



## 最近の道内産業経済動向

国内景気回復の波及を主因とした生産増、雇用環境での改善基調など一部で明るい動きが続いており、緩やかながら持ち直しつつある。当面は、まだら模様の中、総体では緩やかな持ち直し基調で推移するとみられる。

個人消費は全体では低調だが一部に動き

3月の大型小売店販売（既存店）は46カ月連続前年割れ（前年比 2.4%）。百貨店は身の回り品に動きがみられたものの天候不順により春物衣料が苦戦。スーパーは価格低下（競合激化や生鮮品の値下がり）等が響いた。食料品など日常消費品目に対する節約志向が続く中、一部高額商品や高付加価値商品に動きが見られる。乗用車販売（3月）は、普通車、小型車の前年割れが続く中、軽自動車の堅調持続（同15.9%増）から、全体では7カ月ぶりにプラス（同0.1%増）。

道内投資は公共投資が減少基調、設備投資は一部地場企業にも前向きな動き

住宅着工戸数（3月）は、賃貸マンションの大幅増に加え、持家も5カ月連続プラスとなり、全体では前年比55.4%増と4カ月ぶりに前年を上回った（05年度累計では投資マネー流入等により貸家がけん引し同10.2%増）。民間設備投資は、製造業で道外企業を中心に前向きな動きがみられるほか、地場の非製造業でも新設・改装の計画（医療関連や宿泊施設など）がみられる。公共工事請負額（3月）は同 13.3%（05年度累計では同 4.7%）。製造業生産は緩やかな上昇基調

鉱工業生産指数（3月）は前年比で2カ月ぶりに上昇（0.5%）。窯業・土石（定期点検）、食料品・たばこ（前年同月の一部工場閉鎖）などが前年比低下したものの、鉄鋼、電気機械、輸送機械が道外需要増を背景に、また、金属製品も通信関連の道内鉄塔需要増から前年水準を上回った。前月比では2カ月連続の低下。

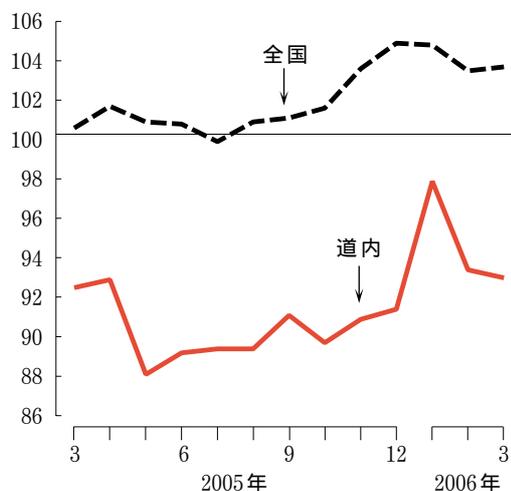
観光入込みは海外客を除き足踏み

3月の来道者数（除く海外からの直行便）は前年比 0.9%と3カ月連続前年割れとなった。東アジアを中心とする海外客（入国者ベース）はプラス基調で推移。今シーズンのスキー客（11～3月、リフト延べ輸送人員ベース）は同 6.3%（7年連続マイナス）。

雇用情勢は足取り重いものの回復基調

3月の有効求人倍率（常用）は0.56倍（前年比0.02ポイント改善）。完全失業率（1 - 3月）は5.5%（前年比0.4ポイント改善）。全国比で回復ペースは緩やかながら改善持続。

鉱工業生産指数  
(2000年=100、季節調整済み)



(資料) 経済産業省、北海道経済産業局

## 今年のGWは好天に恵まれ、各地とも人出で賑わう

- ・今年の大規模連休は期間（4/29～5/7）中、桜前線の北上遅れにより花見スポットが低調だったものの、日並びのよさと概ね好天に恵まれたことから、道内主要観光施設は概ね前年を上回る人出となった。
- ・交通機関の利用客も上向いた。国内外に向かう観光客で旅客輸送実績が大きく伸びた全国ほどではないが、道内JR主要4線区の利用客数が前年比4%増、航空4社の国内線旅客数が同1割増（新路線開通や新規参入効果あり）と堅調。
- ・主要な遊園地、動物園、水族館の入場者数は軒並み前年を上回った。新しいタワーがオープンした五稜郭タワーは前年の2.2倍の集客。昨年GW（4/29）に開業して話題となった大型アウトレットモールの来店客は前年比1割減少したものの高水準を保った。
- ・なお、スキー場では、昨年は雪解け遅れによる営業期間延長（～8日）で総じて賑わったが、今年（同7日）は施設により集客に差がみられた。

### 全国のGW関連データ

データ名	JR旅客6社輸送実績 (主要49区間)	成田空港の出入国者数 (速報値)	国内線航空旅客数 (航空2社)	国際線航空旅客数 (航空2社)	主要行楽地の人出 (警察庁)
データ (前年比)	1,034万人 (8.8%増)	73.4万人 (3.5%増)	257万人 (3.0%増)	31万人 (5.8%増)	6,459万人 (3.2%)
期 間	4/28 - 5/7				4/29 - 5/7

(注) JR、航空2社(JALグループ、ANAグループ)、東京入管成田空港支局、警察庁の発表、報道等を基に作成。前年比のうち は前年のGW期間(4/29 - 5/8)との単純比較(以下同様)。

### 道内のGW関連データ

データ名	道内JR輸送実績 (主要4線区特急・急行)	JR新千歳空港駅 利用実績	航空旅客数 (各社国内線・道内発着便)	高速道路1日当り 交通量	主要花見スポットの人出 (6カ所)
データ (前年比)	336千人 (3.7%増)	248千人 (15.5%増)	664千人 (10.0%増)	156千台 (1.8%増)	38.4万人 (17.4%)
期 間	4/28 - 5/7				4/29 - 5/7

(注) JR北海道、道内航空各社、東日本高速道路株、道警の発表、資料を基に作成。

### 道内主要施設のGW期間入場者数

施設	円山動物園	モエレ沼公園	サッポロさとらんど	もいわ山ロープウェイ	羊ヶ丘展望台	青少年科学館	札幌ドーム
	(札幌市)						
入場者数 (前年比)	85.5千人 (40%増)	70.6千人 (63%増)	41.2千人 (75%増)	17.0千人 (34%増)	22.5千人 (2%増)	19.2千人 (33%)	112.5千人 (30%)
期 間	4/29 - 5/7						
施設	旭山動物園	三井グリーンランド	小樽水族館	五稜郭タワー	千歳アウトレットモール	札幌国際スキー場	ニセコリゾートスキー場
	(旭川市)	(岩見沢市)	(小樽市)	(函館市)	(千歳市)	(札幌市)	(倶知安町)
入場者数 (前年比)	136.5千人 (8%増)	97千人 (18%増)	44.5千人 (5%増)	79.2千人 (2.2倍)	306.6千人 (10%)	7.4千人 (13%)	7千人 (37%増)
期 間	4/29 - 5/7			4/28 - 5/7	4/28 - 5/8	4/29 - 5/7	4/28 - 5/7

(注) 札幌市、各施設・企業の発表、資料を基に作成。

## 店頭から見た道内個人消費

北海道経済は、公共投資の減少基調持続による下押し要因が依然残るものの、ようやく持ち直しの動きが見られるようになってきた。雇用・所得環境も緩やかだが改善傾向にあり、個人消費でも一部で上向きの兆しがみられる。ただ、その実感を感じている人はまだ僅かではないだろうか。本当に“財布のヒモ”は緩んできたのか（消費意欲は高まっているのか）。なかなか数字では掴みにくい部分が多い消費行動だが、モノやサービスを提供する現場（店頭）へのヒアリングを基に道内の動向をまとめてみた。

### “太っ腹”と“つつましさ”、強まる消費の二極化傾向

道内個人消費の最近の特徴は、高額商品（海外ブランド品や宝飾・貴金属等）、少々割高でも上質あるいは高付加価値など、より高い満足度が得られるモノ・サービス向けの支出に動きがみられる点だ。例えば、物販では、寝心地のよい素材のベッド、乾燥機能付きドラム式洗濯機などの売上げが好調なほか、サービスの現場では、上質のこだわり食材を用いた飲食店メニュー、リラックス効果の高いマッサージなど理容室の追加料金メニュー、ホテル内でのグレードの高いルームなどへの需要が伸びつつある。一方で、スーパー・ドラッグストア等が主力商品として扱う日常消費品目（飲・食料品や日用雑貨など）や、居酒屋・ファミリーレストランなど外での飲食に対しては節約・抑制志向が依然根強い点も特徴の一つ。こうした“太っ腹”と“つつましさ”の選択肢に対し、“財布のヒモ”は支出対象や満足度に応じて厳格にコントロールされている。なお、提供する側では、支出する側の変化に呼応するように「設定価格水準の二極化」が進行。需要低迷や競争激化によるデフレ傾向が続く一方で、価格はやや高めだが相応の価値（上質、高機能、高デザイン性、高満足度）を付加し、“太っ腹”需要をうまく掘り起こそうと様々な知恵を絞っている。

### 中高年・富裕層がけん引する中、一般サラリーマンにもマインド改善の兆し

足元の消費をけん引しているのは中高年（40～60代）だ。中でも景気回復の恩恵をより多く享受している高額所得者や手元資金が潤沢な退職者など富裕層のウェイトが大きい。一部一般サラリーマン層においても、例えば、これまで我慢してきた耐久消費財の買い替えや、家計支出の中で最も劣後とされる紳士衣料などに動きがみられる（クールビズやウォームビズなど売る側の提案力も一因）など、雇用・所得環境に対する先行き不安緩和を背景にマインド改善の兆しがみられる。また、若年独身層（20～30代）でも“太っ腹”消費の傾向がみられるが、雇用・所得環境要因との関係は概ね薄く、“高い自己満足度”に支出する一方で徹底した切り詰めを行うなど、中高年層に比べ消費の二極化傾向はより強いようだ。

このように、道内の個人消費は“太っ腹”消費がけん引する形で、全体として見ると“財布のヒモはやや緩んできた”と言えるだろう。“消費の二極化”は道外他地域にも共通する傾向だが、全国との比較では、所得環境の改善遅れや富裕層（株価上昇の恩恵を享受する金融資産運用層など）の絶対数劣勢、原油価格上昇に伴う燃料（家庭用熱源としての灯油、走行距離が比較的長いマイカーのガソリンなど）支出に対する負担度大、等を背景に本道の方が“つつましさ”のウェイトがより大きいとみられ、回復ペースは極めて緩慢に止まっている。また、今後は雇用者に占めるシェアが高い公務員における賃金削減の影響が下押し要因となることも懸念されるため、当面は盛り上がりを欠く推移が続きそうだ。（黒瀧 隆司）

### 【道内個人消費における最近の動き】

動  き	主  な  支  出  対  象
上向き（概ね好調）	海外ブランド品、宝飾・貴金属 薄型テレビ、乾燥機能付きドラム型洗濯機（高付加価値型製品）、
上向き（緩やか）	紳士服、化粧品、道内発旅行、クレジット
横這い	飲・食料品、日用雑貨、外食、理・美容、レンタカー（レジャー用）
× 悪化	タクシー

#### □店頭（モノ）・ジャンル（サービス）別の動向

	店頭種類・ジャンル、支出対象	動き	特 徴 ・ 傾 向
モ ノ	百貨店	海外ブランド品	・少々高額でも上質（素材・機能）品の需要増。
		宝飾・貴金属	・主に中高年層（40～60代）がけん引。
	紳士服メーカー（出荷）	紳士服	・顧客の平均購買単価が上向き。
			・若年向けブランド服にも動きが見られるが所得環境との関係は薄い。
	スーパー コンビニエンスストア ドラッグストア	飲・食料品	・日常消費品目は景気とは概ね無関係。
		日用品	・依然節約志向が根強い。
		日用品	・競合激しくデフレ傾向持続（除くコンビニ）。
100円ショップ	化粧品	・価格がやや高めの商品に動き（中高年層）。	
家電量販店	日用雑貨	・日常消費品目は景気とは概ね無関係。	
	薄型テレビ	・価格引下げ、地上デジタル放送スタート、イベント（サッカーW杯）要因等による買替需要がけん引。	
サ ー ビ ス	飲食・外食	高機能洗濯機	・中高年層がけん引（一部所得環境要因も）。
		居酒屋・スナック（すすきの）	・財布のヒモは堅いまま。景気回復の実感は感じられない。
	ファミリーレストラン	ファミリーレストラン	・来店頻度は横這い。
ホテルレストラン		・素材吟味メニュー（やや割高）に需要あり。	
サ ー ビ ス	おしゃれ（散髪、パーマ）	理・美容室	・個人需要は変化なく低調（主力の法人需要も低迷持続）。
		レジャー	・節約志向は変わらず。
	移動手段	道内発旅行	・エステマッサーなど付加サービスメニュー（追加料金）に対する需要は期待できる。
		レンタカー	・中高年に加え、雇用や所得環境の先行き不安感緩和によるマインド改善から需要増の動き。
決 済 手 段	タクシー	×	・個人（道内居住者）のレジャー向け利用は横這い（道外客の需要は増加基調）。
	クレジット		・輸送人員、運送収入とも前年割れ持続。回復の兆し見られず。
			・取扱額は増加基調。購買意欲は上向き傾向。

動き（変化）の評価は、各業態へのヒアリングを基に当研究所が独自に判断。

## 多様化する道内温浴施設、温浴関連の道内発新製品も

「休日には温泉を始めとした温浴施設でのんびり」といった過ごし方はいつの時代にも人気が高い。最近では体内の老廃物を汗と一緒に排出するという健康法への関心が高まっていることもあって、より積極的に温浴施設を利用する層も増えてきた。今年のGWも道内温浴施設総体では“のんびり派”、“積極的健康志向派”ともに集客が概ね堅調。ただし、札幌など都市部ではスーパー銭湯や岩盤浴など多様な温浴施設が急増していることから、サービスや価格面での競合が強まっており、施設により明暗もみられる。一方、道内では家庭向けや業務向けに温浴関連新製品を新たに開発する動きも多い。こうした温浴に関する最近の話題をまとめてみた。

### 異業種からの新規参入等で多様化、競合強まる道内温浴施設

道内の温泉客数は全体としては減少傾向が続いているが、台湾客の増加等からマイナス幅は徐々に縮小してきた。GW期間はこれまで動きが鈍かった道内客の姿も増え、入込み客（宿泊客＋日帰り客）は、登別温泉が前年なみ（休日前がほぼ満室）、定山溪温泉が前年をやや上回るなど、堅調に推移した。また、札幌市内で新設が目立つ大型温浴施設でも、GWは通常の土日より1～2割増しの集客となった施設もあり、連休での温浴施設人気を裏付けた。最近の道内温浴施設で目立つのは、大規模なスーパー銭湯や全国に先駆けてブームとなった岩盤浴施設の増加などに伴う競合激化だ。スーパー銭湯は、露天風呂や薬湯など様々な浴槽を備えた温浴施設で、入浴料が比較的安く（600円前後）、公衆浴場（銭湯）と健康ランドの中間といった形態。札幌市内では、鉄道、電力、マンション、外食、レジャーなど異業種の大企業により、施設面積が1千㎡を超え、飲食、理美容、エステなど様々なサービス機能を備えた大型施設の新規参入が続いている。また、大手フィットネスクラブでも温浴施設を充実する施設が多い。集客競争が激しくなる中、各施設とも特徴のある浴槽や、音響効果など雰囲気の新しさ、付帯施設の充実などで差別化に力を入れている。

一方、岩盤浴は、04年から05年にかけて100施設以上が新たに道内で開業するほどのブームとなった。もともと温泉地の自然な岩盤に横たわり、大量の汗を出し新陳代謝を高める健康法で、秋田県玉川温泉が発祥とされる。温めた天然石を使用する岩盤浴施設は宮城県や福岡県など一部で営業されていたが、01年頃道内に初登場。その後、上ノ国町で採掘されるブラックシリカが常温で強力な遠赤外線を放射することから岩盤浴用天然石として注目されたことなどがきっかけとなり、全国に先駆ける形で道内に開業ブームが生じた。ブームは次第に全国に広がっており、岩盤浴施設の受注実績が多い道内建設業の中には全国各地に加え、サハリン、ハワイなど海外でも工事を手掛ける動きもある。また、専門施設だけでなく、天然温泉、スーパー銭湯、フィットネスクラブ、エステなど幅広い業態で岩盤浴を導入する施設が増えているのも最近の特徴だ。

### 発汗健康法への関心も温浴施設人気の追い風に、新サービス模索する動きも

最近では体にたまった老廃物などを排出する健康法として話題になっているデトックス（detox解毒）も岩盤浴を始めとした温浴施設人気に追い風となっている。これは、日常生

活で体にたまる有害金属や合成化合物などを皮膚表面ではなく体の深部から発汗することなどで排出する健康法。岩盤浴などが効果的とされるため、温浴施設で効率的に汗を出そうという健康志向者も増えている。小規模な岩盤浴専門施設では競合激化に伴う集客難から撤退する動きも出ているが、こうした発汗健康法への関心の高まりなどを背景に新設備導入で挽回しようという積極的な動きもみられる。例えば、韓国で昔から一般的に行われている“よもぎ蒸し”。カバーで身体をすっぽり覆い、よもぎなどの薬草を蒸してより強力に発汗を促すものだ。また、岩盤浴施設を利用したホットヨガ教室なども賑わいをみせている。

#### 道内発の家庭向け、業務向け温浴関連新製品も人気

一方、家庭の風呂で手軽に岩盤浴の気分を味わえる製品も多くみられるようになった。こうした製品ではブラックシリカ等を材料にしたセラミックを浴槽内に置くものが多い。例えば、岩盤浴施設の工事も手掛けるタイル専門業の昭和陶業（札幌市北区）が開発した板形のセラミック（陶板）「じわ〜と君」もその一つだ。上ノ国町産のブラックシリカに各種天然石、天然砂、天然鉱石などの自然物質だけをブレンドして焼成。32cm四方で厚さ3センチ、重さ3キロの陶板を浴槽にそのまま敷いて使用する。熱伝導、蓄熱性に優れ風呂のお湯の保温効果が大きいほか、丈夫でこわれにくいのも特徴。表面積が大きい板状のため、遠赤外線放射やマイナスイオン発生の効果が比較的大きく、温泉のように身体が温まり、森林浴のように新鮮な気分が味わえる。開発当初は最も有効なブレンド方法などを試行錯誤。試作品を友人・知人向けに提供したところ好評のため、05年9月、販売に踏み切った。その後半年ほどで販売量が2千枚を超える人気商品となっている。

また、業務向けでは、旭川の建設会社・北建工業が、札幌のエコ・クリエイティブサービスと共同で道産資源ゆかいを活用して開発した据え置き型足湯セット「あし・癒貝」も関心を集めている。当社は建築需要が減少する中、新分野として、温泉やスポーツ施設などの付帯施設として人気が高まっている“足湯”に着目。体の中でも特に雑菌が付きやすい足専用の浴槽であることから、「除菌・抗菌作用があるホタテ貝殻を利用した水質浄化機能」及び「移動可能」という付加価値をつけて開発、05年秋に販売を開始した。ホタテ貝殻を焼成させた粉を入れたろ過器でお湯を浄化して循環させる形式。カラマツ・トドマツなど道産材を活用した木造小屋と12人が利用可能な足湯槽、抗菌システム（ろ過器）からなるユニットで、パークゴルフ場、公園、道の駅等での利用が見込まれ、引き合いは多い。また、全国の温浴施設などから抗菌システムへの関心が高いため、システムのための単独販売や家庭の浴槽向け抗菌剤などの販売も計画している。



じわ〜と君



あし・癒貝

このように、全国有数の温泉地・北海道では、新たな魅力を持つ温浴施設が増え、道産資源を活用した温浴関連製品が相次いで生まれている。日常生活でたまった垢や疲れを爽やかに洗い流してくれるこうした施設や製品の動向に今後も期待したい。（松本 則栄）

仕入燃料・原材料価格の変動リスクを回避したいお客様へ

# コモディティ・デリバティブ

媒介・保証業務

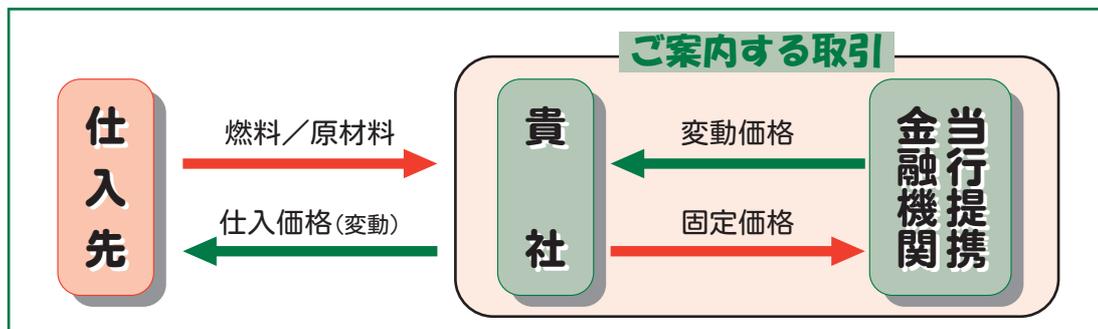
## 【コモディティ・デリバティブ(スワップ)とは】

- ・あらかじめ定めた数量に対して、原油等商品の**変動価格**と**固定価格**の交換を行う取引です。
- ・交換するのは当初定めた原油等商品の**変動価格**と**固定価格**のみで、**実際の商品**その物の交換は行いません。

## 【対象となる商品】

原油、ガソリン、軽油、重油、非鉄金属、貴金属 等があります。

## 【スキーム図】



## 【お取引効果】

### 貴社のメリット

本取引の中で商品仕入価格を実質固定化することにより、実際の商品仕入価格変動リスクを回避できます。

### 貴社のデメリット

実際の商品仕入価格が低下した場合、貴社の実質コストが割高となる場合があります。

ご相談・お問い合わせは、**北海道銀行本支店**までご連絡ください。

## 調査ニュース

編集・発行

北海道銀行

道銀地域企業経営研究所 経済調査室

〒060-8676 札幌市中央区大通西4丁目

☎(直通) 011-233-1032 内容照会先 黒瀧

北海道銀行ホームページ <http://www.hokkaidobank.co.jp/>

印刷 有限会社 北光社