

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)	◎	美容室（経営者）	販売量の動き	・3か月前は新型コロナウイルスの影響で自粛の雰囲気が出始めた時期だったため、かなり売上が落ちた。その時期と比較すると、7月の売上は150%程度となっており、前年とほぼ同じような売上に回復している。
	○	百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で減少していた客足が、少しずつではあるが回復してきている。
	○	百貨店（役員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスに係る緊急事態宣言の終了後、景気は良くなってきている。ただ、今後も景気の良さが持続するかは見通せない。
	○	百貨店（営業販売促進担当）	来客数の動き	・6月後半にみられた特別定額給付金の効果が薄まったこと、セール時期を前倒しした前年の反動があったことなどから、7月前半の売上はかなり苦戦したものの、中旬以降は日を追うごとに前年に近い水準まで戻ってきている。ただ、来客数は年配客を中心に大きく落ち込んでおり、回復傾向がみられない。
	○	スーパー（店長）	それ以外	・3か月前は新型コロナウイルスの第1波のピークであり、店舗内の専門店街は営業を自粛して休館した。一方、現在は来客数、売上共に回復傾向にあることから、景気はやや良くなっている。ただ、実際には景気が不安定なまま推移している。
	○	スーパー（店長）	お客様の様子	・自粛要請のあった3か月前と比較すると、来客数、買上点数共、圧倒的に伸びている。衣料品や日用品は、前年と比較して遜色のない数値まで回復しているほか、マスク、ホビー、食品なども好調に伸びている。一方、化粧品は、メイク関連での落ち込みが大きくなっている。また、水着、浴衣、キャリーケースなど、今年使用する機会がないようなカテゴリーの商材はいまだに前年の2～3割にとどまっている。
	○	乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・移動制限が解除され、ビジネスが動き始めたことで、少しずつではあるが、各業種の景気が以前よりも活性化してきている。来客数も土日を中心に増えており、受注も少しずつではあるが回復している。
	○	自動車備品販売店（店長）	単価の動き	・必要な商材の購買が増えてきている。ただ、必要なものと不必要なもののメリハリを個々の客がはっきりとさせるようになってきている。
	○	その他専門店 [ガソリンスタンド]（経営者）	販売量の動き	・緊急事態宣言の解除以降、販売量が徐々に回復している。
	○	高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・売上は昼食を中心に前年の30%を超えてきた。状況としては悪いが、少し先が見えてきた。ただ、SNSの投稿をみると、飲食店の紹介記事が少しずつ増えてきているが、おうちご飯の記事がいまだに多く、客の外食への抵抗感が残っていることがうかがえる。自分自身も東京からの出張帰りの人を冷静にみてしまうことがある。
	○	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・僅かではあるが、来客数が増えている。
	○	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・行政や地方自治体による観光需要喚起のキャンペーンの効果により、若干の集客がみられた。
	○	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響により落ち込んだ航空機の利用者数は、5月が前年比7.7%、6月が前年比16.3%となっており、回復傾向に転じてきている。7月末から欠航便が就航を再開し始めたことも航空機利用者の増加につながっている。しかし、期待していたGo To Travelキャンペーンにおいて、東京都内の発着が除外されたことで、地元から東京への需要、東京から当地への観光需要のいずれも伸びが鈍化してしまった。

○	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・3か月前は新型コロナウイルスの影響が最も深刻な月であったため、その時期と比較すると、景気はやや良くなっている。ただ、自治体独自の旅行代金補助事業やGo To Travelキャンペーンの効果により、家族などでの個人旅行のみ取扱が増加している状況であり、当店主力の企業、組織の団体旅行はいまだに客先の警戒心が強く、7月も全く取扱のみられない状況が続いている。
○	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・3か月前の緊急事態宣言中は本店が入居している商業施設自体が休館となっていたため、予約は皆無であった。7月に入ってから、どうみん割引などの経済政策により、宿泊予約が少しずつ増えてきている。
○	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・国や自治体の特別定額給付金やGo To Travelキャンペーンなどの効果で客が動き出した。また、客が動き出す気配も強まっている。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・外出自粛要請が解除されたことで、4～5月と比べると景気はやや良くなっている。ただ、例年開催されるイベントなどが自粛されたため、人の動きはそれほどみられない。Go To Travelキャンペーンも東京が除外されたことで目立った動きがみられない。
○	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・前年の約8割にまで来客数が回復したことに加えて、新機種種の購入や乗換えを行う客が想定よりも多かった。
○	観光名所（従業員）	来客数の動き	・7月26日時点の利用乗降客数は前年比24%であった。5月は全日休業、6月は前年比6.4%であったことから、少しずつではあるが、客足は戻りつつある。ただ、この回復ペースでは、事業全体は赤字続きであり、非常に厳しい状況にある。
□	商店街（代表者）	来客数の動き	・自粛解除により来客数は徐々に増えているが、元の状態には程遠い。第2波の感染拡大が起これば、景気は再び悪化することになる。
□	商店街（代表者）	来客数の動き	・7月に入り、当地においても10名以上の新型コロナウイルス感染者が出たことから、区域内への来街者が減少傾向にあるなど、消費者の外出自粛がいまだに続いている。店舗によっては、現金1割還元セールなどを行っているが、現状目立った効果はみられない。ただ、地元住民の来街が減少している一方で、週末は道内他都市ナンバーの車両が散見されることから、土産や飲食などの一部業種では、一定の売上を上げているとみられる。
□	商店街（代表者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響による景気低迷に加えて、長雨や大雨による作物高騰の影響が重なり、2～5月の水準を上回ることができない状況にある。
□	一般小売店 [酒]（経営者）	それ以外	・毎日発表される新型コロナウイルス感染者の人数が人出を左右する状況が続いており、売上が厳しいまま変わらない。
□	百貨店（売場主任）	単価の動き	・3か月前は、新型コロナウイルスの感染拡大を受けて自主休業していた期間中であったため、単純に比較できないが、来客数、買上客数共に前年と比べて大きなマイナスとなっている。ただ、客単価が前年並みの水準に回復するなど、良い兆しもみられるようになってきている。
□	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスによる緊急事態宣言の解除後、地方の市町村部では平常時の状態に戻りつつある一方で、都市部では引き続きまとめ買いを中心とした売上の増加傾向が続いている。
□	スーパー（役員）	来客数の動き	・ここ数か月、売上の良い状態が続いている。消費者はいまだに外食を控えており、内食比率の高い生活を送っている。また、新型コロナウイルスから身を守る行動の一環として、買物回数を減らし、1回の買物でまとめ買いする傾向がみられる。そのため、前年と比較して、来客数が減少している一方で、買上点数が増加している。全体の客単価が上昇することで売上を底上げしている。

□	家電量販店（店員）	お客様の様子	・7月半ばまで、夏物家電のエアコン、冷蔵庫などの売行きが良かった。特別定額給付金が客の購入を後押ししている。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・早く今の状況が変わらないと先々が心配である。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・まだ例年並みの販売量まで回復していないが、2～3か月前と比べると客の動きは確実に良くなっている。これまで客も我慢していたのか、気温が高くなってきたことで、そろそろ良いのではと考えるようになり、商談の決まる台数も増えている。
□	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・新車販売の状況を見ると、6月に受注がやや戻ってきた感があったが、7月に入ってから新型コロナウイルスの影響があった4～5月と同じような販売量になっている。
□	高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・ガイドラインにのっとり新型コロナウイルス対策に取り組んでいる。今年に入り週1日の定休日を設けた影響もあり、7月中旬まで売上は前年比31%で推移していたが、下旬の4連休ではGo To Travelキャンペーンの効果もあり、客に入店待ちをしてもらう状況となった。ただ、最終的な売上は前年比40%にとどまった。
□	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・現状、国の感染症対策に賛否両論はあるが、マスコミやSNSによる情報拡散の影響もあり、既にこの問題は感染症としての問題から社会不安という問題に移行している。Go To Travelキャンペーンには大きく期待しているが、経済の回復も重要であるという世論形成が不十分だと感じている。このままの状況が続けば、観光産業にとって取り返しの付かない事態となる。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響による緊急事態宣言で人の動きがなくなり、当地におけるタクシーの売上は3月がマイナス40%、4月がマイナス50%、5月がマイナス55%、6月がマイナス30%と推移している。6月から少しずつ人の動きが出てきたが、7月に東京を始めとした全国的な感染者の増加や当地繁華街でのクラスター発生に伴い、再び人の動きがストップしてしまった。7月のタクシーの売上もマイナス30%と依然として厳しい状況が続いている。
□	タクシー運転手	来客数の動き	・3か月前と比べると景気はやや悪い。ここに来て新型コロナウイルス感染の第2波がみえてきていることで、客の動きが全体的に鈍くなっている。当業界は道内客の需要だけでは持ちこたえることができないと懸念している。
□	美容室（経営者）	販売量の動き	・ここ3か月、売上はほぼ変わらない。前年と比べてもほぼ変化はない。
□	美容室（経営者）	来客数の動き	・多少の回復感はあるが、まだまだ先がみえず、手探り状態にある。
□	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	・新型コロナウイルス感染拡大の影響が相変わらずみられる。国の施策による効果も限定的なものとなっている。
▲	商店街（代表者）	お客様の様子	・客の反応は決して良いものではない。
▲	一般小売店 [土産]（経営者）	お客様の様子	・緊急事態宣言が出されていたときと比べると、ビジネス客やどうしても移動しなければならない人を中心に少しずつ航空機の利用が増えてきた。ただ、観光客は依然として少なく、まだまだ来客数は少ない。例年の6～7月とは明らかに様子が異なっている。
▲	スーパー（役員）	お客様の様子	・客から道外からの帰省を控えさせたという話をよく聞く。旧盆商戦の盛り上がりも期待できない。
▲	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・観光客の減少により、売上の減少が続いている。特にインバウンドの落ち込みによる影響が大きい。

	▲	乗用車販売店 (従業員)	お客様の様子	・中規模イベントを行っても、前年の6割程度の来場者しか訪れない状況であり、売上も前年の8割程度しかない。
	▲	その他専門店 〔医薬品〕(経営者)	お客様の様子	・一言でいうとクレジットカード利用者の激減につきる。キャッシュレス・消費者還元事業の効果が大きかったことが分かった。新型コロナウイルスの影響はさほど出ていない。
	▲	タクシー運転手	販売量の動き	・全国的な新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、外出に対する自粛ムードが再燃しており、景気が悪くなっている。
	▲	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・今後、新型コロナウイルスの影響がどのような展開になるか分からないことから、客の多くは大きな買物に対して慎重な姿勢を取っている。
	×	商店街(代表者)	販売量の動き	・緊急事態宣言の解除を受け、商業者は景気が回復することを待ち望んでいたが、回復には程遠い売上しかなく、大いに落胆している。再度の感染者増加も背景にあるが、植え付けられた恐怖心は根深く、特に中心部の繁華街や商店街は目に見えて避けられている。少し上向いた時期もあったが、小規模のクラスターが発生したことで、家族から繁華街に行くことを禁止され続けている人も多く、回復の兆しは全くみえない。今後、一層の苦境に陥ることが懸念される。
	×	一般小売店〔土産〕(経営者)	来客数の動き	・昼カラでの感染拡大が原因となり、道外からも他市からも観光客が全く来ない状態である。
	×	コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で観光客が減少している。直接的な影響は余りないが、間接的にじわじわと影響が広がっている。
	×	コンビニ(エリア担当)	それ以外	・新型コロナウイルスの影響を受けて、来客数の減少と客単価の上昇が同時に起こっている。また、キャッシュレス・消費者還元事業が終了したことで、前月の駆け込み需要の反動が生じている。夏のイベントがなくなったことで、外販の売上も大きく減少している。夏場は、外販の売上貢献度が高いため、その分、落ち込み額が大きい。全体の景気は以前よりも悪くなっている。
	×	スナック(経営者)	来客数の動き	・5～6月はほとんど営業していなかったため、参考外であるが、7月は前年の6～7割近くまで客が戻ってきている。ただ、利益が出るような状態にはなっておらず、まだまだ赤字が続いている。
	×	タクシー運転手	販売量の動き	・運送収入は6月と比べれば持ち直しているが、当地で新型コロナウイルス感染者が確認されたことにより、一気に人出が減少した。さらに、大都市圏での第2波とみられる感染拡大の報道が人出の減少に拍車を掛けている。
	×	タクシー運転手	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響により、貸切ハイヤーや観光ハイヤー、インバウンド、イベント関係での依頼がほとんどゼロであり、悪い状況のままである。普通タクシーの売上も前年と比較すると40%の落ち込みとなっている。
	×	美容室(経営者)	それ以外	・新型コロナウイルスが終息しても、みえない恐怖と不安がなくなることはないため、客の心理は当分変わらない。
	×	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響で建築スケジュールや計画が遅延している状況がみられる。
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	・自粛の緩和に伴い、経済が少し回り始めている。請負物件も動き始めた。
	○	輸送業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・経済活動が緩やかに回復していることで、飲料関連の容器や生乳の荷動きが出てきている。ただ、紙パルプや住宅建材の動きは相変わらず鈍い。今後は、特に関東地区での気温の推移と梅雨明けのタイミングなどによって物量が左右されそうである。
	○	通信業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・3か月前と比較すると、経済活動の再開とウィズコロナ関連での需要により案件が増加しており、当社の景況感としてはやや良くなっている。

	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・経済活動が再開されたことで、外出自粛などが行われていた3か月前と比べると、景気はやや良くなっている。ただ、新しい生活様式への対応など、経済活動への制約があることから、持ち直しペースは緩慢である。
	○	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	・新型コロナウイルスの影響で、遅れていた各工事が動き出した。
	□	その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響が懸念されていたが、建設工事は前年を上回って推移している。
	□	その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	取引先の様子	・観光に関わる業種については、依然として厳しい状況にあるが、他業種に関してはやや回復傾向にある。
	▲	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・新年度発注分の公共工事はほぼ例年どおりの発注量で終わったが、民間工事は新型コロナウイルスの影響でホテルやマンションを中心に発注が凍結されている。全体の受注量は例年と比べて低調である。
	▲	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で発注者との対面での打合せが進まなかったことで、これから本格的な施工が始まる土木工事現場が複数ある。出来高の積上げも当初見込みに比べて遅れている。一方、民間建築は次年度以降の新規案件の受注引き合いが少ない。
	▲	司法書士	取引先の様子	・取引先の様子から若干上向きの傾向もみられるが、建設業や不動産業の関連業種では伸び悩みの状態が続いている。
	▲	司法書士	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響が大きく、景気回復の兆しははるか遠いとみている。首都圏や大阪などの地域で毎日多数の感染者が確認されている状況では、Go To Travelキャンペーンもかすんでしまう。また、心理的な萎縮が、住宅の新築や土地の取得にも影を落としている。
	▲	コピーサービス業（従業員）	取引先の様子	・業種にもよるが、新型コロナウイルスの影響が広範囲で数字となって表れてきている。
	×	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・3か月前も悪い状況だったが、そこから更に1割ほど落ち込んでいる。
	×	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・7月の販売量が前年比マイナス2%だったのに対して、3か月前の4月の販売量は前年比プラス11%だったことから、景気はやや悪くなっている。
	×	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・戸建て住宅の着工件数が3か月連続で前年を下回って推移している。
	×	広告代理店（従業員）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で、大型イベントが軒並み中止となっているほか、再び外出自粛の動きもみられるようになってきているなど、景気が上向き要素が全くない。
	×	その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・営業活動の自粛や新しい営業スタイルの導入などで、受注に向けた事前の営業活動を思いどおりにできない状況にあり、その影響が出始めてきている。
雇用 関連 (北海道)	◎	—	—	—
	○	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・3～5月は、増員を計画していた求人が一気に取り下げられ、求人数がおおむね3割減となったほか、在宅ワークの影響で求人企業との連絡も取りづらく、企業との面接も控えられていた。そのため、3か月前と比べると景気はやや良くなっている。
	○	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・地域の基幹産業である農業の収穫期が始まり、関連する産業が繁忙期を迎えることから、求人件数の伸びがみられる。
	○	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・緊急事態宣言が出されていた3か月前と比較すると、全業種的に動きがみられるようになってきている。ただ、業種やエリアによっては、求人ニーズに大きな差がみられる。

○	求人情報誌製作会社（編集者）	周辺企業の様子	・ステイホームの状況下であった4月と比較すると、徐々にではあるが、新店舗オープンに伴う人員募集や営業再開に伴う増員募集の依頼が増えてきている。
□	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・業界によって大きな差があるが、全般的に求人件数が増えてきている。ただ、正社員求人が堅調に動いている一方で、新卒採用を見合わせる企業も増加傾向にある。飲食、宿泊については依然として厳しい状況が続いている。
□	学校 [大学] (就職担当)	求人数の動き	・新型コロナウイルスの感染拡大により、3月以降、企業の新卒採用意欲が最悪の状況となっている。また、第2波の到来を受けて、これから採用者の意識がますます慎重になることも懸念される。
▲	職業安定所（職員）	求人数の動き	・6月の有効求人倍率は1.03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	・当地における6月の有効求人倍率は0.85倍であり、3月時点との比較では0.21ポイントの減少となっている。