

Hokuyo Investigation Report

ほくよう 調査レポート

No.305

- 道内経済の動き
- 2022年度北海道経済の見通し
- 経営のアドバイス
コロナ後の「スキンプレーション」発生の脅威
～サービスを削らず、顧客との共同生産を導入せよ～

2022

1



北洋銀行

www.hokuyobank.co.jp

● 目 次 ●

道内経済の動き	1
2022年度北海道経済の見通し	6
経営のアドバイス：コロナ後の「スキンプレーション」 発生の脅威 ～サービスを削らず、顧客との共生 産を導入せよ～	26
主要経済指標	33



道内経済の動き

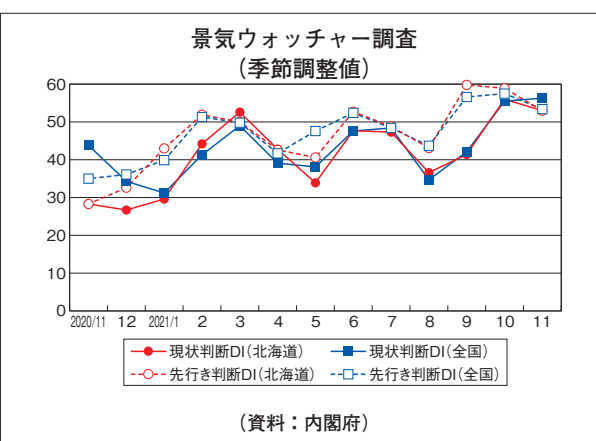
道内景気は、新型コロナウイルスの影響により厳しい状況にあり、持ち直しの動きに足踏みが見られる。生産活動は持ち直しに一服が見られる。需要面をみると、個人消費は、持ち直しの動きに弱さがみられる。住宅投資は、持ち直している。設備投資は、下げ止まっている。公共投資は、高水準で推移している。輸出は、持ち直しの動きが続いている。観光は、厳しい状況が続いている。

雇用情勢は、有効求人倍率、新規求人数ともに前年を上回っている。企業倒産は、負債総額が前年を下回った。消費者物価は、4か月連続で前年を上回った。

1. 景気の現状判断DI～3か月ぶりに低下

景気ウォッチャー調査による、11月の景気の現状判断DI（北海道）は前月を3.0ポイント下回る53.0と3か月ぶりに低下した。横ばいを示す50を2か月連続で上回った。

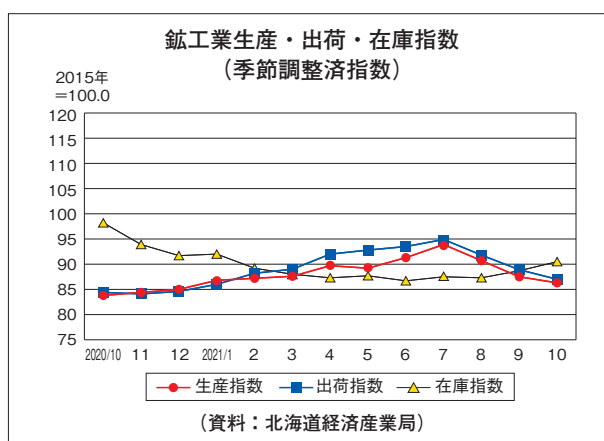
景気の先行き判断DI（北海道）は、前月を5.9ポイント下回る53.0となった。



2. 鉱工業生産～3か月連続で低下

10月の鉱工業生産指数は86.3（季節調整済指数、前月比▲1.4%）と3か月連続で低下した。前年比（原指数）では+1.5%と8か月連続で上昇した。

業種別では、一般機械工業など8業種が前月比上昇となった。鉄鋼業など7業種が前月比低下となった。

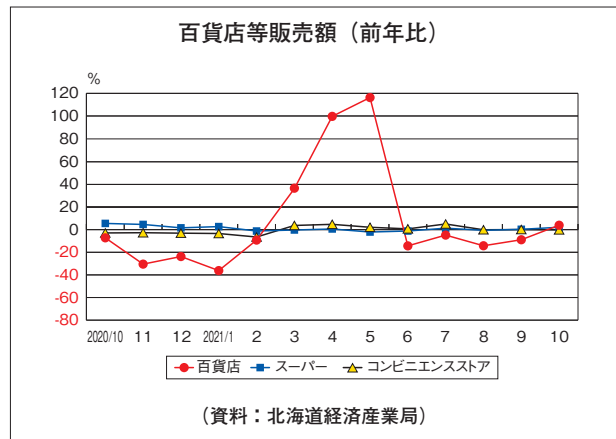


3. 百貨店等販売額～3か月ぶりに増加

10月の百貨店・スーパー販売額（全店ベース、前年比+2.2%）は、3か月ぶりに前年を上回った。

百貨店（前年比+3.7%）は、すべての品目が前年を上回った。スーパー（同+1.9%）は、飲食料品が前年を上回った。

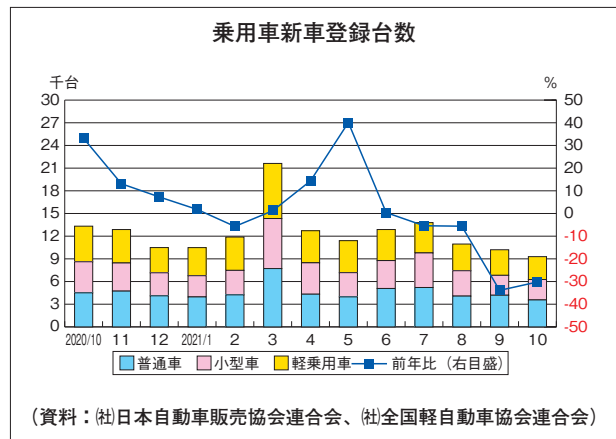
コンビニエンスストア（前年比▲0.4%）は、3か月連続で前年を下回った。



4. 乗用車新車登録台数～4か月連続で減少

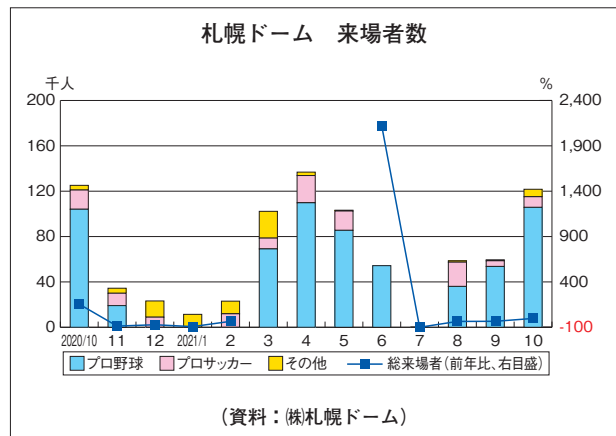
10月の乗用車新車登録台数は、9,294台（前年比▲30.2%）と4か月連続で前年を下回った。車種別では、普通車（同▲20.9%）、小型車（同▲34.3%）、軽乗用車（同▲35.7%）となった。

4～10月累計では、81,258台（前年比▲6.6%）と前年を下回っている。内訳は普通車（同+7.8%）、小型車（同▲19.6%）、軽乗用車（同▲7.2%）となった。



5. 札幌ドーム来場者数～4か月連続で減少

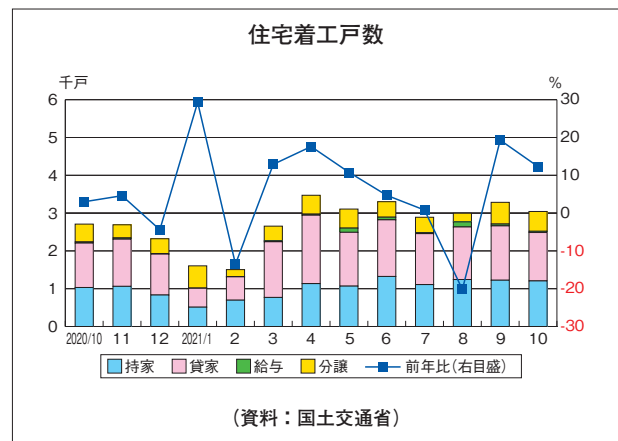
10月の札幌ドームへの来場者数は、122千人（前年比▲2.8%）と4か月連続で前年を下回った。来場者内訳は、プロ野球106千人（同+1.6%）、サッカー9千人（同▲44.6%）、その他が7千人（同+59.1%）だった。



6. 住宅投資～2か月連続で増加

10月の住宅着工戸数は3,043戸（前年比+12.3%）と2か月連続で前年を上回った。利用関係別では、持家（同+16.9%）、貸家（同+8.9%）、給与（同+10.0%）、分譲（同+11.0%）となった。

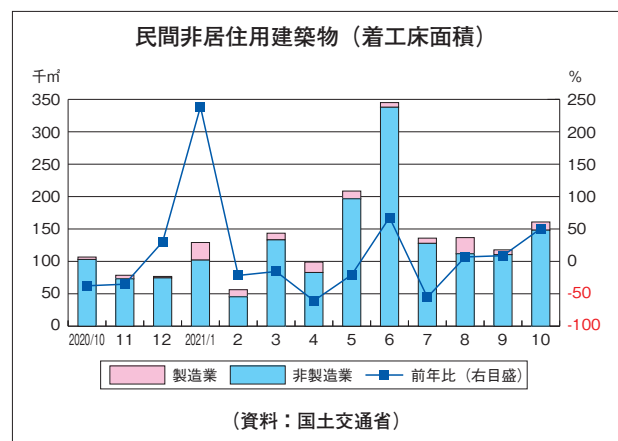
4～10月累計では22,091戸（前年比+5.2%）と前年を上回った。利用関係別では、持家（同+15.5%）、貸家（同▲1.5%）、給与（同+75.7%）、分譲（同▲1.7%）となった。



7. 建築物着工床面積～3か月連続で増加

10月の民間非居住用建築物着工床面積は、160,819㎡（前年比+50.7%）と3か月連続で前年を上回った。業種別では、製造業（同+242.0%）、非製造業（同+43.9%）であった。

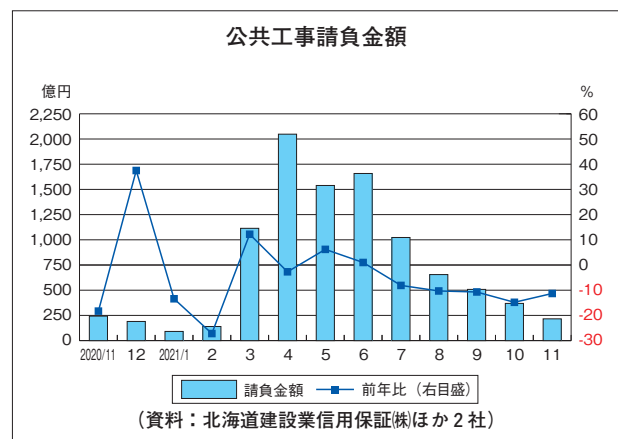
4～10月累計では、1,203,670㎡（前年比▲12.0%）と前年を下回っている。業種別では、製造業（同▲23.2%）、非製造業（同▲11.0%）となった。



8. 公共投資～5か月連続で減少

11月の公共工事請負金額は216億円（前年比▲11.3%）と5か月連続で前年を下回った。

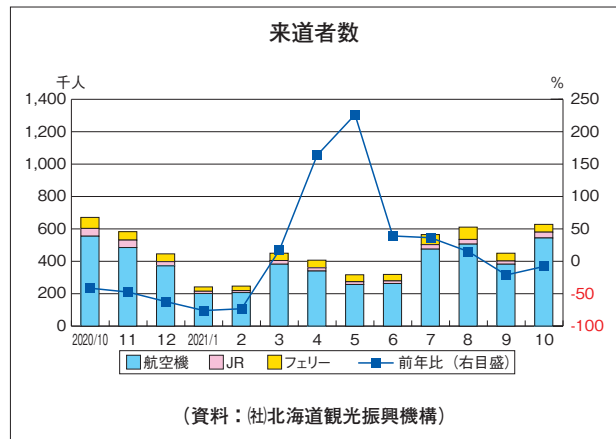
発注者別では、国（同+1.9%）、その他（同+43.4%）が前年を上回った。独立行政法人（同▲34.5%）、道（同▲15.4%）、市町村（同▲17.4%）、地方公社（同皆減）が前年を下回った。



9. 来道者数～2か月連続で減少

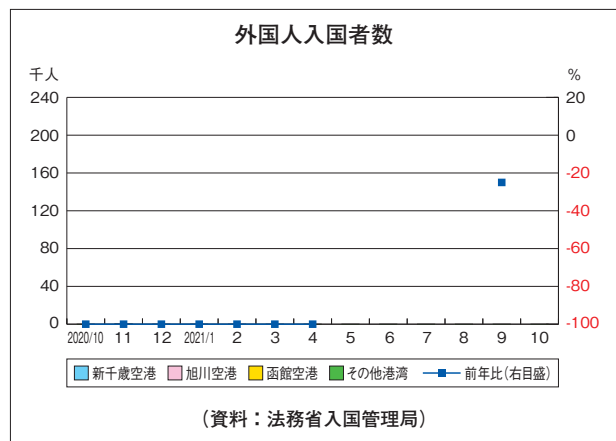
10月の国内輸送機関利用による来道者数は、634千人（前年比▲7.9%）と2か月連続で前年を下回った。輸送機関別では、航空機（同▲7.7%）、JR（同▲25.3%）、フェリー（同+5.8%）となった。

4～10月累計では、3,304千人（同+23.0%）と前年を上回っている。



10. 外国人入国者数～底ばいが続いている

10月の道内空港・港湾への外国人入国者数は、0人（前年同月0人）と底ばいが続いている。



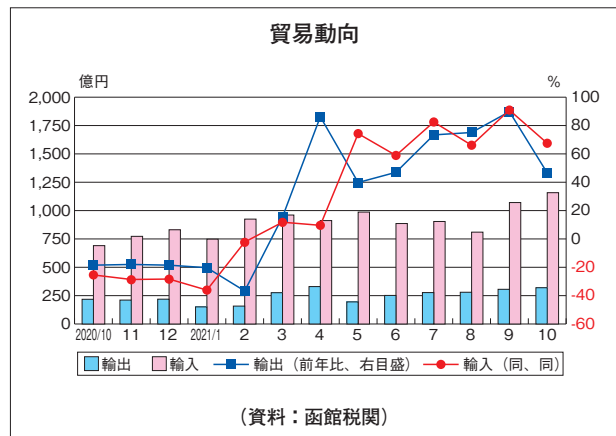
11. 貿易動向～輸出が8か月連続で増加

10月の貿易額は、輸出が前年比+46.6%の320億円、輸入が同+67.5%の1,158億円だった。

輸出は、石油製品、鉄鋼くず、魚介類・同調製品などが増加した。

輸入は、原油・粗油、石炭、天然ガス・製造ガスなどが増加した。

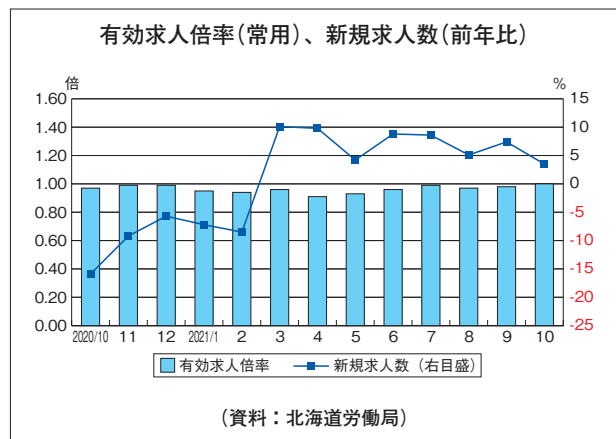
輸出は、4～10月累計では1,961億円（前年比+65.1%）と前年を上回っている。



12. 雇用情勢～有効求人倍率が前年を上回る

10月の有効求人倍率（パートを含む常用）は、1.00倍（前年比+0.03ポイント）と前年を上回った。

新規求人数は、前年比+3.5%と8か月連続で前年を上回った。業種別では、製造業（同+29.6%）、医療・福祉（同+4.2%）などが前年を上回った。情報通信業（同▲21.5%）、卸売業・小売業（同▲3.7%）が前年を下回った。

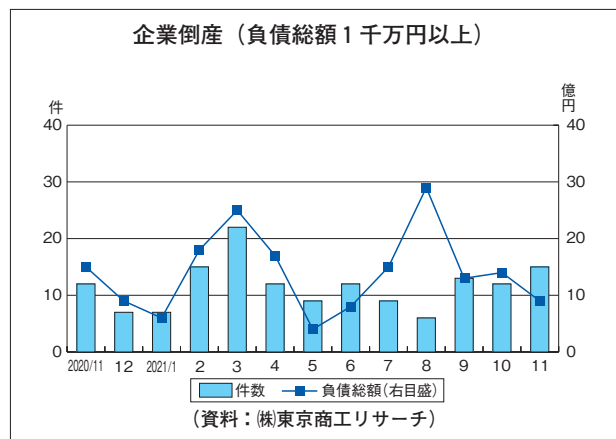


13. 倒産動向～負債総額は2か月連続で前年を下回る

11月の企業倒産は、件数が15件（前年比+25.0%）、負債総額が9億円（同▲42.0%）だった。負債総額は2か月連続で前年を下回った。

業種別では建設業、卸売業、サービス・他が各3件、製造業、小売業が各2件などとなった。

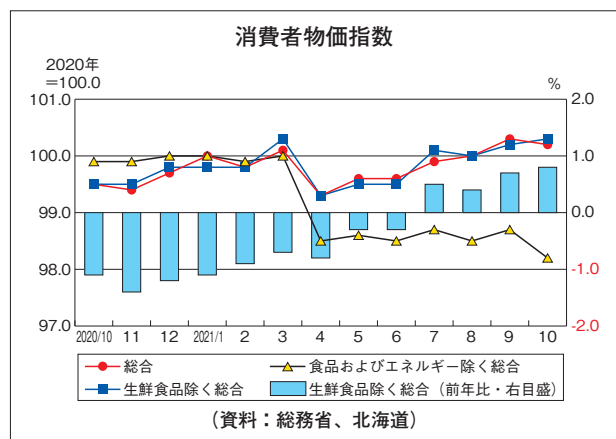
新型コロナウイルス関連の倒産件数は7件であった。



14. 消費者物価指数～4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、100.3（前月比+0.1%）となった。前年比は+0.8%と、4か月連続で前年を上回った。

生活関連重要商品等の10月の動向をみると、食料品・日用雑貨等の価格は、おおむね安定している。石油製品の価格は調査基準日（10月10日）時点で、灯油価格は前月比+1.4%、前年同月比+26.1%となり、ガソリン価格は前月比+3.2%、前年同月比+20.5%となった。





2022年度北海道経済の見通し

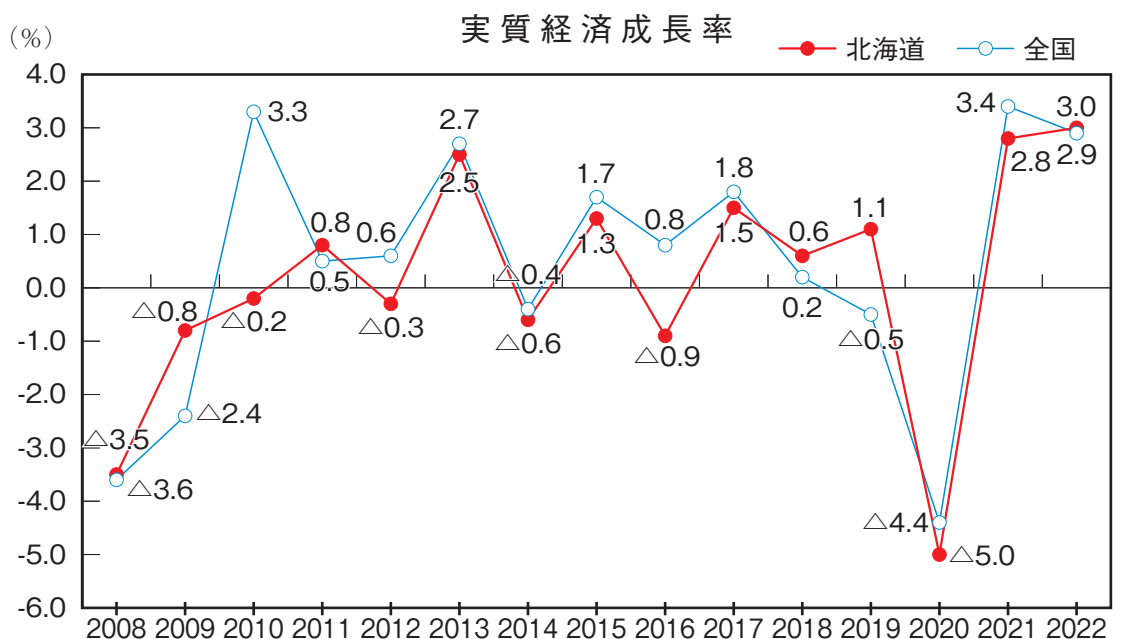
要 約

北海道経済の現状は、新型コロナウイルス感染症拡大（以下、「コロナ禍」）の影響により厳しい状況にあり、持ち直しの動きに弱さがみられる。個人消費をみると、コロナ禍の再拡大に伴う行動制限がサービス消費を押し下げたほか、半導体不足による新車販売の不振はみられるものの、このところ持ち直しの兆しが窺われる。住宅投資は持ち直している。設備投資は弱い動きが続いている。公共投資は、堅調に推移している。

2022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、対面型サービス消費を中心として回復し、政策的な後押しも受けて前年の水準を上回ろう。住宅投資は、投資マインドは改善するものの、新規住宅取得支援政策による押し上げ効果の剥落から前年比横ばい圏内となろう。設備投資は、企業収益の改善などから前年を上回ろう。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」に基づく予算配賦については前年下回りを見込むが、北海道新幹線の建設事業費などが押し上げ、前年比横ばい圏内となろう。また、国内外の経済活動再開に伴い、財の移輸出は増加が見込まれることから、財貨・サービスの移出入（純）はプラス成長となろう。

この結果、実質経済成長率は3.0%（2021年度2.8%）、名目経済成長率は3.3%（同1.9%）と予測する。

本推計にあたっては、国内・道内経済はコロナ禍の影響が徐々に和らぎ、2022年度前半には概ねコロナ禍の影響が収束していくことを基本見通しとしている。そのため、本推計は、ワクチンの効果が薄い新たな変異株の出現に伴う国内における経済活動の停滞などが生じた場合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。



- (注) 1. 全国は内閣府調べ。2021年度・2022年度は日本銀行政策委員「大勢見通し」(10月時点)の中央値。
2. 北海道は北海道経済部調べ。2019年度以降は当行推計。
3. 平成23年暦年連鎖価格方式。

1. 2021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7～9月期の国内総生産（四半期別GDP・1次速報値）が年率▲3.0%と、2四半期ぶりのマイナス成長となり、景気は足踏みしている（図表1）。個人消費は、全国的な緊急事態宣言の発出の影響により減少した。住宅投資は、持ち直しの動きに足踏みがみられた。設備投資は、供給制約による企業の自動車購入減少、半導体関連投資の増勢鈍化などから減少した。輸出は、半導体不足や東南アジアでの感染拡大に伴う部品調達難などの供給制約から、主力である自動車大幅減産となり、減少した。

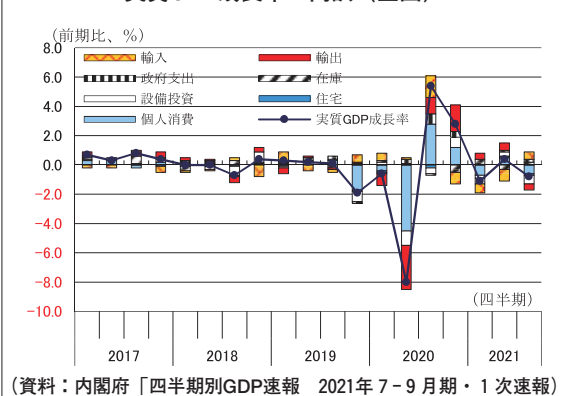
一方、本年11月のESPフォーキャスト調査による10～12月期の国内総生産（四半期別GDP）見通しは、前期比年率4.93%と、2四半期ぶりのプラス成長が見込まれている（図表2）。

先行きについては、個人消費は、感染症への警戒感が当面重石とはなるものの、9月末をもって緊急事態宣言が解除され、飲食店や娯楽施設への時短・営業規模縮小要請の解除、ワクチン接種率の上昇（政府目標であった「国民の8割へ2回接種」の達成見込み）、「ワクチン・検査パッケージ」を活用し

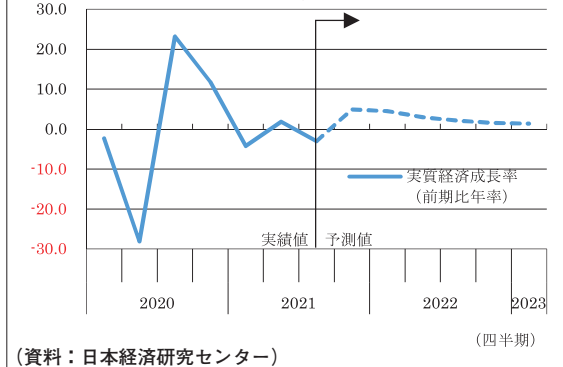
たイベントへの参加人数制限の段階的な解除などといった経済活動に対する制限緩和が進んだことを背景に、対面型サービス消費を中心に大幅な回復が見込まれる。また、政府の大型経済対策による各種給付金支給も、個人消費の増加に寄与しよう。住宅投資は、ウッドショックによる住宅価格の上昇や、建材不足に伴う契約・着工までのスピード感の低下などが重石となり、弱含みで推移することが見込まれる。設備投資は、先行き不透明感の高まりから伸び悩んでいるが、省人化・省力化投資の継続やデジタル化関連投資が牽引し、前年上回りが見込まれる。公共投資は、足元では、建設業の人手不足を背景に公共工事出来高に停滞がみられるものの、「防災・減災、国土強靱化のための5か年加速化対策」に基づく予算の積み増しにより、緩やかな増加が見込まれる。輸出は、サービス輸出におけるインバウンド需要の消失が大きな重石となるものの、半導体不足や部品調達難といった供給制約の解消に伴う自動車の挽回生産、スマートフォンやパソコン関連、データセンター向けなどの情報関連財が底堅く推移し、米中向けを中心に回復が見込まれる。

国内経済はコロナ禍による最悪期から脱し生産・輸出主導の回復軌道を辿っているが、

図表1 実質GDP成長率の内訳（全国）



図表2 ESPフォーキャストによる
実質経済成長率予測



業種・業態により業況に濃淡がみられる。また、原油価格の高騰と円安の進展を受けた輸入物価の上昇に伴う交易条件の悪化や、ワクチンの効果が薄い新たな変異株の出現に伴う感染の再拡大による国内における経済活動の停滞などが生じた場合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。

（２）北海道経済の動向

現状の北海道経済は、コロナ禍の影響により厳しい状況にあり、持ち直しの動きに弱さがみられる。需要項目別にみると、個人消費は、８月から９月にかけてのコロナ禍の再拡大による外出自粛要請や、昨年の特別定額給付金支給に伴う家電などの耐久財を中心とした巣ごもり消費の一巡、世界的な半導体不足や東南アジアでの感染拡大による部品供給不足に影響された自動車の供給不足などにより、コロナ禍からの持ち直しに弱さがみられた。10月に入ると、北海道への緊急事態宣言が解除されたことで、飲食店や娯楽施設の営業制約も緩和され、このところ外食や宿泊といった対面型サービス消費を中心として持ち直しの動きが窺われる。もっとも、依然として厳しい状況が続いており、持ち直し幅は当初の見込みを下回っている。住宅投資は、コロナ禍での減少からの反動増や、住宅ローン減税特例措置などの新規住宅取得支援政策による押し上げ効果により、前年から増加している。設備投資は、鉄鋼業や運輸業での大型投資案件の剥落や、コロナ禍の長期化に伴う観光関連産業での投資見送りなどから、このところ弱い動きが続いている。公共投資は、堅調な予算配賦を背景に高水準で推移している。

今後を展望すると、個人消費は、新規感染

者数の減少を受けて緊急事態宣言が解除されたことに伴い、飲食店や娯楽施設への時短・営業規模縮小要請が解除されたことによって人出が増加していることや、国や道、各自治体による観光を中心とした消費喚起政策の効果、政府の大型経済対策による各種給付金支給、コロナ禍で積み上がった過剰貯蓄が消費に回ることによって生じる「ペントアップ需要」などにより、前年を上回ることが見込まれる。政府最終消費支出は、補正予算にてワクチン接種の拡充などコロナ対策での現物社会給付が大幅に増加したことを背景に、前年上回りが見込まれる。住宅投資は、感染防止対策の実施による住宅展示場への来場者組数の制限、ウッドショックの影響による住宅価格の上昇などが回復の重石となるものの、新規住宅取得支援政策による押し上げによって持家などの増加が見込まれ、前年を上回ろう。設備投資は、大型投資案件の完了に加え、建設業の人手不足や、原材料価格の高騰に伴うコストの上昇が重石となり、前年を下回ろう。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」に基づく堅調な予算配賦や、北海道新幹線の建設事業費増加によって高水準が続くことが見込まれる。財貨・サービスの移出入（純）については、国内外の経済活発化、GoToキャンペーンの再開などを背景に、持ち直しが見込まれる。

以上の経済状況を勘案すると、2021年度の道内経済成長率は、実質経済成長率2.8%、名目経済成長率1.9%と、プラス成長となる。

2. 2022年度北海道経済の概況

（１）国内経済の動向

2022年度の国内経済は、内需ではワクチン

接種目標の達成や、過剰貯蓄の取り崩しに伴うペントアップ需要などによって個人消費の回復が見込まれるほか、DX推進の潮流や経済安全保障政策による設備投資の増加が押し上げに大きく寄与しよう。さらに、外需についても、主要国の経済活動再開に伴って増加しよう。以上のことから、国内経済は高成長が見込まれる。

需要面をみると、個人消費は、ワクチン接種の普及や、実質総雇用者所得の回復、家計貯蓄の積み上がりなどを背景に、足元では減産が続いている自動車の供給量回復や、外食・イベントなどへの人数制限の更なる緩和に伴う対面型サービス消費の回復もあって、大幅に増加しよう。また、GoToキャンペーンの再開などといった政府主導の消費喚起策や、政府の大型経済対策による各種給付金支給、税制改正による企業への賃上げ誘導なども増加に寄与しよう。政府最終消費支出は、コロナ禍での受診控えにより医療費が減少していた分が回復する一方で、ワクチン接種体制の拡充や医療提供体制の確保など、2021年度におけるコロナ対策関連予算が多額であったことから、反動減が見込まれる。住宅投資は、家計や法人の余剰資金の増加による押し上げ効果は想定されるものの、2022年度税制改正での住宅ローン減税特例措置の所得税控除幅の圧縮検討や新規住宅取得支援政策の終了に伴う押し上げ効果の剥落を考慮すると、横ばい圏内での推移が見込まれる。設備投資は、引き続き省力化やDX推進を見据えたソフトウェア投資が堅調に推移すると見込まれるほか、2021年度補正予算では、コロナ禍でのサプライチェーンの混乱を背景とした半導体やワクチンの国内製造体制の強化が盛り込まれており、高成長が見込まれる。公共投資

は、2年目となる「防災・減災、国土強靱化のための5か年加速化対策」に基づく予算配賦を背景に、緩やかに増加しよう。輸出は、主要国の経済活動再開から外需が堅調に推移することで、自動車や情報関連財を中心に増加しよう。

（2）北海道経済の動向

北海道経済は、国内経済同様、ワクチン接種の普及による新規感染者数の減少に伴う外食やイベント、宿泊などの対面型サービス消費の持ち直しや、輸出では主要国の経済活動再開に伴って中国向けのホタテガイや米国向けの自動車の部分品などが増加し、前年に続くプラス成長となろう。

需要面をみると、個人消費は、感染症への一定の警戒感が残るとみられるが、ワクチン3回目接種体制の確保や「ワクチン・検査パッケージ」の活用などの政策の後押しを受けて外食やイベント・宿泊などの対面型サービス消費が持ち直しの動きを強めていくとみられる。また、足元では再び人手不足感が強まっており、コロナ禍で待遇が悪化していた非正規雇用者を中心に雇用・所得環境の改善が見込まれるほか、すでにコロナ禍以前の水準まで回復している消費者マインドのさらなる上昇とそれに伴うリベンジ消費の増加、政府経済対策による賃上げ誘導も押し上げに寄与し、成長率は前年の水準を上回ろう。政府最終消費支出は、国内経済同様、医療・介護費は回復が見込まれるものの、前年のコロナ対策関連費用の反動減により、伸びは鈍化しよう。住宅投資は、新規住宅取得支援政策による押し上げ効果の剥落のほか、木材価格の高止まりが重石となることが見込まれることから、前年比横ばい圏内となろう。設備投資

は、企業収益の改善に伴う更新投資の再開、半導体不足や部品調達難といった供給制約の緩和などから前年を上回ろう。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」に基づく予算配賦については前年が高水準であったため前年比下回りを見込むが、北海道新幹線の建設事業費の増加や、各地の庁舎などの建て替え需要が押し上げ要因となり、総じてみると前年横ばい圏内となろう。財貨・サービスの移輸出入（純）については、国内外の経済活動再開に伴い、移輸出、移輸入ともに持ち直しが見込まれる。サービス移輸出をみると、インバウンド需要こそ回復の見通しが立っていないものの、GoToキャンペーンの再開による国内へのサービス移出は回復が見込まれる。また、財の移輸出については、国内需要の増加に加え、主要国の経済活動再開に伴って中国向けのホタテガイや米国向けの鉄鋼、自動車の部品などが牽引し、増加が見込まれる。財貨・サービスの移輸入についても道内需要の持ち直しにより増加が見込まれる。

物価の動向をみると、原油価格やLNG価格の高騰に伴うエネルギー価格の上昇の影響から、消費者物価指数（生鮮食品を除く総合）は2021年7月に16か月ぶりに前年上回りに転じた（図表3、4）。一方で、足元では携帯電話料金の引下げなどを中心に、エネルギー以外の物価は前年を下回って推移している。

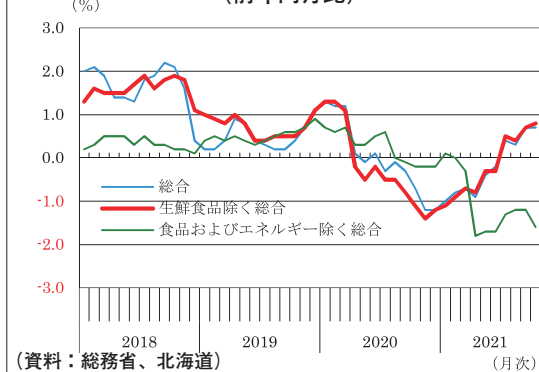
物価の先行きを展望すると、携帯電話料金の引下げや前年のGoToキャンペーンによる下押し効果の剥落、経済活動再開に伴う需給ギャップの改善、食料品や日用品などの原材料価格の高騰に伴うコスト増大の価格への転嫁などに加え、引き続きエネルギー価格の上

昇が大きく寄与し、プラスでの推移が見込まれる。

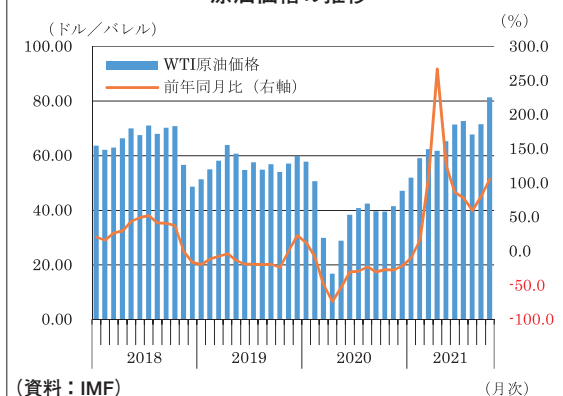
以上のような経済状況を勘案すると、2022年度の道内経済成長率は実質成長率3.0%（2021年度2.8%）、名目成長率3.3%（同1.9%）と、前年に続くプラス成長となろう。

本推計にあたっては、国内・道内経済はコロナ禍の影響が徐々に和らぎ、2022年度前半には概ねコロナ禍の影響が収束していくことを基本見通しとしている。そのため、ワクチンの効果が薄い新たな変異株の出現に伴う感染の再拡大による国内・道内における経済活動の停滞などが生じた場合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。

図表3 消費者物価指数（北海道）
（前年同月比）



図表4 原油価格の推移



3. 道内総生産（支出側）の動向

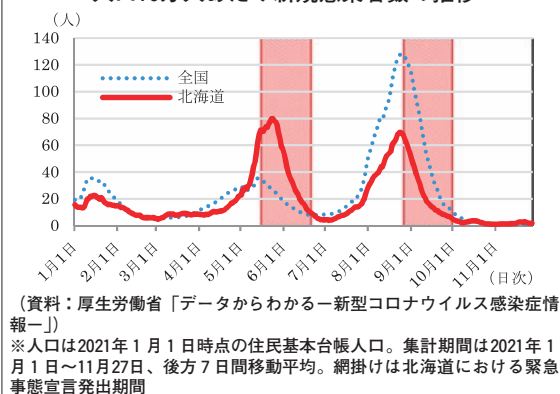
（1）民間最終消費支出

足元の状況を見ると、2021年8月にはコロナ禍の再拡大を受けて北海道内にも通算4回目（北海道独自の宣言も含む）となる緊急事態宣言が発出され、個人消費には弱さがみられた。9月に入ってから新規感染者数が急減し（図表5）、10月に緊急事態宣言が解除されたことで、百貨店・スーパーの売上高はともに前年同月を上回ったが、百貨店については、コロナ禍の落ち込みを取り戻すには至っていない（図表6）。また、新車販売については、半導体不足や部品調達難といった供給制約によって、足元では納車が大幅に遅れるなどの影響が生じており、9月、10月の新車登録台数（普通車・小型車・軽自動車の合

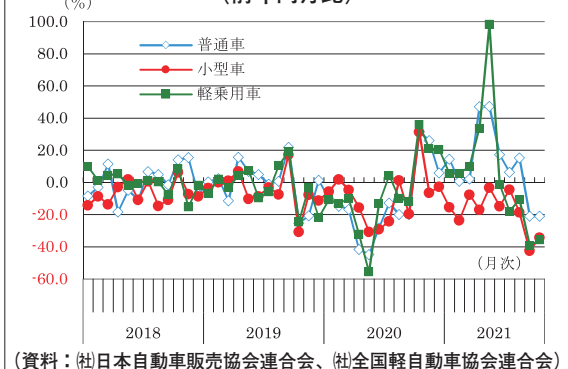
計）はともに前年同月を30%以上下回った（図表7）。一方で、消費者マインドは、内閣府が公表している「消費者態度指数（全国・二人以上世帯・季節調整値）」が、4回目の緊急事態宣言が解除された2021年10月に、コロナ禍前の2020年1月の水準を上回り、回復がみられる（図表8）。

雇用環境については、2021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▲27と、コロナ禍で大幅に和らいだ人手不足感は製造業を中心に再び引締まりがみられる（図表9）。同様に新規求人数も、製造業に加え、サービス業などの経済活動再開に伴って急速に需要が高まっている業種や、医療・福

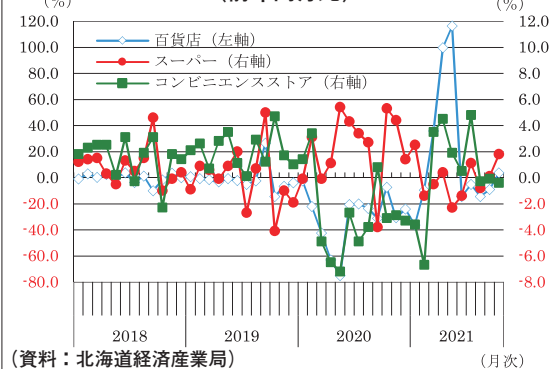
図表5 人口10万人あたり新規感染者数の推移



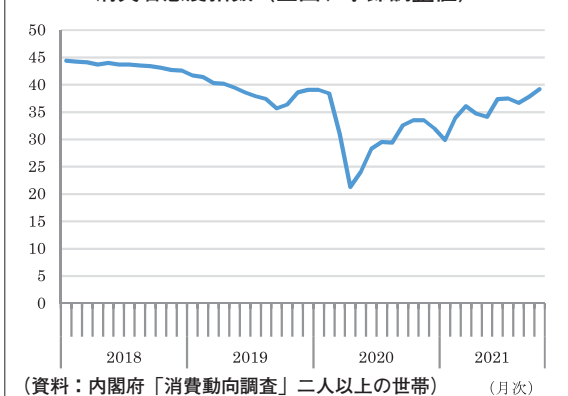
図表7 乗用車新車登録台数（北海道）
（前年同月比）



図表6 大型店等販売額（北海道）
（前年同月比）



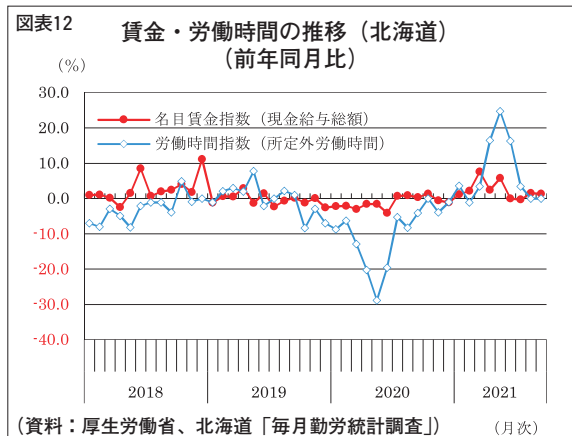
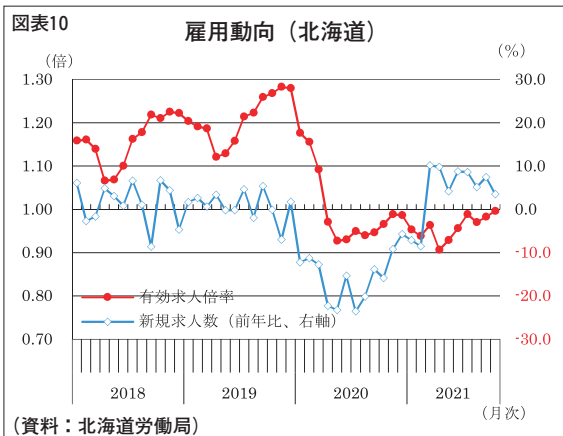
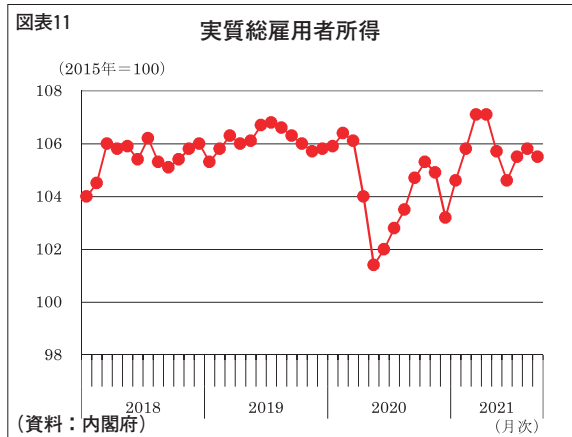
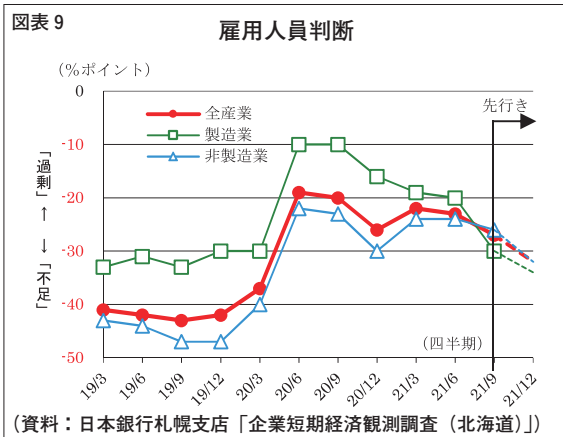
図表8 消費者態度指数（全国、季節調整値）



社や建設業など人手不足感の続く業種が牽引して前年を上回る水準が続いており、今後も堅調な推移が見込まれる。一方で有効求人倍率は、コロナ禍により2020年4月に1倍を切って以降、足元の2021年10月まで19か月連続で1倍以下に止まっている（図表10）。もっとも、建設業など一部の業種・職種では人手不足感が続いているなど、労働需給にはミスマッチがみられる。

所得環境については、実質総雇用者所得（全国ベース）は振れを伴いながらも、基調としては持ち直しており、コロナ禍前の水準を上回る月もみられる（図表11）。毎月勤労統計調査（北海道）をみると、残業時間は、2021年4月から6月にかけて前年の緊急事態宣言下の反動増がみられたが、足元では一服

感がみられ、前年比横ばいが続いている。現金給与総額についても同様に、前年の反動増が一服し伸び悩みの状態が続いている（図表12）。また、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』において、今年度、定期給与（基本給・諸手当等）を引上げ予定の割合は前年から2ポイント上昇して68%、特別給与（賞与・期末手当等）を引上げ予定の割合は前年から11ポイント上昇して21%といずれも上昇となったものの、コロナ禍前を上回る水準とはなっていない（図表13）。一方で、政府は分配戦略の一環として、2022年度税制改正において一定の要件を満たした企業に対し賃上げ額の一部を法人税から控除する「賃上げ税制」の強化を検討している。経済活動再開が進む中でのこうし



た賃上げ誘導策によって、利益好調な企業を中心に所得環境の改善が見込まれる。

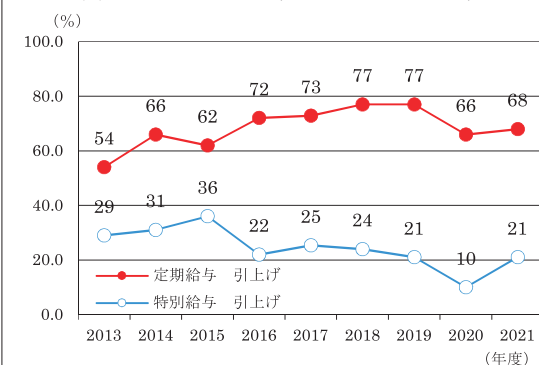
Googleが公表している小売店・娯楽施設の人出の動向をみると、緊急事態宣言など衛生対策上の措置が適用されている期間での人出は減少している。4回目の緊急事態宣言が解除された2021年10月以降は持ち直しの動きがみられるが、依然としてコロナ禍前の水準と比較すると5～10%ほど少ない状態が続いている（図表14）。また、足元では海外での新型コロナウイルス変異株の発見報告による警戒感が強まっており、北海道におけるワクチン2回接種完了率は2021年11月27日時点で70.97%（医療従事者を除く）と希望者への接種は概ね達成されているものの（図表15）、ワクチンによる感染・重症化予防効果

を低下させる変異株が国内での感染を拡大させれば、再び人出の減少が予測され、外食や旅行、宿泊などの対面型サービス消費持ち直しへの重石となろう。一方で、外出自粛が続いてきた影響で、テレワークや巣ごもり需要を背景とする財消費は、サービス消費の代替もあり底堅い推移が見込まれる。

2021年11月には、GoToキャンペーンの再開などといった政府主導の消費喚起策や、困窮世帯や子育て世帯向けの現金・クーポン給付や、マイナンバーカード所持者へのマイナポイント給付などを盛り込んだ大型経済対策が閣議決定されており、これらの効果が2021年度後半・2022年度前半に個人消費を押し上げることが見込まれる。

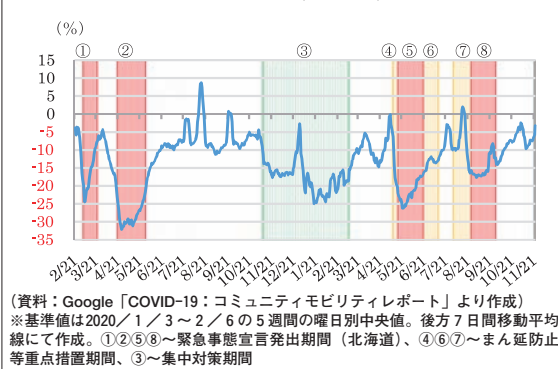
もっとも、2020年度に特別定額給付金が給付された際には、長期間にわたって感染防止対策措置がとられ外出自粛が続いていた影響から個人消費の押し上げ効果は限定的で、消費よりもむしろ個人預金を増加させる結果となった（図表16）。また、足元では米中を中心とした海外需要の回復等を背景として、原油価格が上昇しており、足元では灯油・ガソリン価格や電気料金の上昇に波及するなど、エネルギー価格の上昇がみられる点には留意が必要である。

図表13 賃金引上げの推移（引上げとした割合）

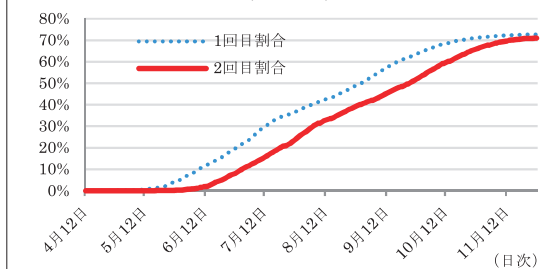


（資料：北洋銀行）

図表14 小売・娯楽関連施設における滞在者変化（北海道）



図表15 新型コロナワクチン接種率の推移（北海道）



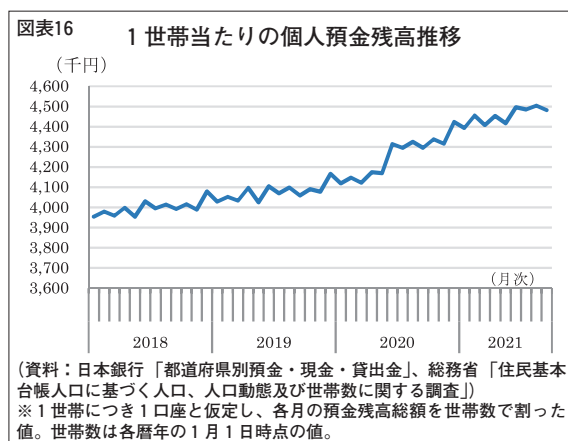
（資料：首相官邸）
 ※各日までにワクチン接種記録システム（VRS）に記録・集計されたデータが対象。接種率の分母は2021年1月1日時点の住民基本台帳登録人口のうち、性別・年齢が明らかな522万6603人。また、医療従事者等の記録は含まれていない。データは2021年4月12日～11月27日。

2022年度の個人消費は、コロナ禍の影響が徐々に和らぐことで、消費者マインドや人出の回復が見込まれ、外食や旅行、宿泊などの対面型サービス消費を中心として持ち直しが見込まれる。また、人手不足の業種を中心とした雇用の増加や、政府主導の消費喚起策や賃上げ誘導策、政府の大型経済対策による各種給付金支給なども持ち直しを後押しすることが見込まれる。一方で、変異株の国内での感染拡大や、エネルギー価格の上昇による実質購買力の減少が持ち直しの重石となることが懸念される。

この結果、民間最終消費支出は、実質成長率3.1%、名目成長率3.7%と予測する。

（２）政府最終消費支出

現物社会給付に相当する医療費・介護費の動向をみると、コロナ禍での受診控えによる減少分の反動が見込まれる。また、高齢化の進行により社会保障関係費が年々増加していることも、押し上げに寄与しよう。一方で、2021年度においてはワクチン接種体制の拡充や宿泊療養体制の確保、重症者向け病床の確保などコロナ対策関連予算の計上が大きかったことから、2022年度はその剥落が重石となろう。



固定資本減耗に相当する社会資本ストックの動向をみると、堅調な予算配賦を受けて近年は道路や港湾などへのインフラ投資が着実に進められたことによって増加しており、これに合わせて固定資本減耗額が増加し、政府最終消費支出を押し上げよう。

また、本年10月の人事院勧告によると、2年連続で国家公務員の月例給の増額改定はなく、ボーナスについても2年連続引下げとなっており、北海道もこれに合わせて本年11月の北海道人事委員会の給与勧告において、月例給の据置、ボーナスの引下げが公表された。こうした給与改定は、民間企業の賃金動向を調査した結果に基づいている。そのため、2022年度に入ってからコロナ禍の影響が徐々に和らぎ、政府主導の賃上げ誘導策も後押しして民間企業の所得環境が持ち直せば、道職員や市町村職員の給与もこれに比例した動きとなる。一方で、人事院勧告による給与改定の対象となる一般行政職の人数は年々減少していることから、総じてみると、2022年度の道職員や市町村職員給与の年間支給水準（雇用者報酬）は横ばい圏と想定した。

この結果、政府最終消費支出は、実質成長率0.5%、名目成長率1.1%と予測する。

（３）住宅投資

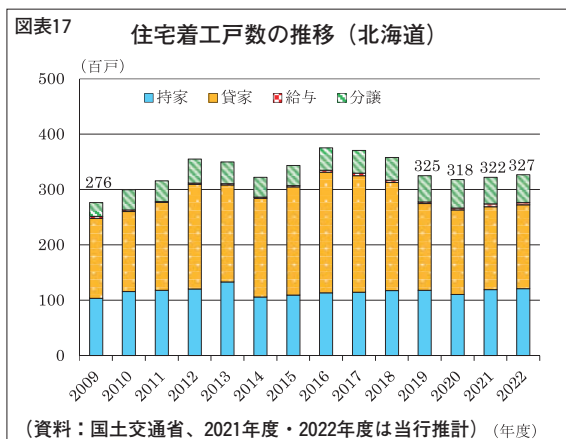
2021年4～10月の新設住宅着工戸数は、前年比+5.2%と前年を上回る水準で推移している。前年同時期は緊急事態宣言の影響を受け大幅に落ち込んでおり、その反動による持家の増加が大きく寄与している。また、新規住宅取得支援政策による押し上げ効果が持家や分譲戸建を中心にみられ、2021年度の住宅投資は前年上回りとなろう。もっとも、足元では木材価格の上昇を中心とした建築コスト

の上昇がみられることから、物価要因による下振れの可能性があることには注意が必要である。

2022年度の住宅投資を利用目的別に展望すると、貸家は、2017年度から減少が続いており、供給過剰感に緩和がみられていることや、法人での着工戸数が堅調に推移していることから、前年比横ばい圏内での推移が見込まれる。持家および分譲戸建は、建築コストの上昇や新規住宅取得支援政策による押し上げ効果の剥落、大規模再開発案件の一巡などが重石となるものの、雇用・所得環境の改善に伴う投資マインドの上昇や家計・法人貯蓄の積み上がりから、前年比横ばい圏内での推移が見込まれる。

これらを勘案すると、2022年度の住宅着工戸数は、持家が12,110戸、貸家が15,120戸、分譲が5,010戸（分譲マンション2,010戸、分譲戸建3,000戸）、給与（社宅）が420戸、合計32,660戸となり、2021年度実績見込み（32,200戸）を460戸上回ろう（図表17、18）。

この結果、住宅投資は、実質成長率0.1%、名目成長率1.8%と予測する。



（4）設備投資

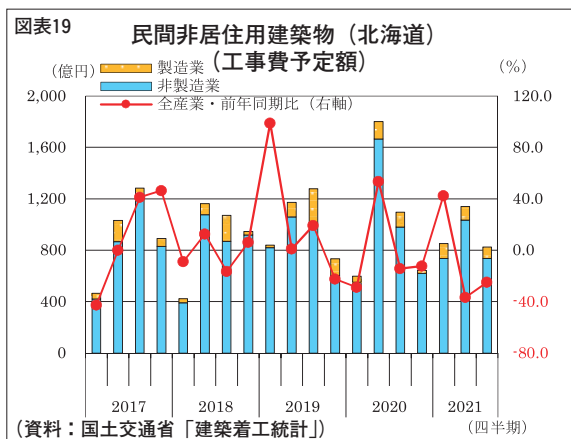
先行指標である2021年4～10月の民間非居住用建築物の工事費予定額は、前年を12.0%下回って推移している（図表19）。個別案件では、札幌市をはじめ道内中核都市で複数の再開発事業が進行中であるほか、野球場やそれに付随する商業施設、物流施設や生産工場などの大型案件、再生可能エネルギー関連の投資がみられる（図表20）。

2021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、2021年度の道内設備投資計画は全産業で前年比▲9.9%となっている（製造業・同▲25.3%、非製造業・同▲2.7%）（図表21）。製造業では、設備の改修や新設が一服

図表18 利用目的別の住宅着工戸数

利用目的	2020年度	2021年度	2022年度	対前年度
計	31,772	32,200	32,660	460
持家	11,068	11,940	12,110	170
貸家	15,262	14,970	15,120	150
給与住宅	332	500	420	▲80
分譲住宅	5,110	4,790	5,010	220
（うちマンション）	2,367	1,870	2,010	140
（うち一戸建）	2,740	2,920	3,000	80

（資料：国土交通省、2021年度・2022年度は当局推計）
※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



する「鉄鋼・非鉄金属」や、工場新設が完了する「輸送用機械」などが減少し、非製造業では大型投資案件が完了する「運輸」「サービス」などが減少し、全産業で減少の見通しとなっている。

また、当行が本年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、2021年7～9月期は前年を上回ったものの、2021年10～12月期（見通し）における全産業の設備投資実施予定割合（未定を除く）は、前期比ならびに前年同期比で減少の見通しとなっており、足元では慎重さがみられる（図表22）。

2021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

図表20 道内での設備投資、再開発

地区	主要用途	事業規模
石狩湾	洋上風力発電所新設	740億円
北広島	野球場・商業施設	600億円
苫小牧	バイオマス発電	300億円
札幌	マルチテナント型物流施設	150億円
恵庭	牛乳生産工場新設	120億円
旭川	店舗・共同住宅など	85億円
新さっぽろ駅周辺再開発	店舗・共同住宅など	500億円
札幌駅北口8・1地区再開発	店舗・共同住宅など	482億円
南2西3南西再開発	店舗・共同住宅など	240億円
北3東11周辺再開発	店舗・共同住宅など	230億円

（資料：新聞報道、市町村ホームページなどを基に当行作成）

図表21 2021年度業種別設備投資の動向
（単位：億円、%）

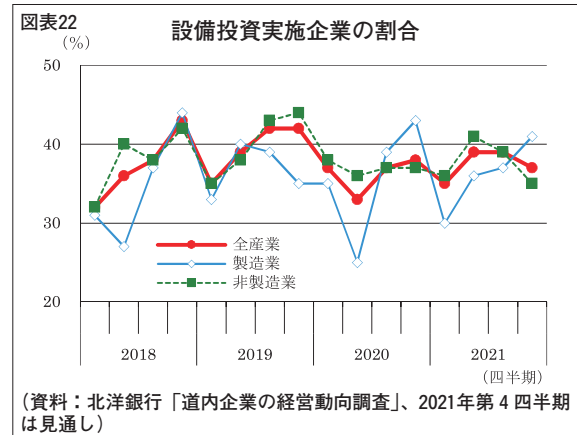
	2020年度実績	2021年度計画	増減率
全産業	3,771	3,399	▲9.9
（除く電力）	(3,048)	(2,573)	(▲15.6)
製造業	1,190	889	▲25.3
非製造業	2,581	2,511	▲2.7
（除く電力）	(1,858)	(1,684)	(▲9.4)

（資料：日本政策投資銀行）

と、企業の経常利益（全産業）は2021年度上期計画で前年同期比+184.0%、下期計画で同+19.2%となっており、2021年度後半にはコロナ禍前の水準を上回る見込みとなっている（図表23）。

2022年度を展望すると、上述の通り再開発事業が進行中であることや商業施設、物流施設や生産工場の新設・増築、再生可能エネルギー関連投資などが計画されているほか、省力化投資やIT関連投資なども一定程度は続くとみられる。コロナ禍の影響が徐々に和らぎ、先行きの不透明感が払拭されることによって、収益好調な企業を中心に設備投資が増加し、前年を上回ると見込んでいる。

この結果、設備投資は、実質成長率2.9%、名目成長率3.9%と予測する。



図表23 企業の経常利益の動向（北海道）
（前年同期比、%）

	2020年度上期	2020年度下期	2021年度上期（計画）	2021年度下期（計画）
全産業	▲79.2	▲9.2	184.0	19.2
製造業	▲27.9	11.8	52.9	5.3
非製造業	—	▲24.5	—	34.0

（資料：日本銀行札幌支店「企業短期経済観測調査（北海道）」）

（５）公共投資

足元の公共工事請負金額をみると、2021年4～10月の累計金額は前年を3.0%下回って推移している。2021年度の北海道開発事業費（当初予算）は、「臨時・特別の措置」分の予算計上がなくなり、前年比▲10.7%となったが、2020年度の補正予算において「防災・減災、国土強靱化のための5か年加速化対策」の予算が計上されており、補正予算を合わせた15か月予算でみると、前年比+0.8%と堅調な予算配賦となっている。また、2021年度の北海道新幹線の建設事業費も前年比+2.2%の950億円と増加に寄与することから、2021年度の公共投資は前年を上回ろう。

2022年度については、前年度の補正予算における「防災・減災、国土強靱化のための5か年加速化対策」に基づく予算配賦が前年を下回っているため、補正予算を合わせた15か月予算についても前年下回りを見込んでいる。

一方で、北海道新幹線については、トンネル工事の発注が全工区で完了し掘削が進められているほか、今後は地上・高架区間についても、発注や建設工事が本格的に進められていくとみられる。2030年度の開業までは2022年度を含めて残り9年となっており、2022年度は前年をさらに上回る水準の建設事業費が想定されることから、今後公共投資における北海道新幹線の存在感はさらに大きくなっていくことが見込まれる（図表24、25）。また、近年では各自治体の庁舎などの建て替え工事も進められている。

これらのことから、北海道開発事業費は前年を下回るものの、北海道新幹線の建設事業費や、庁舎などの建て替え需要が増加に寄与し、総じてみれば高水準の前年並みを確保す

ると見込んでいる。

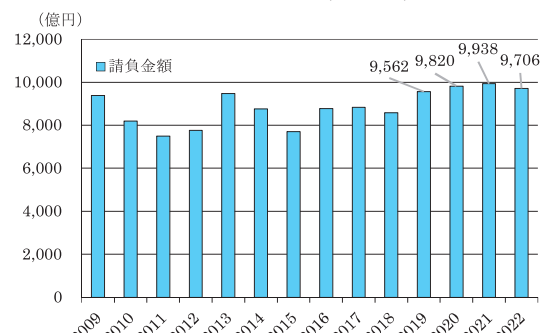
この結果、公共投資は、実質経済成長率▲0.0%、名目成長率0.8%と予測する。

（６）財貨・サービスの移出入（純）

（Ａ）移輸出

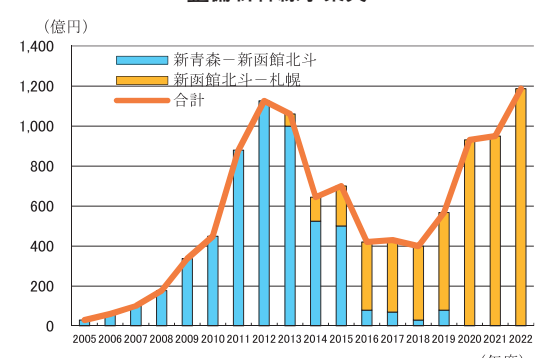
2021年4～10月の貿易統計（函館税関）をみると、財の輸出は、「魚介類・同調製品」「自動車の部分品」などが増加し、前年同期を102.2%上回って推移している。2020年度には世界的なロックダウンがあったほか、国内および道内においても緊急事態宣言が発出されるなど、国内外の経済活動が停滞し大幅に減少したが、2021年度に入り米中など諸外国の経済活動再開に伴って、中国向けの主力であるホタテガイや、米国向けの自動車部

図表24 公共工事請負金額（北海道）



（資料：北海道建設業信用保証㈱ほか2社、2021年度・2022年度は当行推計）

図表25 整備新幹線事業費



（資料：国土交通省資料などを基に作成、2022年度は当行推計）

品、東南アジア向けの鉄鋼や鉄鋼くずが前年に比べ大幅に増加した。

足元の財の輸出においては、「魚介類・同調製品」や「鉄鋼くず」は堅調に推移している一方で、「自動車の部分品」が、供給制約による生産減少の影響から2021年10月には8か月ぶりに前年同月下回りとなり、年度後半には増勢鈍化が懸念される。

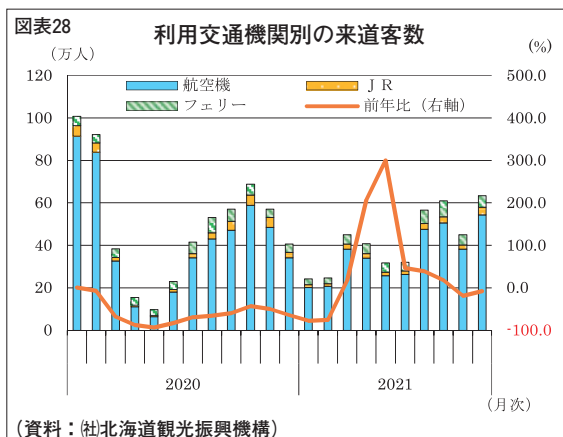
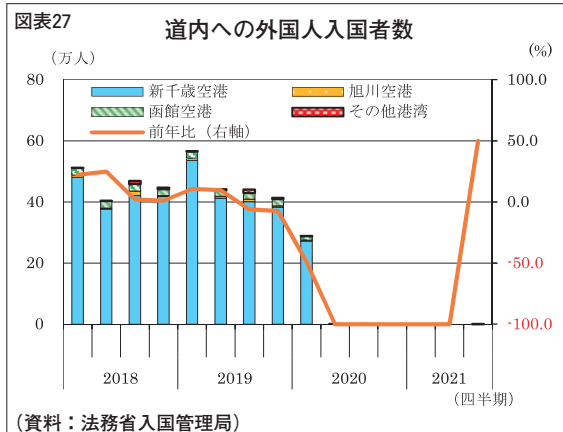
2022年度についても、OECDやIMFによる世界経済予測では、海外経済は大幅なプラス成長が見込まれており、好調な外需に支えられ輸出は今後も増加が見込まれる（図表26）。

国内向けの財の移出は、飲食店向けなどの食料品が中心となっている。そのため、2021年8月から9月にかけての緊急事態宣言により首都圏を中心に飲食店などに時短営業や休業の要請がなされていたことや、休校により学校給食向けの生乳需要が減少したことなどを背景に大きく減少したが、緊急事態宣言の解除やワクチン接種の普及に伴って飲食店などが通常営業を再開し、業務用食材需要の回復が進むことで、2021年度後半から2022年度にかけて道外需要は持ち直していくことが見込まれる。

一方で、サービス輸出については、コロナ禍の影響が続く中で、感染リスクを懸念した

外国人旅行客の渡航自粛や入国規制などから、2022年度もインバウンド消費の蒸発は続くことが想定される（図表27）。

サービス移出については、来道客数の動向をみると、北海道の集中対策期間が終了した2021年3月より前年上回りに転じたが、国内感染者数の増加により東京オリンピックの札幌会場が無観客開催となったことや、8月以降の緊急事態宣言発出の影響、そして前年同期にはGoToキャンペーンが実施されていたことの反動もあり、9月には再び前年下回りに転じている（図表28）。2022年度については、感染症への一定の警戒感が残るとみられるが、ワクチン3回目接種体制の確保や「ワクチン・検査パッケージ」の活用を前提として、道や各市町村による宿泊料割引やクーポン



図表26

2021年・2022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	5／31	前回	2021	5.8	6.9	4.3	8.5
		2022	4.4	3.6	4.4	5.8	
	9／21	今回	2021	5.7	6.0	5.3	8.5
		2022	4.5	3.9	4.6	5.8	
		変化幅	2021	▲0.1	▲0.9	1.0	0.0
			2022	0.1	0.3	0.2	0.0
IMF	7／27	前回	2021	6.0	7.0	4.6	8.1
		2022	4.9	4.9	4.3	5.7	
	10／12	今回	2021	5.9	6.0	5.0	8.0
		2022	4.9	5.2	4.3	5.6	
		変化幅	2021	▲0.1	▲1.0	0.4	▲0.1
			2022	0.0	0.3	0.0	▲0.1

(資料：OECD、IMF)

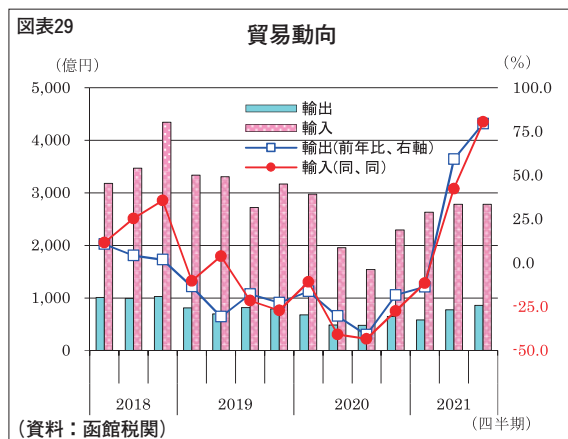
ン配布などの観光需要喚起策、2022年1月以降に予定されているGoToキャンペーン再開などの効果により来道客数が再び回復し、道外客による観光消費額も回復が見込まれる。

総じてみれば、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

2021年4～10月の貿易統計（函館税関）をみると、財の輸入額は、「原油・粗油」「魚介類・同調製品」などが増加し、前年同期を91.5%上回って推移している（図表29）。輸入数量も、品目による濃淡はみられるが、「原油・粗油」などを中心に多くの品目で前年から増加している。特に原油については、世界的な需要回復により足元の価格が高騰しているため、名目輸入額を大きく押し上げている。

2022年度を展望すると、経済活動の活発化に伴い道内需要（中間需要・最終需要）は増加が見込まれるが、外需の回復に伴う輸出の伸び幅が大きいことから、道内の移輸入は、移輸出に比べ小幅な増加となることが見込まれる。これを受けて、財貨・サービスの移輸入（純）はプラス成長に転じよう。

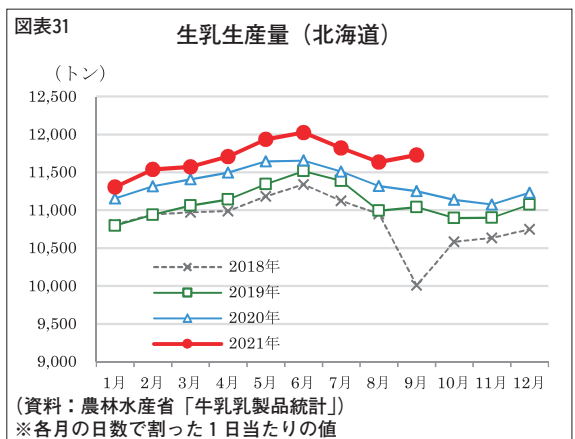
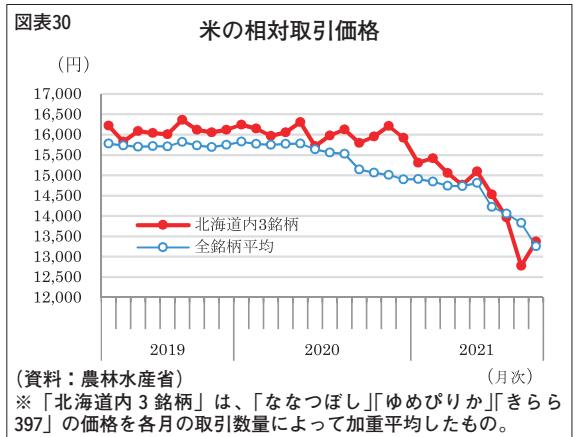


この結果、財貨・サービスの移出入（純）は、実質経済成長率3.2%、名目成長率1.7%となろう。

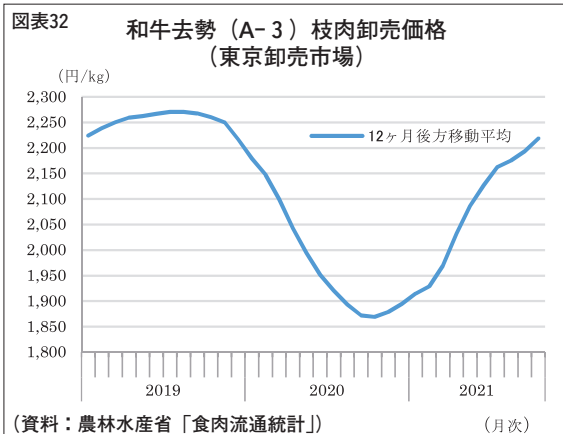
4. 道内総生産（生産側）の動向

（1）一次産業

2021年度は、農業耕種部門では、米・小麦などは作況は順調であるものの、コロナ禍の影響から過剰在庫となり価格は低下しており（図表30）、生産額は前年下回りが予想される。野菜類については、いも・たまねぎなどは生育不良の影響などから価格高騰がみられる一方、価格が低下している品目もあり、総じてみると生産額は前年を下回る見込みである。畜産部門では、生乳生産量は増加基調が続いているが（図表31）、コロナ禍の影響に

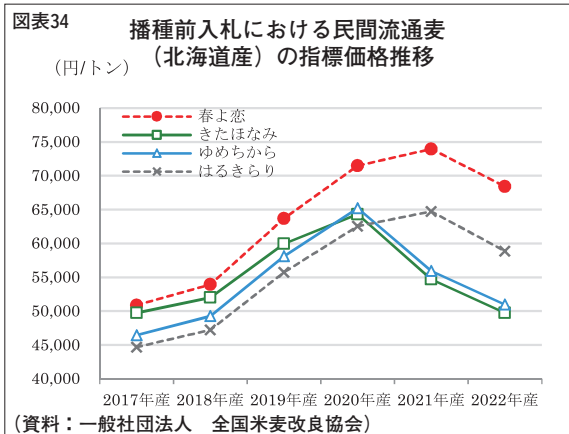
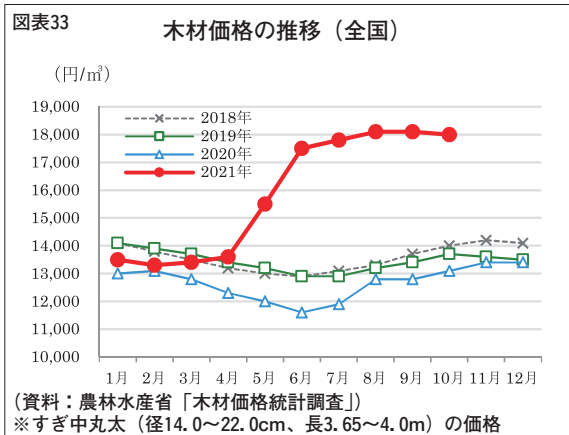


より脱脂粉乳やバター等の在庫が増加し、足元では生乳出荷抑制の動きがみられている。一方、肉用牛はコロナ禍により下落していた枝肉価格が外食需要の回復などから持ち直しており（図表32）、生産額は前年上回りが見込まれる。総じてみれば農業の総生産は前年下回りが見込まれる。林業は、持家や分譲戸建といった木造メインの住宅着工戸数が前年上回りで推移しているほか、輸入木材の価格上昇を受けて国産木材や道産木材の価格も上昇しており（図表33）、生産額は前年上回りが見込まれる。水産業は、主要魚種であるホタテガイでは、主力産地である噴火湾・オホーツク海ともに水揚げが順調に推移しており、また主に中国向けの輸出数量の増加を背景に価格も上昇していることから、生産額は前年上回りが見込まれる。秋サケでは、赤潮によるへい死被害などがあったものの、足元の漁獲量は前年上回りで推移しており、価格が上昇していることから生産額は前年上回りが見込まれる。その他、サンマ・スルメイカの漁獲量は不漁が続いており前年下回りが見込まれる。赤潮による影響で道東のウニや、日高地方のツブ・タコなどが被害を受けていることは下押し要因となるものの、総じてみれば、水産業の総生産は前年上回りが見込ま



れる。

2022年度は、農業の耕種部門の作況が平年並みとすると、農林水産省が公表した2022年度の全国の米の適正生産量は前年下回り（面積換算で約3%の減産）としており、北海道においても作付面積の減少が想定される。また過剰在庫の状況にあることから価格の上昇が見込みにくく、生産額は減少が見込まれる。小麦は、令和4年産の民間流通麦の落札価格をみると、北海道産は全銘柄の価格が低下しており（図表34）、生産額は減少が予想される。野菜類では、天候不順が無ければ収穫量や価格は平年並みに戻ることが予想される。畜産部門では、生乳生産量は脱脂粉乳などの在庫の増加を背景に、農業団体では生産抑制方針が協議されており、生産額の伸びは



鈍化することが見込まれる。一方、肉用牛については、人出の回復に伴う外食需要の回復から枝肉価格が堅調に推移することが予想され、生産額は前年を上回ることが見込まれる。総じてみれば、農業の総生産は前年比▲1.0%となろう。林業は、道内においては、持家や分譲戸建といった木造メインの住宅着工戸数は引き続き増加が見込まれることから、総生産は前年比+0.5%となろう。水産業は、主要魚種であるホタテガイはへい死被害などが起きなければ前年に続き順調な水揚げが見込まれることから、生産額は増加を見込んでいる。一方、サケ・サンマ・イカなどは海水温の上昇や資源の減少などを背景に不漁が続く見込みにあり、前年並みの漁獲量を想定した。近年、漁業生産の低迷が続いている中で、2021年度に発生した赤潮による被害が今後の漁業生産に影響を与えることが懸念材料とはなるが、総じてみれば水産業の総生産は前年比+3.4%となろう。

この結果、一次産業の総生産は前年比▲0.2%となろう。

（２）二次産業

製造業をみると、道内の主力である「食料品工業」は中国向けを中心とした水産加工食品の輸出回復や、生乳の需給緩和に伴うバターなどの乳加工製品の増産のほか、外食需要の緩やかな回復などを背景に、生産額の増加が見込まれる。「パルプ・紙・紙加工品」は、製紙工場の相次ぐ撤退などを背景に生産額の減少が見込まれる。2020年度に高炉改修や製油所の定期改修工事を行い落ち込みがみられた「一次金属」「石油・石炭製品」は、2021年度は高炉・製油所の通年稼働が再開されたほか、原材料価格が上昇しており、生産

額は増加が見込まれる。また、「輸送用機械」は米国向けを中心に自動車の部分品の海外需要は高まりがみられており、世界的な半導体不足といった下押し要因は内包しているものの、前年比では大幅な上回りが見込まれる。総じてみれば製造業の総生産は前年を上回ろう。

2022年度を展望すると、「食料品工業」は生乳需給調整などの下押し要因は内包しているものの、水産漁獲量は前年上回りが見込まれることから、生産額は増加が見込まれる。

「パルプ・紙・紙加工品」は2020年度の製紙工場撤退の影響が通年に渡ることから、生産額は前年を下回ることが見込まれる。「輸送用機械」は、世界的な半導体不足が続いた場合は下押し圧力がかかるものの、米国向けを中心に自動車の部分品の需要は強く生産額は前年上回りが見込まれる。また、道内の民間設備投資の増加に伴い「金属製品」「窯業・土石製品」などの需要が高まり生産量の増加が見込まれる。総じてみれば、製造業の総生産は前年比+1.2%となろう。

2021年度の建設業は、住宅では、コロナ禍による営業活動の制約緩和のほか、住宅ローン減税特例措置などの新規住宅取得支援政策の後押しもあって、着工戸数は前年比上回りが見込まれる。民間設備投資では、札幌市中心部の再開発事業の進展が押し上げ要因となる一方、製造業を中心に前年の大型投資の影響が剥落することから、前年下回りが見込まれる。公共工事では、災害復旧工事の一巡などがあるものの、「防災・減災、国土強靱化のための5か年加速化対策」の予算計上により堅調な推移が見込まれる。資材価格の上昇分を受注価格に円滑に転嫁できなければ、中間投入額の増加から総生産への下押し要因と

なり得るが、総じてみれば建設業の総生産は前年を幾分上回ろう。

2022年度の建設業を展望すると、住宅では、2022年度税制改正により住宅ローン減税特例措置の所得税控除幅の圧縮検討や、新規住宅取得支援政策の終了によって住宅着工戸数の押し上げ効果は剥落するものの、持家や分譲戸建を中心に住宅取得ニーズは底堅く推移することが見込まれ、住宅着工戸数は前年を幾分上回ることが見込まれる。民間設備投資では、コロナ禍の影響により2年連続で落ち込んだ反動に加え、札幌市中心部の再開発事業の進展が押し上げ要因となり、前年上回りが見込まれる。公共工事では、高水準であった2021年度と比較すると補正予算を合わせた15か月予算では前年を下回る見込みにあるものの、増加が見込まれる北海道新幹線の建設事業費などを考慮すると、前年横ばい圏での推移が見込まれる。総じてみれば、建設業の総生産は前年比+2.8%となろう。

この結果、二次産業の総生産（名目）は前年比+1.9%となろう。

（3）三次産業

2021年度は、卸売・小売業では、本年4～5月の百貨店販売額は前年の反動から大幅に増加、その後は前年を下回り低水準が続いていたものの、日本百貨店協会の地域別売上高をみると、緊急事態宣言解除後の本年10月は札幌地区では5か月ぶりに前年比プラスに転じるなど回復の兆しがみられており、持ち直しに向かうことが見込まれる。スーパー・ドラッグストアの販売額をみると、本年4～9月までは前年比微減・横ばい圏内と巣ごもり需要や衛生関連消費については一服感がみられるものの、底堅く推移している。世界的な

半導体不足を背景に新車販売に影響が出ていることや、弱さが続く雇用環境、伸び悩みがみられる所得環境などが下押し要因としてある一方、困窮世帯や子育て世帯向けの現金給付などの大規模な経済対策が閣議決定されており、2021年度後半の個人消費を押し上げることが見込まれ、総じてみれば生産額は前年を上回ることが見込まれる。観光関連の宿泊・飲食サービス業や旅客運輸業では、前年GoToキャンペーンなどが実施されていた夏場に今年度は緊急事態宣言が発出されるなど、依然コロナ禍の影響を受け厳しい推移となっているものの、本年9月末で緊急事態宣言が解除され、どうみん割が再開されたこと、2022年初頭よりGoToキャンペーンが再開予定であることなどから、年度後半にかけては持ち直しが見込まれる。もっとも、インバウンド客の回復見込みは立っておらず、来道客数をみてもコロナ禍以前の水準と比較すると依然として低調であることから、持ち直しは限定的なものとなるが見込まれる。保健衛生・社会事業では、ワクチン接種の進展により通院・受診控えは徐々に和らいでおり、緩やかな回復が見込まれる。情報通信業では、携帯料金の引き下げによる押し下げ効果が予想されるものの、コロナ禍による官民でのDXの加速によるソフトウェア投資や通信環境の整備などの需要が見込まれ、堅調に推移しよう。その他のサービス業についても、ワクチン接種の進展に伴い、対面型のサービス業を中心に緩やかな回復が見込まれる。総じてみれば、三次産業の総生産は前年上回りを見込む。

2022年度は、卸売・小売業では、巣ごもり需要の剥落などからスーパー等の販売額は前年下回りが予想されるものの、消費者マイン

ドの持ち直しや人出の回復などを背景に百貨店販売額は前年上回りが見込まれる。また、前述の経済対策により2022年度前半の個人消費押し上げが見込まれることから、総じてみれば生産額は前年上回りが見込まれる。観光関連の宿泊・飲食サービス業や旅客運輸業では、インバウンド客の回復こそ見込めないものの、GoToキャンペーンのような年度を跨いだ需要喚起策による押し上げ効果が見込まれるほか、消費者マインド・人出の回復に伴い過年度の自粛の反動による宿泊・飲食サービスの利用増加が見込まれる。保険・衛生事業では、ワクチン3回目接種の開始に伴い通院・受診控えが更に和らいでいくことが予想されるほか、2022年度以降、団塊世代が75歳以上の後期高齢者となり始めることにより医療費・介護費の増加が想定されることから、前年上回りが見込まれる。その他のサービス業についても、コロナ禍が再拡大するような事態とならなければ、対面型のサービスを中心に持ち直しが続くことが見込まれる。

この結果、三次産業の総生産（名目）は前年比+3.8%となろう。

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		
	2020年度 （実績見込み）	2021年度 （見通し）	2022年度 （見通し）	2020年度	2021年度	2022年度
民間最終 消費支出	116,022 (△4.2)	118,458 (2.1)	122,832 (3.7)	△4.1	2.5	3.1
政府最終 消費支出	53,344 (1.6)	54,838 (2.8)	55,438 (1.1)	2.3	1.6	0.5
総固定 資本形成	40,316 (△1.9)	41,152 (2.1)	42,047 (2.2)	△2.0	△1.1	1.2
住宅投資	7,122 (△2.1)	7,600 (6.7)	7,737 (1.8)	△2.7	0.7	0.1
設備投資	15,873 (△5.3)	15,730 (△0.9)	16,339 (3.9)	△4.9	△3.1	2.9
公共投資	17,320 (1.6)	17,822 (2.9)	17,971 (0.8)	1.3	0.0	△0.0
財貨・サービ スの移出入 （純）	△30,959 (△13.6)	△32,207 (△4.0)	△31,655 (1.7)	△29.8	4.7	3.2
道内総生産 （支出側）	190,232 (△4.4)	193,751 (1.9)	200,172 (3.3)	△5.0	2.8	3.0

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	2020年度	2021年度	2022年度
民間最終消費支出	△2.6	1.6	2.0
政府最終消費支出	0.6	0.5	0.1
総固定資本形成	△0.4	△0.2	0.2
住宅投資	△0.1	0.0	0.0
設備投資	△0.4	△0.3	0.2
公共投資	0.1	0.0	△0.0
財貨サービスの移出入 （純）	△4.6	1.0	0.6
道内総生産（支出側）	△5.0	2.8	3.0

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	2020年度 (実績見込み)	2021年度 (見通し)	2022年度 (見通し)	前 年 度 比 伸 び 率		
				2020年度	2021年度	2022年度
一次産業	8,166	8,173	8,160	△2.4	0.1	△0.2
農 業	6,495	6,450	6,385	△0.3	△0.7	△1.0
林 業	240	244	245	△5.8	1.6	0.5
水 産 業	1,430	1,479	1,529	△10.4	3.4	3.4
二次産業	33,403	34,795	35,463	△3.9	4.2	1.9
鉱 業	192	184	196	△1.0	△4.5	6.5
製 造 業	18,483	19,850	20,094	△7.8	7.4	1.2
建 設 業	14,728	14,762	15,173	1.4	0.2	2.8
三次産業	146,927	149,018	154,700	△4.6	1.4	3.8
電気・ガス・水道・ 廃棄物処理業	6,181	5,809	5,973	3.1	△6.0	2.8
卸売・小売業	23,395	23,712	24,386	△3.1	1.4	2.8
運輸・郵便業	12,102	12,655	14,102	△16.1	4.6	11.4
宿泊・飲食 サービス業	3,748	4,268	5,003	△32.9	13.9	17.2
情報通信業	7,022	7,148	7,247	△3.1	1.8	1.4
金融・保険業	6,837	6,942	7,046	2.4	1.5	1.5
不 動 産 業	21,330	21,371	21,805	△5.3	0.2	2.0
専門・科学技術、 業務支援サービス業	15,550	15,946	16,265	△2.0	2.5	2.0
公 務	14,465	14,511	14,759	0.5	0.3	1.7
教 育	7,923	8,104	8,463	△5.3	2.3	4.4
保健衛生・ 社会事業	19,957	20,056	20,758	△0.3	0.5	3.5
そ の 他 の サービス	8,417	8,496	8,893	△4.2	0.9	4.7
道内総生産 (生産側)	190,232	193,751	200,172	△4.4	1.9	3.3

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。

コロナ後の「スキンプフレーション」発生の脅威 ～サービスを削らず、顧客との共同生産を導入せよ～

小樽商科大学 ビジネススクール
教授 内田 純一

《ポイント》

- 労働力不足からサービスの一部を削る「スキンプフレーション」がコロナ後に拡大する
- スキンプフレーション回避のカギは、サービス特性の理解と、顧客との共同生産の導入
- 顧客接点を多様化し、人手による作業を減らす「製品－サービス・システム（PSS）」
- 経営学の一大潮流であるサービス・ドミナント・ロジックも共同生産の重要性を主張

1. はじめに：「スキンプフレーション」発生はホスピタリティ産業にとって脅威

国内では9月末で緊急事態宣言が解除され、新型コロナウイルス感染者数も減少傾向にありますが、世界的に見ると、南アフリカで新しい変異型（オミクロン型）が発見され、韓国では相変わらず感染拡大が続いているなど、コロナ禍は未だ先が見えない状況です。

そのような状況下で、ホスピタリティ産業（外食、宿泊、交通、レジャーなどの対人サービス業。医療・介護業界を含める場合もあります）は、外出自粛や三密回避の影響で、現在も大きな打撃を受けています。ホスピタリティ産業はコロナ収束後に一息つけるわけではなく、さらに脅威となるのは、労働力不足からサービス提供企業自らそのサービスの一部を削ることから発生する「スキンプフレーション」です。

Skimpflation（スキンプフレーション）は、「ケチケチした」という意味のskimpと、経済用語であるインフレーションをかけあわせた米国発の造語です。現在、米国ではホスピタリティ産業や小売業などのサービス業界を中心に、主にコロナ禍がもたらした人手不足によって、今まで提供されてきたサービスの一部が削られるという現象が表出しています。サービス商品は様々なサービスをひとまとめにして値付けされていますので、表面的な価格が変わらずに「商品あたりサービス要素の部分的縮減」が起これば、これは消費者にとっては値上げに他なりません。また、サービス要素は削られなくとも、人手不足を言い訳にサービス提供までのコストパフォーマンス（例えば「待ち時間」）が悪化すれば、サービスの質が低下したものと消費者は受け取ります。

インフレーションは物価上昇を意味しますが、スキンプフレーションは、名目的なサービス価格は変わらなくても、今までは享受してきたはずのサービス要素が削られ、サービス品質が低下しているために、消費者の側にとっては実質的な物価上昇に等しいという状態を示しています。

そこで値上げと認識されないように、企業側が価格も下げようとする、どうしてもサービス要素の一部を削ることになりますが、これは逆効果です。やむを得ず削ったサービス要素と、あえて削ったサービス要素とを、消費者が正しく識別できるわけではなく、その企業の提供するサービスが文字通り「ケチケチした」印象になってしまえば、サービスを通じて消費者が得る満

足度が下がり、スキンプフレーションはさらに加速してしまいます。

スキンプフレーションは日本ではまだなじみの薄い言葉で、検索エンジンGoogleで完全一致の形の「スキンプフレーション」で検索しても59件しかヒットしませんが、英語の「skimpflation」で検索すると27,200件もヒットしました（いずれも2021年11月26日に検索）。米国を中心とした英語圏では既に社会問題として認識されていると考えられます。

しかし、コロナ禍以前から深刻な労働力不足に陥っていた日本では、コロナが収束しても十分な労働力が得られない可能性が高いとみられます。ただでさえホスピタリティ産業は外国人労働者や技能実習生、留学生アルバイトに労働力を依存してきましたので、たとえ日本国内でコロナが一定程度まで収束し、外食や旅行などの消費活動が活発化しても、労働力を回復させるにはさらなる時間を要するでしょう。そうすると、顧客が求めるサービスを提供することができず、かなりの機会損失を発生させますし、労働力が不足するなかでホスピタリティ産業がなんとかサービスを提供しようと模索するなかで、前述したようなスキンプフレーションに見舞われるかもしれません。

残念ながら、労働力の確保のための即効性のある秘策はありません。しかし、サービスマネジメントの理論から、スキンプフレーションに対抗できるような戦い方を考案することはできます。

本稿では、「サービスを『削る』のではなく、顧客と『共同生産』すべき」、という論点をヒントに、コロナ後のサービス戦略を考えてみたいと思います。

2. サービス特性とサービス・パッケージ：有形要素でサービスを可視化する

筆者はビジネススクールでサービスマネジメントの講義を担当していますが、講義の最初の時間で整理するのは「サービス特性」です。サービス特性は様々な整理方法がこれまで提出されてきました。中でも最もよく言及されるのは、サービスがモノを主体とする取引とはどう異なるかを浮き彫りにして特性を整理することです。すなわち、「無形性（Intangibility）」、「異質性（Heterogeneity）」、「同時性（Inseparability）」の3つがそれです（その頭文字をとって「IHI」とも呼ばれます）。近年は、その3つに「結果と過程（Result and Process）」、そして「共同生産（Co-Production）」という概念を加えることがサービス経営学の主流の考え方です。筆者はこれらを統合・簡略化した3特性にまとめ、本誌の2021年1月号で以下のように紹介しています。

- ①プロセス（Process）：サービスは一連のプロセス（過程）によって生まれる
- ②不可分性（Inseparability）：サービスは多かれ少なかれ生産と消費が同時に起こる
- ③共同生産（Participants）：プロセスに顧客が組み込まれ、ときに顧客が共同生産者となる

ちなみに、一般的なサービス特性の整理における「無形性」の概念は、モノと対比した場合にサービスを際立たせるには優れた分類なのですが、次の理由で完全にサービスが無形というわけではないので上記からは外しています。つまり、サービス商品は確かに、モノ製品と違って可視化できる要素が少なく、モノ製品のように触って実態を把握することが完全には難しいものです。とはいえ、例えば航空サービスのように、ファースト・クラスにおける客室乗務員の接客は、乗務員による行為そのものであって不可視ですが、ファースト・クラスにはゆったりとした

広いシートがあり、消灯時にはそれがフルフラットになったりするモノ的要素（有形要素）があります。このことはコア・サービスである目的地への移動という要素（無形）をとりまく形で、快適なソファ（有形）、上質な機内食（有形）、客室乗務員による気持ちのよい丁寧な接客（無形）などといったサブ・サービスがぐるりと存在することを意味します。つまり、サービス商品というのは、有形と無形にまたがる様々な要素をひとまとめにしたパッケージであるということです。このことをサービス経営学では「サービス・パッケージ」と呼んでいます。大手旅行代理店や航空系旅行会社が提供するパッケージ・ツアーもその一例です。

有形要素というのは、コアとなるサービスの無形性を補完する存在です。例えば以前、日本の航空会社が自社のファースト・クラスの良さを説明するために、サービス商品全体を事細かに説明するのではなく、フルフラットシートの採用を前面に押し出した広告を打つことで、ファースト・クラスの上質さという捉えどころのない価値を訴求しようとしていました。つまり、サービス商品は、無形性という性質を持っていて、その捉えどころのなさを補うために、サブ・サービスに過ぎないモノ的要素（これを「有形要素」と呼びます）をあえて強調して、コア・サービスの魅力を顧客に対して効果的に伝えることが必要なのです。

翻って、今回の本題であるスキンプレーションと一緒にこのことを考えてみましょう。

現在コロナ禍の経営難と人手不足から、コストカットや少ない従業員数でのオペレーションを回すために、サービス要素を削っていく現象が顕在化しつつあります。しかし、サブ・サービスのいくつかを削ってしまうことで、コア・サービスが無形要素だった場合に、その不可視的な魅力を伝えるために必要な有形要素までも削減されてしまうかもしれません。これによりサービス・パッケージ全体の価値を低く見せてしまえば、スキンプレーションを加速させてしまいかねません。

もし仮に、どうしてもサービス要素のどこかを削らなければならないときには、サービス・パッケージを見渡し、その商品のコア・サービスの品質が優れているというシグナルとして作用する要素（有形要素であることが多い）が残されているかをチェックしましょう。

3. サービス特性①：サービスの「結果」より「過程」にこだわった売り方をする

もう1つ、一般的なサービス特性の整理において言及される「異質性」も、筆者による特性整理では外しています。ちなみに、この特性はサービスが人的な行為であることから必然的に派生するもので、サービス提供者によってサービスの質が良くも悪くも変わってしまうことを、どちらかというとネガティブに示した特性です。しかし、「良くも」変わってしまう、というところがより重要なのであって、筆者はサービス商品においては、その異質であるということを、むしろ魅力として訴求すべきだと考えているため、特性リストからは外しています。

異質性がもたらすマイナス点のうち、「結果」のバラツキへの対応については、筆者が本誌の2021年1月号でも紹介したように、サービス品質を一定に保つ際に役立つ、品質管理に関する国際標準規格（ISO9001や、最近発行されたISO23592とISO/TS24082など）の認証を取得したり、ガイドラインとして参考にしたりする選択肢があります。

本稿では、結果よりも「過程」に着目します。認証取得やその要求水準のクリアには時間とコストが必要ですが、ここで紹介する方法はもっと低いハードルで取り組むことができるものです。

具体例で考えてみましょう。ハンバーガーショップなどで提供される接客サービスは、いかにマニュアル化されているとはいえ、提供する従業員によってその質が異なることは明らかです。ときには自分の予想に反する接客態度をとられて腹の立つ経験をした方もいらっしゃるかもしれません。その一方で、そのハンバーガーショップの味がとにかく好きなだけであって、従業員が笑顔（スマイル）いっぱいでおススメのメニューを教えてくれるということにほとんど関心がない人もいるでしょう。後者のタイプの顧客にとっては結果品質だけが問題なわけです。

この例では、提供されるハンバーガーの質にバラツキがあることはほとんどないでしょう。ここで前者のタイプの顧客が腹を立て、問題にしたのは「過程品質」の方です。

ここで再びスキンプレーションについて考えてみましょう。コロナ後にハンバーガーショップが人手不足に陥ったとします。少ない従業員数でオペレーションを回した結果、従来のスマイルは影をひそめ、待ち時間も長くなっていったとしたら、顧客はどう感じるのでしょうか。

多くの人は著名なハンバーガー・チェーンで提供されるスマイルをともなった接客や、ファストフードの名の通り、（ファスト）素早く食事が提供される運営形態に対して、ハンバーガーの味と同様の魅力を感じています。スマイル（「過程」）とハンバーガー（「結果」）はこのタイプのサービス業態が、サービス・パッケージとして売ってきたといえるものです。つまり、ここで過程品質の一部を下げてしまうことは、多くの人の期待を裏切ってしまうことになるわけです。

また、何より重大な危険性は、このような過程品質の軽視に舵を切ってしまうと、スキンプレーションを助長してしまうということです。その理由は簡単です。ハンバーガーショップにとって、もっとも原価が顧客にわかりやすいのはどこかを考えてみてください。それは明らかに提供しているハンバーガーそのものです。パンズの原料、ハンバーグの原料である牛肉の等級などは味に現れるので容易に原価を想像できます。また、比較の対象としてもコンビニエンス・ストア等ではハンバーガー類の商品がいくらかでも陳列されており、同一価格帯のライバル商品はたくさん売られています。もしもハンバーガーだけの結果品質に偏ってしまうと、自社の戦場を自らほかの小売店等の業態と同一の土俵に移すことにつながってしまいます。ホスピタリティを売りにしてきた店舗のとるべき行動としてこれは最悪です。

すなわち、ライバル業態において過程品質が顧客から問われていないならば、むしろ自社の過程品質はカットしてはいけないということになります。このことは、結果品質のばらつきが起これにくい業態においては、なおさら心に留めるべきなのです。結果品質が均一ということは原価がはっきりしているということであり、顧客に原価が見えにくい（コスト構造がわかりにくい）部分にこそ付加価値の源泉があるということを忘れてはなりません。

4. サービスの特性②&③：顧客をサービスプロセスに組み込んで「共同生産」を促す

筆者が整理した「不可分性」というサービス特性は、サービス商品の在庫を持つことができず、サービス提供者と受給者が常に同じ場に存在するという、もともとは同時性と呼ばれたサービス特性を、提供者と受給者の関係性の観点から強調した用語です。この同時性や不可分性は、美容師によるカットやセットの作業を想像するとわかりやすいでしょう。美容師と顧客は確かに、髪をカットされている間から、仕上げに髪をセットされているときまでずっと同じ場所において、同じ時を過ごしています。つまり、生産と消費が同時に起こっています。このことは、前述の過程

品質と結果品質が決まる瞬間も、両者が同じ場所に同時に居合わせることを意味しています。

しかし、この説明だと同時性という呼び方だけでも捉えられます。より強調される点は、顧客は美容師に対して、より多くのリクエストをしたり、普段の自分の生活スタイルをさりげなく日常会話の形で伝えたりすることで、美容師側が顧客の真の要望を理解し、自分が気に入る髪型に近づくことができる点です。このことはただ同時にその場にいる、ということ以上の現象を指しています。その証拠に、美容室でただ黙ってヘアカタログの中から好みの髪型を指さすだけでは、きっと思い通りの髪型にはならないでしょう。

この不可分性の特性が存在するゆえに、サービスは大量生産に向かず、製造業のように規模の経済性を目指すことが難しいということが示されます。こう説明するとデメリットのようですが、顧客がサービス提供の場に常にいるということは、顧客接点（英語圏では「タッチポイント」と呼ばれています）が、常に確保できるということで、これは大きなメリットにつながります。

つまり、マスに対する大量生産ではなく、個に対するカスタマイズに商品価値が見いだされている場合は、カスタマイズは多くの情報を多様なチャネルから収集したほうが成功するので、むしろメリットに転じるということなのです。例えば、フランス料理店でソムリエがオススメするワインを味わう際、あらかじめ自分の体調や気分を伝え、今回はどのような利用機会（何かの記念日であるとか）なのかの情報を与えておけば、素敵なワインを選んでくれる可能性は俄然高まります。つまり、顧客が店側のサービス生産に協力しなければ高い満足につながりません。

このように、価値の「共同生産」は不可分性の特性を活かすことで生まれるため、「顧客をサービス生産プロセスに組み込んだ」形でサービスを創出すべき、といえるのです。

ところで、この共同生産の概念は、ホスピタリティ産業でありながら、顧客をサービス生産に参画させてこなかった業界にこそ必要とされています。次章以降では、共同生産を促すことで、スキンプレーション発生に対する一定の抑止力になることを説明いたします。

5. 顧客接点の多様化を目指す「製品-サービス・システム (PSS)」の導入

共同生産の導入とスキンプレーション回避の両立を目指す場合の参考事例として紹介したいのが、医療行為の1つであるリハビリテーションにおけるサービス共同生産です。医療サービスの中でもリハビリは、顧客接点が増えることで、患者をサービス生産プロセスに組み込みやすくなる、サービス共同生産による価値創出がしやすい分野なのです。

そもそもリハビリは、怪我や病気により身体の機能の一部が損なわれ、その回復を目指す際に行われる治療行為ですが、回復とその後の機能維持という患者生活の全体像のなかで、理学療法士や作業療法士が関わって行うリハビリと、患者自身による自発的なリハビリが繰り返されます。その間は、専門医による要所要所での介入が行われます。この介入行為において必要なのは、正しい情報であると同時に、多様なチャネルから採取された情報です。

医師が効果的な介入をするには、リハビリの進捗が正しく伝わっていることが必要条件となります。病院内でリハビリ・スタッフが行う場合は正しく記録されています（これも手書き入力が多く、改善の余地があります）が、患者の自主リハビリの情報はそうはいきません。リハビリ時にどこが痛んだか、どの程度の負荷をかけたか、その時に家族の介助はあったかなど、実は多様

な情報を収集することで、医師による診断精度は向上するはずですが。しかし実際には、患者側に適切な情報収集と記録、さらにはそれを正しく医師に伝える能力が不足していて、多様な情報をもとに総合的な判断を下すことはなかなか難しいのです。これを改善するために、適切に記録してくれる医療器具を導入したり、最近ではスマートフォンのアプリを記録に使ったりするなど、患者が使いやすい形でのモノ的なサービス装置の導入が試行錯誤されています。

このように、顧客接点を多様化させることで、サービス改善が見込める応用分野に対する研究が世界中で進められています。この研究分野は、製品・サービス・システム（Product-Service System：PSS）と名付けられ、医療分野だけでなく旅行分野など、様々なホスピタリティ業界への応用を意図した研究が行われています。いずれも顧客接点が増えることや、あるいはサービス導入時のハードルを下げるための努力が、結果として共同生産によって生み出される価値を（過程と結果の両面で）高めていくことが目指されています。

6. まとめ：サービス・ドミナント・ロジック（SDL）も共同生産の重要性を提唱

サービス特性のうち、最後に紹介した「共同生産」の概念は、最新のサービス経営学の中核をなすものです。具体的には、現在のサービス経営学界において、理論的潮流として影響力が大きいのが、北米の経営学者であるロバート・F・ラッシュ教授とスティーブン・L・バーゴ教授の二人が提唱し始めた「サービス・ドミナント・ロジック（略称：SDL）」です。彼らが2004年に初めてSDLに関する論文を発表すると、多くの賛同者を世界中から集め、現時点では2016年に改訂されたバージョンを軸に、サービスに関する包括的な論理の枠組みを提供しようとしています。

SDL（2016年改訂版）は、5つの公理とそこから派生する11の基本的前提を置いて、彼らがサービス・ドミナント・マインドセットと名付ける、ビジネスをまなざす際のレンズをしっかりと定めています。長大な論理なので詳しい理解を目指す方は別途参考文献をご覧くださいとして、ここでは、その考え方を筆者なりにフォーカスして、以下の4点にまとめておきます。

1. 取引上の基盤：サービスが取引の基盤で、交換価値より使用価値・文脈価値が重要である
2. 価値の作り手：価値は常に顧客を含む複数の企業の相互作用により共創される
3. 価値の提案法：企業側が価値提供するのではなく、価値の創造と提案に参加している
4. 顧客の捉え方：サービス中心の考え方は、顧客志向的でかつ関係的である

1. から順に説明しましょう。SDLのレンズでビジネスを見ると、製造業だろうがサービス業だろうが、取引上の基盤は全てサービスということになります。これは最近の製造業者が、モノを売っているように見えて、実際はそのモノが安定的に使用できる状態をサービス価値（使用価値）として提供している、と説明するとわかりやすいと思います。さらに言えば、顧客それぞれによってその使用する事情（文脈）が違うので、より個人にカスタマイズされたサービス価値（文脈価値）が必要になる、ということでもあります。

2. に関して、これまで「価値の作り手」は企業の側にいるとされてきました。しかし、既に説明したように、企業だけが作り手となるより、共同生産されたサービスのほうが顧客の満足を

引き出しやすいのです。もちろん、顧客と企業との相互作用は、適切な顧客接点が豊富にあって、そこから得られる情報を活かすことでカスタマイズの精度があがり、より促進されていきます。

3. であげた「価値の提案法」も、従来は企業側だけが価値提供すると考えられてきました。しかし、この考え方に凝り固まると、顧客による価値提案への機会を逃してしまいます。価値を創造する際だけでなく、価値を提案する際にも共同生産は可能です。既に説明したように、サービスとは交換価値ではなく、使用価値や文脈価値によって価値が決まるものです。この価値は顧客自身が決めるわけですから、そのヒントを企業側に提供してもらうにこしたことはありません。

4. は、上記1.～3.における顧客の捉え方が全て、売り上げ至上主義のような販売志向では決してなく、顧客志向的であることを説明しています。顧客との継続的な関係性によって、企業側が顧客にもたらす提案の精度も高まるので、両者は関係的に深化することが望ましいのです。

以上のように、SDLが焦点とする考え方のほとんどは、顧客との「共同生産」を前提としています。そもそも現代の商取引はいまや全てサービスを基盤としているのであって、顧客に何らかの形で参加してもらうことでサービス商品としての価値を生んでいるとすれば、サービスを削るという発想は決して得策とは言えない、ということなのです。

ならばどうすべきか。サービスを削る代わりに、共同生産をもっと活用するべきです。実は顧客が共同生産に参加することは、企業側のマーケティング・コストを押し下げる効果があります。現代の消費社会は、企業が新商品開発のために膨大なマーケティング・コストをかけても、顧客の真のニーズは結局わからないと言われて久しい時代です。ところが、サービス価値というのは、そもそも共同生産によってこそ高い価値が生まれるものなのですから、サービス生産プロセスのなかで顧客ニーズを理解すると割り切ればよいのです。先のリハビリの事例でも、PSSの導入によって、人的な労力を削減すると同時に、顧客接点の多様化を狙っていました。顧客接点が多様にあれば、顧客ニーズを収集することは決して難しくはないのです。

まとめになりますが、コロナ後のスキンプレーションの脅威を前にして、何らかのサービス要素を闇雲に、そして全く理論武装せずに削ってしまおうとすることだけは避けるべきです。顧客との共同生産を重視すれば、マス・マーケティングのコストを削ることができます。なにより、共同生産を重視するサービス・ドミナントな考え方こそが現代経営学の最新潮流なのです。

【参考文献】

ロバート・F・ラッシュ&ステイブン・L・バーゴ著、井上崇通監訳、庄司真人・田口尚史訳（2016）、『サービス・ドミナント・ロジックの発想と応用』同文館出版。

内田純一著（2021）「サービス生産性の向上にどう取り組むか」、『ほくよう調査レポート』、2021年1月号。

<執筆者紹介>

AFLAC日本社（現 アフラック生命保険）勤務、北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院准教授等を経て現在、小樽商科大学ビジネススクール教授（サービスマネジメント論）。



主要経済指標（１）

年月	鉱工業指数											
	生産指数				出荷指数				在庫指数			
	北海道		全国		北海道		全国		北海道		全国	
	2015年=100 季調値	前 期 比 (%)	2015年=100 季調値	前 期 比 (%)	2015年=100 季調値	前 期 比 (%)	2015年=100 季調値	前 期 比 (%)	2015年=100 季調値	前 期 比 (%)	2015年=100 季調値	前 期 比 (%)
2017年度	100.3	0.5	103.5	2.9	101.4	2.0	102.4	2.2	98.0	6.2	98.7	5.1
2018年度	98.2	△ 2.1	103.8	0.3	98.2	△ 3.2	102.6	0.2	101.2	3.3	98.9	0.2
2019年度	92.7	△ 5.6	99.9	△ 3.8	92.2	△ 6.1	98.9	△ 3.6	108.8	7.5	101.7	2.8
2020年度	83.3	△10.1	90.4	△ 9.5	83.3	△ 9.7	89.2	△ 9.8	85.3	△21.6	91.7	△ 9.8
2020年 7～9月	79.8	△ 2.3	88.8	9.0	80.1	△ 0.9	87.8	9.2	103.0	△ 8.2	97.6	△ 3.2
10～12月	84.4	5.8	93.9	5.7	84.4	5.4	93.0	5.9	91.7	△11.0	96.0	△ 1.6
2021年 1～3月	87.2	3.3	96.6	2.9	87.7	3.9	94.9	2.0	88.0	△ 4.0	94.8	△ 1.3
4～6月	90.1	3.3	97.7	1.1	92.8	5.8	95.6	0.7	86.7	△ 1.5	95.7	0.9
7～9月	r 90.7	0.7	94.1	△ 3.7	r 91.9	△ 1.0	91.7	△ 4.1	r 88.7	2.3	98.1	2.5
2020年 10月	83.8	5.3	93.5	2.1	84.4	5.5	92.7	2.2	98.2	△ 4.7	96.6	△ 1.0
11月	84.4	0.7	94.2	0.7	84.1	△ 0.4	93.5	0.9	93.9	△ 4.4	95.4	△ 1.2
12月	85.0	0.7	94.0	△ 0.2	84.6	0.6	92.9	△ 0.6	91.7	△ 2.3	96.0	0.6
2021年 1月	86.8	2.1	96.9	3.1	86.0	1.7	95.6	2.9	92.0	0.3	95.1	△ 0.9
2月	87.2	0.5	95.6	△ 1.3	88.2	2.6	94.4	△ 1.3	89.2	△ 3.0	94.4	△ 0.7
3月	87.6	0.5	97.2	1.7	89.0	0.9	94.8	0.4	88.0	△ 1.3	94.8	0.4
4月	89.7	2.4	100.0	2.9	92.0	3.4	97.7	3.1	87.3	△ 0.8	94.7	△ 0.1
5月	89.2	△ 0.6	93.5	△ 6.5	92.8	0.9	92.3	△ 5.5	87.7	0.5	93.7	△ 1.1
6月	91.3	2.4	99.6	6.5	93.5	0.8	96.7	4.8	86.7	△ 1.1	95.7	2.1
7月	93.9	2.8	98.1	△ 1.5	94.9	1.5	96.4	△ 0.3	87.5	0.9	95.0	△ 0.7
8月	90.7	△ 3.4	94.6	△ 3.6	91.8	△ 3.3	92.2	△ 4.4	87.3	△ 0.2	94.9	△ 0.1
9月	r 87.5	△ 3.5	89.5	△ 5.4	r 88.9	△ 3.2	86.6	△ 6.1	r 88.7	1.6	98.1	3.4
10月	p 86.3	△ 1.4	91.1	1.8	p 87.0	△ 2.1	88.7	2.4	p 90.5	2.0	98.7	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。

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 (%)
2017年度	962,121	0.9	196,252	0.5	201,291	△ 0.8	65,354	△ 0.4	760,830	1.3	130,898	1.0
2018年度	965,871	0.4	195,477	△ 0.4	200,459	△ 0.4	63,981	△ 2.1	765,411	0.6	131,497	0.5
2019年度	956,606	△ 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	196,301	△ 5.1	135,152	△27.5	45,612	△24.5	835,089	2.0	150,689	2.9
2020年 7～9月	242,702	△ 4.1	49,481	△ 5.8	36,143	△25.1	11,653	△25.4	206,559	0.8	37,828	2.4
10～12月	262,022	△ 1.6	54,120	△ 1.2	41,643	△21.6	14,825	△11.6	220,379	3.5	39,295	3.6
2021年 1～3月	237,023	△ 1.4	47,953	△ 2.1	35,931	△ 9.9	11,736	△10.1	201,093	0.2	36,217	0.6
4～6月	234,119	2.5	47,356	5.8	29,385	37.1	10,422	40.9	204,734	△ 1.1	36,935	△ 1.1
7～9月	239,584	△ 1.3	48,779	△ 1.4	32,759	△ 9.4	11,099	△ 4.8	206,825	0.1	37,679	△ 0.4
2020年 10月	78,560	3.1	16,303	4.0	12,884	△ 7.4	4,163	△ 2.5	65,676	5.3	12,140	6.0
11月	80,298	△ 2.6	16,781	△ 3.2	11,443	△30.6	4,628	△15.1	68,855	4.4	12,153	2.6
12月	103,164	△ 4.0	21,036	△ 3.3	17,316	△23.9	6,034	△14.5	85,848	1.4	15,002	2.4
2021年 1月	80,624	△ 5.6	16,284	△ 5.8	11,233	△36.3	3,636	△30.2	69,391	2.5	12,648	4.9
2月	74,661	△ 2.4	14,969	△ 3.3	11,000	△ 9.4	3,581	△11.8	63,661	△ 1.4	11,387	△ 0.8
3月	81,739	4.2	16,701	2.8	13,697	36.0	4,519	19.3	68,041	△ 0.5	12,182	△ 2.2
4月	77,942	7.8	15,526	15.7	10,801	99.7	3,536	153.1	67,142	0.4	11,990	△ 0.2
5月	76,767	3.7	15,410	6.0	8,084	116.3	2,768	58.8	68,683	△ 2.3	12,642	△ 1.2
6月	79,410	△ 3.4	16,420	△ 2.2	10,501	△14.5	4,118	△ 3.3	68,909	△ 1.4	12,303	△ 1.8
7月	82,134	0.1	17,137	1.3	12,086	△ 5.0	4,458	2.6	70,049	1.1	12,679	0.8
8月	80,876	△ 2.7	16,079	△ 4.8	9,770	△14.4	3,102	△13.9	71,106	△ 0.8	12,977	△ 2.3
9月	76,574	△ 1.3	15,563	△ 0.7	10,904	△ 9.1	3,540	△ 4.5	65,670	0.1	12,024	0.4
10月	80,272	2.2	16,518	1.3	13,363	3.7	4,265	2.5	66,909	1.9	12,252	0.9
資料	経済産業省、北海道経済産業局											

■ 百貨店・スーパー販売額の前年同月比は全店ベースによる。

■ 「p」は速報値、「r」は修正値。

■ 2020年3月に対象事業所の見直しを行ったため、これに関わる前年（度、同期、同月）比増減率は、ギャップを調整するリンク係数で処理した数値で計算している。

主要経済指標（２）

年月	専門量販店販売額											
	家電大型専門店				ドラッグストア				ホームセンター			
	北海道		全国		北海道		全国		北海道		全国	
	百万円	前年同月比(%)	億円	前年同月比(%)	百万円	前年同月比(%)	億円	前年同月比(%)	百万円	前年同月比(%)	億円	前年同月比(%)
2017年度	141,377	3.2	43,348	3.3	255,331	5.3	61,503	6.4	130,289	0.6	32,908	△ 0.4
2018年度	144,984	2.6	44,203	2.1	265,867	4.3	64,667	5.3	133,977	2.8	32,775	△ 0.4
2019年度	149,070	2.8	45,211	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	49,157	8.4	281,690	△ 0.6	72,350	3.2	140,449	5.3	35,221	6.7
2020年 7～9月	38,283	△14.8	12,748	△ 4.6	72,661	0.4	18,456	1.8	35,594	△ 0.1	8,978	4.0
10～12月	41,513	21.4	12,602	21.6	70,626	0.7	18,163	6.3	36,908	7.9	9,067	8.1
2021年 1～3月	39,723	8.3	12,210	10.9	67,311	△ 7.3	17,353	△ 2.8	27,018	4.2	7,654	3.5
4～6月	34,742	△ 4.7	11,126	△ 4.1	70,524	△ 0.8	18,367	△ 0.1	40,411	△ 1.3	9,093	△ 4.5
7～9月	39,473	3.1	11,670	△ 8.5	73,302	0.9	18,814	1.9	35,610	0.0	8,366	△ 6.8
2020年 10月	11,858	34.4	3,444	29.0	23,092	△ 7.5	5,813	7.2	11,433	11.3	2,797	9.7
11月	13,673	29.0	4,004	25.3	23,715	9.8	5,847	7.0	11,662	5.1	2,821	7.3
12月	15,982	8.2	5,154	14.7	23,819	1.0	6,503	5.0	13,813	7.5	3,448	7.6
2021年 1月	13,544	0.8	4,306	11.4	24,186	△ 1.2	5,854	3.0	9,167	12.0	2,576	10.7
2月	11,305	10.3	3,492	7.2	22,169	△ 9.6	5,551	△ 8.5	7,679	△ 3.0	2,344	△ 0.1
3月	14,874	14.5	4,413	13.6	20,956	△11.1	5,947	△ 2.4	10,172	3.6	2,733	0.4
4月	11,541	15.8	3,520	14.5	23,426	1.1	6,010	△ 2.8	12,818	4.5	3,034	1.6
5月	11,519	1.4	3,820	0.7	22,675	△ 2.0	6,182	1.9	14,485	△ 3.2	3,228	△ 4.7
6月	11,682	△22.7	3,786	△19.9	24,423	△ 1.4	6,175	0.8	13,108	△ 4.3	2,831	△10.1
7月	14,709	14.5	4,422	△ 2.9	24,026	△ 0.9	6,339	2.2	13,173	1.5	2,940	△ 2.4
8月	12,672	△ 4.4	3,697	△18.3	25,135	2.3	6,442	0.5	11,602	△ 4.4	2,772	△14.0
9月	12,092	△ 0.8	3,551	△ 3.3	24,141	1.3	6,033	3.2	10,835	3.3	2,654	△ 3.2
10月	11,815	△ 0.4	3,511	1.9	22,899	△ 0.8	6,088	4.7	11,665	2.0	2,809	0.4
資料	経済産業省、北海道経済産業局											

■専門量販店販売額は2014年1月から調査を実施。

■ドラッグストアの一部事業所の数値の訂正があり、2018年1月～12月分まで遡及して訂正（年間補正）を行ったため、これに関わる前年（度、同期、同月）比増減率は、リンク係数で処理した数値で計算している。

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(%)
	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(%)
2017年度	565,731	1.9	118,019	2.3	264,433	1.5	284,587	1.3	13,777	2.0	1,736	24.5
2018年度	573,408	1.4	120,505	2.1	255,210	△ 3.5	289,007	1.6	13,546	△ 1.7	1,884	8.5
2019年度	582,414	1.6	121,748	1.0	272,976	7.0	291,235	0.8	13,267	△ 2.1	1,584	△15.9
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
2020年 7～9月	151,437	△ 2.7	30,136	△ 5.6	274,498	2.6	271,040	△ 8.1	1,515	△63.7	0	△100.0
10～12月	142,861	△ 3.1	29,907	△ 3.2	274,795	△ 4.4	292,411	△ 0.3	1,665	△50.1	0	△100.0
2021年 1～3月	131,730	△ 2.2	27,776	△ 2.8	253,123	△ 3.9	276,670	△ 2.5	938	△59.4	0	△100.0
4～6月	139,737	2.3	29,083	5.0	265,963	3.9	280,797	6.1	1,044	116.9	0	△100.0
7～9月	153,686	1.5	30,648	2.0	244,902	△10.8	266,551	△ 1.7	1,626	7.3	0	50.0
2020年 10月	47,758	△ 3.1	9,973	△ 3.3	252,179	△11.7	283,508	1.4	689	△41.5	0	△100.0
11月	45,561	△ 2.9	9,700	△ 2.4	254,785	△ 3.6	278,718	△ 0.0	571	△47.5	0	△100.0
12月	49,542	△ 3.3	10,234	△ 3.8	317,422	1.7	315,007	△ 2.0	406	△62.2	0	△100.0
2021年 1月	44,458	△ 3.6	9,290	△ 4.4	240,533	△ 7.2	267,760	△ 6.8	242	△76.0	0	△100.0
2月	41,238	△ 6.7	8,696	△ 6.6	224,851	△11.9	252,451	△ 7.1	247	△73.2	0	△100.0
3月	46,034	3.5	9,789	2.5	293,986	6.5	309,800	6.0	450	17.2	0	△100.0
4月	45,542	4.5	9,618	8.2	271,993	3.6	301,043	12.4	408	163.9	0	△100.0
5月	46,516	1.9	9,734	5.3	270,642	11.3	281,063	11.5	317	226.3	0	—
6月	47,679	0.5	9,731	1.7	255,253	△ 2.6	260,285	△ 4.9	320	39.1	0	—
7月	52,550	4.8	10,484	6.1	255,902	△ 6.6	267,710	0.3	566	36.4	0	—
8月	51,299	△ 0.3	10,191	△ 1.2	241,024	△11.0	266,638	△ 3.5	610	15.0	0	—
9月	49,837	△ 0.1	9,973	1.1	237,780	△14.8	265,306	△ 1.7	450	△21.1	0	△25.0
10月	47,553	△ 0.4	9,927	△ 0.2	241,128	△ 4.4	281,996	△ 0.5	634	△ 7.9 p	0	—
資料	経済産業省、北海道経済産業局				総務省、北海道				北海道観光振興機構		法務省	

■コンビニエンスストア販売額の前年同月比は全店ベースによる。

■年度および四半期の数値は月平均値。

■「p」は速報値。

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(%)
2017年度	183,770	4.4	62,807	3.1	63,443	1.6	57,520	9.3	4,349,778	2.5
2018年度	178,533	△ 2.8	61,208	△ 2.5	60,841	△ 4.1	56,484	△ 1.8	4,363,608	0.3
2019年度	170,602	△ 4.4	58,907	△ 3.8	57,834	△ 4.9	53,861	△ 4.6	4,173,186	△ 4.4
2020年度	154,391	△ 9.5	52,964	△10.1	49,677	△14.1	51,750	△ 3.9	3,859,250	△ 7.5
2020年 7～9月	41,614	△13.5	13,730	△17.6	13,476	△16.0	14,408	△ 6.3	992,868	△14.1
10～12月	36,692	17.7	13,349	20.7	10,879	6.3	12,464	26.2	992,031	15.4
2021年 1～3月	43,994	△ 0.6	15,918	4.5	12,666	△14.0	15,410	7.6	1,196,823	4.2
4～6月	37,008	15.3	13,377	34.2	11,048	△12.7	12,583	32.9	856,589	26.4
7～9月	34,956	△16.0	13,472	△ 1.9	10,562	△21.6	10,922	△24.2	830,028	△16.4
2020年 10月	13,323	33.1	4,506	31.5	4,110	31.4	4,707	36.1	339,923	30.8
11月	12,877	13.1	4,733	26.1	3,722	△ 6.4	4,422	21.1	336,908	6.7
12月	10,492	7.3	4,110	5.9	3,047	△ 2.7	3,335	20.7	315,200	10.9
2021年 1月	10,487	1.8	3,964	14.6	2,808	△15.4	3,715	5.6	324,546	7.8
2月	11,885	△ 5.7	4,238	0.8	3,238	△23.6	4,409	5.8	361,891	△ 0.0
3月	21,622	1.2	7,716	2.0	6,620	△ 7.6	7,286	9.8	510,386	5.2
4月	12,722	14.4	4,323	47.2	4,154	△17.0	4,245	33.5	288,397	31.5
5月	11,407	40.1	3,972	47.3	3,202	△ 3.3	4,233	98.5	271,569	55.7
6月	12,879	0.4	5,082	17.3	3,692	△14.9	4,105	△ 1.2	296,623	4.5
7月	13,792	△ 5.4	5,211	6.3	4,574	△ 4.4	4,007	△18.0	309,463	△ 6.4
8月	10,959	△ 5.6	4,073	15.3	3,357	△18.6	3,529	△10.5	263,602	△ 2.8
9月	10,205	△33.9	4,188	△20.9	2,631	△42.4	3,386	△39.3	256,963	△34.3
10月	9,294	△30.2	3,566	△20.9	2,702	△34.3	3,026	△35.7	230,499	△32.2
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(%)
2017年度	37,062	△ 1.2	9,464	△ 2.8	1,983	9.6	47,293	4.4	101,480	△ 0.8
2018年度	35,761	△ 3.5	9,529	0.7	1,868	△ 5.8	46,037	△ 2.7	104,364	2.8
2019年度	32,486	△ 9.2	8,837	△ 7.3	1,756	△ 6.0	43,019	△ 6.6	104,036	△ 0.3
2020年度	31,772	△ 2.2	8,122	△ 8.1	1,852	5.5	40,030	△ 6.9	94,870	△ 8.8
2020年 7～9月	9,377	0.1	2,095	△10.1	541	△10.0	9,833	△12.7	22,336	△14.1
10～12月	7,722	1.2	2,071	△ 7.0	262	△25.4	9,679	△ 8.1	24,121	1.2
2021年 1～3月	5,765	8.1	1,910	△ 1.6	329	17.5	9,839	3.6	26,881	△ 2.5
4～6月	9,877	10.9	2,210	8.1	652	△ 9.4	11,682	9.4	24,237	12.6
7～9月	9,171	△ 2.2	2,247	7.2	390	△27.8	9,576	△ 2.6	25,307	13.3
2020年 10月	2,709	3.0	707	△ 8.3	107	△37.7	3,294	△ 2.8	7,499	2.8
11月	2,691	4.6	708	△ 3.7	79	△35.2	3,091	△ 7.7	7,229	△11.3
12月	2,322	△ 4.4	656	△ 9.0	77	30.2	3,294	△13.2	9,392	11.8
2021年 1月	1,605	29.3	584	△ 3.1	129	238.5	2,989	13.4	6,772	1.5
2月	1,505	△13.5	608	△ 3.7	56	△21.7	3,081	△ 9.2	6,822	△ 7.1
3月	2,655	12.9	718	1.5	144	△15.6	3,768	8.7	13,287	△ 2.0
4月	3,468	17.6	745	7.1	99	△60.7	3,683	3.3	7,804	6.5
5月	3,107	10.8	702	9.9	209	△20.7	3,986	5.1	7,162	12.2
6月	3,302	4.7	763	7.3	345	67.7	4,013	20.8	9,271	18.6
7月	2,890	0.8	772	9.9	136	△55.4	3,498	6.7	7,675	11.1
8月	2,996	△20.2	743	7.5	137	6.8	2,772	△15.0	7,331	17.0
9月	3,285	19.3	732	4.3	118	8.8	3,306	0.4	10,301	12.5
10月	3,043	12.3	780	10.4	161	50.7	4,900	48.8	7,716	2.9
資料	国土交通省				国土交通省				内閣府	

■「r」は修正値。

■船舶・電力を除く民需（原系列）。

主要経済指標（4）

年月	公共工事請負金額				有効求人倍率 (常用)		新規求人数 (常用)				完全失業率	
	北海道		全国		北海道	全国	北海道		全国		北海道	全国
	百万円	前年同 月比(%)	億円	前年同 月比(%)	倍 原数値		人	前年同 月比(%)	人	前年同 月比(%)	% 原数値	
2017年度	883,110	0.6	139,081	△ 4.3	1.11	1.38	32,434	1.5	853,671	5.2	3.2	2.7
2018年度	857,269	△ 2.9	140,680	1.1	1.17	1.46	32,969	1.6	866,055	1.5	2.9	2.4
2019年度	956,227	11.5	150,255	6.8	1.19	1.41	32,091	△ 2.7	827,467	△ 4.5	2.5	2.4
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
2020年 7～9月	241,202	△ 7.6	43,373	7.5	0.95	0.96	27,054	△19.3	645,070	△23.9	2.7	3.0
10～12月	86,652	△11.6	29,585	△ 3.4	0.98	1.00	27,589	△10.8	658,105	△21.1	3.3	2.9
2021年 1～3月	134,617	4.2	27,969	△ 1.1	0.95	1.04	29,682	△ 1.9	707,975	△ 9.5	3.0	2.8
4～6月	524,468	1.0	51,582	△ 2.2	0.93	0.95	28,839	7.7	677,233	8.5	2.9	3.0
7～9月	218,589	△ 9.4	38,156	△12.0	0.98	1.03	28,980	7.1	694,853	7.7	3.3	2.8
2020年 10月	43,349	△20.5	13,426	△ 0.4	0.97	0.97	30,883	△15.9	713,608	△22.4	↑	3.1
11月	24,307	△18.3	8,814	△ 3.3	0.99	1.00	26,444	△ 9.2	630,771	△21.3	3.3	2.8
12月	18,995	37.5	7,345	△ 8.6	0.99	1.03	25,439	△ 5.7	629,936	△19.1	↓	2.8
2021年 1月	9,145	△13.4	6,328	△ 1.4	0.95	1.04	28,158	△ 7.2	692,875	△12.6	↑	2.9
2月	14,027	△27.2	6,485	△ 7.3	0.94	1.04	27,766	△ 8.5	686,832	△14.3	3.0	2.8
3月	111,444	12.2	15,156	1.9	0.96	1.02	33,121	10.1	744,218	△ 1.2	↓	2.7
4月	204,783	△ 2.7	20,940	△ 9.2	0.91	0.95	30,677	9.8	690,629	14.3	↑	3.0
5月	153,850	6.2	14,133	6.3	0.93	0.94	26,107	4.2	623,543	7.0	2.9	3.1
6月	165,834	1.0	16,508	0.7	0.96	0.97	29,733	8.8	717,528	4.7	↓	3.0
7月	102,306	△ 8.1	13,898	△ 9.9	0.99	1.02	29,930	8.6	690,244	7.7	↑	2.8
8月	65,500	△10.3	11,575	△11.0	0.97	1.03	26,635	5.1	663,338	9.2	3.3	2.8
9月	50,782	△10.7	12,682	△15.1	0.98	1.05	30,374	7.4	730,977	6.4	↓	2.8
10月	36,933	△14.8	10,767	△19.8	1.00	1.06	31,963	3.5	773,022	8.3	—	2.7
資料	北海道建設業信用保証(株)ほか2社				厚生労働省 北海道労働局		厚生労働省 北海道労働局				総務省	

■年度および四半期 ■年度及び四半期の数値は、月平均値。■年度の数値は四半期の平均値。

年月	消費者物価指数（生鮮食品除く総合）				企業倒産件数 （負債総額1,000万円以上）				円相場 （東京市場）	日経 平均 株価
	北海道		全国		北海道		全国			
	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
2017年度	98.3	1.3	98.9	0.7	263	△ 5.7	8,367	△ 0.2	110.80	21,454
2018年度	99.8	1.4	99.7	0.8	224	△14.8	8,110	△ 3.1	110.88	21,206
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
2020年 7～9月	99.6	△ 0.6	99.8	△ 0.3	34	△27.7	2,021	△ 7.4	106.19	23,185
10～12月	99.6	△ 1.4	99.6	△ 0.9	32	△25.6	1,751	△20.8	104.49	27,444
2021年 1～3月	100.0	△ 0.9	99.9	△ 0.5	44	△17.0	1,554	△28.2	105.90	29,179
4～6月	99.4	△ 0.5	99.4	△ 0.6	33	△41.1	1,490	△18.9	109.48	28,792
7～9月	100.1	0.5	99.8	△ 0.0	28	△17.6	1,447	△28.4	110.10	29,453
2020年 10月	99.5	△ 1.1	99.7	△ 0.7	13	8.3	624	△20.0	105.24	22,977
11月	99.5	△ 1.4	99.6	△ 0.9	12	△14.3	569	△21.7	104.40	26,434
12月	99.8	△ 1.2	99.6	△ 1.0	7	△58.8	558	△20.7	103.82	27,444
2021年 1月	99.8	△ 1.1	99.8	△ 0.7	7	△66.7	474	△38.7	103.70	27,663
2月	99.8	△ 0.9	99.9	△ 0.5	15	△ 6.3	446	△31.5	105.36	28,966
3月	100.3	△ 0.7	100.1	△ 0.3	22	37.5	634	△14.3	108.65	29,179
4月	99.3	△ 0.8	99.3	△ 0.9	12	△52.0	477	△35.8	109.13	28,813
5月	99.5	△ 0.3	99.5	△ 0.6	9	△10.0	472	50.3	109.19	28,860
6月	99.5	△ 0.3	99.5	△ 0.5	12	△42.9	541	△30.6	110.11	28,792
7月	100.1	0.5	99.8	△ 0.2	9	△25.0	476	△39.7	110.29	27,284
8月	100.0	0.4	99.8	0.0	6	△45.5	466	△30.1	109.84	28,090
9月	100.2	0.7	99.8	0.1	13	18.2	505	△10.6	110.17	29,453
10月	100.3	0.8	99.9	0.1	12	△ 7.7	525	△15.9	113.10	28,893
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 (%)
2017年度	381,330	1.5	792,212	10.8	1,253,665	27.6	768,105	13.7
2018年度	384,250	0.8	807,099	1.9	1,432,890	14.3	823,190	7.2
2019年度	298,913	△22.2	758,788	△ 6.0	1,217,400	△15.0	771,724	△ 6.3
2020年度	220,259	△26.3	694,861	△ 8.4	843,011	△30.8	683,516	△11.4
2020年 7～9月	48,099	△41.1	166,549	△13.0	154,363	△43.4	158,193	△19.6
10～12月	64,824	△18.4	193,843	△ 0.8	229,705	△27.4	175,093	△11.4
2021年 1～3月	58,492	△13.7	191,961	6.0	263,340	△11.6	186,537	1.9
4～6月	77,748	59.2	206,624	45.0	278,470	42.4	202,281	23.8
7～9月	86,313	79.4	208,021	24.9	r 278,595	80.5	r 216,390	36.8
2020年 10月	21,832	△18.6	65,648	△ 0.2	69,118	△25.3	57,240	△12.8
11月	21,115	△18.0	61,130	△ 4.2	77,398	△28.5	57,871	△10.5
12月	21,878	△18.7	67,065	2.0	83,189	△28.2	59,983	△10.9
2021年 1月	15,068	△20.3	57,796	6.4	74,795	△36.3	61,067	△ 9.5
2月	15,793	△36.7	60,382	△ 4.5	92,473	△ 2.2	58,265	11.9
3月	27,631	15.5	73,783	16.1	96,072	11.8	67,204	5.8
4月	33,010	86.2	71,805	38.0	91,205	9.6	69,318	12.9
5月	19,521	39.8	62,599	49.6	98,713	74.4	64,533	28.0
6月	25,217	47.0	72,220	48.6	88,552	58.9	68,431	32.8
7月	27,717	73.4	73,560	37.0	90,391	82.5	69,202	28.6
8月	28,033	75.1	66,051	26.2	81,032	66.1	72,482	44.8
9月	30,563	89.8	68,410	13.0	r 107,172	91.0	r 74,706	38.7
10月	32,002	46.6	71,840	9.4	p 115,790	67.5	p 72,525	26.7
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 (%)
2017年度	161,334	3.0	7,751,586	4.0	102,218	2.9	4,898,301	2.4
2018年度	165,145	2.4	7,889,979	1.8	104,236	2.0	5,038,046	2.9
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	5,390,578	4.8
2020年 7～9月	179,304	10.3	8,640,524	9.3	110,506	5.5	5,324,636	5.5
10～12月	183,357	9.6	8,726,773	9.7	113,874	7.3	5,363,837	5.4
2021年 1～3月	187,209	10.7	8,956,861	10.2	112,591	6.8	5,390,605	4.8
4～6月	191,073	7.4	8,995,961	4.8	112,805	3.2	5,365,052	0.6
7～9月	187,006	4.3	8,966,229	3.8	112,497	1.8	5,374,690	0.9
2020年 10月	181,437	10.6	8,640,363	8.9	111,180	5.6	5,321,915	5.6
11月	180,282	9.0	8,738,120	9.4	111,395	5.4	5,353,836	5.8
12月	183,357	9.6	8,726,773	9.7	113,874	7.3	5,363,837	5.4
2021年 1月	182,517	10.4	8,754,845	9.8	114,191	7.7	5,362,249	5.5
2月	183,458	10.6	8,789,969	10.0	114,044	7.7	5,377,667	5.7
3月	187,209	10.7	8,956,861	10.2	112,591	6.8	5,390,605	4.8
4月	188,872	10.0	9,007,565	8.6	113,715	8.2	5,378,659	2.8
5月	189,747	6.5	9,050,369	5.9	113,082	5.4	5,372,159	1.2
6月	191,073	7.4	8,995,961	4.8	112,805	3.2	5,365,052	0.6
7月	188,839	5.9	8,970,656	4.5	113,072	2.3	5,368,013	0.6
8月	189,003	5.0	8,984,830	4.1	113,071	1.9	5,359,266	0.6
9月	187,006	4.3	8,966,229	3.8	112,497	1.8	5,374,690	0.9
10月	188,310	3.8	8,997,837	4.1	113,438	2.0	5,372,933	1.0
資料	日本銀行							



ほくよう調査レポート 2022.1月号(No.305)

令和3年(2021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。＞