

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<br>動向<br>関連 | 良く<br>なっている     | コンビニ（エリア<br>担当）  | 販売量の動き   | ・たばこの値上げ前のまどめ買い需要が発生しており、今月だけでみれば、大幅な売上増加となっている。   |
|                | やや良く<br>なっている   | 商店街（代表<br>者）   | 来客数の動き   | ・3か月前と比べて、来客数が増えている。   |
|                |                 | スーパー（店<br>長）   | 来客数の動き   | ・客の購買動向をみると、無駄な物は購入しない慎重な様子が感じられる。例えば、カード会員であれば、特典のある日に客が集中するなど、お得感のある日に買物が集中する傾向がみられる。                                  |
|                |                 | 家電量販店（店<br>員）  | 販売量の動き   | ・残暑でエアコンが意外に伸びたことから、前年と比べると非常に良かった。エコポイント制度が追い風となり、薄型テレビもよく売れている。  |
|                |                 | 観光型ホテル<br>（経営者）  | 来客数の動き   | ・宿泊客の消費単価が低いものの、来客数そのものは安定してきている。  |
|                |                 | タクシー運転手  | お客様の様子   | ・8月1日からタクシー運賃が11.3%値上げしたが、利用者の乗り控えが予想以下にとどまっており、3か月前と比べると、やや良くなっている。   |
|                |                 | 美容室（経営<br>者）   | お客様の様子   | ・最近の客の会話の内容をみると、旅行や食事に関するものが増えてきている。節約も大事だが、少しは楽しむことも必要との雰囲気があるように感じられる。   |
|                |                 | その他サービスの<br>動向を把握で<br>きる者〔フェ<br>リー〕（従業<br>員）   | 来客数の動き   | ・9月に入り、航空運賃の割引率が大きくなったことに加えて、全国的な残暑の影響から、避暑のため、北海道に旅行する人が増加している。   |
|                | 住宅販売会社<br>（従業員） | 競争相手の様子  | ・最近、分譲マンションの在庫が順調に減ってきているため、一部の分譲マンションデベロッパーによるマンション用地の取得が活発化してきている。         |  |
|                | 変わらない           | 商店街（代表<br>者）   | 販売量の動き   | ・残暑が厳しかった影響で秋物の衣料品に動きがみられなかった反面、酒屋、コンビニなどの飲料品関連では前年を上回った。  |
|                |                 | 商店街（代表<br>者）   | お客様の様子   | ・ようやく秋めいてきたことから、客も秋物に目を留めるようになってきたが、まだ購入につながる状況までにはなっておらず、依然として客の慎重な行動が続いている。  |
|                |                 | 商店街（代表<br>者）   | 競争相手の様子  | ・先月から気温の高い日が続き、ようやく後半にかけて気温が下がってきたものの、どこの店もまだ夏を引きずった状態であり、秋物の正価品よりも夏物のパゲン品に頼らざるを得ない状況が続いている。                             |
|                |                 | 商店街（代表<br>者）   | お客様の様子   | ・たばこの値上げを控えて、客の金の使い方が変わってきている。   |
|                |                 | 百貨店（売場主<br>任）  | 来客数の動き   | ・売上は前年比92.3%と苦戦している。残暑の影響もあり、紳士服が前年比88.9%、婦人服が前年比85.8%と特に衣料品が苦戦しており、それが全体での売上にも影響している。ただし、買上客数は前年比96.6%と6～7月並みの水準となっている。 |
|                |                 | 百貨店（販売促<br>進担当）  | お客様の様子   | ・来客数の伸びと比較して、買上客数の伸びが鈍っている。  |
| 百貨店（役員）        |                 | お客様の様子   | ・猛暑の影響で、8月中旬以降は衣料品が大苦戦している。9月下旬になり、ようやく涼しくなってきたことから、秋物・冬物の動きが少しみられるようになってきた。 |  |
| スーパー（企画<br>担当） |                 | お客様の様子   | ・来客数、客単価は今までと変わらないが、消費に強さが感じられない。  |  |
| スーパー（役<br>員）   | 単価の動き           | ・9月はたばこの税率改正を控えての仮需要があったため、客単価が前年比で1～2%上昇しているが、仮需要分を除くと、この数か月それほど変わりなく推移している。仮需要分を除いた既存店ベースの数値をみると、販売量は前年比で1.5%上昇しているが、1人当たりの平均買上点数は、ここ数か月大きな変化はなく、やや弱含みで推移している。一方、商品単価は前年に対して、ほぼ100%と下げ止まったようである。 |  |  |

|           |                  |        |  |
|-----------|------------------|--------|--|
|           | スーパー（役員）         | 販売量の動き | ・今月は、値上がり前の駆け込み需要でたばこが前年の3倍売れた。たばこの売上の増加が全体の売上の減少分をカバーした月となっている。   |
|           | 家電量販店（地区統括部長）    | 販売量の動き | ・エコポイント制度の効果から、テレビの販売は引き続き好調であるが、冷蔵庫・洗濯機はここ3か月不振である。パソコンも不調のまま、全体としてはほぼ横ばいの状態である。  |
|           | 乗用車販売店（従業員）      | 販売量の動き | ・決算月を迎えたが、販売量は前年と変わらなかった。  |
|           | その他専門店【医薬品】（経営者） | 来客数の動き | ・9月後半になり、それまでの猛暑から急に冷え込んできたためか、客足がすさまじく減っている。周辺の店舗をみると、秋物を買いきりしている様子もうかがえる。  |
|           | 高級レストラン（スタッフ）    | 来客数の動き | ・大通公園で食をテーマとした秋の催事が開催されたことに加えて、飲食店の入る商業ビルが開業したことから、来客数が減っている。知人の繁盛店でもメインとなるような料理ではなく、パスタやピザなどの軽いメニューがよく出ると聞く。                      |
|           | 旅行代理店（従業員）       | 販売量の動き | ・国内の団体系の旅行が引き続き好調であるほか、海外旅行も円高の効果で好調を維持している。   |
|           | 旅行代理店（従業員）       | 販売量の動き | ・9月の取扱額は、国内旅行が前年比87%、海外旅行が前年比77%となっている。前年は9月の大型連休があり、海外旅行が大きく伸びたが、今年はカレンダーの日並びが悪いため、円高が大きな追い風とはなっていない。特にヨーロッパやハワイが伸び悩んでいる。         |
|           | タクシー運転手          | 来客数の動き | ・9月前半は暑い日が多く、雨の日も少なかったため、タクシー利用客は前年より減っている。ただし、当市ではタクシーを減車しているため、タクシー台数が前年から約300台、4%ほど減っており、1台当たりの売上は、前年並みとなっている。                  |
|           | タクシー運転手          | 来客数の動き | ・電話注文が減少しているほか、来客数も前年を下回っている。客単価も低下傾向にある。  |
|           | 通信会社（社員）         | お客様の様子 | ・現状を認識して、新しいことに取り組みたいと考える客はいるものの、慎重な姿勢は依然として変わらないため、景気が良い方向に進んでいる実感はあまりない。   |
|           | 観光名所（役員）         | 来客数の動き | ・今月は国内外の団体客が引き続き増加傾向にあるものの、前年のような9月の大型連休もなく、高速道路料金引下げの効果も薄れてきたことから、個人客が減少しており、前年並みの来客数の確保が難しくなっている。                                |
|           | その他レジャー施設（職員）    | 販売量の動き | ・春にオープンした競合スポーツ施設の方が施設・運用面等で柔軟性があり、価格も妥当か安いいため、より条件の良い方に客が流れている。前年と比較すると早めの予約が入りにくく、空きが多いため、予約時期も遅くなっている。                          |
|           | 住宅販売会社（経営者）      | お客様の様子 | ・客のムードが住宅を買うというムードになっていない。   |
| やや悪くなっている | 商店街（代表者）         | 来客数の動き | ・セールなどのイベント時には多少来客数が上向くが、通常営業の日の来客数は10%以上の減少となっている。  |
|           | 商店街（代表者）         | 来客数の動き | ・先月に引き続き来街者数が前年に比べて減少している。夏の最後のイベントにおいても期待どおりの来街者の増加はみられなかった。  |
|           | 一般小売店【土産】（経営者）   | 来客数の動き | ・全国的に夏が暑すぎたため、客足が少なかった。下旬になり、一気に涼しくなっても、客の減少が続いている。ただ、中国人観光客については、今のところ、領土問題のトラブルの影響もなく、それほど変化はみられない。訪れる観光客もあまり気にしていないのか、陽気な様子である。 |
|           | 一般小売店【酒】（経営者）    | 単価の動き  | ・客先の1度の購入量が少なくなっている。これまで1ケースで買っていたものが、バラで6本だけ買うようになっていたりする。  |

|                |               |                           |  |  |
|----------------|---------------|---------------------------|--|--|
|                | 百貨店（売場主任）     | お客様の様子                    | ・9月に入っても残暑が続いているため、中旬までは、秋物に動きがみられず、ジャケット・コートの売上は前年の80%以下となっている。夏物についても、処分品がないなかで客の購買がみられない。下旬においては、だいぶ涼しくなったことから、ジャケット・コートの動きが前年並みに戻ったものの、9月全体を通しては非常に厳しい状況にある。 |  |
|                | 百貨店（販売促進担当）   | 販売量の動き                    | ・今月は気温が高いため、秋冬物の動きが鈍い。気温の影響が生鮮の売行きにも表れており、品目ごとの価格が安定しないため、販売量に影響が出ている。   |  |
|                | スーパー（店長）      | 販売量の動き                    | ・例年にぎわうさんまの箱売り等が、不漁の影響により価格が高いため、不振である。店全体の販売量も、5月から右肩上がりだったが、ここにきて減り始めている。  |  |
|                | スーパー（店長）      | お客様の様子                    | ・9月はたばこの増税前の買いだめ等の特需があったが、気温が高いこともあり、衣料品が不振であり、苦戦が続いている。秋物が売れないまま、冬物に変わることが懸念される。  |  |
|                | 乗用車販売店（従業員）   | 販売量の動き                    | ・自動車購入時の国の支援策が終わったため、自動車の受注が極端に落ち込んできている。予想していた動きではあるが、厳しい結果となっている。  |  |
|                | 高級レストラン（スタッフ） | 来客数の動き                    | ・曜日の並びの関係で、来客数、売上とも前年比マイナス10%と大幅に減少した。ただし、前年の9月の大型連休の期間を除けば、ほぼ前年並みとなっている。  |  |
|                | 高級レストラン（スタッフ） | 来客数の動き                    | ・夏の観光シーズンが終わり、客層が観光客からビジネス客へと移り変わり始めているが、ビジネス需要の接待が減少している。   |  |
|                | 観光型ホテル（スタッフ）  | 販売量の動き                    | ・宿泊予約状況を見ると、先月に比べて、販売量が前年比で8%ほど下落している。夏場の観光シーズンの動向に期待したものの、残念ながら宿泊客は上向きになっておらず、特に平日の動きが悪い。   |  |
|                | タクシー運転手       | 販売量の動き                    | ・9月前半は売上も良く、3か月前と比べても約7～8%の伸びがみられ、前年との比較でも約3%の伸びとなっていた。しかしながら、3連休が終わった途端、急激に売上が下がっており、月全体の売上は前年を下回った。  |  |
|                | 美容室（経営者）      | 来客数の動き                    | ・あまりに景気が悪すぎて、何と答えれば良いのかわからない。  |  |
|                | 悪くなっている       | 乗用車販売店（営業担当）              | 販売量の動き   | ・エコカー補助金の早期予算消化の影響もあり、土日のイベント来場客が激減しており、受注量が半減した。  |
| 企業<br>動向<br>関連 | 良くなっている       | -                         | -  | -  |
|                | やや良くなっている     | その他非製造業<br>[鋼材卸売]<br>(役員) | 受注量や販売量の動き   | ・設備案件は少ないが、消耗資材の販売量は着実に伸びてきている。  |
|                | 変わらない         | 食料品製造業<br>(団体役員)          | それ以外   | ・加工原料の漁獲量の減少や原料の高騰、商品への価格転嫁交渉など、経営環境に厳しさが増すなか、消費者の節約志向の強まりから、業界での出荷額が10%近く減少している。  |
|                |               | 家具製造業（経営者）                | 受注量や販売量の動き   | ・円高や猛暑の影響による消費マインドの低下がみられたが、9月後半からは持ち直してきている。  |
|                |               | 金属製品製造業（経営者）              | 取引先の様子   | ・自社の仕事量は増えてきているが、取引先などは相変わらず、ひまそうにしている。  |
|                |               | 金属製品製造業（役員）               | 受注量や販売量の動き   | ・依然として受注量及び販売量が伸び悩んでいる。  |
|                |               | 輸送業（営業担当）                 | 取引先の様子   | ・製紙業や飲料・医薬品の輸送量は例年並みで落ち込みはみられない。生乳の道外輸送も順調である。   |
|                |               | 通信業（営業担当）                 | 受注量や販売量の動き   | ・受注量及び販売量は3か月前と比較して引き続き低調に推移しており、景況感としては、やや悪い状況が継続している。  |
|                |               | 金融業（企画担当）                 | それ以外   | ・公共事業が大幅に減少しており、土木建設業界は極めて厳しい。新車・家電販売、リフォーム業界は政策支援効果で堅調に推移している。猛暑の影響で夏物商品は好調な売行きとなっている一方で、海水温が高いため、さんまなどの漁獲量が減少しており、特に道東地域で大きな影響を受けている。観光関連は、中国人観光客のほか、国内観光客も増加しており、持ち直してきている。 |

|           |                          |                |  |  |
|-----------|--------------------------|----------------|--|--|
|           | 司法書士                     | 取引先の様子         | ・6月以降、不動産取引、建物の建築着工数ともに減少している。   |  |
|           | 司法書士                     | 取引先の様子         | ・依然として景気は不透明な状態であり、不動産への投資や新規の購買意欲がみられず、取引は停滞気味である。  |  |
|           | その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）  | 受注量や販売量の動き     | ・10月以降動き出しそうな案件が出始めている。ただ、実際に事業が確定してみないことには何とも言えず、不安な面がある。   |  |
|           | その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）   | 取引先の様子         | ・畑作の収穫が不調であり、農業関連の需要が減少している。   |  |
| やや悪くなっている | 建設業（従業員）                 | 受注量や販売量の動き     | ・新年度予算による公共工事の発注がほぼ終了したが、民間も含めた新規着工予定の工事は極端に少なく、見積物件も全くない状況が続いている。   |  |
|           | 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     | ・売上を前年比でみると、前年はプラスであったが、今年はマイナスになっている。   |  |
| 悪くなっている   | 食料品製造業（役員）               | 受注量や販売量の動き     | ・本来であれば新物の農産物が収穫され、販売量が最も増えてくる時期であるが、今年は3か月前よりも販売量が減っている。  |  |
| 雇用関連      | 良くなっている                  | -              | -  |  |
|           | 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   | ・公共事業関連ではない民間系の建設関連工事に伴う求人の増加が目立ってきている。また、家電量販店の販売員として、派遣スタッフの募集が増加しているほか、好天に恵まれたことで、8月に引き続きスーパーからの募集も続いている。 |
|           |                          | 職業安定所（職員）      | 求人数の動き   | ・新規求人数は15.2%増加し、7か月連続で前年を上回った。月間有効求人数は18.1%増加し、7か月連続で前年を上回った。  |
|           | 職業安定所（職員）                | それ以外           | ・8月の管内有効求人倍率が0.39倍となり、前月と比較して0.3ポイント増加した。  |  |
| 変わらない     | 求人情報誌製作会社（編集者）           | 雇用形態の様子        | ・季節型の臨時派遣アルバイトの求人依頼がある一方で、正社員の求人は横ばいであり、企業業績の先行きに対して慎重な姿勢がうかがえる。   |  |
|           | 求人情報誌製作会社（編集者）           | 求人数の動き         | ・紹介・派遣業やスーパー、ファストフードなどの求人が回復してきたが、建設業や旅客運送、介護・福祉関係の求人が減っており、全体としては変わらない。   |  |
|           | 新聞社〔求人広告〕（担当者）           | 求人数の動き         | ・今年に入ってから募集広告の売上が前年を上回っている。今月も売上は前年比104%と、その勢いが続いており、前々年並みの売上に近づいてきている。派遣など、負け組みの業種が固定化されてきているものの、前年まで出稿が少なかった、医療系、流通・小売系、加工製造卸系の業種が大きく実績を伸ばしている。              |  |
|           | 職業安定所（職員）                | 求人数の動き         | ・求人数の動きが小さく、求人倍率が低い水準で推移している。  |  |
|           | 職業安定所（職員）                | 雇用形態の様子        | ・8月の新規求人数は前年比で22.4%の増加となったものの、相変わらずパート契約社員の求人が増えている。一方、新規求職者数は前年比で0.3%の減少となった。この結果、月間有効求人倍率は0.46倍となり、前年の0.36倍を0.1ポイント上回った。                                     |  |
| やや悪くなっている | 人材派遣会社（社員）               | それ以外           | ・雇用環境の悪化を踏まえ、行政官庁からの雇用対策に関する委託事業が増えてきている。更に、行政官庁からは、雇用回復に向けた施策のヒントとなるような案はないかとの相談も増えてきている。   |  |
|           | 学校〔大学〕（就職担当）             | 採用者数の動き        | ・厳選採用が続くなか、未内定者が就職活動を積極的に実施する一方で、企業側の採用者数の伸びが鈍化している。9月に実施された合同企業説明会が相当数あり、学生に紹介するには十分な出展企業数であったが、企業においては、採用数が明示されつつも、求める人材像に高い基準を追求しており、イベント等を介した効果は厳しいものであった。 |  |
| 悪くなっている   | -                        | -              | -  |  |