

1. 北海道（地域別調査機関：（株）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	良く なっている	自動車備品販売 店（店長）	販売量の動き	・東日本大震災後、遅れていた新車の納車が戻ってきており、車の納車に合わせて、タイヤ、カーナビなどの需要が大きく伸びている。
	やや良く なっている	商店街（代表 者）	お客様の様子	・天候の変化に多少左右されるものの、2度の3連休で客の入込がみられた。また、今月に入り、秋物の購買意欲が上向いてきており、客の買上が増加傾向にある。
		百貨店（販売促 進担当）	来客数の動き	・台風の影響で客足が鈍った時期もあったが、3連休が2回あったことがプラスに働き、月全体の来客数が伸びている。
		その他専門店 〔医薬品〕（経 営者）	単価の動き	・客の購買意欲がやっと回復してきた。
		旅行代理店（従 業員）	販売量の動き	・8月から9月にかけて北海道発着航空機の搭乗率が上がってきていることから、ビジネス、観光ともに東日本大震災の影響を脱して、人の動きが活発になってきている。また、団体型から個人型の旅行にシフトする傾向がみられるのに伴い、航空券単価が前年よりも上昇している。
		タクシー運転手	販売量の動き	・3か月前と比較すると、売上は約18%の増加となり、前年の約15%の伸びを上回った。東日本大震災の影響も徐々になくなり、観光客もだいぶ戻ってきている。売上も前年実績並みとなったことから、景気はやや上向いている。
		通信会社（社 員）	お客様の様子	・客の消費への意識が、今はがまんの時から必要なものであれば購入しように変わってきている。ただし、購入する際は慎重に内容を吟味しており、必要最低限の物を低価格でという選択になっている。ぜいたくや付加価値を求めるまでの消費意識の向上まではまだ達していない。
		観光名所（従 業員）	来客数の動き	・3か月前の6月の来客数は前年比70%だったが、9月は26日現在で前年比84%と回復傾向にある。
		美容室（経 営者）	お客様の様子	・3か月前と比較すると、確実に消費に活気が出ている。客の来店頻度も上向ってきている。
		住宅販売会社 （従業員）	販売量の動き	・今月発売した新規分譲マンションの販売動向が良い。条件の悪い物件は若干売れ残るとみられるが、即月完売の勢いである。完成在庫の販売も順調に推移しており、現在の新築分譲マンション市場における需給関係は良好である。
変わらない	商店街（代表 者）	お客様の様子	・セールなどに対する客の関心は以前より良い方向に向かっており、少しずつではあるが購買につながってきている。また、東南アジア等からの旅行者も徐々に増えてきている。	
	商店街（代表 者）	お客様の様子	・季節的に旅行者が増加しているが、全体的には何ともいえない状況である。	
	商店街（代表 者）	お客様の様子	・来客数も販売状況も変化がみられない状況である。	
	商店街（代表 者）	来客数の動き	・8月のイベント終了後から、来客数が減少し続けている。住民の出控えに加えて、観光客が期待以下で推移していることが要因とみられる。また、歩行者天国が25日で終了したことから、月末において街中に勤務している人以外の買物客が激減した。	
	一般小売店〔土 産〕（経営者）	販売量の動き	・8月は涼しい北海道を訪れようという旅行者が多くみられたが、9月は7月並みに来客数が減少している。客単価も20%程度落ち込んでいる。	
	一般小売店 〔酒〕（経 営者）	販売量の動き	・来客数は3か月前と比べてほとんど変わっていないが、販売量がなかなか増えてこない。底をはっているような雰囲気がある。	
	百貨店（売場主 任）	単価の動き	・9月25日現在、全店での売上が前年比93%と前月を下回っている。来客数も前年比92.5%、客単価も前年比99.9%と前月より低下している。	
	百貨店（販売促 進担当）	来客数の動き	・新規商業施設の開店やイベント開催等の外的要因により、瞬間的に来客数が増加したものの、これらの特殊要因を除いた部分での来客数減少の傾向は変わらない。	

	百貨店（役員）	お客様の様子	・前年のエコポイント制度の反動で家電、特にテレビの売上が大幅に減少している。衣料品やブランドバックは、前年並みか前年を上回る来客数があるものの、客単価の下落が顕著である。その一方で、大型テレビなどの高級品が一部で売れており、顧客の動向がつかみづらい。
	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・雨の日が多かったことや平均気温が前年より低かったことが影響し、気温に連動する商品群で伸び悩みがあった。
	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・前年と比較すると受注は40%以上伸びているが、前年はエコカー補助金終了後の落ち込みが大きかったため、比較にはならない。全体的には3か月前並みの状態が続いている。
	乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・販売台数は回復してきているが、ハイブリッド車や小型車が中心のため、売上の厳しい状況にあることに変わりがない。
	乗用車販売店（営業担当）	来客数の動き	・大型イベントへの来場者が減ってきている。その結果、受注量も目標未達の状態となっている。
	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・夏は観光客の入込が例年どおりだったが、9月に入って観光客の入込が減っている。地元客もあまり消費行動を行っていない。
	高級レストラン（スタッフ）	単価の動き	・来客数は前年を2%下回ったが、客単価が5%上回ったことで、売上は前年を上回った。客の年齢層が高いことが客単価上昇の要因とみられる。
	スナック（経営者）	来客数の動き	・相変わらず人出のない状況が続いている。
	観光型ホテル（経営者）	単価の動き	・需給バランスが崩れており、オンシーズンでも料金を下げざるを得ず、収入の減少となっている。さらに、法人団体が極端に減少したことで館内の物販単価も低下しており、来客数の増加ではまかないきれない状況にある。
	観光型ホテル（スタッフ）	単価の動き	・近隣アジアからの観光客が前年比20%前後となっている。その部分を国内の募集型旅行商品でカバーする形になっており、全体の宿泊人員はほぼ前年並みとなったものの、客単価は前年比95%にとどまった。
	タクシー運転手	来客数の動き	・9月は雨の日が多かったこと、台風などで天候の悪い日が多かったことから、タクシーの利用が多く、売上が前年をやや上回った。
	観光名所（職員）	来客数の動き	・東日本大震災及び福島第一原子力発電所の事故の影響も落ち着き、国内の利用客が増加傾向にある。東南アジアを始めとした海外の利用客は少しずつ戻りつつあるが、回復力は弱い。
	パチンコ店（役員）	お客様の様子	・サービス業、飲食業への客足は3か月前とさほど変わっていない。レジャー業に関しては、来客数が増えているようであるが、東日本大震災後の自粛により延期されたものが、現在になってみられるようになってきているだけである。
やや悪くなっている	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・9月上旬に台風の影響で雨が続き、中旬にも同じく台風の影響で雨が続いたことで、秋物の動きが少しみられつつあったが、その後、フェーン現象の影響で気温が30を超える日が2日みられるなど、暑い日が続いたことで、秋物の動きが厳しくなっており、ジャケット、スカートの売上が前年比90%台となっている。ただし、ニットについては前年並みと好調である。
	スーパー（店長）	販売量の動き	・新規店舗が2店出店したこと、他社の業態変換により2店が新規オープンしたことに加えて、4月からの自社店舗のオープンの影響により、競争環境が厳しくなっており、今月の販売量は前年比で12%の減少となっている。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・商圈が広域であるため、高速道路の無料化社会実験終了後の来客数が減少している。週末でのまとめ買いが減少しており、売上に影響がある。また、集客要素での催事や売り出しが減少した影響もみられる。客の様子をみると、遊びの要素ではあまり支出をせず、セールスに対しても敏感である。
	スーパー（店長）	販売量の動き	・7～8月と比較的堅調に推移したが、9月に入ってから、家電が低迷している。前年との比較では、たばこ増税前の駆け込み需要に伴う上乗せ分がマイナスとなっており、販売量が低下傾向となっている。

	スーパー（役員）	単価の動き	・前年はたばこの値上げの影響で9月に駆け込み需要があり、来客数も増加した。判断が難しいが、今年9月のたばこを除く客単価は前年並みとなっている。前月との比較では、客単価が前年比で1%低下しており、東日本大震災後、消費者が小売価格に対して、ますますシビアになってきている。また、来客数の減少から、買物回数が減ってきている傾向がうかがえる。	
	スーパー（役員）	お客様の様子	・前年はたばこ値上げ前の駆け込み需要があったため、前年比較では売上が悪いように見えるが、食品の販売動向は堅調に推移している。	
	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・前年のたばこ増税に伴う特需の反動はあるが、連休中の来客数と販売量の減少が顕著である。東日本大震災以降の行楽の動きが依然として鈍いことが要因とみられる。	
	家電量販店（店員）	それ以外	・今月もテレビの需要減少が続いている。	
	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・売上は例年並みであるが、やや落ちてきた感がある。8月に開催した割引メニューは好評であったが、9月は行わなかったため、前月より来客数が減少している。	
	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・レストランの来客数が前年比で10%程度減少している。連休が飛び飛びだったためか、にぎわいがなかった。	
	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・9月の取扱額は、国内旅行が前年比94.6%、海内旅行が前年比106.0%となっている。海外旅行が若干前年を上回っているものの、国内旅行が前年を下回っており、3か月前と比べると状況は悪くなっている。	
	タクシー運転手	来客数の動き	・前年との比較で注文数が減少している。特に観光客のオーダーが激減している。さらに、問い合わせ件数、見積件数も減少している。	
	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・自社の通信端末の売行きが競合他社に比べて悪いとともに、価格競争になりつつあることで利益を上げにくくなっている。	
	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	・9月に入り2度の大きな台風被害があった影響から、多くのツアーがキャンセルとなり、利用客数が予約を大幅に下回った。	
	悪くなっている	家電量販店（経営者）	販売量の動き	・地上デジタル放送への完全移行後のテレビ関連商品の急激な落ち込みが顕著である。
		家電量販店（店長）	単価の動き	・エコポイント制度の終了後、客単価が上がらず、厳しい状況が続いている。
		家電量販店（地区統括部長）	販売量の動き	・地上デジタル放送への完全移行後、それまでの需要の先取りの反動で、テレビを中心に落ち込みが続いている。
企業動向関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	食料品製造業（団体役員）	それ以外	・農作物の順調な生育や、さんま、いか、ぶり等の水産物の豊漁により、景況感は前年より格段に上向いている。原油価格の円高による恩恵もみられる。
		家具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災以降、保留になっていた東北の物件が少しずつ動き始めている。また、首都圏などの大都市の消費マインドも回復しつつある。
		通信業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・3か月前と比較して、ユーザーや商談先からの価格に対する要求度合いが弱まっている。わずかではあるが、販売量も回復傾向にある。
		金融業（企画担当）	それ以外	・原材料価格の上昇が一服し、収益面が改善している。東日本大震災後、大きく落ち込んだ観光客も徐々に回復してきている。住宅着工も低金利を追い風に増加している。水準は低いが景気は持ち直している。
		その他非製造業【鋼材卸売】（役員）	受注量や販売量の動き	・原材料の値上げが続いているため、企業の収益性は厳しい状況であるが、プラント業界を中心に活況な業種の販売額が増加している。
	変わらない	食料品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・3か月前に比べると受注量は若干増加しているが、例年、受注の増える時期であり、前年として比較して、それほどの変化はみられない。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・製紙業、医薬品、飼料、肥料関係に大きな変化はみられないが、飲料品は低調である。また、台風12号及び15号の影響で農産物に影響が出ている。
		司法書士	取引先の様子	・建物の建築関連の動きが予想以上に悪く、これに伴い土地取引も低い水準で推移している。

	司法書士	取引先の様子	・依然として景気回復の状況にはなく、さらに、円高対策などにも具体策が見えない。住宅エコポイントの効果で新築着工が伸びているが、いつまで続くか様子見をしている客先が多く、不動産の取引も横ばい状態にある。	
	コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・客先からの受注金額の規模がさほど例年と変わらない。	
	その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	取引先の様子	・地元大手企業の倒産や事業譲渡が続いている。	
やや悪くなっている	金属製品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・受注金額及び受注量が少し落ちてきている。住宅に関しては少し上向きであるが、官庁及び民間物件の落ち込みが大きい。	
	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・全国的な長雨の影響もあるが、貨物の取扱数量が落ちてきた。円高の影響により輸出貨物が伸び悩んでいるが、輸入貨物も減少傾向にある。国内貨物は復興予算が決まらないこともあり、低調に推移している。特に建築土木関連の鋼材、木材が伸びてこない。	
悪くなっている	建設業（従業員）	取引先の様子	・建築鉄骨製作業界では秋口からの仕事がほとんどなく、道内老舗の複数社がすでに破産宣告している。自主廃業を検討している会社も多いと聞いている。	
	司法書士	取引先の様子	・例年に比べて土地の売買、建物の新築着工が減少している。	
	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響なのか、円高が原因なのかは分からないが、10月以降の受注量が激減している。	
雇用関連	良くなっている	-	-	
	やや良くなっている	求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・7～8月に引き続き、求人数は順調に増加している。携帯電話系を中心としたコールセンターや、道外自動車部品工場等への業務請負に伴う求人が特に目立っている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・9月の募集広告の売上は前年比114.3%であり、引き続き好調を維持している。農業関連の派遣が前年比145%と全体を底上げたほか、同じく農業関連の運輸、運送も前年比121%となり、農繁期に伴う求人が例年になく多かった。前月まで落ち込みが大きかった飲食店関係も前年比103%と何とか踏みとどまった。そのほか、環境衛生、土建不動産で前年比120%を超えた。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年を13.0%上回り、19か月連続で前年を上回った。また、月間有効求人数も前年を12.0%上回り、19か月連続で前年を上回った。
変わらない	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・20代の新規登録者がここ2か月ほど急増しており、若年者の雇用環境が悪くなっている。ただし、求人が減少しているのではなく、恐らく若年者のスキルが低下し、採用に至らないため、失職状況にあるとみられる。職業訓練などの対策を打たなければ、中高年だけではなく若年者の失職者が増え、失職期間が長期化することが懸念される。	
	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・前月と比べて、求人数にさほど変化がない。	
	求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・7～8月と製造業の求人数増加に伴い、業種全体で人手不足感があつたが、今月は求人数の増加が頭打ちとなっている。	
	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・在職者の求職が目立っている。労働条件の悪化が理由とみられる。	
	職業安定所（職員）	雇用形態の様子	・求人者と求職者の間における職種や労働条件のミスマッチも少なくないことから、依然として厳しい状況にある。	
	職業安定所（職員）	それ以外	・管内の求人倍率は0.45倍と前年を0.06ポイント上回ったが、依然として低水準で推移している。	
	学校〔大学〕（就職担当）	周辺企業の様子	・日々、企業からの求人が寄せられており、一見、経済の活性化が進んでいるようにみられるが、求人の理由については、欠員補充や採用予定数を満たしていないための追加募集が多い。しかしながら、これまでに求人のなかった企業からの求人も寄せられている状況にあり、一概に景気を不安視するまでには至らない。	

やや悪く なっている			
悪く なっている	-	-	-