

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 | | | |
| | やや良く なっている | 乗用車販売店 （営業担当） 観光名所（職 員） | 販売量の動き 来客数の動き | ・販売量が前年から5%ほど増加している。 ・来場者数が前年比103%と増加しており、好調に推移している。 |
| | 変わらない | 商店街（代表 者） | 単価の動き | ・1月はバーゲンがあり、1週目はそれなりに動きがみられたが、2週目以降はプライスが通らなくなる傾向が強く、かなりの単価低下がみられた。 |
| | | 一般小売店 〔酒〕（経営 者） | 販売量の動き | ・本来なら1月は新年会が行われる月だが、今年は新年会そのものが減っている。得意先の話によると、新年会の出席人数が10%程度減っているようであり、2次会に流れる客も少なくなっている。そのため酒の販売量も相変わらず伸び悩んでいる。 |
| | | スーパー（役 員） | 単価の動き | ・客単価が前年比102.2%、商品単価が前年比100.5%と前年を上回っていることに加えて、買上点数、来客数の伸びが大きいことから、売上は前年比105%台とすることが見込まれている。前年比の推移から、売上は今月も好調に推移している。 |
| | | 家電量販店（経 営者） | お客様の様子 | ・年末需要が一段落して、客の購買意欲が下がっており、大きな動きはみられない。 |
| | | 家電量販店（店 員） | それ以外 | ・薄型テレビ、DVDレコーダーなどが前年実績を上回って売れているが、全体の売上金額に大きな伸びはみられない。 |
| | | その他専門店 〔医薬品〕（経 営者） | お客様の様子 | ・今必要な医薬品など、必要最小限のものは購入するが、プラスチックでの推奨品の動きが今一つである。 |
| | | その他専門店 〔ガソリンスタ ンド〕（経営 者） | 販売量の動き | ・石油製品価格の高騰によって節約ムードがまん延している。 |
| | | 高級レストラン （スタッフ） | 来客数の動き | ・客単価は維持できているが、来客数、特に宿泊客数の減少により、売上は前年から10%以上の落ち込みとなった。 |
| | | 一般レストラン （スタッフ） | お客様の様子 | ・客との会話のなかで、諸物価の値上げや定率減税廃止等による給与の減少等から、生活防衛のために外食頻度を減らしているとの話を聞いている。 |
| | | タクシー運転手 | 来客数の動き | ・札幌のタクシーは、12月17日に平均9.2%の値上げを行ったが、景気全般が良くないせいか、値上げ後の効果がみられない。1月の売上は前年をやや下回っている。 |
| | | タクシー運転手 | お客様の様子 | ・札幌では、年末に11年ぶりのタクシー運賃値上げがあり、運送収入の増加が期待されたが、現在のところは思ったような伸びがなく、値上げの効果がでない。今冬の灯油、ガソリンの高騰により公共交通機関に客が流れているようである。 |
| | | 観光名所（役 員） | 来客数の動き | ・引き続き、国内団体客が減少しているが、好調な外国人客の入込により穴埋めできている。来客数は前年比プラスとまずまずの数字を計上できる見込みにある。 |
| | | 住宅販売会社 （従業員） | 単価の動き | ・販売量の低下がどん底の状態にある。小口の工事についても頭打ちの状態であり、非常に状況が悪い。 |
| | | 住宅販売会社 （従業員） | お客様の様子 | ・最近の金利状況や今後の税率アップの話題などから、客が様子見をしている様子がうかがえる。 |
| | やや悪く なっている | 商店街（代表 者） | 来客数の動き | ・1月は真冬が続く、冷え込みが厳しかったことから、中高年の来店が減少している。灯油販売店こそ、寒さで需要が伸びたことから売上が伸びているが、全般的には、業種を問わず売上が前年割れとなっている。 |
| 商店街（代表 者） | | 販売量の動き | ・スニーカー、ブーツ類の販売が前月より落ち込んでいる。 | |

| | | |
|---------------|--------|---|
| 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・灯油の大幅な値上げ、食品の値上げなど、消費者にとって直接家計に響くようなことが続いている。ただでさえ慎重な買い方であったが、更に買い控えが進んでいる。 |
| 一般小売店〔土産〕（店員） | 来客数の動き | ・10～12月の来道客数は前年から5～10%減少しており、特に団体客数は15%ほど減少している。原油や生活用品の物価高が、北海道観光の移動費、土産物、食べ物の売上単価を落としている。 |
| 百貨店（売場主任） | お客様の様子 | ・初売りから来客数の減少、単価の低下がみられ、大きなマイナスで推移した。月を通して回復傾向はみられず沈んだままであり、ここ2～3か月連続して同じような状況となっている。 |
| 百貨店（売場主任） | 来客数の動き | ・原油高騰の影響により財布のひもが非常に固くなっている。1月に行われた催事でも、余計なものは買わないという様子が見受けられた。 |
| 百貨店（販売促進担当） | お客様の様子 | ・年明けの冬物セールが思惑どおりにいかなかった。昨年末のファッションの不振はセール待ちとされていたことから、その反動で年明けのセールの好調が予測されたものの、好調に推移したのは初日のみで2日目以降は大きく失速している。相次ぐ諸物価の上昇に、客が過敏に反応し、生活防衛に走っているようである。 |
| スーパー（店長） | 販売量の動き | ・1月の販売量は前年比97%となっている。売上が伸びてこないことから、利益確保のために特売商品の限定数量を少しずつ減らしており、そのため総販売量が減少している状況である。 |
| スーパー（企画担当） | 単価の動き | ・相次ぐ食品の値上げや灯油、ガソリンの値上げにより、客の生活防衛意識が高まっている。即席めんやカップめんの動きが鈍っている一方で乾めんやパスタの動きが活発になっているほか、米、ハム、ソーセージなどのタイムサービスパーゲンに長蛇の列ができており、商品の動きや客の動きが変化してきている。 |
| コンビニ（エリア担当） | 来客数の動き | ・正月明け以降、来客数が伸び悩んでいる。幸いにも客単価は上昇しているが、来客数が戻ってこないことが懸念材料である。就労目的の人口流出が発表されている数字以上に多いとみている。 |
| コンビニ（エリア担当） | お客様の様子 | ・ガソリンの高騰、食品の値上げの影響で消費者の買い方がシビアになっている。1食当たりの購入金額を減らし、なるべく安い特売商品を購入しているようである。 |
| コンビニ（エリア担当） | 単価の動き | ・客単価の低下が続いている。食品の値上げの影響から、同一商品群でも安い商品の購入に特化してきているようである。 |
| 衣料品専門店（店長） | 販売量の動き | ・冬物衣料の動きが悪く、商店街でイベントを行っても落ち込んだままである。 |
| 家電量販店（地区統括部長） | 販売量の動き | ・初売りは前年並みに売れたが、初売り以降は成約率が低く、薄型テレビや冷蔵庫といった大物商品の販売量が、前年と比べて落ち込んでいる。 |
| 高級レストラン（スタッフ） | 来客数の動き | ・観光客の入込が特に悪い。天候等の影響もあったのか、観光客の来店は前年から10%も減少している。また通常、週末は平日の約2倍の来客数となるが、今月は1.7倍止まりとなっている。 |
| 高級レストラン（スタッフ） | 販売量の動き | ・灯油高と降雪が売上に響いている。ランチと個室は、女性客と団体客が減少したことから前年を30%下回った。地方のレストランは、客単価の減少に歯止めが掛からず、バイキング店では、食材原価の上昇で大打撃を受けている。 |
| 観光型ホテル（経営者） | 来客数の動き | ・道外ツアー客の入込が良くない。地元客もさっぱりである。 |
| 観光型ホテル（経営者） | 来客数の動き | ・前年と比べて来客数がやや少なくなっている。内訳をみると、個人客に変化はみられないが、団体客が減ってきている。 |
| 観光型ホテル（スタッフ） | 単価の動き | ・観光客の消費は全般的に低単価商品を選ぶか、買上点数を減らす傾向にある。原油高などの影響で財布のひもをしっかりと閉めているようである。 |
| 旅行代理店（従業員） | お客様の様子 | ・原油高騰により旅行商品に影響が出始めている。物価高感もあり、業務性以外の商品の先行受注は低調である。 |

| | | | | |
|------------|------------|------------------------|--|--|
| | | 旅行代理店（従業員） | 販売量の動き | ・来店客が前年から5%ほど減少している。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | 来客数の動き | ・前年と比較して1月の受注状況が明らかに悪化しており、客の財布のひもがかなり固くなっている。 |
| | | 通信会社（企画担当） | 販売量の動き | ・携帯電話の販売競争が激化しており、安い料金プランを伴った端末購入に客が移行しつつある。そのため客の利用料金の総額が減少傾向となっている。 |
| | | 美容室（経営者） | お客様の様子 | ・来店間隔が以前よりも長くなっており、それに伴い売上も減少している。売上は、ここ2か月連続して前年から10%程度の減少となっている。 |
| | 悪くなっている | コンビニ（オーナー） | 単価の動き | ・ガソリンの値上げが大きく影響しており、客の買い控えや単価低下が見受けられる。今回発生した食品の安全問題の影響も懸念される。 |
| | | スナック（経営者） | 来客数の動き | ・全体的に客が減りつつある。前年と比べると、間違いなく客が減ってきている。 |
| 企業動向 関連 | 良くなっている | - | - | - |
| | やや良くなっている | - | - | - |
| | 変わらない | 輸送業（経営者） | 取引先の様子 | ・全体の輸送量は少し増えているが、燃料の高騰が大きく影響している。ここ3か月同じような状況が続いている。 |
| | | その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長） | 競争相手の様子 | ・3月の決算期を前にして商談が少ない。 |
| | | その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員） | 受注量や販売量の動き | ・当初は1月期より回復傾向があらわれるとの見通しであったが、実際には前年を下回って推移している。現状、改善される動きはみられず、先行きの見通しも暗い。 |
| | やや悪くなっている | 食料品製造業（団体役員） | 受注量や販売量の動き | ・燃油高騰や食品の値上げ等が消費者の生活に与えている影響は大きく、珍味類等の嗜好品の購入意欲が後退している。受注動向から、消費者の購買は必要最小限の生活必需品に限られているように見受けられる。 |
| | | 家具製造業（経営者） | 競争相手の様子 | ・経済環境の急速な変化を受けて、特にハウジングメーカー関連の家具需要の減少が著しい。 |
| | | 出版・印刷・関連産業（役員） | 受注価格や販売価格の動き | ・紙などの原材料や燃料の値上げが進むなか、印刷業界では、いまだに値下げの動きが続いており、厳しい状況にある。また官公庁の仕事も大きく落ち込んでいる。 |
| | | 輸送業（支店長） | 取引先の様子 | ・年末から年明けにかけて、資金繰り悪化等による倒産が増えている。原油高や建築基準法改正による工事の遅れ、延期等の問題もあるが、サブプライムローン問題に端を発した金融機関の貸出基準の厳格化が大きく影響している。 |
| | | 通信業（営業担当） | 取引先の様子 | ・最近の株価の動きや新興国の経済状況に関する報道が大きく影響しているものとみられるが、取引先から景況感悪化との話を聞く機会が増加している。また来期以降の計画についても緊縮化の傾向がみられる。 |
| | 金融業（企画担当） | それ以外 | ・道内は公共投資と住宅着工件数の減少、原材料価格と灯油価格の上昇などで極めて厳しい状況にある。企業部門は収益の圧迫、家計部門は節約意識が一層強まるなど、共に弱い動きにある。 | |
| | 広告代理店（従業員） | 取引先の様子 | ・前年と比べて、広告受注量がかなり減っている。 | |
| | 悪くなっている | 司法書士 | 取引先の様子 | ・不動産取引、建物の新築共、極めて低水準で推移している。 |
| 雇用 関連 | 良くなっている | - | - | - |
| | やや良くなっている | 学校〔大学〕（就職担当） | 求職者数の動き | ・2月から大学3年生と短大1年生の就職説明会が始まるが、多くの企業で採用枠を拡大する方針であるようだ。 |
| | 変わらない | 求人情報誌製作会社（編集者） | 求人数の動き | ・年明けからの求人広告件数は、前年比、3か月前比とも、ほぼ同水準になっている。 |
| | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・6か月連続して有効求人倍率が前年を下回っており、雇用環境は厳しい状況が続いている。 | |

| | | | |
|-----------|----------------|---------|---|
| | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規求人数が14か月連続して前年を下回っている。特に建設業の求人数は、建築基準法の改正や公共事業減少の影響を受け、2年前の3分の1の規模にまで減少している。 |
| やや悪くなっている | 人材派遣会社（社員） | 雇用形態の様子 | ・今月も当社の登録者は増加しており、企業からの派遣オーダーや中途採用のニーズも増加している。登録者の増加に関しては、独自の登録会を積極的に行ったことが要因とも考えられるが、やはり仕事探しに苦労している様子がうかがえる。ただ、若年者については短期間求人への要望が高く、働くことへの執着が薄れているようでもある。一方、求人側の求めるスキルは相変わらず高く、中途半端なスキルの人材に賃金を払える余裕は全くないようである。やはり企業の業績は相変わらず悪いままであり、人材側には危機感が欠落しているように見える。 |
| | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 求人数の動き | ・例年1～2月は、食品関係の仕事がないことから、食品関係で求人数が大幅に減少することになる。そのことに加えて、建設業や不動産関係の求人が前年から2割以上落ち込んでいる。 |
| | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・12月の有効求人倍率は0.44倍であり、前年を0.03ポイント下回っている。 |
| | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・新規求人数が4か月連続して減少している。産業別にみると、情報通信業、飲食店、宿泊業、サービス業で前年比プラスとなっているが、その他の産業は前年比マイナスとなっており、全体では前年比96.3%となっている。 |
| 悪くなっている | 求人情報誌製作会社（編集者） | 求人数の動き | ・今まで例外的に求人件数を伸ばしていた医療、貨物運送・物流が、今月は前年比70%と大幅に減少している。全業種合計でも前年比85%となっている。派遣や請負等は前年比プラスとなっているが、伸びは落ち着いてきた印象である。 |