

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。

- ・ 鉱工業生産は緩やかに持ち直している。
- ・ 個人消費は持ち直しの動きがみられる。
- ・ 雇用情勢は厳しい状況にあるものの、下げ止まりつつある。

(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)

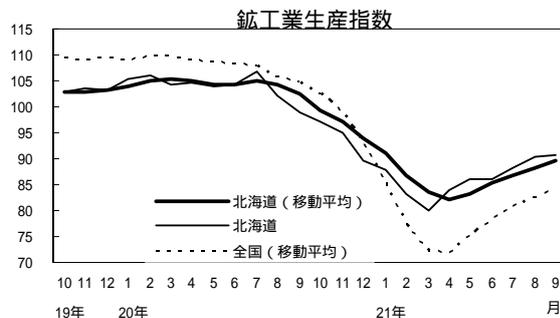
前回調査からの主要変更点

| | 前回(平成21年8月) | 今回(平成21年11月) |
|-------|-------------|-----------------------|
| 景況判断 | 下げ止まっている | 持ち直しの動き |
| 鉱工業生産 | 下げ止まっている | 緩やかに持ち直している |
| 雇用情勢 | 緩やかに悪化 | 厳しい状況にあるものの、下げ止まりつつある |

1. 生産及び企業動向

(1) 第一次産業は、生乳生産は前年を上回り、水産物の水揚量は前年を下回っている。
7～9月期は、生乳生産は、牛乳等向けが減少したものの、乳製品向けが増加したため、総量では994,116tと前年比1.0%増となった。水産物の水揚量(主要8港)は、ほっけを中心の前年を下回っている。

(2) 鉱工業生産は緩やかに持ち直している。
食料品は、冷夏により、ビール、清涼飲料水等が減少したほか、塩蔵品、乳製品、冷凍食品も需要の減退から減少している。パルプ・紙は、6月から7月にかけて、複数の製紙工場で定期修理が行われたことにより減少した後、需要の減退から低調に推移している。鉄鋼は、自動車向け特殊鋼棒鋼、普通鋼棒鋼を中心に増加している。電気機械は、環境対応車向けや、デジタル家電向けに、集積回路、シリコンウエハなどの電子部品が増加している。金属製品は、農業施設向けの軽量鉄骨や、電力施設向けの鉄塔が増加している。



域内主要業種の動向(季節調整値、前期比) (%)

| | 付加価値 ウェイト | 生産 | | 出荷 | 在庫 |
|-------|--------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | | 4～6 月期 | 7～9 月期 | 7～9 月期 | 7～9 月期 |
| 食料品 | 23.9 | 3.5 | 2.2 | 0.6 | 0.0 |
| パルプ・紙 | 10.7 | 11.8 | 5.0 | 2.0 | 6.1 |
| 鉄鋼 | 8.6 | 18.7 | 26.1 | 32.6 | 14.1 |
| 電気機械 | 8.4 | 43.5 | 25.0 | 26.6 | 5.9 |
| 金属製品 | 8.0 | 14.3 | 11.8 | 8.6 | 8.6 |
| 鉱工業 | 100.0 | 1.8 | 5.3 | 7.7 | 2.4 |

(備考) 1. 地域における付加価値ウェイトの高い5業種。

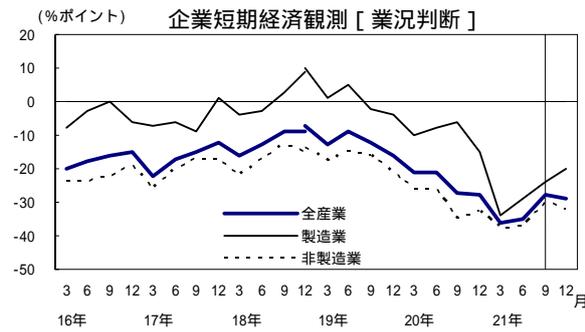
2. 7～9月期は速報値。

(備考) 1. 17年=100、季節調整値、北海道の最新月は速報値。

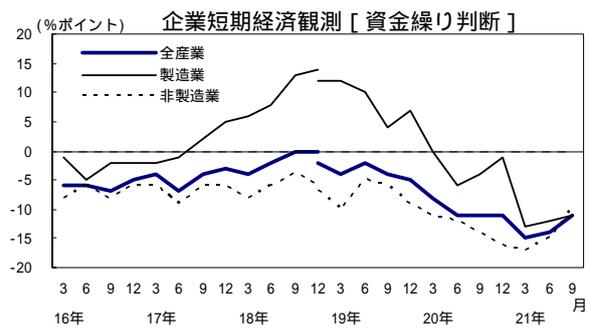
2. 全国及び北海道の大線は後方3か月移動平均。

(3) 企業動向の業況判断は「悪い」超幅が、資金繰り判断は「苦しい」超幅がそれぞれ縮小している。

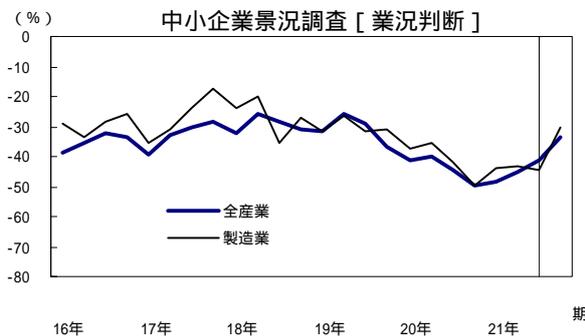
企業短期経済観測調査及び中小企業景況調査



(備考)「良い」-「悪い」回答者数構成比。21年12月は予測。18年12月は新・旧基準を併記。



(備考)「楽である」-「苦しい」回答者数構成比。18年12月は新・旧基準を併記。



(備考)「好転」-「悪化」回答者数構成比。21年 期は見通し。

景気ウォッチャー調査(9月)[企業動向関連(現状)]

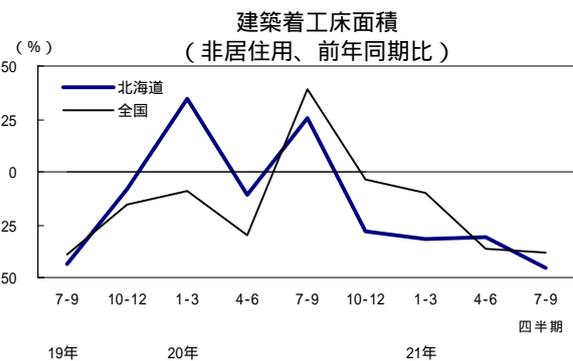
「食料品の低価格化が強まっていることから、受注量、受注価格は前年比で5~10%程度落ち込んでおり、引き続き厳しい状況にある。業界では、受注量の減少や景気低迷の影響から、休日を増やす企業も増加している(食料品製造業)」など、「変わらない」とする回答が多くみられた。

(4) 21年度の設備投資は前年度を大幅に下回る計画となっている。

企業短期経済観測調査 [設備投資(9月調査)]

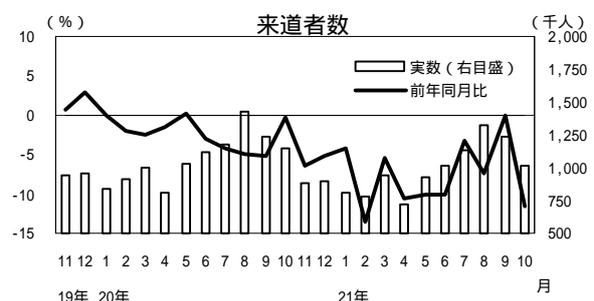
| | (前年度比、%) | |
|------|----------|------------|
| | 20年度実績 | 21年度計画 |
| 全産業 | 5.1 | 35.7(4.7) |
| 製造業 | 21.7 | 45.9(1.0) |
| 非製造業 | 6.9 | 30.3(6.1) |

(備考)()は前回(6月)調査比修正率。電気・ガスを除く。



(5) 観光は、弱い動きが続いている。

来道者数は、7月は、前年7月のサミットによる来道者数減少の影響もあり、前年比低下幅が縮小した。8月は、9月の大型連休を前にした出控えもあり、前年比低下幅が拡大した。9月は、大型連休中の主要輸送機関の利用者数がゴールデンウィークを上回り、前年並みの来道者数を確保した。10月は、新型インフルエンザ発生による旅行取消しなどから来道者数が落ち込んだ。



(備考)北海道観光振興機構調べ。

(1) 北海道

2. 需要の動向

(1) 個人消費は持ち直しの動きがみられる。

大型小売店販売額

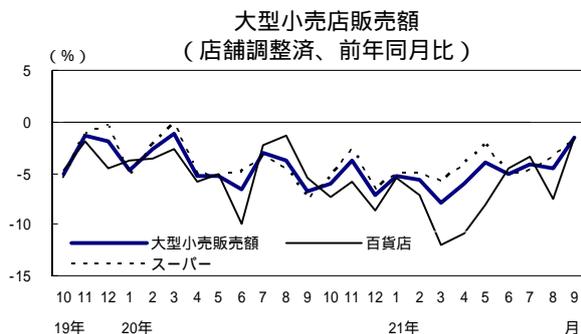
百貨店は、7月は、百貨店の閉店セールや、閉店に伴う他店舗の在庫一掃セールにより、衣料品、身の回り品の売行きが好調だったものの、飲食料品が引き続き不調で前年を下回った。

8月は、7月の反動で、衣料品、身の回り品が落ち込み、前年を大きく下回った。9月は、百貨店の閉店セールや、大型連休中の売上が堅調だったことにより、衣料品の売上が伸びたものの、引き続き前年を下回った。日本百貨店協会によると、10月の売上高は、札幌地区で前年同月比6.9%減、札幌を除く北海道地区で同0.8%増となっている。

スーパーは、9月は気温の低下により秋物衣料の出足が好調で衣料品の動きが良かったものの、全体としては、飲食料品、身の回り品ともに低調に推移し、前年を下回った。

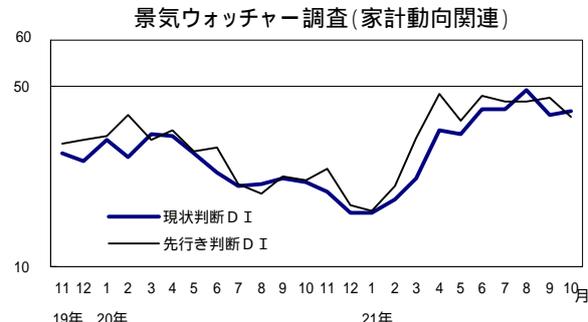
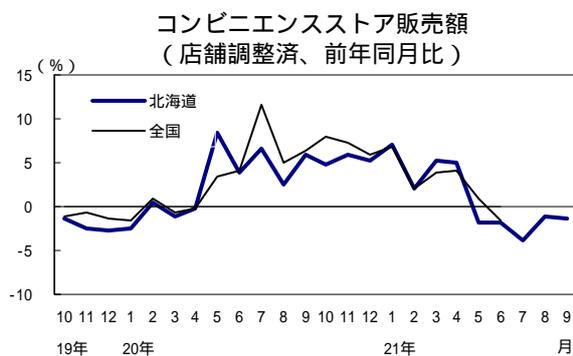
景気ウォッチャー調査(9月)[家計動向関連(現状)]

「大型連休の期間は高速道路料金引下げの効果もあり、紅葉などの行楽需要がみられ、売上が前年から10%ほど増加したが、月全体としては変わらないまま推移した(コンビニ)」など、「変わらない」とする回答が多くみられた。



| | (前年同期比、%) | | | |
|----------|-----------|---------|------|------|
| | 20年10-12月 | 21年1-3月 | 4-6月 | 7-9月 |
| 大型小売店 | 5.8 | 6.3 | 5.1 | 3.5 |
| 百貨店 | 7.4 | 8.3 | 7.8 | 4.1 |
| スーパー | 5.1 | 5.4 | 3.9 | 3.3 |
| 乗用車 | 14.9 | 22.4 | 13.3 | 4.4 |
| 景気ウォッチャー | 25.8 | 25.3 | 41.4 | 45.8 |

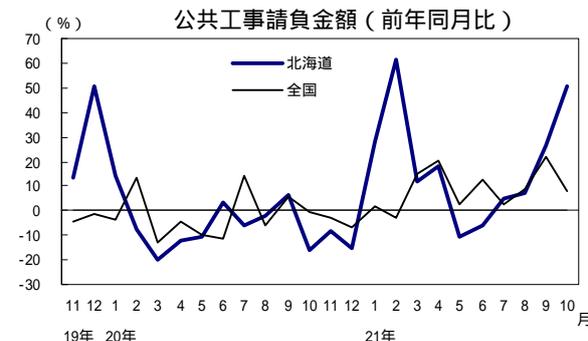
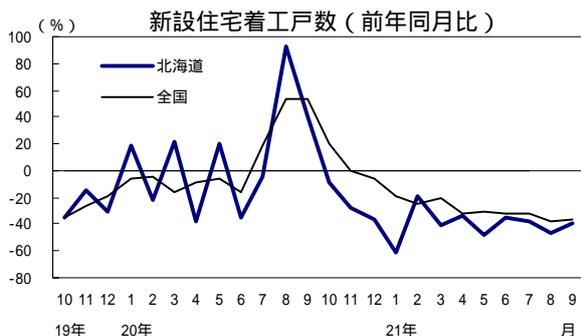
- (備考) 1. 大型小売店は店舗調整済。
 2. 景気ウォッチャーは家計動向関連の現状判断DIの3か月平均。
 3. 乗用車は乗用車新規登録・届出台数。



(2) 住宅建設は大幅に減少している。

持家、貸家が前年を下回ったことから、大幅に減少している。

(3) 公共投資は21年度累計で見ると前年度を上回っている。



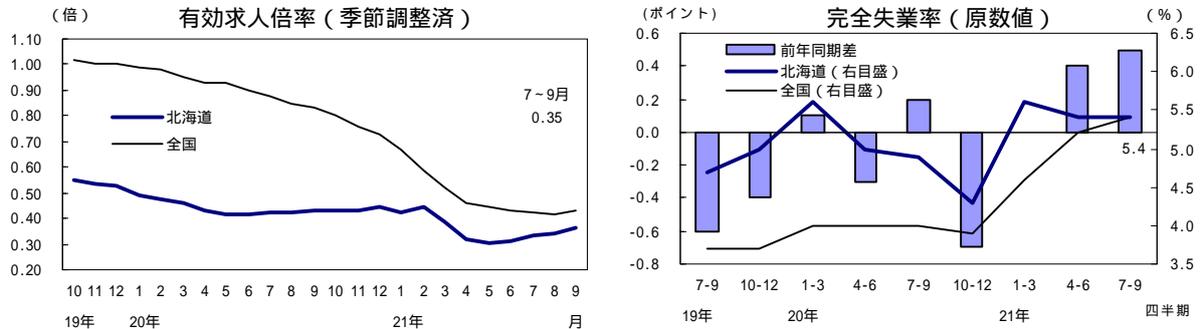
3. 雇用情勢等

(1) 雇用情勢は厳しい状況にあるものの、下げ止まりつつある。

有効求人倍率及び完全失業率

有効求人倍率(全数)は上昇し、有効求人倍率(常用)については前年同期を下回っている。完全失業率は前年同期を上回っている。

有効求人倍率の動きには平成19年末の北海道労働局の求人数の計上方法変更も影響しているとみられる。



景気ウォッチャー調査(10月)[雇用関連(現状)]

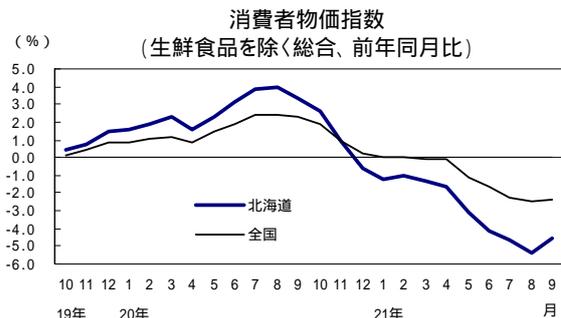
「例年みられる補充採用等の動きが停滞するなど、採用枠は厳しいまま推移している。求人数が前年を大幅に下回っており、来年度の採用枠も今年以上に厳しくなると伝えられることが多い。採用の動きは、一段と慎重かつ厳選する傾向が加速している(学校[大学])」など「変わらない」とする回答が多くみられた。

(2) 企業倒産は、件数は大幅に減少し、負債総額は減少している。

(3) 消費者物価指数は前年比の下落幅が拡大している。

企業倒産

| | (件、億円、%) | | | | |
|-------|-----------|---------|------|------|--------|
| | 20年10-12月 | 21年1-3月 | 4-6月 | 7-9月 | 21年10月 |
| 倒産件数 | 189 | 175 | 156 | 108 | 39 |
| (前年比) | 43.2 | 4.2 | 16.6 | 43.2 | 32.8 |
| 負債総額 | 569 | 1,088 | 719 | 404 | 179 |
| (前年比) | 30.3 | 55.5 | 63.6 | 42.7 | 6.6 |



景気ウォッチャー調査(10月)[合計(特徴的な判断理由)]

<現状>

・地元球団の優勝キャンペーン効果で来客数が増え、それに伴い契約件数も増えている。ただ、契約内容を見ると、必要最低限のサービスに限られており、付加価値分の追加契約までに至らない傾向が強い(通信会社)。

<先行き>

・長引く不況と政権交代による不安により、今後も国民のレジャー支出意欲が上向いてこない。更に、大手航空会社の再建問題に伴う航空政策の先行き不安により、北海道向け旅行商品の造成が積極的になされていないことも影響してくる(観光型ホテル)。

景気ウォッチャー調査(合計)

