

2023

9

NO.459

秋の特別号

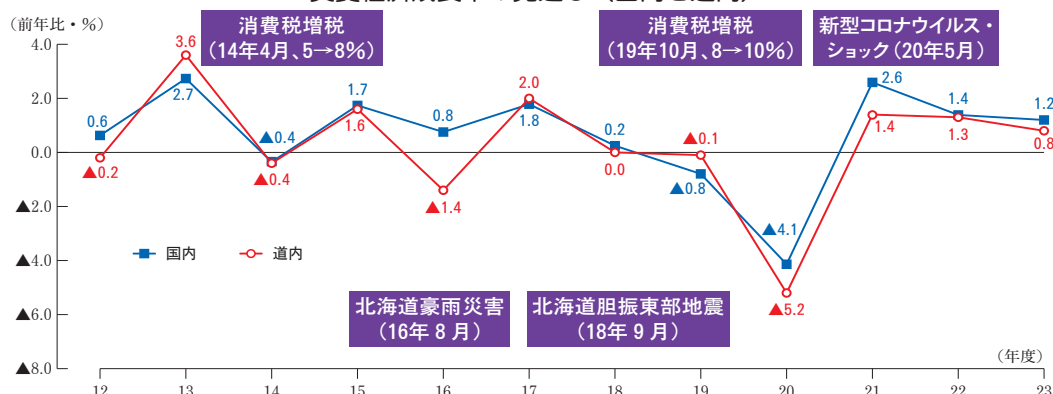
調査ニュース

今月の注目点

物価高の逆風が吹く下でも持ち直し基調が持続する北海道経済
23年度実質経済成長率は前年比+0.8%

2023年度の道内経済は持ち直し基調が持続することで、実質経済成長率は3年連続のプラス成長となる見通しです。新型コロナウイルス感染症が感染症法上の5類に移行したことを受け、サービス消費を中心とした個人消費が底堅く推移するほか、水際対策の緩和によるインバウンドの回復や、設備投資の増加などが道内経済の持ち直しを下支えするとみられます。一方、物価高の影響が家計の購買力や企業の収益に対して下押し圧力となるなど、道内経済に対して逆風が吹くことにより、持ち直しのテンポは鈍いものととどまる見通しです（P3～7に関連記事を掲載）。

実質経済成長率の見通し（国内と道内）



(注1) 国内経済成長率は、22年度までが実績。23年度が道銀地域総合研究所の予測。

(注2) 道内経済成長率は、20年度までが実績。21年度以降が道銀地域総合研究所の予測。

(出所) 内閣府、北海道、国土交通省北海道開発局の資料などを基に、道銀地域総合研究所作成（23年8月1日北海道銀行公表）

最近の道内経済動向	2
経済観測	3
●北海道経済の見通し（2023年度年央改訂） ～物価高の逆風が吹く下でもサービス消費を中心に持ち直しが続く～	
地域発 シリーズ⑮	8
●再起する“NISEKO” ～コロナ禍からの回復に向けて～	
経営のヒント 寄稿	11
●中小企業の個性を活かす「尖り型マーケティング®」 ～行き過ぎた顧客目線、やめてみませんか？～	
地銀9行連携レポート File18. 伊予銀行	14
●移住者を呼び込む「神の島」大三島 ～移住者を起点とした、観光・移住需要の創出～	
図表でみる北海道 シリーズ⑮	16
●2022年度「ふるさと納税」実績（北海道分）	



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みられるものの、物価高の影響が広がることで持ち直しのテンポは緩やかなまま推移すると予想している。

(注) 基調判断は、鉱工業生産を除き2023. 8. 22時点で入手可能な主要経済指標を参考とした(6～7月実績が中心)。

●個人消費は持ち直し基調にある

6月の供給側の統計(商業動態統計など)をみると、百貨店・スーパー(前年比+3.8%)やコンビニエンスストア(同+6.0%)などの販売額のほか、新車販売台数(軽含む乗用車、同+17.0%)も増加した。需要側の統計をみると、家計の消費支出額(6月の家計調査を基に算定)は同+3.5%と2ヵ月ぶりに増加となった。総じて個人消費は物価上昇が足かせとなりつつも、持ち直し基調にある。

●観光は緩やかに持ち直している

外国人入国者数(7月)は14.7万人と、新千歳空港の国際線定期便運航の再開が本格化に向かう下、緩やかながら持ち直している。6月の来道者数(国内交通機関経由)は、120.0万人(前年比+36.3%)と2021年11月以降、前年比で増加が続いている。水準では、コロナ前(19年6月)と同程度の水準まで回復した(19年比▲0.8%)。

(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。

●住宅建築は減少傾向にある、設備投資は持ち直しの動きがみられる、公共工事は緩やかに持ち直している

新設住宅着工戸数(6月)は、前年比+10.7%と10ヵ月ぶりの増加となった。利用関係別にみると、持家(同▲15.3%)が減少した一方、貸家(同+20.9%)、分譲住宅(同+15.6%)とともに増加した。日銀札幌支店が7月3日に公表した企業短期経済観測調査(北海道)の設備投資計画[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)]では、23年度の全産業は前年比+1.4%、製造業は同+24.1%、非製造業は同▲8.2%となった。昨年度の設備投資を大幅に押し上げた球場建設の反動もあり、非製造業の設備投資は減少を見込むものの、札幌市内の再開発やGX、DX関連投資の進捗もあり全体では持ち直し基調を堅持するとみられる。公共工事出来高(6月)は1,175.1億円(前年比+11.2%)と6ヵ月連続で増加した。公共工事請負金額(7月)は1,001.4億円(同▲2.4%)と4ヵ月ぶりの減少となった。

●生産は弱含んでいる

鉱工業生産(6月)は、前月比+0.1%と3ヵ月ぶりの上昇となった。化学・石油石炭製品(同+11.8%)などが上昇した一方、金属製品(同▲25.1%)などが低下した。

●輸出は持ち直し基調が一服している

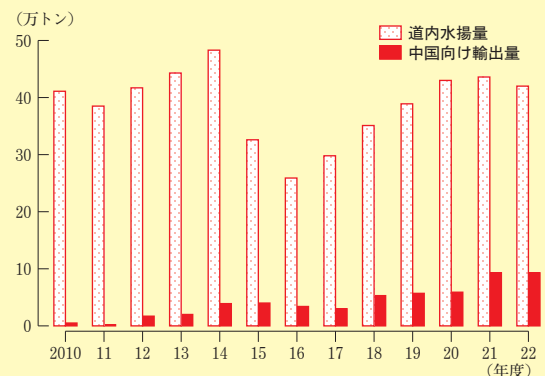
7月の通関輸出額(速報値)は321.1億円(前年比▲23.4%)と2ヵ月ぶりの減少となった。品目別では、「一般機械」(同+5.2%)や「鉄鋼」(同+2.9%)などが増加した一方、「魚介類・同調製品」(同▲27.2%)や「自動車の部分品」(同▲10.8%)などの減少に加え、再輸出品(同▲95.2%、▲96.6億円と前年の反動)の減少が全体を押し下げた。

●雇用情勢は緩やかに持ち直している

6月の有効求人倍率(パート含む常用)は、0.97倍(前年差▲0.07ポイント)となった。有効求職者数(パート含む常用)は88,687人(前年比▲0.8%)と10ヵ月連続で減少となった。雇用情勢は総じてみれば緩やかに持ち直している。

道産ホタテの中国向け輸出

道内から中国へ輸出されるホタテを数量ベースでみると、2022年度の1年間で9.3万トンに及んだ。22年度の中国向けホタテの輸出量は10年度(0.5万トン)から約19倍まで急増、さらに道内のホタテ水揚量に対して2割強を占める。昨今、中国による日本産海産物の禁輸措置の影響は大きく、道産ホタテの販路見直しが求められる。



(注) 中国向け輸出には、殻を取り除いた加工済みホタテが含まれる(22年度は5%程)。そのため殻の重さを考慮すれば、輸出量は図示した水準よりも幾分上振れとみられる。

(出所) 財務省「貿易統計」などを基に道銀地域総合研究所作成

北海道経済の見通し（2023年度年央改訂）

～ 物価高の逆風が吹く下でもサービス消費を中心に持ち直しが続く ～

足元までの道内経済は、物価高の逆風が吹く下でも持ち直し基調が持続しています。本稿では、北海道銀行が8月1日に発表した「北海道経済の見通し（2023年度年央改訂）」をベースに、23年度の道内経済のポイントについて取り上げます。

1. 道内経済の現状

2023年度入り後、足元までの道内経済は、持ち直しの動きが続いています。特に、個人消費のうち、サービス消費が底堅く推移することで道内経済を下支えしています。さらに、7月まで続いた旅行支援なども持続的な旅行マインドの喚起につながったほか、持ち直しつつあるインバウンドによる旅行消費も道内経済を押し上げているとみられます。

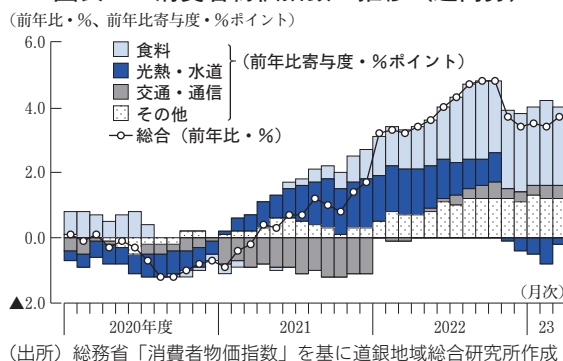
その一方で、昨年来続く物価高による影響が、道内経済の持ち直しに対して逆風となっています。23年6月の北海道の消費者物価指数（総合）は、前年比+3.7%と高い伸びとなりました（図表1）。23年1月（同+4.8%）から、伸びは鈍化しつつも依然として高い伸びが続いています。消費者物価の伸びの鈍化は、23年1月から政府が実施する総合経済対策の効果が発現したことに起因しています。23年6月における「光熱・水道（同▲2.4%）」では、電気料金値上げの影響を受けつつも、政策の効果が上回ることでマイナスの伸びが続いています。さらに総合経済対策によるガソリンや灯油、電気・ガス料金などに対する補助が9月で終了する前提の下では、「光熱・水道」の伸びが再加速することに起因して、消費者物価の伸びも再拡大するとみられます。冬に向けて暖房需要が高まる中での政策効果の剥落は、持ち直し局面にある道内経済に対してさらなる逆風になるでしょう。

こうした中でも、新型コロナの感染症法上の分類が5類へ移行したことは道内経済に対して追い風になるとみています。さらに、コロナ禍で蓄積された家計貯蓄や、春闘の良好な妥結状況などを受けて、家計の消費マインドの悪化は回避されるでしょう。その結果、道内経済は持ち直し基調を維持する見通しです。もっとも、持ち直しのテンポは緩慢なものにとどまると見通しています。道内家計の過剰貯蓄（通常の貯蓄の増加ペースを上回った貯蓄額と定義。詳細は図中の脚注を参照願

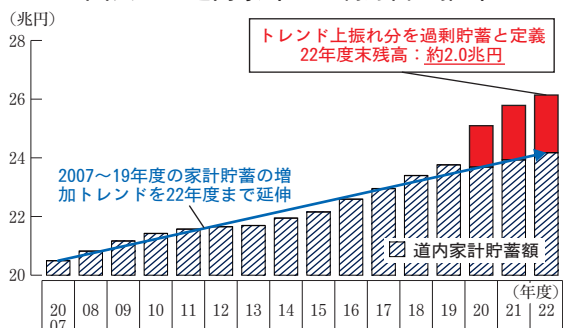
《予測に関する前提条件》

- ① 欧米を中心に金融引き締めなどを通じたインフレへの対処が長引く下、世界経済の成長は鈍化する。
- ② ロシアによるウクライナ侵攻の影響は、仮に終戦や停戦の合意に至っても、先進国を中心としたロシアへの経済制裁は予測期間内続く。
- ③ 国際商品市況は、世界経済の成長が鈍化する下で緩やかな下落に向かう。ただし、一部の産油国では減産によって価格下落を抑制しており、原油価格は横ばい圏内で推移する。
- ④ 為替相場（ドル円レート）は年度末にかけて円高・ドル安圧力が高まる。
- ⑤ 政府の総合経済対策によるガソリンや灯油、電気・ガス料金などに対する補助は、当初予定通り23年9月で終了。

図表1 消費者物価指数の推移（道内分）



図表2 道内家計の過剰貯蓄の推計



（注1）過剰貯蓄額は、2007～19年度末の現金・預金額を回帰して20年度以降を線形補完（青線）したものと現金・預金額との差（赤い棒）とし、20～22年度の3年間に増加した分。株式や保険等は含まない。

（注2）道内貯蓄額は推計値。

（出所）日本銀行「資金循環統計」、「都道府県別預金・現金・貸出金」を基に道銀地域総合研究所作成

います)を、コロナ禍の20年度から22年度までの3年間で試算すると、過剰貯蓄は22年度末時点では約2.0兆円(道民1人あたり約38万円)まで積み上がりました(図表2)。21年度末時点では約1.9兆円の過剰貯蓄が積み上がっており、22年度1年間の積み上げ額は約1,000億円にとどまったことになります。コロナ禍での制限が解除されたことを受けて各種イベントがコロナ禍前と同じように開催される中、家計は貯蓄に回してきた資金を原資に、これまで抑え込んできた娯楽・レジャーなどの消費活動を行っていると考えています。

2. 先行きの道内経済見通し

23年度の道内経済は持ち直し基調を維持するでしょう。物価高の逆風が吹く下でもサービス消費が底堅く推移するほか、水際対策の緩和を受けたインバウンドの回復も、景気に対してプラス材料になる見通しです。加えて、GX(グリーントランスフォーメーション)や次世代半導体に関連した設備投資も増加していくとみており、年度内の道内経済を下支えするでしょう。以下、需要項目別に確認します。

①雇用・所得情勢

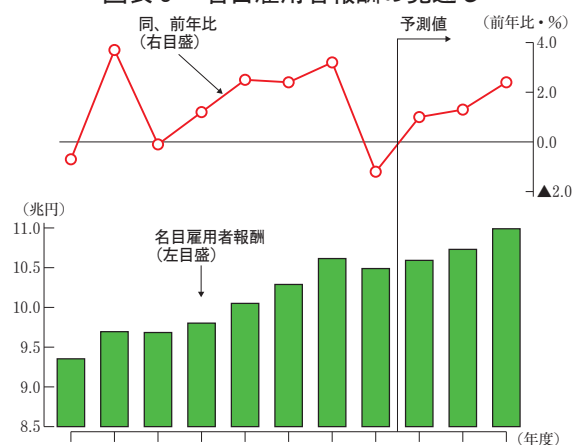
23年度の雇用情勢は底堅く推移するとみている一方、所得情勢は力強さに欠ける展開を予想しています。

所得情勢を連合北海道が7月に公表した道内の賃上げ状況(2023年春季生活闘争 第7回回答集計結果)で確認すると、月例賃金の加重平均では3.30%(昨年実績:2.00%)の賃上げで妥結。全国の3.58%には及ばないものの、所得情勢の改善につながるものと期待できます。「1人当たり雇用者報酬」と「雇用者数」を乗じて計算する名目雇用者報酬は持ち直し基調が続くとみています(図表3)。ただ、所得情勢が改善に向かうものの、消費者物価指数が依然として高い伸びを続けていることをふまえると、実態としては力強さに欠けるとみています。所得情勢がしっかりと回復するためには、来年度以降も持続的な賃上げが求められるでしょう。

②民間最終消費支出(以下、個人消費)

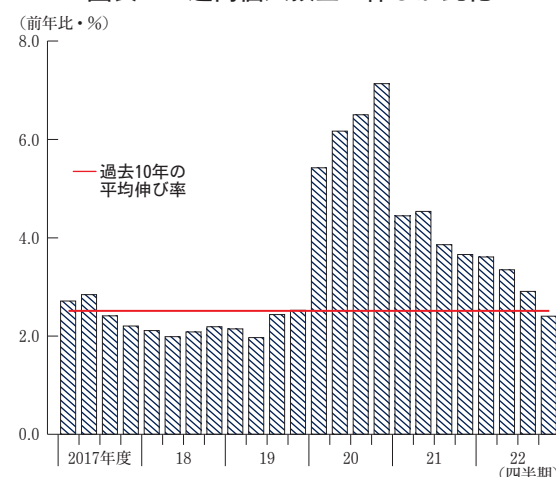
23年度の個人消費を見通すと、宿泊・飲食、娯楽などのサービス消費を主体に持ち直すと

図表3 名目雇用者報酬の見通し



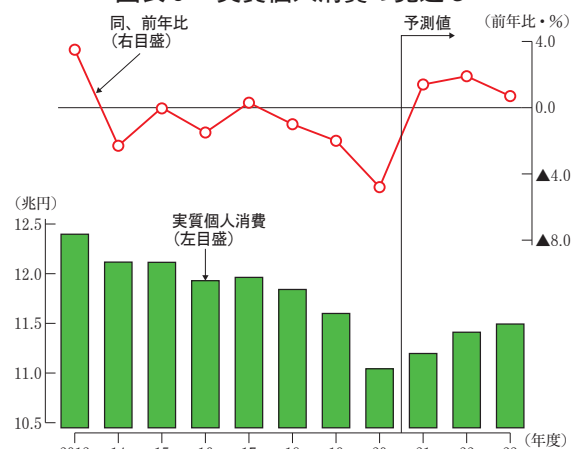
(注) 2020年度まで実績。21年度以降は道銀地域総合研究所の予測。
(出所) 北海道「道民経済計算」を基に道銀地域総合研究所作成

図表4 道内個人預金は伸びが鈍化



(注) 北海道の個人預金。ゆうちょ銀行を除く国内銀行勘定を対象。各期末残の前年比伸び率を表記。
(出所) 日本銀行「都道府県別預金・現金・貸出金」より道銀地域総合研究所作成

図表5 実質個人消費の見通し



(注) 2020年度まで実績。21年度以降は道銀地域総合研究所の予測。
(出所) 北海道「道民経済計算」を基に道銀地域総合研究所作成

みられるほか、外出機会の増加を受けて半耐久財消費も持ち直す見通しです。耐久財消費のうち、新車の販売は、昨年度後半以降続く持ち直し基調が持続するでしょう。個人消費が持ち直す背景には、23年5月に政府が新型コロナの感染症法上の分類を5類へ移行し、コロナ対応への規制が緩和されたことを受けて、消費マインドが改善に向かっていることが挙げられます。4年ぶりに通常開催される各種イベントなどを通じて、個人消費の持ち直しは持続するとみています。

その一方で、足元で高い伸びを続ける消費者物価が家計の購買力に下押し圧力となっており、個人消費が持ち直していく上での足かせになるとみられます。個人消費の原資となる家計の預貯金を確認すると、直近23年1～3月期の個人預金の伸び率は前年比+2.4%と過去10年の預金の平均伸び率2.5%程まで伸びが鈍化しました（図表4）。なお、23年5月末の伸びは2.0%まで落ち込んでおり、道内の家計は、足元の物価高を受けて貯蓄に回す資金が目減りしつつあります。このように、物価高による家計への下押し圧力と消費マインドの改善がせめぎ合う下で、道内個人消費は持ち直しつつもそのテンポは緩慢なものにとどまるとみています（図表5）。

③民間住宅投資（以下、住宅投資）

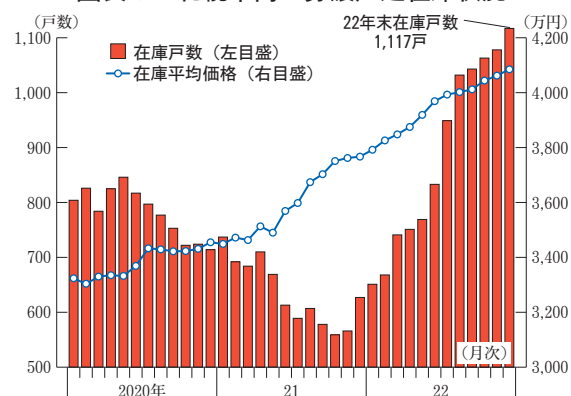
23年度の住宅着工戸数の先行きを見通すと、前年比+0.3%と全体では大幅な減少となった昨年とほぼ横ばいでの動きを予想しています。

内訳では、持家（同▲3.1%）、分譲住宅（同▲15.4%）ともに減少が続くとみています。札幌市内における新築マンションの計画では、昨年を上回る水準であるものの、物価高を背景に着工が先送りされるケースが増えるほか、戸建の着工は、在庫戸数の増加を背景に減少を見込んでいます。実際に、札幌市内の分譲戸建は在庫戸数・価格ともに上昇が続いています（図表6）。他方、住宅価格の高騰を受けた住宅購入マインド低下が賃貸需要を下支えするでしょう。最近時では貸家の非木造化率が上昇傾向にあることなども、貸家（前年比+7.6%）の増加を後押しする見通しです（図表7）。

④民間設備投資（以下、設備投資）

23年度の設備投資を見通すと、22年度に大規模投資が一巡した影響を受けるとみられます。北広島市内では、昨年の設備投資を押し

図表6 札幌市内の分譲戸建在庫状況



（出所）㈱日本アメニティクリエイト「月刊 新築住宅市況(2023.01)」

図表7 新設住宅着工戸数の見通し

利用関係別	年度	実績					見通し
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
新設住宅着工戸数(戸)	35,761	32,486	31,772	32,091	29,576	29,661	
(前年比・%)	▲3.5	▲9.2	▲2.2	1.0	▲7.8	0.3	
持家(戸)	11,740	11,821	11,068	11,616	9,499	9,203	
(前年比・%)	2.4	0.7	▲6.4	5.0	▲18.2	▲3.1	
貸家(戸)	19,535	15,625	15,262	14,536	14,251	15,335	
(前年比・%)	▲7.2	▲20.0	▲2.3	▲4.8	▲2.0	7.6	
分譲住宅(戸)	4,067	4,707	5,110	5,377	5,324	4,505	
(前年比・%)	▲1.6	15.7	8.6	5.2	▲1.0	▲15.4	
マンション(戸)	1,744	2,048	2,367	2,087	2,347	2,122	
(前年比・%)	▲9.0	17.4	15.6	▲11.8	12.5	▲9.6	
戸建(戸)	2,311	2,649	2,740	3,223	2,959	2,364	
(前年比・%)	6.1	14.6	3.4	17.6	▲8.2	▲20.1	
<参考>							
名目住宅投資(億円)	6,579	7,551	7,190	7,685	7,595	7,622	
(前年比・%)	▲11.8	14.8	▲4.8	6.9	▲1.2	0.3	

<参考>

名目住宅投資(億円)	6,579	7,551	7,190	7,685	7,595	7,622
(前年比・%)	▲11.8	14.8	▲4.8	6.9	▲1.2	0.3

- （注1）新設住宅着工戸数は、22年度までが実績。23年度以降は道銀地域総合研究所の予測。
（注2）名目住宅投資は、20年度までが実績値。21年度以降は道銀地域総合研究所の予測。
（注3）利用関係別には上記のほかは給与住宅があるも、構成比が小さいため記載していない。
（注4）分譲住宅の内訳には上記のほかは「その他」があるも、構成比が小さいため記載していない。
（出所）国土交通省「住宅着工統計」、北海道「道民経済計算」を基に道銀地域総合研究所作成

図表8 主要機関調査による道内設備投資計画

日本銀行札幌支店『短観』（前年比・%）

	2022年度	2023年度
全産業	11.3	1.4
製造業	23.8	24.1
非製造業	6.7	▲8.2

北海道財務局『法人企業景気予測調査』

（前年比・%）

	2022年度	2023年度
全産業	26.0	▲3.8
製造業	34.7	14.9
非製造業	24.0	▲9.0

- （注1）日銀短観の調査対象は「電気・ガス」を除く資本金2千万円以上の道内企業。道外への投資、ソフトウェア・研究開発投資を含み、土地投資額を除く。
（注2）法人企業景気予測調査の対象は、資本金1千万円以上（「電気・ガス・水道」「金融・保険」は資本金1億円以上）の道内法人。道外への投資、ソフトウェア投資を含み、土地投資額を除く。
（出所）①日本銀行札幌支店「企業短期経済観測調査（北海道、23年6月調査）」
②北海道財務局「法人企業景気予測調査（23年4～6月期）」

上げた球場建設が完工したほか、これまで道内設備投資を支えてきた札幌市内での市街地再開発をみると、建設中の大型物件は年度半ばまでに概ね竣工に向かう見通しです。一方、札幌市内では新たな大型物件の建設着工に向けた解体工事が増加すると見込んでおり、市街地再開発事業の端境期と捉えられます。

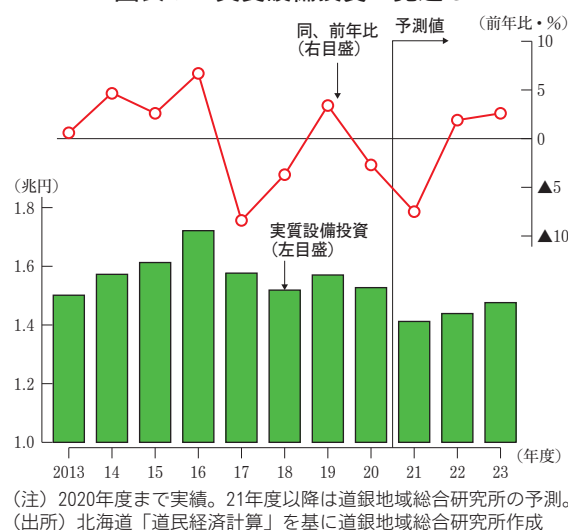
実際に各機関の調査を確認すると、日本銀行札幌支店「短観（北海道・6月調査）」の23年度の設備投資計画（全産業）は、前年比+1.4%となっているほか、北海道財務局「法人企業景気予測調査（4-6月期）」の設備投資額（全産業）は同▲3.8%を見込んでおり、それぞれ昨年の大幅増加の反動が現れた結果といえるでしょう（図表8）。

もっとも、今年度は、GX関連投資（特に再生可能エネルギー関連の投資）や次世代半導体企業の進出などが道内設備投資を押し上げるでしょう。実際に、宗谷地方や日高地方では陸上風力発電、石狩湾新港では洋上風力発電が建設中であるほか、発電施設・設備の建設工事に付随した投資なども見込まれます。さらに、今年2月に次世代半導体メーカーであるRapidus(株)が千歳市に工場を建設することを表明。23年9月に工場の建設が着工し、25年4月に試作が始まる見通しとなっています。同社による総投資額は数兆円に上ると報じられており、工場建設を通じて、今年度中の道内設備投資を押し上げるとみています（図表9）。

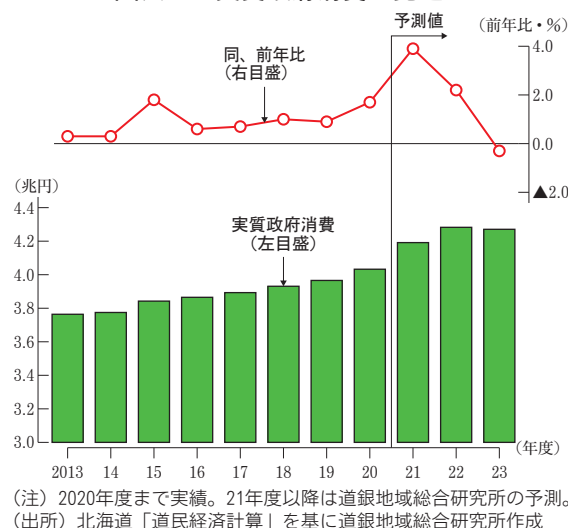
⑤ 地方政府等最終消費支出（以下、政府消費）

23年度の政府消費は全体としては弱い動きとなる見通しです。各自治体が独自で実施する物価高対策費用などは政府消費の増加要因となるほか、北海道や札幌市では今夏の職員ボーナスが増額支給（前年比+1.3%）されたことも人件費の増加を通じて政府消費を下支えするでしょう。一方、5月に新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類に引き下げられたことを受けて、地方政府による新型コロナに対応する関連費用の支出が大幅に減少することが見込まれます。さらに、昨年10月に後期高齢者医療費の窓口負担額が見直しされたことに伴って、医療費の増勢が鈍化することなども政府消費が弱含む要因になるでしょう（図表10）。

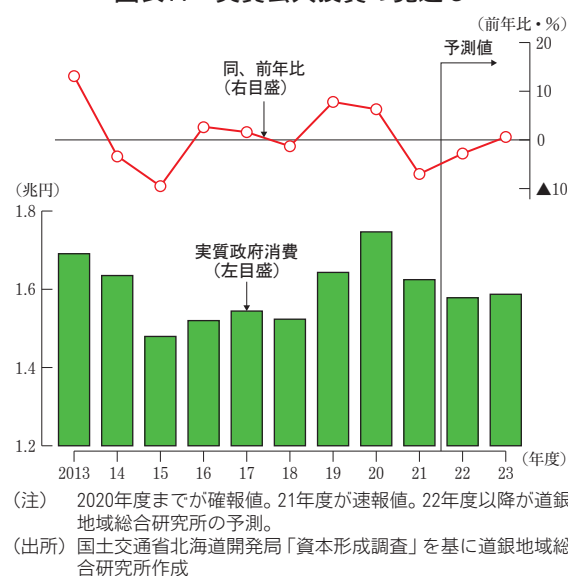
図表9 実質設備投資の見通し



図表10 実質政府消費の見通し



図表11 実質公共投資の見通し



⑥公的固定資本形成（以下、公共投資）

23年度の公共投資は、公共工事に係る発注者毎の年度当初予算が減少基調にあるものの、3年連続の減少は回避される公算です。発注者別にみると、公的企業では北海道新幹線の工事進捗や、高速道路のリニューアルプロジェクトが継続することもあり底堅い動きになるでしょう。実際に、23年4～6月期に独立行政法人が道内で発注した工事請負額は1,433.0億円（前年比+46.0%）と増加基調で推移しています。その背景には、北海道新幹線の中でも最長規模となる札幌トンネル工区が発注されたことに起因しており、北海道新幹線の工事進捗によって公共工事は底堅く推移するとみています。また国の事業では国土強靱化対策が続く下で、日本海溝・千島海溝周辺海溝型地震を始めとする災害対応に向けた社会基盤の形成などを想定した事業を中心に、底堅い動きとなるでしょう（図表11）。

⑦財貨・サービスの移輸出（以下、移輸出）

23年度の移輸出は、移出・輸出ともに緩やかに持ち直す見通しです。まず、財の移輸出のうち、輸出の足元の状況を確認すると、23年4～6月期の道内からの輸出は967.4億円（前年比+4.0%）と、月次では振れを伴いつつも緩やかな増加基調で推移しています。先行きの輸出は、半導体不足が解消に向かう下での自動車生産持ち直しに伴う「自動車の部分品」が下支えするものの、海外経済の成長が弱含む下で「鉄鋼くず」や「鉄鋼」などの弱い動きが相まって、全体としては弱含みで推移するでしょう。また、財の移出（北海道→都府県）は持ち直すとみられるものの、内需の増勢が鈍化する下で、持ち直しのテンポは緩慢なものにとどまる見通しです。

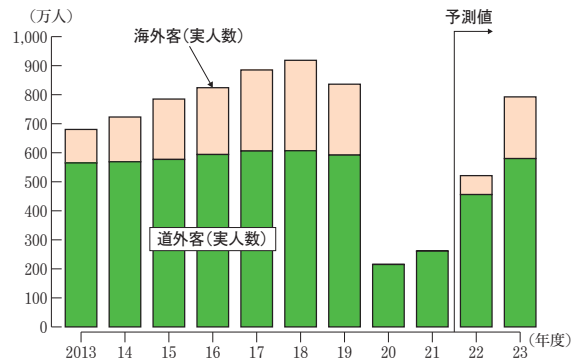
一方、サービスの移輸出では、道内を訪れる旅行者（道外客・海外客の観光消費はサービスの移出・輸出に該当）を来道者数輸送実績でみると、23年5月は113.4万人（19年同月比約95%水準）と、ほぼコロナ禍前の水準まで回復しました。他方、同月の道内への外国人入国者数（道内の空港や港で入国手続きを行った外国人の総数）は6.3万人と19年同月比で4割強の水準でした。23年7月の新千歳空港国際線の到着便（時刻表ベース）をみると、全614便のうち韓便（ソウル、釜山、大邱便の合計）が388便と全体の6割以上を占めたものの、中国便は北京と上海のそれぞれ1路線（月間で計13便）の運航にとどまりました。2019年度に来道した訪日外国人を国・地域別にみると、中国からの旅行者が最も多く全体の24.3%を占めていました。そのため、

先行き道内のインバウンド回復は、中国からの旅行者の回復がカギになるでしょう（図表12）。

以上をふまえ、23年度の実質道内経済成長率は前年比+0.8%（名目：同+3.2%）と予測しました（図表13）。

（小野 公嗣）

図表12 道外客と海外客の見通し



（注） 2021年度まで実績。2022年度以降は道銀地域総合研究所の予測。
（出所） 北海道「北海道観光入込客数調査報告書」などを基に道銀地域総合研究所作成

図表13 道内経済の見通し（前回予測との比較）

（前年比・%） < 前回(12月)予測 >

項目	年度	21年度 【実績見込】	22年度 【実績見込】	23年度 【見通し】	22年度 【見通し】	23年度 【見通し】
実質道内総生産（支出側）						
個人消費		1.4	1.3	0.8	1.4	1.1
住宅投資		1.4	1.9	0.7	2.3	1.1
設備投資		▲0.6	▲6.5	0.4	▲1.3	1.8
政府消費		▲7.5	1.9	2.6	2.4	▲1.6
公共投資		3.9	2.2	▲0.3	1.6	▲1.0
移輸出		▲7.0	▲2.8	0.6	▲2.4	0.2
移出		4.8	2.1	0.8	3.2	1.3
移輸入		1.4	1.9	0.3	2.3	0.9
（伸び率）						
個人消費		0.8	1.1	0.4	1.3	0.7
住宅投資		▲0.0	▲0.2	0.0	▲0.0	0.1
設備投資		▲0.6	0.1	0.2	0.2	▲0.1
政府消費		0.8	0.5	▲0.1	0.3	▲0.2
公共投資		▲0.6	▲0.2	0.0	▲0.2	0.0
移輸出		1.7	0.8	0.3	1.2	0.5
移輸入		▲0.6	▲0.8	▲0.1	▲1.0	▲0.4
（寄与度）						
道内民需(再掲)		0.3	1.0	0.6	1.5	0.6
公的需要(再掲)		0.2	0.2	▲0.0	0.1	▲0.2
純移輸出(再掲)		1.1	▲0.0	0.2	0.2	0.1
名目道内総生産		1.5	2.1	3.2	1.8	1.5
消費者物価指数(道内・総合)		0.6	3.9	3.1	3.3	0.6
鉱工業生産指数(道内)		6.4	▲4.1	1.2	▲1.8	2.1

（注1） 実質道内総生産は2015暦年連鎖価格方式。政府消費は地方政府等最終消費支出。
（注2） 在庫変動などが存在するため、各需要項目寄与度の合計値と実質道内総生産の伸び率は必ずしも一致しない。
（注3） 移輸出および移輸入は、道銀地域総合研究所による推計値。
（注4） 消費者物価指数、鉱工業生産指数は、22年度までが実績。
（出所） 北海道、北海道経済産業局、総務省などの資料を基に道銀地域総合研究所作成

北海道銀行発表の「北海道経済の見通し（2023年度年央改訂）」にかかる資料全文は、右記QRコードまたは、次よりご覧いただけます。【北海道銀行のホームページ（アドレスは本誌の裏表紙に記載）→法人のお客さま→北海道経済の見通し】



再起する“NISEKO” ～ コロナ禍からの回復に向けて ～



北海道銀行
NISEKO出張所
所長

大館 勇也

1. 「ニセコ観光圏」と 「道銀 NISEKO 出張所」について

ニセコは、広義には、ニセコ山系周辺の5つの町が連なる広大な山岳丘陵地帯の総称です。そして、その中心部・ニセコアンヌプリの山麓に位置する3町（ニセコ町・倶知安町・蘭越町。人口規模：2万数千人）で構成する「ニセコ観光圏」（以下、当エリア）は、上質の「パウダースノー」を体感できる日本屈指のスキーリゾートとして国際的な知名度があり、年間約300万人の観光客が訪れます。

そうした中、北海道銀行が倶知安町ひらふ地区（写真1）に拠点を開設した2016年12月から、6年半の月日が流れました。当初は、近隣開発情報の収集を目的に「NISEKO 事務所」として発足し、その後、より踏み込んだ取引を行うべく、預金・融資・外為業務も行う「NISEKO 出張所」（以下、当出張所。窓口機能やATM設置等なし）に昇格。以来、海外資本主体のいわゆる“山”の開発案件等に関わるなど、腰を据えて営業を続けてきました。

その成果もあり今では、既存客からの紹介

写真1 ひらふ地区中心部の「ひらふ坂」



（筆者撮影）

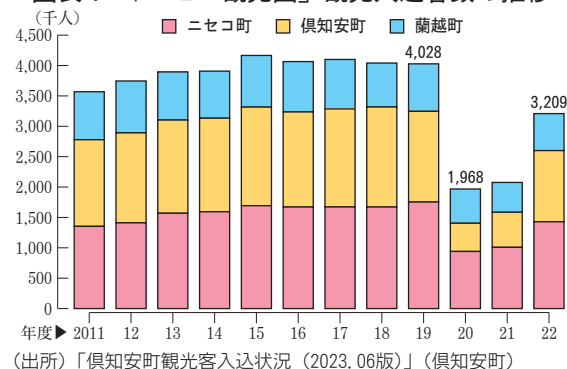
で問い合わせを受けることもあれば、当出張所の情報を聞いて飛び込みでお客様が来所されることもあります。運営は筆者を含めて2名体制ですが、おかげさまで多くの融資案件のご相談をいただき、忙しい日々を送っています。

加えて、昨年（2022年）4月からは、それまで当行岩内支店が担当していた羊蹄山麓町村（倶知安、ニセコ、京極、真狩、蘭越、赤井川等）のお客様を引き継ぐことになり、“山”の開発関係だけでなく、まちなかのお客様（地元の法人・個人等）とも関わるようになりました。地元のお客様に「倶知安に道銀無いでしょ」と言われることもあった当初から一年余り経ち、着実に知名度を上げてこれたと思っています。

2. コロナ禍による影響と足元の状況

宿泊・旅行・不動産関連の産業が多い当エリアは、新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受けました。「ニセコ観光圏」でみると、コロナ発生年である2020年度の観光入込客数はコロナ発生前に比べほぼ半減（▲51%。図表1）し、そのうち、外国人観光客数に限ってはほぼ全減。また、この間、開発工事の中断・延期も見受けられました。例えば、シンガポールのSCGlobal社が展開する「雪ニセコ」は2021年12月の開業予定でしたが工期が延び、2022年12月にグランドオープン。また、外資系不動産開発のウェルズpring・リア

図表1 「ニセコ観光圏」観光入込客数の推移



ルティ・インベストメンツ社がニセコモイワスキー場に展開する「アマンニセコ」は当初2023年の完成予定でしたが工事進捗の遅れを受け、2026年の開業を目指しています。

一方、コロナ禍のもとでもニセコへは、200億円超の海外投資マネーの流入が続いたと言われ、後志振興局の管轄では2021年度も、14件の開発許可が下りました。

土地取引面を地価（路線価）でみると、倶知安町山田地区（道道）の前年比上昇率は2020年まで6年連続全国1位でした。しかし、コロナ禍では取引の一時的な停滞もあり、2021年以降は3年連続で上昇率がゼロとなりました。もっとも、昨年（2022年）10月の水際対策緩和や12月のスキー場オープンを機に、海外観光客の戻りに併せて土地取引も戻りつつあります。地元業者も地価は再び上昇基調に復していくとみているようです。

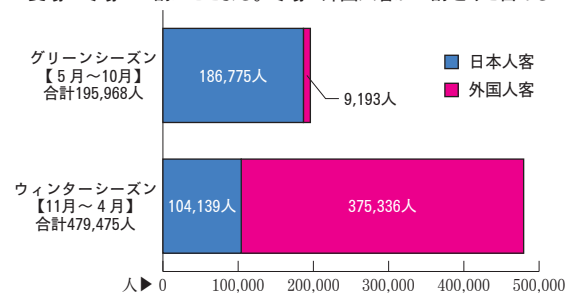
3. ニセコ観光圏の課題と 解決に向けた取り組み

（1）冬と夏の「繁閑差」

「Japow（ジャパウ）」という言葉をご存じでしょうか。これは北海道のパウダースノーの素晴らしさを一言で伝えているのはやりの言葉（造語）です。そのような世界的にも有名で魅力的な冬場に比べ、夏場は観光客を惹きつけるコンテンツが少なく、GW明け頃に観光客数はピークアウトします（図表2）。夏場にも自転車の世界大会「ニセコクラシック」やラフティングといった魅力的なコンテンツはありますが、まだまだ知名度を高められていないのが実態です。そうした中、シーズンによる繁閑差の解消に向けては、「MICE（マイス）^{*}」誘致の取り組みが続けられている他、最近ではコロナ禍で話題になったワーケーションによる誘客（夏季限定シェアオフィス等）の取り組みが行われています。

^{*}会議（meeting）、研修・報奨旅行（incentive travel）、国際会議（convention）、イベントや展示会（eventまたはexhibition）など、多くの集客が見込まれるイベントの総称。

図表2 シーズン別の宿泊客延べ数（倶知安町）
～夏場は冬場の4割にとどまる。冬場は外国人客が8割近くを占める～



（出所）「倶知安町観光客入込状況（2023.06版）」を基に北海道銀行 NISEKO 出張所作成

（2）3つの「不足」

観光活動の再開と共に、輸送手段・人材・レストランの不足も顕在化しています。輸送手段については、エリア内循環バスの試行に加え、運輸局との連携により、タクシー台数の確保や専用アプリを利用した配車サービス等も進められています。人材については、今冬に向けた人材確保の動きが活発化しています。当出張所においても最近時は、従業員用住宅（新築・中古とも）に関する案件の相談が増えており、他行でも同様の傾向がみられるようです。また、レストランに関しひらふ界隈では、“冬場はどこも満席で入れない” “夏場は多くの店が休業しているため入れる場所が無い” など、いわゆる「レストラン難民」の発生が問題となっています。

（3）外国人との「共生」

ひらふ地区を始めとする“山”中心の開発において、外国人は大きな役割を果たしています。一方、町内の日本人と外国人の間には一定のひずみがあるようにも感じており、町内のお客様との関わりが増えるに連れ、その実感を深めています。町内での交通ルールやゴミ出しマナー等の問題のほか、「外国人が近隣に土地を購入したがために農地が使えなくなった」という話も聞いたことがあります。これらは外国人の一部によるものですが、多様な外国人が暮らすこの町では今後向き合っていく行かなければならない問題かもしれません。

4. 今後の開発動向と展望

当エリアでは、開発地区の裾野が着実に広がりを見せています。開発初期はひらふ地区が主体でしたが最近時は、近隣に「パークハイアット」を有する花園地区（写真2）やひらふ近郊の樺山地区、ニセコ町の曽我地区等にまで拡大しており、今後も大型投資（ホテル開業、インフラ整備等）が控えています。例えば、ホテルでは、アッパーヒラフ地区で建設中の「MUWA ニセコ」が2023年冬に開業予定。その近隣では「星のやロジニセコ」が、また、ひらふ地区から少し下におりた樺山地区ではラグジュアリーホテルチェーンの「シックスセンス」が、ともに2026年の開業を予定しています（図表3）。

インフラ面をみていくと、まず、北海道新幹線の札幌延伸工事が進行中（2030年度末の開業予定）であり、これに伴い新駅（倶知安駅）が整備されます。開業後は、東京駅から4時間半、仙台駅から約3時間、札幌駅からは25分（現在は小樽経由で2時間程度）

と大きく利便性が高まります。加えて、新駅と連結する10数階建て複合商業施設の建設など、駅周辺の再開発も計画されています。また、高速道路（後志自動車道）の倶知安までの延伸開通が2027年頃に予定されており、新千歳～倶知安間が2時間未満で接続可能になります。

以上のように当エリアは、従来からの“山”地区の開発にまちなかの再開発が加わり、今後も投資の活況が続くでしょう。当出張所の果たす役割もますます重要さを増すと思われ、金融サービス・情報提供等を通じ、地元金融機関として引き続き貢献していきたいと考えています。

図表3 ラグジュアリーホテルの主な開業予定

開業予定年	ホテル名	客室数
2023	MUWA ニセコ	120
2024	ニッコースタイルニセコ	234
	ニューワールド ラ ブルーム	224
	モクシーニセコ	—
2025	カベラニセコ	500
2026	シックスセンスニセコ	76
	アマンニセコ	31
	星のやロジニセコ	62
	ニセコアルペン（建て替え／東急）	—
	101ニセコ	482
未定	W ホテルニセコ	—
	エディションニセコ	—

（出所）各種情報・資料等をもとに筆者作成

写真2 アジア最大級のジップライン（パークハイアットニセコ HANAZONO 内）



（筆者撮影）

<参考文献>

- ・現代ビジネス “コロナで観光地壊滅のなか…「ニセコ」が相変わらず絶好調のワケ”
<https://gendai.media/articles/-/75201>（2020年8月29日）
- ・e-kenshin プラス “コロナに揺れるニセコ 試練のリゾート開発（中）立ち往生が続く”
<https://e-kensin.net/news/133575.html>（2021年1月5日）
- ・テレ朝ニュース “外国人が消えた北海道「ニセコ」復活の秘策は？外国人観光客受入再開へ”
https://news.tv-asahi.co.jp/news_society/articles/000256174.html（2022年5月27日）
- ・（社）倶知安観光協会（2023）「定時社員総会資料」
- ・高橋克英（2020）「なぜニセコだけが世界リゾートになったのか」講談社

中小企業の個性を活かす「尖り型マーケティング®」

～行き過ぎた顧客目線、やめてみませんか？～



秋田舞美のマーケティング道
中小企業診断士
千葉商科大学客員教授

秋田 舞美

《著者略歴》（あきた まみ）

1978年札幌生まれ、2001年北海道大学法学部卒業。26歳の時に、当時20代比率1%、女性比率3%だった中小企業診断士を超レアキャラで取得。企業の個性を活かす「尖り型マーケティング®」を提唱し、コンサルティングの他全国で講演を行う。2019年中小企業庁長官賞受賞。高IQ団体JAPAN MENSA会員。

■顧客目線、行き過ぎていませんか？

「顧客目線を取り入れましょう！」。ご存じの通り、これは近年のマーケティングで呪いのように繰り返されている言葉です。

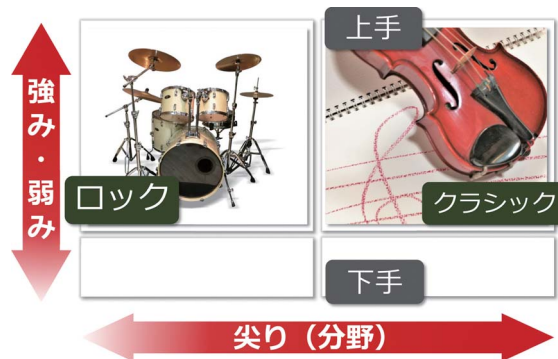
もちろん顧客目線は大切なのですが、お客様のニーズに応え続けていると商品の個性が打ち消され、「早い、安い、うまい」画一的な製品だけが店頭に並ぶ状況となってしまいます。少なくとも、「安い」はロットの大きい大企業の方が得意分野なわけですから、顧客ニーズに振り回されていると、中小企業は不利な戦いに追い込まれてしまうのです。では、どうすれば良いか？ 中小企業に大切なのは「尖り（個性）」で勝負することではないでしょうか（図表1）？

図表1 強みと尖りの範囲



「早い、安い、うまい」は強みですが、尖りでは「遅い、高い、マズい」も価値となります。マズいことで效能を感じさせる青汁。他と比べて極端に高額なことで価値を高めたシャインマスカット。「強み」とは「弱み」という対義語があるように上下の関係（縦軸）、尖りは横軸をイメージしてください。楽器の演奏に上手・下手はあっても、ロックとクラシックに優劣はなく、好き、嫌いという好みの問題です（図表2）。

図表2 強み・尖り関係図



■足し算の時代は、もう古い？

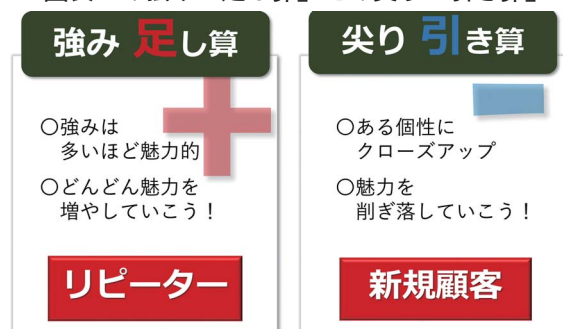
「尖り」について、あるレストランの事例をお話しします。そのピザ屋さんは、①チーズにこだわり、②ピザ生地のお麦は契約農家から、③野菜は有機野菜、④窯はヨーロッパから輸入、⑤店舗は有名デザイナー監修、と強みが盛りだくさん。

しかし、特にランチが伸び悩んでいるということで相談を受け、実施したのが「強みのPRをやめよう作戦」です。このお店の場合、強みが飽和状態であり、悪く言えばチェーン店でもみられる「よくある」こだわりの店になっていました。ですので強み②～⑤をPRすることをやめて、「①チーズ」だけに特化したプロモーションに変更したのです。「オーナーはチーズソムリエ」「ヨーロッパでの修行経験」「ヤギなどの珍しいチーズ」「チーズ

食べ比べメニュー」など「チーズ」に絞ってPRしたところ、ランチの売上は約1.5倍に。

この作戦のポイントは「何の費用もかけていないこと」「何も変えていないこと」です。単に②～⑤の強みのPRをやめたのです。強みがあるのにPRしないなんて…と思われるかもしれませんが、多すぎる強みは個性を打ち消し、訴求力を弱めてしまいます（図表3）。

図表3 「強み＝足し算」と「尖り＝引き算」



ただし強みが不要なわけではなく、多数の強みはリピーター確保に貢献します（図表4）。例えば「美味しい」「雰囲気・サービスが良い」などの強みを購入前に感じることは難しいですが、購入体験をした後は、「また来たい」という意欲につながります。「強みの多さ＝品質の高さ」は、リピーター確保のために不可欠なのです。

現代社会では商品アイテム数が増加し、顧客の行動範囲が広がり、ネットでの情報収集も容易になっており、中小企業の製品は存在を認識してもらっただけでも難しい状況です。

図表4 強みと尖りの整理



研ぎ澄まされた「尖り」によって新規顧客を獲得し、多くの「強み」でリピーターにつ

なげる。この両立が必要となってくるのです。もちろん「尖り型マーケティング®」にも弱点はあります。それは個性を出すことで「製品が嫌いな人・興味がない人」が出てしまうこと。チーズが嫌いな人は、事例のようなピザ屋さんには行かないでしょう。尖りとは、「ターゲットの範囲を狭める代わりに、興味がある人への訴求力を上げる」手法なのです（図表5）。

図表5 大企業と中小企業のマーケティング

	大企業	中小企業
利点	・資金力 ・各業界とのつながり ・人海戦術、知識	・各企業の個性 ・売上が少額でも経営が成り立つ
欠点	・多額の売上を、確保する必要	・資金力不足 ・人的負担の限界
商品コンセプト	8割の人に受け入れられる製品	2割の人に愛される製品
顧客志向マーケティング		尖り型マーケティング

ただしデメリットであるターゲットの減少は、「大手の参入を防ぐ」というメリットでもあります。多額の売上を必要とする大企業はターゲットの範囲を狭める個性的な尖り型マーケティングには進出しにくく、無難な製品に落ち着きがちです。大手飲料メーカーが最も注力している製品のひとつがお茶系飲料ですが、綾鷹、伊右衛門、お〜いお茶、生茶のうち、「他社の商品は買わない！」というほどのこだわりを持つ方は少ないでしょう。

■SDGsを用いた「尖り」事例

ここでSDGs関連の取組みを「尖り」として筆者の顧問先二社の事例を紹介します。「尖り」は社会的活動である必要はありませんが、企業の取組みを考える際にSDGsという枠組みは思考整理の指標の一つになるかと思えます。

①「捨てないアパレル®」でビジコン優勝

埼玉県蕨市のアパレル製造・販売業（株）ニィニは、大手からの下請が8割を占めていました。しかしアパレル業界の低迷から自社

ブランドに力を入れることに。商品の魅力だけではなく、「廃棄衣料問題」への取組みを発信する「捨てないアパレル®」という活動を実施し、①セミオーダー、②リメイク、③レンタルの3本柱で自社からの廃棄衣料ゼロを実現しました（図表6）。それに加えて消費者への啓蒙活動を進めていくことで、埼玉県ビジネスプランコンテストで最優秀賞を受賞。昨年は埼玉県知事の訪問も受けました。日刊工業新聞の社説でも紹介されたこともあり、知名度の向上が売上にもつながっています。

図表6 着物リメイクイメージ



②「女性目線の建設業」で売上を5倍に

札幌市東区にある建設業（株）井上技研では、元々、建築学部出身の女性技術者を多く採用していましたが、当初、それを外部には発信していませんでした。筆者が顧問となった約10年前より「女性目線の建設業 井上技研」としてブランディングを行っていくことに。例えば、保育園建設の際には「保育士女性会」を開催して現場で働く女性の意見を取り入れるなどの工夫をしていきました。その結果、小学校向けのSDGs教材にも採用され、日刊工業新聞の全国版にも記事が掲載。

売上は約10年で5倍以上に伸びています。

■おまけ：CIの重要性

尖りを持つということは、お客様の「その企業から買いたい！」という想いが大切になります。そのため、他の企業から見分けがつく企業ロゴなどのCI（Corporate Identity）が重要であり、私も「尖り型マーケティング®」を含め2つの商標を取得しています。

さてここで、下記の図表7のような「牛丼の秋田」の広告を出した時、お客様は間違っ



看板



これは極端な例としても、名刺、ホームページ、看板、広告などで、「コーポレートカラー」を意識していない企業は多くみられます。

人間の感覚は、①色、②形、③文字の順で認識されることを意識してみてください（図表8）。

図表8 人間の認識



顧客目線と企業個性、強みと尖りは、どちらも大切なものです。顧客ニーズに振り回されすぎているのかも？と感じたときには、御社の特徴・個性から発する「尖り型マーケティング®」を検討してみてください。

※ 本文中の図表は筆者作成。

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お届けするコーナー。今回（伊予銀行様のご担当）は、“愛媛県今治市大三島の移住者を起点とした地域おこし”について紹介します。

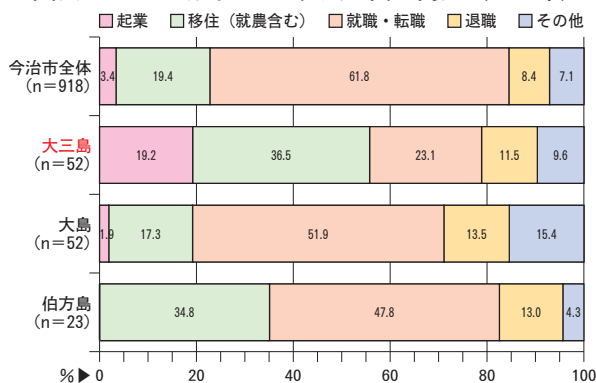
移住者を呼び込む「神の島」大三島おおみしま ～ 移住者を起点とした、観光・移住需要の創出 ～

今治市は、2022年版「住みたい田舎ランキング」^(※1)で、全国 1 位に選ばれた。中でも、移住者を起点とした地域おこしが注目されている大三島にスポットを当て調査した。

1. 大三島への移住目的の特徴

大三島への移住目的は、「起業」の割合が高く、市全体や近隣の島と比べて突出している（図表－1）。

図表－1 地域別にみた転入理由の内訳（2020年）



資料：今治市の集計をもとに、株式会社いよぎん地域経済研究センター作成
注：転入手続き時のアンケート調査の回答を集計したもの

今治市によると、2021年の大三島への移住者は、前年比1.5倍の約80人となるなど起業・移住したくなる魅力があるようだ。

2. 起業・移住したくなる魅力

全国に1万社以上の分社を持つ大山祇神社がある大三島は「神の島」としても知られ、今治の中でも観光客が多い。

23人の移住者に取材したところ、島の魅力は「豊富な観光資源」「豊かな自然と利便性のバランス」「移住者を受け入れる土壌」であることがわかった。

【大三島（今治市）のデータ】	
位 置	県内最北端の有人島
面 積	64.5km ²
人 口	5,102人（2022年1月）
高齢化率	52.8%（2015年10月）
主産業	農業（ミカン栽培）、観光業



大山祇神社本殿正面の樹齢約2600年の楠（小千命御手植）おちのみことおてうえ

3. 人と人のつながりが移住者を呼び込む

大三島への移住者はここ10数年で増えてきた。移住者と受け入れに関わる人たちが紡いだ人と人とのつながりが、さらに多くの移住者を呼び込む流れを生んでいる。

（1）地域おこし協力隊の導入・定着

2012年に市に地域おこし協力隊制度が導入された。隊員たちは自ら地域の課題を設定し、3年間の任期内で精力的に地域おこし活動を行ってきた。彼らの活動で地域が活気づいていくなか、地域住民との関係も深まっていったという。

こうした状況を裏付けるのは、任期終了後の定着率の高さだ。全国は50%程度^(※2)だが、大三島（のべ11名）は90%以上だ。行政が隊員に寄り添い、地元住民が温かく受け入れたこともあって、多くの人が地域に自らの居場所や生業をつくり、定住し続けている。

（※1）宝島社『田舎暮らしの本』2月号、「2022年住みたい田舎ベストランキング」。

（※2）活動地と同一市町村に定住。

（２）ラントゥーレーベン大三島でのお試し移住

旧大三島町は2003年、お試し移住施設の「ラントゥーレーベン大三島」を設立した。

農園付き 1DK～2LDK の物件を、農業指導付きで年間30～45万円程度の安価な使用料で利用でき、最大5年間お試し移住ができる。

これまでの利用者82名のうち、約3分の1が大三島に定住している。

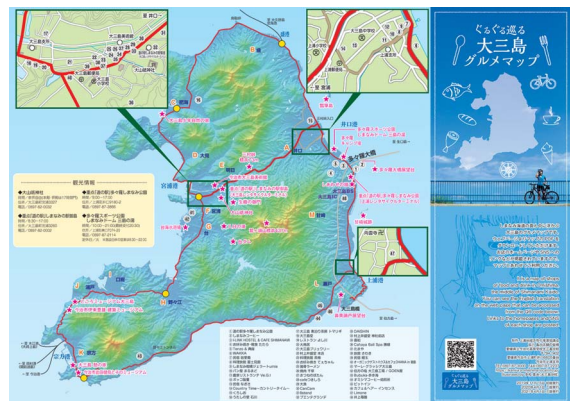


ラントゥーレーベン大三島

（３）相談窓口を担う先輩移住者

先輩移住者の中には、地域への恩返しとして、新たな移住者の相談窓口を担う人もいる。「ゲストハウスオーナーに地元の人をたくさん紹介してもらった」「居住用物件をいくつも提案してもらった」との声があった。そうした人の温かさに触れて、移住を実行に移す人も少なくないという。

大三島では、これらの要因などが重なり合い、多くの移住者を呼び込む流れが生まれている。



ぐるぐる巡る大三島グルメマップ

４．移住者を起点とした、観光・移住需要の創出

2021年4月時点で、島にある飲食店のうち約半数は、移住者が経営している店舗である（ぐるぐる巡る大三島グルメマップ調べ）。こうした移住者による新規出店が、観光客を呼び込んでいる。

また、移住者が運営するシェアハウスやワーケーション施設が新たな移住希望者を呼び込み、若い人材の移住にもつながっている。

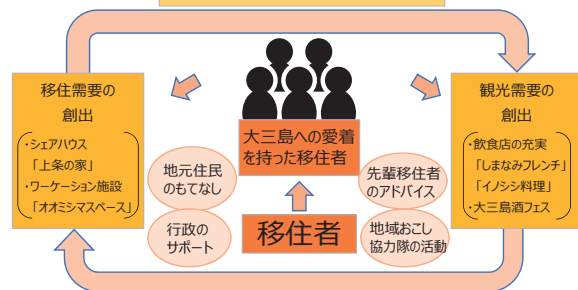
５．まとめ

観光資源にも恵まれた「神の島」では、移住者を起点とした好循環が生まれ、人口減少などの社会課題に立ち向かう下地が整いつつある（図表－２）。

これからも新たな着想が次々に生まれる、活力ある地域に発展していくことを願っている。

（文責：株式会社いよぎん地域経済研究センター）

図表－２ 大三島での観光・移住需要の好循環
社会課題の解決に向けて



2022年度「ふるさと納税」実績（北海道分）

1. 都道府県別では4年連続1位

総務省がまとめた2022年度のふるさと納税による寄付金受け入れ額（以下、寄付額）実績をみると、道内全体では前年比19%増の1,452億円（全国は同16%増の9,654億円）。過去最高を更新し、都道府県別では4年連続の1位となりました。また、全国に占める道内分のシェアは15%。2019年度以降、拡大が続いており、ふるさと納税における本道の存在感は、一層高まりを見せています（図表1）。

2. 111の市町村で寄付額が増加

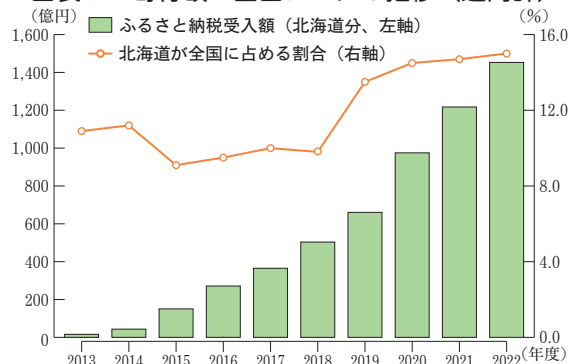
次に、市町村別の寄付額をみると、道内全179市町村の6割超にあたる111の市町村が前年比で増加しました（図表2）。その背景には、新鮮な農産物や海産物をはじめとする各地域の食資源を活用した返礼品の充実に加えて、地域の特徴や寄付金の使途のPR等での工夫がみられます。今後も返礼品の拡充を契機とした地域特産品の販路拡大効果等が一層期待されます。

3. 寄付金使途の指定は「子ども・子育て」が最多

ふるさと納税ではほとんどの寄付先（自治体）において、その使途が選択できるようになっています。使途別にみると、道内全体では「子ども・子育て」が最多の174億円となっており（図表3）、地域の次世代を担う人材に託す、寄付者側の想いの大きさがうかがえます。「その他」では、映画制作、秘境駅の存続応援、地域交通の維持等、各地域の戦略に応じたプロジェクト等へ活用されています。

（伊藤 慎時）

図表1 寄付額・全国シェアの推移（道内計）



（出所）総務省「ふるさと納税に関する現況調査結果」を基に、道銀地域総合研究所作成

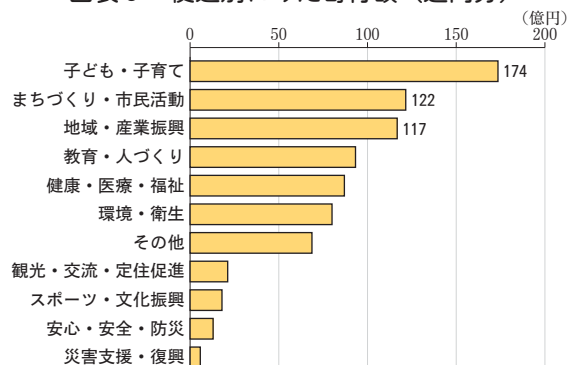
図表2 寄付額が前年比で増加した市町村（道内・増加額上位20）

市町村名	増加額	市町村名	増加額	市町村名	増加額
別海町	44.8	千歳市	6.8	苫小牧市	4.9
紋別市	41.4	砂川市	6.7	赤平市	4.8
根室市	30.1	恵庭市	6.7	釧路町	4.6
白糠町	23.1	倶知安町	6.6	枝幸町	3.8
三笠市	12.5	釧路市	6.0	白老町	3.3
北見市	7.4	札幌市	5.9	函館市	3.2
石狩市	6.9	富良野市	5.0	全市町村平均	1.3

（注）2021年度から2022年度の増加額。111市町村で増加、68市町村で減少となった。

（出所）総務省「ふるさと納税に関する現況調査結果」を基に、道銀地域総合研究所作成

図表3 使途別にみた寄付額（道内分）



（注）選択可能な使途別のうち、「分野を指定しない」を除いた使途を集計。

（出所）総務省「ふるさと納税に関する現況調査結果」を基に、道銀地域総合研究所作成

調査ニュース（2023・9）NO.459

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〉