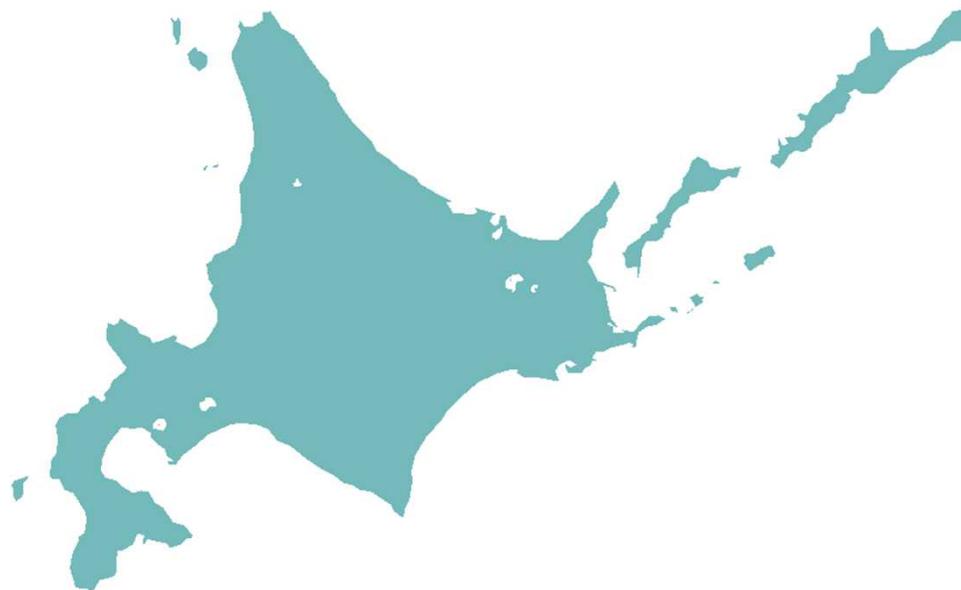


## 最近の北海道の経済動向等について

- 最近の北海道管内の経済情勢(P1～6)
- 北海道観光の可能性(P7～10)

平成25年10月  
北海道財務局

【問い合わせ先】  
財務省北海道財務局 総務部 経済調査課  
電話011(709)2311(内線4381～4387)



## 最近の北海道管内の経済情勢

	前回(25年4-6月期)	今回(25年7-9月期)	前回比較	足下の動き
総括判断	緩やかに持ち直している。	持ち直している。		公共事業の増加や観光客の増加などを背景に景況感について明るい声が多く聞かれている。

### 〔先行き〕

先行きについては、公共事業の増加に伴う波及効果などにより収益環境が改善し、景気が回復していくことが期待される。  
一方、原油価格や海外景気の動向などに引き続き留意する必要がある。

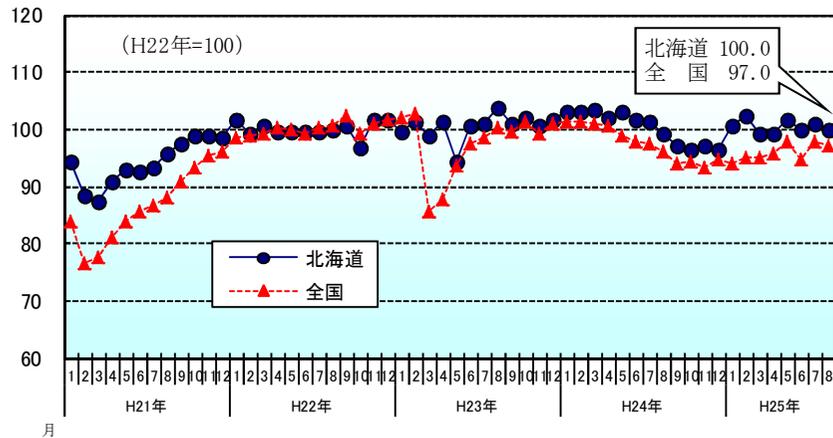
	前回(25年4-6月期)	今回(25年7-9月期)	前回比較
個人消費	緩やかに持ち直している。	持ち直している。	
生産活動	持ち直しつつある。	横ばいとなっている。	
企業収益	25年度は前年並みの見通し。	25年度は増益見通し。	
雇用情勢	緩やかな改善の動きが続いている。	改善の動きが強まっている。	
住宅建設	前年を上回る。	前年を上回る。	
設備投資	25年度は前年度を上回る計画。	25年度は前年度を上回る計画。	
観光	前年を上回る。	前年を上回る。	

## 生産活動

横ばいとなっている



〔鉱工業生産指数(季節調整値)〕



【出所】経済産業省、北海道経済産業局

### 生産活動に関する生の声

- 北海道新幹線車両基地にかかる建設資材関係が引き続き好調となっているほか、一般建設用の鉄骨も受注が増加している。  
(金属製品、中小企業)
- 主要取引先が海外での生産にシフトしてきており、受注が減少している。  
(一般機械、中堅企業)
- 好調であった季節商品向け半導体の需要が落ち着くなど、家電向け半導体の生産が減少している。  
(電気機械、中堅企業)
- 住宅需要の高まりが家具需要へ波及していることから好調が続いているほか、消費税増税前の駆け込み需要を見込んで在庫を徐々に増やしている。  
(家具・装備品製造業、中堅企業)

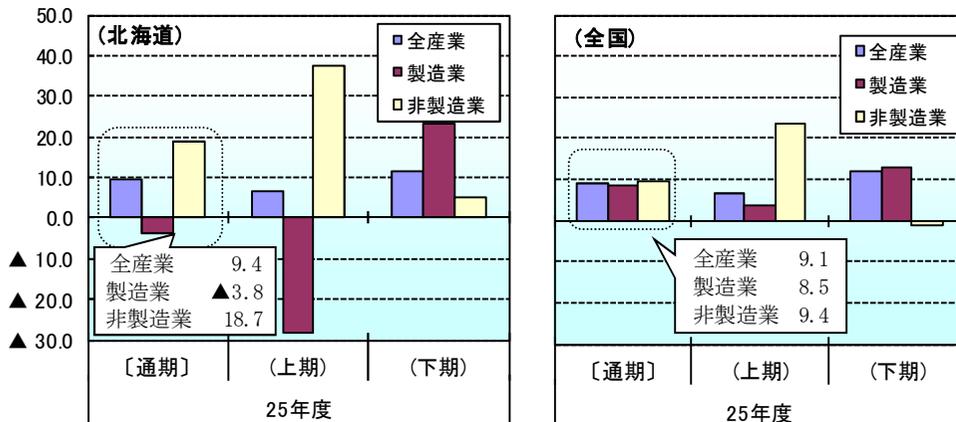
## 設備投資

25年度は前年度を上回る計画



(%)

〔設備投資計画(前年(同期)比)〕



【出所】財務省、北海道財務局

### 設備投資に関する生の声

- 新航路就航や需要の大きい航路の機材大型化のため、新たに機材を購入した。  
(運輸業、大企業)
- 震災復興需要から建設機械を大量に購入した。下期以降は復興需要終了を見据えて設備投資を考えていく。  
(リース業、大企業)
- 前年度は新製品発売による生産ラインの新設投資を実施。25年度は維持更新が中心となるため設備投資は縮小となる。  
(自動車・同附属品、大企業)
- 競争が激しい中、商圈特性を見極めて、商圈に合わせた効率のよい新規出店を積極的に展開していく。  
(小売業、大企業)

# 設備投資の動向(ヒアリングで得られた企業の声)

## ○法人企業景気予測調査(25年7-9月調査)回答社数の状況

・当局で実施した法人企業景気予測調査(25年7-9月調査)において、前年より設備投資額を増額した企業は、30.1%、減額した企業は28.9%であった。

	計	増	減	不変		計	増	減	不変
製造業	98社	36.7	32.7	30.6	大企業	88社	48.9	46.6	4.5
非製造業	341社	28.2	27.9	44.0	中堅企業	107社	44.9	32.7	22.4
全産業	439社	30.1	28.9	41.0	中小企業	244社	16.8	20.9	62.3

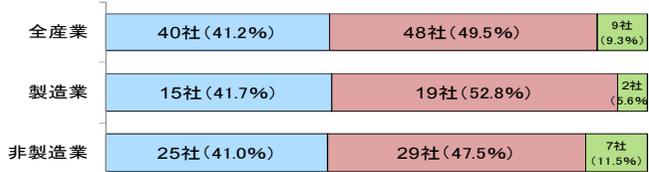
【出所】当局

## ○管内企業97社に設備投資に対する姿勢についてヒアリングを実施

### ◇管内企業の設備投資姿勢

■ 積極的 ■ 抑制的 ■ どちらとも言えない

・設備投資姿勢  
「積極的」な企業  
40社(41.2%)  
「抑制的」な企業  
48社(49.5%)



## 抑制的な投資姿勢の企業の声

### 〈抑制的な主な要因〉

製造業(19社)	業績不振	6社	投資一巡	5社
非製造業(29社)	業績不振	10社	コスト削減	5社

- 設備投資よりコスト削減を一番の重点課題に取り組んでいるところであり、コスト削減につながらない投資を行う予定はない。(パルプ・紙、大企業)
- 利益を確保するために経費削減に重点的に取り組んでいることから設備投資は必要最小限に抑えられており、前年度より減額となっている。今後、利益が上がるようになれば設備投資を行っていききたい。(食料品、中小企業)
- 優先順位を考えながら設備の更新を行っている状況であり、設備投資を増やす環境にはない。利益率の高い高額車種の販売増が続き、収益が改善した場合には、設備の更新を前倒しできるのではないかと。(自動車販売店、中小企業)
- 現在、設備投資をする予定はない。消費者の消費マインドが回復し、売上が前年を上回る状況が続かないと新店舗設立などの設備投資は出来ない。(スーパー、中小企業)

## 積極的な投資姿勢の企業の声

### 〈積極的な主な要因〉

製造業(15社)	新製品開発	8社	業績好調	3社
非製造業(25社)	業容拡大	15社	顧客対策	5社

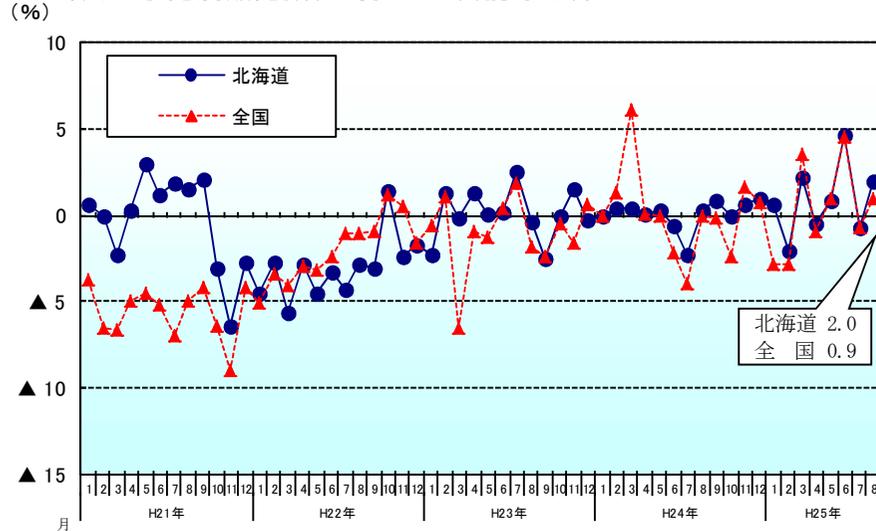
- 老朽化した設備の更新、製造工程効率化のための新規設備を導入するほか、今後は、収益性の高い製品群への設備投資のほか、新しい製造方法の構築に積極的に取り組む。(情報通信機械器具、中小企業)
- 工作機械の老朽更新を基本としつつも、製品開発や生産性向上のための設備投資を予定している。前年及び今年度のように、売上が好調で利益が出ているうちに集中的に設備投資を行う。(業務用機械器具、中小企業)
- 消費マインドが少し回復してきているため、採算の取れるところには積極的に設備投資を行う。(スーパー、大企業)
- 新規出店やリニューアルをしていかなないと売上は落ち込んでいくので、常に出店する必要がある。ただし、当社の客層を考慮した立地を厳選する必要がある。(飲食店、中小企業)
- 宿泊者数が順調に増加しており、利益を計上できるうちに、老朽設備の更新等を実施しておく必要があるため増加した。今後は、2015年度の北海道新幹線開業前に大規模な設備投資を実施していく予定。(宿泊、中小企業)
- 他社との差別化を図るため設備投資を積極的に行っている。部屋数は減ったが、客室単価をアップさせた。(宿泊、中堅企業)

## 平成25年度設備投資の減税措置の活用状況等

- 投資促進の税制改正を要因の一つとして、新商品開発のため、大規模な製造ライン改造投資を実施する予定。(鉄鋼、中堅企業)
- 大規模な設備投資は予定していないが、減税が正式決定し、投資を行うことにメリットがあると判断できれば行う可能性はある。(宿泊、大企業)
- コスト削減のための省エネ設備、効率化設備導入が対象となった場合には、利用する可能性がある。(一般機械、中堅企業)

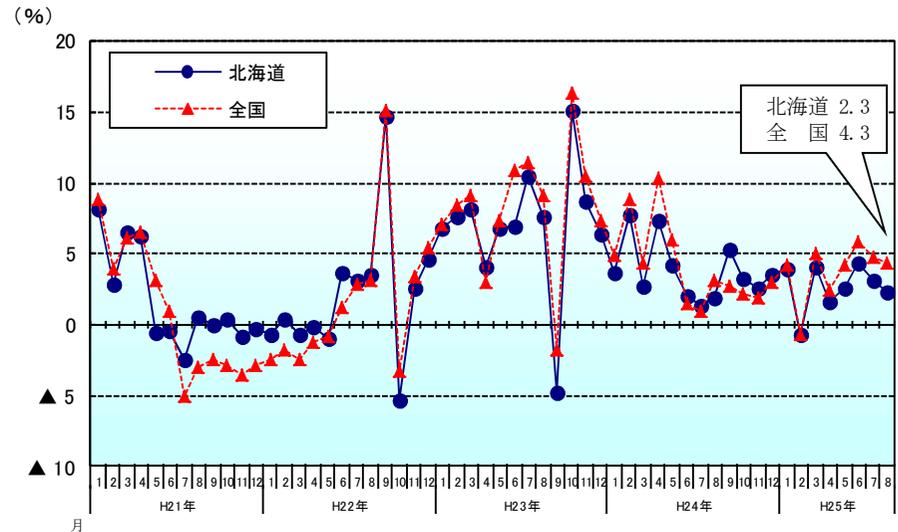


〔大型小売店販売額(全店ベース)(前年比)〕



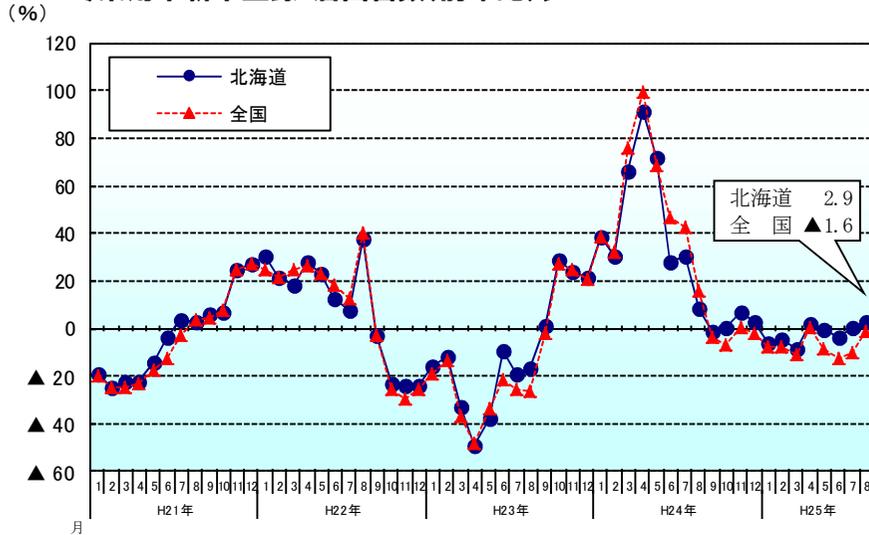
【出所】経済産業省、北海道経済産業局

〔コンビニエンスストア販売額(全店ベース)(前年比)〕



【出所】経済産業省、北海道経済産業局

〔乗用車新車登録・届出台数(前年比)〕



【出所】日本自動車販売協会連合会、全国軽自動車協会連合会

(注)普通乗用車+小型乗用車+軽四輪乗用車の合計。

個人消費に関する生の声

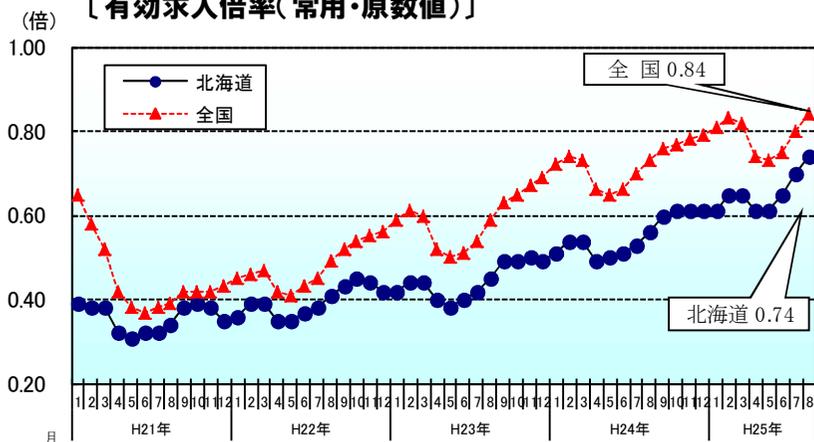
- 今年気温低下とともに婦人服、紳士服とも秋物衣料品が定価販売で好調に売れている。(百貨店、大企業)
- 弁当のほか、品揃えを拡充してきた惣菜、冷凍食品、デザートなど独自ブランド商品は引き続き好調となっている。(コンビニエンスストア、大企業)
- 軽自動車の販売が伸びているのは、燃費性能や安全面、室内環境の改良が進み、「安さ」だけのイメージが払しょくされてきたことが要因とみている。特に高齢者が軽自動車へ乗り換えるケースが増えている。(乗用車販売店、中小企業)
- 季節家電のエアコンは、販売時期の前半から例年以上に気温が上昇したことから、順調な売上げとなった。暖房器具も昨年より動きが早く、プラス要因になっている。(家電量販店、大企業)
- 足下では、秋物衣料品が婦人服を中心に好調なほか、身の回り品もショートブーツなど婦人靴が好調、家具を含めた雑貨も伸びているなど、購買意欲は高い。(ショッピングセンター、大企業)

# 雇用情勢

改善の動きが強まっている

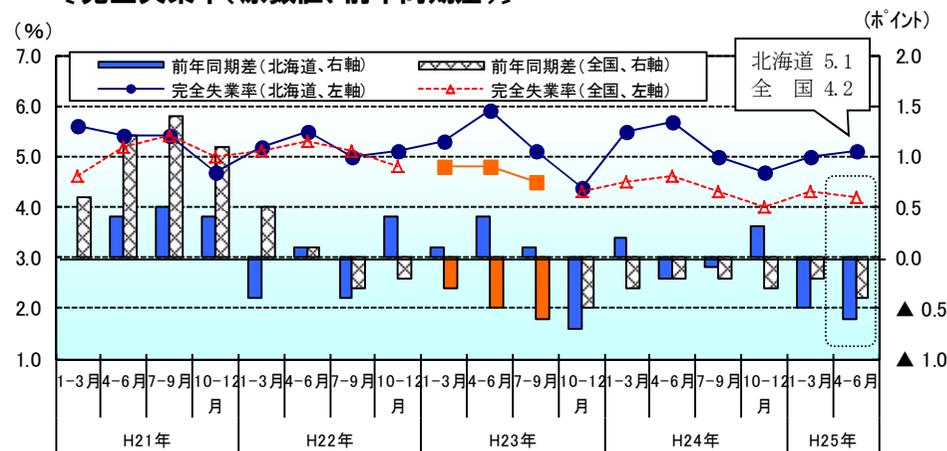


〔有効求人倍率(常用・原数値)〕



【出所】厚生労働省、北海道労働局

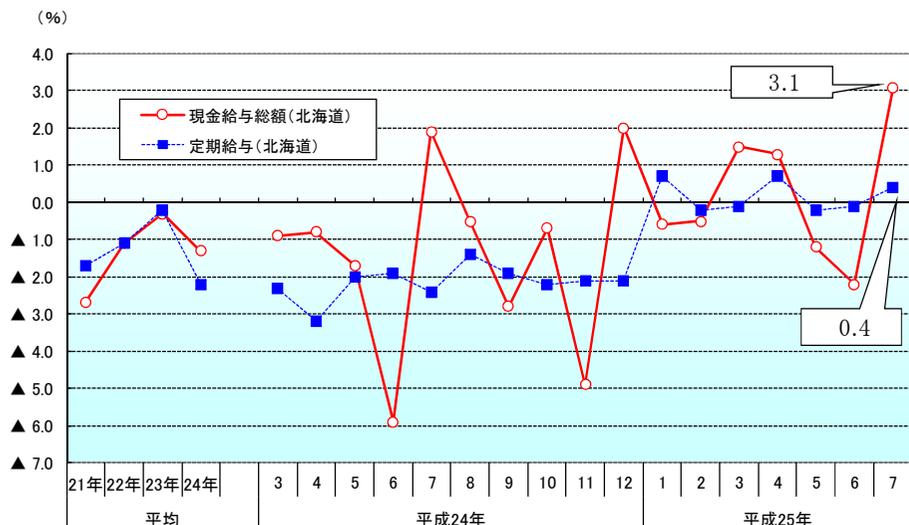
〔完全失業率(原数値、前年同期差)〕



(注) 23年1~3月期から7-9月期の全国は、補完推計値を用いた参考値。

【出所】総務省

〔現金給与総額・定期給与(前年同月比)〕



(注)「毎月勤労統計(地方調査)」の名目賃金数から算出。

【出所】北海道

## 雇用情勢に関する生の声

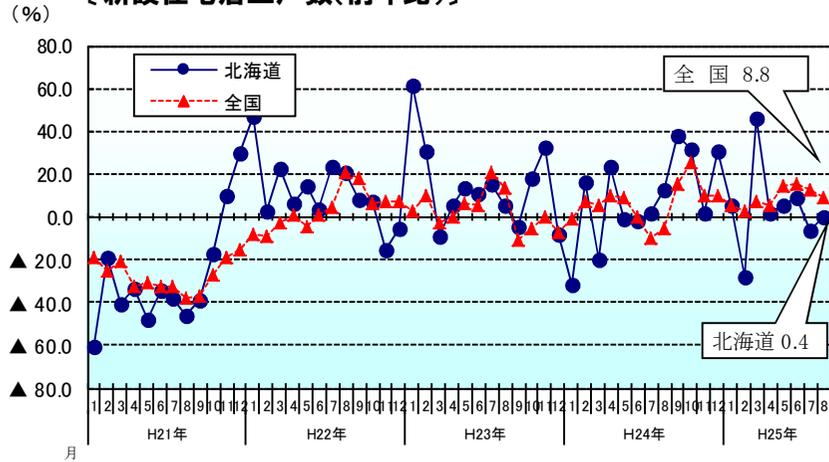
- 景況感の改善を背景に求人が増加しているが、離職の多い介護等で、長期間働ける人材を選別採用する慎重な動きが強まっており、充足の動きに鈍化が見られる。(就職情報誌)
- 就職実現により、求職者数が減少傾向にある中で、求人数の増加により、在職者からの求職(転職希望)は増加傾向にある。(公的機関)
- 正社員の採用を極力控え、パート従業員の勤務時間の調整で繁忙対応を行う。最低賃金の上昇が毎年続いており、増員は行いづらい。(飲食業、中小企業)
- 賃金条件の良い東北や関東へ人材が流失していることから、今の賃金条件で募集をかけても全く応募がない。賃金条件を改善しなければ人が集まらない。(建設業、中小企業)

## 住宅建設

前年を上回る



〔新設住宅着工戸数(前年比)〕



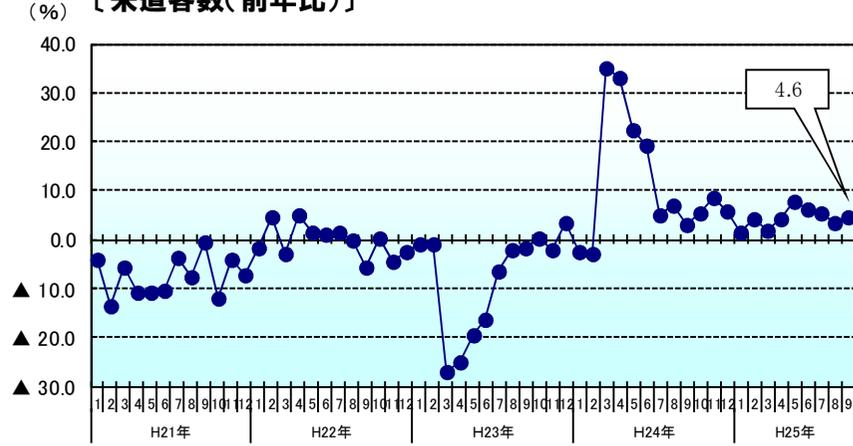
【出所】国土交通省

## 観光

前年を上回る



〔来道客数(前年比)〕



月

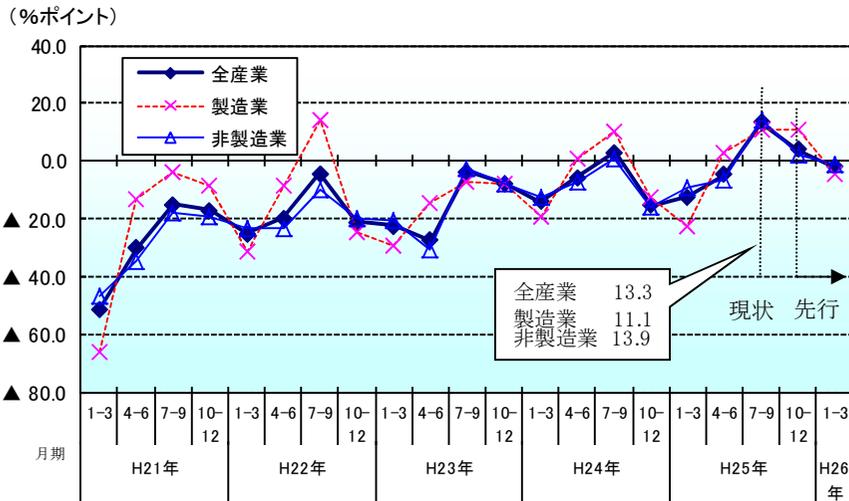
【出所】(社)北海道観光振興機構

## 企業の景況感

「上昇」超に転じる



〔景況判断BSI〕



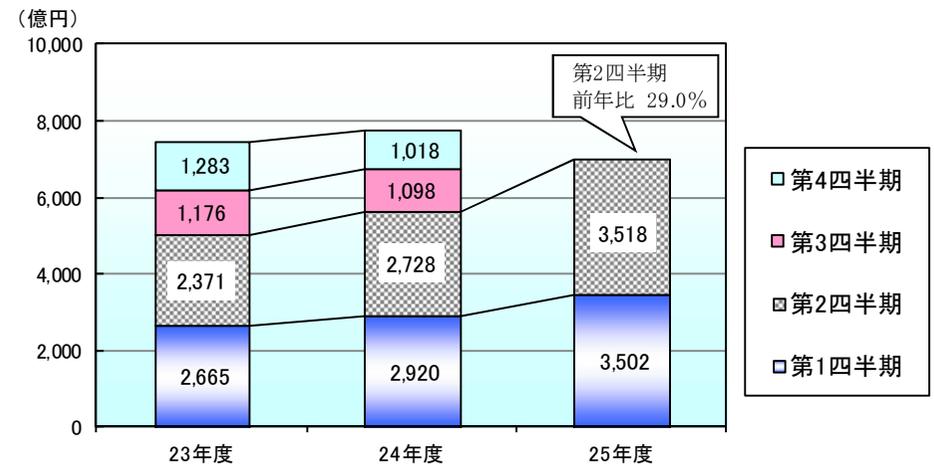
【出所】北海道財務局

## 公共事業

前年を大幅に上回る



〔前払金保証請負金額〕



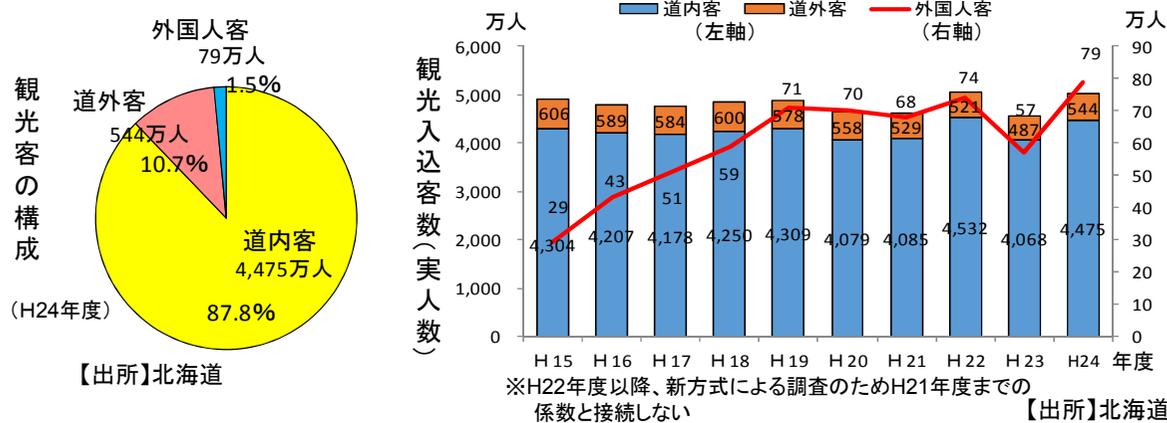
【出所】北海道建設業信用保証(株)他2社

# 北海道観光の可能性（北海道観光の現状・特徴） 1/4

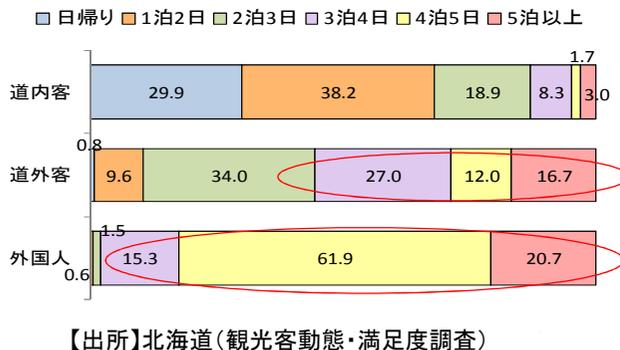
- 北海道の観光入込客数の約9割は道内客であり、道外客・海外客は約1割であるが、全国を上回るスピードで進行する道内人口の減少及び高齢化に対応すべく、観光消費単価がより高い道外客の誘客に力を入れるべきであると考えられる。
- 既存の観光資源を更に掘り起し、磨き上げることは重要であるが、人々の趣味や嗜好の多様化に対応すべく、ニッチな領域の観光資源の開発、発信の重要性はますます高まるものと考えられる。
- また、現在好調な外国人観光客数は、全体の1.5%に過ぎないが、その消費額の多さから、今後更に増加させるための取組みは道内経済活性化の観点からも非常に重要である。

## 減少傾向にある道外観光客⇔増加傾向にある外国人観光客

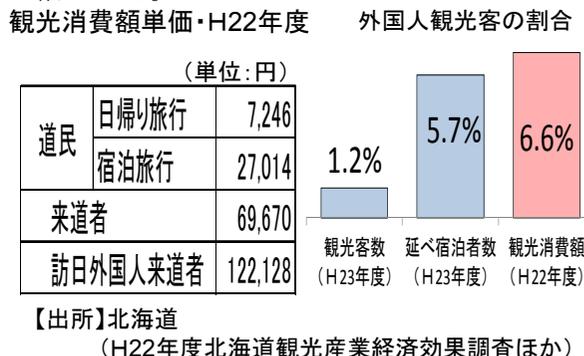
・北海道の観光入込客数(実人数)は5,098万人を誇る。その約9割は道内客が占めており、道外客は約1割に過ぎないが、その観光消費単価は高い。こうした中、道外客は減少傾向にある一方、外国人客は増加傾向にある。



・道外客の55.7%、外国人観光客の97.9%が3泊4日以上となっている。

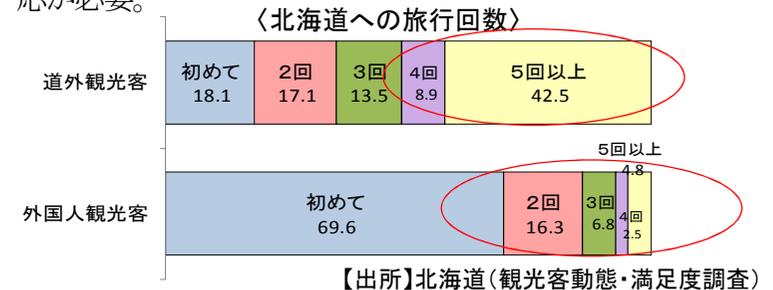


・観光消費額単価は、道民の宿泊旅行単価と比較して道外客は2.6倍、外国人来道者は4.5倍である。



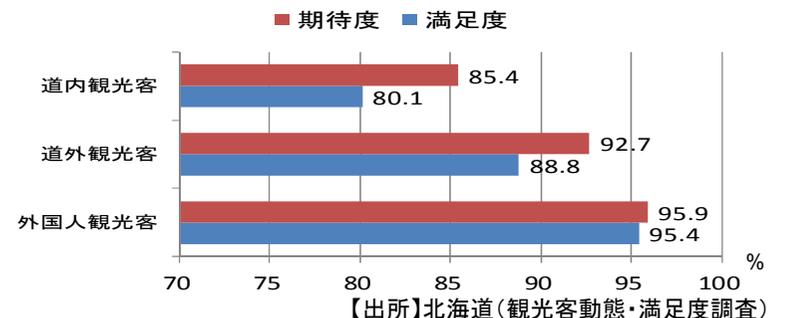
## 道外客はリピーター、外国人客の3割が2回目以上

・道外客の5割が4回以上訪れているリピーター。外国人客は3割が2回目以上の訪問であるが、7割が初めての訪問である。それぞれ何を期待して来道するのかを把握し適切な対応が必要。



## 外国人客は高い満足度

・北海道観光に対する期待度に対し、満足度は全ての観光客で低くなっており、その差は、道外、道内客で高くなっている。外国人客の差はわずかではあるが、今後リピーター客の増加が予想されるなか、厭きさせないより高いサービスの提供により、満足度の低下を招かない対応が必要。



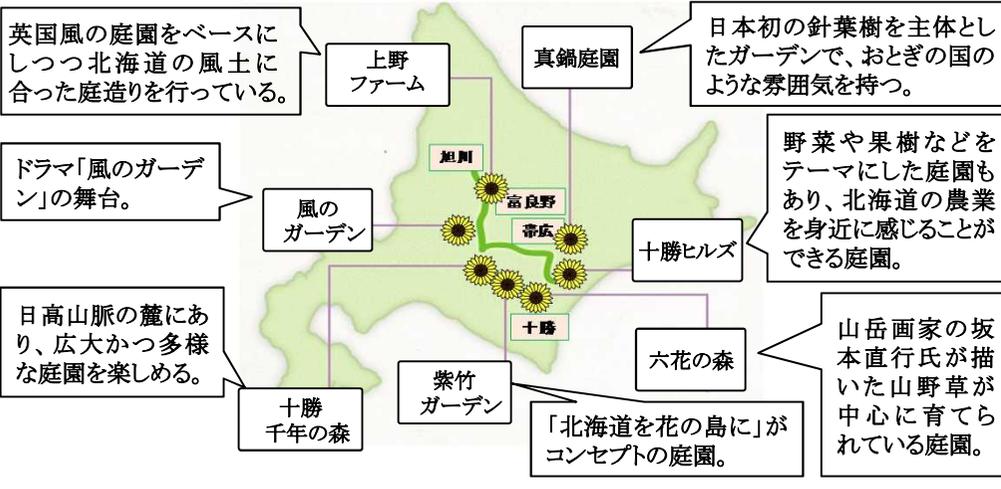
# 北海道観光の可能性（観光資源の磨き上げ） 2/4

## 観光資源を活かした広域連携による観光客の誘致 ～北海道ガーデン街道（北海道運輸局「北海道観光掘り起し・磨き上げコンテスト」：優秀賞）

- 北海道への来道者数が近年伸び悩んでいる中、上川地区（旭川市、富良野市等）と十勝地区のエリアを超えた広域連携により、北海道の自然環境や食を始めとした観光資源を活かしたテーマ性のある滞在型観光ルートを構築。
- 旭川～富良野～十勝を結ぶ全長約200kmの街道周辺に点在する北海道の代表的な7つの観光庭園を連携させた「北海道ガーデン街道」では、中高年の女性等をターゲットとした観光客誘致を展開。
- 滞在日数の長期化など取組みの成果が現れつつあり、関係者間の連携深化、連携地域の拡大により一層の相乗効果の発揮が期待される。

### 1. 北海道ガーデン街道

- ・十勝は農業や酪農など食のブランドは強いが、通過型の観光地。富良野はテレビドラマの舞台に依存しない観光の創出が課題。
- ・ドイツ「ロマンティック街道」を手本に、観光地を点と点で結ぶ従来型観光から「ガーデン」という共通テーマの設定によるエリア滞在型観光への転換を図る。加えて、観光ブランドの確立を目指し、民間が主体となって平成21年に構築。



### 2. ガーデンだけじゃない！他にも「街道メニュー」を提供中！

- ・「北海道チーズ&ワイン街道」（平成23年）
- ・「北海道カフェ・スイーツ街道」（平成25年）



・ガーデンで「見る」需要を満たしつつ、「食」に対する需要の底上げを図るため、ガーデン街道沿いの各店舗・工房等が連携、食をテーマとした観光ルートを構築。

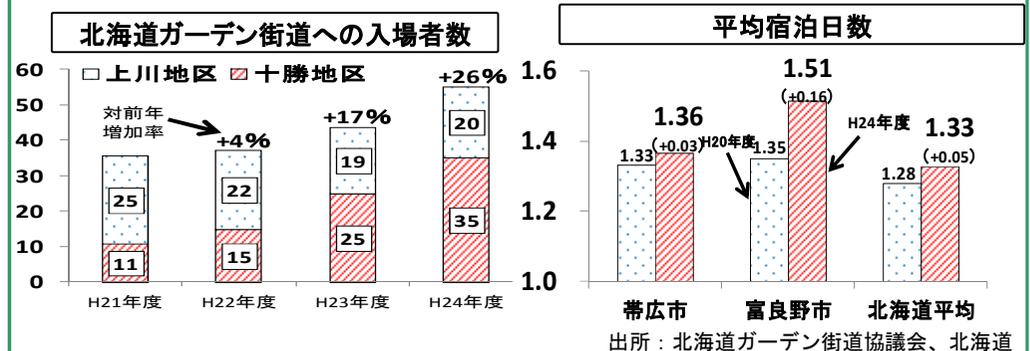
・各エリアにオフィシャルホテルを指定し、「見る」「食べる」「泊まる」の有機的な連携により、地元への経済効果の拡大を目指す。

### 3. 観光客誘致に向けた具体的な取組み

- ・ベンチャー企業を設立し、「北海道ガーデン街道」の商標権を取得しブランド化。商標を使用したツアーを造成する際は、上川・十勝両地区をまたがる旅行内容とするよう要請。
- ・主たる顧客ターゲットは、時間と資金に余裕がある中高年の女性など。花やガーデンの写真を多用するなど女性の視点に立ったパンフレット等の作成。⇒捨てられにくい材料、再訪を促すツールとしても有効。
- ・英語版パンフレットを作成し、海外客に人気のラベンダーと組み合わせての来訪を企画。

### 4. 入場者数は増加傾向、通過型から滞在型観光へ

- ・ガーデンへの入場者数は、設立時(平成21年度)に比べ1.5倍に増加。
- ・ガーデン巡りの宿泊拠点となる帯広市や富良野市では、観光客の平均宿泊日数が連携前と比べ増加。



### 5. 今後の展望(新たなガーデンの連携)

- ・層雲峡温泉がある上川町の「大雪森のガーデン」が来年度から加わることが決定。(園内では三國清三シェフのレストランが営業。)関係者間の連携深化に加え、連携地域の拡大により一層の相乗効果が期待される。

# 北海道観光の可能性（映像の力、ニッチな領域による観光資源の創出） 3/4

## 映像の力による観光客の誘客 ～札幌コンテンツ特区

北海道は、自然、景観、四季の変化、食材など、魅力的な映像素材を多数有し、これまでに400本を超える映画の舞台となるロケ地のメッカである。

### ◆映像を通じてロケ地が観光資源

TVドラマ「北の国から」	富良野市観光客数	S56年:117万人→H14年:249万人
中国映画「狙った恋の落とし方」	中国人来道者数	H19年:2.7万人→H20年:4.7万人→H21年:9.3万人

札幌コンテンツ特区 (H23.12.22指定、H24.6.28特区計画の認定)

・札幌・北海道のインバウンド観光の増加や貿易促進を実現するために、アジアにおける映像コンテンツの国際共同制作・国際共同流通・共同人材育成を推進 ⇒ アジアにおける映像産業拠点化を目指す！

### 札幌・北海道の映像販売実績

取引先国	販売時間数(h)
香港	112.0
タイ	106.0
台湾	85.0
シンガポール	32.0
マレーシア	20.0
インドネシア	17.0
その他	18.5
合計	390.5

【出所】札幌市

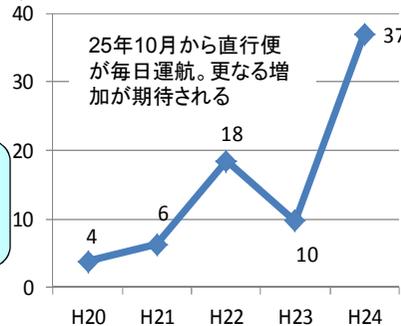
・再放送を含めると1,800時間の販売に達する。

・今後は、来道者数が少ない国への販売に力を入れ、観光客の増加につなげたい。(札幌市)

映像効果も？

- ・好調な経済情勢
- ・根強い北海道人気
- ・直行便の就航

### 急増するタイからの来道者数



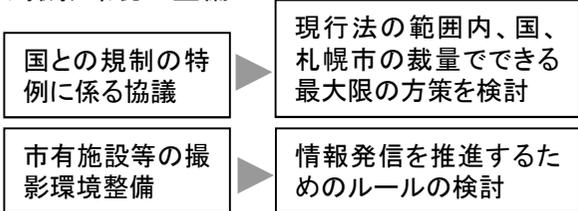
【出所】北海道

・H25年1～7月までの入国者数は既に2万3千人に達する(法務省入国管理統計)

### 観光客を誘客する新たなツールも

・タイ中心部と空港を結ぶ路線に、札幌発の仮想アイドル「初音ミク」のラッピング列車が登場。好評により2か月延長の運行となるなど、タイ人観光客誘客に一役買っている。

### ◆撮影環境の整備



映画「探偵はBARにいる2」  
経済効果51,112千円

(公開、観光等に係る波及効果は含まず)

## ニッチな領域の観光資源の創出

趣味や嗜好の多様化に対して、ニッチな観光資源を掘り起こし、観光客の獲得に向けた取組みが必要。

一番最近の旅行で北海道に行かなかった理由(主なもの)

どんなきっかけがあれば北海道へ行くか(主なもの)

理由(単位:%)	割合	理由(単位:%)	割合
旅行費用が高いから	41.7	安い航空券とホテルのバックがあったら	56.1
最低でも2泊3日以上でない と行く意味がないから	31.3	航空券が安くなったら	36.2
行くのに時間がかかるから	30.7	北海道でしか見られないもの、 体験できないことがあれば	26.3
行く時間がないから	26.3	安い団体旅行のバックがあったら	16.7
将来に行けばいいから	15.5	充実した食事、設備があったら	13.7
寒いところが嫌だから	10.5		

今、北海道へ行かなければならない動機付けや必要性の発信が必要

【出所】北海道運輸局(46都道府県居住者の「北海道観光」に関する調査報告書)

◇ラフティング等のアクティビティを提供する体験ツーリズムに力を入れており、この地域で何ができるのか、ここでしかできないこと、域内に長くとどまってもらい宿泊日数を伸ばすための工夫に取り組んでいる。(観光協会)

### 国土交通省主催「日本タビカレッジ」北海道における取組み

- ・北海道の広い大地をサイクリング
- ・ロリカワツーリズム♥小樽・札幌でロリカワしよう！
- ・カメラ女子&親子集合！日本最東端の別世界へ
- ・五感で楽しむプレミアムリゾート・富良野
- ・酪農エリアを歩こう！「北根室ランチウェイ」

総合ランキング第1位  
小樽・札幌における従来の観光資源に、北海道独自のロリカワ文化を、観光資源として磨き上げていく。

### それぞれの趣味・嗜好に合わせた旅行プラン ～新たな旅行需要の創出

### 漫画「銀の匙」で観光客をすくう ～十勝

- ・発行100万部を超える人気漫画「銀の匙」を活用した「食育ツーリズム」や作品の舞台をめぐる体験ツアー等を首都圏の旅行会社などへ提案。
- ・定番の観光地だけではなく、目新しい要素を打ち出す。
- ・同作品のアニメ放送に当たっては、CM枠を買い取り十勝をPR。
- ・来春には、映画の上映も予定されており、更なる観光資源となる可能性が高い。

作中の高校のモデルとなった帯広農業高校では、主人公が所属する酪農化学科への出願者数が倍増(32人→68人)

# 北海道観光の可能性（外国人観光客増加の取組み） 4/4

- アジアからの観光客が増加しているが、その中でも東南アジアの増加率が大きい。
- 東南アジア観光客は北海道の「食」・「温泉」・「自然」に自国との補完性を求めて旅行先として選んでいる。
- これからより増加することが見込まれる東南アジア観光客を獲得していくためには北海道の魅力を伸ばしていただくだけではなく、その国に対応した「おもてなし」や観光環境を改善させることが必要である。

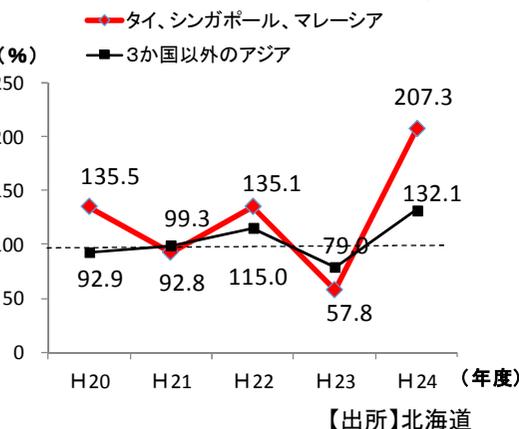
## 増加著しい東南アジア観光客

- ・北海道へのアジアからの外国人観光客は66万人と全体の約8割を超えているなか、平成24年度も好調に推移した。
- ・中でも、実数は少ないものの、タイ、シンガポール、マレーシアからの観光客の増加が著しい。

外国人来道者計(人)	タイ、シンガポール、マレーシア	3か国以外のアジア	その他
790,400	82,500	579,200	128,700
構成比(%)	10.4	73.3	16.3

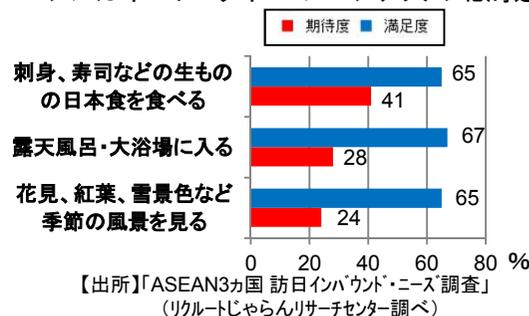
- ・増加の要因は、東南アジアの経済成長により旅行者が増えており、直行便の新規就航、既存路線の増便や為替環境の影響などが考えられる。

アジアからの来道客数の前年比の推移



## 外国人旅行者が感じる北海道観光の満足度と課題

シンガポール・タイ・マレーシア人の北海道観光での満足度(主なもの)



・北海道観光の目的であった「食」・「温泉」・「自然」では、満足度が旅行前の期待度を上回っており、東南アジア観光客が北海道観光に満足を感じていることがわかる。



満足的一方

- ・「2次交通が脆弱のため、駅からの交通が不便であるほか、英語の案内の表示が少ない。都市部は良いが、少し離れると交通も標識もよりわかりづらい。」(シティホテル)
- ・「せっかく直行便で早く到着しても、他の到着便と重なった際には入国手続きに時間を要する場合があります、時間がもったいない。」(海外航空会社) と言った不満の声も聞かれた。

**観光環境の改善により東南アジア観光客を増やす！**

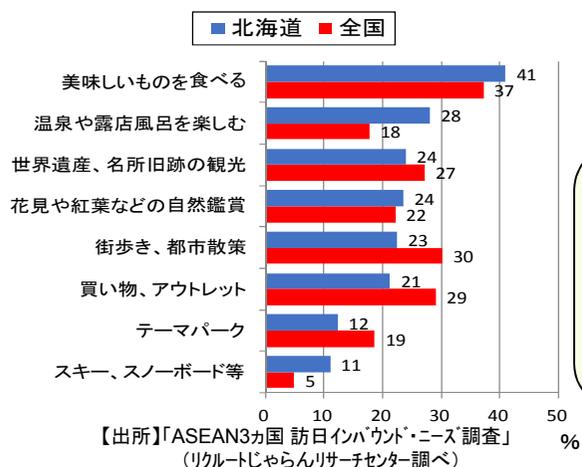
## 外国人観光客獲得に向けた「おもてなし」

北海道の観光施設では外国人観光客受入れのため様々な取組が行われている。

- ・外国人観光客は滞在中インターネットを多用することから全館でWi-Fi設備を完備し環境を整えた。
- ・観光協会が、急増するタイ人観光客にも喜んでいただけるよう、新たに「タイ語版温泉街観光パンフレット」を作成。観光名所や土産品の観光案内が好評。
- ・タイ語を話せる従業員を雇用。浴衣や餅つきなどの日本伝統文化を体験できるサービスを展開。リピーターも増えており常にメニューを変えていく。
- ・イスラム教観光客の増加に対応するため、道内ホテルも本格的にイスラム料理「ハラール」の提供を開始。また、ホテル内にお祈りの場所も提供しイスラム教徒を歓迎。

## 自国との補完性を求める東南アジア観光客

シンガポール・タイ・マレーシア人観光客が北海道を訪れた目的(主なもの)



・北海道を訪れた目的を全国と比較すると、「食」・「温泉」・「自然」などで全国を上回っている。

東南アジア諸国と北海道では、気候・食事・自然環境に大きな違いがあり、自国との補完性を求めて北海道を旅行先として選んでいる。

**何を求めているのか？⇒旅行商品の造成や情報発信により売り込む！**