

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)	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・海外との直行便の数が増えてきたこともあって、夏以降もインバウンドが徐々に増えており、それに伴って景気が徐々に上向いている。国内からの旅行者についても、シニア層が多く来道していることで増加している。シニア層は貯蓄に余裕のあることが多いため、購買意欲がとて高く、客単価も上がっている。
	◎	スーパー（店長）	販売量の動き	・3か月前と比較すると、来客数の前年比が上昇しており、販売量も前年を上回るようになってきている。青果物については、猛暑の影響で農産物の価格が高騰していることで苦戦しているが、それ以外の生鮮品や加工食品の販売量が増加傾向にあり、全体的にみると、良い方向に進んでいる。
	◎	観光名所（従業員）	来客数の動き	・観光目的の客の来店が当初の見込みよりも3割以上増加している。クルーズ船の利用者を始め、特に外国人観光客の個人利用が大幅に増加している。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・例年よりも暖かいことから、秋物の販売が不調であるが、人出が回復傾向にあり、コロナ禍前の90%台前半まで回復してきている。宴会の予約も比較的好調であり、年末年始は既に予約が取りづらい状況となっている。国内観光客は、会社やグループでの慰安旅行が回復傾向にあるなど、好調に推移しているが、貸切バスを手配できないこと、ホテルの宿泊価格が高騰していることから、伸び悩みがみられる。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・売上は2022年比で165.2%、2021年比で329.4%、2020年比で264.4%、コロナ禍前の2019年比で120.4%となっている。
	○	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・例年9月及び10月は外国人の購買額が落ち込む月だが、今年はコロナ禍前と比較しても好調に推移しており、全体の底上げにつながっている。
	○	百貨店（販売促進担当）	単価の動き	・来客数はまだコロナ禍前の水準に戻りきっていないものの、購入単価が高止まりしていることで、売上が増加している。
	○	スーパー（店長）	来客数の動き	・相変わらずトラベル関連商材が好調に推移している。免税品の売上も増加している。
	○	スーパー（店長）	単価の動き	・来客数は大きく変わっていないが、商品の値上げが続いていることから、客単価が上昇している。
	○	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・競合店の出店から1年が経過したこと、別の競合店が閉店したことなどから、来客数が前年を上回っている。
	○	スーパー（役員）	お客様の様子	・食品の値上げが続いていることで、売上も増加して推移している。ただし、ポイントデーなど、お買い得な日にまとめ買いする傾向が強くなっており、客の生活防衛意識の高まりがうかがえる。
	○	衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・ここに来てようやく気温が下がってきたことから、景気はやや良くなっている。
	○	家電量販店（店員）	販売量の動き	・10月前半は暖房機関係の新商品がよく売れた。ただし、後半は他店の商品と比較する客が増えた。
	○	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・景気はやや良くなっている。コロナ禍の不振を脱しつつある。
	○	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・販売量が徐々に増えている。コロナ禍前と比較すると8割程度まで回復している。
	○	タクシー運転手	販売量の動き	・夏季イベントの終了に伴って、客の外出意欲が低下することを危惧していたが、人出はそれほど減っておらず、堅調に推移している。
	□	スーパー（従業員）	単価の動き	・商品の価格高騰が続いているため、景気は変わらない。
	□	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・夏以降、景気はやや良い状態を維持している。
	□	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・外出が増えてきたことで、衣替え対応が増えており、客からの要望も増えている。秋物の立ち上がりに関しては順調に推移している。

□	衣料品専門店 (エリア担当)	来客数の動き	・気温が高めに推移していること、食品の値上げが続いていることから、季節商材の動きが厳しい状況にある。ただし、気温の下がった日に、季節商材や節電に結び付くような商品がよく売れていたことから、これまでと同様に必要な物は買い、そうでない物は節約するという傾向が続いている。
□	乗用車販売店 (経営者)	来客数の動き	・新型車の発売やイベントの開催があっても、来場者数が伸びてこない。売上も思うように増えていない。
□	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・ここ3か月、販売台数が横ばいで推移しており、厳しい状況にある。新型車が出て販売台数の伸びが余りみられず、客の購買意欲が上向いてこない。
□	乗用車販売店 (従業員)	お客様の様子	・車両登録台数はコロナ禍前の水準に近づいているものの、受注できる車両が限られていることから、営業スタッフの販売意欲が低下している。
□	住関連専門店 (役員)	来客数の動き	・来客数が前年を下回る状況が続いている。
□	その他専門店 [医薬品] (経営者)	お客様の様子	・今年の特徴として、目的買いの傾向が強まっていることが挙げられる。インフルエンザに対する警戒感が強まっていることもあって、免疫強化につながるような商品の動きが良くなっている。
□	高級レストラン (スタッフ)	販売量の動き	・10月の売上は9月よりもやや減ったが、水準としては大きく変わっていない。4人以上の振り客はほとんどみられず、予約客も3人までの客が多く、団体客は少なかった。ただし、適度な来客数となったことで、料理提供をスムーズに行うことができるようになり、客も落ち着いて食事ができたことはプラスであった。地方の人気店では、スタッフを雇わずに1人で対応するワンオペが増えている。席が半分しか埋まっていないのに、予約客以外は断っている店もみられるなど、予約するのも難しい状況となっている。
□	スナック (経営者)	来客数の動き	・ここ3か月、来客数がほとんど変わっていない。
□	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・ここ3か月、集客が比較的堅調に推移しており、総じて計画をやや上回って推移している。
□	観光型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・全国旅行支援の効果でどうにか持ちこたえているものの、閑散期の需要を支えていたインバウンドがコロナ禍前の水準まで回復していないため、厳しい状況にある。
□	旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・9月と同様に、海外旅行の需要は海外の物価高と円安の影響で回復していない。今後の見通しも厳しい。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・コロナ禍の3年間は大変厳しい状況にあったが、今年の春頃から徐々に景気が回復しつつある。コロナ禍前の水準には達していないが、8割台まで回復してきている。
□	通信会社 (エリア担当)	それ以外	・通信キャリアの施策が影響しているため、景気は変わらない。
□	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	・依然として前年の輸送量を上回って推移しているなど、好調をキープしている。
▲	商店街 (代表者)	単価の動き	・物価の上昇が大きく影響している。客単価が低下しており、販売量も減少している。特に低中価格帯の商品は購入を熟考する客が多い。
▲	商店街 (代表者)	お客様の様子	・物価高などで家計の負担が増えていることから、客の反応は余り良くない。
▲	商店街 (代表者)	来客数の動き	・区域内のスーパーが閉店したことで、徒歩で当区域を訪れる客が減少するなど、昼間の人の流れが変わっている。また、区域内にある4か所のバス停においても平日の利用者がやや減少している。このため、多くの業種で売上が減少している。
▲	スーパー (店長)	販売量の動き	・商品の値上げが続いていることから、販売量が伸び悩んでいる。

▲	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・光熱費の負担が大きい北海道においては、気温が低くなるにつれて、客の生活防衛意識が高まり、節約志向がみられるようになってきている。菓子や雑貨など、価格優位性のない商品はコンビニエンスストアでは買わなくなってきている。
▲	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・販売台数の動きに弱さがみられる。新型車効果も薄れ始めており、前年のような勢いはみられない。こうした状況は今後も続くと思われる。
▲	自動車備品販売店（店長）	それ以外	・物価高が続いている一方で、客の収入が変わっていないことから、家計の支出負担が増加している。それに伴って、客が車に掛ける費用をシビアに判断するようになってきている。客の購買が減っており、売上減少につながっている。
▲	その他専門店〔造花〕（店長）	お客様の様子	・季節商材の動きが例年よりも早い段階で鈍くなっている。当初見込んでいた販売量を下回っている。
▲	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・繁忙期が終わったことで、例年と同様に来客数が減少している。特に紅葉が遅れ気味なことから、平日の客の動きが例年よりも落ち着いている。ただし、インバウンドは徐々に増加している。
▲	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・繁忙期である夏季の国内線航空需要はコロナ禍前の2019年比で96%となっており、ほぼ回復している。一方、10月以降の生活需要は、夏休みなどで多くの人が久しぶりに帰省したことの影響もあって、一旦落ち着いている。また、コロナ禍におけるWeb会議の浸透で会議などのビジネス需要の一部が消失しており、観光閑散期を迎えてその影響が出てくることも懸念される。
▲	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が5類に移行して初めてのオフシーズンであり、全国旅行支援の効果によって一時的に国内旅行ニーズが増加した反動もみられることから、景気はやや悪くなっている。
▲	タクシー運転手	来客数の動き	・10月は例年よりも暖かい日が多く、雨の日も少なかったため、タクシーの利用が前年よりも減少している。稼働しているタクシー1台当たりの売上は前年比マイナス5%であった。また、乗務員不足の影響で稼働台数が前年から10%減っているものの、5月末にタクシー運賃を約15%値上げしたこともあって、全体の売上は前年並みであった。
▲	タクシー運転手	来客数の動き	・観光客のオーダーはそれほどでもなく、イベント関係の予約もやや減少している。一般客の利用状況も余り伸びがみられなかった。
▲	通信会社（企画担当）	それ以外	・店舗の閉店が増加していることで、既存店舗への来客数が増えているものの、スタッフ減少による人手不足もあって、来店客への対応で一杯一杯になっており、客への営業を十分に行えない状況が続いている。全体的な販売量は減少している。
▲	通信会社（エリア担当）	それ以外	・代理店手数料の減額により、景気はやや悪くなっている。
▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・出費の多くなる冬に備えて、消費が落ち込む時期であり、当店の売上にも影響が出ている。特に灯油の価格高騰は影響が大きく、客の消費マインドは冷えこんでいる。
▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・物価高が影響して景気はやや悪くなっている。
▲	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・建売住宅も土地も売れ残っていて、住宅メーカーの在庫がどんどん増えている。価格は相変わらず高止まりしているため、いつか値崩れが起きるのではないかと懸念している。
▲	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来訪する客の人数に大きな変化はみられないが、客の様子が変化しており、以前よりも客の2極化が進んでいる。
×	一般小売店（経営者）	来客数の動き	・来客数、売上共、前月と比べて大幅に減少している。
×	タクシー運転手	販売量の動き	・物価高騰の影響により消費者の儉約志向が強まっている。企業も同様であり、交通費や交際費が削減されている。このため、タクシーの利用は減少している。

企業 動向 関連 (北海道)	◎	—	—	—
	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・仕入価格上昇分の価格転嫁が進み、利益を確保できているという声が多くなっている。人手不足に対応するための機械化など、省力化投資を行うという声も聞かれる。
	○	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	・引き続き売上の前年比が1けた台の伸びを示している。
	○	その他サービス業【建設機械リース】（営業担当）	受注量や販売量の動き	・世界的なインフレなどの不確定要素はあるものの、国内の建設需要は公共、民間共、堅調であり、取引量も増加傾向にある。
	□	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量は3か月前と変わっておらず、前年を下回っている。
	□	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・工事の追い込み時期に入り、各現場では工事が順調に進捗している。ただし、建設コストの高止まりに伴う、発注者の増額対応余地は乏しく、設計変更や追加工事による利益の上積みを確認できていない。完成工事高が年度計画を上回るのは確実であるが、利益が計画を下回っている状況に変わりはない。
	□	輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・冷蔵倉庫における電気料金について、値上げ幅が当初計画よりも低めで推移しており、コスト減少につながっている。バターのパッケージも微減程度に抑えられている。ただし、飲料、紙パルプ関連に伸びがみられない。トレーラー輸送全体で見ると、前年比で5%以上の減少が続いている。
	□	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・秋の収穫時期にもかかわらず、輸出関連を中心に、農産物、水産物の輸送量が増えてこない状況にある。
	□	通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・販売量と今後の想定需要量が堅調に推移している。
	□	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・広告の発注量に大きな動きがみられないため、景気は変わらない。
	□	司法書士	取引先の様子	・物価の上昇、円安が続いていることもあって、建築材料は価格が以前の1.5倍に迫るなど、大幅に上昇しており、住宅着工数もなかなか増加してこない。外国人観光客は増加傾向にあるが、これだけで景気が回復するとは考えにくい。全体的にみると、景気が上向きような要因はなく、現状維持が精一杯の状況である。
	□	その他非製造業【鋼材卸売】（従業員）	受注量や販売量の動き	・売上は3か月前の予測を上回っているものの、販売量は前年実績を下回っている。このため、前年と比べて芳しくない状況にある。
	▲	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・青果物において、猛暑の影響が拡大している。また、鮮度保持剤メーカー各社の販売成績が落ち込んでいるとの情報もあることから、景気はやや悪くなっている。観光関連の業況はインバウンドの入込が増加していることもあって、回復傾向にあるが、人手不足や原材料価格高騰の影響が引き続きみられることがマイナスとなっている。
	▲	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・新築戸建て住宅の着工戸数について、前年比で10%以上の落ち込みが続いている。今後の回復の兆しもみられない状況にある。
	▲	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・技術者不足で施工できない案件が増えており、設計案件が減少している。
	▲	司法書士	受注量や販売量の動き	・前年からの傾向ではあるが、毎月の受注量が徐々に減少している。好調だった建売住宅も月を追うごとに売行きが減少している。過疎化や高齢化による地域の衰退が原因と考えられ、景気はやや悪くなっている。これから冬期間に入るため、今後の受注量はますます減少することになる。
▲	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	・下期に入り、受注量がやや減っている。	
×	—	—	—	
雇用 関連	◎	—	—	—
	○	*	*	*

(北海道)	□	人材派遣会社 (社員)	求職者数の動き	・求人数は堅調に増加しているが、登録者数が増えてこない。例年この時期は年末のボーナスを控えていることもあって、年明けの転職を考える人が増える傾向にあるが、Webサイトの求人数が増えていることもあって、転職しようと思えばいつでもできるといった慢心が求職者にあるようにもみえる。求人ニーズが強いことから、コロナ禍が落ち着き、景気が上向いているとみられるが、求人企業の採用基準が下がっているわけではないため、求職者にとっては引き続き厳しい状況にある。
	□	求人情報誌製作 会社（編集者）	採用者数の動き	・労働力人口が減少していることもあって、中途採用市場において、職種や業種を問わず応募者が減少している。また、応募者がいたとしても、スキルやキャリアでのミスマッチが生じている。これらのことから、景気は現状維持での推移となっている。
	□	求人情報誌製作 会社（編集者）	求人数の動き	・Web上のデータを見る限り、求人情数は増加しているが、企業数で見ると減少している。一方、求職者の動きをみると、人気のある業界や職種に応募者数が集中する傾向がみられる。また、リアルイベントへの参加者が増加傾向にあることから、人が動き始めている状況がうかがえる。
	□	求人情報誌製作 会社（編集者）	求人数の動き	・毎日のように観光客を見掛けるようになってきているものの、各業界の求人動向や求人情数などについて、3か月前と大きな変化はみられない。
	□	求人情報誌製作 会社（編集者）	周辺企業の様子	・個人客向けの業種において、動きがやや停滞している。
	□	職業安定所（職 員）	それ以外	・原材料、燃料費、日用品などの価格高騰が続いている一方で、それを上回るような賃上げがみられない。実質賃金の目減りが続いている。
	□	職業安定所（職 員）	求職者数の動き	・9月の新規求職者数は前年から1.4%の減少、有効求職者数は前年から1.2%の増加となっており、いずれもほぼ横ばいでの推移であった。新規求人数は前年から18.6%の減少と8か月連続での減少となったが、業況堅調な企業からは引き続き求人が公開されている。
	□	職業安定所（職 員）	求人数の動き	・当地における9月の有効求人倍率は0.90倍であり、3か月前との比較では0.02ポイントの上昇となった。
	▲	—	—	—
	×	*	*	*