

今月の注目点

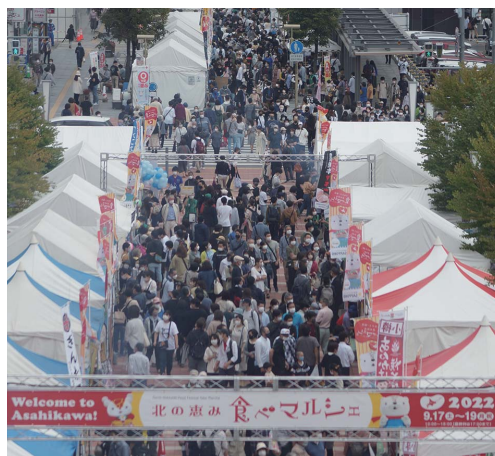
道内各地で広がるイベント再開の動き

道内各地でイベント再開の動きが広がっています。With コロナへの移行が進む下、行動制限によって抑圧されていた需要がリベンジ消費として顕在化しており、イベント会場一帯は多くの人出でにぎわいを見せています。

足元で家計負担が増加する中でも、日常の支出は儉約に努め、食や観光など自らの好きなことへお金を使う、いわゆる「メリハリ消費」の傾向の強まりが、各地のイベントを大いに盛り上げています。

3年ぶりに開催された
「北海道マラソン2022」と「北の恵み 食べマルシェ2022」

(注) 8月28日、札幌市内にて開催。
(提供) 北海道マラソン事務局



(注) 9月17～19日、旭川市内にて開催。
(提供) 北の恵み 食べマルシェ実行委員会

最近の道内経済動向	2
道内ユニーク企業紹介 シリーズ ¹⁰⁰	4
●優れた金属加工技術と高い提案力で唯一無二をカタチにする ～株式会社 樋口（札幌市）～	
地銀9行連携レポート File.15 千葉銀行	6
●一宮版サーフォノミクス ～オリンピックのレガシーを活かしてまちづくりをする一宮町～	
海外の窓 ～北陸銀行 上海駐在員事務所だより～	8
●就活から見える中国経済について	

最近の道内経済動向

- 道内景気は、持ち直しの動きがみられる。
- 先行きは持ち直し基調が続くと予想されるものの、原材料価格の上昇や家計負担の増加などから、改善のテンポは緩慢と予想される。

(注1) 基調判断は、2022.9.21時点で入手可能な主要経済指標を参考とした(7~8月実績が中心)。

(注2) 生産は鉱工業生産指数の公表延期に伴い掲載を見送りとした。

●個人消費は持ち直しの動きがみられる

7月の供給側の統計(商業動態統計など)をみると、百貨店(前年比+17.8%)やコンビニエンスストア(同+3.7%)などは増加となったものの、家電大型専門店(同▲11.8%)やホームセンター(同▲5.2%)は減少した。需要側の統計をみると、家計の消費支出額(7月の家計調査を基に算定)は同+5.4%と2ヵ月連続の増加となった。総じて個人消費は、人流の改善を背景に持ち直しの動きがみられる。

●観光は一部で厳しい状況が続くものの、持ち直しの兆しがみられる

外国人入国者数(8月)は2,242人。新千歳空港の国際線が再開したことを受けて底離れの動きがみられる。一方、7月の来道者数(国内交通機関経由)は約105万人(前年比+86.4%)と、9ヵ月連続で増加。コロナ前(19年7月)と比較して81.2%の水準まで回復した。インバウンドは厳しい状況が続くものの、新型コロナウイルスの影響が和らぐ下で道外客が増加するなど、持ち直しの兆しがみられる。

(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、公共工事は下げ止まりの兆しがみられる

新設住宅着工戸数(7月)は、前年比+7.4%と8ヵ月ぶりの増加になった。利用関係別にみると、持家(同▲15.0%)は9ヵ月連続で減少した一方、分譲マンションで大規模着工があった分譲住宅(同+35.7%、うちマンション同+55.2%、戸建て同+22.6%)と貸家(同+17.9%)とともに2ヵ月連続の増加となった。北海道財務局が9月に公表した法人企業景気予測調査の設備投資計画によると、全産業で前年比+34.3%(前回調査差▲4.8%ポイント)、製造業同+43.1%(同+10.7%ポイント)、非製造業同+32.1%(同▲8.6%ポイント)と前年実績を上回る計画となっている。公共工事請負金額(8月)は、前年比▲8.6%(598.6億円)と2ヵ月ぶりの減少となった。発注機関別では、国(同+9.0%)が増加した一方、独立行政法人(同▲24.2%)や道(同▲6.1%)などが減少した。既発注分を含めた出来高ベースとなる公共工事出来高(7月)は、同+5.9%と2ヵ月連続で増加となり、下げ止まりの兆しがみられる。

●輸出は緩やかに持ち直している

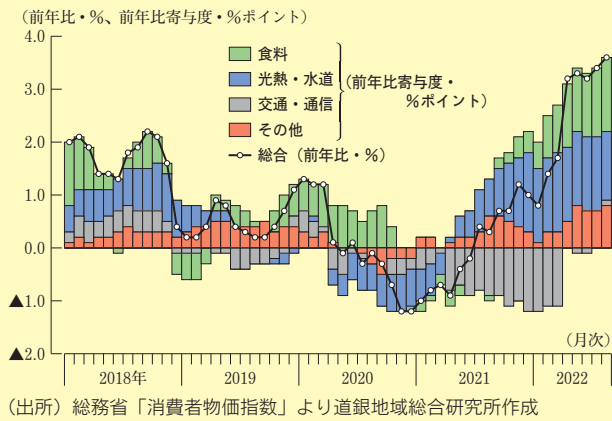
8月の通関輸出額(速報)は、前年比+75.8%(493億円)と4ヵ月連続で前年を上回った。品目別では、「魚介類及び同調製品」(同+8.6%)や「自動車の部分品」(同+26.7%)が全体をけん引した。地域別では、中国を筆頭にアジアの増加が目立った一方、北米、西欧などは減少した。

●雇用情勢は弱い動きがみられる

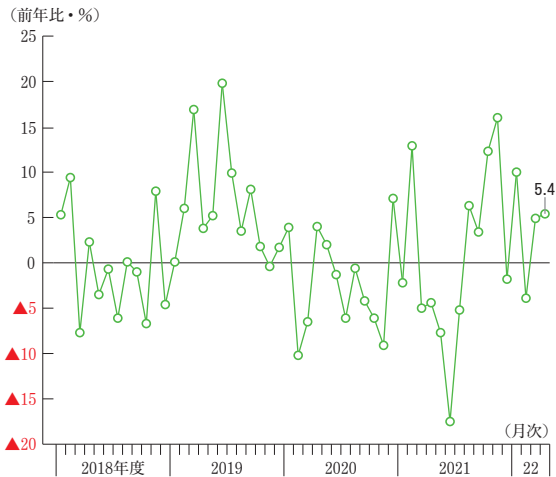
7月の有効求人倍率(パート含む常用)は、1.10倍(前年差0.11ポイント上昇)と10ヵ月連続で1倍を上回った。もっとも、有効求職者数は25ヵ月連続で増加が続くなど、雇用情勢は弱い動きとなっている。

道内の消費者物価(総合)の推移について

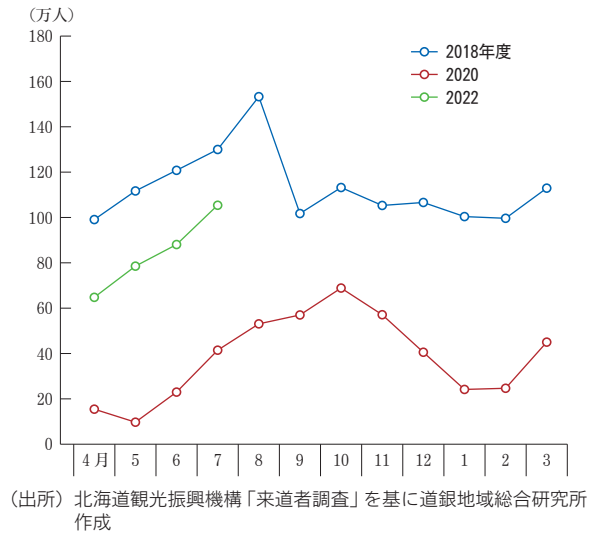
2022年8月の道内消費者物価指数(総合)は前年比+3.6%と高い伸びとなった。主な費目では「光熱・水道」や「食料」などの上昇が全体を押し上げた。先行き、①エネルギーや食糧をはじめとする商品市況の動向について不確実性が高い状態が続き、②最近時の為替相場が円安傾向となっていること、③原材料価格の変動が商品・サービス価格に反映されるまで一定程度遅れることなどが要因となり、消費者物価指数はさらに上昇する余地があるとみられる。



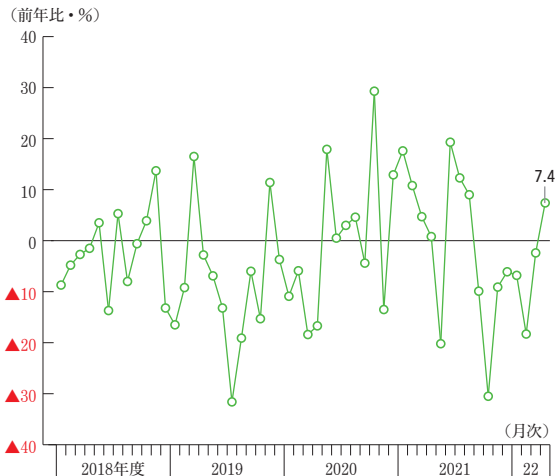
図表1 家計の消費支出額



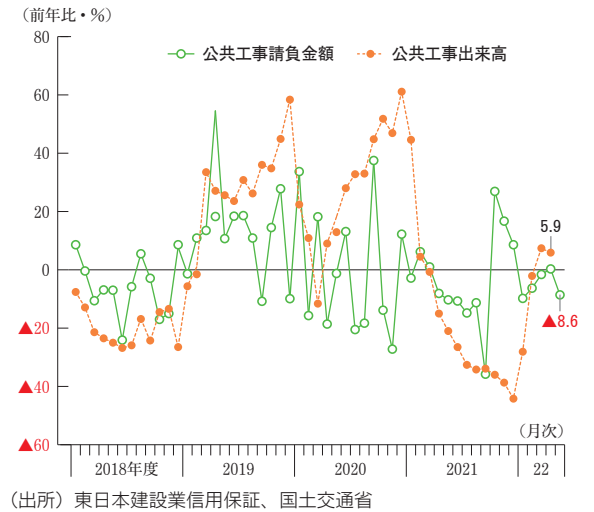
図表2 観光における来道者数



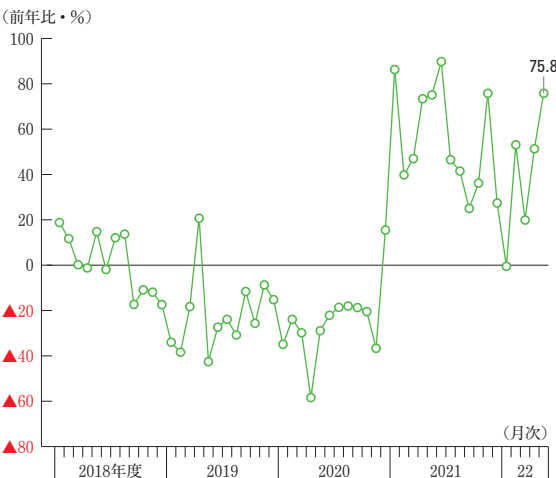
図表3 新設住宅着工戸数



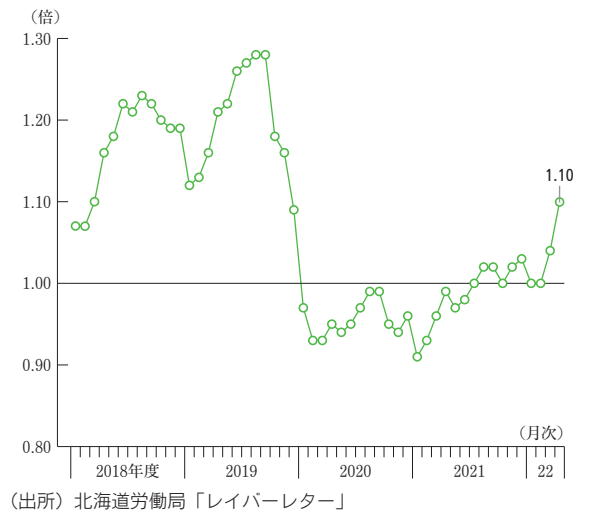
図表4 公共工事関連指標



図表5 通関輸出額



図表6 有効求人倍率(パート含む常用)



優れた金属加工技術と高い提案力で唯一無二をカタチにする ～ 株式会社 樋口（札幌市）～

錆びにくい、耐熱・耐久性が高い、衛生的、手入れがしやすいなど、多くの長所を持つステンレス。道内でステンレス板加工にいち早く参入した株式会社樋口（以下、同社）は、優れた技術力・豊富なノウハウ・高い提案力を強みに、キッチンを始めとする多様な金属加工品を製造しています。今回は、時代や市場ニーズの変化に対応したものづくりを通じ、暮らしや社会に貢献する同社を紹介します。

【経営のポイント】

- 経営環境変化（時代・市場ニーズの変化）に対応した事業展開
- 優れた金属加工技術（ステンレス板等）、豊富なノウハウ、高い提案力
- 国内大手メーカーとの差別化による競争力の保持
（素材・デザイン・配置に至るまでセレクト可能。設計から製作・メンテナンスまでワンストップ）
- 自社事業を通じた社会への貢献

道内におけるステンレス板加工のパイオニア

同社のルーツは、新潟・燕出身の樋口清治氏が1930年に札幌で興した、銅板を金槌で叩いて立体加工する職人工房です。風呂釜から始まり、湯沸かし器（石炭ストーブ等の後部に接続）、製餡用の鍋などへと、徐々に用途の幅を広げます。その後、法人化を経て1950年代後半、国内でステンレスが普及し始めたのと同時期にその加工に参入（煙突製造）。道内におけるステンレス板加工の先駆けとなりました。1960年代に入ると、公営住宅など賃貸集合住宅の着工増加に伴い、ステンレス製の“浴槽”“流し台（写真1）”に対する需要が急拡大。技術力で高く評価されていた同社は、プレス絞り加工による一体成型品を大量受注し、道内市場向け供給に大きく貢献しました。時代のニーズに対するタイムリーな対応は、業容拡大の原動力となったほか、キッチン関連が現在の主力製品（売上全体の約6割）に成長するきっかけにもなりました。

（写真1）自社ブランド「スズラン流し台」（当時の製品カタログより）



般業務用）、学校の手洗い場、たらこ選別作業台（水産加工場向け）、根菜類乾式自動皮むき装置（農産品加工場向け）、塗装工用自動搬送台車（自動車製造工場向け）、大型浴槽（自衛隊施設向け）、手すり柵（動物園向け）など、納入実績は多方面・多用途にわたります（写真2）。実は、これら製品のほぼ全てが一点モノの特注品です。

（写真2）住居以外向けの製作物（納品例）



（学校給食用調理釜）



（たらこ選別作業台）



（根菜類乾式自動皮むき装置）



（大型浴槽）

高い提案力が厚い信頼に

製造部門での優れた板金加工技術とともに、製造・営業部門が一体となった提案力の高さが同社の大きな強みです。顧客毎の多様なニーズに対しては、長年にわたり蓄積してきた豊富なノウハウを最大限に活かし、品質・性能・使いやすさ・組み合わせ素材・デザイン・コスト・納期などを網羅する“トータルな提案”を得意としています。加えて、設計から製作・設置・メンテナンスまでワンストップ体制を構築して

特注品で住居向け以外にも販路拡大

「こんなものを作るだろうか」。同社製品に対する高い評価が広まるにつれて、様々な分野からの問い合わせ・相談が増え、受注製品の用途は住居向け以外にも拡大していきました。例えば、厨房関連設備（学校給食調理場用、一

いる点も強みの一つです。コスト抑制・納期短縮面でもメリットがあります。こうしたハード・ソフト両面での差別化に資する取り組みと、積み重ねられた実績は、多くの顧客が「ここに相談すれば確実に、要望水準を超える最適な一点モノを仕上げてくれる」と感じるような、同社への厚い信頼につながっているのです。

既往キッチン製品の受注先細りに危機感

かつての自社ブランド「スズラン流し台」は、市場ニーズの変化に合わせて「スズランキッチン」に進化。関連製品は主力としている道内市場において現在も、賃貸集合住宅や戸建て住宅のリフォーム向けを中心に安定した人気です。しかし、国内大手メーカーによる供給製品との差別化が年々難しくなっています。また、キッチン（台所）はもはや、“調理するための独立した場所ではなく、家族間交流を含む多目的空間（リビングとの一体化空間）”として認識されるなど、キッチンを取り巻く環境や市場ニーズは常に変化し続けています。現状のままではキッチン製品の受注量先細りへの懸念（危機感）が大きく、どう対応すべきかが事業戦略面での課題となっていました。そして、この対策を探るべく海外も含め、キッチン市場の動向調査に着手したのです。

フルオーダーキッチンで新たな市場開拓へ

調査を通じて知れたのは、世界的には欧米のキッチンメーカーが毎年コレクションを発表するのが主流になっていること。そして、日本国内ではこれらの情報をSNSなどで入手し、世界のトレンドを取り入れる流れにあること。

創業90周年を迎えた2020年に同社は、新たな事業戦略を打ち出しました。「唯一無二のキッチン」（フルオーダーキッチン）の提案です。家づくりに関わるプロの方々とチームを組み、他者と比べるのではなく、使い手本人が満足・納得できるキッチンをカタチにします。トレンドと機能性を踏まえたプラスαのサプライズ提案にも力を入れています。なお、これに合わせて、ショールームを全面リニューアル（写真3）。フルオーダーキッチンのイメージが臨場感をもって実際に確認できるほか、ハイブランドの最新輸入機器の使い勝手も体感できる空間になっています。取り組み開始以降、ハウスメーカーやマンションデベロッパーからの問い合わせは順調に増加。認知度の拡がりとともに、受注・納品実績も着実に積み上がっているようです（写

真4）。

この新たな戦略は、強みである高い提案力を活かすことができ、かつ、国内大手との差別化にもつながる取り組みです。同社では、キッチン製品受注の新たなけん引役に育つことを目指しており、当面は、創業100周年（2030年）の大きな節目に向け、早期に軌道に乗せるよう注力していく考えです。

道内におけるステンレス加工のパイオニアとして、技術力・ノウハウ・提案力での強みを活かし、キッチンを主体に多様な製品を提供してきた同社。創業時の職人魂を受け継ぎつつ今後も、時代や市場ニーズの変化に対応したもののづくりを通じて、暮らしや社会に貢献し続けてくれることでしょう。

（黒瀧 隆司）

（写真3） 全面リニューアルしたショールーム



（写真4） フルオーダーシステムキッチン（納品例）



（※写真1～4はいずれも株式会社樋口提供）

【会社概要】

本 社 札幌市白石区菊水3条4丁目2-7 樋口ビル
Tel：011-811-2156 Fax：011-811-4165
（ショールーム：隣接の樋口キッチンビル内）
工 場 1カ所（発寒工場）
設 立 1955年4月（個人創業：1930年1月）
資 本 金 88百万円
代 表 者 尾西 三冬
売 上 高 24億7百万円（2022年3月期）
従 業 員 数 77人（2022年8月末現在）
事 業 内 容 金属製品製造（ステンレス板等の加工）
U R L <https://www.higuchinet.co.jp>

全国の地方銀行9行で構成する「地域再生・活性化ネットワーク」の共同企画として、各地域の自治体・企業・団体等による地域活性化に向けたユニークな取り組みをリレー形式で紹介します。今回は、千葉銀行からのレポートです。

いちのみや
一宮版サーフォノミクス
いちのみやまち
～ オリンピックのレガシーを活かしてまちづくりをする一宮町～

全国の市町村で人口の減少が進行する中で、まちの固有文化「サーフィン」を軸としたまちづくりを進め、オリンピック競技開催地の誘致に成功するとともに、移住増加による人口増を達成した一宮町の地方創生の事例、「一宮版サーフォノミクス」を紹介します。

一宮版サーフォノミクス

2021年7月25～27日の3日間、一宮町・釣ヶ崎海岸でオリンピック史上初となるサーフィン競技が開催された。無観客での開催となったものの、男子は五十嵐カノア選手が銀メダル、地元一宮町出身の大原洋人選手も5位入賞し、女子は都筑有夢路選手が銅メダルを獲得するなど、日本人選手が活躍し、喜ばしいニュースが全国に届けられた。

熱戦が繰り広げられた一宮町は、ゆるやかに弧を描く九十九里浜の南端に位置し、町の東側には美しい海岸線が広がり西側には丘陵をひかえた、風光明媚な町だ。JR上総一ノ宮駅からの始発便も多く、東京駅まで特急で1時間程度で到着することができる(図表1)。

サーフィンに適した大きくゆっくりと崩れていく波が来るところをサーフポイントと呼ぶが、一宮町の海岸はほぼ全域でサーフポイントがあり、良質の波を求めて年間60万人ものサーフィン愛好家が集まる。このサーフィンをまちづくりに活かそうと一宮町では、2009年からPR活

動を始め、15年10月には、「一宮町まち・ひと・しごと総合戦略」に具体的な実施計画までを盛り込んだ「一宮版サーフォノミクス」を打ち出した。「サーフォノミクス」とは、サーファーが集まることによる経済効果を示す。自然保護と経済振興を両立できることから米国などで研究が進んでおり、同町では、16年にサーフォノミクスによる経済波及効果を年間約32億円と試算している。また、一宮版サーフォノミクスは、サーファーが集まることによる観光面の経済効果だけでなく、移住・定住の促進、魅力発信という循環型の経済効果を打ち出しており、海沿いの文化と豊かな自然を享受し、ゆとりある住宅環境や働く場を創出することで、町の魅力に磨きをかけ、新たな人たちを呼び込むという好循環を生み出す仕組みを掲げている。一宮版サーフォノミクスは次の5つの柱から構成されている。

【図表1】一宮町と周辺主要交通図



- | |
|---|
| ①サーフストリート構想
海岸から県道30号に沿ったエリアをサーフストリートとして位置づけ、交流地点となるサーフィンセンターを設置し、当エリアをブランディングする。 |
| ②都市軸の整備
JR外房線・上総一ノ宮駅を中心にコンパクトに町の機能が集中する西側とサーフポイントとして賑わいを見せている東側をつなぐ都市軸を整備し、町全体の活性化を図る。 |
| ③雇用創出と事業創出
町の基幹産業である農業と観光業の構造改革を進め、雇用の創出を図り、競争力を高める。 |
| ④子育て支援と個性ある教育の推進
すべての子育て家庭が安心して子育てができるよう、支援サービスの充実を図るとともに、町ならではの教育環境の充実を図る。 |
| ⑤シティプロモーション
自然の魅力だけでなく、スポーツ体験や農産品、玉前神社など、多くの地域資源を内外に発信するプロモーション事業を通じて、来訪者や移住者の増加につなげ、一宮版サーフォノミクスの好循環を生み出す。 |

この計画に沿い、町内では事業がいくつか結実している。例えば、従来は西口のみだったJR上総一ノ宮駅に東口がつけられ、駅の東に位置する海岸へ踏切を渡らずに行けるようになり、

主要駅の利便性が増した。また、国際的なサーフィン大会「QS6000 ICHINOMIYA CHIBA OPEN」大会などを呼び込むなどシティブロモーションを行ってきた。そして、ついには、オリンピックのサーフィン競技の開催地として誘致を成功させた。

一宮町の人口推移

そんな一宮町のここ20年の人口推移をみると、増減はあるものの、2022年の人口は、11,906人と2000年比1.3%増となった。同時期の近隣郡市（茂原市、睦沢町、長生村、白子町、長柄町、長南町の1市4町1村）の人口（2000年149,599人→2022年130,162人、▲13.0%）は10%以上減少している（図表2）。これをみると、同町の健闘ぶりがよくわかる。サーフォノミクスによる効果で注目したいのは、ファミリー層の転入者増だ。15年から20年の社会移動をみると、0～14歳、25～49歳の子育て世代のファミリー層が転入超となっている（図表3）。実際に、町内の児童数は安定して推移しており、町南部に位置し、オリンピック会場近くの東浪見小学校では、10年度から20年度にかけて児童数が約1.5倍となった。

オリンピックのレガシーを活かしたまちづくり

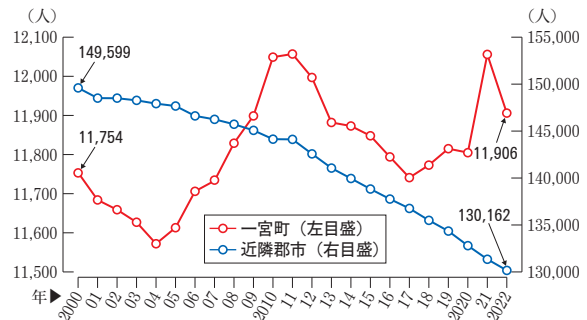
一宮町では、2022年3月に第二期となる総合戦略を策定した。15年から実施しているサーフォノミクスを更に深化させ、オリンピックのレガシーを活かす町づくりを進めて行くとしている。

オリンピックの会場となった釣ヶ崎海岸広場では、大会に参加した選手のサインが焼き付けられた記念モニュメントの作成（写真）に加え、オリンピック関連の展示がなされるなど、サーファーや観光客を呼び込む施設が解放されている。また、同町の総合戦略によると、今後同地域では、災害時の一時避難場所を兼ねた道の駅的な施設の設置に向けた検討を行うとされている。

オリンピックが無観客開催となったことにより、入り込み効果は限定的なものとなったが、世界トップレベルのサーフィン環境と一宮町の名を世界に知らしめることができた。今後は、オリンピックのレガシーを活かし、町の強み、特徴を引き出す地方創生のモデルケースとして、今後の一宮町の展開に注目していきたい。

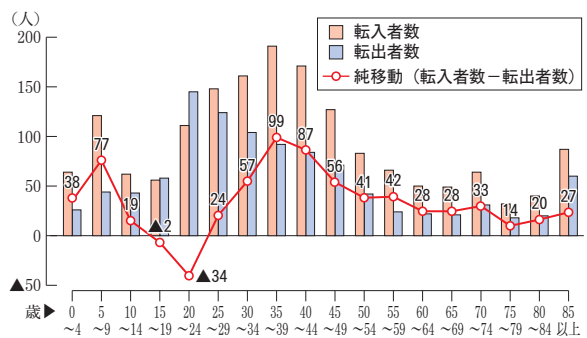
（文責：株式会社ちばぎん総合研究所 長島 裕之）

【図表2】一宮町、近隣郡市人口推移



（出所）千葉県毎月常住人口調査（※毎年1月1日の人口）

【図表3】年齢別純移動人口（2015年→2020年）



（出所）令和2年国勢調査

【写真】オリンピック記念モニュメント



全国の地銀9行連携「地域再生・活性化ネットワーク」について

経営基盤・営業エリアが異なる地銀9行が、様々な情報・ネットワークを相互に活用することで、地域経済の再生および活性化を図るために構築した広域連携です。



就活から見える中国経済について

北陸銀行 上海駐在員事務所
秘書 陳 潔

1. はじめに

2022年6月1日、約2ヶ月にわたる上海・ロックダウンが解除され、一見今まで通りに戻ったかのように見えますが、周りの飲食店が閉まったままであったり、いつもの夏休みの家族旅行が行けなくなったりするなど、身近での変化を感じます。また、例年夏場には新卒大学生の就職活動が行われる時期で新たに夢と希望に満ち溢れた若者たちの活気にあふれる時期でもありますが、今年は少し様子が違うように思えます。身近に感じる肌感覚から現在の中国・上海の経済状況を報告したいと思います。

2. 労働環境

コロナの感染が中国国内の複数地域で拡大、「ゼロコロナ政策」もあり企業の生産活動にダメージを与え、企業の人員募集にも大きく影響しています。2022年1-6月中国全体で46万社の企業が倒産を宣言し、個人経営企業310万社ほどが事業を閉鎖しました。企業倒産や不況によりリストラが増え、中国の若年層の失業率も19.9%と悪化しております。

2020年から2022年7月までの国家統計局のデータによると、中国全体の失業率が一番高いときは2020年2月の6.2%、2022年4月が6.1%でした。その後少しずつ下がってきています。それに対して、16-24歳の若い人の失業率がだんだん高くなってきています。2020年初めの12.5%から2022年7月の19.9%になりました。

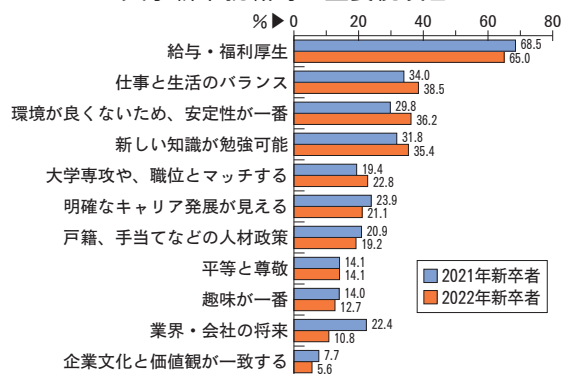
3. 大学新卒者の就業意識の変化

大学卒業生数が2000年の107万人から2022年には1076万人、約10倍になりました。「大卒」は珍しくはなくなり、企業では新卒を募集する際の要求も高くなってきています。

一方、大学新卒者の企業への期待も変わりつつあります。2022年、企業選択の際に重視する項目

として「給与・福利厚生」(65%)が最も高いことには変わりはありませんが、2021年の68.5%よりも低下してきています。一方、「仕事と生活のバランス」を重要視する人が38.5%で、2021年の34%より増加。「経済環境が悪化しており、生活の安定性が一番」と考えている人が36.2%で2021年の29.8%より高くなっています。新卒は仕事と生活とのバランスや、仕事の安定性をより重要視していることがみてとれます。

大学新卒就職時の重要視項目



(データ出所) 智联招聘「2022大学生就職力調査研究報告」

4. おわりに

中国人は同じ勤務先で一生勤めることは珍しく、自分のスキルアップとともに勤務先も変わるし、給与もどんどん増えていくことにやりがいを感じる人たちが多く、少しぐらいのストレスは仕方がないものと割り切っている人が多いと思います。しかし、このコロナによる経済状況の変化を見て新卒の大学生でなくとも考え方が変わってきているように思われます。大学新卒者の意識変化は統計的には小さな変化のように見えますが、就業意識の変化は消費意識の変化にもつながり、今までのような贅沢な消費行動を見直す動きにも繋がっていくと思われます。

調査ニュース (2022・10) NO.449

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: 伊藤慎)
〒060-8676 札幌市中央区大通西4丁目1番地 道銀別館ビル
TEL (011) 233-3562 FAX (011) 207-5220
〈本誌の無断転用、転載を禁じます〉