

Hokuyo Investigation Report

ほくよう 調査レポート

No.314

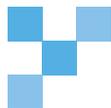
- 道内経済の動き
- 道内企業の経営動向調査
(2022年7～9月期実績、2022年10～12月期見通し)
- 経営のアドバイス
あらためて考えるSDGs

2022

11

● 目 次 ●

道内経済の動き	1
定例調査：第86回 道内企業の経営動向調査	6
経営のアドバイス：あらためて考えるSDGs	19
主要経済指標	27



道内経済の動き

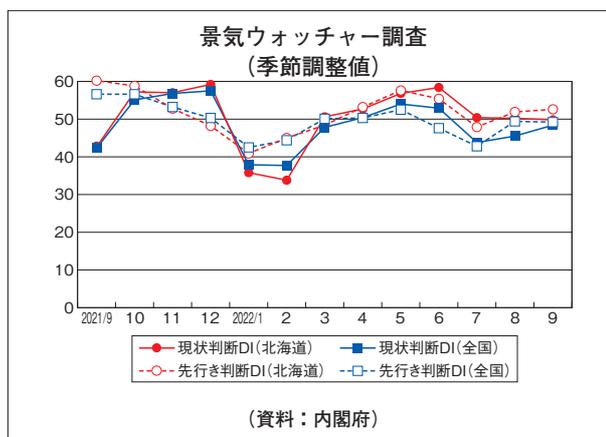
道内景気は、一部に弱さが残るものの、緩やかに持ち直している。生産活動は、横ばい圏内の動きとなっている。需要面では、個人消費は、一部に弱さがみられるものの、緩やかに持ち直している。住宅投資は、持ち直しの兆しがみられる。設備投資は、持ち直しの動きがみられる。公共投資は、高水準ながら弱めの動きとなっている。輸出は、持ち直している。観光は、厳しい状況にあるものの、持ち直しが続いている。

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、件数が前年を上回ったものの、負債総額は前年を下回った。消費者物価は、14か月連続で前年を上回った。

1. 景気の現状判断DI～3か月連続で低下

景気ウォッチャー調査による、9月の景気の現状判断DI（北海道）は前月を0.4ポイント下回る49.8と3か月連続で低下した。横ばいを示す50を7か月ぶりに下回った。

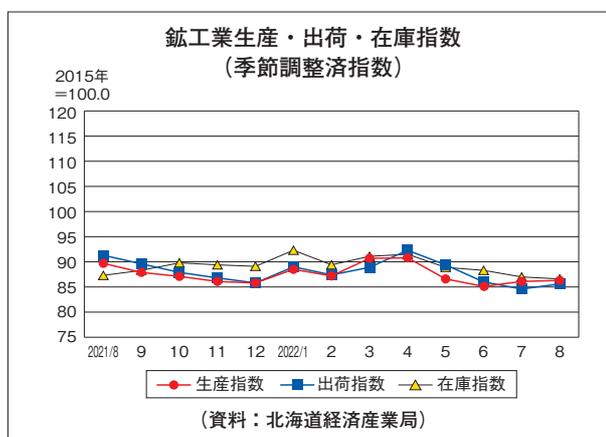
景気の先行き判断DI（北海道）は、前月を0.7ポイント上回る52.6となった。



2. 鉱工業生産～2か月連続で上昇

8月の鉱工業生産指数は86.3（季節調整済指数、前月比+0.2%）と2か月連続で上昇した。前年比（原指数）では▲2.5%と4か月連続で低下した。

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

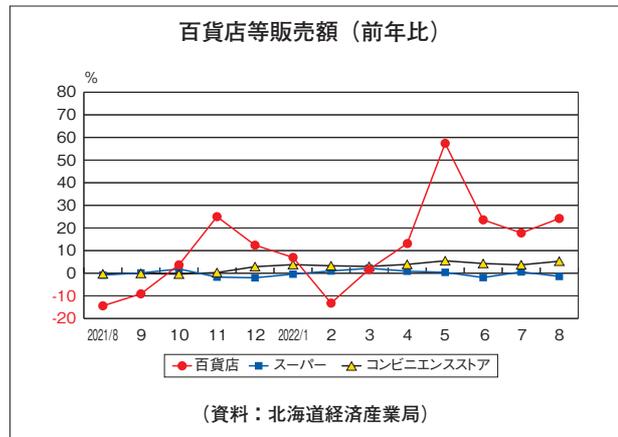


3. 百貨店等販売額～6か月連続で増加

8月の百貨店・スーパー販売額（全店ベース、前年比+1.7%）は、6か月連続で前年を上回った。

百貨店（前年比+24.2%）は、すべての品目が前年を上回った。スーパー（同▲1.4%）は、飲食料品が前年を下回った。

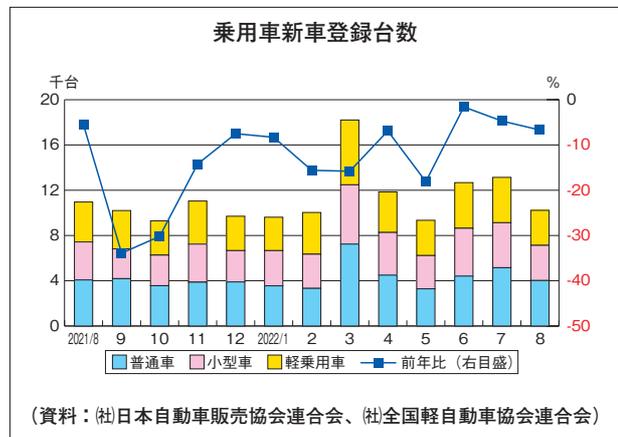
コンビニエンスストア（前年比+5.3%）は、10か月連続で前年を上回った。



4. 乗用車新車登録台数～14か月連続で減少

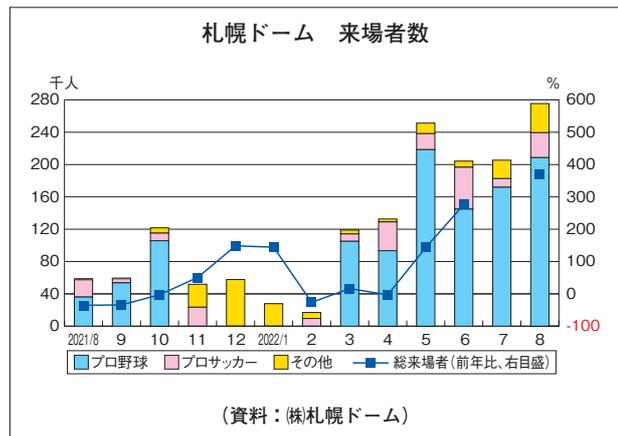
8月の乗用車新車登録台数は、10,224台（前年比▲6.7%）と14か月連続で前年を下回った。車種別では、普通車（同▲1.3%）、小型車（同▲7.4%）、軽乗用車（同▲12.3%）となった。

4～8月累計では、57,233台（前年比▲7.3%）と前年を下回っている。内訳は普通車（同▲5.7%）、小型車（同▲5.0%）、軽乗用車（同▲11.4%）となった。



5. 札幌ドーム来場者数～4か月連続で増加

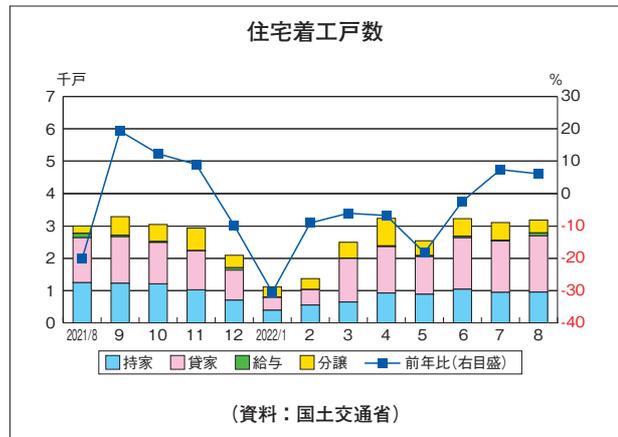
8月の札幌ドームへの来場者数は、276千人（前年比+369.4%）と4か月連続で前年を上回った。来場者内訳は、プロ野球209千人（同+479.0%）、サッカー31千人（同+44.1%）、その他が36千人（同+2710.8%）だった。



6. 住宅投資～2か月連続で増加

8月の住宅着工戸数は3,180戸（前年比+6.1%）と2か月連続で前年を上回った。利用関係別では、持家（同▲23.6%）、貸家（同+25.2%）、給与（同▲31.1%）、分譲（同+74.1%）となった。

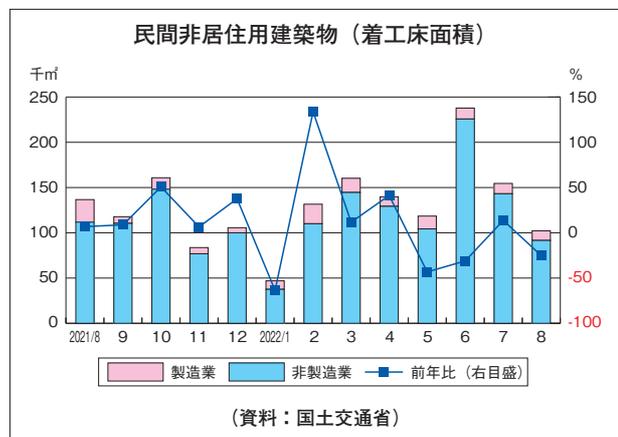
4～8月累計では、15,278戸（前年比▲3.1%）と前年を下回った。利用関係別では、持家（同▲19.4%）、貸家（同+0.7%）、給与（同▲41.6%）、分譲（同+37.2%）となった。



7. 建築物着工床面積～2か月ぶりに減少

8月の民間非居住用建築物着工床面積は、102,183㎡（前年比▲25.2%）と2か月ぶりに前年を下回った。業種別では、製造業（同▲57.4%）、非製造業（同▲18.1%）であった。

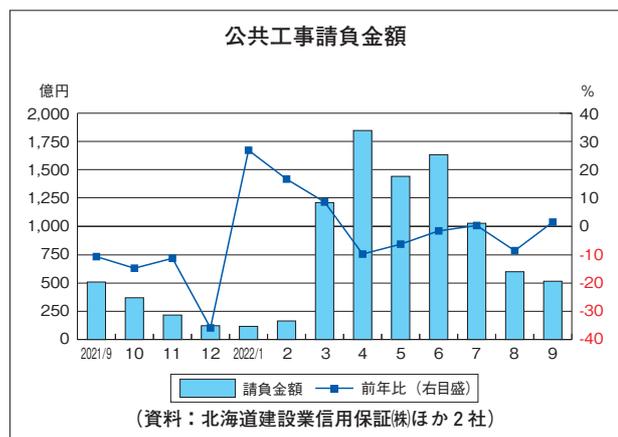
4～8月累計では、752,779㎡（前年比▲18.6%）と前年を下回っている。業種別では、製造業（同▲13.8%）、非製造業（同▲19.0%）となった。



8. 公共投資～2か月ぶりに増加

9月の公共工事請負金額は515億円（前年比+1.5%）と2か月ぶりに前年を上回った。

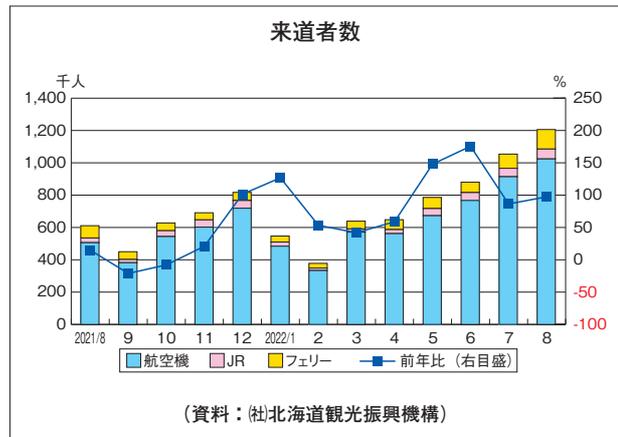
発注者別では、国（前年比+9.2%）、独立行政法人（同+74.6%）、道（同+19.4%）、地方公社（同全増）が前年を上回った。市町村（同▲16.5%）、その他（同▲72.6%）が前年を下回った。



9. 来道者数～10か月連続で増加

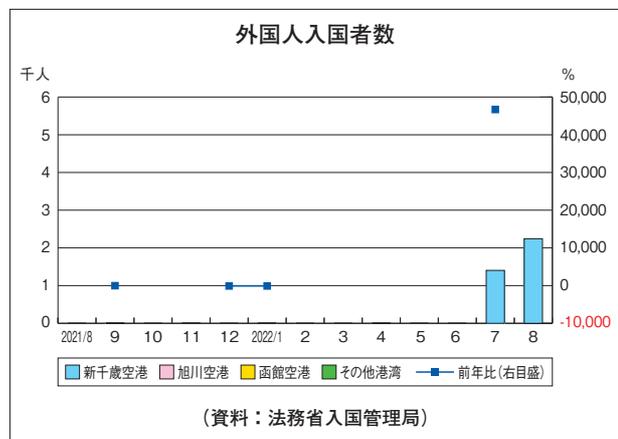
8月の国内輸送機関利用による来道者数は、1,205千人（前年比+97.4%）と10か月連続で前年を上回った。輸送機関別では、航空機（同+102.2%）、JR（同+112.9%）、フェリー（同+59.8%）となった。

4～8月累計では、4,573千人（同+106.0%）と前年を上回っている。



10. 外国人入国者数～2か月連続で増加

8月の道内空港・港湾への外国人入国者数は、2,242人（前年比全増）と2か月連続で前年を上回った。



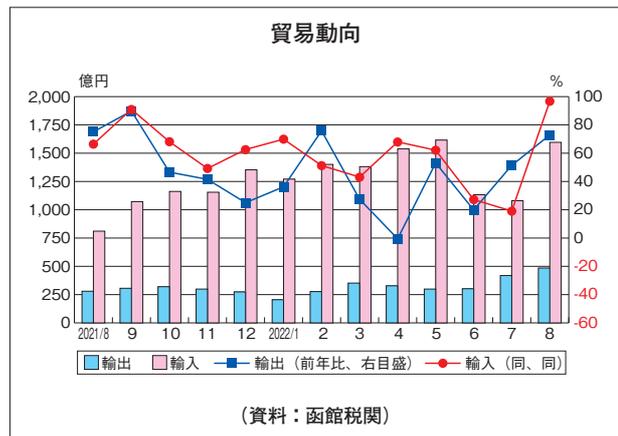
11. 貿易動向～輸出が4か月連続で増加

8月の貿易額は、輸出が前年比+72.9%の485億円、輸入が同+96.7%の1,596億円だった。

輸出は、再輸出品、自動車、紙・板紙などが増加した。

輸入は、石炭、原油・粗油、天然ガス・製造ガスなどが増加した。

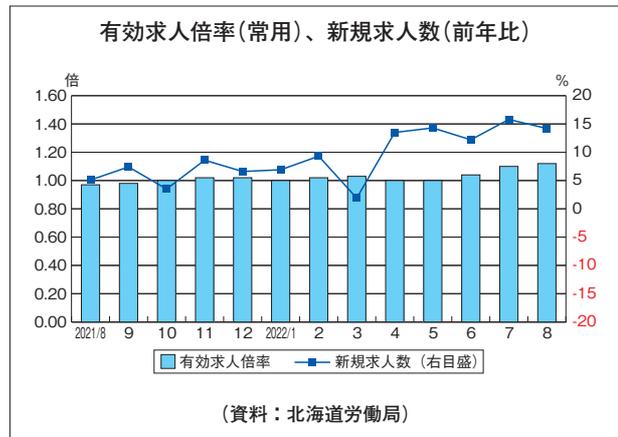
輸出は、4～8月累計では1,833億円（前年比+37.4%）と前年を上回っている。



12. 雇用情勢～有効求人倍率が前年を上回る

8月の有効求人倍率（パートを含む常用）は、1.12倍（前年比+0.15ポイント）と前年を上回った。

新規求人数は、前年比+14.2%と18か月連続で前年を上回った。業種別では、医療・福祉（同+8.6%）、宿泊業・飲食サービス業（同+41.3%）などが前年を上回った。

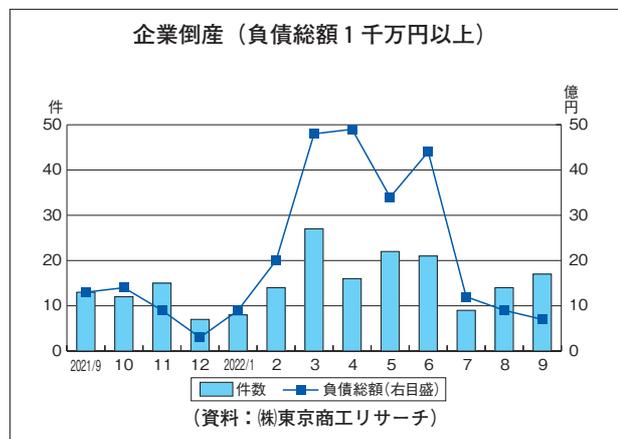


13. 倒産動向～負債総額は3か月連続で前年を下回る

9月の企業倒産は、件数が17件（前年比+30.8%）、負債総額が7億円（同▲44.9%）だった。負債総額は3か月連続で前年を下回った。

業種別ではサービス・他が6件、運輸業が4件などとなった。

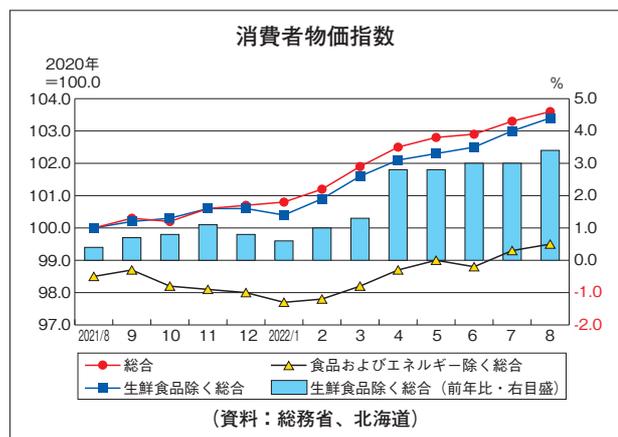
新型コロナウイルス関連の倒産件数は7件であった。



14. 消費者物価指数～14か月連続で前年を上回る

8月の消費者物価指数（生鮮食品を除く総合指数）は、103.4（前月比+0.3%）となった。前年比は+3.4%と、14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（8月10日）時点で、灯油価格は前月比▲0.8%、前年同月比+22.5%となり、ガソリン価格は前月比▲2.4%、前年同月比+5.8%となった。



業況は小幅に改善も、業種により濃淡がみられる

第86回 道内企業の経営動向調査

1. 2022年7～9月期 実績

前期に比べ、売上DI (13) は2ポイント上昇、利益DI (△4) に変動はなく、業況は小幅に改善した。売上DIは2期連続で上昇し、プラス圏を維持した。非製造業の業況は持ち直しが続いた一方で、製造業の業況は後退しており、業況に濃淡がみられる。

2. 2022年10～12月期 見通し

前期に比べ、売上DI (6) は7ポイント、利益DI (△8) は4ポイント低下の見通し。原材料価格の上昇に伴う悪影響が続いているほか、非製造業を中心に人手不足感が高まっており、先行見通しに慎重さがうかがわれる。

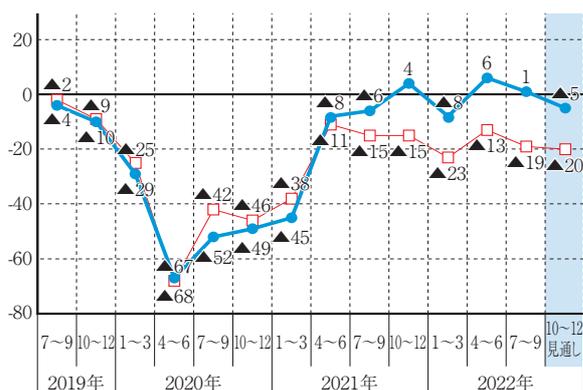
<図表1>業況の推移
全産業



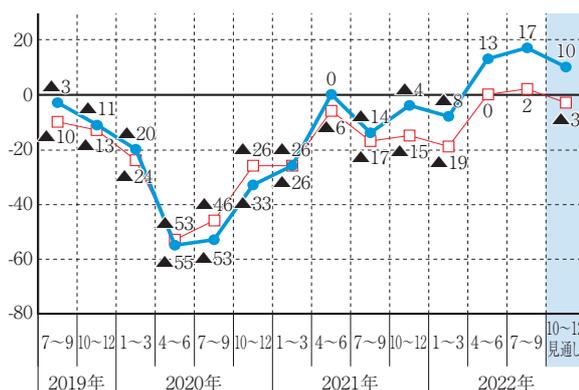
※①20/2/28～20/3/18 道独自の緊急事態宣言、②20/4/8～20/4/16 集中対策期間、③20/4/17～20/5/25 緊急事態宣言
④20/8/1～20/9/30 集中対策期間、⑤20/10/28～21/3/7 集中対策期間、⑥21/5/9～21/5/15 まん延防止等重点措置
⑦21/5/16～21/6/20 緊急事態宣言、⑧21/6/21～21/7/21 まん延防止等重点措置、⑨21/8/2～21/8/26 まん延防止等重点措置
⑩21/8/27～21/9/30 緊急事態宣言、⑪22/1/27～22/3/21 まん延防止等重点措置

項目	2019年		2020年		2021年		2022年		見通し					
	7～9	10～12	1～3	4～6	7～9	10～12	1～3	4～6						
売上DI	△3	△11	△23	△59	△53	△38	△32	△3	△12	△2	△8	11	13	6
利益DI	△8	△11	△24	△57	△45	△32	△30	△8	△16	△15	△21	△4	△4	△8

製造業



非製造業



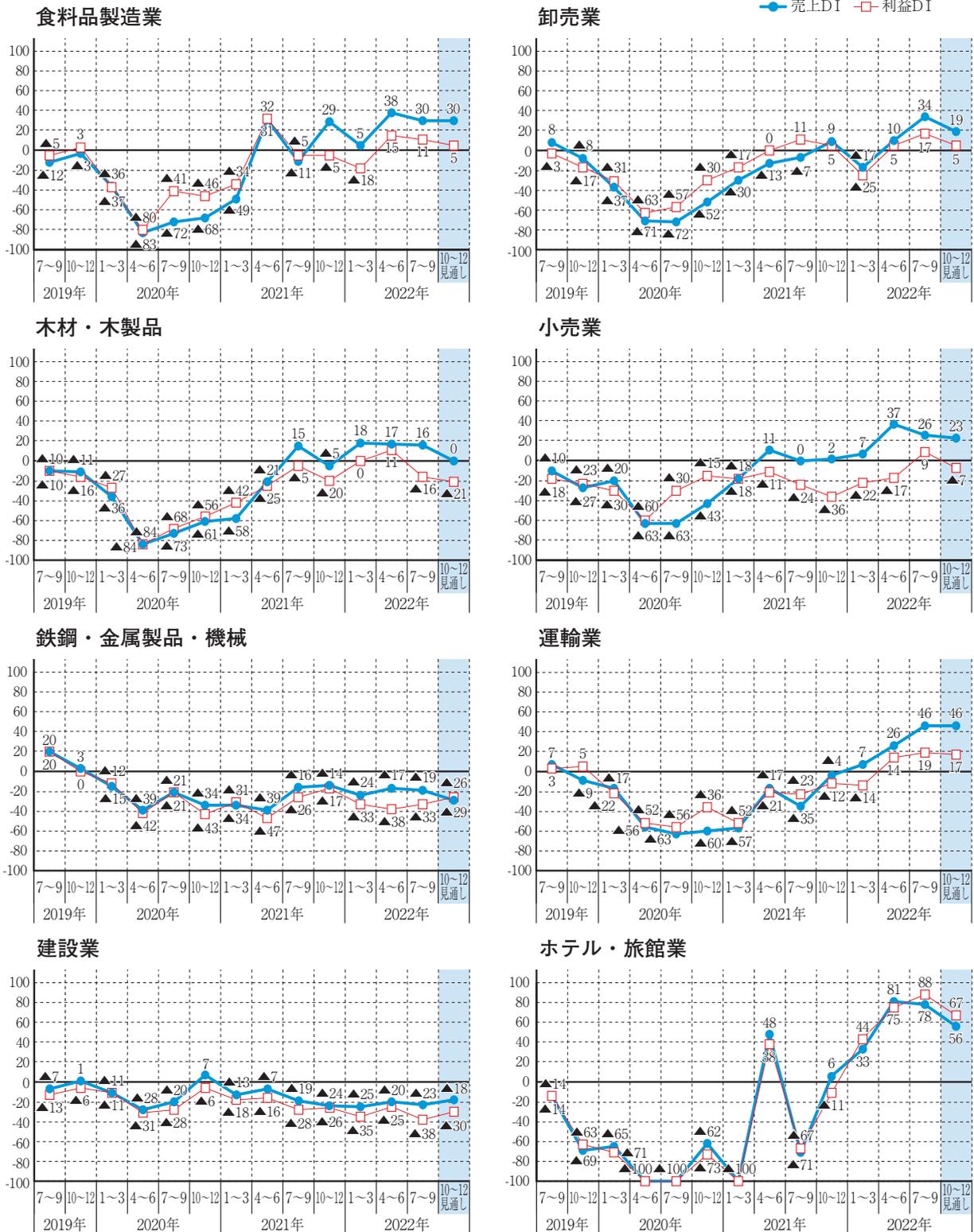
＜図表 2-1＞業種別の要点

	要 点 (2022年7～9月期実績)	2021年	2022年	2022年	2022年		2022年	
		10～12	1～3	4～6	7～9	7～9	10～12	
		実績	実績	実績	実績	前回 見通し	見通し	
全産業	売上DIは2期連続で上昇した。一方で利益DIは横ばいで、マイナス圏内にとどまった。	売上D I	△2	△8	11	13	9	6
		利益D I	△15	△21	△4	△4	△4	△8
製造業	売上DI・利益DIともに低下した。	売上D I	4	△8	6	1	6	△5
		利益D I	△15	△23	△13	△19	△11	△20
食料品	業態によりバラツキがみられるが、総じてみれば売上DI・利益DIともに低下した。	売上D I	29	5	38	30	39	30
		利益D I	△5	△18	15	11	20	5
木材・木製品	製材の業況に減速感がみられる。	売上D I	△5	18	17	16	11	0
		利益D I	△20	0	11	△16	△11	△21
鉄鋼・金属製品・ 機械	機械の売上DIは持ち直したが、鉄鋼・金属の売上DIの低下が続いた。	売上D I	△14	△24	△17	△19	△10	△29
		利益D I	△17	△33	△38	△33	△29	△26
非製造業	建設業は業況後退しているが、非製造業全体では業況持ち直しが続いている。	売上D I	△4	△8	13	17	10	10
		利益D I	△15	△19	0	2	△1	△3
建設業	公共の業況が後退した。	売上D I	△24	△25	△20	△23	△22	△18
		利益D I	△26	△35	△25	△38	△30	△30
卸売業	全ての業態で売上DIが改善した。利益DIは、食品卸・資材卸・機械卸で改善した。	売上D I	9	△17	10	34	9	19
		利益D I	5	△25	5	17	△7	5
小売業	自動車店は底ばいで推移した。燃料店は売上DIが低下するも、利益DIは持ち直した。	売上D I	2	7	37	26	24	23
		利益D I	△36	△22	△17	9	△5	△7
運輸業	旅客・貨物ともに売上DIは持ち直したが、貨物の利益DIは低下した。	売上D I	△4	7	26	46	31	46
		利益D I	△12	△14	14	19	17	17
ホテル・旅館業	売上DIは小幅に低下したが、コロナ禍の影響が和らぎ、業況は持ち直し基調で推移している。	売上D I	6	33	81	78	75	56
		利益D I	△11	44	75	88	75	67

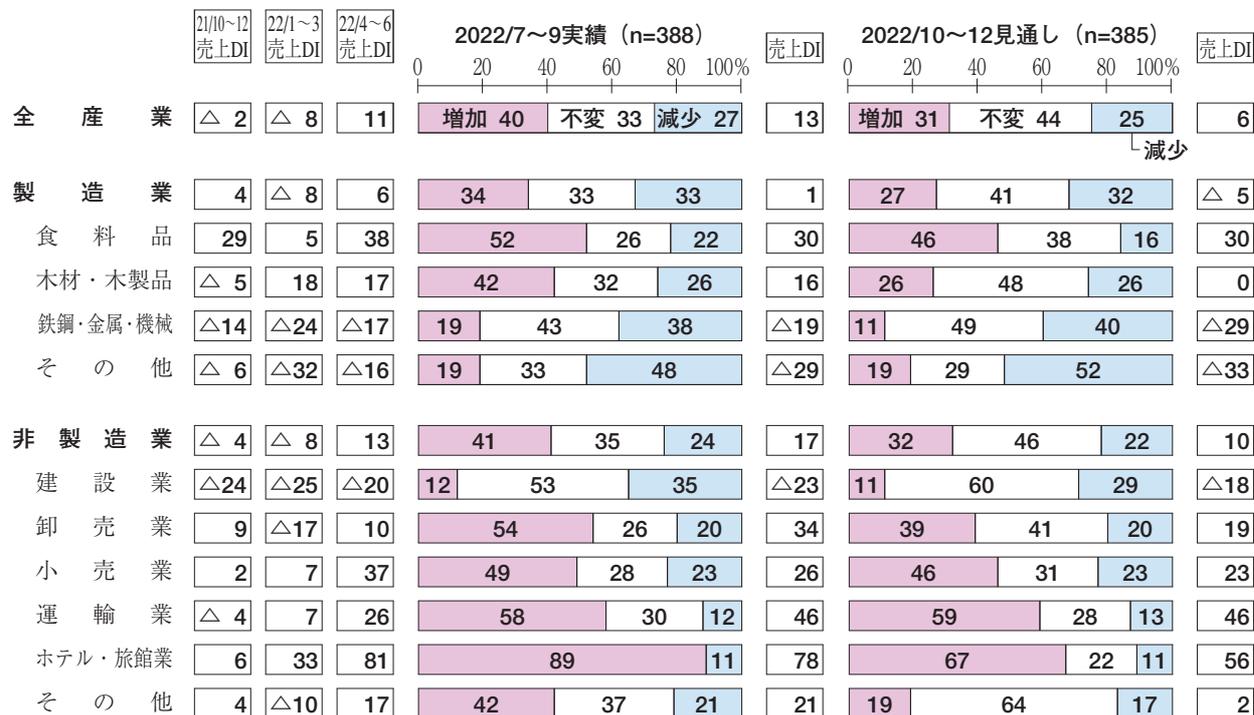
＜図表 2-2＞地域別業況の推移

		2020年	2020年	2020年	2020年	2021年	2021年	2021年	2021年	2022年	2022年	2022年		2022年
		1～3	4～6	7～9	10～12	1～3	4～6	7～9	10～12	1～3	4～6	7～9	7～9	10～12
		実績	前回 見通し	見通し										
全 道	売上D I	△23	△59	△53	△38	△32	△3	△12	△2	△8	11	13	9	6
	利益D I	△24	△57	△45	△32	△30	△8	△16	△15	△21	△4	△4	△4	△8
札幌市	売上D I	△13	△63	△58	△37	△32	2	△3	4	△11	11	15	7	15
	利益D I	△17	△58	△49	△31	△29	0	△10	△6	△21	0	3	0	7
道 央 (札幌除く)	売上D I	△36	△50	△43	△37	△21	△7	△18	△5	△9	17	17	17	11
	利益D I	△34	△47	△43	△35	△26	△18	△18	△17	△25	△9	△5	△8	△7
道 南	売上D I	△29	△59	△63	△56	△52	△8	△29	△20	△19	24	24	16	8
	利益D I	△18	△59	△51	△53	△55	△18	△32	△34	△44	△5	△8	△11	△22
道 北	売上D I	△25	△54	△46	△27	△25	3	△8	4	8	11	0	4	△11
	利益D I	△27	△55	△31	△22	△20	△2	△18	△9	△3	7	△11	△11	△20
道 東	売上D I	△22	△65	△55	△40	△44	△9	△18	△3	△9	△8	6	2	△7
	利益D I	△31	△70	△45	△29	△31	△11	△16	△27	△19	△15	△9	0	△22

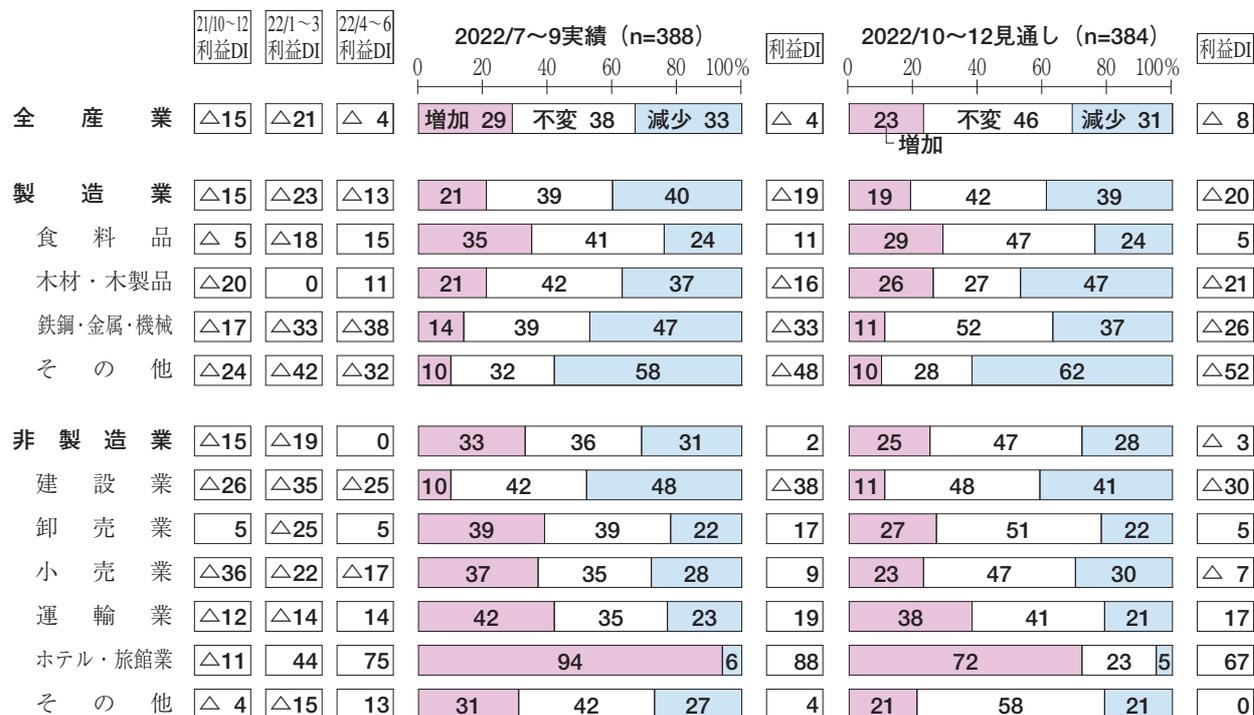
<図表3> 業況の推移 (業種別)



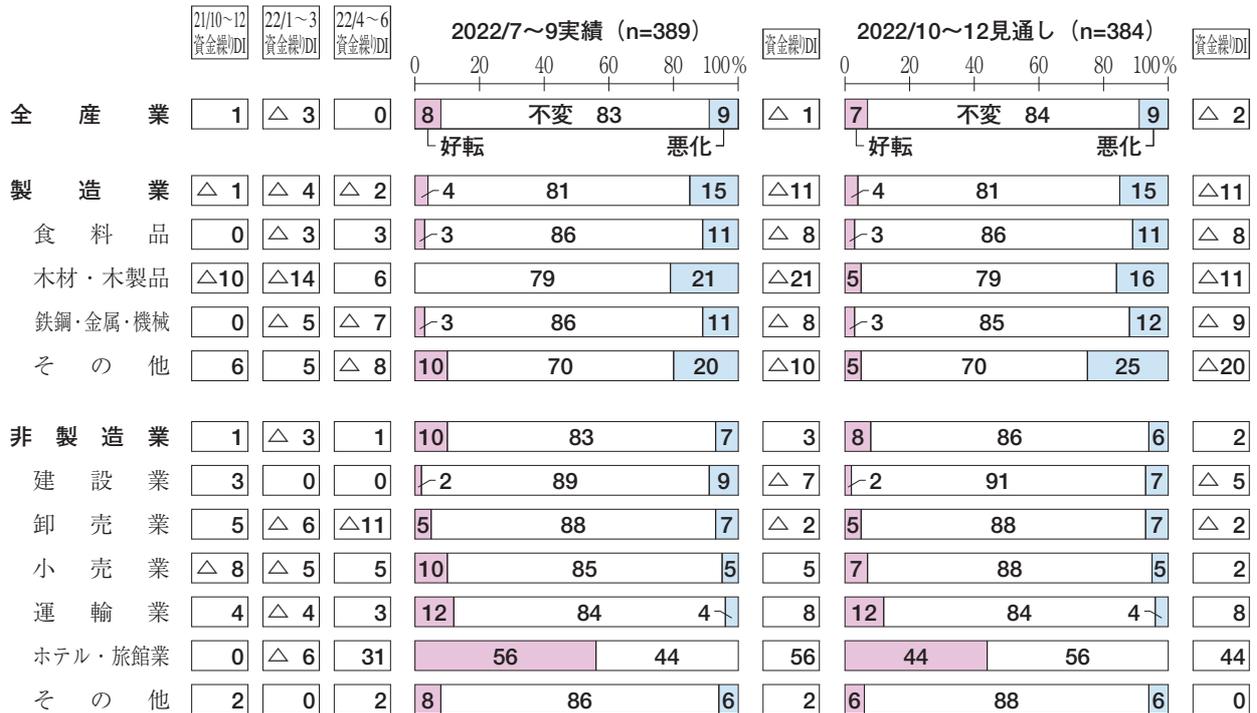
<図表4>売上



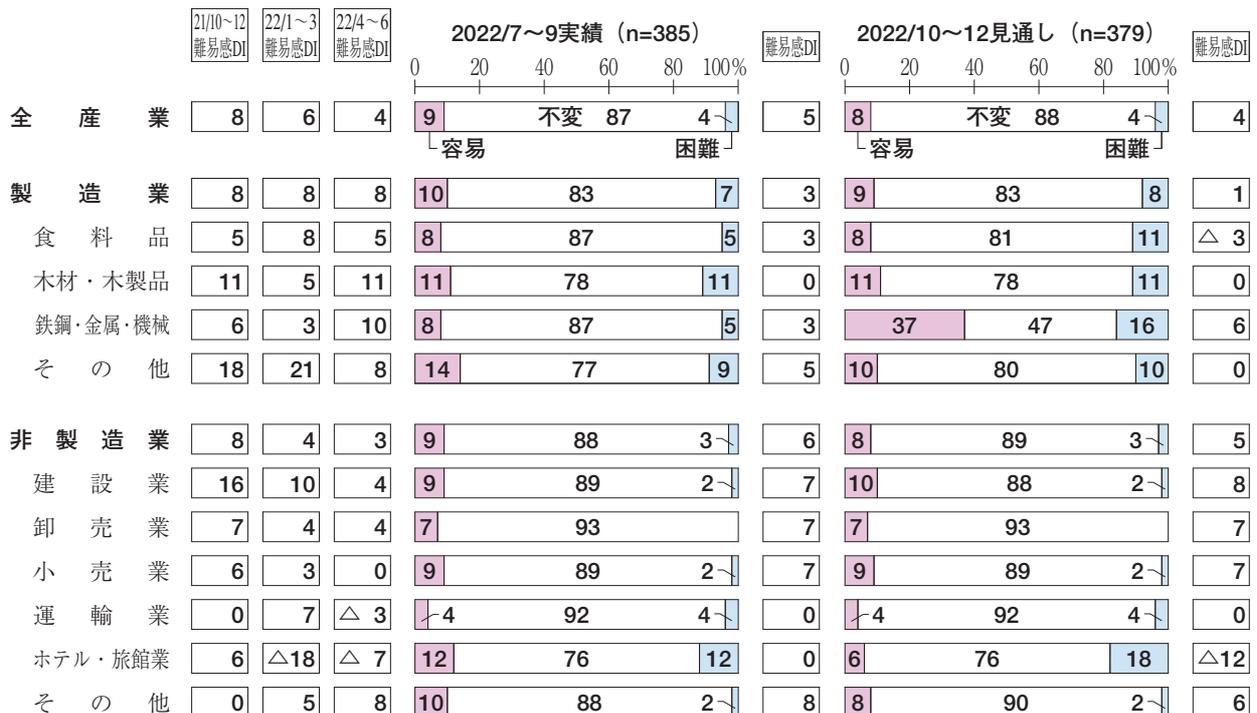
<図表5>利益



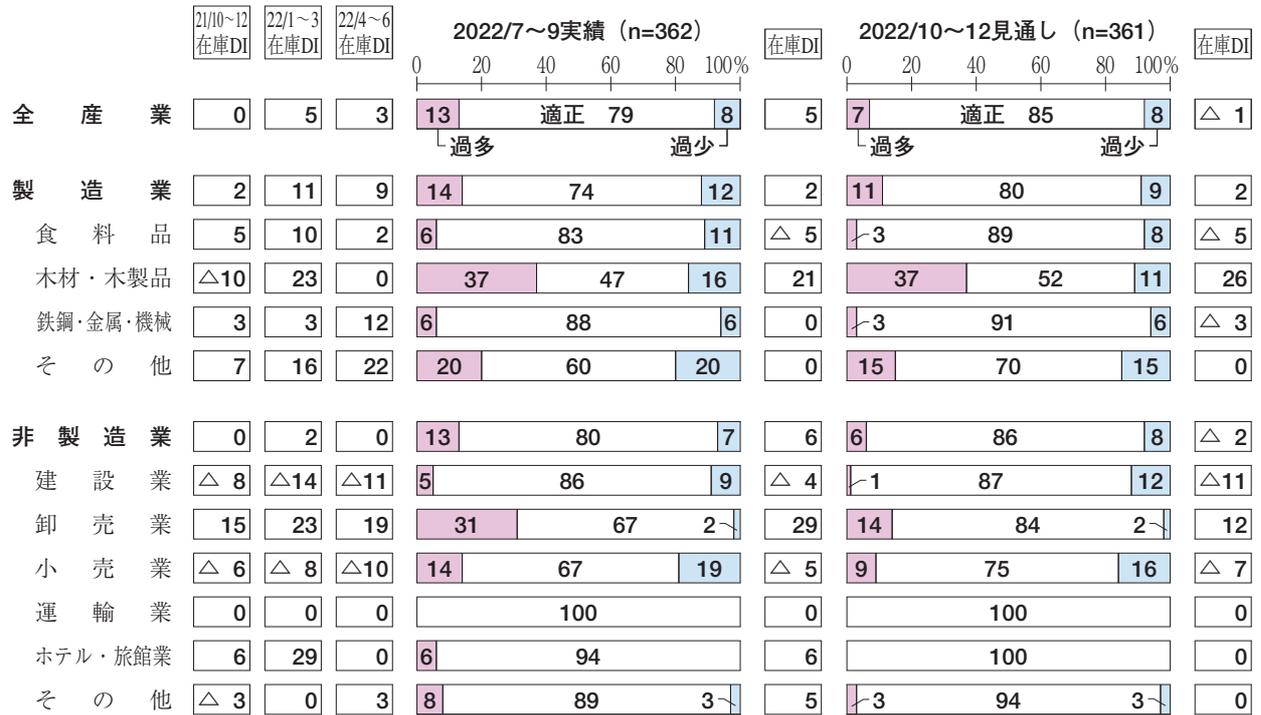
<図表6>資金繰り



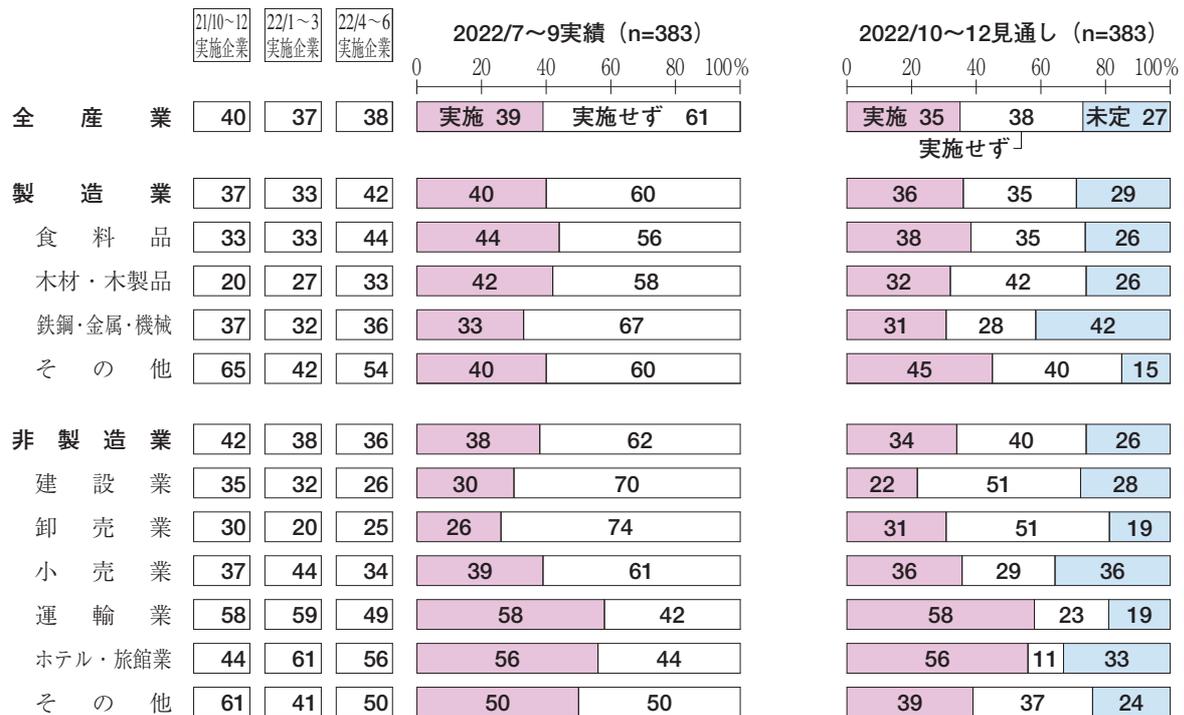
<図表7>短期借入金の難易感



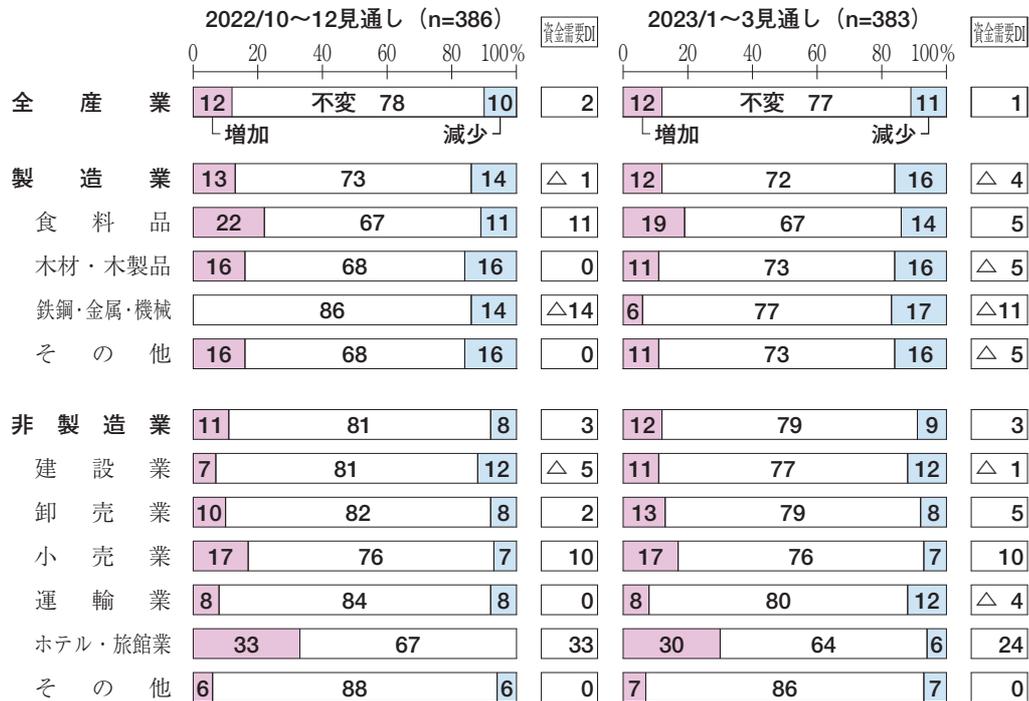
<図表8>在庫



<図表9>設備投資



<図表10> 資金需要見通しの前年比較（運転資金）



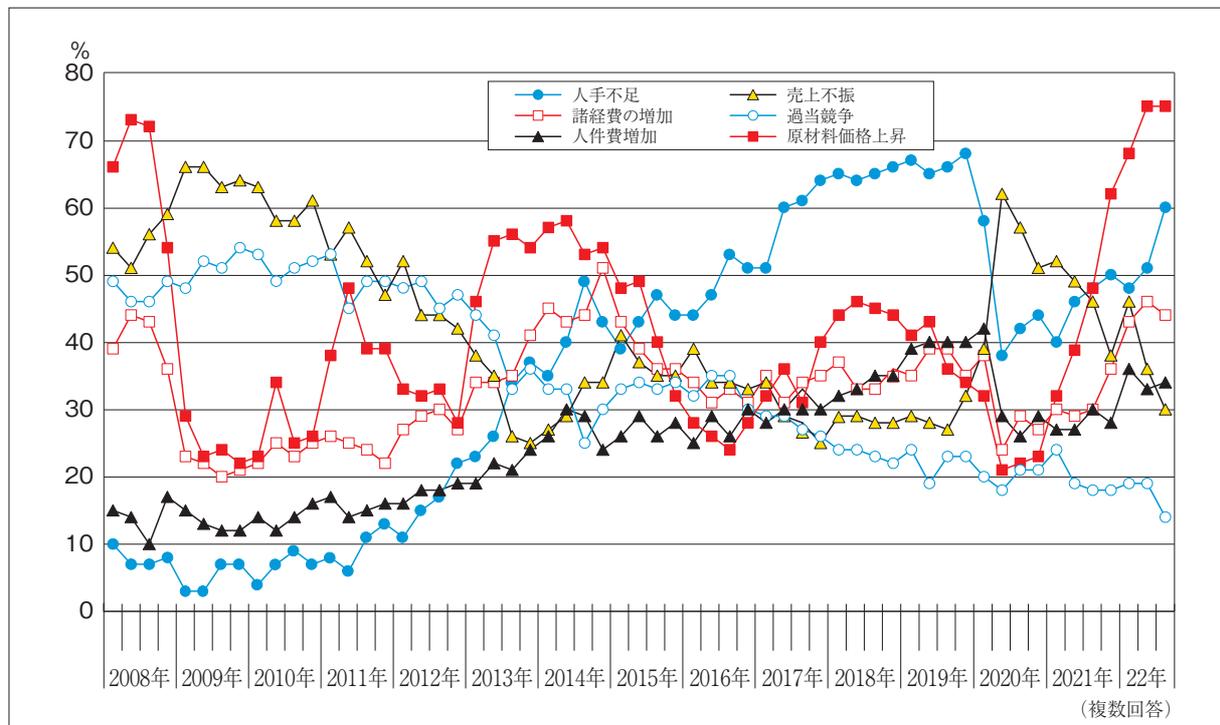
<図表11> 資金需要見通しの前年比較（設備資金）



<図表12>当面する問題点（上位項目）の要点（複数回答）

項目	前期比	要 点
(1)原材料価格上昇（75%）	+0	前回調査から横ばい推移で、製造業（88%）、非製造業（70%）ともに1位となっている。特に食料品（92%）では、9割を超える企業が問題点に挙げた。
(2)人手不足（60%）	+9	主要8業種全てで上昇した。特に小売業（58%）で21ポイント、ホテル・旅館業（78%）で15ポイント上昇しており、人手不足感が高まっている。
(3)諸経費の増加（44%）	△2	運輸業（65%）で16ポイント上昇し、問題点の1位に浮上した。
(4)人件費増加（34%）	+1	製造業（37%）で8ポイント上昇し、非製造業（33%）では1ポイント低下した。食料品（59%）で18ポイント、木材・木製品（32%）で15ポイント、ホテル・旅館業（44%）で13ポイント上昇した。
(5)売上不振（30%）	△6	製造業（38%）では3ポイント上昇したが、非製造業（27%）では9ポイント低下した。特に、ホテル・旅館業（39%）では24ポイント低下した。
(6)過当競争（14%）	△5	木材・木製品を除く主要7業種で低下した。小売業（16%）では13ポイント、ホテル・旅館業（11%）では14ポイント低下した。

<図表13>当面する問題点（上位項目）の推移（複数回答）



<図表14> 当面する問題点（複数回答）

（単位：％）

(項 目)	全産業	製造業	製造業				その他の製造業	非製造業	建設業	卸売業	小売業	運輸業	ホテル・旅館業	その他の非製造業
			食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	その他の製造業								
(1)原材料価格上昇	① 75 (75)	① 88 (87)	① 92 (88)	① 79 (83)	① 83 (88)	① 95 (84)	① 70 (69)	① 82 (74)	① 76 (79)	① 74 (71)	③ 58 (69)	① 83 (88)	② 40 (43)	
(2)人手不足	② 60 (51)	② 48 (44)	51 (44)	② 53 (44)	② 44 (40)	② 45 (52)	② 65 (54)	② 78 (72)	② 43 (33)	② 58 (37)	① 65 (60)	② 78 (63)	① 72 (62)	
(3)諸経費の増加	③ 44 (46)	③ 46 (51)	② 59 (63)	② 53 (44)	33 (38)	③ 40 (56)	③ 43 (43)	36 (30)	③ 40 (53)	③ 49 (49)	① 65 (49)	③ 44 (50)	② 40 (43)	
(4)人件費増加	34 (33)	37 (29)	② 59 (41)	32 (17)	25 (19)	20 (36)	33 (34)	③ 37 (39)	28 (33)	42 (34)	27 (37)	③ 44 (31)	26 (28)	
(5)売上不振	30 (36)	38 (35)	27 (15)	47 (39)	② 44 (48)	35 (44)	27 (36)	25 (32)	21 (35)	35 (34)	38 (43)	39 (63)	19 (30)	
(6)過当競争	14 (19)	8 (12)	8 (15)	11 (6)	3 (12)	15 (12)	16 (23)	24 (32)	19 (23)	16 (29)	8 (11)	11 (25)	4 (9)	
(7)資金調達	8 (6)	11 (6)	11 (5)	21 (17)	6 (2)	10 (8)	7 (6)	5 (5)	3 (4)	9 (12)	15 (11)	6 (6)	9 (2)	
(8)設備不足	5 (5)	11 (10)	11 (12)	16 (-)	11 (7)	5 (20)	3 (3)	1 (-)	5 (5)	2 (-)	0 (6)	0 (6)	6 (4)	
(9)価格引き下げ要請	4 (6)	4 (6)	3 (7)	0 (6)	6 (10)	5 (-)	4 (6)	5 (5)	9 (12)	0 (-)	0 (3)	0 (-)	4 (9)	
(10)販売価格低下	2 (4)	3 (2)	0 (0)	5 (6)	3 (5)	5 (0)	2 (5)	1 (4)	5 (9)	2 (5)	0 (3)	0 (6)	0 (2)	
(11)代金回収悪化	1 (1)	0 (-)	0 (-)	0 (-)	0 (-)	0 (-)	1 (1)	0 (1)	3 (2)	5 (2)	0 (-)	0 (-)	0 (-)	
(12)その他	3 (4)	4 (3)	3 (2)	0 (6)	6 (2)	5 (4)	3 (4)	1 (3)	3 (4)	7 (7)	4 (3)	0 (-)	4 (4)	

○内数字は業種内の順位、()内は前回調査

調査要項

- 調査の目的と対象：アンケート方式による道内企業の経営動向把握。
- 調査方法：調査票を配布し、郵送または電子メールにより回収。
- 調査内容：第86回定例調査（2022年7～9月期実績、2022年10～12月期見通し）
- 回答期間：2022年8月中旬～9月中旬
- 本文中の略称
 - (A) 増加（好転）企業：前年同期に比べ良いとみる企業
 - (B) 不変企業：前年同期に比べ変わらないとみる企業
 - (C) 減少（悪化）企業：前年同期に比べ悪いとみる企業
 - (D) DI：「増加企業の割合」－「減少企業の割合」
 - (E) n（number）＝有効回答数

■ 地域別回答企業社数

	企業数	構成比	地 域
全 道	390	100.0%	
札幌市	144	36.9	道央は札幌市を除く石狩、後志、
道 央	84	21.5	胆振、日高の各地域、空知地域南部
道 南	38	9.7	渡島・檜山の各地域
道 北	57	14.6	上川・留萌・宗谷の各地域、空知地域北部
道 東	67	17.2	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	390	55.7%
製 造 業	199	113	56.8
食 料 品	68	37	54.4
木 材 ・ 木 製 品	33	19	57.6
鉄鋼・金属製品・機械	60	36	60.0
その他の製造業	38	21	55.3
非 製 造 業	501	277	55.3
建 設 業	139	83	59.7
卸 売 業	100	59	59.0
小 売 業	97	43	44.3
運 輸 業	50	26	52.0
ホ テ ル ・ 旅 館 業	34	18	52.9
その他の非製造業	81	48	59.3

コストの増大や人手不足の高まりが、業況回復の足かせに

〈企業の生の声〉

今回の調査では、道内企業の業況は小幅に改善しました。ただし、非製造業の業況が持ち直す一方で、製造業の業況は後退するなど、業況には濃淡がみられました。企業からは、原材料や燃油などの仕入価格上昇によるコスト高や、人手不足の高まりが業況回復の足かせになっているとの声が多く聞かれました。

以下で、企業から寄せられた生の声を紹介します。

1. 食料品製造業

＜食料品製造業＞ 原材料費・諸経費の高騰により、利益が出ない構造が続いている。売価への転嫁は概ね成功したが、販売数量の減少に伴う売上の減少により、固定費や販管費の負担が大きい状況が続くと想定している。
(道央)

＜食料品加工業＞ 売上に関しては徐々に上がってきているものの、利益については原材料費の上昇に伴って減少傾向にある。利益拡大に向けては販管費の圧縮を加速させるとともに、原価の見直しを行いながら販売価格が適正かどうかを検証していく。(道南)

＜水産加工業＞ コロナの影響は続いているが、人流が戻りつつあるので、売上は伸びてきている。しかし、今後は原材料の値上げが大きいので、利益は大幅に減少していくと思われる。商品の更なる値上げをして様子を見る。(道央)

＜水産加工業＞ 円安の進行により材料費の値上がりが大きく、販売価格に転嫁するのは非常に厳しい。そのため、今年度の売上予想が難しくなっている。加えて、経費の値上がりにより利益は減少している。年度上期には10%の値上げを行ったが、下期にも10%の値上げを予定している。(道南)

2. 木材・木製品製造業

＜製材業＞ ここに来て、コロナ禍の2年半が嘘のように、次々と仕事が入ってきている。このままの状態が続けば良いが、また感染拡大などによって経済が止まると困ってしまう。また、一気に仕事が増えたため、人手不足の影響をもろに受けている状況である。
(道央)

＜製材業＞ 生産力不足により受注が取れず、機会損失が見込まれる。(道北)

3. 鉄鋼・金属製品・機械製造業

＜金属製品製造業＞ 原材料の値上がり、および調達難がみられる。今後は、値段の推移を見て適正な仕入の判断をしていく。(道央)

＜金属製品製造業＞ 今は外的要因よりも、人手不足による支障が大きいと考えている。仕事があっても手を出せない状況にあるため、採用活動や外国人雇用に対してもっと真剣に考えて行動していかなければならない。
(道北)

＜機械器具製造業＞ コロナ禍および米中の対立による半導体のサプライチェーン問題、さらにウクライナ紛争に伴う車載用半導体不足の一層の悪化、極めつけは大手自動車メーカーの不正問題の拡大で、シャーシの納期遅

れの解消見通しが立たないなど、2022年度は極めて厳しい状況が続くと予想される。(札幌)

4. その他の製造業

<印刷業> 印刷関連業では値上げ傾向が続いている。クリエイティブ、グラフィック関係も各顧客に値上げ交渉をしているが、低単価での妥協を強いられる。そのため、当面は経費による圧迫が続くことが懸念される。今後は、デジタルを利用した新しい仕事の分野にも挑戦していく。(札幌)

<コンクリート製品製造業> エネルギー価格・原材料価格の異常な高騰が続く中で、公共工事の設計価格もそれに合わせて早急に改定されないと、利益が大幅に悪化してしまう。(札幌)

<革製品製造業> 春先から売上回復・収益状況の緩やかな改善がみられていた。しかし夏場以降、直営店・百貨店内の店舗売上に陰りが見えてきた。生活必需品の多くが値上げしたことで、一般消費者の購買意欲に悪影響が出ていると分析している。今後は、新色・新製品の開発を可能な限り手持ちの原材料で対応するほか、事業者向けの提案セールスや、各店舗でのフェア開催など、営業を推進し、業績の確保を図っていく。(札幌)

5. 建設業

<建設業> 土木工事においては、なかなか仕事を取り切れず、苦戦を強いられている。当管内における建築工事は、工事の量は多いものの小ぶりの案件が目立ち、利益の確保に苦労している。(道東)

<設備工事業> コロナ禍以降、受注量が大きく減少した。今年は受注依頼が多く明るい兆しがあるが、昨年よりも人員が減少したため、依頼をこなせず受注ができない。求人募集をかけても応募が無く、人員が増える見込みが少ない。(札幌)

<住宅建築業> コロナ禍、ウクライナ紛争、資材の高騰・不足など、建設業界も大きな影響を受け、建設費が大幅に値上がりしている。今後値下がりする可能性は低く、新築工事の受注が減るのではないかと懸念している。(道央)

<土工工事業> 鉄線、セメントを中心とした製造原価の上昇により、粗利益率が低下している。販売価格の値上げにより収益性は改善傾向にあるが、道内の新築住宅着工戸数が前年比マイナスでの推移となっており、今後の売上推移を注視している。社内の収益管理体制を強化していることから、仕入価格の上昇が収益に及ぼす影響は、最低限に抑えられる見通しにある。(道央)

6. 卸売業

<食料品卸売業> コロナ禍でのまん延防止等重点措置などの行動制限が、今年度は発出されていないことから、酒類の売上が戻ってきた。今後の見通しは、コロナ禍の状況、米価の上昇、酒類の販売価格の上昇の影響次第である。(札幌)

<水産物卸売業> 7～9月期は例年、年末に向けて仕入・売上ともに増加していく時期にあたる。今年は全般的に単価高傾向にあり、相場下落時の在庫評価損のリスクと表裏

一体であるため、魚種・アイテムごとに適正価格での仕入に努めるとともに販売を推し進め、前年に比べ増加している在庫を年末までに前年並程度に圧縮していく方針である。(札幌)

<包装用品卸売業> 仕入先からは二次値上げ、三次値上げの話が来ているが、販売先からは値上げに対する抵抗感が強まってきているように感じる。(札幌)

<機械器具卸売業> 7月の売上は堅調に推移したものの、その後のコロナ感染者数増加に伴い再度設備投資意欲も下向きとなり、売上減少に転じた。原材料価格上昇による仕入額増加も相まって、利益は赤字に陥っている。老人ホーム向けを始め、未だ対面のセールスは手控えムードにあるため、営業担当が苦戦している。(札幌)

7. 小売業

<食品スーパー> 夏商戦は、コロナ禍での行動制限が無かったことで帰省のニーズが生じ、売上に好影響があった。一方、夏を通じて雨が多く、特に週末の荒天が続いたことでアウトドアニーズが著しく低下し、トータルの売上では微増にとどまった。顧客の来店頻度は少なくなっているが、客単価は上がっている。物価高により、買うものを絞り込んでいることを感じさせる。(札幌)

<作業用品店> 全国的に猛暑日が多く、夏物商品の売上が好調であった。ただし、円安や物価高の影響で、仕入価格が継続的に上昇している。社内の業務改善により、経費削減と同時に業務効率を上げていきたい。(札幌)

<自動車販売店> 新車の生産遅れの影響が長引いている。目先の売上減だけでなく、3年後の車検台数の減少が予想されるなど、影響は大きい。(道南)

<燃料小売業> 石油製品やLNGの価格上昇により、売上は伸びているが仕入コストも上昇しており、利益率は伸び悩んでいる。部門によっては、人手不足の影響で特定の社員に業務が集中しているケースがあるため、体制の整備が必要と感じている。(道東)

8. 運輸業

<航空業> コロナ禍の影響の長期化により、収入の増加ペースが鈍化している。(札幌)

<バス会社> インバウンドが少しずつ戻ってきてはいるが、コロナ前には程遠い状況である。また、燃料価格高騰により、売上回復には至っていない。現状は国や自治体の補助金を活用している。(道央)

<運輸業> 異常気象による輸送ルートの障害と、燃料価格の高止まりによる輸送コストの増大が、収益を大きく圧迫している。加えて、10月からの社会保険料の改定、2023年4月からの時間外料率の改定、ドライバーの時間外労働時間の上限規制に伴う問題（2024年問題）など、人件費に係るコストも大幅に増加していくものと思われる。これらのコストを、運賃単価に転嫁できない状況が続いている。(道央)

9. ホテル・旅館業

<都市ホテル> 観光支援策の「どうみん

割」の効果や行楽シーズンの到来により、宿泊稼働率および販売単価の上昇とともに売上げも伸びている。問題点は人員不足であり、雇用条件などを見直して採用活動を実施しているが、思うように採用ができていない。今後の売上確保のためには、客室などのリニューアルが必要であり、実際に計画中である。運営においては、「地域との共生」を掲げ、より地域に根差した取り組みを実施する。(札幌)

<観光ホテル> 今夏に2019年の水準の8割程度まで回復し、好転の兆しを見せている。半面、コスト増や人件費増、人手不足に悩まされる部分もある。人材への投資を見直すべきと考えている。(道北)

<観光ホテル> 道内・道東地域の中でも知床エリアの集客の回復は鈍化しており、やはり海難事故の影響が依然大きいと思われる。施設独自での施策ではどうにもならないため、団体一丸となって国などへ支援強化を依頼していく予定である。(道東)

10. その他非製造業

<飲食店> コロナ感染者数の増加に伴い、売上の回復が鈍化した。今後は、新規出店のほか、生産性向上のためにIT設備の導入を検討していく。(札幌)

<建設コンサルタント> コロナ関連の影響は少なく、売上・利益は比較的落ち着いている。人員は過剰感があるが、若手・中堅層が不足しており、うまく調整していかなければ技術力の低下を招く。また、下請け企業の高齢化により、労働力の確保が将来的に厳しく

なることが予想される。(札幌)

<病院> 売上もそうだが、特に利益に関しては2021年度に大きく減少している。要因としては、諸経費の増加や、補助金の減少が大きな要因とみている。経費削減は毎年取り組んできたが、物価上昇により環境が変化していることも踏まえて、今後はより一層注力したい。(道央)

<廃棄物処理業> 回収物量の減少を、再生油や鉄くずなどの売却物の単価増加で補い、通常ベースの売上・利益は確保できている。今後は物量減少に対応すべく、取引業種の拡大を進めるほか、諸経費の増加に備え、より効率的な廃棄物処理工程の見直しを推進する。(道央)

<クリーニング業> 業界としては、4月以降、コロナ禍の影響が徐々に和らいだことで、クリーニング需要の回復傾向がみられた。リネンサプライについては、ホテル・旅館の稼働率が7月以降ようやく回復してきた。しかし、インバウンドの受け入れ再開については緒についたばかりであり、足元の感染拡大もあって、市況の回復は道半ばといった状況にある。当社としては、売上増加策やコスト削減策が奏功し前年から売上・利益ともに回復状況にあるが、物価高に伴う個人消費の縮小懸念や、10月に控えた最低賃金の引き上げなど、経営上のリスクは山積している。(札幌)

あらためて考えるSDGs

公益財団法人北海道環境財団 事務局次長
久保田学

1 VUCAの時代に

2015年9月の国連総会で「持続可能な開発目標（SDGs）」が全会一致で採択されてから7年が経過しました。この間日本では急速に認知度が高まり、街で見かける襟章や企業広告での活用など、国連の長期的な政策目標としては過去にない共感・賛同が広がりました。しかし、新型コロナウイルス感染症の拡大やロシアのウクライナ侵攻、そこから生じた世界的な食料・エネルギー価格の高騰は、「持続可能で豊かな社会」という私たちの希望を打ち砕く「想定外」のリアリティを知らしめました。今の世界は、その変動性（Volatility）、不確実性（Uncertainty）、複雑性（Complexity）、曖昧性（Ambiguity）から「VUCA社会」といわれます。感染症の拡大や新たな戦争の勃発・長期化は、「あるべき社会」を願うだけではなく「ありうる社会」への対応を私たちにつきつけています。そこでSDGsを絵空事と棚上げするのか、この先を生き抜く拠り所として活かしていくのか、私たちは試されています。あらためてSDGsについて考えてみましょう。

2 関心と行動のギャップ

SDGsの知名度は道内でも年々向上しています。北海道による道民意識調査（2021年）によれば、「聞いたことがある」(27.8%)、「少し知っている」(31.1%)、「よく知っている」(7.9%)と答えた人の合計は66.8%に達し、2018年の調査時の26.4%から大きく増加しました。一方で、「知らなかった」が32.6%であったほか、「取り組みたいと思うが何に組み込めばよいかわからない」(56.6%)、「取り組みたいと思わない」(11.9%)が合わせて68.5%を占めており、必ずしも行動・実践にはつながっていません。

道内企業については、帝国データバンク（2021）によれば、SDGsに関して「意味及び重要性を理解し、取り組んでいる」(10.4%)、「意味もしくは重要性を理解し、取り組みたいと思っている」(21.6%)とする企業の合計は32.0%に達し、前年度から13.3ポイント増えています。業種別では金融分野（57.2%）が最も高く積極的であることが注目されます。しかし、全体の41.7%が「言葉は知っていて意味若しくは重要性を理解できるが取り組んでいない」と回答しており、「言葉は知っているが意味若しくは重要性を理解できない」(13.0%)、「言葉も知らない」(3.9%)、「わからない」(9.3%)を合わせると、SDGsに積極的ではない企業は67.9%に達します。北海道SDGs推進ネットワーク会員へのアンケート調査（2020年）によれば、取組に踏み出せない理由として「余裕がない」が61.7%、「具体的に何をすればいいのかわからない」が57.4%を占めており、道内の経済活動の中で主流化しているわけではありません。

内閣府の調査（2021年）によれば、道内市町村で「推進している」のは63自治体（35.2%）にとどまっています。北海道のアンケート調査（2020年）によれば、推進できない理由として「自治体内部の理解、専門性が不足」(75.6%)、「予算・資源不足」(55.3%)、「地域住民の関心が低い」(52.0%)などが上位に並びます。

このように認知度は年々向上しつつも、ビジネス、市民生活、地域政策のいずれにおいても実装、活用が十分ではないことがわかります。

3 SDGsを理解するポイント

SDGsを実践・活用するにはその本質を知る必要があります。そのポイントを見てみましょう。

SDGsは35ページの国連の文書で、そのタイトルは“Transforming our world : the 2030 Agenda for Sustainable Development”(我々の世界を変革する：持続可能な開発のための2030アジェンダ)です^[注1]。つまり、「世界の形を変える」必要性を標題で提起しています。これは、企業・行政に対しても従来の延長ではなく、自ら、そして社会システムの変革を求めるものです。

私たちが日々目にする17分野の目標（Goal）は計169項目の具体的な達成目標（Target）で構成されています。この部分がよく知られた「本体」ですが、SDGsを特徴づける重要な事項は全てその前段計12ページの「前文」と「宣言」に記載され、その特性は次の5点に要約されます。

普遍性 前身の国連ミレニアム開発目標（MDGs、2001～14年）は、貧困・飢餓・保健衛生など開発途上国の問題解決が主眼でしたが、SDGsは先進国を含む全加盟国の普遍的な共通目標です。先進国での貧困、格差の拡大や新型コロナウイルスの影響を考えると、このことは自明でしょう。

包摂性 前文と宣言で「誰一人取り残さない」(No one will be left behind) ことを重ねて誓うとともに、「公正、公平、寛容、開かれ、社会的に包摂的な世界」を目指すべき目標像として示し、前文の冒頭では全ての人々の人権、とりわけジェンダー平等に言及しています。

参画性 社会に影響力を持つ政府や大企業だけでなく、小企業、NGO等多岐にわたる民間部門も当事者として役割を持ち、全ての人を取り込んでいくことが明記されています。

統合性 17の目標は不可分であり、経済、社会、環境の統合的な問題解決とそのための新たなアプローチの必要性が明記されています。貧困、不平等との戦い、地球の維持、持続可能な経済成長、社会的包摂性などの相互連関、相互依存が「持続可能」の前提であるとしています。

透明性 17分野169目標に対して232項目の評価指標が設定され、定期的な到達度の評価や国ごとの比較を可能とし、透明性の確保と根拠立てた説明責任が担保されています。

加盟国の合意文書ですから、いずれも政府目線の記述で自分事視しにくいかもしれません。実際に企業や自治体で取り組む際には、これらの特性をそれぞれの立場に当てはめて解釈し、自らの目標に落とし込む「ローカライズ」が必要となります。企業活動でこれらに応えることはもちろん容易ではありませんが、逆にこうしたポイントを理解せず自らの活動を17分野にあてはめるだけでは、後述のとおり意味がないばかりか「SDGsウォッシュ」と見なされる可能性があります。

^[注1] 原文・和訳は外務省サイト参照 <https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/oda/sdgs/about/>

4 環境分野から見る同時解決の難しさ

気候変動対策の要請

統合的な問題解決について気候変動を例に見てみましょう。気候変動（ゴール13）は直結するゴール7（エネルギー）とともに他の全てのゴールに連関する複雑で困難な課題です（図1）。

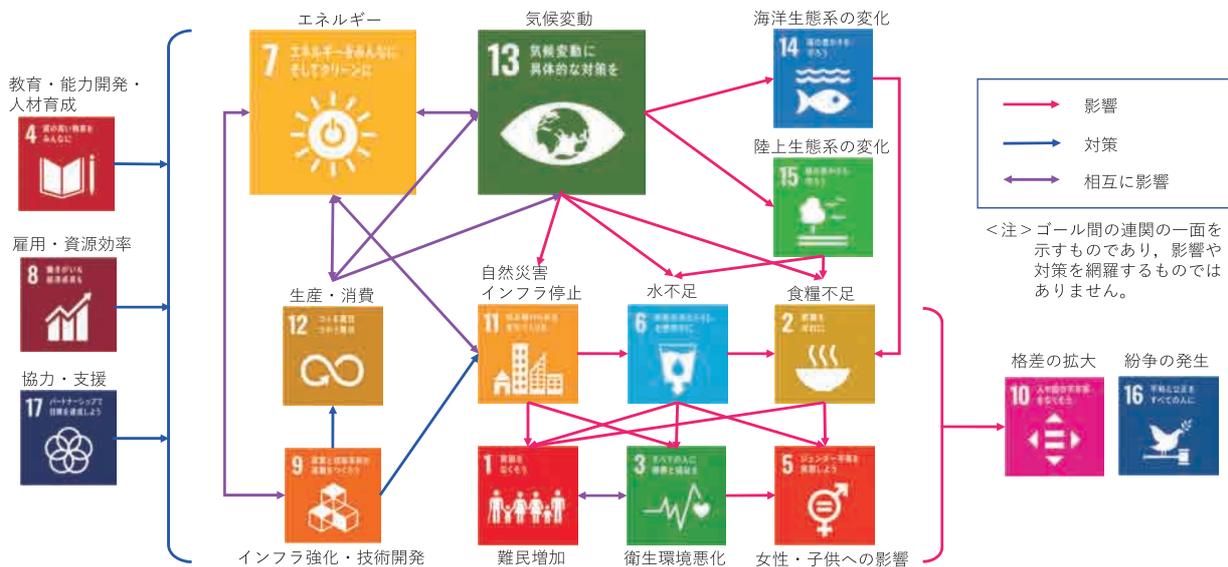
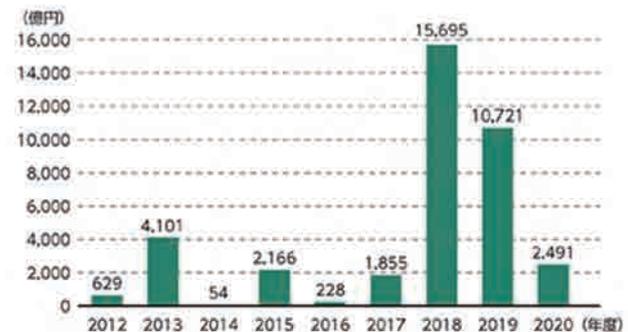


図1 気候変動問題と他のゴールの連関の例

被害はすでに世界各地で顕在化し、日本でも猛暑の常態化や気象災害の頻発・激化、海洋環境の変化などが現実のものとなっています。これらは人命・健康に対する脅威であることはもちろんですが、例えば国内の風水害等による損害保険の支払金額は2018年に過去最高額に達し、翌2019年も1兆円を超過しており、保険料の引き上げや保険期間の短縮など国内の経済活動への影響も明らかです（図2）。

気候変動に関する政府間パネル（IPCC）の報告（2021年）によれば、パリ協定（2015年）で合意した、工業化以前と比べて地球の気温上昇を1.5℃以内に抑える、との目標を50%の確率で達成するには2020年以降の温室効果ガス排出量を世界全体で、あと5,000億tCO₂に抑える必要があります。しかし、2019年の排出量は581億tCO₂ですから、現状では2030年を待たずに限度を超えます。日本もようやく2050年の排出量実質ゼロを表明しましたが、脱炭素はいずれ達成できればいいわけではなく、実は緊急性が高いのです。



注：支払保険金の合計額は、一般社団法人日本損害保険協会が調査した主な風水害等のみ。
資料：一般社団法人日本損害保険協会「近年の風水害等による支払保険金調査結果（見込み含む）」より環境省作成

図2 我が国の近年の風水害等による支払保険金額
出典：『令和4年版環境白書』（環境省）

こうしたことから、政府の2030年の温室効果ガス削減目標（2021年）は、従前の2013年比26%減から46%減（1990年比40%減）と大幅に引き上げられ、家庭部門を1/3に、業務部門を1/2に、運輸部門を2/3に圧縮する劇的な削減を要請しています（表1）。しかし、この厳しい目標もデンマークの1990年比70%減、英国の同68%減など対策に積極的な国々と比較すると甘く、要求水準は今後さらに上がるでしょう。

表1 地球温暖化対策計画（環境省サイトより）

温室効果ガス排出量・吸収量 (単位: 億t-CO2)		2013排出実績	2030排出量	削減率	従来目標
		14.08	7.60	▲46%	▲26%
部門別	エネルギー起源CO ₂	12.35	6.77	▲45%	▲25%
	産業	4.63	2.89	▲38%	▲7%
	業務その他	2.38	1.16	▲51%	▲40%
	家庭	2.08	0.70	▲66%	▲39%
	運輸	2.24	1.46	▲35%	▲27%
	エネルギー転換	1.06	0.56	▲47%	▲27%
非エネルギー起源CO ₂ 、メタン、N ₂ O		1.34	1.15	▲14%	▲8%
HFC等4ガス（フロン類）		0.39	0.22	▲44%	▲25%
吸収源		-	▲0.48	-	(▲0.37億t-CO ₂)
二国間クレジット制度（JCM）		官民連携で2030年度までの累積で1億t-CO ₂ 程度の国際的な排出削減・吸収量を目指す。我が国として獲得したクレジットを我が国のNDC達成のために適切にカウントする。			-

地域にとっての再生可能エネルギー

こうした状況下、再生可能エネルギー（以下、「再エネ」）の賦存量が国内で最も豊かな北海道には再エネ供給基地の期待がかかっています。原発事故を契機に2012年に再エネ電力の固定価格買取制度（FIT）が開始され、我が国もようやくその導入が加速し、北海道でも風力、太陽光、バイオマス等の発電設備が急増しました。環境省が提供する地域経済循環分析（2018年版）によれば北海道の再エネ賦存量は道内需要の24倍以上あり、計算上は十分エネルギーを自給できます。しかし、現在は化石燃料を中心とするエネルギー購入代金として年間3,776億円が道外に流出しており、これは道内総生産の約2%、道の一般会計年間予算の約1割に相当する額です。国全体では化石燃料輸入額は2019年度に約20兆円にもなり、今のエネルギー価格の高騰から2022年度は流出額の激増が予想されます。

いくら域内で稼いでも地域振興予算を投じて域外への支払いで豊かにならない状態は、「漏れバケツ」に例えられます。これを道内産の再エネで代替していくことは、気候変動対策、地域経済の振興、エネルギー安全保障等を同時に満たし、本来はSDGsが掲げる統合性を体現するものです。しかし、残念ながら現在は再エネ施設の多くが道外資本による設置・運営であり、事業収益は道外に流出しています。例えば太陽光発電のうち道内の約9割を占める20kW以上の施設では、設備容量の67%、年間売電収入の69%が道外企業に帰属していると推計されています（歌川、2022）。適地は多くても地域からの投資が進まなかった北海道では域外企業による再エネ開発が先行してきましたが、従来の企業誘致のような発想では地域固有の資源である再エネの利益が地元還元されず、新たな漏れ穴となりかねません。

また、再エネ施設は地域や環境に負の影響をもたらす「迷惑施設」となり得ることに注意が必要です（表2）。厳しい手続きの対象外の規模の施設が近隣住民の知らないうちに計画され、ある日突然景観が変わっていく、という事態が随所でおきています。こうした負の側面を回避するには、地元主導で利害調整・合意形成を進める計画プロセスが何よりも重要ですし、上述のと

おり域内出資・域内調達など最適化が望まれます。政府の「地域脱炭素ロードマップ」(2021年)は、脱炭素は地域の課題解決、地方創生をめざす「成長戦略」であることを強調し、自治体や地域の金融機関、中核企業の参画とリーダーシ

表2 再生可能エネルギーをめぐるトラブルの例

種別	影響
風力(陸上)	猛禽類等野鳥の衝突、騒音、低周波騒音(健康影響)、ブレードの影のちらつき
太陽光	森林伐採による保水機能の低下、傾斜地での土砂流出・災害リスク、反射光、事業終了後の廃棄に関する懸念
木質バイオマス	域外資源調達の拡大(木材の争奪戦)、他用途との競合、輸入バイオマス依存(炭素収支悪化、生産地の環境破壊・土地収奪)、熱の未利用(資源利用効率の低下)
共通	景観の改变(生活環境・観光資源の劣化)、生態系への影響(稀少種の生息地破壊、食物連鎖の変化)、域外資本による長期間の資源占有

プを求めています。SDGsの理念からは、再エネ開発は地域を豊かにし住民が望むものであるべきで、表2のような事態の回避や対処が求められます。

5 ローカルSDGs～地域循環共生圏

このように経済・社会・環境課題を統合的・同時解決し、資源やお金の域内循環を高めていく「地域循環共生圏」の概念が、国の第5次環境基本計画で提唱され、各地で新たな地域発展がめざされています。もちろん、エネルギーも食料も域内調達・循環の完結は困難であり、人材・資金・情報も都市に偏在するため、広域連携や相互補完が前提ですが、いわば地元主導・内発的に地域社会・経済にSDGsを実装し地方創生をめざすものです。様々な関連施策が展開されていますが、ここでは環境省のプラットフォーム支援事業から道内の取組をいくつか紹介します。

海鳥をシンボルとする環境保全と産業振興の両立(羽幌地域生物多様性保全協議会)

世界的に貴重な海鳥繁殖地である羽幌町では、2017年から海鳥の生息環境に配慮した取組を評価し事業者を認証する「シーバードフレンドリー(SBF)認証制度」が運営されています。海鳥の混獲防止をめざす漁業や、減農薬による特別栽培米などの商品を、取組に共感する消費者が購入することで、志ある事業者を応援する仕組みですが、制度の活用に向けてさまざまな課題があり、現在認証制度の改良を検討しています。ここでは、環境保全に配慮した水産物・農産物等の販売や消費者との交流・コミュニケーションにより地域産業の競争力が強化され、関係人口が増え、利益が環境保全に還元され、地域に誇りが醸成されていくことが目標です。その実現に向けて対象を留萌地域8市町に拡大し、広域連携によるマーケティングやコンテンツ拡充、海鳥・渡り鳥をテーマとする小・中・高校の環境教育、生産者と消費者の交流を兼ねた観光等が模索されています。



SBF認証を受けた上築有機米生産組合の特別栽培米(羽幌町)

地域資源を活用したSDGs研修（余市町観光地域づくり協議会）

NPO法人北海道エコビレッジ推進プロジェクトは2012年から余市町を拠点に活動し、「持続可能な暮らしと社会」の技術や考え方を滞在型プログラムや地元との交流をとおして実践し、学生、外国人旅行者や留学生、若手企業人などに学びの機会を提供・創出してきました。現在、同NPOが中心となり、余市観光協会、JAよいち、余市郡漁業協同組合、余市町役場とともに構成する「余市町観光地域づくり協議会」として、教育旅行や企業の社員研修を軸とする新たなツーリズムの創出に取り組んでいます。「地元学」^[注2]の手法による環境・産業資源のコンテンツ化、

道内外からの教育旅行受け入れの拡大、地域の生産者・観光関係者と交流・連携等により、地域内外との価値共有と関係人口拡大をめざすものですが、多様な地域課題とその統合的な解決プロセスを活用した「SDGs研修」の地域ブランド化も期待されます。



環境に配慮した居住・食料生産を実践するエコビレッジ（余市町）

製炭事業と社会福祉の融合による資源循環・脱炭素の推進（株地域価値協創システム）

美幌町を拠点にオホーツク地域の8つの社会福祉系NPOが出資して2021年に設立された(株)地域価値協創システムは、地域で発生する規格外農産物や間伐材、廃材などの未利用資源を、近年開発された小型で操作しやすいプラントを用いて製炭し、資源循環・脱炭素に貢献する商品の開発と事業化を進めています。特徴的なのは、その設立経緯から就労を希望する障がい者や就労に制約がある子育て世代を担い手として想定しており、多様な人々が働ける職場づくり、新たな労働力確保、基幹産業である農業の脱炭素化、未利用資源の活用など、さまざまな地域課題の同時解決をめざす事業であること

です。現在は調理用の木炭が中心ですが、商品価値の低い炭も土壌改良材としての炭素貯留効果が期待でき、その普及により地域の脱炭素化に大きく貢献できる可能性があります。



郊外に設置された製炭炉と規格外野菜を原料とするバイオ炭（美幌町）

^[注2] 地元のことを地元で学び、「ないものねだり」ではなく「あるもの探し」により地域や人の持つ力を引き出して、生活やものづくり、地域づくりに役立てていく地域発展の手法。水俣市の地域づくりを主導した吉本哲郎氏が提唱し各地で活用されている。

6 企業にとってのSDGs

なぜ取り組むのか？

前述のとおり、SDGsの道内企業への普及は途上にあります。大手を中心に先行する企業は経営リスク回避のツールとして戦略的に活用しています。例えば、SDGsへの対応や本業をとおした貢献は企業イメージを左右します。業績や待遇だけではなく、環境や人権を重視する姿勢は企業の社会的な信用度を高め、社会課題に向き合うことは顧客や地域の信頼獲得のためにも大切です。また、我が国では2016～17年に学習指導要領が改訂されて学校教育の目的に「持続可能な社会の創り手」の育成が盛り込まれ、すでに教科書にSDGsが取り上げられています。つまり、これからの若者は学校でSDGsを学んで社会に出てきます。その価値観を多少なりとも身につけ、あるいは大学などで探求を深めた人材が増えてくれば、SDGsへの取組姿勢や実績は企業にとって人材確保の重要な要素となる可能性があります。

さらに、環境や人権への対応は取引条件化しはじめています。道内企業の調査では金融分野の関心が最も高かったことを紹介しましたが、日本のESG投資残高は2016年の0.5兆ドルから2020年には2.9兆ドルと5.8倍増となり、全運用額の24%に達しています。環境分野では、東京証券取引所は2021年のコーポレートガバナンス・コードでプライム市場上場企業にTCFD^[注3]または同等の枠組みに基づく気候関連財務情報など、サステナビリティに関する取組の開示を求めています。サプライチェーン全体の脱炭素に取り組む大企業が次々と現れ、トヨタ（調達先で毎年3%削減）、ホンダ（同毎年4%削減、2050年実質ゼロ）などで取引先への要請もはじまっています。「気候変動は人道問題」であり、その対応は「営業許可証」である（松尾、2021）との見方もあります。対応を軽視して不正義とみられるか、時代に順応して新たな顧客や事業機会につながるか、環境に限らずSDGsの全ての分野に共通する分岐点となります。

「SDGsウォッシュ」に注意

「地球にやさしい」「環境にいい」などとPRしつつ、うわべだけで実質を伴わないことを「グリーンウォッシュ」と呼びますが、同様に見せかけだけの対応でSDGsに取り組むふりをするを「SDGsウォッシュ」といいます。意図的な偽装は論外ですが、取り組んでいる「つもり」となっている場合、気づくまで自社の価値を損ねつづけることになりかねません。

SDGsに取り組むにあたり多くの場合、まず自社の事業や取組と17分野のゴールの関係を整理することになります。これを「マッピング」といいますが、これだけでは取り組んだことにはなりません。なぜなら、SDGsの本質は前述のとおり「変革」することであり、分類しただけでは自社の環境や社会・人権問題への対応は何も変わらず、逆に現在の取組を正当化する免罪符とな

^[注3] 気候関連財務情報開示タスクフォース。各国の財務省、金融監督当局、中央銀行からなる金融安定理事会（FSB）に設置された作業部会で、投資家等に適切な投資判断を促すために気候関連財務情報の開示を企業等に求めることを目的とする。2022年3月末時点で世界の3,150機関が賛同し、日本からの賛同757機関は国別で世界1位。同様に自然関連財務情報の開示を進めるタスクフォース（TNFD）も2021年に設置された。

りかねないからです。自治体でも同様の対応をみかけますが、地域の多様な社会課題への対応を業務とする行政機関がSDGsの各分野に関わっているのは当然のことで、これまでとは異なる変革のツールとして使わなければ意味がありません。

7 支持される企業・地域となるために

SDGsの取り組み方については、すでに多くの優れた書籍があります。各省庁からも大企業、中小企業、自治体向けガイドブックや分野別の事例集等が、無料で公開されていますので、紙面の制約からここでは触れませんが、それらが指南する手順はほぼ共通しています。例えば企業行動指針として有名なSDGsコンパス^[注4]は次のように整理しています。

- STEP 1 SDGsを理解する
- STEP 2 優先課題を決定する
- STEP 3 目標を設定する
- STEP 4 経営に統合する
- STEP 5 報告とコミュニケーションを行う

前述のとおり、まずSDGsの本質を理解することが出発点となります。それを踏まえ、取り組むことで何をどう変えようとするのか具体的に目標を定め、経営や地域づくりに落とし込み、担当部署だけでなく組織全体で対応していくことが基本です。そして組織内外に取組結果や課題を示し、一緒に改善を考えていくことの繰り返しです。そのプロセスにはさまざまな困難が予想されますが、SDGsを義務や負担ではなく、「支持される／働きたくなる企業」や「住みたくなる／住み続けられる町」に変わっていくための投資と捉えることができれば結束して取り組むことができるのではないのでしょうか。社会がSDGsを望むならば、「誰ひとり取り残さない」を旨とするSDGsへの対応が遅れることで「取り残される」リスクも意識した方がいいかもしれません。

<参考文献>

- 帝国データバンク（2021）SDGsに関する道内企業の意識調査
- 歌川学（2022）北海道の地域脱炭素転換と地域発展（EPO北海道／環境白書を読む会資料）
- 松尾雄介（2021）脱炭素経営入門、日本経済新聞出版

^[注4] 詳しくは<https://sdgcompass.org/>を参照

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 (%)										
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	92.6	△ 5.7	99.9	△ 3.8	92.1	△ 6.2	98.9	△ 3.6	108.8	7.5	101.7	2.8
2020年度	83.3	△10.0	90.3	△ 9.6	83.3	△ 9.6	89.2	△ 9.8	85.4	△21.5	91.5	△10.0
2021年度	88.6	6.4	95.5	5.8	89.5	7.4	93.3	4.6	87.8	2.8	97.7	6.8
2021年 4～6月	89.4	2.6	96.5	0.2	91.6	4.2	95.3	0.8	86.9	△ 1.9	95.7	1.3
7～9月	90.1	0.8	94.7	△ 1.9	91.4	△ 0.2	92.2	△ 3.3	88.3	1.6	97.9	2.3
10～12月	86.3	△ 4.2	94.9	0.2	86.8	△ 5.0	92.4	0.2	89.1	0.9	99.9	2.0
2022年 1～3月	88.8	2.9	95.7	0.8	88.4	1.8	92.9	0.5	91.1	2.2	100.9	1.0
4～6月	r 87.5	△ 1.5	93.1	△ 2.7	r 89.2	0.9	92.0	△ 1.0	r 88.3	△ 3.1	99.6	△ 1.3
2021年 8月	89.7	△ 3.1	96.2	△ 1.9	91.3	△ 2.2	93.6	△ 2.6	87.3	△ 0.1	95.3	△ 0.1
9月	87.9	△ 2.0	89.9	△ 6.5	89.6	△ 1.9	86.9	△ 7.2	88.3	1.1	97.9	2.7
10月	87.1	△ 0.9	91.8	2.1	87.9	△ 1.9	89.1	2.5	89.8	1.7	98.4	0.5
11月	86.1	△ 1.1	96.4	5.0	86.8	△ 1.3	93.9	5.4	89.4	△ 0.4	99.8	1.4
12月	85.8	△ 0.3	96.6	0.2	85.8	△ 1.2	94.1	0.2	89.1	△ 0.3	99.9	0.1
2022年 1月	88.5	3.1	94.3	△ 2.4	89.0	3.7	92.7	△ 1.5	92.3	3.6	99.2	△ 0.7
2月	87.2	△ 1.5	96.2	2.0	87.4	△ 1.8	92.7	0.0	89.4	△ 3.1	101.3	2.1
3月	90.7	4.0	96.5	0.3	88.9	1.7	93.3	0.6	91.1	1.9	100.9	△ 0.4
4月	90.8	0.1	95.1	△ 1.5	92.3	3.8	93.0	△ 0.3	91.5	0.4	98.6	△ 2.3
5月	86.6	△ 4.6	88.0	△ 7.5	89.4	△ 3.1	89.2	△ 4.1	88.9	△ 2.8	97.7	△ 0.9
6月	85.1	△ 1.7	96.1	9.2	86.0	△ 3.8	93.7	5.0	88.3	△ 0.7	99.6	1.9
7月	86.1	1.2	96.9	0.8	84.6	△ 1.6	94.8	1.2	87.0	△ 1.5	100.2	0.6
8月	p 86.3	0.2	100.2	3.4	p 85.6	1.2	97.5	2.8	p 86.6	△ 0.5	100.9	0.7
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(%)
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	196,297	△ 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
2021年 4～6月	234,119	2.5	47,356	5.8	29,385	37.1	10,422	40.9	204,734	△ 1.1	36,934	△ 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
10～12月	265,850	1.5	54,988	1.6	47,126	13.2	15,773	6.4	218,724	△ 0.8	39,216	△ 0.2
2022年 1～3月	238,488	0.6	48,856	1.9	35,493	△ 1.2	12,389	5.6	202,995	0.9	36,466	0.7
4～6月	242,249	3.5	49,786	5.1	37,921	29.0	13,058	25.3	204,328	△ 0.2	36,727	△ 0.6
2021年 8月	80,876	△ 2.7	16,078	△ 4.8	9,770	△14.4	3,102	△13.9	71,106	△ 0.8	12,976	△ 2.3
9月	76,574	△ 1.3	15,564	△ 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	12,253	0.9
11月	81,979	2.1	17,078	1.8	14,300	25.0	4,975	7.5	67,679	△ 1.7	12,103	△ 0.4
12月	103,599	0.4	21,392	1.7	19,464	12.4	6,532	8.3	84,136	△ 2.0	14,860	△ 0.9
2022年 1月	81,143	0.6	16,767	3.0	12,018	7.0	4,163	14.5	69,125	△ 0.4	12,604	△ 0.3
2月	73,855	△ 1.1	15,036	0.5	9,544	△13.2	3,516	△ 1.8	64,311	1.0	11,520	1.2
3月	83,490	2.1	17,053	2.1	13,930	1.7	4,711	4.2	69,560	2.2	12,342	1.3
4月	79,982	2.6	16,242	4.6	12,214	13.1	4,181	18.2	67,768	0.9	12,061	0.6
5月	81,658	6.4	16,809	9.1	12,724	57.4	4,301	55.3	68,934	0.4	12,509	△ 1.1
6月	80,609	1.5	16,735	1.9	12,982	23.6	4,577	11.2	67,627	△ 1.9	12,158	△ 1.2
7月	84,690	3.1	17,704	3.3	14,241	17.8	4,854	8.9	70,449	0.6	12,850	1.3
8月	82,264	1.7	16,776	4.3	12,136	24.2	3,869	24.7	70,127	△ 1.4	12,907	△ 0.5
資料	経済産業省、北海道経済産業局											

■ 百貨店・スーパー販売額の前年同月比は全店ベースによる。
 ■ 「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(%)
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	49,172	8.4	281,690	△ 0.6	72,342	3.2	140,449	5.3	35,211	6.7
2021年度	151,759	△ 2.7	46,879	△ 4.7	282,274	0.2	73,922	2.2	138,437	△ 1.4	33,683	△ 4.3
2021年 4～6月	34,742	△ 4.7	11,153	△ 3.8	70,524	△ 0.8	18,349	△ 0.2	40,411	△ 1.3	9,089	△ 4.5
7～9月	39,473	3.1	11,670	△ 8.5	73,302	0.9	18,801	1.9	35,610	0.0	8,365	△ 6.8
10～12月	38,374	△ 7.6	11,818	△ 6.2	69,730	△ 1.3	18,571	2.2	36,592	△ 0.9	8,807	△ 2.9
2022年 1～3月	39,170	△ 1.4	12,238	0.1	68,718	2.1	18,202	4.9	25,824	△ 4.4	7,422	△ 2.9
4～6月	36,832	6.0	11,209	0.5	71,174	0.9	18,851	2.7	39,992	△ 1.0	8,898	△ 2.1
2021年 8月	12,672	△ 4.4	3,697	△ 18.3	25,135	2.3	6,436	0.4	11,602	△ 4.4	2,772	△ 14.0
9月	12,092	△ 0.8	3,551	△ 3.3	24,141	1.3	6,032	3.2	10,835	3.3	2,654	△ 3.2
10月	11,815	△ 0.4	3,511	1.9	22,899	△ 0.8	6,081	4.6	11,573	1.2	2,797	0.0
11月	11,839	△ 13.4	3,579	△ 10.6	23,011	△ 3.0	5,909	1.1	11,196	△ 4.0	2,708	△ 4.0
12月	14,720	△ 7.9	4,728	△ 8.3	23,820	0.0	6,581	1.2	13,823	0.1	3,302	△ 4.3
2022年 1月	12,845	△ 5.2	4,235	△ 1.7	23,899	△ 1.2	6,175	5.7	9,054	△ 1.2	2,505	△ 2.6
2月	10,337	△ 8.6	3,466	△ 0.8	23,467	5.9	5,802	4.5	7,363	△ 4.1	2,246	△ 4.1
3月	15,988	7.5	4,536	2.6	21,352	1.9	6,225	4.6	9,407	△ 7.5	2,671	△ 2.2
4月	12,617	9.3	3,578	1.4	23,943	2.2	6,189	3.1	13,432	4.8	2,986	△ 1.5
5月	12,508	8.6	3,704	△ 3.3	23,318	2.8	6,284	1.7	14,478	0.0	3,101	△ 3.9
6月	11,707	0.2	3,927	3.5	23,913	△ 2.1	6,378	3.4	12,082	△ 7.8	2,811	△ 0.7
7月	12,967	△ 11.8	4,276	△ 3.3	24,578	2.3	6,764	6.8	12,487	△ 5.2	2,874	△ 2.2
8月	10,999	△ 13.2	3,635	△ 1.7	25,834	2.8	6,774	5.3	11,373	△ 2.0	2,742	△ 1.1
資料	経済産業省、北海道経済産業局											

■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(%)
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
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
2021年 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
10～12月	144,200	0.9	30,095	0.9	272,681	△ 0.8	292,077	△ 0.1	2,141	28.6	0	△ 100.0
2022年 1～3月	136,169	3.4	28,218	1.8	271,384	7.2	284,316	2.8	1,565	66.8	0	△ 100.0
4～6月	146,125	4.6	30,093	3.5	265,182	△ 0.3	289,694	3.2	2,314	121.6	0	—
2021年 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	0	—
11月	45,687	0.3	9,572	△ 1.0	267,762	5.1	277,029	△ 0.6	690	20.9	0	—
12月	50,960	2.9	10,596	3.8	309,154	△ 2.6	317,206	0.7	817	101.4	0	△ 100.0
2022年 1月	46,133	3.8	9,537	2.9	271,644	12.9	287,801	7.5	548	126.8	0	△ 100.0
2月	42,612	3.3	8,721	0.6	262,481	16.7	257,887	2.2	378	53.3	0	—
3月	47,424	3.0	9,960	1.7	280,027	△ 4.7	307,261	△ 0.8	639	41.9	0	—
4月	47,300	3.9	9,873	2.7	282,457	3.8	304,510	1.2	648	58.9	0	—
5月	49,093	5.5	10,078	3.5	258,836	△ 4.4	287,687	2.4	785	147.9	0	—
6月	49,732	4.3	10,141	4.2	254,252	△ 0.4	276,885	6.4	881	175.6	0	—
7月	54,511	3.7	10,844	3.4	260,247	1.7	285,313	6.6	1,054	86.4	1	46700.0
8月	53,998	5.3	10,720	5.2	279,402	15.9	289,974	8.8	1,205	97.4	2	—
資料	経済産業省、北海道経済産業局				総務省、北海道				北海道観光振興機構		法務省	

■コンビニエンスストア販売額の前年同月比は全店ベースによる。 ■年度および四半期の数値は月平均値。 ■「P」は速報値。

主要経済指標 (3)

年月	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	
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
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
2021年 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
10～12月	70,670	△18.4	25,160	△15.0	1.01	1.10	29,265	6.1	728,018	10.6	3.0	2.6
2022年 1～3月	148,989	10.7	25,605	△ 8.5	1.01	1.14	31,407	5.8	774,773	9.4	3.1	2.7
4～6月	492,178	△ 6.2	49,296	△ 4.4	1.01	1.07	32,677	13.3	766,556	13.2	3.7	2.7
2021年 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
11月	21,550	△11.3	7,534	△14.5	1.02	1.10	28,717	8.6	710,746	12.7	3.0	2.7
12月	12,185	△35.8	6,859	△ 6.6	1.02	1.14	27,114	6.6	700,287	11.2	↓	2.5
2022年 1月	11,609	26.9	5,209	△17.7	1.00	1.14	30,102	6.9	783,292	13.0	↑	2.7
2月	16,366	16.7	5,897	△ 9.1	1.02	1.14	30,357	9.3	742,290	8.1	3.1	2.6
3月	121,013	8.6	14,499	△ 4.3	1.03	1.13	33,763	1.9	798,736	7.3	↓	2.6
4月	184,734	△ 9.8	20,105	△ 4.0	1.00	1.06	34,810	13.5	772,695	11.9	↑	2.7
5月	144,186	△ 6.3	12,672	△10.3	1.00	1.06	29,853	14.3	726,747	16.6	3.7	2.8
6月	163,257	△ 1.6	16,519	0.1	1.04	1.09	33,369	12.2	800,227	11.5	↓	2.7
7月	102,650	0.3	12,924	△ 7.0	1.10	1.15	34,649	15.8	772,249	11.9	—	2.5
8月	59,855	△ 8.6	11,562	△ 0.1	1.12	1.18	30,415	14.2	755,697	13.9	—	2.6
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
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
2021年度	100.2	0.5	99.9	0.1	144	△13.3	5,980	△16.5	112.36	27,821
2021年 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
10～12月	100.5	0.9	100.0	0.4	34	6.3	1,539	△12.1	113.70	28,792
2022年 1～3月	101.0	1.0	100.5	0.6	49	11.4	1,504	△ 3.2	116.18	27,821
4～6月	102.3	2.9	101.6	2.1	59	78.8	1,556	4.4	129.56	26,393
2021年 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
11月	100.6	1.1	100.1	0.5	15	25.0	510	△10.4	114.13	27,822
12月	100.6	0.8	100.0	0.5	7	0.0	504	△ 9.7	113.87	28,792
2022年 1月	100.4	0.6	100.1	0.2	8	14.3	452	△ 4.6	114.83	27,002
2月	100.9	1.0	100.5	0.6	14	△ 6.7	459	2.9	115.20	26,527
3月	101.6	1.3	100.9	0.8	27	22.7	593	△ 6.5	118.51	27,821
4月	102.1	2.8	101.4	2.1	16	33.3	486	1.9	126.04	26,848
5月	102.3	2.8	101.6	2.1	22	144.4	524	11.0	128.78	27,280
6月	102.5	3.0	101.7	2.2	21	75.0	546	0.9	133.86	26,393
7月	103.0	3.0	102.2	2.4	9	0.0	494	3.8	136.63	27,802
8月	103.4	3.4	102.5	2.8	14	133.3	492	5.6	135.24	28,092
資料	総務省				(株)東京商工リサーチ				日本銀行	日本経済新聞社

■年度及び四半期の数値は、月平均値。

■円相場は対米ドル、インターバンク中心相場の月中平均値。



ほくよう調査レポート 2022.11月号(No.314)
令和4年(2022年)10月発行
発行 株式会社 北洋銀行
企画・制作 株式会社 北海道二十一世紀総合研究所 調査部
電話 (011)231-8681

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