

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)	◎	－	－
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	・日本海側を中心に大荒れの天候が続いていたにもかかわらず、東南アジア客による買物が増加している。ただし、国内観光客については減少と買い控えの動きがみられる。これは日本経済の実態を表している。当地においても観光地はにぎわっているが、一般市民からは諸物価の上昇で生活が大変という声が聞かれる。
	○	百貨店（売場主任）	・外国人の入込が増える2月まで、景気は上向きで推移することになる。3月以降は日本人客のシェアが増えるため、やや厳しい状況になるとみられる。
	○	スーパー（店長）	・インバウンド需要、旅行関連需要の増加が続いていることから、春休みの旅行シーズンでの消費拡大が見込まれる。
	○	スーパー（店長）	・雪解けに伴って商圈が拡大することになる。売上がどこまで伸びるかは課題だが、冬季の現在も来客数が落ち込んでいないことから、景気はやや良くなる。
	○	スーパー（役員）	・商品の値上げに伴う客単価の上昇が売上増加につながっている。売上増加のスパイラルが起きていることから、景気はやや良くなる。
	○	衣料品専門店（経営者）	・様々な社会的な状況に対して人々のストレスが高まっており、そのストレスを解消するため、今後、消費行動が強まるとみている。
	○	衣料品専門店（店長）	・新年度に向けて、企業の動きが活発になっている。これまで抑制されていた人事異動も今年は多いとみられることから、スーツ需要が回復すると期待している。
	○	乗用車販売店（経営者）	・決算期を控えて、需要が拡大することになる。ただし、個人需要は若干上向くものの、建設業の倒産件数が増加傾向にあることは懸念材料である。
	○	乗用車販売店（従業員）	・春先は1年を通して需要の増える時期であることから、今後の景気はやや良くなる。
	○	高級レストラン（スタッフ）	・景気が回復しつつある状況に客が慣れつつあることから、今後の景気はやや良くなる。販売手法の変化に客が徐々に慣れてきていることもプラスである。
	○	観光型ホテル（スタッフ）	・冬の恒例イベントがコロナ禍が明けて初めての通常開催となることから、景気が良くなることを大いに期待している。ただし、予約が直前に入る傾向は変わっていないため、3～4月の動きが不透明である。
	○	旅行代理店（従業員）	・能登半島地震や航空機の衝突事故の影響による需要の落ち込みが回復に向かうことになる。インバウンド需要も増加することが見込まれる。ただし、オーバーツーリズムへの対策が重要になってきており、対策が不十分だった場合、国内需要が減少することも懸念される。
	○	観光名所（従業員）	・当地における国際定期便の新規就航による入込客の増加、外国人観光客の団体利用から個人利用へのシフトなどで、売上の増加が見込める。また、春先に公開される人気アニメ作品で当地が舞台となることでの盛り上がりも期待している。これらの効果が地域経済に幅広く波及していくことを期待している。
	○	観光名所（職員）	・物価の上昇が散見される一方で、値下げを打ち出す動きも出てきており、消費者にとっては商品を求めやすい状況になりつつある。需要と供給のバランスが改善傾向にあることから、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）	・春を迎えて、天候が落ち着くことになり、安定した輸送状況が期待できるため、今後の景気はやや良くなる。	
□	商店街（代表者）	・物価の上昇幅を上回るような賃上げが幅広く実現するまでしばらく時間が掛かるとみられることから、今後も景気は変わらない。	
□	商店街（代表者）	・当商店街において、年度末での閉店、移転、売却を予定している店舗が複数ある。買物する店舗が一段と少なくなるため、来街者数が一層減少するとみられる。季節要因を除くと売上アップは望めない。	

<input type="checkbox"/>	商店街（代表者）	・統計的にも1月は国内観光客の少ない時期である。一方、外国人観光客は堅調に推移している。外国人観光客については、団体客よりも個人客が多く、国も多種多様であり、以前は少なかった欧米系の観光客も増えている。欧米系の観光客の比率はまだ少ないことから、今後の伸びにも期待している。中国本土からの観光客はまだ以前ほど多くないが、それ以外の国で好調を維持できていることから、今後にも期待できる。
<input type="checkbox"/>	一般小売店〔酒〕（経営者）	・売上などの基調が順調に推移していることから、今後も底堅い動きが見込まれる。
<input type="checkbox"/>	百貨店（販売促進担当）	・物価高が続いていることから、売上そのものは増加しているが、決して景気が良くなっているわけではない。こうした状況はしばらく続くことになる。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・依然としてガソリンなどの生活必需品の支払額が増えているため、客が食費を安く抑えようとする動きがみられる。客がどこの店が1番安いかを話していることを聞く機会も増えている。
<input type="checkbox"/>	スーパー（店長）	・新年度からポイント制度が大きく変更されるため、今後については未知数な面がある。ただし、新規加入者が増加傾向にあり、それに伴って来客数も微増しているため、現状のままで推移すると期待している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・売上の増加傾向が続いているものの、商品単価の上昇による客単価上昇が主な要因である。一方、これまでと比べると、買上点数の減少幅が拡大しつつあることから、年が明けて買い控えの動きが出てきているものと警戒している。
<input type="checkbox"/>	スーパー（企画担当）	・商品単価上昇の動きが落ち着き始めていることで、売上の伸びも鈍化することになる。一方、賃上げにより可処分所得の増加が見込まれることから、全体的には今後も景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	スーパー（従業員）	・商品単価が高騰しているため、今後に向けての不安がある。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・客の金の使い方がよりシビアになっている。ただし、必要な商品を自分の好みの店で買う傾向は続くと思われるため、経営環境は大きく変わらない。来客数、買上点数を維持していくための対策を考え、実行していくことで、今後も景気は変わらないまま推移することになる。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・ここ数か月、商品価格が上がった分、売上も好調だが、来客数と買上点数が減少していることが気掛かりである。現状、この数字が上向いてくるような要因がないため、今後も景気は変わらない。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・今後も物価上昇は間違いなく続くと思われるため、企業の給与のベースアップがどれだけ行われるかを注目している。
<input type="checkbox"/>	コンビニ（エリア担当）	・現状、景気が良くなる要素が見当たらない。
<input type="checkbox"/>	衣料品専門店（エリア担当）	・今後も景気の回復傾向は続くと思われる。ただし、一般庶民においては、物価の上昇に収入の増加が追いついていないため、一般量販店では価格競争が激しくなる。そうなると、富裕層は百貨店やブランド専門店に流れてしまうことになり、競合との間で消費者の取り合いになることが見込まれる。
<input type="checkbox"/>	乗用車販売店（従業員）	・今の景気は底に近いところにある。北海道においては、2月から春先需要の最盛期を迎えるため、これから景気が上向くことになる。ただし、前年と比べると景気は良くないため、余り期待できる状況ではない。
<input type="checkbox"/>	自動車備品販売店（店長）	・今は必要品だけを購入し、ぜいたく品の購入を控える傾向にある。円安や物価高の影響に加えて、当地では暖房代の高騰が家計の負担増になっており、こうした環境を打破する対策がない限り、春まで同様の状況が続くことになる。
<input type="checkbox"/>	住関連専門店（役員）	・商品単価の上昇と買上点数の減少がみられることから、物価上昇に伴って客の生活防衛意識が強まっていることがうかがえる。
<input type="checkbox"/>	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・天候悪化の影響は想定内だが、ここまで客の購買が落ち込むことは珍しいため、今後も厳しいまま変わらない。

□	その他専門店 [造花] (店長)	・今の状況を踏まえると、今後、繁忙期に差し掛かったとしても景気は厳しいものになる。観光客の入込が増えてはいるが、それが商機に結び付いていない。
□	高級レストラン (スタッフ)	・原材料価格及び光熱費の高騰による影響が大きく、価格に全てを転嫁できていないことから、収益面で厳しい状況にある。また、こうした物価高の状況では客の消費意欲も落ち込むとみられるため、今後も景気は変わらない。
□	スナック (経営者)	・飲食店でも、料理が中心の店は売上が良いとの話を聞いていることから、決して景気が悪いというわけではないが、当店のようなスナックやラウンジでは、売上の悪い状態がずっと続いている。今後についても厳しいまま変わらない。
□	観光型ホテル (経営者)	・冬季シーズンの集客はインバウンド需要に支えられているものの、春以降の予約状況は国内客もインバウンドも低迷している。
□	旅行代理店 (従業員)	・コロナ禍で業績不振になった企業が多数あるため、先行きは不透明である。当地においても、半導体製造企業進出の効果が生じることを願うばかりである。
□	タクシー運転手	・例年、雪のある3月までタクシーの利用客が多いことから、しばらくは1月と同様に売上が10%程度のプラスで推移することになる。ただし、暖かくなって雪がなくなるとタクシーの利用は極端に少なくなる。
□	タクシー運転手	・天候が悪化した際には、瞬間的にオーダーが増えることから、今後もこうした傾向は変わらない。ただし、天候悪化に伴う交通障害で思うような運行ができないため、結果的に売上は余り変わらない。
□	タクシー運転手	・北海道はまだ冬季であり、雪がなくなるゴールデンウィーク手前辺りまでは今の状態が続くことになる。ただし、観光客については、当初の見込みよりも早い回復傾向がみられているため、今後の動きに期待している。
□	通信会社 (エリア担当)	・販売代理店手数料が減少していることから、今後も厳しいまま変わらない。
□	通信会社 (エリア担当)	・通信キャリアの施策によって景気が左右されるため、今後も景気は変わらない。
□	美容室 (経営者)	・今後も客の消費意欲が上昇する雰囲気がないこと、客の来店周期が伸びていることから、例年どおりの売上を保つことが難しいとみられる。
□	住宅販売会社 (経営者)	・客の所得は上昇傾向にあるものの、まだ分譲マンションの販売価格の上昇率に追い付いていないことから、今後も景気は変わらない。ただし、分譲マンションの建築コストの上昇率が以前よりも落ち着いていることから、今後、客の所得の伸びが一段と高くなれば、分譲マンション市場も好転することになる。
□	住宅販売会社 (従業員)	・物価の上昇と金利の引上げに耐えることができるだけの賃金上昇がみられない限り、景気は変わらない。
▲	商店街 (代表者)	・物価の上昇は今後も続くとみられる。消費を促すような政策が行われない限り、客の消費が上向くことは考えにくい。
▲	一般小売店 (経営者)	・今後に向けての商談が少ないことから、景気は変わらない。現状は暗い話題やフラストレーションのたまるような話題が多く、客の購買意欲を損なっている状況にある。
▲	スーパー (店長)	・値上げの動きが落ち着かない限り、景気が良くなることはない。
▲	乗用車販売店 (経営者)	・受注量の減少は来年度以降に大きく影響することになる。また、大手自動車メーカーの不正問題がどのように決着するのかも不透明なことから、その影響は長引くことになる。
▲	乗用車販売店 (従業員)	・メーカーの3月までの生産割り当てが予想を下回っていたことから、今後も厳しい状況が見込まれる。メーカーの生産状況が好転しない限り、売上の増加はなかなか見込めない。
▲	高級レストラン (スタッフ)	・物価高の影響で外食需要が落ち込んでいる。特に、格安で飲み頃のコスパの良いワインがここ数年で2~3割値上がりしており、グラスワインのお得感が半減している。現状、新型コロナウイルス感染症の影響は少ないものの、夜の会合が増えない要因の1つには、こうした物価高の影響があるとみられる。こうしたことから、今後の景気はやや悪くなる。

	▲	旅行代理店（従業員）	・2月は冬の恒例イベントがあり、国内観光客に加えて、春節に合わせたインバウンドの増加が期待できる。ただし、3月から4月にかけては異動時期及び観光閑散期になってくるため、ビジネス客、観光客共に動きが少なくなり、需要が低下することになる。
	▲	旅行代理店（従業員）	・コロナ禍明けの販売が好調だったことの反動で、次年度の受注状況が余り良くないため、業績の悪化が見込まれる。
	▲	タクシー運転手	・今後については、冬季需要の落ち着いた時期であり、タクシーの稼働も落ち込むことになる。
	▲	通信会社（企画担当）	・新入学や新生活に向けた販売促進が例年よりも控えめであることから、今後の景気はやや悪くなる。現状、地方部の来客数の減少や販売量の落ち込みを回復させるような決定的な方策がないこともマイナスである。
	▲	美容室（経営者）	・従業員の給料も上げなくてはならないため、今後の経営環境はますます厳しくなる。
	▲	住宅販売会社（経営者）	・住宅メーカーや工務店の在庫が一掃されるまで、現在のような厳しい状況が続くことになる。資材価格や人件費などが下がる見通しがほとんどないこともマイナスである。
	×	タクシー運転手	・物価高騰の影響で客の節約行動が強まっている。企業及び消費者の投資や購買意欲の低下は避けられないことから、今後の景気はますます落ち込むことになる。
企業 動向 関連 (北海道)	◎	—	—
	○	建設業（経営者）	・土木、建築共、受注が本格的に始まることになる。公共工事は補正予算も含めて前年度並みの工事が見込まれる。工事も徐々に始まり、ヒト・モノ・カネが動くことになる。例年、お盆までは人手不足の状況は生じないことから、工事現場の稼働が落ち込まないように好天を期待したい。
	○	建設業（役員）	・民間建築工事は次年度繰越工事を複数抱えていることから、フル稼働状態が当面続くことになる。公共土木工事についても、来年度予算成立に伴う新規受注が期待できる。
	○	輸送業（支店長）	・例年3月の決算時期は若干でも物量が増えることから、今後の動向を期待している。春からの輸送見積りの引き合いも出始めていることから、景気は現状よりも良くなる。
	○	広告代理店（従業員）	・インバウンドの増加により、観光関連業界が活性化し、可処分所得の増加、消費拡大につながることを期待している。
	○	司法書士	・インボイス制度などの影響が懸念材料ではあるが、例年、春になると受注量が増加することから、今後の景気はやや良くなる。
	○	その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・都心部を中心とした設備投資は引き続き順調に推移していることから、今後の景気はやや良くなる。インバウンドが回復基調で推移していることもプラスである。
	○	その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	・世界的にみても、地政学的リスクなどはあるものの、景気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。ただし、今年は世界的に選挙が多く、特に米大統領選挙などの影響を留意する必要がある。
	□	食料品製造業（従業員）	・今後の価格改定の進み具合で利益が変わってくる可能性もあるが、景気自体は今後も変わらない。
	□	食料品製造業（従業員）	・今後に向けて、新規の販路開拓、現在の取引条件の見直し、商品の規格見直しなどを検討しているが、すぐに影響が生じるわけではないため、今後も景気は変わらない。
	□	家具製造業（経営者）	・能登半島地震の影響が懸念される。
	□	通信業（営業担当）	・国内全般的には企業業績が順調であり、今春のベースアップも期待できるようであるが、道内企業に目を向けると、企業業績が順調な場合でも、多くの企業でベースアップを期待できるような雰囲気ではない。景況感の一層の改善に資する材料が不足していることから、今後も景気は変わらない。
	□	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・仕事量は潤沢であるが、人手不足で受注したくてもできない状態にある。今後、人手不足の状況が変わるとは考えにくいことから、同様の状態がしばらく続く。
□	その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・年度末に向けて受注量が増えるとみられるが、新年度の大型物件などの情報が少ないことから、今後も景気は変わらない。設備や商材の動きが悪くなるとの話もある。	

		農林水産業（経営者）	・例年、特殊な技術で長期保存したりりんごを春から出荷することになるが、今年は既にそのりんごを出荷しているとの情報がある。そのため、春からの国内流通用に販売している当社鮮度保持剤にも大きな影響が生じることが見込まれる。
	▲	金属製品製造業（従業員）	・住宅の建築確認申請の減少に伴って、今後、数か月先までは当社の受注量も減少したまま推移することになる。円安による資材価格の高止まりや住宅価格の値上がりに加えて、人口減少やカーボンニュートラルの影響もあり、住宅産業自体が衰退していくことが懸念される。
	▲	建設業（従業員）	・今後、施工者不足が加速することが懸念される。新しい人材が増えないため、年々施工者の退職が増えており、予定どおりに施工できない現場が増えている。民間工事が施工できない状況に陥らないように事前対処すべきである。
	▲	輸送業（営業担当）	・前年の猛暑の影響で、農産関連製品が在庫も含めて低調であり、トレーラーの輸送台数にも影響が生じている。また、4月から輸送運賃の値上げが予定されている。このため、輸送量、売上共、厳しい状況での新年度スタートが見込まれる。ただし、今春以降については、生乳の生産抑制が解除されることから、本州向けの輸送量回復を期待している。
	▲	金融業（従業員）	・価格高騰による需要の減少に加えて、原価の高止まりや経費の増加による収益圧迫が懸念されることから、先行きの景気はやや悪くなる。
	×	—	—
雇用 関連  (北海道)	◎	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	・企業の採用意欲は相変わらず旺盛で、営業系、IT系の求人が増えている。また、最近では人事担当社者の求人の増加が目立っており、売手市場に対応するため、企業が採用窓口を強化している動きがうかがえる。一方、求職者の仕事に対するモチベーション低下が目立つことが気掛かりである。転職先において、自分の意に沿わないことがあれば、すぐに転職してしまうことが懸念される。
	○	求人情報誌製作会社（編集者）	・転職を希望する人が増えている。人材採用が厳しい環境にあるなか、これから人材獲得に動き出す企業が増えるのではないかと期待している。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行してから、飲食店など、サービス業の求人に回復傾向がみられる。週末勤務以外は今一つ回復の動きが鈍いものの、全体としては良い方向に進んでいる。ただし、飲食業界の人手不足は深刻である。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・現状、景気が良くなるような要因が見当たらない。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	・外国人観光客の入込に勢いを感じる一方で、生活必需品を取り扱う店舗では、客単価が低下しているという話を聞く機会が増えている。このため、全体的には景気は変わらないまま推移する。
	□	職業安定所（職員）	・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）	・求職者が増加傾向にあるなか、新規求職者が減少に転じている。また、求人数が減少しているなか、コンスタントに求人を公開している業況堅調な事業所もあれば、人手不足を感じながらも物価の高騰などによる事業環境の悪化を懸念して求人を抑えている事業所もみられる。求人数の減少が必ずしも景気の悪化と直結している状況ではないため、今後も同様の状況が続くことになる。
	□	職業安定所（職員）	・産業や業種によって状況は異なるものの、当地における月間有効求人数は9か月連続で前年を下回っていることから、今後も景気は変わらない。ただし、今後の物価上昇の状況やそれを背景にした経済活動、消費行動の状況によっては先を見通せない状態となることも懸念される。
	▲	—	—
×	—	—	