３　地域別の動向

（1）北　海　道

北海道地域では、景気は持ち直しの動きがみられる。

- **鉱工業生産は持ち直しの動きがみられる。**
- **個人消費はこのところ持ち直しの動きがみられる。**
- **雇用情勢は持ち直しの動きがみられる。**

（注）下線を付した箇所は、前回からの変更のあった箇所を表す（＿は上方に変更、＿は下方に変更）。

前回からの主要変更点

	前回（令和４年３月）	今回（令和４年６月）	
景況判断	新型コロナウイルス感染症による厳しい状況が残る中で、持ち直しに足踏みがみられる	持ち直しの動きがみられる	↑
鉱工業生産	持ち直しに足踏みがみられる	持ち直しの動きがみられる	↑
個人消費	このところ持ち直しに足踏みがみられる	このところ持ち直しの動きがみられる	↑
雇用情勢	感染症の影響が残る中で、引き続き弱い動きとなっているものの、求人等に持ち直しの動きもみられる	持ち直しの動きがみられる	↑

１．鉱工業生産等の動向

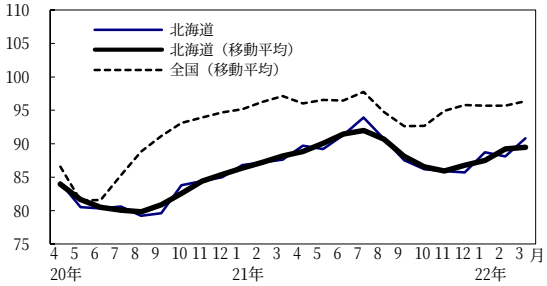
（1）第一次産業は生乳生産は前年を上回り、主な水産物の生産額は前年を下回っている。

１－３月期には、生乳生産は総量では 1,078,232t と前年比 4.4%増となった。主な水産物の生産額（主要９港）は、ほっけ等が減少したため、前年比4.9%減となった。

（2）鉱工業生産は持ち直しの動きがみられる。

１－３月期の鉱工業生産は、食料品や化学・石油石炭製品が増加したこと等により、前期比3.8%増となった。

鉱工業生産指数



（備考）　1．2015年＝100、季節調整値。北海道の最新月は速報値。
　　2．全国及び北海道の太線は中心３か月移動平均。
　　直近月は２か月平均。

域内主要業種の動向(季節調整値、前期(月)比) (%)

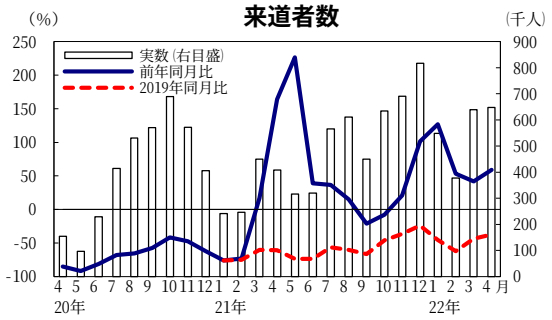
	付加価値ウェイト	生産 10―12月期	生産 1－3月期	生産 1月	生産 2月	生産 3月
食料品	25.9	▲2.9	6.5	8.3	▲2.0	▲1.3
パルプ・紙	13.1	▲13.6	4.4	10.1	▲5.0	8.7
電気機械	9.1	▲8.1	1.2	▲2.8	8.8	▲2.1
鉄鋼	7.9	▲17.9	▲7.8	0.0	▲4.1	9.9
化学・石油石炭製品	7.6	▲12.3	7.4	11.6	▲8.2	8.7
鉱工業	100.0	▲5.3	3.8	3.5	▲0.7	3.1

（備考）　1．地域における付加価値ウェイトの高い５業種。
　　2．１－３月期、３月は速報値。

(1) 北海道

（3）観光は持ち直しの動きがみられる。

１－３月期の来道者数は、航空機の利用者増などがあり、前年同期比 66.8%増（2019 年同期比 50.0%減）となった。月別では、１月に前年同月比 126.8%増（2019 年同月比 45.4%減）、２月は同 53.3%増（同 62.1%減）、３月は同 41.9%増（同 43.4%減）となった。４月は同 58.9%増（同 37.5%減）となった。



（備考）北海道観光振興機構調べ。

２．個人消費の動向

個人消費はこのところ持ち直しの動きがみられる。

（1）地域別消費総合指数（ＲＤＥＩ（消費））

１－３月期は前期比 0.6%減となった。月別にみると、１月は前月比 1.0%減、２月は同 1.6%減、３月は同 1.6%増となった。

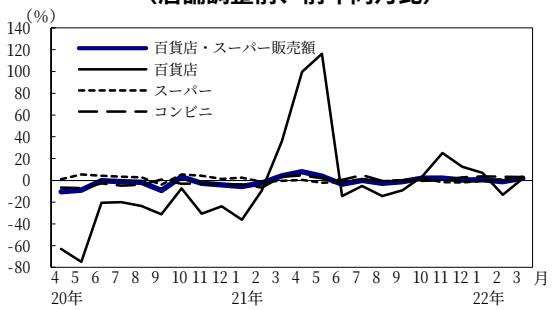
（2）百貨店・スーパー販売額

百貨店・スーパーは、１－３月期は前年同期比 0.6%増となった。月別にみると、１月は前年同月比 0.6%増、２月は同 1.1%減、３月は同 2.1%増となった。

百貨店は、１－３月期は前年同期比 1.2%減となった。

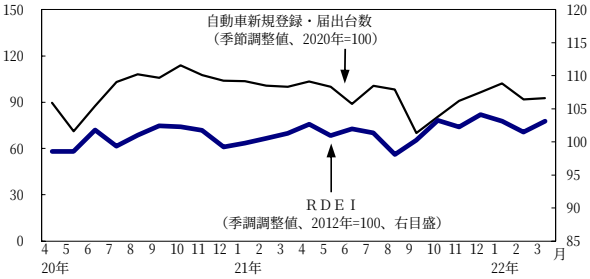
スーパーは、１－３月期は同 0.9%増となった。

百貨店・スーパー販売額等
（店舗調整前、前年同月比）



	2022年1−3月	2022年1月	2月	3月
ＲＤＥＩ（消費*1）	▲0.6	▲1.0	▲1.6	1.6
百貨店・スーパー(*2)	0.6	0.6	▲1.1	2.1
百貨店(*2)	▲1.2	7.0	▲13.2	1.7
スーパー(*2)	0.9	▲0.4	1.0	2.2
コンビニ(*2)	3.4	3.8	3.3	3.0
乗用車(*3)	▲13.8	▲8.3	▲15.6	▲15.5
（季節調整値）(*3)	7.0	5.9	▲10.2	0.9

ＲＤＥＩ（消費）と自動車新規登録・届出台数の推移

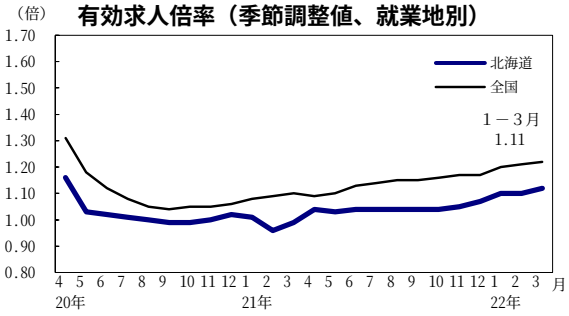


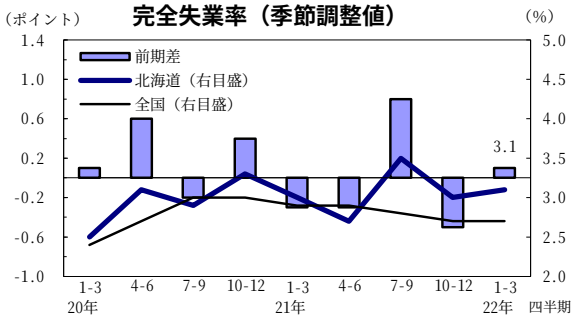
(備考) 1．季節調整済前期(月)比（%）
2．店舗調整前、前年同期(月)比（%）
3．乗用車は、新規登録・届出台数（上段は前年同期(月)比(%)）

３．雇用情勢

雇用情勢は持ち直しの動きがみられる。

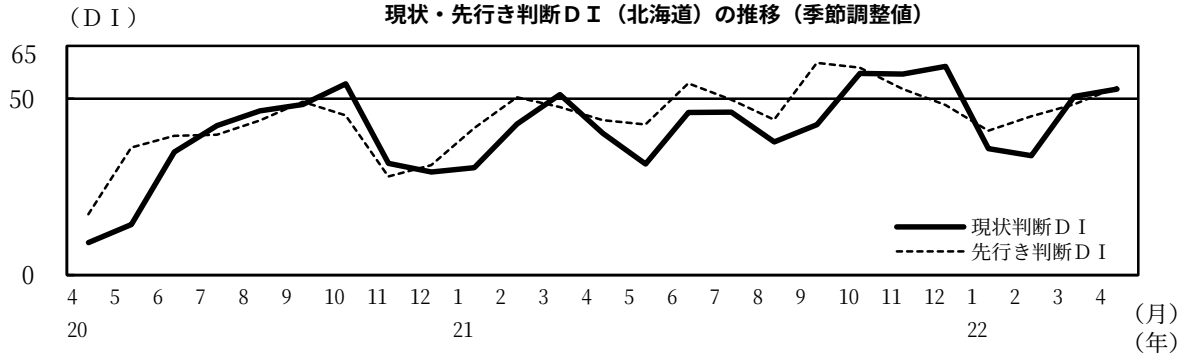
有効求人倍率は上昇している。完全失業率は前期を上回っている。





（13）景気ウォッチャー調査（令和４年４月調査）景気判断理由の概要

１．北海道

（◎良、○やや良、□不変、▲やや悪、✕悪）

	分野	判断	判断の理由
現状	家計動向関連	□	・経済活動が活発化しているため、景気は上向きにみえるが、商品価格の高騰などにより、客の買上点数が減少している。節約志向が強まっているため、景気はさほど変わっていない（スーパー）。
		○	・新型コロナウイルスの新規感染者が高止まり状態にあるが、人流抑制策などが行われていないことから、少しずつ問合せが増えてきている（旅行代理店）。
		▲	・新型コロナウイルスの影響によって海外でロックダウンが生じていることで、部品が計画どおりに入ってこないため、納品遅れが生じている。１～２月と比べると４月の売上は奮わず、景気は余り良くなかった（乗用車販売店）。
	企業動向関連	□	・新年度がスタートしたなか、現時点での受注状況は官民共に順調であり、前年度後半から続く良好な業績を変わらずに維持できている（建設業）。
		○	・４月の売上は前年を若干下回っているが、グループ会社の状況やその他市況など、外部環境は決して悪くないことから、全体的には回復傾向にある（その他サービス業［建設機械レンタル］）。
		▲	・道内における輸送量は伸びているが、当社の場合、売上面でトラック輸送、船輸送のウエイトが高いことから、燃料価格の上昇が利益減少の要因となりつつある（輸送業）。
	雇用関連	□	・例年どおりではあるが、一次産業、建設業などで春の求人数増加の動きがみられた。警備・清掃業も好調である。一方、飲食業界からの申込は低調である。新型コロナウイルスの影響で明暗が分かれている（求人情報誌製作会社）。
		○	・2023 年新卒者の採用に向けて、各企業や人材会社などの動きが活発になっている。飲食業の採用意欲は低調だが、それ以外のどの業界も新卒採用への意欲が高まっている（学校［大学］）。
	その他の特徴コメント		○：週末の来客数が増加傾向にある。特に桜が開花した週末の 23～24 日はゴールデンウィーク並みの来客数がみられた。新型コロナウイルスの新規感染者数は高止まりしているが、感染症対策を万全にしていることもあって、客も店も現状に慣れ始めてきている（高級レストラン）。 ○：気温の上昇とともに外出の動きが活発化しており、来客数も増加傾向になっている。それに伴い売上も増加している（美容室）。
先行き	分野	判断	判断の理由
	家計動向関連	○	・客足は若干伸びつつあるが、コロナ禍前の水準と比較するとまだまだ遠く及ばない。今後については、ゴールデンウィークが今季最初のターニングポイントになる。新規感染者数が抑えられることが前提にはなるが、今後の観光業界全体の回復と利用者数の増加を期待している（観光名所）。
		□	・客の購買行動がコロナ禍前と大きく変化しているため、仮に新規感染者数の影響を受けなくなったとしても、景気が大きく変化することはない（百貨店）。
	企業動向関連	▲	・１～２月の住宅の新築確認申請が前年比で 20～30%落ち込んでいる。半導体不足による製品の入荷遅れ、原油高、円安、ウクライナ情勢の長期化などのマイナス要因があることから、今後の景気はやや悪くなる（金属製品製造業）。
		□	・売上が増減するような要因、案件が見当たらないため、今後も景気は変わらない（食料品製造業）。
	雇用関連	□	・ウクライナ情勢や物価高の影響で消費環境は厳しさを増しているが、それに耐える企業体力を維持するため、企業における中途採用、特にスキルの高い人材へのニーズはしばらく高い状態で推移することになる（人材派遣会社）。
	その他の特徴コメント		○：今後については、新型コロナウイルス新規感染者数の減少に伴って、夏物家電が好調になることを期待している（家電量販店）。 □：人の動きは底を脱しており、今後の回復が見込まれる。一方、食品を中心とした最寄り品の値上げによって節約志向が進むことが懸念される（コンビニ）。