

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる やや良くなる	百貨店（販売促進担当）	・客単価は低めの動きだが、機能面などで付加価値の付いている商品は価格が高くても売れている。
		スーパー（店長）	・今年に入ってから、5月を除いて販売量が前年を上回るなど、好調をキープしているため、2～3か月後についてもやや良くなる。ただし、それ以上先の景気については、懐疑的にならざるを得ない。
		スーパー（企画担当）	・デフレが底を打ってきている。今年は前年の冷夏から一転して天候にも恵まれ、農作物の生育も順調であり、一時的なものかもしれないが、今後の消費に弾みがつきそうである。
		スーパー（役員）	・前年と異なり、一変して気温が高くなっていることから、一部のメーカーでは夏物が品切れを起こしている。今後も、お盆過ぎまで気温の高い日が続くと予想されていることから、客単価が多少落ちても来客数が伸びることになり、今後の消費動向は良くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・天候の影響もあるが、売上は安定的な数字が続いており、客の生活行動が安定してきていることがうかがえる。買う商品や買う頻度が落ち着いてきていることは、回復の兆しとみられるため、今後についてはやや良くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・景気悪化で遠方への動きが減っているなか、高速道路の無料化社会実験により近場の観光地が回復する。また、たばこの値上がり前の需要増も見込まれ、一時的に景気が回復する。
		家電量販店（店員）	・3Dテレビなどの新製品が出てきたことで、テレビが売れ始めており、今後の需要に期待できる。
		高級レストラン（スタッフ）	・暑い夏を避けるため、北海道での長期滞在客の入込が期待できる。
		観光型ホテル（経営者）	・東京でビジネス需要が戻ってきているため、今後はリゾートにも好影響が出てくることが期待される。
		観光型ホテル（スタッフ）	・宿泊予約の状況を見ると、イベント開催時の宿泊は、消費を待っていたかのように予約が集中してきている。ただし、平日は依然として予約が少なく、間近まで部屋が埋まらない状況にある。
		旅行代理店（従業員）	・上期の終わる9月までは販売額が続伸で推移する。ただし、その後については、販売額の低下が懸念される。
		旅行代理店（従業員）	・販売の先行受注状況が上向いてきているため、今後についてはやや良くなる。
		タクシー運転手	・ここ数か月間の売上を前年実績と比べると、若干ではあるが増加傾向にあるため、今後も少しずつではあるが、売上が回復する。
		通信会社（企画担当）	・客のブランドイメージが向上しており、また夏・秋の新モデルへの注目度も高いため、今後についてはやや良くなる。
観光名所（役員）	・来客数が前年を上回る月が続いているなか、近々新たな観光施設がオープンするため、先行きに明るさが出てきている。		
観光名所（職員）	・国内景気が上昇傾向にあることに加えて、中国人のビザ発給要件の緩和や東南アジア各国の景気向上等の要因から、今後は北海道を訪れる観光客が増加する。		
変わらない	変わらない	商店街（代表者）	・明るい話題がほとんどなく、商店街のイベント等への参加客も年々減っている。にぎわいが段々と感じられなくなっているため、今後も厳しいまま変わらない。
		商店街（代表者）	・先行きに期待できる要因が見つからないため、今後も変わらないまま推移する。
		商店街（代表者）	・政権交代が行われたことで大きな変化が出てくることを期待していたが、変化がないどころか、実効性のある動きもみられず、消費者の不信感が徐々に不安感に変わりつつある。
		商店街（代表者）	・残暑が続くと言われていることから、秋物の動きが遅れ、売上が増加することは期待できない。
		商店街（代表者）	・暑くなったり、寒くなったりと天候の変化が激しくなっているうえ、政治も不安定なことから、今後についても変わらないまま推移する。
		商店街（代表者）	・例年であれば、当商店街における最大イベントの終了に伴い、来街者が減少傾向となるが、今年は来街者が現時点で増加していないため、来街者数から判断すると今後も景気は変化しない。

	一般小売店〔酒〕（経営者）	・ 今後は良くなると期待しているが、例年、夏のイベントが一段落すると客の動きが鈍くなるため、厳しい状況に戻ることに懸念される。
	百貨店（売場主任）	・ 売上、買上客数とも前年割れの状況が続いているため、今後も厳しいまま変わらない。
	百貨店（役員）	・ 現状では、回復の兆しはみられないため、今後も変わらない。
	スーパー（企画担当）	・ 冷夏予想から一転、高温続きの天候の影響で涼味商材を中心に売上が伸びているが、全体の売上動向としては回復感が乏しく、また競合他社の低価格競争や客の低価格志向が依然として強いことから、先行きについても変わらない。
	スーパー（役員）	・ 猛暑により夏物商材の動きが良く、一時的に売上を底上げしている。しかし、こうした好調さも長続きせず、旧盆明けから客の財布のひもは固くなる。
	家電量販店（地区統括部長）	・ 歳末に家電エコポイント制度終了前の駆け込み需要が出てくるが、それ以前の月はほぼ横ばいでの推移となる。
	観光型ホテル（経営者）	・ 本州ツアー客を中心に漸減傾向にあり、道内個人客と海外客で穴を埋めている状態にある。全体の宿泊客は増加しているものの、宿泊単価の低下により、売上減、利益減の状態が鮮明となっており、3か月先の予約状況からも、現在の状況が続く。
	旅行代理店（従業員）	・ 相変わらず客の低価格志向と出張の日帰り傾向が続いていることから、今後も変わらない。
	タクシー運転手	・ 利用客があまり減らなければ、減車の効果が出てくることで、タクシー1台当りの売上が前年より増え、当社の売上も前年より減ることにはならないが、利用客が減り続ければ、減収が続くことになる。そうなれば乗務員の待遇改善もなかなかできない。
	タクシー運転手	・ 電話注文数や来客数の増える要素が思い当たらないため、今後についても変わらない。
	通信会社（社員）	・ 画期的な新商品や新サービスの開始がない限り、良くなるのは難しく、今後についても変わらない。
	パチンコ店（役員）	・ 余暇に対する消費の考え方は今以上に抑制されることになる。ただし、よりニーズにマッチした遊戯台を提供できれば、景気が良くなり始めていることを実感できそうな気配もある。
	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・ 予約状況が今月とあまり変わらないため、今後も厳しいまま変わらない。
	住宅販売会社（経営者）	・ 住宅業界の動向にあまり変化はみられないため、今後も変わらない。
	住宅販売会社（従業員）	・ 最近、マンション市場はやや回復傾向にあるが、これ以上回復する要因は特に見当たらない。以前よりは緩やかであるが、マンション価格の下落傾向が依然として続いている。
やや悪くなる	百貨店（売場主任）	・ 8～10月の長期予報が出たが、9月は残暑が厳しいという予報であったため、前年と比べて暑い日が続くようであれば、秋物の動きが厳しくなる。特に、今年のトレンドと言われているジャケットは、単価の高いものであることから先行き天候が懸念される。ただし、婦人服のカットソー・ブラウス・パンツは今後も堅調な動きが続く。
	スーパー（店長）	・ 競合店の閉店から1年が経過したため、売上が厳しくなる。現状は暑さの影響で夏物衣料が好調であるが、来月以降、秋冬物が夏物同様に好調に売れるとは思えない。
	コンビニ（エリア担当）	・ 増税に加えて健康志向の高まりから、たばこやアルコールの売上減少に歯止めがかからないため、今後についてはやや悪くなる。
	乗用車販売店（従業員）	・ 9月にはエコカー購入時の補助金も終わるため、エコカーへの減税だけが頼りとなるが、需要をかなり先食いしている状態にあるため、今後についてはやや悪くなる。
	乗用車販売店（従業員）	・ エコカー購入時の補助金終了後は、販売量が大きく減少することになる。乗換えサイクルが長くなり、これから厳しくなる。
	旅行代理店（従業員）	・ 先行受注額をみると、9月は国内旅行で前年比66%、海外旅行で前年比73%となっている。前年は9月の大型連休の効果で取扱量をかなり伸ばしたが、今年はカレンダーの日並びが悪く、このままでは前年割れを免れない状況にある。
悪くなる	乗用車販売店（営業担当）	・ エコカー購入時の補助金等の政府の景気対策が打ち切られるため、今後については悪くなる。
企業	良くなる	-

動向 関連	やや良くなる	食料品製造業（団体役員）	・新たな観光施設のオープンにより、観光客が増加し、関連する新商品等の販売が期待される。
		食料品製造業（役員）	・秋口発売に向けて、夏から新企画商品の提案が始まるため、今後、企画が決まっていくことでやや良くなる。
		家具製造業（経営者）	・住関連の耐久消費財は景気低迷の影響を受けやすく、減少傾向が続いていたが、景気の回復と所得の増加に伴い、家具の需要も伸びることが期待できる。
		輸送業（営業担当）	・北海道庁が発表した農作物の生育状況によると、春先の低温から一転して、好天に恵まれたため、水稻・小麦・ばれいしょ・豆類・てん菜・玉ねぎと順調な生育であり、秋の保管や輸送が期待される。原油価格が低下見込みであることも好条件である。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・ようやく仕事量が増えてきたため、今後については稼働率が上がり、景気もやや良くなる。
変わらない		出版・印刷・同関連産業（従業員）	・良くなる見込みがないため、今後も変わらないまま推移する。
		金属製品製造業（役員）	・住宅着工件数が少しずつ回復してきていることで、販売量も少しずつ上向きになってきているが、価格競争により、1件当たりの受注単価が下がってきているため、今後も変わらないまま推移する。
		建設業（経営者）	・官民ともに工事の絶対量が大幅に落ち込んでおり、稼働面での繁忙感はほとんどない。価格面も、過当競争状態が更に進んでいるため、利益どころか一般管理費のねん出も厳しく、今後も厳しいまま変わらない。
		建設業（従業員）	・今後3か月の間に、補正予算で発注される建築関連の公共工事はほとんどなく、民間工事の新規着工情報も全くないため、今後も厳しいまま変わらない。
		輸送業（支店長）	・国際コンテナについては、円高による懸念が若干あるが、今後も順調に伸びる。一方、主力商品である鋼材については、建築物の需要のなさや公共事業の減少により、厳しくなる。全体としては、プラスとマイナスが相殺されて、あまり変わらずに推移する。
		金融業（企画担当）	・観光関連は、国内景気を持ち直しや外国人観光客が増加していることから、堅調に推移する。住宅関連も住宅版エコポイント制度の効果に加えて、マンションの在庫調整が進んでいることから、低水準ながらも増加傾向となる。しかし、公共投資の削減で土木建設が一層厳しくなる。総じてみれば、景気は横ばいで推移する。
		司法書士	・政権が安定していないため、思い切った政策が実行されるとは考えにくく、現状維持が精一杯である。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・企業の優勝劣敗が続き、全体では大きな変化はないまま推移する。
やや悪くなる		通信業（営業担当）	・周囲の取引先の様子として、先々の業績予測、事業計画に対して、慎重な意見・姿勢を示すところが多いため、今後についてはやや悪くなる。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・公共事業の発注量の減少が見込まれるため、今後についてはやや悪くなる。
悪くなる		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・原価低減のため、大手企業が中国、東南アジアに作業を発注しており、今後、その傾向が更に強くなる。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	・低価格化がまん延していることから、今後については悪くなる。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・子ども手当の効果として、教育・学習支援系の求人が増加が見込まれるほか、外国人観光客の入込増による宿泊業関連の求人増加が見込まれる。また、個人向けのサービス業だけでなく、企業向けのサービス業も徐々に上向きになる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ここ半年ほどの動きをみても、大きく落ち込む可能性は低い。10～7月の求人広告の売上も前年比98%まで回復しており、8～9月の状況によっては、久しぶりに前年を上回ることが期待できる。
	職業安定所（職員）	・新規求職申込件数は前年とほぼ同数であったが、月間有効求職者数は2.2%減少し、2か月連続で前年を下回っていることから、今後についてはやや良くなる。	

変わらない	人材派遣会社（社員）	・当社で扱う人材派遣においては一般事務等のホワイトカラー系の派遣は特に増減はなく、現状維持的な動きである。医療関係の求人は増加傾向にあるが、この業界自体、ここ数年ニーズが高止まりで推移しており、景気が良いとは判断できない。販売系の派遣ニーズも横ばいで推移しており、中途採用の動きも大きな変化がみられない。自治体から発注される雇用対策事業は増加傾向にある。全体を通して、今後大きく変わる要素がみられない。
	人材派遣会社（社員）	・期間限定での雇用が若干あったが、長期的な見込みではないため、現状と大きな変化はない。
	求人情報誌製作会社（編集者）	・若年労働者の流出により、恒常的に労働者が不足しており、非正規求人のリピート需要の増加につながっている。正規雇用の需要は今一つ乏しい状況であり、今後もそうした傾向は変わらない。
	職業安定所（職員）	・4月以降、製造業の求人は前年を下回っている。建設業も4月及び6月は前年を下回るなど、基幹産業の求人の動きが鈍く、今後も変わらないまま推移する。
	職業安定所（職員）	・就職件数は前年を4.7%上回っているが、横ばいでの推移となっていることから、今後も変わらない。
やや悪くなる	職業安定所（職員）	・政策効果の息切れや欧米・中国経済の下振れが懸念されることから、今後の雇用環境についてはやや悪くなる。
	学校〔大学〕（就職担当）	・来春の卒業生を対象とする採用環境は、夏採用、秋採用を待たずして募引きの感がある。未内定者の支援対策の一環として、機会確保のために7月末に学内説明会を実施したが、参加企業の意向としては、優秀な人材の確保が命題であり、採用の山場は当月であるとの発言も少なくない。採用側からは、とりわけ優秀な人材の推薦を依頼されることから、採用側の要望と内定を得られない学生の見えない溝は今後更に深まることになる。
悪くなる	-	-