

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 〔酒〕（経営者） | 販売量の動き | ・7月に入って、客先1件当たりの納品量が増えており、景気の回復を実感している。 |
| | ◎ | 旅行代理店（従業員） | 来客数の動き | ・当地の航空需要は4月から5月にかけて前年をやや下回っていたが、6月は前年比101%となり、第1四半期はほぼ前年並みの水準となった。ただし、コロナ禍前の2019年比では94.5%にとどまっている。成田便や関西方面の便はインバウンドの乗継客や北海道観光需要の高まりなどで利用客が増えており、羽田便の落ち込み分を補填している。 |
| | ○ | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・7月初旬から中旬にかけては、昼夜共、来街者が少なく、景気の悪い状態が続いていたが、下旬になり、中心部に期間限定ビヤガーデンがオープンしたことで夕方以降の来街者が増加している。ただし、来街者が増加している一方で、昼間の物販やビヤガーデン以外の夜型飲食店の景気は依然として余り良くない。全体的には、景気が余り良くないなか、僅かに景気が上向している状況である。 |
| | ○ | 一般小売店〔土産〕（経営者） | お客様の様子 | ・売上は2023年比で115.4%、2022年比で204.9%、2021年比で601.2%、2020年比で818.1%、コロナ禍前の2019年比で127.3%となっている。 |
| | ○ | 百貨店（販売促進担当） | 単価の動き | ・来客数は微増であるが、海外からの旅行者が増加していることで客単価が上昇している。特選ブティックや絵画などの高額品の売上がアップしており、全体の売上増加に寄与している。 |
| | ○ | スーパー（店長） | お客様の様子 | ・衣料品や家電などの動きが良く、食品以外の身の回りのものに消費の意識が向かっている様子がうかがえる。 |
| | ○ | 自動車備品販売店（店長） | お客様の様子 | ・集客のため、購入記念品や数量限定品を作り、そのチラシを折込配布したところ、50台駐車できる駐車場が満車となる状況が2時間以上続いた。この結果、7月の来客数は前年比105%となるなど、良い結果が出た。 |
| | ○ | 住関連専門店（役員） | 販売量の動き | ・3か月前と比べて、売上の前年比が伸びている。特に、夏の暑さ対策に関連した商品について、客が積極的に購入する様子がみられる。 |
| | ○ | 高級レストラン（スタッフ） | 販売量の動き | ・客層が変わってきたことで、販売価格が好転しつつある。 |
| | ○ | 高級レストラン（スタッフ） | 販売量の動き | ・レストラン部門の売上は横ばいであるが、販売部門の売上が3か月前と比べて増えており、全体売上を引き上げている。 |
| | ○ | 旅行代理店（従業員） | 来客数の動き | ・来店での相談件数が3か月前と比べて増えている。 |
| | ○ | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・今年になって、乗務員の採用が増えており、前年から25%増加している。タクシー1台当たりの売上は、日勤が前年並み、夜勤が前年を5%程度上回った。乗務員が増えたことでタクシーの稼働台数も増えており、夜勤の売上が前年を上回ったことで、7月の売上は前年から30%の増加となった。 |
| | ○ | 観光名所（従業員） | 来客数の動き | ・曜日にかかわらず利用客でにぎわう日が増えている。国内、国外を問わず個人観光客が増えており、コロナ禍前よりも利用者数が15%ほど増加している。外国人観光客は、海外で日本の人気が高まっていることもあって、これまで接客したことのない国の方もみられる。国内観光客は、アニメの聖地巡礼を目的とした方がとても目立つ。 |
| | □ | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・暑い日や天候の悪い日は客足が極端に減るため、景気は変わっていない。 |

| | | | |
|--------------------------|----------------|--------|--|
| <input type="checkbox"/> | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・円安の影響で旅行客が海外ではなく、国内を旅行先を選んでいる様子がうかがえる。年配の家族など、例年よりも多様なグループ客が数多く来道している。消費単価も高いことから、売上にもプラスとなっている。 |
| <input type="checkbox"/> | 百貨店（売場主任） | 単価の動き | ・これまでと同様に、来客数が好調を維持している。客単価も外国人を中心に伸びている。 |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（店長） | 来客数の動き | ・値上げが進んでいることで、客単価が上がっているものの、来客数がなかなか増えてこない。生活費を削減する動きもあって、客の買物回数が減ってきている。 |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（企画担当） | 販売量の動き | ・曜日並びの関係で、前年と比べて土日が少ないことから、全体売上は前年を下回っている。ただし、同じ曜日の売上を比較すると、前年を上回っている。来客数は減少しているものの、販売点数が伸びていることから、客の購買意欲は衰えていないとみられる。 |
| <input type="checkbox"/> | スーパー（役員） | 販売量の動き | ・米不足の影響が出ている。米の価格が上がっていることで、米の売上は前年から20%以上増加しており、全体の売上を押し上げている。一方で、客の節約志向も高まっており、全体的な景気は3か月前と変わっていない。 |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（エリア担当） | 販売量の動き | ・夏のイベントについて、前年までは自粛が多かったが、今年は平常どおりに開催していることが多いため、イベント需要が前年を上回っている。ただし、商品の値上げが続いていることで、全体的に流れが悪くなっており、売上は前年を下回っている。 |
| <input type="checkbox"/> | コンビニ（エリア担当） | お客様の様子 | ・客は相変わらず必要な物しか買っていない。ただし、暑い日が続いているため、冷たい飲料やアイスを購入する客は増えている。 |
| <input type="checkbox"/> | 衣料品専門店（エリア担当） | 来客数の動き | ・前年と比較すると、来客数が頭打ちとなっている。セールなどの割引販売では来客数が増加していることから、客の節約意識が依然として高いことがうかがえる。 |
| <input type="checkbox"/> | 乗用車販売店（従業員） | 販売量の動き | ・新車販売台数は前年並みで推移しているが、受注できる車種が限られていることから、売上は前年実績や目標を大きく下回っている。 |
| <input type="checkbox"/> | その他専門店「造花」（店長） | お客様の様子 | ・催事の来場者数が前回を上回るなど、客の購買意欲の向上がうかがえる。ただし、実際の購買の様子をみると、購入に対して慎重な客が多くみられた。 |
| <input type="checkbox"/> | 高級レストラン（スタッフ） | 販売量の動き | ・7月は比較的良好ペースで売上が推移していたが、20日を過ぎるとランチの女性客が急に減り、前年を下回りそうな状況となっている。夏休みに入った子供の世話で主婦が出勤なくなったためとみられる。一方、観光地や都市部のホテルは来客数が増えており、飲食部門は人手不足のなか、どうにか営業している。あるホテルでは朝食が混雑して人手が足りないため、ふだん調理部門以外の事務職をしている従業員がちゅう房のヘルプに回ることがあると聞き驚いた。 |
| <input type="checkbox"/> | スナック（経営者） | 来客数の動き | ・景気は余り悪くもなっていないが、良くもなっていない。今は難しい状況にあり、このままだと将来は絶望だと感じる。 |
| <input type="checkbox"/> | 観光型ホテル（経営者） | 来客数の動き | ・国内客については、物価高の影響もあって、個人客、団体客ともに、予約数が落ち込んでいる。インバウンドについては、需要はあるものの、グランドハンドリングの人手不足と航空燃料の不足により、道内空港への国際便数が激減している。集客にとってはダブルパンチであり、景気は厳しいまま変わっていない。 |
| <input type="checkbox"/> | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・来客数にも、予約状況にも変化がみられない。観光客やイベント関係の客による利用も横ばいのため、景気は変わっていない。 |
| <input type="checkbox"/> | タクシー運転手 | 販売量の動き | ・地域のイベントは予定どおりに開催されているが、気温の高い日が多いため、外出しようという気運が高まらない状況にある。 |

| | | | |
|---|------------------------------|---------|---|
| □ | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・7月の客の流れをみると、数か月前とほとんど変わらない。これから夏本番を迎えて、少しでも良くなることを期待している。 |
| □ | 通信会社（企画担当） | お客様の様子 | ・若年層を中心に、他社の通信サービス、特に格安系の通信サービスへの流出が増えている。 |
| □ | 美容室（経営者） | お客様の様子 | ・消費者が出費を抑える傾向がみられ、客の来店周期が以前よりも長くなっている。こうした傾向は当分続くと思われる。 |
| □ | 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 | ・ツアー客が減少しているものの、個人客が増加している。個人客が増えていることで、乗用車の航送台数も伸びている。 |
| □ | 住宅販売会社（従業員） | 来客数の動き | ・新築マンションの価格が高騰しているため、中古マンションの需要が高まっている。ただし、全体的にみると、景気は変わらない。 |
| ▲ | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・客の反応は決して良いものではなかった。 |
| ▲ | 一般小売店（経営者） | 来客数の動き | ・客の動きが悪すぎるため、3か月前と比べると、景気はやや悪くなっている。 |
| ▲ | スーパー（企画担当） | 来客数の動き | ・足元の動きをみると、来客数が再び減少傾向に転じている一方で、買上点数が増加している。客の来店頻度が落ちているためであり、買い控え傾向が強まっていることがうかがえる。 |
| ▲ | 乗用車販売店（経営者） | 競争相手の様子 | ・大手自動車メーカーの不正問題が解決していないことから、受注や生産を停止している車種が引き続き多く、受注量が前年を大きく下回る状態が継続している。 |
| ▲ | 乗用車販売店（経営者） | 販売量の動き | ・販売量が減少している。 |
| ▲ | 乗用車販売店（従業員） | 来客数の動き | ・新型車の販売をうまく行えている店舗は販売台数が伸びているが、そうでない店舗は販売台数が減っており、厳しい状況にある。また、リコールが入ってきているため、全体的にサービス部門の売上が伸びにくくなっている。これらのことから、売上はやや厳しくなっている。 |
| ▲ | 乗用車販売店（従業員） | 販売量の動き | ・6月までは新型車の受注が多くみられたが、一部の車種が値上げしたこともあって、7月は動きが少し落ち着いてきた。 |
| ▲ | その他専門店〔医薬品〕（経営者） | お客様の様子 | ・客の高齢化が顕著であり、今後の生き残りに向けて、新規客の開拓が最重要課題となっている。異業種交流も有効なヒントを得る場になる可能性がある。 |
| ▲ | 観光型ホテル（スタッフ） | 販売量の動き | ・夏のファミリー向けイベントの予約が伸び悩んでいる。 |
| ▲ | 旅行代理店（従業員） | 販売量の動き | ・本来、秋の旅行需要で予約販売が増加する時期だが、予約販売が伸び悩んでいる。ゲリラ豪雨や猛暑といった異常気象の影響も含めた複合的な理由により、北海道からの旅行需要が低下しているとみられる。 |
| ▲ | 旅行代理店（従業員） | 販売量の動き | ・前年はコロナ禍が明けたこともあって法人団体旅行が好調だったが、今年はその反動がみられる。円安や物価高が継続していることもマイナスであり、販売量が減少している。 |
| ▲ | 美容室（経営者） | お客様の様子 | ・物価高が家計を圧迫しているとの話を客からよく聞く。 |
| ▲ | 住宅販売会社（経営者） | 販売量の動き | ・住宅建築業界において、着工数は少ないまま変わっていない。単価が高止まりしており、人件費も上昇していることから、建築が進まない状況にある。 |
| ▲ | 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の予算面での制約が以前よりも厳しくなっている。分譲マンションの購入に充てる予算は減少傾向にあり、以前よりも小さめの住戸の購入を検討する客が多い。 |
| × | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・値上げの動きが取まらない限り、個人消費は上向いてこない。 |
| × | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・客は買う物を決めて来店しているため、それ以外の余計な物を買わないようになっている。 |

| | | | | |
|-----------------------------|------|----------------------------|--|--|
| | × | コンビニ（エリア担当） | それ以外 | ・漁業の不漁の影響が大きく、食料品などの売上が大きく減少している。 |
| | × | 衣料品専門店（経営者） | お客様の様子 | ・6月と同様に、円安による物価高を受けて、客の節約志向が強まる状況が続いている。 |
| | × | 衣料品専門店（店長） | 販売量の動き | ・スーツ需要に落ち込みがみられるなか、ビジネスポロシャツや半袖ワイシャツなどの低単価商材も販売量が大きく落ち込んでいる。まとめ買いが非常に少なく、必要最低限しか買わない傾向が強まっている。 |
| | × | タクシー運転手 | 販売量の動き | ・繁華街には人があふれているが、ほとんどが観光客であり、かつタクシーを利用しない客層である。地元客のタクシー利用はなかなか回復してこない。 |
| 企業 動向 関連 (北海道) | ◎ | 通信業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・国が進める企業進出施策の効果が、当社及び周辺企業の受注量の増加に結び付くようになってきた。 |
| | ○ | 食料品製造業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・7月の販売量は前年比プラス24%となった。3か月前の4月の販売量は同プラス22%であったため、景気はやや良くなっている。 |
| | ○ | 輸送業（営業担当） | 受注量や販売量の動き | ・本州向けの生乳の輸送量は、相変わらず伸び悩んでいる。バターや粉乳の保管在庫は横ばいから微減にとどまっている。紙パルプは工場間の生産調整の影響で、製品、原料ともに、一時的に動きが出ている。砂糖、でん粉、小麦などの農産製品は、新年度産の受入に向けて、旧物の在庫整理が進み、トレーラー輸送が大幅に増えている。 |
| | ○ | 輸送業（支店長） | 受注量や販売量の動き | ・輸出入貨物の輸送量は依然として奮わず、寄港を中止する外航船社も始めるなど、厳しい状況は変わっていない。一方、国内移送貨物については、夏場需要で想定どおりの貨物量となっている。全体的には春先に比べると忙しくなっている。 |
| | ○ | 金融業（従業員） | 取引先の様子 | 企業の人手不足感が強まってきている。人材を募集しても新たな人員確保は困難であり、既存人員の流出防止、つなぎ止めのため、賃上げを実施しているという声が多く聞かれる。また、価格転嫁を進めていても、利益確保が難しく、賃上げ原資の確保に苦慮しているという声も聞かれる。一方、景気判断については、回復しているという声が悪化しているという声を上回っており、改善傾向にある。 |
| | ○ | その他非製造業 〔鋼材卸売〕 (従業員) | 受注量や販売量の動き | ・受注量は、数か月前の見込みよりも上振れしている。ただし、詳しい要因が分からないため、安心できない状況にある。ベース商材は消費量が少なくなっているため、市場の動きは全体的に余り良くない。 |
| | □ | 農林水産業（経営者） | 取引先の様子 | ・端境期のため、景気について判断しづらい状況にある。 |
| | □ | 建設業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・民間案件の減少、官庁案件の先送りがみられ、業務量が減少している。取引先からの相談も減っている。国策関連の業務があるため、全体的には目標に近づいているが、それを除いた業務量は前年よりも明らかに少ない。 |
| | □ | 建設業（役員） | 受注量や販売量の動き | ・技術職員の現場配置はフル稼働状態が続いている。これまで天候が安定して推移していることから、各現場では引き続き計画を上回るペースで工事が進捗している。 |
| | □ | 司法書士 | 受注量や販売量の動き | ・夏を迎えて気温の高い日が続いているが、大雨などの災害も発生していないことから、例年並み又は例年をやや上回る仕事量がみられる。また、法制度の改正に伴う業務も増えている。ただし、こうした業務はいつまで続くか不透明であり、一過性のものであることも懸念される。また、物価の上昇が続くなか、従業員の収入は増えているようであるが、支出も増えているため、実質的な所得環境に変わりは見られない。 |
| □ | 司法書士 | 受注量や販売量の動き | ・中古物件の売買やリフォームに伴う受注はみられるものの、個人の住宅新築関連の受注量は相変わらず少ないままである。 | |
| | ▲ | 食料品製造業（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・値上げによる買い控えが生じており、受注量が減っている。 |

| | | | | |
|----------|---|--------------------|----------------|--|
| | ▲ | 金属製品製造業 (従業員) | 受注量や販売量 の動き | ・道内の新築戸建て住宅の確認申請が前年比87%に落ち込んでいるため、景気はやや悪くなっている。 |
| | ▲ | 広告代理店(従業員) | 受注量や販売量 の動き | ・広告受注が伸び悩んでいる。 |
| | × | — | — | — |
| 雇用 関連 | ◎ | — | — | — |
| | ○ | * | * | * |
| (北海道) | □ | 人材派遣会社 (社員) | 求人数の動き | ・3か月前と比べると、登録者数は横ばい、求人数は2割増加であり、求人ニーズは相変わらず高い。企業サイドは若年者の早期退職で悩んでおり、その影響で求人数が増加している面もある。登録者サイドは夏のボーナスが支給されてから転職に動き出すと考えられる。 |
| | □ | 求人情報誌製作 会社(編集者) | それ以外 | ・紙やSNSなどのWeb媒体で求人を出しても思うように人材が集まらなくなっている。有効求人倍率も下がってきている。一方、多くの中小・零細企業では、広告費を節減するため、当面は現状を維持するという判断にシフトしている。 |
| | □ | 求人情報誌製作 会社(編集者) | 求人数の動き | ・北海道の人口流出と自然減が止まらない。こうした状況を踏まえると、人材採用において消極的にならざるを得ない。一方、求人については、Webや誌面による一般募集から、人材紹介や知人からの紹介などに採用手法を変更する企業が増える傾向がみられている。 |
| | □ | 求人情報誌製作 会社(編集者) | 周辺企業の様子 | ・雇用動向の低調な状態が続いている。 |
| | □ | 職業安定所(職員) | 求人数の動き | ・当地における6月の有効求人倍率は0.76倍であり、3か月前との比較では0.13ポイント下回っている。 |
| | □ | 職業安定所(職員) | 求職者数の動き | ・新規求職申込件数は前年から15.8%の減少となったが、月間有効求職者数は前年から5.4%の減少にとどまった。新規求人数は前年から13.2%の減少となったが、月間有効求人数は前年から7.4%の減少にとどまった。 |
| | □ | 学校[大学] (就職担当) | 求職者数の動き | ・求人数は増えているものの、求職者とのマッチングがうまくいかない状況にある。 |
| | ▲ | 求人情報誌製作 会社(編集者) | 求人数の動き | ・業種を問わず、求人数が横ばい又は減少傾向で推移している。 |
| | ▲ | 職業安定所(職員) | 求人数の動き | ・管内の有効求人倍率が0.86倍となり、前月から0.03ポイント減少した。前年と比べても0.03ポイントの減少となっている。 |
| | × | — | — | — |