

Hokuyo Investigation Report

# ほくよう 調査レポート

No.327

- 道内経済の動き
- 2024年度北海道経済の見通し
- 経営のアドバイス  
サービス商品の“値上げ力”を考える
- アジアニュース  
中国の養老・福祉事情

2024

1

● 目 次 ●

道内経済の動き	1
2024年度北海道経済の見通し	6
経営のアドバイス：サービス商品の“値上げ力”を考える	24
アジアニュース：中国の養老・福祉事情	31
主要経済指標	36



# 道内経済の動き

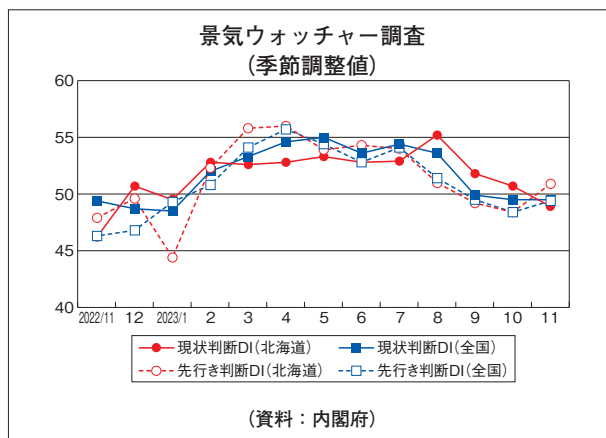
道内景気は、一部に弱さがみられるものの、緩やかに回復している。生産活動は、弱い動きとなっている。需要面では、住宅投資は、減少している。輸出は、弱い動きとなっている。設備投資は、持ち直しの動きがみられる。観光は、持ち直しが続いている。個人消費は、緩やかに増加している。公共投資は、増加している。

雇用情勢は、有効求人倍率・新規求人数ともに前年を下回り、弱含んでいる。企業倒産は、件数、負債総額ともに前年を上回った。消費者物価は、28か月連続で前年を上回った。

## 1. 景気の現状判断DI～3か月連続で低下

景気ウォッチャー調査による、11月の景気の現状判断DI（北海道）は、前月を1.8ポイント下回る48.9と3か月連続で低下した。好不況の分かれ目となる50を10か月ぶりに下回った。

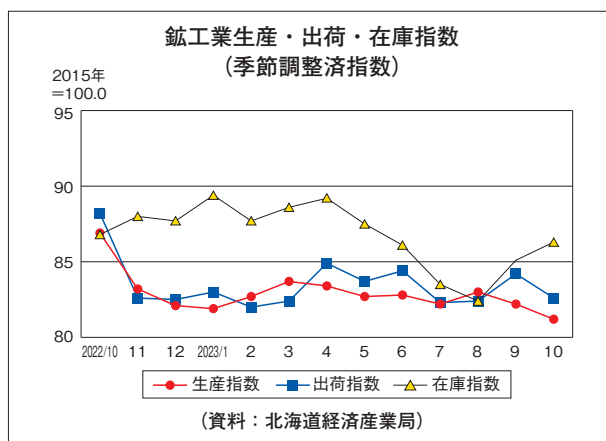
景気の先行き判断DI（北海道）は、前月を2.5ポイント上回る50.9となった。



## 2. 鉱工業生産～2か月連続で低下

10月の鉱工業生産指数は81.2（季節調整済指数、前月比▲1.2%）と2か月連続で低下した。前年比（原指数）では▲5.3%と18か月連続で低下した。

業種別では、金属製品工業、電気機械工業など6業種が前月比上昇となった。パルプ・紙・紙加工品工業、食料品工業、一般機械工業など9業種が前月比低下となった。

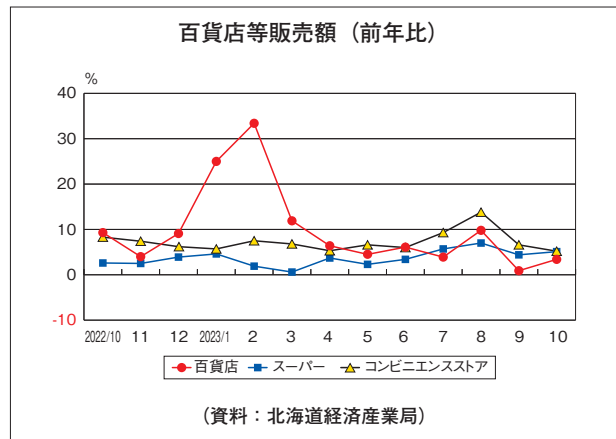


### 3. 百貨店等販売額～20か月連続で増加

10月の百貨店・スーパー販売額（全店ベース、前年比+4.8%）は、20か月連続で前年を上回った。

百貨店（前年比+3.4%）は、衣料品、飲食料品、その他が前年を上回った。スーパー（同+5.1%）は、飲食料品、身の回り品、その他が前年を上回った。

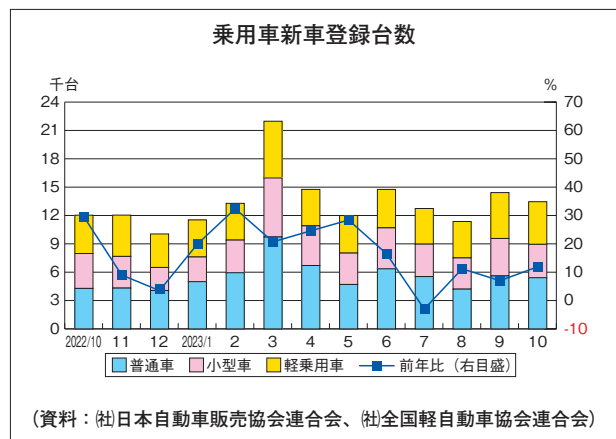
コンビニエンスストア（前年比+5.2%）は、24か月連続で前年を上回った。



### 4. 乗用車新車登録台数～3か月連続で増加

10月の乗用車新車登録台数は、13,462台（前年比+11.9%）と3か月連続で前年を上回った。車種別では、普通車（同+26.5%）、小型車（同▲4.4%）、軽乗用車（同+11.3%）となった。

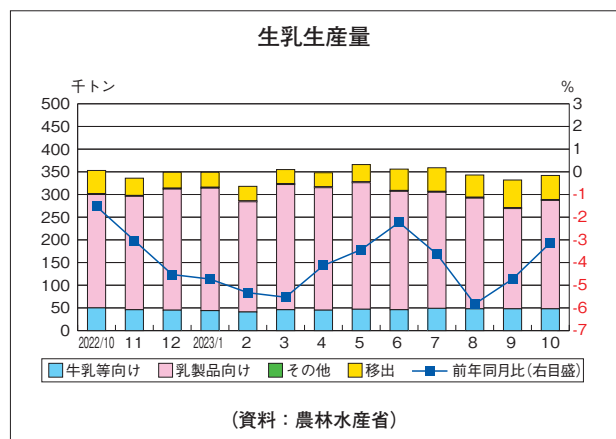
4～10月累計では、93,515台（前年比+13.0%）と前年を上回っている。内訳は普通車（同+23.9%）、小型車（同+2.1%）、軽乗用車（同+10.6%）となった。



### 5. 生乳生産量～14か月連続で減少

10月の生乳生産量は、342,400トン（前年比▲3.1%）と14か月連続で前年を下回った。内訳は、牛乳等向け（同▲3.7%）、乳製品向け（同▲4.6%）、その他（同▲0.2%）、道外への移出（同+5.0%）となった。

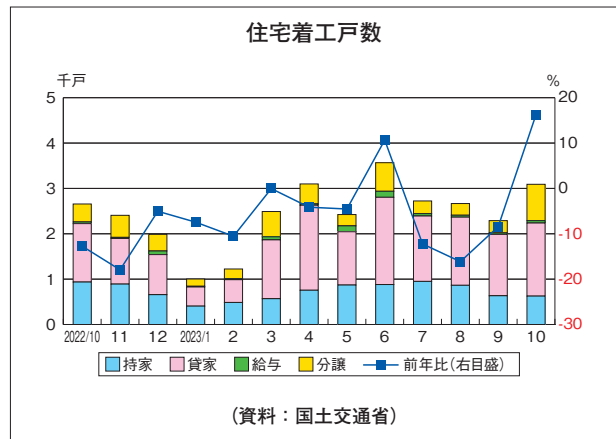
4～10月累計では、2,447,462トン（前年比▲3.8%）と前年を下回った。



## 6. 住宅投資～4か月ぶりに増加

10月の住宅着工戸数は3,091戸（前年比+16.3%）と4か月ぶりに前年を上回った。利用関係別では、持家（同▲33.1%）、貸家（同+25.1%）、給与（同+43.2%）、分譲（同+102.3%）となった。

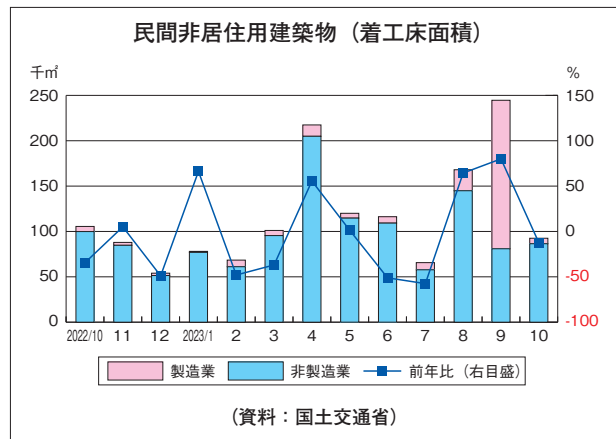
4～10月累計では、19,862戸（前年比▲2.8%）と前年を下回った。利用関係別では、持家（同▲14.0%）、貸家（同+7.3%）、給与（同+63.2%）、分譲（同▲16.7%）となった。



## 7. 建築物着工床面積～3か月ぶりに減少

10月の民間非居住用建築物着工床面積は、92,524㎡（前年比▲12.3%）と3か月ぶりに前年を下回った。業種別では、製造業（同+6.8%）、非製造業（同▲13.4%）であった。

4～10月累計では、1,024,522㎡（前年比+3.0%）と前年を上回った。業種別では、製造業（同+160.7%）、非製造業（同▲12.0%）となった。

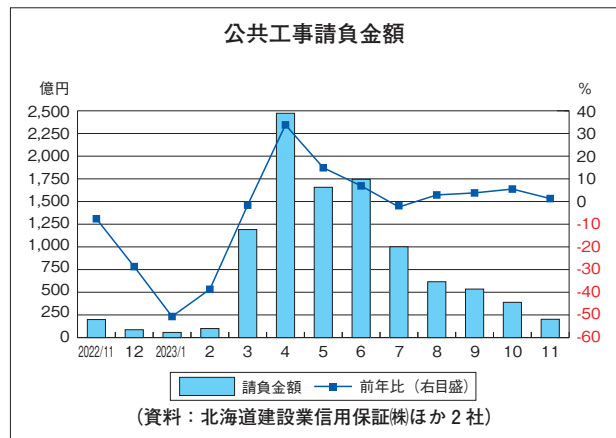


## 8. 公共投資～4か月連続で増加

11月の公共工事請負金額は202億円（前年比+1.3%）と4か月連続で前年を上回った。

発注者別では、市町村（前年比▲35.3%）、国（同+88.2%）、道（同+4.2%）、独立行政法人（同+181.9%）、その他（同+43.7%）が前年を上回った。

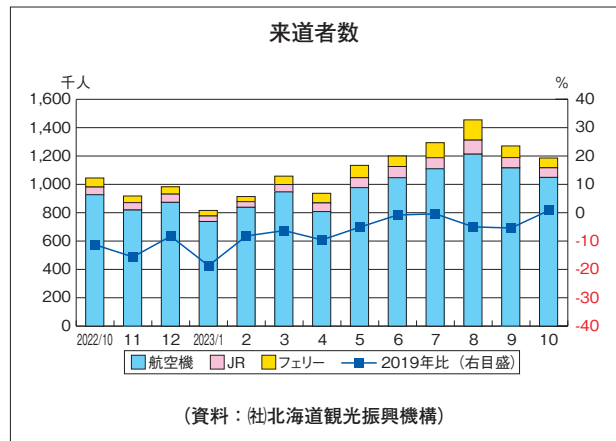
4～11月累計では、8,616億円（前年比+12.8%）と前年を上回った。



### 9. 来道者数～2019年同月比100.8%まで回復

10月の国内輸送機関利用による来道者数は、1,187千人（前年比+13.7%）と24か月連続で前年を上回った。2019年同月比では+0.8%となり、コロナ禍前の水準を単月で初めて上回った。輸送機関別では、航空機（前年比+13.2%）、JR（同+26.6%）、フェリー（同+9.0%）となった。

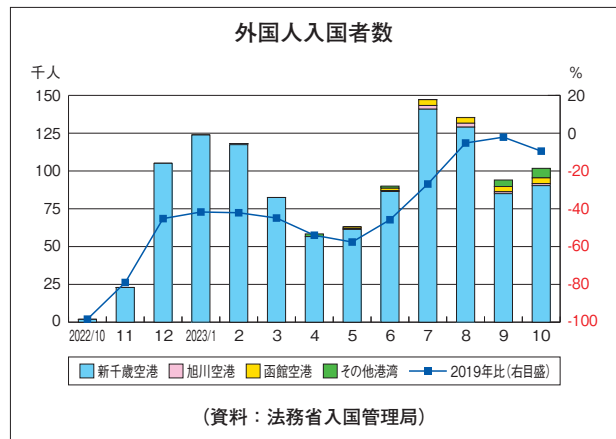
4～10月累計は、8,477千人（同+27.1%）と前年を上回っているが、2019年同期比では▲3.6%と下回っている。



### 10. 外国人入国者数～2019年同月比90.5%まで回復

10月の道内空港・港湾への外国人入国者数は、101,760人（前年比55倍）と16か月連続で前年を上回った。コロナ禍前の2019年同月比では▲9.5%となった。

4～10月累計は、689,805人（前年比116倍）と前年を上回っているが、2019年同期比では▲30.4%と下回っている。



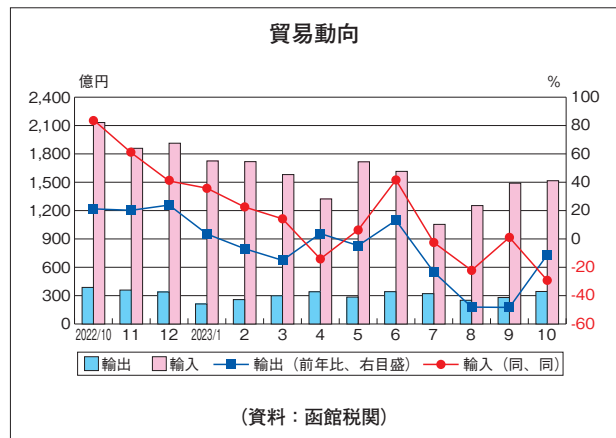
### 11. 貿易動向～輸出が4か月連続で減少

10月の貿易額は、輸出が344億円（前年比▲11.3%）、輸入が1,516億円（同▲29.2%）となった。

輸出は、船舶、再輸出品などが増加したが、魚介類・同調製品、自動車、紙・板紙などが減少した。

輸入は、再輸入品、一般機械などが増加したが、原油・粗油、肥料、天然ガス・製造ガスなどが減少した。

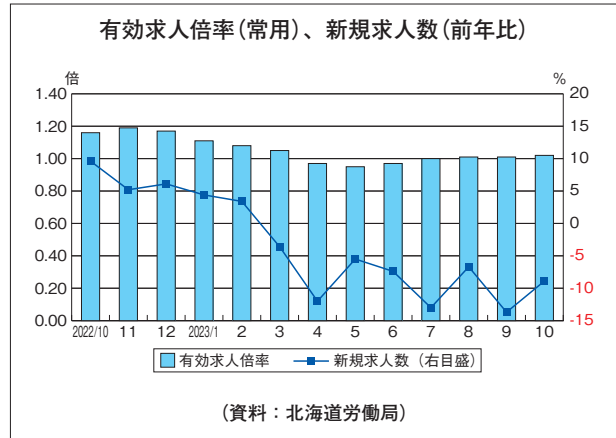
4～10月累計の輸出は、2,163億円（前年比▲21.7%）と前年を下回った。



12. 雇用情勢～有効求人倍率が7か月連続で前年を下回る

10月の有効求人倍率（パートを含む常用）は、1.02倍（前年比▲0.14ポイント）と前年を下回った。

新規求人数は、前年比▲8.9%と8か月連続で前年を下回った。業種別では、宿泊業・飲食サービス業（同▲23.0%）、建設業（同▲16.7%）、製造業（同▲21.1%）などが前年を下回った。

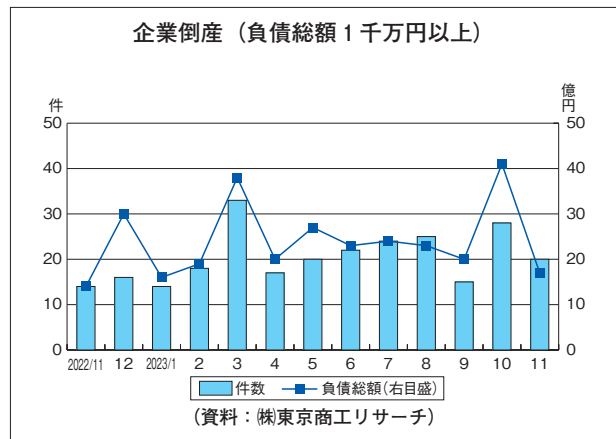


13. 倒産動向～倒産件数が2か月連続で前年を上回る

11月の企業倒産件数は、20件（前年比+42.9%）と2か月連続で前年を上回った。業種別ではサービス・他が8件、建設業が4件などとなった。

新型コロナウイルス関連の倒産件数は13件であった。

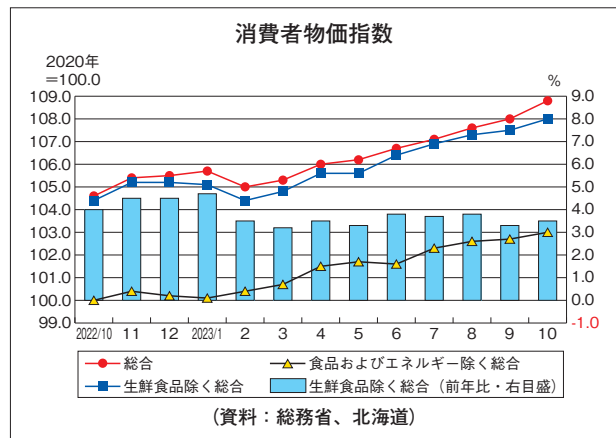
倒産企業の負債総額は、17億円（同+26.5%）と5か月連続で前年を上回った。



14. 消費者物価指数～28か月連続で前年を上回る

10月の消費者物価指数（生鮮食品を除く総合指数）は、108.0（前月比+0.5%）となった。前年比は+3.5%と28か月連続で前年を上回った。

石油製品の価格は調査基準日（10月10日）時点で、灯油価格が124.1円/ℓ（前月比▲0.6%、前年同月比+3.7%）、ガソリン価格が168.0円/ℓ（前月比▲7.2%、前年同月比+3.7%）であった。





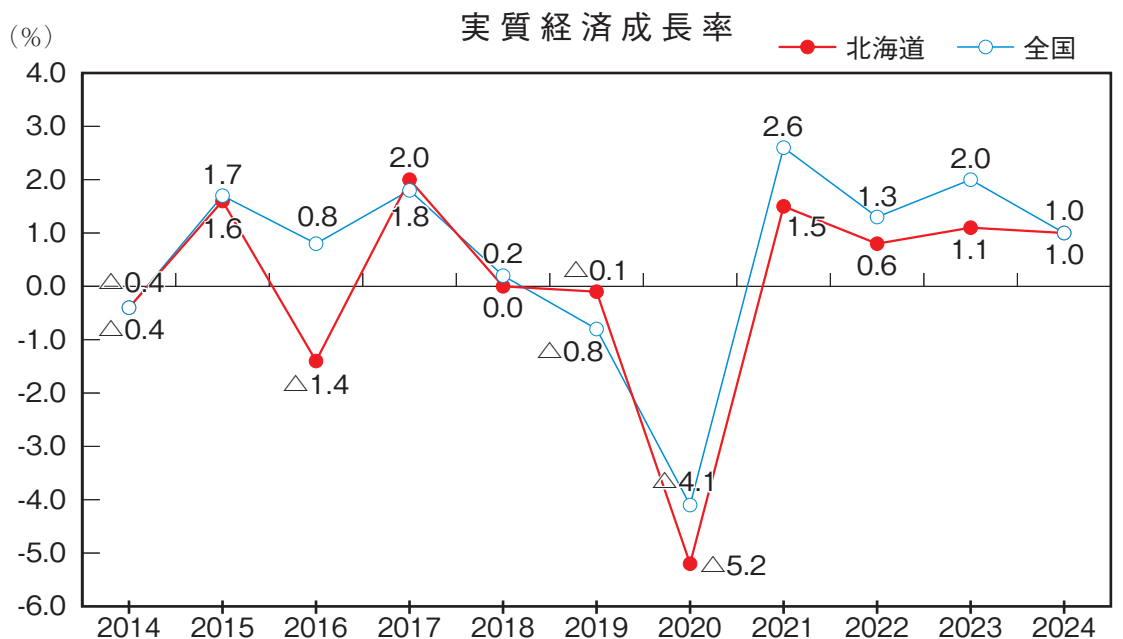
# 2024年度北海道経済の見通し

## 要 約

北海道経済の現状は、一部に弱さがみられるものの、緩やかに回復している。個人消費は人流の回復を背景に、緩やかに増加している。住宅投資は、減少している。設備投資は持ち直しの動きがみられる。公共投資は、増加している。

2024年度の北海道経済を需要項目別に展望すると、個人消費は、雇用・所得環境が改善していくもと、増加が見込まれる。住宅投資は、2年続く記録的な低水準から下げ止まり、前年微増となろう。設備投資は、半導体関連や省力化、デジタル化投資、再エネ関連投資などを背景に増加が見込まれる。公共投資は、堅調な予算配賦・執行と北海道新幹線工事の進展から前年上回りとなろう。財貨・サービスの移輸出入（純）は国内外の経済活動のプラス成長やインバウンド需要回復の一方、半導体関連設備の移輸入が大きく膨らむことを見込み、マイナス成長となろう。物価高は、消費や投資全般の重石となるも、その騰勢は徐々に鈍化が見込まれる。

この結果、実質経済成長率は1.0%（2023年度1.1%）、名目経済成長率は3.1%（同3.9%）と予測する。



(注) 1. 全国は内閣府調べ。2023年度は日本銀行政策委員「大勢見通し」(10月時点)の中央値。(年度)  
2. 北海道は北海道経済部調べ。2021年度以降は当行推計。  
3. 平成27(2015)年暦年連鎖価格方式。



## 1. 2023年度 北海道経済の概況

### (1) 国内経済の動向

現状の国内経済は、2023年7～9月期の国内総生産（四半期別GDP・1次速報値）では前期比▲0.5%（年率▲2.1%）となり、3四半期ぶりのマイナス成長となった（図表1）。

個人消費は、物価上昇や猛暑の影響で下押しされつつも、緩やかながら着実に増加している。住宅投資は、建築コストが上昇し弱めの動きとなっている。設備投資は、企業収益の改善を背景に脱炭素関連の投資やソフトウェア投資などが堅調に推移している。輸出は、供給制約が緩和された自動車が堅調に推移し横ばい圏内の動きとなっている。輸入は、原油・石炭等のエネルギーが増加し、プラスで推移している。その結果、純輸出（輸出－輸入）はマイナスとなった。

先行きについては、本年11月のESPフォーキャスト調査による10～12月期の国内総生産（四半期別GDP）見通しは、前期比年率+0.77%とプラス成長が見込まれている（図表2）。

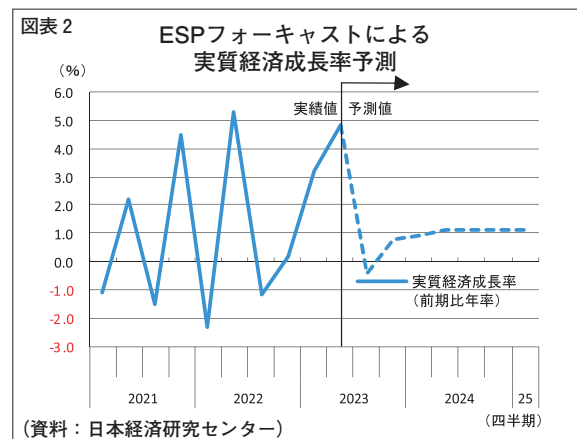
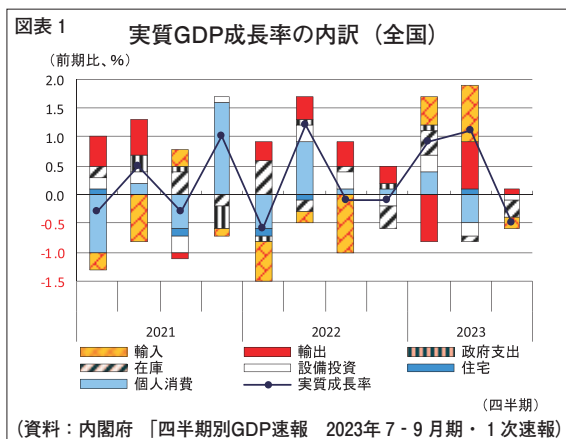
支出項目別にみると、個人消費は、コロナ禍で抑圧された需要が顕在化するなかで、政府による経済対策の効果も下支えとなり、緩

やかな回復が続くとみられる。住宅投資は、建築コストの高止まりから弱含みでの推移が見込まれる。設備投資は、デジタル関連投資や省力化投資、半導体産業への投資等を背景に、増加が続くと見込まれる。公共投資は、「防災・減災、国土強靱化のための5か年加速化対策」に基づく予算執行によって高水準で推移し横ばい圏の動きと見込まれる。財輸出は、海外経済の回復ペースの鈍化が重石となり、横ばい推移が見込まれる。サービス輸出であるインバウンド消費は、足元の円安も背景に持ち直しが見込まれる。

以上のように、国内経済は、個人消費を中心とした持ち直しが見込まれる一方、海外経済の回復鈍化や、ウクライナ情勢・中東情勢の展開、中国経済の先行き懸念、資源価格や物価動向など、不確実性が高まっている。さらに国内に目を向けると、長らく続いた金融緩和政策の修正が意識されていること、コロナ禍で下火になっていた人手不足感が幅広い業種で再燃しており、ボトルネックになり得ることにも注意が必要である。

### (2) 北海道経済の動向

現状の北海道経済は、一部に弱さがみられるものの、緩やかに回復している。



需要項目別にみると、個人消費は、物価高の影響を受けつつも、コロナ禍の制約が消失し平時に戻るなかで底堅く推移している。供給制約の影響から回復が遅れていた新車販売も復調し消費を押し上げている。住宅投資は、建築資材や地価、人件費の高まりなど住宅取得コストの上昇から持家を中心に減少している。設備投資は、コロナ禍で抑えられていた経済活動の活発化をうけて持ち直しの動きがみられる。公共投資は、予算配賦が高水準であったことに加え、北海道新幹線札幌延伸工事の本格化も後押しとなり増加している。

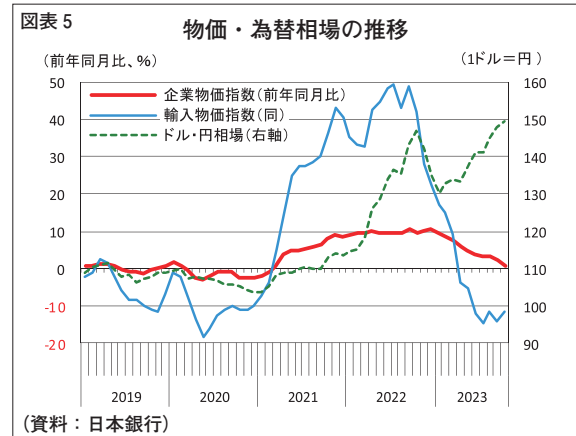
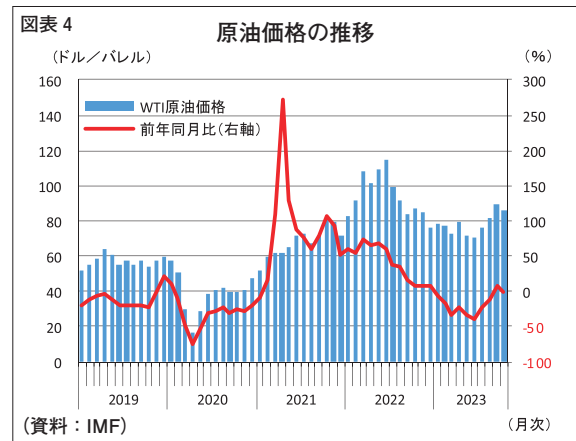
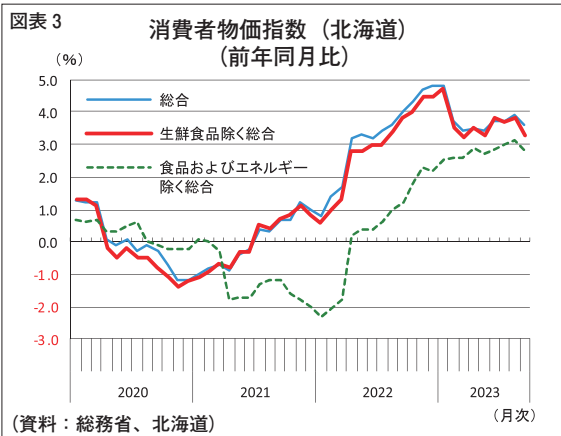
今後を展望すると、個人消費は、足元で名目賃金の上昇を上回る物価上昇がみられるものの、コロナ禍の各種制限が消失するもとで消費者マインドの改善とペントアップ需要の発現がみられ、「物価高克服・経済再生実現のための総合経済対策」などの経済対策が下支えするなかで増加を見込む。住宅投資は、建設コストの高止まりや住宅ローンの固定金利に上昇がみられることから減少を見込む。設備投資は、各種物価上昇が重石となるものの、札幌圏における再開発事業や、半導体関連投資、再生エネルギー関連投資計画が続き、堅調な推移が見込まれる。公共投資は、

高水準な公共予算の着実な執行、北海道新幹線建設費の増加などにより高水準が続くと見込まれる。財貨・サービスの移出入（純）については、国内外の需要回復による財輸出の伸びやインバウンド観光客の復調を受け、移輸出の増加が見込まれることから、プラス成長となる。

物価の動向をみると、エネルギー価格や食料品価格などの上昇の影響から、消費者物価指数（生鮮食品を除く総合）は2021年7月以降、27か月連続で前年を上回って推移している（図表3、4）。

企業物価は、輸入物価が足元で前年を下回っており、物価上昇の伸びは鈍化していくことが見込まれる（図表5）。

以上のような経済状況を勘案すると、2023



年度の道内経済成長率は実質成長率1.1%、名目成長率3.9%と前年に続きプラス成長を予測する。

## 2. 2024年度 北海道経済の概況

### (1) 国内経済の動向

2024年度の国内経済は、海外経済減速の影響や経済対策効果の退勢などから成長のペースは鈍化するものの、プラス成長を維持しよう。

需要面をみると、個人消費は、ペントアップ需要の減衰や、ガソリン価格・電気料金への経済対策の反動から物価高が続き下押し要因となるものの、緩やかな増加が見込まれる。背景にあるのは、高齢者や女性の労働参加率の上昇に伴い、追加的な労働力供給は鈍化が見込まれることや、前年に続き高めの賃金伸び率が想定され、所得環境は改善していくであろう。政府最終消費支出は、医療・介護費が人口動態や社会情勢を反映した増加トレンドに戻るであろう。住宅投資は、緩和的な金融環境が下支えとなるものの、住宅価格の高止まりや人口動態を反映し、緩やかな減少トレンドとなろう。設備投資は、省力化への投資やデジタル関連投資、サプライチェーンの強靱化に向けた投資等により増加基調が見込まれる。公共投資は、国土強靱化関連の支出が続くもとで横ばい推移が見込まれる。財の輸出は、世界経済の減速の影響を受け減少が見込まれる。一方で、サービス輸出はインバウンド消費が増加基調を辿り、プラス成長に寄与しよう。

### (2) 北海道経済の動向

2024年度の北海道経済は、経済活動の正常化に伴う需要回復が一巡することや、政府に

よる経済対策の効果が剥落していくなかで成長ペースを鈍化させつつも、底堅い個人消費や増加する設備投資が牽引しプラス成長を維持しよう。

需要面をみると、個人消費は、人手不足や賃上げの動きが継続するもとで雇用・所得環境が改善し増加しよう。消費者物価の上昇が引き続き重石となるものの、2024年度中には上昇ペースは鈍化し、実質賃金はプラスに転じると見込む。政府最終消費支出は、コロナ関連費用が剥落するものの、全国に比べ少子高齢化が進む北海道の人口動態を反映し医療・介護費の増加が見込まれる。住宅投資は、住宅取得コストの高止まりや金利上昇が懸念されるものの、2022年からの記録的な低水準を受けて下げ止まり、道央圏の貸家の需要増も追い風に前年微増を見込む。設備投資は、省力化、再エネ、IT関連投資、半導体関連投資を中心に大幅な増加となろう。公共投資は、2023年度補正予算が前年を上回って確保されたことや、半導体や再エネ関連投資など、国を挙げて取り組む施策に関連する予算付けも追い風に、堅調な予算配賦が見込まれる。さらに、北海道新幹線札幌延伸工事の事業費も増加を見込み、前年上回りとなろう。財貨・サービスの移輸出入（純）は、移輸入が移輸出を上回りマイナスとなろう。サービス移輸出をみると、来道者数は底堅く推移するとみられること、インバウンドはコロナ禍前の水準を回復し円安を背景に消費額の増加が見込まれる。財の移輸出については、中国による日本産海産物の輸入停止や海外経済の減速などの懸念はあるものの、国内需要の底堅さから前年上回りを見込む。財貨・サービスの移輸入については、高騰した原油価格が海外経済の減速感から低下する一

方で、半導体関連の高額な設備の輸入を見込むことから大幅増加となろう。

物価の先行きを展望すると、原材料価格・輸入物価の急騰は落ち着き企業物価上昇の勢いは鈍化していくこと、値上げによる消費者物価の上げ幅も収束していくであろう。

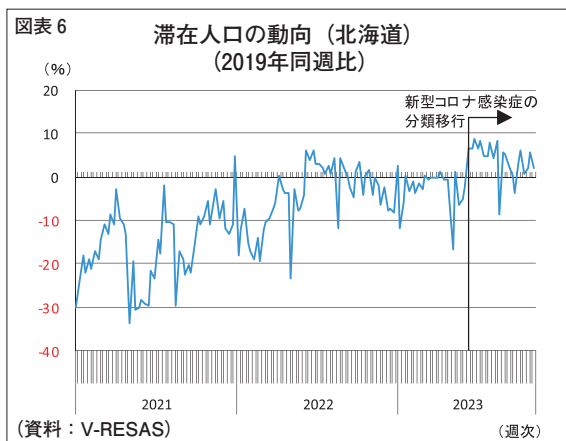
以上のような経済状況を勘案すると、2024年度の道内経済成長率は実質成長率1.0%（2023年度1.1%）、名目成長率3.1%（同3.9%）と前年に続くプラス成長となろう。

なお、本推計にあたっては、国内経済同様、ウクライナや中東情勢の動向、中国経済の先行き懸念、諸物価の更なる上昇などの下振れリスクを内包していることには注意が必要である。

### 3. 道内総生産（支出側）の動向

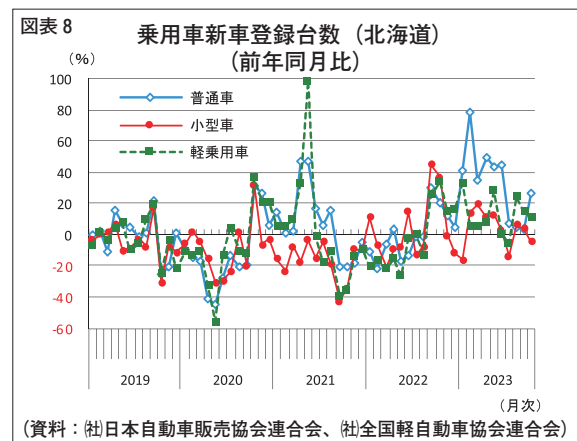
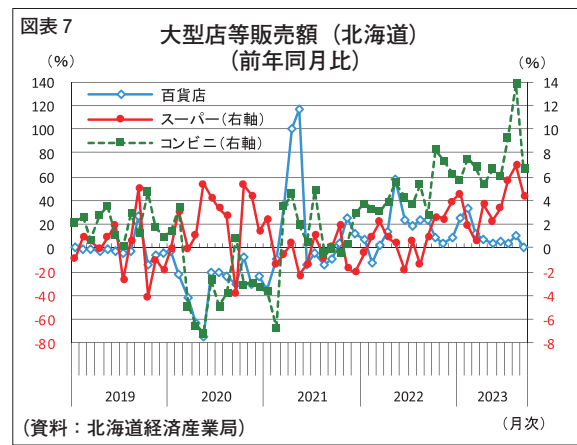
#### (1) 民間最終消費支出

現状の道内の個人消費は、物価高の影響を受けつつも、人流の回復と雇用・所得環境、消費者マインドの改善により緩やかに回復している。V-RESASによる小売店・娯楽施設の滞在人口の動向をみると、新型コロナウイルス感染症の5類移行（2023年5月8日）を挟んで人流の回復が顕著であり、コロナ禍前の2019年同週を上回る様子が多くみられる



（図表6）。個人消費では、百貨店やスーパー、コンビニエンスストアの売上高は2022年以降前年を上回って推移している（図表7）。自動車は半導体の供給制約が緩和し、2022年後半から回復が鮮明となっている（図表8）。

雇用環境は、新規求人数は2023年3月から足元の8月まで前年を下回って推移し、有効求人倍率（季節調整値）は1.00以上をкаろうじて維持しているものの、方向感の把握が難しい動きがみられる（図表9）。2023年9月に日本銀行札幌支店が行った『企業短期経済観測調査（北海道）』によると、雇用の過不足感を示す「雇用人員判断DI（過剰－不足）」は▲45と前期を下回っており、人手不足感はいっそう強くなっている。また、2023

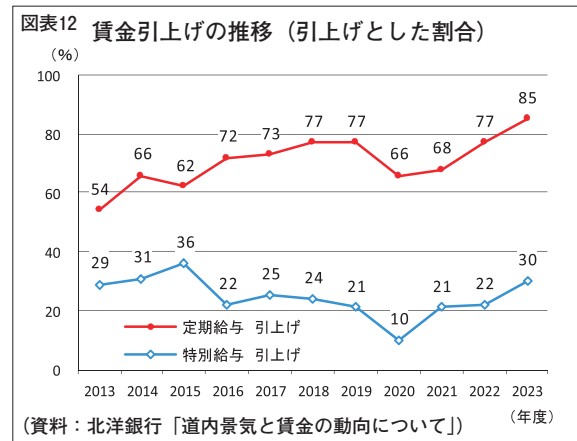
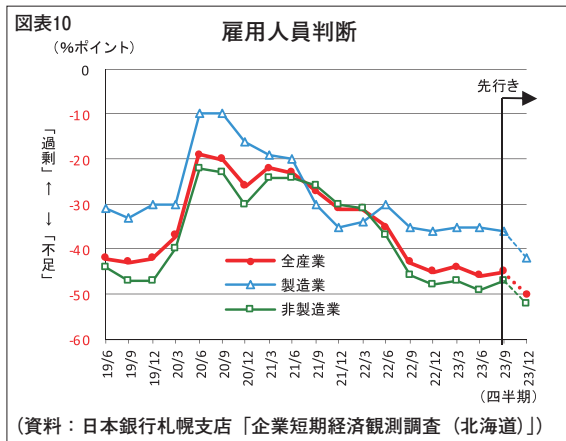
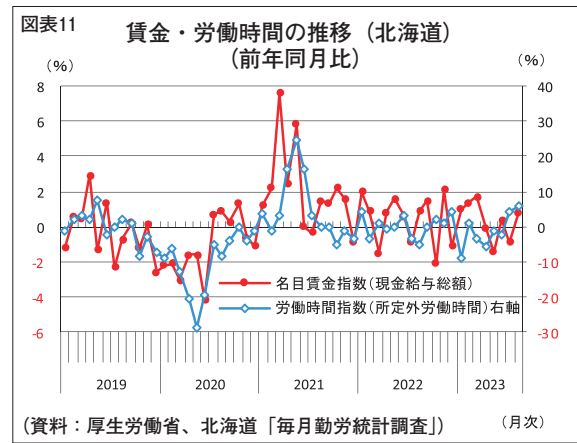
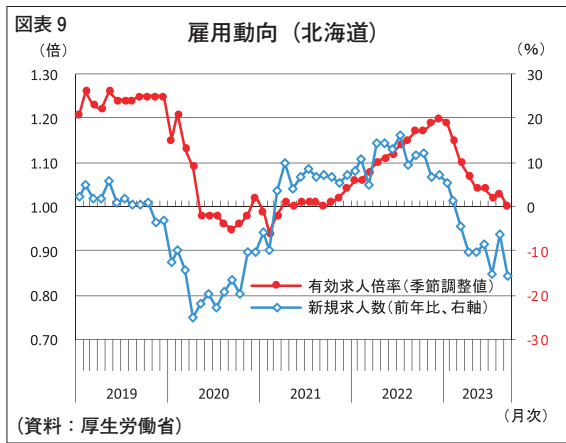


年8～9月にかけて当行が実施したアンケート調査においても、「雇用人員判断DI」は▲70と低い水準になっており、企業の人手不足が深刻な状況であることがうかがわれる（図表10）。昨今の採用経路の多様化や企業の人手不足感からは、実際の労働需給は引き締まっていると考えられる。

所得環境について毎月勤労統計調査（北海道）をみると、残業時間は前年下回りの傾向があるのに対し、現金給与総額は僅かに上回りの傾向があり、ベースアップ等により固定給が上昇傾向にあると推察される（図表11）。当行が本年5月から6月にかけて行った賃金動向に関する調査では、今年度、定期給与（基本給・諸手当等）を引上げ予定の企業は85%、特別給与（賞与・期末手当等）を

引上げ予定の企業は30%で、いずれも3年連続で前年を上回り、高い水準となっている（図表12）。また、連合北海道によると、2023年春闘では3.30%の賃上げ率（連合北海道エントリー分、3%超えは29年ぶり）となった。最低賃金は2023年10月から40円引上げられ、960円（前年比+4.35%）になるなど、賃上げの機運は確かなものといえる。

実質賃金は加速する物価上昇に賃金が追いつかず、2022年以降前年を下回る水準が続いている。足元でも前年を下回っているものの、物価の騰勢鈍化に伴い実質賃金に下げ止まりの兆しがみられる（図表13）。2024年度の賃上げ継続が鍵となるが、連合は春闘の統一要求において、2023年の「5%程度」から「5%以上」とする表現に引上げる方針を決



定した。政府による賃上促進減税は継続が見込まれており、2024年度の所得環境は改善が見込まれる。

消費者マインドは、内閣府が公表している消費動向調査の「消費者態度指数（全国・二人以上世帯・季節調整値）」をみると、2023年に入り持ち直しの動きがみられる（図表14）。また、消費動向調査の「物価見通し」によると、消費者が予想する1年後の物価について、「上昇する」との予想が2022年2月調査以降9割を超え続けている。

2024年度は、物価高が続きつつも上昇率が政府の目指す2%程度に収められていくなかで、それを上回る賃上げが実現し実質賃金は年度内にプラスに転じよう。こうして雇用・所得環境が緩やかに改善に向かう結果、個人消費は底固く推移することが見込まれる。さらに、コロナまん延後から積みあがった個人預金（図表15）や、政府による所得税減税策等の政策効果も今後の消費活動の下支えに資するものと思われる。

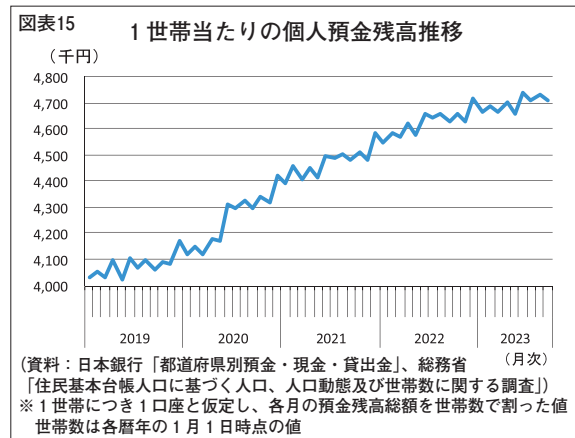
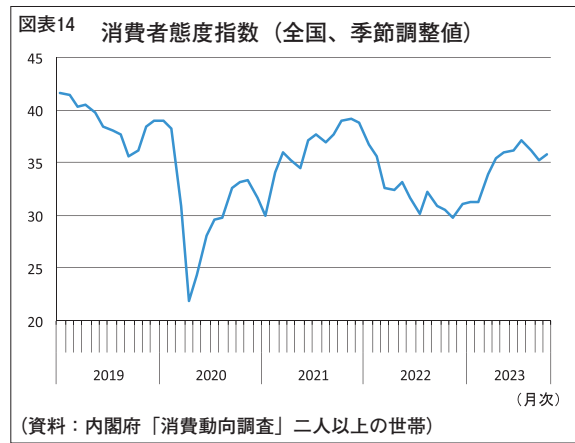
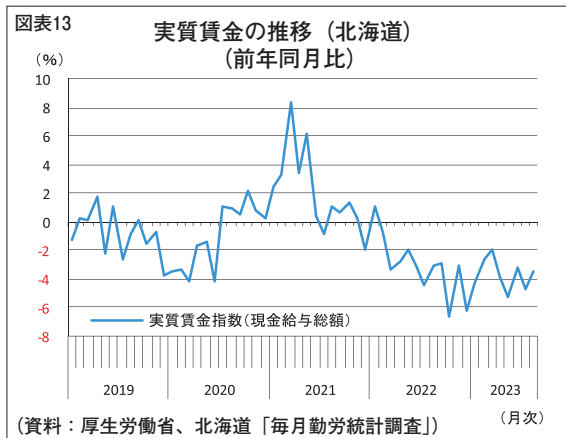
もっとも、2023年度にみられる外食や宿泊等の対面型サービス消費の復調や、半導体不足緩和の影響で回復した自動車販売の効果は一巡すると見込まれること、政府によるエネルギー価格に対する対策効果の剥落も見込ま

れることから、個人消費の伸びは緩やかなものとなるだろう。

この結果、民間最終消費支出は、実質成長率0.7%、名目成長率3.5%と予測する。

## （2）政府最終消費支出

政府最終消費支出では、現物社会給付は、コロナ禍では対策関連費用の増加がみられた半面、現物社会給付の大部分を占める医療費・介護費は受診控えの影響による低下がみられた。足元ではコロナ禍での受診控えが一巡し、既に高齢者人口の増加に伴う医療費・介護費増加トレンドに復している。2024年度もこのトレンドは続くと思われる。現物社会給付は前年を上回るであろう。固定資本減耗は、近年のインフラ投資が堅調だったことか



ら前年並み推移を見込む。雇用者報酬では、道職員や市町村職員の給与総額は、職員数は近年減少傾向にあるものの、前年度に続き2024年度も民間の給与水準の上昇に応じた公務員給与の引き上げにより増加が見込まれる。

以上の結果、政府最終消費支出は、実質成長率0.1%、名目成長率1.8%と予測する。

### (3) 住宅投資

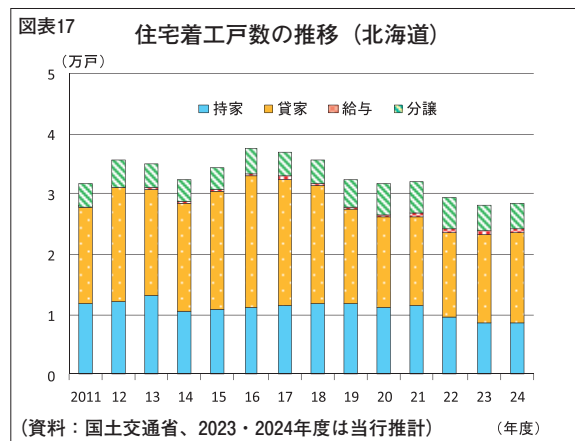
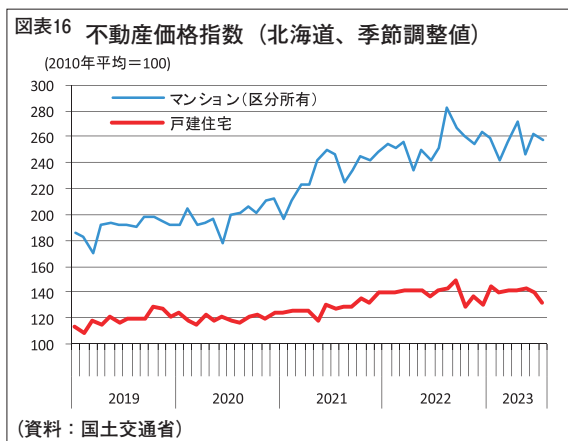
住宅投資の先行指標である新設住宅着工戸数は、2023年4～9月期に前年比▲5.7%と前年を下回って推移しており、記録的な低水準となっている。木材や鉄鋼、プラスチック製建材等の建築資材価格の高止まりに加え、人件費の高まりによって住宅取得コストが上昇（図表16）しており、持家や分譲戸建て住宅中心に市況が冷え込んでいる。貸家は法人が施主となる物件を中心に堅調に推移しているが、総じてみると2023年度の住宅投資は前年下回りとなろう。

2024年度の住宅投資は、建築コストの高止まりや、金利政策の変更により住宅ローン金利の上昇が予想されるものの、2年続いた記録的な低水準を受け、総じて下げ止まりを見込む。利用目的別に展望すると、持家および

分譲戸建は、所得環境の改善を受け概ね前年並みを見込む。貸家は、金利上昇による利回り低下が重石となるが、半導体産業の集積に伴う需要増も追い風となり前年上回りを見込む。分譲マンションは、大型マンションの着工が一段落していることなどから、前年下回りとなろう。

以上から2024年度の住宅着工戸数は、持家が8,760戸、貸家が14,990戸、分譲が4,180戸（分譲マンション1,740戸、分譲戸建2,440戸）、給与（社宅）が550戸、合計28,480戸となり、2023年度見込み（28,180戸）を300戸上回ろう（図表17、18）。

この結果、住宅投資は、実質成長率0.9%、名目成長率2.4%と予測する。



**図表18 利用目的別の住宅着工戸数** (戸)

利用目的	2022年度	2023年度	2024年度	対前年度
計	29,576	28,180	28,480	300
持家	9,499	8,700	8,760	60
貸家	14,251	14,690	14,990	300
給与住宅	502	540	550	10
分譲住宅	5,324	4,250	4,180	▲70
（うちマンション）	2,347	1,780	1,740	▲40
（うち一戸建）	2,959	2,470	2,440	▲30

(資料：国土交通省、2023・2024年度は当行推計)  
※長屋建等、利用目的別に分類されない構造物があるため、分譲住宅の合計は一致しない場合がある

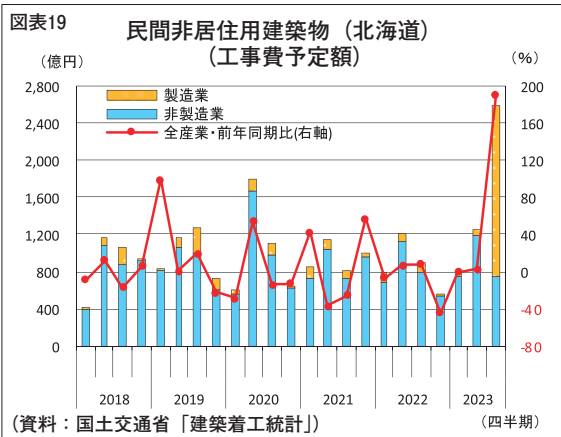
(4) 設備投資

先行指標である2023年4～9月の民間非居住用建築物の工事費予定累計額は、前年を82.1%上回って推移している(図表19)。この大幅な伸びは2023年9月調査で製造業が急進したためであり、半導体関連産業の道内進出が影響しているものと思われる。進行中の個別案件をみると、資材高や人件費の高まりから計画見直しの報道が散見されるものの、札幌市内で複数の大型再開発事業が進んでいるほか、再エネ関連投資等もみられる(図表20)。

2023年6月に日本政策投資銀行北海道支店が行った『北海道地域設備投資計画調査』(原則、資本金1億円以上の民間企業が対象)によると、2023年度の道内設備投資計画は全産業で前年比+45.4%となっている(製造業・

同+32.6%、非製造業・同+48.9%)(図表21)。製造業では、「輸送用機械」や「食品」などが増加を見込んでいる。非製造業では、「電力」や「不動産」などが増加を見込んでいるが、特に投資規模の大きい「電力」が全体を大きく押し上げた結果となっている。

また、当行が2023年8月から9月にかけて行った『道内企業の経営動向調査』では、道内中小企業の設備投資実施割合(全産業)は、2023年7～9月期(実績)が前年を4%ポイント上回る43%であった。同年10～12月期(見通し)における設備投資実施予定割合(未定を除く)は、前年を2%ポイント下回る40%と慎重さがみられるものの水準は高く、企業の設備投資需要に底堅さがみられた(図表22)。



図表21 2023年度業種別設備投資の動向 (単位：億円、%)

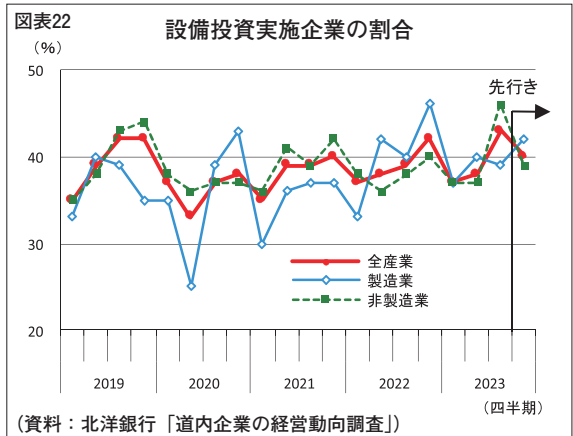
	2022年度実績	2023年度計画	増減率
全産業	2,790	4,057	45.4
(除く電力)	(2,262)	(2,651)	(17.2)
製造業	596	791	32.6
非製造業	2,193	3,267	48.9
(除く電力)	(1,665)	(1,860)	(11.7)

(資料：日本政策投資銀行「北海道地域設備投資計画調査」)

図表20 道内での設備投資、再開発

地区	主要用途	事業規模
千歳市美々	次世代半導体工場	3兆円
札幌市中央区北4西3	商業施設・オフィスなど	1400億円台
石狩湾	洋上風力発電所	800億円
苫小牧市	データセンター	650億円
札幌市中央区北8西1	店舗・共同住宅など	520億円
新さっぽろ駅周辺	店舗・共同住宅など	500億円
苫小牧市	バイオマス発電所	312億円
札幌東区	医療センター	200億円
石狩	データセンター	160億円

(資料：新聞報道、市町村ホームページなどを基に当行作成)  
 ※本表の事業規模は単年度の金額ではなく、事業全体の総額を示している





高水準である設備投資計画に対し、その実行の裏付けとなる企業収益の動向をみるに、2023年9月に日本銀行札幌支店が行った『企業短期経済観測調査（北海道）』によると、企業の経常利益（全産業）は2023年度通年で前年比+2.2%（上期同▲3.2%、下期同+7.9%）の計画となっている（図表23）。コスト上昇が企業利益を下押しするが、各種補助金等政府支援策が負担増を緩和し、さらに消費者の値上げ許容度の高まりから価格転嫁も進むとみられ、企業収益の大幅な落ち込みは回避されると見込んでいる。

2024年度を展望すると、札幌市内の大型再開発や、省力化投資、脱炭素関連投資、IT関連投資など一定程度続くとみられ、さらに半導体関連工事の本格化や産業集積の進展（図表24）が見込まれ、北海道の設備投資を押し上げよう。

以上から2024年度の設備投資は、前年を大きく上回り、実質成長率26.0%、名目成長率28.2%と予測する。

### （5）公共投資

公共工事請負金額をみると、2023年4～9月の累計金額は前年を13.6%上回って推移している。2023年度の北海道開発事業費（事業

費ベース）が当初予算と前年度補正予算を合わせた16か月予算で前年比+1.0%となったことに加え、北海道新幹線の札幌延伸工事の本格化により堅調に推移している。資材価格や人件費の高まりから実質の工事量が抑制されることや、各自治体の庁舎建て替えや大規模改修工事がピークアウトしたことが重石となりつつも、総じてみれば2023年度の公共投資は前年を上回ろう。

2024年度を展望すると、北海道開発予算の2023年度補正予算は1,661億円（前年度比+9.0%）で成立し、2024年度北海道開発予算の概算要求額は前年度予算を+20%上回る過去最高額の要求となった。昨今の北海道を取り巻く状況を踏まえたうえでの増額要求であるため、前年を上回る予算成立を見込む。すなわち、北海道がエネルギー供給基地として我が国の地球温暖化対策を先導することへの期待が高まるなか、脱炭素化に向けた取組みを推進する目的や、デジタル関連産業の集積支援を図る目的など、時流を捉えた内容を盛り込み、増額を求めたものとなっている。さらに、北海道新幹線工事の事業費は、増加しつつピークに向かうなかで公共投資の成長に寄与しよう（図表25、26）。

この結果、公共投資は、実質経済成長率

図表23 企業の経常利益の動向（北海道）  
(前年同期比、%)

	2022年度			2023年度		
	上期	下期	通年	上期 (計画)	下期 (計画)	通年 (計画)
全産業	▲9.0	0.9	▲4.4	▲3.2	7.9	2.2
製造業	0.8	▲13.0	▲5.8	7.3	▲0.7	3.7
非製造業	▲14.6	9.8	▲3.6	▲10.2	12.3	1.4

(資料：日本銀行札幌支店「企業短期経済観測調査（北海道）」)

図表24 道内での半導体産業集積の動き

企業名(国)	事業(投資)内容	時期
ラムリサーチ(米)	半導体製造装置(サポート拠点)	未公表
ASML(蘭)	露光装置(サポート拠点)	2024年後半
アプライドマテリアルズ(米)	半導体製造装置(サービス拠点)	2025年までに
テクノウェル(日)	半導体関連部品製造(工場)	2025年10月操業
日本エスコン(日)	不動産(物流施設用地取得)	2025年完成目標
テクノフレックス(日)	半導体製造装置部品(工場)	2024年完成目標
アイメック(ベルギー)	半導体研究開発(サテライトオフィス)	未公表
日新(日)	物流(半導体関連危険物倉庫)	未公表
太陽日酸(日)	産業ガス(千歳ガスセンター)	2024年7月着工

(資料：新聞報道などを基に当作作成、検討中含む)

0.2%、名目成長率1.6%と予測する。

(6) 財貨・サービスの移出入 (純)

(A) 移輸出

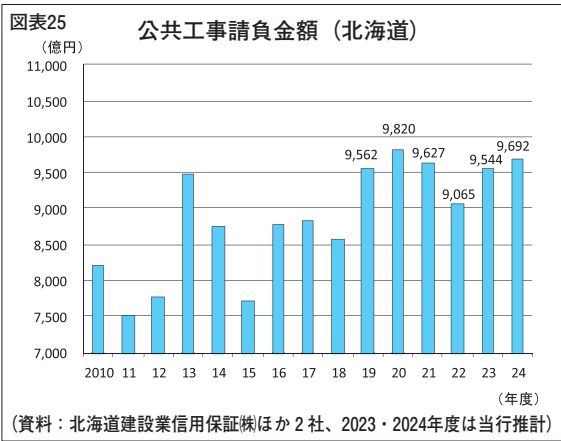
2023年4～9月の貿易統計(函館税関)をみると、財の輸出額は、「再輸出品」「魚介類・同調製品」などが減少し、前年同期を23.6%下回って推移している。この要因の一つは、中国による日本産海産物の輸入規制にある。中国の規制強化は2023年7月から始まり、8月下旬から全面停止されたため、9月以降中国向け海産物の輸出はゼロとなった。この措置は当面続くことが想定され、2023年度の財輸出は前年を下回ると見込む。

2024年度の財輸出は、こうした中国の政策の不透明感や米欧の金融引締めに伴う景気の

下押しリスクや中国経済の先行き懸念から世界経済は不透明感が強く(図表27)、前年下回りを見込む。

国内向けの財の移出は、国内需要の緩やかな回復を背景に、食料品を中心に持ち直しが続いている。主要な移出先である首都圏の需要も堅調であるため、財の移出は2023年度に引き続き2024年度も前年を上回ると見込む。

サービス輸出についてインバウンドの動向をみるに、外国人入国者数は2023年6～9月期、2019年同期比86%まで回復している(図表28)。これは中国人観光客の戻りが鈍いなかでの実績であり、韓国や米国などの国では既にコロナ禍前を回復している。また、円安を背景にインバウンド客の旅行消費単価は増大傾向にあることもサービス輸出の増加に追

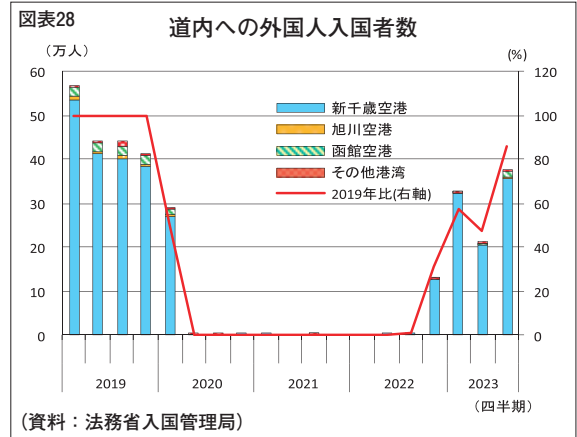
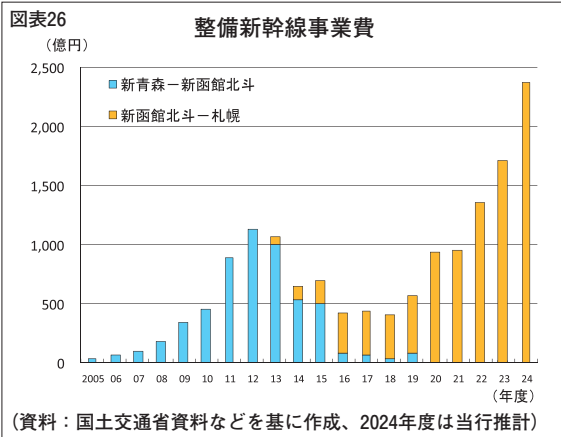


図表27 2023年・2024年世界経済見通し

(実質GDP、年間の増減率%、ポイント)

公表機関	公表日	年次	世界	アメリカ	ユーロ圏	中国
OECD	9/19	前回	2023 3.0	2.2	0.6	5.1
		2024 2.7	1.3	1.1	4.6	
	今回	2023 2.9	2.4	0.6	5.2	
		2024 2.7	1.5	0.9	4.7	
	変化幅	2023 ▲0.1	0.2	0.0	0.1	
		2024 0.0	0.2	▲0.2	0.1	
IMF	7/25	前回	2023 3.0	1.8	0.9	5.2
		2024 3.0	1.0	1.5	4.5	
	今回	2023 3.0	2.1	0.7	5.0	
		2024 2.9	1.5	1.2	4.2	
	変化幅	2023 0.0	0.3	▲0.2	▲0.2	
		2024 ▲0.1	0.5	▲0.3	▲0.3	

(資料:OECD、IMF)



い風となり、2023年度サービス輸出は前年上回りを見込む。2024年度は、中国人観光客が緩やかに回復することを見込み、前年上回りを見込む。

サービス移出について、来道客数の動向をみると、2021年11月から直近の2023年9月まで23か月連続で前年同月を上回っている。コロナ禍前との比較でいえば、2023年6～9月期は2019年同期比96%まで回復している（図表29）。2024年度のサービス移出は、2023年度に続き前年上回りが見込まれる。

以上の結果、道内からの移輸出は前年を上回ることが見込まれ、道内総生産（実質）を押し上げよう。

## （B）移輸入

2023年4～9月の貿易統計（函館税関）をみると、財の輸入額は、「石炭」「肥料」などが減少した一方「原油・粗油」「石油製品」「電気機器」などが増加し、総じて前年同期比+0.1%の前年並みに推移している（図表30）。輸入数量をみると、輸出額が減少した「石炭」において数量が微増しているなど、輸入物価の低下を裏付ける動きがみられる。

2023年度を展望すると、輸入は、輸入物価が前年に比べ低下していることや、道内需要

（中間需要・最終需要）の高まりを受けて、増加を予想する。財の移入も同様の理由から増加を見込む。

2024年度の移輸入は、2023年度同様前年上回りを見込むが、特殊事情を考慮する必要がある。半導体工場の高額な最先端の製造設備は2024年12月から搬入予定であり、全て移輸入での調達が可能と想定されることから、2024年度の移輸入額は大きく膨らむことが予想される。

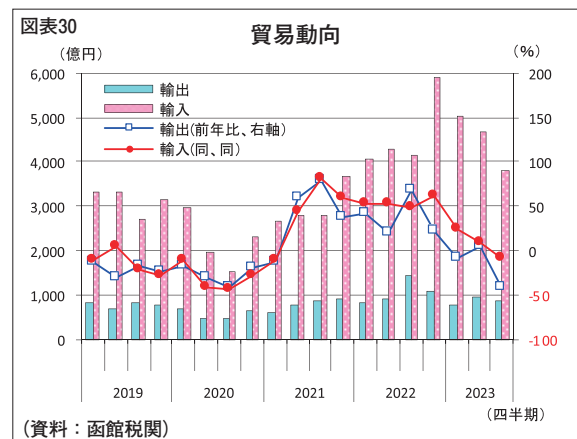
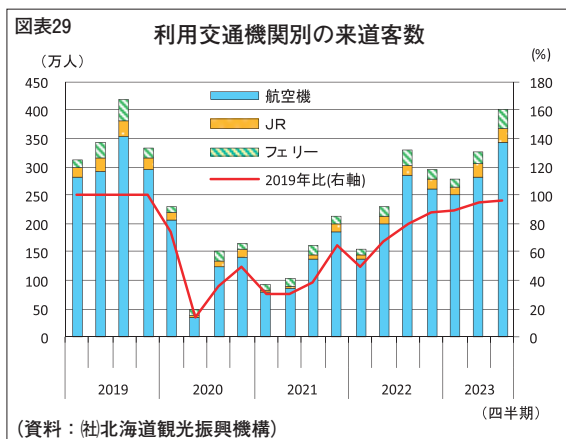
これらを受けて、物価の影響を取り除いた実質額では、移輸入の伸びが移輸出の伸びを大きく上回り、移輸出額から移輸入額を差し引いた財貨・サービスの移輸入（純）について、2024年度は大幅なマイナス成長となろう。この結果、財貨・サービスの移出入（純）は、実質経済成長率▲54.4%、名目成長率▲28.2%と予測する。

## 4. 道内総生産（生産側）の動向

### （1）一次産業

#### 【2023年度】

猛暑や海水温の上昇など自然環境の変化が道内の一次産業に影響を与えている。農業の農耕種部門の米では、北海道の作況指数104（前年度比▲2ポイント、全国101）、一等米



比率86.4%（前年度産比▲7.2ポイント、全国59.6%）と前年度比マイナスながら良好な水準を維持している。肥料価格の高騰など生産コストの上昇はあるものの、業務用米の需要回復などにより米価は上昇傾向にあり、生産額は増加が見込まれる（図表31）。

小麦は、生育が平年よりやや遅れてはいるものの、2023年産の民間流通麦の落札価格は北海道産4銘柄全て上昇（平均+26.6%）しており、生産額は増加が見込まれる。

野菜類は、猛暑の影響を受け品質低下や収穫量が減少する見込みながら、価格は概ね平年より上昇する見通し。ただし、主要品目のたまねぎなど昨年度に品薄で価格が高騰した品目は、前年比では低下する見込みであり、生産額は前年を下回るであろう。

畜産部門の酪農は、昨年来2度の飲用乳価引上げを実施したが、生乳の生産抑制や猛暑により乳量が減少している。加工用乳価は、異例の2023年度内2度の引上げが実施されたが、需要は低調に推移し脱脂粉乳は過剰在庫となっており、酪農の生産額は前年下回りが見込まれる（図表32）。

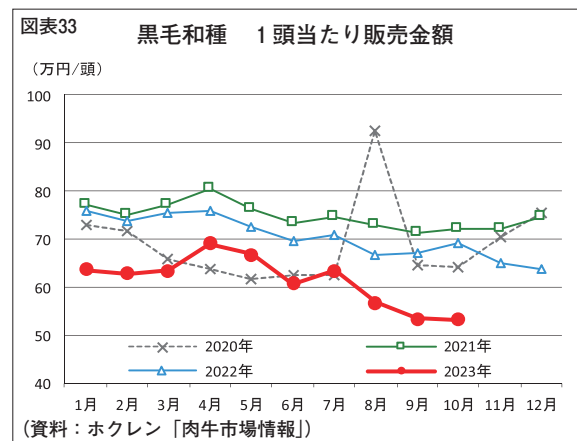
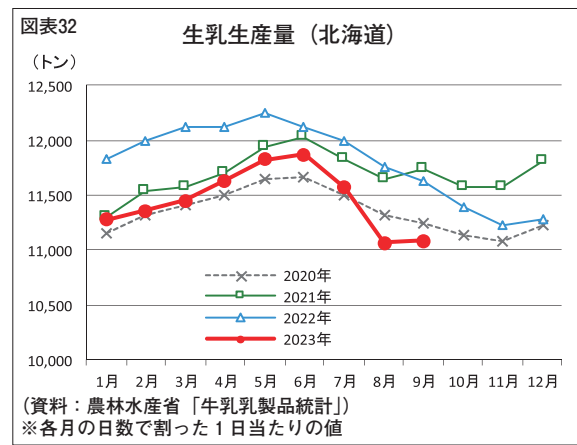
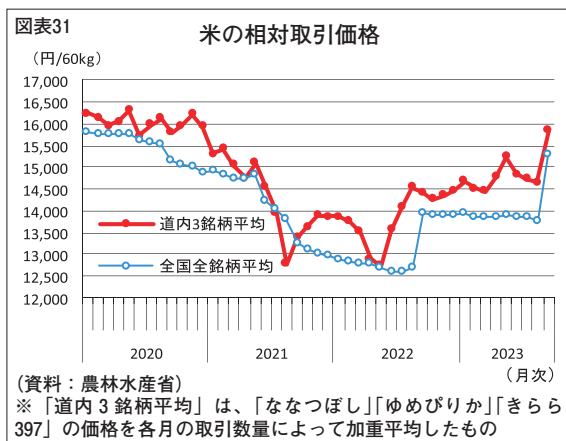
肉用牛、乳用牛の落札頭数は、ともに2%程度増加している。一方で、販売単価は2年以上低下を続け2年前に比べ2～3割低下し

ており、飼料価格高騰による生産コストの上昇もあり、生産額は減少が見込まれる（図表33）。

総じてみれば、農業の総生産は前年を下回ろう。

林業では、市況価格は前年高騰した水準を維持する見通しながら建築コストの上昇もあり、住宅着工戸数は前年に続き減少が見込まれる。原木消費量は前年を大きく下回る見通しにあり、生産コスト上昇もあり、林業の総生産は前年を下回るであろう。

水産業では、中国が2023年8月福島原発のALPS処理水の海洋放出開始を契機として日本からの水産物輸入を全面的に禁止した。主要魚種かつ主要輸出品であるホタテガイは国内で過剰在庫となり、7月までの価格上昇か



ら一転8月以降価格急落したことから生産額は前年下回りとなろう。サケは、秋サケの来遊漁数は前年比増加を見込んでいたが、直近では前年比▲35%の見通しに減少し、価格も前年度の豊漁時の在庫が積みあがっている事から下落する見通し。さんまの水揚げ量は前年比+36.7%、水揚げ高は同比+19.0%（全国さんま棒受網漁業協同組合）と増加したが、5年前との比較では水揚げ高5割程度と低い水準にある。いわしの水揚げ量は前年比+11.1%と回復傾向が続き、海外の供給減少から道内産への需要が高まりミール用単価が3割超上昇するなど生産額は増加を見込む。総じてみれば、水産業の総生産は前年を下回るであろう。

### 【2024年度】

農耕種部門の米は、引き続き業務用米の需要が回復することや民間在庫の減少が予想される事から価格は高止まりが見込まれる。作付面積は畑地化推進事業により若干減少の見込みにあるが単価上昇により生産額は前年を上回るであろう。小麦は、2023年10月以降の輸入小麦の政府売渡価格が11.1%引き下げられたものの、2024年産の民間流通麦の播種前入札における道内4銘柄平均は前年度比3%上昇しており生産額は増加が見込まれる（図表34）。

野菜類は、猛暑の影響を受け収穫量は引き続き減少を予想するが、品薄感から価格上昇により生産額は増加が見込まれよう。

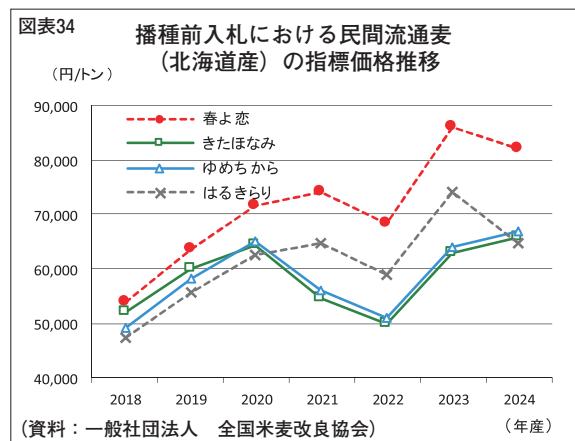
畜産部門では、北海道農協酪農・畜産対策本部委員会（酪対）では、脱脂粉乳の在庫を踏まえつつバターの安定供給を見据えて前年度比1%増の生乳生産を検討している。生乳の需要低迷や脱脂粉乳の過剰在庫の状況を踏

まえると、2023年度のような乳価改定は困難であり、さらに2年連続の猛暑による乳量減少も懸念され生産額は減少が見込まれる。肉用牛は、外食需要が回復傾向にあるとはいえ、需要に対する供給過剰や飼料価格の高止まりが懸念される。

総じてみれば、農業の総生産は前年比▲0.3%となろう。

林業は、建築コストの上昇が続く見通ししながら貸家需要に牽引され住宅着工戸数は前年微増を見込む。製材工場の在庫は積みあがっている事から原木消費量も低調な推移が見込まれ生産額は前年比▲2.7%と下回るであろう。

水産業では、福島原発のALPS処理水海洋放出の影響を国際原子力機関（IAEA）が厳密に検査している。中国も検査に参加したが、当面は日本産海産物の禁輸措置を継続するであろう。ホタテガイは中国以外への輸出も検討されているが、需要減少から価格は低調に推移し生産額は前年を下回ろう。サケは近年減少傾向が続いており平年並みの水揚げ量、価格を見込む。いわしは、道東沖での資源回復傾向が続いており前年度並みの水揚げ量、金額を見込む。総じてみれば、水産業の総生産は前年比▲1.5%と下回ろう。



この結果、一次産業の総生産（名目）は前年比▲0.7%と予測する。

## （2）二次産業

### 【2023年度】

食料品工業は原材料の輸入物価が高止まりしているものの、観光関連需要や業務用需要が回復に向かっており総生産は前年を上回るであろう。石油・石炭製品では輸入物価が高騰した2022年度からは低下して収益改善の機会となっており総生産の増加が見込まれる。一次金属、金属製品製造業は、原材料の輸入価格が高騰し高止まりしており総生産は前年下回りとなろう。パルプ・紙・紙加工品および印刷業はペーパーレス化の進展により紙需要が低調に推移しており減少が見込まれる。窯業・土石製品は、建設資材価格の高騰から設備投資計画の変更・延期により需要の減少が見込まれる。輸送用機器は、半導体不足などの供給制約が緩和され円安による輸出とともに増加が見込まれる（図表35）。

総じてみれば、製造業の総生産は前年を上回るであろう。

建設業をみると、住宅では、建設資材の価格高騰から取得費用が上昇しており住宅着工戸数は前年下回りを見込む。民間設備投資

は、再生可能エネルギー関連の投資や札幌中心部の再開発投資、半導体関連の投資などが押し上げ要因となろう。公共工事では、補正予算と合わせた北海道開発予算の16か月予算は7,229億円（前年度比▲0.3%）と前年並み、北海道新幹線の建設工事予算1,700億円（同比+25.9%）など増加が見込まれる。

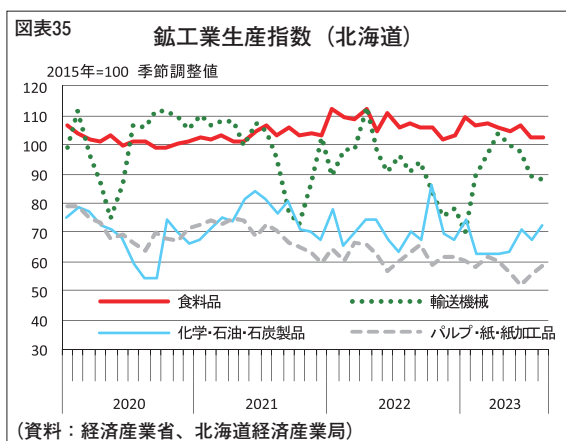
総じてみれば建設業の総生産は前年を上回るであろう。

### 【2024年度】

食料品工業では、輸入物価高騰が収束し原材料価格が低下していくこと、観光需要の回復が続くことから総生産は前年を上回るであろう。石油・石炭製品では、OPECの減産体制は続く見通しながら世界経済の減速感から原油価格は弱含みでの推移となろう。輸入物価が低下し景気の回復とともに国内需要の増加が見込まれ生産額は前年を上回るであろう。総じてみれば、製造業の総生産は前年比+5.1%となろう。

建設業を展望すると、住宅では建設資材の高騰による取得費用の上昇から住宅着工戸数は低水準を予想するが、賃貸住宅が牽引し前年微増を見込む。民間設備投資は脱炭素関連投資、札幌市内の大型再開発案件、省力化投資、半導体工場関連工事など積極的な投資が見込まれる。公共投資は、北海道開発予算（16か月）では防災・減災、国土強靱化関連の予算増額や北海道新幹線工事の進捗により増加が見込まれる。総じてみれば建設業の総生産は前年比+1.2%となろう。

この結果、二次産業の総生産（名目）は前年比+3.3%と予測する。



### (3) 三次産業

#### 【2023年度】

2023年度春闘では多くの企業で賃上げが実施され実質賃金の減少に歯止めとなった。

卸売・小売業では、物価高による原価上昇の影響を受けてはいるが、価格転嫁や個人消費の回復から総生産は前年上回りが見込まれる。観光関連では宿泊・飲食サービス・旅客運輸業は、新型コロナの5類移行や3年ぶりに中国直行便が再開されるなど国内旅行需要およびインバウンドの回復から総生産は前年上回りが見込まれる。保健衛生・社会事業では、コロナ禍で停滞した医療サービスや介護サービスの利用持ち直しが見込まれる。不動産業では、北海道の路線価は6.8%上昇し2年連続で全国一の伸び率となった。札幌の再開案件やニセコエリアの開発、道央圏への工場進出関連など需要増加により総生産は前年上回りが見込まれる。

#### 【2024年度】

2024年度を展望すると、2年連続の賃上げおよび物価上昇幅の縮小により実質賃金は上昇に転ずるであろう。

雇用・所得環境、消費者マインドの改善から財・サービスへの個人消費は回復傾向が続くであろう。インバウンド、来道客数はコロナ禍前の水準を回復し観光関連業種の宿泊・飲食サービス業、運輸・郵便業、小売業などの生産額は前年を上回るであろう。ただし、人手不足および物流業界の2024年問題は生産性の改善がなければ下押し要因となる懸念がある。

公務、保健衛生・社会事業は、コロナ関連の支出が減少するものの、2年連続の民間企業の賃上げが公務員給与にも波及すること、

コロナ禍で停滞した医療・介護サービスが回復することから前年上回りを見込む。

金融・保険業は金融政策の転換を前提として金利のある世界への突入により収益改善の機会となろう。不動産業は、金利上昇による投資意欲の減退が懸念されるが、半導体関連企業の道内進出に伴い貸家需要の増加が見込まれ生産額は前年を上回るであろう。

この結果、三次産業の総生産（名目）は前年比+3.3%と予測する。

統計表1 道内総生産（支出側）

（単位：億円、％）

項目	名目値（ ）内は前年度比伸び率			実質成長率		
	2022年度 実績見込み	2023年度 見通し	2024年度 見通し	2022年度	2023年度	2024年度
民間最終 消費支出	121,744 (5.1)	125,210 (2.8)	129,569 (3.5)	2.1	0.1	0.7
政府最終 消費支出	42,530 (1.9)	43,033 (1.2)	43,800 (1.8)	0.5	0.3	0.1
総固定 資本形成	38,567 (△3.8)	40,998 (6.3)	45,999 (12.2)	△7.8	4.0	10.7
住宅投資	7,115 (△7.4)	6,909 (△2.9)	7,073 (2.4)	△11.7	△2.5	0.9
設備投資	14,338 (△1.7)	16,194 (12.9)	20,756 (28.2)	△5.6	9.9	26.0
公共投資	16,883 (△4.0)	17,666 (4.6)	17,940 (1.6)	△8.2	2.2	0.2
財貨・サー ビスの移出入 (純)	△14,315 (△26.2)	△12,770 (10.8)	△16,371 (△28.2)	22.4	7.7	△54.4
道内総生産 (支出側)	201,381 (1.1)	209,326 (3.9)	215,852 (3.1)	0.6	1.1	1.0

※統計上の不突合、在庫増を除いているので合計は道内総生産と一致しない。

統計表2 実質成長率の増加寄与度

（単位：％）

項目	2022年度	2023年度	2024年度
民間最終消費支出	1.2	0.1	0.4
政府最終消費支出	0.1	0.1	0.0
総固定資本形成	△1.5	0.7	2.0
住宅投資	△0.4	△0.1	0.0
設備投資	△0.4	0.7	1.9
公共投資	△0.7	0.2	0.0
財貨・サービスの移出入 (純)	0.8	0.2	△1.4
道内総生産（支出側）	0.6	1.1	1.0

※統計上の不突合、在庫増を除いているので合計は道内総生産と一致しない。



統計表3 道内総生産（生産側）

（単位：億円、％）

項 目	名 目 値			前 年 度 比 伸 び 率		
	2022年度 実績見込み	2023年度 見通し	2024年度 見通し	2022年度	2023年度	2024年度
一次産業	7,933	7,706	7,655	△0.2	△2.9	△0.7
農 業	5,958	5,799	5,780	△5.3	△2.7	△0.3
林 業	260	245	238	0.2	△5.9	△2.7
水 産 業	1,715	1,662	1,638	22.5	△3.1	△1.5
二次産業	35,618	36,405	37,609	△0.3	2.2	3.3
鉱 業	230	243	248	△11.8	5.7	2.2
製 造 業	19,195	19,736	20,746	△0.6	2.8	5.1
建 設 業	16,193	16,425	16,615	0.2	1.4	1.2
三次産業	155,980	163,291	168,604	1.5	4.7	3.3
電気・ガス・水道・ 廃棄物処理業	6,779	7,198	7,367	△2.6	6.2	2.3
卸売・小売業	25,823	27,459	28,153	△2.3	6.3	2.5
運輸・郵便業	13,776	14,945	15,768	6.4	8.5	5.5
宿泊・飲食 サービス業	3,623	4,707	5,130	20.4	29.9	9.0
情報通信業	6,671	6,960	7,050	1.7	4.3	1.3
金融・保険業	6,365	6,615	6,996	1.8	3.9	5.8
不 動 産 業	23,720	24,737	26,013	3.1	4.3	5.2
専門・科学技術、 業務支援サービス業	15,153	15,179	15,196	△0.8	0.2	0.1
公 務	14,219	14,450	14,656	1.4	1.6	1.4
教 育	8,331	8,192	8,252	△1.7	△1.7	0.7
保健衛生・ 社会事業	23,675	24,631	25,655	3.3	4.0	4.2
その 他 の サービス	7,843	8,218	8,370	1.4	4.8	1.9
道内総生産 （生産側）	201,381	209,326	215,852	1.1	3.9	3.1

※四捨五入の関係や輸入品に課される税・関税、資本形成に係る消費税等を除いているので、合計は道内総生産と一致しない。

# サービス商品の“値上げ力”を考える

小樽商科大学 ビジネススクール  
教授 内田 純一

## 《ポイント》

- 安売りされがちだったサービス価格を適正に“値上げ”できる好機が到来している
- 尖ったサービス・コンセプトはコモディティ化を防ぎ、高い値付けを可能にする
- 自社のサービス・コンセプトを鋭角化するために、「個別性」と「即応性」で捉え直せ

## 1. はじめに

円安を追い風にして、インバウンド客が回復基調にあります。そして、インバウンド客の消費額もコロナ以前より増えています。日本観光は安売りしすぎだとの批判もあり、財布の紐が緩んでいる今こそ、サービス商品の単価を適正価格にまで上げる好機であると言えます。

一方で、サービス業において客単価を上げることは顧客離れにつながる、と心配する声も聞かれます。しかし、低賃金により人材獲得難に陥っているサービス業にとって、商品単価の上昇は喫緊の課題です。一般的にサービス価格が上昇することは、サービス産業従事者の賃金水準を押し上げ、国内賃金の上昇を促します。

もともと日本が農業社会から工業社会に変容する過程で、都市労働者が生まれ、彼らが豊かになっていく過程で様々なサービスへのニーズが生まれることで、サービス産業が成長してきました。今後もサービスを高度化し、賃金上昇につなげ、人々の消費余力を高めながら、さらなる新しいサービスを誕生させるという、正の方向のスパイラルを回していきたいものです。

本稿では、顧客離れを起こさずに、サービス事業者が適切なサービス価格を設定するためのサービス経営学的なヒントについて解説していきます。

## 2. サービス価格の値上がりトレンド

最近、モノの価格（製品価格）の上昇だけでなく、サービス価格の上昇についても、頻繁にニュース等で報じられています。例えば、Netflixに代表される動画配信サービス業界のサブスクリプション料金は2023年になって続々と値上げされています。同じ2023年には東京ディズニーリゾートの入場料が初めて一万円を超える価格設定となり話題になりましたが、米国に二箇所あるディズニー運営のテーマパークも、東京と同時期に値上げされています。

物価上昇の傾向は、円安による影響を受けやすいモノ製品から先に現れ出しましたが、いよいよ本格的にサービス価格の上昇にも波及してきていると言えます。

このような値上がりトレンドが顕在化してきた理由は様々ですが、日本の労働市場全体を襲う「人手不足」もその一つです。人手不足は単純な労働人口減少によるものだけではなく、サービス業の人材獲得難という問題による面もあります。一部のサービス業界にはびこる「低賃金」、「長い労働時間」といった待遇・労働環境が是正・改善されないことには解決しにくい課題なの

です。人手不足や人材獲得難を解消するためにもサービス価格の値上げを検討すべきときです。

それでは、顧客離れを起こさず、サービス価格を適正に値上げするにはどうすればよいでしょうか。本稿では、サービス経営学的に示唆される値上げの方策について考えてみたいと思います。その要点となるのは「サービス・コンセプトの鋭角化」です。

### 3. サービス・コンセプトの浸透が適正な価格付けにつながる

サービス・コンセプトというのは、サービス商品の魅力が（顧客にとって）どこにあるのかについてわかりやすく説明するための文章や図式のことです。サービス商品の多くは、コア・サービスと、付随するサブ・サービスとが組み立てられることによって成立していますので、ただ順番に個別のサービスを列挙しただけでは複雑で顧客に理解してもらえません。これをうまくパッケージにした明解な一文でコンセプトに表現することが必要になります。

サービス商品はモノ製品と違い、その構成要素の多くが無形です。事前に現物を見られないので、コンセプトがわかりやすいことはもちろん、他の商品と比べてどこが違うのか（ユニークなのか）ということが顧客に伝わりやすいように「鋭角化」することが重要なのです。

実際、サービス・コンセプトが消費者に浸透していることで、適正な対価を顧客から無理なく得られるということにつながります。ここで適正というのは、高価格である場合に限らず、場合によっては低価格であることが顧客に受け入れられている場合も含まれます。

例えば、ローコスト・キャリア（LCC）の顧客ターゲットは、比較的時間に余裕があり、運賃負担力は決して高くない層です。フルサービス・キャリア（FSC）とは違って、大幅にサービスの質・量は劣るわけですが、目的地に格安で到達できるというLCCのコンセプトが広く浸透していれば、顧客はFSCで提供されるサブ・サービスがLCCでは全く提供されなくても文句は言いません。サービスの質・量に見合った適正な価格付けであることを理解しているからです。

もちろん、サービス・コンセプトが顧客に浸透することは、価格が低い場合だけでなく、価格が高いことの裏付けとしても作用します。LCCの登場により、FSCのコンセプトは、より明確になったと言えます。LCCが脅威になるどころか、日本の大手航空会社は傘下企業としてLCCを抱えているように、価格に敏感な層はLCCに、サービス充実に関心がある層はFSCにと、うまく棲み分けさせながら両キャリアを併存させているわけです。

このように、サービス・コンセプトの浸透は、顧客ターゲットの交通整理につながり、コンセプトへ賛同する顧客が選別された結果、値付けの面でも適正価格を導入しやすくなるのです。

それでは適正な値付けのために、サービス・コンセプトを鋭角化するにはどうすればよいか、以降の章では「個別性」と「即応性」というキーワードで説明していきましょう。

### 4. 「個別性」でサービスを捉える

サービス経営学用語のなかに「タッチ・ポイント（顧客接点）」という言葉があります。顧客との接点を多く持つことで顧客情報を吸収し、より顧客そのもののニーズを理解した上で、個々の顧客ごとにサービスを提供し、生涯価値（LTV）を高めるために、企業は積極的に顧客接点を設けよ、という考え方です。顧客との接点を活かした対話によって、顧客自身も気づいていな

いような隠れたニーズを掘り起こし、サービスを進化させるために使うのが、サービス経営学的な顧客情報収集のあり方です。

なぜ、このタッチ・ポイントの話題を持ち出したかという、サービス・コンセプトの中には、顧客に一般的な商品を提案するのではなく、一人ひとりに特化したサービスを提供するような「個性」を売りとするコンセプトの一群が存在するからです。例えば、高級ホテルの代表格であるリッツ・カールトンでは、高い宿泊料を取るかわりに、宿泊客のことをよく理解した上で、その顧客のためだけのもてなしを提供する「感動を呼ぶサービス」で有名です。

誰もが喜ぶサービスではなく、その顧客だけが感動するサービスを目指すためには、顧客接点の場を豊富に用意し、顧客情報を地道に集めていく必要があるわけです。このようなサービス・コンセプトにおいては、顧客側も企業との付き合いを継続させながら、再び感動させてもらおうと積極的に関係を継続していこうとします。感動のツボは人それぞれですから、継続的な関係性のなかでそれを見極め、単なる過剰サービスに陥るのを防ぐことも重要です。

また、京都の花街がいわゆる「一見さん」顧客をお断りしているのは、たった一回のお座敷遊びの空間・時間では、十分にその顧客を満足させられないと自覚しているからです。

そして、顧客接点が増えることが、自分へのサービスの質を高める結果になると理解している顧客は、積極的に自分の情報を開示してくれるということです。これは顧客が企業にパーミッション（許諾）を与えた状態ですので、たとえ企業から顧客へのコミュニケーションが頻繁であっても、ダイレクト・メールが一方的に送りつけられてくるような迷惑感を抱かずに済むわけです。

### 5. 「即応性」でサービスを捉える

タッチ・ポイントから得られる顧客情報の活用法には大きく2領域あります。1つ目は、前述のリッツ・カールトン級の高級ホテルや、京都花街で見られる接客サービスのよう、長期的にカスタマー・デライト（顧客感動）を狙っていく領域です。

2つ目は、サービスを提供している最中に、顧客との対話により情報を得つつ、サービスの内容をどんどん変化させ、サービスをリアルタイムで調整しながら、カスタマー・エクスペリエンス（顧客経験）の価値を高めていく領域です。

この2つ目の領域の具体例として、北海道観光でも注目されつつあるアドベンチャー・トラベル（AT）における、ガイドとツアーリストとのやりとりを想起するとわかりやすいかもしれません。ATは体験型観光の一種ですから、その商品としてのサービス・コンセプトは、冒険的な観光を通じて、日常では得難い特別なカスタマー・エクスペリエンスを得ることに主眼があります。よい旅行ガイドは相手の知識レベルに合わせて、訪問した観光名所や史跡の説明をしてくれるように、ATのガイドは、相手の体調や基礎体力、運動経歴、自然知識などを考慮に入れながら、サイクリングやカヌー、シーカヤック、フィッシング、登山、そして野生動物観察といったアクティビティをガイドしていきます。ATはいずれも危険と隣り合わせなので、ガイドにはとっさの判断力が資質として求められるわけですが、ガイド相手であるツアーリストのコンディションを見極めた上での総合的判断を下すことが重要です。ときには気候変化など自然環境と、ツアーリストの体調変化を両にらみして、当初の観光プランを柔軟に変えていく場面も出てくるで

しょう。

つまり、1つ目と2つ目の領域の違いは、そのサービス・コンセプトが「即応性」を核とするかどうかにあります。京都花街におけるお座敷遊びでも、当意即妙で場の空気を読んだふるまいをすることは芸舞妓にとっては必須の能力ですが、その商品コンセプトの核は長期的な関係性を前提とした顧客感動にあると思われます。その点では、リッツ・カールトンも同様で、いずれも即応性そのものがサービス・コンセプトの核というわけではありません。

一方、ATガイドのように、一回の観光体験のなかに何度も臨機応変な反応をすることが求められる、ときには命に関わる判断も行いながら、顧客体験の豊かさを追求していくという意味で、その商品コンセプトは「即応性」の高さを売りにしていると言えるでしょう。

## 6. サービス・コンセプトの類型

それでは、サービス商品のコンセプトを適切に構想し、顧客にそのサービス・コンセプトを受け入れてもらい、適正な価格へと値上げしていくにはどうすればよいでしょうか。ここでは筆者が考案した「サービス・コンセプトの4類型」を図1で紹介し、各象限について説明します。

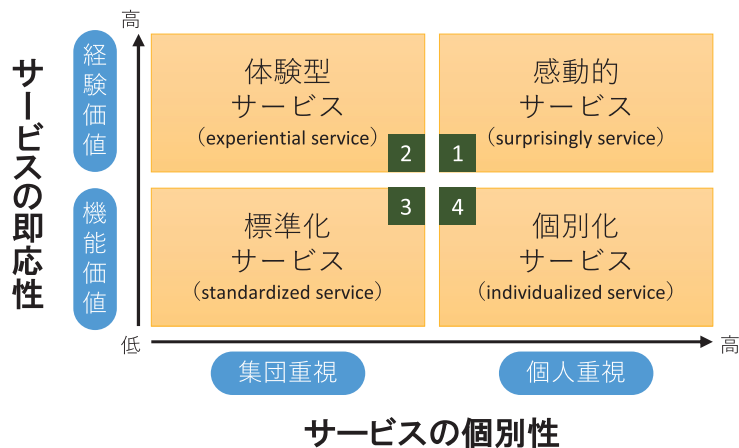


図1. サービス・コンセプトの4類型

この類型図では、横軸に「サービスの個性」をとっています。これは文字通り個別特化されたサービスを提供する特性が高いか低いかを示します。個性によって実現するサービス・コンセプトについては4章で説明しましたが、その特性が高い場合、「個人重視」のサービスとなり、低ければ「集団重視」のサービスとなります。なお、誤解のないように前置きしておくと、この特性が低いことが悪いわけではありません。個性を求めず、集団重視とすることにより、後述するグループ・エクスペリエンスのような独特のサービスが実現されることもあります。

次に縦軸には「サービスの即応性」をとっています。こちらも文字通りサービスに対する即時の応答がサービス提供に際して求められる度合いの高低について示しています。この即応性については5章で説明しているように、企業が顧客接点を豊富に備えていても、そこで得た情報を現

在提供しているサービスにすぐさま活用するかどうかは様々です。長期的な関係を前提としていれば必ずしも現在提供するサービスに即時に反映する必要性がない場合もあります。

一般的には即応性が高い場合は「経験価値」を売りにするサービスであり、即応性が低い場合は「機能価値」を売りにするサービスであるという傾向があります。

それでは事例を交えながら各象限について解説します。

### 標準化サービス

象限3の「標準化サービス」は、大量流通型のサービスに見られるサービス・コンセプトです。代表例はファスト・フード・チェーン店や全国展開の小売店などでしょう。このコンセプトを体現する業態では、サービスの標準化が効果的に使われています。全国どこでも同じようなサービスが提供されていれば消費者の利便性が高まり、さらに同じ機能価値が多数の企業によって提供されている状態は、サービス購入時の安心感につながっています。この象限ではサービスの個別性は低く、多くの顧客を満足させるという集団重視の姿勢が貫かれていることが多いです。また、サービスの即応性も低く、サービス提供時に定型的なオペレーションから逸脱することは少ないために、低コストで運用ができます。

### 体験型サービス

象限2の「体験型サービス」は、顧客と対話しながら臨機応変に定型化されたサービスを組み合わせるサービス・コンセプトです。医療の場合であれば、患者への問診により、いくつかの保険診療の選択肢や、投薬治療のパターンを組み合わせるといった例が当てはまります。そのためサービスの即応性は高いのですが、事前に選択肢とパターンが用意され、それを的確に当てはめていくというサービス特性ゆえ、個別性は低いといえます。また、グループ学習や集合研修といった例で見られるように、集団であるが故に個人サービスでは得られないような体験を与えるサービスを想定する「グループ・エクスペリエンス」と呼ばれるサービス・コンセプトを構想できることも象限2の大きな特徴です。例えば、リアル脱出ゲームのように、グループで参加したほうが楽しいサービスがここに該当します。

### 個別化サービス

象限4の「個別化サービス」は、一人一人に特化したサービス商品を提供しようとするコンセプトです。先ほど例に挙げた医療分野にも、その名もずばりの個別化医療あるいはパーソナライズド・ヘルスケアといった用語が登場しており、患者一人一人の体質に合ったテーラーメイドの医療行為を提供するというコンセプトが出てきています。医療は一般的には万人に向けてユニバーサルに提供されるべきとされるサービスですから、個別性を求めることでコスト増になってしまうことは、インクルーシブではありません。しかし、高い先進的な医療ニーズに応え、より高い付加価値を実現するという意味では、有望なコンセプトだと言えます。

### 感動的サービス

象限1の「感動的サービス」はやや俗っぽい表現のようですが、サービス・エクセレンスへの実務的関心が高まっている中で、サービスの究極形として国際的に注目されるサービス形態です。この象限は即応性も個別性も高く、簡単には実現できないサービス・コンセプトということになります。一人ひとりの顧客に、極限まで個別特化したサービスを、なるべく即時に提供する

というサービス・コンセプトは、ライザップのような「結果にコミットする」ことを目指すマンツーマン型トレーニング業界が典型例です。

### 7. 事例解説：フィットネス、ダイエット業界の具体例

前述した4つの象限のうち、最も値上げ力が高いのは象限1です。個別性と即応性は顧客接点を豊富に保有し、上手に活用できなければ高めることはできません。それを片方でも有効に活用できる企業は、象限2や象限4のそれぞれにおいて独自のコンセプトでポジション取りしながら、一定の値上げ力を保つことができます。

しかし、全ての業界・企業にとってこの象限1が必ず望ましいというわけではありません。象限3であっても、鋭角化されたコンセプトを構想し、コモディティ化を避けることで過度な価格競争に陥らず、適正な価格づけでサービスを提供していくことができます。

以下では図2において、類型別にあてはめた事例を見ながら説明を加えていきましょう。

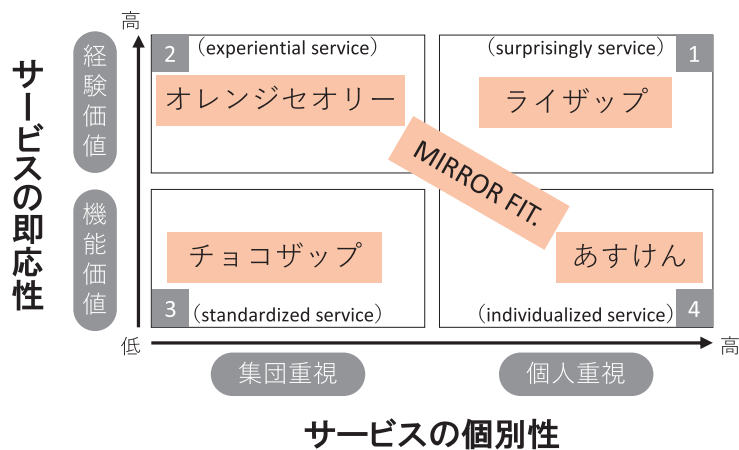


図2. 類型別サービス・コンセプトの具体例 (フィットネス・ダイエット業界)

先ほど事例に挙げたライザップは、「コンビニ・ジム」のコンセプトにより、「チョコザップ」という新業態を全国展開しています。ライザップ事業のような個別性は一切省き、同時に店舗の無人化を極限まで進めた結果として即応性も低いという象限3の事業ですが、サービス開始直後からコンビニさながらの全国展開を進めていて、独自基準で標準化された大量流通型サービスでありながら、全国どこの店舗でも土足のまま、ジムだけでなくセルフエステだけでも気軽に立ち寄れる独自形態を構築中です。航空事業に例えれば、ライザップ事業がFSC、チョコザップ事業はLCCといった位置付けにあり、それぞれのコンセプトが鋭角化された点も強みでしょう。

また、象限3のセルは、即応性が低い「機能価値」を志向する軸ですが、チョコザップの例では、各店舗の設備（トレーニング、セルフエステ、テレワークなど）が、開店後も継続的に充実化していくよう演出されており、まさに機能価値がどんどんと高まる期待を顧客に持たせることに成功しています。

フィットネス業界において、値上げ力という意味ではライザップ事業のある象限1は理想的で

すが、それだけの購買力を持つ層は限られており、市場が広いわけでは決してありません。また、値上げ力では及ばないながらも、象限3では標準化やマニュアル化によって規模が拡大できるという点が、資金力のある企業にとっては魅力となります。

象限2では、集団重視に独特な「経験価値」すなわちグループ・エクスペリエンスを志向するコンセプトが想定できます。フィットネス業界においても、「オレンジセオリー」という米国フロリダ発の外資企業の日本法人が、集団レッスン中に個々人のバイタルデータをウェアラブルデバイスのセンサーによって取得し、全員の活動量を壁一面に表示してトレーニング中に共有することで、集団的な経験となることを狙っています。ここでは集団レッスン中に、参加者ごとに脂肪燃焼が開始され、運動後も脂肪燃焼が持続することをビジュアルに表示（同社は「アフターバーン効果」と表現）する演出効果により、元来苦しいレッスンを参加者全員で乗り切りながら、個人では得難い達成感を体験させるという、独創的なコンセプトを打ち出しています。

象限4では、個別性を求めながらも、あらかじめ用意されたコンテンツを、顧客ごとの成長に合わせて提供するやり方が定石的です。例えば、ダイエットサポートサービスの「あすけん」は管理栄養士の指導を受けながら日々の食事や運動を記録することを手軽にしたスマホアプリベースの株式会社askenが手掛けるサービスです。そのコンセプトは「カロリーの見える化」です。また、AI機能を搭載した姿見鏡を前に、24時間配信されるレッスンを受ける「MIRROR FIT.」サービスがミラーフィット株式会社により開始されています。自宅にいながらスマートミラー越しに本格的なトレーニングができる気安さも話題となりました。いずれのサービスも、従来はトレーナーや栄養士といった専門家に直接指導してもらうサービスが主流で、コスト的には顧客の金銭的負担も時間的制約も大きいものでした。それらを設備や装置、そしてソフト的な解決策により、手軽なサービスに落とし込んで顧客の裾野を拡げていった好例と言えるでしょう。

このような設備的視点からサービス価値を追求する方向性は、対面サービスとは別の機能価値を創出しながらも、人手不足という課題に合理的に対応できる点が優れています。

なお、上述のMIRROR FIT.は、オンデマンドでレッスンコンテンツを選ぶ場合は象限4のサービスそのものですが、スマートミラー越しにパーソナルトレーニングを受けることもでき、その場合は象限1に近いサービスに変化します。さらに、LIVEレッスンを受ける場合には、他の参加者との交流も可能となっていて、象限2に近いサービスの提供も可能にしています。

## 8. おわりに

以上のように、サービス・コンセプトの鋭角化によって、適正な価格付けが可能になります。安売りと批判されてきた日本の観光業だけでなく、サービス業は全般的に適切な価格付けができていないように筆者には思えます。尖ったサービス・コンセプトは、コモディティ化による価格競争に陥ることを防ぎ、結果として高い値付けを可能にします。

本稿で紹介した4類型は、読者の皆様がサービスのポジションを定める際の手がかりになるはずですが、サービスの値上げを考える際に、自社のサービス・コンセプトを典型的に整理することから始めてみてはいかがでしょうか。



# 中国の養老・福祉事情

北洋銀行 上海駐在員事務所  
首席代表 野村 雄亮

## はじめに

領土問題、水産物輸入停止など、国家間では最近明るい話題の少ない日中関係ですが、民間に目を向けると日本とのビジネスをより盛り上げていきたいと奔走している中国企業・団体は多く存在します。今回はそうした動きの中から、商売のみならず日中共通の課題解決に繋がることがないかと考え、養老・福祉事情に着目してみました。日本ではあまり認識されていないと思われる中国の少子高齢化の背景や現地での取組み、および養老施設の様子についてご紹介していきます。

## 1. 中国の少子高齢化とその背景

国家統計局の発表によると2022年末の中国総人口は14億1,175万人（前年比85万人減）であり、61年ぶりの前年割れとなっています。一方で高齢化率<sup>1</sup>は、2021年に高齢社会<sup>2</sup>といわれる14%を超え、2022年末には14.9%にまで上昇しました。総務省統計局によると、日本の同比率は2022年9月時点で29.1%（3,627万人）となっており、比率からみると中国は日本の半分ほどですが、人口ベースでは約2億1,000万人と実に日本の6倍近い高齢者を擁しています。

また、高齢化のスピードが速いのも特徴です。他の先進国でも高齢化は進んでいますが、中国人口予測報告2023年版によると、高齢化率が7%から14%へ到達するまでに要した年数が、フランス126年、イギリス46年、ドイツ40年、日本24年（1971年－1995年）に対し、中国は20年となっています。中国はこのままでは低く見積もっても2032年に20%を超え、その後の総人口減少も加味すると、2050年には32.5%（約3億8,200万人）に達すると予測されています。中国人の3人に1人が65歳以上という状態です。

主要因は出生率の低下ということになりますが、その背景は複雑です。中国の人口死亡率（年間死亡数／年間平均人口×100%）は、2018年の0.708%→2022年の0.737%と緩やかな上昇がみられます。一方で、人口出生率（年間出生数／年間平均人口×100%）は、2018年の1.086%→2022年の0.677%へと人口死亡率を下回る水準まで急激に低下しています。人口死亡率には高齢者だけではなく若年層も含まれていますので、人口減少に加えて少子高齢化が進むのは当然であり、近年でそのスピードは更に加速しているといえます。

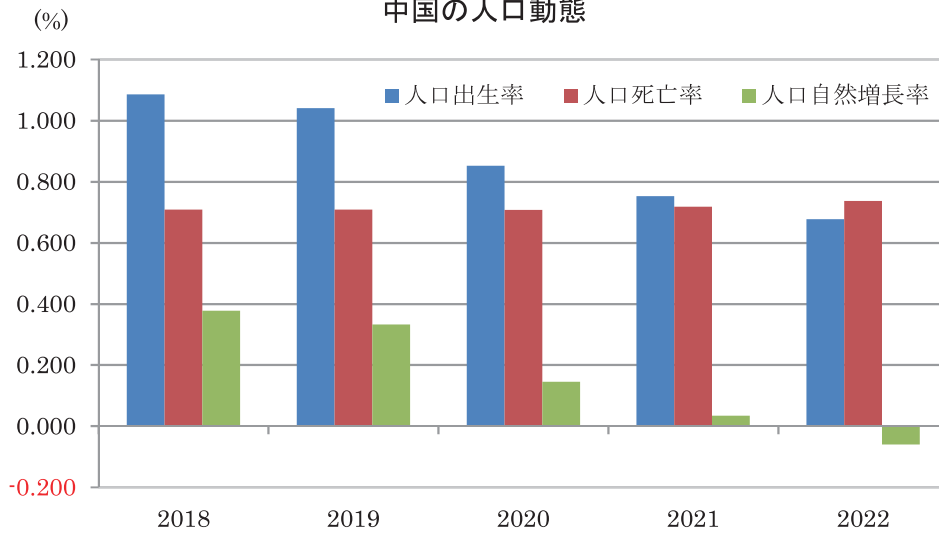
それでは出生率低下の原因が何かという話になりますが、第一に婚姻数の大幅な減少が挙げられます。国家統計局の発表では、全国の婚姻数は2013年の1,347万組→2022年の684万組と直近10年間でほぼ半減しています。減少の傾向は2015年から大きくなっており、原因がコロナ禍だけではないことは明らかです。本稿では詳しく触れませんが、近年深刻化している若年層の就業難や失業増も大きく関わっていると考えられます。

<sup>1</sup> 高齢化率：総人口に占める65歳以上人口の割合。

<sup>2</sup> 一般に、高齢化率が7%を超えた社会を「高齢化社会」、14%を超えた社会を「高齢社会」と呼びます。



### 中国の人口動態

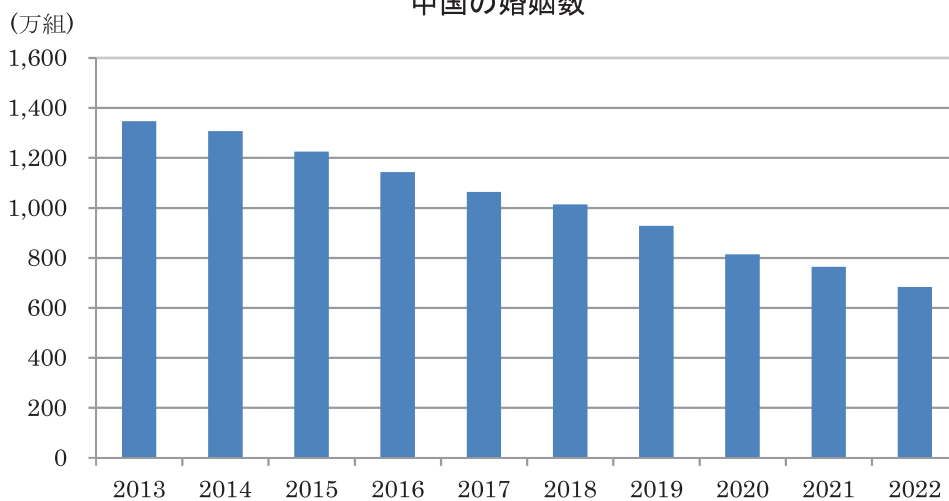


※人口自然増長率=人口出生率-人口死亡率

(出所) 中華人民共和国国家統計局のデータを基に筆者作成

<https://www.stats.gov.cn/>

### 中国の婚姻数



(出所) 中華人民共和国国家統計局のデータを基に筆者作成

<https://www.stats.gov.cn/>

次に挙げられるのが教育費負担の増加です。近年、中国では学歴至上主義の考えが強く、幸せな将来のためには高い学歴が必要との思いから、多くの家庭が子どもを学習塾に通わせています。幼稚園から通わせる家庭も少なくありませんが、これら学習塾の授業料は驚くほど高額です。まず我が家では支払っていけない水準なのですが、子どもの将来のために多くの家庭が共働きや親の援助を受けて資金を工面しているそうです。高校や大学の入学金・授業料は高くありませんが、そこに至るまでの負担がかなり大きいいため、経済的な事情から子どもを多く持つことを躊躇してしまうのも理解できます。

## 2. 日中の業界交流の取組み

上海では日本貿易振興機構（JETRO）の主催で「日中高齢者ヘルスケア産業交流会」が定期的に開催されています。2023年10月には在上海日本国総領事館、上海市対外友好協会、上海市工業経済連合会との共催で行われ、上海市と周辺の介護施設や介護用品、介護職、介護サービス分野の日本企業55社、中国企業64社が参加しました。

また、在上海日本国総領事館の多目的ホールを利用した日中の健康関連企業による「医療・健康・介護・福祉セミナー」も毎月開催しています。現在は基本的に中国人個人のみを対象としており、口コミやSNSを通じた開催案内に止めているため認知度はあまり高くないようですが、趣旨に賛同する異業種の方も宣伝活動に参加しており、今後の盛り上がりが期待されます。このイベントは私も一度見学しましたが、大半の講演で日本語と中国語双方での説明があるなど分かり易く、自分の健康や老後に関心を持つ中国の方々にとっては大変有益なイベントと感じました。最近では上海に拠点を持つ九州の自治体が観光PRも兼ねて積極的に地域紹介を行っており、地域企業で開発を進めている健康食品やバイオ産業などについて、はるばる日本から企業スタッフを招いて講演を行っています。

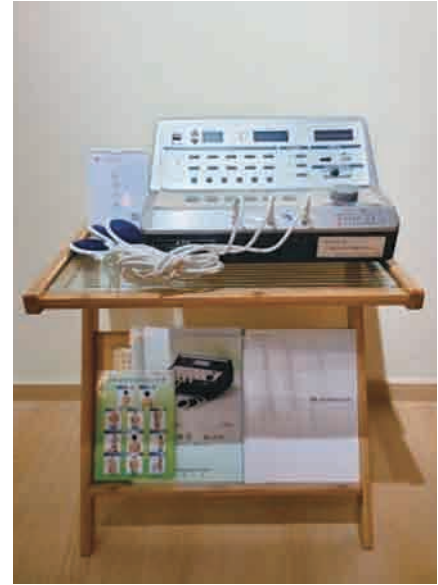
現在中国への渡航には査証の取得が必要となるため、こうしたイベントへの参加には準備期間や費用対効果を充分考慮する必要があります。それらを踏まえたうえで参加を希望される企業がありましたら、関係者としては大歓迎とのことですので、ぜひご相談ください。

独自に日本の福祉用品普及に取り組む中国企業もあります。上海和久佳医療健康科技有限公司（以下、和久佳社）では、中国へ進出している日系企業の協力を得て、主に日本の技術で作られた福祉用品を自社ショールームで展示しているほか、上海市内の福祉施設関係者への宣伝活動を行っています。同社では今も新たな日本製品を募集しており、中国国内における営業代行や展示会への出展など、中国進出に関する総合的なサポートが可能です。ちなみに中国では豪華施設や大型設備などのハード面は充実しているため、小型で高性能な福祉関連用品（車椅子、治療器など）やソフト面での参入がお勧めとのことでした。

また、高齢者と重複する部分もありますが、中国身体障害者連合会の発表では、2021年末時点で届出のある国内の身体障害者数は約3,800万人となっています。2020年に実施された中国政府による全国人口調査では、約8,500万人の障害者がいるとも中国青年報が報じており、障害者向けの補助用具なども潜在的な需要は大きいと考えられます。



【和久佳社ポスター】



【ショールーム展示品（車椅子、家庭用低周波治療器）】

### 3. 高齢者施設の紹介

和久佳社の紹介により、上海市内にある「太平小鎮・梧桐人家」を見学してきました。こちらは中国の大手保険会社「中国太平」が運営している、比較的元気な高齢者を入居対象とした中高レベルの高齢者施設です。希望に応じて介護サービス等も提供しており、日本のサービス付き高齢者向け住宅や健康型有料老人ホームに近いのですが、大きな違いはその規模にあります。敷地内には1棟200戸の入居棟が15棟のほか、娯楽設備を集約した建物があり、入居者はスポーツジム、プール、映画館、各文化教室など様々なサービスを利用することが可能です。また、中国太平は上海以外に広州、成都、海南で同様の施設を運営しており、一度入居資格が得られると、空きさえあれば施設間を自由に引越してできることも特徴です。なお、現在シンガポールでも施設開発を進めています。



【入居棟】



【入居棟内の寝室】

保険会社運営ということもあり入居費用の設定も独特です。一般的にこのような施設は、入居時にまとまった金額を支払い、入居期間に応じて償却されていきますが、この施設では最低150万円（約3,000万円）の一時払い保険を購入します。まとまったお金が必要になる点は変わりませんが、退去する場合も保険は継続可能ですので、中途解約さえしなければ初期投資分は目減りしないことになります。別途必要になる月額費用は、部屋のタイプや利用するサービスに応じて毎月7,000元～20,000元（約14万円～40万円）かかりますが、上海市内の賃貸住宅相場と同程度であるため高くはない印象です。

上海の施設は、2019年11月の運営開始直後にコロナ禍に見舞われ、厳しい経営を強いられました。ゼロコロナ政策解除後は全国から入居に関する問合せが殺到しているそうです。現在の入居率は約40%（1,200戸）程度ですが、入居要件となる保険購入件数では施設受入れ上限の3,000件を既に超えており、今後も入居率は順調に伸びていくと予想されます。この日は平日にも関わらず見学の家族連れで賑わっており、週末は更に増えるとの話から福祉施設に対する需要の高さを感じました。

この施設では特に日本製の福祉用品は使われていませんでしたが、より充実した介護やリハビリサービスを必要とする施設は他にもたくさんあります。また、都市部には比較的裕福な高齢者が多く、良い物にはお金を惜しまない傾向がありますので、高価でも品質に自信のある製品があれば提案していく価値はありそうです。

### おわりに

養老・福祉関連に限らず真剣に中国との事業を検討されるお客さまに対しては、現地で蓄積してきた情報や人脈を活用してサポートいたしますので、まずはお取引のある北洋銀行本支店、または国際部海外展開支援グループへご相談ください。

最後になりますが、本稿が中国に興味を持つきっかけとなりましたら幸いです。



【娯楽施設棟】



【娯楽施設棟内にあるスポーツジム】



# 主要経済指標 (1)

年月	鉱工業指数											
	生産指数				出荷指数				在庫指数			
	北海道		全国		北海道		全国		北海道		全国	
	2015年=100 季調値	前期比 (%)	2020年=100 季調値	前期比 (%)	2015年=100 季調値	前期比 (%)	2020年=100 季調値	前期比 (%)	2015年=100 季調値	前期比 (%)	2020年=100 季調値	前期比 (%)
2019年度	92.6	△ 5.7	110.2	△ 3.5	92.1	△ 6.2	110.4	△ 3.5	108.8	7.5	101.0	2.4
2020年度	83.3	△10.0	99.7	9.5	83.3	△ 9.6	99.7	△ 9.7	85.4	△21.5	91.2	△ 9.7
2021年度	88.6	6.4	105.2	5.5	89.5	7.4	103.8	4.1	87.8	2.8	98.4	7.9
2022年度	85.0	△ 4.1	104.9	△ 0.3	85.3	△ 4.7	103.7	△ 0.1	85.4	△ 2.7	100.7	2.3
2022年 7～9月	86.0	△ 1.7	107.1	3.1	85.5	△ 4.1	105.2	1.7	86.8	△ 1.7	103.4	3.5
10～12月	84.1	△ 2.2	105.3	△ 1.7	84.4	△ 1.3	103.7	△ 1.4	87.6	0.9	103.1	△ 0.3
2023年 1～3月	82.8	△ 1.5	103.4	△ 1.8	82.4	△ 2.4	102.7	△ 1.0	88.6	1.1	103.8	0.7
4～6月	83.0	0.2	104.8	1.4	84.3	2.3	104.3	1.6	86.1	△ 2.8	105.8	1.9
7～9月	r 82.5	△ 0.6	103.5	△ 1.2	r 83.0	△ 1.5	103.1	△ 1.2	r 85.1	△ 1.2	103.6	△ 2.1
2022年 10月	86.9	1.5	105.5	△ 1.7	88.2	2.2	104.4	△ 0.6	86.8	0.0	103.2	△ 0.2
11月	83.2	△ 4.3	105.5	0.0	82.6	△ 6.3	104.0	△ 0.4	88.0	1.4	103.2	0.0
12月	82.1	△ 1.3	104.9	△ 0.6	82.4	△ 0.2	102.8	△ 1.2	87.6	△ 0.5	103.1	△ 0.1
2023年 1月	81.9	△ 0.2	100.8	△ 3.9	83.0	0.7	99.5	△ 3.2	89.4	2.1	102.4	△ 0.7
2月	82.7	1.0	104.5	3.7	82.0	△ 1.2	103.8	4.3	87.7	△ 1.9	103.4	1.0
3月	83.7	1.2	104.8	0.3	82.3	0.4	104.7	0.9	88.6	1.0	103.8	0.4
4月	83.4	△ 0.4	105.5	0.7	84.9	3.2	104.5	△ 0.2	89.2	0.7	103.7	△ 0.1
5月	82.7	△ 0.8	103.2	△ 2.2	83.7	△ 1.4	103.3	△ 1.1	87.5	△ 1.9	105.6	1.8
6月	82.8	0.1	105.7	2.4	84.4	0.8	105.0	1.6	86.1	△ 1.6	105.8	0.2
7月	82.2	△ 0.7	103.8	△ 1.8	82.3	△ 2.5	103.1	△ 1.8	83.5	△ 3.0	106.4	0.6
8月	83.0	1.0	103.1	△ 0.7	82.4	0.1	102.8	△ 0.3	82.4	△ 1.3	105.0	△ 1.3
9月	r 82.2	△ 1.0	103.6	0.5	r 84.2	2.2	103.4	0.6	r 85.1	3.3	103.6	△ 1.3
10月	p 81.2	△ 1.2	104.9	1.3	p 82.6	△ 1.9	103.8	0.4	p 86.3	1.4	104.2	0.6
資料	経済産業省、北海道経済産業局											

■ 鉱工業生産指数の年度は原指数による。  
 ■ 「p」は速報値、「r」は修正値。  
 ■ 鉱工業指数（全国）は、2020年基準への切替えにより、過去にさかのぼって修正。

年月	百貨店・スーパー販売額											
	百貨店・スーパー計				百貨店				スーパー			
	北海道		全国		北海道		全国		北海道		全国	
	百万円	前年同 月比(%)	億円	前年同 月比(%)	百万円	前年同 月比(%)	億円	前年同 月比(%)	百万円	前年同 月比(%)	億円	前年同 月比(%)
2019年度	956,606	△ 1.4	193,457	△ 1.6	186,290	△ 7.1	60,425	△ 5.6	770,317	0.1	133,032	0.2
2020年度	970,241	△ 3.4	196,297	△ 5.1	135,152	△27.5	45,612	△24.5	835,089	2.0	150,685	2.9
2021年度	978,041	0.8	199,978	1.9	144,763	7.1	49,683	8.9	833,277	△ 0.2	150,295	△ 0.3
2022年度	1,016,255	3.9	208,918	4.5	171,697	18.6	56,738	14.2	844,558	1.4	152,180	1.3
2022年 7～9月	246,634	2.9	50,778	4.1	39,741	21.3	12,939	16.6	206,893	0.0	37,839	0.4
10～12月	276,185	3.9	57,182	4.0	50,702	7.6	16,683	5.8	225,483	3.1	40,499	3.3
2023年 1～3月	251,188	5.3	51,170	4.7	43,334	22.1	14,057	13.5	207,854	2.4	37,113	1.8
4～6月	250,766	3.5	51,993	4.4	40,062	5.6	13,866	6.2	210,704	3.1	38,127	3.8
7～9月	260,275	5.5	53,683	5.7	41,603	4.7	14,073	8.8	218,672	5.7	39,610	4.7
2022年 10月	83,262	3.7	17,326	4.9	14,599	9.3	4,730	10.9	68,663	2.6	12,595	2.8
11月	84,248	2.8	17,590	3.0	14,869	4.0	5,177	4.1	69,379	2.5	12,413	2.6
12月	108,674	4.9	22,266	4.1	21,233	9.1	6,776	3.7	87,441	3.9	15,490	4.2
2023年 1月	87,341	7.6	17,681	5.5	15,023	25.0	4,764	14.4	72,318	4.6	12,916	2.5
2月	78,283	6.0	15,820	5.2	12,729	33.4	4,176	18.8	65,554	1.9	11,644	1.1
3月	85,564	2.5	17,669	3.6	15,581	11.9	5,117	8.6	69,982	0.6	12,553	1.7
4月	83,265	4.1	17,095	5.2	12,994	6.4	4,498	7.6	70,271	3.7	12,598	4.4
5月	83,822	2.6	17,437	3.7	13,296	4.5	4,528	5.3	70,526	2.3	12,908	3.2
6月	83,679	3.8	17,461	4.3	13,772	6.1	4,840	5.7	69,908	3.4	12,621	3.8
7月	89,244	5.4	18,741	5.9	14,799	3.9	5,224	7.6	74,445	5.7	13,517	5.2
8月	88,339	7.4	17,858	6.5	13,326	9.8	4,289	10.9	75,013	7.0	13,569	5.1
9月	82,691	3.8	17,084	4.8	13,478	0.9	4,560	8.1	69,213	4.4	12,525	3.7
10月	87,233	4.8	18,018	4.0	15,100	3.4	4,982	5.3	72,132	5.1	13,037	3.5
資料	経済産業省、北海道経済産業局											

■ 百貨店・スーパー販売額の前年同月比は全店ベースによる。  
 ■ 2020年3月に対象事業所の見直しを行ったため、これに関わる前年（度、同期、同月）比増減率は、ギャップを調整するリンク係数で処理した数値で計算している。

年月	専門量販店販売額											
	家電大型専門店				ドラッグストア				ホームセンター			
	北海道		全国		北海道		全国		北海道		全国	
	百万円	前年同月比(%)	億円	前年同月比(%)	百万円	前年同月比(%)	億円	前年同月比(%)	百万円	前年同月比(%)	億円	前年同月比(%)
2019年度	149,070	2.8	45,211	2.2	283,490	6.6	70,096	7.1	133,409	△ 0.4	33,010	0.7
2020年度	155,961	4.6	49,172	8.4	281,690	△ 0.6	72,342	3.2	140,449	5.3	35,211	6.7
2021年度	151,468	△ 2.9	46,757	△ 4.9	282,274	0.2	73,922	2.2	138,437	△ 1.4	33,683	△ 4.3
2022年度	148,484	△ 2.0	46,665	△ 0.2	293,364	3.9	78,206	5.8	138,186	△ 0.2	33,395	△ 0.9
2022年 7～9月	35,893	△ 9.1	11,641	△ 0.3	75,153	2.5	19,906	5.9	34,388	△ 3.4	8,186	△ 2.1
10～12月	37,469	△ 2.4	11,950	1.1	74,096	6.3	20,133	8.4	37,619	2.8	8,915	1.2
2023年 1～3月	38,588	△ 0.7	11,936	△ 1.5	72,941	6.1	19,321	6.1	26,187	1.4	7,397	△ 0.3
4～6月	31,320	△ 14.3	10,577	△ 5.0	75,609	6.2	20,566	9.1	38,875	△ 2.8	8,797	△ 1.1
7～9月	40,293	12.3	11,984	2.9	81,426	8.3	21,762	9.3	34,106	△ 0.8	8,337	1.9
2022年 10月	11,668	△ 1.2	3,516	0.1	23,845	4.1	6,446	6.0	11,887	2.7	2,846	1.7
11月	11,376	△ 3.9	3,589	0.3	24,707	7.4	6,373	7.9	11,182	△ 0.1	2,673	△ 1.3
12月	14,425	△ 2.0	4,845	2.5	25,544	7.2	7,314	11.1	14,550	5.3	3,396	2.9
2023年 1月	13,424	5.2	4,184	△ 0.3	26,338	10.2	6,482	5.0	8,945	△ 1.2	2,469	△ 1.4
2月	10,691	4.5	3,467	1.3	23,955	2.1	6,126	5.6	7,363	0.0	2,248	0.1
3月	14,473	△ 8.9	4,285	△ 4.6	22,648	6.1	6,713	7.8	9,879	5.0	2,680	0.3
4月	10,582	△ 15.8	3,416	△ 3.9	25,270	5.5	6,744	9.0	12,465	△ 7.2	2,997	0.4
5月	10,180	△ 17.3	3,506	△ 4.7	24,546	5.3	6,849	9.0	14,381	△ 0.7	3,040	△ 2.0
6月	10,558	△ 9.4	3,656	△ 6.3	25,793	7.9	6,973	9.4	12,029	△ 0.4	2,760	△ 1.8
7月	13,572	5.2	4,463	5.0	26,724	8.7	7,456	10.2	12,582	0.8	3,023	5.2
8月	13,831	26.3	3,757	3.9	27,639	7.0	7,290	7.6	11,353	△ 0.2	2,766	0.9
9月	12,890	7.1	3,764	△ 0.4	27,063	9.4	7,016	10.2	10,171	△ 3.4	2,548	△ 0.8
10月	11,883	1.8	3,397	△ 3.4	25,978	8.9	7,111	10.3	11,712	△ 1.5	2,802	△ 1.5
資料	経済産業省、北海道経済産業局											

年月	コンビニエンスストア販売額				消費支出 (二人以上の世帯)				来道者数		外国人入国者数	
	北海道		全国		北海道		全国		北海道		北海道	
	百万円	前年同月比(%)	億円	前年同月比(%)	円	前年同月比(%)	円	前年同月比(%)	千人	前年同月比(%)	千人	前年同月比(%)
2019年度	582,414	1.6	121,748	1.0	272,976	7.0	291,235	0.8	13,267	△ 2.1	1,584	△ 15.9
2020年度	562,664	△ 3.4	115,600	△ 5.0	264,590	△ 3.1	276,167	△ 5.2	4,601	△ 65.3	0	△ 100.0
2021年度	573,792	2.0	118,043	2.4	263,733	△ 0.3	280,935	1.7	6,376	38.6	0	△ 57.1
2022年度	605,785	5.6	123,530	4.6	284,288	7.8	293,671	4.5	11,360	78.2	458	7640366.7
2022年 7～9月	159,740	3.9	31,770	3.7	268,374	9.6	285,429	7.1	3,313	103.8	4	68133.3
10～12月	154,669	7.3	31,916	6.0	319,672	17.2	304,022	4.1	2,945	37.6	130	-
2023年 1～3月	145,251	6.7	29,751	5.4	283,926	4.6	295,539	3.9	2,788	78.2	324	-
4～6月	154,838	6.0	31,535	4.8	267,208	0.8	288,355	△ 0.5	3,272	41.4	211	21137100.0
7～9月	175,618	9.9	33,411	5.2	265,584	△ 1.0	285,955	0.2	4,019	21.3	377	9100.6
2022年 10月	51,478	8.3	10,577	6.5	295,245	22.4	298,006	5.7	1,044	64.7	2	-
11月	49,069	7.4	10,324	7.9	326,444	21.9	285,947	3.2	918	33.0	23	-
12月	54,122	6.2	11,014	3.9	337,327	9.1	328,114	3.4	983	20.4	105	-
2023年 1月	48,782	5.7	9,924	4.1	273,006	0.5	301,646	4.8	816	48.9	124	-
2月	45,798	7.5	9,265	6.2	275,903	5.1	272,214	5.6	915	141.9	118	-
3月	50,671	6.8	10,562	6.0	302,869	8.2	312,758	1.8	1,058	65.5	82	-
4月	49,802	5.3	10,395	5.3	284,504	0.7	303,076	△ 0.5	937	44.7	58	5839400.0
5月	52,342	6.6	10,633	5.5	247,593	△ 4.3	286,443	△ 0.4	1,134	44.4	63	-
6月	52,694	6.0	10,506	3.6	269,528	6.0	275,545	△ 0.5	1,200	36.3	90	-
7月	59,567	9.3	11,403	5.2	265,412	2.0	281,736	△ 1.3	1,294	22.7	147	10386.0
8月	61,432	13.8	11,391	6.3	260,838	△ 6.6	293,161	1.1	1,455	20.7	135	5939.7
9月	54,619	6.6	10,617	4.0	270,502	1.9	282,969	0.7	1,270	20.7	94	20891.1
10月	54,148	5.2	10,815	2.2	313,239	6.1	301,974	1.3	1,187	13.7	102	5385.7
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 ■年度及び四半期の数値は月平均値。 ■「p」は速報値、「r」は修正値。

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(%)
2019年度	170,602	△ 4.4	58,907	△ 3.8	57,834	△ 4.9	53,861	△ 4.6	4,173,186	△ 4.4
2020年度	154,391	△ 9.5	52,964	△10.1	49,677	△14.1	51,750	△ 3.9	3,859,250	△ 7.5
2021年度	139,868	△ 9.4	52,310	△ 1.2	41,815	△15.8	45,743	△11.6	3,467,561	△10.1
2022年度	151,633	8.4	60,138	15.0	43,625	4.3	47,870	4.6	3,613,705	4.2
2022年 7～9月	36,848	5.4	14,605	8.4	10,895	3.2	11,348	3.9	847,189	2.1
10～12月	34,120	13.6	12,665	11.7	9,483	7.3	11,972	21.3	888,197	10.7
2023年 1～3月	46,795	23.6	20,668	46.4	12,308	8.2	13,819	11.7	1,154,094	16.7
4～6月	41,526	22.6	17,769	45.6	11,847	8.3	11,910	11.0	893,600	23.4
7～9月	38,527	4.6	15,347	5.1	10,697	△ 1.8	12,483	10.0	964,932	13.9
2022年 10月	12,033	29.5	4,283	20.1	3,693	36.7	4,057	34.1	295,809	28.3
11月	12,041	9.0	4,317	11.4	3,353	△ 0.4	4,371	14.9	308,059	5.6
12月	10,046	3.5	4,065	4.3	2,437	△11.9	3,544	16.5	284,329	1.5
2023年 1月	11,533	19.9	4,999	40.7	2,610	△16.1	3,924	32.8	319,870	17.4
2月	13,286	32.4	5,943	78.6	3,454	14.3	3,889	5.5	356,281	22.9
3月	21,976	20.7	9,726	34.3	6,244	19.2	6,006	4.9	477,943	12.1
4月	14,763	24.6	6,708	49.1	4,196	11.3	3,859	7.8	289,525	18.5
5月	12,002	28.4	4,702	43.0	3,319	12.9	3,981	27.7	272,042	28.4
6月	14,761	16.5	6,359	44.1	4,332	2.5	4,070	0.9	332,033	23.9
7月	12,739	△ 3.0	5,537	7.4	3,430	△13.7	3,772	△ 5.9	320,996	11.4
8月	11,364	11.2	4,206	4.6	3,303	6.2	3,855	24.6	280,537	19.8
9月	14,424	7.0	5,604	3.2	3,964	4.0	4,856	14.4	363,399	11.8
10月	13,462	11.9	5,416	26.5	3,530	△ 4.4	4,516	11.3	334,485	13.1
資料	(社)日本自動車販売協会連合会、(社)全国軽自動車協会連合会									

年月	新設住宅着工戸数				民間非居住用建築物着工床面積				機械受注実績	
	北海道		全国		北海道		全国		全国	
	戸	前年同月比(%)	百戸	前年同月比(%)	千㎡	前年同月比(%)	千㎡	前年同月比(%)	億円	前年同月比(%)
2019年度	32,486	△ 9.2	8,837	△ 7.3	1,756	△ 6.0	43,019	△ 6.6	104,036	△ 0.3
2020年度	31,772	△ 2.2	8,122	△ 8.1	1,852	5.5	40,030	△ 6.9	94,870	△ 8.8
2021年度	32,091	1.0	8,659	6.6	1,732	△ 6.5	43,738	9.3	103,732	9.3
2022年度	29,576	△ 7.8	8,608	△ 0.6	1,384	△20.1	43,279	△ 1.0	107,937	4.1
2022年 7～9月	8,782	△ 4.2	2,248	0.0	393	0.6	11,627	21.4	27,302	7.9
10～12月	7,051	△12.6	2,162	△ 1.6	247	△29.3	9,559	△25.2	24,735	△ 3.6
2023年 1～3月	4,748	△ 4.6	2,017	0.6	248	△26.9	9,346	△ 3.7	29,047	1.8
4～6月	9,090	1.1	2,078	△ 4.7	454	△ 8.5	10,166	△20.2	25,063	△ 6.7
7～9月	7,681	△12.5	2,075	△ 7.7	478	21.8	9,703	△16.5	25,325	△ 7.2
2022年 10月	2,657	△12.7	766	△ 1.8	106	△34.4	3,238	△33.9	7,745	0.4
11月	2,407	△17.9	724	△ 1.4	88	5.1	3,163	△ 7.3	7,770	△ 3.7
12月	1,987	△ 5.0	672	△ 1.7	54	△48.9	3,158	△29.3	9,221	△ 6.6
2023年 1月	1,033	△ 7.4	636	6.6	78	66.2	3,590	22.2	7,438	4.5
2月	1,224	△10.5	644	△ 0.3	68	△48.0	3,216	△ 7.0	7,808	9.8
3月	2,491	△ 0.0	737	△ 3.2	101	△36.9	2,540	△23.2	13,801	△ 3.5
4月	3,099	△ 4.1	673	△11.9	217	55.6	4,348	△ 3.4	8,741	△ 5.9
5月	2,424	△ 4.5	696	3.5	120	1.3	2,872	△22.5	7,022	△ 8.7
6月	3,567	10.7	710	△ 4.8	116	△51.1	2,947	△35.1	9,300	△ 5.8
7月	2,724	△12.2	682	△ 6.7	66	△57.5	3,195	△31.1	7,527	△13.0
8月	2,667	△16.1	704	△ 9.4	168	64.4	3,280	△11.3	7,429	△ 7.7
9月	2,290	△ 8.4	689	△ 6.8	245	80.0	3,228	△ 1.9	10,369	△ 2.2
10月	3,091	16.3	718	△ 6.3	93	△12.3	4,109	26.9	7,574	△ 2.2
資料	国土交通省				国土交通省				内閣府	

■船舶・電力を除く民需(原系列)。



主要経済指標 (4)

年月	公共工事請負金額				有効求人倍率 (常用)		新規求人数 (常用)				完全失業率	
	北海道		全国		北海道	全国	北海道		全国		北海道	全国
	百万円	前年同 月比(%)	億円	前年同 月比(%)	倍 原 数 値		人	前年同 月比(%)	人	前年同 月比(%)	% 原 数 値	
2019年度	956,227	11.5	150,255	6.8	1.19	1.41	32,091	△ 2.7	827,467	△ 4.5	2.5	2.4
2020年度	981,951	2.7	153,658	2.3	0.96	1.01	27,775	△13.4	658,838	△20.4	3.1	2.9
2021年度	962,717	△ 2.0	140,503	△ 8.6	0.98	1.05	29,623	6.7	718,719	9.1	3.1	2.8
2022年度	906,498	△ 5.8	139,937	△ 0.4	1.09	1.19	32,248	8.9	784,749	9.2	3.0	2.6
2022年 7～9月	214,040	△ 2.1	37,471	△ 1.8	1.13	1.17	33,190	14.5	777,613	11.9	3.1	2.6
10～12月	65,461	△ 7.4	23,802	△ 5.4	1.17	1.27	31,328	7.1	779,002	7.0	2.7	2.4
2023年 1～3月	134,818	△ 9.5	29,368	14.7	1.08	1.26	31,794	1.2	815,826	5.3	2.6	2.6
4～6月	587,372	19.3	52,794	7.1	0.96	1.12	29,921	△ 8.4	768,598	0.3	3.2	2.7
7～9月	215,213	0.5	37,944	1.3	1.01	1.17	29,436	△11.3	765,336	△ 1.6	2.8	2.6
2022年 10月	36,857	△ 0.2	10,558	△ 1.9	1.16	1.23	35,017	9.6	831,603	7.6	↑	2.6
11月	19,921	△ 7.6	6,961	△ 7.6	1.19	1.27	30,201	5.2	767,641	8.0	2.7	2.4
12月	8,682	△28.8	6,283	△ 8.4	1.17	1.31	28,766	6.1	737,762	5.4	↓	2.3
2023年 1月	5,726	△50.7	5,088	△ 2.3	1.11	1.29	31,424	4.4	821,973	4.9	↑	2.4
2月	10,031	△38.7	8,978	52.2	1.08	1.27	31,401	3.4	820,272	10.5	2.6	2.5
3月	119,060	△ 1.6	15,301	5.5	1.05	1.22	32,558	△ 3.6	805,234	0.8	↓	2.8
4月	247,252	33.8	20,480	1.9	0.97	1.13	30,632	△12.0	761,716	△ 1.4	↑	2.7
5月	165,658	14.9	14,163	11.8	0.95	1.10	28,226	△ 5.5	754,719	3.8	3.2	2.7
6月	174,462	6.9	18,151	9.9	0.97	1.12	30,904	△ 7.4	789,359	△ 1.4	↓	2.6
7月	100,138	△ 2.4	13,802	6.8	1.00	1.15	30,150	△13.0	752,478	△ 2.6	↑	2.6
8月	61,565	2.9	11,147	△ 3.6	1.01	1.17	28,367	△ 6.7	763,193	1.0	2.8	2.7
9月	53,509	3.8	12,995	0.1	1.01	1.18	29,792	△13.7	780,336	△ 3.1	↓	2.6
10月	38,890	5.5	10,933	3.6	1.02	1.19	31,916	△ 8.9	813,788	△ 2.1	—	2.5
資料	北海道建設業信用保証(株)ほか2社				厚生労働省 北海道労働局		厚生労働省 北海道労働局				総務省	

■年度及び四半期の 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。  
■年度及び四半期の数値は、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			
	2020年=100	前年同 月比(%)	2020年=100	前年同 月比(%)	件	前年同 月比(%)	件	前年同 月比(%)	円/ドル	円 月(期)末
2019年度	100.5	0.8	100.3	0.6	207	△ 7.6	8,631	6.4	108.68	18,917
2020年度	99.8	△ 0.7	99.9	△ 0.4	166	△19.8	7,163	△17.0	106.04	29,179
2021年度	100.2	0.5	99.9	0.1	144	△13.3	5,980	△16.5	112.36	27,821
2022年度	103.9	3.6	103.0	3.0	214	48.6	6,880	15.1	135.40	28,041
2022年 7～9月	103.5	3.4	102.5	2.7	40	42.9	1,585	9.5	138.34	25,937
10～12月	104.9	4.4	103.8	3.8	50	47.1	1,783	15.9	141.46	26,095
2023年 1～3月	104.8	3.8	104.0	3.5	65	32.7	1,956	30.1	132.24	28,041
4～6月	105.9	3.5	104.9	3.2	59	0.0	2,086	34.1	137.30	33,189
7～9月	107.2	3.6	105.6	3.0	64	60.0	2,238	41.2	144.55	31,858
2022年 10月	104.4	4.0	103.4	3.6	20	66.7	596	13.5	147.01	27,587
11月	105.2	4.5	103.8	3.7	14	△ 6.7	581	13.9	142.44	27,969
12月	105.2	4.5	104.1	4.0	16	128.6	606	20.2	134.93	26,095
2023年 1月	105.1	4.7	104.3	4.2	14	75.0	570	26.1	130.20	27,327
2月	104.4	3.5	103.6	3.1	18	28.6	577	25.7	132.68	27,446
3月	104.8	3.2	104.1	3.1	33	22.2	809	36.4	133.85	28,041
4月	105.6	3.5	104.8	3.4	17	6.3	610	25.5	133.33	28,856
5月	105.6	3.3	104.8	3.2	20	△ 9.1	706	34.7	137.37	30,888
6月	106.4	3.8	105.0	3.3	22	4.8	770	41.0	141.19	33,189
7月	106.9	3.7	105.4	3.1	24	166.7	758	53.4	141.21	33,172
8月	107.3	3.8	105.7	3.1	25	78.6	760	54.5	144.77	32,619
9月	107.5	3.3	105.7	2.8	15	△11.8	720	20.2	147.67	31,858
10月	108.0	3.5	106.4	2.9	28	40.0	793	33.1	149.53	30,859
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。

主要経済指標 (5)

年月	通関実績							
	輸出				輸入			
	北海道		全国		北海道		全国	
	百万円	前年同月比 (%)	億円	前年同月比 (%)	百万円	前年同月比 (%)	億円	前年同月比 (%)
2019年度	298,913	△22.2	758,788	△ 6.0	1,217,400	△15.0	771,724	△ 6.3
2020年度	220,245	△26.3	694,854	△ 8.4	843,956	△30.7	684,868	△11.3
2021年度	336,702	52.9	858,737	23.6	1,334,035	58.1	915,432	33.7
2022年度	422,979	25.6	992,248	15.5	1,939,183	45.4	1,212,601	32.5
2022年 7～9月	144,520	67.5	256,310	23.2	416,756	48.9	320,272	47.7
10～12月	108,525	21.7	266,250	18.7	590,251	60.6	323,865	34.4
2023年 1～3月	76,956	△ 7.8	230,289	4.8	502,455	23.7	282,141	11.2
4～6月	96,744	4.0	243,248	1.6	465,418	8.4	261,041	△ 8.5
7～9月	85,226	△41.0	259,179	1.1	r 379,855	△ 8.9	r 268,595	△16.1
2022年 10月	38,743	21.2	90,013	25.3	214,053	84.2	112,073	54.1
11月	35,882	20.1	88,368	20.0	185,279	60.3	108,944	30.6
12月	33,899	23.9	87,868	11.5	190,920	40.6	102,848	21.2
2023年 1月	21,235	3.5	65,506	3.5	172,525	35.8	100,570	17.9
2月	25,815	△ 6.9	76,543	6.5	171,838	22.5	85,742	8.5
3月	29,906	△15.1	88,240	4.3	158,092	14.2	95,828	7.4
4月	34,075	3.8	82,890	2.6	132,316	△14.1	87,253	△ 2.3
5月	28,473	△ 4.7	72,920	0.6	171,603	6.3	86,742	△ 9.8
6月	34,196	13.1	87,438	1.5	161,499	41.6	87,046	△12.9
7月	32,106	△23.4	87,243	△ 0.3	105,464	△ 2.4	87,881	△13.6
8月	25,141	△48.1	79,945	△ 0.8	125,360	△22.2	89,377	△17.6
9月	27,979	△48.3	91,991	4.3	r 149,031	1.1	r 91,337	△16.3
10月	34,370	△11.3	91,471	1.6	p 151,612	△29.2	p 98,081	△12.5
資料	財務省、函館税関							

■ 「p」は速報値、「r」は修正値。

年月	預貸金 (国内銀行)							
	預金				貸出			
	北海道		全国		北海道		全国	
	億円	前年同月比 (%)	億円	前年同月比 (%)	億円	前年同月比 (%)	億円	前年同月比 (%)
2019年度	169,043	2.4	8,130,620	3.0	105,402	1.1	5,142,689	2.1
2020年度	187,209	10.7	8,956,861	10.2	112,591	6.8	5,390,605	4.8
2021年度	196,204	4.8	9,240,133	3.2	113,097	0.4	5,483,397	1.7
2022年度	200,220	2.0	9,571,243	3.6	114,290	1.1	5,703,065	4.0
2022年 7～9月	192,356	2.9	9,230,716	2.9	112,815	0.1	5,586,163	3.9
10～12月	196,625	3.0	9,322,443	3.1	115,094	1.3	5,654,464	4.3
2023年 1～3月	200,220	2.0	9,571,243	3.6	114,290	1.1	5,703,065	4.0
4～6月	199,639	2.3	9,620,065	3.8	113,211	0.6	5,733,576	3.9
7～9月	198,250	3.1	9,588,195	3.9	112,789	△ 0.0	5,796,715	3.8
2022年 10月	193,907	3.0	9,305,988	3.4	113,660	0.2	5,600,237	4.2
11月	195,020	3.3	9,400,583	3.8	114,315	1.1	5,612,587	4.1
12月	196,625	3.0	9,322,443	3.1	115,094	1.3	5,654,464	4.3
2023年 1月	194,540	2.8	9,384,750	3.6	114,973	1.6	5,650,927	4.5
2月	194,801	2.5	9,403,650	3.5	115,035	1.4	5,667,254	4.4
3月	200,220	2.0	9,571,243	3.6	114,290	1.1	5,703,065	4.0
4月	199,428	2.3	9,648,009	4.0	113,586	0.7	5,711,015	4.4
5月	198,513	2.5	9,671,513	3.9	113,354	0.8	5,715,951	4.2
6月	199,639	2.3	9,620,065	3.8	113,211	0.6	5,733,576	3.9
7月	197,668	1.9	9,646,290	4.0	113,576	0.5	5,747,857	3.9
8月	198,173	2.2	9,657,192	4.0	113,651	△ 0.1	5,761,415	3.9
9月	198,250	3.1	9,588,195	3.9	112,789	△ 0.0	5,796,715	3.8
10月	198,082	2.2	9,634,096	3.5	113,077	△ 0.5	5,800,887	3.6
資料	日本銀行							



ほっかいどう  
未来チャレンジ  
基金

北海道から  
海外留学に挑戦する  
若者にご支援を  
お願いします。



# 若者の挑戦に エールを



北海道の若者の海外挑戦を応援しています!

SUPPORTED BY



北海道 《お問い合わせ先》 北海道総合政策部国際局国際課  
TEL.011-206-7380(直通) mirai.jinzai@pref.hokkaido.lg.jp



公式Facebookページ miraichale  
助成対象者のチャレンジの様子をお届けします。





---

ほくよう調査レポート 2024.1月号(No.327)

令和5年(2023年)12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。>