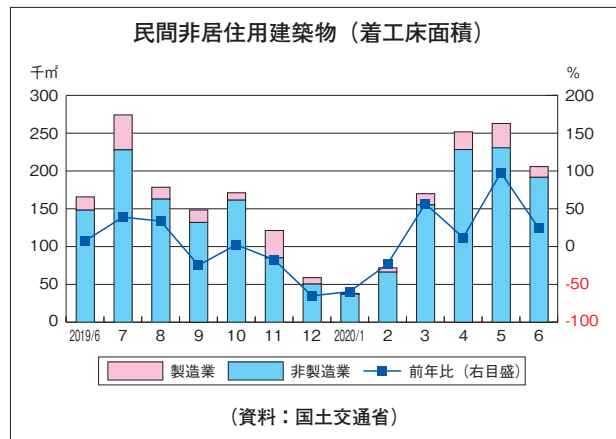
4～6月累計では8,908戸（前年比▲12.3%）と前年を下回った。利用関係別では、持家（同▲17.7%）、貸家（同▲7.5%）、給与（同▲11.9%）、分譲（同▲15.2%）となった。



7. 建築物着工床面積～4か月連続で増加

6月の民間非居住用建築物着工面積は、205,755㎡（前年比+24.1%）と4か月連続で前年を上回った。業種別では、製造業（同▲19.5%）、非製造業（同+29.3%）であった。

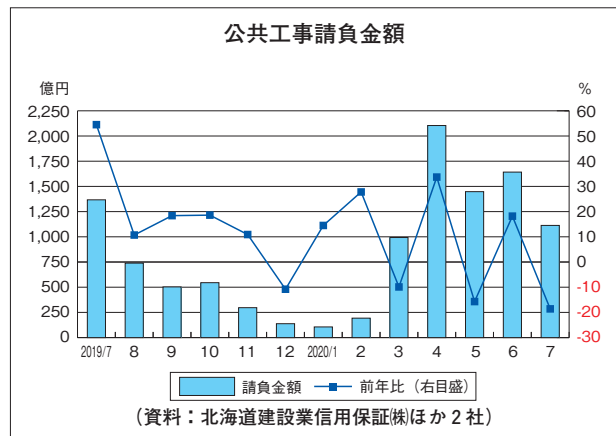
4～6月累計では、720,389㎡（前年比+37.6%）と前年を上回っている。業種別では、製造業（同+74.1%）、非製造業（同+34.6%）となった。



8. 公共投資～2か月ぶりに減少

7月の公共工事請負金額は1,113億円（前年比▲18.6%）と2か月ぶりに前年を下回った。

発注者別では、独立行政法人（同+53.0%）が前年を上回った。国（同▲20.4%）、道（同▲4.1%）、市町村（同▲15.1%）、地方公社（同▲73.4%）、その他（同▲85.3%）が前年を下回った。

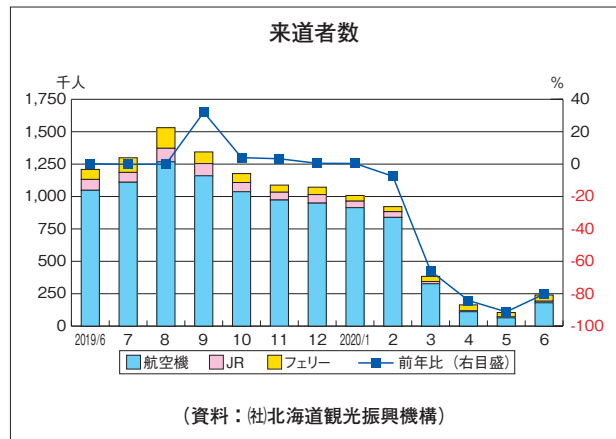


9. 来道者数～5か月連続で減少

6月の国内輸送機関利用による来道者数は、240千人（前年比▲80.2%）と5か月連続で前年を下回った。輸送機関別では、航空機（同▲82.9%）、JR（同▲85.5%）、フェリー（同▲37.7%）となった。

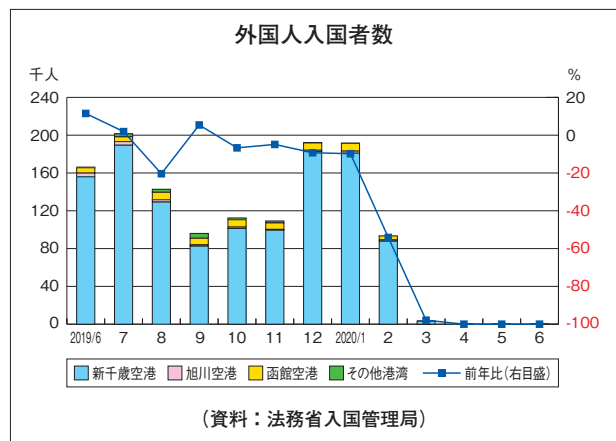
4～6月累計では、509千人（同▲85.2%）と前年を下回っている。

6月19日に都道府県をまたいでの移動自粛が全国的に解除されたことで、持ち直しの動きがみられる。



10. 外国人入国者数～9か月連続で減少

6月の道内空港・港湾への外国人入国者数は、0人（前年比皆減）と9か月連続で前年を下回った。



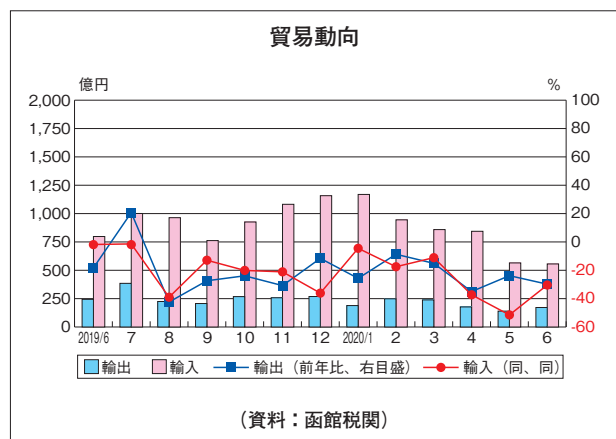
11. 貿易動向～輸出が11か月連続で減少

6月の貿易額は、輸出が前年比▲29.8%の172億円、輸入が同▲30.4%の556億円だった。

輸出は、自動車の部分品、魚介類・同調製品、再輸出品などが減少した。

輸入は、原油・粗油、石炭、魚介類・同調製品などが減少した。

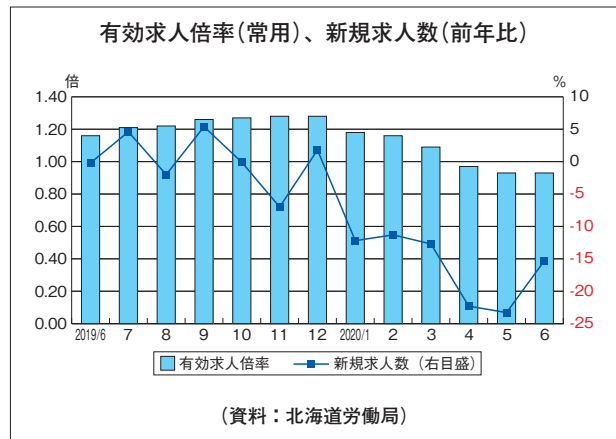
輸出は、4～6月累計では488億円（前年比▲30.2%）と前年を下回っている。



12. 雇用情勢～有効求人倍率が6か月連続で低下

6月の有効求人倍率（パートを含む常用）は、0.93倍（前年比▲0.23ポイント）と6か月連続で前年を下回った。

新規求人数は、前年比▲15.3%と6か月連続で前年を下回った。業種別では、情報通信業（同+23.4%）が前年を上回り、卸売業・小売業（同▲26.0%）、医療・福祉（同▲11.9%）、サービス業（同▲22.3%）、宿泊業・飲食サービス業（同▲39.6%）、製造業（同▲18.1%）などが前年を下回った。

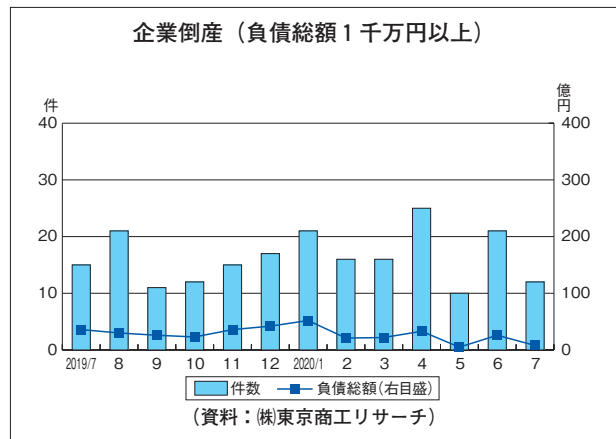


13. 倒産動向～件数・負債総額ともに3か月連続で減少

7月の企業倒産は、件数が12件（前年比▲20.0%）、負債総額が8億円（同▲76.6%）だった。件数・負債総額ともに3か月連続で前年を下回った。

業種別では小売業が6件、建設業、卸売業、サービス・他が各2件となった。

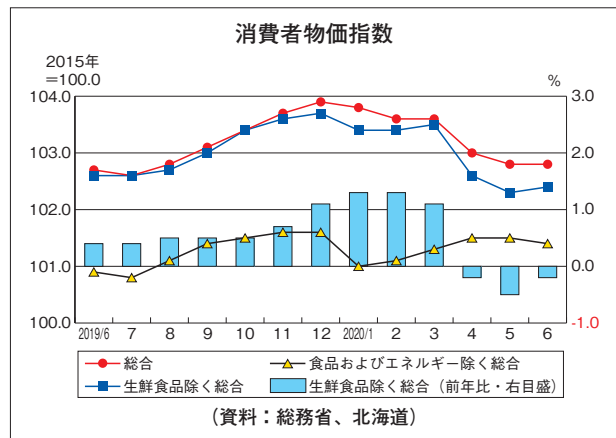
新型コロナウイルス関連の倒産件数は2件であった。



14. 消費者物価指数～3か月連続で前年を下回る

6月の消費者物価指数（生鮮食品を除く総合指数）は、102.4（前月比+0.1%）となった。前年比は▲0.2%と、3か月連続で前年を下回った。

生活関連重要商品等の価格について、6月の動向をみると、食料品・日用雑貨等の価格は、おおむね安定している。石油製品の価格は調査基準日（6月10日）時点で前月比、灯油価格は値下がりし、ガソリン価格は値上がりした。



景気判断DIは3年連続で低下。定期給与の引上げ企業割合は5年ぶりに低下

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

(1) 現状判断

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」)は△88と前年から67ポイント低下し、3年連続で低下した。

(2) 先行き(回復に転じる時期)

道内景気が回復に転じる時期は「2020年中」(14%)、「2021年中」(59%)、「2022年以降」(27%)となった。

2. 景気先行きの懸念材料(複数回答)

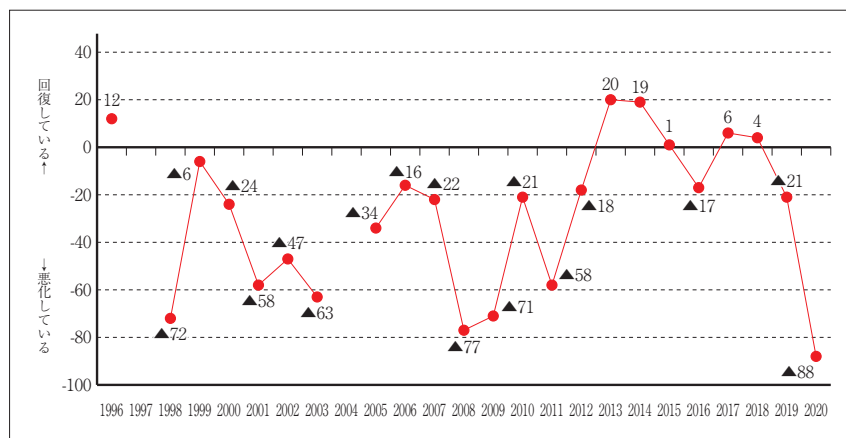
今回から調査項目に追加した「新型コ

ロウイルスの動向」(86%)が1位となった。また、「国内景気の動向」(80%)が21ポイント、「個人消費の動向」(69%)が18ポイントと前年比大幅に上昇した。

II. 賃金の動向について

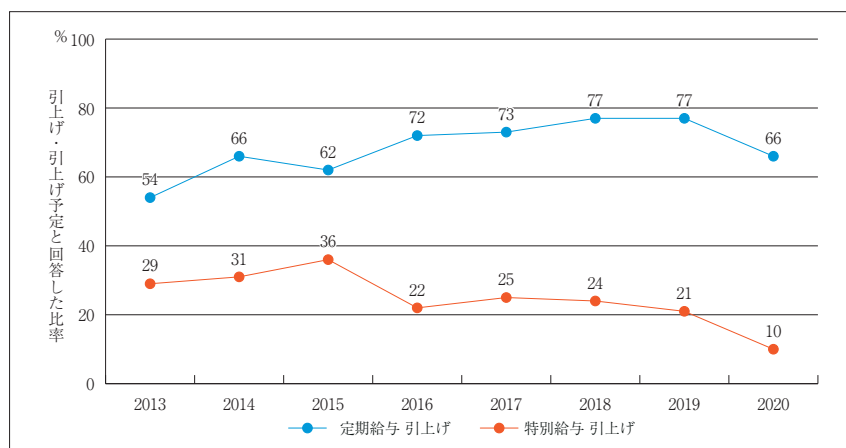
前年に比べ、定期給与(基本給・諸手当等)を引き上げ・引き上げ予定の企業(66%)は11ポイント低下。特別給与(賞与・期末手当等)を引き上げ・引き上げ予定の企業(10%)は11ポイント低下した。

〈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（△88）は前年比67ポイント低下し、3年連続の低下となった。全業種で前年を下回り、1996年の調査開始以来、道内景気の現状判断は過去最低となった。
(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、鉄鋼・金属製品・機械以外の業種で、「2021年中」が最多かつ半数以上。ホテル・旅館業（70%）、卸売業（68%）、小売業（68%）などで、「2021年中」の割合が高い。

〈図表4〉道内景気の現状（n=380）

（単位：％）

（項 目）	製造業						非製造業						
	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	2	3	2	5	3	—	2	3	2	2	4	—	2
（急速に回復）	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)
（緩やかに回復）	(2)	(3)	(2)	(5)	(3)	(—)	(2)	(3)	(2)	(2)	(4)	(—)	(2)
(B)横ばい状態	7	6	—	11	9	9	7	7	12	2	12	5	5
(C)悪化している	91	91	98	84	88	91	91	90	86	96	85	95	93
（緩やかに悪化）	(27)	(22)	(10)	(26)	(38)	(14)	(29)	(34)	(24)	(33)	(27)	(—)	(38)
（急速に悪化）	(64)	(70)	(88)	(58)	(50)	(77)	(61)	(56)	(62)	(62)	(58)	(95)	(55)
景気判断DI(A)－(C)	△88	△89	△95	△79	△85	△91	△88	△88	△84	△93	△81	△95	△90
前年同時期 景気判断DI	△21	△27	△21	△47	△22	△30	△19	△12	△23	△22	△37	△15	△10

※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=370）

（単位：％）

（項 目）	製造業						非製造業						
	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)2020年	14	15	25	11	9	9	14	10	12	11	26	20	14
（6月以前）	(2)	(1)	(—)	(—)	(3)	(—)	(3)	(3)	(2)	(—)	(13)	(5)	(—)
（7～9月）	(3)	(3)	(3)	(—)	(3)	(5)	(3)	(—)	(4)	(5)	(4)	(10)	(2)
（10～12月）	(9)	(12)	(23)	(11)	(3)	(5)	(8)	(7)	(7)	(7)	(9)	(5)	(12)
(B)2021年	59	51	53	56	45	55	62	61	68	68	57	70	50
（1～3月）	(8)	(5)	(8)	(6)	(3)	(5)	(9)	(6)	(7)	(14)	(9)	(15)	(7)
（4～6月）	(23)	(19)	(13)	(28)	(18)	(27)	(25)	(30)	(30)	(32)	(9)	(15)	(17)
（7～9月）	(23)	(21)	(28)	(17)	(18)	(18)	(24)	(23)	(25)	(20)	(26)	(35)	(21)
（10～12月）	(5)	(5)	(5)	(6)	(6)	(5)	(5)	(3)	(7)	(2)	(13)	(5)	(5)
(C)2022年1月以降	27	34	23	33	45	36	24	30	19	20	17	10	36

※四捨五入の関係から合計が合わない場合がある

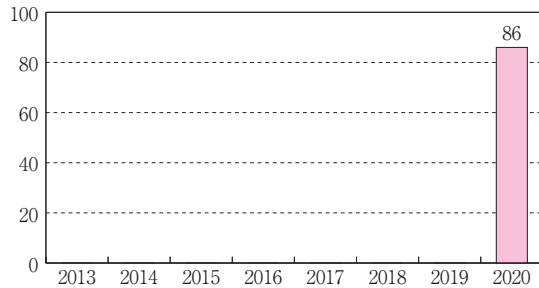
2. 景気先行きの懸念材料

〈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）

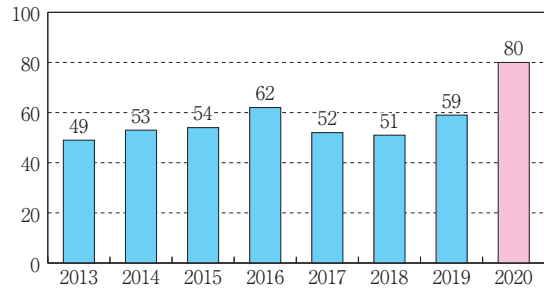
（項 目）	前年比	要 点
(1)新型コロナウイルスの動向（86%）	—	小売業以外の業種で1位かつ、8割以上となった。
(2)国内景気の動向（80%）	+21	鉄鋼・金属製品・機械（85%）で1位。ホテル・旅館業（90%）で他項目と同率1位。
(3)個人消費の動向（69%）	+18	小売業（82%）で1位。ホテル・旅館業（90%）で他項目と同率1位。
(4)雇用の動向（37%）	△4	5業種で前年を下回る。ホテル・旅館業（37%）で32ポイント、運輸業（19%）で27ポイント低下。
(5)公共投資の動向（34%）	△4	公共投資の依存度が高い建設業（66%）、鉄鋼・金属製品・機械（53%）で3位。
(6)原油価格の動向（31%）	△21	原油安を受け大幅に低下。運輸業（65%）では動向を注視。

〈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）

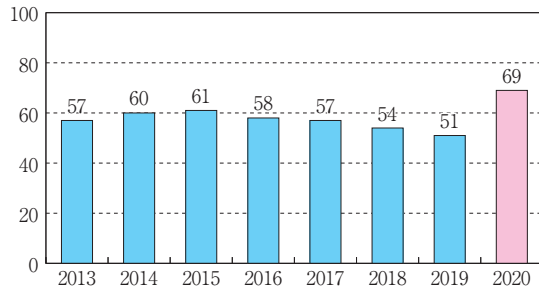
(%) 「新型コロナウイルスの動向」の推移(※)



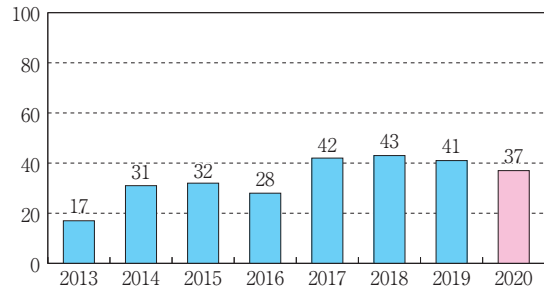
(%) 「国内景気の動向」の推移



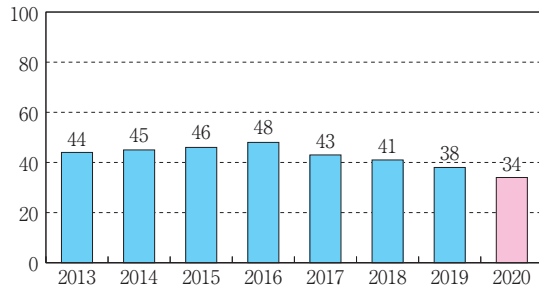
(%) 「個人消費の動向」の推移(※)



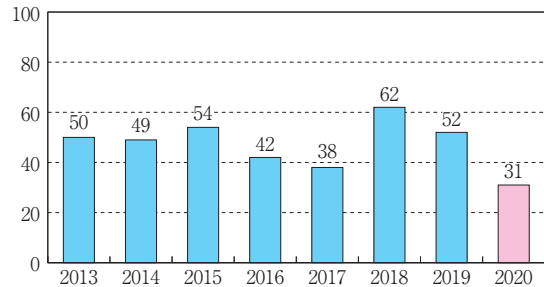
(%) 「雇用の動向」の推移



(%) 「公共投資の動向」の推移



(%) 「原油価格の動向」の推移



※ 「新型コロナウイルスの動向」は2020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=380)

(単位：%)

(項 目)	製造業						非製造業						
	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)新型コロナウイルスの動向 ※	① 86	① 87	① 93	① 90	① 85	③ 77	① 85	① 85	① 86	③ 76	① 96	① 90	① 83
(2)国内景気の動向	② 80 (59)	② 84 (58)	③ 83 (65)	② 79 (42)	① 85 (64)	① 86 (50)	② 78 (59)	② 71 (63)	② 79 (60)	② 78 (52)	② 85 (50)	① 90 (39)	② 76 (71)
(3)個人消費の動向	③ 69 (51)	③ 70 (57)	② 88 (78)	68 (53)	41 (42)	② 82 (50)	③ 69 (49)	56 (33)	③ 74 (48)	① 82 (76)	③ 69 (50)	① 90 (46)	③ 60 (50)
(4)雇用の動向	④ 37 (41)	34 (36)	43 (41)	16 (26)	32 (36)	36 (35)	38 (43)	41 (37)	35 (28)	33 (54)	19 (46)	37 (69)	52 (55)
(5)公共投資の動向	⑤ 34 (38)	28 (31)	10 (8)	21 (21)	③ 53 (53)	32 (45)	37 (40)	③ 66 (63)	35 (40)	9 (20)	27 (29)	21 (-)	31 (38)
(6)原油価格の動向	31 (52)	31 (47)	43 (57)	16 (37)	24 (42)	32 (50)	31 (54)	25 (40)	26 (50)	33 (65)	65 (89)	21 (62)	29 (50)
(7)原材料価格の動向	30 (43)	39 (57)	45 (76)	21 (42)	47 (56)	32 (40)	26 (38)	33 (39)	36 (52)	11 (26)	23 (32)	21 (39)	21 (31)
(8)中国経済の動向	30 (33)	39 (39)	36 (46)	53 (26)	38 (44)	32 (30)	27 (30)	21 (23)	29 (38)	27 (33)	31 (36)	53 (39)	19 (24)
(9)欧米経済の動向	23 (14)	29 (13)	36 (14)	26 (11)	24 (17)	27 (10)	20 (14)	15 (12)	21 (15)	20 (22)	23 (11)	37 (15)	19 (10)
(10)米中貿易摩擦の動向	22 (35)	23 (40)	24 (49)	21 (32)	21 (44)	27 (25)	21 (33)	19 (28)	22 (37)	24 (26)	19 (36)	26 (46)	19 (38)
(11)物価の動向	20 (21)	22 (16)	31 (22)	5 (5)	24 (19)	18 (10)	19 (23)	12 (22)	24 (27)	22 (35)	12 (11)	26 (23)	19 (17)
(12)政局の動向	20 (14)	20 (13)	17 (8)	5 (5)	29 (22)	23 (10)	21 (15)	23 (28)	21 (5)	18 (13)	12 (11)	32 (8)	19 (10)
(13)住宅投資の動向	20 (14)	25 (14)	7 (8)	③ 74 (37)	21 (14)	23 (5)	18 (14)	26 (24)	28 (17)	11 (13)	8 (-)	11 (-)	10 (7)
(14)金融機関の融資姿勢	18 (11)	21 (13)	21 (11)	21 (21)	18 (11)	27 (15)	17 (10)	14 (7)	19 (13)	9 (15)	23 (7)	37 (15)	17 (5)
(15)設備投資の動向	17 (15)	18 (17)	12 (5)	0 (5)	32 (33)	23 (20)	17 (15)	22 (23)	21 (13)	7 (7)	12 (7)	21 (8)	17 (17)
(16)株価の動向	13 (16)	12 (12)	14 (19)	11 (-)	15 (17)	5 (-)	14 (17)	14 (13)	16 (18)	9 (33)	19 (11)	16 (-)	14 (17)
(17)電気料金の動向	11 (18)	16 (30)	24 (32)	5 (32)	15 (31)	14 (25)	8 (13)	7 (9)	9 (12)	9 (15)	0 (7)	21 (46)	10 (14)
(18)為替の動向	11 (16)	16 (21)	14 (24)	26 (37)	15 (14)	14 (10)	8 (14)	7 (9)	14 (27)	2 (13)	8 (18)	16 (8)	5 (7)
(19)金利の動向	8 (13)	9 (7)	10 (3)	5 (5)	6 (11)	14 (10)	8 (16)	10 (16)	5 (17)	9 (20)	4 (11)	5 (-)	10 (17)
(20)TPP（環太平洋経済連携協定）の動向	5 (9)	4 (12)	5 (16)	5 (11)	3 (11)	5 (5)	5 (9)	3 (4)	9 (12)	2 (7)	4 (11)	5 (15)	5 (12)

○内数字は業種内の順位、()内は前年調査の実績、※は前年調査項目なし

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・引き上げを予定」(66%)が前年比11ポイント低下し、全業種で前年を下回る。ホテル・旅館業(30%)で39ポイント、食料品製造業(44%)で24ポイント低下。
(2)特別給与の動向〈図表11〉	「引き上げ、引上げ予定」(10%)が前年比11ポイント低下。一方、「引き下げ・引き下げ予定」(16%)が11ポイント上昇し、「引き上げ、引上げ予定」を上回る。
(3)賃金見直し時の重視項目〈図表12〉	「企業業績」(88%)、「雇用の維持・確保」(51%)がともに前年比3ポイント低下。世間相場(22%)が3ポイント上昇し、5業種で前年を上回る。

〈図表10〉 定期給与（基本給・諸手当等）の動向（n=377）

（単位：％）

（項 目）	全産業	製造業	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
			食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	その他の製造業							
(1)引き上げ・引き上げ予定	66 (77)	63 (78)	44 (68)	63 (74)	76 (86)	77 (85)	67 (77)	78 (80)	66 (83)	59 (72)	54 (61)	30 (69)	80 (83)
①（定期昇給のみ実施）	38 (42)	33 (41)	18 (50)	37 (42)	41 (36)	45 (30)	41 (42)	43 (41)	43 (44)	34 (33)	33 (32)	20 (54)	53 (55)
②（ベースアップのみ実施）	8 (10)	7 (9)	5 (5)	16 (5)	3 (17)	9 (5)	8 (11)	8 (9)	9 (12)	5 (15)	8 (11)	5 (15)	11 (7)
③（定期昇給とベースアップを実施）	19 (25)	23 (28)	21 (13)	11 (26)	32 (33)	23 (50)	18 (24)	26 (30)	14 (27)	20 (24)	13 (18)	5 (-)	16 (21)
(2)引き下げ・引き下げ予定	3 (1)	2 (-)	5 (-)	0 (-)	0 (-)	0 (-)	4 (1)	3 (1)	2 (-)	5 (-)	4 (4)	15 (-)	2 (-)
(3)前年並みとした	15 (11)	15 (12)	23 (16)	21 (16)	6 (8)	9 (10)	14 (10)	10 (9)	17 (12)	14 (13)	17 (4)	30 (15)	11 (12)
(4)今のところ未定	17 (11)	20 (10)	28 (16)	16 (11)	18 (6)	14 (5)	15 (12)	10 (10)	16 (5)	23 (15)	25 (32)	25 (15)	7 (5)

※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〉 特別給与（賞与・期末手当等）の動向（n=380）

（単位：％）

（項 目）	全産業	製造業	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
			食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	その他の製造業							
(1)引き上げ・引き上げ予定	10 (21)	4 (19)	0 (11)	5 (21)	9 (33)	5 (10)	13 (22)	23 (25)	2 (24)	11 (20)	12 (18)	0 (8)	18 (26)
(2)引き下げ・引き下げ予定	16 (5)	20 (8)	24 (13)	16 (-)	18 (8)	18 (5)	14 (4)	5 (4)	17 (7)	18 (4)	20 (7)	25 (-)	9 (-)
(3)前年並みとした	33 (38)	27 (39)	27 (53)	16 (26)	26 (33)	36 (35)	36 (38)	38 (38)	43 (41)	34 (41)	28 (25)	5 (38)	43 (38)
(4)今のところ未定	41 (35)	49 (34)	49 (24)	63 (53)	47 (25)	41 (50)	38 (36)	33 (33)	38 (29)	36 (35)	40 (50)	70 (54)	30 (36)

※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〉 賃金見直しの際の重視項目（複数回答）(n=373)

(単位：%)

(項 目)	全産業	製造業	製造業				その他の製造業	非製造業	非製造業					
			食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	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	88 (91)	89 (90)	87 (89)	84 (100)	97 (83)	86 (95)	87 (91)	85 (92)	91 (90)	88 (91)	87 (93)	80 (92)	89 (91)	
(2)雇用の維持・確保	51 (54)	50 (53)	54 (41)	32 (42)	53 (69)	57 (55)	51 (54)	60 (55)	35 (48)	44 (53)	57 (59)	60 (62)	55 (57)	
(3)世間相場	22 (19)	21 (19)	21 (16)	11 (11)	27 (31)	24 (10)	22 (19)	23 (18)	25 (20)	28 (20)	17 (19)	20 (15)	16 (21)	
(4)物価の動向	9 (6)	14 (5)	18 (5)	11 (5)	12 (3)	14 (5)	7 (6)	7 (5)	4 (9)	9 (9)	13 (7)	5 (-)	9 (2)	
(5)その他	2 (1)	1 (2)	0 (-)	0 (-)	0 (3)	5 (5)	3 (-)	3 (-)	4 (-)	0 (-)	0 (-)	15 (-)	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

2020年5月下旬～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	392	100.0%	
札幌市	149	38.0	道央は札幌市を除く石狩、後志、胆振、日高の各地域、空知地域南部
道 央	86	21.9	
道 南	35	8.9	渡島・檜山の各地域
道 北	58	14.8	上川・留萌・宗谷の各地域、空知地域北部
道 東	64	16.3	釧路・十勝・根室・オホーツクの各地域

■ 業種別回答状況

	調査企業社数	回答企業社数	回答率
全 産 業	685	392	57.2%
製 造 業	193	119	61.7
食 料 品	68	43	63.2
木 材 ・ 木 製 品	31	19	61.3
鉄鋼・金属製品・機械	59	35	59.3
その他の製造業	35	22	62.9
非 製 造 業	492	273	55.5
建 設 業	139	75	54.0
卸 売 業	100	59	59.0
小 売 業	87	46	52.9
運 輸 業	51	27	52.9
ホ テ ル ・ 旅 館 業	35	21	60.0
その他の非製造業	80	45	56.3

道内企業の賃上げに慎重さ拡大

〈企業の生の声〉

今回の調査では、道内景気は景気判断DIが3年連続で低下となりました。コロナ禍による需要の減少が影響しているとの生の声が多く寄せられています。

賃上げは、定期給与の引き上げの割合が5年ぶりに低下となりました。賃上げを実施した企業についても、今後の引き上げには慎重な声が聞かれました。

以下で、企業から寄せられた生の声を紹介します。

【道内景気の現状と先行きについて】

1. 食料品製造業

＜食料品製造業＞ 内需が回復しても外需が戻るにはタイムラグが大きい。アメリカとの関係性のバランスはあるが、中国から日本への需要喚起ができるのであれば中国を優先すべきである。

＜食料品製造業＞ コロナ禍からの回復時期が今後の動向を左右する。他社の参入を念頭に置き、自社の強みをどれだけ活かせるかが重要。生活様式の変化に対応できるよう、会社体質を強化する必要がある。

2. 木材・木製品製造業

＜製材業＞ いかに関心と景気対策を両立させるかが重要。最低限の企業（外食産業含む）が生き残れるくらいに経済を動かさないことには、政府は予算を使っても、あとで我々に税金として戻ってくるだけ。消費喚起がなければ景気は回復しないと思う。

3. 鉄鋼・金属製品・機械

＜金属製品製造業＞ 今回のパンデミックにより景気の回復が急務とされる中、今後公共事業への予算が削られることを懸念する。

4. その他の製造業

＜印刷業＞ コロナ禍による休業補償や自社の責任外の部分への国の対策が弱いと思う。グローバルな社会で、それぞれの国の「自国第一主義」がますますコロナ禍をひどくさせている。

＜印刷業＞ 観光やインバウンド需要のウエイトが高い北海道経済において、新しい労働環境や産業で労働力を確保する必要がある。特に北海道独自のIT産業の構築や、地場産業の大型化による労働力確保などで、活発な経済活動に導くことが必要である。

5. 建設業

＜建設業＞ 中国を生産拠点としている物資が依然として多く、商品・部品の納入が以前の状況に戻るまで相当の時間を要する。建築業界での影響はこれから出てくる。来年度は、コロナ対策費用・予算の影響により公共工事予算が減額されると思われる。

＜建設業＞ ネットの普及により、銀行など窓口業務は減少する方向だったが、今回の取り組みにより物販も含めオンライン・通販の動きが加速すると思う。通信教育などでもオンライン化が進むと、対面を必要とする業種の雇用の減少が懸念される。大きな補正予算が組まれているが、収束後の消費税・法人税の値上げが心配。

<電気工事業> 現状、公共投資は継続して増加傾向であるのに対して、個人・民間消費の見通しが厳しい。

6. 卸売業

<食料品卸売業> 世界的な政情不安の長期化や、中国の行動が世界経済の不安定化につながっている。このような中でインバウンドの回復を見込むことは厳しく、また、輸出の取組みも停滞せざるを得ない。消費行動の委縮も継続すると考えられる。短期的には公共投資による中小企業支援が重要であるが、一方で後継者問題等による廃業その他の再編・淘汰が進む。

<電気機械器具卸売業> 観光などサービス業を中心に、急速に資金繰りに苦慮される企業が増加している。国や自治体・金融機関の一層の支援が急務であり、確りとした支援が本道経済の落ちこみを少しでもカバーするのではないか。

7. 小売業

<燃料小売業> コロナ禍の影響で観光業の落ち込みが北海道経済には懸念されるが、アジア圏を中心としたインバウンドの回復には年単位での時間がかかると思われる。昨今、ホテル業や小売業、飲食業など、インバウンドに期待して事業展開していた企業が多いことから、影響は長期にわたるものとみられ、特に体力のない中小零細企業の事業継続が心配される。

8. 運輸業

<運輸業> 飲食業では3密を避けようとの動きは持続され、業務用需要が相当低下すると思う。ホテル等での宴会や懇親会等は激減し、観光業ではバス旅行等の典型的な3密が形成される状況は考え直さざるを得ない。

9. ホテル・旅館業

<観光ホテル> 道内観光業界はインバウンドと道外客の割合が大きく、お土産や飲料・食料品仕入れ業者など、関連業界含めて道内景気に与える影響は甚大である。「GoToキャンペーン」による観光需要喚起が行われるが、回復には相当な時間を要するものと考えられる。コロナ禍収束やワクチン開発が行われなければ、本格的な回復は見込めず、最低1年程度は要するものと思われる。

<都市ホテル> ホテル業界においては、コロナ禍の影響を最も受けており、宿泊（インバウンド・国内観光の減少）、宴会（ブッフエスタイルの懇親会への危機感）ともに大きな減収減益である。まず、ここが回復しないことには雇用も生まれえない。今後の政府対応や、インバウンド（特に中国）の動向によって回復の曲線が変化すると考える。

10. その他非製造業

<環境コンサルタント> 北海道経済において、インバウンドなしの状況は考えられない。新幹線、空港拡充、ニセコ地区開発、それに伴う高速道路整備など、コロナのワクチンが出来なければ経済発展が一気に止まる。コロナに負けない社会整備が重要と考える。

【賃金動向について】

1. 食料品製造業

<飲料品製造業> 今年の4月までは人員が不足していたが、6月から新たな人員を迎えて必要な人員は確保できた。ここ数年続いていた人手不足を解消するために、昨年の4月より全社員の給与の見直しを行った。業績にもよるが毎年のベースアップなどは推し進めていく予定。

<食料品製造業> 今後の雇用の維持・確保を考えた場合、定期昇給および賞与支給に関しては毎年実施するようにしたいが、収益が確保できない中では慎重に対応していかざるをえない。

2. 木材・木製品製造業

<木製品製造業> 最低賃金対策や、同一労働・同一賃金などに合わせた社内規定の改定を進めている。

3. 鉄鋼・金属製品・機械

<機械器具製造業> 中途採用を目的に賃金を上げた。本州方面を主にUターン・Iターンで北海道に住みたい人を狙う。コロナで景気が落ち込んだ今が好機と考えている。

<鉄鋼業> ここ数年は最低賃金の底上げや消費税増税により、以前より大幅に昇給している。しかし、社会保障費の値上げにより可処分所得はそこまで増えている実感がない。個人消費の落ち込みは可処分所得の減少が一番の事由であると考えられるため、企業への法人税免除より、個人への税負担を減少させるほうが良いと思う。

4. その他の製造業

<コンクリート製品製造業> 慢性的な製造工の不足に悩んでいるため、労務費のアップを悩んでいる。

<肥料製造業> 賞与などの特別給与は、会社の業績にかかわらず、一定の支給を継続している。製造業種で取り扱う機械装置は、各種資格と熟練技術が必要となっているため、雇用維持、確保の観点から特別給与は業績が赤字であっても支給している。

5. 建設業

<住宅建築業> 働き方改革により賃金増となっているが、販売単価に反映させられない部分もあり、徐々に苦しくなっている。自社の改善などにより多少は吸収しているが、適正価格での取引が最低条件だと思う。

<建設業> 人手の確保と定着を優先し、また、若手人材を積極的に採用して、次世代へ向けて企業の安定に取り組んでいる。そのための1つとして賃金を本社（東京）ベースに引き上げて社員のモチベーションの改善を図っている。

<内装工事業> 技術者は建設キャリアアップシステムのレベル評価で決定している。内勤管理者については、成果型だったが今後は色々な働き方があるので新しいスタイルを検討する。

6. 卸売業

<靴卸売業> 3月から5月までコロナ禍による売上低迷により上期の業績が深刻な状況となり、定期給与については定期昇給のみとした。また夏季の特別給与は業績に連動した査定となっており、大きく下がることが予想される。冬季分はまだ見込みが立たない。

<鋼材卸売業> 働き方改革に基づいて給与を引き上げたばかりであり、今後自社の業績を維持できないと問題となる。

<化学製品卸売業> 売上減少により人員数にやや過剰感もある中で、雇用を継続するためにやむを得ず今年度の昇給を見送った。賞与についても同様の対応をせざるを得ないと考える。

7. 小売業

<リサイクルショップ> 現状は適正な賃金と考えていますが、今後は業務内容を分析してスキルに合った報酬を支払うシステムを構築予定。

8. 運輸業

<バス会社> コロナ禍の収束が無ければ、今後は賃金の見直し検討が必要。

9. ホテル・旅館業

<都市ホテル> 今年度は、期首より従業員の一時帰休等を実施しており、賃金支給に関しては厳しい結果（特に、昇給や賞与に関して）が予想される為、従業員のモチベーション維持が課題になる。また、テレワークや一時帰休実施の結果として、既存業務の問題点が顕在化。今後、組織や業務の再構築も生じられると思われる。

<観光ホテル> コロナ禍による売上減少と、今後の見通しから、正社員のみで営業していく。派遣、アルバイト、外国人インターン生は当面見合わせる方針。賃金引き上げは難しい状況だが、外注業務の内製化等により、正社員の雇用を維持していく。同一労働・同一賃金により、派遣時給が上昇しており、足元の人員過剰感から採用しにくい状況にある。

10. その他非製造業

<廃棄物処理業> 前期の業績は良かったので通常賞与+決算賞与も支給した。また、消費税アップ分を考慮してベースアップも実施した。しかし今期はコロナ禍により売上、利益とも下がるので、何とか通常賞与の支払いは継続したい。

<建設コンサルタント> 同一労働・同一賃金への対応で、今年度は嘱託職員及び臨時職員の給与改定が喫緊の課題となっている。諸規定の改正準備を進めているが、施行後は労務費が相当額増加する見通しにある。

アイヌ文化が開く未来

～「ウポポイ」オープンに寄せて～

札幌大学地域共創学群 教授
本田優子

はじめに

2020年7月12日、ついにウポポイがオープンしました。ウポポイはアイヌ文化を復興・発展させるための国立施設「民族共生象徴空間」の愛称。「(おおぜいで) 歌うこと」という意味のアイヌ語で、響きがなんともカワイイ。

運営主体である公益財団法人アイヌ民族文化財団のホームページ (<https://ainu-upopoy.jp>) には以下のように記載されています。「ウポポイ(民族共生象徴空間)は、アイヌ文化を復興するための空間や施設であるだけでなく、我が国の貴重な文化でありながら存立の危機にあるアイヌ文化を復興・発展させる拠点として、また、将来に向けて先住民族の尊厳を尊重し、差別のない多様で豊かな文化を持つ活力ある社会を築いていくための象徴として位置づけられています」。

ウポポイの開設は、近現代のアイヌ民族の歴史においてエポックメイキングな出来事であり、本稿では、その概要と現代社会における意義や役割について私見を述べたいと思います。

ウポポイ開設まで

最初に、開設に至るまでの経緯について簡単に触れておきましょう。とはいえ、その起点をどこにおくべきか悩みます。1869年、アイヌの人々がヤウンモシリ(陸の島)と呼んでいたこの島が、北海道と命名され日本の近代国家に統合された時でしょうか?あるいは1899年、アイヌ民族への同化政策を推進した「北海道旧土人保護法」が制定された時でしょうか。それとも同法の廃止とセットになって制定された1997年の「アイヌ文化振興法」?



アイヌ民族文化財団HP (<https://ainu-upopoy.jp>)

個人的にはやはり2007年に国連で「先住民族の権利宣言」が採択されたことを受け、翌2008年、日本の衆参両院で「アイヌ民族を先住民族とすることを求める決議」が全会一致で可決されたことが、画期となったように思います。同年すぐに内閣官房に「アイヌ総合政策室」が設置され、2009年には「アイヌ政策推進会議」が発足。この推進会議の座長は内閣官房長官が務め、北海道アイヌ協会理事長、北海道知事、札幌市長、その他アイヌ民族メンバーや有識者によって構成されています。「民族共生の象徴となる空間」の設置に向けての検討が開始されたのは2010年のこと。2011年には作業を具体的に推進するための「アイヌ政策推進作業部会」も設けられ、以

来、様々な課題について議論が重ねられてきました。

ところがその後、ウポポイ開設と同じ2020年の東京オリンピック・パラリンピック誘致が決定しました。私を含む関係者は「お金がなくなったと言って、ショボイものになっちゃうんじゃないの?」とか「オープンが延期されるんじゃないの?」と心配したのですが、「オリンピック開会式の前に世界に誇れる博物館のオープンを」というアイヌ政策推進会議座長・菅官房長官の発言により、さらに動きが加速したように思います。2014年には民族共生象徴空間の整備・運営についての基本方針が閣議決定され、年間集客目標100万人が掲げられました。そして2019年のアイヌ施策推進法制定を経て、いよいよ迎えた今年。4月に予定されていたオープンが新型コロナウイルスの影響で遅延するなど想定外の出来事もありましたが、無事7月開業にこぎつけました。

ウポポイの特徴

① 国立アイヌ民族博物館

ウポポイの中核施設である国立アイヌ民族博物館は、東京以北では初の国立博物館になります。九州国立博物館（2005年開館）が、我が国としては最後の国立博物館になるという見方がありますが、前述のような世界的動向もあり、ある意味「別格」として設立が決まったようです。

館内の展示はさすがに博物館の専門家集団が議論と熟慮を重ねた内容となっており、資料も第一級。伝統的なアイヌ文化はもちろん、現代に息づくアイヌ文化の多様性も表現されています。詳細は紙幅の関係上、HP等でご覧ください。

ただ、ここで私が改めて強調したいのは、この国立博物館の基礎を築いたのが地元白老の一般財団法人アイヌ民族博物館（1984～2018）だったということです。ここではアイヌ民族自身が自らの文化を発信して社会的な理解を促進するとともに、多くのアイヌの人々の雇用を創出してきました。また、全道各地のアイヌの古老たちへの聴き取りを中心とする膨大な音声記録は、今日のアイヌ文化研究を支える重要な基礎資料となっています。今回の国立博物館が、国の一声で「降ってきた」というような物言いを耳にすることがありますが、決してそうではなく、白老のアイヌ民族の先人たちが言い知れぬ労苦と共に刻んできた歴史の礎上にあることを、私たちは決して忘れてはならないと思っています。



博物館内の展示



伝統的コタンゾーン

② 国立民族共生公園

ウポポイの大きな特徴は、博物館のみならず、フィールドミュージアムと言われる広大な国立民族共生公園が併設されていることです。園内の体験交流ホールでは、「シノツ（アイヌの歌・踊り・語り）」と「イノミ（アイヌの祈り・歌・踊り）」という2種類の舞台公演やアニメーション放映が行われています。また、伝統的コタンのゾーンには茅葺きチセ（家）群が設置され、近くに設けられた屋外ステージでも芸能を鑑賞することができます。工房では、木彫、刺繍や織物などの技を実感できます。その他、様々な体験プログラムが準備されていますが、こちらもHPでご覧ください。中でも体験交流ホールの公演「イノミ」は、何度見ても感動のあまり涙がこぼれます。芸能としての素晴らしさというまでもありませんが、現代に生きるアイヌの若者たちが「伝統」をどのようにとらえ向き合うのか、行く手を照らしてくれるような舞台となっています。

ウポポイの入場料1,200円（高校生600円、中学生以下無料）が、従来の国立博物館と比較して高額だという批判もありましたが、このような充実した体験型プログラムが含まれている点を考えるならば、むしろリーズナブルな価格と言えるでしょう。

③ 第一言語はアイヌ語

私がとりわけ画期的と考えるのは、博物館展示の第一言語がアイヌ語となっている点です。6つのテーマ展示すべてにアイヌ語がつけられ、アイヌ語での解説文も多くのアイヌ民族が自ら作成したものです。博物館展示のみならずウポポイ内のあらゆる施設にも、アイヌ語名が表示されています。アイヌ語になじみのない方々にはカタカナの羅列のように感じられるかもしれませんが、この機会に少しでも説明させていただきます。



（施設リーフレットに筆者が加筆）

中核施設である国立アイヌ民族博物館のアイヌ語名は「アヌココロ アイヌ イコロマケンル」。そもそもアイヌ語がアイヌ民族の日常に息づいていた時代、アイヌ社会に「国立」という

概念はありません。当然ながらそれを表現するアイヌ語も存在しないので、新たなアイヌ語が作られました。「アヌココロ」は「私たちが共有する」。これで「国立」を表現しています。「アイヌ」は本来「人間」という意味ですが、ここでは「アイヌ民族」というニュアンスが強いです。 「イコロマケル」は、「イコロ=宝物、オマ=入っている、ケル=建物」と分解できます。博物館というより宝物館というニュアンスですが、展示・収蔵されている資料の価値を考えれば、たしかに宝物館に違いありません。

このほかにも、「イトノンテ トウンパ (授乳室)」「イホク スウォフ (自動販売機)」等々、現代の生活を表現するために必要なたくさんのアイヌ語が新たに作られました。アイヌ語研究者やアイヌ語教育の実践者が集まり、議論を重ね、かつては存在しなかった一つ一つの名称を考案したのです。これは、後述するアイヌ語復興の試みにおいて記念碑的出来事と言えるでしょう。

なかでも私は、「民族共生象徴空間」のアイヌ語訳である「ウアイヌコロ コタン」に強く心惹かれます。「ウ=互いに、アイヌコロ=尊敬する・敬う、コタン=集落」。単に「共に生きる」ではなく、「互いに尊敬しあう」という意味のこのネーミングには、アイヌ民族が潜り抜けてきた歴史の重みと未来への願い、そしてなによりもウポポイがこれから果たすべき役割が象徴的に示されているように思います。

アイヌ文化を発信する若者たち

ウポポイは多くの若者たちの職場であり活躍の舞台でもあります。若者たちの中にはアイヌ民族もいれば、そうではない人もいますが、皆アイヌ文化の力を信じ人生を賭けて集まった人たちです。そこには、私が所属する札幌大学の卒業生もたくさん含まれています。彼ら／彼女らについても紹介させてください。

そのためにはまず、恐縮ですが私のプロフィールから。金沢市で生まれた私は北海道大学卒業後、1983年、萱野茂先生（1926～2006。当時二風谷アイヌ文化資料館館長）の助手として平取町二風谷に移り住みました。二風谷は人口約330人（7月末現在）の小さな集落ですが、アイヌの伝統文化を受け継ごうとする人々が多く住んでいることで知られています。ここでアイヌ語教室子ども部講師を務めるようになった私の中に、アイヌの子どもたちの教育に関する強い問題意識が生まれてきました。一つは、大学進学率が全道平均値の半分以下というアイヌの子どもたちに大学進学を拓きたいということ。もう一つは自らの民族文化を学ぶ機会がないアイヌの若者たちに学びの場を提供する必要があるということでした。

2005年、私は札幌大学文化学部アイヌ文化を専門とする教員として着任しました。2009年、思いがけず文化学部長というポストが与えられることになり、自分がなにをなすべきか問う中で、2010年、ウレシパ・プロジェクトが生まれました。「ウレシパ」とは「育てあう」という意味のアイヌ語です。このプロジェクトの推進母体が、一般社団法人札幌大学ウレシパクラブ（以下、ウレシパクラブ）であり、アイヌ文化を学ぶ札幌大学の学生たちと、彼らを支援しつつ自らもアイヌ文化に関わっていこうと考えてくださっている企業や一般の方々によって構成されています。

ウレシパ・プロジェクトには、3つの柱があります。

① ウレシパ奨学生制度：ウレシパ・プロジェクトの根幹をなす制度です。アイヌの若者たちの大学進学を可能とするためには、経済的問題を解決しなければなりません。そこで本学では、入学金・授業料と同額のウレシパ奨学金を給付することにしました。その代わりに、ウレシパ奨学生



たちは必ずウレシパクラブに所属し、必死でアイヌ語・アイヌ史・アイヌ文化を勉強し、対外的な発信活動を行う義務を負います。その過程で鍛えられ、アイヌ民族の次代を担う人材として育っていきます。これは、かつて二風谷で暮らしていた時期の私が願っていた2つのことを実現する道でした。もちろんアイヌ民族に特化

した奨学金の給付など日本では前例のないことですから、当初、学内では様々な批判や反対意見もありましたが、なんとか導入することができました。

② ウレシパ・カンパニー制度：一般企業にお願いし、カンパニー会員として共に学生たちを育てていただく制度です。今では知名度の高い多くの企業がウレシパクラブを支えてくださっており、それは私たちの活動への大きな安心感にもつながっています。北洋銀行にも横内龍三頭取の時代からご支援いただいています。

③ ウレシパ・ムーブメント：このプロジェクトの重要な点は、アイヌではない学生も、アイヌ文化を学び、ウレシパ奨学生たちと共に活動する過程で「多様性」を尊重する感覚を養うことができるということです。また、全国各地のウレシパクラブの一般会員（年会費1口2,000円）の方々も私たちの活動を支え、アイヌ文化の発信を手伝ってくださっています。

第1期ウレシパ奨学生3名が卒業したのは、2014年3月のことでした。全員、ウレシパクラブの活動を中心的に担い学業成績も優れていたということで、卒業式では学長表彰を受けました。しかもそのうちの一人の女性は、経済的な問題から大学進学を断念していたのですがウレシパ奨学生として社会人入学し、ダントツ一位の成績を修めました。自らが縫った華やかな民族衣装をまとって登壇し、総代として学長から卒業証書を受け取った姿は、今も私の目に焼き付いていますが、その彼女は現在、国立アイヌ民族博物館の学芸員を務めています。

また、第2期奨学生の一人は卒業後、ウレシパ・カンパニーの一つである民間企業に就職しました。一部上場企業であり働き甲斐もあるその会社で、彼は充実したサラリーマン人生を送っていましたが、悩んだ末にウポポイ職員へと転職しました。

「民間で働くならあの会社はベストだった。けれどもやはりアイヌ文化のプロとして生きていこうと決心した」と彼は語っています。



このように、これまで第1期から第7期までのウレシパクラブ卒業生31名（うちウレシパ奨学生19名）のうち13名、すなわち3分の1以上がウポポイに就職しているのです。それゆえ、私にとってウポポイは単なるアイヌ文化施設ではなく、ウレシパクラブ卒業生たちの未来がかかっている重要な場なのです。

政府はウポポイの機能として、1. 展示・調査研究機能 2. 文化伝承・人材育成機能 3. 体験交流機能 4. 情報発信機能 5. 公園機能 6. 精神文化尊重機能の6つを挙げていますが、私が特に大きな関心を寄せ注視しているのが、2番目の文化伝承・人材育成機能です。志高く有為なアイヌの若者たちを数多く受け入れ、アイヌ文化のナショナルセンターを銘打って創設されたウポポイだからこそ、人材育成のための教育機能を充実させアイヌ文化を次世代につなぐ役割を果たしてくれるものと、心から期待しています。

世界の先住民族に学ぶ

中でもとりわけ重要だと考えるのが、アイヌ語の担い手の育成です。アイヌ語は2009年にユネスコが発表した「消滅危機言語リスト」では「極めて深刻」というランクに位置付けられました。



プーナナレオの園児と遊ぶウレシパクラブメンバー

これは世界で最も危ない段階にあるということを意味しており、実際にアイヌ民族の日常生活からアイヌ語は姿を消してしまっています。

けれども世界には、人々の血のにじむような努力により日常語として復活した先住民族言語がいくつも存在します。たとえばハワイ語もその一つです。1900年にアメリカ合衆国に併合されてからハワイ語の話者は

激減し、ユネスコの危機言語リストではアイヌ語同様「最も深刻」とされました。しかし実際にはハワイ語話者は増え続けており、その起点となったのは1983年の幼稚園「プーナナレオ（ことばの巣）」の創設でした。ハワイ大学でハワイ語を学んだ若者たちが、自分たちの子どもをハワイ語だけで育てると決心したのです。周りの猛反対を受けながらもハワイ語ネイティブの子どもたちを育て、その芽を摘まないようにすべての授業をハワイ語だけで行う学校を次々と創設しました。今では大学の博士課程の授業もハワイ語だけで行われています。休み時間の会話はもちろん、大学の公式文書もハワイ語です。民族的アイデンティティに裏付けられた教育により、生徒たちの学力は全米平均を超え、本土の有名大学への進学者も多数輩出しているとのこと。

実はハワイでの動きは、その前年のニュージーランドの先住民族・マオリの人々によるマオリ語幼稚園「コーハンガレオ（ことばの巣）」の創設にならったものでした。北欧の先住民族サーミの人々の言語復興も目をみはるものがあります。今や、先住民族のグローバルネットワークは民族文化復興のみならずビジネスの世界でも強固なものとなっています。

このような先駆的事例はアイヌ民族にとっての希望であり、導きの糸となるはずです。ウポポ

イがそのようなネットワークを構築するハブの役割を果たすことを願ってやみません。

アイヌの世界観を体感できる場に

近年、多くの人々がアイヌ文化に関心を寄せてくださっています。美しい文様、芸能や食文化etc.…。様々なアプローチがありますが、私はアイヌの世界観に心惹かれる人々が増えていることを嬉しく思っています。アイヌ民族は、あらゆるもの



海外先住民族との交流（ノルウェー）

にラマツ（魂）が宿ると考えてきました。自然界に存在するもののみならず、人間が作った器物もまたカムイとして尊ばれます。カムイは「神」と訳されることが多いのですが、唯一絶対の存在ではありません。万物がアイヌモシリ（人間の世界）とカムイモシリ（カムイの世界）との魂の循環のなかに位置づけられています。かつてアイヌ社会に甚大な被害を及ぼした天然痘などの伝染病ですら、なんらかの役割を持って人間世界を訪れるカムイと考えられていました。

現在、新型コロナウイルスの影響で世界中が先の見えない不安に包まれ、どうしたら「元の世界」に戻れるのかという模索が続いています。けれども、元の世界に戻ることを私たちの大地は望んでいるのでしょうか？1972年、世界の知性を結集したともいえる国際チーム「ローマクラブ」により『成長の限界』が発表されました。このまま環境汚染や人口増加が続けば100年以内に限界が来る、というものでした。それから約半世紀が経とうとしていますが、私たちの社会は警告に耳を傾けず、行く手に待ち受ける断崖から真っ逆さまに転落する予感におびえつつも、同じ道を走り続けています。

数年前、AI開発における世界最先端企業のトップの一人が、私の語るアイヌの世界観に強い関心を示されました。AIと人間存在の本質的な違いは何なのかを考えざるをえない最先端の現場において、アイヌ民族の考え方は大きなヒントをもたらしてくれるかもしれないとおっしゃいました。まさに「アイヌ文化は最先端」なのです。

アイヌの世界観、それは人間と環境との関係性を哲学として体系化したものだといえますが、私はウポポイがそのようなことを考えるきっかけと気づきを与える場であってほしいと願っています。だからこそ一歩足を踏み入れた途端に、かつてのアイヌ社会から生まれ受け継がれてきた世界観が立ちのぼってくるような濃密な空間であってほしいのですが、とにもかくにもまだスタートしたばかり。今後、若い世代が大きく成長し、見事なアイヌ文化的空間を築き上げてくれるでしょう。そのためには多くの北海道民、日本国民の皆様のご支援が必要です。

どうぞ、Go To ウポポイ！

「北海道スマート農業推進方針」について

北海道農政部生産振興局 技術普及課

◆ はじめに

本道の農業・農村は、豊かな自然と広大な土地を活かした我が国最大の食料供給地域として、安全・安心で良質な食料を安定的に生産するとともに、食品加工や観光などの関連産業と結びつき、地域の経済や社会を支える役割を担っています。

一方では、農家戸数の減少や農業従事者の高齢化、労働力不足など様々な課題に直面しており、農業・農村が今後も持続的に発展していくためには、構造的な問題などの解決が期待される「スマート農業」を積極的に推進し、農作業の省力化や効率化による生産性と所得の向上を図っていくことが必要です。

さらにスマート農業技術を地域へ推進・普及していくためには、地域や個々の営農状況に応じた関係者の共通の指針の策定が必要であることから、これまでの取組等を踏まえ、令和2年（2020年）3月に北海道における今後のスマート農業の推進に向けた考えを示す「北海道スマート農業推進方針」を策定しました。

◆ スマート農業とは

スマート農業について、農林水産省のHPでは、『ICT、ロボット技術を活用して、超省力・高品質生産を実現する新たな農業』と紹介されています。

平成25年12月に農林水産省が策定した「農林水産業・地域の活力創造プラン」では、スマート農業による効率的な農業経営の推進や高度な栽培技術の形式知化など政策改革に取り組むこととされ、令和元年6月21日に閣議決定された「成長戦略2019」では、「農業改革の加速」を図るため、令和4年度（2022年度）までに様々な現場で導入可能なスマート農業技術が開発され、農業者のスマート農業に関する相談体制が整うなど、スマート農業の本格的な現場実装を着実に進める環境が整うよう、「農業新技術の現場実装推進プログラム」(令和元年6月7日農林水産業・地域の活力創造本部了承)にも即しながら、研究開発や実証・普及、環境整備を一体的に進めることとされています。

図－1 スマート農業の将来像



引用：農林水産省「スマート農業の将来像（平成26年3月、研究会中間とりまとめ）」より

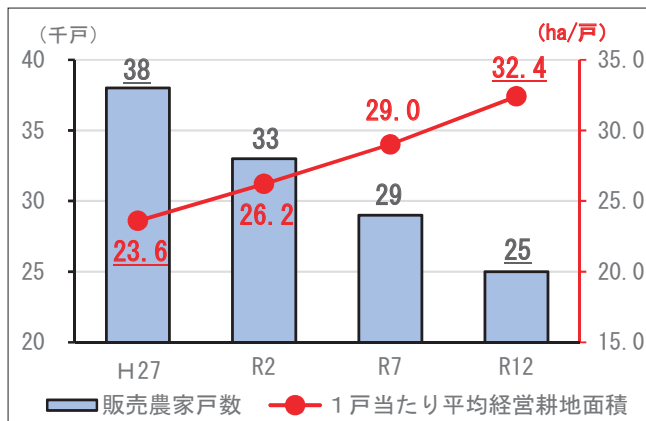
◆ 「北海道スマート農業推進方針」について

(1) 現状と課題

道内では農業従事者の高齢化や後継者不足などによる農家戸数の減少、労働力不足が深刻化する中、経営規模の拡大により、1戸当たりの経営耕地面積が拡大してきており、農業経営は一層の省力化と効率化が求められています。

(地独) 北海道立総合研究機構農業研究本部の「2015農林業センサスを用いた北海道農業・農村の動向予測」(道総研農試資料、第42号、2018年)では、販売農家戸数は、平成27年(2015年)に3万8,086戸であったものが、令和12年(2030年)には、2万5,047戸まで大幅に減少し、販売農家1戸当たりの平均経営耕地面積も、平成27年(2015年)の23.6ha/戸から32.4ha/戸まで拡大すると予測されています。

図－2 販売農家戸数と1戸当たり平均経営耕地面積の動向予測



資料：(地独) 北海道立総合研究機構農業研究本部の動向予測に、北海道農政部で実測値と予測値を接続

表－1 分野別の状況

分野	現状と課題
稲作	・総経営体数が減少する一方で、5ha以上の経営体が増加。 ・労働負担を軽減する省力化技術の導入が必要。
畑作	・総経営体数が減少する一方で、20ha以上の経営体が増加。 ・労働負担の大きい馬鈴しょ・てん菜の作付面積が減少傾向。
園芸	・労働負担の大きい一部の重量野菜で作付面積が減少。 ・労働負担を軽減する省力化技術の導入が必要。
畜産	・1戸当たり飼養頭数の増加に伴い労働負担が増加。 ・労働力不足を補完し生産性の維持が必要。

(2) スマート農業の現状

道では、毎年度、国内8社の協力を得てGPSガイダンスシステム及び自動操舵装置の出荷状況について調査結果を公表していますが、GPSガイダンスシステムの道内向けの令和元年度（2019年度）の出荷台数は前年度を190台上回る2,520台で、調査を開始した平成20年度以降の累計出荷台数は14,050台となっており、累計の約8割が道内向けとなっています。

また、自動操舵装置の道内向け出荷台数は前年度を300台上回る1,990台で、調査開始以降の累計出荷台数は8,110台となり、累計の約9割が道内向けとなっています。

表－2 GPSガイダンスシステム及び自動操舵装置の出荷台数の推移

(台、%)

区分	年度	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	元	累計
GPSガイダンスシステム (経路誘導装置)	全国	110	380	510	630	910	890	1,080	2,010	2,070	2,910	3,140	3,420	18,060
	北海道	100	350	480	580	830	780	980	1,250	1,650	2,200	2,330	2,520	14,050
	シェア	91	92	94	92	91	88	91	62	80	76	74	74	78
自動操舵装置	全国	0	10	20	90	140	190	510	760	1,310	1,770	1,900	2,410	9,110
	北海道	0	10	20	80	130	170	480	730	1,220	1,590	1,690	1,990	8,110
	シェア	—	100	100	89	93	89	94	96	93	90	89	83	89

注：GPSガイダンスと自動操舵装置がセットの場合は、両方にカウントする。
出荷台数については1桁目を四捨五入している。

北海道農政部技術普及課調べ

（3）普及に向けた課題

① 技術情報の共有

高度で実践的な技術の普及を担う農業改良普及センターにおいて、急速に進展するスマート農業技術の情報やノウハウ等の蓄積が課題であり、普及活動の基本姿勢である「地域の目となり耳となる普及」、「農業者のそばに立つ普及」、「地域の知恵袋となる普及」を実践するため、普及指導員が有する栽培管理技術に加え、スマート農業技術の習得や関係機関・団体や企業との情報の共有化による普及活動の高度化が求められています。

② 人材の育成

スマート農業技術は、適切な技術の選択と情報通信環境やほ場等の条件など、導入に向けた総合的な条件整備が必要となることから、地域におけるコーディネート・マネジメントを担う指導人材の育成が求められています。

また、高校生や農業大学校生、大学生など、次代の担い手に対する修学環境等の充実と、即戦力としての育成が必要となっています。

③ 導入コストの低減

ロボットトラクターや搾乳ロボットなど、導入に要する費用が高額であることから、導入コストの低減や費用対効果の検証が課題となっています。

④ 技術の実証

ドローンを活用したセンシング技術によるほ場・農作物生育状況の可視化や、データに基づく施肥・防除、ロボット関連技術など、多くの技術が開発・市販化に至っており、生産現場での運用が開始されており、地域や個々の栽培管理体系に即したスマート農業技術の導入を図るためには、多くの実証と成果の蓄積が必要となっています。

⑤ 農業基盤の整備

農作業の大幅な省力化が可能となるスマート農業の普及には、ほ場の大区画化や農地の排水対策など、農業基盤整備の実施が求められています。

⑥ 情報通信環境の整備

スマート農業技術の導入では、大容量かつ高速での情報通信ネットワークの構築が必要となることが想定されますが、道内の農家住宅だけでなく農地（ほ場）を面的に補完する情報通信ネットワークの構築は遅れており、中山間地域では携帯電話の不感地帯も数多く存在していますので、利用シーン・利用データ量・利用時間帯別に、有線と無線それぞれの情報通信ネットワークを組み合わせた環境形成が必要となっています。

(4) 導入が期待されるスマート農業技術

今後、導入が期待されるスマート農業技術として「省力・効率化技術」は14技術、「精密化技術」は3技術を暫定的に提示しましたので、その一部をご紹介します。

表一 3 導入が期待される主なスマート農業技術

区 分	主 な 技 術 の 内 容	
省力・効率化技術		
ロボットトラクター	<ul style="list-style-type: none"> ・ほ場情報をもとに走行ルートを設定し、ルートに沿ってハンドルを操作、作業機昇降、前進・後進・停止などを自動で行いながら走行する技術。(有人監視タイプと遠隔監視タイプがある) 	
直進アシスト機能付き田植機	<ul style="list-style-type: none"> ・GNSS位置情報に基づき、直進中のハンドル操作を補助する技術。 ・旋回に伴うハンドル操作と植付部の昇降を自動で行うタイプもあるほか、田植え作業と同時に、ほ場の作土深と土壌肥沃度を測定し、最適量の施肥を行う土壌センシング可変施肥タイプもある。 	
アシストスーツ	<ul style="list-style-type: none"> ・背中や腰に装着し、モーターや空気圧のアシストにより、重量物の運搬時における腰部への負担を軽減する技術。 ・板バネを活用して重量物の持ち上げ等をサポートするタイプや、腕に装着し頭上にある果実の収穫等をサポートするタイプもある。 	
哺乳ロボット	<ul style="list-style-type: none"> ・個体別のプログラムに基づいて自動哺乳を行う技術。 ・固定式のほか、カーブハッチ等の飼養に対応した移動式もある。 	
搾乳ロボット	<p><ボックス式></p> <ul style="list-style-type: none"> ・搾乳作業の自動化により、労働負担の軽減、乳量の増加、搾乳以外の作業充実を実現する技術。 ・ICTとの連携や、生乳の迅速分析による繁殖管理等が可能。 <p><ロータリー式></p> <ul style="list-style-type: none"> ・既存の畜舎を生かし、飼養体系を変えずに、これまでのパーラー方式に比べて大幅に少ない労力で定時搾乳を実現できる技術。 <p><搾乳ユニット搬送装置></p> <ul style="list-style-type: none"> ・繋ぎ飼い牛舎における搾乳作業において、搾乳ユニット搬送を自動で行うことにより、労働負担を軽減する技術。 <p><つなぎ牛舎式></p> <ul style="list-style-type: none"> ・繋ぎ飼い牛舎において、移動台車に懸架した遊動鞍に軽量な自動搾乳ユニットを懸垂。牛体を捕捉して牛の動きに追従してティートカップの自動装着を行う技術。 	 
施設環境計測 施設環境制御	<p><施設環境計測・制御></p> <ul style="list-style-type: none"> ・施設内に各種センサーを設置し、温度、湿度飽差、日射量、CO2濃度等の環境データをリアルタイムに計測。クラウドにこれらの環境データを蓄積・分析し可視化する技術。 ・計測データをもとに、生育状況、収穫予測を行い、温室内が生育に最適となるよう、換気窓やカーテンの開閉、灌水・養液供給などを自動制御する技術。 	
精密化技術		
生産・経営管理システム	<ul style="list-style-type: none"> ・作業内容や生育状況などの生産データや、会計・労務管理などの経営データを記録・管理し、ほ場や作物ごとに年間作付計画の作成やコスト・収益などの分析を行うシステム。 ・記録・分析したデータを新規就農者等の技術習得にも活用可能。 	
技術継承システム	<ul style="list-style-type: none"> ・暗黙知となっている熟練農業者の栽培技術を映像により見える化し、新規就農者等の技術習得に活用するシステム。 	

(5) 地域でのスマート農業技術の導入の進め方

地域での導入については、次のような基本的な考え方のもとで進めてまいります。

- 地域（市町村・農協等）において、地域農業の現状・課題の分析と、今後の振興方策を検討し、その実現のために必要とされるスマート農業技術を選択の上、営農技術体系を整理することが必要です。
- 農業者がスマート農業技術を導入する場合には、個々の営農状況に応じて導入する技術や目的、効果、費用、活用できる助成制度などについて、農業者と市町村・農協等が十分に検討を行い、スマート農業技術の導入効果が最大限発揮できるようにすることが必要です。
- さらに、スマート農業技術に係る機械・機器の操作やデータ送信に必要な光ファイバ、携帯電話等の情報通信網の整備、トラクターなどの農作業機械等の効率的な走行を可能とするほ場の大区画化や排水対策、農道の整備等の農業基盤整備が必要です。

(6) 今後の取組方向について

スマート農業技術が地域や個々の営農状況に応じて着実に導入されるよう、技術情報の提供をはじめ、人材の育成や相談窓口の設置、導入コストの低減などに取り組みます。

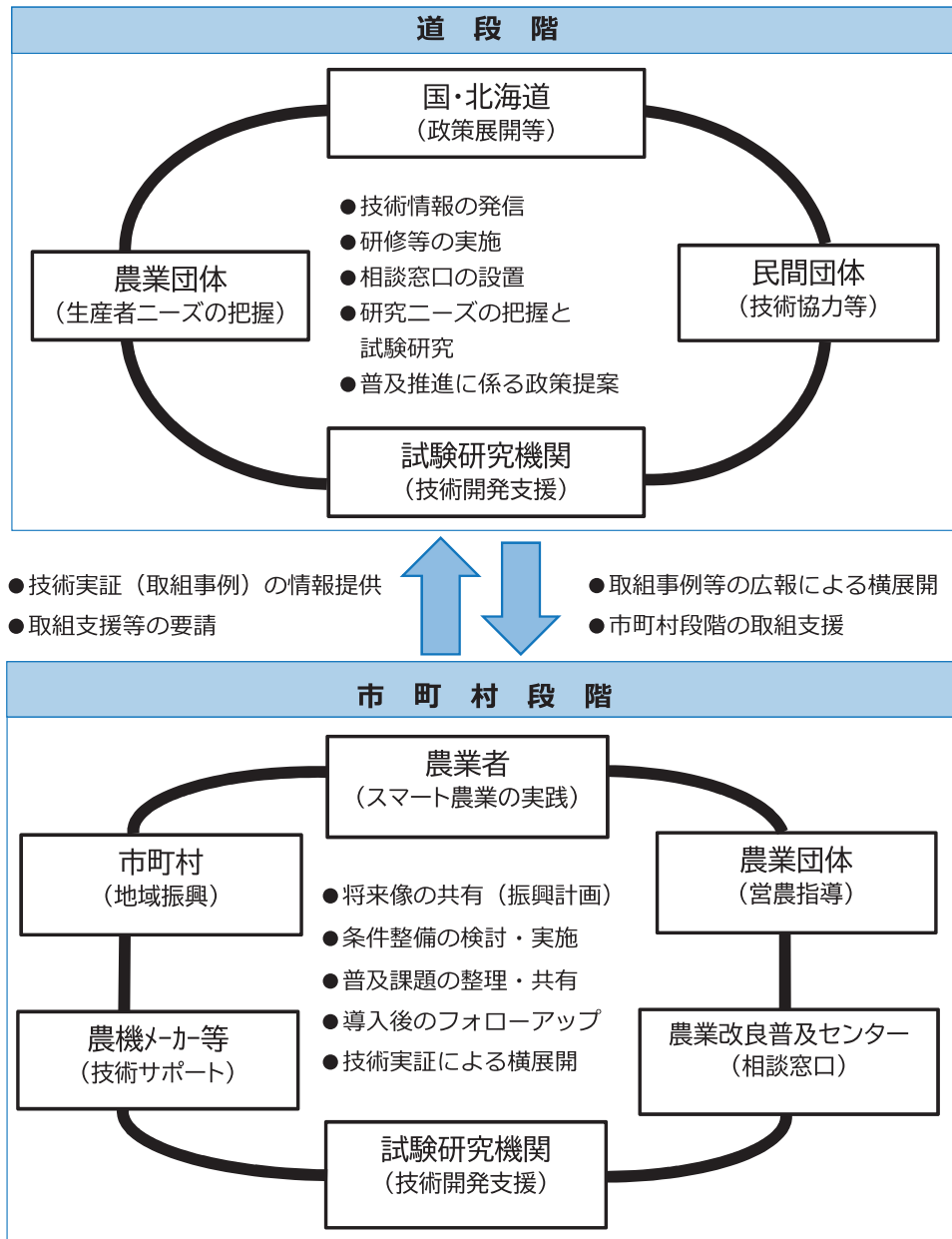
表－4 今後の取組方向

技術情報の発信	・実証成果や技術開発の状況等の各種機会を通じた発信。
人材の育成	・コーディネート等を担う人材育成研修等の実施。 ・時代を担う高校生や女性農業者等を対象とした研修教育等の充実。
相談窓口の設置	・農業改良普及センターに専門相談窓口を設置。
導入コストの低減	・各地の実証成果を踏まえた経済性の検証や各種助成制度の活用と共同利用等による導入コスト低減の提案。
技術の実証	・各地の技術実証に対する支援。 ・普及センターによる成果を活用した普及推進活動。
農業基盤の整備	・計画的なほ場の大区画化や排水対策、農道整備等の推進。
情報通信環境の整備	・スマート農業技術に応じた有線・無線それぞれの整備検討を支援。 ・国の助成制度を活用した費用負担の軽減と地域計画づくりを支援。

(7) 推進体制

道段階、市町村段階において、農業者と関係機関からなる推進体制を構築し、関係者がそれぞれの役割を果たしながら情報の共有と連携・協働により、地域への円滑な普及と定着を促進します。

図-3 スマート農業の推進体制図（推進方針より抜粋）



◆ おわりに

農業従事者の高齢化や労働力不足が進む中、本道農業が将来にわたり魅力ある産業として成長し、今後も活力に満ちた農村地域を形成していくため、生産基盤の整備や担い手の育成・確保とともに、幅広い関係者との連携により、新たな技術開発や先端技術を組み合わせた技術体系の組み立てを推進し、本道農業の競争力強化と持続的な発展に向け、将来を支えていくスマート農業技術の各地域への一層の導入・普及に向けて取り組んでいきます。

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 (%)
2016年度	99.8	0.1	100.6	0.8	99.4	△ 0.3	100.2	0.6	92.3	△ 0.3	93.9	△ 1.4
2017年度	100.3	0.5	103.5	2.9	101.4	2.0	102.4	2.2	98.0	6.2	98.7	5.1
2018年度	98.0	△ 2.3	103.8	0.3	97.9	△ 3.5	102.6	0.2	101.2	3.3	98.9	0.2
2019年度	92.7	△ 5.4	99.9	△ 3.8	92.1	△ 5.9	98.9	△ 3.6	108.3	7.0	101.8	2.9
2019年 4～6月	95.8	△ 1.7	102.8	0.0	95.4	△ 1.0	101.4	△ 0.2	105.7	△ 0.4	104.4	1.0
7～9月	93.1	△ 2.8	101.7	△ 1.1	92.5	△ 3.0	101.3	△ 0.1	107.9	2.1	103.3	△ 1.1
10～12月	90.9	△ 2.4	98.0	△ 3.6	90.9	△ 1.7	97.3	△ 3.9	107.4	△ 0.5	104.0	0.7
2020年 1～3月	91.2	0.3	98.4	0.4	89.4	△ 1.7	96.7	△ 0.6	113.6	5.8	106.4	2.3
4～6月	p 83.2	△ 8.8	81.8	△ 16.9	p 81.5	△ 8.8	80.5	△ 16.8	p 115.4	1.6	100.8	△ 5.3
2019年 6月	94.6	△ 2.7	101.5	△ 2.6	95.0	△ 1.3	99.5	△ 3.2	105.7	1.1	104.4	0.6
7月	93.9	△ 0.7	102.2	0.7	93.7	△ 1.4	102.0	2.5	107.1	1.3	104.3	△ 0.1
8月	93.0	△ 1.0	100.5	△ 1.7	92.2	△ 1.6	100.0	△ 2.0	102.5	△ 4.3	104.2	△ 0.1
9月	92.4	△ 0.6	102.4	1.9	91.5	△ 0.8	101.8	1.8	107.9	5.3	103.3	△ 0.9
10月	90.0	△ 2.6	98.3	△ 4.0	91.2	△ 0.3	98.2	△ 3.5	105.5	△ 2.2	104.1	0.8
11月	92.0	2.2	97.7	△ 0.6	91.6	0.4	96.8	△ 1.4	106.2	0.7	103.6	△ 0.5
12月	90.7	△ 1.4	97.9	0.2	89.8	△ 2.0	97.0	0.2	107.4	1.1	104.0	0.4
2020年 1月	90.5	△ 0.2	99.8	1.9	89.4	△ 0.4	97.9	0.9	105.4	△ 1.9	106.2	2.1
2月	91.4	1.0	99.5	△ 0.3	89.6	0.2	98.9	1.0	108.8	3.2	104.4	△ 1.7
3月	91.6	0.2	95.8	△ 3.7	89.3	△ 0.3	93.2	△ 5.8	113.6	4.4	106.4	1.9
4月	83.8	△ 8.5	86.4	△ 9.8	80.8	△ 9.5	84.3	△ 9.5	113.3	△ 0.3	106.1	△ 0.3
5月	r 79.5	△ 5.1	78.7	△ 8.9	r 78.4	△ 3.0	76.8	△ 8.9	r 113.3	0.0	103.3	△ 2.6
6月	p 86.2	8.4	80.2	1.9	p 85.4	8.9	80.5	4.8	p 115.4	1.9	100.8	△ 2.4
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(%)
2016年度	953,907	0.4	195,260	△ 1.1	202,849	△ 3.5	65,607	△ 3.4	751,058	1.6	129,653	0.0
2017年度	962,121	0.9	196,252	0.5	201,291	△ 0.8	65,354	△ 0.4	760,830	1.3	130,898	1.0
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	956,501	△ 1.4	193,428	△ 1.6	186,290	△ 7.1	60,423	△ 5.6	770,211	0.1	133,005	0.2
2019年 4～6月	232,053	0.4	46,976	△ 0.6	45,037	△ 2.0	14,973	△ 2.0	187,016	1.0	32,003	0.1
7～9月	240,118	1.8	48,860	2.0	48,267	5.2	15,614	6.0	191,851	0.9	33,247	0.3
10～12月	252,406	△ 3.5	50,920	△ 4.1	53,129	△ 7.6	16,777	△ 8.6	199,276	△ 2.3	34,142	△ 1.8
2020年 1～3月	231,924	△ 4.0	46,672	△ 3.5	39,856	△ 22.0	13,059	△ 16.4	192,068	0.8	33,613	2.5
4～6月	228,649	△ 6.6	44,768	△ 11.4	21,591	△ 52.1	7,398	△ 50.6	207,058	3.6	37,370	5.1
2019年 6月	78,213	1.1	15,982	△ 0.3	15,473	△ 2.2	5,221	△ 2.1	62,739	2.0	10,761	0.6
7月	78,630	△ 3.2	16,246	△ 4.4	15,909	△ 5.2	5,416	△ 3.6	62,722	△ 2.7	10,830	△ 4.9
8月	80,222	0.1	15,893	0.9	14,927	△ 2.4	4,578	1.4	65,295	0.7	11,315	0.7
9月	81,266	9.0	16,721	10.5	17,431	26.5	5,619	22.2	63,835	5.0	11,101	5.4
10月	72,260	△ 6.3	14,572	△ 8.1	13,906	△ 14.4	4,269	△ 17.2	58,354	△ 4.1	10,303	△ 3.7
11月	78,204	△ 2.2	16,113	△ 2.0	16,477	△ 6.5	5,453	△ 5.8	61,727	△ 1.0	10,660	0.1
12月	101,942	△ 2.3	20,234	△ 2.8	22,746	△ 3.8	7,055	△ 4.7	79,196	△ 1.9	13,179	△ 1.8
2020年 1月	80,992	△ 0.6	16,064	△ 1.6	17,643	△ 2.4	5,211	△ 3.3	63,350	△ 0.1	10,853	△ 0.8
2月	72,580	△ 2.2	14,389	0.3	12,140	△ 22.0	4,060	△ 11.8	60,439	3.1	10,329	6.0
3月	78,352	△ 8.9	16,219	△ 8.8	10,073	△ 42.4	3,788	△ 32.6	68,279	△ 0.3	12,431	2.6
4月	72,466	△ 10.2	13,450	△ 18.6	5,565	△ 61.9	1,397	△ 71.5	66,901	1.1	12,053	3.7
5月	74,002	△ 9.2	14,529	△ 13.6	3,738	△ 75.0	1,744	△ 64.1	70,264	5.4	12,785	6.7
6月	82,181	△ 0.4	16,789	△ 2.3	12,288	△ 20.6	4,257	△ 18.5	69,893	4.3	12,532	4.8
資料	経済産業省、北海道経済産業局											

■ 百貨店・スーパー販売額の前年同月比は全店ベースによる。
 ■ 「P」は速報値、「r」は修正値。

主要経済指標 (2)

年月	専門量販店販売額											
	家電大型専門店				ドラッグストア				ホームセンター			
	北海道		全国		北海道		全国		北海道		全国	
	百万円	前年同月比(%)	億円	前年同月比(%)	百万円	前年同月比(%)	億円	前年同月比(%)	百万円	前年同月比(%)	億円	前年同月比(%)
2016年度	136,978	0.1	41,984	△ 0.7	242,714	5.6	57,729	5.3	129,492	△ 1.6	33,040	△ 0.4
2017年度	141,377	3.2	43,348	3.3	255,331	5.3	61,503	6.4	130,289	0.6	32,908	△ 0.4
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	45,213	2.3	283,490	6.6	70,096	7.1	133,409	△ 0.4	33,010	0.7
2019年 4～6月	33,269	4.2	10,593	5.2	68,395	5.5	17,041	5.1	37,642	1.9	8,594	△ 0.2
7～9月	44,938	23.8	13,316	16.8	72,351	6.9	18,128	9.7	35,634	2.9	8,636	4.6
10～12月	34,192	△ 11.5	10,322	△ 10.3	70,152	6.4	17,082	2.7	34,211	△ 7.6	8,384	△ 4.4
2020年 1～3月	36,671	△ 3.9	10,982	△ 2.3	72,592	7.8	17,844	10.8	25,922	2.2	7,397	3.7
4～6月	36,442	9.5	11,597	9.1	71,092	3.9	18,378	7.8	40,929	8.7	9,517	10.7
2019年 6月	11,630	7.7	3,752	7.3	23,576	5.6	5,755	5.6	11,653	2.0	2,684	△ 0.1
7月	12,345	△ 4.3	4,046	△ 10.4	23,262	4.2	5,878	2.0	11,371	△ 2.3	2,724	△ 7.1
8月	14,190	24.5	4,116	17.6	24,259	4.7	5,881	6.4	11,713	4.3	2,866	4.7
9月	18,403	53.3	5,154	52.4	24,830	11.8	6,370	21.8	12,550	6.7	3,045	17.5
10月	8,821	△ 18.6	2,659	△ 14.2	24,956	15.4	5,420	0.2	10,273	△ 10.9	2,550	△ 7.1
11月	10,599	△ 7.8	3,185	△ 5.5	21,606	△ 0.4	5,467	3.4	11,093	△ 5.0	2,629	△ 2.1
12月	14,772	△ 9.4	4,478	△ 11.2	23,590	4.3	6,195	4.4	12,845	△ 7.0	3,205	△ 4.2
2020年 1月	13,432	2.9	3,851	△ 0.3	24,475	1.7	5,683	6.3	8,188	△ 1.1	2,326	△ 1.5
2月	10,251	0.4	3,245	5.2	24,534	9.1	6,064	19.1	7,918	5.4	2,347	9.7
3月	12,988	△ 12.7	3,885	△ 9.5	23,583	13.3	6,097	7.6	9,816	2.6	2,723	3.5
4月	9,969	△ 6.7	3,073	△ 9.0	23,168	3.2	6,184	10.8	12,267	0.8	2,986	4.1
5月	11,363	3.8	3,795	8.8	23,143	3.4	6,070	6.4	14,970	8.4	3,382	11.2
6月	15,110	29.9	4,729	25.6	24,781	5.1	6,124	6.4	13,692	17.5	3,148	17.3
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。

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(%)
2016年度	555,104	1.9	115,183	3.4	260,403	2.1	281,038	△ 1.6	13,501	5.3	1,394	12.1
2017年度	565,731	1.9	118,019	2.3	264,433	1.5	284,587	1.3	13,777	2.0	1,736	24.5
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
2019年 4～6月	144,525	2.5	30,352	2.3	273,601	11.3	292,973	4.2	3,443	3.8	442	9.7
7～9月	155,664	1.4	31,912	0.1	267,476	9.1	294,987	4.5	4,173	8.4	440	△ 6.0
10～12月	147,470	2.5	30,885	2.0	287,317	6.3	293,272	△ 2.3	3,337	2.6	413	△ 7.4
2020年 1～3月	134,755	△ 0.1	28,599	△ 0.3	263,511	1.5	283,707	△ 2.9	2,314	△ 26.1	288	△ 49.1
4～6月	136,636	△ 5.5	27,781	△ 8.5	255,942	△ 6.5	264,546	△ 9.7	509	△ 85.2	0	△ 100.0
2019年 6月	48,755	1.1	10,116	1.4	270,241	14.4	276,882	3.5	1,210	0.2	166	11.5
7月	52,697	0.1	10,760	△ 1.3	253,167	2.3	288,026	1.6	1,299	△ 0.1	201	1.9
8月	53,467	2.9	10,950	1.9	262,487	4.0	296,327	1.3	1,531	△ 0.1	143	△ 20.4
9月	49,500	1.2	10,203	△ 0.2	286,775	21.7	300,609	10.8	1,343	32.0	96	5.4
10月	49,299	4.7	10,314	3.3	285,471	10.7	279,671	△ 3.7	1,177	4.0	112	△ 6.7
11月	46,937	1.7	9,938	2.3	264,284	△ 0.2	278,765	△ 0.8	1,088	3.3	109	△ 4.9
12月	51,234	1.0	10,633	0.6	312,196	8.3	321,380	△ 2.4	1,072	0.5	192	△ 9.3
2020年 1月	46,098	1.4	9,714	1.6	259,207	1.9	287,173	△ 3.1	1,008	0.4	191	△ 9.8
2月	44,182	3.4	9,308	3.4	255,240	1.9	271,735	0.2	922	△ 7.5	94	△ 54.1
3月	44,475	△ 4.9	9,577	△ 5.4	276,086	0.9	292,214	△ 5.5	384	△ 66.0	3	△ 97.9
4月	43,577	△ 6.5	8,914	△ 10.7	262,503	△ 6.2	267,922	△ 11.0	164	△ 84.2	0	△ 100.0
5月	45,639	△ 7.2	9,271	△ 9.6	243,251	△ 10.2	252,017	△ 16.2	105	△ 91.2	0	△ 100.0
6月	47,420	△ 2.7	9,596	△ 5.1	262,073	△ 3.0	273,699	△ 1.1	240	△ 80.2	0	△ 100.0
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(%)
2016年度	176,018	4.3	60,899	10.4	62,474	5.2	52,645	△ 2.8	4,243,393	3.1
2017年度	183,770	4.4	62,807	3.1	63,443	1.6	57,520	9.3	4,349,778	2.5
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
2019年 4～6月	47,083	1.2	15,963	8.7	16,838	△ 4.2	14,282	0.2	1,009,343	2.1
7～9月	48,081	5.7	16,656	7.5	16,041	1.9	15,384	8.1	1,155,457	7.5
10～12月	31,171	△16.6	11,062	△15.9	10,235	△17.1	9,874	△17.0	859,932	△16.0
2020年 1～3月	44,267	△10.0	15,226	△14.8	14,720	△ 3.1	14,321	△11.0	1,148,454	△10.0
4～6月	32,091	△31.8	9,967	△37.6	12,656	△24.8	9,468	△33.7	677,528	△32.9
2019年 6月	16,954	△ 4.5	6,044	4.8	6,119	△ 8.6	4,791	△ 9.5	366,975	△ 2.2
7月	16,610	△ 3.2	5,624	△ 1.1	6,298	△ 3.1	4,688	△ 5.9	379,422	2.9
8月	12,866	1.0	4,419	0.7	4,070	△ 7.5	4,377	10.7	317,179	4.9
9月	18,605	19.5	6,613	21.9	5,673	17.2	6,319	19.2	458,856	13.6
10月	10,013	△26.8	3,426	△25.3	3,129	△30.7	3,458	△24.5	259,919	△25.1
11月	11,383	△11.2	3,754	△20.7	3,976	△ 7.6	3,653	△ 3.5	315,735	△11.6
12月	9,775	△10.2	3,882	1.4	3,130	△11.3	2,763	△21.7	284,278	△11.1
2020年 1月	10,298	△ 9.0	3,460	△10.3	3,319	△ 5.7	3,519	△10.7	301,195	△12.1
2月	12,608	△ 9.1	4,204	△14.8	4,236	1.9	4,168	△13.0	362,052	△ 9.8
3月	21,361	△10.9	7,562	△16.8	7,165	△ 4.6	6,634	△10.0	485,207	△ 8.9
4月	11,124	△28.9	2,937	△41.7	5,007	△15.6	3,180	△32.1	219,231	△30.4
5月	8,142	△43.7	2,697	△44.8	3,312	△30.8	2,133	△55.6	174,404	△46.7
6月	12,825	△24.4	4,333	△28.3	4,337	△29.1	4,155	△13.3	283,893	△22.6
資料	(社)日本自動車販売協会連合会、(社)全国軽自動車協会連合会									

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(%)
2016年度	37,515	9.3	9,741	5.8	1,809	2.7	45,299	2.7	102,314	0.5
2017年度	37,062	△ 1.2	9,464	△ 2.8	1,983	9.6	47,293	4.4	101,480	△ 0.8
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
2019年 4～6月	10,155	△ 3.9	2,335	△ 4.7	524	△ 6.8	11,730	△ 3.4	26,620	4.1
7～9月	9,368	△ 7.4	2,332	△ 5.4	601	13.8	11,258	△ 7.6	25,989	△ 2.7
10～12月	7,631	△20.6	2,228	△ 9.4	351	△27.2	10,534	△ 9.6	23,846	△ 1.5
2020年 1～3月	5,332	△ 2.5	1,942	△ 9.9	280	△ 5.5	9,497	△ 5.6	27,581	△ 1.0
4～6月	8,908	△12.3	2,039	△12.7	720	37.6	10,629	△ 9.4	21,532	△19.1
2019年 6月	3,865	16.5	815	0.3	166	7.4	4,157	△ 1.1	10,091	12.5
7月	3,443	△ 2.8	792	△ 4.1	274	39.0	4,416	2.2	8,251	0.3
8月	3,186	△ 6.9	760	△ 7.1	178	33.7	3,619	△ 5.6	7,386	△14.5
9月	2,739	△13.1	779	△ 4.9	148	△24.7	3,223	△20.0	10,352	5.1
10月	2,629	△31.6	771	△ 7.4	171	2.5	3,389	△16.9	7,292	△ 6.1
11月	2,573	△19.1	735	△12.7	121	△17.3	3,348	△ 9.7	8,153	5.3
12月	2,429	△ 6.0	722	△ 7.9	59	△65.1	3,797	△ 1.6	8,402	△ 3.5
2020年 1月	1,241	△15.3	603	△10.1	38	△59.6	2,636	△27.2	6,675	△ 0.3
2月	1,739	11.4	631	△12.3	72	△23.0	3,395	△ 2.2	7,343	△ 2.4
3月	2,352	△ 3.7	707	△ 7.6	170	56.7	3,466	16.8	13,563	△ 0.7
4月	2,950	△10.9	692	△12.9	252	11.9	3,514	△10.8	7,328	△17.7
5月	2,804	△ 5.9	637	△12.3	263	97.9	3,794	4.4	6,384	△16.3
6月	3,154	△18.4	711	△12.8	206	24.1	3,321	△20.1	7,820	△22.5
資料	国土交通省				国土交通省				内閣府	

■「r」は修正値。

■船舶・電力を除く民需(原系列)。

主要経済指標 (4)

年月	公共工事請負金額				有効求人倍率 (常用)		新規求人数 (常用)				完全失業率	
	北海道		全国		北海道	全国	北海道		全国		北海道	全国
	百万円	前年同 月比(%)	億円	前年同 月比(%)	倍 原数値		人	前年同 月比(%)	人	前年同 月比(%)	% 原数値	
2016年度	877,653	13.9	145,395	4.1	1.04	1.25	31,966	2.5	811,190	5.4	3.6	3.0
2017年度	883,110	0.6	139,081	△ 4.3	1.11	1.38	32,434	1.5	853,671	5.2	3.2	2.7
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
2019年 4～6月	468,085	7.2	51,012	4.2	1.14	1.37	33,636	1.1	845,931	△ 1.6	3.0	2.4
7～9月	260,905	31.9	40,336	12.2	1.23	1.43	33,542	2.7	847,833	△ 0.7	2.1	2.3
10～12月	98,048	11.1	30,629	4.4	1.28	1.49	30,935	△ 1.8	833,572	△ 1.9	2.4	2.2
2020年 1～3月	129,189	△ 4.0	28,279	7.1	1.14	1.37	30,249	△ 12.1	782,531	△ 13.2	2.5	2.4
4～6月	519,479	11.0	52,730	3.4	0.94	1.04	26,777	△ 20.4	624,202	△ 26.2	3.3	2.8
2019年 6月	138,917	13.5	14,479	1.0	1.16	1.37	32,293	△ 0.2	827,585	△ 3.3	↓	2.3
7月	136,716	54.5	16,091	28.5	1.21	1.41	36,064	4.6	886,515	3.6	↑	2.3
8月	73,928	10.7	11,493	2.2	1.22	1.44	31,737	△ 2.0	829,177	△ 5.0	2.1	2.3
9月	50,260	18.4	12,751	4.6	1.26	1.45	32,826	5.4	827,806	△ 0.6	↓	2.4
10月	54,497	18.6	13,480	5.1	1.27	1.45	36,703	△ 0.1	920,103	△ 2.6	↑	2.4
11月	29,734	10.9	9,110	11.3	1.28	1.48	29,116	△ 7.0	801,742	△ 5.8	2.4	2.2
12月	13,816	△ 10.8	8,038	△ 3.6	1.28	1.53	26,987	1.8	778,872	3.3	↓	2.1
2020年 1月	10,565	14.5	6,415	9.6	1.18	1.44	30,330	△ 12.2	792,865	△ 15.1	↑	2.3
2月	19,274	27.8	6,994	△ 5.4	1.16	1.38	30,347	△ 11.3	801,358	△ 12.8	2.5	2.3
3月	99,348	△ 9.9	14,870	12.9	1.09	1.30	30,071	△ 12.7	753,369	△ 11.4	↓	2.6
4月	210,406	33.7	23,054	3.2	0.97	1.13	27,936	△ 22.3	604,382	△ 30.4	↑	2.8
5月	144,835	△ 15.7	13,291	△ 6.4	0.93	1.02	25,056	△ 23.3	582,678	△ 30.7	3.3	2.9
6月	164,237	18.2	16,386	13.2	0.93	0.97	27,339	△ 15.3	685,547	△ 17.2	↓	2.8
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			
	2015年=100	前年同 月比(%)	2015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
2016年度	99.6	△ 0.2	99.7	△ 0.2	279	5.3	8,381	△ 3.5	108.37	18,909
2017年度	100.9	1.3	100.4	0.7	263	△ 5.7	8,367	△ 0.2	110.80	21,454
2018年度	102.3	1.4	101.2	0.8	224	△ 14.8	8,111	△ 3.1	110.88	21,206
2019年度	103.1	0.8	101.8	0.6	208	△ 7.1	8,631	6.4	108.68	18,917
2019年 4～6月	102.7	0.7	101.7	0.8	64	3.2	2,074	△ 1.6	109.85	21,276
7～9月	102.8	0.5	101.6	0.5	47	△ 11.3	2,182	8.2	107.30	21,756
10～12月	103.6	0.7	102.1	0.6	44	△ 13.7	2,211	6.8	108.72	23,657
2020年 1～3月	103.4	1.3	101.9	0.6	53	△ 8.6	2,164	12.9	108.86	18,917
4～6月	102.4	△ 0.3	101.6	△ 0.1	56	△ 12.5	1,837	△ 11.4	107.60	22,288
2019年 6月	102.6	0.4	101.6	0.6	25	31.6	734	6.4	108.06	21,276
7月	102.6	0.4	101.5	0.6	15	△ 16.7	802	14.2	108.22	21,522
8月	102.7	0.5	101.7	0.5	21	16.7	678	△ 2.3	106.27	20,704
9月	103.0	0.5	101.6	0.3	11	△ 35.3	702	13.0	107.41	21,756
10月	103.4	0.5	102.0	0.4	12	△ 20.0	780	6.8	108.12	22,927
11月	103.6	0.7	102.2	0.5	15	△ 16.7	727	1.3	108.86	23,294
12月	103.7	1.1	102.2	0.7	17	△ 5.6	704	13.2	109.18	23,657
2020年 1月	103.4	1.3	102.0	0.8	21	31.3	773	16.1	109.34	23,205
2月	103.4	1.3	101.9	0.6	16	0.0	651	10.7	109.96	21,143
3月	103.5	1.1	101.9	0.4	16	△ 38.5	740	11.8	107.29	18,917
4月	102.6	△ 0.2	101.6	△ 0.2	25	56.3	743	15.2	107.93	20,194
5月	102.3	△ 0.5	101.6	△ 0.2	10	△ 56.5	314	△ 54.8	107.31	21,878
6月	102.4	△ 0.2	101.6	0.0	21	△ 16.0	780	6.3	107.56	22,288
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。



ほくよう調査レポート 2020.9月号(No.290)
令和2年(2020年)8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。>