

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〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・景気はやや良いが、月末の1週間について前年と売上を比較すると、前年が前年比142%となっていたのに対して、今年是中国の春節と重なっているにもかかわらず前年比89.8%であった。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・外国人観光客については、12～1月にかけて売上が伸びてきている。地元客については、消費税増税後の買い控えが1月に入ってから和らいできている。
		スーパー（役員）	来客数の動き	・前年10月に消費税増税が実施されると同時に、キャッシュレス・消費者還元事業が始まったことで、対象外の手企業においてもポイント還元や値引きなどが行われている。競争が激しくなっていることで、市場にやや活気が出ており、12～1月は来客数、売上共に前年を上回って推移している。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数の前年比が回復している。キャッシュレス・消費者還元事業の効果が大きいことがうかがえる。
		衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・初売りから主力のスーツの動きが好調である。暖冬の影響もあり、先物の買物にシフトしている流れがみられる。
		乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・各社の初売りの状況を見ると、前年並みの台数でスタートしている。年が替わったことで客のマインドが上向いてきている。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・消費税増税後の10～12月はどの業界も厳しい状況であったが、年明けの初売りから、業界にかかわらず少しずつ明るさがみられるようになってきている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・1月に入っても来街者の減少傾向が続いている。例年1月2日に初売りを行っていた店舗の中には、来街者数の減少に伴い、4日まで初売りを延期した店舗もみられる。また、当地においては、恒例の冬のイベントが月末にあるため、通常であれば中旬以降の来街者が増加するが、今年は増加する兆候もみられなかった。
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・外国人観光客による売上が前年並みに戻ってきているが、地元客による消費は依然として低迷したままであるため、全体としての景況感是不変。
		百貨店（役員）	それ以外	・1月の状況は良かったが、それが余りにも天候が良かったことによるものなのか、景気が上向いていることによるものなのか、今一つ確信できない。
		百貨店（営業販売促進担当）	販売量の動き	・買上客数、買上点数共に数字が上向いてこない。特に婦人服、婦人雑貨は、セール期になっても回復の動きがみられない。また、コート、手袋、ブーツなどの防寒アイテムが苦戦している。食品についても節約傾向がみられる。
		スーパー（企画担当）	来客数の動き	・食料品における消費税増税の影響は、軽減税率の適用もあり、当初は余り感じられなかったが、ここに来てじわじわと影響が出てきている。全体的な買い控え感が否めない。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・公共工事が行われている地区では、来客数が増えてきているものの、工事のない地区では、漁業関係者の動きが鈍く、客が減少傾向にある。
		衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・来客数が前年と比べて極端に落ちている。また、買上客の客単価も伸びていない。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・キャッシュレス・消費者還元事業のスタート時の売上が良かったため、それよりは鈍化しているものの、オリンピックイヤーということもあり、引き続きテレビの販売が好調である。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新型車が発売されてからも、販売量に変化がみられず、旧態依然のままで推移している。
	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・客の様子を見ると、春先需要が少し出てきているが、本来であればもっと活発になっていても良い。景気が若干下向きになっている雰囲気がある。	
	乗用車販売店（従業員）	お客様の様子	・消費税増税後から客の購買意欲が下がったままで、自動車などの高額商材にまで金を回せない状況が続いている。	

自動車備品販売店（店長）	来客数の動き	・来客数の動向に変化がみられない。若干の減少傾向で推移している。
その他専門店 【医薬品】（経営者）	来客数の動き	・1月は新型コロナウイルスの影響でマスクや消毒薬の需要がみられたが、全体的な客の動向は決して良いとはいえない。
その他専門店 【ガソリンスタンド】（経営者）	販売量の動き	・石油製品価格が安定しており、特に変化はみられない。
高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・1月は売上が繁忙期の半分程度になるが、その売上看った人員でサービスの質を低下させることなく対応できている。ディナーは苦戦したが、週末は外国人客やなじみ客の来店が目立っており、売上は前年から12%増加している。ただ、今後については新型コロナウイルスの影響が心配である。
高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・売上は前年並みとなったが、やや前年を下回った。今のところ、新型コロナウイルスの影響は余りないが、これから外出を控える地元客が増えることが懸念される。また、予防のために、接客や調理の際に、従業員がマスクを着用するようにしているが、そのことが風評被害につながることも懸念される。日頃、SNSでは外食の記事が多くみられるが、1月はかなり少なくなっている。
旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・冬季に入り、雪不足が課題となっているが、周辺のスキー場ではコース限定ではあるものの、オープンできていることから、影響はみられない。また、学生のスケート競技大会などもあったため、地元の宿泊需要は一定程度安定している。
タクシー運転手	来客数の動き	・1月は雪が少ないせいか、タクシー1台当たりの売上は前年から若干のマイナスとなった。ただ、乗務員不足でタクシーの稼働台数が大きく減少しているため、会社の売上は8%減となり、大きな減収となった。
タクシー運転手	来客数の動き	・外国人観光客が少しずつ増えてきている一方で、イベント関係や国内旅行者が少しずつ減ってきており、プラスマイナスゼロで状況は変わらない。
タクシー運転手	販売量の動き	・前年10月の消費税増税に伴い基本運賃を値上げした影響もあるが、それ以上に量販店の売上が予測以上に下落していることの影響が大きい。量販店の集客が落ち込んでいることで、タクシーの需要も低迷している。
通信会社（企画担当）	販売量の動き	・道内の地方都市における通信サービスへの加入状況は当初の想定を超える状況だが、札幌圏に限っては想定を下回っている。その原因の1つとして、道外の販売店で起きた接客対応の問題により、業界全体のイメージダウンが起きていることが考えられる。
美容室（経営者）	来客数の動き	・客の来店周期が安定している状況が継続している。そのため、売上の上下変動も余りなく、安定した売上になっている。
美容室（経営者）	販売量の動き	・売上は3か月前とほぼ変わっていない。
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	・天候が比較的安定していることから、利用客の大きな増減はみられず、変化のないまま推移している。
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への来訪客の様子に大きな変化はみられないものの、商談に要する時間が長くなってきているなど、余り良くない兆候がみられる。
商店街（代表者）	お客様の様子	・年の暮れにおいて、買物の仕方が細かくなっている傾向がみられたことなどから、景気は段々と下向いてきている。
商店街（代表者）	販売量の動き	・前年は大雪の影響で軒並み売上を落としたが、今年は雪が少ないため、マイナス要因が減っており、ほんの少しだが前年を上回っている店舗が多い。

	スーパー（店長）	お客様の様子	・依然として客の財布のひもが固い。価格が安いからといって衝動買いする客は少なく、必要な商材以外は購入しないといった節約志向が目立つ。
	スーパー（店長）	来客数の動き	・客単価が低下している。
	スーパー（役員）	販売量の動き	・雪が異常に少ないこともあり、除雪用品、カイロ、冬物衣料などが全く売れていない。
	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・雪が少ないことで、除雪業者の作業が減少しており、来客数にも影響が生じている。1月後半からは、外国人観光客の減少傾向もみられるようになってきている。
	家電量販店（店員）	来客数の動き	・初売りは前年並みであったが、中旬～下旬にかけての来客数が減少しており、客単価も低下している。特に暖房機を購入する客の来店が落ち込んでいる。
	高級レストラン（経営者）	お客様の様子	・量販店内の店舗では、客が買物をしている様子が見られない。また、客との話から、家計の中で節約するのは飲食代ということをよく聞く。消費税率が10%に引き上げられたことが大きく響いていることがよく分かる。
	スナック（経営者）	来客数の動き	・月初めはまずまず良かったが、20日以降は新型コロナウイルスのせいか、客足がびたりと止まっている。団体客の予約も多くがキャンセルとなっている。
	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・観光目的の韓国人客の宿泊利用が停滞したままであることに加えて、国内客の利用も個人、団体共に不振であった。需要を喚起するような大型イベントもなかった。
	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・当地における冬季観光の本番には少し早く、流水が着岸するまでは観光需要の伸びが見られない時期である。さらに、今年は暖冬や少雪の影響で、北海道の冬のイメージが損なわれていることもマイナスとなっている。
	旅行代理店（従業員）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響で、当地を訪れる観光客も、当地から出掛ける観光客も、予約のキャンセルや方面変更などが相次いでおり、影響が出始めている。今後、すぐに影響が収束するとは考えられない状況になっている。
	タクシー運転手	お客様の様子	・年末の輸送繁忙期が終わったが、新年恒例の会合などが減少傾向にあることから、輸送量が減少している。1台当たりの売上も減少しつつある。
	観光名所（従業員）	来客数の動き	・前年11月以降、天候不良の影響で利用乗降客数が見込みほど伸びない状況にあったが、年が明けてからは、例年よりも天候の良好な日が多いにもかかわらず、1月27日時点の利用乗降客数が例年並みにとどまっておらず、停滞感が強まっている。
	美容室（経営者）	それ以外	・働き方改革のことを考えると、サービス業においては、売上や利益を上げることが難しくなってきている。
×	商店街（代表者）	販売量の動き	・果実の不作とそれに伴う価格高騰により、輸出量が非常に少なくなっている。また、新型コロナウイルスの影響も生じている。
×	一般小売店〔土産〕（経営者）	お客様の様子	・国内客については消費税増税の影響が出てきている。客が価格に敏感になってきており、値札をよく見て購入している様子が見えるなど、消費マインドが少しずつ弱まっている。外国人観光客については香港のデモの影響に加えて、新型コロナウイルスの影響が出てきていることでもかなり悪くなっている。
×	一般小売店〔酒〕（経営者）	お客様の様子	・仕入先の会社から、支店の撤退や業務縮小、廃業などの案内がきており、業種を問わず厳しい環境にあることがうかがえる。
×	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・来客数の減少が顕著であり、販売量についても減少傾向がみられている。
×	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・消費税増税以降、国内客の動きが悪い。また、暖冬の影響で冬季観光の遅れもみられる。さらに、外国人観光客については、韓国との外交問題、米中の貿易摩擦の影響で減少傾向がみられるなか、新型コロナウイルスの影響で中国人客のキャンセルが生じており、春節の期間中であるにもかかわらず景況感が非常に悪い。

	x	旅行代理店（従業員）	それ以外	・新型コロナウイルスの影響により、客の消費が停滞している。
	x	タクシー運転手	販売量の動き	・雪が少ないという特殊要因を考慮しても、タクシー利用が低迷している。景気悪化が要因であると考えざるを得ない。
企業 動向 関連 (北海道)	-	-	-	-
		家具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東京オリンピックに向けての需要が伸びている。また、ホテルや空港などにおける大型のプロジェクトが動いていることもプラスである。
		建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・例年になく少雪にも助けられ、予定どおりに工事の完成を迎える現場が続いており、利益の上積み確保につながっている。
		食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・3か月前と変わらず前年比1割減の状況が続いている。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・客の投資サイクルが順調であり、受注数、案件数共に緩やかな増加傾向を維持している。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・消費税増税を前にした駆け込み需要の反動減の影響は縮小してきているが、百貨店やスーパー、自動車販売店では、依然として消費税増税の影響がみられる。その一方で、公共投資と民間設備投資が景気を押し上げており、道内景気は3か月前と変わらない水準を維持している。
		司法書士	取引先の様子	・建設業や不動産業といった取引先の動きから判断すると、例年の同時期と余り変わりがなく、相変わらず低水準で推移している。地方都市においては、景気が良いと判断できるような材料が余りなく、経済活動も活発ではないため、景気が良くなっているという判断はできない。
		司法書士	取引先の様子	・建物の新築や売買については、消費税増税前に契約している案件が多く、増税後の成約件数は減少したままである。景気回復の実感のない状況が依然として続いている。
		コピーサービス業（従業員）	取引先の様子	・業績不振の客先が多いものの、将来の人手不足に対応するための投資が多数行われている。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・札幌圏以外では建設需要の増加要因が見当たらない。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・売上について、引き続き前年比で10%近い伸びを示しており、春先まではこうした状態が続く。ただ、少雪の影響で、例年と比べて工事が順調に進み過ぎる可能性がある。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	受注量や販売量の動き	・燃料価格の高騰、人件費の不足が続いているが、受注量は変わらずに推移している。
		建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・記録的な少雪の影響で、冬季における建設関連労働者の収入源となっている除排雪作業が極端に少なくなっており、収入を絶たれている事業者が多くみられる。
		輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・本州向けの生乳は相変わらず好調に推移しているものの、年末需要の反動もあり、飲料容器、スポーツ雑貨の荷動きが奮わない。
		広告代理店（従業員）	取引先の様子	・雪不足により、関連業界における影響が大きくなっている。暖冬の影響で、冬物衣料、グッズなどの売行きも低調である。
		司法書士	取引先の様子	・例年と比較して、不動産の売買が少ない。また、降雪量が少ないため、除雪作業も落ち込んでいる。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・3か月前の売上目標値に近い実績となったが、ベース商材の流通が悪くなっており、消費量が減っている。また、市場の仕事も遅れており、実質的な景況感が悪くなっている傾向がうかがえる。
	x	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・1月の販売量は前年比マイナス8%だったが、3か月前の10月の販売量は前年比マイナス1%だったため、景気は悪くなっている。
雇用	-	-	-	-

関連 (北海道)	人材派遣会社 (社員)	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・年末年始を挟んだこともあり、求人依頼に一服感があるが、年明け早々から堅調に推移しており、順調な景況感が継続している。人材登録も増加傾向にあるが、求人企業とのマッチングが苦戦している。ただ、求職者にしてみると、求人がちまたにあふれており、選び放題で、自分のわがままを押し通しても次の求人に応募できる状況となっている。面接後に内定を得ても、ほかの求人企業と比較して、より条件の良い企業を選ぶ傾向がみられ、内定を辞退する求職者が3～4割に達している。人手不足の影響ともいえるが、景気が一定以上に回復していなければ、これだけの求人が労働市場にあふれることはないため、景気はまだ底堅く推移している。
	求人情報誌製作会社(編集者)	求職者数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・特に、建設業、介護、飲食業の求人に対する反応が良くない。求職者の絶対的な不足感がある。
	求人情報誌製作会社(編集者)	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・北海道らしからぬ暖冬の影響で、衣料品販売を始めとした小売業の求人が減少している。また、記録的な雪の少なさで除排雪の必要がないため、運送業などが打撃を受けている。また、新型コロナウイルスの影響で宿泊業のキャンセルが開始しており、観光関連においては求人を控える傾向がみられる。
	求人情報誌製作会社(編集者)	周辺企業の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・降雪量が少ないことの影響で、スキー場の運営事業者、出勤回数の減少している除排雪業者などでは、例年と比較して売上が減少している。逆に、降雪量が少ないことで、経済活動に好影響が出ている業界もあるため、現状では全体的な実情が見えづらくなっている。
	職業安定所(職員)	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・12月の有効求人倍率は1.19倍と前年を0.06ポイント上回り、9年10か月連続で前年を上回った。
	職業安定所(職員)	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・有効求人数、有効求職者数共に減少している。ただし、求人数については、企業における募集人数や求人条件などの精査により、更新求人、新規求人が減少しているためであり、人手不足の状況は変わらない。
	職業安定所(職員)	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・12月の有効求人倍率は1.05倍であり、前年を0.07ポイント上回り、引き続き高い水準で推移している。
	学校[大学] (就職担当)	求人数の動き	<ul style="list-style-type: none"> ・1部上場の企業を除けば、前年、一昨年と比較して求人の動きが低調である。
	求人情報誌製作会社(編集者)	周辺企業の様子	<ul style="list-style-type: none"> ・消費税増税により客の購買意欲が低下しているなか、暖冬や少雪の影響を受けて、見込んでいた売上に届かない会社が多くなりそうである。特に、除排雪業者は稼働日数が少なく、予定していた売上の5～6割になることが見込まれている。また、1月下旬になっても、いまだにオープンできていないスキー場もある。洋服は冬物が売れず、野菜は安価、冬の大きなイベントは雪不足で縮小や中止を余儀なくされ、自動車板金業は事故が少ないことで修理依頼が減少し、タクシーは客からの依頼が少なくなっているなど、様々な業界に影響が生じている。
	x	-	-