

2025
11
NO.483

調査ニュース

今月の注目点

北海道とのつながりを探る ～関係人口が示す地域の未来～

国土交通省による調査で、「関係人口」の実態が明らかになりました。関係人口とは、特定の地域に対して継続的に多様な形で関わる人を指し、全国では2,263万人に上りました。これは、居住人口（18歳以上）に対して約2割に相当します。

都道府県別に関係人口（関わり先別）をみると、北海道は137万人となり、東京都（213万人）に次ぐ第2位となっています。道外に居住する人々にとっても、北海道との関係が多様かつ密接であることがうかがえます。人口減少の進行が早い本道にとって、関係人口を拡大し、地域とのつながりを持続的に築くことは、地域振興における重要な課題といえます（P 4～7に関連記事を掲載）。

都道府県別（関わり先）の関係人口（推計結果）



最近の道内経済動向 2

フォーカス 3

- 地域を支える白い支出
～冬を守る除排雪費用の動き～

トピックス 4

- 拡がる北海道の関係人口
～地域とつながる人々の「楽しみ方」を探る～

図表でみる北海道 シリーズ⑬ 8

- 生活用品の消費動向から読み解く道内経済
～POSデータからみる買い物の変化～



最近の道内経済動向

- 道内景気は、緩やかに持ち直している。
- 先行きは、持ち直し基調が続くと見込まれるもの、米国による関税政策の動向に注意を要する。

(注) 基調判断は2025.10.23時点で入手可能な主要経済指標を参考とした(8~9月実績が中心)。

●個人消費は持ち直しの兆しがみられる

8月の供給側の統計(インバウンド向けを含む、商業動態統計など)をみると、百貨店・スーパー(既存店、前年比+1.4%)は22年3月以来、増加が続いている。また、コンビニエンスストア(同+2.1%)は1カ月連続で増加した。一方、新車販売台数(軽含む乗用車、同▲6.4%)は2カ月連続で減少した。需要側の動きをみると、家計の消費支出額(8月の家計調査を基に算定)は前年比+36.2%と9カ月連続で増加した。食料品(同+12.2%)などが全体を押し上げた。総じてみれば、個人消費は持ち直しの兆しがみられる。

(注) 既存店とは、当月及び前年同月とも調査の対象となっている事業所を指す。

●観光は過去最高水準で推移している

道内への外国人入国者数(9月:14.2万人)は前年比+10.2%と持ち直した。また、来道者数(8月:155.9万人、国内交通機関経由)は同+5.1%と24年6月以来、前年を上回っている。外国人入国者数、来道者数とともに、過去最高水準で推移している。

(注) 外国人入国者数とは、道内で入国手続きした外国人数。来道者数とは、国内路線(航空、JR、フェリー)利用による旅客数(国内客と道外で入国手続きした外国人客)を指す。

●住宅建築は弱含んでいる、設備投資は持ち直しの動きがみられる、公共工事は高水準で推移している

新設住宅着工戸数(8月:2,029戸)は、前年比▲11.5%と5カ月連続で減少した。建築基準法などの改正を前にした駆け込み需要がはく落し、住宅着工戸数は弱い動きが続いている。主要な利用関係別にみると分譲住宅(同+22.5%)は増加したものの、持家(同▲5.7%)や貸家(同▲13.5%)などが減少し、全体を押し下げた。分譲住宅の内訳をみると、戸建て(同▲12.5%)は減少した一方、マンション(全増)が増加した。

日銀札幌支店が10月1日に公表した企業短期経済観測調査(北海道分、9月調査。以下、短觀)の設備投資額[ソフトウェア・研究開発を含む設備投資額(除く土地投資額)]をみると、25年度は全産業が前年比+12.2%、製造業が同+19.9%、非製造業が同+7.6%となった。

公共工事出来高(8月:2,064.6億円)は、前年比+5.2%と2カ月連続で増加した。公共工事の契約ベースである公共工事請負金額(9月:496.1億円)は同+2.4%と2カ月ぶりに増加した。

●生産は一進一退の動きとなっている

鉱工業生産(8月)は前月比▲5.7%と、2カ月連続で低下した。「輸送機械」(同+3.6%)などが上昇したもの、「金属製品」(同▲32.1%)などが低下し、全体を押し下げた。

●輸出は持ち直しつつある

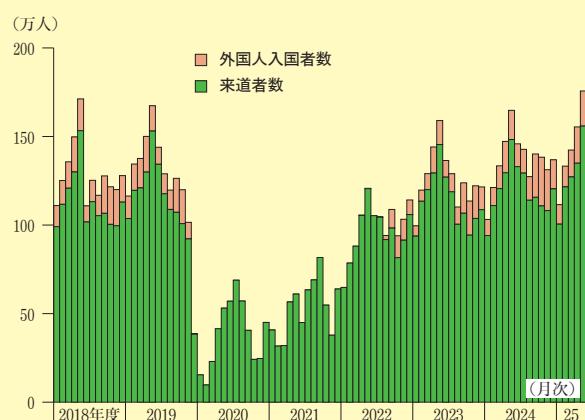
通関輸出額(9月:369.5億円、速報値)は、前年比+6.6%と3カ月連続で増加した。東南アジア向けを中心とした「魚介類・同調整品」(同+16.8%)などが全体を押し上げた。また、米国向け輸出は、同+43.1%と増加した。内訳をみると、「魚介類・同調整品」(同▲44.6%)が減少した一方、「自動車の部分品」(同2.1倍)が大幅に増加した。

●雇用情勢は緩やかに持ち直している

8月の有効求人倍率(原数値、パート含む常用)は0.92倍(前年差▲0.02ポイント)と4カ月ぶりに低下した。日銀札幌支店が10月1日に公表した短觀をみると、雇用人員判断DI(「過剰」-「不足」)は、全産業で▲47と過去最低に近い水準となっている。総じてみれば、人手不足に起因した労働需給のひっ迫を受けて、雇用情勢は緩やかに持ち直している。

道内における観光客数の動向

2025年8月における道内の観光客数(外国人入国者数+来道者数)は、統計データが確認できる2004年以降、最高水準となった。これまで観光客数が最も多かった2018年同月と比べても、来道者数は+1.7%、外国人入国者数では+10.5%といずれも増加した。



地域を支える白い支出 ～冬を守る除排雪費用の動き～

1. 除排雪費用の概況

北海道の自治体では、毎年の降雪量に応じて多額の除排雪費用が発生しています。札幌市の令和7（2025）年度予算は約285億円で、全道最大規模となっています。旭川市は約35億円、小樽市は約19億円等となっています（図表1）。なお、各自治体の除排雪予算を人口で割ると、ひと冬あたり約15,000円前後が目安となります。除排雪費用は、一般的に除雪・排雪・雪堆積場の維持管理を含めた包括的な費用構造を有しており、降雪状況に応じた弾力的な運用がなされています。

2. 除排雪費用は2019年度比で1～3割程度増加

道内の主要都市を例に、除排雪費用の推移を確認します（図表2）。2021年度以降、人件費や燃料費の高騰等の影響を受け、各市の除排雪費用は増加傾向にあります。さらに、機械の老朽化や降雪量の変動なども、その要因として挙げられます。直近の令和7（2025）年度予算ベースでみると、2019年度と比較して、1～3割程度の増加がみられます。この増加は都市インフラの維持、安全確保の観点からも、やむを得ない措置であることが理解できます。

3. 道内自治体に共通する除排雪の課題

道内の自治体に共通する課題として、「財政負担の増大」、「担い手不足」、「気候変動の不確実性」という三重の課題が挙げられます。降雪量の変動が大きいため、少雪の年には予算に余剰が生じ、豪雪の年には予算不足が発生しやすい構造的な課題を抱えています。さらに、除雪オペレーターの高齢化等により、安定的な除排雪体制の維持も困難になりつつあります。こうした状況の中で、各自治体では、ICTを活用した作業の効率化や、地域住民との協働などを通じて、持続可能な除排雪体制の構築に取り組んでいます。

これらの取り組みにより、降雪量の変動や人手不足といった環境変化に柔軟に対応しながらも、市民生活の安心と都市機能の安全を両立させる「冬を安心して過ごせる都市づくり」が期待されます。除排雪活動の持続的な展開は、地域全体の防災力を高めるとともに、都市の魅力向上にも直結する取り組みとも言えます。

（伊藤 慎時）

図表1 除排雪費用の予算規模

（単位：億円、円）

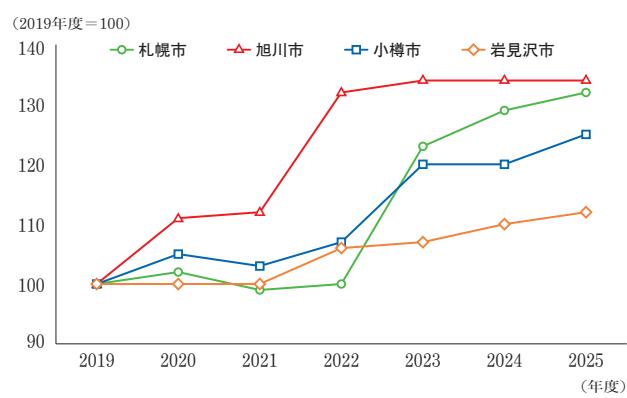
市町村	除排雪費用	人口 1人当たり
札幌市	284.8	14,564
旭川市	35.3	11,158
小樽市	19.3	18,433
江別市	18.5	15,679
岩見沢市	15.2	20,484

（注1）除排雪費用は令和7年度予算ベース。

（注2）人口は令和7年住民基本台帳人口（令和7年1月1日現在）を用いた。

（出所）各市の予算資料を基に、道銀地域総合研究所作成

図表2 除排雪費用の推移



（注）2019年度を基準（100）として指数化した。

（出所）各市の予算資料を基に、道銀地域総合研究所作成

拡がる北海道の関係人口

～地域とつながる人々の「楽しみ方」を探る～

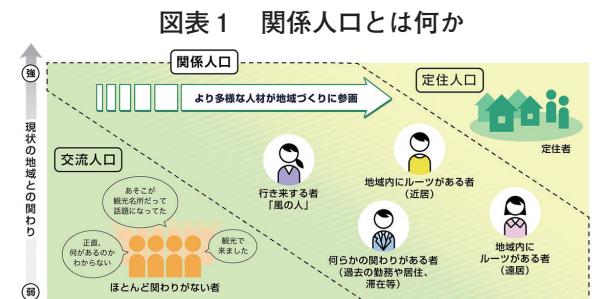
地域に新たな活力をもたらす存在として注目される「関係人口」。本稿では、国土交通省が2025年6月に実施した「関係人口の実態把握」調査の分析結果を基に、北海道における関係人口の特徴とその動向を読み解きます。

1. 地域に新たな活力をもたらす関係人口

昨今、地域との多様な関わり方を表す「関係人口」が注目を集めています。定住人口、交流人口では捉えきれない、地域に継続的な興味や関心を有する人々が、地域に新たな活力をもたらしています（図表1）。関係人口は訪問の有無やその活動内容に応じて、複数のタイプに分類されています（図表2上）。また、関係人口の実態を把握するうえでは、「関わり先別」と「居住地別」の2つの視点が有効です（図表2下）。前者の「関わり先別」でみると、北海道を関わり先としている関係人口は137万人に上ります。これは、道外居住者を中心に、関わり先として北海道を選んでいる層を指します。すなわち、本道に対して継続的に関わりを持っている人々を意味します。一方、「居住地別」でみた場合、北海道に居住し、他地域との関わりを持つ関係人口は82万人となっています。こちらは、道民がどの地域と関係を形成しているのかを示す視点といえます。

2. 本道は域外からの関与を受ける構造

都道府県別に関係人口の「関わり先別÷居住地別」の値を算出しました（図表3）。この指標は、各地域が他地域に対して「関わる側」なのか、それとも「関わられる側」なのかを相対的に示しています。数値が1を上回る場合は域外からの関与を多く受けるインバウンド型の構造を示し、1を下回る場合は、



（出所）総務省 地域への新しい入口『二地域居住・関係人口』ポータルサイト

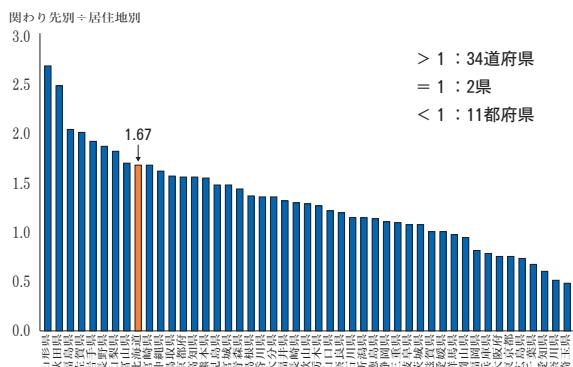
図表2 関係人口の概要

関係人口	概要
訪問系	定期的・継続的に関わりがある地域があり、かつ訪問している人（日常生活圏、通勤圏等を除く）
直接寄与型	ボランティア、まちおこし等につながるようなプロジェクトへの協力等
就労型（現地就労）	地元の企業・事業所での労働（地域における副業）等
参加・交流型	地域の人との交流やイベント、体験プログラム等に参加
就労型（テレワーク）	本業として普段行っている業務や仕事（テレワーク等）
趣味・消費型	地縁・血縁先以外で地域での飲食や趣味活動等を実施
非訪問系	ふるさと納税、地場産品購入、オンライン交流等

タイプ	北海道(万人)	概要
関わり先別	137	関わり先として北海道としている層
居住地別	82	居住地が北海道である層

（出所）国土交通省「関係人口の実態把握」を基に、道銀地域総合研究所作成

図表3 北海道は「関与を受ける側」としての傾向が強い



他地域への関与が相対的に多いアウトバウント型の構造を意味します。北海道では、この値が1.67となり、他地域からの継続的な関与を多く受ける構造となっています。

3. 道外居住者による北海道との関わり

話を戻して、道外に居住する人々のうち、北海道を「関わりのある地域」と選択した層の活動内容をみていきます。

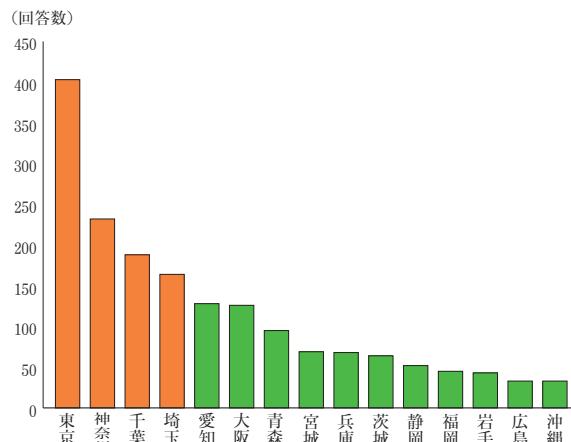
居住地別では、関東圏が上位4位を占めており、その後に愛知県や大阪府といった都市圏、さらに東北地方が続きます。福岡県、広島県など、遠方の居住者も一定程度存在していることがわかります（図表4）。

活動内容が訪問である層について地域との関わり年数をみると、5年未満が34.5%、5年以上15年未満が25.8%、30年以上が20.3%となっています（図表5）。この結果から、「比較的最近に地域と関わりを持ちはじめた層」と「長年にわたり地域との結びつきを維持してきた層」の双方が存在しており、関わり年数で二極化していることがわかります。特に5年未満の層が3割を超えており、ワーケーションや移住体験など多様な関わり方の広がりを背景に、新規層の拡大が進展しているとみられます。

次に、北海道での過ごし方をみていきます（図表6）。最も多いのは、「地場産品の購入等」の消費活動であり、地域経済に直接的な影響を与えています。次に多いのは、「特に何もしないで過ごす」層です。一見すると消極的にもみえますが、予定を立てずに気ままに過ごすこと自体に、価値を見い出していると考えられます。このような自由な過ごし方も、北海道滞在の魅力のひとつといえるでしょう。その他は、「趣味を楽しむ」、「親族との交流」等が挙げられます。

このように、本道での過ごし方は、消費活

図表4 北海道の関係人口（道外居住者）

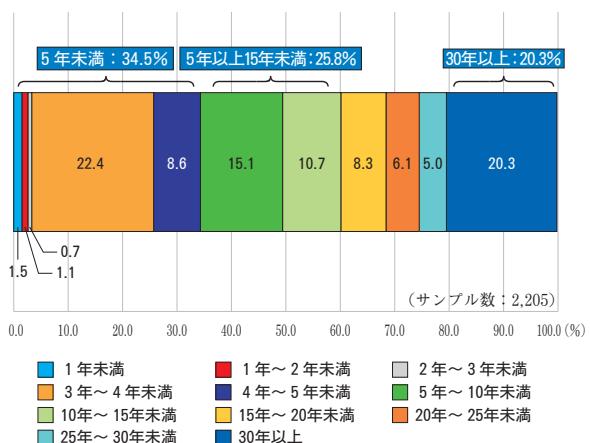


(注) 国土交通省のアンケートにて、関わりのある地域（都道府県）

として北海道を選択した層を対象とした（サンプル数2,205）。

(出所) 国土交通省「関係人口の実態把握」を基に、道銀地域総合研究所作成

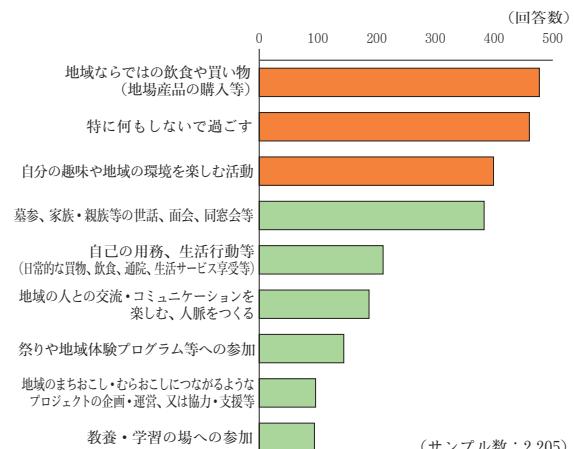
図表5 地域（北海道）との関わり年数



(注) 四捨五入の関係で合計は100%になるとは限らない。

(出所) 国土交通省「関係人口の実態把握」を基に、道銀地域総合研究所作成

図表6 関わり先（北海道）での過ごし方



(注) 複数回答あり。

(出所) 国土交通省「関係人口の実態把握」を基に、道銀地域総合研究所作成

動や交流、自由な滞在など、多様な形で展開されており、本道との関わり方の拡がりを感じさせます。

4. 現地へ訪問せずに関わる層の拡大

続いて、道外居住者で訪問を伴わない形で本道に関与する層の動きをみていきます。

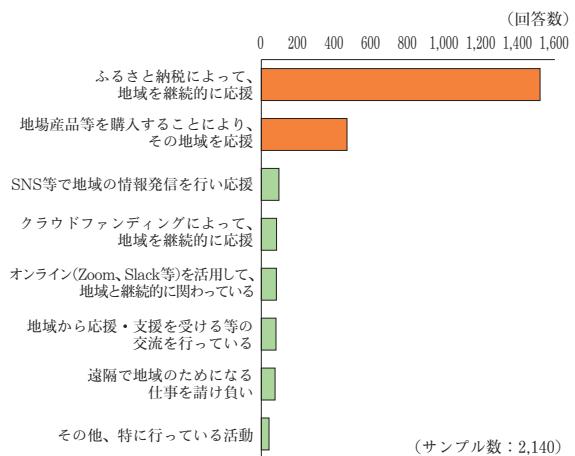
本道への関わり方をみると、「ふるさと納税による応援」と「地場産品の購入による応援」の2つが、圧倒的に多くを占めています(図表7)。これらはいずれも、実際に現地を訪れずに地域へ貢献できる仕組みであり、道外居住者が気軽に参加しやすい関わり方として、定着していると考えられます。

次に、関わりのある地域をみると、札幌市、函館市、紋別市、小樽市、白糠町などが上位に並んでおり(図表8)、ふるさと納税の寄付受入額が多い自治体とも一部で重なっています。いずれも知名度の高い観光地や特産品の魅力が高い地域であり、地域資源の発信力が寄与しているとみられます。

また、地域との関わり年数をみると、5年未満が約8割を占めており、訪問有の層とは違った傾向がみられます(図表9)。すなわち、訪問を伴わない関係人口は、比較的最近になって地域との関わりを持ちはじめた層を中心であり、新たなスタイルによる地域参加として拡大している様子が読み取れます。

最後に、地域との関わりを持つようになったきっかけをみると、最も多い回答は「地域に対して憧れや好感、共感を持ったから」でした(図表10)。これは、北海道の自然環境や食、文化等に対して、ポジティブな感情を抱く人が多いことを示しています。次に多いのは「仕事などを通じて関係のある地域だった」という回答であり、業務上の接点をきっかけに、地域とのつながりが生まれるケースも一定数存在しています。このように、共感

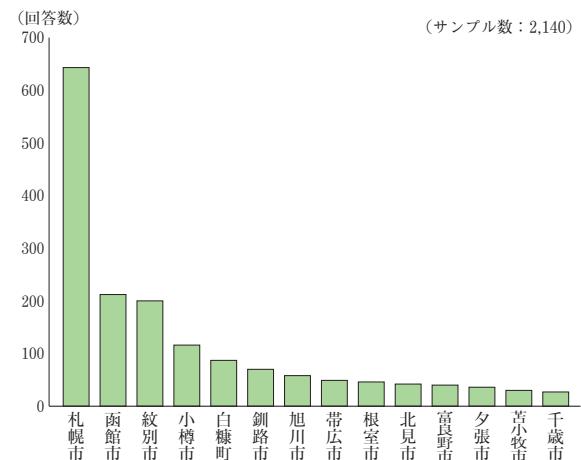
図表7 北海道への関わり方(訪問無)



(注) 複数回答あり。

(出所) 国土交通省「関係人口の実態把握」を基に、道銀地域総合研究所作成

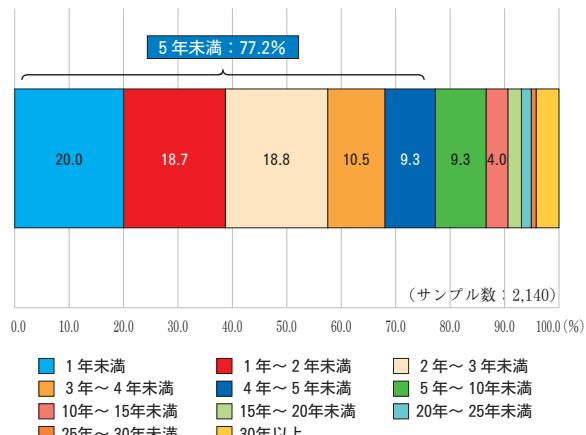
図表8 関わりのある地域(市町村)



(注) データ分類上、札幌市は10区に分かれているが、それらを1つにまとめた。

(出所) 国土交通省「関係人口の実態把握」を基に、道銀地域総合研究所作成

図表9 地域での関わり年数(訪問無)



(注) 四捨五入の関係で合計は100%になるとは限らない。

(出所) 国土交通省「関係人口の実態把握」を基に、道銀地域総合研究所作成

や憧れといった要因を主な動機として、訪問を伴わなくとも地域との関係が形成されています。

5. 本道居住者にみられる域内交流の動き

最後に、北海道居住者が、どの地域の関係人口になりやすいのか、また、どのような目的で活動しているのかをみていきます。

まず、訪問を伴う層では、北海道内の他地域を対象に関わりを持つケースが多くみられます(図表11)。その背景には、地理的な近さ、生活圏の重なり、さらに仕事や学業、観光などを通じた接点の多さがあると考えられます(図表12)。

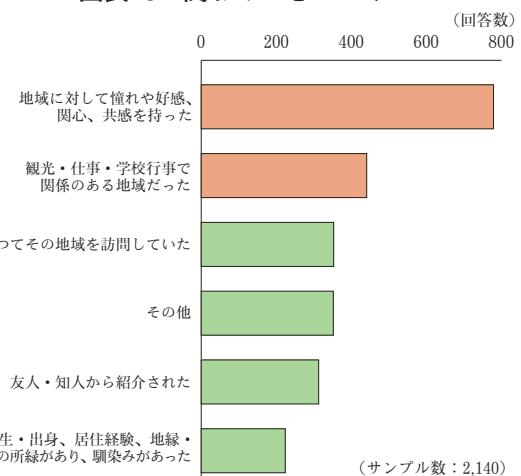
のことから、道内居住者は道外よりも道内の他地域に対して関係人口となる傾向が強いといえます。北海道は他都府県と比較して広域圏であるため、域内での交流や回遊が一定程度活発に行われており、道内での関係人口の形成が進展していることがうかがえます。

また、訪問を伴わない層の活動においても、関わりある地域として最も多いのは、北海道となっています。すなわち、道内居住者の多くが、自らの居住地以外の道内地域に対して関心を寄せている様子が確認されます。関与方法としては、「ふるさと納税による応援」や「地場産品の購入」を中心となっています。

6. 北海道の関係人口にみる外と内の構造

これまで、北海道における関係人口を「外側」と「内側」という2つの視点からみてきました。このように、北海道の関係人口は、道外からの関わりと道内でのつながりが重なり合うことで、地域との関係がより多層的に拡がっていることがわかります。今後は、こうした“外と内のつながり”をいかに持続的な地域の活力へとつなげていくかが、重要な視点となるでしょう。(伊藤 慎時)

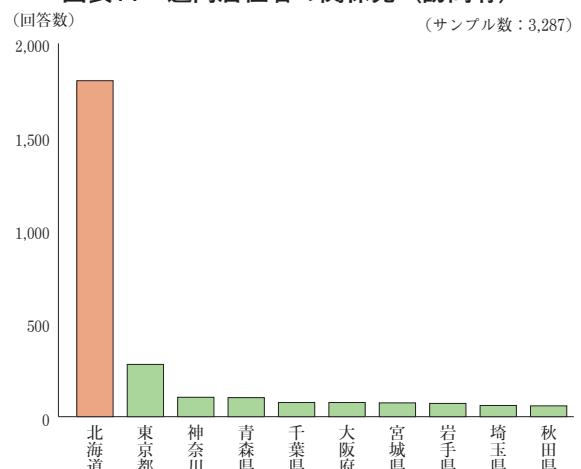
図表10 関わりのきっかけ



(注) 複数回答あり。

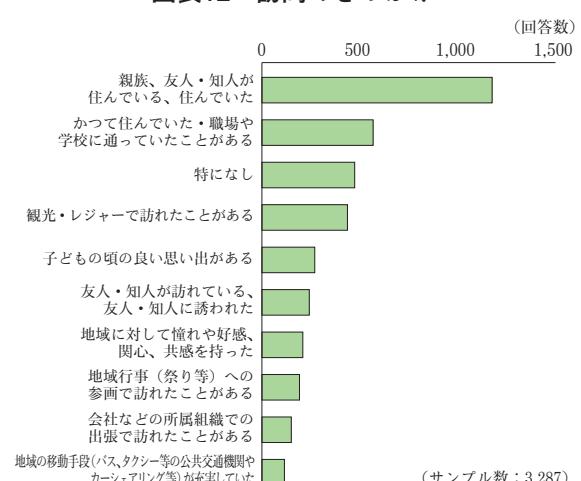
(出所) 国土交通省「関係人口の実態把握」を基に、道銀地域総合研究所作成

図表11 道内居住者の関係先 (訪問有)



(出所) 国土交通省「関係人口の実態把握」を基に、道銀地域総合研究所作成

図表12 訪問のきっかけ



(注) 複数回答あり。

(出所) 国土交通省「関係人口の実態把握」を基に、道銀地域総合研究所作成

生活用品の消費動向から読み解く道内経済 ～POSデータからみる買い物の変化～

購入金額は米などで上昇幅が大きい

2024年12月の北海道における生活用品（食料品等）の購入金額をみると、生鮮食品や米が上位を占めています（図表1）。また、カップ麺、スナック等で前年比の上昇幅が大きく、購入金額の増加が顕著でした。次に、購入金額の変化要因を把握するために、購入単価（金額）と購入点数（数量）に分けて、それぞれの動向を確認します。

購入単価はビールを除いて軒並み上昇

2019年を基準（100）とした場合、上位4品目の生鮮関連食材の単価は、いずれも直近で160前後となっており、高温等の影響もあって、価格上昇のペースが加速しています（図表2）。第5位の米は、購入単価の上昇幅でみると最も大きく、この5年間で単価は約2倍に達しています。一方、価格が下落したのはビールであり、酒税引き下げの影響が考えられます。また、菓子類の中では、チョコレート製品の単価上昇幅が大きく、原材料に占める輸入品の比率が高いことが要因とみられます。

購入点数の減少と安価な商品へのシフトも

全般的に、購入点数は下落傾向にあります（図表3）。上位4品目である生鮮食材の購入点数は、軒並み減少しており、下落幅は2～3割に達しています。特に購入単価の上昇幅が大きい品目ほど、購入点数の下落傾向が顕著にみられます。一方で、主食である米は購入点数の落ち込みが限定的です。また、カップ麺やスナック等の購入点数は上昇しており、物価上昇の中で、比較的安価な商品へ需要がシフトしている可能性が考えられます。

（伊藤 慎時）

図表1 生活用品の購入金額上位

（単位：円、%、点）

順位	品目	購入金額	前年比	購入単価	購入点数
1	惣菜	379,781	3.4	385	986
2	青果	277,214	10.6	248	1119
3	鮮魚	232,593	2.8	732	318
4	精肉	232,138	7.1	600	387
5	米	63,719	90.7	2,972	21
6	ラッピングフィルム	59,297	-7.2	288	206
7	ビール	53,907	-3.8	990	54
8	カップ麺	46,768	23.5	122	384
9	チョコレート	37,070	3.5	197	188
10	スナック	35,362	12.6	125	283

（注1）2024年12月における北海道のデータを使用。

（注2）購入単価、購入点数は四捨五入した。

図表2 購入単価の推移

順位	品目	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
1	惣菜	99.9	135.0	147.0	160.4	165.3
2	青果	99.9	134.6	139.5	147.8	163.9
3	鮮魚	99.9	134.0	145.1	150.6	163.0
4	精肉	99.9	134.0	148.3	155.7	161.6
5	米	103.1	97.1	105.4	116.0	197.4
6	ラッピングフィルム	101.1	111.0	132.6	139.3	143.7
7	ビール	88.8	69.2	74.2	80.3	78.7
8	カップ麺	100.1	105.6	109.8	122.1	111.4
9	チョコレート	101.4	113.6	117.7	127.2	141.4
10	スナック	98.8	107.5	120.5	131.6	134.5

（注）各年12月の購入単価を使用。

図表3 購入点数の推移

順位	品目	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
1	惣菜	113.2	75.3	79.5	80.1	80.4
2	青果	106.0	69.0	76.2	67.7	67.6
3	鮮魚	111.0	79.9	74.5	69.9	66.4
4	精肉	107.2	66.5	74.3	77.3	79.8
5	米	114.8	70.2	69.7	85.1	95.4
6	ラッピングフィルム	101.5	77.4	84.1	84.4	76.0
7	ビール	111.9	97.5	108.3	98.5	96.7
8	カップ麺	111.0	111.3	129.4	117.1	158.4
9	チョコレート	101.7	109.2	97.1	115.7	107.7
10	スナック	105.9	118.7	101.4	112.1	123.5

（注）各年12月の購入点数を使用。

〈図表1～3に関する脚注（共通）〉

（注1）地域のスーパー、ドラッグストアのレジのPOSデータを基に、飲食料品や日用品などの購入点数、購入金額、購入単価の値を使用。

（注2）購入金額、購入点数はレジ通過1,000人あたりの値。

（注3）2019年の値を基準（100）として、各年の値を指数化した（図表2・3）。

（出所）RESAS True Data by 株式会社 True Data を基に、道銀地域総合研究所作成

調査ニュース（2025・11）NO.483

発行 株式会社 北海道銀行（ウェブサイト <https://www.hokkaidobank.co.jp>）
企画・編集 株式会社 道銀地域総合研究所 経済調査部（照会先：伊藤）

〒060-0061 札幌市中央区南1条西4丁目16番地2 道銀ビル別館

TEL (011) 233-3562 FAX (011) 207-5220

〈本誌の無断転用、転載を禁じます〉