

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）	来客数の動き	・コロナ禍が明けてから、シニアや若い世代の国内旅行が増えている。円安の影響に加えて、新型コロナウイルス感染症に対する意識が根強いこともあって、海外旅行を選択するケースが少なく、その分、国内旅行の需要が活性化している。可処分所得の多い年配客の団体旅行も少しずつ増えており、それに伴って客単価も伸びている。
	○	スーパー（企画担当）	来客数の動き	・販売企画の充実が客の来店を促進しており、買上客数が前年を超えた。客単価も依然として前年を上回っている。
	○	家電量販店（店員）	販売量の動き	・エアコンの販売量が増加している。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・3月の決算を控えて、受注が順調に伸びている。3月に入り、納車遅れが解消していることで、新車の登録も相当増えている。この先については、読みにくい部分もあるが、景気は上向くことになる。
	○	住関連専門店（役員）	販売量の動き	・雪解けが遅いことでガーデン関連の商材が低調に推移しているものの、日用品の販売量が増加しており、全体では前年並みの売上となっている。若干ではあるが、景気の回復がうかがえる。
	○	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・冬季観光シーズンが終了しつつあるなか、国内外からの団体客を見込み以上に取り込めたことから、景気はやや良くなっている。ただし、個人客の動きが鈍かったことから、当初計画は達成できなかった。
	○	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・2月はインバウンドを始めとして観光客が伸びた。3月は観光の端境期となるため、人の動きは落ち着いていたが、春休みシーズンに入ると帰省や新生活での移動が目立つようになってきている。生活需要はコロナ禍前の状態に回復したとみられる。
	○	旅行代理店（従業員）	単価の動き	・物価が上昇しているなか、旅行商品についても単価がようやく上がってくるようになった。特に海外旅行は、為替が影響している面もあるが、外食などの費用の上昇はやむなしという考えが一般的になりつつある。
	○	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・通信会社の切替え需要、来客数のいずれも見込みを上回った。
	○	観光名所（従業員）	来客数の動き	・来客数が見込みよりも1割ほど多かったことから、売上も営業利益も増加している。外国人観光客の増加が顕著であり、特にアジア圏の客は円安の影響もあって、かつての爆買いほどではないが、土産品の購入数も購入金額も大きなものになっている。
	○	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	・当地において、雪崩事故が発生したことの影響を懸念したが、インバウンドの入込が増加していることで、全体的な輸送量に大きな変動はみられなかった。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・就職や進学、異動などの季節要因を加味しても、昼間の買物客の増加はみられなかった。区域内の駐車場やバス停の利用状況も悪いままであり、利用客が増加するような兆しを確認できない状況にある。夜間は、曜日によって来街者の多い日と少ない日ははっきりしており、夜型飲食店を始めとして、景気が上向いているとはいえない状況にある。
	□	商店街（代表者）	来客数の動き	・例年よりも気温が低く、雪解けも遅いため、春物商材の動きが鈍かった。人の動きはコロナ禍前に近い水準まで回復しているが、客の購買意欲はいまだに低く、コロナ禍での落ち込み分を取り返すには至っていない。

□	一般小売店〔土産〕（経営者）	お客様の様子	・3月の売上は2023年比107.7%、2022年比296.6%、2021年比571.2%、2020年比556.3%、2019年比137.6%となっている。売上は多少なりとも増えているが、日本人観光客の利用に伸びがみられないことが気掛かりである。
□	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・3月中旬までの売上は良くなかったが、下旬に入ってから徐々に回復傾向がみられるようになり、3月全体では例年並みの売上となった。
□	一般小売店（経営者）	来客数の動き	・2月以降、来客数も販売額も安定的に推移している。
□	百貨店（販売促進担当）	単価の動き	・客単価が大きく上昇していることで、売上が増加している。ただし、来客数については、まだコロナ禍前の水準まで回復していない。
□	スーパー（店長）	販売量の動き	・卒業や入学に向けてセレブレイトスーツの需要が高まる時期である。販売点数は前年とそれほど変わらないものの、客単価が低下していることで、売上は前年を大きく下回った。客は必要な商品は購入するが、数回しか使わないような商品には余り金を使わないことがうかがえる。
□	スーパー（店長）	単価の動き	・客単価が2月よりも上昇していることから、引き続き好調に推移している。
□	スーパー（役員）	販売量の動き	・4月からの値上げが報道されていることで、月末に近づくにつれて、トイレトペーパー、ティッシュペーパーが異常なほど売れている。物価高に対する消費者の防衛意識が一層高まっている状況がうかがえる。
□	コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・客が購入するのは必要な物だけであり、買上点数が増えてこない状況にある。客単価も変わらない。
□	衣料品専門店（店長）	単価の動き	・新シーズンに向けてスーツなどの需要が回復傾向にあるが、価格にシビアな客が非常に増えている。買わなくてはいけない物はしっかりと予算を決めるなど、財布のひもを締めている客が多い。
□	衣料品専門店（エリア担当）	販売量の動き	・3月の販売量はやや落ち込んでいるが、内訳をみると、季節物の動きが鈍い一方で、それ以外の商材の動きは落ち込んでいないことから、3か月前と景気は変わっていない。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・春闘において、ベースアップの動きがみられるが、物価の上昇率を上回る水準ではないことから、景気は変わっていない。
□	自動車備品販売店（店長）	販売量の動き	・例年3月は売上が増える傾向にあるが、今年は前年比90%にとどまっており、厳しい状況にある。
□	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	単価の動き	・燃料価格が高止まりしていることから、客の節約志向は強いままである。
□	その他専門店〔造花〕（店長）	お客様の様子	・2月に催事を開催したことで、全体的に商材を購入する動きがみられたが、通常販売している商材の売行きが良くなかった。
□	高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・コロナ禍が明けて初めての年度末となるため、期待していたが、見込みを下回る結果となった。ランチは混雑する日もあるが、夜は地元客の予約以外みられない状況にある。なじみの客に来店回数が減った理由を尋ねたところ、住宅がオール電化であり、電気料金高騰の影響が大きく、外食どころではないとのことであった。SNSでも外食に触れている投稿が少ないことから、外食機会が大きく減少していることがうかがえる。
□	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・例年1月及び2月は閑散期であり、売上に余り期待できない。今年はレストラン部門の売上が微増している一方で、物販が引き続き厳しい状況にある。
□	スナック（経営者）	来客数の動き	・3月も多数の客が来店するような状況はみられなかった。これまでと同様に、少ない客でのやりくりとなっている。
□	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・来客数はやや減少しているが、旅行商品の価格が高騰していることで、売上は維持できている。

□	タクシー運転手	来客数の動き	・3月のタクシーの売上は2018年比でマイナス25%となっており、コロナ禍前の水準を下回っている。ただし、2023年比ではプラス20%であった。一方、タクシー1台当たりの売上は2023年比でプラス10%となっている。前年10月頃から、乗務員の採用が増えていることで、ドライバーが10%増えており、タクシーの稼働台数も前年から10%ほど増えている。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・日中の利用客がやや減少している。夜間の利用状況には変化がみられなかった。
□	タクシー運転手	販売量の動き	・人の動きが落ち着きを取り戻しており、ほぼ平準化している。来年度は景気が上向くことを期待している。
□	タクシー運転手	単価の動き	・今年の冬は雪が少なく、車を運転しやすかったものの、観光客が少ないこともあって、人の流れが良くなかった。コロナ禍は明けたが、まだコロナ禍前の80%程度の回復にとどまっている。春を迎えて、ゴールデンウィークにかけて客の動きが出てくることを期待している。
□	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・分譲マンションへの問合せがあった客の契約率が以前と比べて、かなり高くなっている。モデルルームを訪れる客の商談時間も比較的短く、順調に契約に至ることが増えている。
□	住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・展示場の来場者数が減少している。その一方で、仲介の取扱量が増加している。
▲	商店街 (代表者)	単価の動き	・物価と賃金の上昇幅のバランスが取れていないため、商品を買える人と買えない人の2極化が進んでいる。
▲	商店街 (代表者)	お客様の様子	・客の動向として、安い商品を買うことが増えており、価格競争が強まっている状況にある。
▲	百貨店 (売場主任)	お客様の様子	・3月は気温の低い日が多かったことから、ファッションアイテムの動きが鈍く、景気が余り良くなかった。
▲	スーパー (店長)	来客数の動き	・4月も値上がりの動きが引き続きみられること、金利が上昇していることなどから、支出が収入を上回る状況が続いている。そのため、景気はやや悪くなっている。
▲	コンビニ (エリア担当)	来客数の動き	・前年から商品の値上げが相次いでいる。前年までは値上げた分だけ、売上の増加につながっていたが、今年に入ってから、来客数、買上点数が落ち込み始めており、売上の伸びが鈍化している。
▲	コンビニ (エリア担当)	お客様の様子	・客が必要な物以外購入しなくなっている。
▲	衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・例年よりも寒い日が続いているため、春物商材に動きがみられない。
▲	乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・観光関連の景気は、客単価が上昇していることもあって、コロナ禍前の水準まで回復しつつあるものの、建設業や小売業の景気が停滞している。全体としては景気はやや悪くなっている。
▲	その他専門店 [医薬品] (経営者)	お客様の様子	・来客数が減っている。天候の影響もあるが、それだけではないと考えられるほどの落ち込みがみられる。当店の客は年配客が多いため、若い世代にもアプローチしていくことが必要になってきている。
▲	観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・客の利用状況が前年を下回っている。2019年と比べても数字が悪く、厳しい状況が続いている。
▲	旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・物価高、燃料価格の高騰、円安の影響に加えて、貸切バス運賃の高騰により、客の動きが鈍っている。
▲	タクシー運転手	販売量の動き	・支出の増える時期であり、物価高の影響もあって、客の節約志向が強まっている。特に交通費については、出費を抑えようとする傾向が一段と強まっている。
▲	美容室 (経営者)	単価の動き	・来客数は前年と余り変わっていないが、売上が10%程度減少している。客が支出を引き締めようとする動きが強まっていることがうかがえる。

	▲	美容室（経営者）	お客様の様子	・3月は繁忙期であり、売上も多少増加しているが、その反動で4月以降の利用が落ち込む雰囲気があるため、全体的な景気はやや悪くなっている。
	×	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・住宅が売れていない。価格が下がっているにもかかわらず、動きの鈍い状況が続いている。
企業 動向 関連 (北海道)	◎	*	*	*
	○	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プラス49%であった。3か月前の販売量は前年比マイナス4%であったことから、景気はやや良くなっている。
	○	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・年度内工事は全て予定どおりにしゅん工を迎えており、追加工事による上積みもみられたことから、年度末決算が見込み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	・4月以降の契約単価について、これまでよりも高い金額で契約することができた。
	○	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	・例年よりも3月の降雪が多かったこともあって、売上が前年と比べて5%程度アップしている。また、都市部を中心に、雪解け後の民間工事の需要が旺盛なこともプラスである。建設工事量は今後も順調に推移することになる。
	○	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	・公共投資が堅調なことに加えて、半導体関連や再開発などの民間投資も堅調に推移している。ただし、人手不足や資材価格高騰の影響が気掛かりである。
	□	農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3月の出荷量から、前年のりんごの凶作具合が相当なものだったとみられる。
	□	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量も販売額も3か月前と変わらない状況にある。利益も変わっていない。
	□	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・建設業において、人手や資材が国策案件に集約されるような状況にあるため、民間案件が縮小する気配が感じられる。ただし、実際に影響が出てくるのはもう少し先のことになる。
	□	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・3月は決算月であることもあって、例年若干忙しくなる時期だが、今年は貨物量が回復してこない状況にある。特に輸出入貨物の落ち込みが顕著である。
	□	通信業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・ここ数年、需要がやや増加している一方で、当社の商材の価格は緩やかな低下傾向にあったが、ここに来てコストの上昇分を価格に転嫁するための交渉機会がみられるようになってきた。
	□	金融業（従業員）	取引先の様子	・企業において、物価高による経費増加、賃上げによる人件費増加がみられる一方で、販売価格への転嫁が思うように進んでおらず、収益確保に苦しんでいる様子が見える。人流が回復傾向にあるものの、人手不足を原因とする機会損失も発生している。
	□	広告代理店（従業員）	受注量や販売量の動き	・年度末を迎えているなか、例年ほど駆け込み発注がみられない。
	□	司法書士	受注量や販売量の動き	・今年の冬は雪が少なかったことから、例年よりも不動産の取引量が多く推移した。例年であれば、春を迎えて取引量が徐々に増加することになるが、今年是不動産取引の予定や見込みが低調に推移している。物価高や原材料価格高騰の影響も大きく、景気が上向きような実感が無い。
	□	その他非製造業 [鋼材卸売]（従業員）	受注量や販売量の動き	・年度替わりの時期を迎えているなか、商品の動きが落ち着いている。決算を控えて、買い込みするような動きも少なく、例年よりも物量が少なくなっている。
	▲	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・円安が進んでいることで物価が一段と上昇しており、原価も上がっている。販売価格に全てを転嫁できていないため、景気はやや悪くなっている。
▲	輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・飼料など、サイロの貨物量は引き続き順調に推移している。バター在庫量は微減にとどまっている。一方、生乳や紙パルプ、飲料の輸送量が伸び悩んでいる。そのため、トレーラーの回転率が悪くなっており、配送コストが上昇している。収益にも悪影響が出ている。	

	▲	司法書士	受注量や販売量	・全体的に不動産登記の仕事量が減少している。	
	×	—	—	—	
雇用 関連	◎	—	—	—	
	○	*	*	*	
(北海道)	□	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	・求人数も求職者数も増加傾向にある。ただし、求職者については、条件の良いところがあればと考えていることが多く、転職意欲に切迫感がみられない。一方、企業は採用に対して危機感を持って臨んでおり、求職者との温度差がみられる。求人については、これまで中途採用を積極的に行ってこなかった金融機関や地場の有名企業も採用意欲が強まっている。経済環境が変化しているなか、企業体力を維持したいと考える企業が増え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	・これまで物価上昇に見合った価格転嫁ができていた飲食店などにおいて、客足が鈍くなっている様子がうかがえる。その影響で、求人数が減少する傾向がみられるようになっている。	
	□	求人情報誌製作 会社（編集者）	求人数の動き	・求人数は大きく変わっていないが、求人を出している事業所の数が減っている。中小企業においては募集を控える動きがみられ、大企業においてはA IやDXなどの活用により、人手に頼らないようにする動きがみられる。人手不足が顕著な業界においては、外国人材の採用が増えている。	
	□	求人情報誌製作 会社（編集者）	求人数の動き	・株価の上昇や外国人観光客の増加など、明るい材料も多いが、物価高の影響が大きく、实体经济が良くなっている実感はない。	
	□	求人情報誌製作 会社（編集者）	周辺企業の様子	・日常生活を送るに当たって、金銭面での負担が増えている状況が相変わらず続いていることから、全体的に個人向けサービス事業者の元気がなくなっている。	
	□	職業安定所（職 員）	それ以外	・実質賃金について、物価上昇率を上回るような伸びがみられないことから、景気が良くなることは考えにくい。	
	□	職業安定所（職 員）	求職者数の動き	・2月の有効求職者数は前年から2.2%の増加となり、増加傾向が続いているものの、新規求職者数は前年から4.3%の減少となった。一方、新規求人数は前年から7.2%の減少となり、13か月連続での減少となったが、業況堅調な企業を中心に、引き続き安定した求人がみられる。	
	□	職業安定所（職 員）	求人数の動き	・当地における2月の有効求人倍率は0.89倍であり、3か月前との比較では0.04ポイント下回った。	
		▲	—	—	—
		×	—	—	—