

ほくよう 調査レポート

No.326

- 道内経済の動き
- 道内企業の雇用の現状と今後の雇用方針等について
- トップに聞く②④
医療法人 春林会 華岡青洲記念病院
理事長 華岡 慶一 氏
- 寄稿
ATWS2023を振り返って
- コラム 人生100年時代を生きる（第6回）
- コラム スロヴェニア訪問記



北洋銀行

www.hokuyobank.co.jp

● 目 次 ●

道内経済の動き	1
特別調査：道内企業の雇用の現状と今後の雇用方針等について	6
経営のポイント：人手不足が深刻化するなか、 難度を増す働き手の確保	12
道内企業訪問：トップに聞く②④ 医療法人 春林会 華岡青洲記念病院 理事長 華岡 慶一 氏	15
寄稿：ATWS2023を振り返って	21
コラム：人生100年時代を生きる（第6回）	28
コラム：スロヴェニア訪問記 ーアルプス、ものづくり、ワイン	30
主要経済指標	31



道内経済の動き

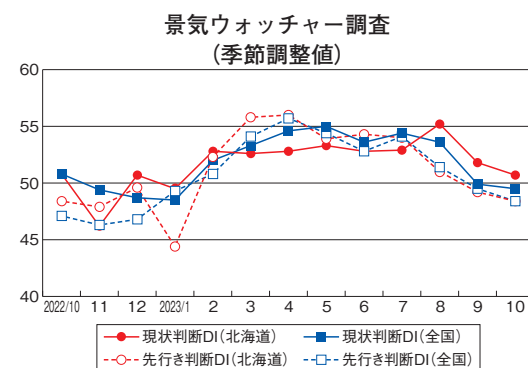
道内景気は、一部に弱さがみられるものの、緩やかに回復している。生産活動は、弱い動きとなっている。需要面では、住宅投資は、減少している。輸出は、弱めの動きとなっている。設備投資は、持ち直しの動きがみられる。観光は、持ち直しが続いている。個人消費は、緩やかに増加している。公共投資は、増加している。

雇用情勢は、有効求人倍率・新規求人数ともに前年を下回り、弱含んでいる。企業倒産は、件数、負債総額ともに前年を上回った。消費者物価は、27か月連続で前年を上回った。

1. 景気の現状判断DI～2か月連続で低下

景気ウォッチャー調査による、10月の景気の現状判断DI（北海道）は、前月を1.1ポイント下回る50.7と2か月連続で低下した。好不況の分かれ目となる50は9か月連続で上回っている。

景気の先行き判断DI（北海道）は、前月を0.8ポイント下回る48.4となった。

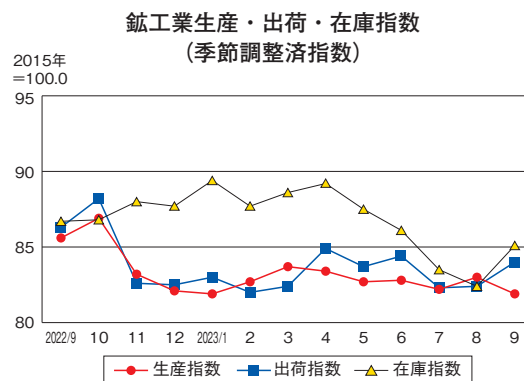


(資料：内閣府)

2. 鉱工業生産～2か月ぶりに低下

9月の鉱工業生産指数は81.9（季節調整済指数、前月比▲1.3%）と2か月ぶりに低下した。前年比（原指数）では▲4.8%と17か月連続で低下した。

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



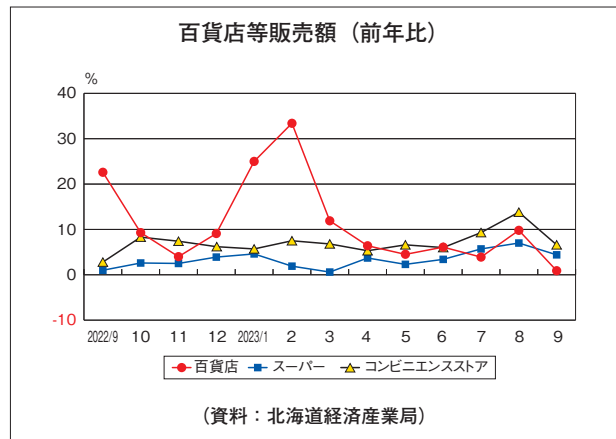
(資料：北海道経済産業局)

3. 百貨店等販売額～19か月連続で増加

9月の百貨店・スーパー販売額（全店ベース、前年比+3.8%）は、19か月連続で前年を上回った。

百貨店（前年比+0.9%）は、飲食料品、身の回り品が前年を上回った。スーパー（同+4.4%）は、飲食料品、身の回り品、その他が前年を上回った。

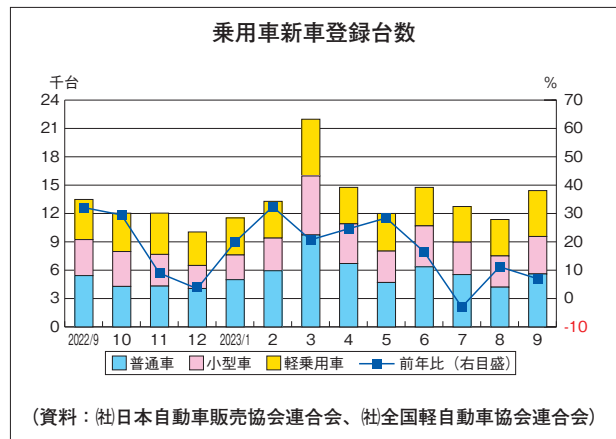
コンビニエンスストア（前年比+6.6%）は、23か月連続で前年を上回った。



4. 乗用車新車登録台数～2か月連続で増加

9月の乗用車新車登録台数は、14,424台（前年比+7.0%）と2か月連続で前年を上回った。車種別では、普通車（同+3.2%）、小型車（同+4.0%）、軽乗用車（同+14.4%）となった。

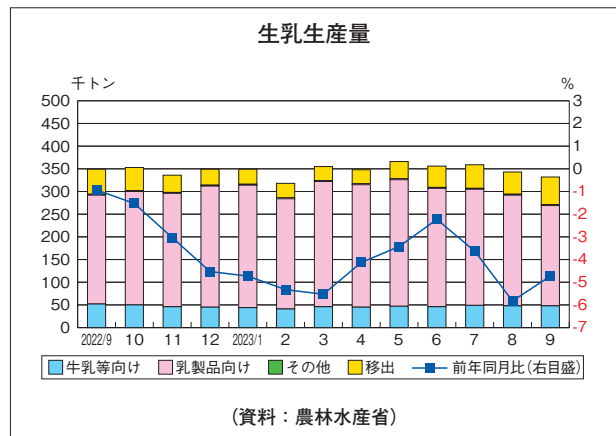
4～9月累計では、80,053台（前年比+13.2%）と前年を上回っている。内訳は普通車（同+23.5%）、小型車（同+3.3%）、軽乗用車（同+10.5%）となった。



5. 生乳生産量～13か月連続で減少

9月の生乳生産量は、332,359トン（前年比▲4.7%）と13か月連続で前年を下回った。内訳は、牛乳等向け（同▲6.6%）、乳製品向け（同▲7.6%）、その他（同+0.5%）、道外への移出（同+9.7%）となった。

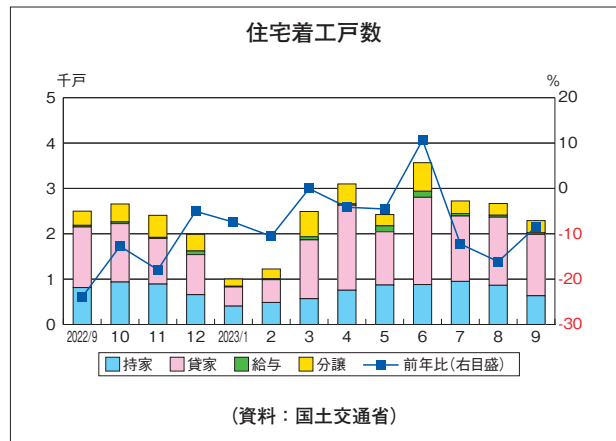
4～9月累計では、2,105,062トン（前年比▲4.0%）と前年を下回った。



6. 住宅投資～3か月連続で減少

9月の住宅着工戸数は2,290戸（前年比▲8.4%）と3か月連続で前年を下回った。利用関係別では、持家（同▲22.1%）、貸家（同+1.3%）、給与（同▲8.3%）、分譲（同▲13.7%）となった。

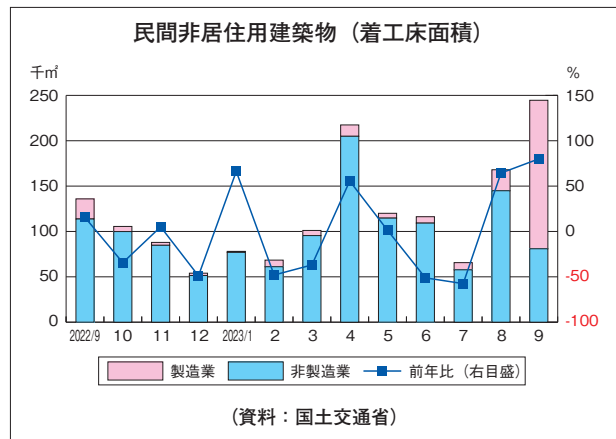
4～9月累計では、16,771戸（前年比▲5.7%）と前年を下回った。利用関係別では、持家（同▲10.8%）、貸家（同+4.7%）、給与（同+66.1%）、分譲（同▲31.8%）となった。



7. 建築物着工床面積～2か月連続で増加、半導体製造工場の新設着工

9月の民間非居住用建築物着工床面積は、244,609㎡（前年比+80.0%）と2か月連続で前年を上回った。業種別では、製造業（同+638.6%）、非製造業（同▲28.8%）であった。

4～9月累計では、931,998㎡（前年比+4.9%）と前年を上回った。業種別では、製造業（同+171.4%）、非製造業（同▲11.8%）となった。

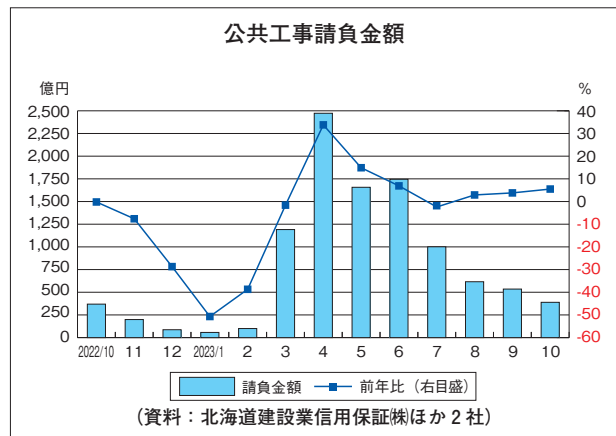


8. 公共投資～3か月連続で増加

10月の公共工事請負金額は389億円（前年比+5.5%）と3か月連続で前年を上回った。

発注者別では、国（前年比▲5.5%）、道（同▲3.2%）が前年を下回ったが、独立行政法人（同+4.0%）、市町村（同+16.8%）、その他（同+12.6%）が前年を上回った。

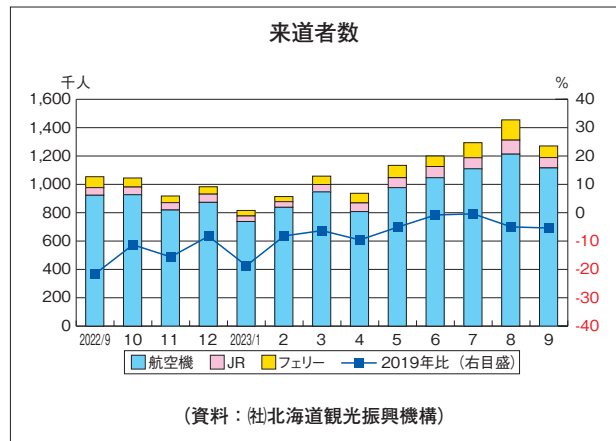
4～10月累計では、8,415億円（前年比+13.2%）と前年を上回った。



9. 来道者数～2019年同月比94.6%まで回復

9月の国内輸送機関利用による来道者数は、1,270千人（前年比+20.7%）と23か月連続で前年を上回った。コロナ禍前の2019年同月比では▲5.4%となった。輸送機関別では、航空機（前年比+20.9%）、JR（同+35.4%）、フェリー（同+6.8%）となった。

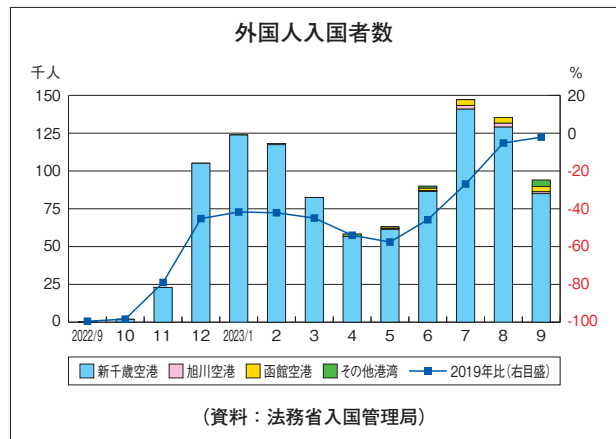
4～9月累計は、7,291千人（同+29.6%）と前年を上回っているが、2019年同期比では▲4.3%と下回っている。



10. 外国人入国者数～2019年同月比97.9%まで回復

9月の道内空港・港湾への外国人入国者数は、94,040人（前年比210倍）と15か月連続で前年を上回った。コロナ禍前の2019年同月比では▲2.1%となった。

4～9月累計は、588,045人（前年比144倍）と前年を上回っているが、2019年同期比では▲32.5%と下回っている。



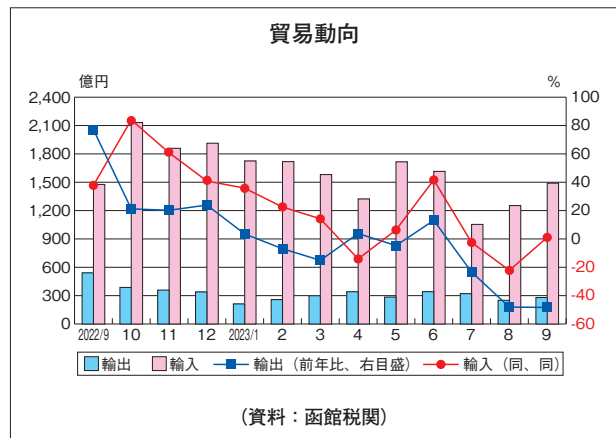
11. 貿易動向～輸出が3か月連続で減少

9月の貿易額は、輸出が280億円（前年比▲48.3%）、輸入が1,490億円（同+1.1%）となった。

輸出は、自動車の部分品、鉄鋼などが増加したが、再輸出品、魚介類・同調製品、鉄鋼くずなどが減少した。

輸入は、肥料、石炭などが減少したが、原油・粗油、再輸入品、米などが増加した。

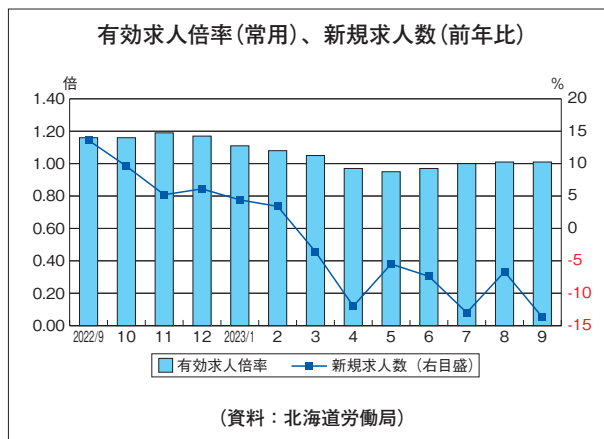
4～9月累計の輸出は、1,820億円（前年比▲23.4%）と前年を下回った。



12. 雇用情勢～有効求人倍率が6か月連続で前年を下回る

9月の有効求人倍率（パートを含む常用）は、1.01倍（前年比▲0.15ポイント）と前年を下回った。

新規求人数は、前年比▲13.7%と7か月連続で前年を下回った。業種別では、医療・福祉（同▲11.6%）、建設業（同▲17.1%）、製造業（同▲23.3%）などが前年を下回った。

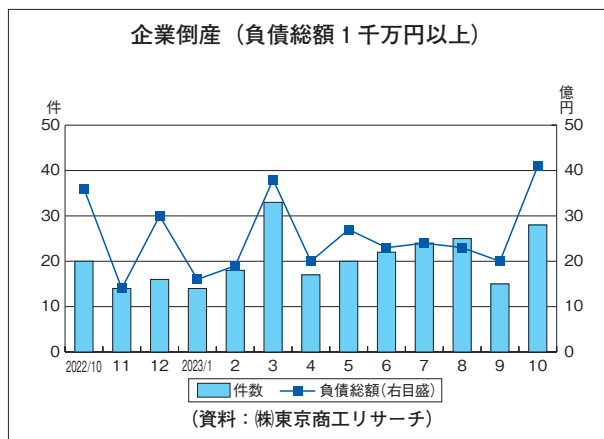


13. 倒産動向～倒産件数が2か月ぶりに前年を上回る

10月の企業倒産件数は、28件（前年比+40.0%）と2か月ぶりに前年を上回った。業種別では建設業が7件、サービス・他が6件などとなった。

新型コロナウイルス関連の倒産件数は16件であった。

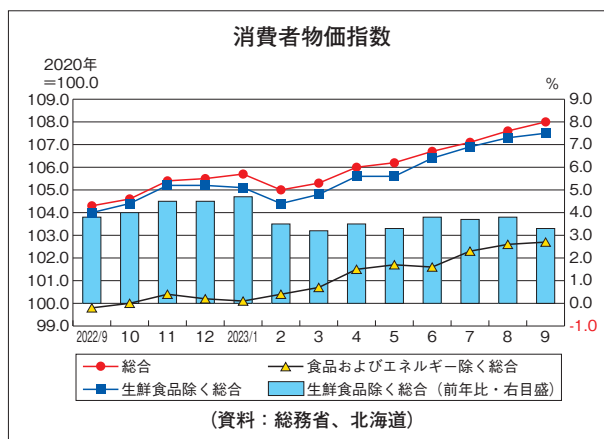
倒産企業の負債総額は、41億円（同+15.2%）と4か月連続で前年を上回った。



14. 消費者物価指数～27か月連続で前年を上回る

9月の消費者物価指数（生鮮食品を除く総合指数）は、107.5（前月比+0.2%）となった。前年比は+3.3%と27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（9月10日）時点で、灯油価格が124.8円/ℓ（前月比+6.4%、前年同月比+4.5%）、ガソリン価格が181.0円/ℓ（前月比+1.1%、前年同月比+9.7%）であった。





強まる人手不足感、採用意欲は過去最高に

道内企業の雇用の現状と今後の雇用方針等について

<要約>

1. 雇用の現状と人手不足の対応策

(1) 雇用の現状〈図表1、4〉

雇用人員判断DI（ $\Delta 70$ 、「過剰企業の割合」－「不足企業の割合」）は前年同期比5ポイント低下し、2000年の調査開始以来最低となった。全ての業種で人手不足（DIがマイナス）といえるが、その程度は業種による濃淡がみられた。特に運輸業（ $\Delta 95$ ）で人手不足感が強くなっている。

(2) 人手不足の対応策〈図表8、9〉

全産業における人手不足の対応策として最も多く挙げたのは、「中途採用の強化」(84%)であった。次いで「新卒採用の強化」(72%)、「募集賃金の引き上げ」(42%)となった。

2. 今後の雇用方針と来春（2024年4月）の新卒採用見通し

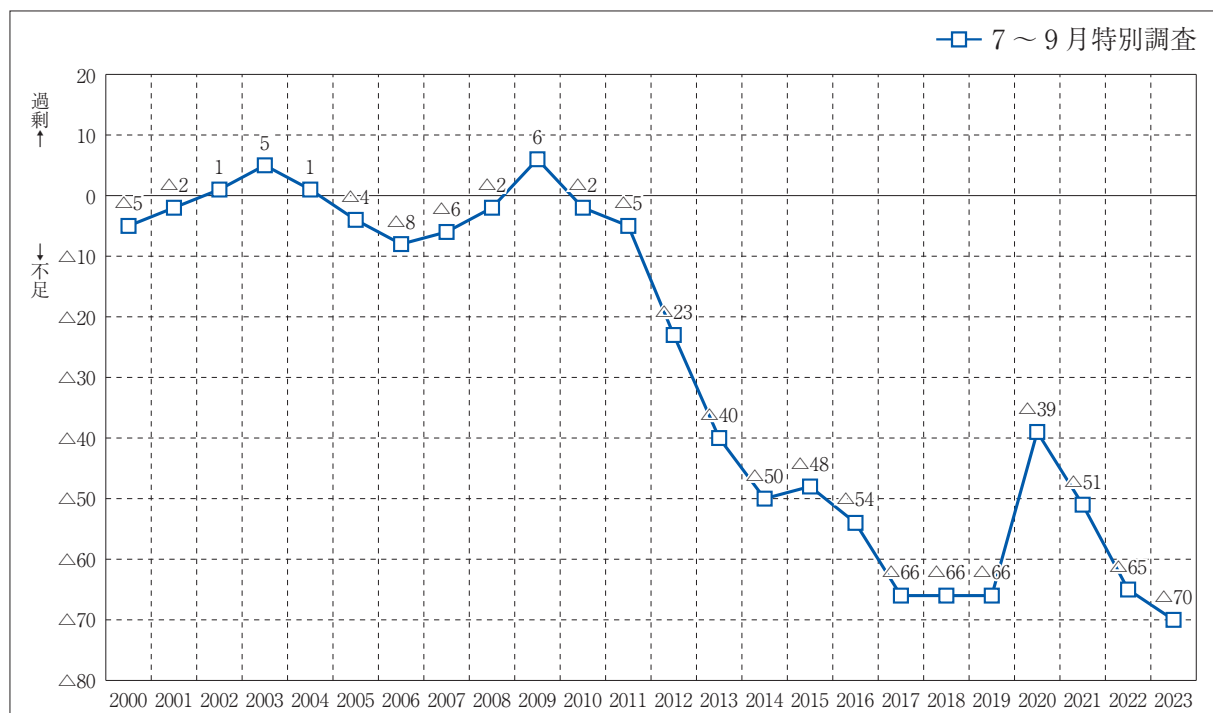
(1) 今後の雇用方針〈図表2、10〉

雇用方針DI（66、「増員する企業の割合」－「減員する企業の割合」）は前年同期比5ポイント上昇し、調査開始以来最高となった。製造業（62）は同9ポイント、非製造業（67）は同2ポイントの上昇となった。

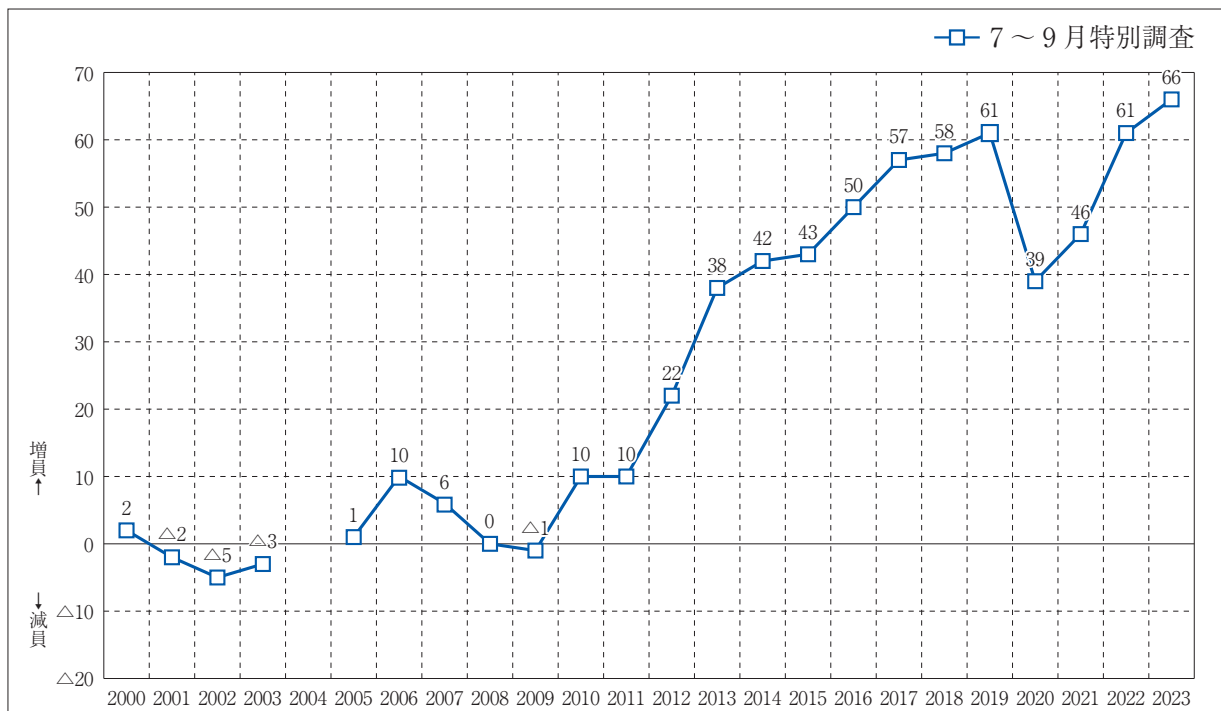
(2) 来春（2024年4月）の新卒採用見通し〈図表3〉

来春に新卒を「採用する」予定の企業は、全産業で46%であり、前年同期に比べ2ポイント低下した。人手不足感の高まりを背景に、新卒採用も高い水準を維持した。

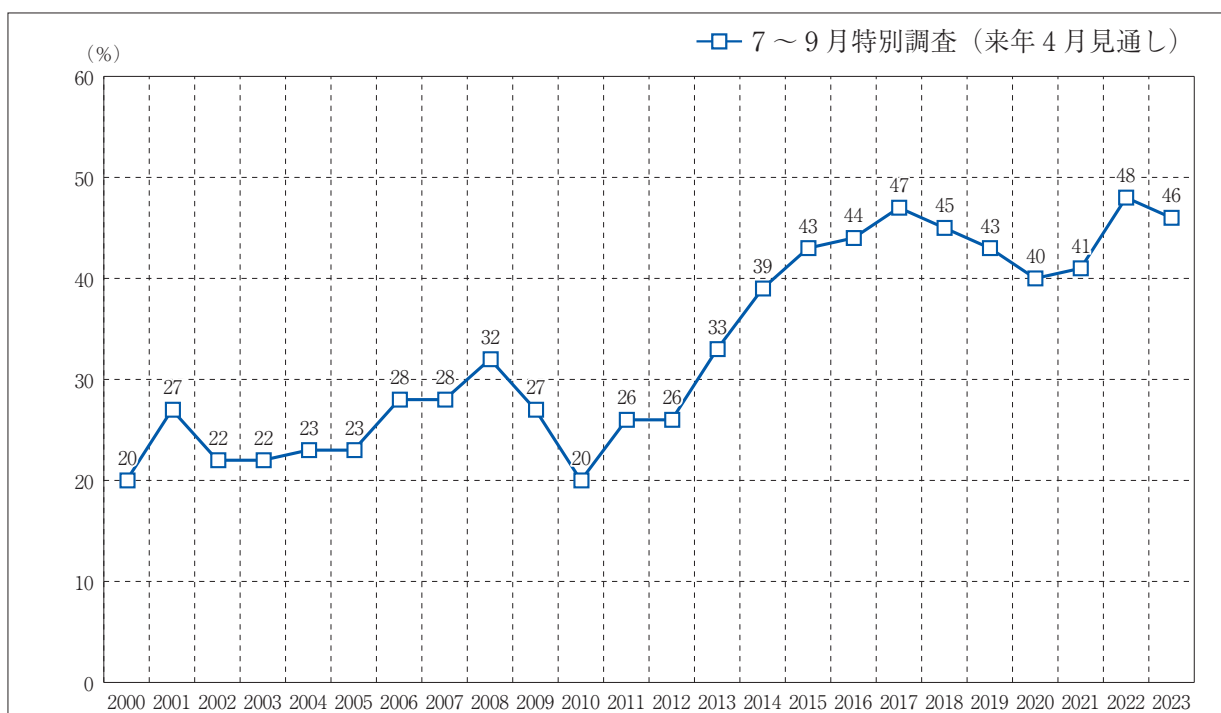
〈図表1〉従業員の過不足感（雇用人員判断DI）



〈図表 2〉 今後の雇用方針（雇用方針DI）



〈図表 3〉 来春の新卒採用実施予定の企業割合



1. 雇用の現状と人手不足の対応策

(項 目)	要 点
(1)業種別の過不足感〈図表4〉	卸売業(△56)やホテル・旅館業(△80)等で人手不足感が幾分和らいだが、食料品製造業(△83)や運輸業(△95)等でマイナス幅が拡大した。
(2)職種別の過不足感〈図表5〉	全職種で前年に比べ人手不足感が強くなった。特に技能職(△70)で不足感が強い。
(3)地域別の過不足感〈図表6〉	道東(△62)を除く全地域で前年からマイナス幅が拡大した。特に道南(△79)でマイナス幅が大きく、人手不足感が強くなった。
(4)主な採用経路〈図表7〉	全産業で最も活用されている採用経路は、「ハローワーク」(80%)となり、次いで「インターネットの求人情報サイト」(50%)、「民間職業紹介事業者」(47%)となった。
(5)人手不足の対応策〈図表8、9〉	多くの業種で「新卒採用の強化」と「中途採用の強化」が1位ないし2位となった。ホテル・旅館業のみ「募集賃金の引上げ」が1位となった。

〈図表4〉業種別の過不足感(雇用人員判断DI)

(n=384)

(単位: %)

(項 目)	全産業	製造業	食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	その他の製造業	非製造業	建設業	卸売業	小売業	運輸業	ホテル・旅館業	その他の非製造業
(A) 過 剩	3	7	3	0	5	24	2	1	2	2	0	0	2
(かなり過剩)	(0)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(0)	(-)	(-)	(-)	(-)	(-)	(2)
(やや過剩)	(3)	(7)	(3)	(-)	(5)	(24)	(1)	(1)	(2)	(2)	(-)	(-)	(-)
(B) 適正である	23	23	11	38	26	19	24	16	40	32	5	20	19
(C) 不 足	73	71	86	62	69	57	75	82	58	66	95	80	79
(やや不足)	(58)	(57)	(69)	(43)	(57)	(48)	(59)	(56)	(53)	(57)	(68)	(60)	(70)
(かなり不足)	(15)	(14)	(17)	(19)	(12)	(10)	(16)	(27)	(5)	(9)	(27)	(20)	(9)
雇用人員判断DI(A)-(C)	△70	△64	△83	△62	△64	△33	△73	△81	△56	△64	△95	△80	△77
前年同時期 雇用人員判断DI	△65	△51	△58	△58	△66	△10	△71	△71	△64	△65	△84	△83	△73

※四捨五入の関係により合計が100%とならない場合がある。

〈図表5〉職種別の過不足感(雇用人員判断DI)

(n=361)

(単位: %)

(項 目)	一般事務	営業販売職	技能職	その他
(A) 過 剩	6	3	3	2
(かなり過剩)	(-)	(-)	(0)	(0)
(やや過剩)	(6)	(3)	(3)	(2)
(B) 適正である	72	51	25	68
(C) 不 足	22	46	72	30
(やや不足)	(22)	(39)	(53)	(23)
(かなり不足)	(1)	(7)	(19)	(8)
雇用人員判断DI(A)-(C)	△17	△44	△70	△28
前年同時期 雇用人員判断DI	△13	△43	△65	△24

〈図表6〉地域別の過不足感

(雇用人員判断DI)

(n=384)

(単位: %)

札幌市	道 央	道 南	道 北	道 東
8	0	0	0	3
(-)	(-)	(-)	(-)	(2)
(8)	(-)	(-)	(-)	(2)
19	23	21	26	32
73	77	79	74	65
(58)	(66)	(64)	(55)	(49)
(16)	(11)	(14)	(18)	(16)
△66	△77	△79	△74	△62
△58	△73	△57	△70	△72

〈図表 7〉採用活動における主な経路（複数回答）

(n=381)

(単位：％)

(項 目)	全産業	製造業	食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	その他の製造業	非製造業	建設業	卸売業	小売業	運輸業	ホテル・旅館業	その他の非製造業
(1)ハローワーク	80	82	86	81	81	76	79	83	74	74	82	87	79
(2)民間職業紹介事業者	47	45	49	33	38	62	48	47	47	49	50	40	53
(3)インターネットの求人情報サイト	50	47	46	33	55	48	52	47	44	53	64	73	55
(4)縁故	28	25	14	43	17	43	30	36	25	12	41	27	38
(5)その他	8	6	6	10	7	—	8	10	7	2	9	13	11

※今回から調査開始。

〈図表 8〉今年度以降に実施する人手不足の対応策（複数回答）

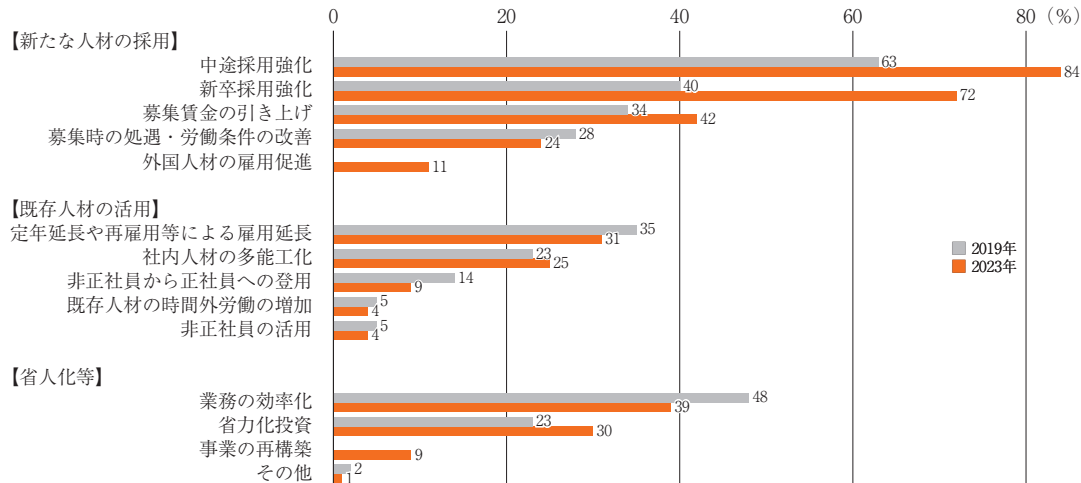
(n=370)

(単位：％)

(項 目)	全産業	製造業	食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	その他の製造業	非製造業	建設業	卸売業	小売業	運輸業	ホテル・旅館業	その他の非製造業
(1)中途採用の強化	① 84 (63)	① 80 (66)	② 74 (61)	① 84 (53)	① 78 (79)	① 90 (67)	① 85 (62)	① 86 (65)	① 85 (61)	① 83 (42)	① 95 (71)	② 60 (46)	① 89 (77)
(2)新卒採用の強化	② 72 (40)	② 73 (36)	① 79 (34)	② 74 (47)	② 76 (39)	② 57 (22)	② 72 (41)	② 73 (51)	② 70 (30)	① 83 (36)	② 57 (32)	② 60 (39)	② 72 (50)
(3)募集賃金の引き上げ	③ 42 (34)	③ 46 (37)	③ 50 (37)	③ 42 (47)	③ 46 (39)	③ 43 (22)	③ 41 (33)	③ 33 (29)	③ 39 (32)	③ 41 (47)	③ 38 (10)	① 73 (69)	③ 46 (32)
(4)業務の効率化	39 (48)	③ 48 (57)	③ 56 (55)	③ 58 (41)	39 (70)	③ 43 (50)	35 (45)	14 (39)	③ 39 (46)	③ 49 (47)	③ 48 (55)	27 (39)	37 (50)
(5)定年延長や再雇用等による雇用延長	31 (35)	35 (37)	29 (40)	32 (35)	41 (27)	33 (50)	29 (35)	③ 33 (43)	30 (27)	29 (38)	24 (39)	7 (23)	24 (25)
(6)省力化投資	30 (23)	33 (29)	41 (32)	26 (24)	32 (27)	29 (33)	29 (20)	24 (17)	28 (25)	34 (11)	33 (26)	33 (23)	22 (23)
(7)社内人材の多能工化	25 (23)	34 (21)	32 (11)	③ 58 (29)	27 (30)	29 (17)	21 (23)	21 (22)	19 (21)	27 (22)	10 (13)	47 (39)	24 (32)
(8)募集時の処遇・労働条件の改善（賃金除く）	24 (28)	23 (18)	21 (16)	21 (18)	27 (18)	24 (22)	25 (32)	27 (30)	28 (34)	22 (29)	19 (29)	27 (31)	22 (39)
(9)外国人の雇用促進 ※今回追加	11	14	15	11	17	10	9	12	4	12	—	47	2
(10)非正社員から正社員への登用	9 (14)	9 (13)	21 (16)	— (12)	2 (12)	10 (11)	9 (14)	3 (8)	7 (13)	20 (18)	— (16)	13 (31)	11 (16)
(11)事業の再構築 ※今回追加	9	15	21	21	7	14	6	1	9	5	19	—	7
(12)既存人材の時間外労働の増加	4 (5)	5 (7)	9 (8)	11 (18)	2 (3)	— (—)	3 (4)	3 (4)	2 (2)	5 (4)	10 (—)	7 (15)	2 (5)
(13)非正社員の活用	4 (5)	5 (6)	15 (3)	— (6)	2 (9)	— (6)	3 (4)	— (4)	4 (2)	5 (7)	— (3)	— (—)	4 (9)
(14)その他	1 (2)	— (2)	— (3)	— (6)	— (—)	— (—)	1 (2)	1 (2)	2 (4)	— (—)	— (—)	7 (—)	— (—)

※○内数字は業種内の順位、()内は2019年実績。

〈図表9〉今年度以降に実施する人手不足の対応策（全産業、分類別）



2. 今後の雇用方針と来春（2024年4月）の新卒採用見通し

（項 目）	要 点
(1)今後の雇用方針〈図表10〉	雇用方針DIは全産業（66）で前年同期比5ポイント上昇した。食料品製造業や建設業等で10ポイント超上昇した一方で運輸業等で低下がみられた。
(2)増員の雇用形態と理由 〈図表11、12〉	増員の雇用形態は「正社員」が大半を占めた。「パート・アルバイト」は30%で前年同期比6ポイントの低下。増員する最大の理由は「将来の人手不足への備え」であり、80%であった。
(3)来春の新卒採用見通し 〈図表3、13〉	新卒者を「採用する」予定の企業は全産業で46%であり、前年同期から2ポイント低下した。製造業（38%）が2ポイント上昇したのに対し、非製造業（52%）は3ポイント低下した。

〈図表10〉今後の雇用方針

(n=384)

(単位：%)

（項 目）	全産業	製造業	食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	その他の製造業	非製造業	建設業	卸売業	小売業	運輸業	ホテル・旅館業	その他の非製造業
(A)人員を増加する	66 (64)	63 (54)	69 (56)	48 (53)	67 (61)	62 (43)	68 (67)	84 (77)	54 (58)	48 (47)	68 (76)	80 (76)	72 (73)
(B)現状維持とする	33 (34)	35 (44)	31 (44)	52 (47)	33 (39)	29 (48)	32 (30)	16 (19)	46 (42)	52 (47)	32 (24)	13 (18)	28 (27)
(C)人員を削減する	1 (2)	2 (2)	— (—)	— (—)	— (—)	10 (10)	0 (3)	— (4)	— (—)	— (7)	— (—)	7 (6)	— (—)
雇用方針DI(A)－(C)	66	62	69	48	67	52	67	84	54	48	68	73	72
前年同期 雇用方針DI	61	53	56	53	61	33	65	73	58	40	76	71	73

※（ ）内は前年実績。

〈図表11〉増員の雇用形態（複数回答）

(n=229)

(単位：%)

（項 目）	全産業	製造業	食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	その他の製造業	非製造業	建設業	卸売業	小売業	運輸業	ホテル・旅館業	その他の非製造業
(A)正社員	97 (97)	94 (88)	83 (70)	100 (100)	100 (100)	100 (88)	98 (99)	100 (100)	97 (100)	90 (100)	100 (95)	100 (100)	100 (100)
(B)パート・アルバイト	30 (36)	45 (53)	83 (75)	33 (63)	26 (27)	15 (63)	24 (31)	8 (13)	24 (23)	50 (50)	17 (37)	58 (92)	25 (34)
(C)派遣社員	5 (6)	6 (10)	8 (15)	— (—)	4 (9)	8 (13)	4 (4)	3 (—)	3 (—)	— (6)	8 (11)	8 (23)	7 (6)

※（ ）内は前年実績。

〈図表12〉増員の理由（複数回答）

(n=253)

(単位：％)

（項 目）	全産業	製造業	食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	その他の製造業	非製造業	建設業	卸売業	小売業	運輸業	ホテル・旅館業	その他の非製造業
(1) 将来の人手不足への備え	80 (76)	81 (69)	75 (55)	80 (70)	82 (82)	92 (67)	80 (78)	89 (88)	83 (73)	71 (75)	67 (68)	33 (46)	85 (85)
(2) 既存事業の拡大・強化	39 (47)	37 (43)	33 (25)	60 (70)	43 (59)	15 (11)	40 (49)	38 (41)	53 (58)	33 (35)	40 (63)	8 (54)	47 (53)
(3) 売上増加傾向	34 (25)	27 (30)	29 (35)	50 (40)	21 (23)	15 (22)	37 (24)	26 (22)	33 (21)	52 (15)	47 (37)	67 (54)	35 (18)
(4) 新規事業参入	8 (8)	9 (13)	4 (10)	10 (10)	11 (14)	15 (22)	8 (7)	2 (2)	10 (3)	24 (25)	7 (11)	17 (8)	6 (6)
(5) その他	6 (9)	4 (13)	13 (15)	— (10)	— (5)	— (33)	7 (8)	2 (6)	10 (3)	5 (—)	7 (—)	42 (31)	6 (15)

※（ ）内は前年実績。

〈図表13〉来春（2024年4月）の新卒採用見通し

(n=380)

(単位：％)

（項 目）	全産業	製造業	食料品	木材・木製品	鉄鋼・金属製品・機械	その他の製造業	非製造業	建設業	卸売業	小売業	運輸業	ホテル・旅館業	その他の非製造業
(A) 採用する	46	40	47	29	43	33	48	64	30	44	32	60	53
（前年より多く採用）	(20)	(19)	(22)	(5)	(26)	(14)	(20)	(23)	(16)	(26)	(14)	(33)	(13)
（前年とほぼ同数）	(24)	(19)	(22)	(19)	(17)	(19)	(26)	(40)	(9)	(19)	(18)	(20)	(38)
（前年より少なく採用）	(2)	(2)	(3)	(5)	(—)	(—)	(2)	(1)	(5)	(—)	(—)	(7)	(2)
(B) 採用しない	28	30	28	29	29	38	27	12	46	33	32	7	29
(C) 未定	26	30	25	43	29	29	25	24	25	23	36	33	18
前年同時期「採用する」	48	38	31	37	53	29	52	62	40	49	32	67	56

調 査 要 項

■ 調査の目的と対象：アンケート方式による道内企業の経営動向把握

■ 調査方法：調査票を配付し、郵送または電子メールにより回収

■ 調査内容：雇用の現状と今後の雇用方針等について

■ 回答期間：2023年8月中旬～9月中旬

■ 本文中の略称

(A) 雇用人員判断DI

「過剰企業の割合」－「不足企業の割合」

(B) 雇用方針DI

「増員する企業の割合」－「減員する企業の割合」

(C) 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	387	100.0%	
札幌市	134	34.6	道央は札幌市を除く石狩、後志、
道 央	83	21.4	胆振、日高の各地域、空知地域南部
道 南	42	10.9	渡島・檜山の各地域
道 北	65	16.8	上川・留萌・宗谷の各地域、空知地域北部
道 東	63	16.3	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	692	387	55.9%
製 造 業	197	121	61.4
食 料 品	68	36	52.9
木 材 ・ 木 製 品	31	21	67.7
鉄鋼・金属製品・機械	60	42	70.0
その他の製造業	38	22	57.9
非 製 造 業	495	266	53.7
建 設 業	139	80	57.6
卸 売 業	98	57	58.2
小 売 業	94	44	46.8
運 輸 業	50	23	46.0
ホ テ ル ・ 旅 館 業	33	15	45.5
その他の非製造業	81	47	58.0



人手不足が深刻化するなか、難度を増す働き手の確保 〈企業の生の声〉

今回の調査では、道内経済の持ち直しが鮮明になるなかで企業の繁忙感が増す半面、深刻化する人手不足と採用意欲の高まりが浮き彫りとなりました。その一方で、既存社員のベースアップや各種コストの高まりから増員に踏み切れないとする声や、採用活動を尽くしても求める人材が確保できないなど、経営のかじ取りの難しさを挙げる声が多く聞かれました。以下に企業から寄せられた生の声を紹介します。

1. 食料品製造業

＜食料品製造業＞ 当社は定期採用をしていないため、そもそも問合せが少なく人気が低いと感じる。また、採用条件面では福利厚生が良いと自負しているが、初任給が高くなければ、ほぼ評価されないという印象を受けている。当社もそのスタイルにしないといけないのか、大いに悩むところである。(札幌 [製粉])

＜食料品製造業＞ 人手不足による需給バランスの変化が原因で起こる賃金上昇は歓迎するが、政府による最低賃金引上げが要因の一方的な賃金上昇は厳しい。雇用者の中には、生産性が低く時給単価に見合わない人がいるため、時給単価を超えて稼げる雇用者の労働に対する分配が適正にできず、そのうち退職してしまうということもある。(道央)

2. 木材・木製品製造業

＜家具製造業＞ 人手不足を解消すべく採用活動をしているが、採用活動する人材が不足しているため、他社（大手など）に遅れをとっている。(道北)

＜製材業＞ 都市部への人口集中により郡部は大変な状況である。高校、大学が都市部に

集中していることや、医療・教育・住環境がどうしても都市部より劣ってしまうので、地方企業の採用活動は厳しい。(道東)

3. 鉄鋼・金属製品・機械製造業

＜機械器具製造業＞ 毎年4名程度の新卒者を採用しているが、ここ数年、入社後5年未満の退職者が増加傾向にある。前年度まではコロナ禍で工場の稼働率が低下していたため、人手不足が表面化しなかったが、今年度は受注が増えて工場が活発化したため、取り急ぎアルバイトを採用し急場を凌いだ。(札幌)

＜金属製品製造業＞ 前年度と今年度に募集賃金を引き上げた。今年度は2名の応募者のうち1名採用し、技能実習生も2名採用したが、技術を持ったリーダー人材はいまだに採用できていない。(道央)

＜鉄鋼製造業＞ 従業員の平均年齢が上がるにつれ、10年後、20年後の人材不足が明確になってきている。今から多くの人材を確保し育てなければ、徐々に会社は衰退していくだろうことは明らかで、採用、定着、育成のプロセスを早期に確立させなければならない。(道東)

4. その他の製造業

<印刷業> 業種柄需要の増加が見込めないため、欠員が出た場合に補充することを雇用方針としている。そのため、なかなか新卒採用には至らない。(札幌)

<コンクリート製品製造業> 特に製造部門の人手不足は今後も継続的な問題・課題となる。そのため、雇用の維持・確保の方策のほか、DX化の推進等、業務省力化のための施策も併せて推進していく必要があると考えている。事務所・設備の老朽化のほか、カーボンニュートラル・ゼロカーボンへの対応等、社会問題に適應するための設備投資も必要である。(札幌)

<コンクリート製品製造業> 人手不足と共に従業員の高齢化が目立っている。若い人材で労働力を充足させるのが理想だが、60代後半の人材を頼りにしているのが現状である。雇い主としては高齢の社員に負担がかかっていることに申し訳なく思っている。(道北)

5. 建設業

<土木建設業> 技術者の不足・流出を防ぐため、5年前に定年を65歳、再雇用を70歳までと改定し、新卒採用を推進している。当社は30代後半から40代の技術者が皆無であるため、若手職員の早期育成に注力している。あわせて中途採用も取り組んでいるものの、非常に苦勞している。(札幌)

<建設業> 商品競争力や利益状況にかかわらず、賃金ばかり注目されるので、対応に苦慮している。(道南)

<建設業> 当社は公共工事の受注を主体とする会社であり、資格を持った技術職員の数が経営を大きく左右する。現在、技術職員の高齢化が進み、技術職員の確保は喫緊の課題となっている。技術職の中途採用は難しいため、ここ数年は毎年新卒者を採用しているものの、資格を取るまでに3年以上はかかってしまう。そのため新規採用者をいかにして会社に着させるかが課題となっている。(道南)

<建設業> 採用と退職者数が同数に近いため、実質の人員数に大きな変動はないが、労働時間が規制されることで人手不足が生じている。(札幌)

<住宅建築業> 必要十分な人員を今後も継続して確保することは難しいものと捉えているため、生産性向上投資、事業多角化投資が必要と考えている。(道央)

6. 卸売業

<酒類卸売業> 当社は新卒採用を行っておらず、中途採用を中心に即戦力を求めている。これは、社内に教育できる人材が少ないためであり、当社の課題である。(札幌)

<食料品卸売業> 大卒新入社員の応募が減少しており、若年層社員の採用に苦慮している。総じて感じることは、現場職の忌避傾向、大企業と中小企業間の格差拡大である。雇用環境に反映できるような強力な中小企業支援策が必要ではないかと感じている。中小企業1社の努力で状況の好転は厳しい。(道北)

＜食肉卸売業＞ 新卒者の就職先を高校の先生に確認したところ、帯広市や札幌市等の主要都市が多く、地方（地元）を選択する人が少ないようだ。（道東）

7. 小売業

＜レジャー用品販売店＞ 頭数はいるが、業務改善意識が低く、従前業務の繰り返しが多いため、常時人員に不足感がある。一部署での仕事が長くなり、新たな業務や改善に取り組む姿勢が希薄であると感じる。自ら進んで業務改善を行うような風土になっておらず、意識改革が最重要課題となっている。（札幌）

＜リサイクルショップ＞ 当社業界は人員が集まりにくいと考えているため、労働環境を整え、従業員がやりがいを見つけられるように、という方針で会社を運営している。（道北）

8. 運輸業

＜タクシー業＞ 中長期的には、賃金や処遇の改善が必須となる一方、今後直間比率の見直し（固定費と間接費の削減）がテーマとなる。最終的にはこれを機会と捉えて、粗利率の改善と筋肉質の企業体質への再編成を企図している。（道央）

9. ホテル・旅館業

＜観光ホテル＞ 外国人財の登用を進めているが、入管でビザがなかなかおらず、入国の目途がつきづらくなっている。（道央）

＜旅館＞ 以前より募集賃金を上げて採用活動をしているが、当社が希望するような人材

の応募が少なく苦勞している。（道央）

＜観光ホテル＞ 都市部と比較し立地条件が劣るため、人材確保に支障をきたしている。対策として外国人の雇用を積極的に進めているが、ビザの問題がある。具体的には、在留資格のうち「技術・人文知識・国際業務」は従事する職種が限定的であるし、「技能実習生」は従業員の規模に応じて就労人数に上限がある。（道北）

10. その他の非製造業

＜環境コンサル＞ 社員が高齢化し平均年齢が40代半ばとなったことに危機感を覚えた。将来の会社存続のためには、今すぐにも若い人材を採用し育成する必要があると考え、新卒採用を4年ぶりに再開した。5年後、10年後を見据えた社員構成を模索しており、どのように世代交代を進めるかが課題となっている。余剰人員は配置できないことから、2名程度の通年採用を目指し、世代交代をスムーズに行いたい。（札幌）

＜自動車整備業＞ 自動車整備士のなり手が少ないうえ業界全体的に人手不足であり、求人倍率がかなり上昇している。即戦力の採用は困難なので、未経験者でも採用して資格取得させるなど、自社にて育成していく方針である。（札幌）

＜不動産賃貸業＞ 若手の技能者を育てる環境づくり、技能社員の高齢化、全社員の仕事に対するモチベーションの低さが問題点である。（道央）

トップに聞く②④ 医療法人 春林会 華岡青洲記念病院



理事長 華岡 慶一 氏

成人循環器疾患に対する内科的治療を先進的にすすめてきた華岡青洲記念病院は、2019年9月末から心臓血管外科手術を開始しました。冠動脈疾患、弁膜症、大動脈瘤手術などに加え末梢動脈疾患や静脈瘤の血管内治療、硬化療法など多岐にわたる手術を行っています。今回は、「華岡青洲」の名と精神を引き継ぎ、精進を続ける華岡理事長に、医療にかける熱い思いを伺いました。

理事長 華岡 慶一 氏



昭和33年生まれ。北海道札幌南高等学校卒、昭和59年北海道大学医学部医学科卒。
医学博士、日本内科学会認定内科医、日本循環器学会認定循環器専門医、日本心血管インターベンション治療学会専門医。

江戸時代の医師・華岡青洲について

—華岡青洲記念病院は「世界初の全身麻酔手術を成功させた」華岡青洲先生の名前を冠しています—

理事長：先祖である華岡青洲は江戸時代の医者でした。当時はまだ全身麻酔の技術がなく、無痛手術をすることができませんでした。1804年、青洲自らが発明した麻酔薬を用いて、歴史上証明できる世界初の全身麻酔手術を成功させました。日本以外で全身麻酔手術が行われたのは、その42年後の1846年でアメリカ合衆国ボストンの歯科医による拔牙手術です。その42年の間に華岡青洲の一門はすでに日本全国で数百件の全身麻酔下手術を実施しています。

—有吉佐和子さんの小説『華岡青洲の妻』が有名です—

理事長：読ませるお話になっていますが、多少はフィクションの要素があることは考慮しなければなりません。ただ、あそこで描かれているように、当時の医者は必ずしも科学的な知見を持って治療していたわけではなさそうです。結果として、こうすれば病は治るという経験にもとづいて患者の手当てをしていたということです。そのような時代に華岡青洲は全身麻酔薬を開発するにあたって、自分自身で調合を変えながら、20年以上にわたって動物実験を繰り返しました。当時は治療（実験）という概念がなかったわけです。言ってみれば華岡青洲は日本における最初の「実験医

会社概要

企業名：医療法人 春林会

華岡青洲記念病院

住 所：札幌市豊平区美園3条5丁目3番1号

TEL：011-350-5858

URL：<https://hanaokaseishu.com>

開 院：2016年8月 現在地に移転し開設

事業内容：循環器内科、心臓内科、心臓血管外科、麻酔科、放射線診断科、札幌市二次救急医療体制機関（循環器・呼吸器系）、札幌市ACSネットワーク医療体制機関、北海道緊急臨時的医師派遣事業 協力医療機関（派遣元）

従業員数：182名（うち常勤医師16名）
（2023年10月現在）

学者」だったということです。こうした科学的な姿勢は先祖ながらすばらしいと感じています。

—「^{ないがごういつ}内外合一」、^{かつぶつきゅうり}「活物窮理」を真理探求の銘としたと、病院のホームページで知りました。「内外合一」については「病気を治そうとするならば、内科・外科の双方に精通することが必要である」と書かれています。素人にも理解できますが、「活物窮理」の方は難解です—

理事長：「内外合一」については、「先ず一生懸命考え抜き、医術を明らかにし、そうして知力を尽くして技術を磨き、身体・生命に即して原理を追求する」ことが重要だと当家所蔵の青洲本人の自筆文書で門人たちに解説しています。

「活物窮理」は難しいですね。これは当時幼少から寺子屋で習う儒学の、四書五経に出てくる^{かくぶつきゅうり}「格物窮理」をもじったものです。活物とはすなわち人間であり、医者には目の前にたくさんの患者がいて、それぞれ違った症状があり、それを治すことが大事で「身体・生命に即してその原理を追求する」ことだと考えています。

—**華岡青洲の名を冠するのはこうした精神を受け継ぐ決意の表れでもあるかと思われます。これまで正しいとされてきた考え方や慣習、常識にとらわれないということですね—**

理事長：その通りです。得意分野の技術を極めることはもちろん重要ですが、「内科専門」「外科専門」と領域にこだわるのではなく、「広く良く知り、考え抜くことで患者を救おうという気概を持つこと」が大切だと考えています。科学・技術は常に進化しています。合理的な精神で考えることが重要です。このことは、現代においても、未来においても医療人が求められている本質だと思います。それが、江戸時代において追求されたことは、すばらしいことだと考えます。私もまた、そういう思いでこの病院を開設したのです。

☆ 華岡青洲記念病院



信頼される病院であり続けます

—**大学病院があり、総合病院があり、個人病院があります。「良いお医者さん」にかかりたいと思ってもそこにどんな医師がいるのかがわかりません。どんな医療機器があるのか、それは最新のものののかを知りたくなります—**

理事長：そうですね。おそらくどなたも、少しくらい遠くても良い病院にかかりたいと思うでしょうね。では「良い病院」とはどんな病院なのでしょう。科学的に証明することは難しそうです。評判に惑わされることなく、常に精進し、実績を積み、みなさんからの評価が口コミで伝わっていくことが重要だと考えています。もちろん、私たちの考え方や実績をしっかりとお伝えする努力も怠ってはなりません。

—**華岡青洲記念病院のホームページはとても充実していて驚きました—**

理事長：病院を選ぶみなさんのお気持ちを考えると、どんな病院なのかをしっかりとお伝えすることが重要だと考えています。医療技術を磨き続けることはもちろん大切ですが、そうしたことをわかっただき、安心して選んでいただきたいという思いがあります。

—最新の医療機器を取り揃えていますね—

理事長：医療機器は日々進化しています。最新の医療機器を備えることで、優秀な医者が集まります。そうした環境を整えることで、優秀な医者は安心して自分の技術や能力を存分に発揮することができます。

—大勢いる医師の情報も充実しています—

理事長：ホームページでは医師の資格や略歴をオープンにしています。顔写真も載せています。さらには論文や著書についてもアクセスできるようにしています。御覧になる方に全てを理解していただきたいということではなく、全てを明らかにしてお見せしたいということなのです。

—安心して、任せてくださいということですね—

理事長：そういうことです。なによりも重要なことは「信頼される病院」であり続けることです。

—立派な建物であることや清潔で明るい雰囲気は、結果として大きな安心を与えてくれます—

理事長：ありがとうございます。

そのうえで重要なことは、地域の医療ニーズに柔軟に取り組んでいくことです。地域のみなさんのご期待、ご要望をしっかりと受け止めてまいりたいということです。

☆ 最新医療機器



最高の医療技術・体制を追求し続けます

—高度な医療が受けられる環境が身近にあることは大変うれしいことですが、必ずしも万人がその利便性を受けられるわけではありません。現在でも、高度医療を望む方は札幌まで来ていると思われます—

理事長：当病院が常に進化を目指し精進していくことが最も重要です。地域のみなさんの近くで安心して任せられる病院になるということです。そのうえで、札幌市内はもとより広く道内のみなさんの期待に応える医療施設・機関でありたいと考えています。

ただ、その一方、多くのみなさんのおかげで当院を開院できたという思いがあります。つまり、感謝の気持ちを忘れず、北海道の医療環境の向上に寄与する責任があるということです。

—それは、地方の病院との連携といったことでしょ—

理事長：医師の育成・派遣ということではそうなります。患者さんを紹介されることも多々あります。しかし、重視しているのは技術の向上です。東京を含めた全国のいくつかの病院と連携することで、技術力のある医師を招いていきます。

—華岡青洲記念病院が常に最先端を目指し、道内の医療環境が必然的に向上していくというお考えを持っていると理解しました。それこそが華岡青洲という名前を引き継ぐ決意と理解します。むしろ、重責ですね—

理事長：そのように理解していただけるとうれしいです。医療の世界は常に進化しています。立ち止まらないことが私共の使命です。

一きちんとした施設を用意し、最新の医療機器を準備し、最高の技術を持った医師がここで腕を振りたいと思う環境を整えることが重要であるということです—

理事長：まさしくそうです。当たり前のことを取って言いますが、儲けるためにこの病院を開設した訳ではありません。ここで働く医師たちは、物質的に豊かに暮らしたいと思って働いているわけではありません。

200年以上も前に、華岡青洲は「ただひたすらに思うのは、医術によって病人を死から救うことだけである。裕福に暮らそうとか、資産家になろうなどは、私は少しも望まない」と言いました。この病院に集まっている医師たちはこの言葉の下に集まっているのです。

病後もよりよい人生を歩んでいただきたい

一個人的な見解ですが、理想論を述べる医者よりも、ちゃんと治してくれる医者に診てもらいたいという思いがあります—

理事長：わかります。でも、理想は大切です。ただ、そこで止まってはいけません。理想を掲げるだけなら誰にでもできます。理想を掲げ、それを実現させるための努力をしなければなりません。

医療の進化は結果として社会を変えるでしょうが、社会を変えることが医者使命ではないのだと思います。目の前の患者さんひとりひとりに向き合うことが医者使命です。

一高い医療技術が評価され、患者に支持され、結果として評判を高め、理想は持ちながらもしっかりと稼ぎ、それによって施設・設備や人員を充実させ、結果として医療技術・体制を整備していくということでしょうか—

理事長：そうですね。優秀な医者であればこそ完

璧な環境を求めます。妥協しません。だからこそ優秀と評価されるのだと思います。細部においても手を抜かないということです。

一理事長のお言葉に、「病後も生活の質を落とす事なく、よりよい人生を歩んでいただきたい」とあります—

理事長：病気を治すということは、ただ「病気ではなくなる」ことではなく、「気持ちのうえでも元気に暮らせるようになる」ということだと考えています。そして、ただ病気が治ればいいということではなく、手術や治療の苦しみを減らすことが重要です。

一華岡青洲記念病院は心臓カテーテル治療で有名です—

理事長：私自身も日本のカテーテル治療の先駆者である先生方に師事し、自らの技術レベルの向上に励んでまいりました。身体にあけた数ミリの入り口を通してカテーテルが血管をつたい、奥深い心臓に到達し病変を治療するという技術の黎明期からその発展とともに学び修行してきました。

☆ カテーテル手技



予防医療を重視しています

—心臓の病気は突然発症し、しかも短時間で手を施せない状態になると理解しています—

理事長：一般には脳に酸素が行かなくなり、3分から障害が始まり5分程度で脳が機能停止することが知られています。発症してしまえば、手の施しようがないケースがあるので、自分がどれほどのリスクを心臓に持っているのかをあらかじめ自覚しておくことがなによりも重要だと考えています。冠動脈の検査をすれば、その方のリスクの大きさをお知らせすることが可能なので、どなたでも、まずは検査されることをお勧めします。ご家族の病歴をお聞きし、高脂血症（2007年、脂質異常症に病名が変更されました）の数値を調べます。リスクがある方は、少なくとも60歳を過ぎたらぜひ検査を受けてください。

—検査を受けることの大切さはわかっているつもりですが、結果を知るのが恐ろしいということもあり、なにか予兆のようなものがなければ難しい気がします—

理事長：たとえば、高血圧と糖尿病と診断されて、毎日、薬を飲んでいる方がいるとします。主治医からは、タバコやお酒について注意を受け、食事制限を説明され、運動するように指導されるはずです。ただ多くの場合、生活態度は改まりません。しかし、検査を受けることで心臓にリスクを持っていることを自覚すれば、改めるようになります。「心臓がそうなったらおしまいだ」ということを誰もが理解するからです。病気を治すよりも、病気にならないようにすることが重要なのです。

—思いつきですが、アジアのみなさんが、北海道を単なる観光旅行先と考えるのではなく、健康ツーリズムとも言いますが、のんびりと静養しながら最新の医療機器と医療技術で検査を行う場所になる可能性がありそうですね—

理事長：正直にいうと、将来の話ですが、いずれはそういう医療機関になりたいと考えています。

—北海道には豊かな自然と新鮮な食材があるというだけではなく、北海道で「安心できる未来」を手に入れるということですね。「アジアに北海道があることは幸運である」という、新たな魅力が生まれそうですね—

理事長：同感です。医療は治療だけに精力を注ぐのではなく、そうならないための検査、予防医療が重要です。先ほども言いましたが、手術をしました、治りましたということではなく、その後の患者の不安にも寄り添うことが重要です。

医療とは病気になった方だけのための技術ではありません。医療の進歩は人類が安心して「豊かな暮らし」を送るための重要な条件だと思うのです。北海道の医療従事者はこうした認識を持つべきだと思います。「北海道にある病院」だからこそ果たせる役割があるのだと思います。

医療を志す方へ

—どの時代にも医者になりたいと考える若者がいます。一方、医療従事者は24時間ひとときも気を抜けないという過酷な環境や、責任の重さが知られています。楽して稼ぎたいなら別にいくつもの選択肢があります—

理事長：その通りです。そうした環境の中で医療従事者、関係者を目指すとしたなら、まずはその方に、最初に「ありがとう」と伝えたいですね。「ようこそ、この厳しい世界へ」と笑顔で迎えてあげたい。厳しいけれど、やりがいがあります。

自分の人生をかけてでも、思う存分に自分の能力を鍛え、発揮できる場所だということです。

—誰でもできるような世界ではない、ということでしょうか？—

理事長：まずひとつ、この世界は医者ひとりがかんばればどうにかなる場所ではないということです。たとえば手術はひとりではできません。患者さんを安心させるのは医者の技術だけではありません。看護師をはじめとするスタッフのチームワーク、ひとりひとりの精進が必要なのです。

—カリスマ性やリーダーシップが必要だということでしょうか？—

理事長：重要なことは、「地域貢献」をするという思いだと考えています。そう願うことで仲間の信頼が生まれます。

自分が医者になって、歳を重ねてますます思いを強くしていることは、多くの人のおかげで今日があるという実感です。与えられたチャンスを活かしてきたという自負はあります。しかし、考えてみれば、チャンスは常に外から与えられてきたのです。環境を作ってもらってきたのです。自分は医者となりましたが、いまはその恩返しをしているという思いがあるのです。

—誰に対する恩返しでしょうか—

理事長：地域への恩返しだと思います。時代への恩返しかもしれません。全道の医療環境を俯瞰しながら、この道でのトップを目指すことが自分の使命だと自覚することが重要です。札幌で、ここ豊平区で理想とする病院を開設し、進化を続けます。

—どんな方にこの世界に来てもらいたいと考えますか？—

理事長：「自分がやらなければならない」という

重責に耐えられることが必要だと思います。自分の使命を自覚し、逃げないということです。私は当院の開設により、地域の患者さんに常に最適な医療を提供するとともに、次の世代を担う医師に技術と志をつないでいくことに努力しています。

医療は進化し続けます。そして、みなさんの医療への期待はなくならないでしょう。多くの仲間が増えていくことを期待します。

—最後に、この冊子を読んでおられるみなさんに一言いただけますか—

理事長：繰り返しになりますが、当院が特に技術を極めている「心臓」は止まってから治療するのではなく、止まらないように予防しなければなりません。そのためには、みなさんご自身が自分の身体のことを自覚しなければなりません。まずは一度検査をして、どの程度のリスクを持った身体なのかを知ることが重要です。

当院がその分野においてトップのレベルにあることに自信と責任を持っています。病気はただいたずらに恐れて不安に怯えるべきものではありません。最新の医療技術を知り、安心していただきたいと思っています。

—本日はどうもありがとうございました—

(木本 晃)

ATWS2023を振り返って

北海道経済部観光局アドベンチャートラベル担当局長
(ATWS北海道実行委員会事務局長) 後藤 知佳子



＜写真1＞最終日のクロージング、主催団体と北海道実行委員会関係者での記念写真

1. はじめに

アドベンチャートラベル（AT）は、現在欧米を中心にマーケットが広がる旅行スタイルです。アクティビティを通じて自然や地域の文化を楽しみ、その中から新しい自分を発見するような旅とされ、そのマーケットは約70兆円にものぼるといわれています。経済的な特徴としては、旅行者が長期滞在の傾向にあり、マスツーリズムと比較して地域での消費額が多いことが挙げられています。例えば、10,000米ドルを地域経済にもたらすには、クルーズ船旅行者だと100人の訪問が必要なところ、AT旅行者は4名といわれています（日本アドベンチャーツーリズム協議会による）。また、今年発表されたATTA¹の調査によると、AT旅行者1回あたりの旅行泊数は8日が中央値、消費額（航空券代金を除く）の中央値は約3,000米ドルで、そのうち76%が地元での消費に充てられるという結果でした。これらにはガイド、宿泊施設、地元の飲食店などが含まれています。

さらに、地域づくりという視点で見ると、AT旅行者は地域の歴史や文化に興味を持って訪れるため、昨今問題となる「観光公害」を発生させることを好まず、責任ある旅行者として地域にマイナスのインパクトを与えない配慮を持って行動します。例えば、移動についてはなるべく公共交通機関を利用し、自然の保護にも熱心に取り組むことなどを通じて、地域の持続可能性を重視する姿勢を示します。

¹ ATTA アドベンチャートラベル・トレード・アソシエーション。米国に拠点を置く、アドベンチャートラベルの国際的な業界団体。

このような特徴からATが世界的に注目を集めるなか、2023年9月、北海道においてATWS（アドベンチャートラベル・ワールドサミット）2023がアジアで初めて実地開催されました。

ATWSは、ATTAが主催する世界最大のATイベントです。このイベントには、商談やネットワーキングを目的に世界中からバイヤーやメディア等のAT関係事業者が集まります。日本でのATWSは北海道を舞台に2021年に初めて開催されましたが、コロナ禍のためバーチャルでの開催を余儀なくされました。2023年には、改めて北海道でFACE to FACEでの開催が実現しました。本稿では、ATWS2023の様子を振り返ってみたいと思います（写真1、2）。



＜写真2＞ATWS2023の様子

アドベンチャートラベル・ワールドサミット北海道・日本（ATWS2023）

開催概要

会 期	2023年9月11日～14日
参 加 者	64カ国・地域 750名以上
主 催	アドベンチャートラベル・トレード・アソシエーション（ATTA）
ホ ス ト	アドベンチャートラベル・ワールドサミット北海道実行委員会 （会長 北海道知事 鈴木直道）
主な実施内容 9月4日頃～ プレサミットアドベンチャー（会期前に実施される数泊のツアー） 道内15、道外7 合計22のツアーを実施 173名が参加 9月11日 デイオブアドベンチャー（札幌からの日帰りツアー） 道内31コース 547名が参加 ウェルカムパーティ（テレビ塔下でのドリンクサービスでのネットワーキング） 9月12日 オープニングセッション～基調講演やワークショップ開始（札幌コンベンションセンター） オープニングセレモニー（大倉山ジャンプ競技場） 9月13日～14日 講演、商談会、メディア交流会、ミニ文化体験など 9月14日 クロージング（次年度開催地への引き継ぎ） 9月15日～18日 ポストサミットアドベンチャー（釧路、上川、十勝、北宗谷エリアでのツアー） 32人（1コース8人）を招待	

2. なぜ北海道でATWS

ATは、前述の通り、アクティビティを通じて、その地の生活文化や歴史、自然を感じ、心の冒険をする中で新しい自分を発見するような旅です。

現状では、ATを好む層は欧米豪が中心であり、彼らにとっては日本全体がWOW！の連続、冒険心をくすぐるものがあちこちにあります。それにプラスして、北海道には「本物の体験」がある、と訪れた人々に言われます。広大な大地と自然、そこから生まれる歴史やアイヌ文化（写真3）、豊かな食など、海外からのAT旅行者にとって北海道は、そのポテンシャルの高さが認められると思います。また、「北海道の広大な大地」といっても、アメリカやカナダなどと比べると空港から目的地までの移動距離は短く、大都市札幌からのアクセスもあります。AT旅行者は、地域の文化、生活の体験を重要視することもあり、新しい、大きな観光施設がなくとも、その地において意味ある体験ができるなら来訪します。たとえ人口減少の著しい地域でも、チャンスがあります。まさに北海道はATの適地といえます。

北海道のATWSへの最初のアプローチは、2016年ATWSアラスカへの出展でした。北海道運輸局のリーダーシップでその後も例年出展やAT関連行事の道内開催を続け、2019年には関係団体によるATWS誘致準備会が発足されました。これらの活動が実り、翌2020年には「ATWS2021の北海道・日本開催」が決定しました。この2021年の開催はパンデミックにより、残念ながらバーチャル開催となってしまいましたが、関係者からの期待は高く、直後に再び開催地として選定され、ATWS2023の開催に至ります。この間に関わった多くの人々の思いが、何度かのバトンタッチで引き継がれ、今年やっと報われたといえます。



＜写真3＞アイヌ文化に触れる参加者

3. ATディステーション²としてのATWS受け入れ

今回、ATWSにとってメインとなるのが、「体験ツアー」です。ATの適地として北海道の良さをアピールし、参加者にしっかりと印象を持ってもらう機会です。参加者は、このツアーを体感しながら、参加者同士のネットワーキング、ビジネスの話に繋がります。道内15の宿泊付きのツアーおよび31の札幌発着日帰りツアーを、旅行会社のみなさんが入念な準備のうえで催行してくれました。（写真4～6）さらに、実行委員会独自の取り組みとして、会期終了後に4コースの地域を深く知るツアーを追加で用意しました。特に、ATWSの会期前に行われた3～6日のツアーについては、広域を移動しながらその地域の自然や歴史文化をしっかりと印象付けるために、

² ディステーション 旅行目的地、旅行先のこと。

ツアーのリーダーとなるスルーガイド³、アクティビティガイド⁴、宿や飲食店のみなさんなど多くのプレイヤーに関わっていただきました。十分に準備し、トライアルも実施しているものの、やはり本番で学んだ事は多かったと思います。

提供したツアーに関しては、評価された点も多数ありますが、磨き上げや改善を求める意見も出てきています。参加者一人一人の感じ方は違うため、高付加価値な商品にするには、このモデルとなったツアーをそれぞれのバイヤーとの商談で、各社向けに「カスタマイズ」して提供する必要があり、これまでの旅行商品づくりとは異なるものです。



＜写真4＞体験ツアー（ラフティング）



＜写真5＞体験ツアー（トレッキング）

力を理解したうえで、天候や状況に応じてプランBを用意するような臨機応変さを備えたツアーを用意しなければなりません。ATをよく知るガイドとツアーオペレーターが、ツアー商品づくりから一緒に考えていく必要があると思いますし、加えて地域の観光のあれこれをコーディネートするDMO⁵などの活躍も必要で、道内でのこれら関係者のネットワーク構築が求められます。

北海道庁では、ATに関わるガイドの重要性を鑑み、バーチャル開催を迎える際から、専門家によるガイド制度についての議論を重ねてきました。これまでの「北海道アウトドアガイド資格制度」に加えて、今年7月から新しく「北海道アドベンチャートラベルガイド資格認定制度」を発足させ、世界からの高いニーズに対応するガイドの育成・確保を進めています。認定ガイドには、外国語能力の向上や、サステナビリティへの理解など様々な研修を受講いただきながら、

世界のAT需要を上手く北海道に取り込んでいくため、観光地づくりとして必要とされるのは、技術力の高い、世界に通じるガイド、さらには求められるツアーを具現化することが可能な、地域をよく知る北海道のツアーオペレーターだと思っています。

日本においては、これまでインバウンドの受け入れを主に「数」で追っていましたが、ATでは「満足度」が指標となります。AT旅行者の満足度を上げるには、コンテンツの質は当然ですが、参加する旅行者の好みや体

³ スルーガイド ツアーに同行して顧客管理を担うなど、旅行者とアクティビティガイドとの橋渡しをするガイド。

⁴ アクティビティガイド カヌーやサイクリングなど、アクティビティを案内するガイド。

⁵ DMO 観光地域づくり法人のこと。地域の多様な関係者と協同しながら、科学的なアプローチを取り入れた観光地域づくりの司令塔となる法人。

それぞれの技術の向上を図っていきます。世界水準の「憧れのガイド」が大勢、北海道で活躍することを目指します。

4. MICEとしてのATWS2023

64カ国・地域から750名以上の参加があったATWS2023（当然、日本をメインにした商談会であることから、多くの日本人も参加）は、MICE⁶としての顔を併せ持っています。ATWSは「世界最大のAT関係者のネットワーキングの機会」であることから、近年のMICEに求められる「環境配慮」や食事における「ベジタリアン対応」はもとより、何よりもコミュニケーションをしやすい場づくり、人々のネットワークを生む演出や運営が必要でした。



＜写真6＞体験ツアー（カヤック）

ATWS2021のバーチャル開催終了直後からリアル実施に向けて、各体験ツアーの準備に再度着手すると同時進行で、主催団体であるATTAの幹部による視察やスタッフとの2週間ごとのオンライン会議、日々のメールで膨大な情報収集をし、関係者で内容を精査、議論をしました。

ATWS北海道実行委員会には、23の組織が参加していますが、主に事務局を担う北海道庁と北海道観光振興機構、北海道運輸局、北海道経済産業局、札幌市の5団体を中心となり、ワーキンググループを発足させ、会場、昼食、レセプション、広報、スポンサー、交通、エクスカッションなど細部にわたってグループごとに議論しました。さらにはATTAアンバサダーの高田茂氏、高田健右氏（鶴雅リゾート株式会社）や、北海道アドベンチャートラベル協議会（HATA）の荒井会長などからアドバイスをいただきながら準備を進めました。企業様からも協賛をいただきました。

実行委員会事務局には組織文化が違う人々が集まっているので、毎回様々な意見が出るものの、結局はいろいろな目線で確認しているため、取りこぼしなく準備ができたといえます。これは北海道の観光に関するMICE運営で、過去にない経験ではないかと思っています。会期中、AT顧客を意識した「らしい工夫」を随所に用意しましたので、その一部をご紹介します。

- 北海道を印象付けるため重要なレセプション（オープニングセレモニー）は、ユニークベニュー⁷として「大倉山ジャンプ競技場」を選定。オリンピックのレガシーを紹介、スキー

⁶ MICE 企業等の会議（Meeting）、企業等の行う報奨・研修旅行（インセンティブ旅行）（Incentive Travel）、国際機関・団体、学会等が行う国際会議（Convention）、展示会・見本市、イベント（Exhibition/Event）の頭文字を使った造語。

⁷ ユニークベニュー 会議やレセプションの開催にあたり、特別感や地域特性を演出するために利用される会場。「博物館・美術館」「歴史的建造物」「城郭」「屋外空間（庭園・公園、商店街、公道等）」などが用いられる。

ジャンプやアイヌ歌唱、舞踏、トンコリ演奏などで印象深い夜に。(写真7)

- 会場内で北海道らしさを演出するため、アイヌ民族の着物を展示、同じ模様をプリントしたタペストリーで会場を装飾。(写真8)
- オープニングセッションでは、ラジオ体操や書道披露を行い、ミニ講座として空手、茶道、ムックリ⁸講座、座禅体験などの日本・北海道の文化を発信。(写真9)
- ステージ装飾は段ボールなどリサイクル可能な材料を使用。
- イノベーションを推奨するATTAに配慮し、生分解性ポリマーなどを使ったカトラリーやIDホルダーを使用、この技術についても会場で紹介。(株式会社 カネカ様)
- 3日間あるランチビュッフェは、日替わりでテーマを決めて日本の食を提供。
- 北海道産食材で作るビーガンアイスを提供。(有限会社 B'weeds様)
- レセプションでのドリンク提供は、リサイクル可能なアルミカップを使用。(サッポロビール株式会社北海道本部様)
- 体を動かすのが大好きな参加者のために、空き時間に参加できるサイクリングツアーを実施。(スペシャライズド・ジャパン合同会社様)

これらの工夫は、参加者に好評で、コンベンションセンター内のあちこちで行われる分科会や商談会でのネットワーキングの成功にもつながったと感じています。参加者からも北海道のホストがすばらしかった、感謝したいという声を多数いただき、私達もほっとしています。

ATWSは一般的な国際学会や会議とも、もちろん旅行博とも全く違うイベントですが、今後北海道のMICEにおいて経験値が活かせるのではないかと思います。



＜写真7＞オープニングセレモニー
(大倉山ジャンプ競技場)



＜写真8＞アイヌ民族の模様を用いた装飾



＜写真9＞空手体験

⁸ ムックリ アイヌ民族に伝わる楽器の一種。口琴^{こうきん}と呼ばれる竹製の楽器。

5. 持続可能な観光とAT

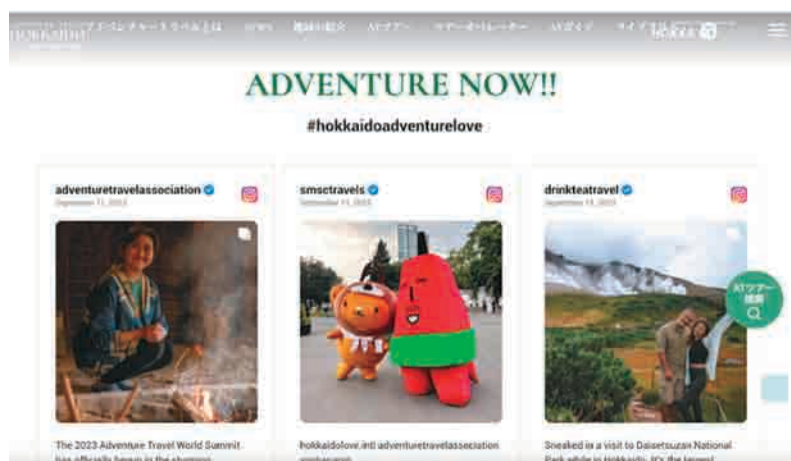
ATWSを経験して、今後の北海道では「観光地のサステナビリティ」について、もっと関心を高めていく必要があると感じています。ATWS2023の準備から開催を通じて、世界における観光は、加速度的に「持続可能な観光」を求めていると実感しました。

UNWTO（国連世界観光機関）によると、持続可能な観光は「訪問客、業界、環境および訪問客を受け入れるコミュニティのニーズに対応しつつ、現在および将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光」と定義されていますが、ATはまさにこれを実現する代表といえます。サステナビリティと聞いて、一般的に最初に思い浮かべるのは「環境配慮」ですが、UNWTOが求めているのは「経済、社会、環境」へのインパクトを考慮することです。

観光に関わる幅広い業種の事業者の経済活動の維持発展、雇用環境の向上、地元住民の社会生活・環境・文化を守りつつ観光客を受け入れること、つまり、観光地のサステナビリティを考慮しない限り、世界の観光産業が今後発展することはあり得ないでしょう。実際にアフターコロナの観光再開により、オーバーツーリズム問題が大きく取り上げられ、地域住民の社会生活の維持や、環境への影響など、さまざまな課題の解決が求められています。ATを好む層は、まさに「地域にインパクトを与えない、責任をもった観光客でありたい」と考える層であり、地域のもつ「そこにしかないユニークな体験」を求め、その維持のために地域内でローインパクトな行動を取り、地域経済のために消費をする、まさに地域にとって「受け入れたいくなるトラベラー」です。ATでは受け入れる側も来訪者が持つこの考え方を共有することが重要だと感じます。

6. おわりに

ATWS2023に参加いただいた多くの方がSNSを通じて、写真や動画を発信してくれました。北海道観光振興機構の「ATポータルサイト」にも一部集約されていますので、ご覧いただければと思います。SNSを見ると、北海道はAT旅行者にとって大変魅力的に映っていることがわかります。こうした気づきが「CIVIC PRIDE」となり、自分の地域を「もっと知ってほしい、来てほしい」に繋がるのではないかと思います。さらにはそこからATに関わりたい、観光という仕事で地域をもっと盛り上げたいという気持ちになる方が出てくれば、それがATWS2023開催のもう一つの成果となると考えています。



北海道観光振興機構「ATポータルサイト」

<https://visit-hokkaido.jp/adventure-travel/traveltrade-press/>

※本稿に掲載されている写真の転載は禁止します。

お父さんの健康を守るには健康な前立腺が必要 たかが・・・、されど・・・

第6回（最終回） 前立腺肥大症の治療

前回の前立腺肥大症の診断に引き続き、今回は治療を行う上での考え方と最近の治療法の動向を紹介し
ます。前立腺肥大症の治療では通常はまず薬物療法が優先されますので、最初に薬物治療について説明し
ます。

1. 薬物治療

前立腺肥大症に使われる薬は大きく分けて3種類あります（図表1）。一つ目は前立腺の筋肉（平滑筋）の緊張を和らげる薬です。前立腺肥大があっても効果があります。薬の働き方の違いにより2種のものがあります（（1）の①、②）。二つ目は前立腺肥大を縮小させる薬です。これにも2種の薬があり、（2）の①は男性ホルモンを低下させずに前立腺の細胞にのみ働くのに対し、（2）の②は男性ホルモンを低下させることでその効果を発揮します。通常は、（1）の①あるいは②の薬を用いて治療を開始します。前立腺がある程度以上に肥大している場合には（2）の①と一緒に使うことも推奨されています（特に、（1）の①+（2）の①）。（2）の治療から開始することはあまりありません。植物製剤・漢方薬は軽度な症状の場合に対して使われます。なお、前立腺肥大症の薬物療法の目標は症状をとることですので、症状が患者さんのQOLを損なわない程度に改善すれば治療効果があったといえますが、その後も一定期間薬の服用を継続します。

図表1 前立腺肥大症に対する薬剤

- | |
|----------------------|
| (1) 前立腺の筋肉の緊張を和らげる薬 |
| ① アルファ1-アドレナリン受容体遮断薬 |
| ② ホスホジエステラーゼ5阻害薬 |
| (2) 前立腺肥大を縮小させる薬 |
| ① 5-α還元酵素阻害薬 |
| ② 抗男性ホルモン薬 |
| (3) 植物製剤・漢方薬 |

2. 手術治療

手術治療は図表2に示したように様々です。それぞれに利点もありますが欠点もあります。手術を決めるに当たって重要な点は3つあります。

まず、手術すべき時期かどうかという判断です。薬で様子を見たほうがよい時期に手術を行ってもあまり良い結果は得られません。

次に、手術を行うに当たってはある程度以上の前立腺肥大があることが前提です。前立腺肥大がごく軽度な場合に手術を行っても期待した効果が得られないことがあります。この場合には症状の主な原因が前立腺肥大ではなく前立腺の筋肉の緊張によると考えられるからです。

そして第3にどの手術方法を選ぶのかということです。すべての状況に適している手術方法はありません。そのため主治医とよく相談することが欠かせません。ある人に適していた手術方法が他の人にも適しているとは限りません。

（1）と（2）はこれまで行われてきた標準的な手術です。しかし、最近は（3）以下の手術が主に行われます。これらの手術方法はいずれも患者さんに与える影響がどんどん軽く（非侵襲的）になってきています。そのため持病があっても安心して行える手術になっています。（3）の①は比較的大きな前立腺肥大に有効な治療法です。（3）の②の手術も中等度の肥大に適した非侵襲的な手術方法です。（4）の高温度治療も非侵襲的な手術ですが、症状あるいは肥大の程度が軽度な患者さん向きかもしれません。（5）の

図表2 前立腺肥大症の手術方法

- | |
|-----------------------|
| (1) 経尿道的前立腺切除術（TUR-P） |
| (2) （被膜下）前立腺摘除術（開腹手術） |
| (3) 経尿道的レーザー治療 |
| ① ホルミウムレーザー前立腺核出術 |
| ② 光選択的レーザー前立腺蒸散術 |
| (4) 経尿道的マイクロ波高温度治療術 |
| (5) 新規の手術方法 |
| ① ウロリフト |
| ② 経尿道的水蒸気治療術 |

①および②は最近行われるようになった手術です。前者は現在ある手術の中では最も侵襲が少ないかもしれませんが、外来で局所麻酔下にも行える可能性のある手術ですが、あまり大きな肥大には不向きとされています。(5)の②は水蒸気により肥大した組織を破壊する手術です。比較的大きな肥大にも効果があるようです。

このように手術方法はある意味では選り取り見取りですが、冒頭でも述べたように症状、前立腺肥大の程度によく合った手術方法を主治医と相談して選択することが大切です。前立腺肥大症の手術方法の進歩は日進月歩で、年単位で新しい治療が出てきています。ただし、手術方法の真の評価には時間がかかることも念頭に入れておく必要があります。

参考文献

- 日本泌尿器科学会、他 編. 2017年版 男性下部尿路症状・前立腺肥大症診療ガイドラインRichhill Medical、2017（修正・追加 2020）.
- 日本泌尿器科学会、他. UroLiftシステムの適正使用指針. 2022-2-7.
- 日本泌尿器科学会、他. 経尿道的水蒸気治療に関する適性治療指針. 2022-4-1.

謝辞

第1回から第6回までのレポートをまとめるにあたり下記の先生方から助言をいただきました。深謝いたします。

札幌医科大学泌尿器科学講座 舩森直哉 教授、橋本浩平 講師、京田有樹 助教、
北腎会 坂泌尿器科病院 坂 丈敏 理事長・院長、鳩仁会 札幌中央病院泌尿器科 市原浩司 診療部長

2023年11月6日 北海道二十一世紀総合研究所 塚本 泰司
(前 札幌医科大学 理事長・学長)

スロヴェニア訪問記ーアルプス、ものづくり、ワイン

北海道EU協会顧問 林 秀毅

読者の方々は、欧州のスロヴェニアという国について、お聞きになったことがあるだろうか。道内では、女子スキージャンプ高梨沙羅選手の練習拠点と言った方が話は早いかもしれない。面積は四国とほぼ同じ、人口は札幌市に近く約200万人の小さな国だ。旧ユーゴスラビア連邦の一番北側にあり、アルプスの南側に位置する美しい国だ。筆者は先般、スロヴェニア政府主催の国際フォーラムに出席した。会場は欧州でも有数のリゾート地と言われるブレッド湖畔のホテルだった（写真左）。

冒頭、同国の首相・副首相から、今回の主要テーマが結束にあることが示された。この背景には、国内で直前に国土の三分の二に及ぶ大規模な洪水が起きたこと、国外ではウクライナ侵攻が続き、西欧やロシアなど元々さまざまな力が交錯する、この地域の状況が一層複雑になっていることがある。さらに、EUのミシェル大統領を始め、中国・韓国・インドなどの閣僚・大使級の参加者も加わり、貿易・環境といったグローバルな課題について活発な意見が交わされた。その後行われたパネルセッションで筆者は、貿易などを巡る対立点よりも、気候変動を始めとする共通の課題で協力することから始めるべきと述べた。

今回フォーラムが行われたスロヴェニアは、かつて連邦国家であるユーゴスラヴィアに属し、連邦内で先進的な工業部門を担っていた。しかし1991年の独立後、ユーゴスラヴィアが解体し戦争状態となったため、スロヴェニアにとって市場が失われてしまった。そのため地理的にも近いドイツ・イタリアといった西欧諸国への輸出に、自国産業の活路を求めた。

その後、2004年、スロヴェニアは他の旧社会主義国などと共に欧州連合（EU）に加盟した。EUという大きな単一市場に属することにより、欧州の大企業に部品などを供給することが一段と容易になった。さらに2007年、旧社会主義国の中では最も早く、単一通貨ユーロを導入した。

フォーラム終了後、首都リュブリャナに移動した。そこもまた、歴史を感じさせる美しい街だった（写真右）。今回の訪問は、昨春秋、財務大臣の来日時、筆者が慶應義塾大学で担当しているEU経済の授業において、ゲストとして講演を頂いたことがきっかけだった。リュブリャナでは財務大臣、元駐日大使といった、御世話になった方々とお会いすることができた。

尚、財務大臣から贈られた赤ワインは、大変味わい深かった。スロヴェニアは、日本にはあまり輸入されていないが、良質なワインを生産することで有名だ。

ものづくりで独自の発展を遂げたスロヴェニアでは、現在、日本の官民によるインフラ協力や日本企業の拠点づくりも進んでおり、今後一層、両国の関係強化が期待される。読者の方々も、観光あるいはビジネスで一度、訪れてみてはいかがだろうか。





主要経済指標（１）

年月	鉱工業指数											
	生産指数				出荷指数				在庫指数			
	北海道		全国		北海道		全国		北海道		全国	
	2015年=100 季調値	前期比 (%)	2020年=100 季調値	前期比 (%)	2015年=100 季調値	前期比 (%)	2020年=100 季調値	前期比 (%)	2015年=100 季調値	前期比 (%)	2020年=100 季調値	前期比 (%)
2019年度	92.6	△ 5.7	110.2	△ 3.5	92.1	△ 6.2	110.4	△ 3.5	108.8	7.5	101.0	2.4
2020年度	83.3	△10.0	99.7	9.5	83.3	△ 9.6	99.7	△ 9.7	85.4	△21.5	91.2	△ 9.7
2021年度	88.6	6.4	105.2	5.5	89.5	7.4	103.8	4.1	87.8	2.8	98.4	7.9
2022年度	85.0	△ 4.1	104.9	△ 0.3	85.3	△ 4.7	103.7	△ 0.1	85.4	△ 2.7	100.7	2.3
2022年 7～9月	86.0	△ 1.7	107.1	3.1	85.5	△ 4.1	105.2	1.7	86.8	△ 1.7	103.4	3.5
10～12月	84.1	△ 2.2	105.3	△ 1.7	84.4	△ 1.3	103.7	△ 1.4	87.6	0.9	103.1	△ 0.3
2023年 1～3月	82.8	△ 1.5	103.4	△ 1.8	82.4	△ 2.4	102.7	△ 1.0	88.6	1.1	103.8	0.7
4～6月	83.0	0.2	104.8	1.4	84.3	2.3	104.3	1.6	86.1	△ 2.8	105.8	1.9
7～9月	p 82.4	△ 0.7	103.5	△ 1.2	p 82.9	△ 1.7	103.1	△ 1.2	p 85.1	△ 1.2	103.6	△ 2.1
2022年 9月	85.6	△ 0.8	107.3	△ 0.5	86.3	0.7	105.0	△ 0.7	86.8	0.1	103.4	1.7
10月	86.9	1.5	105.5	△ 1.7	88.2	2.2	104.4	△ 0.6	86.8	0.0	103.2	△ 0.2
11月	83.2	△ 4.3	105.5	0.0	82.6	△ 6.3	104.0	△ 0.4	88.0	1.4	103.2	0.0
12月	82.1	△ 1.3	104.9	△ 0.6	82.4	△ 0.2	102.8	△ 1.2	87.6	△ 0.5	103.1	△ 0.1
2023年 1月	81.9	△ 0.2	100.8	△ 3.9	83.0	0.7	99.5	△ 3.2	89.4	2.1	102.4	△ 0.7
2月	82.7	1.0	104.5	3.7	82.0	△ 1.2	103.8	4.3	87.7	△ 1.9	103.4	1.0
3月	83.7	1.2	104.8	0.3	82.3	0.4	104.7	0.9	88.6	1.0	103.8	0.4
4月	83.4	△ 0.4	105.5	0.7	84.9	3.2	104.5	△ 0.2	89.2	0.7	103.7	△ 0.1
5月	82.7	△ 0.8	103.2	△ 2.2	83.7	△ 1.4	103.3	△ 1.1	87.5	△ 1.9	105.6	1.8
6月	82.8	0.1	105.7	2.4	84.4	0.8	105.0	1.6	86.1	△ 1.6	105.8	0.2
7月	82.2	△ 0.7	103.8	△ 1.8	82.3	△ 2.5	103.1	△ 1.8	83.5	△ 3.0	106.4	0.6
8月	r 83.0	1.0	103.1	△ 0.7	r 82.4	0.1	102.8	△ 0.3	r 82.4	△ 1.3	105.0	△ 1.3
9月	p 81.9	△ 1.3	103.6	0.5	p 84.0	1.9	103.4	0.6	p 85.1	3.3	103.6	△ 1.3
資料	経済産業省、北海道経済産業局											

■ 鉱工業生産指数の年度は原指数による。

■ 「p」は速報値、「r」は修正値。

■ 鉱工業指数（全国）は、2020年基準への切替えにより、過去にさかのぼって修正。

年月	百貨店・スーパー販売額											
	百貨店・スーパー計				百貨店				スーパー			
	北海道		全国		北海道		全国		北海道		全国	
	百万円	前年同 月比(%)	億円	前年同 月比(%)	百万円	前年同 月比(%)	億円	前年同 月比(%)	百万円	前年同 月比(%)	億円	前年同 月比(%)
2019年度	956,606	△ 1.4	193,457	△ 1.6	186,290	△ 7.1	60,425	△ 5.6	770,317	0.1	133,032	0.2
2020年度	970,241	△ 3.4	196,297	△ 5.1	135,152	△27.5	45,612	△24.5	835,089	2.0	150,685	2.9
2021年度	978,041	0.8	199,978	1.9	144,763	7.1	49,683	8.9	833,277	△ 0.2	150,295	△ 0.3
2022年度	1,016,255	3.9	208,918	4.5	171,697	18.6	56,738	14.2	844,558	1.4	152,180	1.3
2022年 7～9月	246,634	2.9	50,778	4.1	39,741	21.3	12,939	16.6	206,893	0.0	37,839	0.4
10～12月	276,185	3.9	57,182	4.0	50,702	7.6	16,683	5.8	225,483	3.1	40,499	3.3
2023年 1～3月	251,188	5.3	51,170	4.7	43,334	22.1	14,057	13.5	207,854	2.4	37,113	1.8
4～6月	250,766	3.5	51,993	4.4	40,062	5.6	13,866	6.2	210,704	3.1	38,127	3.8
7～9月	260,275	5.5	53,683	5.7	41,603	4.7	14,073	8.8	218,672	5.7	39,610	4.7
2022年 9月	79,680	4.1	16,299	4.7	13,364	22.6	4,217	19.1	66,316	1.0	12,083	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
11月	84,248	2.8	17,590	3.0	14,869	4.0	5,177	4.1	69,379	2.5	12,413	2.6
12月	108,674	4.9	22,266	4.1	21,233	9.1	6,776	3.7	87,441	3.9	15,490	4.2
2023年 1月	87,341	7.6	17,681	5.5	15,023	25.0	4,764	14.4	72,318	4.6	12,916	2.5
2月	78,283	6.0	15,820	5.2	12,729	33.4	4,176	18.8	65,554	1.9	11,644	1.1
3月	85,564	2.5	17,669	3.6	15,581	11.9	5,117	8.6	69,982	0.6	12,553	1.7
4月	83,265	4.1	17,095	5.2	12,994	6.4	4,498	7.6	70,271	3.7	12,598	4.4
5月	83,822	2.6	17,437	3.7	13,296	4.5	4,528	5.3	70,526	2.3	12,908	3.2
6月	83,679	3.8	17,461	4.3	13,772	6.1	4,840	5.7	69,908	3.4	12,621	3.8
7月	89,244	5.4	18,741	5.9	14,799	3.9	5,224	7.6	74,445	5.7	13,517	5.2
8月	88,339	7.4	17,858	6.5	13,326	9.8	4,289	10.9	75,013	7.0	13,569	5.1
9月	82,691	3.8	17,084	4.8	13,478	0.9	4,560	8.1	69,213	4.4	12,525	3.7
資料	経済産業省、北海道経済産業局											

■ 百貨店・スーパー販売額の前年同月比は全店ベースによる。

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

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

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

■「p」は速報値、「r」は修正値。

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

■年度及び四半期の ■年度及び四半期の数値は、月平均値。■年度の数値は四
数値は月平均値。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	月（期）末
2019年度	100.5	0.8	100.3	0.6	207	△ 7.6	8,631	6.4	108.68	18,917
2020年度	99.8	△ 0.7	99.9	△ 0.4	166	△19.8	7,163	△17.0	106.04	29,179
2021年度	100.2	0.5	99.9	0.1	144	△13.3	5,980	△16.5	112.36	27,821
2022年度	103.9	3.6	103.0	3.0	214	48.6	6,880	15.1	135.40	28,041
2022年 7～9月	103.5	3.4	102.5	2.7	40	42.9	1,585	9.5	138.34	25,937
10～12月	104.9	4.4	103.8	3.8	50	47.1	1,783	15.9	141.46	26,095
2023年 1～3月	104.8	3.8	104.0	3.5	65	32.7	1,956	30.1	132.24	28,041
4～6月	105.9	3.5	104.9	3.2	59	0.0	2,086	34.1	137.30	33,189
7～9月	107.2	3.6	105.6	3.0	64	60.0	2,238	41.2	144.55	31,858
2022年 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
11月	105.2	4.5	103.8	3.7	14	△ 6.7	581	13.9	142.44	27,969
12月	105.2	4.5	104.1	4.0	16	128.6	606	20.2	134.93	26,095
2023年 1月	105.1	4.7	104.3	4.2	14	75.0	570	26.1	130.20	27,327
2月	104.4	3.5	103.6	3.1	18	28.6	577	25.7	132.68	27,446
3月	104.8	3.2	104.1	3.1	33	22.2	809	36.4	133.85	28,041
4月	105.6	3.5	104.8	3.4	17	6.3	610	25.5	133.33	28,856
5月	105.6	3.3	104.8	3.2	20	△ 9.1	706	34.7	137.37	30,888
6月	106.4	3.8	105.0	3.3	22	4.8	770	41.0	141.19	33,189
7月	106.9	3.7	105.4	3.1	24	166.7	758	53.4	141.21	33,172
8月	107.3	3.8	105.7	3.1	25	78.6	760	54.5	144.77	32,619
9月	107.5	3.3	105.7	2.8	15	△11.8	720	20.2	147.67	31,858
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 2023.12月号(No.326)

令和5年(2023年)11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。＞