

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	・マスク着用ルールが緩和されたことで徐々に人出が増えてきた。物販店の売上はコロナ禍前の水準に近づいており、あと一步という状況である。飲食店、特に居酒屋は送別会などの利用が活況であり、予約で埋まっている日も多くみられた。今年は雪解けが早かったこともあって、好調が続くような雰囲気があり、安どしている。
	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・客の動きの良さが売上にも表れている。3月の売上は前年比で281%、前々年比で510%、2020年比で473%となっており、コロナ禍前の2019年比でも119%となっている。
	◎	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・コロナ禍の出口がようやくみえてきた。春休みに入ってから航空需要は若年層や家族連れとの動きが活発であり、空港のにぎわいも戻っている。3か月前の年末年始と比べても航空便の利用者数が増えている。
	◎	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・客からの問合せ件数が大幅に増えている。
	◎	観光名所（従業員）	来客数の動き	・3か月前の12月時点で利用者数が平均基準値の1.5倍と伸びていたが、3月はそれを更に上回る約2倍まで増えている。
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が終息しつつあるなか、人出が徐々に回復している。ただ、物価高の影響で客の財布のひもは固い。
	○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・物価の上昇が続き、客の生活防衛意識が高まっているとみられるものの、消費に対する意欲は予想に反して高止まりしている。来客数が増加しているだけでなく、客単価も上昇している。
	○	百貨店（マネージャー）	それ以外	・2月及び3月は買上客数が2けた増と好調であった。3月も販促企画が奏功し、順調に推移している。特に春物衣料が好調なことから、今後にも期待が持てる。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・現状は大きく変わっていないが、来客数が今までよりも増加しており、景気が上向きつつある。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・前月に引き続き、国内観光客及びインバウンドの利用が増加している。
	○	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・新型コロナウイルス感染症の影響が薄れつつある。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新型車の発売を機に来客数が増加している。それに伴って受注も堅調に推移している。
	○	乗用車販売店（従業員）	競争相手の様子	・自動車の生産台数が回復しているなか、グループ会社の売上が好調に推移している。当社の売上も今後には良くなると期待している。
	○	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・ここ最近、客の購買意欲が明らかに上向いている。新型コロナウイルス感染症関連以外での質問や相談が増えている。
	○	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・マスク着用が自主判断となったことで、消費者のムードが明るくなっている。移動もしやすくなっていることで、景気が良い方向に進みつつある。
	○	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・マスク着用ルールの緩和や全国旅行支援の延長などにより、人の移動が活性化している。旅行需要もコロナ禍以前の水準に迫るものがある。
○	タクシー運転手	来客数の動き	・3月は12月に次いでタクシーの利用が多い月であり、今年は前年と比べても10%売上が増えている。コロナ禍前と比べてもタクシー1台当たりの売上は10%良くなっており、歩合給のタクシードライバーの給与もコロナ禍前よりも10%ほど増えている。ただ、乗務員不足の影響でドライバーがコロナ禍前と比べて30%減っており、会社全体の売上もコロナ禍前と比べて30%の減少となっている。	
○	タクシー運転手	販売量の動き	・当社の事業売上及び関連飲食店の売上から、ウィズコロナのフェーズに入ったことを実感している。	

○	美容室（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルス感染症が終息しつつあること、雪解けが例年よりも早かったことから、来客数が増加している。売上も従来の水準に戻りつつある。
○	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	・前年を上回る輸送量がみられるなか、3月に入り増加幅が拡大している。今後にも期待が持てる。
□	商店街（代表者）	来客数の動き	・居酒屋など、スナックやバー以外の夜型飲食店が徐々に回復しているものの、昼間の来街者数は減少を続けている。また、入学や就職準備などの季節需要による買物は、地元百貨店の閉店に伴って、客が市内各所に分散しており、当区域において目立った動きは見られない。外国人を含めた道外観光客が当区域を訪れている様子もほとんどみられない。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・客単価が低下するなど、客の購入の仕方が変わっている。
□	スーパー（店長）	販売量の動き	・前年はまん延防止等重点措置が出ていた時期であったことから、来客数は前年を上回っているが、原材料価格高騰の影響もあって、客の買上点数は前年を下回っている。客単価が前年を上回るようになってこないと景気が上向いているという判断にはならない。
□	スーパー（企画担当）	単価の動き	・雪解けが進んでいること、マスク着用が自己判断となったことから、客が活動的になり、外食機会が増えることを懸念していたが、客足は落ちていない。また、商材の値上げに伴って客単価も伸びており、売上は堅調なまま推移している。
□	コンビニ（エリア担当）	それ以外	・客の買上点数がやや減少しているものの、商品単価の上昇により、売上は前年並みを維持している。ただ、営業経費が増えているため、経営環境としては横ばいである。
□	衣料品専門店（エリア担当）	来客数の動き	・来客数については大きな増加もみられず、前年をやや下回る状況が続いている。一方、客単価については上昇が続いている。これらのことから、目的がはっきりしている必要な商材だけを買う傾向が続いていることがうかがえる。
□	家電量販店（店員）	来客数の動き	・3月前半から来客数がやや増加している。客の滞在時間も長くなっている。月後半の売上は横ばいであったが、活気が少しずつ戻っている。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・今年は雪解けが早かったこともあって、3月の決算期に向けて、例年よりも早めの2月から販売状況が好転しており、その分、3月の販売状況が例年よりも厳しくなっている。また、新型コロナウイルス感染症が終息しつつあることで全体的な販売量もやや上向いているように見えるが、長納期化で車の売上がなかなか立たないため、全体的には厳しい状況にある。
□	自動車備品販売店（店長）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着きつつあるが、物価高により光熱費や食費などの負担が増えているため、消費につながっていない。
□	住関連専門店（役員）	来客数の動き	・前年と比べて来客数が増加していない。
□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	販売量の動き	・客の節約志向が強く、販売量が伸びてこない。
□	高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・ランチの売上はコロナ禍前の50%前後に落ち着きそうで、景気は変わっていない。一方、人員数に合わせた営業方法に苦慮している。知人の店は少ない人員で対応できるように、昼を予約制にしたり、予約時刻を絞るなどしている。夜の営業を継続的に休止している店もある。また、食材の値上げの影響も地味に続いている。特に低価格の割に品質が良く、当店で人気のあったオイルが大幅値上げとなったため、別のオイルに変更せざるを得なくなり、客からの苦言や客離れが生じることを懸念している。

□	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・北海道の地方観光地においてはまだ十分なインバウンドの入込がみられない。地方空港の国際便が早々に増えない限り、経営的には厳しい状況が続く。
□	観光型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・全国旅行支援に固執しない客が増えている。一方、先々の予約を取る動きは鈍く、1か月先ないし1か月半ほど先までしか予約の動きが見られない。
□	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・全国旅行支援が販売量を保つ要因となっているが、3か月前と同様に海外旅行がまだまだ低調であるため、景気は変わらない。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・夜間のタクシー利用は一時的に増えているものの、観光客の利用状況にはそれほど変化がみられない。結果的に景気は良くも悪くもない状況にある。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着きつつあるが、いまだにはっきりとした先行きが見えてこない状況にある。
□	美容室(経営者)	お客様の様子	・諸物価が上昇していることの影響を心配していたが、客との会話から、苦言はあるものの、消費動向そのものは余り変化していないことがうかがえる。
□	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染状況が終息しつつあり、インバウンドも大分増えていることで、観光業の景気は良くなっているものの、建設・建築業界は物価高、原料高、金利高の影響で厳しい状況にある。住宅もなかなか建たず、大きな建物の建設計画も延期されるなど、業界によって景況感に差が出ている。
□	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は所得が比較的高い。そのため、現在進行中のインフレの影響を受けてはいるものの、今のところ、マンション購入に対する影響は小さなものにとどまっている。
▲	商店街(代表者)	お客様の様子	・鳥インフルエンザの発生により卵が値上がりしていることもあって、客の反応を見る限り、景気は良くない。
▲	一般小売店[土産] (経営者)	来客数の動き	・3月は春休みがあるが、国内観光客は3か月前の年末年始と比べると少なかった。また、家族単位よりも少人数での旅行が多くみられた。年末年始は全国旅行支援に加えて、新型コロナウイルス感染症の影響でしばらく帰省できなかったことの反動で観光客が活発に動いていた。
▲	一般小売店[酒] (経営者)	販売量の動き	・3月は下旬に入ってやや持ち直したものの、中旬までは売上が良くなかった。販売量も前年や前月と比べて少なかった。ただ、後半になって盛り返していることから、今後には期待している。
▲	一般小売店(経営者)	来客数の動き	・人が外出する傾向が強まっているため、全体的には景気が良い方向に進んでいるが、当業界はインドアで楽しむ商材が多いため、厳しい状況になっている。
▲	百貨店(売場主任)	来客数の動き	・マスク着用ルールの緩和というプラス要因はあるものの、それ以上に物価高の影響で来客数の伸びが鈍化している。特に中間層以下の客で影響が大きくなっている。
▲	スーパー(企画担当)	販売量の動き	・3月13日のマスク着用ルールの緩和以降、消費者の行動自由化が一気に進んでいる。これまでの巣籠り需要に支えられていた食品スーパーの客足もコロナ禍前の水準に戻りつつある。さらに、物価の高騰が続いていることで買上点数の減少幅も拡大している。
▲	スーパー(役員)	販売量の動き	・数多くの商材が値上がりしているため、客の買物の金額が前年を下回るようになってきた。客の節約志向が本格的に強まっていることがうかがえる。
▲	衣料品専門店 (店長)	単価の動き	・3月は新年度に向けてスーツ関連の需要の多い時期であり、前年よりも来客数が伸びている。ただ、客が活動的になってきた一方で、単価にシビアな客が非常に多く、物価高の影響が強く反映されている。
▲	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・12～2月にかけて、受注台数の前年比が上向き傾向になっていたが、3月に入って勢いが止まっている。
▲	その他専門店[造花] (店長)	販売量の動き	・販売量が前年の1割減で推移している。来客数の減少と価格高騰による買い控えがみられる。

	▲	高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・閑散期ということもあって、観光客よりも地元客の利用が多い時期だが、コロナ禍が落ち着いているにもかかわらず異動や卒業による送別会、謝恩会などの宴会が少なく、利用客が回復してこない状況にある。全国旅行支援による観光客の利用もほとんどみられない。
	▲	通信会社(企画 担当)	競争相手の様子	・競合他社との乗換競争により、持ち出しが大きくなり過ぎていている。通信サービスの月額使用料だけでは賄い切れなくなっていることから、消耗戦にならないように、これまでの他社からの流入客獲得から、新規の客獲得へ方針を切り替えることを検討している。
	▲	美容室(経営 者)	お客様の様子	・あらゆる物が値上がりしていることで、客から不満の声を聞くことが増えている。物価高の影響もあって料金を上げたいと考えているが、対応が難しい状況となっている。
	×	タクシー運転手	販売量の動き	・3月に入ってから夜間の人出が急激に減少している。卒業や送別などの宴会による夜間の人出を期待していたが、自粛がいまだに続いているとみられる。マスク着用ルールが緩和されたとはいえ、新型コロナウイルス感染症に対する防衛心理は依然として続いており、人流の回復には至っていない。
企業 動向 関連 (北海道)	◎	—	—	—
	○	建設業(役員)	受注量や販売量の動き	・3月に入り雪解けが一気に進んだこともあって、年度内工事は全て順調にしゅん工した。追加工事が想定を上回る現場もあり、完工高と利益は更に上振れして年度末決算を迎えることができた。
	○	通信業(営業担 当)	取引先の様子	・燃料費などのコストが上昇しているものの、コロナ禍の終息に伴って個人及び企業の動きが活性化しており、コスト上昇によるマイナスを上回る需要増加と単価上昇がみられる。
	□	食料品製造業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・商材の値上げに伴って、一部の商材をカットする動きもみられるなど、荷動きが悪くなっている。
	□	輸送業(従業 員)	取引先の様子	・3か月前と同様の荷動きとなっており、売上及び物量に変化はみられない。取引先において今年度の状況が好調だったこともあって、新年度以降も前年と同様の売上を計上できる見込みとなっている。
	□	輸送業(支店 長)	受注量や販売量の動き	・3月も受注量が想定どおりに推移した。
	□	金融業(従業 員)	取引先の様子	・企業にとって、原材料や資材、エネルギーなどのコスト上昇分の価格転嫁交渉は道半ばであり、全額転嫁は難しく、減益になっていることが見込まれる。一方、来道観光客数、インバウンドが回復傾向にあることで観光関連業種の持ち直しは続いている。
	□	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ていることで人の往来は増えているが、物価上昇が景気回復の足かせとなっており、景気が上向いている実感はない。特に土地取得や建物の新築などは景気に左右される傾向が強いので、景気は変わらない。金利上昇も不安材料の一因となっている。
	□	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	・当社の売上は前年比で微減に転じているものの、市況は悪くないとの情報が多いことから、景気は変わらない。
	□	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	・世界的なインフレに加えて一部金融不安も生じている。公共投資は底堅いとみられるものの、民需は不透明な状況が継続している。
	▲	農林水産業(経 営者)	受注量や販売量の動き	・12月と比べると景気は良くないが、例年どおりの傾向である。1～2月と比べると販売量は増えているが、前年を下回っているため、景気はやや悪い。
	▲	建設業(従業 員)	受注量や販売量の動き	・建設業において、設計面の影響は翌年の施工に表れることになる。最近は施工業者からも仕事量が激減しているとの声を聞く機会が増えており、北海道地区では設計だけでなく、建設業全体の仕事量が少なくなっていることがうかがえる。

	▲	司法書士	取引先の様子	・例年であれば冬期間が終わり、徐々に仕事量が増加する時期だが、今年は低調である。物価高騰の影響が大きいとみられるが、建築資材の不足により、建設業の納期や完成が遅れる傾向にあることも低迷の要因の1つとみられる。
	×	食料品製造業 (従業員)	受注量や販売量の動き	・3月の販売量は前年比マイナス50%となっている。3か月前の12月の販売量は前年比マイナス21%であったことから、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	・年度末を控えて年度内に人材を確保したいという考えに加えて、コロナ禍が終息に向かっていることもプラスとなり、企業の採用意欲が非常に高まっており、求人数が増加している。求職者の面接件数は3か月前の倍以上に急増している。面接の中身をみると、飲食店やサービス業の店員ではなく、一般の営業、経理、総務といった職種が多く、企業活動が全体的に活発になっていることがうかがえる。
	○	求人情報誌製作 会社(編集者)	求人数の動き	・飲食業や小売、宿泊業は引き続き堅調に推移している。タクシーやバスなどの旅客運送の求人数も徐々に増加している。ただ、どの業界も採用には苦戦しており、待遇や制度の見直しなどが求められている。
	○	求人情報誌製作 会社(編集者)	求人数の動き	・当地の主要業種である建設業界からの掲載申込み件数について、前年の落ち込みから踏みとどまっている。ただ、介護業界は前年の7割程度の件数で推移している。
	○	職業安定所(職 員)	求職者数の動き	・2月の新規求職者数は前年から5.2%増と3か月連続の増加となったが、有効求職者数は7か月連続で減少している。一方、新規求人数は前年から17.4%減と2か月ぶりに減少したが、業況が堅調な企業を中心に引き続き高水準で推移している。
	○	職業安定所(職 員)	求人数の動き	・当地における2月の新規求人数は3か月前と比べて8.7%増加している。
	○	学校[大学] (就職担当)	求人数の動き	・3月になり、2024年春新卒者の採用活動が始まったが、採用側、学生側共に動きが活発なことから、景気は回復している。
	□	求人情報誌製作 会社(編集者)	求職者数の動き	・求人数と比べて相対的に求職者数が少なくなっている。企業規模が小さくなるほど、正規、非正規にかかわらず人材確保が難しい状況となっている。
	□	求人情報誌製作 会社(編集者)	求人数の動き	・観光客を目にする機会が増えている。それに伴って、飲食業や小売店、清掃、ビルメンテナンスなどの観光関連業種の求人数が増えている。コロナ禍を脱して、経済活動が着実に動き出している。
	□	職業安定所(職 員)	それ以外	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着きを見せ始めていることで、街に活気が戻りつつあるが、食料品や日用品、ガソリン、光熱費など、あらゆる物が値上がりしているため、景気が良くなったという状態までは至っていない。
	▲	*	*	*
	×	—	—	—