

Hokuyo Investigation Report

ほくよう 調査レポート

<https://www.hokuyobank.co.jp/company/report/>

No.342

- 道内経済の動き
- 道内企業の経営動向調査
(2025年1～3月期実績、2025年4～6月期見通し)
- 経営のアドバイス
DXを活用した地域包括ケアのあり方

2025

5



▲二次元コードからも
ご覧いただけます



北洋銀行

www.hokuyobank.co.jp

ほくよう調査レポートは、北洋銀行ホームページでもご覧いただけます。

<https://www.hokuyobank.co.jp/company/report/>



● 目 次 ●

道内経済の動き	1
定例調査：第96回 道内企業の経営動向調査	6
経営のポイント：生産性向上でコスト増・人手不足に対応	16
経営のアドバイス：DXを活用した地域包括ケアのあり方	20
主要経済指標	29



道内経済の動き

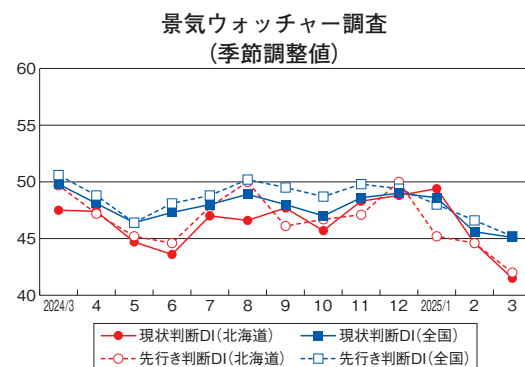
道内景気は、一部に弱さがみられるものの、緩やかに回復している。生産活動は、弱めの動きとなっている。需要面では、住宅投資は、下げ止まりつつある。個人消費は、持ち直しつつも停滞感がみられる。設備投資は、持ち直しの動きがみられる。観光は、持ち直している。公共投資は、増加している。輸出は、増加している。

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下回った。消費者物価は、44か月連続で前年を上回った。

1. 景気の現状判断DI～2か月連続で低下

景気ウォッチャー調査による3月の景気の現状判断DI（北海道）は、前月を3.1ポイント下回る41.5と2か月連続で低下し、好不況の分かれ目となる50を16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2.6ポイント下回る42.0となった。

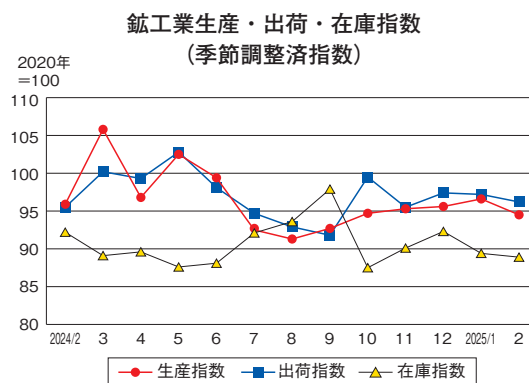


(資料：内閣府)

2. 鉱工業生産～前月比が6か月ぶりに低下

2月の鉱工業生産指数は、94.5（季節調整済指数、前月比▲2.4%）と6か月ぶりに低下した。前年比（原指数）は▲3.7%と2か月ぶりに低下した。

業種別では、鉄鋼・非鉄金属工業など6業種が前月比上昇となった。一般機械工業、窯業・土石製品工業、輸送機械工業など7業種は前月比低下した。



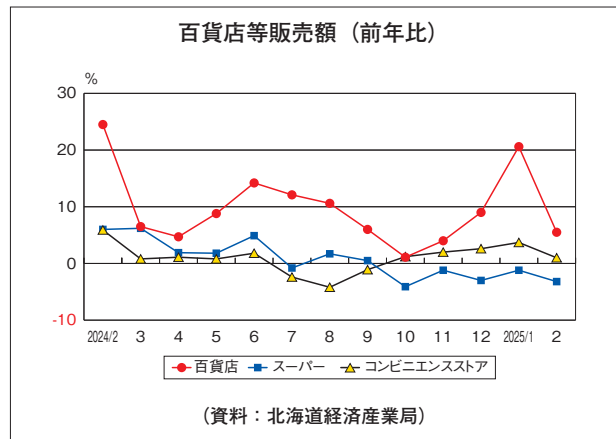
(資料：北海道経済産業局)

3. 百貨店等販売額～スーパーは前年比11店舗減少

2月の百貨店・スーパー販売額（全店ベース、前年比▲1.6%）は、2か月ぶりに前年を下回った。

百貨店（前年比+5.5%）は、衣料品、身の回り品、飲食料品、その他が前年を上回った。スーパー（同▲3.2%）は、飲食料品、衣料品、身の回り品、その他が前年を下回った。

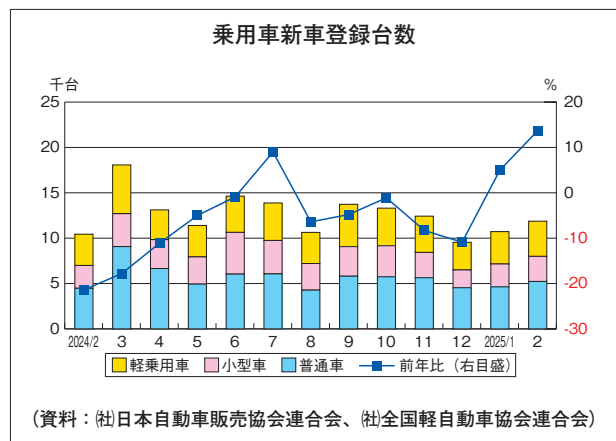
コンビニエンスストア（同+1.0%）は、5か月連続で前年を上回った。



4. 乗用車新車登録台数～2か月連続で増加

2月の乗用車新車登録台数は、11,872台（前年比+13.7%）と2か月連続で前年を上回った。車種別では、普通車（同+16.8%）、小型車（同+9.9%）、軽乗用車（同+12.5%）となった。

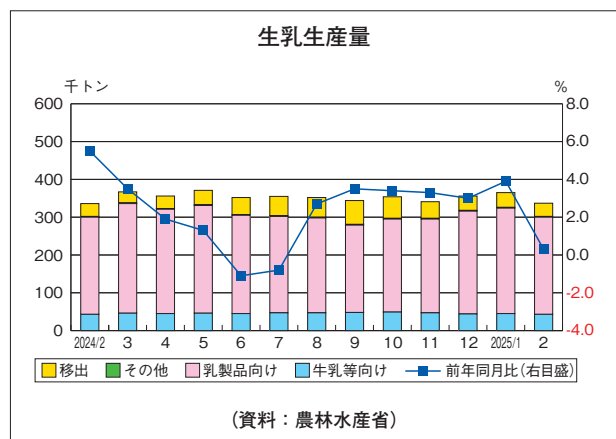
4～2月累計は、135,285台（同▲2.3%）と前年を下回った。内訳は、普通車（同+4.4%）、小型車（同▲8.6%）、軽乗用車（同▲5.5%）となった。



5. 生乳生産量～7か月連続で増加

2月の生乳生産量は、337千トン（前年比+0.3%）と7か月連続で前年を上回った。内訳は、牛乳等向け（同▲0.3%）、乳製品向け（同▲0.2%）、その他（同▲9.3%）、道外への移出（同+5.6%）となった。

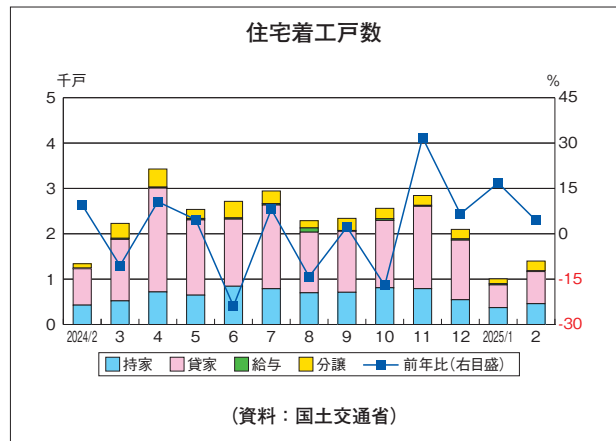
4～2月累計は、3,885千トン（同+1.9%）と前年を上回った。



6. 住宅投資～4か月連続で増加

2月の住宅着工戸数は、1,399戸（前年比+4.4%）と4か月連続で前年を上回った。利用関係別では、貸家（同▲11.7%）が減少したものの、持家（同+7.5%）、給与（同+13.3%）、分譲（同+124.0%）が前年を上回った。

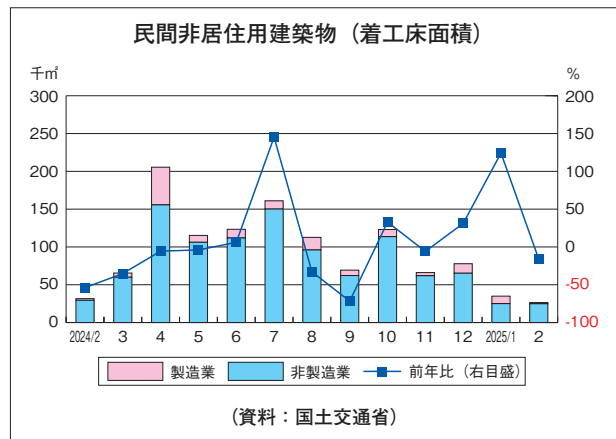
4～2月累計は、26,161戸（同▲0.1%）と前年を下回った。利用関係別では、持家（同▲3.3%）、貸家（同+8.9%）、給与（同▲31.6%）、分譲（同▲25.5%）となった。



7. 建築物着工床面積～3か月ぶりに減少

2月の民間非居住用建築物着工床面積は、26千㎡（前年比▲16.3%）と3か月ぶりに前年を下回った。業種別では、製造業（同▲27.5%）、非製造業（同▲15.4%）であった。

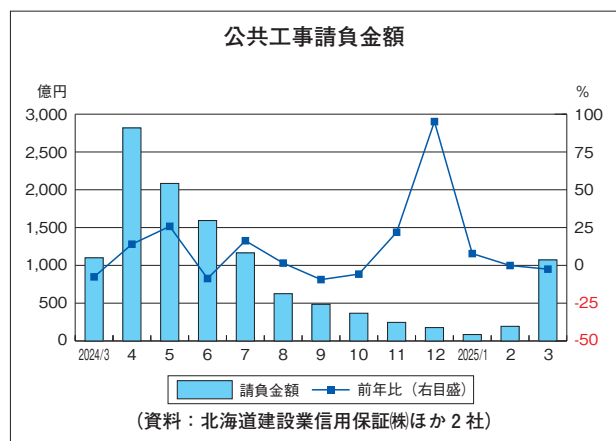
4～2月累計は、1,115千㎡（同▲7.1%）と前年を下回った。業種別では、製造業（同▲40.9%）、非製造業（同+1.3%）となった。



8. 公共投資～2024年度は2年連続で増加

3月の公共工事請負金額は、1,072億円（前年比▲2.5%）と2か月連続で前年を下回った。発注者別では、国（同+4.3%）、その他（同+245.1%）は前年を上回ったが、独立行政法人等（同▲75.1%）、道（同▲0.3%）、市町村（同▲36.9%）が前年を下回った。

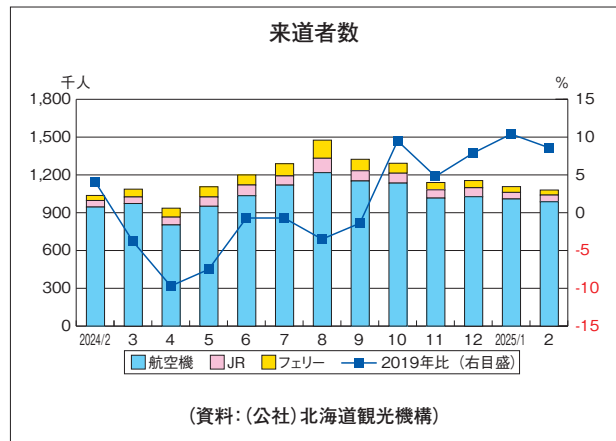
4～3月累計（2024年度）では、10,911億円（前年度比+8.2%）と2年連続で前年度を上回った。



9. 来道者数～9か月連続で増加、コロナ禍前を5か月連続で上回る

2月の国内輸送機関利用による来道者数は、1,082千人（前年比+4.3%）と9か月連続で前年を上回った。2019年同月比では+8.6%とコロナ禍前を5か月連続で上回った。輸送機関別では、航空機（前年比+4.5%）、JR（同+2.3%）、フェリー（同+0.7%）となった。

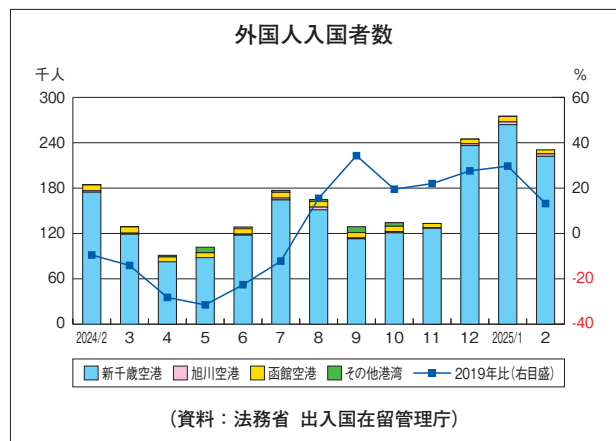
4～2月累計は、13,143千人（同+4.9%）と前年を上回った。2019年度比でも+2.0%とコロナ禍前を上回った。



10. 外国人入国者数～32か月連続で増加、コロナ禍前を7か月連続で上回る

2月の道内空港・港湾への外国人入国者数は、231千人（前年比+25.2%）と32か月連続で前年を上回った。2019年同月比では+13.2%とコロナ禍前を7か月連続で上回った。

4～2月累計は、1,811千人（前年比+35.5%）と前年を上回った。2019年度比でも+14.6%とコロナ禍前を上回った。



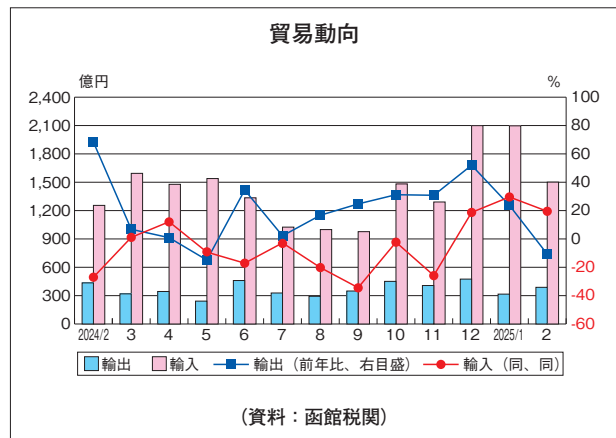
11. 貿易動向～輸出が9か月ぶりに減少

2月の貿易額は、輸出が388億円（前年比▲10.7%）、輸入が1,501億円（同+19.5%）となった。

輸出は、自動車の部分品、魚介類・同調製品などが増加したものの、石油製品、鉄鋼くずなどが減少した。

輸入は、魚介類・同調製品などが減少し、石油製品、再輸入品などが増加した。

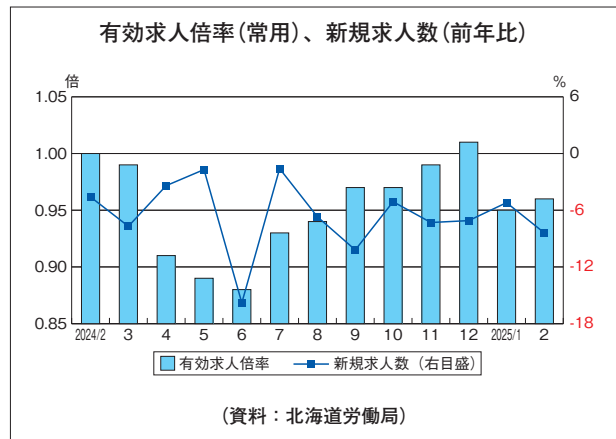
4～2月累計の輸出は、4,052億円（同+16.5%）と前年を上回った。



12. 雇用情勢～有効求人倍率が23か月連続で前年を下回る

2月の有効求人倍率（パートを含む常用）は、0.96倍（前年比▲0.04ポイント）と23か月連続で前年を下回った。

新規求人数は、前年比▲8.4%と24か月連続で前年を下回った。業種別では、運輸業・郵便業（同+13.9%）などは前年を上回ったが、医療・福祉（同▲11.2%）、卸売業・小売業（同▲8.4%）、サービス業（同▲7.9%）などが前年を下回った。

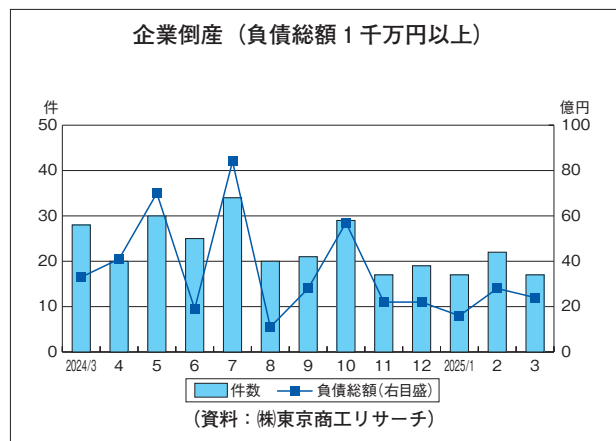


13. 倒産動向～2024年度の倒産件数は3年連続で増加

3月の企業倒産件数は、17件（前年比▲39.3%）であった。業種別では建設業が4件、卸売業、情報通信業が各3件などとなった。

倒産企業の負債総額は、24億円（前年比▲29.3%）と2か月ぶりに前年を下回った。

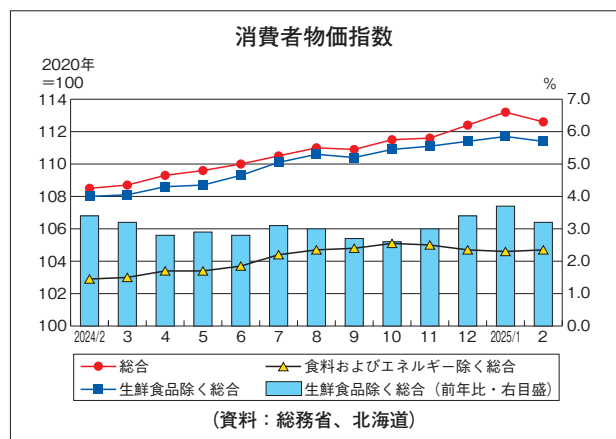
4～3月累計（2024年度）の倒産件数は、271件（前年度比+0.7%）と3年連続で前年度を上回った。負債総額は421億円（同+41.4%）と2年ぶりに前年度を上回った。



14. 消費者物価指数～44か月連続で前年を上回る

2月の消費者物価指数（生鮮食品を除く総合）は、111.4（前月比▲0.3%）となった。前年比は+3.2%と44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（3月10日）時点で、灯油価格が129.9円/ℓ（前月比+0.5%、前年同月比+8.2%）、ガソリン価格が179.0円/ℓ（前月比+1.1%、前年同月比+4.7%）であった。





利益DIが3期ぶりマイナスに転じる

第96回 道内企業の経営動向調査

1. 2025年1～3月期 実績

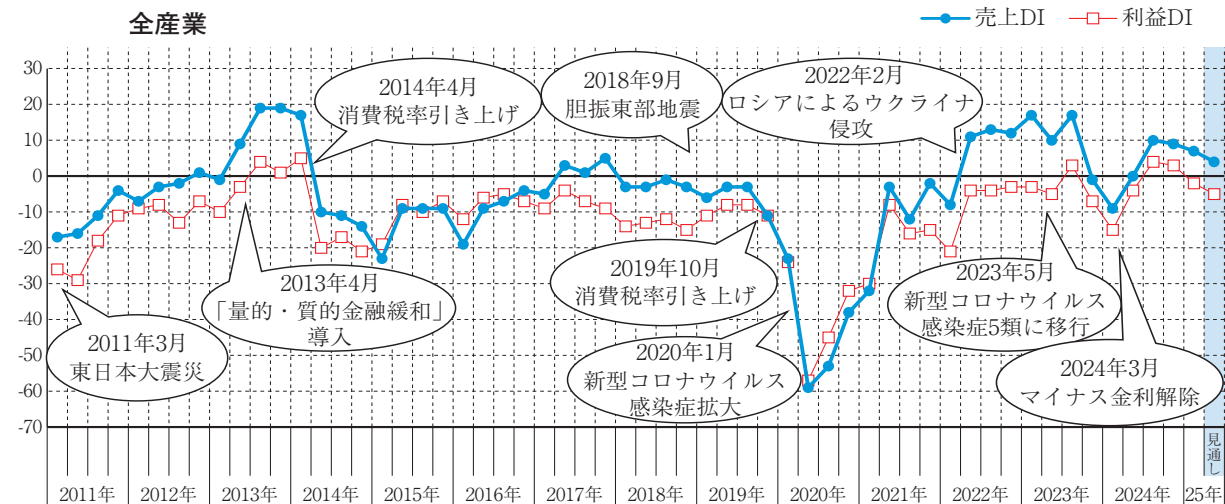
全産業の売上DI（7）・利益DI（△2）は、前回見通しは上回ったものの、利益DIは3期ぶりにマイナスに転じた。製造業は売上DI（△13）・利益DI（△27）とも低下し、全ての業種でマイナスとなった。非製造業は売上DI（14）・利益DI（8）ともにプラス水準を維持している。

地域別では、道北が悪化、道南が持ち直し。道東は2期連続で低下し停滞感が強まる。

2. 2025年4～6月期 見通し

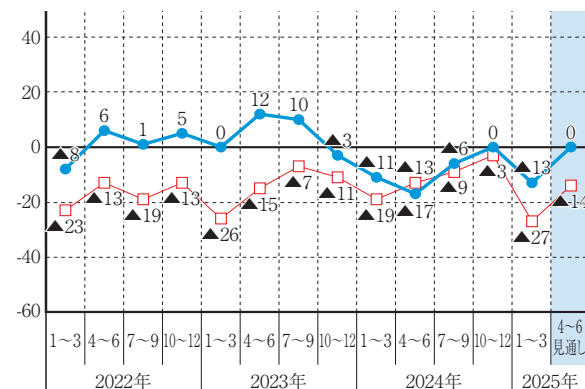
前期に比べ、全産業の売上DI（4）・利益DI（△5）はともに3ポイント低下する見通し。業種別にみると、食料品製造業は持ち直しの動き、建設業でマイナス幅が拡大する見通し。

<図表1>業況の推移

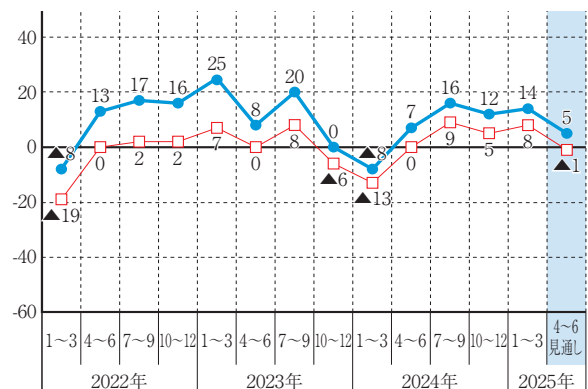


項目	2022年	2022年	2022年	2022年	2023年	2023年	2023年	2023年	2024年	2024年	2024年	2024年	2025年	2025年
	1～3	4～6	7～9	10～12	1～3	4～6	7～9	10～12	1～3	4～6	7～9	10～12	1～3	4～6
売上DI	△8	11	13	12	17	10	17	△1	△9	0	10	9	7	4
利益DI	△21	△4	△4	△3	△3	△5	3	△7	△15	△4	4	3	△2	△5

製造業



非製造業



<図表2>業種別の要点

	要 点 (2025年 1 ～ 3 月期実績)	2024年 4 ～ 6	2024年 7 ～ 9	2024年 10～12	2025年 1 ～ 3		2025年 4 ～ 6	
		実績	実績	実績	実績	前回 見通し	見通し	
全 産 業	前回見通しは上回ったものの、利益DIは3期ぶりにマイナスに転じた。	売上D I	0	10	9	7	2	4
		利益D I	△ 4	4	3	△ 2	△ 4	△ 5
製 造 業	前回見通しを下回り、売上DI・利益DIともにマイナス。	売上D I	△17	△ 6	0	△13	△ 9	0
		利益D I	△13	△ 9	△ 3	△27	△10	△14
食 料 品	製菓は売上DIが4期ぶりのプラス。利益DIは畜産、水産、食品製造で低下した。	売上D I	△28	△ 9	△ 9	△ 6	△ 6	6
		利益D I	△19	0	△ 9	△44	△13	△28
木 材 ・ 木 製 品	売上DI・利益DIともに前回見通しを下回り、低水準が続く。	売上D I	△36	△12	△46	△33	△15	△28
		利益D I	△36	△24	△31	△44	△ 8	△28
鉄鋼・金属製品・機械	鉄鋼、機械が大幅に低下し、売上DI・利益DIともにマイナスに転じた。	売上D I	9	6	18	△ 9	△15	0
		利益D I	6	△ 3	13	△13	△10	△13
非 製 造 業	前回見通しより上昇し、売上DIは4期連続のプラス。	売上D I	7	16	12	14	6	5
		利益D I	0	9	5	8	△ 2	△ 1
建 設 業	住宅は7期ぶり売上DIマイナス。設備工は売上DI・利益DIともにプラス。	売上D I	△ 2	△ 3	△ 7	△ 9	△ 9	△20
		利益D I	△ 5	△ 8	△ 9	△10	△16	△18
卸 売 業	食品卸、機械卸は堅調。資材卸の利益DIがマイナス圏脱出。	売上D I	0	20	3	7	△ 2	2
		利益D I	△11	12	3	5	△ 2	4
小 売 業	売上DIは食品小売が大幅上昇し、前回見通しを上回る。燃料店は利益DIが8期連続マイナス。	売上D I	△ 7	14	7	13	2	16
		利益D I	△10	△ 7	2	△13	0	△11
運 輸 業	貨物・旅客ともに堅調に推移し、前回見通しを上回った。	売上D I	27	30	44	44	35	33
		利益D I	27	42	9	37	3	22
ホ テ ル ・ 旅 館 業	都市ホテルは持ち直し。観光ホテルも高水準を維持。	売上D I	28	45	41	69	29	50
		利益D I	△11	15	35	44	24	31

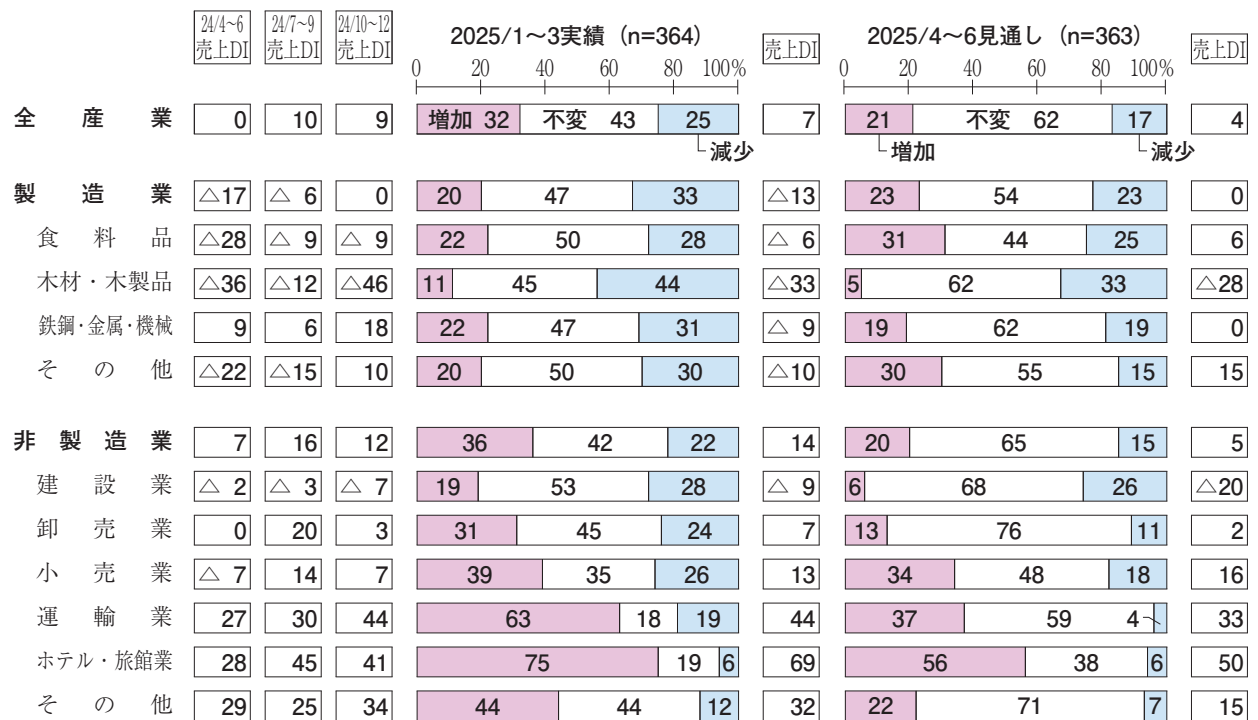
<図表3>地域別業況の推移

		2022年 7～9	2022年 10～12	2023年 1～3	2023年 4～6	2023年 7～9	2023年 10～12	2024年 1～3	2024年 4～6	2024年 7～9	2024年 10～12	2025年 1～3		2025年 4～6
		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	13	12	17	10	17	△1	△9	0	10	9	7	2	4
	利益D I	△4	△3	△3	△5	3	△7	△15	△4	4	3	△2	△4	△5
札 幌 市	売上D I	15	19	18	12	22	△2	△2	1	16	12	13	10	7
	利益D I	3	3	3	△1	11	△5	△5	△2	12	1	11	0	2
道 央 (札幌除く)	売上D I	17	19	27	27	24	8	△10	0	4	17	11	4	16
	利益D I	△5	3	△1	△1	6	△3	△15	△1	4	28	1	4	7
道 南	売上D I	24	34	17	5	33	13	△8	0	18	13	20	8	6
	利益D I	△8	△3	△9	0	7	△10	△16	5	11	△8	6	△3	△6
道 北	売上D I	0	2	8	0	5	△9	△22	7	7	6	△2	△13	△5
	利益D I	△11	△7	△12	△16	△2	△5	△31	△9	△5	3	△18	△16	△16
道 東	売上D I	6	△12	11	△4	△3	△10	△10	△6	1	△8	△14	△8	△14
	利益D I	△9	△17	△5	△10	△15	△18	△19	△12	△9	△18	△24	△14	△24

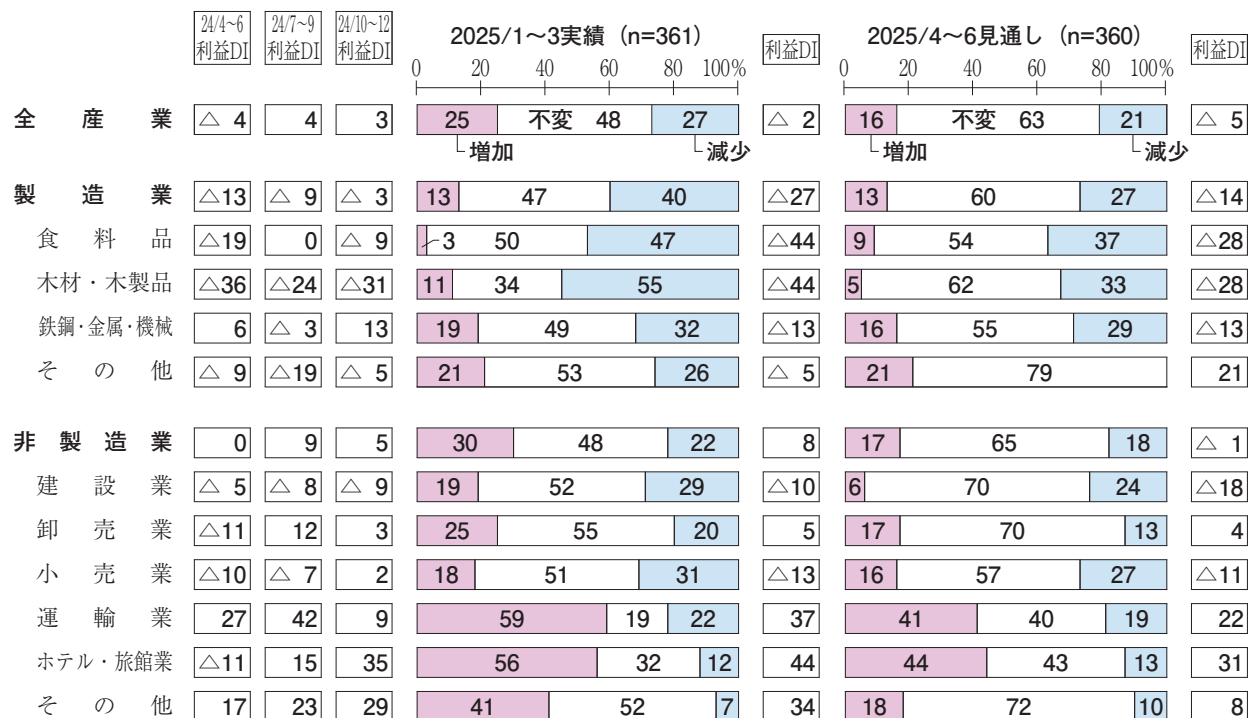
<図表4>業況の推移（業種別）



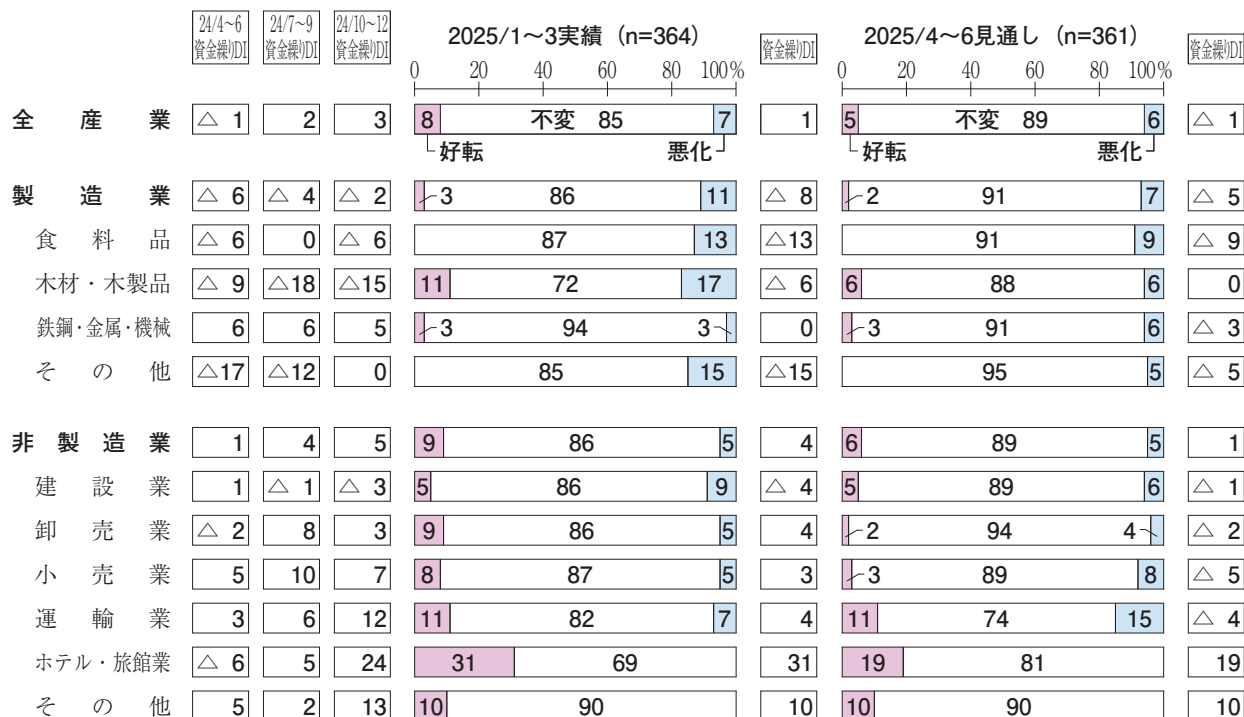
<図表5>売 上



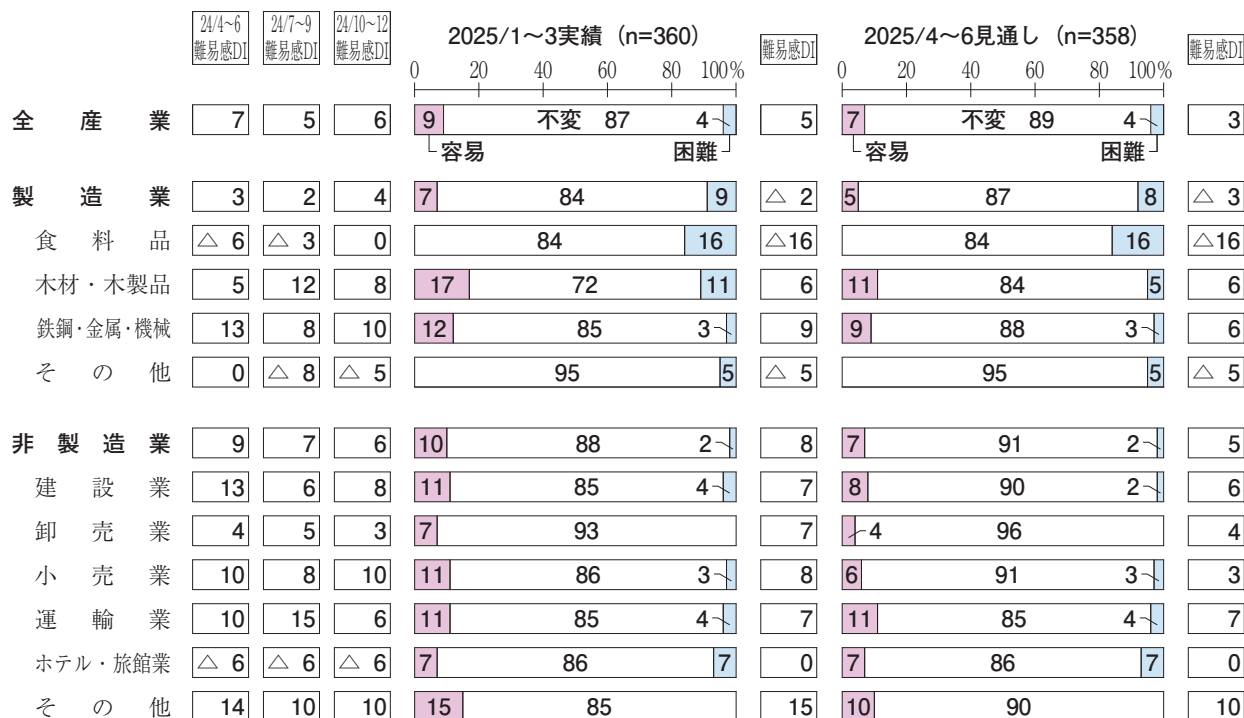
<図表6>利 益



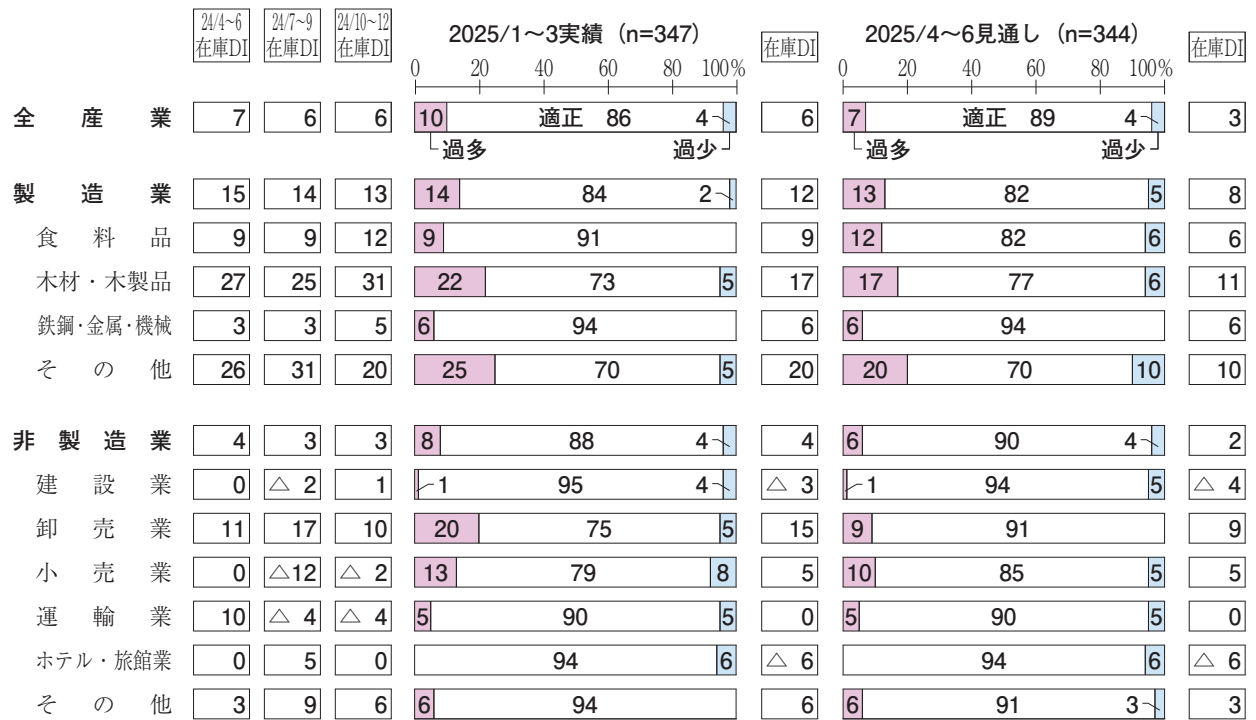
<図表7>資金繰り



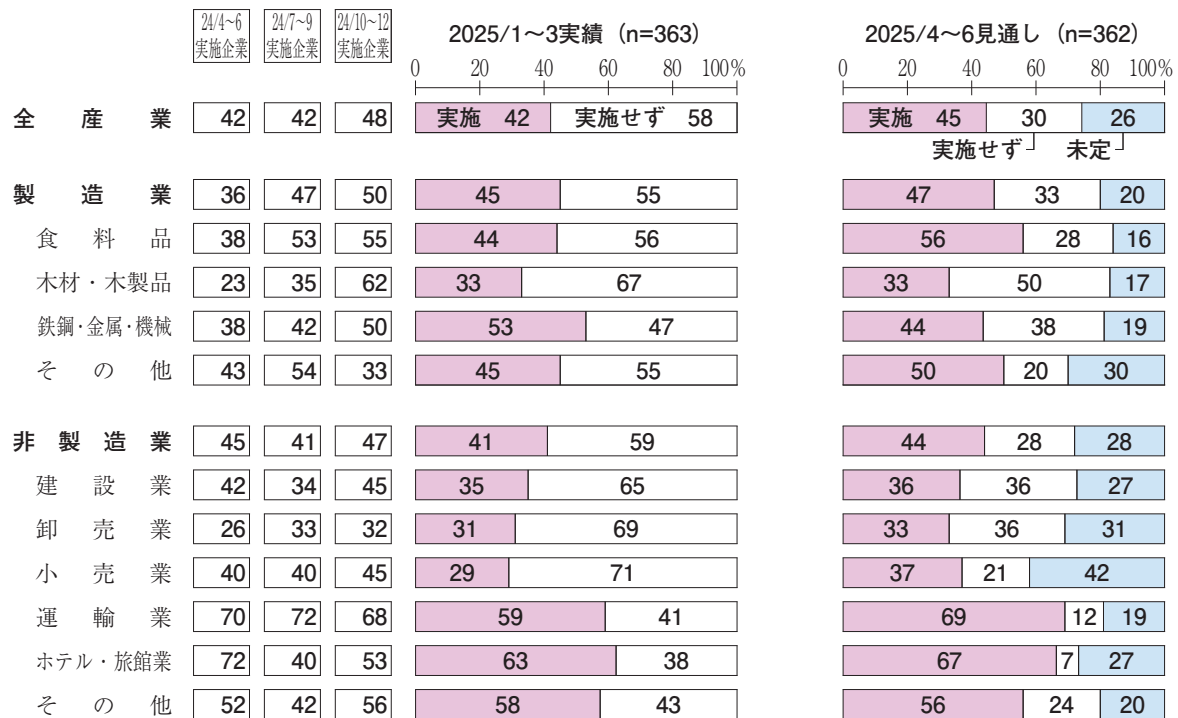
<図表8>短期借入金の難易感



<図表9>在 庫

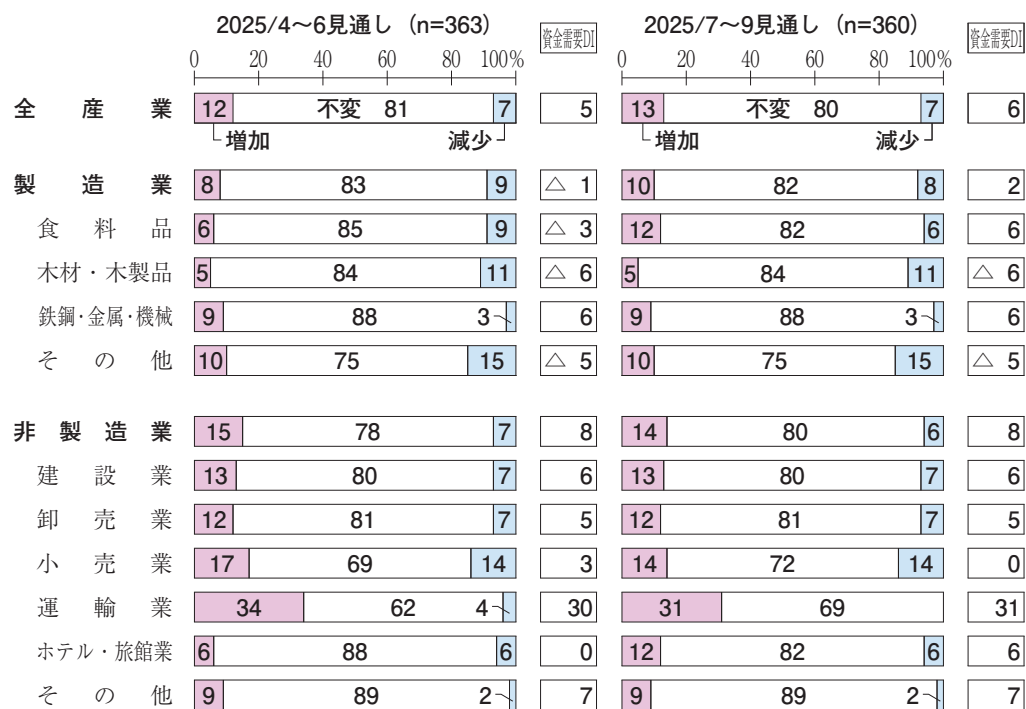


<図表10>設備投資

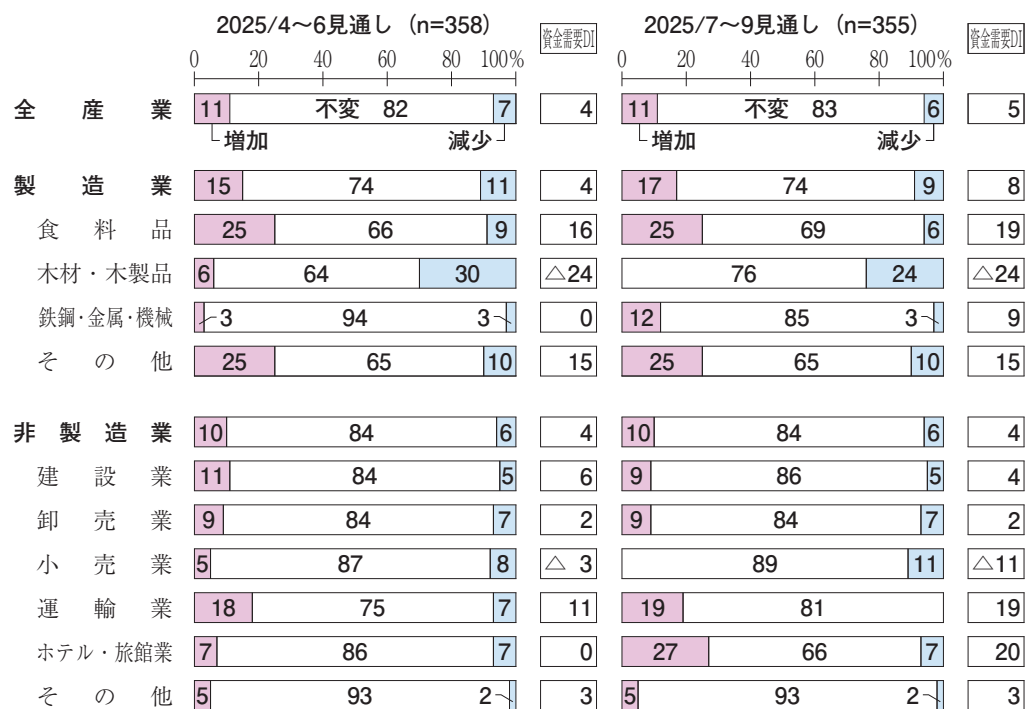


※四捨五入の関係から合計が100とならない場合がある。

<図表11> 資金需要見通しの前年比較（運転資金）



<図表12> 資金需要見通しの前年比較（設備資金）



<図表13>設備投資の目的（複数回答）

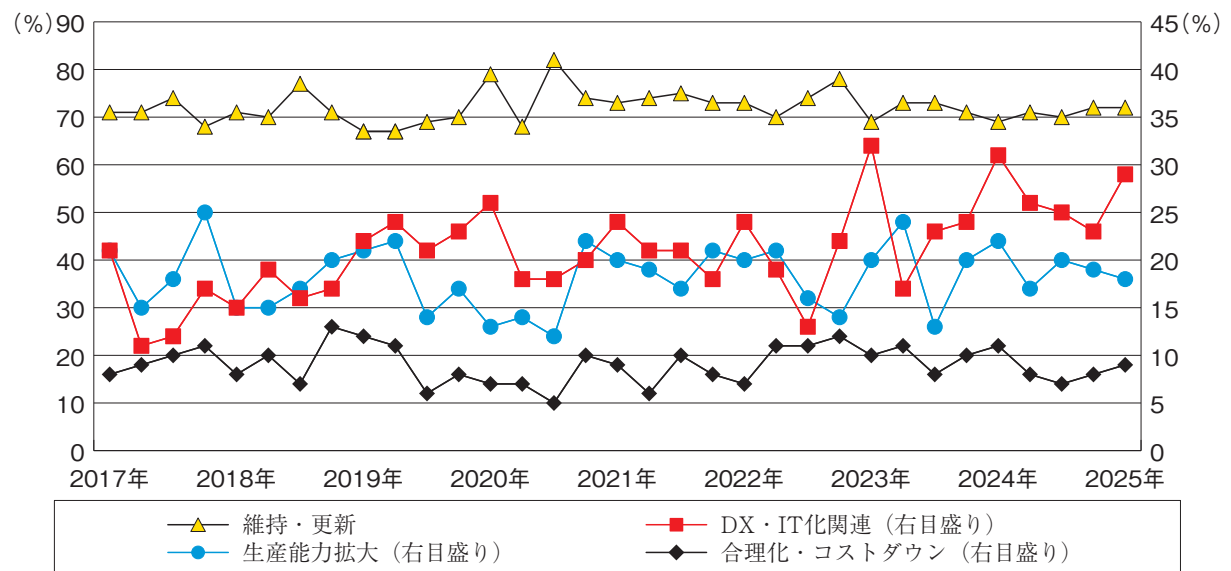
(n=152)

(単位：％)

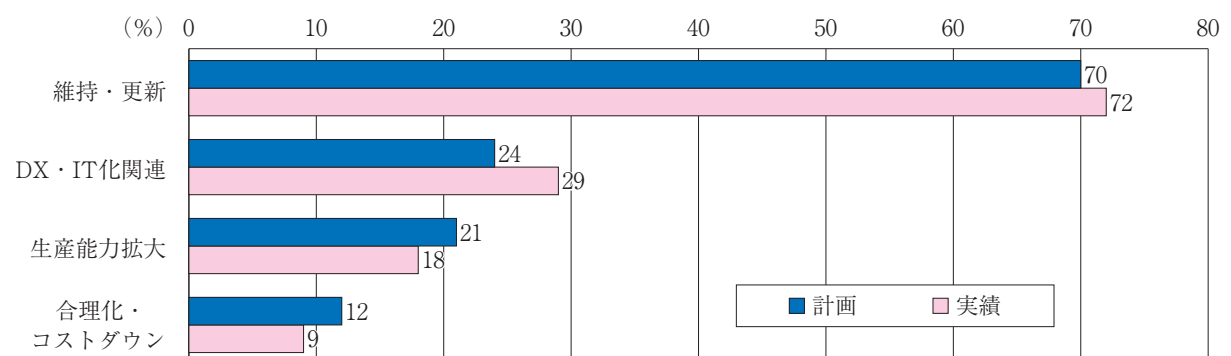
(項 目)	全産業	製造業	食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	その他の製造業	非製造業	建設業	卸売業	小売業	運輸業	ホテル・旅館業	その他の非製造業
(1)維持・更新	① 72 (72)	① 76 (74)	① 71 (78)	① 83 (75)	① 76 (65)	① 78 (86)	① 71 (72)	① 72 (69)	① 53 (61)	① 55 (74)	① 75 (83)	① 60 (67)	① 91 (73)
(2)DX・IT化関連	② 29 (23)	③ 20 (13)	③ 21 (6)	0 (-)	③ 29 (30)	③ 11 (-)	② 33 (27)	② 45 (38)	① 53 (28)	③ 9 (32)	② 25 (9)	② 30 (11)	② 22 (27)
(3)生産・販売能力拡大	③ 18 (19)	② 28 (26)	② 29 (22)	② 17 (25)	② 35 (35)	② 22 (14)	③ 13 (15)	③ 7 (13)	③ 6 (17)	② 36 (5)	③ 19 (17)	③ 10 (22)	③ 13 (23)
(4)合理化・コストダウン	9 (8)	③ 20 (9)	14 (22)	② 17 (-)	③ 29 (5)	③ 11 (-)	4 (7)	0 (8)	③ 6 (17)	③ 9 (5)	0 (4)	0 (-)	9 (5)
(5)その他	6 (8)	7 (8)	14 (17)	0 (-)	0 (-)	③ 11 (14)	6 (8)	③ 7 (8)	0 (6)	③ 9 (11)	6 (4)	③ 10 (44)	4 (-)

○内数字は業種内の順位、()内は前回調査

<図表14>設備投資の目的（上位項目）の推移（複数回答）



<図表15>設備投資（上位項目）の計画対比（複数回答）

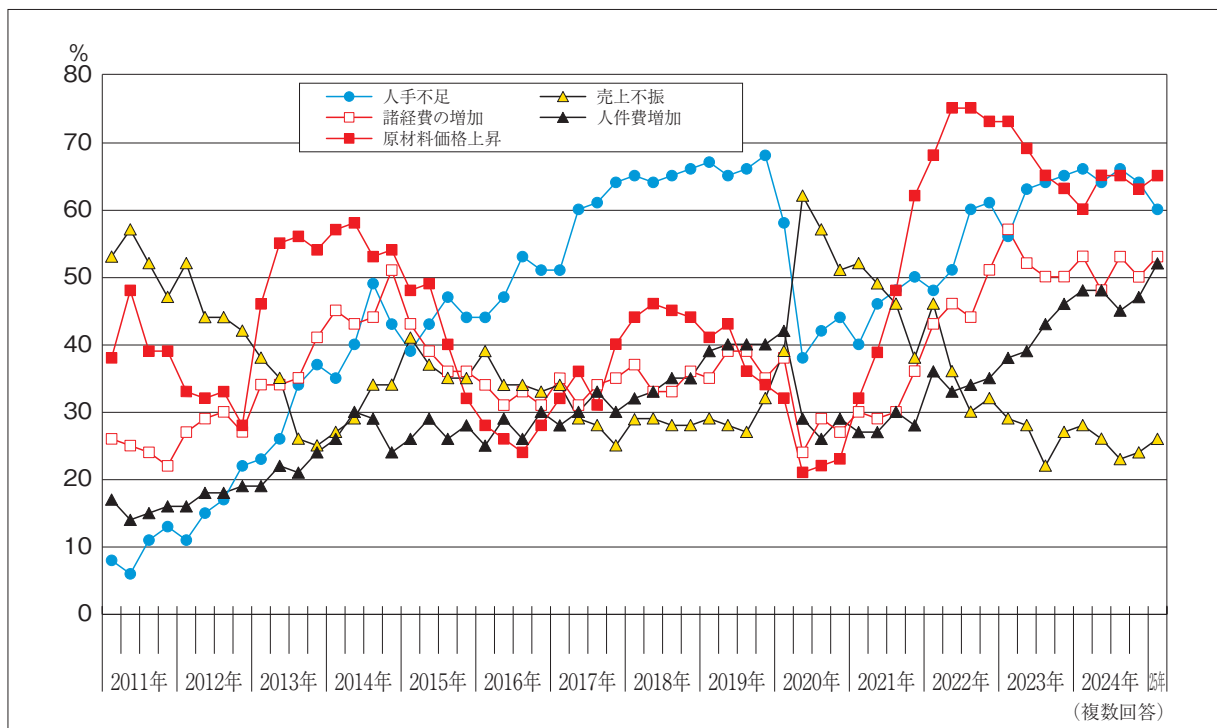


※「計画」は、前回調査における見通し

<図表16>当面する問題点（上位項目）の要点（複数回答）

項目	前期比	要 点
(1)原材料価格上昇（65%）	+ 2	食料品製造業（97%、+ 9 ポイント）、木材・木製品製造業（71%、+17ポイント）など5業種で上昇し、3期ぶりに1位となった。
(2)人手不足（60%）	△ 4	2期連続で低下したものの、建設業（80%、+ 2 ポイント）、運輸業（78%、+ 4 ポイント）、ホテル・旅館業（56%、+21ポイント）などで引き続き不足感が強い。
(3)諸経費の増加（53%）	+ 3	製造業では全業種で低下したものの、小売業（68%）、運輸業（67%）ではそれぞれ20ポイント上昇するなど高水準。
(4)人件費増加（52%）	+ 5	鉄鋼・金属製品・機械製造業（63%）で20ポイント上昇し、問題点の1位となった。ホテル・旅館業（44%）は27ポイント低下。
(5)売上不振（26%）	+ 2	木材・木製品製造業（71%）では14ポイント低下したものの、4期連続で問題点の1位。

<図表17>当面する問題点（上位項目）の推移（複数回答）



<図表18> 当面する問題点（複数回答）

(n = 362)

(単位：％)

(項 目)	全産業	製造業	食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	その他の製造業	非製造業	建設業	卸売業	小売業	運輸業	ホテル・旅館業	その他の非製造業
(1)原材料価格上昇	① 65 (63)	① 78 (77)	① 97 (88)	① 71 (54)	② 56 (73)	① 90 (81)	② 61 (58)	② 67 (72)	① 58 (57)	② 63 (45)	② 70 (56)	① 63 (71)	40 (38)
(2)人手不足	② 60 (64)	51 (56)	47 (48)	59 (69)	② 56 (63)	45 (48)	① 63 (67)	① 80 (78)	47 (50)	37 (62)	① 78 (74)	② 56 (35)	① 68 (79)
(3)諸経費の増加	③ 53 (50)	③ 53 (58)	③ 53 (61)	47 (54)	53 (55)	② 60 (62)	③ 53 (47)	③ 42 (35)	② 55 (57)	① 68 (48)	③ 67 (47)	③ 50 (65)	② 53 (49)
(4)人件費増加	52 (47)	② 60 (50)	② 63 (70)	③ 65 (54)	① 63 (43)	③ 50 (29)	48 (47)	40 (40)	② 55 (42)	③ 55 (57)	56 (50)	44 (71)	③ 48 (44)
(5)売上不振	26 (24)	38 (36)	25 (24)	① 71 (85)	25 (23)	③ 50 (52)	21 (20)	27 (27)	29 (22)	21 (21)	7 (12)	6 (12)	15 (10)
(6)設備投資 (除くDX・IT化関連)	16 (13)	17 (17)	22 (21)	6 (15)	16 (15)	20 (14)	15 (11)	11 (7)	20 (15)	13 (12)	22 (12)	13 (29)	18 (8)
(7)DX・IT化関連投資	16 (12)	13 (10)	9 (15)	0 (-)	22 (13)	15 (5)	18 (12)	15 (12)	31 (18)	8 (10)	15 (6)	13 (12)	18 (10)
(8)過当競争	12 (13)	13 (10)	9 (9)	12 (15)	16 (8)	15 (14)	12 (14)	13 (19)	22 (23)	18 (12)	4 (0)	0 (6)	3 (5)
(9)資金調達	9 (8)	15 (11)	19 (12)	35 (31)	3 (5)	10 (10)	7 (7)	11 (10)	5 (7)	3 (5)	19 (12)	0 (6)	3 (-)
(10)販売価格低下	4 (5)	3 (7)	0 (-)	12 (31)	3 (5)	0 (5)	4 (4)	4 (2)	5 (7)	5 (5)	4 (6)	0 (6)	3 (3)
(11)販売代金回収悪化	1 (2)	1 (1)	0 (-)	0 (-)	0 (3)	5 (-)	1 (2)	0 (2)	0 (3)	3 (5)	0 (-)	0 (-)	5 (-)
(12)その他	1 (3)	0 (1)	0 (-)	0 (-)	0 (3)	0 (-)	2 (4)	1 (2)	4 (3)	3 (7)	0 (3)	6 (6)	0 (3)

○内数字は業種内の順位、()内は前回調査

調査要項

- 調査の目的と対象：アンケート方式による道内企業の経営動向把握。
- 調査方法：調査票を配付し、郵送または電子メールにより回収。
- 調査内容：第96回定例調査（2025年1～3月期実績、2025年4～6月期見通し）
- 回答期間：2025年2月中旬～3月中旬
- 本文中の略称
 - (A) 増加（好転）企業：前年同期に比べ良いとみる企業
 - (B) 不変企業：前年同期に比べ変わらないとみる企業
 - (C) 減少（悪化）企業：前年同期に比べ悪いとみる企業
 - (D) DI：「増加企業の割合」－「減少企業の割合」
 - (E) n（number）＝有効回答数

■ 地域別回答企業社数

	企業数	構成比	地 域
全 道	364	100.0%	
札幌市	141	38.7	道央は札幌市を除く石狩、後志、
道 央	74	20.3	胆振、日高の各地域、空知地域南部
道 南	35	9.6	渡島・檜山の各地域
道 北	55	15.1	上川・留萌・宗谷の各地域、空知地域北部
道 東	59	16.2	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	700	364	52.0%
製 造 業	194	102	52.6
食 料 品	69	32	46.4
木 材 ・ 木 製 品	29	18	62.1
鉄鋼・金属製品・機械	58	32	55.2
そ の 他 の 製 造 業	38	20	52.6
非 製 造 業	506	262	51.8
建 設 業	145	85	58.6
卸 売 業	98	55	56.1
小 売 業	97	38	39.2
運 輸 業	52	27	51.9
ホ テ ル ・ 旅 館 業	34	16	47.1
そ の 他 の 非 製 造 業	80	41	51.3

生産性向上でコスト増・人手不足に対応

〈企業の生の声〉

今回の調査では、価格転嫁などにより売上が増加した企業においても、原材料価格や諸経費の増加が利益を圧迫している様子がうかがわれました。老朽化設備の更新や能力増強投資、DX化の省力化投資などにより生産性を向上させ、コスト増・人手不足に対応したいという声が多く企業から聞かれました。

以下に企業から寄せられた生の声を紹介します。

1. 食料品製造業

＜食肉加工業＞ 売上・利益ともに昨年並みであるが、原材料価格の高騰によりどんどん利益が出づらくなってきている。工場やレストランでの設備導入によって省力化が図れている部分もあるが、今後はより一段と踏み込んで機械で出来ることは機械に任せていく方向になる。人手不足は解消される見込みがないので、外国人を積極的に雇用したい。(道北)

＜水産物製造業＞ 直営店の売上・利益ともに改善している。訪日客が増加傾向にあるが、対応に遅れをとっている感じがする。その場ですぐ食べられる商品や、公式ECサイトへの集客に注力する。(道東)

＜食料品製造業＞ 原材料価格の高騰により値上げを実施するも、販売数量が減少し売上が鈍化。利益も減少傾向が続く。取引先の変更や原材料の変更など品質を落とさず原価抑制に向け取り組んでいるが、包材関連の高騰も重なり厳しい状況が続く。(道南)

＜食品製造業＞ 機械設備の生産能力から、販売する商品数を準備できず売り逃してしまうことがある。生産量アップのための機械設備の導入を検討している。(道北)

＜飲料品製造業＞ 資材や原料費、輸送費などの値上げはひと段落したが、人手不足によ

り生産数の増加が図れない。これまでも行ってきた設備の更新や検査機器の導入をさらに推進して、少人数での生産を可能にする。(道央)

2. 木材・木製品製造業

＜木製品製造業＞ 昨年度導入した設備が顧客への信頼につながり、注文数は増加傾向にある。設備を生かし、引き続き積極的に高単価の難しい発注を受けていきたい。(札幌)

3. 鉄鋼・金属製品・機械製造業

＜金属製品製造業＞ 公共関連工事は減少していく可能性が大きく、売上・利益の拡大は見込めない。新製品の開発が進んでおり、今後の販売戦略を早期に確立する。引き続き既存取引先の業態変化の情報を収集して、当社で製作できる製品の受注へ向け営業展開を行う。(札幌)

＜機械器具製造業＞ 受注動向は好調に推移しており、3月は休日を返上して工場を稼働している。来期以降も好調で、製品によってはお客様の希望に添えない商談もあり、整理に苦慮している。(札幌)

＜機械器具製造業＞ 人手、担い手不足。5年先、10年先にメドが付けられないと判断したら、事業譲渡や廃業の選択肢も排除せず。(道央)

＜金属製品製造業＞ 建築金物関連の受注は順調に推移しています。後継者の育成が急がれ、技術の継承を進めていきたいです。（道東）

＜金属製品製造業＞ 仕事は順調に受注できているが、設備老朽化のため精密な作業が困難になり、経費が増している。設備投資と人員の増加が必要と考えている。（札幌）

＜金属加工業＞ 人手不足により売上・利益ともに減少となる。作業員の不足と、働き方改革の影響により自社製作では限度があるため、技術力のある外注先の確保に努めたい。（道北）

4. その他の製造業

＜印刷業＞ 各企業で相見積もりが増え、価格競争が始まっていると感じる。取引先の節約志向が徹底してきているので、他社と競合しない当社の商材や技術力、レスポンスの良さを売りに差別化をしていく。（札幌）

＜印刷業＞ 原材料の仕入価格上昇に対し、ページ数の削減や納品部数の減少により売上が減少し、利益を圧迫している。また金利の大幅上昇で余裕がなくなっている。工場やノウハウ、実績を市場へ見える化させて、仕事情報を獲得していく。（札幌）

＜印刷業＞ ペーパーレス化や人口減少で紙の需要が減っている。さらに原材料高騰で利益の確保がしづらい。業態変革をしたいが、人員や知識がないので、思うように進まない。（札幌）

＜建築資材製造業＞ 人手が不足している状況なので、今いる人材も身体がきついと辞めてしまう。多少お金をかけてでも機械化して、身体が楽な方へ進んでいかないと、人材が確保できない。売上・利益も大事だが、人がいなくて会社がまわらなくなるのではとの不安が大きい。（道央）

＜コンクリート製品製造業＞ 単価の値上げもできて売上・利益は増加傾向にあるが、今後運送費などの値上げが予想され心配している。設備の老朽化への対応などやりたい部分はあるのだが、仕事の量を考えると高額な設備の更新が難しい。（道北）

5. 建設業

＜土木工事業＞ 公共工事予算が3月に決定するが、当社ランクへの発注額は減少見込みにある。他地域からの入札参加が予定されており、業況は厳しいと想定している。人材不足は目に見えてきており、技術員・作業員の育成が課題。（道北）

＜土木工事業＞ 工事棟数は減少基調にある一方、販売価格の値上げにより一定の売上高は確保されている。4月から、セメント、生コン等の資材価格のさらなる値上がりが見込まれているが、これ以上の販売価格への転嫁は難しく、今後の収益性に不安がある。薄利で売上を確保する意味がないことから、縮小均衡であっても、収益確保を第一とした方針を徹底する。（道央）

＜鉄筋工事業＞ 直近決算は減収減益。大型案件のほぼ全てで着工時期遅れが発生し、全く予定通りに進まなかった。特に、新幹線札幌延伸工事の遅れが大きく影響した。今後も大型案件は目白押しながら、着工時期遅れが懸念材料。（道央）

＜左官業＞ 労働者不足の為、受注を控えている。若年者の採用と育成がうまくいっていない。外国人の採用を積極的に進める。（札幌）

＜住宅建築業＞ 注文住宅の低迷が続いており、取引先の廃業が加速するのではという不安が大きな問題。仕事のあるニセコエリアに人・物・金を集中させる。（道央）

<総合建設業> 技術者の人手不足感がある。大型案件の受注が続く中、派遣に頼っている状況。(道東)

<内装工事業> 受注物件が2027年下期まで埋まっている状況なので、職能工の新たな育成教育プランを再構築していく。育成プログラムは完成したので、今後はハード部分として育成センター開設を目標にしたい。(札幌)

<住宅建築業> 個人住宅は、従来の新築から、買取再販型のリノベーションと既存戸建の購入仲介およびリフォームに徐々に移行するものとみており、コンサルティング型営業のノウハウを獲得したいと考えている。いずれにしても、個人住宅の低迷は継続するものと捉えて、これを補完する品目（民間設備投資、公共工事）の受注に注力しているところ。(道央)

<総合建設業> 民間工事による立替金の増加、手形サイト短縮化、金利上昇による資金負担などにより資金繰りが悪化している。契約段階で取下げ条件や金利負担分などについて交渉を行い、利益確保を確実のものとしたい。また引き抜きなど技術者の流出が発生し、人手不足により受注機会を逸失している。技術者については、賃金アップやフォロー体制（バックオフィスの強化等）の整備により流出を防ぐ。(札幌)

6. 卸売業

<工業用品卸売業> スポット案件が多かったため売上・利益ともに増加した。また、人手不足から従来より多くの人材を確保している。今後ベースアップを予定しており、人件費を中心に経費が増加する見込みであり、利益率を意識した業務推進が必要である。(札幌)

<食材卸売業> 人件費や運賃の増加が見込まれるため、販売については採算の確保を重視して取り組んでいる。DX化を一層推進し

て、業務の効率化、正確性の向上を図るとともに、人件費負担を減らしていく。(札幌)

<機械器具卸売業> 空調設備業界は好調で、売上・利益は過去最高の見通し。若手の採用が難しくなっており、今後の社内の年齢構成が歪になる可能性がある。(札幌)

<電気製品卸売業> 営業員の3分の1が新人のため、1人当たりの生産性が落ちており、早急な教育が必要。(札幌)

<建材卸売業> 外国資本の建築物件において、高額な住宅機器（トイレ、キッチン、ユニットバスなど）商品を選ぶことがあり、売上増加につながっている。(道央)

<水産物卸売業> 全体的に単価高となっているため、相場下落リスクを念頭にフリー在庫を極力持たず、売り先を決めてからの仕入を基本として在庫の含み損発生を回避していく。(札幌)

<酒類卸売業> 売上・利益とも回復基調にあるが、コロナ禍に借りた資金の返済と売上増加に伴う運転資金の両方をカバーする必要がある、資金繰りは決して楽観できない。長引く物価高騰による節約志向の浸透、コロナ等感染症の再拡大、天候不順など予測不能なリスクが依然として大きい。さらに金利上昇が経営を圧迫するリスクも顕在化してきた。人材不足を嘆いても事態は改善しないので、既存社員の「磨き上げ」と処遇改善が重要だと考えている。DX化についても日々情報収集していく。(札幌)

7. 小売業

<タイヤ販売店> 大型車輛のタイヤ交換ができる店が減少したことで、仕事は多くなっているので、出張作業ができるトラックを増やしてネットワークを構築していきます。(道北)

<釣具店> 競合の激しさが一層増す中、業容を拡大路線に持っていくことは難しくなっている。赤字店舗の閉店とそれに伴うコスト削減を行い、経営資源の集中を図っていく。(札幌)

<燃料小売業> ガソリン補助金がなくなり、暖房燃料が高騰すると、消費者の節約志向がますます激しくなります。また、売掛金も大きくなると回収遅延リスクがあるため、自動引落やクレジット決済等にして集金は減らしていきます。請求書もウェブに移行して経費を見直します。(道南)

<機械器具小売業> 売上、利益ともに計画を上振れし順調に推移した。ただし、材料費をはじめ運送コスト上昇分が利益を圧迫している。コストを抑えるべくまとめ買い（仕入）を予定しているが、在庫過多にならぬよう注意する。(札幌)

<食品スーパー> 米の単価上昇もあり、売上は好調。仕入原価の上昇で利益は取り難くなってきている。新幹線工事の作業員が増加した事で、現場近くの店舗が好調。節約志向が強まっているので、単価、容量を動向に合わせた対応とする。(道南)

8. 運輸業

<旅客運輸業> 乗客は増えている一方で、インフレ状況下においても過当競争により販売単価を上げることが難しい。(札幌)

<バス会社> インバウンド効果もあり売上は増えている。仕事とバスはあるが、運転手がいらないため、需要に応えることができていない。(道央)

<港湾運送業> 人流の回復に合わせ物流も増加しているが、人手不足の傾向は変わらない。人材確保のため人件費の負担がより懸念される。(道東)

9. ホテル・旅館業

<都市ホテル> 訪日観光客の増加もあり売上・利益ともに増加。ただし、利益率は経費増により低下した。訪日観光客の個人客をターゲットにした集客で宿泊単価の増加を図る。(札幌)

<旅館> インバウンド客の増加で好調。設備更新等をすすめ、競争力を高める。(道央)

<観光ホテル> 人件費や光熱費をはじめとする諸経費が上昇し、利益が出づらくなっている。利益が出るように、付加価値をさらに上げ、単価を上げる。(道北)

10. その他の非製造業

<廃棄物処理業> 昨年、収集運搬料金の改定があり、順調に価格転換できた。燃料の高騰や地方の人手不足が問題です。今年は給与改定を考えます。(道央)

<飲食店> インバウンド増加に伴い、一部店舗の売上増加が顕著。人手確保が難しくなる一方のため、店舗運営オペレーションを見直し、省人化目的のDX化を進める。(札幌)

<建設コンサルタント> 建設資材の高騰により、公共事業の予算のうち建設業界への配分が多くなり、圧迫を受けたコンサル業界は受注が漸減傾向にあります。収益改善を図るため、外注費等のコスト削減に注力しています。(道東)

<建設機械リース業> 北海道バブルの影響で好調だったが、冬期は例年並みに売上が落ち込み、根本的な利益回復には至っていない。4月より10数年ぶりにクレーンリース単価を値上げ予定。売上アップと収益に繋げたい。(道央)

DXを活用した地域包括ケアのあり方

公立大学法人奈良県立医科大学MBT研究所
研究教授 梅田 智広

はじめに

わが国は世界でも類を見ないスピードで超高齢社会へと進んでいる。単身高齢者や高齢者世帯の増加は地域課題としてますます顕在化、重要性が増している。特に、家族や地域とのつながりが希薄になる中で、「見守り」は高齢者の生活を支える基盤として不可欠となっている。こうした状況の中、近年注目されているのが、デジタル技術を活用した新たな見守りのあり方、すなわちDX（デジタルトランスフォーメーション）の活用である。本稿では、少子高齢化の進行や地域社会の変容といった時代背景を概観し、続いてDXの概念とその社会的意義を整理する。次に、DXを活用した高齢者見守りの具体的手法について、電力センサを活用した新たな見守り、データを活かしたライフスタイルAIによる生活習慣のモニタリングの例に触れつつ、その導入による効果を多角的に検討する。さらに、こうした取り組みにおける実装上の課題として、プライバシー保護、デジタルデバイド¹、人材不足、制度的整備の必要性等を挙げ、今後の展望とともに課題解決に向けた方策を考察する。

1. 背景

日本は世界でも有数の長寿国として知られており、厚生労働省の統計²によれば、男女ともに平均寿命は年々延び続けている。図1. に男女別平均寿命および健康寿命を示す。2001年から2019年にかけて、男性の平均寿命は78.07歳から81.41歳へ、女性は84.93歳から87.45歳へと着実に延伸している。

一方、注目すべきは「健康寿命（＝日常生活に制限のない期間の平均）」との乖離である。健康寿命も同様に延びてはいるものの、その伸び幅は平均寿命に比べてやや緩やかであり、依然として平均寿命との間に数年の差が存在している。具体的には、2019年時点で男性の健康寿命は72.68歳、女性は75.38歳であり、それぞれ平均寿命との差は約8.7年（男性）・約12.1年（女性）にのぼる。

この「不健康な期間」が長いという現実、個人の生活の質（QOL）を損なうだけでなく、社会保障費の増大や介護人材不足といった深刻な社会課題とも直結している。とりわけ、女性においては健康寿命と平均寿命の差が大きく、今後ますます重要となる「健康で自立した生活年数の確保」が、政策的にも個人レベルでも大きな課題といえる。

こうした背景から、近年では「寿命の延伸」よりも「健康寿命の延伸」がより重視される傾向にある。その実現には、病気の早期発見・予防、生活習慣の改善、地域包括ケアの強化、デジタル技術を活用した健康モニタリングや見守りの仕組みなど、多面的な取り組みが求められる。

とりわけ、近年注目されているのがDXによる健康管理の高度化である。ウェアラブルデバイスや生活センサ、AIによる行動解析技術の導入により、フレイル³の早期兆候を検出し、健康寿命を効果的に延ばすためのパーソナライズドな支援が可能となりつつある。

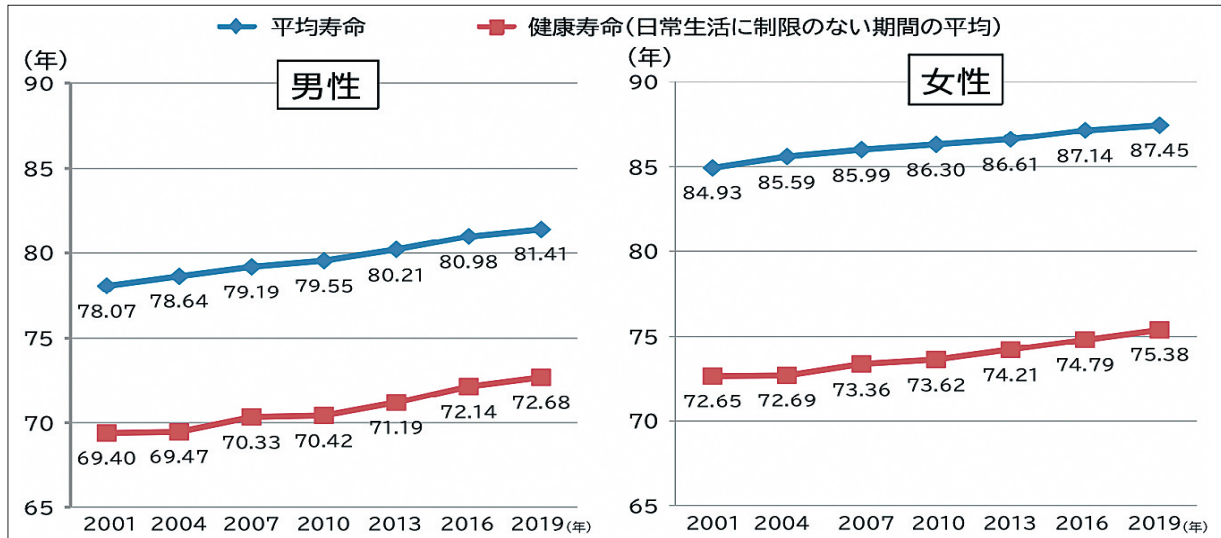
¹ インターネットなど情報技術を使える人と使えない人の間に生じる社会的格差のこと。

² 厚生労働省、令和4年版 厚生労働白書「平均寿命と健康寿命の推移」

³ 加齢により心身の機能や社会性が低下した状態。健康状態と要介護状態の中間の段階を指す。

今後は、平均寿命だけでなく、「健康で生きる年数」そのものを延ばすことが、真の意味での長寿社会の実現に不可欠である。行政・医療・地域・個人が一体となって、科学的根拠に基づいた健康寿命延伸の取り組みを進めていく必要がある。

図1. 平均寿命および健康寿命



出所：厚生労働省「令和4年版 厚生労働白書」

日本の急速な少子高齢化は、社会保障制度の持続性にも今後、大きな影響を与える。図2. に高齢化の推移と将来推計、図3. に将来の社会保障給付費の見通しを示す。内閣府の推計⁴によると、65歳以上の高齢者人口は今後も増加を続け、2040年には総人口の約35%、2065年には約38%に達するとされる。一方、これを支える現役世代（15～64歳）の人口割合は、1950年と比較して約6分の1にまで減少し、社会保障の支え手と受け手のバランスが大きく崩れる。このような人口構造の変化は、社会保障給付費の急増として財政面にも大きな影響を与える。財務省の試算⁵によれば、社会保障給付費は2018年時点で121.3兆円（GDP比21.5%）であったが、2025年には約140兆円（同比21.7～21.8%）、2040年には約190兆円（同比23.8～24.0%）へと増加し、特に医療費と介護費の増加が顕著である。医療費は2018年から2040年にかけて約1.7倍、介護費は約2.4倍に増加すると見込まれており、今後の社会保障財源の確保はますます困難を極める。

このような現状を踏まえ、単なる給付費の抑制ではなく、健康寿命の延伸や認知症予防、介護予防といった“社会構造の転換”を伴う持続可能な対策が急務とされている。すなわち、医療・介護にかかるコストの削減を、住民の健康維持・自立支援によって実現していく視点が、今後の政策に不可欠となる。

また、超高齢化の進展に伴い、認知症および軽度認知障害（MCI）を抱える高齢者の数は今後急増すると予測されている。厚生労働省の研究班による推計⁶によれば、2022年時点で65歳以上の認知症患者数およびMCI該当者数は合計で約1,000万人にのぼり、今後もこの数は増加を続ける見通しである。特に2060年には、その総数が約1,300万人に迫るとされ、65歳以上人口の3人に1人が何らかの認知機能障害を抱える時代が到来すると予測されている。

この推計において注目すべきは、認知症の有病率が17.7%、MCIの有病率が17.4%と、両者がほぼ同程度の割合で存在する点である。MCIとは、認知症ではないが正常ともいえない「グレーゾーン」の状態であり、放置すれば一定の割合で認知症へと進行することが知られている。したがって、認知症対策においては、発症後の対応に加え、MCIの段階での早期発見と介入が極めて重要な課題となる。

⁴ 内閣府、令和3年版高齢社会白書

⁵ 財務省「社会保障費はどれくらいまで増えるのか」、2021年

⁶ 内閣官房HP「認知症施策推進関係者会議（第2回）配付資料「認知症及び軽度認知障害の有病率調査並びに将来推計に関する研究」

図2. 高齢化の推移と将来推計

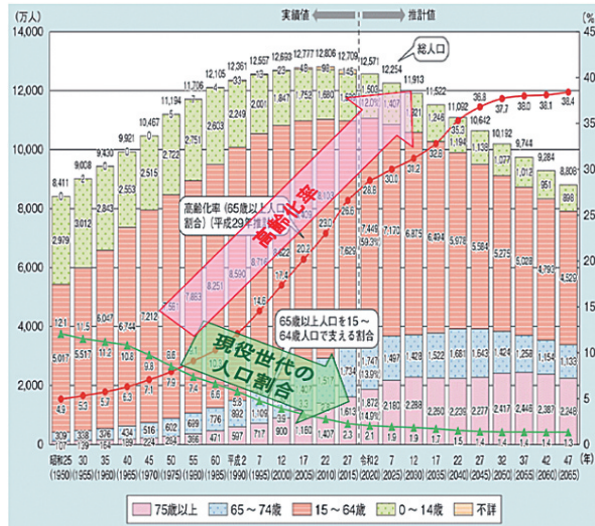
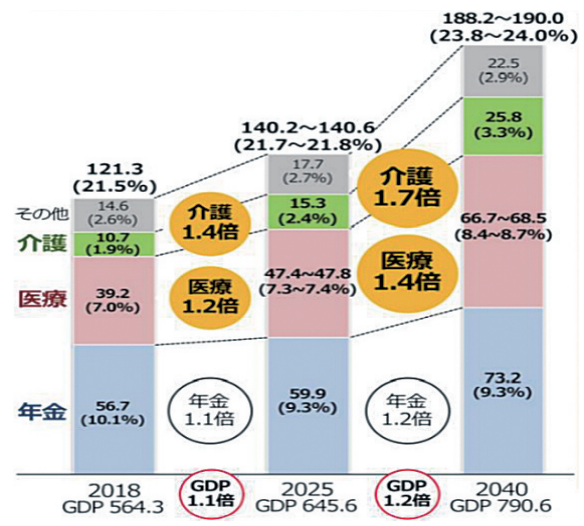


図3. 将来の社会保障給付費の見通し (兆円)



出所：内閣府「令和3年版高齢社会白書」より、筆者にて加算 出所：財務省「社会保障費はどれくらいまで増えるのか」(2021年)
 認知症・MCIの増加は、個人のQOL低下を招くだけでなく、介護人材の不足、家族の負担増、医療・介護費の膨張など、社会全体に深刻な影響を及ぼす。特に単身高齢者や高齢者夫婦世帯の増加により、地域での見守り・支援体制の構築が急務である。

以上のような背景のもと、今後の超高齢社会では、以下の対応が求められる。

①生活習慣の改善やフレイル予防を通じた発症リスクの低減

食事・運動・睡眠などの基本的な生活習慣の見直し。

②早期発見のためのスクリーニング体制の整備

地域包括支援センターや医療機関による定期的な認知機能検査の導入、AIやIoTを活用した生活モニタリング技術の活用。

③社会的孤立を防ぐ仕組みづくり

地域での交流やボランティア活動、コミュニケーションの支援。自治体や地域団体による高齢者、認知症の方々と共に生きる社会の構築、「高齢者フレンドリー」なまちづくりが求められている。これは、支援体制の地域内展開を加速するための基盤となる。

今後、フレイル、認知症およびMCIの有病者数が爆発的に増加することは避けられない。その現実に向き合い、予防・発見・支援の一体的な体制を整備することが、地域社会の持続可能性を支える鍵となる。

2. 従来型の高齢者見守りからDX型へ

(1)これまでの見守りは、民生委員や地域ボランティアによる訪問や電話確認、緊急通報装置などが中心であり、以下のような課題があった。

- ・ 人手に依存しており継続性が不安定
- ・ 「何かあった時」の対応に限られ、予防的支援が難しい
- ・ 高齢者本人の心理的負担（監視されていると感じる）
- ・ 情報の記録・共有がアナログで属人的

(2)これらの課題を解決する手段として、現在、センサ技術や通信技術を活用した「DX型見守り」が注目されている。

DXとは、デジタル技術の導入・活用を通じて、業務プロセスや組織構造、さらには人々の働

き方や生活様式にまで変革をもたらす概念である。単なるデジタル化（Digitization）や業務の効率化にとどまらず、社会全体の価値創出のあり方を根本から見直し、より柔軟かつ持続可能な仕組みへと転換していくことを目的とする。すなわち、DXは技術の導入それ自体ではなく、それによって生じる構造的・文化的変革を本質とする。

たとえば、紙の書類をなくしてパソコンでやりとりしたり、AIやロボットを使って作業を自動化したりすることで、より効率的で便利な社会を目指すことである。医療・教育・まちづくりなど、さまざまな分野でDXが進んでいる。

(3)DX型見守り導入の目的

①IoT・センサを活用した生活リズムの把握

居室に設置した人感センサ、ドア開閉センサ、電力センサ（コンセント型など）を活用し、生活リズムの可視化が可能になる。たとえば、いつも通りに起床していない、電気ポットが使われていない、などの小さな異変を自動的に検知し、通知する仕組みが導入されている。本稿では電力センサによる見守りを取り上げる。

②ライフスタイルAIによる異常検知と予兆分析

日常の行動パターンや電力使用データなどを学習したライフスタイルAIが、「いつもと違う」を早期に察知する。これにより、フレイルや認知症の進行といった変化の“予兆”段階で対応することが可能になる。

③遠隔での見守り・連絡

タブレットやスマートフォンを用いたオンライン見守りも広がっている。カメラ通話に限らず、ライフスタイルデータおよびバイタル情報の遠隔モニタリングや服薬確認なども可能となり、家族や医療職、介護職との連携を強化できる。

④情報の共有と連携基盤

取得したデータは、地域包括支援センター、医療機関、ケアマネジャー等が共有できる仕組みに整備することで、個別性の高いケアマネジメントや、早期の多職種連携が実現する。

上記目的のもと、北海道雨竜郡沼田町にて、令和元年度から地域の高齢世帯を対象に、ICTを活用した健康づくり・見守り支援事業を開始。令和2年9月から、家電別の電力使用データを取得できる電力センサを約25世帯に設置した。令和5年10月には、沼田町地域優良賃貸住宅「あるくらす団地A棟」の5世帯に電力センサを設置した。データ計測は4年目に入っている。

本事業では、それらセンサから得られるデータを駆使したサービスの提供を通じ、住民および入居者の予防・健康づくり、見守りにつなげることでQOLの維持・向上に寄与するとともに、安心して暮らせる環境を整備することを目的としている。電力センサによるライフスタイル・センシングの詳細について下記で説明する。

3. ライフスタイル・センシング

(1)家電の電力データがライフスタイルを可視化

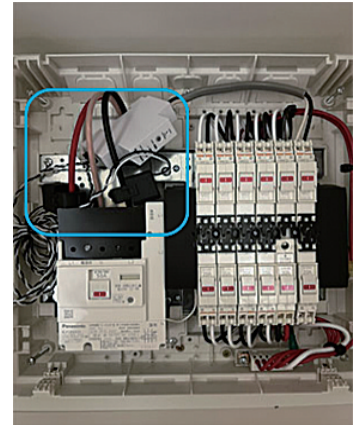
ライフスタイル・センシングとは、日々の家電の電力使用データからライフスタイルを可視化、変化の予兆を早期に検知する技術である。自宅の分電盤に特殊な電力センサを付けることで冷蔵庫や電子レンジ、洗濯機、エアコンなどの1分ごとの家電使用量を把握することができ、それら家電を使用する時間帯、使用量などから、自宅でのおおよその生活パターンが見える。電力センサの設置イメージを図4.に示す。現在、1分単位で電力使用量を計測できるのは、ライフスタイル・センシングだけの技術である。センシングとは、センサによって測定対象を計測して定量的な情報を取得する技術のことで、「モノのインターネット」と呼ばれるIoT（Internet of Things）に欠かせない。

現代の暮らしは電気なしでは成り立たない。朝起きてから夜寝るまでに、自宅で使う家電は様々、布団から出たらまずテレビをつける、エアコンをつける、洗濯機を回す、電気ポットでお湯を沸かしてコーヒーを淹れる、IHクッキングヒーターやオーブントースター、電子レンジなどを使って朝食をつくる、掃除機をかける。帰宅後は冷蔵庫を開けてビールや食材を取り出す、炊飯器でお米を炊く、朝食同様、調理家電で夕食をつくる、食洗機を使う、最近は電気で沸かす風呂も増えている。入浴後はドライヤーを使うなど、一日中、家電のお世話になっている。家電を使うとは、電力を使うことであり、その電力量や使用する時間帯などを見れば、その人のリアルな生活が見えてくる。仮に、「毎日家で料理をしています」という人がいたとして、本当に料理をしているかどうかは電力データをチェックすれば一目瞭然である。

各人の電力使用データを蓄積すれば生活のパターンが見える。たとえば「毎朝8時を過ぎると電力量が急に上がる」のであれば「8時に起床する人」であり、「18時頃に電力量が上がる」なら、「18時頃から夕食をつくる人」だと想像できる。しかし、そうした規則性の中に、「8時になっても電力量が上がらない」「18時を過ぎても電力量は下がったまま」という変化が現れた場合、何らかの原因があると考えられる。このように、電力センサによって得られる家電ごとの使用データを活用することで、日々の生活の変化を客観的に把握することが可能になる。

これにより、本人が感じている体調や生活リズム（主観）と、実際に記録されたデータ（客観）との違いが見える形で確認でき、その差を意識することが出来る。

図4. 電力センサの設置



出所：筆者撮影

(2)健康づくりを特別なものではなく、日常の一部へ

ライフスタイル・センシングは、従来のように「健康づくり＝病院や運動施設に通うもの」「時間や意識を特別に割くもの」といった発想から脱却し、日常生活そのものの中に自然に健康行動を取り入れることを可能にする技術的アプローチである。1分ごとに記録される家電データは、暮らしのリズムや行動のパターンをとらえることができ、家庭内での生活（睡眠含む）、食事や活動などの傾向が分かり、本人が意識しなくとも、毎日の生活習慣を「見える化」し「気づき」や「予防」につながる健康情報が可視化出来る。このような仕組みを日常の中に自然に組み込むことで、無理なく自分の生活を見直すきっかけが生まれ、行動の変化、日常生活の改善にもつながっていき、自然に無理なく、継続可能な形で健康づくりが日常の中で実現出来ると考えている。つまり、ライフスタイル・センシングは、健康行動を「特別なイベント」ではなく、「暮らしの一部」として根づかせ、日常の延長線上に健康を育む“フロー型の支援”を可能とする新しい健康支援の在り方と言える。

これは個人の健康意識や行動の変容を促すと同時に、生活習慣の改善や介護予防といった広域的な課題への対応にも寄与出来る。重要なのは、こうした生活データの蓄積・分析・フィードバックの一連の流れを、人手ではなくデジタル技術が継続的かつ自動的に行う点である。従来は属人的に支えられてきた見守りや支援の多くを、“センサ・AI・データ連携といったDXの力”によって“日常の中に自然に溶け込ませる”ことが可能となる。

この仕組みを地域単位で展開出来れば、個人の変化の蓄積が地域全体の状態把握や支援判断に活かされ、“科学的な根拠に基づくデータ駆動型のまちづくり”が実現する。

DX時代においては、このデジタルによる効率的な把握・分析・対応の仕組みと従来のアナログ的な“人が人を理解する”個別対応とをうまく融合させ、地域社会に実装していくことが求められる。このような「人の感覚」と「デジタルの精度」を掛け合わせた生活支援モデルは、地域包括ケアの中核を担う新たな社会インフラとなる。

(3) ライフスタイルスコアの算出

各モニター宅の電力センサから収集したデータは、家電の種類により、「生活系」「食事系」「活動系」「その他」の4群に分類し、1日ごとの発生頻度、行動周期性、使用時間帯などからスコア化（0～100点）して、分析を行っている。このスコアを「ライフスタイルスコア（LSS）」と呼び、各群のデータ変動にバラつきがなく、規則正しい生活を送っているほどスコアが高くなるように設定している。各モニターに対しては、毎月、LSSの数値を添えた「ライフスタイルカルテ」を作成し、モニターや遠隔で暮らす家族に対するフィードバックを行った。携帯をお持ちの方には、リアルな今を知れる「ienowa」と、その傾向が昨日、その前と同じなのか、変動しているのかを知れる「ライフスタイルME+」という2つのアプリをインストールし活用頂いた。これらのアプリは遠方にお住まいのご家族が使うことが多い。

(4) 定期的なモニター訪問とヒアリングの実施

データは長期間にわたって蓄積するほど有効であり、前月や前年同月との変化率と偏差を求めることで、季節変動や個人の生活習慣による特徴を抽出することが可能となる。

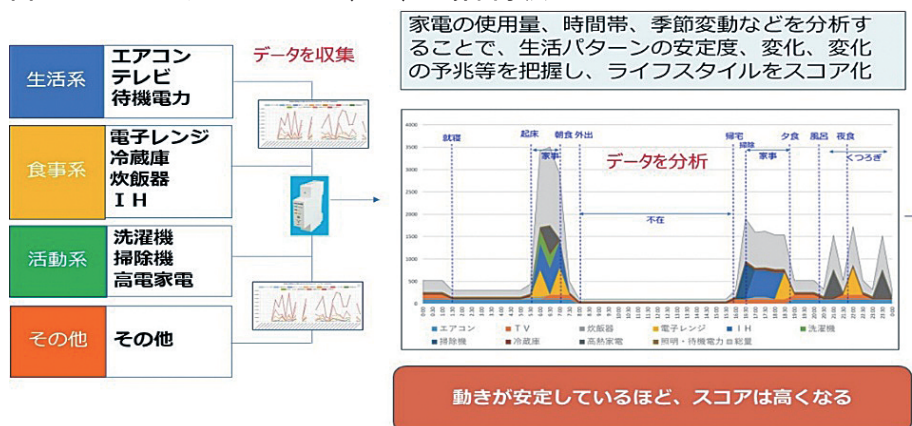
データから推察された結果に対して、実際にはどのように生活していたかを把握するため、定期的（2か月に1回程度）にモニター宅を訪問してヒアリングを行い、推察内容の検証を行った。沼田町における電力センサを活用した取組概要を図5.に、ライフスタイルスコア（LSS）の算出手法を図6.に示す。また、2つのアプリの画面イメージを図7.に示す。

図5. 沼田町における電力センサを活用した取組の概要



出所：筆者作成

図6. ライフスタイルスコア（LSS）の算出手法



出所：筆者作成

図7. 専用アプリケーション「ienowa」、「ライフスタイルME+」の画面イメージ

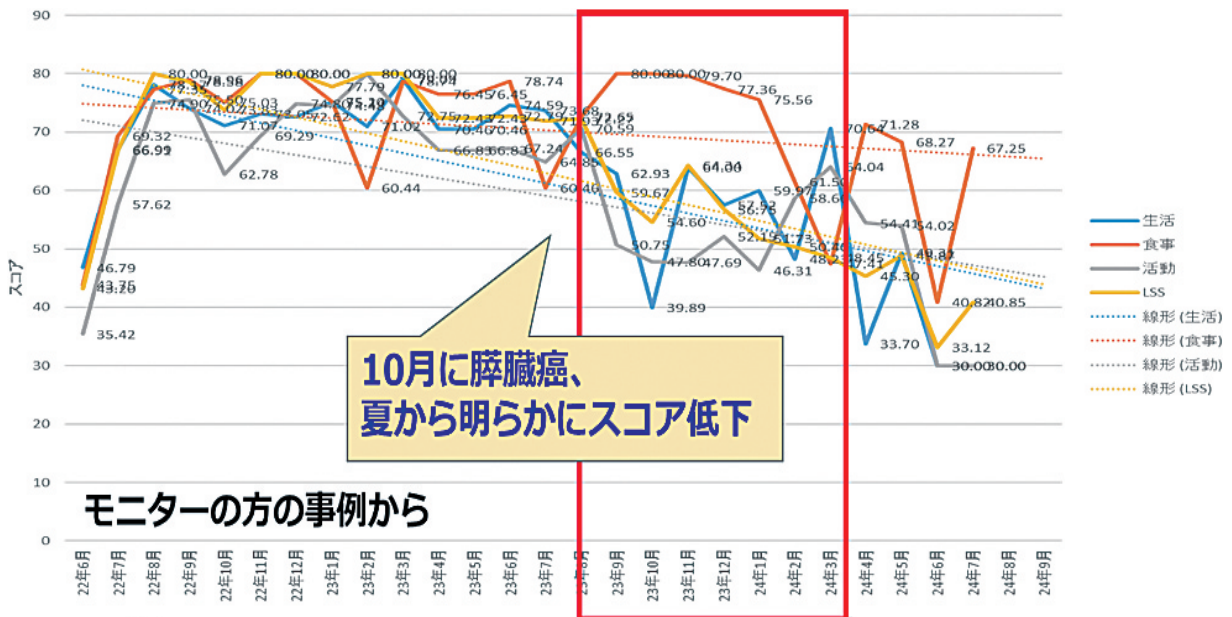


出所：株式会社エナジーゲートウェイHPをもとに筆者作成

(5)連続計測による時系列データについて

一例として、ライフスタイルスコア（LSS）の時系列推移を分析した結果を図8. に示す。2023年10月に膵臓癌の診断を受けた対象者において、同年夏頃よりスコアの顕著な低下が認められた。特に「生活」「活動」「食事」に関する各スコアのいずれもが、夏季を境に下降傾向を示しており、診断以前の段階から既に生活様式に変容が生じていたことが示唆される。このように、LSSを用いた継続的モニタリングにより、体調や疾病の変化に先立つ日常行動の微細な変化を早期に捉える可能性が示された点は、予兆評価および早期介入に向けた有効性を支持する知見である。データの相補性の観点からも比較データが多いほど好ましく、早期からの計測が望まれる。1分間に1点という高頻度で取得される家庭内電力データは、対象者が特定の地域・環境において日常生活を送る中で生成されるリアルワールドデータであり、その連続性と正確性の観点から極めて質の高い「正解データ」として評価される。AIの性能は学習データの質に大きく依存するため、このような高品質データの蓄積は、予測精度や判断力の向上に直結する。

図8. 電力データを活かしたライフスタイル・センシング

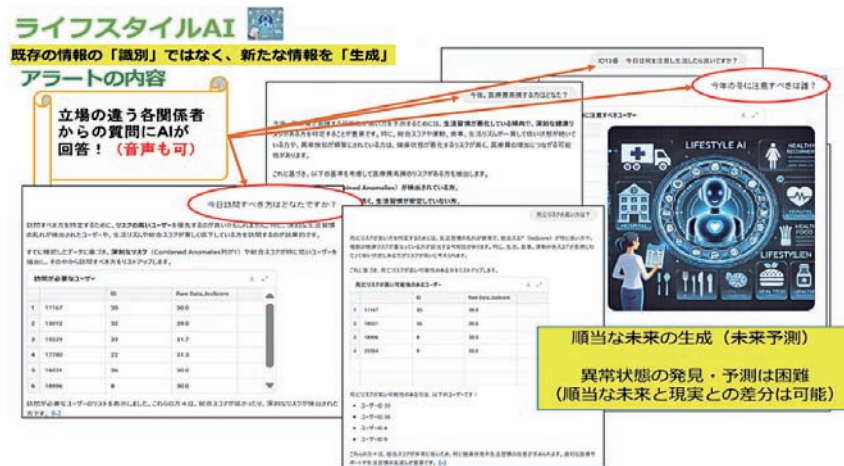


出所：筆者作成

沼田町では、このような電力データを継続的に取得・蓄積しており、事業開始から4年目を迎える現在、地域固有の生活パターンを学習したライフスタイルAIの高度化が進んでいる。当該AIは、個々の生活履歴に基づく「正解データ」を活用することで、「本日優先的に訪問すべき対象者は誰か」「医療費の急増が懸念される者は誰か」「認知症リスクが高まっている者は誰か」など、具体的かつ多様な問いに対応可能な情報生成能力を有している。

これにより、時間的・人的資源の制約がある現場担当者の業務負担軽減に資するだけでなく、住民一人ひとりのライフスタイルを客観的に可視化し、生活習慣の改善や疾病予防に向けた行動変容を促すなど、個別支援の高度化という観点からも大きな効果が期待される。ライフスタイルAIの内容を図9.に示す。

図9. 蓄積したデータを活かした“ライフスタイルAI”



出所：筆者作成

『ライフスタイル・センシングのまとめ』

効果とメリット

- ・見守りの常時化と自動化：夜間や休日でも対応可能な安心体制
- ・負担の軽減：訪問の頻度が最適化され、民生委員や家族の心理的・時間的負担が減少
- ・異常の早期発見：事故や疾患の重症化を防ぎ、医療・介護費用の抑制にも貢献
- ・本人の安心と自立支援：干渉感を与えず、見守られている安心感が自立生活を後押し

導入における課題

- ・プライバシーの懸念：本人が監視と感じるリスクへの配慮が必要
- ・高齢者のITリテラシーの差：タブレットやアプリの使い方支援が求められる
- ・自治体による格差：財政・人材・インフラ面で導入に差が出やすい
- ・運用体制と役割分担の不明瞭さ：誰がデータを見るのか、誰が対応するのかの明確化が必要

4. ライフスタイルサポーターによる地域支援体制の構築に向けて

デジタル技術の活用により業務の効率化が進む一方で、地域の現場ではアナログによる個別対応の重要性が高まっている。特に人材確保が困難な地域では、効率化だけでは課題解決が難しく、地域内で支え合う体制づくりが求められている。

そこで注目されるのが、ライフスタイルスコア（LSS）とライフスタイルAIの活用である。これらは、住民一人ひとりの生活データをもとに、健康状態や生活リズムの傾向を可視化し、遠隔

医療や睡眠評価といった多様な支援に応用できる。

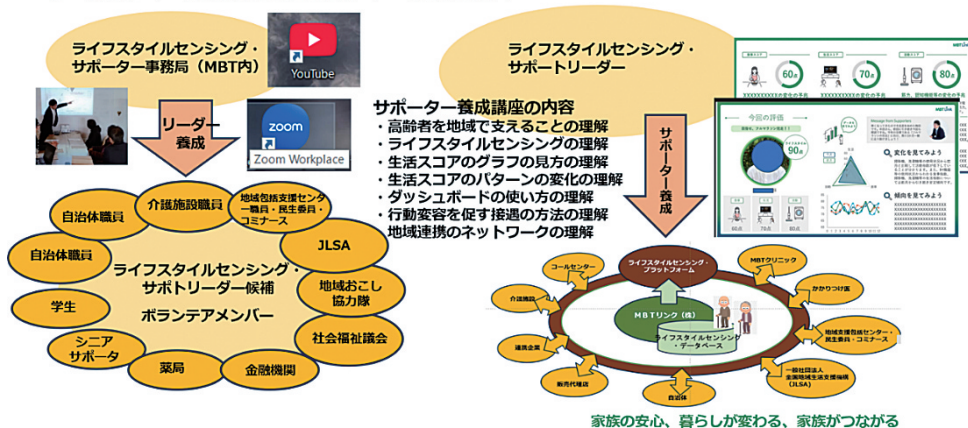
このような仕組みを現場で活用し、住民の質問に答えたり、LSSの解釈をサポートしたりする人材が「ライフスタイル・サポーター」である。彼らは、ICTと医療・福祉をつなぐ地域の担い手として期待されており、その養成が各地で始まる。ライフスタイル・サポーターの養成講座の内容を図10.に示す。

今後、ライフスタイル・サポーターの育成と活躍により、多職種連携による持続可能な地域包括支援の実現が期待される。

図10. ライフスタイル・サポーターの養成

ライフスタイル・サポーター養成

各自治体単位に自治体職員、JLSA等プラットフォーム参加メンバー及びボランティアメンバーから各複数名のライフスタイルセンシング・サポーターリーダーを養成します。ライフスタイルセンシング・サポーターリーダーはサポーター養成講座を開催しサポーターを養成します。



出所：筆者作成

5. おわりに～DXで進化する地域包括ケア：人とデジタルが共に支える見守りの新たなかたちへ

日本社会は急速な高齢化に直面し、医療・介護・生活支援を地域で一体的に提供する「地域包括ケアシステム」の重要性が高まっている。その一方で、現場では支援の属人化、情報連携の不足、人手不足といった課題が山積しており、これらの解決にはDXの積極的な活用が不可欠である。

なかでも注目されるのが、電力センサを活用した生活の可視化と見守りの仕組みである。電力データは1分単位で取得可能であり、家電ごとの使用傾向から生活リズムを読み取ることができる。これにより、日々の変化や異変を非接触・非侵襲で捉えるとともに、本人の主観的な体調や感覚と、客観的な生活実態とのズレが見える化し、自らの生活を見直す気づきにつなげることができる。

電力センサは設置後、特別な操作を必要としない。高齢者本人の尊厳を保ちながら、無理なく継続できる「見守りの仕組み」として大きな可能性を持つ。また、個人の生活データが地域で共有・分析されることで、リスクの早期発見や支援の優先度判断にも活用でき、地域全体のケア資源の最適化が可能となる。

今後の地域包括ケアにおいては、電力センサをはじめとするDX技術による効率的なデータ取得・解析と、従来のアナログ的な個別支援の融合が鍵となる。支援の質と持続可能性の両立を目指し、「人とデジタルが共に支える地域社会」への転換が求められている。

DXによる高齢者の見守りは、単なる技術導入ではなく、「地域の支え合い」のかたちを再構築する試みである。見守りの常識を変え、「人×デジタル」の協働によって、より質の高い地域包括ケアの実現が期待される。今後は、技術の導入だけでなく、それを活かす人材育成や制度設計、住民との共創が不可欠となる。



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	
	2020年=100 季調値	前期比 (%)	2020年=100 季調値	前期比 (%)	2020年=100 季調値	前期比 (%)	2020年=100 季調値	前期比 (%)	2020年=100 季調値	前期比 (%)	2020年=100 季調値	前期比 (%)
2020年度	99.6	△10.8	99.7	△9.6	100.0	△9.2	99.7	△9.7	80.8	△20.2	91.2	△9.7
2021年度	106.1	6.5	105.2	5.5	106.4	6.4	103.8	4.1	81.3	0.6	98.4	7.9
2022年度	100.5	△5.3	104.9	△0.3	100.7	△5.4	103.7	△0.1	85.7	5.4	100.6	2.2
2023年度	98.4	△2.1	102.9	△1.9	98.0	△2.7	102.0	△1.6	86.3	0.7	99.6	△1.0
2023年10～12月	98.4	△0.3	104.4	1.1	98.6	0.5	103.6	0.6	94.9	5.7	102.7	△0.9
2024年1～3月	98.0	△0.4	99.0	△5.2	96.2	△2.4	97.5	△5.9	89.1	△6.1	102.9	0.2
4～6月	99.6	1.6	101.1	2.1	100.1	4.1	100.7	3.3	88.1	△1.1	102.4	△0.5
7～9月	92.2	△7.4	101.4	0.3	93.1	△7.0	100.0	△0.7	97.9	11.1	102.3	△0.1
10～12月	95.2	3.3	101.8	0.4	97.5	4.7	100.0	0.0	92.4	△5.6	101.1	△1.2
2024年 2月	95.9	4.0	98.0	0.3	95.5	2.7	96.1	△0.4	92.2	2.9	102.3	0.3
3月	105.8	10.3	101.4	3.5	100.2	4.9	100.0	4.1	89.1	△3.4	102.9	0.6
4月	96.8	△8.5	100.8	△0.6	99.3	△0.9	99.7	△0.3	89.6	0.6	102.4	△0.5
5月	102.5	5.9	101.9	1.1	102.8	3.5	102.8	3.1	87.6	△2.2	102.7	0.3
6月	99.4	△3.0	100.7	△1.2	98.1	△4.6	99.5	△3.2	88.1	0.6	102.4	△0.3
7月	92.5	△6.9	102.5	1.8	94.7	△3.5	101.0	1.5	92.1	4.5	102.5	0.1
8月	91.3	△1.3	100.5	△2.0	92.9	△1.9	99.1	△1.9	93.6	1.6	102.1	△0.4
9月	92.7	1.5	101.2	0.7	91.8	△1.2	99.9	0.8	97.9	4.6	102.3	0.2
10月	94.7	2.2	103.0	1.8	99.5	8.4	101.1	1.2	87.5	△10.6	102.2	△0.1
11月	95.3	0.6	101.3	△1.7	95.5	△4.0	99.5	△1.6	90.1	3.0	101.4	△0.8
12月	95.6	0.3	101.0	△0.3	97.4	2.0	99.5	0.0	92.4	2.6	101.1	△0.3
2025年 1月	r 96.8	1.3	99.9	△1.1	r 97.5	0.1	98.5	△1.0	r 89.4	△3.2	102.6	1.5
2月	p 94.5	△2.4	102.2	2.3	p 96.2	△1.3	101.5	3.0	p 88.9	△0.6	100.9	△1.7
資料	経済産業省、北海道経済産業局											

■鉱工業指数の年度は原指数による。
■北海道の「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(%)
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	208,912	4.5	171,697	18.6	56,739	14.2	844,558	1.4	152,173	1.2
2023年度	1,066,220	4.9	218,968	4.9	183,092	6.6	60,904	7.3	883,128	4.6	158,064	3.9
2023年10～12月	288,428	4.4	59,209	3.5	53,070	4.7	17,561	5.3	235,358	4.4	41,648	2.8
2024年1～3月	266,751	6.2	54,083	5.7	48,357	11.6	15,405	9.6	218,394	5.1	38,678	4.2
4～6月	260,532	3.9	54,362	4.6	43,807	9.3	15,515	11.9	216,725	2.9	38,847	1.9
7～9月	265,316	1.9	55,016	2.5	45,616	9.6	14,562	3.5	219,701	0.5	40,455	2.1
10～12月	284,672	△1.3	60,351	1.9	55,861	5.3	17,801	1.4	228,811	△2.8	42,550	2.2
2024年 2月	85,307	9.0	16,991	7.4	15,843	24.5	4,743	13.6	69,464	6.0	12,248	5.2
3月	90,899	6.2	18,832	6.6	16,599	6.5	5,609	9.6	74,300	6.2	13,222	5.3
4月	85,193	2.3	17,554	2.7	13,611	4.7	4,870	8.3	71,582	1.9	12,684	0.7
5月	86,242	2.9	18,172	4.2	14,464	8.8	5,149	13.7	71,779	1.8	13,022	0.9
6月	89,097	6.5	18,636	6.7	15,733	14.2	5,495	13.5	73,364	4.9	13,141	4.1
7月	90,438	1.3	18,958	1.2	16,591	12.1	5,489	5.1	73,847	△0.8	13,469	△0.4
8月	91,038	3.1	18,664	4.5	14,738	10.6	4,434	3.4	76,300	1.7	14,231	4.9
9月	83,840	1.4	17,394	1.8	14,286	6.0	4,639	1.7	69,554	0.5	12,755	1.8
10月	84,329	△3.2	17,895	△0.6	15,273	1.1	4,912	△1.3	69,056	△4.1	12,982	△0.3
11月	87,891	△0.2	18,976	3.3	16,317	4.0	5,658	2.8	71,574	△1.2	13,318	3.6
12月	112,451	△0.7	23,480	2.8	24,271	9.0	7,230	2.2	88,180	△3.0	16,250	3.0
2025年 1月	92,916	2.6	19,159	4.9	19,200	20.6	5,273	4.4	73,716	△1.2	13,886	5.1
2月	83,971	△1.6	17,306	1.9	16,716	5.5	4,647	△2.0	67,254	△3.2	12,659	3.4
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。

主要経済指標（２）

年月	専門量販店販売額											
	家電大型専門店				ドラッグストア				ホームセンター			
	北海道		全国		北海道		全国		北海道		全国	
	百万円	前年同月比(%)	億円	前年同月比(%)	百万円	前年同月比(%)	億円	前年同月比(%)	百万円	前年同月比(%)	億円	前年同月比(%)
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	46,685	△ 0.2	293,364	3.9	78,206	5.8	138,186	△ 0.2	33,395	△ 0.9
2023年度	150,012	1.0	46,294	△ 0.8	314,671	7.3	85,204	8.9	135,188	△ 2.2	33,484	0.3
2023年10～12月	38,466	2.7	11,786	△ 1.4	78,858	6.4	21,789	8.2	36,929	△ 1.8	8,880	△ 0.4
2024年1～3月	39,933	3.5	11,927	△ 0.3	78,778	8.0	21,087	9.1	25,278	△ 3.5	7,470	1.0
4～6月	35,400	13.0	11,109	4.9	79,431	5.1	21,958	6.8	39,138	0.7	8,981	2.1
7～9月	36,154	△ 10.3	12,201	1.8	84,343	3.6	22,908	5.2	34,246	0.4	8,566	2.7
10～12月	36,340	△ 5.5	12,051	2.2	84,424	7.1	23,247	6.7	35,671	△ 3.4	8,972	1.0
2024年 2月	11,335	6.0	3,423	△ 1.4	25,954	8.3	6,815	11.4	7,409	0.6	2,278	1.3
3月	16,028	10.7	4,563	6.3	25,233	11.4	7,313	8.9	9,334	△ 5.5	2,747	2.5
4月	12,211	15.4	3,540	3.5	26,689	5.6	7,149	6.1	12,746	2.3	3,022	0.9
5月	11,275	10.8	3,532	0.6	25,599	4.3	7,315	6.7	13,911	△ 3.3	3,070	1.0
6月	11,914	12.8	4,037	10.3	27,143	5.2	7,493	7.5	12,481	3.8	2,888	4.6
7月	12,549	△ 7.5	4,540	1.6	27,849	4.2	7,793	4.5	12,280	△ 2.4	2,977	△ 1.5
8月	12,092	△ 12.6	3,891	3.6	28,514	3.2	7,830	7.4	11,728	3.3	2,984	7.9
9月	11,513	△ 10.7	3,771	0.2	27,980	3.4	7,285	3.8	10,238	0.7	2,605	2.2
10月	10,240	△ 13.8	3,315	△ 2.4	26,561	2.2	7,415	4.3	10,945	△ 6.5	2,709	△ 3.3
11月	11,703	△ 1.6	3,831	3.3	27,156	5.0	7,371	6.2	11,529	△ 1.5	2,834	2.8
12月	14,397	△ 2.0	4,905	4.8	30,707	13.6	8,461	9.3	13,197	△ 2.3	3,428	3.2
2025年 1月	13,367	6.3	4,138	5.0	27,673	0.3	7,396	6.3	8,161	△ 4.4	2,458	0.6
2月	11,050	△ 2.5	3,616	5.6	26,176	0.9	7,047	3.4	7,138	△ 3.7	2,286	0.3
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(%)
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	11,361	78.2	458	7640366.7
2023年度	640,790	5.8	128,025	3.6	277,059	△ 2.5	294,116	0.2	13,617	19.8	1,465	219.6
2023年10～12月	160,625	3.9	32,624	2.2	300,961	△ 5.9	306,138	0.7	3,259	10.6	371	185.7
2024年1～3月	149,709	3.1	30,456	2.4	274,484	△ 3.3	296,016	0.2	3,067	9.9	506	55.9
4～6月	156,757	1.2	31,866	1.0	275,995	3.3	294,839	2.2	3,256	△ 0.5	322	52.1
7～9月	171,036	△ 2.6	33,630	0.7	261,732	△ 1.5	292,127	2.2	4,107	2.2	471	25.0
10～12月	163,761	2.0	32,935	1.0	296,951	△ 1.3	317,990	3.9	3,590	10.2	512	38.0
2024年 2月	48,501	5.9	9,768	5.4	261,579	△ 5.2	279,868	2.8	1,037	13.4	184	56.1
3月	51,088	0.8	10,602	0.4	285,535	△ 5.7	318,713	1.9	1,087	2.6	129	56.0
4月	50,348	1.1	10,423	0.3	296,325	4.2	313,300	3.4	941	0.3	91	56.0
5月	52,746	0.8	10,773	1.3	267,933	8.2	290,328	1.4	1,110	△ 2.1	102	61.7
6月	53,663	1.8	10,670	1.6	263,726	△ 2.2	280,888	1.9	1,206	0.4	129	42.9
7月	58,134	△ 2.4	11,482	0.7	275,142	3.7	290,931	3.3	1,295	0.1	177	20.2
8月	58,864	△ 4.2	11,466	0.7	237,880	△ 8.8	297,487	1.5	1,483	1.9	165	21.8
9月	54,038	△ 1.1	10,682	0.6	272,175	0.6	287,963	1.8	1,330	4.7	129	37.2
10月	54,812	1.2	11,030	2.0	262,668	△ 16.1	305,819	1.3	1,293	8.9	134	32.0
11月	51,824	2.0	10,534	1.9	264,660	△ 4.2	295,518	3.0	1,140	13.5	133	36.6
12月	57,125	2.6	11,372	△ 0.9	363,526	16.0	352,633	7.0	1,157	8.4	245	42.4
2025年 1月	51,986	3.7	10,496	4.1	284,379	2.9	305,521	5.5	1,108	17.5	275	42.8
2月	49,000	1.0	9,802	0.3	298,944	14.3	290,511	3.8	1,082	4.3	231	25.2
資料	経済産業省、北海道経済産業局				総務省、北海道				(公社)北海道観光機構		法務省	

■コンビニエンスストア販売額の前年同月比は全店ベースによる。 ■年度及び四半期の数値は月平均値。

■「p」は速報値、「r」は修正値。

年月	乗用車新車登録台数									
	北海道								全国	
	合計		普通車		小型車		軽乗用車		普・小・軽・計	
	台	前年同月比(%)	台	前年同月比(%)	台	前年同月比(%)	台	前年同月比(%)	台	前年同月比(%)
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
2023年度	156,501	3.2	66,120	9.9	40,954	△ 6.1	49,427	3.3	3,806,718	5.3
2023年10～12月	37,722	10.6	15,116	19.4	9,660	1.9	12,946	8.1	980,101	10.3
2024年1～3月	38,726	△17.2	17,888	△13.5	8,750	△28.9	12,088	△12.5	968,085	△16.1
4～6月	39,153	△ 5.7	17,634	△ 0.8	10,778	△ 9.0	10,741	△ 9.8	831,992	△ 6.9
7～9月	38,256	△ 0.7	16,142	5.2	9,878	△ 7.7	12,236	△ 2.0	976,385	1.2
10～12月	35,281	△ 6.5	15,923	5.3	8,169	△15.4	11,189	△13.6	948,738	△ 3.2
2024年 2月	10,439	△21.4	4,478	△24.7	2,515	△27.2	3,446	△11.4	298,495	△16.2
3月	18,073	△17.8	9,073	△ 6.7	3,626	△41.9	5,374	△10.5	384,161	△19.6
4月	13,120	△11.1	6,655	△ 0.8	3,183	△24.1	3,282	△15.0	258,761	△10.6
5月	11,401	△ 5.0	4,937	5.0	2,999	△ 9.6	3,465	△13.0	261,327	△ 3.9
6月	14,632	△ 0.9	6,042	△ 5.0	4,596	6.1	3,994	△ 1.9	311,904	△ 6.1
7月	13,883	9.0	6,061	9.5	3,688	7.5	4,134	9.6	338,704	5.5
8月	10,639	△ 6.4	4,274	1.6	2,932	△11.2	3,433	△10.9	271,469	△ 3.2
9月	13,734	△ 4.8	5,807	3.6	3,258	△17.8	4,669	△ 3.9	366,212	0.8
10月	13,311	△ 1.1	5,743	6.0	3,421	△ 3.1	4,147	△ 8.2	337,677	1.0
11月	12,428	△ 8.3	5,641	9.0	2,789	△22.2	3,998	△16.4	330,611	△ 3.9
12月	9,542	△10.9	4,539	0.3	1,959	△23.0	3,044	△16.5	280,450	△ 7.0
2025年 1月	10,723	5.0	4,633	6.8	2,522	△ 3.3	3,568	9.2	328,208	15.0
2月	11,872	13.7	5,230	16.8	2,764	9.9	3,878	12.5	354,579	18.8
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(%)
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
2023年度	28,419	△ 3.9	8,002	△ 7.0	1,267	△ 8.5	38,831	△10.3	102,968	△ 4.6
2023年10～12月	7,217	2.4	2,026	△ 6.3	222	△10.3	10,247	7.2	24,115	△ 2.5
2024年1～3月	4,431	△ 6.7	1,823	△ 9.6	113	△54.5	8,715	△ 6.8	28,465	△ 2.0
4～6月	8,680	△ 4.5	2,088	0.4	444	△ 2.1	9,265	△ 8.9	25,732	2.7
7～9月	7,573	△ 1.4	2,034	△ 2.0	343	△28.3	8,704	△10.3	25,235	△ 0.4
10～12月	7,502	3.9	1,977	△ 2.4	267	20.2	8,387	△18.2	25,699	6.6
2024年 2月	1,340	9.5	592	△ 8.2	32	△53.8	2,793	△13.2	7,665	△ 1.8
3月	2,229	△10.5	643	△12.8	66	△35.2	2,882	13.5	14,175	2.7
4月	3,428	10.6	766	13.9	205	△ 5.5	3,555	△18.2	8,803	0.7
5月	2,537	4.7	659	△ 5.3	115	△ 4.0	2,627	△ 8.5	7,783	10.8
6月	2,715	△23.9	663	△ 6.7	123	6.1	3,083	4.6	9,147	△ 1.7
7月	2,944	8.1	680	△ 0.2	161	145.3	2,866	△10.3	8,183	8.7
8月	2,289	△14.2	668	△ 5.1	113	△32.9	2,711	△17.3	7,179	△ 3.4
9月	2,340	2.2	685	△ 0.6	69	△71.7	3,127	△ 3.1	9,872	△ 4.8
10月	2,561	△17.1	697	△ 2.9	123	32.9	3,006	△26.8	8,000	5.6
11月	2,844	31.8	650	△ 1.8	66	△ 5.9	2,816	△ 4.7	8,145	10.3
12月	2,097	6.6	630	△ 2.5	78	31.1	2,566	△19.4	9,553	4.3
2025年 1月	1,007	16.8	561	△ 4.6	35	124.2	2,247	△26.1	6,917	4.4
2月	1,399	4.4	606	2.4	26	△16.3	2,943	5.4	7,782	1.5
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	
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
2023年度	1,008,093	11.2	147,405	5.3	1.00	1.17	29,467	△8.6	767,072	△2.2	2.8	2.6
2023年10～12月	68,159	4.1	25,773	8.3	1.03	1.21	28,772	△8.2	753,696	△3.2	2.7	2.4
2024年1～3月	137,347	1.9	30,894	5.2	1.00	1.19	29,739	△6.5	780,770	△4.3	2.4	2.5
4～6月	649,515	10.6	57,423	8.8	0.89	1.06	27,797	△7.1	741,055	△3.6	3.0	2.7
7～9月	227,469	5.7	38,765	2.2	0.94	1.12	27,630	△6.1	742,353	△3.0	2.6	2.6
10～12月	78,987	15.9	26,072	1.2	0.99	1.19	26,925	△6.4	746,999	△0.9	2.6	2.3
2024年 2月	19,396	93.4	8,917	△0.7	1.00	1.20	29,943	△4.6	794,486	△3.1	2.4	2.6
3月	110,023	△7.6	16,243	6.2	0.99	1.17	30,060	△7.7	753,828	△6.4	↓	2.7
4月	281,773	14.0	24,324	18.8	0.91	1.08	29,602	△3.4	748,699	△1.7	↑	2.8
5月	208,449	25.8	15,901	12.3	0.89	1.05	27,758	△1.7	754,659	△0.0	3.0	2.8
6月	159,292	△8.7	17,197	△5.3	0.88	1.06	26,032	△15.8	719,807	△8.8	↓	2.6
7月	116,498	16.3	15,307	10.9	0.93	1.11	29,682	△1.6	765,194	1.7	↑	2.7
8月	62,509	1.5	10,706	△3.9	0.94	1.13	26,466	△6.7	725,413	△4.9	2.6	2.5
9月	48,460	△9.4	12,752	△1.9	0.97	1.14	26,743	△10.2	736,451	△5.6	↓	2.5
10月	36,653	△5.8	11,288	3.2	0.97	1.16	30,292	△5.1	828,506	1.8	↑	2.4
11月	24,592	21.9	7,999	4.6	0.99	1.18	25,764	△7.3	720,812	△1.8	2.6	2.4
12月	17,741	95.1	6,785	△5.7	1.01	1.22	24,720	△7.1	691,679	△3.1	↓	2.2
2025年 1月	8,544	7.8	5,662	△1.3	0.95	1.20	27,703	△5.2	794,348	0.0	↑	2.3
2月	19,377	△0.1	6,914	△22.5	0.96	1.19	27,426	△8.4	751,778	△5.4	—	2.4
資料	北海道建設業信用保証(株)ほか2社				厚生労働省 北海道労働局		厚生労働省 北海道労働局				総務省	

■年度及び四半期の数値は、月平均値。■年度の数値は四半期の平均値。

年月	消費者物価指数（生鮮食品除く総合）				企業倒産件数 （負債総額1,000万円以上）				円相場 （東京市場）	日経 平均 株価
	北海道		全国		北海道		全国			
	2020年＝100	前 年 同 月 比（％）	2020年＝100	前 年 同 月 比（％）	件	前 年 同 月 比（％）	件	前 年 同 月 比（％）	円／ドル	円 月（期）末
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
2023年度	107.2	3.2	105.9	2.8	269	25.7	9,053	31.6	144.55	40,369
2023年10～12月	107.9	2.8	106.4	2.5	81	62.0	2,410	35.2	147.81	33,464
2024年1～3月	107.9	3.0	106.6	2.5	65	0.0	2,319	18.6	148.54	40,369
4～6月	108.9	2.8	107.5	2.5	75	27.1	2,612	25.2	155.79	39,583
7～9月	110.4	2.9	108.4	2.7	75	17.2	2,483	10.9	149.22	37,920
10～12月	111.1	3.0	109.2	2.6	65	△19.8	2,592	7.6	152.36	39,895
2024年 2月	108.0	3.4	106.5	2.8	18	0.0	712	23.4	149.42	39,166
3月	108.1	3.2	106.8	2.6	28	△15.2	906	12.0	149.63	40,369
4月	108.6	2.8	107.1	2.2	20	17.6	783	28.4	153.43	38,406
5月	108.7	2.9	107.5	2.5	30	50.0	1,009	42.9	156.13	38,488
6月	109.3	2.8	107.8	2.6	25	13.6	820	6.5	157.82	39,583
7月	110.1	3.1	108.3	2.7	34	41.7	953	25.7	158.06	39,102
8月	110.6	3.0	108.7	2.8	20	△20.0	723	△ 4.9	146.23	38,648
9月	110.4	2.7	108.2	2.4	21	40.0	807	12.1	143.38	37,920
10月	110.9	2.6	108.8	2.3	29	3.6	909	14.6	149.63	39,081
11月	111.1	3.0	109.2	2.7	17	△15.0	841	4.2	153.72	38,208
12月	111.4	3.4	109.6	3.0	19	△42.4	842	4.0	153.72	39,895
2025年 1月	111.7	3.7	109.8	3.2	17	△10.5	840	19.8	156.49	39,572
2月	111.4	3.2	109.7	3.0	22	22.2	764	7.3	151.96	37,156
資料	総務省				(株)東京商工リサーチ				日本銀行	日本経済新聞社

■年度及び四半期の数値は、月平均値。

■円相場は対米ドル、インターバンク中心相場の月中平均値。

年月	通関実績							
	輸出				輸入			
	北海道		全国		北海道		全国	
	百万円	前年同月比 (%)	億円	前年同月比 (%)	百万円	前年同月比 (%)	億円	前年同月比 (%)
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	422,975	25.6	992,230	15.5	1,937,370	45.2	1,213,090	32.5
2023年度	r 379,635	△10.2	r1,029,024	3.7	r1,793,024	△ 7.5	r1,090,454	△10.1
2023年10～12月	96,734	△10.9	276,055	3.7	503,627	△14.7	290,899	△10.2
2024年1～3月	r 100,935	31.2	r 250,565	8.8	r 446,878	△10.7	r 269,131	△ 4.8
4～6月	r 104,603	8.1	r 264,662	8.8	r 434,839	△ 6.0	r 279,747	7.0
7～9月	r 96,827	13.6	r 270,810	4.5	r 300,177	△21.0	r 287,269	6.8
10～12月	r 133,317	37.8	r 284,843	3.2	r 487,507	△ 3.2	r 289,445	△ 0.5
2024年 2月	r 43,457	68.4	r 82,489	7.8	r 125,601	△26.9	r 86,643	0.8
3月	r 31,937	6.8	r 94,749	7.4	r 158,781	0.7	r 91,250	△ 4.7
4月	r 34,383	0.9	r 89,796	8.3	r 147,463	11.8	r 94,843	8.4
5月	r 24,230	△14.9	r 82,777	13.5	r 153,785	△ 9.4	r 95,029	9.5
6月	r 45,990	34.5	r 92,089	5.4	r 133,591	△17.1	r 89,875	3.2
7月	r 32,819	2.2	r 96,116	10.2	r 102,870	△ 2.5	r 102,399	16.5
8月	r 29,339	16.7	r 84,325	5.5	r 99,648	△20.4	r 91,439	2.2
9月	r 34,670	23.9	r 90,369	△ 1.8	r 97,659	△34.5	r 93,430	1.9
10月	r 45,104	31.2	r 94,256	3.1	r 148,241	△ 2.4	r 98,979	0.5
11月	r 40,675	30.8	r 91,520	3.8	r 129,074	△26.1	r 92,676	△ 3.8
12月	r 47,538	52.0	r 99,067	2.7	r 210,192	18.7	r 97,790	1.8
2025年 1月	r 31,624	23.8	r 78,652	7.3	r 209,644	29.0	r 106,069	16.3
2月	38,792	△10.7	91,901	11.4	p 150,078	19.5	p 85,996	△ 0.7
資料	財務省、函館税関							

■「p」は速報値、2025年1月の「r」は確報値、それ以外の「r」は確々報値。

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 (%)
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
2023年度	203,646	1.7	9,874,290	3.2	113,510	△ 0.7	5,960,061	4.5
2023年10～12月	199,633	1.5	9,653,505	3.6	114,227	△ 0.8	5,879,522	4.0
2024年1～3月	203,646	1.7	9,874,290	3.2	113,510	△ 0.7	5,960,061	4.5
4～6月	204,593	2.5	9,880,299	2.7	113,476	0.2	6,004,258	4.7
7～9月	201,032	1.4	9,801,551	2.2	113,584	0.7	5,995,302	3.4
10～12月	203,619	2.0	9,869,470	2.2	115,899	1.5	6,124,681	4.2
2024年 2月	199,186	2.3	9,724,586	3.4	114,088	△ 0.8	5,906,379	4.2
3月	203,646	1.7	9,874,290	3.2	113,510	△ 0.7	5,960,061	4.5
4月	202,486	1.5	9,934,284	3.0	112,738	△ 0.7	5,962,890	4.4
5月	202,382	1.9	9,906,369	2.4	112,974	△ 0.3	5,971,657	4.5
6月	204,593	2.5	9,880,299	2.7	113,476	0.2	6,004,258	4.7
7月	201,921	2.2	9,873,441	2.4	113,831	0.2	6,007,534	4.5
8月	202,908	2.4	9,856,578	2.1	114,517	0.8	5,994,010	4.0
9月	201,032	1.4	9,801,551	2.2	113,584	0.7	5,995,302	3.4
10月	201,125	1.5	9,820,536	1.9	114,402	1.2	6,007,134	3.6
11月	203,496	2.4	9,886,436	1.6	115,500	1.8	6,058,614	3.8
12月	203,619	2.0	9,869,470	2.2	115,899	1.5	6,124,681	4.2
2025年 1月	201,254	1.3	9,901,711	2.1	115,737	1.4	6,141,106	4.3
2月	201,494	1.2	9,883,214	1.6	115,753	1.5	6,139,803	4.0
資料	日本銀行							



ほくよう調査レポート 2025.5月号(No.342)

令和7年(2025年)4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

ほくよう調査レポートは、北洋銀行ホームページでもご覧いただけます。

<https://www.hokuyobank.co.jp/company/report/>

<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。>

