

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)	◎	百貨店（営業販促担当）	来客数の動き	・閉店セールが最終月に入り、来客数も客単価も大幅なプラスとなっている。雑貨、衣料品は人気の高い物産催事との相乗効果もあって大きく伸びている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・今は積雪寒冷期であるが、百貨店の閉店が間近となり、高齢者を中心に日中の来街者数が増加している。また、夜型の飲食店においても、新型コロナウイルスの感染対策に伴う規制が緩和される方向にあることから、平日、週末共に本来の1月に近い水準まで回復している。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着きをみせていることから、人出が徐々に戻りつつある。新年会もそれなりに開催されたことで週末の飲食店にもぎわいを取り戻している。ただ、新型コロナウイルス感染症の影響による巣籠り習慣を変えるまでには至っておらず、本格的な回復にはまだ時間が掛かりそうだ。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・1月の売上は前年比177%、前々年比614.9%となっている。新型コロナウイルス感染症が発生する前の2020年比では98.3%まで回復している。また、アジアからの客の売上は30%を占めている。
	○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症の脅威はまだ続いているものの、中心部への来街者は確実に増えている。また、国内、海外を問わず旅行者が増えていることで土産需要も回復しつつある。
	○	スーパー（店長）	販売量の動き	・旅行需要の回復、年末年始の帰省など、人が動くシーンが前年や前々年よりも増えており、2019年並みかそれ以上の水準になりつつある。
	○	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・来客数が前年の水準に近づいている。物価高騰の影響で外食から内食に回帰しているとみられる。また、キャッシュレス比率が伸びていることから、中高年齢層の客に加えて、若年齢層の客も増加しているとみられる。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・年明けは観光客の動きが一時的に低迷していたが、中旬以降は持ち直している。春節の期間中は中国人こそ少なかったが、韓国、台湾などを中心に観光客が増加傾向にある。
	○	家電量販店（店員）	お客様の様子	・1月は初売りが好調で、来客数も微増ではあるが回復していた。ただ、月後半は大雪の影響で客足がやや鈍っている。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新車受注が堅調に推移しており、前年比127%となっている。登録台数も前年比116%となっている。中古車は在庫不足の影響がみられるものの、底堅く推移しており、需要は回復傾向にある。
	○	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・少しずつではあるが、来客数が伸びている。ただ、物価の上昇が続くなか、新型コロナウイルス感染症の影響もあって企業の疲弊が続いており、賃金が物価上昇に見合った上昇となるかは不透明である。
	○	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・12月の航空需要をみると、国内線は新型コロナウイルス感染症発生前の2019年比で92%まで回復している。また、国際線も中国を除いたアジア路線を中心に、11月以降復便が進んでおり、新型コロナウイルス感染症発生前の2019年比で50%程度まで路線数が回復している。年末年始の帰省需要も活発で、国内線、国際線共に人の動きが戻ってきたとみられる。
	○	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・5月から新型コロナウイルスの感染症法上の分類が5類に移行するとの報道もあって、客からの申込件数が増えている。
	○	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルスの新規感染者数は減っていないが、人流を抑制するような規制がなくなったことから、夜の繁華街においても、前年とは違って遅い時間でも人流が絶えなくなっている。タクシー1台当たりの売上も前年比プラス20%と回復している。ただ、ドライバー不足の影響でタクシーの稼働台数が減っていることから、会社の売上は前年をやや上回る程度にとどまっている。

○	タクシー運転手	販売量の動き	・人流が少し戻りつつある。2019年2月に値上げした効果もようやくみられるようになってきた。
○	タクシー運転手	来客数の動き	・観光客が増えている。
○	観光名所（従業員）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症発生前の水準に比べればまだまだだが、海外からの観光客が個人、団体共に、目を追うごとに増加している。
□	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染症法上の分類を5類に移行する方針が発表されたことで、来街者が少しずつ増えている。
□	一般小売店 [酒]（経営者）	販売量の動き	・1月上旬の売上はとても悪かった。中旬になると回復傾向がみられたものの、下旬に入り悪天候に見舞われたことで、再び落ち込みがみられ、1月としては過去最悪の売上となった。
□	一般小売店（経営者）	販売量の動き	・希望小売価格の改定で価格が高騰しており、買い控えする客が多くなっている。
□	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・足元の客単価は、商品単価が大きく上昇していることで上昇傾向が続いているものの、飽くまでも価格上昇に伴う名目上の話である。実際には、節約志向の強まりによる買上点数の減少傾向も続いており、消費の実態は不透明な状況にある。
□	スーパー（役員）	販売量の動き	・食料品の値上げが続いているが、食べる量を減らすことはできないため、食品スーパーへの影響は余りみられない。
□	コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・観光需要に浮き沈みがあり、現状は3か月前と比べて減少している。今後の動向によっては、悪化することも懸念される。
□	コンビニ（エリア担当）	それ以外	・全体売上は前年以上になっているが、新型コロナウイルス感染症の影響で前年の売上を大きく落としていた店舗も多く、実態は余り良くなっていない。中には、前年割れしている店舗もみられる。
□	その他専門店 [医薬品]（経営者）	単価の動き	・例年1月は数字的に厳しい月であり、月末に掛けて全国的な悪天候となったことで厳しさが増している。
□	その他専門店 [ガソリンスタンド]（経営者）	販売量の動き	・電力料金やガス料金の値上げに伴って、石油製品の節約志向が強まっている。
□	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・全国旅行支援が延長されたものの、決定が12月後半だったこと、割引率が変更されたことから、1月は3か月前ほどの勢いがみられなかった。
□	旅行代理店（従業員）	それ以外	・ウクライナ情勢の影響や公共料金の値上げ、それらに対する対策不足などから、疲弊している人が周囲に増えている。
□	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・全国旅行支援の影響により、来客数や販売量は増加している。ただ、3か月前も状況としては悪くなかったため、景況感としては横ばいで推移している。
□	タクシー運転手	販売量の動き	・季節要因や天候要因などによる需要を考慮すると、新型コロナウイルス感染症発生前の景気には戻っていない。特に夜間の売上が苦戦している。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・年末年始については、利用客がややみられたものの、景気が上向いているとまではいえない。3か月前とほとんど変わらない状態が続いている。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・冬期間は観光客が少ないため、大変厳しい状況となる。また、コロナ禍のなか、客の動きがまだはっきりとみえてこないことから、景気は横ばいで推移している。
□	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	・厳冬期における輸送量としては前年並みに推移しているが、悪天候が重なり、欠航日数が増えていることから、景気は良くなっているとも悪くなっているともいえない。
□	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来訪する客の購入意欲は依然として高い。キャンセルが出ていないかを確認するなど、完売したマンションに対する問合せもみられる。

▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・商材の値上げが次々に出ているため、客の反応が悪くなっている。3か月前と比べると景気は良くない状況である。
▲	商店街（代表者）	来客数の動き	・正月明けということもあるが、来客数も売上も落ち込み気味である。
▲	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・エネルギー価格高騰の影響で中間層以下の客層への販売量が減少傾向にある。
▲	百貨店（マネージャー）	それ以外	・来客数及び客単価は3か月前と同水準で推移しているが、買上客数が10%以上減少している。物価高の影響により、節約志向が強まっており、買い控えが顕著にみられる。
▲	衣料品専門店（経営者）	競争相手の様子	・業界の多くの事業者が前年から数字を落としている。
▲	衣料品専門店（エリア担当）	それ以外	・今のところ、来客数の極端な落ち込みはみられないが、光熱費、特に電気料金が大幅に値上がりしていることから、今後、節約傾向がますます顕著になるとみられる。寒さ対策関連商材の動きは活発になるとみられるものの、ファッション関連の買い控えが始まることが懸念される。
▲	その他専門店 [造花]（店長）	お客様の様子	・行動制限緩和に伴い、イベントなどが開催されているものの、商材の価格高騰に伴う買い控え傾向が続いている。客単価の低下が著しい。
▲	高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・売上が例年の50%を下回っており、景気はやや悪い。新型コロナウイルスの新規感染者数が減少していることで昼の客の動きは良いが、夜は客足が遠のいたままである。また、昼は格安ランチから売り切れるなど、客単価が上向いてこない。オール電化住宅に住んでいる客からはとても外食どころではないとの声も聞かれる。当店も電気料金が以前の倍となっており、コストを掛けない省エネはもう手立てがないため、途方に暮れている。
▲	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・来客数及び売上の伸び率が3か月前と比べて縮小しており、コロナ禍で減少していた前年と同じような状況で推移している。外国人観光客は増加傾向にあるが、国内観光客は全国旅行支援の恩恵も余りみられず、売上増加とはならなかった。
▲	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・インバウンド解禁とはいえ、中国に対する水際対策の混乱から中国との航空便の多くがキャンセルとなり、春先までの需要が消えることになった。また、地方空港の海外路線が全く復活しておらず、全体的には引き続き厳しい状況にある。さらに、全国旅行支援の割引率が20%に引き下げられたことで、東京・名古屋・大阪を中心とした大都市圏からの国内客が僅かな人数にとどまっており、地方観光地はとても厳しい状況に置かれている。一方、燃料費の高騰により、厳冬地では経費負担が大幅に増加しており、財務状況も大きく悪化している。
▲	通信会社（企画担当）	競争相手の様子	・様々な商材の価格上昇による影響を受けて、通信費を節約するためなのか、競合に流出する動きが9か月ぶりに大きくなっている。
▲	美容室（経営者）	販売量の動き	・冬季にもかかわらず今年は光熱費の値上がりりが深刻なことから、客の購買意欲がかなり低下している。値上げ幅が大きいため、影響は大きなものとなっている。
▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・客との会話で、灯油価格やガソリン価格の高止まり、物価の上昇が日々の話題となっている。賃上げはまだ一部の話であり、身近な会話とはなっていないことから、景気が良くなっているとはいえない。
▲	美容室（経営者）	それ以外	・物価高に加えて電気料金の値上がりでかなり厳しい状況が見込まれる。
▲	住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・物価高や金利の上昇懸念で住宅の購入マインドが低下している。
×	スーパー（店長）	それ以外	・この夏までは新型コロナウイルス感染症の影響による景気悪化であったが、現在は光熱費や原材料価格の高騰に伴う商材の値上げにより景気が悪化している傾向にある。

	×	スーパー（従業員）	来客数の動き	・値上げを背景に、来客数の減少が継続している。客単価は上昇しているものの、買い控え傾向はしばらく続くともみられる。
	×	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・フレッシュアズ商戦がスタートし、新規のスーツ販売が始まったが、商材の稼働は良いものの、単価の低い商材しか売れておらず、売上が大きく落ち込んでいる。服装に金を回すだけの余裕が客からなくなっている。
	×	スナック（経営者）	来客数の動き	・年が明けて多少は新型コロナウイルス感染症の影響が収まるのではないかと期待していたが、いまだに影響が続いている。1次会で使われるような居酒屋は客が増えているようだが、ラウンジやスナック、クラブなど2次会で使われるような店は依然として客の利用が落ち込んでいる。
	×	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・年末以降、住宅の着工数が著しく減っている。
企業動向関連 (北海道)	◎	—	—	—
	○	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・多くの現場が予定どおりに完工期に入った。また、追加工事による変更契約が上積みとなり、完成工事高、利益共に、計画を上回ることが確実となった。
	○	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・賃上げの必要性から、取引先に対して値上げ交渉を行っているが、例年よりも交渉がスムーズに進んでいる。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・全国と比べて、北海道の建設関係の業務量が激減している。札幌駅再開発案件が目立っている一方で、それ以外の業務が極端に少ないため、再開発に関与している東京の企業以外は受注量が少ない状況にある。
	□	輸送業（従業員）	取引先の様子	・前年と比較して、物量が一方向に上向いてこない。荷主からは、今後も期待できないとの声が多く聞こえてくる。
	□	輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・本州の一般雑貨トレーラーが堅調に推移している。紙パルプも地域差はあるものの、おおむねよく動いている。一方、本州向けの生乳は引き続き停滞している。倉庫はバター、粉乳がピークを過ぎており、徐々に在庫が減っている。
	□	金融業（従業員）	取引先の様子	・原材料価格や仕入価格の上昇について、値上げにより対応しているとの声が聞かれるようになってきた。コロナ禍での行動制限が緩和され、来道観光客が増加していることで、観光業及び関連業種の業績が引き続き持ち直し傾向にある。
	□	司法書士	取引先の様子	・新型コロナウイルスの感染対策に伴う規制が緩和され、制限のない年末年始となったことはプラスであったが、物価上昇が景気回復の足かせとなっている。観光客も増加しているが、まだ景気を回復させるまでには至っていない。
	□	その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・建設工事案件は多々あるものの、仕入れ機材の値上げや納期遅延などによってコストが上昇している。価格転嫁もほとんど進んでおらず、対応に苦慮している。
	□	その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・1月に入り、売上が前年から微減で推移している。降雪状況によって状況は変わってくるが、しばらくは現在の状況が続くことが見込まれる。
	□	その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・3か月前の予測数値と比べると、実績は上向いているが、年間通期での予測を下回る状況が続いている。値上げなどの影響を考慮すると、市場が活況になっているとは思えない。
	▲	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・果物の出荷が年末で落ち着き、現在は端境期となっている。また、今年は春節が比較的早い時期であったため、輸出の動きも早めに落ち着いた。
	▲	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・若干ではあるが、全般的に取扱量が減少傾向にある。
	▲	通信業（営業担当）	取引先の様子	・コスト高への防衛措置として、投資と費用を抑制する動きが強まっている。

	▲	司法書士	取引先の様子	・ 建築や不動産関連について、資材価格の高騰に加えて、食品や電気、灯油、ガソリンなどの生活必需品の価格が高騰していることから、先行きへの判断が付かず、買い控える傾向がみられる。また、冬期間であることも需要を引き下げる要因となっている。
	×	食料品製造業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・ 売上が3か月前と比較して約2割、前年と比較して約1割減っている。
	×	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13%となっている。3か月前の販売量も前年比マイナス18%であり、景気の悪い状況が続いている。
雇用 関連 (北海道)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・ 求人数は変わらず増加傾向にある。3か月前と比較しても、営業、IT、経理を中心に求人の問合せが増えている。求人媒体に出稿しても人材からの問合せが全くないとの理由で当社に依頼してくるケースがみられるなど、企業間の人材獲得競争が激しくなっている様子もうかがえる。給与などの労働条件を大胆に変更しなければ、人材の応募がますます見込めなくなる。
	○	求人情報誌製作 会社 (編集者)	求人数の動き	・ 新型コロナウイルスの新規感染者数が落ち着いてきたことから、年末と比べて求人数は増加している。ただ、企業では思うように採用が進んでいない状況にあり、今後は採用手段やターゲットとなる属性を考えていく必要があるとみられる。
	○	求人情報誌製作 会社 (編集者)	周辺企業の様子	・ 当地の主力産業である観光業は、全国旅行支援、春節、冬の大規模イベント開催などの効果で活性化している。
	○	職業安定所 (職 員)	求職者数の動き	・ 12月の新規求職者数は前年から1.8%の増加と7か月ぶりに増加したが、有効求職者数は5か月連続で減少している。また、新規求人数は前年から3.4%減少したものの、引き続き高水準で推移しており、業況堅調な企業を中心に求人が堅調に推移している。
	○	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1.00倍であり、3か月前と同率での推移となっている。
	○	学校 [大学] (就職担当)	求人数の動き	・ 道内各大学が2月に学内で開催する合同企業説明会において、参加を希望する企業側の意欲が前年以上に強く、新卒採用への大きな期待が感じられる。コロナ禍で苦戦していた宿泊業や旅行業にも持ち直しの動きがみられるほか、小売関連の採用意欲も高くなっている。企業と学生の動きをみる限り、景気は上向いている。
	□	求人情報誌製作 会社 (編集者)	求人数の動き	・ 業種や業態によっては、新型コロナウイルス感染症が発生する前から恒常的な人手不足感はあったものの、ここに来て、新卒、中途採用にかかわらず、全業種的に人材確保の厳しさが増している。
	□	求人情報誌製作 会社 (編集者)	求人数の動き	・ 業種を問わず景気は横ばいで推移している。外国人観光客を見掛ける機会は増えているが、物価高に加えて、寒波襲来などの影響で实体经济がつかみづらくなっている。
		▲	—	—
	×	職業安定所 (職 員)	それ以外	・ 原材料や輸送コストの値上がりを価格に転嫁できない企業がみられる。ただ、価格転嫁が進むと、物価上昇に賃金上昇が追いつかなくなるため、消費意欲の減退につながることも考えられる。