

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連  (北海道)	◎	商店街（代表者）	・客の反応が良くなっており、世の中全体の動きも今と変わらないとみられることから、今後の景気は良くなる。
	◎	商店街（代表者）	・観光客の入込が好調で、特に高齢夫婦やグループ単位での旅行も回復している。また、社員や団体での旅行もみられ、観光のあるべき姿に戻ってきていることから、今後の景気は良くなる。ただ、人手不足の影響でバスやホテルを手配できない状況が続出しており、入込が好調な割に数字が伸びていない。コロナ禍前の水準を超えられないという点では深刻な状態ともいえる。
	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	・観光客の入込がコロナ禍前の85%程度まで回復してきた。6月の売上は、東京で新店舗が開店し、これまでの4店舗体制から5店舗体制になったことから、コロナ禍前から7%ほど増えている。さらに、中国本土からの観光客が間もなく戻ってくると見込まれるため、既存店の売上もコロナ禍前の水準に回復することが期待できる。
	◎	一般小売店〔土産〕（経営者）	・今後については、夏休みもあり、夏の繁忙期を迎えることになる。イベントなども通常どおり開催されることが多くなったことから、今年はかなりの来客を見込めると期待している。イベントを目的とした旅行者は消費意欲が高いことから、売上にも期待している。
	◎	一般小売店〔酒〕（経営者）	・新型コロナウイルスの5類感染症移行に伴って売上が徐々に回復しており、今後もこうした傾向が続くとみられる。
	◎	観光型ホテル（スタッフ）	・全国旅行支援が終了するとみられる7月中旬以降も予約が伸びている。宿泊単価、稼働率が高い水準で推移していることから、今後の景気は良くなる。
	◎	旅行代理店（従業員）	・国内観光客が順調に回復している。さらに、国際便について、前年からの東南アジア路線の復便に加えて、7月から中国便が復便する予定であることから、インバウンドの増加も期待できる。これらのことから、今後の景気は良くなる。ただ、更なる国際便就航に向けて空港業務の人材確保が課題となっている。
	○	商店街（代表者）	・物価上昇が続くなか、景気を上向かせるためにはバランスの良い賃金上昇が必要である。また、中小零細企業の倒産を抑えながら、新規に起業する人が増えるように誘導できれば、更に景気が良くなることになる。
	○	百貨店（売場主任）	・7月以降、新千歳空港において中国との直行便が再開されることから、外国人客の来店が増えると見込まれる。
	○	百貨店（販売促進担当）	・これから夏に向けて様々なイベントが通常どおり開催されることで、来街者がますます増えることが見込まれる。また、中国から日本への渡航規制が解除されることになれば、来道客の増加が一層加速することになる。
	○	百貨店（マネージャー）	・低単価商材、高額商材を問わず、直近3か月の買上動向が好調に推移している。客単価、販売量、買上客数のいずれも良い傾向で推移していることから、今後の景気も良くなる。
	○	スーパー（店長）	・学校行事、夏休みのイベントなどが通常どおりに行われるようになりつつあり、これまで控えられていた需要がまとまって発生することが期待できる。
	○	コンビニ（エリア担当）	・中国便の再開に伴って中国人観光客の需要が取り込めるようになり、マーケットが拡大することになる。事前に準備を進めていくことで、更なる景気回復を期待している。
	○	家電量販店（経営者）	・夏の天候について、例年よりも高めの気温が予想されているため、夏物商戦が活発になると期待している。
	○	乗用車販売店（従業員）	・2～3か月後には新型車の販売が始まるため、売上が回復することを期待している。また、納車がこれから増えてくることで売上にもつながることになる。これらのことから、今よりも景気が下向くとは考えにくい。
	○	乗用車販売店（従業員）	・主力車種のモデルチェンジが予定されていることから、今後の景気はやや良くなる
○	高級レストラン（スタッフ）	・これ以上物価が上がらないことが条件ではあるが、今後の景気はやや良くなる。	
○	高級レストラン（スタッフ）	・前年は新型コロナウイルス感染症の影響がまだ残っており、各種イベントも様子見の状態であったが、一部を除いてコロナ禍前の状況に戻りつつあることから、来客数が増加している。今後の景気回復にも期待が持てる。	

○	旅行代理店（従業員）	・コロナ禍が明け、全国旅行支援などの効果もあって需要が回復していることから、今後の景気はやや良くなる。ただ、来年以降の状況が少し心配である。
○	旅行代理店（従業員）	・旅行需要について、急激に増加したことの反動で落ち込みがみられるが、これからまた緩やかに増加していくことを期待している。インバウンドについても、メールでの問合せが増加しているため、今後の増加を期待している。
○	タクシー運転手	・イベント関係の予約や問合せが入ってくるようになってきていることから、景気はやや良くなると期待している。一方、インバウンドの利用については、海外からの観光客の姿が目立つようになってきたことから、利用が増加することを期待したいが、予約状況からほとんど変わらないとみられる。
○	タクシー運転手	・地域のイベントが行われることもあって、人流の最も多い時期を迎えることになる。今年は通常どおりの集客が見込めるため、今後の景気はやや良くなる。
○	通信会社（企画担当）	・合理化と夏のサービス展開の効果で業績が改善することを期待している。
○	観光名所（従業員）	・国際定期便の増便に伴う外国人観光客の増加が見込めることに加えて、当地において様々な団体の大会などの開催が増えていることから、観光関連業や各種サービス業への波及が期待できる。
○	観光名所（職員）	・新型コロナウイルスの感染状況が落ち着きをみせていることで、各社の事業収支が改善傾向にあることから、夏季ボーナスの支給などで個人所得が増加すると見込んでいる。それに伴って、個人消費も増加することになり、今後の景気はやや良くなる。
○	美容室（経営者）	・今後に向けて、スタッフ不足が課題となっており、スタッフの待遇改善のため、料金の値上げを検討している。現在の客の雰囲気から料金を引き上げても売上は減らないと見込めることから、今後の景気はやや良くなる。
○	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・今後については、中国人を始めとしたインバウンドが増加すると見込めるため、景気はやや良くなる。
○	住宅販売会社（経営者）	・住宅着工数は引き続き増えていないが、インバウンドがかなり増えていることから、飲食店やホテルを中心に景気が徐々に良くなっていく。それに伴って、住宅着工にもプラスの影響が出てくることを期待している。
□	商店街（代表者）	・他都市からの旅行客の状況次第ではあるが、当地においては新型コロナウイルス感染症に対する住民の意識が和らぎつつあることから、6月と同様にやや良い状態で推移する。
□	商店街（代表者）	・新型コロナウイルスの感染対策の緩和に伴って来客数が増加していることから、今後も店舗での売上は微増することになる。ただ、物価高の影響もあって、ECなどの動きは微減することが懸念される。
□	一般小売店（経営者）	・家の中で使うような商材に対する需要の落ち込みは今が底だとみているが、消費行動が当業界に循環してくるまで一定の時間が掛かるとみられる。
□	スーパー（店長）	・この夏からの電気料金の引上げに伴って大きな影響が生じることが懸念される。
□	スーパー（店長）	・新型コロナウイルスの5類感染症への移行に伴って、ゴールデンウィークの来客数が前年よりも増えたことから、8月のお盆の帰省客の利用も間違いなく増えることになる。現状の来客数を維持しつつ、持ち帰りギフトなどの高単価商材の需要が高まることになれば、客単価も上昇し、売上が増えることになる。ただ、競合他社も前年を上回る売上をみせており、売上差も拡大していることから、大幅な売上アップまでは見込めない。7月からの電気料金の引上げもマイナスである。
□	スーパー（役員）	・食品などの値上がりが続くなか、電気料金の引上げも予定されていることから、今後、客の節約志向がますます強まることになる。それに伴って内食需要も強まるとみられる。
□	コンビニ（エリア担当）	・各種商品の値上げ、電気料金の引上げなどに伴って、客の生活防衛意識が強まり、買い控えが発生することが見込まれる。ただ、一定の値上げはやむを得ないが、当社では不要な値上げを避ける方針であることから、現状のマーケットシェアを維持できるとみている。

□	コンビニ（エリア担当）	・来客数がなかなか回復してこないため、当社では売価を上げることでどうにか売上を維持している状況である。来客数を増やしていかなければ、景気回復にはなかなかつながらない。
□	コンビニ（エリア担当）	・夏までは客の消費マインドが高まり、引き続きイベントや旅行をきっかけとしたプラス効果が続くと考えるが、秋以降は物価高や光熱費の引上げを背景に節約志向にシフトすることが懸念される。
□	衣料品専門店（経営者）	・最近の客の購買行動から、今後も景気は変わらない。
□	家電量販店（店員）	・コロナ禍前の来客数、売上に近づいてきていることから、今後も好調なまま推移する。
□	乗用車販売店（経営者）	・新型車の発表に伴って客の動きが活発になっており、受注も上向き傾向にあることから、今後も売上は堅調に推移する。ただ、新型車の受注が増えていくことでオーダーストップが生じることも見込まれるなど、今後に向けての懸念を払拭できない状況にある。
□	乗用車販売店（従業員）	・車の生産状況が変わらない限り、景気は現状のまま変わらない。
□	自動車備品販売店（店長）	・現状の客の動きから、短期間で景気は変わらない。
□	その他専門店 [造花]（店長）	・物流の2024年問題の影響もあって、商品価格を上げる動きが出ており、客の買い控えがみられるようになってきている。
□	高級レストラン（スタッフ）	・将来展望を見通しにくい。6月から輸入食材などが再度値上げとなり、本来なら、食材原価を見直してメニューの値上げを行わなくてはならないところであるが、来客数が増えても客単価が上がってこないことから、値上げは無理だと考えている。我慢の時期だとは思いますが、余計な気を遣ってマイナスに考えてしまうばかりである。
□	観光型ホテル（経営者）	・今後についても6月と同様の予約動向となっている。目に見えてV字回復しているわけではないが、堅調に推移していることから、今後も景気は変わらない。
□	旅行代理店（従業員）	・今後については、全国旅行支援がほぼ終了するとみられるが、販売量、客の動きは現状と変わらないまま推移する。ただ、地域にかかわらず観光業界全体で人手不足が深刻になっていることが懸念材料となっている。特に運転手不足で貸切りバスを手配ができないことは問題である。
□	タクシー運転手	・求人を出してもタクシードライバーの応募は少なく、高齢化の影響でこの先も退職者が増えていくことから、今後も乗務員不足はなかなか解消されない。今後、タクシーの利用客がコロナ禍前の水準に回復することで、タクシー1台当たりの売上が増えていくとしても、会社の売上は2019年比でマイナス20～30%程度で推移するとみられる。
□	タクシー運転手	・夏場の本格的な観光シーズンに入り、利用客がどの程度回復するか、今後の動向を注視したい。
□	通信会社（エリア担当）	・通信キャリアの施策次第の面があるため、今後も景気は変わらない。
□	通信会社（エリア担当）	・景気が上向きような見通しが立たない。今後しばらくは悪いまま横ばいで推移する。
□	美容室（経営者）	・この3か月間、売上、来客数共に大きな変化はないことから、今後も季節要因に伴う多少の変化以外はほとんど変わらないまま推移する。
□	住宅販売会社（経営者）	・物価上昇が続くなか、分譲マンションの価格も値上がりが続いているが、今後も客の購買意欲に大きな変化はないとみられることから、景気は変わらない。
□	住宅販売会社（従業員）	・物価上昇が続いており、毎月のように商品などの値上げが行われていることから、消費マインドの回復がすぐには見込めない。
▲	スーパー（店長）	・商品の値上げに対応できるほど、賃金が上昇していないことから、今後の景気はやや悪くなる。
▲	スーパー（店長）	・卵不足の影響で来客数が増えているが、今後はその恩恵がなくなってくるとみられる。
▲	スーパー（企画担当）	・商品単価の上昇が続いていることで売上総額は伸びているが、1人当たりの買上点数がじわじわと落ちてきていることで、客単価は低下傾向が続いている。今後も物価上昇が続くことが見込まれるため、客の買い控えは当面継続することになる。

	▲	スーパー（企画担当）	・食について、外食と内食の選択肢が広がっている状況は今後も続くことになる。さらに、商品の値上げに伴って、買上点数の減少が見込まれることから、減収に拍車がかかることになる。
	▲	スーパー（従業員）	・電気料金が6月から上がることから、消費にも影響が生じることになる。
	▲	衣料品専門店（店長）	・客が観光に出掛けるが増えているため、スーツ関連の需要が回復するのはまだ先になる。
	▲	衣料品専門店（エリア担当）	・新型コロナウイルスが5類感染症に移行したことで、コロナ禍前と同じような社会活動や催事が行われている一方で、物価の上昇も続いている。今後については、家庭の支出に占める光熱費の割合が高まることになり、その分、他の物への消費が抑えられることになる。
	▲	乗用車販売店（経営者）	・旅行や娯楽への消費が活発な反面、物価高騰のあおりで高額商品への購買意欲が低下しており、今後はこうした動きが常態化することになる。
	▲	住関連専門店（役員）	・今後も商品の値上げが続くことで、来客数の更なる減少が見込まれる。
	▲	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・最近の落ち込みは物価高の影響というよりも、コロナ禍が明けたことでこれまでの健康管理思考からあえて離れて、旅行やレジャーを楽しみたいという気持ちが強くなっていることが理由とみられる。業界の今後の憂慮される事態となっている。
	▲	美容室（経営者）	・景気が良くなりそうな気が全くしない。人件費も高くなる一方であり、中小企業はますます追い込まれていくことになる。
	×	スナック（経営者）	・段々と年を重ねていくなかで、自分のやる気がなくなっている面もあって、今後については厳しい状況となる。
	×	タクシー運転手	・インバウンドによって活況を呈している地域もあるようだが、当地は国内旅行者がほとんどであり、タクシー利用にはつながっていない。今年の観光シーズンも苦戦することが見込まれる。
企業 動向 関連  (北海道)	◎	*	*
	○	農林水産業（経営者）	・9月からは青果物の出荷や輸出も盛んになることから、景気はやや良くなる。ただ、原材料価格の高騰が一層進みつつあることから、当社を始め、資材関係企業にとっては先行きが不透明な面もある。
	○	食料品製造業（従業員）	・設備投資とテレビCMの効果により、今後の販売量が増加することを期待している。
	○	建設業（経営者）	・今後については、工事の最盛期を迎えて、稼働率が上がることになる。ただ、人手不足、物価高などが足かせとなる懸念もある。また、観光客や株価の動きが好調なことから、街中の景況感が上向くことも期待できる。
	○	通信業（営業担当）	・燃料価格や物価の上昇、円安など、今後に向けての不安要素もあるが、現在の人流や売上の動きから、今後の景況感は上向くことになる。半導体製造工場の進出を受けて、多くの客から積極的な投資の話聞く機会も増えている。
	○	金融業（従業員）	・企業物価、消費者物価の上昇幅が縮小していくこと、原価やエネルギー価格の高騰に対応するための価格転嫁が進むことなどから、企業収益が改善すると期待している。
	○	その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・コロナ禍からの景気回復が今後も堅調に進むとみられる。インバウンド需要が増加傾向を維持すると見込めることもプラスである。また、交通事故などが多発していることで、安全対策に対する投資が増加していくことも期待できる。
	○	その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	・公共工事、民間工事共に建設投資が堅調に推移していることから、今後の景気はやや良くなる。
	□	食料品製造業（従業員）	・今のところ、景気が上向くような特段の案件もないことから、今後もこのままの状態が続く。
	□	建設業（役員）	・今年度上半期については、既に順調な完工高となる見通しが立っている。今後は人件費増などのコストアップをいかに吸収し、計画利益を確保するかが課題となっている。
	□	広告代理店（従業員）	・各種イベントの再開や旅行需要の拡大などで人の動きは活発になっているものの、生活必需品や公共料金の値上げが相次いでおり、プラスマイナスゼロで推移している。客先も広告費や販売促進費などの経費を引き締める動きがずっと続いている。これらのことから、今後も景気は変わらない。

	□	司法書士	・株式市場において、株価上昇の気運がみられる反面、円安によってマイナスの影響が出てくることも考えられる。また、電気・ガス価格激変緩和対策事業が9月で終了する予定であるため、賃金上昇の効果が帳消しになることも懸念される。これらのことから、今後の景気は現状維持での推移が精一杯とみられる。
	□	司法書士	・地方都市においては、コロナ禍での経済停滞によって景気が大きく悪化している。デパートや大型店舗が相次いで閉店したことで、職を求めて大都市に人材が流出するという悪循環が続いており、今後、地域を活性化させるような要因が見当たらない。
	□	その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・活況な市場が少なく、一部で忙しい様子がみられても全体的には動きが悪いことから、今後、案件の受注が少なくなるとみられる。
	▲	建設業（従業員）	・施工者の絶対数が不足している。案件が少なくなっているなかで大型案件が増えているため、施工者が集中的に集められており、北海道で行う案件に影響を及ぼしている。中型案件は施工者不足のため、計画を見送ったり、中止にする動きがみられる。
	▲	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・取引先において外注費などの経費削減を強化しようとの話が出始めている。
	×	金属製品製造業（従業員）	・住宅市場については、人口減少や住宅価格の値上げ、カーボンニュートラルの影響で縮小する傾向にあり、今後もこうした傾向は変わらないとみられる。
雇用 関連  (北海道)	◎	—	—
	○	職業安定所（職員）	・当地における月間有効求人数が2か月連続で前年を下回っている。ただ、産業や業種によってその度合いが異なっており、今後の新型コロナウイルスの感染状況や経済活動、消費行動の状況によっては先を見通せない状態となる懸念もある。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・少子化と大都市への人口流出によって、地域の生産人口が少しずつ少なくなっている。求人決定数も減少していることから、今後も厳しいまま変わらない。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・物価高やコスト高の影響で、今後も我慢の経営が続くとみられる。
	□	職業安定所（職員）	・物価上昇が収まらず、物価上昇に見合うだけの賃金上昇もみられない。こうした状況が好転する見通しも立たないことから、今後も景気は変わらない。
	□	職業安定所（職員）	・新規求職者が前年比で2か月ぶりに増加したことに加えて、原油価格や原材料価格の高騰など、事業環境の悪化を招く要因は多いものの、業況堅調な事業所からコンスタントに新規求人数が出されていることもあって、有効求職者数は10か月連続で減少しており、今後も景気は変わらないまま推移する。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	・新卒の大学生や専門学校生を取り巻く環境は、2～3か月後もほとんど変わらないとみられる。
	▲	求人情報誌製作会社（編集者）	・観光客の姿を見掛ける機会がかなり増えており、コロナ禍前の水準に近づいているものの、物価高の影響で先行き不透明感が強まっている。このため、景気が良くなっていくとは思えない。
	▲	求人情報誌製作会社（編集者）	・老舗企業の事業縮小、閉業、閉店がみられるようになっている。物価や原材料価格の高騰、経営者の高齢化、今年10月に始まるインボイス制度などの影響を総合的に勘案して見切りをつけているとみられる。
	×	*	*