

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)	◎	－	－	－
	○	商店街（代表者）	来客数の動き	・8月に入り、来街者が増加する兆しがみられる。中心部店舗の駐車場や有料駐車場において、例年の半分以下ではあるが、道内他都市や道外客の車がみられるようになってきている。また、地域住民についても、平日10時以降の午前中や午後4時以降の買物客が増加している。
	○	一般小売店 〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・8月に入り、売上は前年の80%まで回復してきたが、下旬に当地で新型コロナウイルスのクラスターが発生したことで急ブレーキが掛かり、最終的な売上は前年の60%台となった。ただし、3か月前と比べれば景気はやや良くなっている。
	○	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が若干なくなりつつある。来客数も少しずつ増加している。
	○	百貨店（役員）	お客様の様子	・3か月前は新型コロナウイルスの影響で休業するなど、最も景気の悪い状況にあったため、景気はやや良くなっている。客の動きも3か月前と比べれば良くなっている。
	○	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・3か月前が底であったため、そこと比較すると景気は良くなっている。ただ、実態としては全然良くない。
	○	コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーンの効果もあり、観光客がやや戻りつつある。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・月を追うごとに来客数と受注量が前年を上回るようになってきている。登録台数も前年比でのマイナス幅が縮小してきている。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売量が少しずつ上向いてきている。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・3か月前の5月と比べると販売量の動きははるかに良くなっている。その要因として、新型コロナウイルスの影響が出始めた時と比べて、客の警戒心が薄らぎ、来場者の動きが活発になっていることが挙げられる。また、9月は当社の決算期となることもあり、販売量が一段と増加することが見込めるなど、景気が少しずつ良くなっている実感がある。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・3か月前は新型コロナウイルスの影響を最も強く受けていたが、8月は前年並みに近い販売量まで回復してきている。
	○	自動車備品販売店（店長）	来客数の動き	・客の消費行動が増えてきている。
	○	その他専門店 〔ワイン〕（従業員）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの収束がみえ始めたことで、客のマインドが回復してきている。
	○	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンが開始されたことで、北海道内を中心に個人客の予約が伸长している。8月の売上は当初想定を50%程度上回った。
	○	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・6月まで休業を余儀なくされ、7月に営業再開したが、客室の稼働は前年の20%前後にとどまった。8月は地方自治体の需要喚起キャンペーンに参画したこともあり、前年の30%前後まで上昇している。
	○	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が最も大きかった5月の空港利用者は前年比7.7%であったが、7月は前年比30%まで回復してきている。しかしながら、Go To Travelキャンペーンから東京発着分が除外されたことで、観光消費マインドが全体的に低下しており、道外観光客について期待したほどの伸びがみられない。

○	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・飽くまでも3か月前の緊急事態宣言期間中との比較であるが、客先で業務出張時の航空機、宿泊の利用が少しみられたことから、景気はやや良くなっている。ただ、前月と同様にGo To Travelキャンペーンの効果は薄い。また、企業や組織団体の旅行も客先の警戒心が強いことから、取扱のない状況が続いている。
○	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・3か月前の来客が全くなかった状況と比べると、Go To Travelキャンペーンの影響もあり、来客数は増えている。ただ、来客数は数えることができる程度にとどまっている。市内の業者も同じような状況と聞いている。
○	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーンが始まったことで、少しずつ人の動きが出てきた。
○	タクシー運転手	販売量の動き	・どん底の3か月前と比べれば、景気はやや良くなっている。
○	通信会社（企画担当）	お客様の様子	・感染防止対策への理解が十分に進み、安心して専門店を訪れる客が増えてきている。それに伴い、家電量販店を中心に客の通信端末の買換え需要が高まってきている。
○	観光名所（従業員）	来客数の動き	・8月27日時点の利用客数は前年の34%程度であるが、6月が前年の6%程度、7月が前年の24%程度であったことから、利用客は徐々に回復しつつある。ただし、これくらいの水準では事業としては赤字続きであることから、非常に厳しい状態であることに変わりはない。
○	美容室（経営者）	来客数の動き	・3か月前は新型コロナウイルスの影響で午前中だけの時間短縮営業を実施していたため、その時期と比較すると8月は2倍以上の売上増となっている。ただし、前年比で見ると売上が10%程度ダウンしている。
□	商店街（代表者）	お客様の様子	・客の様子をみると、景気が上向きか下向きかといった方向性は関係なく、新型コロナウイルスを受け入れていこうという意識になっている。
□	商店街（代表者）	販売量の動き	・新型コロナウイルスが流行し始めた3月以降、景気は余り変わっていない。
□	百貨店（営業販売担当）	来客数の動き	・お祭りの中止などにより来客数が大幅に減少しており、いまだに来客数の戻らない状況となっている。残暑や秋物の入荷遅れも影響している。
□	スーパー（店長）	それ以外	・引き続き新型コロナウイルスの影響がみられる。3～5月の状況と比べると、6月以降は回復基調にあるが、水準としてはまだまだ悪い。全体としては下げ止まった形での推移となっており、3か月前と比べても景気は変わらない。
□	スーパー（店長）	来客数の動き	・衣料品や日用品の動きをみると、6月は自粛の反動もあり、瞬間的に売上が回復したが、7月後半から再び低迷傾向に転じている。特にファッション衣料やキャリーケースなどの旅行関連商材の需要低迷は著しく、Go To Travelキャンペーンによる盛り上がりも感じられない。
□	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・食品スーパーは、依然として巣籠り消費の影響でまずまずの景況感で推移している。
□	スーパー（役員）	来客数の動き	・今年はお盆の帰省者が少なかったが、帰省の影響で地方の新型コロナウイルス感染者数が増加していることで、外出控えやそれに伴うまとめ買いが増えている。また、外食も少しずつ増えているが、これまでと同様に内食型の生活が続いているため、食料品を中心に買上点数が増加傾向で推移している。来客数は減少しているものの、買上点数が増加していることで、売上も予算を達成しており、前年を上回る傾向が続いている。
□	スーパー（役員）	販売量の動き	・プレミアム付商品券の効果もあり、お盆商戦は前年並みの売上で終了することができた。
□	その他専門店 [医薬品]（経営者）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響が長期化している状況の中では、善戦しているといえるかもしれない。ただ、今後の見通しが立たないのは不安である。

□	その他専門店 [ガソリンスタンド] (経営者)	販売量の動き	・前年と比べて販売量が低迷している。
□	高級レストラン (スタッフ)	販売量の動き	・例年8月は1年で一番の稼ぎ時であるが、今年は新型コロナウイルスの影響で厳しい。ただ、3月以降では、久しぶりに忙しい月となり、スタッフは手際良く接客していた。最終的な売上は前年比58%と5割を超えた。
□	高級レストラン (スタッフ)	販売量の動き	・売上は前年比30%程度であった。3か月前よりは良いが、前月と変わらず、足踏みが続いている。一方、食品について、ちょっとした高級品やご当地名産などの通販、共同購入が堅調なこともあり、外食の利用はしばらく停滞が続く。また、一部の観光地では観光客の入込があるようだが、当地では観光客の利用は伸びておらず、旅行客の利用はビジネス客が多くなっている。
□	スナック (経営者)	来客数の動き	・まだまだ通常の月の売上には戻っていない。ただ、少しずつ客が外出するようになってきたことは間違いない。
□	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	・新型コロナウイルスの影響は変わらない。Go To Travelキャンペーンの効果も薄く、輸送量は前年を大幅に下回り、減少の一途をたどっている。
□	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終息がみえないことから、客が大きな買物、投資を控えている。様子見の状況が続いている。
▲	商店街 (代表者)	来客数の動き	・自粛要請が解除されたことで、商店街への来街者数はやや回復したが、新型コロナウイルス発生以前の水準には戻っていない。特に夜は大幅な減少が続いている。
▲	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により夏のイベントが全て中止となったことで、飲料水、ビール、食品の売上が大きく減少している。全体売上への影響は以前よりも大きくなっている。
▲	コンビニ (エリア担当)	来客数の動き	・来客数の減少にあわせて、売上も減少している。
▲	家電量販店 (店員)	来客数の動き	・8月の来客数は前年の85%にとどまっている。暑い日が続いた一方で、夏物家電の販売量に陰りが出てきている。近隣の地域で新型コロナウイルスの感染者が判明したため、警戒感で人出が止まってしまったとみられる。
▲	高級レストラン (スタッフ)	お客様の様子	・先の見えない新型コロナウイルスへの対応で疲弊の色が濃くなってきた。
▲	タクシー運転手	来客数の動き	・6～7月のタクシーの売上は前年比マイナス30%程度であり、5月と比べれば回復していたが、8月に入り繁華街で新型コロナウイルスのクラスターが発生したことで、人出が再び減少に転じており、売上は前年比マイナス40%となった。
▲	タクシー運転手	お客様の様子	・3月以降、新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、売上の減少が続いており、厳しい状況が続いている。ただ、8月に入ってからは、若干ではあるが、上向きの傾向もみられるようになってきた。
▲	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先行きが不安との理由で、分譲マンションの購入を見送る客が数組みられた。
×	商店街 (代表者)	販売量の動き	・依然として厳しい状況が続いている。中心部の繁華街には怖くて行けないという声が多く、特に夕方以降は閑散としている。北海道の感染者数が比較的落ち着いて推移している一方で、現状は回復の見込みもないことから、困惑している。周辺の店舗などの売上は、一般店が前年から3割強の減少、飲食店が5割の減少、観光関連業種が9割の減少となっている。

	×	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・当地では、昼カラオケや病院でクラスターが発生するなど、集団感染が収まらないことから、景気は悪くなっている。当店は観光地にあるため、周辺からも人が来なくなれば、手の打ちようがない状況となる。
	×	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・北海道における新型コロナウイルスの動向は落ち着いた状況にあるが、依然として、東京を始めとした首都圏や大阪などでの感染拡大が続いている影響で、観光客、ビジネス客共に旅客数が減少している。旅客数が減っていることで店舗の売上も前年比20%台に落ち込んでいる。
	×	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・新型コロナウイルスの影響で来客数が減っているため、全体的な景気は悪い。一方、客が外出や旅行を控えていることで財布に余裕があるのか、宝飾や時計などの高単品の動きは良い。
	×	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・営業マンの外回りが大きく減っている上、在宅勤務やテレワークの影響もあり、Yシャツも売れなくなってしまった。
	×	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・観光客が来ておらず、これから先ますます来なくなることが見込まれるため、商売としては不安を抱えている。
	×	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの先行きについて見通しが立たず、人々が不安を抱えたままであるため、買い控えにつながっている。
	×	タクシー運転手	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響による売上の落ち込みも底を打ち、回復傾向にあったが、8月に入ってから地域内における感染者の発生が収まらないことから、人出が横ばい傾向にある。さらに、お盆時期のイベントが全て中止となり、関係する需要が皆無となったこともマイナスである。
	×	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、貸切りハイヤーや観光ハイヤーの利用、インバウンド需要、イベント関連での依頼がほとんどゼロの状況である。普通タクシーの利用については徐々に回復してきそうだが、売上はいまだに4割前後の落ち込みとなっている。
	×	タクシー運転手	お客様の様子	・8月になり、当地において夜の街関連の新型コロナウイルス感染者が発生したことから、人の動きが極端に減少している。例年であれば、夏のイベントなどにより人の動きが活性化してくる時期だが、今年は需要が全くみられない。
	×	美容室（経営者）	それ以外	・新型コロナウイルスが終息する気配がないことから、外出を恐れている客がいまだに多い。
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	・ショップなどの営業が通常に近い状況となっていることから、徐々にではあるが、客足が戻りつつある。請負案件も動き始めている。
	○	通信業（営業担当）	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響で営業行動が制限されていた3か月前と比較すると、取引先の営業活動がほぼ通常に戻ったこともあり、案件数、相談数が増加している。景況感はやや良くなっている。
	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・新型コロナウイルスによる外出自粛の影響が大きかった3か月前と比べれば、経済活動が再開されていることもあり、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が経済活動や消費、投資マインドの制約要因となっており、持ち直しのペースは緩慢である。
	□	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・3か月前と同レベルで前年よりも売上の悪い状況が続いている。
	□	建設業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・建設工事の総量に変動はみられない。ただ、地方の建築工事入札において、特に土木工事などの労働者が不足していることで単価が上昇しており、工事費が高止まりしている。そのため、単価と景況感の関係が従来と比べて崩れつつある。

	□	輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・本州での気温上昇により、飲料関連の荷動きが良くなっているほか、夏季給食需要で生乳の輸送量も伸びている。ただし、紙パルプや一般雑貨の動きは相変わらず鈍く、全体としては前月と比べて横ばいから微減での推移となっている。
	□	司法書士	取引先の様子	・建築、不動産関連などの取引先において、各企業がそれなりに創意工夫し、この状況乗り越えることを考えている。そのため、現段階では景気に大きな変化はみられない。
	□	コピーサービス業（従業員）	競争相手の様子	・業種による格差が大きくなっている。新型コロナウイルスの影響がない取引先が多くみられる一方で、影響を受けて設備投資を遅らせる取引先も多い。
	□	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	・建設業界は新型コロナウイルスの影響が少なく、引き続き前年を若干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）	受注量や販売量の動き	・設備投資に関して、入替えが定期的には発生している一方で、増設案件が少ない傾向がみられる。
	▲	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・建設現場では新型コロナウイルスと熱中症の防止対策で、作業効率の低下とコストアップを余儀なくされており、工事の進捗や収益面でマイナスとなっている。また、民間建築については次年度以降の新規受注案件の引き合いが依然として少ない。
	▲	司法書士	取引先の様子	・例年と比較して不動産の売買、住宅の新增改築の受注が減少している。新型コロナウイルスの影響なのか受注の問合せも皆無である。
	▲	司法書士	取引先の様子	・新型コロナウイルスの影響による自粛が続き、景気回復策の1つであるGo To Travelキャンペーンも盛り上がりせず、新型コロナウイルス感染者数が減少する様子もみえない現状においては、景気が停滞するのは当然のことである。
	▲	その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注に係る事前活動が十分にできていないことから、毎月少しずつはあるが、新規商材などの販売実績に影響が出始めている。
	×	金属製品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・新築住宅着工件数が前年から15%ダウンしている。新型コロナウイルスの感染拡大が影響して、一部の民間物件も含めて工事の延期が生じている。
	×	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がみられるなか、景気の上がる要素が見付からない。
雇用関連	◎	*	*	*
(北海道)	○	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・北海道における新型コロナウイルス感染者数は比較的少ないため、求人意欲は徐々に上向いてきている。特に介護業界や建設業界などはふだんより人材が集まる傾向がみられるなど、堅調である。一方、観光客やビジネスマンの往来が少ないため、宿泊業は大打撃を受けている。飲食店はランチ客が増加傾向にあるが、求人を出すまでの忙しさにはなっていない。
	○	求人情報誌製作会社（編集者）	周辺企業の様子	・緊急事態宣言が発令されていた4～5月は完全に経済活動が停止していたが、現在は経済活動が行われているため、景気はやや良くなっている。ただ、観光客が戻ってこないこと、クラスターなどの感染リスク対策の問題などから、市内中心部の飲食店、コンビニも含めた小売店の集客状況は厳しいままである。
	○	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・求人の申込件数が前年の8～9割まで回復してきている。特に介護業界、建設業界からの申込みが活発である。ただし、飲食、ホテル、観光、娯楽、アミューズメント業界からの求人は前年の5割程度にとどまっている。
	○	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・これまで落ち込みの大きかった観光産業や飲食業において、改善の兆しがみられる。夏場の観光が通常の状態に戻っているわけではないが、3か月前と比べれば観光客の入込も良くなっている。

□	人材派遣会社 (社員)	採用者数の動き	・求人依頼が激減した3か月前と比べて、求人依頼件数は大きく変わっていない。新型コロナウイルスの動向は落ち着いているように見えるが、企業にとっては、ここ3か月の業績が前期よりも悪化している傾向が顕著に表れているとみられることから、今後の企業存続について真剣に考えざるを得ない状況となっている。そのような中でコスト増となる人材の採用について慎重になる企業が多い。
□	求人情報誌製作 会社(編集者)	求人数の動き	・飲食業や医療系サービス業の求人回復がまだまだ厳しい。一方、農業に関わる季節求人や短期求人は前年並みかそれ以上の件数が動いている。
▲	職業安定所(職 員)	求人数の動き	・7月の有効求人倍率は1.15倍と前年を0.04ポイント上回ったが、新規求人は前年を下回っている。
▲	職業安定所(職 員)	求人数の動き	・当地における7月の有効求人倍率は0.84倍であり、4月と比べて0.09ポイント減少している。
▲	学校[大学] (就職担当)	求人数の動き	・新型コロナウイルスの影響で各企業の業績が悪化しているせいか、求人数が一向に伸びてこない。希望する企業から内定を得て就活を終えた学生はここ数年で一番少なく、特に文系の学生は内定をなかなか得ることのできない状況が続いている。また、例年8～9月は学生たちが就活を休む傾向が強いことから、今後の内定率上昇を期待することも難しい状況にある。
×	—	—	—