

Hokuyo Investigation Report

ほくよう 調査レポート

No.292

2020

11

- 道内経済の動き
- 道内企業の経営動向調査
(2020年7～9月期実績、2020年10～12月期見通し)
- 寄稿
Withコロナ時代の北海道観光再考
ーインバウンド観光は必ず戻るー
- アジアニュース
ベトナムにおけるコロナ禍の現状

● 目 次 ●

道内経済の動き	1
定例調査：道内企業の経営動向調査	6
経営のポイント：業況に持ち直しの動きがみられるもの、先行きの見通しには慎重さ	15
寄稿：Withコロナ時代の北海道観光再考 ーインバウンド観光は必ず戻るー	19
アジアニュース：ベトナムにおけるコロナ禍の現状	26
主要経済指標	30



道内経済の動き

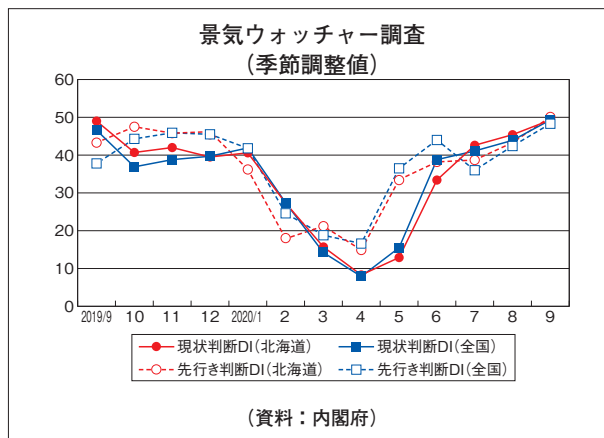
道内景気は、新型コロナウイルスの影響により厳しい状況が続いているが、持ち直しの動きがみられる。生産活動は弱めの動きがみられる。需要面をみると、個人消費は、一部に弱さが残るものの、持ち直しの動きがみられる。住宅投資は、減少基調にある。設備投資は、弱含みとなっている。公共投資は、堅調に推移している。輸出は、減少している。観光は、来道者数に持ち直しの動きがみられるものの、外国人入国者数が前年を大幅に下回り厳しい状況が続いている。

雇用情勢は、有効求人倍率が8か月連続で前年を下回り、弱さがみられる。企業倒産は、負債総額が5か月連続で前年を下回った。消費者物価は、5か月連続で前年を下回った。

1. 景気の現状判断DI～5か月連続で上昇

景気ウォッチャー調査による、9月の景気の現状判断DI（北海道）は前月を3.9ポイント上回る49.3と5か月連続で上昇した。横ばいを示す50を19か月連続で下回った。

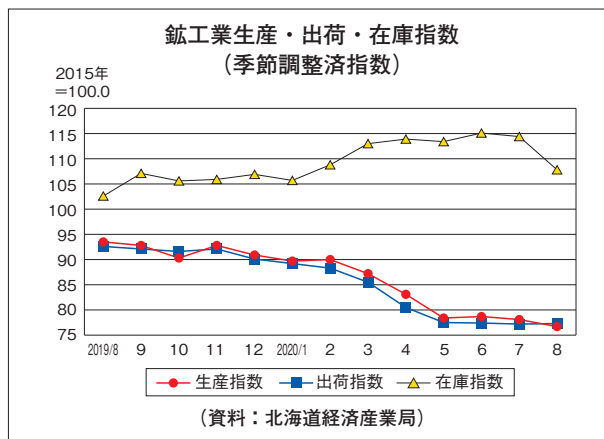
景気の先行き判断DI（北海道）は、前月を6.8ポイント上回る50.1となった。横ばいを示す50は18か月ぶりに上回った。



2. 鉱工業生産～2か月連続で低下

8月の鉱工業生産指数は76.7（季節調整済指数、前月比▲1.8%）と2か月連続で低下した。前年比（原指数）では▲19.0%と11か月連続で低下した。

業種別では、鉄鋼業など10業種が前月比低下となった。窯業・土石製品工業など5業種が前月比上昇となった。

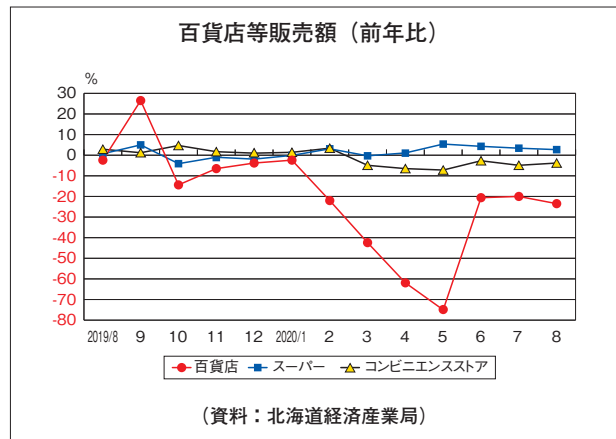


3. 百貨店等販売額～11か月連続で減少

8月の百貨店・スーパー販売額（全店ベース、前年比▲1.8%）は、11か月連続で前年を下回った。

百貨店（前年比▲23.5%）は、すべての品目が前年を下回った。スーパー（同+2.7%）は、飲食物品、その他が前年を上回った。

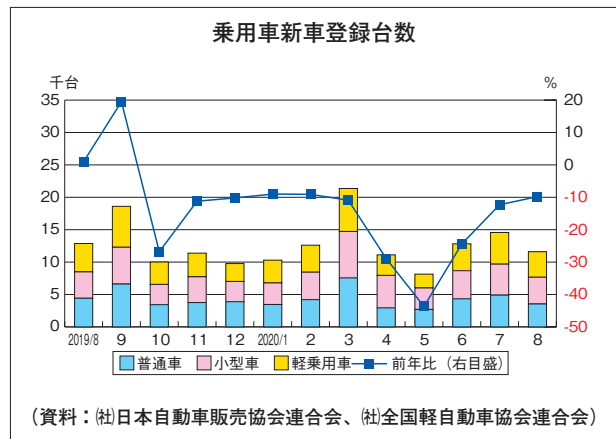
コンビニエンスストア（前年比▲3.8%）は、6か月連続前年を下回った。



4. 乗用車新車登録台数～11か月連続で減少

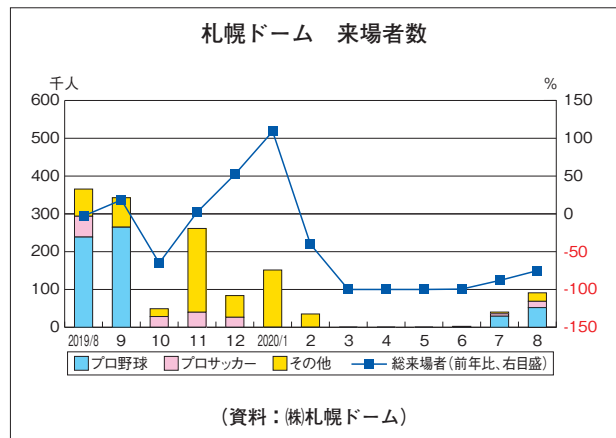
8月の乗用車新車登録台数は、11,603台（前年比▲9.8%）と11か月連続で前年を下回った。車種別では、普通車（同▲20.0%）、小型車（同+1.4%）、軽乗用車（同▲9.9%）となった。

4～8月累計では、58,266台（前年比▲23.9%）と前年を下回っている。内訳は普通車（同▲29.2%）、小型車（同▲20.7%）、軽乗用車（同▲21.6%）となった。



5. 札幌ドーム来場者数～前月から増加

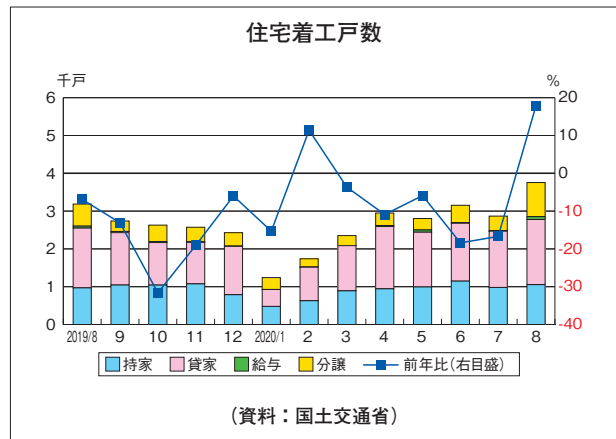
8月の札幌ドームへの来場者数は、91千人（前年比▲75.1%）と前年を下回った。8月1日から8月31日まで、展望台・駐車場無料キャンペーンを実施したことで来場者数は前月より増加となった。来場者内訳は、プロ野球52千人（同▲78.2%）、サッカー17千人（同▲69.9%）、その他が23千人（同▲68.6%）だった。



6. 住宅投資～6か月ぶりに増加

8月の住宅着工戸数は3,756戸（前年比+17.9%）と6か月ぶりに前年を上回った。利用関係別では、持家（同+8.9%）、貸家（同+9.0%）、給与（同+44.2%）、分譲（同+54.6%）となった。

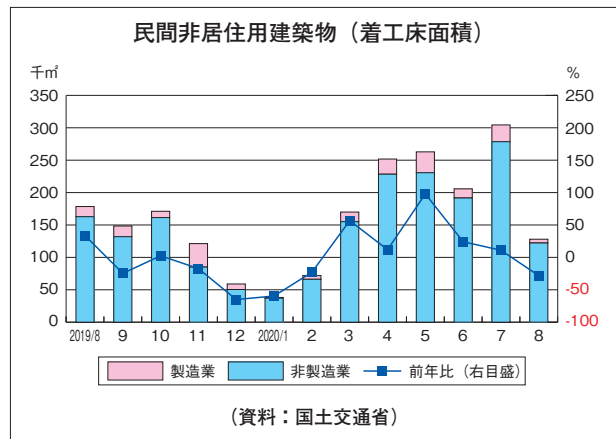
4～8月累計では15,532戸（前年比▲7.5%）と前年を下回った。利用関係別では、持家（同▲12.8%）、貸家（同▲4.5%）、給与（同▲24.9%）、分譲（同▲2.7%）となった。



7. 建築物着工床面積～6か月ぶりに減少

8月の民間非居住用建築物着工面積は、128,029㎡（前年比▲28.3%）と6か月ぶりに前年を下回った。業種別では、製造業（同▲63.0%）、非製造業（同▲24.9%）であった。

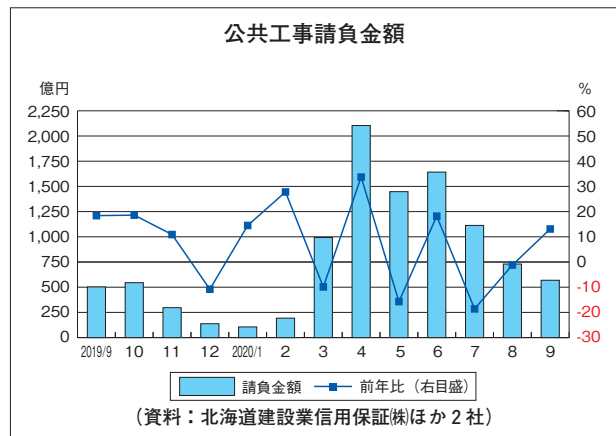
4～8月累計では、1,152,848㎡（前年比+18.1%）と前年を上回っている。業種別では、製造業（同▲0.5%）、非製造業（同+20.3%）となった。



8. 公共投資～3か月ぶりに増加

9月の公共工事請負金額は569億円（前年比+13.1%）と3か月ぶりに前年を上回った。

発注者別では、国（同+34.6%）、独立行政法人（同+58.3%）、道（同+7.6%）、市町村（同+4.3%）が前年を上回った。地方公社（同皆減）、その他（同▲31.9%）が前年を下回った。

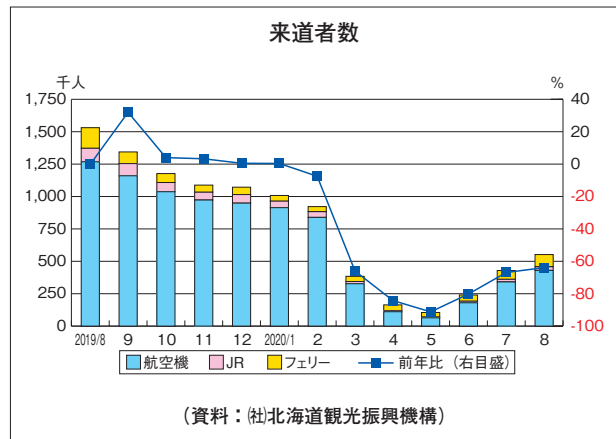


9. 来道者数～7か月連続で減少

8月の国内輸送機関利用による来道者数は、553千人（前年比▲63.9%）と7か月連続で前年を下回った。輸送機関別では、航空機（同▲66.1%）、JR（同▲72.7%）、フェリー（同▲40.8%）となった。

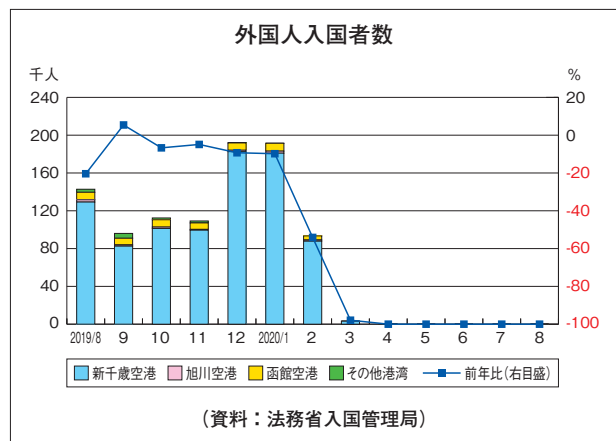
4～8月累計では、1,491千人（同▲76.2%）と前年を下回っている。

もっとも、GoToキャンペーンなどの政策もあり、3か月連続で持ち直しの動きがみられた。



10. 外国人入国者数～11か月連続で減少

8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11か月連続で前年を下回った。



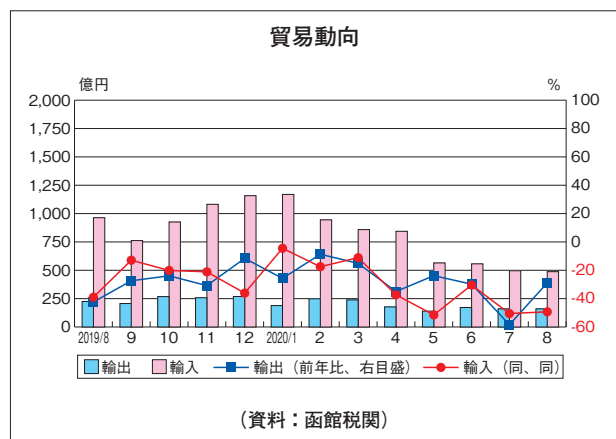
11. 貿易動向～輸出が13か月連続で減少

8月の貿易額は、輸出が前年比▲28.9%の160億円、輸入が同▲49.3%の488億円だった。

輸出は、船舶、鉄鋼、電気機器などが減少した。

輸入は、原油・粗油、石油ガス類、石炭などが減少した。

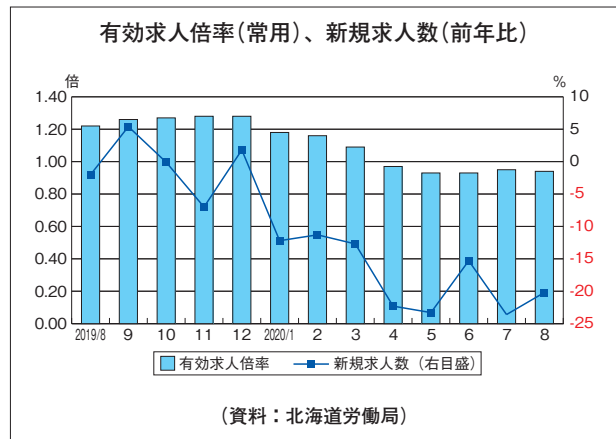
輸出は、4～8月累計では808億円（前年比▲38.3%）と前年を下回っている。



12. 雇用情勢～有効求人倍率が8か月連続で前年を下回る

8月の有効求人倍率（パートを含む常用）は、0.94倍（前年比▲0.28ポイント）と8か月連続で前年を下回った。

新規求人数は、前年比▲20.2%と8か月連続で前年を下回った。業種別では、医療・福祉（同▲15.8%）、サービス業（同▲32.2%）、宿泊業・飲食サービス業（同▲33.5%）、卸売業・小売業（同▲20.3%）などが前年を下回った。

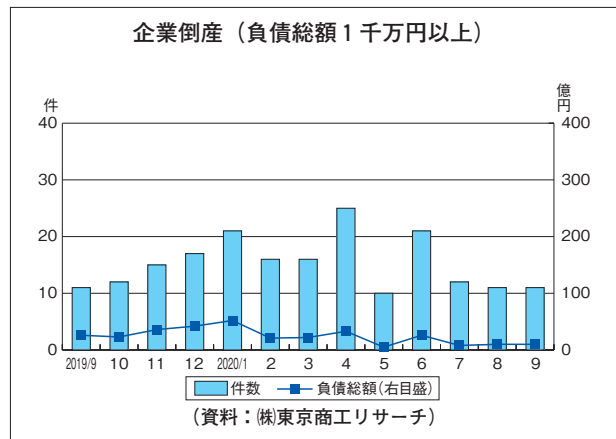


13. 倒産動向～負債総額は5か月連続で前年を下回る

9月の企業倒産は、件数が11件（前年比±0.0%）、負債総額が10億円（同▲59.6%）だった。負債総額は5か月連続で前年を下回った。

業種別では運輸業、サービス・他が各3件、一次産業、建設業、製造業、卸売業、小売業が各1件となった。

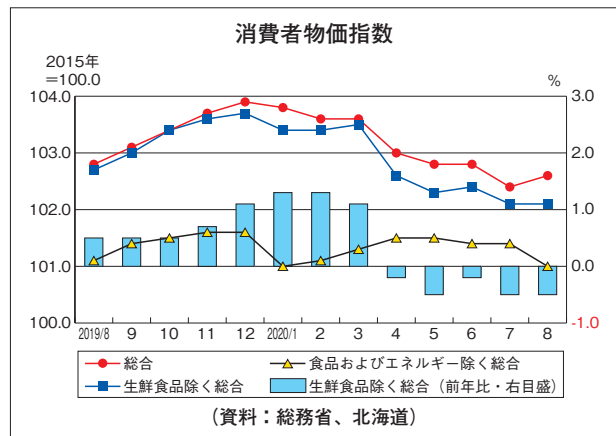
新型コロナウイルス関連の倒産件数は3件であった。



14. 消費者物価指数～5か月連続で前年を下回る

8月の消費者物価指数（生鮮食品を除く総合指数）は、102.1（前月比+0.1%）となった。前年比は▲0.5%と、5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、8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（8月10日）時点で前月比、灯油、ガソリン価格ともに値上がりした。





売上DI・利益DIともに5期ぶりに上昇

第78回 道内企業の経営動向調査

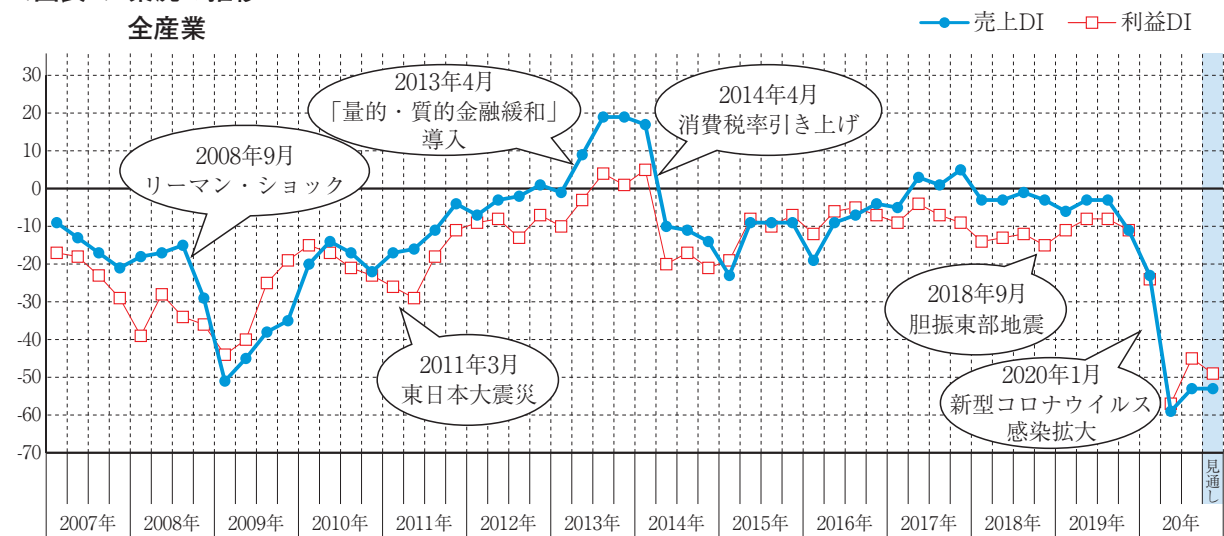
1. 2020年7～9月期 実績

前期に比べ、売上DI (△53) は6ポイント上昇、利益DI (△45) は12ポイント上昇と5期ぶりに上昇に転じたものの、売上DI・利益DIともに前期に続き全業種でマイナスとなった。持ち直しの動きはみられるものの、業況の水準はコロナ禍の影響により依然として全ての業種で厳しさが続いている。

2. 2020年10～12月期 見通し

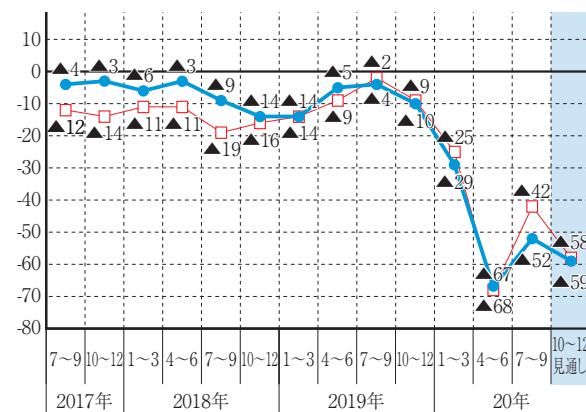
前期に比べ、売上DI (△53) は横ばい、利益DI (△49) は4ポイントの低下と、依然として厳しい先行き見通しとなった。製造業は売上DI、利益DIともに低下を見込むが、非製造業は横ばい圏の動きとなる見通し。

＜図表1＞業況の推移
全業種

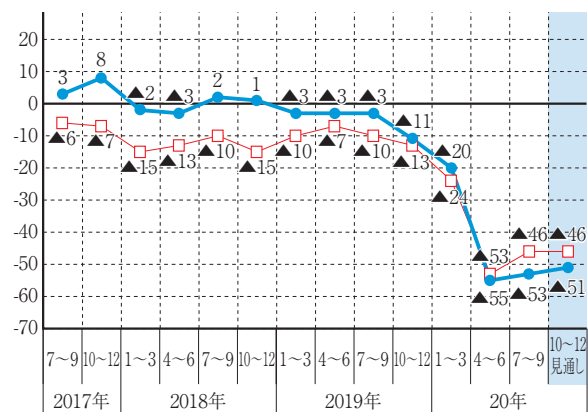


項目	2017年 7～9	10～12	2018年 1～3	4～6	7～9	10～12	2019年 1～3	4～6	7～9	10～12	2020年 1～3	4～6	7～9	10～12 見通し
売上DI	1	5	△3	△3	△1	△3	△6	△3	△3	△11	△23	△59	△53	△53
利益DI	△7	△9	△14	△13	△12	△15	△11	△8	△8	△11	△24	△57	△45	△49

製造業



非製造業



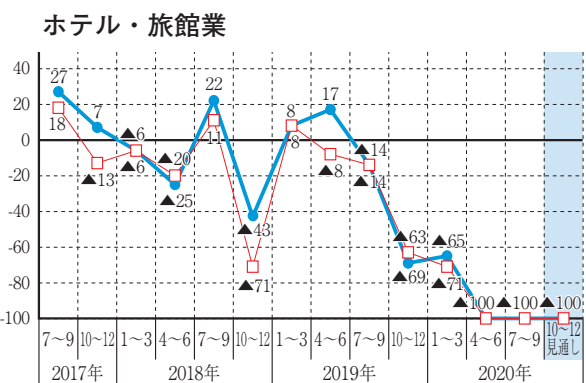
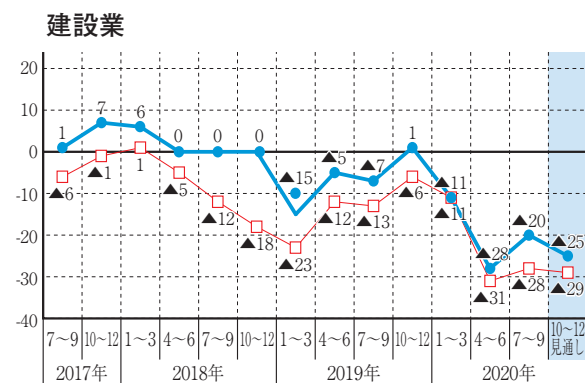
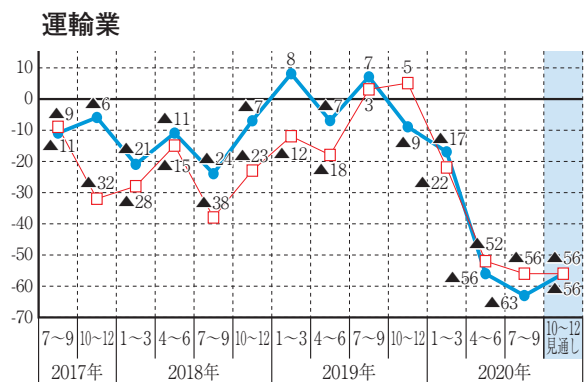
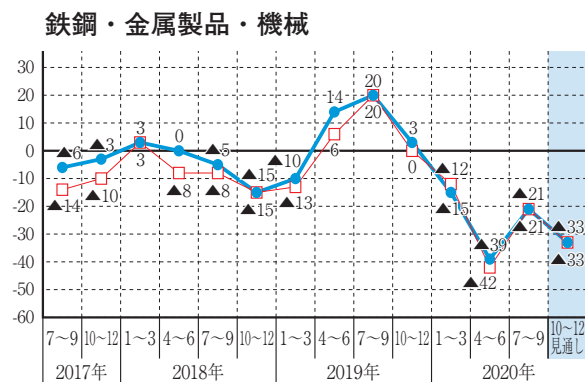
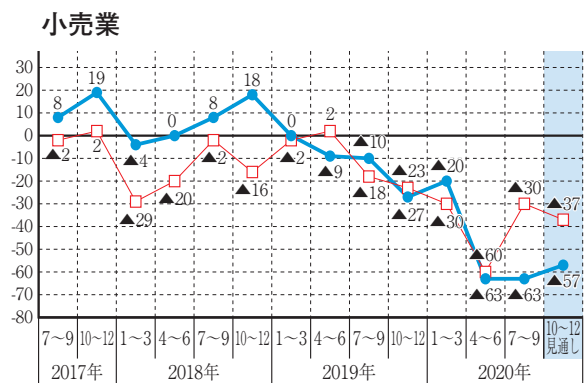
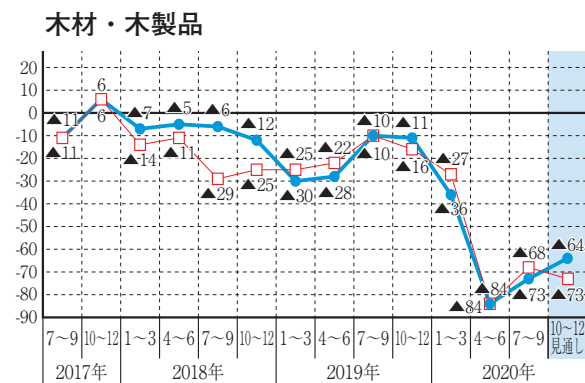
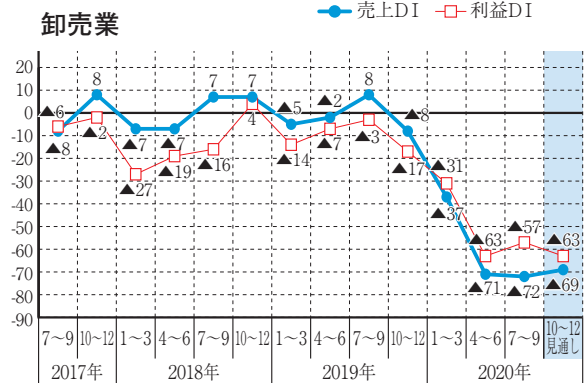
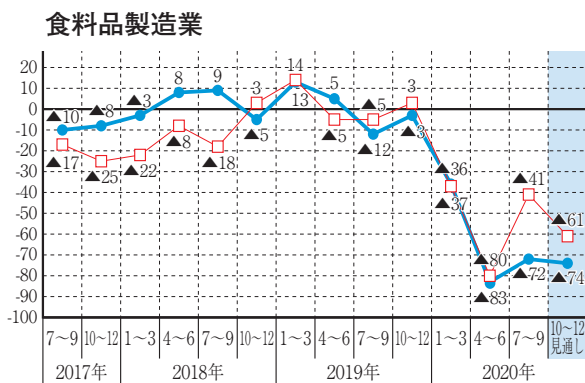
<図表 2-1>業種別の要点

	要 点 (2020年7～9月期実績)	2019年	2020年	2020年	2020年		2020年	
		10～12	1～3	4～6	7～9	10～12		
		実績	実績	実績	実績	前回 見通し	見通し	
全産業	持ち直しの動きがみられるが、依然としてコロナ禍の影響により厳しい業況が続いている。	売上D I	△11	△23	△59	△53	△62	△53
		利益D I	△11	△24	△57	△45	△60	△49
製造業	業況に持ち直しの動きがみられる。	売上D I	△10	△29	△67	△52	△69	△59
		利益D I	△9	△25	△68	△42	△72	△58
食料品	畜産・食品製造業の売上DI改善。利益DIは全ての業態で改善。	売上D I	△3	△36	△83	△72	△88	△74
		利益D I	3	△37	△80	△41	△85	△61
木材・木製品	製材業・木製品製造業ともに売上DI・利益DI改善。	売上D I	△11	△36	△84	△73	△79	△64
		利益D I	△16	△27	△84	△68	△79	△73
鉄鋼・金属製品・機械	全体では業況に改善みられるが、鉄鋼業の業況は後退。	売上D I	3	△15	△39	△21	△39	△33
		利益D I	0	△12	△42	△21	△52	△33
非製造業	業況は小幅に持ち直しも、業種によりばらつきがみられる。	売上D I	△11	△20	△55	△53	△58	△51
		利益D I	△13	△24	△53	△46	△55	△46
建設業	公共・民間ともに売上DI・利益DI改善。業態別では設備工が後退の動き。	売上D I	1	△11	△28	△20	△32	△25
		利益D I	△6	△11	△31	△28	△30	△29
卸売業	全ての業態で厳しい業況が続いている。	売上D I	△8	△37	△71	△72	△75	△69
		利益D I	△17	△31	△63	△57	△68	△63
小売業	大型店・自動車店の売上DI・利益DIがともに大幅悪化。	売上D I	△27	△20	△63	△63	△70	△57
		利益D I	△23	△30	△60	△30	△68	△37
運輸業	業況の後退が続いている。	売上D I	△9	△17	△56	△63	△52	△56
		利益D I	5	△22	△52	△56	△44	△56
ホテル・旅館業	依然として厳しい業況が続いている。	売上D I	△69	△65	△100	△100	△100	△100
		利益D I	△63	△71	△100	△100	△100	△100

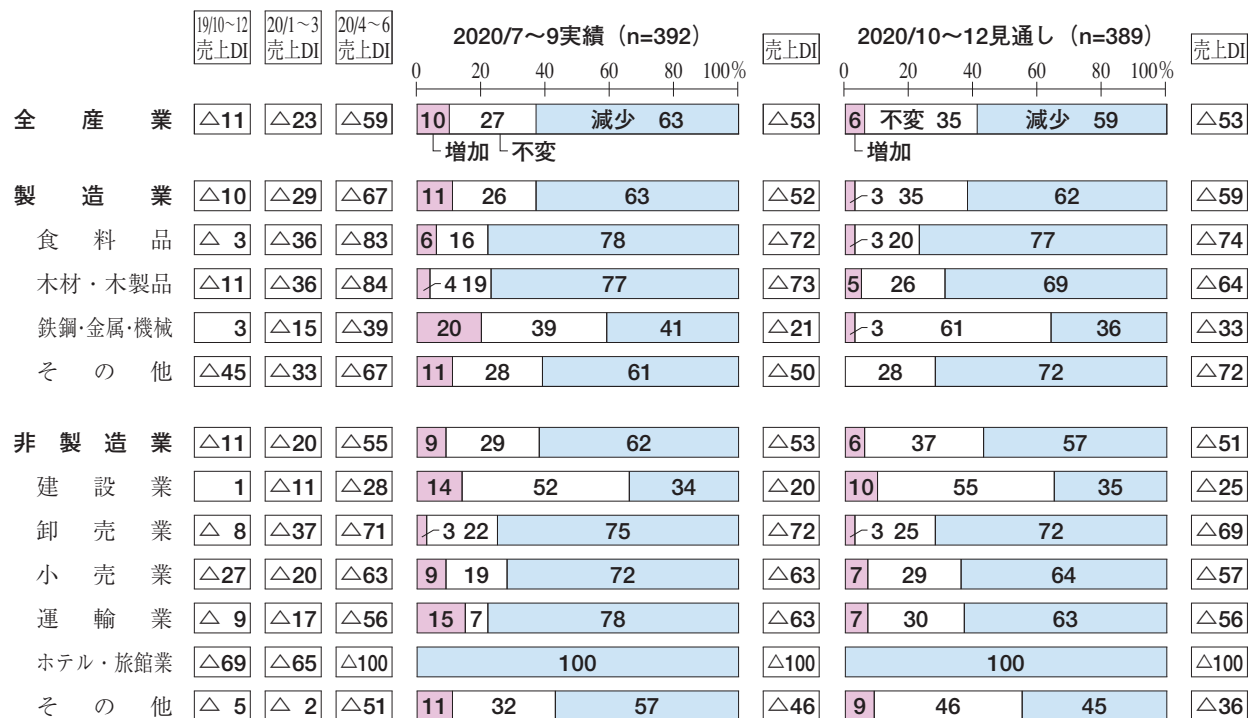
<図表 2-2>地域別業況の推移

		2018年	2018年	2018年	2018年	2019年	2019年	2019年	2019年	2020年	2020年	2020年		2020年
		1～3	4～6	7～9	10～12	1～3	4～6	7～9	10～12	1～3	4～6	7～9	10～12	
		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	△3	△3	△1	△3	△6	△3	△3	△11	△23	△59	△53	△62	△53
	利益D I	△14	△13	△12	△15	△11	△8	△8	△11	△24	△57	△45	△60	△49
札幌市	売上D I	△1	△4	△2	1	△6	0	7	△6	△13	△63	△58	△64	△52
	利益D I	△16	△16	△16	△7	△9	0	△5	△10	△17	△58	△49	△59	△50
道 央 (札幌除く)	売上D I	6	15	18	△1	△5	△5	△5	△16	△36	△50	△43	△57	△49
	利益D I	△3	4	8	△13	△9	△14	△3	△5	△34	△47	△43	△58	△55
道 南	売上D I	△29	△13	△15	△5	10	16	△19	△12	△29	△59	△63	△75	△56
	利益D I	△36	△27	△35	△49	△15	△11	△26	△7	△18	△59	△51	△72	△56
道 北	売上D I	△10	0	△2	4	△9	△6	△12	△6	△25	△54	△46	△55	△52
	利益D I	△6	△2	△2	13	△4	△6	△8	△11	△27	△55	△31	△62	△38
道 東	売上D I	0	△20	△15	△18	△14	△19	△7	△21	△22	△65	△55	△60	△58
	利益D I	△17	△26	△25	△36	△19	△19	△9	△25	△31	△70	△45	△57	△48

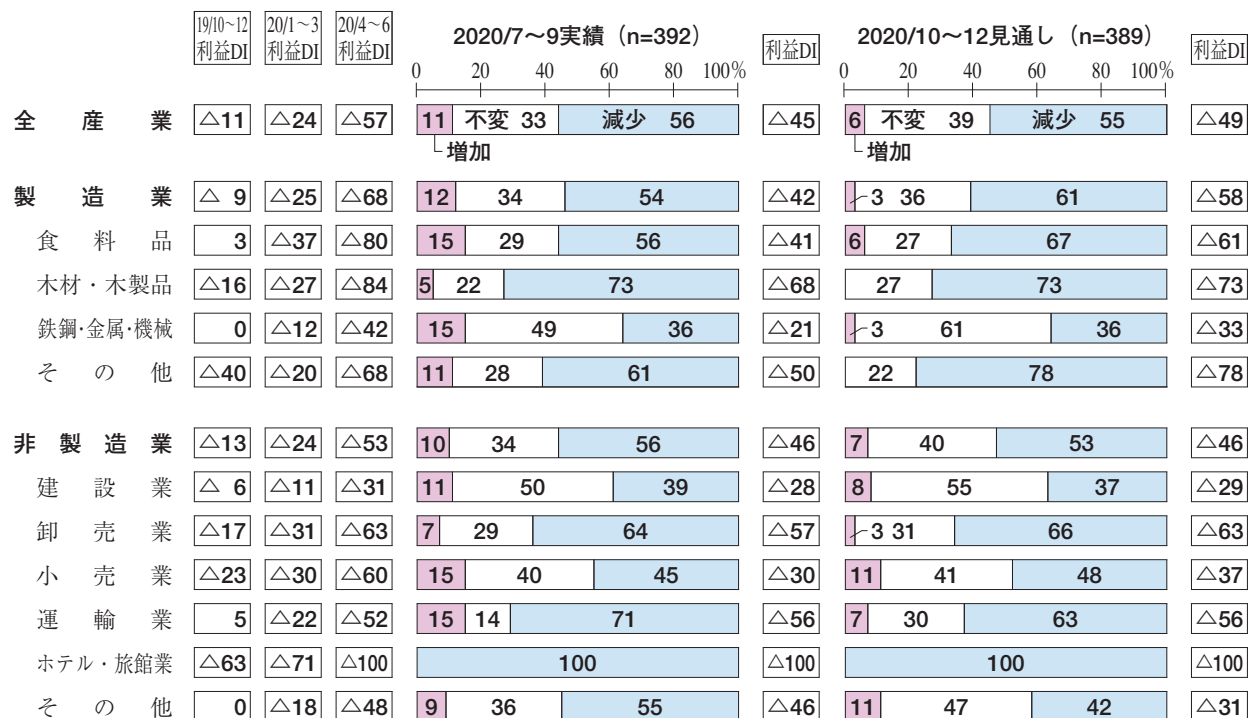
<図表3> 業況の推移 (業種別)



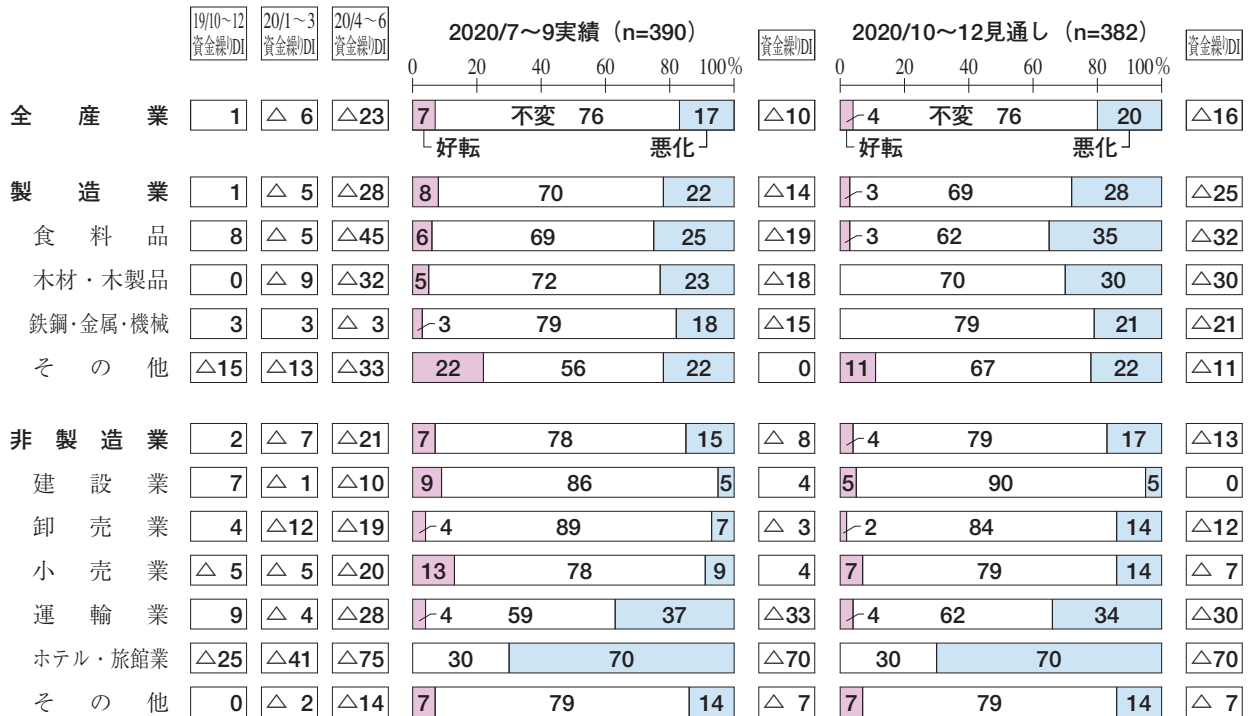
<図表4>売 上



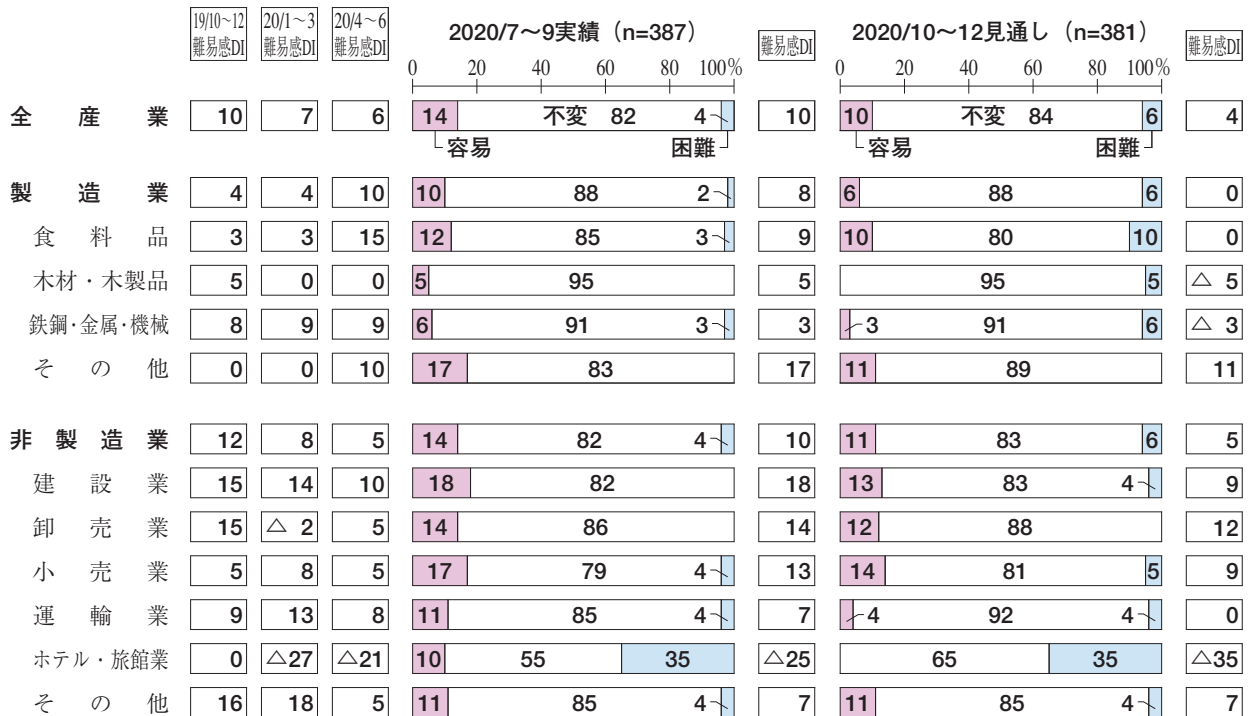
<図表5>利 益



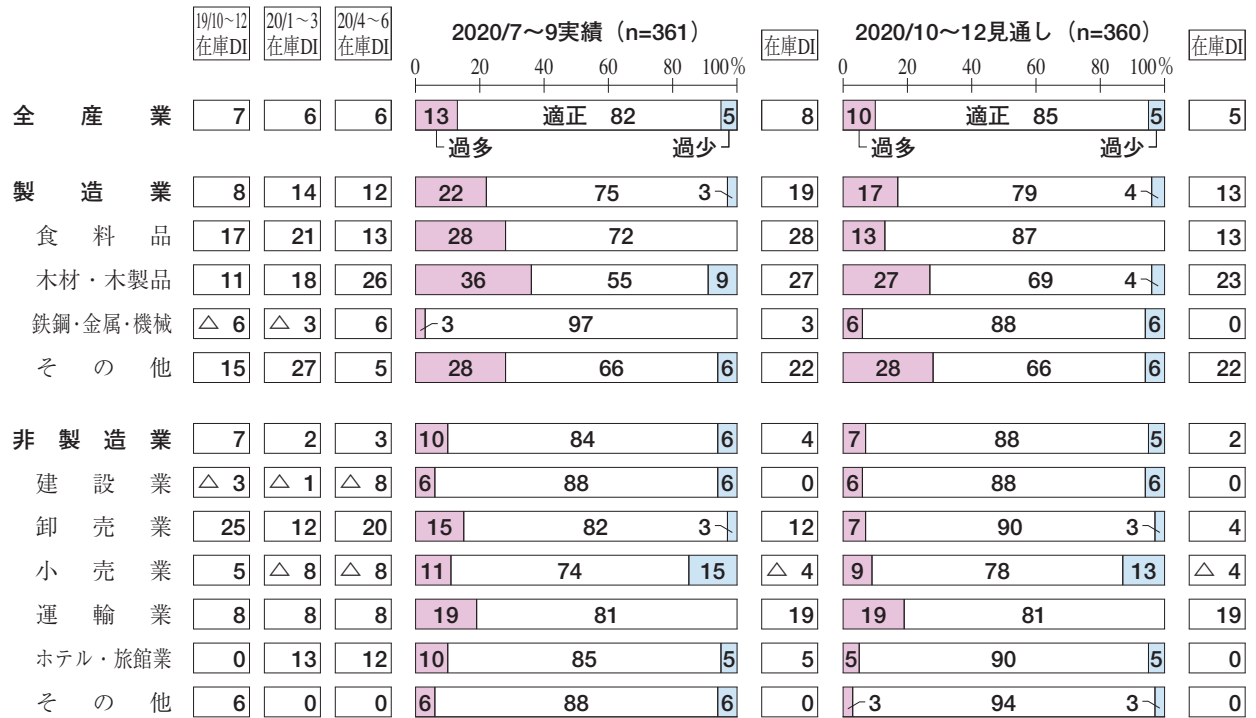
<図表6>資金繰り



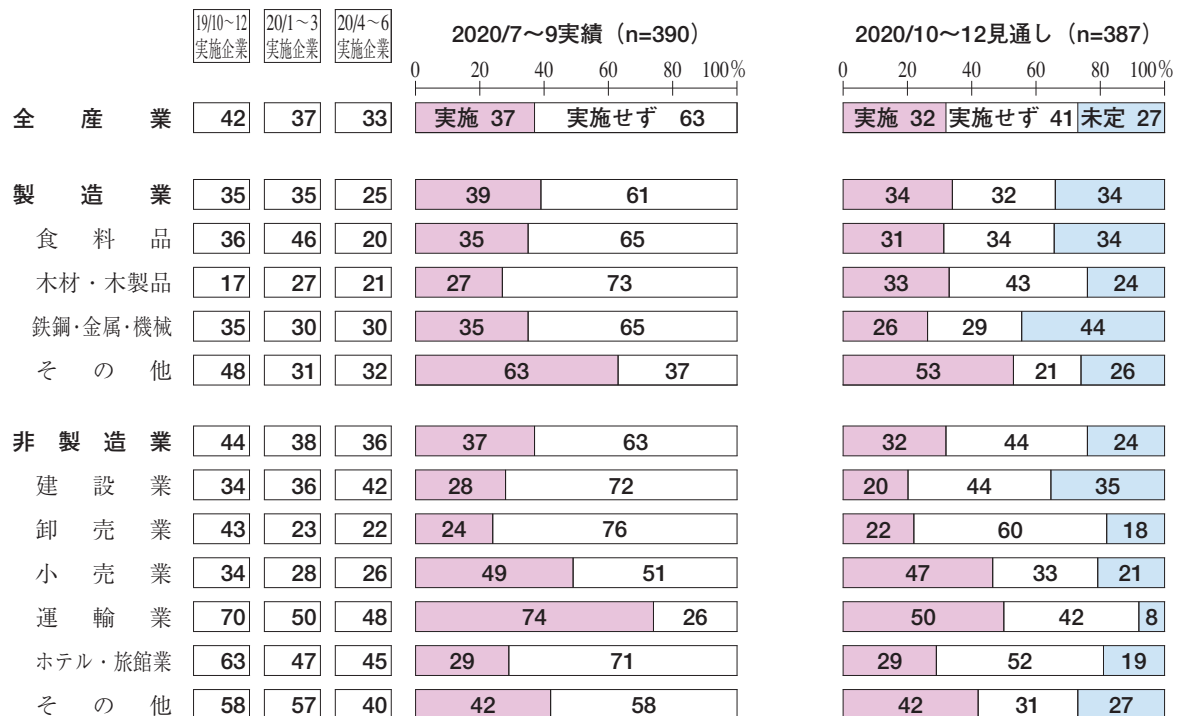
<図表7>短期借入金の難易感



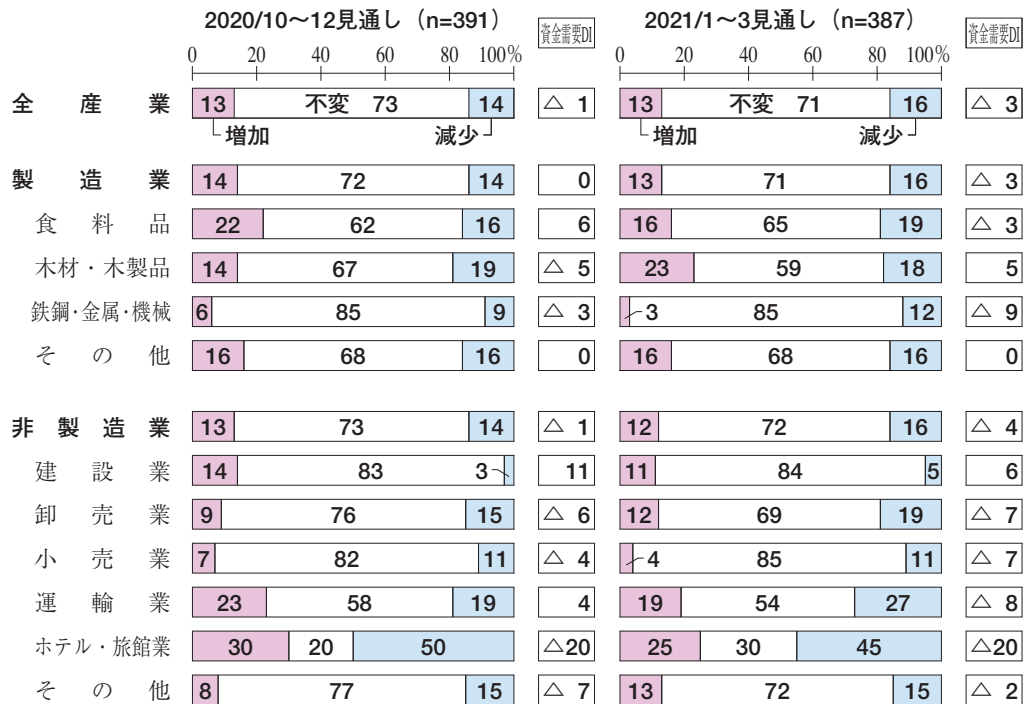
<図表8>在庫



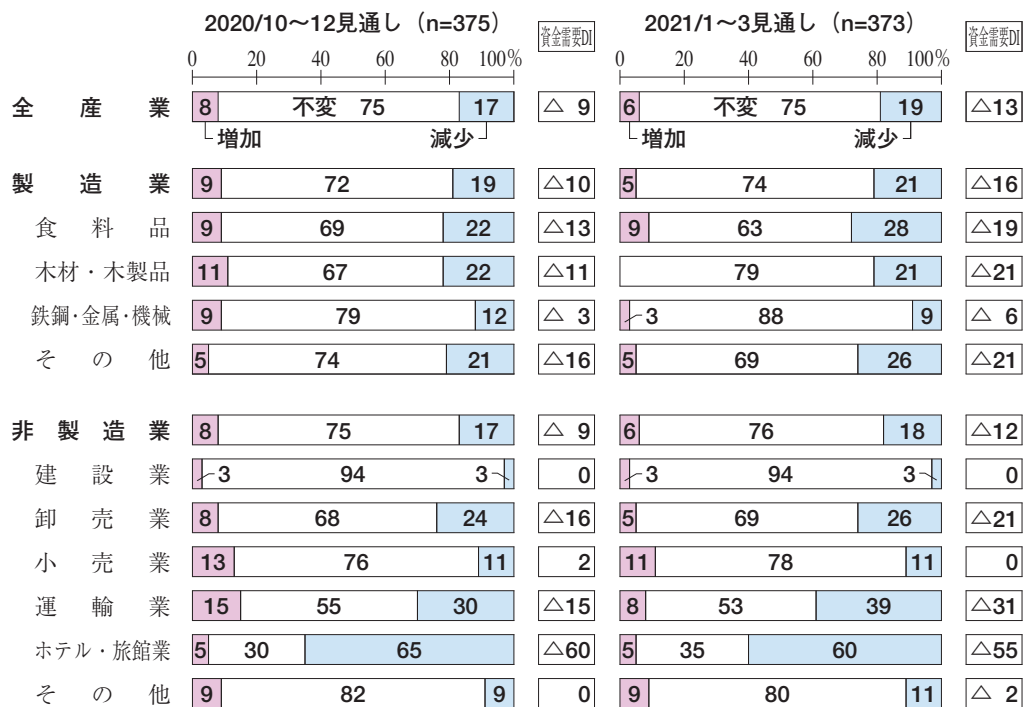
<図表9>設備投資



<図表10> 資金需要見通しの前年比較（運転資金）



<図表11> 資金需要見通しの前年比較（設備資金）

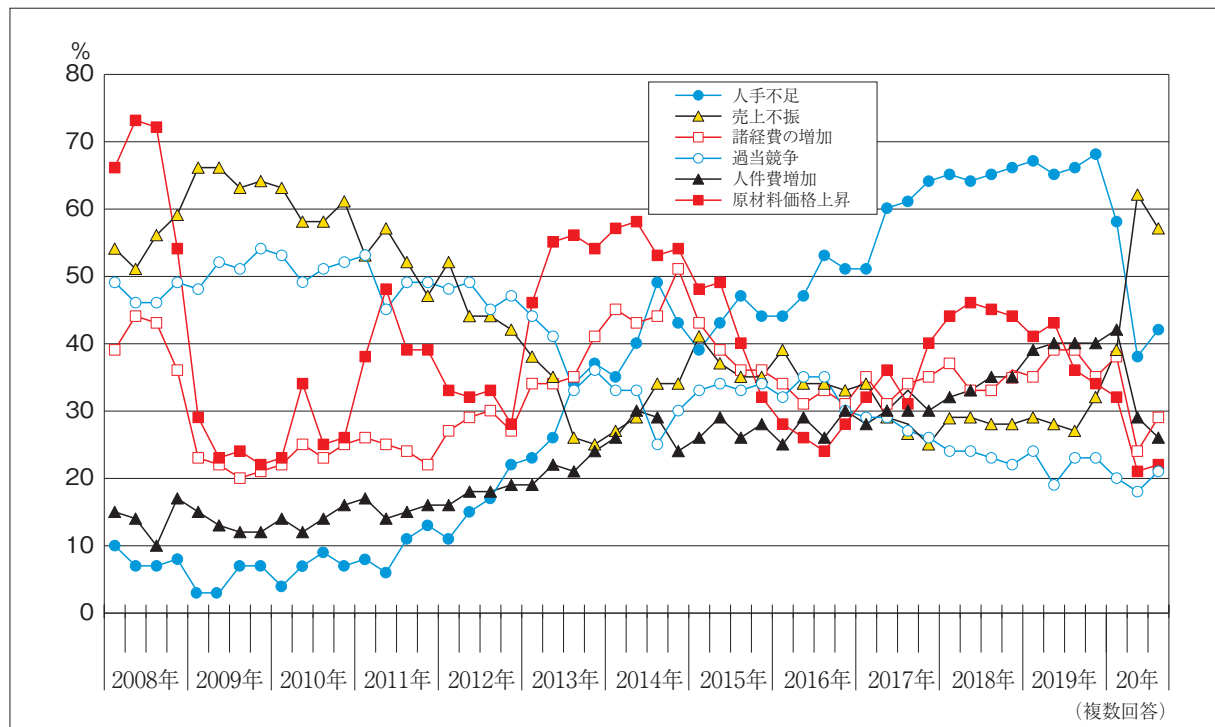


※四捨五入の関係から合計が100とならない場合がある。

<図表12> 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)売上不振（57%）	△ 5	木材・木製品製造業（91%）は12ポイント上昇、卸売業（72%）と運輸業（56%）は横ばい。その他の業種については低下。
(2)人手不足（42%）	+ 4	木材・木製品製造業（14%）は2ポイント、その他製造業（21%）は11ポイント、小売業（34%）は3ポイント低下。その他の業種については上昇。
(3)諸経費の増加（29%）	+ 5	木材・木製品製造業（23%）が9ポイント低下。その他の業種については上昇。
(4)人件費増加（26%）	△ 3	製造業は全ての業種で低下。非製造業は建設業（41%）が14ポイント、卸売業（25%）が4ポイント上昇。その他の業種については低下。
(5)原材料価格上昇（22%）	+ 1	業種によりばらつきがみられる。
(6)過当競争（21%）	+ 3	製造業、非製造業ともに上昇。

<図表13> 当面する問題点（上位項目）の推移（複数回答）



<図表14> 当面する問題点（複数回答）

（単位：％）

(項 目)	全産業	製造業					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
		食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	その他の製造業	その他の製造業								
(1)売上不振	① 57 (62)	① 64 (71)	① 61 (78)	① 91 (79)	② 47 (53)	① 68 (77)	① 54 (59)	① 29 (37)	① 72 (72)	① 57 (66)	① 56 (56)	① 95 (100)	① 49 (51)	
(2)人手不足	② 42 (38)	② 32 (30)	② 32 (25)	① 14 (16)	① 50 (44)	① 21 (32)	② 46 (42)	① 78 (71)	③ 27 (21)	③ 34 (37)	② 52 (48)	① 10 (5)	② 44 (40)	
(3)諸経費の増加	③ 29 (24)	③ 30 (27)	③ 39 (38)	③ 23 (32)	③ 29 (19)	③ 26 (18)	③ 29 (22)	③ 35 (29)	② 33 (26)	③ 23 (18)	③ 33 (28)	① 19 (10)	① 18 (12)	
(4)人件費増加	26 (29)	22 (34)	32 (48)	18 (21)	12 (22)	③ 26 (36)	② 28 (27)	② 41 (27)	② 25 (21)	14 (32)	26 (32)	19 (25)	③ 27 (28)	
(5)原材料価格上昇	22 (21)	② 32 (32)	② 45 (43)	③ 27 (26)	24 (25)	② 32 (27)	19 (17)	16 (20)	25 (19)	23 (13)	30 (20)	14 (10)	4 (12)	
(6)過当競争	21 (18)	14 (13)	13 (3)	14 (11)	12 (19)	21 (27)	23 (20)	18 (26)	25 (22)	② 48 (21)	11 (4)	③ 24 (30)	11 (9)	
(7)販売価格低下	12 (14)	17 (17)	10 (15)	② 45 (26)	6 (19)	16 (9)	10 (13)	3 (4)	13 (22)	20 (18)	0 (0)	③ 24 (40)	4 (5)	
(8)資金調達	8 (11)	7 (12)	10 (15)	0 (11)	9 (9)	5 (14)	8 (11)	1 (6)	6 (5)	5 (18)	22 (12)	② 38 (35)	4 (7)	
(9)設備不足	7 (7)	13 (12)	13 (15)	5 (-)	12 (16)	③ 26 (14)	4 (4)	3 (-)	3 (2)	0 (-)	7 (12)	14 (15)	7 (7)	
(10)価格引き下げ要請	6 (8)	8 (8)	6 (3)	9 (11)	9 (16)	11 (5)	5 (9)	4 (6)	9 (17)	0 (5)	0 (4)	0 (-)	9 (12)	
(11)代金回収悪化	3 (4)	0 (1)	0 (3)	0 (-)	0 (-)	0 (-)	4 (5)	3 (1)	4 (9)	5 (5)	0 (-)	0 (5)	7 (7)	
(12)その他	6 (8)	3 (6)	3 (8)	5 (5)	3 (6)	0 (5)	7 (9)	5 (11)	9 (7)	9 (11)	4 (8)	10 (20)	7 (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：調査票を配布し、郵送または電子メールにより回収。
- 調査内容：第78回定例調査（2020年7～9月期実績、同10～12月期見通し）
- 回答期間：2020年8月下旬～9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

全道	企業数	構成比	地 域
全道	393	100.0%	
札幌市	154	39.2	道央は札幌市を除く石狩、後志、
道央	81	20.6	胆振、日高の各地域、空知地域南部
道南	35	8.9	渡島・檜山の各地域
道北	61	15.5	上川・留萌・宗谷の各地域、空知地域北部
道東	62	15.8	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	685	393	57.4%
製 造 業	193	107	55.4
食 料 品	68	32	47.1
木 材 ・ 木 製 品	31	22	71.0
鉄鋼・金属製品・機械	59	34	57.6
その他の製造業	35	19	54.3
非 製 造 業	492	286	58.1
建 設 業	139	79	56.8
卸 売 業	101	67	66.3
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	79	46	58.2

業況に持ち直しの動きがみられるものの、先行きの見通しには慎重さ 〈企業の生の声〉

今回の調査では、業況の水準感は、業種により濃淡はあるものの、コロナ禍の影響により前回調査に続き厳しい結果となりました。経済活動の再開により、業況に持ち直しの動きがみられますが、全ての業種で厳しい業況が続いています。コロナ禍の影響により、「商談や来店客が増加した」といった前向きな声も聞かれる一方で、「足元の業況は厳しく、先行きも不透明」との声が非常に多く寄せられました。

以下で、企業から寄せられた生の声を紹介します。

1. 食料品製造業

＜水産加工業＞ ここ数ヶ月、コロナ禍において前年と比べると売上大幅減少、原価率増、利益率減になっている。わずかに戻りつつあるが、いつまで続くかはわからず、歩留まりの改善に努めていく。

＜食肉加工業＞ コロナ禍の状況ではあるが、食品製造ということもあり売上そのものは前年並みを確保している。しかし、外食向け等の付加価値の高い製品の売上が減少しており、営業利益は減少傾向。

＜食料品製造業＞ コロナ禍以前の売上、利益水準には戻らない。人件費等の固定費を削減する。

2. 木材・木製品製造業

＜木製品製造業＞ 他業種に比べ製造業はコロナ禍の影響が出るのにタイムラグがあったが、これから受注減の見込み。右肩下がりの状況である。大幅な方向転換が必要とされる。

＜木製品製造業＞ コロナ禍の影響で大幅に売上や利益を落とし、今期は赤字を覚悟している。年内は一時帰休を実行し、生産調整を行う一方で休業を教育訓練にあてるなど、アフターコロナの対応をするための対策をとっている。

＜製材業＞ 今後も製品価格は下がり売上は落ちていく見込み。付加価値の高いアイテムに注力し利益を確保する。企業体力を保持し来年度に備える。

3. 鉄鋼・金属製品・機械製造業

＜機械器具製造業＞ 弊社製品はコロナ禍において活躍していることから、商談は増加している。一方、生産能力に限りがあり、受注を断らなければならない状況も発生している。熟練した技術が必要であり、計画的な人材育成を行っていくことが大きな課題となっている。

＜金属製品製造業＞ コロナ禍で人の動きが止まってしまい（特に海外客）、旅行業界や小売業界の売上激減、4月以降の各種施設の設備投資中止や延期が売上減少に直結している。コロナ禍の一日でも早い終息と復興を祈るのみ。現状把握と方向性模索は重要課題。

4. その他の製造業

＜紙製品製造業＞ コロナ対策のため医療機関への受診が減り、薬袋需要が減少している。ワクチン接種と特効薬の発明が待たれる。

<プラスチック製品製造業> 引合い物件が少なくなっている。大きな売上減少にはなっていないが、コロナ禍で本州方面への営業が出来ないことから、取引先や業界同業者などへメールや電話での情報交換を密に行うようにしているがなかなか成果は上がらない。新規事業を検討しているが、社内が保守的になりチャレンジ精神が無くなっていることから、一致団結しての一步前進が難しい。公共事業インフラ老朽化の更新事業への取り組みを進めているが、アフターコロナでの今後の公共事業予算の予想が出来ない。

<コンクリート製品製造業> 売上はここまですべて対前年増加傾向にあるが、後半は先行き不透明である。社内における高齢化が問題であるが、人手不足で補充ができず苦しい。今後若返りを図るよう人探しをしていかねばならない。

5. 建設業

<建設業> コロナ禍以前の受注もあり今期は前年度並みの売上・利益を予想。来年度以降の民間設備投資の状況では厳しさが増すことになる。

<建設業> 弊社は、公共工事の受注をしている。今年度の受注量は、昨年度組まれた予算が執行されているのでコロナ禍の影響は少ないと思われるが、例年年末に補正予算が組まれ、冬から春に向けての工事が計画される。今年はそういった予算が、公共工事につけられるかが不透明なため、冬から春、来年度の見通しについては危惧している。

<内装工事業> 業績については、コロナ禍に振り回されることもなく前年並みの数字で推移中。今後の業務推進として人材補強を挙げている（既存社員の教育・新規社員の採用）。ホームページなどを更新して発信力を高め、新たな人材確保に力を入れていきたい。5ヶ年の事業継承計画プランを作成して、会社リーダーの若返りも進めていく。

<住宅建築業> 建設業界は今は急激な業績の悪化にはなっていない。ただ、1年後どうなっているか今まで以上に不安な状態。生産する組織から創造する組織となり、体制の見直し、若手職員の可能性を引き出しながらIT対応の検討、業務改善に取り組む。

6. 卸売業

<鋼材卸売業> コロナ禍による道内の経済低迷が続き売上が減少、今後の動向が不安定なため、計画通りに進まず見通しが立たない。経費削減等によるキャッシュの確保と、人材確保による会社組織の強化によって、経済が上向きになったとき、即動ける体制づくりを目指している。

<食料品卸売業> コロナ禍の中で食品卸売業の販売先業態による好不調の差が大きく、特に外食、業務用については回復のテンポは遅い。小売、量販店については巣ごもり需要による販売増加傾向は現在も継続しているが、次第に鈍化している傾向がみられる。水産については道内産沿岸の魚種の変化（サンマ、秋鮭の不漁）、はまちの大漁など明らかな海水温、気候変動による影響があり、事業環境変化への対策が必要。水産加工業に対する原料供給のあり方を含め、従来モデルのイノベーションを模索する。

<建材卸売業> コロナ禍の影響も現在のところは少ないが、建設・土木業界は今のコロナ禍が来年以降の事業に大きく影響してくる可能性があるため、その行先の注視が重要である。

<機械器具卸売業> 売上は受注残が寄与してどうにか前年並み水準をキープできたものの、新規受注に関してはコロナ禍による設備投資手控えのムードもあり伸び悩んでいる。このため利益も見通しが立たず、現状維持で精一杯な状況。コロナ禍の収束の目処が立たない現状では、見通しが困難のため融資等を活用して手持ち資金を厚くする方針をとっている。

<包装用品卸売業> 前年比で売上マイナスが当面続くものと予想されるなか、今後貸倒にも注意が必要。取引先の状況把握が一層重要となる。

<菓子卸売業> 一部販売先において、前年比売上大幅ダウンがみられるが、他の業態に比べコロナ禍の影響は比較的軽微。利益率の高い商材へのシフトを全社的に図っている。

7. 小売業

<タイヤ販売店> じわじわとコロナ禍の影響が出てきていると思う。自粛期間があったせいか、当店のメインのタイヤの販売本数が減少している。ゴールデンウィーク時期に車での外出を控えていたのかタイヤが減っていない。また、昨年の消費税増税時の駆け込み需要の反動により売上が減少しているのが一番の理由。次の需要期である10～11月に新型コロナウイルスの感染者が増えないことを願うばかり。

<燃料小売業> ガス事業はインフラであるから業績はユーザーの需要に依存する。人口減が進んでいるため厳しい状況といえる。ここ数年経費の圧縮に努めてきて成果は上がっているが、それもそろそろ限界か。次は人件費の削減かM&A対応ぐらいしかないと考えている。

<作業洋品店> コロナ禍の影響で、アウトドアや巣ごもり需要、感染対策などで来店客が増えている。さらに、新たに来店されたお客様のリピートや口コミも、売上の伸びに繋がっている。経費は出張減などで削減され、利益も伸びている。中国では、災害の続発、貿易の縮小、米中戦争の可能性など様々な原因で生産や輸出入ができなくなる恐れがあるため、自社製品の中国外への移管、メーカー生産品についても脱中国の依頼を行っていく。これまではプロ向け店舗で一般客の需要を取り込もうとしてきたが、十分に切り切れてない客層がまだまだあると判断し、一般向け店舗をオープンさせることとした。

8. 運輸業

<一般貨物運送業> 人手不足が問題。販路拡大のためM&Aや選択と集中、遊休不動産の売却などを検討。

<運輸業> コロナ環境下における減収期間が不透明。

<運輸業> コロナ禍の影響を大きく受け、貸切バスの需要が激減した。今後の観光業の先行き不透明なことが課題。

9. 宿泊業

<都市ホテル> 北海道や札幌市が実施した各種需要喚起が一時的に奏功。宿泊は、「どうみん割」「サッポロ夏割」、館内利用は「スマイルクーポン」が、(助成金を使い切る迄の間は)増客に結びついた。今夏の観光・商用客の動向を見る限り、大都市圏での新型コロナウイルス陽性者数が減少・終息に向かわないと、本格的な観光・商用需要は回復しないと思われる。現状、首都圏は対象外となっているが「GoToトラベル」を利用した宿泊客増に期待。

<都市ホテル> 緊急事態宣言解除後、宿泊・レストラン部門に若干の売上増があったものの、中・大規模の会合・宴会等の利用が未だ戻らず、引き続き今後の見通しが立たない状況。感染予防対策を徹底し、各種助成金等を活用しながら事業継続に努めたい。

<観光ホテル> どうみん割やGoToキャンペーンによる宿泊需要喚起により、道内客は前年比プラスとなったが、依然として道外客は低調、インバウンドは皆無であり、前年を大きく下回る状況。コロナ禍により、延期となった道内学校の修学旅行などが、目的地を本州ではなく道内として実施され、9～11月にかけて相当数見込んでいく。

10. その他非製造業

<廃棄物処理業> コロナ禍の影響で原油価格が下がり、当社の再生重油の価格にも影響が出ている。さらに、インバウンド客の大幅減少は北海道経済の縮小要因となり、生産活動の縮小は廃棄物減少につながる。近年事業化した油漏洩処理対応等の需要は増えつつあり、当社への相談が来る仕組みづくりを強化していく。

<建設コンサルタント> コロナ禍の影響は少ない。売上・利益などは比較的落ち着いている。人員は過剰感があるが、若手・中堅層が不足しているため、うまく調整していかなければ技術力の低下を招く。求人市場は改善されてきた。しかし、経験者が少なくミスマッチが多発している。

<歯科技工業> 顧客先の歯科医院で受診控えが続出し、治療の最後の補綴(歯科技工)に至らないことから売上の減少に大きく影響した。歯科の領域で感染者が出ていないことが認知されると、少しずつ受診者数が元に戻り始め売上は回復傾向にある。しかしながら、高齢者に代表される義歯(デンチャー)の受注は、完全に回復しきれていないのが実情。推進策については、withコロナのバランス感覚維持は避けては通れない。特に、訪問診療は施設や病院側の受入がないと回復していかないもどかしさがある。このピンチをチャンスに変えるべく施策を考えているところ。

<環境コンサルタント> 官庁関連の仕事はコロナの影響もあり少なめである。一方、期限が定められているPCBや汚染土壌の仕事は増加しており、プラスマイナスゼロの状況である。国の各種規制は当然ながら強まる傾向のため、時流に合った仕事ができるよう研究・開発を進めていく。

Withコロナ時代の北海道観光再考

ーインバウンド観光は必ず戻るー

北海道大学観光学高等研究センター准教授
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

日本政府観光局（JNTO）(2020)によれば、2020年7月の訪日外国人旅行者数は対前年99.9%マイナスの3,800人となりました。対前年99.9%という衝撃的な数字は同年4月以降、4ヶ月連続のことです。周知のとおり新型コロナウイルス感染症の感染拡大防止のために実質的な入国制限措置が採られていること、国際線の運休や機材の縮小等によって航空輸送量そのものが大きく減退していることがその要因です。

このような危機下において、官民の広範な関係者が、市町村、都道府県、国のあらゆるレベルで観光産業を持続させんと、まさに心血を注いで努力されていることに敬意と感謝を表したいと思います。また、筆者は観光学者として、微力ながらも北海道が目的地（デスティネーション）としてあらゆる意味で持続的に発展することに尽力したいと考えてはいますが、それはすなわち新型コロナウイルス感染症の拡大を無視して観光振興せよと主張している訳ではありません。本稿の目的は新型コロナウイルス感染症による様々な影響を踏まえた上で、北海道観光の将来をできるだけ正確かつ前向きに見通すための一助となることであって、その前提にはこの危機が一刻も早く収束することへの強い希望があることを記しておきたいと思います。

2. Withコロナで変わること、変わらないこと

前述のとおり新型コロナウイルス感染症の影響は我々の日常を大きく変えました。しかし本稿で指摘したいのは、新型コロナウイルス感染症が広がる前から観光市場の根底で生じていた変化や、逆に新型コロナウイルス感染症が拡大してもなお変わることなく存在する問題の本質を、巷に溢れる「ニューノーマル」や「アフターコロナ」といった言葉によって見誤るべきではないということです。これは後述する「マイクロ・ツーリズム」や「ワーケーション」といった観光業界で耳目を集めている言葉にも当てはまります。

例えば、あまり報道されることはありませんが、中国、韓国、台湾、香港の主要4市場からの訪日外国人旅行者数は、新型コロナウイルス感染症が拡大する以前の2018年下期あたりから伸び悩みを見せつつありました（図1）。また、団体行動や混雑を敬遠して自分だけの時間を過ごしたいという旅行者のマインドは20年来のもので、観光が住民の平穏な日常生活に悪影響を与える現象は、オーバーツーリズムや観光公害という言葉とともに観光地のトピックとして定着しつつありました。つまり、新型コロナウイルス感染症は観光の変化をより劇的に浮かび上がらせはしましたが、多くの場合、それは主要因ですらないのです。

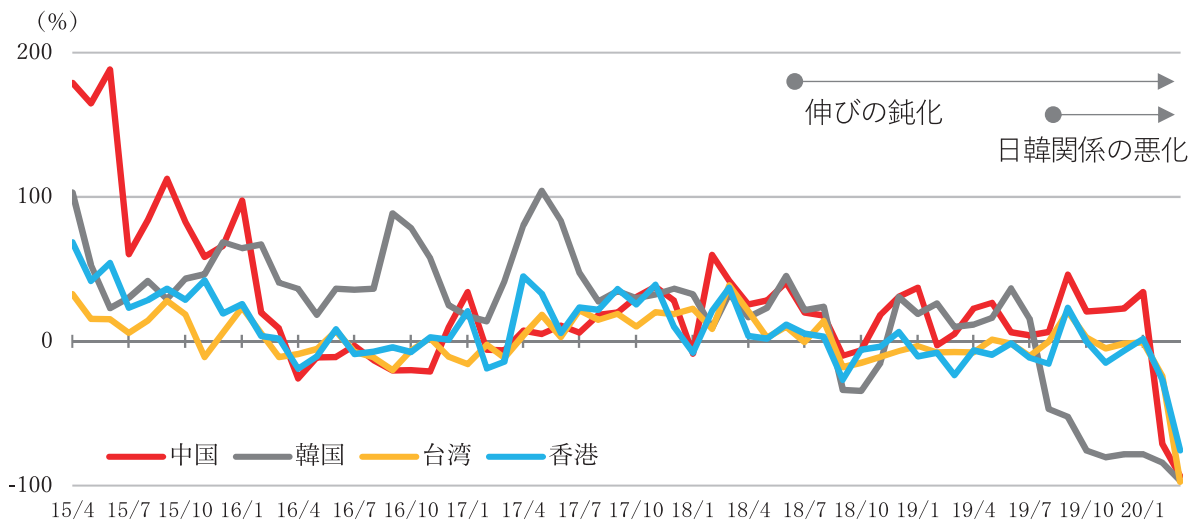


図1 北海道の訪日外国人宿泊者数（延宿泊者数）の対前年同月比推移
出所：北海道経済部観光局（2020）をもとに筆者作成

もちろん、新型コロナウイルス感染症によって変化することもあります。しかしそれはこれまでの社会変革と同様、短期間に進むのではなく、長期的、段階的に進むものです。今、我々が直面しているのは変化の「初段階」であって、あらゆる変化が今後数ヶ月から1年の間に「完了する」わけではありません。

3. 旅行需要の構造とマイクロ・ツーリズムの限界

新型コロナウイルス感染症が拡大し観光産業が深刻な打撃を受けた直後、産業界から「マイクロ・ツーリズム」という言葉が発信され、メディアを賑わせるようになりました。マイクロ・ツーリズムとは旅行者の現住地とデスティネーションが比較的近接している観光の形態を指します。北海道で言えば、訪日外国人旅行者や東京などの道外からの誘客ではなく、道「内」から旅行者を誘致しようという考え方です。

確かに、観光地経営論のリスク・マネジメントにおいては、今回のような旅行者の心理的負担が増大する時期には、近隣市場にてこ入れするというのがセオリーです。旅行者の居住地からの物理的距離が遠いほど情報が不足するため、旅行者が安心感を抱きながら旅行できる範囲が狭まるからです。

しかし、そもそも旅行というのは一定の可処分所得と旅行に行けるだけの社会条件、具体的には休暇や育児・介護の負担がないことなどが揃わなければ、具体的な消費行動につながりません。もちろん新型コロナウイルス感染症による自粛疲れの反動で、多少無理をしてでも外出したいという心理が作用することや、地元視線を向けることでその魅力を再発見し「お出かけ」需要が生まれること、さらには道民の海外旅行の代替消費として道内旅行需要が高まるといった現象を完全には否定しませんが、規模や期間は自ずと限定されます。下の図2からも分かる通り少なくとも道民の旅行消費は20年間で減少しています。多くの業種では新型コロナウイルス感染

症によって所得が減少することはあっても増えることはあまり期待できません。

つまり、旅行する人は以前も今もしているし、旅行しない人は以前も今もしていないというのが、市場の「不都合な真実」と言えます。しかも、マイクロ・ツーリズムがトレンド化した晩春から初夏は、例年、道民にとっても旅行シーズンです。大部分を道民による道内旅行が支えている北海道観光にとって、言わば既存の市場に新しい「タグ付け」をすることにどれだけの意味があるのか、個人的には冷静な見方をしています。

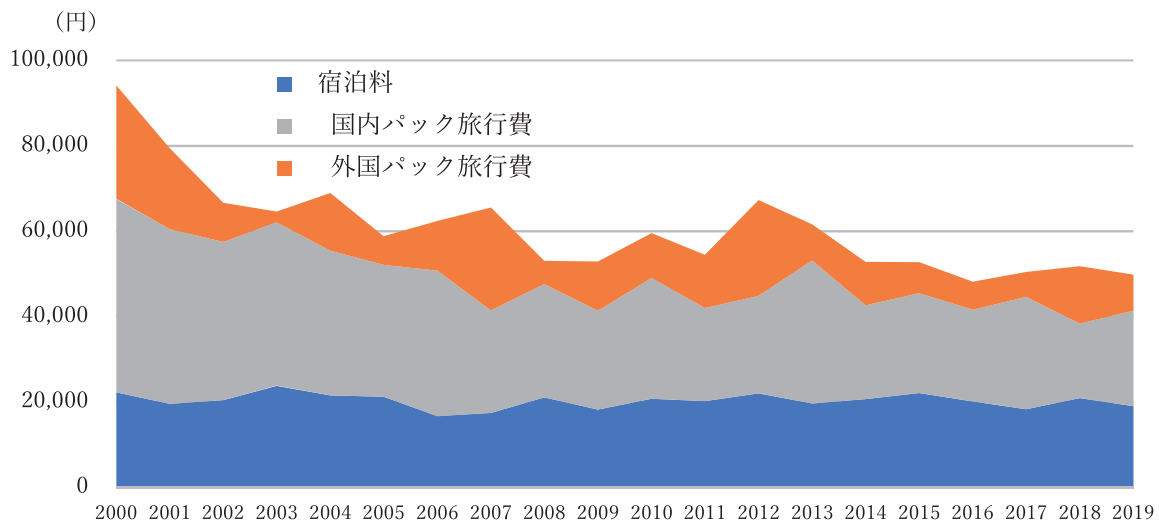


図2 家計調査に基づく道民の宿泊費・外国/国内パック旅行費の推移（世帯あたり）

出所：北海道総合政策部情報統計局（2020）をもとに筆者作成

さらに旅行のデスティネーションを選択する動機の構造を理解することも重要です。

旅行者を誘致する地域が持つ魅力の源泉を観光地経営論では観光アトラクションと呼びます。そしてそれは、旅行動機に根本的に作用し、旅程を決める上で決定的な役割を果たすとされる「一次アトラクション」と、旅程を決める上ではあまり大きな役割を果たさない「二次アトラクション」の二層構造で構成されています¹。つまりこの「一次アトラクション」が増えない限り、旅行者を政策的に特定の地域に誘導すること自体が難しいと言えます。もちろん、道内には「一次アトラクション」になる宿泊施設やレストラン、観光地もありますが、その数は限られています。マイクロ・ツーリズムを謳っている事業者の多くが、比較的価格帯の高い施設であることから分かります。ターゲットの射程を国外や道外から、単に道「内」にシフトさせただけで実際の需要を喚起できる観光地や施設はそれほど多くないのです。

実は「ワーケーション」も同様です。ビジネス旅行と観光旅行の境界領域という市場は、「出張後に後泊してナイトライフを楽しむ」とか「学会に家族を同伴させてエクスカーションと一緒に参加する」といったスタイルで既に存在していた市場です。地方で長期滞在しながら働くという形態もいわゆる「ノマドワーカー」の1つのスタイルとして既知のもので、「ワーケーショ

¹ 正確にはこれらに加え、デスティネーションに赴いて初めて認知する「三次アトラクション」があり、これらを「観光アトラクション・ヒエラルキー」と呼びます。

ン」はこれらに別のラベルをつけたに過ぎません。「マイクロ・ツーリズム」や「ワーケーション」という言葉によってあたかもインバウンド観光に変わる新規市場が生まれるような錯覚を持つことは、危機下で体力を奪われている地域や事業者にさらなる危機をもたらしかねないと危惧しています。

4. インバウンド観光市場の構造的分析

今回の新型コロナウイルス感染症に限らず、二国間関係の悪化や自然災害などが発生してインバウンド観光に陰りが見えると、決まって「インバウンド観光にはリスクがある」とか「アジア市場への依存を減らすべき」といった論調が目立つようになります。しかしそもそも国内市場に伸びしろがないからこそインバウンド観光に注力してきたのが実情です。インバウンド観光には、もちろんリスクはありますが、国内市場には人口減少と市場の縮小という、より根本的で中長期的なリスクがあります。インバウンド観光の重要性は、Withコロナ時代にあってもむしろ拡大すると考えています。

近年における政策的なインバウンド観光振興の原点は2003年の観光立国宣言です²。今日のインバウンド3,000万人時代は、同宣言以降に取り組みされた官民の様々な主体による施策が、石森（1997）が指摘する「アジアにおける観光ビッグバン」と相まって結実したものにほかなりません。そして筆者はこの17年間の成長を、東日本大震災が発生した2011年を境に、「VJC期」（2003年～2010年）と「ポスト3.11期」（2012年～2019年）に分けて整理しています。

「VJC期」は、ビジット・ジャパン・キャンペーン（VJC）という文字通り誘客促進を目的とした広告・宣伝事業が大々的に行われた時期です。寺社・仏閣、寿司、温泉といったデステイネーションとしての日本のステレオタイプなイメージが積極的に発信され、訪日外国人旅行者数は平均で年7.4%の成長を記録しました。

ところが、東日本大震災の発生を受けて、国は震災による需要の低迷と「VJC期」後期の伸び悩みを解消するべく、ターゲットとデステイネーションの多角化に取り組むようになります。アジアを中心にビザの緩和を大胆に進め、クルーズやLCCの誘致にも注力しました。同時に、広告・宣伝事業では、より多様で具体的な旅行経験を想起させるような日本のイメージを発信するようになりました。そして、こうした戦略は国策となった地方創生とも相まって、ゴールデンルート以外の地方にも多くの外国人旅行者をもたらします。アートの知られる香川県の直島、スノーモンキーが有名な長野県山ノ内町、南欧市場では京都以上の人気を博している岐阜県の高山市などが活況を呈すようになったのもちょうどこの頃です。道内ではニセコ・エリアのオーストラリア人や枝幸町歌登のタイ人などが注目を集め始めました。この「ポスト3.11期」の訪日外国人旅行者数の平均の成長率は実に22.7%に達します。

² 筆者が所属する北海道大学観光学高等研究センターも観光立国を学から支える専門的研究機関として2004年に誕生した経緯があります。また、観光学の専門的研究機関の必要性を産業界からいち早く提起され、弊センターの設置にも大きく貢献された東日本旅客鉄道元会長の松田昌士氏が本年5月に逝去されました。記して生前のご尽力への感謝とご冥福を申し上げます。

しかし、この高成長にも、冒頭にも触れたように2018年の後半には陰りが見え始めます。筆者は、この時期、デスティネーションとしての日本が「オールタナティブ・ターン」を迎えていたと考えています。

5. Withコロナ時代のインバウンド観光

日本が「ポスト3.11期」に経験したような爆発的成長の後に市場が成熟化し、従来とは異なる思考を持った旅行者が生まれる段階をデスティネーションの「オールタナティブ・ターン」と呼びます³。言わば「じゃない方」が流行る時期です。筆者は、「VJC期」に初めて来日した東アジア市場の旅行者が「ポスト3.11期」では「オールタナティブ・ターン」に入り、積極的にゴールデンルート「じゃない方」を訪れていたと推測しています。

中でも北海道は、国内旅行市場でも永年にわたって高い人気を誇り、近年では移住先として「住みたい町」ランキングでも上位に入る地域です。「VJC期」に流布された伝統的な日本のイメージとは異なるイメージ、具体的には豊かな自然環境やそれらをいかした高品質なネイチャー・アクティビティ、独特の農業景観や自然景観のイメージは「オールタナティブ・ターン」の受け皿として大いに日本のインバウンド観光の成熟化に貢献したとみています。こうした見方を裏付けるように、例えば観光庁（2019）では来日経験が豊富な旅行者ほど北海道の訪問率が高いことが指摘されています。ただし、北海道はこれ以前からも訪日外国人旅行者の取り込みに成功していました。つまり、初めて日本を訪れるような新規層と「オールタナティブ・ターン」の成熟層の重層構造になっていると解釈することができます。

下の表1は、訪日外国人旅行者の中で最もリピーター率の高い香港市場について、各自治体の延べ宿泊者数の道内でのシェアを「VJC期」と「ポスト3.11期」で比較したものです。表中の左側は、日本のインバウンド観光の萌芽期とも言える「VJC期」により高い競争力を持っていた、つまり新規層の取り込みに貢献したと推察されるデスティネーション、一方、右側は2012年以降の「ポスト3.11期」に相対的に大きな競争力を持っていた、言わば成熟層に対応したと考えられるデスティネーションです。札幌市をはじめ、道内を代表する温泉地やリゾート地が初期段階で新規層を惹きつけ、「ポスト3.11期」になると倶知安町やニセコ町、北海道新幹線が延伸した函館、さらには阿寒湖や知床半島といった道東の自然デスティネーションが今度は成熟層を惹きつけるようになったことが分かります。「ポスト3.11期」に斜里町や釧路市、富良野市、北見市がシェアを拡大したことを踏まえると、この時期に道内の周遊が進んだという見方もできます。こうした旅行者動線の多角化も実はオールタナティブ・ターンの一つの特徴です。

³ もとは「大量生産＝大量消費」に対する「もう一つの」選択肢、つまりより個人化、多様化した生産と消費の形態への転換を指します（石黒 2019：1）

表1 香港市場のシェアの比較（「VJC期」と「ポスト3.11期」）

(単位：ポイント)

「VJC期」の方が 道内シェアが大きい自治体		「ポスト3.11期」の方が 道内シェアが大きい自治体	
洞爺湖町	4.34	倶知安町	5.50
札幌市	3.65	ニセコ町	1.86
登別市	1.62	音更町	1.09
赤井川村	1.28	函館市	1.05
鹿部町	1.13	斜里町	0.81
壮瞥町	0.89	釧路市	0.65
新得町	0.60	千歳市	0.60
網走市	0.44	苫小牧市	0.54
留寿都村	0.33	富良野市	0.50
弟子屈町	0.26	北見市	0.46

注：数値は「VJC期」と「ポスト3.11期」の道内での延宿泊者数のシェアの差を示している。
出所：筆者作成

6. 終わりに —アジア戦略の見直しを

Withコロナ時代の北海道観光を考える上で、筆者は次の2つが重要だと考えています。

1つは官民のあらゆるレベルでアジアとの結びつきを再評価し、危機に瀕しても途絶えない関係性を構築することです。日本は世界最大の人口を有する中国、そして世界有数の経済成長率をほこるASEAN各国と同じアジアに位置する島国です。この地政学的な条件を踏まえれば、今後もインバウンド観光、それもアジアからの旅行者に依存せざるを得ない状況は変わりません。もちろん、特定の市場に依存することのリスクや、近隣諸国との関係性に様々な問題を抱えていることは否定しませんし、それらが観光に与える影響が大きいことも明らかです。しかしながらそれでもなお、観光の文脈では地理的条件が戦略のかなりの部分を決定する事実は変わりません。観光先進国とされるフランスやスペイン、アメリカも域内市場に8割近くを依存しています。観光関連事業者や行政組織だけでなく、筆者が所属する大学、一次産業従事者、そして一般の道民がアジアとの結びつきを構築し、北海道としてのつながりを多角化、多層化できれば、構造的に危機に強いアジア市場との関係性を構築できると考えています。

もう1点は、北海道の「オールタナティブ・ターン」への備えです。本稿でも述べたように、北海道は「VJC期」と「ポスト3.11期」を通じて日本のインバウンド観光振興に大きな貢献をしてきました。そして今度は、日本の「オールタナティブ・ターン」に貢献した北海道自身が「オールタナティブ・ターン」を迎えます。「VJC期」と「ポスト3.11期」のストックがWithコロナ時代には北海道の「じゃない方」を求めるのです。北海道に繰り返しやってくる目の肥えた旅行者を引き続き魅了できるイメージやメッセージは何でしょうか。

筆者が永年、実地で研究しているスペインでは、世界遺産や芸術、地中海と言った伝統的なデ

ステイネーション・イメージを転換してオールタナティブ・ターンに対応するため、30年かけて豊かな自然環境とそれが生み出す高品質な一次産品、さらにはネイチャー・アクティビティを軸とした「グリーン・スペイン」という新しいブランドを構築しました。沖縄やハワイも「オールタナティブ・ターン」に合わせて、本島やオアフ島を舞台とした楽園、常夏、ビーチリゾートといったイメージから、離島や伝統文化、自然景観などを含めた多面的なイメージを軸とした戦略に切り替えてきました。

「オールタナティブ・ターン」は現象として受け止めるものではなく、スペインやハワイ、沖縄のように積極的に能動的にデステイネーションとしての持続性を高めるために取り組まれるべきものです。危機の今だからこそ、アジア市場に対する北海道の「オールタナティブ・ターン」戦略が求められていると考えています。

<参考文献>

- 北海道経済部観光局，2020，「北海道観光入込客数調査報告書」，（2020年8月22日取得，<http://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/kkd/irikomi.htm>）
- 北海道総合政策部情報統計局，2020，「家計調査」，（2020年8月22日取得，<http://www.pref.hokkaido.lg.jp/ss/tuk/056fes/index.htm>）
- 石黒侑介，2019，「世界は「ポスト2020」の日本にこそ注目している」『NETT』108：1．
- 石森秀三，1997，「アジアにおける観光ビッグバン」『月刊観光』367：6－7．
- 日本政府観光局（JNTO），2020，「2020年 訪日外客数（総数）」，（2020年8月8日取得，https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/since2003_visitor_arrivals.pdf）
- 観光庁，2019，「令和元年訪日外国人消費動向調査 トピックス分析 訪日外国人旅行者（観光・レジャー目的）の訪日回数と消費動向の関係について」，（2020年8月19日取得，<https://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/content/001350782.pdf>）

ベトナムにおけるコロナ禍の現状

北洋銀行 国際部 海外展開支援グループ
ベトナム投資開発銀行 (BIDV) ホーチミン派遣
田中 賢

【はじめに】

ベトナムでは今年1月下旬に新型コロナウイルスの初感染が確認され、その後は主に海外からの帰国者とその接触者から感染が広がっていきました。一方、政府などの感染拡大防止に向けた迅速な対応により、その後は累計感染者数の抑え込みや死亡者ゼロの状態が続いたほか、7月下旬からの新たな感染拡大も封じ込めに至っており、その対応については評価されています。

私自身は、4月に日本に一時帰国、8月にベトナムに再入国し、9月より現地での活動を再開しております。今回はベトナムでの新型コロナウイルスの感染状況と対応策、経済社会活動の状況などについてレポートします。

【ベトナム国内での感染状況と対応策】

ベトナム国内での初感染者の発生は1月23日で、武漢から来た中国の方とみられています。その後、3月に入り海外からの帰国者とその接触者を中心に感染が拡大しましたが、一日の感染者数は最大20人程度と落ち着いていました。また、7月下旬に人気観光地であるベトナム中部のダナン市を中心に感染が急拡大、同時期に国内初の死者も出たことから一時緊張が高まりましたが、封じ込めに成功したとみられ、国内の新規市中感染発生数は35日間連続ゼロとなっています（2020年10月7日時点、外国人のビジネス入国者等の感染は除く）。

ベトナムでは、都市部の一部大病院を除くと医療体制が脆弱です。このため、政府は水際対策（入国制限、入国審査の強化）や、厳しい行動規制、メディア活用による啓発活動などの各種感染防止措置を矢継ぎ早に講じてきました。

ベトナム社会主義共和国の概要



- ・面積 32万9,241km²
- ・人口 約9,467万人（2018年）
- ・首都 ハノイ
- ・名目GDP 約2,372億米ドル（2018年・通年）
- ・経済成長率 7.08%（2018年・年平均）
- ・主要産業（GDPに占める割合）
農林水産業14.57%、鉱工業・建設業34.28%、サービス業41.17%

概要出典：外務省ホームページ

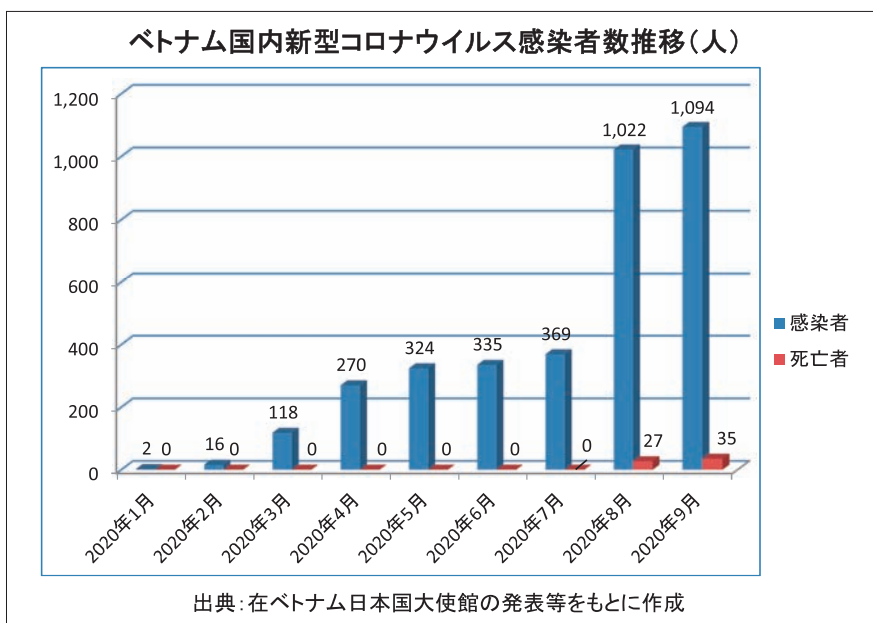
地図出典：<http://www.sekaichizu.jp/>

一連の対応策についてももう少し細かく説明しますと、水際対策では3月22日に全ての外国人の入国を原則一時停止しました。また、国内感染防止対策では、2月上旬から全ての学校を休校としたほか、4月には、3週間にわたる不要不急の外出禁止措置、公共交通機関の運行停止措置、飲食店等の営業停止措置などが行われました。

また、7月下旬以降の新たな感染拡大期においては、発生地となったダナン市や周辺の州で外出禁止や飲食店営業停止が指示されたほか、約800km離れたホーチミン市でも公共の場でマスクを着用しなかった者に対して処罰を科すなど対応の厳格化が図られました。

ソーシャルメディアも積極的に活用されています。携帯電話のショートメッセージやアプリを通して、すべての感染者の感染時期や感染場所などの細かい情報が提供されています。また、YouTube上には、保健省などがアーティストに依頼して発信した予防対策等を訴えかけるミュージックビデオや、一般の方が作成した動画などがアップロードされています。これらの動画配信が国民の一体感を醸成し、多くの人が感染対策に協力する結果となったともいわれています。

その結果、感染の広がりを一定程度に抑え込むことができ、その対応は国際的にも評価されています。私も現在は通常どおり出勤をしています。マスク着用と手指消毒により感染対策を実施していますが、街中でそれ以上の厳しい対策をしている様子は特に見受けられません。街の様子も、外国人観光客の姿がないこと以外はコロナ禍以前と変わらないように感じます。今後も感染拡大が発生すれば、上記のような規制や情報発信等により、事態の沈静化が図られるものと考えます。



【コロナ禍の中での社会経済活動】

*** 消費者マインドの変化**

国民の生活に関していうと、日本と同様に、外出自粛や飲食店の営業停止などの影響により、

いわゆる「巣ごもり生活」が多くなりました。

コンビニ・スーパー等で食材を買い込んで自宅で食事をする人が増えており、即席麺や冷凍食品などの販売が好調です。もともとベトナムの国民は保存食や冷凍食品を好まないとされていましたが、コロナ禍で状況が変わったようです。

食料品以外では、調理器具やフィットネス商品、家庭内で快適に過ごせる衣料品、雑貨などの販売が伸びています。また、マスクなどの防疫関連商品についても、やはり長期的な需要が見込まれることから、専門売場を設けるなど、新たな売上確保に向けた工夫を施す店舗も見られます。今後も家庭内で一定のストックを行うような消費行動、生活行動が続いていくものと見込まれています。

オンライン販売は急拡大しました。もともと小規模な市場でしたがコロナ禍前と比べて売り上げが3倍近く伸びたともいわれています。ただ、オンライン販売プラットフォーム（例：Amazon）が存在しないベトナムでは、オンライン販売を担う企業は零細企業が多く、人員不足により注文に対する処理が追いつかないといった問題もあったようです。

* スーパーマーケットの様子

スーパーマーケットは、外出が制限されていた期間中も営業できた業態の一つです。やはり、日本と同様に感染防止対策として会計レジ前等に防護フィルムを設置しています。また、従業員の時差出勤により、万が一感染者が発生した際にバックアップできる体制を整えています。

感染拡大当初は日本と同じようにまとめ買いの動きがあり、マスクや消毒液が全国的に品薄となり転売が横行したほか、インスタント食品が一時的にお店の棚から消えたりしましたが、メーカーによる24時間体制の増産などで凌ぐことができたようです。

* ホテル・飲食サービス業の様子

迅速な水際対策や外出制限措置が取られたことが影響し、ホテル業・飲食サービス業とも、売上は前年同期（1月～6月）比約9割減と深刻な状況にあります。

特に、宿泊施設は、現在も観光目的での外国人の入国ができないことから、療養施設としての利用や、帰国できない外国人の利用にとどまっている所が多いです。通常営業しているホテルも、稼働率は15%以下といわれています。宿泊料金も下落傾向にあり、5つ星ホテルの料金は4つ星ホテル並み（1室1泊9,000～10,000円程度）に下落しています。

飲食サービス業については、感染拡大の収束傾向に合わせ、営業再開している店舗もあり、人出もありますが、街の活気は少し落ちているように感じます。消費意欲の旺盛な外国人観光客に支えられていた店舗も多かったようで、廃業を余儀なくされる飲食店も散見されます。



ホーチミン市街 外国人観光客が少なく閑散

【出入国時の様子】

最後に、私自身の日本出国・ベトナム入国時の様子を紹介します。出入国時の対応は刻一刻と変化していると思われませんが、今後渡航を検討される際の参考になれば幸いです（情報は8月20日（出入国日）時点）。

* 日本出国時

ベトナム政府が指定した東京都内の病院にて、出国4日前のPCR検査による陰性証明を取得することが渡航の条件でした。また、渡航日の前14日間は不要不急の外出を自粛し、体調を万全に期すよう指示がありました。航空機への搭乗前には、航空会社スタッフから青い防護服を手渡され、着用後に搭乗可能となりました。

* ベトナム入国時

手荷物は全て大量の消毒液で消毒され、びしょ濡れになりました。

同便で到着した約160人程度とともに、専用バスにて2時間かけてベトナム政府指定の隔離用ホテルへ移動しました。

ホテルでは、2週間の隔離生活となりました。廊下にはカメラが設置されており、行動は厳しく監視されます。食事は3食弁当が支給されますが、廊下に設置された椅子の上に置かれ、他人との接触はありませんでした。2週間の間に二度のPCR検査を受検しました。総じて、隔離生活で不自由はありませんでしたが、運動不足により筋力が低下したように感じました。

【おわりに】

北海道では、近年、ベトナムからの外国人技能実習生受け入れが増加しており、交流は活発になりつつあったといえます。日本とベトナムでのコロナ禍の勢いが衰え、一時でも早く両国のビジネス交流、人的交流などが再開することを切に願っています。

北洋銀行国際部では、お客さまの海外進出に備え、現地情報の提供や現地視察サポート、専門家のご紹介など様々なサポートを行っています。更なる経済発展が期待されるベトナムにおいて、今後新たなビジネスをご検討される際には、是非、北洋銀行 国際部 海外展開支援グループまでお気軽にご相談下さい。

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	98.2	△ 2.1	103.8	0.3	98.2	△ 3.2	102.6	0.2	101.2	3.3	98.9	0.2
2019年度	92.5	△ 5.8	99.9	△ 3.8	91.9	△ 6.4	98.9	△ 3.6	108.3	7.0	101.8	2.9
2019年 4～6月	96.3	△ 2.0	102.8	0.0	95.8	△ 1.5	101.4	△ 0.2	105.1	△ 0.5	104.4	1.0
7～9月	93.6	△ 2.8	101.7	△ 1.1	92.9	△ 3.0	101.3	△ 0.1	107.1	1.9	103.3	△ 1.1
10～12月	91.3	△ 2.5	98.0	△ 3.6	91.3	△ 1.7	97.3	△ 3.9	106.9	△ 0.2	104.0	0.7
2020年 1～3月	89.0	△ 2.5	98.4	0.4	87.7	△ 3.9	96.7	△ 0.6	113.0	5.7	106.4	2.3
4～6月	80.1	△ 10.0	81.8	△ 16.9	78.5	△ 10.5	80.5	△ 16.8	115.1	1.9	100.8	△ 5.3
2019年 8月	93.5	△ 1.0	100.5	△ 1.7	92.6	△ 1.4	100.0	△ 2.0	102.6	△ 3.7	104.2	△ 0.1
9月	92.8	△ 0.7	102.4	1.9	92.1	△ 0.5	101.8	1.8	107.1	4.4	103.3	△ 0.9
10月	90.3	△ 2.7	98.3	△ 4.0	91.6	△ 0.5	98.2	△ 3.5	105.6	△ 1.4	104.1	0.8
11月	92.8	2.8	97.7	△ 0.6	92.1	0.5	96.8	△ 1.4	105.9	0.3	103.6	△ 0.5
12月	90.9	△ 2.0	97.9	0.2	90.1	△ 2.2	97.0	0.2	106.9	0.9	104.0	0.4
2020年 1月	89.7	△ 1.3	99.8	1.9	89.2	△ 1.0	97.9	0.9	105.7	△ 1.1	106.2	2.1
2月	90.0	0.3	99.5	△ 0.3	88.3	△ 1.0	98.9	1.0	108.8	2.9	104.4	△ 1.7
3月	87.2	△ 3.1	95.8	△ 3.7	85.5	△ 3.2	93.2	△ 5.8	113.0	3.9	106.4	1.9
4月	83.1	△ 4.7	86.4	△ 9.8	80.5	△ 5.8	84.3	△ 9.5	113.9	0.8	106.1	△ 0.3
5月	78.4	△ 5.7	78.7	△ 8.9	77.5	△ 3.7	76.8	△ 8.9	113.4	△ 0.4	103.3	△ 2.6
6月	78.7	0.4	80.2	1.9	77.4	△ 0.1	80.5	4.8	115.1	1.5	100.8	△ 2.4
7月	r 78.1	△ 0.8	87.2	8.7	r 77.2	△ 0.3	85.8	6.6	r 114.0	△ 1.0	99.3	△ 1.5
8月	p 76.7	△ 1.8	88.1	1.0	p 77.3	0.1	87.1	1.5	p 107.8	△ 5.4	98.0	△ 1.3
資料	経済産業省、北海道経済産業局											

■ 鉱工業生産指数の年度は原指数による。
 ■ 「P」は速報値、「R」は修正値。

年月	百貨店・スーパー販売額											
	百貨店・スーパー計				百貨店				スーパー			
	北海道		全国		北海道		全国		北海道		全国	
	百万円	前年同 月比(%)	億円	前年同 月比(%)	百万円	前年同 月比(%)	億円	前年同 月比(%)	百万円	前年同 月比(%)	億円	前年同 月比(%)
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 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
7月	82,021	△ 1.1	16,918	△ 3.2	12,726	△ 20.0	4,343	△ 19.8	69,295	3.4	12,575	4.5
8月	83,093	△ 1.8	16,882	△ 1.2	11,416	△ 23.5	3,602	△ 21.3	71,677	2.7	13,280	5.6
資料	経済産業省、北海道経済産業局											

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

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 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	6.1	6,124	6.4	13,692	17.5	3,148	17.3
7月	12,845	4.1	4,554	12.1	24,244	4.2	6,203	5.5	12,972	14.1	3,013	10.6
8月	13,250	△ 6.6	4,523	9.5	24,577	1.3	6,416	9.1	12,134	3.6	3,223	12.5
資料	経済産業省、北海道経済産業局											

■専門量販店販売額は2014年1月から調査を実施。

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 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
7月	50,127	△ 4.9	9,908	△ 7.9	273,882	8.2	266,897	△ 7.3	430	△66.9	0	△100.0
8月	51,434	△ 3.8	10,341	△ 5.6	270,673	3.1	276,360	△ 6.7	553	△63.9	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 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
7月	14,572	△12.3	4,900	△12.9	4,783	△24.1	4,889	4.3	330,771	△12.8
8月	11,603	△ 9.8	3,534	△20.0	4,125	1.4	3,944	△ 9.9	271,250	△14.5
資料	(社)日本自動車販売協会連合会、(社)全国軽自動車協会連合会									

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 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
7月	2,868	△16.7	702	△11.4	304	11.0	3,277	△25.8	6,911	△16.2
8月	3,756	17.9	691	△ 9.1	128	△28.3	3,262	△ 9.9	6,265	△15.2
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 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
7月	111,328	△ 18.6	15,432	△ 4.1	0.95	0.97	27,557	△ 23.6	640,906	△ 27.7	—	2.9
8月	73,004	△ 1.2	13,009	13.2	0.94	0.95	25,334	△ 20.2	607,577	△ 26.7	—	3.0
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。
の数値は月平均値。

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 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
7月	102.1	△ 0.5	101.6	0.0	12	△ 20.0	789	△ 1.6	106.78	21,710
8月	102.1	△ 0.5	101.3	△ 0.4	11	△ 47.6	667	△ 1.6	106.04	23,140
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 2020.11月号(No.292)
令和2年(2020年)10月発行
発行 株式会社 北洋銀行
企画・制作 株式会社 北海道二十一世紀総合研究所 調査部
電話 (011)231-8681

<本誌は、情報の提供のみを目的としています。投資などの最終判断は、ご自身でなされるようお願いいたします。>