

Hokuyo Investigation Report

ほくよう 調査レポート

No.316

- 道内経済の動き
- 2023年度北海道経済の見通し
- 寄稿
DX推進に求められる互酬的な顧客関係
～新しいサービス価値の創出に向けて～

2023

1



北洋銀行

www.hokuyobank.co.jp

● 目 次 ●

道内経済の動き	1
2023年度北海道経済の見通し	6
寄稿：DX推進に求められる互酬的な顧客関係 ～新しいサービス価値の創出に向けて～	26
主要経済指標	33



道内経済の動き

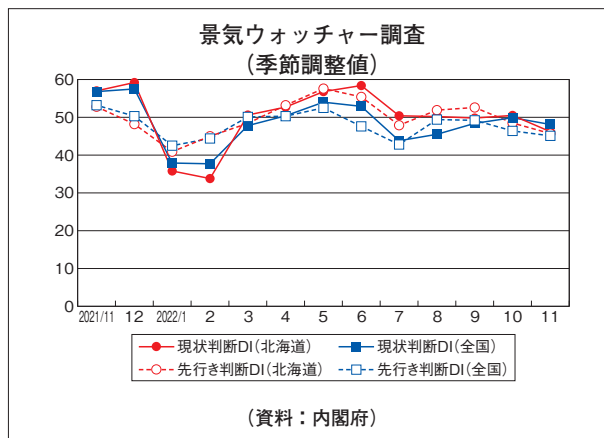
道内景気は、一部に弱さが残るものの、緩やかに持ち直している。生産活動は、横ばい圏内の動きとなっている。需要面では、個人消費は、一部に弱さがみられるものの、緩やかに持ち直している。住宅投資は、減少している。設備投資は、持ち直しの動きがみられる。公共投資は、高水準ながら弱めの動きとなっている。輸出は、持ち直している。観光は、厳しい状況にあるものの、持ち直しが続いている。

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、件数は前年を下回ったものの、負債総額は前年を上回った。消費者物価は、16か月連続で前年を上回った。

1. 景気の現状判断DI～2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4.3ポイント下回る46.2と2か月ぶりに低下した。横ばいを示す50を2か月ぶりに下回った。

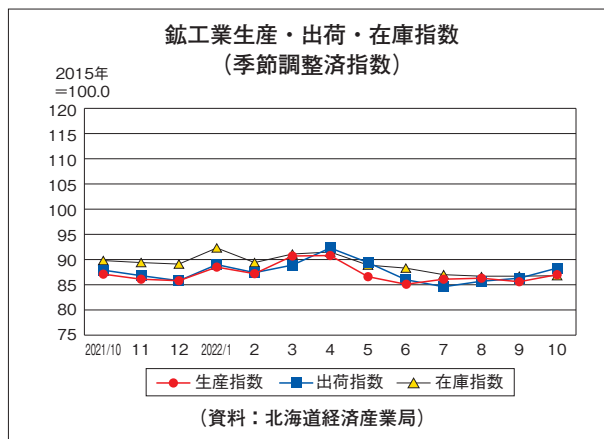
景気の先行き判断DI（北海道）は、前月を2.8ポイント下回る45.7となった。



2. 鉱工業生産～2か月ぶりに上昇

10月の鉱工業生産指数は87.0（季節調整済指数、前月比+1.6%）と2か月ぶりに上昇した。前年比（原指数）では▲1.1%と6か月連続で低下した。

業種別では、化学・石油石炭製品工業など10業種が前月比上昇となった。輸送機械工業など5業種が前月比低下となった。

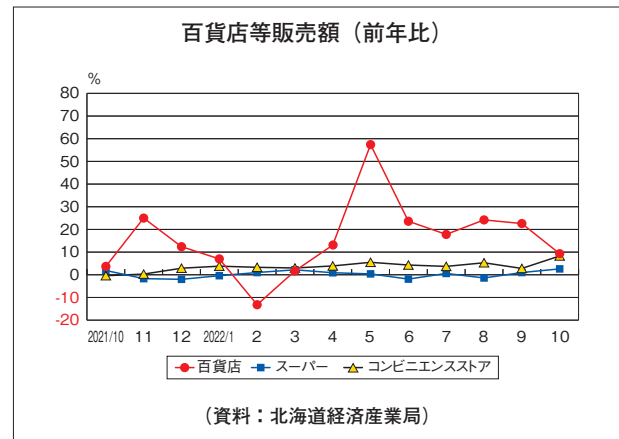


3. 百貨店等販売額～8か月連続で増加

10月の百貨店・スーパー販売額（全店ベース、前年比+3.7%）は、8か月連続で前年を上回った。

百貨店（前年比+9.3%）は、すべての品目が前年を上回った。スーパー（同+2.6%）は、すべての品目が前年を上回った。

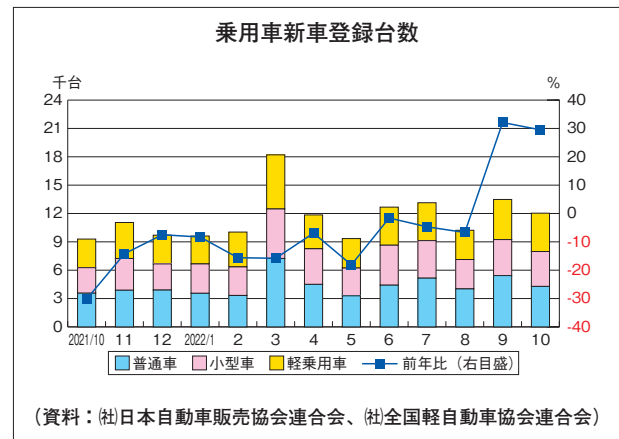
コンビニエンスストア（前年比+8.3%）は、12か月連続で前年を上回った。



4. 乗用車新車登録台数～2か月連続で増加

10月の乗用車新車登録台数は、12,033台（前年比+29.5%）と2か月連続で前年を上回った。車種別では、普通車（同+20.1%）、小型車（同+36.7%）、軽乗用車（同+34.1%）となった。

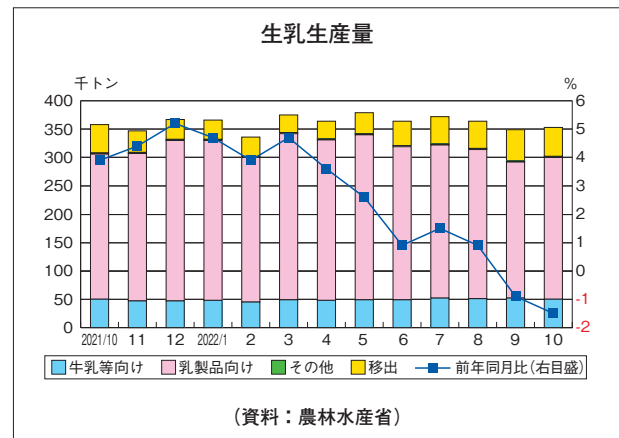
4～10月累計では、82,751台（前年比+1.8%）と前年を上回った。内訳は普通車（同+2.2%）、小型車（同+5.0%）、軽乗用車（同▲1.5%）となった。



5. 生乳生産量～2か月連続で減少

10月の生乳生産量は、353,176トン（前年比▲1.5%）と2か月連続で前年を下回った。内訳は、牛乳等向け（同▲0.2%）、乳製品向け（同▲2.4%）、その他（同+6.0%）、道外への移出（+1.2%）となった。

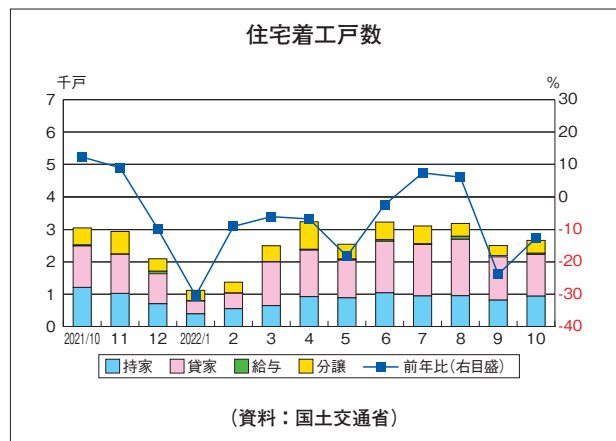
4～10月累計では、2,544,958トン（前年比+1.0%）と前年を上回っている。



6. 住宅投資～2か月連続で減少

10月の住宅着工戸数は2,657戸（前年比▲12.7%）と2か月連続で前年を下回った。利用関係別では、持家（同▲22.4%）、貸家（同+0.6%）、給与（同+12.1%）、分譲（同▲24.4%）となった。

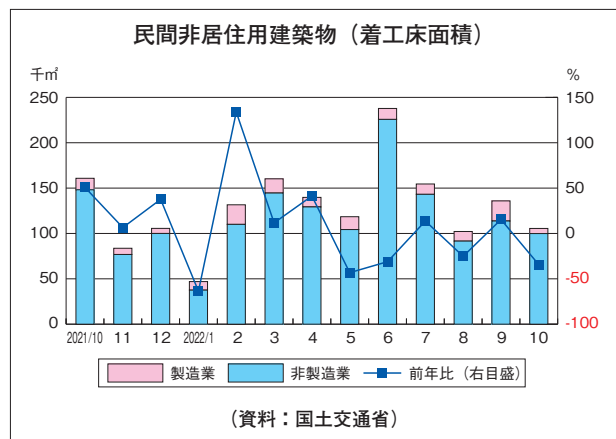
4～10月累計では、20,434戸（前年比▲7.5%）と前年を下回った。利用関係別では、持家（同▲21.9%）、貸家（同▲0.4%）、給与（同▲36.0%）、分譲（同+11.8%）となった。



7. 建築物着工床面積～2か月ぶりに減少

10月の民間非居住用建築物着工床面積は、105,529㎡（前年比▲34.4%）と2か月ぶりに前年を下回った。業種別では、製造業（同▲55.4%）、非製造業（同▲32.6%）であった。

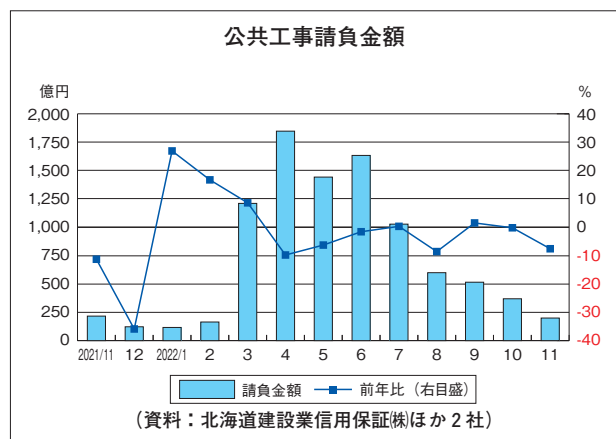
4～10月累計では、994,213㎡（前年比▲17.4%）と前年を下回っている。業種別では、製造業（同▲1.8%）、非製造業（同▲18.6%）となった。



8. 公共投資～2か月連続で減少

11月の公共工事請負金額は199億円（前年比▲7.6%）と2か月連続で前年を下回った。

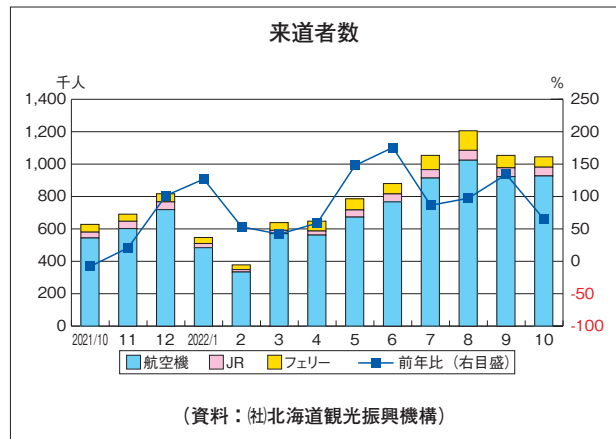
発注者別では、市町村（前年比+64.4%）、地方公社（同全増）が前年を上回った。国（前年比▲48.6%）、独立行政法人（同▲53.8%）、道（同▲17.5%）、その他（同▲72.0%）が前年を下回った。



9. 来道者数～12か月連続で増加

10月の国内輸送機関利用による来道者数は、1,044千人（前年比+64.7%）と12か月連続で前年を上回った。輸送機関別では、航空機（同+70.4%）、JR（同+50.7%）、フェリー（同+16.6%）となった。

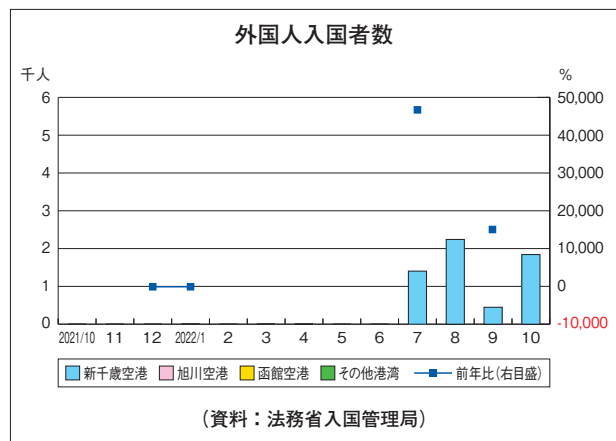
4～10月累計では、6,671千人（同+101.9%）と前年を上回っている。



10. 外国人入国者数～4か月連続で増加

10月の道内空港・港湾への外国人入国者数は、1,855人（前年比全増）と4か月連続で前年を上回った。

4～10月累計では、5,950人（前年比+5,944人）と前年を上回っているが、コロナ禍前との比較では▲99.4%と下回っている。



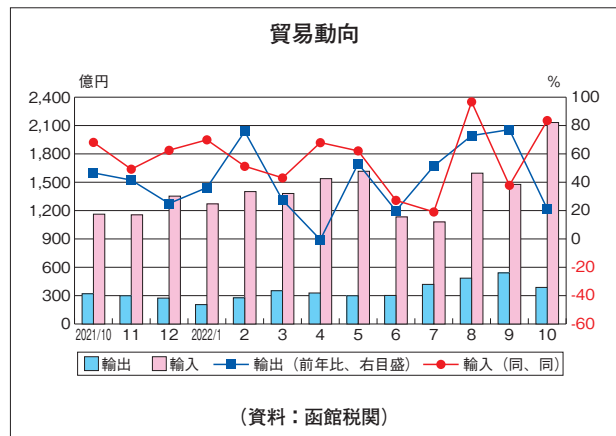
11. 貿易動向～輸出が6か月連続で増加

10月の貿易額は、輸出が前年比+21.2%の387億円、輸入が同+83.5%の2,132億円だった。

輸出は、自動車の部分品、魚介類・同調製品、自動車などが増加した。

輸入は、原油・粗油、肥料、石油製品などが増加した。

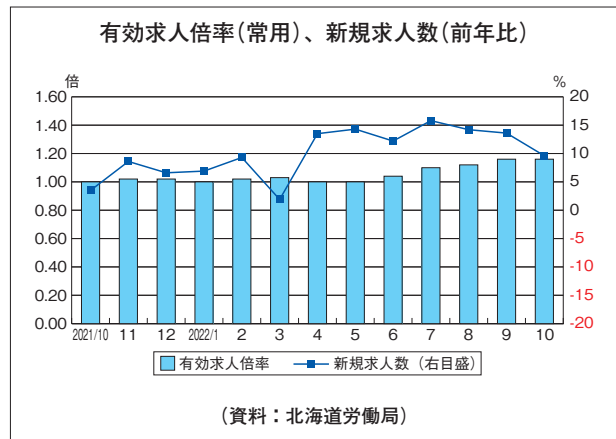
輸出は、4～10月累計では2,763億円（前年比+40.9%）と前年を上回っている。



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、1.16倍（前年比+0.16ポイント）と前年を上回った。

新規求人数は、前年比+9.6%と20か月連続で前年を上回った。業種別では、宿泊業・飲食サービス業（同+36.4%）、サービス業（同+16.2%）などが前年を上回った。

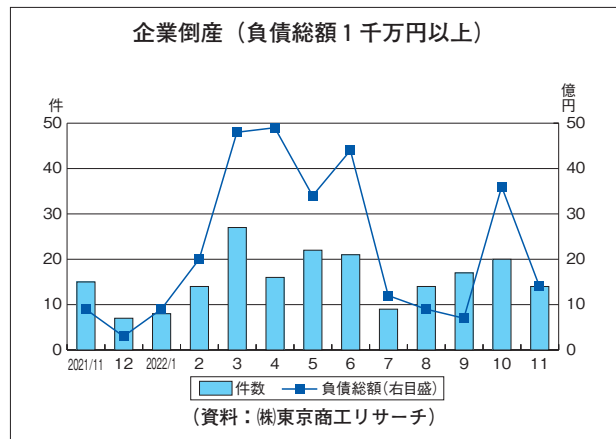


13. 倒産動向～負債総額は2か月連続で前年を上回る

11月の企業倒産は、件数が14件（前年比▲6.7%）、負債総額が14億円（同+57.4%）だった。負債総額は2か月連続で前年を上回った。

業種別ではサービス・他が5件、不動産業が3件などとなった。

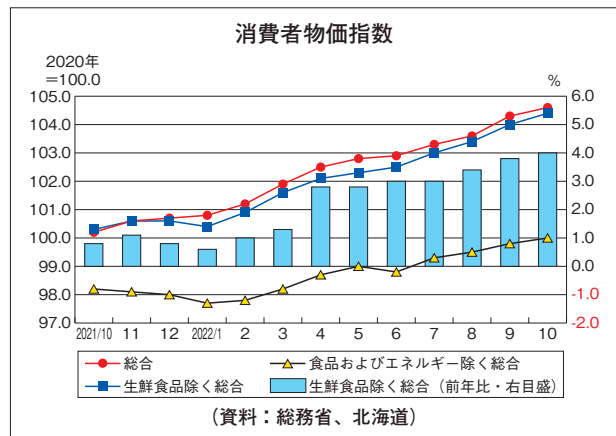
新型コロナウイルス関連の倒産件数は6件であった。



14. 消費者物価指数～16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、104.4（前月比+0.3%）となった。前年比は+4.0%と、16か月連続で前年を上回った。

石油製品の価格は調査基準日（10月10日）時点で、灯油価格は前月比+0.3%、前年同月比+21.4%となり、ガソリン価格は前月比▲1.8%、前年同月比+1.9%となった。



2023年度北海道経済の見通し

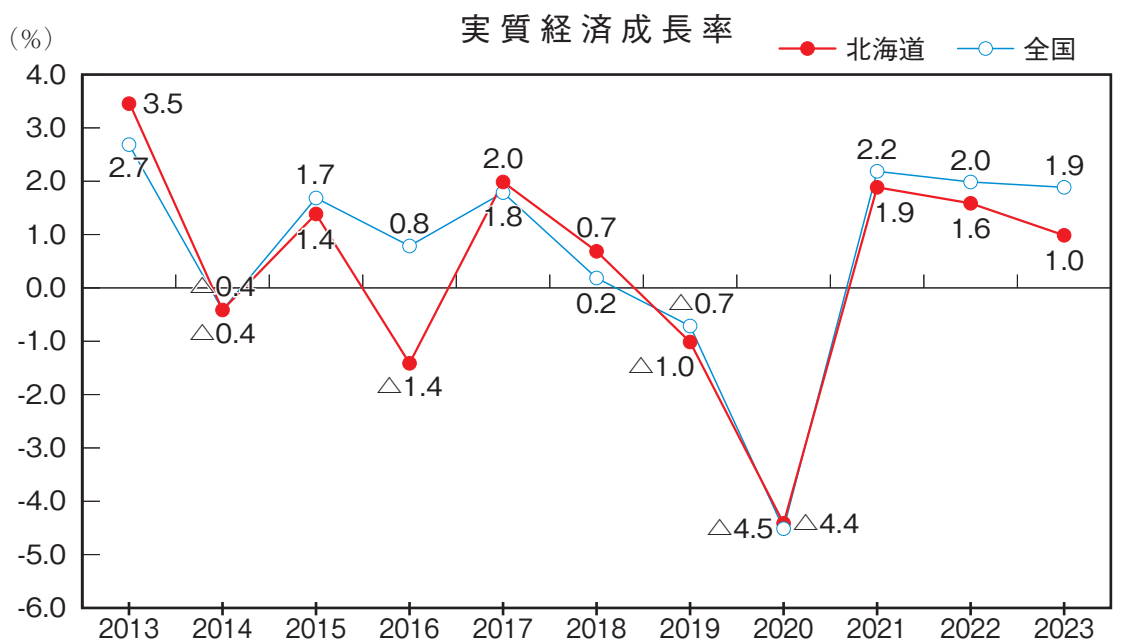
要 約

北海道経済の現状は、一部に弱さが残るものの、新型コロナウイルス感染症拡大（以下、「コロナ禍」）の影響が和らぐなかで緩やかに持ち直している。個人消費はまん延防止等重点措置の全面解除に伴って人出が回復し、持ち直しの動きがみられる。住宅投資は弱含みで推移している。設備投資は持ち直しの動きがみられる。公共投資は、高水準ながら弱めの動きとなっている。

2023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、ウイズコロナが進展するなか、対面型サービス消費を中心に前年を上回ろう。住宅投資は、住宅購入コストの高止まりから横ばい圏での推移となろう。設備投資は、札幌圏における再開発事業や再生エネルギー関連投資等が続き、前年を幾分上回ろう。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」予算執行や北海道新幹線工事の本格化から高水準を維持しよう。また、国内外の経済活動活発化や、インバウンド消費を中心に移輸出の増加が見込まれ、財貨・サービスの移出入（純）はプラス成長となろう。物価高は、年度後半にかけて徐々に鈍化するものの消費や投資全般の重石となり、実質成長率は減速しよう。

この結果、実質経済成長率は1.0%（2022年度1.6%）、名目経済成長率は1.9%（同1.2%）と予測する。

ただし、コロナ禍による経済活動の抑制は、引き続き国内経済・道内経済のリスク要因となろう。また物価や輸入コストが更に増加した場合の企業収益の悪化や、生活必需品の価格上昇による家計の実質購買力の低下を通じた、経済の下振れリスクを内包していることにも注意が必要である。



(注) 1. 全国は内閣府調べ。2022年度・2023年度は日本銀行政策委員「大勢見通し」(10月時点)の中央値。(年度)

2. 北海道は北海道経済部調べ。2020年度以降は当行推計。

3. 平成27(2015)年暦年連鎖価格方式。

※実質経済成長率：物価の変動による影響を除いた国内（道内）総生産の伸び率

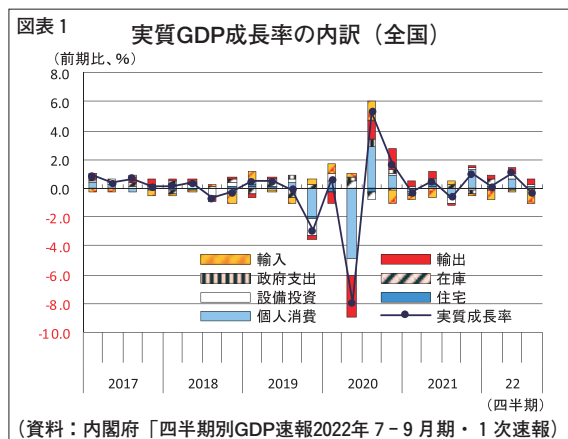
※2023年度の北海道経済は、エネルギー価格の高止まりや輸入物価を含む物価高の個人消費に与える影響が全国に比べ大きく、実質成長率は全国を下回ろう。

1. 2022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、2022年7～9月期の国内総生産（四半期別GDP・1次速報値）が前期比▲0.3%（年率▲1.2%）となり、4四半期ぶりのマイナス成長となった（図表1）。もっとも、これはサービス輸入の一時的な急増によるものであり、内需は堅調に推移している。個人消費は、本年3月21日に新型コロナウイルス感染症にかかる行動制限が解除されて以降、幅広い財やサービスの消費が増加した。住宅投資は、人手不足に伴う人件費の高まりや、建築コストの増大などの要因により、マイナスでの推移が続いた。設備投資は、脱炭素関連投資やソフトウェア投資などが堅調に推移し、2四半期連続で増加した。輸出は、中国のロックダウンの影響による供給制約で自動車低迷していたが、供給制約が和らぐもとで持ち直しの動きがみられる。足元では自動車や鉄鋼などが増加していることで前年を上回って推移している。輸入は、原油・石炭等のエネルギーが増加し、プラスで推移している。その結果、輸入が輸出の増加幅を上回り、純輸出はマイナスとなっている。

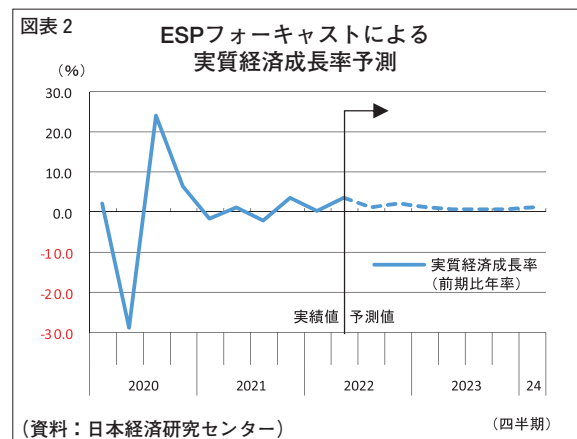
また本年11月のESPフォーキャスト調査に



よる2022年10～12月期の国内総生産（四半期別GDP）見通しは、前期比年率+2.14%と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、物価上昇に伴う実質購買力低下の影響を受けつつも、感染抑制と消費活動の両立がいつそう進むなかで堅調な推移が見込まれる。住宅投資は、建築コストの高止まりが予想され、弱含みでの推移が見込まれる。設備投資は、資材価格上昇が企業利益の下押し要因となるものの、堅調なデジタル化・省力化関連投資や供給制約の緩和等を背景に、増加傾向が続くと見込まれる。公共投資は、「防災・減災、国土強靱化のための5か年加速化対策」に基づく予算執行によって高水準で推移するものの、東日本大震災の復興事業の一服を受けて、弱めの動きが続くことが見込まれる。輸出は、供給制約の緩和が見込まれる自動車関連や、外需が拡大しているデジタル関連を中心に、財の輸出について増加が見込まれる。また、インバウンド消費は、6月10日に観光目的の外国人の入国が再開され、以降入国制限の緩和も行われたことを背景に明確に増加しており、サービス輸出についても持ち直しが見込まれる。

以上のように、国内経済は、個人消費を中



心とした持ち直しが見込まれる一方、国内外の新型コロナウイルス感染症の動向とその影響、ウクライナ情勢の展開、資源価格や海外の経済・物価動向など、不確実性が高く、以下のようなリスク要因を内包している。すなわち、今後の新型コロナウイルス感染症の影響や、諸外国における経済活動の抑制は、引き続き日本経済への重大なリスク要因となろう。また、ウクライナ紛争の動向によりエネルギー価格や穀物価格に影響が出ているほか、世界規模でのインフレ進行など、先行き不透明感が強まっている。さらに日本が金融緩和政策を継続する一方で、各国は引き締めに転じたことで、急速に円安が進行しており、輸入コストは大きく上昇している。加えて、ゼロコロナ政策を堅持する中国では、感染状況によりロックダウンが再発し世界経済の重石になることも懸念される。これらに伴う、コスト増大による企業収益の悪化や、生活必需品を中心とした消費者物価上昇による家計の実質購買力の低下、供給制約による生産活動の停滞を通じた経済の下振れリスクを内包していることにも注意が必要である。

（２）北海道経済の動向

現状の北海道経済は、一部に弱さが残るものの、緩やかに持ち直している。需要項目別にみると、個人消費は、行動制限がなく外出の機会が増えていることなどを背景に、持ち直しの動きがみられる。もっとも、供給制約が長期化している新車販売では低迷が続いており、回復度合いは費目別に濃淡がみられる。住宅投資は、金融緩和政策のもとで低金利が続く一方、建築資材や地価、人件費など建設コストの増大が著しく、持家中心に弱含んでいる。設備投資は、コロナ禍で抑えられ

ていた経済活動が活発化していることをうけて持ち直しの動きがみられる。公共投資は、2021年の国土強靱化関連予算に基づく予算配賦が高水準であった反動から、公共工事請負金額の推移は2021年を下回っているものの、高水準を維持している。

今後を展望すると、個人消費は、生活必需品の価格上昇が実質購買力を下押しすることが見込まれるものの、「物価高克服・経済再生実現のための総合経済対策」などの経済対策や、コロナ禍の行動制限下で中止・縮小されていた各種イベントの再開、観光人流の回復などが押し上げ要因となり、増加が見込まれる。住宅投資は、建設コストが高止まりしており、足元では住宅ローンの長期固定金利にも上昇がみられていることから、減少が見込まれる。設備投資は、輸入コスト増大に伴う企業収益の悪化が重石となるものの、札幌圏における再開発事業や、再生エネルギー関連の投資計画が続いていることから、堅調な推移が見込まれる。公共投資は、「防災・減災、国土強靱化のための5か年加速化対策」や北海道新幹線の建設費などにより高水準が続くことが見込まれる。財貨・サービスの移輸出（純）については、国内外の経済活動再開や「全国旅行支援」の開始、インバウンド観光客受け入れの再開・水際対策の緩和に伴い、移輸出の増加が見込まれることから、プラス成長となろう。

物価の動向をみると、エネルギー価格や食料品価格などの上昇の影響から、消費者物価指数（生鮮食品を除く総合）は2021年7月以降、16か月連続で前年を上回って推移している（図表3、4）。物価の先行きを展望すると、政府による物価高対策が物価上昇を抑制するものの、輸入物価の上昇が時間差で波及

することで、前年を上回る水準での物価推移が見込まれる。

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1.6%、名目成長率1.2%と、前年に続きプラス成長を予測する。

2. 2023年度北海道経済の概況

(1) 国内経済の動向

2023年度の国内経済は、海外経済の減速の影響や、経済対策効果の減衰などから成長のペースは鈍化するものの、主要先進国に比べ、経済活動の正常化が遅れていることから、インバウンド消費の回復や自動車の挽回生産などで成長を底上げするとみられ、プラス成長を維持しよう。

需要面をみると、個人消費は、雇用者所得の増加やベントアップ需要を背景に増加が続くとみられる。経済活動の改善に伴う雇用者数の増加と物価上昇を反映した賃金上昇率の高まりから、雇用者所得が増加し、個人消費の増加に寄与しよう。また、コロナ禍で供給制約のあった自動車などで積みあがった需要に対し、半導体不足の解消によって挽回生産が行われ、消費を押し上げよう。政府最終消費支出は、ワクチン接種関連費用など新型コロナ関連支出の減少が見込まれる一方で、医療・介護費が人口動態や社会情勢を反映した増加トレンドに回帰することで総じて増加が見込まれる。住宅投資は、緩和的な金融環境が下支えとなるものの、住宅価格の高止まりが重石となり、弱めの動きが続くと見込まれる。設備投資は、引き続き省力化への投資やDX推進を見据えたソフトウェア投資が堅調に推移することが見込まれる。公共投資は、国土強靱化関連の支出が続くもと、横ばいで

推移することが見込まれる。財の輸出は、海外経済の減速の影響を引き続き受けるものの、供給制約が徐々に解消していくことで車や情報関連財を中心に増加しよう。また、サービス輸出は、インバウンド消費が徐々に回復していくことを見込んでおり、増加に寄与しよう。

(2) 北海道経済の動向

2023年度の北海道経済は、国内経済同様成長ペースを鈍化させつつも、底堅い個人消費が牽引し、インバウンド消費の回復や挽回生産が見込まれる自動車の部分品などの輸出増加や、国内需要増に対応した移出増加とあわせ、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、感染症への警戒感が残るものの、コロナ感染症の分類引き下げ議論が進むなかでウイズコロナがいつそう進み、外食やイベント・宿泊などの対面型サービス消費を中心に持ち直しの動きが続くとみられる。コロナ禍で沈静化していた人手不足感が経済活動活発化のなかで再燃しており、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・所得環境の緩やかな改善が見込まれる。また、政府主導による賃上げ誘導や消費喚起策も個人消費押し上げに寄与しよう。急速な物価上昇を受けた消費者マインドの低下が重石となるが、総じてみると個人消費は、コロナ禍からの反動増があった2022年度からは回復ペースを鈍化させつつも、前年上回りが見込まれる。政府最終消費支出は、全国に比べ少子高齢化が進む北海道の人口動態を反映した通常トレンドに回帰し、医療・介護費で増加が見込まれる。住宅投資は、住宅取得コストの高止まりが見込まれるものの、前年の落ち込みの反動などで増

加が見込まれる。設備投資は、人手不足への対応やデジタル化に向けたソフトウェア投資を中心に横ばい推移が見込まれる。公共投資は、各地の庁舎などの建て替え需要が一巡したものの、「防災・減災、国土強靱化のための5か年加速化対策」では、3年目となる本年度においても堅調な予算配賦が見込まれ、また、北海道新幹線の建設事業費の増加を受け、総じてみると前年横ばい圏内となろう。財貨・サービスの移出入（純）については、国内外の経済活動が増勢鈍化しつつもプラス成長が見込まれることから、移輸出、移輸入ともに増加が見込まれる。サービス移輸出をみると、外国人入国の水際対策が緩和されインバウンド消費が緩やかに持ち直していることや、感染対策をしたうえでの国内旅行が浸透していることから、底堅く推移するとみられる。また、財の移輸出については、国内需要の底堅さに加え、中国向け食料品や供給制約の緩和により挽回生産が期待される米国向け自動車の部分品などが牽引し、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。

物価の先行きを展望すると、昨今の物価上昇はコストプッシュ型で持続性に欠けるとい

われる。原材料の価格上昇や円安を背景にしているため、これらが続かない限り、時間の経過に伴い物価上昇ペースは鈍化することになる。あわせて、2022年度の急速な物価上昇の反動もあり、2023年度の物価上昇のペースは年度後半にかけて徐々に鈍化することが見込まれる。

以上のような経済状況を勘案すると、2023年度の道内経済成長率は実質成長率1.0%（2022年度1.6%）、名目成長率1.9%（同1.2%）と、前年に続くプラス成長となろう。

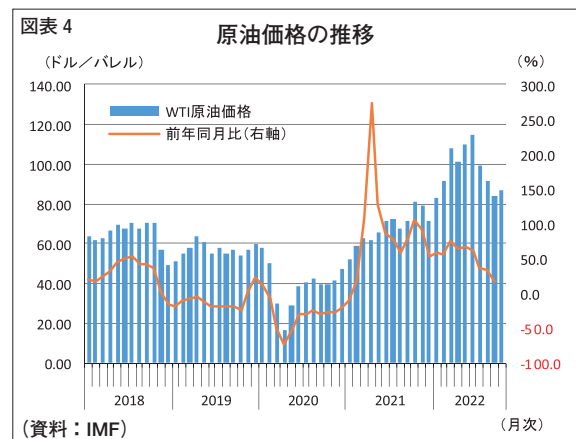
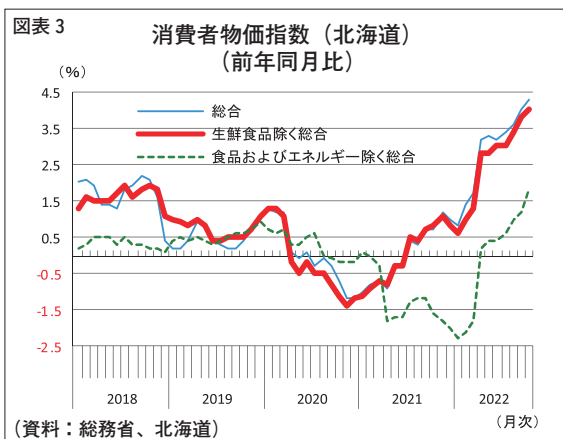
なお、本推計にあたっては、国内経済同様、新型コロナウイルスの動向や世界情勢の悪化、諸物価の上昇などによる下振れリスクを内包していることには注意が必要である。

また、2023年度の北海道経済は、エネルギー価格の高止まりや輸入物価を含む物価高の個人消費に与える影響が全国に比べ大きく、実質成長率は全国を下回ると見込んでいる。

3. 道内総生産（支出側）の動向

（1）民間最終消費支出

個人消費は、コロナ禍で人流が大きく制限され落ち込んだが、2022年3月21日にまん延防止等重点措置が全面解除されて以降、コロ



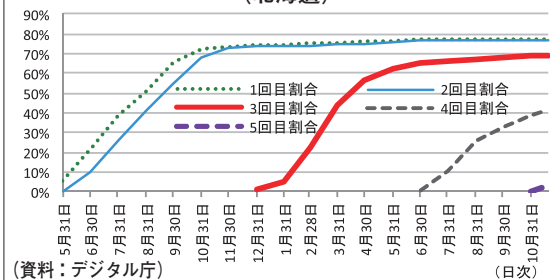
ナ禍の影響が和らぐなかで緩やかに持ち直している。足元のコロナ禍の状況をみると、コロナウイルス感染第6波（道内ピークは2022年2月）や第7波（同年8月）で感染者数が増える時期があったものの、ワクチン接種の普及と流行株が比較的重症化率が低いこともあり、重症者数は低位で推移している（図表5、6）。小売店・娯楽施設を例に人出の動向をみると、Googleの「COVID-19：コミュニティ モビリティレポート」によれば、行動制限の解除後に人出は持ち直しの動きが見られ、コロナ禍前を5～10%下回る水準で推移している（図表7）。人流が回復に向かうなか、百貨店・コンビニエンスストアの売上高をみると、コロナウイルスまん延直後の2020年に大きく落ち込んでいたが、2022年か

らほぼ毎月前年を上回って推移しており、増加基調にある（図表8）。

他方、コロナ禍でサプライチェーンが機能不全となり低迷が続く新車販売は、半導体不足の影響が和らぎ、足元の9・10月が前年比プラスに転じており、回復の兆しが見られる（図表9）。

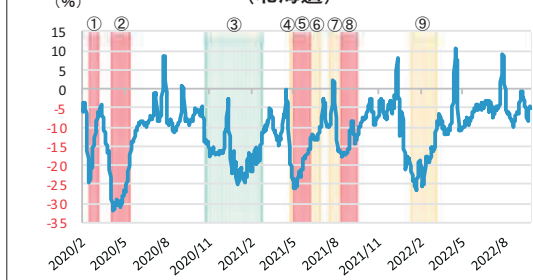
今後の個人消費を展望すると、雇用環境については、2022年9月に日本銀行札幌支店が行った『企業短期経済観測調査（北海道）』によると、雇用の過不足感を示す「雇用人員判断DI（過剰－不足）」は▲43と前期を下回っており、人手不足感がいっそう強まっている（図表10）。新規求人数は、昨年3月から前年を上回って推移し、本年4月以降は前年対比10%を超える増加水準となっている。

図表5 新型コロナワクチン接種率の推移（北海道）



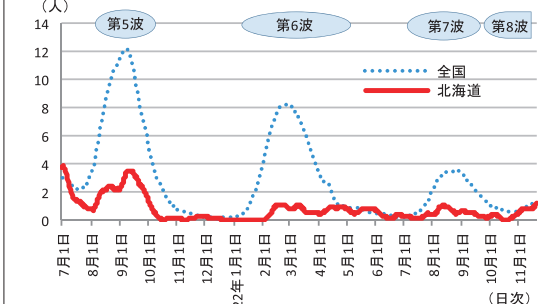
（資料：デジタル庁）
※各日までにワクチン接種記録システム（VRS）に記録・集計されたデータが対象。接種率の分母は2022年1月1日時点の住民基本台帳登録人口のうち、性別・年齢が明らかな522万6603人。また、医療従事者等の記録は含まれていない。データは2021年5月1日～2022年11月19日。

図表7 小売・娯楽関連施設における滞在者変化（北海道）



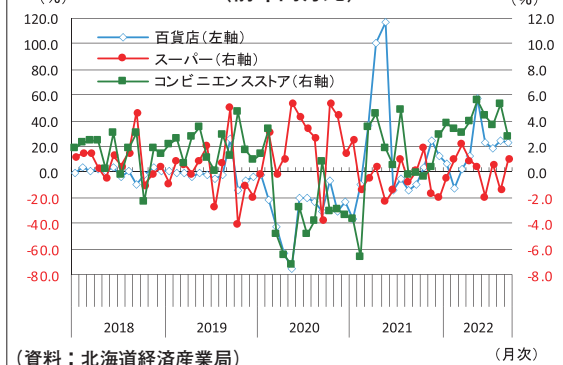
（資料：Google「COVID-19：コミュニティモビリティレポート」より作成）
※基準値は2020/1/3～2/6の5週間の曜日別中央値。後方7日間移動平均線にて作成。①②⑤⑧～緊急事態宣言発出期間（①は道の独自政策）、④⑥⑦⑨～まん延防止等重点措置期間、③～集中対策期間

図表6 人口10万人あたり新型コロナ重症者数の推移



（資料：厚生労働省「データからわかる－新型コロナウイルス感染症情報」）
※人口は2022年1月1日時点の住民基本台帳人口。集計期間は2021年7月1日～2022年11月20日、直近7日間の重症者数÷総人口で算出。

図表8 大型店等販売額（北海道）（前年同月比）

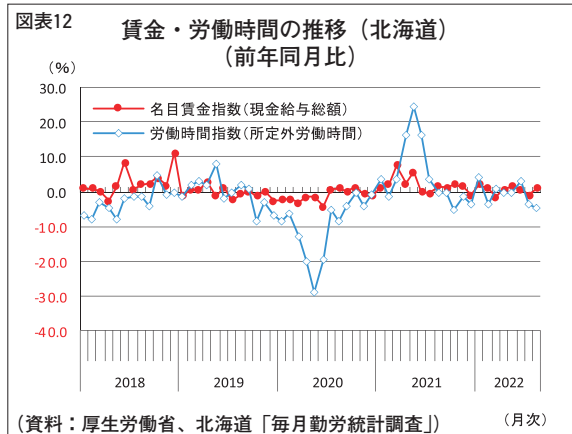
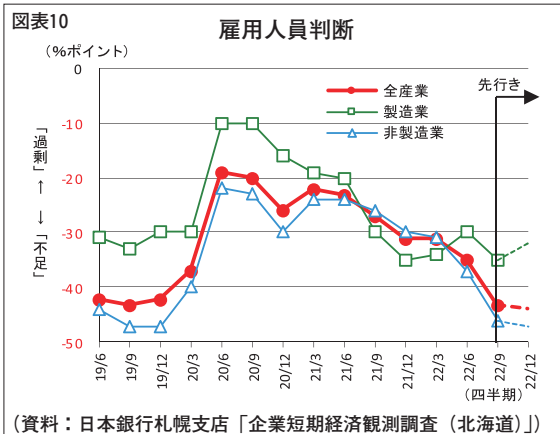
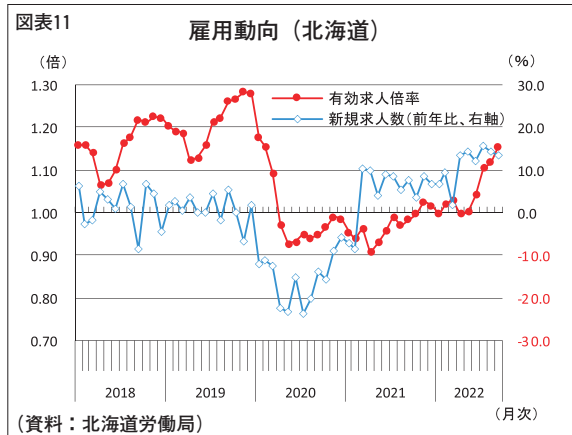
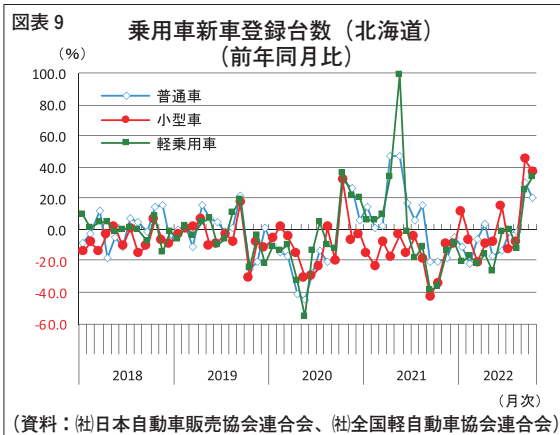


（資料：北海道経済産業局）

また、有効求人倍率は、足元で1.1を超える水準となっており、雇用環境は持ち直しの動きがみられる（図表11）。

現状の所得環境をみると、残業時間・現金給与総額は、概ね横ばいでの推移が続いている（北海道「毎月勤労統計調査」）（図表12）。当行が本年5月から6月にかけて行った『賃金動向に関する調査』では、今年度、定期給与（基本給・諸手当等）を引上げ予定の企業は77%、特別給与（賞与・期末手当等）を引上げ予定の企業は22%となり、いずれも2年連続で前年の水準を上回る結果となっている（図表13）。また、連合の2022年春闘年末一時金（第1回）回答集計結果によると、年末一時金は組合員一人あたり加重平均で727千円（前年比+53千円）となり、昨年を上回る見

込みとなっている。しかし、実質総雇用者所得（全国ベース）でみると、コロナ禍前の水準に戻らないまま、足元で低下傾向にある（図表14）。当面は加速する物価上昇に賃金が追いつかず、実質賃金は軟調に推移することが見込まれる。2023年度の所得環境について、連合は2023年春闘基本構想において、5%以上（定期昇給分2%＋ベースアップ3%）の賃上げ要求する方針を打ち出している。政府も「新しい資本主義」のもとで賃上げを重点施策に掲げ、賃上げする企業に対しインセンティブを一段と強化するとしている。このように賃上げに向けた土壌は醸成されつつあるため、2023年度所得環境において、名目賃金が速度を上げて上昇する一方、物価高の鈍化が見込まれるため、実質賃金は



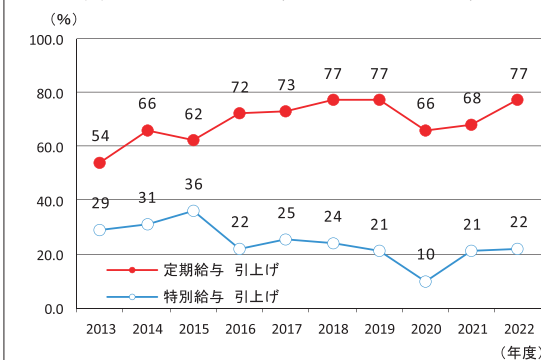
緩やかに改善に向かうと想定した。

一方、消費者マインドは、内閣府が公表している消費動向調査の「消費者態度指数（全国・二人以上世帯・季節調整値）」をみると、2020年の新型コロナウイルスまん延による急落から緩やかな回復傾向にあったが、2022年には再び下落傾向となり、弱い動きがみられる（図表15）。また、消費動向調査では、消費者が予想する1年後の物価見通しについて、物価上昇を見込む声が9割を超えており、物価上昇が引き続き個人消費の重石となろう。

2023年度の個人消費は、上昇が続く物価に下押しされた消費マインドと、緩やかに改善に向かう雇用・所得環境との対立のなかで回復ペースは鈍化しつつも、経済活動と感染抑

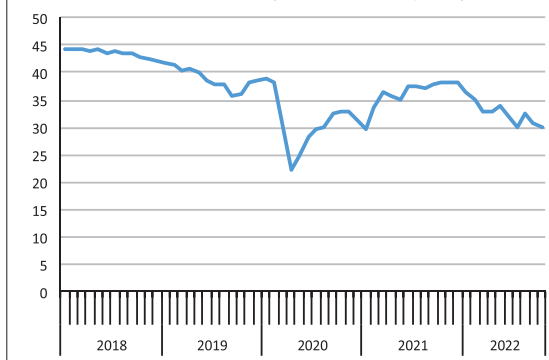
制との両立がいつそう進み、政府のエネルギー価格対策も個人消費を下支えすることで底固く推移することが見込まれる。すなわち、コロナ禍で制限された人流が徐々に戻るなかで外食や宿泊などの対面型サービス消費が個人消費を押し上げよう。また、自動車向けの半導体不足は2023年度には解消に向かい、挽回生産が本格化すれば、供給不足の長期化で積みあがった需要が財の消費の押し上げに寄与しよう。もっとも、物価上昇はしばらく続くことが見込まれ、消費活動に一定の重石となるが、前年度の2022年度は円安が急速に進行したことや、物価上昇ペースが速かったことの反動もあり、物価上昇ペースは鈍化が見込まれる。また、コロナまん延後から積みあがった個人預金も今後の消費活動を下支え

図表13 賃金引上げの推移（引上げとした割合）



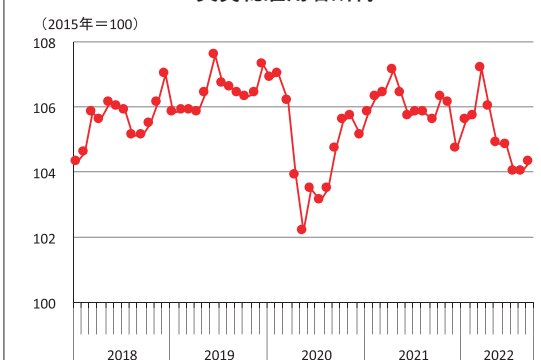
（資料：北洋銀行「道内景気と賃金の動向について」）

図表15 消費者態度指数（全国、季節調整値）



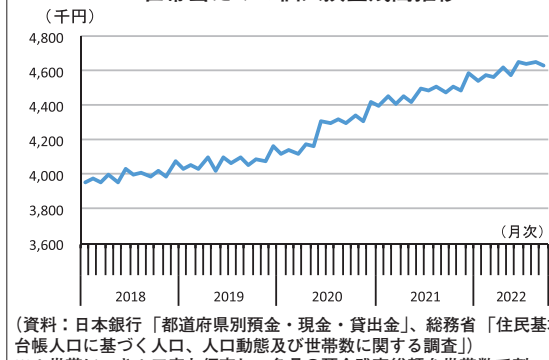
（資料：内閣府「消費動向調査」二人以上の世帯）

図表14 実質総雇用者所得



（資料：内閣府）

図表16 1世帯当たりの個人預金残高推移



（資料：日本銀行「都道府県別預金・現金・貸出金」、総務省「住民基本台帳人口に基づく人口、人口動態及び世帯数に関する調査」）

※1世帯につき1口座と仮定し、各月の預金残高総額を世帯数で割った値。世帯数は各暦年の1月1日時点の値。

しょう（図表16）。

この結果、民間最終消費支出は、実質成長率0.8%、名目成長率2.3%と予測する。

（２）政府最終消費支出

現物社会給付の一部となるコロナ関連支出は、コロナ流行株が比較的重症化リスクが低いことや、療養期間が相対的に短いことなどを要因に、重症者向け病床の確保や生活物資支援などの関連費用が低下しよう。一方、現物社会給付の大部分を占める医療費・介護費の動向をみると、コロナ禍での受診控えは一巡し、既に高齢者人口の増加に伴う医療費・介護費増加のトレンドに戻っていることから、2023年度の現物社会給付も前年上回りとなろう。

2023年度の固定資本減耗は、近年インフラ投資が堅調だった一方で、2022年度の公共投資が前年下回りを見込んでいるため、総じて前年並み推移が見込まれる。

雇用者報酬に相当する道職員や市町村職員（公務員）の給与水準は、民間の給与水準に応じて定められ、2022年度には3年ぶりの増加を見込んでいる。国家公務員の給与水準を示す2022年10月の人事院勧告によると、2022年度の国家公務員の月給とボーナスを3年ぶりに引き上げるよう求め、政府もこれを受け入れた。北海道もこれに合わせ、11月の北海道人事委員会の給与勧告において、月例給とボーナスの引上げを知事に勧告した。2023年度も同様に、民間給与水準は前述のとおり増加することを見込んでいる。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という面はあるが、これを加味しても、2023年度の雇用者報酬は前年上回りとなろう。

この結果、政府最終消費支出は、実質成長率0.4%、名目成長率1.2%と予測する。

（３）住宅投資

2022年4～10月の新設住宅着工戸数は、前年比▲7.5%と前年を下回る水準で推移している。木材や鉄鋼、プラスチック製建材等の建築資材や住宅整備の価格が高騰していることに加え、札幌近郊では地価の上昇も相まって住宅取得コストが増大していることが背景にある。この状況は当面続くことが見込まれることから、2022年度の住宅投資は弱含みで推移し、前年下回りとなろう。

2023年度の住宅投資を利用目的別に展望すると、持家および分譲戸建は、建築コストの高止まりが重石となるものの、コロナ禍および住宅取得価格の急激な変化に様子見するなどで繰越している需要が一定数想定される。また木材価格では頭打ちの兆候がみられることや、2022年度の新設着工戸数大幅減の反動もあり、増加しよう。貸家は、建築コストの高止まりに加え、金利上昇が重石になろう。住宅金融支援機構の参考金利によると、2022年11月の賃貸住宅15年固定金利（繰上返済制限制度有）は、1.51%であり、前年同月に比べ0.48%ポイント上昇している。コストの上昇が貸家の投資利回りを低下させるため、前年下回りでの推移を見込む。分譲マンションは、大型マンションの着工一服などから、前年下回りとなろう。

これらを勘案すると、2023年度の住宅着工戸数は、持家が10,450戸、貸家が14,590戸、分譲が5,110戸（分譲マンション2,020戸、分譲戸建3,090戸）、給与（社宅）が410戸、合計30,560戸となり、2022年度見込み（30,140戸）を420戸上回ろう（図表17、18）。

この結果、住宅投資は、実質成長率0.6%、名目成長率1.8%と予測する。

(4) 設備投資

先行指標である2022年4～10月の民間非居住用建築物の工事費予定累計額は、前年を7.3%上回って推移している（図表19）。現在進行中の個別案件をみると、札幌市内で複数の大型再開発事業が進行中であるほか、再エネ関連投資等もみられる（図表20）。

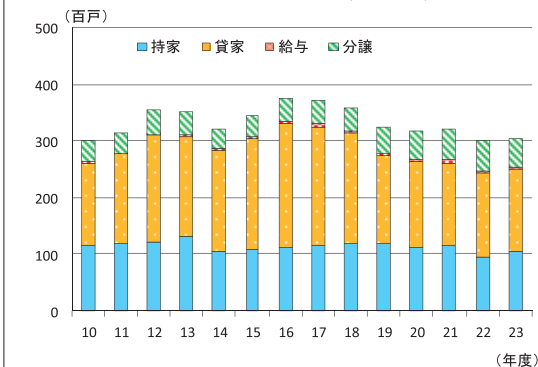
2022年6月に日本政策投資銀行北海道支店が行った『北海道地域設備投資計画調査』（原則、資本金1億円以上の民間企業が対象）によると、2022年度の道内設備投資計画は全産業で前年比+21.7%となっている（製造業・同▲2.4%、非製造業・同+30.0%）（図表

21）。

製造業では、過年度に製造設備新設があった「紙・パルプ」や、大型改修工事があった「鉄鋼・非鉄金属」などが反動で減少が見込まれている。非製造業では、新設大型物流拠点の完工やホームセンターの新規出店が一段落した「卸売・小売」などの減少が見込まれるが、投資規模の大きい「電力」が全体を押し上げ、全産業では増加の見通しである。

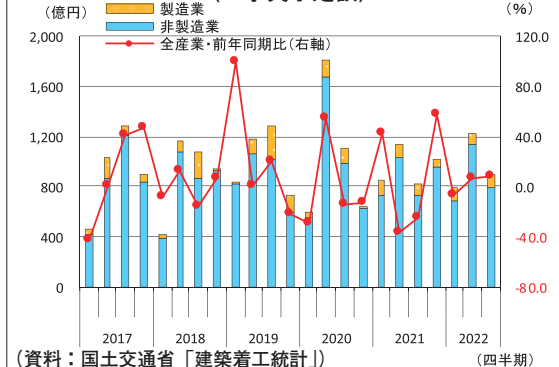
また、当行が2022年8月から9月にかけて行った『道内企業の経営動向調査』では、道内中小企業の設備投資実施割合（全産業）は、2022年7～9月期（実績）が、コロナ禍の落込みからの反動増のあった前年同期と同じ39%であった。しかし同年10～12月期（見通し）における設備投資実施予定割合（未定

図表17 住宅着工戸数の推移（北海道）



（資料：国土交通省、2022・2023年度は当行推計）

図表19 民間非居住用建築物（北海道）（工事費予定額）



（資料：国土交通省「建築着工統計」）

図表18 利用目的別の住宅着工戸数

利用目的	2021年度	2022年度	2023年度	対前年度
計	32,091	30,140	30,560	420
持家	11,616	9,570	10,450	880
貸家	14,536	14,760	14,590	▲170
給与住宅	562	390	410	20
分譲住宅	5,377	5,420	5,110	▲310
（うちマンション）	2,087	2,180	2,020	▲160
（うち一戸建）	3,223	3,240	3,090	▲150

（資料：国土交通省、2022・2023年度は当行推計）

※長屋建等、利用目的別に分類されない構造物があるため、分譲住宅の合計は一致しない場合がある

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	750億円
北広島	野球場・商業施設	600億円
苫小牧	バイオマス発電	312億円
札幌	医療センター新築	200億円
石狩	データセンター	160億円
札幌	コンベンション施設移転新築	153億円
北5西1・西2地区再開発	ホテル・オフィスなど	2,500億円
札幌駅南北4西3再開発	商業施設・オフィスなど	(210,200㎡)
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

（資料：新聞報道、市町村ホームページなどを基に当行作成）

を除く)は、前期比で減少する見通しとなっており、足元では慎重さがみられる(図表22)。

設備投資の実行は、企業の利益動向に左右される面が強いが、2022年9月に日本銀行札幌支店が行った『企業短期経済観測調査(北海道)』によると、企業の経常利益(全産業)は2022年度上期計画で前年同期比▲23.7%、下期計画で同+6.2%となっている(図表23)。経済活動の正常化に伴い利益は回復が見込まれているが、足元で進行した円安や企業物価の上昇が内需型企業の多い道内企業にとって重荷になっているとみられる(図表24)。

2023年度を展望すると、前述した大型投資案件の進行に加え、大規模再開発事業やデー

タセンターの着工が予定されているほか、省力化投資や脱炭素関連投資、IT関連投資なども一定程度続くとみられる。円安や企業物価の高止まりによって各種コスト高が当面続き、企業の利益を下押しすることがリスクとして想定されるが、足元で頻発する値上げによって消費者の値上げ許容度が高まっていると考えられることや、物価高への政策支援の実施によって消費行動への影響は限定的になると想定されることなどから、2023年度の企業利益は前年を上回る利益水準を見込んでい。以上から2023年度の設備投資は、前年横ばい圏内の動きとなろう。

この結果、設備投資は、実質成長率0.2%、名目成長率0.9%と予測する。

図表21 2022年度業種別設備投資の動向
(単位: 億円、%)

	2021年度 実績	2022年度 計画	増減率
全産業	2,985	3,633	21.7
(除く電力)	(2,553)	(2,423)	(▲5.1)
製造業	765	747	▲2.4
非製造業	2,220	2,887	30.0
(除く電力)	(1,788)	(1,676)	(▲6.2)

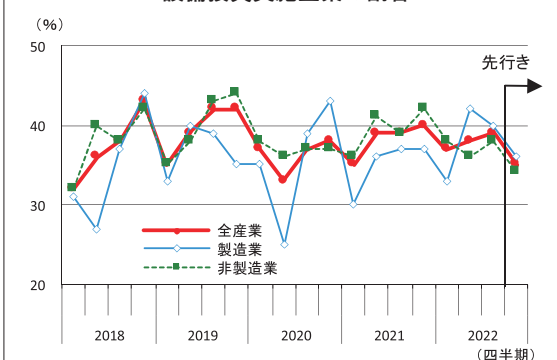
(資料: 日本政策投資銀行「北海道地域設備投資計画調査」)

図表23 企業の経常利益の動向(北海道)
(前年同期比、%)

	2021年度			2022年度		
	上期	下期	通年	上期 (計画)	下期 (計画)	通年 (計画)
全産業	194.4	5.6	61.7	▲23.7	6.2	▲9.9
製造業	52.5	0.7	22.5	▲4.5	8.3	1.6
非製造業	529.9	9.0	100.5	▲34.4	4.8	▲16.7

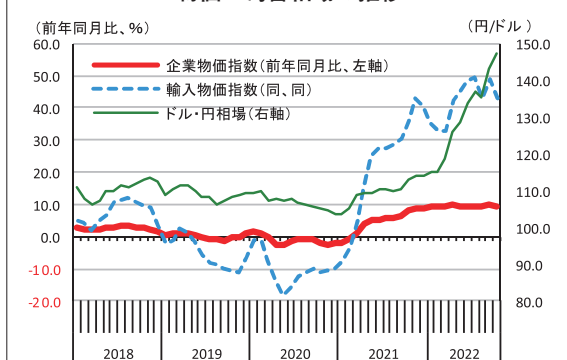
(資料: 日本銀行札幌支店「企業短期経済観測調査(北海道)」)

図表22 設備投資実施企業の割合



(資料: 北洋銀行「道内企業の経営動向調査」)

図表24 物価・為替相場の推移



(資料: 日本銀行)

(5) 公共投資

足元の公共工事請負金額をみると、2022年4～10月の累計金額は前年を13.6%下回って推移している。2022年度の北海道開発事業費（当初予算）は前年比+0.1%と横ばいとなったが、当初予算と補正予算を合わせた16か月予算では、補正予算に計上される「防災・減災、国土強靱化のための5か年加速化対策」が前年を下回ったため、前年比▲6.4%と大幅な減少となった。また、昨今の資材価格高騰の影響により実質の工事量が抑制されることや、各自治体の庁舎などで進められてきた建て替えや大規模改修工事がピークアウトしたことも重石となっている。北海道新幹線の札幌延伸に伴う建設事業費が、工事の本格化に伴い前年比+42.1%の1,350億円配賦されており、公共投資を下支えするものの、総じてみれば2022年度の公共投資は前年を下回ろう。

2023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上回っているため、補正予算を合わせた15か月予算についても前年上回りを見込んでいる。北海道新幹線の札幌延伸について、当初計画における総事業費は約1兆6,700億円と

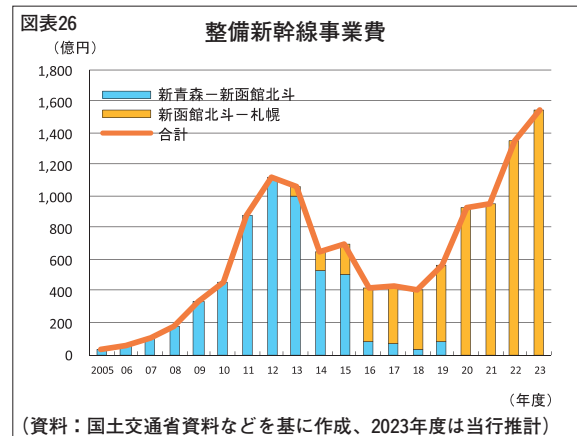
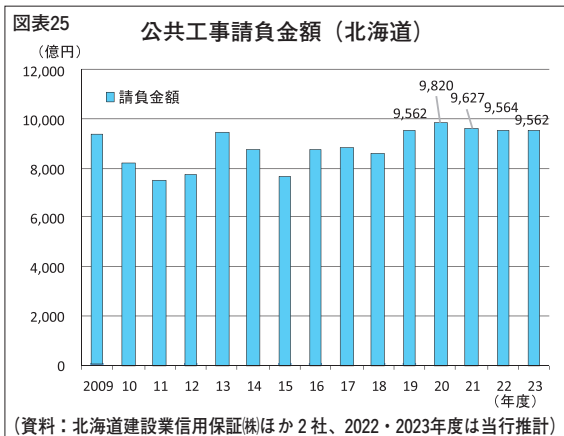
されるが、資材価格の高騰や人件費の上昇のほか、2011年に発生した東日本大震災を受けて改定された耐震基準への対応などで総事業費が増加する可能性が生じている。増加事業費については現時点で公表されていないが、6,000億円台の追加事業費が必要となり、当初予算と合わせた総事業費は2兆円を超えるとの報道もある。いずれにせよ、2030年度の開業まで残り8年となり、2023年度は当初の事業計画ベースでも前年を上回る建設事業費が予想されることから、今後北海道新幹線の存在感はさらに増し、公共投資を下支えしよう（図表25、26）。

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

2022年4～10月の貿易統計（函館税関）をみると、財の輸出額は、「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41.3%上回って推移している。また、輸出数量は品目により違いはあるが、おおむね金額の伸びに比べて数量の伸びは鈍くなっている。2022年度の財の輸出は、米欧の金融引締めに伴う海外景気の減速懸念はあるもの



の、米欧や中国での外食需要が堅調であることに加え円安も追い風となり、ホタテガイを中心とした魚介類や、米国向けの自動車部品が前年に比べ増加している。OECDやIMFの予測によると、海外経済は、景気減速懸念から下方修正を繰り返しつつも2022年・2023年ともプラス成長が見込まれており（図表27）、年度後半も引き続き堅調な推移が見込まれる。

2023年度の財輸出は、円安が有利に働くとはいえ、米国景気が減速に向かう可能性があることや、主要品の食料品（ホタテガイなど）は供給量に限界があることなどから、前年横ばい圏内を見込んでいる。また、ゼロコロナ政策を堅持する中国で11月に1日当たりの感染者数が過去最高を更新しており、中国

の経済成長の停滞が長期化することも下振れリスクとして認識する必要がある。

国内向けの財の移出は、コロナ禍で大幅な落ち込みがみられた飲食店向け等の食料品を中心に、行動制限の解除以降、持ち直しが続いている。主要な移出先である首都圏の需要は、感染状況により変動するものの、コロナ禍からの回復を背景に2022年度に続き2023年度も前年上回りを見込んでいる。

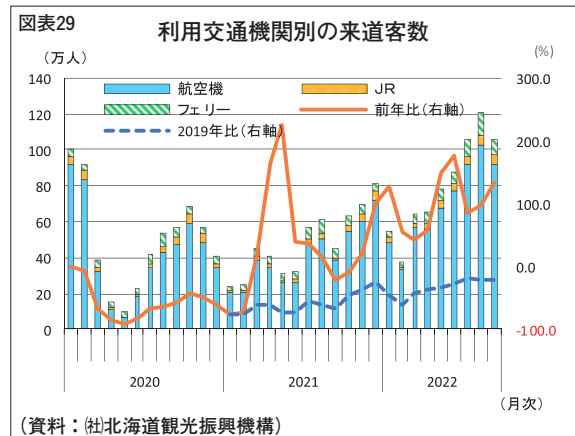
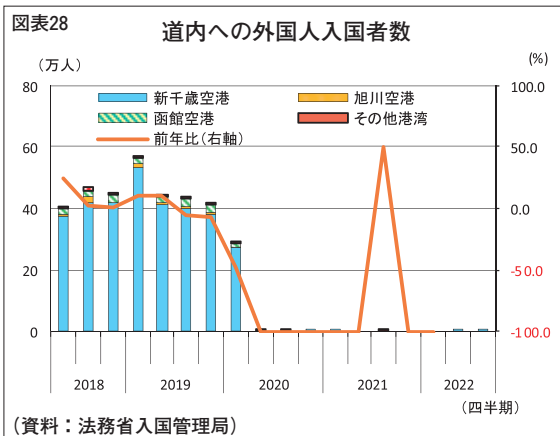
サービス輸出については、コロナ禍で外国人観光客受け入れが停止し、その中心であるインバウンド消費が蒸発していた。外国人入国者数は、2022年6月10日の外国人観光客受け入れ再開以降、徐々に増加しており、足元の円安も追い風となりサービス輸出の持ち直しが見込まれる（図表28）。もっとも、コロナ禍前にインバウンド全体の1/4を占めていた中国（2019年度北海道観光入込客数調査報告書）においては、ゼロコロナ政策による人の移動制限が続いており、2023年度もその影響は残ると想定した。

サービス移出については、来道客数の動向をみると、2021年11月から12ヶ月連続で前年同月を上回り、2022年10月にはコロナ前の2019年比で約8割まで来道者数は戻ってきている（図表29）。加えて2022年10月11日～12

図表27 2022年・2023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	6／8	前回	2022	3.0	2.5	2.6	4.4	
			2023	2.8	1.2	1.6	4.9	
	9／26	今回	2022	3.0	1.5	3.1	3.2	
			2023	2.2	0.5	0.3	4.7	
			変化幅	2022	▲0.0	▲1.0	0.5	▲1.2
			2023	▲0.6	▲0.7	▲1.3	▲0.2	
IMF	7／26	前回	2022	3.2	2.3	2.6	3.3	
			2023	2.9	1.0	1.2	4.6	
	10／11	今回	2022	3.2	1.6	3.1	3.2	
			2023	2.7	1.0	0.5	4.4	
			変化幅	2022	0.0	▲0.7	0.5	▲0.1
			2023	▲0.2	0.0	▲0.7	▲0.2	

(資料：OECD、IMF)



月20日（年明け以降の延長も決定した）の期間で開始された全国旅行支援も押し上げに寄与しよう。2023年度のサービス移出は、2022年度に講じられた旅行需要喚起策の効果が剥落するものの、年度を通して人流が正常化することで前年上回りが見込まれる。

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

2022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」「肥料」「石油製品」などが増加し、前年同期を57.2%上回って推移している（図表30）。一方、輸入数量は、品目による濃淡はあるものの、「原油・粗油」でみられるように、金額で増加（前年比+36%）しても、数量で減少（同▲28%）している品目もあり、輸入物価の上昇が顕著に表れている。

2023年度を展望すると、輸入は、物価上昇による名目輸入額の増加を予想するが、物価調整後の実質増加額はほぼ横ばい圏内となろう。また、国内からの移入は、経済活動のコロナ禍からの回復に伴う道内需要（中間需要・最終需要）の増加により、前年上回りが見込まれる。総じてみれば、移輸入は前年上

回りとなろう。

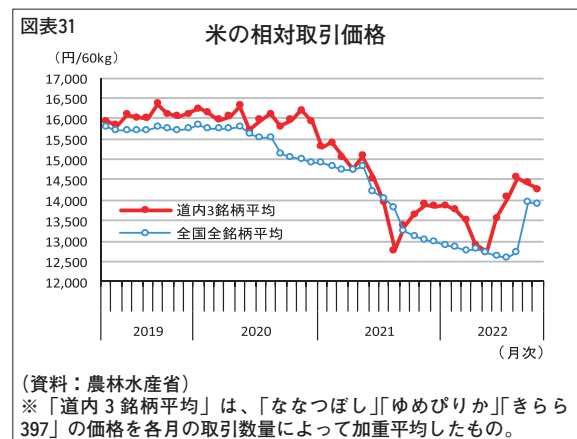
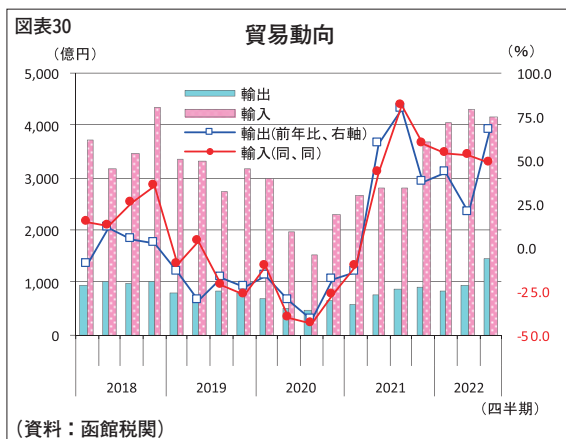
これを受けて、物価の影響を取り除いた実質額では、移輸出の伸びが移輸入の伸びを上回り、移輸出額から移輸入額を差し引いた財貨・サービスの移輸入（純）はプラス成長となろう。

この結果、財貨・サービスの移出入（純）は、実質経済成長率7.8%、名目成長率▲0.5%と予測する。

4. 道内総生産（生産側）の動向

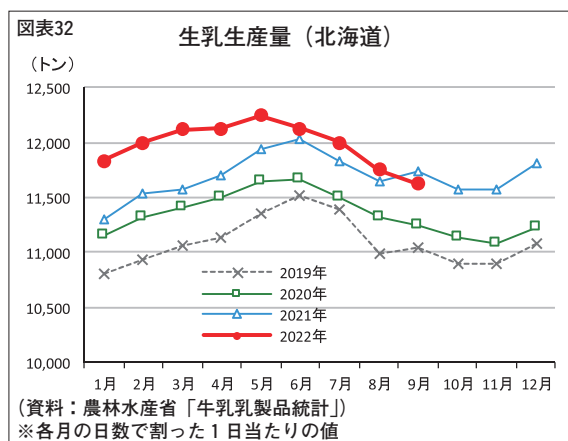
（1）一次産業

2022年度は、農業の耕種部門では、米の作柄は豊作となったが、作付面積の減少を受けて、収穫量は前年下回りを見込む。新米の価格をみると、10月時点で前年産対比ではプラスとなっているものの、依然として低水準で推移しており、生産額では前年下回りが予想される（図表31）。小麦は、作付面積はやや増加したものの、収穫期の天候不順の影響もあり、収穫量は減少した。一方、価格に関しては政府の外麦売渡価格の上昇を反映して、相対取引価格も上昇していることから、生産額では前年上回りを見込む。ばれいしょは、不作であった前年に比べ作付面積が増加しており、収穫量の増加が見込まれる。また、生



食用の価格は平年並みの水準で推移しているが、でん粉の取引価格は値上げが予定されているため、生産額は前年を上回ると見込まれる。野菜類は、主産品のたまねぎの作付面積は前年並みであるが、全体としては豊作傾向にあり、出荷も順調に進んでいる。価格面をみても、不作に伴う前年の高騰から落ち着き、平年並みの水準に落ち着くものとみられる。野菜の他の品目については、品目により作付面積や価格の変動がみられているものの、総じてみれば生産額は前年をやや上回ると見込んでいる。

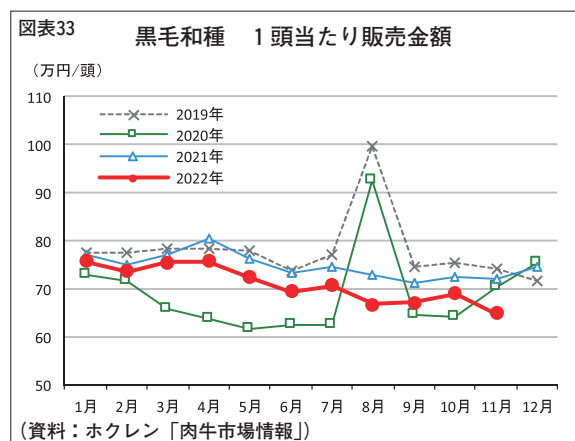
畜産部門では、生乳は需要低迷に伴って増産抑制に努めてきたが、十分な需給の改善はみられておらず、前年比で減産に取り組む方針である。それに伴い、9月には生乳生産量が43か月ぶりに前年を下回った（図表32）。また、酪農経営の副収入となっている、乳用種の子牛の取引価格の大幅下落もみられている。一方、飼料価格などの高騰による生産コストの増大に伴い、生産者団体と乳業メーカーとの間での飲用など向け乳価の価格改定や、国による加工原料乳生産者への経営安定事業が進められたことは、生産額の押し上げ要因となりうる。肉用牛は、飼料価格の高騰が生産に大きな影響を及ぼしている上に、枝



肉相場についても軟調に推移している。家畜市場では、和牛の販売価格の下落や落札頭数の減少もみられており、生産額は前年下回りを予測する（図表33）。総じてみれば、農業の総生産は前年を下回ろう。

林業は、木造の新築住宅（持家・分譲戸建）の着工戸数をみると、建築コストの増大などを背景に、前年を下回ると見込んでいる。一方で、高騰する輸入木材からの需要のシフトによる道産材の価格上昇や、行政による道産材の活用促進政策もあって、総じてみれば総生産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は、主要産地である噴火湾・オホーツク海ともに順調な水揚げが見込まれる。好漁であった2021年度と比べると漁獲量は下回る見込みだが、単価の高い輸出向けの回復もあって、生産額は前年を大幅に上回ると見込む。秋サケは、北海道連合海区漁業調整委員会による秋サケ沿岸漁獲速報をみると、11月上旬時点ですでに前年を上回る漁獲高を上回る実績となっており、生産額も前年から大きく増加すると見込む。一方、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。2021年度に発生した赤潮による環境の変



化や、日ロ関係の悪化に伴うロシア水域での操業不安などが重石となるが、総じてみれば水産業の総生産は前年を大幅に上回ろう。

2023年度を展望すると、農業耕種部門の米は、農水省が主食用米の作付面積の維持による需給均衡を見通している。北海道において、前年と同程度の作付面積で、作況が平年並みとすると、豊作であった前年に比べれば収穫量は減少が見込まれる。また、在庫水準が高いことから米価の上昇も見込みにくく、生産額は減少が見込まれる。小麦は、令和5年（2023年）産の民間流通麦の播種前入札では、道産小麦の主要銘柄の指標価格は前年産対比で上昇している（図表34）。在庫過剰感に伴う落札率の低下など、下押し要因はみられるが、総じてみれば生産額は前年上回りが見込まれる。野菜類は、各品目ともに都府県の生育状況や需給の変動が時々の価格に影響を与えるものの、極端な天候不順などがなければ、生産額は平年の水準から大きく上下しないと見込む。

畜産部門では、生乳はコロナ禍以降需要低迷が続いており、北海道農協酪農・畜産対策本部委員会（酪対）は2023年度も減産の方針を維持することを決めた。飼料価格の高騰が続けば、乳価などにも影響を及ぼすものとみ

られるが、乳価改定にあたっては、脱脂粉乳などの在庫の積み上がりが重石となろう。このため、生産額は前年下回りを見込む。肉用牛については、飼料価格の高騰の影響は懸念されるものの、外食需要の回復や、インバウンド受け入れ再開などに伴い需要の復調が期待されることから、生産額は前年上回りを見込む。総じてみれば、農業の総生産は前年比+2.2%となろう。

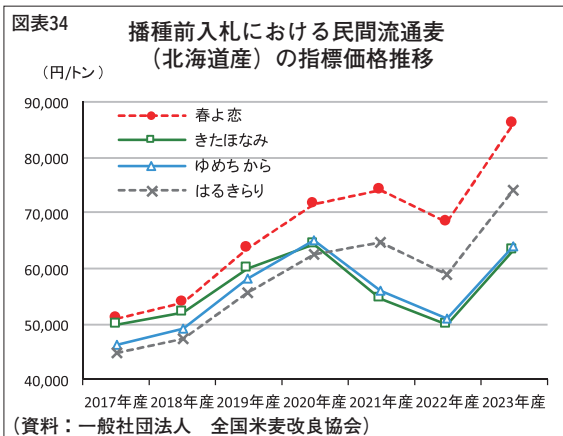
林業は、道産材の利活用促進政策の効果や、木造住宅の着工戸数の前年上回りが見込まれることなどもあって、引き続き堅調な推移が見込まれる。ただし、ウッドショックの主因となったカナダ産木材の価格は一服感が見られていることから、林業の総生産は前年比+0.1%と横ばい圏内での推移を見込む。

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、引き続き順調な水揚げが見込まれる。秋サケについても、北海道周辺の海洋環境に改善が見られていることもあり、順調な水揚げが期待される。一方、サンマ・イカなどにとっては、海水温の上昇傾向が打撃となり、漁獲量は低水準での推移が見込まれる。前年に好漁が見込まれるため、総じてみれば水産業の総生産は前年比▲2.2%と減少を予測するが、高水準を維持しよう。

この結果、一次産業の総生産（名目）は前年比+1.1%と予測する。

（2）二次産業

2022年度の製造業をみると、道内の主力である「食料品工業」は主要な輸出先である中国におけるロックダウンなどの下押し要因に加え、原材料価格の上昇分の販売価格への転嫁が十分に進んでいないことから、総生産は



減少が見込まれる。「パルプ・紙・紙加工品」は、工場の撤退に伴う生産能力の低下に加え、コロナ禍での紙需要の減少から、総生産の減少が見込まれる。原材料の輸入比率が高い「石油・石炭製品」「一次金属」「金属製品」などの部門では、輸入価格の高騰が重石となり、総生産の減少が見込まれる。「輸送用機械」は、半導体不足が下押し要因となるが、国内外の各自動車工場が挽回生産を進める中で、総生産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を下回ろう。

2023年度を展望すると、「食料品工業」は水産資源をはじめとした原材料価格の高騰が引き続き重石となるものの、外食やインバウンド需要の回復に伴って、総生産の増加が見込まれる。「石油・石炭製品」は、自動車などの移動需要の回復に伴って燃料製品の増産が期待され、総生産の増加が見込まれる。原油価格の高騰が一服すれば、利益の回復により総生産の増加が見込まれる。「輸送用機械」は、半導体不足が徐々に緩和されるも、堅調な海外需要に牽引されて国内の自動車メーカーの増産が期待される。そのため、自動車部品の製造が中心となる北海道においても、総生産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+3.0%となるう。

2022年度の建設業をみると、住宅では、建設コストの上昇によって新規住宅取得にかかる負担が増加しており、新築住宅着工戸数は前年を下回ると見込む。民間設備投資では、再生可能エネルギー関連の投資や、デジタル化関連のソフトウェア投資、札幌市中心部の再開発事業の進展など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、補正予算と合わせた北海道開発予算の16

か月予算は前年を下回っているものの、北海道新幹線の建設事業費が増加していることから、前年比では小幅な減少に留まるとみている。総じてみれば建設業の総生産は前年を下回ろう。

2023年度を展望すると、住宅では、建設コストの上昇の影響が引き続きみられるものの、前年度の大幅減少の反動から、新築住宅着工戸数は増加が見込まれる。民間設備投資では、風力発電などの再生可能エネルギー関連の投資を中心に、引き続き積極的な投資が見込まれ、前年上回りが見込まれる。公共工事では、北海道開発予算（15か月予算）は前年と同程度を見込んでいるのに加え、北海道新幹線の建設工事の進展に伴う上積みが見込まれる。総じてみれば、建設業の総生産は前年比2.1%となるう。

この結果、二次産業の総生産（名目）は前年比+2.6%と予測する。

（3）三次産業

2022年度は、卸売・小売業では、前年の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、前年のまん延防止等重点措置の反動増もあり、百貨店販売額は前年上回りが見込まれる。コンビニエンスストアやホームセンターの売上額も増加傾向で推移していることから、総じてみれば総生産は前年を上回ろう。もっとも、供給制約に伴う新車販売不振の長期化や、感染再拡大に伴う外出控えなどが重石となるう。観光関連産業である宿泊・飲食サービス業や旅客運輸業では、過年度の行動制限の反動に加え、「どうみん割」や「全国旅行支援」などの需要喚起政策の効果もあって、総生産は前年を上回ろう。また、本年7月以降に新千

歳空港と韓国、台湾、シンガポールなどとの間で国際線の運航が再開されたことから、今後はインバウンド客も緩やかに回復するものと見込んでいる。情報通信業では、DXの推進による企業のソフトウェア投資や、通信環境の整備などで堅調な需要が見込まれるため、前年上回りを見込む。保健衛生・社会事業では、2022～2025年度にかけて団塊の世代が後期高齢者となることから医療費・介護費のさらなる増加が想定されることに加えて、コロナ禍による受診控えも和らぎ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、前年や前々年のような大規模な行動制限が課されなければ、コロナ禍で落ち込んだ対面型のサービス業を中心に持ち直しの動きが続くと見込まれる。総じてみれば、三次産業の総生産は前年上回りを見込む。

2023年度を展望すると、卸売・小売業では、物価上昇に伴って実質賃金の低下や消費マインドの低下が続くことが懸念材料となるが、コロナ禍からの経済活動の回復につれて総生産は前年上回りが見込まれる。観光関連産業である宿泊・飲食サービス業や旅客運輸業では、国内観光需要の回復に加え、インバウンド客が徐々に回復し、総生産の押し上げに寄与しよう。もっとも、コロナ禍以前の最大の市場であった中国では引き続き厳格な行動制限が敷かれる見通しであり、2023年度もゼロコロナ政策の影響は残ると見込んでいる。不動産業では、札幌駅周辺における商業施設やオフィスビルの新設に加え、賃貸マンションや分譲マンションの着工件数が堅調に推移していることから、総生産は前年上回りが見込まれる。また、DXの推進や少子高齢化などの社会的な需要の拡大を背景に、情報通信業や保健衛生・社会事業の総生産も引き

続き増加することが見込まれる。その他のサービス業についても、個人消費や設備投資といった民需が増加することで、総生産は前年上回りが見込まれる。

この結果、三次産業の総生産（名目）は前年比+1.8%と予測する。

統計表 1 道内総生産（支出側）

（単位：億円、％）

項 目	名 目 値 （ ）内は前年度比伸び率			実 質 成 長 率		
	2021年度 （実績見込み）	2022年度 （見通し）	2023年度 （見通し）	2021年度	2022年度	2023年度
民間最終 消費支出	115,809 (2.1)	121,265 (4.7)	124,056 (2.3)	2.3	2.3	0.8
政府最終 消費支出	41,732 (2.2)	42,617 (2.1)	43,122 (1.2)	1.1	0.8	0.4
総固定 資本形成	41,538 (0.6)	42,000 (0.5)	42,693 (1.6)	△3.1	△3.4	0.2
住宅投資	7,700 (4.4)	7,539 (△2.1)	7,676 (1.8)	△2.8	△6.9	0.6
設備投資	15,163 (△3.3)	15,758 (3.9)	15,896 (0.9)	△5.7	0.3	0.2
公共投資	18,671 (2.5)	18,437 (△1.3)	18,590 (0.8)	△1.0	△5.2	0.0
財貨・サービ スの移出入 （純）	△12,558 (33.5)	△16,733 (33.2)	△16,824 (△0.5)	13.7	12.7	7.8
道内総生産 （支出側）	199,838 (0.2)	202,205 (1.2)	206,102 (1.9)	1.9	1.6	1.0

※統計上の不突合、在庫増を除いているので合計は道内総生産と一致しない。

統計表 2 実質成長率の増加寄与度

（単位：％）

項 目	2021年度	2022年度	2023年度
民間最終消費支出	1.3	1.3	0.5
政府最終消費支出	0.2	0.2	0.1
総固定資本形成	△0.7	△0.7	0.0
住宅投資	△0.1	△0.2	0.0
設備投資	△0.5	0.0	0.0
公共投資	△0.1	△0.5	0.0
財貨・サービスの移出入 （純）	1.0	0.8	0.4
道内総生産（支出側）	1.9	1.6	1.0

※統計上の不突合、在庫増を除いているので合計は道内総生産と一致しない。

統計表 3 道内総生産（生産側）

（単位：億円、％）

項 目	名 目 値			前 年 度 比 伸 び 率		
	2021年度 (実績見込み)	2022年度 (見通し)	2023年度 (見通し)	2021年度	2022年度	2023年度
一次産業	7,771	7,902	7,989	2.5	1.7	1.1
農 業	6,032	5,786	5,914	0.5	△4.1	2.2
林 業	254	267	267	2.1	5.2	0.1
水 産 業	1,485	1,849	1,808	11.6	24.5	△2.2
二次産業	35,752	33,985	34,876	0.4	△4.9	2.6
鉱 業	250	214	236	△10.7	△14.3	10.2
製 造 業	18,672	17,749	18,285	0.8	△4.9	3.0
建 設 業	16,830	16,021	16,354	0.2	△4.8	2.1
三次産業	154,479	158,460	161,344	0.0	2.6	1.8
電気・ガス・水道・ 廃棄物処理業	6,631	5,250	6,426	△12.1	△20.8	22.4
卸売・小売業	27,462	28,341	28,565	1.0	3.2	0.8
運輸・郵便業	12,272	14,108	14,375	0.5	15.0	1.9
宿泊・飲食 サービス業	3,648	4,679	4,913	4.0	28.3	5.0
情報通信業	6,050	6,298	6,396	0.3	4.1	1.6
金融・保険業	7,008	7,101	7,108	1.1	1.3	0.1
不 動 産 業	22,705	23,352	23,436	0.3	2.8	0.4
専門・科学技術、 業務支援サービス業	14,957	15,012	15,191	0.4	0.4	1.2
公 務	14,506	14,558	14,587	0.4	0.4	0.2
教 育	7,968	7,894	7,811	0.2	△0.9	△1.1
保健衛生・ 社会事業	23,088	23,610	24,106	0.8	2.3	2.1
そ の 他 の サービス	8,183	8,258	8,430	0.2	0.9	2.1
道内総生産 (生産側)	199,838	202,205	206,102	0.2	1.2	1.9

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。

DX推進に求められる互酬的な顧客関係 ～新しいサービス価値の創出に向けて～

小樽商科大学 ビジネススクール
教授 内田 純一

《ポイント》

- DXは業務改善DXと価値創出DXに2分類し、サービス経営の立場からアプローチせよ
- 市場交換とは異なる「互酬」の原則は、顧客との関係性を問い直すヒントになる
- 企業と顧客との接点（タッチポイント）を活用して、新たなサービス価値を創出する

1. はじめに：DX推進に悩む道内企業

本誌2022年4月号では、「臨時調査：道内企業のデジタル・トランスフォーメーション（DX）の取り組みについて」と題された記事が掲載されました。それによると、北海道の企業（回答企業は380社）のうち、全産業で43%がDXの取り組みを「行っている、またはこれから行う予定にある」と回答していました。DX検討中の未実施企業も含む数字とはいえ、意外に多い数字と思われる読者の方もいたかもしれません。比較のために、総務省の情報通信白書（令和3年版）に掲載された「デジタル・トランスフォーメーションによる経済へのインパクトに関する調査研究」を見ると、東京23区内の大企業（2655社）では、2020年度までに実施していると回答した企業が52.2%、これから実施を検討していると回答した企業が16.9%に及んでいました。これらを合計すると、69.1%の企業がDXの取り組みを行っているか、またはこれから行う予定にある企業ということになります。一方で、東京23区内でも中小企業（2567社）の調査となると、DXの取り組みを行っているか、またはこれから行う予定と回答した企業の合計値は41.1%まで下がります。これは道内企業の数値とほとんど変わりません。つまり、DXの取り組み格差は、地域間格差というより、大企業と中小企業の格差と言えるかもしれません。

上記の道内調査の報告記事に続けて同誌（2022年4月号）では、「経営のポイント：DXの取り組みにあたっては、DX人材の確保が課題」と題した記事を掲載しており、企業から寄せられた回答の中に、「DXに対応できる人材が不足している」「DXの進め方がわからない」といった戸惑いの声が多く含まれていた調査結果を振り返っています。道内企業がDXに取り組むには、人材確保はもちろん必要なのでしょうが、より大きな問題として道内企業は＜DXに関する理解そのものが十分でない＞という点がネックになっているということです。

実は、DX推進は、周辺技術を理解することより、顧客との関係性を理解することのほうがより重要なのです。よって、リスクリングによって情報技術に知悉し、システム設計を自在にできるようになることよりも、企業と顧客との関係性を緻密に設計できるようにしておくことが望ましいのです。加えて、顧客との関係性をデザインする際には「互酬」という、一見するとアナログな経済現象に注目すべきと本稿では主張します。DXに取り組む際に、デジタルよりもアナ

ログに注目すべきとは一体どういうことなのか、以降の章ではサービス経営学の考え方を交えつつ、順を追って説明していきましょう。

2. 「業務改善DX」と「価値創出DX」の2分類

DXとは何でしょうか。定義として有名なのは、経済産業省が2018年にまとめた「デジタルトランスフォーメーションを推進するためのガイドライン Ver.1.0」による「企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること」という整理です。

ただ、この定義づけを参照しても、「DXの進め方がわからない」という企業の戸惑いは消えそうもありません。このガイドラインはDX対応を見据えた経営者が、自社の取り組みの適切さを評価するために書かれているためか、具体的記述に乏しく、どのような領域のITシステムを活用すべきかといったことはほとんど書かれていませんでした。DXをどう進めていくかのガイドというよりも、まるでDXをやり始めているかどうかのチェックリストのようでした。

2022年にこのガイドライン1.0は「デジタルガバナンス・コード2.0」に統合されました。1.0時点のDX定義はそのままに、企業においてDXへの取り組みが適切になされているかどうか、企業の利害関係者がチェックする体で書き直されました。タイトルにある通り、2.0は「コード」であるため、チェックリスト的な性質が強化されています。

参考になるのは、2.0の序文に書かれた重要ポイントのうち、＜デジタルの力を、効率化・省力化を目指したITによる既存ビジネスの改善にとどまらず、新たな収益につながる既存ビジネスの付加価値向上や新規デジタルビジネスの創出に振り向けること＞という記述箇所です。ここではITの応用領域を2つに区分しています。世間ではデジタルやITというと、すぐに効率化・省力化といった既存の「ビジネスの改善」の問題と矮小化されがちですが、この2.0では、デジタル系の「ビジネスの創出」にも振り向けるべきという点をきちんと言及しています。

この2区分を、サービス経営学の観点からも補足しておきます。第一に、サービス事業ではほとんどの場合、顧客が共同生産者となります。よって、サービス生産システム（サービス・オペレーション）における生産性向上をはかるためには、企業側だけを改善しても抜本的改革にならず、顧客との関係性も洗練させていかねばならないわけです。第二に、新しいサービスは顧客の経験価値を高める方向性で生み出す必要があります。そのために、現在提供中のサービスで構築した顧客とのタッチポイントから、経験にもとづく示唆的な情報を引き出せねばなりません。

このように、サービス事業にDXを取り入れることを念頭に置くと、DXは表1のように大きく2つの活用領域があると言えます。

表1 DXの2大区分と活用領域

DX区分	活用領域
業務改善DX	サービス・オペレーションの生産性を向上させるためにDXを活用
価値創出DX	顧客が経験できる新たなサービス価値を生み出すためにDXを活用

業務改善DXは取り組み直後の収益向上に貢献しますが、将来的には顧客から支持を得て価値創出DXでもって持続可能な形で収益性を高めていくことが理想です。両者は一見すると別々のアプローチのようですが、業務改善DXと価値創出DXの同時整備も可能です。

3. 顧客との関係性を問い直す

2021年12月から岸田総理大臣が音頭を取って推進している「デジタル田園都市国家構想」でも、DXは官民双方が積極的に推進すべきとされているように、政策的に形成された流れです。上述の「デジタルガバナンス・コード2.0」のようにコードと銘打ったガイドラインが出たことから見て、DX化に乗り遅れた企業は将来的には取引上の不利益を被る可能性もあります。

さきほど説明した業務改善DXにしても、価値創出DXにしても、サービス経営の立場から見れば、いずれも顧客との関係性の在り方がその推進にあたっのカギとなります。

「顧客との関係性」という言葉からは、CRM（Customer Relationship Management）を実現するシステムのことを想起する方も多いかもかもしれません。例えば、CRMシステムの中には、Amazonでのネットショッピングにつきものの「おすすめ」表示、すなわちレコメンデーションと呼ばれる仕組みがあります。これは、顧客側が自らの購買履歴を積極的に提供し、顧客が潜在的に欲しかったものを企業側から提案してもらえするという「顧客体験」をサービスとして提供しているものです。そこには、顧客から企業に対して、一定の信頼付与が心理的にも契約上も生じています。

実はマーケティング研究において、リレーションシップの概念を1980年代に初めて導入したのは、サービス経営学の研究者（米国のレナード・ベリー）でした。実務的にも1980年代に情報技術の進展により顧客データベースを使った活動が可能となり、マーケティングのパラダイムは顧客の「獲得」から、顧客の「維持」へと大転換します。この維持（retention）という言葉は、繰り返し購買といった狭い意味にとどまらず、顧客と相互交流することで、隠れたニーズを掘り起こしていくという、いわば新たな「顧客体験」を生み出すための仕組みといった広い意味を持つものとして提起されていました。「顧客との共同生産」をサービス経営におけるユニークな特性とみなすサービス経営学者らしい着眼点と言えるでしょう。

とはいえ、現実には「信頼」という言葉に疑問を持つ消費者もいるはずです。人によっては、「信頼したというより、いつのまにかシステムに組み込まれてしまった」と認識している人もいるでしょう。確かに、CRMがマーケティング手法である以上、結果的には需要と供給というパワー関係のなかに置かれます。それが市場の論理だからです。

しかし、そうしたパワー関係の影響下にありながらも、顧客との関係性は市場の論理だけに完全に属さない部分があります。それが次の章で説明する「互酬」という経済現象です。

4. 互酬的な顧客関係とコミュニティ

以下で示す2つの図をご参照ください。

図1は人間の経済における基本的な構造を示しています。人間は、基本的に上下関係と平等関係の中で日々を過ごしています。この構図はあらゆる社会に普遍的に見られるものです。上下関係は、国家のなかで市民として暮らす人間にとっても、原初的な部族社会で暮らす人間にとって

も基本的に存在している構造ですし、平等関係は、無関係と相互関係に分かれ、社会システムに応じてどちらの関係性に重点が置かれているかは違うにせよ、必ず双方の関係を合わせ持つというのが、経済人類学の考え方です。

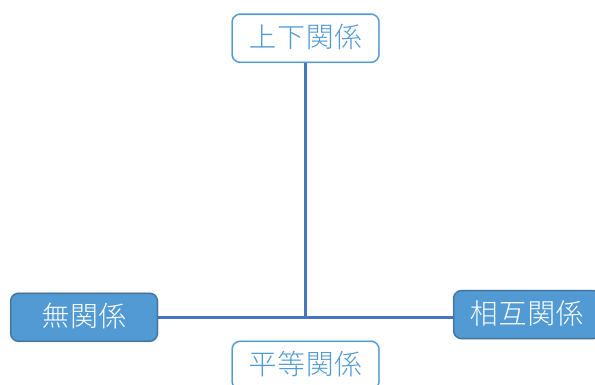


図1 経済の構造

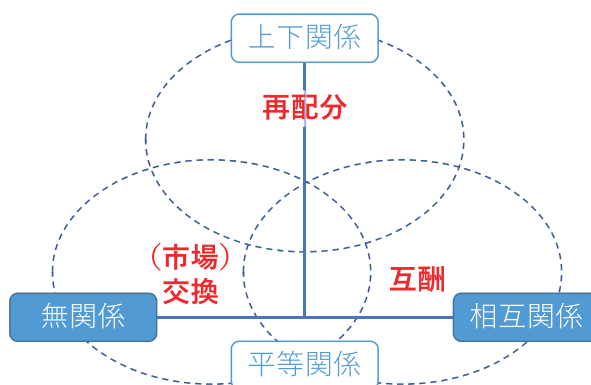


図2 人間の経済における3つの経済現象

そして図2では、図1で紹介した人間の経済の基本構造に、具体的な経済現象を「再配分」、「(市場)交換」、「互酬」の3つに分けて書き込んでいます。

図2の上部にある「再配分」は、市場社会においては政府による所得の再分配が図られるのでわかりやすいと思いますが、市場経済体制をとっていない国でも再配分の機能はありますし、原初的な狩猟採集社会においても集団生活を維持するための再配分の実行は珍しくありません。

次に、「(市場)交換」(以降は市場交換と表記)については、市場経済体制では主流をなす経済行為で、仮に共産的な経済体制をとっていても、市場的な交換を完全に排除することはできません。また原初的な社会においても、物々交換など、何らかの形で市場的な交換が行われてきました。よって市場交換もまた、市場経済体制下でない社会にも存在する普遍的な経済現象です。

最後に、本章のキーワードである「互酬」については、原初的な社会における儀礼の一環として発生しながら、現代社会においても交易や贈答品のやりとりなどに根強くその姿を留める経済現象です。互酬のなかで行われる贈与型の経済現象は、市場においては交換の後に、その関係性がフラットになる(図2の<無関係>になる)のとは異なり、交易や贈与の度にコミュニティが強化される(図2の<相互関係>が強まる)のが特徴的です。互酬においては互いに交易や贈与を繰り返すものの、相手への返礼品の価値は意図的に等価にしない慣習がある(立場の強いものが高価なものを相手に贈る)ため、市場交換とは性質がだいぶ異なります。市場交換と違って取引がフラット化せず、関係性がいつまでも<無関係>にならないため、同じコミュニティに属するという、強い<相互関係>が形成されていくのです。

ちなみに、このコミュニティは狭い範囲で自分の御世話になった人に贈答品を贈り合う関係性のこともあれば、広範囲に交易ネットワークのような関係性を築くこともあります。

道具立ての説明が長くなりましたが、筆者はこの「互酬」的な関係性に着目することがDX推進のカギになると考えています。

5. デジタルが復活させたコミュニティ

CRMもまた市場交換のシステムに置かれている以上、需要と供給のパワー関係に置かれていると、3章においては説明しました。確かに、関係性マーケティングの考え方は、提起された1980年代当時は、顧客との相互作用を理想としながらも、一人の顧客から長年にわたって継続した取引を目指すことを狙っていたことは事実です。これは現在流行の経営用語で言うところの「LTV（ライフ・タイム・バリュー）」、すなわち顧客生涯価値を引き出す考え方と基本は同じです。

ところが、2000年代に入って情報技術がさらに進化し、ソーシャルメディアに代表されるような電子的コミュニティを基盤としたプラットフォームが登場してくると、顧客との関係性の新たな姿を構想できるようになってきました。考えてみれば電子的な「コミュニティ」は、昔ながらの近所づきあいの「コミュニティ」と同じ用語をごく自然に使っています。現代のソーシャルメディア上のコミュニティ（電子掲示板やSNSなど）では、人々が承認欲求を満たそうとしたり、同じ趣味の人同士がクラスタとして集合し、ときにはそこからオフ会が派生し、現実空間のコミュニティが生まれたりします。札幌の企業であるクリプトン・フューチャー・メディアによる「初音ミク」コミュニティは、最もわかりやすいファン活性化の事例です。現代の消費社会は既に、かつて失った原初的な社会における互酬的な活動を、情報技術のおかげで電子的に復活させ、市場交換とは別の経済活動として巷にあふれさせています。

例えば、デジタル・マーケティング分野では、かつての購買履歴に基づく単純なデータベース・マーケティングではなく、ある特定の企業やその商品・サービスに関するアンバサダーを務めるような熱心なファンや、人物（例えばインフルエンサー）のライフスタイルに共感するファン層に対し、ファン・コミュニティへの参加を促し、その「ファンベース」に対してマーケティング的にアプローチをする動きが活発化（表2参照）しています。こうしたコミュニティ形成をアプリで支援する企業も生まれてきているほどです（例えば、株式会社SKIYAKIの「Bitfan」）。

表2 ファン・マーケティングの種別と主な事例

	事例名	実施主体企業	概要
ファン 活性化	ピアプロ (初音ミクファンのための共有サイト)	クリプトン・フューチャー・メディア	ヤマハの音声合成技術VOCALOIDエンジンを使った歌声ライブラリソフト「初音ミク」ファンの交流を促進するサイトを企業側が用意し、キャラクターを使った二次創作を容認している
ファン 育成	ネスカフェ アンバサダー	ネスレ日本	ネスカフェ製コーヒーメーカー「バリスタ」をオフィス向けに無料貸出するプログラム。貸出時にはオフィスでバリスタ普及を推進する代表者となる「アンバサダー」を選定する
ファン 表彰	MVPアワード プログラム	日本マイクロソフト	マイクロソフトの技術コミュニティ形成に貢献した社外のサポーターをMVPとして表彰する制度。執筆や講演を通じて啓蒙にあたる技術者や、サポートに貢献する一般ユーザーを同社がMVPとして表彰する

こうしたファン・コミュニティに加わる顧客の参加動機は、安く買えるからといった経済的なモチベーションは副次的なものであり、あくまでもファン対象や趣味・嗜好を同じくする人たちと交流したいという願望が主たるモチベーションとなっています。つまり、市場交換の論理では説明できない、互酬的な論理がそこには介在しているとみなせるのです。

このように、CRMとファンベース・マーケティングの発想は、顧客の参加意識という観点では、だいぶ様相の異なるものになっています。CRMを展開する企業は便利な機能（おすすめ機能など）を顧客に恩恵として常に与え、形式的には顧客から信頼を付与されて運営しているという体裁をとっていても、場合によっては需・給のパワー関係のために消極的な参加意識しか顧客に抱いてもらえないことすらありました。しかし、ファン・コミュニティに参加したいという顧客の意識はかなり積極的なもので、これをDX推進企業が活かさない手はないでしょう。

6. タッチポイントを広げる

顧客の積極的な参加を促すこと、これがDXの推進には絶対に必要です。具体的に説明しましょう。先に紹介したDXの二分類のうち、価値創出DXは顧客の経験を豊かにするタイプのDXでした。従来はCRM的なデータベース・マーケティングが購買（あるいは検討したけれども非購買）履歴を購買動向全体のデータから判断して、（おすすめ機能等で）未来の購買行動に働きかけるだけでした。その機能を拡張するには手続き上、顧客からパーミッション（許諾）を得ることが必要で、せいぜいダイレクトメールを送るくらいにしか発展できませんでした。一方で、顧客が何らかのコミュニティに属することで、自らの情報に対する対外アクセスを積極的に開放すれば、顧客の経験を豊かにするために企業ができることは一気に広がります。しかも、互酬的なコミュニティでは、自分も周りに貢献したい、恩を返したいという意識を持つのが通常です（これを返報性の原理と呼びます）。そのため、企業と顧客との共同作業は、コミュニティを何らかの形で介在させたほうがずっと容易になるわけです。

現代の企業にとって、顧客が本当に求めている商品を、企業側の企画開発能力だけにより提案できることは稀です。積極的な参加という顧客姿勢を引き出せば、その「価値創出」は顧客の協力を得た共同生産の形で実現できるようになるのです。

さらに、サービス業の場合は、商品を生産する過程に顧客が居合わせながら商品提供されることが多いわけですが、自社商品のファン・コミュニティに参加している顧客は、そもそも商品コンセプトに対する理解度が高いので、企業の提案通りのサービス・オペレーションが展開しやすくなります。一般的に生産性の向上は企業側の生産システムの改善だと思われがちですが、サービス業においてはこの生産システムに顧客がインプットとして投入された上でオペレーションが組立てられています。そのため、顧客が積極的にファン・コミュニティに参加している状態を企業側が味方につければ、結果的に「業務改善」に顧客が協力しているのと同じことになります。

情報技術の進化は確かに、企業側があらゆる顧客接点（タッチポイント）を駆使して顧客情報を活用できる可能性を開きました。しかし、可能性があっても、顧客側が企業に対して無限にパーミッションを与えてくれはしません。その意味では、スマートフォンほど企業と顧客とのタッチポイントの構築経路を多様化させたメディアは他にありません。加速度や温度などのセンサー、触覚・聴覚に訴える通知、テキストのみならず画像データの扱いやすさといった基本的機能を持ち、常に長時間にわたり人間が身につけている唯一のメディアです。顧客からパーミッションを得られさえすれば、企業はこれらの機能にアクセスした情報を使い、ときに顧客にも共同生産者として参加してもらいながら、もっと多様で豊富な経験を顧客に提供できるようになるはずです。

7. まとめ：新しいサービス価値の創出に向けて

ひと昔前までオフィス・オートメーション（OA）化という言葉があったせいか、DX化もそれと同じような、業務の自動化・電子化の延長線上に捉えられがちです。確かに、RPA（ロボティック・プロセス・オートメーション）による作業自動化や、SaaS（ソフトウェア・アズ・ア・サービス）事業者からクラウドベース業務アプリを導入して帳票類や社内手続きを電子化することは、IT化が進んでいない中小企業にとってはその導入は急がれるべきですが、これら自動化・電子化は、基本的に社内にしか波及しないため、業務改善DXの序の口には過ぎません。その上、サービス事業者における業務改善DXは、サービス・オペレーションを顧客参加によって改善するという意識を持って取り組まなければ、大きな生産性向上にはつながりません。

そして、価値創出DXの成否もやはり、互酬の関係性のもとでの顧客参加を促せるかどうかにか成否のカギがあります。この考え方は、ファンベースのコミュニティを対象とするB2Cの企業だけでなく、同じ社会価値実現のためにコミュニティ運営の協働パートナーを増やすことが自社の経済圏を大きくすることに直結するようなB2B企業にもあてはまります。

本稿で解説した互酬という経済現象は、情報環境の進展により再び顕在化し、コミュニティ形成を活発にしています。そして、情報環境の機能特性は、企業と顧客のタッチポイントを増やす方向に作用し、かつてないレベルでユビキタス（遍在）化しています。最近流行の語彙を使うなら、政府と経団連が2016年に第5期科学技術基本計画で提示した、サイバー空間（仮想空間）とフィジカル空間（現実空間）とが融合する「Society5.0」の姿は既に垣間見えてつつある、と表現できるかもしれません。この次のステップとして必要なのは、DXの神髄である互酬やコミュニティ参加の概念を理解した上で、DXによって顧客の経験を豊かにしながらサービス・オペレーションの改善も統合的に実現できる企業をたくさん生み出していくという未来です。

DX化の取り組みをはじめたばかり、あるいは今まさに取り組もうとしている段階の企業が多い北海道ですが、北海道でサービスを研究する筆者としては、革新的なサービス価値を北海道企業が續々と創出する未来を夢見つつ、ひとまず筆を置きたいと思います。

【参考文献】

『情報通信白書（令和3年版）』、「デジタル・トランスフォーメーションによる経済へのインパクトに関する調査研究」。

『ほくよう調査レポート』、2022年4月号、「臨時調査：回答企業の約4割がDXに組み込みも、変化への対応や人材不足が課題」。

『ほくよう調査レポート』、2022年4月号、「経営のポイント：DXの取り組みにあたっては、DX人材の確保が課題」。

<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 (%)
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 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	87.5	△ 1.5	93.1	△ 2.7	89.2	0.9	92.0	△ 1.0	88.3	△ 3.1	99.6	△ 1.3
7～9月	r 86.0	△ 1.7	98.5	5.8	r 85.5	△ 4.1	95.8	4.1	r 86.8	△ 1.7	103.8	4.2
2021年 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	86.3	0.2	100.2	3.4	85.7	1.3	97.5	2.8	86.7	△ 0.3	100.9	0.7
9月	r 85.6	△ 0.8	98.5	△ 1.7	r 86.3	0.7	95.1	△ 2.5	r 86.8	0.1	103.8	2.9
10月	p 87.0	1.6	95.3	△ 3.2	p 88.3	2.3	93.5	△ 1.7	p 86.8	0.0	103.3	△ 0.5
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 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
7～9月	246,634	2.9	50,784	4.1	39,741	21.3	12,939	16.6	206,893	0.0	37,844	0.4
2021年 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
9月	79,680	4.1	16,304	4.8	13,364	22.6	4,217	19.1	66,316	1.0	12,088	0.5
10月	83,262	3.7	17,326	4.9	14,599	9.3	4,730	10.9	68,663	2.6	12,595	2.8
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 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
7～9月	36,007	△ 8.8	11,688	0.2	75,153	2.5	19,906	5.9	34,388	△ 3.4	8,186	△ 2.1
2021年 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
9月	12,041	△ 0.4	3,777	6.4	24,741	2.5	6,369	5.6	10,528	△ 2.8	2,569	△ 3.2
10月	11,668	△ 1.2	3,516	0.1	23,845	4.1	6,450	6.1	11,887	2.7	2,846	1.7
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(%)
	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 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	—
7～9月	159,740	3.9	31,770	3.7	268,374	9.6	285,429	7.1	3,313	103.8	4	68133.3
2021年 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	—
9月	51,231	2.8	10,206	2.3	265,473	11.6	280,999	5.9	1,053	134.1	0	14833.3
10月	51,478	8.3	10,577	6.5	295,245	22.4	298,006	5.7	1,044	64.7 p	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。

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(%)
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
2021年度	139,868	△ 9.4	52,310	△ 1.2	41,815	△15.8	45,743	△11.6	3,477,608	△ 9.9
2021年 7～9月	34,956	△16.0	13,472	△ 1.9	10,562	△21.6	10,922	△24.2	830,028	△16.4
10～12月	30,045	△18.1	11,339	△15.1	8,834	△18.8	9,872	△20.8	802,305	△19.1
2022年 1～3月	37,859	△13.9	14,122	△11.3	11,371	△10.2	12,366	△19.8	988,686	△17.4
4～6月	33,870	△ 8.5	12,200	△ 8.8	10,939	△ 1.0	10,731	△14.7	724,225	△15.5
7～9月	36,848	5.4	14,605	8.4	10,895	3.2	11,348	3.9	847,189	2.1
2021年 10月	9,294	△30.2	3,566	△20.9	2,702	△34.3	3,026	△35.7	230,499	△32.2
11月	11,046	△14.2	3,876	△18.1	3,365	△ 9.6	3,805	△14.0	291,665	△13.4
12月	9,705	△ 7.5	3,897	△ 5.2	2,767	△ 9.2	3,041	△ 8.8	280,141	△11.1
2022年 1月	9,618	△ 8.3	3,553	△10.4	3,111	10.8	2,954	△20.5	272,445	△16.1
2月	10,035	△15.6	3,327	△21.5	3,023	△ 6.6	3,685	△16.4	289,848	△19.9
3月	18,206	△15.8	7,242	△ 6.1	5,237	△20.9	5,727	△21.4	426,393	△16.5
4月	11,850	△ 6.9	4,498	4.0	3,771	△ 9.2	3,581	△15.6	244,292	△15.3
5月	9,346	△18.1	3,288	△17.2	2,940	△ 8.2	3,118	△26.3	211,856	△22.0
6月	12,674	△ 1.6	4,414	△13.1	4,228	14.5	4,032	△ 1.8	268,077	△ 9.6
7月	13,139	△ 4.7	5,155	△ 1.1	3,975	△13.1	4,009	0.0	288,145	△ 6.9
8月	10,224	△ 6.7	4,021	△ 1.3	3,109	△ 7.4	3,094	△12.3	234,143	△11.2
9月	13,485	32.1	5,429	29.6	3,811	44.8	4,245	25.4	324,901	26.4
10月	12,033	29.5	4,283	20.1	3,693	36.7	4,057	34.1	295,809	28.3
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(%)
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
2021年度	32,091	1.0	8,659	6.6	1,732	△ 6.5	43,738	9.3	103,733	9.3
2021年 7～9月	9,171	△ 2.2	2,247	7.2	390	△27.8	9,576	△ 2.6	25,307	13.3
10～12月	8,067	4.5	2,198	6.1	350	33.6	12,777	32.0	25,660	6.4
2022年 1～3月	4,976	△13.7	2,004	4.9	339	3.0	9,703	△ 1.4	28,528	6.1
4～6月	8,995	△ 8.9	2,180	△ 1.4	496	△24.0	12,747	9.1	26,854	10.8
7～9月	8,782	△ 4.2	2,246	△ 0.0	393	0.6	11,627	21.4	27,302	7.9
2021年 10月	3,043	12.3	780	10.4	161	50.7	4,900	48.8	7,716	2.9
11月	2,933	9.0	734	3.7	84	6.5	3,412	10.4	8,071	11.6
12月	2,091	△ 9.9	684	4.2	106	37.6	4,466	35.6	9,874	5.1
2022年 1月	1,116	△30.5	597	2.1	47	△63.6	2,937	△ 1.7	7,116	5.1
2月	1,368	△ 9.1	646	6.3	132	133.8	3,459	12.3	7,113	4.3
3月	2,492	△ 6.1	761	6.0	160	11.7	3,306	△12.3	14,299	7.6
4月	3,233	△ 6.8	762	2.2	140	41.3	4,502	22.2	9,290	19.0
5月	2,539	△18.3	672	△ 4.3	118	△43.2	3,706	△ 7.0	7,689	7.4
6月	3,223	△ 2.4	746	△ 2.2	238	△31.1	4,539	13.1	9,875	6.5
7月	3,103	7.4	730	△ 5.4	155	13.7	4,637	32.6	8,656	12.8
8月	3,180	6.1	777	4.6	102	△25.2	3,700	33.5	8,045	9.7
9月	2,499	△23.9	739	1.0	136	15.4	3,290	△ 0.5	10,601	2.9
10月	2,657	△12.7	766	△ 1.8	106	△34.4	3,238	△33.9	7,745	0.4
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	
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 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
7～9月	214,040	△ 2.1	37,471	△ 1.8	1.13	1.17	33,190	14.5	777,613	11.9	3.1	2.6
2021年 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	3.1	2.6
9月	51,534	1.5	12,985	2.4	1.16	1.20	34,507	13.6	804,892	10.1	↓	2.7
10月	36,857	△ 0.2	10,558	△ 1.9	1.16	1.23	35,017	9.6	831,603	7.6	—	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 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
7～9月	103.5	3.4	102.5	2.7	40	42.9	1,585	9.5	138.34	25,937
2021年 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
9月	104.0	3.8	102.9	3.0	17	30.8	599	18.6	143.14	25,937
10月	104.4	4.0	103.4	3.6	20	66.7	596	13.5	147.01	27,587
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 (%)
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	220,245	△26.3	694,854	△ 8.4	843,956	△30.7	684,868	△11.3
2021年度	336,702	52.9	858,777	23.6	1,332,968	57.9	913,685	33.4
2021年 7～9月	86,301	79.4	208,001	24.9	279,859	81.3	216,841	37.1
10～12月	89,195	37.6	224,313	15.7	367,577	60.0	240,986	37.6
2022年 1～3月	83,459	42.7	219,817	14.5	405,213	53.3	252,824	34.7
4～6月	92,979	19.6	239,424	15.9	428,684	52.9	285,909	41.0
7～9月	144,531	67.5	256,354	23.2	415,263	48.4	320,050	47.6
2021年 10月	31,974	46.5	71,832	9.4	116,201	68.1	72,739	27.1
11月	29,868	41.5	73,670	20.5	115,618	49.4	83,405	44.1
12月	27,353	25.0	78,811	17.5	135,758	63.2	84,842	41.4
2022年 1月	20,515	36.2	63,318	9.6	127,061	69.9	85,312	39.7
2月	27,735	75.8	71,899	19.1	140,097	51.3	78,671	34.2
3月	35,209	27.4	84,600	14.7	138,055	43.1	88,840	31.4
4月	32,841	△ 0.5	80,757	12.5	153,771	68.0	89,294	28.4
5月	29,891	53.1	72,520	15.8	161,604	62.1	96,426	49.0
6月	30,247	19.9	86,147	19.3	113,309	27.2	100,189	46.2
7月	41,936	51.4	87,552	19.0	107,983	19.1	102,002	47.4
8月	48,480	72.9	80,600	22.0	159,598	96.7	108,848	50.0
9月	54,116	77.1	88,202	28.9	r 147,682	37.8	r 109,200	46.0
10月	38,743	21.2	90,022	25.3	p 213,209	83.5	p 111,684	53.5
資料	財務省、函館税関							

■ 「p」は速報値、「r」は修正値。

年月	預貸金（国内銀行）							
	預金				貸出			
	北海道		全国		北海道		全国	
	億円	前年同月比 (%)	億円	前年同月比 (%)	億円	前年同月比 (%)	億円	前年同月比 (%)
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	5,390,605	4.8
2021年度	196,204	4.8	9,240,133	3.2	113,097	0.4	5,483,397	1.7
2021年 7～9月	187,006	4.3	8,966,228	3.8	112,697	2.0	5,374,690	0.9
10～12月	190,880	4.1	9,038,435	3.6	113,621	△ 0.2	5,422,212	1.1
2022年 1～3月	196,204	4.8	9,240,133	3.2	113,097	0.4	5,483,397	1.7
4～6月	195,208	2.2	9,265,505	3.0	112,492	△ 0.3	5,516,296	2.8
7～9月	192,356	2.9	9,230,728	2.9	112,815	0.1	5,586,163	3.9
2021年 10月	188,310	3.8	8,997,837	4.1	113,438	2.0	5,372,933	1.0
11月	188,879	4.8	9,052,961	3.6	113,092	1.5	5,393,533	0.7
12月	190,880	4.1	9,038,435	3.6	113,621	△ 0.2	5,422,212	1.1
2022年 1月	189,323	3.7	9,062,173	3.5	113,159	△ 0.9	5,409,126	0.9
2月	190,098	3.6	9,085,670	3.4	113,395	△ 0.6	5,427,757	0.9
3月	196,204	4.8	9,240,133	3.2	113,097	0.4	5,483,397	1.7
4月	194,927	3.2	9,280,324	3.0	112,771	△ 0.8	5,471,497	1.7
5月	193,681	2.1	9,312,241	2.9	112,499	△ 0.5	5,485,518	2.1
6月	195,208	2.2	9,265,505	3.0	112,492	△ 0.3	5,516,296	2.8
7月	193,933	2.7	9,278,154	3.4	113,032	△ 0.0	5,530,711	3.0
8月	193,885	2.6	9,281,792	3.3	113,780	0.6	5,544,625	3.5
9月	192,356	2.9	9,230,728	2.9	112,815	0.1	5,586,163	3.9
10月	193,907	3.0	9,305,988	3.4	113,660	0.2	5,600,237	4.2
資料	日本銀行							



ほくよう調査レポート 2023.1月号(No.316)

令和4年(2022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。＞