

1. 北海道（地域別調査機関：株式会社北海道二十一世紀総合研究所）

（－：回答が存在しない、＊：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連 (北海道)	◎	商店街（代表者）	来客数の動き	・客足が順調に伸びている。一方、北海道も記録的な猛暑に襲われていることで、自宅から出ない人が増えており、経済面での大きなマイナスもみられる。全体的には客足の勢いは失われていないことから、猛暑が早く落ち着くことを願うばかりである。
	◎	百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・来客数、販売量、客単価のいずれも前年比で2けたの増加となっており、好調に推移している。販売促進企画が功を奏していることもあって大幅増の状況が継続しているため、3か月前と比較すると景気は良くなっている。
	◎	観光型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・月間宿泊単価が過去最高を視野に入れるほどの高さとなっている。全国旅行支援は終了したものの、お盆や週末を中心に顕著な伸びがみられた。
	◎	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・国内旅行を中心に需要が増えてきている。ただし、海外旅行への問合せは動きが鈍い。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・区域内の駐車場の利用状況を見ると、他地域ナンバーの車も多く、満車に近い時間帯が比較的多くみられた。車に戻ってくる客は買物袋を携行していることが多く、買物後であることが確認できる。夏祭り期間やその前後は、昼の飲食に加えて、夜型飲食店も売上を伸ばした。また、新型コロナウイルス感染症が5類に移行したことで、地元出身者が帰省しやすくなり、お盆の際は飲食店や土産店の利用が多くみられた。これらのことから、8月はやや良い状態で推移した。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・今年の夏は高校生による全国規模の大会が行われ、大会に出場する高校生とそれに帯同する教師や家族が全国から集まったことで、土産がよく売れた。自分へのお土産として買うケースが多いため、客単価は低いものの、来客数が好調なことから、売上は前年を大幅に上回っている。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・観光客の入込が好調に推移していることで、取引先のホテルやすし店への販売額が大きく増えている。
	○	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・外国人観光客やシニア世代の来客数が回復傾向にある。
	○	百貨店（販売促進担当）	単価の動き	・各地でイベントが行われたことで、来客数が増加している。客単価も上昇傾向が続いている。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・外国人観光客の姿をよく見掛けるようになり、免税品の売上が2019年に近い水準まで回復している。
	○	スーパー（店長）	単価の動き	・当店の認知度が高まっていることで来客数が増えている。また、値上げが進むなか、客単価もそれに伴って上昇しており、当店の景気は良くなっている。
	○	スーパー（企画担当）	それ以外	・新型コロナウイルス感染症が5類に移行して初めての夏を迎えたことで、観光客が増加しているほか、アウトドアも活発になっている。観光地に立地している店舗では、バーベキュー用品やアウトドア商品の販売が好調に推移している。気温の高い日が続くなど、好天に恵まれていることもプラスである。
	○	スーパー（役員）	お客様の様子	・気温の高い日が続いているなか、地域の夏祭りなどのイベントが増加していることで、アイスや飲物の売上が好調に推移しており、売上全体を押し上げた。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・気温上昇に伴って来客数が増加している。気温の影響は一過性のものであり、景気とは直接関係ないものの、売上の内容を見ると、気温が影響しないような商品群の売上も増加が顕著なため、景気はやや良くなっている。
	○	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・気温の高い日が続いているため、夏物商材の販売量が上乗せできている。また、イベント需要が回復していることもプラスである。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・観光需要やイベント需要が回復していることが大きい。

○	衣料品専門店 (エリア担当)	来客数の動き	・物価の上昇は続いているが、猛暑対策商品のように必要不可欠な商品は購入されている。客が今の状況に少しずつ慣れてきて、計算しながら何に支出するか、その優先順位を決めるようになってきている。
○	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・主力車種のモデルチェンジを秋に控えるなか、8月から先行受注が始まったため、受注量が伸びている。
○	その他専門店 〔医薬品〕(経営者)	お客様の様子	・過去にないほどの猛暑が影響して、当店の主要客層である高齢者の動きが完全に止まっている。しかしながら、コロナ禍でみられたような消費の弱さはみられなくなっているため、景気はやや良くなっている。
○	高級レストラン (スタッフ)	販売量の動き	・週末及びお盆期間中が混雑したこともあって、売上はコロナ禍前の50%を超えた。家族連れなど、小規模団体の利用も目立ってきた。客によると、道内地方都市のビジネスホテルでは、観光客に加えて、工事関係者の利用が増えていることで、9月、10月も満室の日が多く、予約を取りにくいようだ。利用客が増えているため、ホテルが値上げするケースもあるようだ。
○	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・現状、来客数に陰りが見えないことから、景気はやや良くなっている。
○	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・インバウンドを始め、国内外からの観光客の動きが活発になってきており、それに伴って来客数も増加している。例年はお盆を過ぎると客の勢いが止まってくるが、今年は来客数が横ばいのまま推移している。
○	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・夏の観光シーズンに入り、国内外からの集客が好調に推移している。国内客は個人旅行、インバウンドは韓国からの観光客が集客の中心となっている。宿泊単価の引上げができていることもプラスである。
○	旅行代理店(従業員)	来客数の動き	・夏の繁忙期を迎えたこともあり、7月の国内線利用者はコロナ禍前の水準に回復している。商業施設では、商品単価が上昇していることもあって、利用客数の伸び率を上回る売上となっている。7月の国際線利用者は、上海便と北京便の運航が再開したこともあり、コロナ禍前の7割の水準まで回復している。
○	タクシー運転手	販売量の動き	・夏の地域イベントが予定どおり実施されたこともあって、人の流れがコロナ禍前の状況に戻りつつある。また、外国人観光客の入込も多くみられる。これらのことから、タクシーの利用客も順調に推移している。
○	タクシー運転手	来客数の動き	・3年間にも及んだコロナ禍がようやく収まりつつあり、これまで移動を抑制していたことの反動がここに来てみられ始めている。今後こうした動きが続くことを期待している。
○	観光名所(従業員)	来客数の動き	・利用状況が回復傾向にあり、月を追うごとにコロナ禍前の水準に近づいている。8月は悪天候の影響でお盆時期の3日間の営業を休止したが、月全体ではコロナ禍前の2019年の利用状況にほぼ回復している。
○	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕(従業員)	来客数の動き	・特に車両の輸送量が増加傾向にある。車種別にみると、乗用車の輸送量が伸びている。
□	商店街(代表者)	来客数の動き	・商店街の来街者はコロナ禍前と同水準まで回復している。特にインバウンドも含めて、観光客の姿が目立つようになってきている。イベントの際はコロナ禍前を上回るほどの集客があるが、売上への影響は業種によって濃淡がある。
□	一般小売店〔土産〕(経営者)	販売量の動き	・売上は2022年比162.8%、2021年比416.4%、2020年比389.4%、2019年比92.1%となっている。コロナ禍前の2019年の水準を下回ったのは、連日の猛暑が続き、外出を控えた客が多かったためとみられる。
□	スーパー(店長)	競争相手の様子	・競合店も含めた客の動向をみると、客の節約志向が強いのか、平日はディスカウントストアのシェア率が高く、週末は複合型店舗のシェア率が高くなっている。こうした他店との関係性は3か月前から変化していない。売場の様子をみると、客が商品ごとに安い店を買い回っている様子がうかがえ、販売量が余り伸びてこない。

□	スーパー（従業員）	単価の動き	・燃料価格高騰による物価高の影響もあって景気は変わらない。
□	家電量販店（店員）	販売量の動き	・8月は例年にないほどの猛暑の影響で、エアコンや扇風機などは在庫が品薄になるまで売れた。
□	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・販売量が前年を若干下回り始めている。業種による差が拡大していることも懸念材料である。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新型車が10月に発売されるため、先行予約もまずまずみられるが、全体的には厳しい状況にある。当社の景気は販売台数と直結することになるため、景気は厳しいまま変わらない。北海道という土地柄、観光客はにぎわっているが、金の流れが全体に波及するのはまだ先のことになる。今後についても新型車がどの程度売れるかで変わってくることになる。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・受注実績が前年よりも落ち込んでいる。受注残があるため、登録台数は前年を上回って推移しているが、今後、受注残がなくなれば、収益も落ち込むことが懸念される。
□	自動車備品販売店（店長）	お客様の様子	・客の購買動向に変化がみられない。
□	住関連専門店（役員）	販売量の動き	・7月後半からの猛暑の影響でスポットクーラーなどの夏物商材が一気に売れたが、その他の商品は販売動向に変化がみられない。
□	その他専門店 [ガソリンスタンド]（経営者）	単価の動き	・石油製品の価格高騰が続いているため、客の節約志向に変化がみられない。
□	その他専門店 [造花]（店長）	お客様の様子	・繁忙期ということもあり、景気が少しは上向くことを期待していたが、地方部の動きがさほどみられなかった。
□	スナック（経営者）	来客数の動き	・来客数は前月とほとんど変わりがなかった。景気は余り良くないが、それほど悪くもない。
□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・来客数や新規問合せの件数がやや減少傾向にあるものの、成約率が高くなっていることから、全体としては変わらない。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・8月は気温の高い日が多かったため、タクシー1台当たりの売上は2022年比で30%の増加となった。人出も深夜を除くとコロナ禍前よりも増えていることで、2019年比で30%の増加となった。ただし、乗務員不足でタクシーの稼働台数が2022年比で10%の減少、2019年比で約50%の減少となっている。会社の売上は2019年比で25%の減少となっており、会社の経営状況はコロナ禍前よりも悪くなっている。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・熱中症警戒アラートが出るような気温の高い日が連続したため、エアコン完備の車両は順調な利用状況となっているものの、夜間の利用が余り伸びておらず、景気はどちらともいえない状況にある。
□	通信会社（エリア担当）	それ以外	・通信キャリアのショップ削減方針もあって、携帯電話販売代理店を取り巻く環境は引き続き悪化している。
□	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・ウッドショックの影響も収まり、木材や建材の価格は下がりがつつあるが、人件費などは引き続き高騰している。住宅の建築コストも依然として高いままであるため、住宅着工数が増えてこない状況にあり、景気は変わっていない。
□	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・分譲マンションのモデルルームを訪れる客の様子は以前と余り変わっておらず、商談に要する時間も比較的短い。成約率も安定している。
□	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・イベントを企画しても多くの集客が見込めない状況が続いている。
▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・物価が上がっており、特にガソリンについては価格の上昇幅が大きく、困っているという客の声をよく聞く。
▲	一般小売店（経営者）	来客数の動き	・客単価は変わらず上昇傾向にあるが、来客数が少ないため、景気はやや悪くなっている。先行きへの不透明感も強まっている。

	▲	スーパー（店長）	お客様の様子	・物価の上昇に歯止めが掛からず、電気料金やガソリン価格も高騰していることから、景気はやや悪くなっている。
	▲	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・身の回りのあらゆる物の価格が上がっているため、客が暮らしにくさを感じるようになっている。
	▲	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・ビジネスアイテムの販売量が落ち込んでいる。猛暑の影響というよりも、カジュアル志向の強まりによる需要の変化が大きな要因となっている。仕事着を簡素化する傾向が定着してきている。
	▲	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・コロナ禍に旅行できなかったことで旅行を渴望していた団体客の需要は既に一巡しており、落ち着いている。一方、貸切バス代や宿泊費の高騰により予算と合わず旅行自体を見送るケースもみられ始めている。コロナ禍前よりも旅行代金を上げざるを得ないため、悩ましい状況となっている。
	▲	タクシー運転手	販売量の動き	・イベントの開催や観光旅行の催行が、コロナ禍前の状態に戻りつつあり、売上もコロナ禍前の水準に近づいてきているが、地域住民の消費マインドが低いため、需要が思うほど回復してこない。
	▲	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・専門店舗の来客数は増えているものの、商業施設などでの出店販売の販売量が、春以降減少傾向にある。地方の商業施設や公共施設は横ばいで推移しているものの、特に大型店舗での成果が厳しくなっている。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・8月はまれにみる猛暑となったため、客が外出を嫌う傾向が強くなり、それに伴って来客数が減少している。売上は前年から約15%の減少となった。ただし、この状況は一過性のものとみられるため、今後は回復するとみられる。
	▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・物価がどんどん上昇しているため、必要最低限の物だけを購入し、それ以外の物を買控える客が多い。
	×	通信会社（エリア担当）	それ以外	・通信キャリアの方針が当社にとってマイナスとなっている。
企業 動向 関連 (北海道)	◎	通信業（営業担当）	取引先の様子	・人流の回復、インバウンドの入込増加により、観光、小売、交通などの取引先を中心に、景況感が改善しているとの声を聞く機会が増えている。ただし、人材不足やオーバーツーリズムについて聞く機会も増えている。
	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・国内観光客やインバウンドの回復により、ホテル・旅館業、飲食サービス業、旅客運輸業などの観光関連業種の業況は明らかに改善している。人手不足がフル稼働の阻害要因となっているが、財・サービス価格の値上げにより、企業収益を確保できるようになっている。
	○	その他サービス業 [建設機械レンタル]（総務担当）	受注量や販売量の動き	・売上は引き続き前年比微増で推移している。都市部を中心に建設投資が旺盛なため、この状況はしばらく続くことになる。
	○	その他サービス業 [建設機械リース]（営業担当）	取引先の様子	・北海道ではしっかりと建設需要がみられることから、景気はやや良くなっている。
	□	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・果物の動きが活発になりつつある。ただし、猛暑の影響が懸念されるため、今後の推移を見続けていく必要がある。
	□	建設業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・建設業務案件が増えているものの、建設単価の上昇や技術者不足により、建設したくてもできない案件が増えている。建設するためには、技術者を確保する資金力と業務発注前の技術者確保が必須なことから、対応できる案件数が減っている。
	□	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・記録的な猛暑に見舞われていることで、作業員の安全確保のため、一時休止した現場もあったが、全体ではフル稼働の状態が続いている。受注工事の最盛期を迎えて、引き続き順調に推移している。
	□	輸送業（従業員）	取引先の様子	・全体的に受注状況が良くない。一時的な出荷増はあるが、月全体で見ると、ほぼ前年並みに推移している。人の流れは良くなってきているが、物の流れは悪くなっている。

	□	司法書士	取引先の様子	・依然として物価上昇に歯止めが掛からない。ガソリン価格は、円安と燃料油価格激変緩和補助金減額のダブルパンチで180円台に上昇している。こうした状況で景気が良くなるわけがなく、どうにか現状維持できている状態である。
	□	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・案件はいろいろと聞こえてくるが、対応できるだけの人材がいない。他社も同じような状況である。
	▲	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・新築住宅着工棟数が前年比85%程度まで減少している。
	▲	輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・港湾運送、倉庫は堅調に推移しているものの、盛夏商材の需要が全般的に伸び悩んでいることで、トレーラー輸送が苦戦している。また、紙・パルプや生乳も荷動きが悪い。猛暑の影響で飲料消費も動きが悪くなっている。車が動かないことで、空車回送も頻繁に発生している。また、台風の影響でフェリーのダイヤが乱れる日も多く、輸送コスト上昇の大きな要因となっている。
	▲	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・水産品の輸出においてキャンセルの動きが出ている。
	▲	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・価格転嫁が難しい企業では、広告販売促進費を減少させており、それに伴って広告の投稿量も減少している。
	▲	司法書士	受注量や販売量の動き	・ウクライナ情勢、原油価格の高騰、円安の影響により、物価が上がり続けており、生活に大きな影響を与えている。電気やガソリン、灯油など、生活必需品の値上がりりが大きなマイナス要因となっているため、国や自治体による更なる支援が必要である。
	▲	その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・見通しでは売上アップを見込む予測となっているものの、実績は見込みを下回る結果となっている。市場の動きが冷え込んでおり、ベース商品の動きが非常に悪くなっている。
	×	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比較すると、販売量が1割近く減少している。
	×	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・3か月前の5月の販売量は前年比マイナス29.3%だったが、8月の販売量は前年比マイナス37.6%だったため、景気は悪くなっている。
雇用 関連	◎	—	—	—
	○	—	—	—
(北海道)	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・企業の人材ニーズが強まっている。派遣部門では、コロナ禍が収まったことで飲食店などからの依頼が増えているほか、イベント運営スタッフの依頼も増えている。中途採用も3か月前と比べると求人数が倍増しており、それに伴って面接のマッチング数も急増している。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	求職者数の動き	・中途採用市場において、求人が増加している一方で、求職者の反応が今一つ振るわない。特に若い人材の応募数が減少傾向にある。そのため、店や企業の新陳代謝が進まず、景気回復の足を引っ張っている。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・アルバイト、パートについて、求人件数の減少に歯止めが掛からない。10月には最低賃金が大幅に引き上げられるため、企業が非正規の採用にますます慎重になる懸念がある。
	□	職業安定所（職員）	それ以外	・原材料費、光熱費、燃料費の高騰により、日用品の値上げが続いている。賃上げが物価上昇に追い付いていないことから、実質賃金も目減りしている。
	□	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・7月の有効求職者数が12か月連続で減少しているなか、新規求職者数も前年から6.2%減少し、3か月ぶりの減少となった。一方、新規求人数は前年から16.8%減少し、6か月連続で減少したが、業況堅調な企業からは引き続き求人が出されている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・当地における7月の有効求人倍率は0.90倍であり、3か月前と同率となっている。

□	学校 [大学] (就職担当)	求人数の動き	・道内企業においても2024年新卒者を対象とした採用活動が一段落したことから、9月までは企業も学生も動きが止まることになる。今年はコロナ禍と比べれば、企業の採用意欲が高く、内定者数も増えていることから、今後は内定式までの学生の動きによって企業の動き方も変わってくることになる。
▲	求人情報誌製作 会社 (編集者)	求人数の動き	・人手不足という声が取引先企業から聞こえてくるが、物価高の影響もあって、小売業や飲食業などの求人数が増えてこない。
▲	求人情報誌製作 会社 (編集者)	求人数の動き	・最低賃金が大幅アップとなったことから、一部の企業で人件費抑制、採用控えの動きがみられる。こうした企業は、現在の人的リソースで乗り越えるしかなく、身の丈に合った経営を選択せざるを得なくなる。
×	—	—	—