

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	・売上は2023年比で132.8%、2022年比で277.1%、2021年比で975.8%、コロナ禍前の2020年比で134.8%となっている。
	○	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・日本人の来客数は横ばいであるものの、外国人の来客数が増えていることから、全体的に景気は良くなっている。
	○	スーパー（役員）	お客様の様子	・正月の初売りは過去最高の売上だった。コロナ禍が明けたことで、客の消費動向がコロナ禍前の状態に戻ってきている。
	○	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・例年、新生活需要のスーツなどが動き出す時期である。近年は新型コロナウイルス感染症の影響もあって、盛り上がりのみられない状況が続いていたが、今年は新生活需要で4年前に近い水準の売上となっている。また、良いスタートとなったことから、これからの売上も期待できる。
	○	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・全体的に景気は回復しつつある。ただし、当店においては、コロナ禍をきっかけに変わった販売手法に客がなじめておらず、それほど回復を実感できていない。
	○	観光型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・少しずつではあるものの、インバウンドが回復しており、インバウンドの占める割合も高くなっている。ただし、国内旅行者については動きが鈍い。
	○	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・年明け早々に能登半島地震や航空機事故が発生したことで航空機の運航が乱れ、帰省や観光需要に影響が出た。また、スキー場では、12月及び1月初めの降雪量が少なかったことでオープンが遅れたり、営業を一時休止する動きがみられたが、1月半ば以降、降雪量が増えたことから、インバウンドの利用も含めてにぎわいが戻っている。全体的には、コロナ禍が明けて初めての冬季観光ということもあって、観光客の動きが活性化している。
	○	タクシー運転手	販売量の動き	・冬季に入り、客の需要が堅調であり、タクシーの稼働も安定している。ただし、乗務員不足が深刻な状態であり、早急な対応が必要である。
	○	観光名所（従業員）	来客数の動き	・外国人観光客の利用が見込みを上回っている。これまで主力だった台湾が引き続き好調なことに加えて、台湾以外の東南アジア各国からの個人客もかなり目立つようになってきている。これらの外国人観光客は土産品の購入額が大きいこともプラスである。
	□	商店街（代表者）	単価の動き	・買上価格の2極化がますます進んでいる。高価格帯の商品と低価格帯の商品は売上がやや伸びているが、中価格帯の商品は売上が減少している。
	□	商店街（代表者）	お客様の様子	・客との会話で景気が良いという話が聞こえてこない。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・今年の冬は寒暖差が大きく、天候が崩れて冬の嵐となる日も多い。そのため、交通障害が生じたり、住民が除雪に追われることで、中心部の商業地域の来客数が著しく減少している。各店で売上の減少がみられたほか、交通障害を心配して夜遅くまでの滞在を控える客が多くみられた。
	□	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・売上は決して良くはないが、こうした動きは例年のことであり、景気に変化が出ているわけではない。
□	百貨店（販売促進担当）	単価の動き	・物価の上昇に伴う商品価格の高騰で客単価が上がっていることから、売上の増加が続いている。ただし、客の購買意欲はさほど変わっていない。	
□	スーパー（店長）	販売量の動き	・食品の売上は安定して伸びているものの、商品単価の上昇による部分が大きく、全体の販売点数や客1人当たりの買上点数が大きく伸びているわけではない。	

<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	来客数の動き	・冬で買物の行動範囲が狭くなっているにもかかわらず、来客数が変わっていない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	来客数の動き	・3か月前と同様に、来客数の前年比が上向いており、来客数を上回る売上の伸びがみられることから、景気は変わっていない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	単価の動き	・客単価が前年よりも上昇していることから、業績としては好調である。ただし、3か月前と比べると、客単価の上昇幅が縮小している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・前月と傾向は変わっていない。客は必要な商品だけを購入しており、客単価が低下している。来客数も伸びていない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・自社のセグメントしたマーケットはともかく、現在の物価高や実質賃金の減少を踏まえると、消費者が暮らしにくい環境にあることがうかがえる。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（エリア担当）	来客数の動き	・ここ数か月、来客数が一定のところで頭打ちとなっている。一方、観光業や百貨店、衣料品ブランド専門店が好調との情報もある。こうしたことから、消費が観光業やブランド専門店と一般量販店で2極化しているとみられる。物価高がこうした動きの一因と考えられる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・会社全体でみると、10月から苦戦が続いており、厳しい状況にあるが、当店の景気は大きく変わっていない。ただし、景気が良くなっているという実感もない。肌感としてはやや下火とみている。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・受注台数について、良くない状況が続いている。前年比でみると、20%台の落ち込みとなっている。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（役員）	販売量の動き	・3か月前と比べると、売上の水準には変化がみられないものの、前年比が低下傾向にある。
<input type="checkbox"/>	その他専門店 [ガソリンスタンド]（経営者）	単価の動き	・石油製品価格が高止まりしていることで、客の節約志向が強くなっている。
<input type="checkbox"/>	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・国内客もインバウンドも動きが鈍く、来客数が減少傾向にある。特にインバウンドは、海外定期便に加えて、香港との直行便が期間限定で就航しているにもかかわらず、来客数の増加につながっていない状況にある。
<input type="checkbox"/>	スナック（経営者）	来客数の動き	・当地において、新型コロナウイルス感染症の影響はもうみられなくなっているにもかかわらず、スナックやラウンジの来客数はこれまでとほとんど変わっていない。
<input type="checkbox"/>	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・インバウンドの集客は引き続き底堅く推移している。一方、国内客については、理由は不明だが、団体、個人共に勢いを失っている。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・コロナ禍が明けたことで旅行需要が高まっていたが、全国旅行支援が前年で終了したことから、需要が鈍化傾向にある。
<input type="checkbox"/>	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・インバウンドの入込は依然として好調だが、当営業所の業績には反映できていない。海外旅行の需要も相変わらず回復していないため、以前と状況は変わっていない。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	来客数の動き	・1月のタクシーの売上は、日勤で前年から約20%のプラス、夜勤で前年から8%のプラスであった。前年5月末に15%の運賃上げを行ったほか、12月に200円の迎車料金を導入したことで、前年と比べると約20%の値上げが行われたことになる。会社の総売上は前年から10%のプラスであるため、値上げ分を考慮すると、利用客が前年よりも少なかったことになる。また、乗務員不足の状況は変わっていないが、前年11月頃から20代の若い乗務員と女性乗務員の応募がみられるようになり、前年よりも乗務員が増えていることは明るい材料である。
<input type="checkbox"/>	タクシー運転手	来客数の動き	・日中の来客数に大きな変化はみられない。夜間の飲食店帰りの客や観光客の利用状況も変わっていない。

□	タクシー運転手	お客様の様子	・冬季に入ったこともあって、3か月前と比べて、景気が良いとも悪いともいえない状況にある。コロナ禍が明けたことで、客が回復しつつあるが、どの程度の水準まで回復するかは、今後2～3か月の状況をみた上で判断することになる。
□	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訪れる客の購買意欲は引き続き高く、成約率の高い状況が続いている。
□	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・新春イベントの来場者数が前年よりも落ち込んでいる。
▲	スーパー（店長）	販売量の動き	・日常生活において降雪の影響が出ているものの、景気は余り変わっていない。
▲	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・前年後半は商品の値上げ分が売上増加につながっていたが、今年に入って売上の増加幅が縮小傾向にある。客の生活防衛意識が強くなっていることがうかがえるため、今後に向けて注意が必要である。
▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・客の買上点数が減っている。
▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・不漁の影響で漁師の需要が減少しており、近隣の店舗の売上が伸び悩んでいる。
▲	乗用車販売店（経営者）	競争相手の様子	・競合会社も含めて、3か月前や前年と比較して受注量が大幅に減少している。車両の受注停止や生産停止、大手自動車メーカーの不正問題などの影響で、特にOEM車種で大きな落ち込みとなっている。
▲	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・初売り期間中は、前年を上回る売上があったものの、1か月の販売台数は前年を下回った。前年の秋口から、販売動向に大きな変化がみられない状態が続いている。
▲	自動車備品販売店（店長）	お客様の様子	・初売りセールでの売上増加を期待していたものの、売上は前年比90%以下に落ち込んだ。その後も回復がみられず、1月全体の売上も落ち込んだままであった。客は来店するものの、初売りだから何かを買うといった購買行動がみられず、必要品のみの購入がほとんどであった。
▲	その他専門店 [医薬品]（経営者）	お客様の様子	・当地の降雪状況は例年どおりだが、各地の記録的な豪雪が報道されたことで、客足が完全に止まっている。
▲	その他専門店 [造花]（店長）	お客様の様子	・例年1月は販売量の低迷する時期であり、商談においても景気が下向いている雰囲気がある。利益は1割の減少であった。
▲	高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・予約が伸び悩んでおり、景気はやや悪い。前月までは売上が良かったが、年末年始に客の支出が増えたためなのか、来客数も、単価も落ち込んだ。さらに、ここに来て輸入オリーブ油の価格が45%ほど値上がりすることになったため、2月以降のやり繰りに頭を悩ませている。街中には観光客が多くみられるが、当店は地元客中心のため、影響は少ない。
▲	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・1月初めの能登半島地震や航空機の衝突事故の影響により、1月前半の旅行需要が失速した。1月後半からは回復傾向にあるが、3か月前と比べると景気はやや下向きである。
▲	通信会社（企画担当）	単価の動き	・電気通信事業法の改正により、高額な通信端末は割引額が増えたものの、売れ筋である格安端末が実質値上げとなったため、販売量に影響が出ている。また、道内都市部と主要量販店などの専門ショップでは、来客数こそ多いものの、深刻な人手不足の影響で来客対応に精一となっており、集客に動けない状況が生じている。
▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・正月から余り良いニュースがないため、全般的に雰囲気落ち込んでおり、客の動きが悪い。特に関連商材の売上が低迷している。
▲	美容室（経営者）	来客数の動き	・物価高の影響で原材料価格が高騰している。

	▲	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	・冬季ということもあって、フェリーが欠航することが多く、輸送量が減少している。
	×	商店街（代表者）	来客数の動き	・1月は当地3大祭りの1つが行われたが、開催場所が当区域と離れていること、日配品の買物をする店が当区域で減っていることから、地域住民の買物動向は好転しなかった。また、月初めの初詣客の立ち寄りも少なかった。来街者数は減少傾向にあり、景気の悪い状態で推移している。
	×	一般小売店（経営者）	来客数の動き	・例年と比べて、来客数、売上が大きく落ち込んでいる。
	×	タクシー運転手	販売量の動き	・年末年始の繁忙期であったが、コロナ禍前の売上には届かなかった。生活スタイルの変化、物価高騰が影響しているとみられる。
	×	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・住宅、特に建売住宅を中心に販売が進んでいないにもかかわらず、資材や人件費などの高騰によりコストが高止まりしている。いまだにコストが上昇しているため、非常に厳しい状況にある。
企業動向関連	◎	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・1月の販売量は前年比マイナス1%であったが、3か月前の販売量は前年比マイナス11%であったため、景気は良くなっている。
(北海道)	○	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・雪の影響には地域差があるものの、総じて例年並みであることから、多くの現場が予定どおりに完工期を迎えている。追加工事に伴う変更契約によって、建設資材や人件費の上昇分を吸収できており、完成工事高、利益共、当初予算を上回ることが確実な状況にある。
	○	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・インバウンドの増加に伴い、インバウンド向けの販売促進の引き合いが増えている。
	○	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	・売上についてみると、地域による差はあるものの、全体的には前年をやや上回って推移している。
	○	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	・労働者不足、資材高騰などの懸念材料はあるものの、国内全体の建設需要が堅調に推移している。
	○	その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・年度末に向けて、受注量が若干増えている。ただし、大型案件やそれに関連した商材の受注は少ないため、決して安心できる状況ではない。
	□	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・売上、利益共、悪い状態で推移している。
	□	家具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・能登半島地震などの影響もあって、景気はやや悪くなっている。
	□	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・海外との輸出入貨物が増えてこない。国内移送についても、道内の工事遅れの影響で建材の動きが伸びてこない。
	□	通信業（営業担当）	取引先の様子	・取引先の設備投資の状況や今後の見込みについて話を聞くと、長期的には半導体関連及びその周辺産業への期待が大きいものの、実体経済への波及については、額や時期なども含めて、具体的なイメージがなく、現在の景気はやや良い状態から、どのように変化するのか判断にちゅうちょしている。当社も同様の状況にある。
	□	司法書士	受注量や販売量の動き	・不動産の売買手続きなどの案件については、低調ではあるものの、例年並みの件数となっている。また、例年と比べて、雪が少ないことから、これから春に向けての受注量増加を期待している。
	▲	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・住宅用パネルヒーターの出荷台数が前年から3割の減少となっている。住宅着工棟数が前年から大幅に減少していることが要因とみられ、今後、需要が回復するような兆しもない。

	▲	建設業（従業員）	取引先の様子	・施工者不足のため、建設現場が予定どおりに稼働できない状況が続いている。建設業者の倒産も報道されるなど、影響が出始めている。
	▲	金融業（従業員）	取引先の様子	・物価高による消費者の買い控えや人手不足による販売、受注機会の逸失が発生している。また、需要がコロナ禍前の水準まで回復してこない状況のなか、同業者との競合が強まっているという声も聞かれる。
	×	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年の果実全般の収穫状況について、凶作であることが判明した。特にりんごは品質も収穫量も悪いことから、台湾や中国への輸出が奮わず、当社製品が全く売れない状況にある。
雇用 関連 (北海道)	◎	—	—	—
	○	*	*	*
	□	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求人数は堅調に推移しているものの、求職者の転職活動が3か月前と比べて鈍くなっている。年末のボーナス支給のタイミングで転職活動を一旦休止したものとみられる。1月末頃から、活動再開の動きがうかがえることから、2月以降は4月の転職を視野に入れた転職活動が活発になるとみられる。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	求職者数の動き	・業種や職種を問わず、店舗や企業の採用意欲は高いものの、求職者の減少が散見される。面接試験などで採用まで至らないケースが多くみられる上、応募者がキャンセルするケースもみられる。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	求職者数の動き	・インバウンド需要が高まっていることで、街中に活気がみられるものの、宿泊、飲食、小売業などの求人意欲はそれほど高くはない。ほとんどの業界で求人数が前年を下回って推移している。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・求人申込件数がここ8か月低調に推移している。
	□	職業安定所（職員）	それ以外	・実質賃金が上がらない限り、雇用動向は好転しない。
	□	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・12月の有効求職者数は前年から2.7%増加しており、増加傾向が続いているが、新規求職者数は前年から2.3%の減少となった。一方、12月の新規求人数は前年から5.6%の減少と11か月連続での減少となった。ただし、業況堅調な企業からは引き続き求人が公開されていることから、全体的には景気は変わっていない。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・当地における12月の有効求人倍率は0.92倍であり、3か月前との比較では0.02ポイント上回った。
	▲	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・業種を問わず、求人数は3か月前と同水準又は微減傾向で推移している。
	×	—	—	—