

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<br>動向<br>関連<br><br>(北海道) | ◎          | －              | －  | －   |
|                             | ○          | 一般小売店〔土産〕（経営者） | 来客数の動き   | ・新型コロナウイルスの感染拡大が続いているものの、Go To Travelキャンペーンの効果が一定程度表れてきている。特に週末や4連休においては、前年の7割近くまで来客数が回復している。ただし、売上総額ではまだ前年の3割台にとどまっている。  |
|                             | ○          | 一般小売店〔酒〕（経営者）  | 販売量の動き   | ・客の業態にもよるが、コロナ禍からの脱却がみえ始めている。完全には戻っていないが、回復傾向が少しずつ強まっている。   |
|                             | ○          | 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はまだ続いているが、来客数、買上客数が少しずつ増加している。また、客単価が新型コロナウイルス発生以前よりも高くなっていることから、この傾向が続けば、売上の回復も期待できる。   |
|                             | ○          | スーパー（役員）       | それ以外   | ・Go To Travelキャンペーンの効果もあり、4連休を中心に観光客がかなり増えてきている。  |
|                             | ○          | コンビニ（エリア担当）    | お客様の様子   | ・周りの工事が増えてきたこと、飲食店の動きが少しずつ回復してきていることから、景気はやや良くなっている。観光客も3か月前と比べると、団体客などの動きが少しみられるようになってきている。  |
|                             | ○          | 乗用車販売店（従業員）    | 販売量の動き   | ・販売量が徐々に上向いてきている。先行きについても楽しみである。  |
|                             | ○          | 乗用車販売店（従業員）    | 販売量の動き   | ・4～6月の緊急事態宣言が出されていたときは客の流れも悪く、販売量も例年と比べて落ち込んでいたが、7～9月になると客の懐も少し緩み、乗換えが相当進んでいる。例年と比べても良いところまで持ち直していることから、景気は上向いてきている。  |
|                             | ○          | 乗用車販売店（従業員）    | 販売量の動き   | ・新型車両の導入などがあったこともあり、販売台数が予算に近い数字になってきている。   |
|                             | ○          | 自動車部品販売店（店長）   | 販売量の動き   | ・景気はやや良くなっている。季節の変わり目にあることから、必要素材の購入が増加するなど、客の購買意欲が高まっている。  |
|                             | ○          | 高級レストラン（スタッフ）  | 来客数の動き   | ・徐々にではあるが、来客数が増えてきている。  |
|                             | ○          | 観光型ホテル（経営者）    | 来客数の動き   | ・Go To Travelキャンペーンや地元自治体による宿泊喚起キャンペーンなどが寄与したことで一時の落ち込みは脱している。ただし、道内客が主体であり、道外客やインバウンド客が回復していないことから、本格的な来客数の回復には至っておらず、厳しい売上となっている。   |
|                             | ○          | 観光型ホテル（スタッフ）   | 来客数の動き   | ・若干ではあるが、Web経由の個人客、観光目的の客について回復の兆しがみられている。  |
|                             | ○          | 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で欠航していた航空便が9月に入ってから回復傾向に転じている。量的には例年に遠く及ばないものの、Go To Travelキャンペーンの効果もあり、団体旅行もようやく回復傾向がみられるようになってきている。周辺観光地では、4連休において自家用車を利用した道内客及びレンタカーを利用した道外からの個人客でにぎわい、久しぶりに活気のある風景がみられた。 |
| ○                           | 旅行代理店（従業員） | お客様の様子         | ・売上の主力である法人、組織の団体旅行について、3か月前は一切みられない状況であったが、9月は案件の取扱があった。新型コロナウイルスの影響は依然として大きいですが、少しずつ改善傾向がみられるようになってきている。 |   |

|   |                               |        |   |
|---|-------------------------------|--------|---|
| ○ | 旅行代理店（従業員）                    | 来客数の動き | ・飽くまで全く売上のなかった緊急事態宣言前後との比較ではあるが、Go To Travelキャンペーンの後押しもあり、8月と同様に一定の来客数がみられる。ただし、来客数がごく少数な上、単価の低い道内宿泊の成約が数件ある程度なので、赤字の状況は変わらない。                            |
| ○ | 旅行代理店（従業員）                    | 販売量の動き | ・まだまだ景気の悪い状態ではあるが、少しずつ客の動きが出てきているなど、最悪の状況は脱してきている。  |
| ○ | タクシー運転手                       | 販売量の動き | ・タクシー予約について、観光貸切りでの利用が入り出すなど、Go To Travelキャンペーンの効果がでてきている。ただし、当地域で開催される予定だった会合などがいまだに見送られており、完全に戻るまでには2年程度は掛かるとみられる。                                      |
| ○ | タクシー運転手                       | お客様の様子 | ・タクシー割引クーポン券やプレミアム付商品券が発売されたことにより、3か月前と比べればタクシーの利用状況は上がっている。ただし、売上は前年から30%のダウンとなっている。   |
| ○ | 観光名所（従業員）                     | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスによる停滞から徐々に回復傾向にあったが、9月は天候不良の日が例年よりも多かったため、24日時点の前年比は34.6%にとどまっている。ただ、4連休の際にはインバウンドでにぎわっていた前年と同じような来客数の日もあったことから、実感としては景気は上向きになっている。             |
| ○ | 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 | ・4連休や各種政策の効果がある程度みられたことから、前月と比較して利用客数が増加傾向となっている。   |
| □ | 商店街（代表者）                      | 来客数の動き | ・少しずつではあるが、来街者が戻ってきている。特に4連休の際は、人数自体はそれほど多くなかったが、久しぶりの人出がみられた。  |
| □ | 商店街（代表者）                      | お客様の様子 | ・客の様子をみる限り、景気が良くなっているとはいえない。  |
| □ | 商店街（代表者）                      | それ以外   | ・3月以降の景気悪化により、回復が見込めない状況のなか、9月は区域内で2店舗の閉店があった。店舗の閉店が続いたことで、ほかの店主や来街者にまで暗い雰囲気が漂っている。また、当地において、前月に新型コロナウイルスの新規感染者が見付かったことで来街者の足が止まったこともあいまって、景気の悪い状態が続いている。 |
| □ | 商店街（代表者）                      | 販売量の動き | ・新型コロナウイルスの影響がみられるなか、天候不順の影響で農作物の価格が高騰していることが売上に響いた。客の入込は4連休のみ良かった。   |
| □ | スーパー（店長）                      | それ以外   | ・売上は下げ止まっているものの、新型コロナウイルスが終息していないことから、相変わらず低い水準で推移している。   |
| □ | スーパー（店長）                      | お客様の様子 | ・6月は特別定額給付金の影響で消費が活発化したが、7月以降は節約志向がみられる。客単価の上昇や買上点数の増加がみられるものの、客の来店頻度が低下していることから、全体の売上はこれまでよりもやや減少している。   |
| □ | スーパー（企画担当）                    | 販売量の動き | ・コロナ禍のなか、食品スーパーマーケットの売上は引き続き好調に推移しているが、来店頻度の低下に伴い来客数が減少している。その一方でまとめ買いによる客単価の上昇傾向が引き続きみられる。   |
| □ | スーパー（役員）                      | 来客数の動き | ・コロナ禍のなか、国が人を動かすことで消費を拡大させる景気向上策に出ていることから、これまでの巣籠り需要にやや変化がみられるようになってきている。9月の売上は前年を上回って推移しているものの、伸びは鈍化傾向にある。また、来客数は前年から3～5%の減少、客単価は前年から6%前後の低下で推移している。     |

|   |                           |        |  |
|---|---------------------------|--------|--|
| □ | コンビニ（エリア担当）               | それ以外   | ・売上は前年を超えているものの、プレミアム付商品券などが影響しているためであり、景気の実態はそれほど良くないとみられる。   |
| □ | コンビニ（エリア担当）               | それ以外   | ・景気はやや良い状態で変わらない。3か月前は新型コロナウイルスの影響とキャッシュレス・消費者還元事業の効果により、売上が好調であった。9月は免許品の値上げ前の駆け込み需要が生じていることで売上確保につながっている。  |
| □ | 乗用車販売店（経営者）               | 販売量の動き | ・新型車の受注は順調であるが、全体の販売量に大きな増減はなく、余り変化はみられない。   |
| □ | その他専門店<br>[ガソリンスタンド]（経営者） | 販売量の動き | ・販売量が前年並みの水準に近づきつつある。  |
| □ | 高級レストラン（経営者）              | 来客数の動き | ・Go To Travelキャンペーンの効果もあり、観光客がやや増えており、3～5月に比べると景気はやや上向きにある。ただ、それも昼に限った話であり、夜になると地元客も来ないため、とても景気が良いとはいえない。今後は観光客の少ない時期となるため、景気はどんどん悪くなるのではないかと懸念している。   |
| □ | 高級レストラン（スタッフ）             | 販売量の動き | ・ランチが善戦したことで売上は前年の30%を超えそうだが、景気は3か月前と変わらない。売上が伸び悩んでいることから、テイクアウトを行いたいと考えているが、衛生面のことが心配でまだ手を出せない状況にある。ホテル内のレストランでは、いまだに休業を継続している店舗もみられる。朝食を含めて、少ないスタッフで対応している店舗も多く、客が入って混雑すると、スタッフの人数が足りないため、てんてこ舞いになっているようだ。また、ホテルによっては調理や配膳、ベッドメイクのバイト、パートを解雇した上で出勤停止状態を続けているところもあると聞く。 |
| □ | 高級レストラン（スタッフ）             | 来客数の動き | ・新型コロナウイルスの影響から脱し切れていない。   |
| □ | スナック（経営者）                 | 来客数の動き | ・前月とほとんど変わりはなく、景気の悪い状態が続いている。  |
| □ | タクシー運転手                   | お客様の様子 | ・コロナ禍のなか、3か月前と比べると若干落ち着きがみられることで、道内客が動き出している兆しがみられるようになってきている。しかしながら、まだまだ厳しい状況に変わりはない。   |
| □ | 美容室（経営者）                  | 来客数の動き | ・3か月前とほぼ同じような売上で推移している。客同士の距離を確保するため、現在も席を1つおきに使用し、完全予約制としているため、前年と比較すると20%程度の売上減になっている。   |
| □ | 美容室（経営者）                  | 販売量の動き | ・売上は前月と比べて5%弱の減少となっているが、減少傾向が続いているわけではない。前年と比べてもほとんど変わらないことから、景気は3か月前と変わらない。   |
| □ | 美容室（経営者）                  | 来客数の動き | ・例年であれば、イベント開催に伴う売上の増加がみられる時期だが、今年はイベントのほとんどが中止になっているため、影響が出ている。   |
| □ | 住宅販売会社（経営者）               | お客様の様子 | ・希望的観測も含めてだが、新型コロナウイルスの影響は底を打ったとみられる。ただし、先行きについては予断を許さない状況にあるため、現状維持で推移することになる。  |

|        |   |                      |            |  |
|--------|---|----------------------|------------|--|
|        | ▲ | 商店街（代表者）             | 販売量の動き     | ・新型コロナウイルスの新規感染者数は横ばい傾向で推移しているが、歓楽街において感染者が出続けていることから、中心商業地は危ないというイメージを払拭できないでいる。中心商業地はいまだに他地域と比べて落ち込みが大きく、売上も依然として前年比50%を割り込んでいる。歓楽街の店舗においては、もう少し街全体に与える影響を自覚して、自助努力を行ってもらいたい。組織立って感染防止に取り組んでいかないと、いずれ自分たちの歓楽街が消滅することにつながりかねない。そこまで追い込まれている状況である。 |
|        | ▲ | 百貨店（売場主任）            | 販売量の動き     | ・前年9月は消費税増税前の駆け込み需要があったことに加えて、インバウンドによる売上も好調だった。今年はそれらの反動で非常に厳しい状況にある。   |
|        | ▲ | 百貨店（役員）              | 販売量の動き     | ・前年は消費税増税の直前で駆け込み需要がみられた月であった。その影響を考慮しても、新型コロナウイルスの影響で前年よりも景気がやや悪くなっている。   |
|        | ▲ | 百貨店（営業販促担当）          | 来客数の動き     | ・6月は特別定額給付金の効果もあり、一時的に高額商材に動きがみられた。それに対して、9月は前年の消費税増税前の駆け込み需要やそれに合わせたイベント開催などがあったことの反動が大きい。年配客を中心に客の来場が戻っていない状況にある。  |
|        | ▲ | 家電量販店（店員）            | 来客数の動き     | ・9月は夏物家電と暖房機の需要期のはざまで来客数が少なかった。ただ、新型コロナウイルスの影響は少しずつ解消されてきている。  |
|        | ▲ | その他専門店<br>〔医薬品〕（経営者） | お客様の様子     | ・国の景気支援策には一定の効果があったが、国民の不安が長期的なものになってきていることから、悪い意味で動きが落ち着いてきている。景気回復に向けて、これからが重要な時期となってきている。   |
|        | ▲ | 通信会社（企画担当）           | 来客数の動き     | ・新型コロナウイルス感染拡大防止の観点から、店舗への来客数を抑えざるを得ない状況にあることから、通信機器の販売量は前年から3割程度落ち込んでいる。  |
|        | ▲ | 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を訪れる客との商談に要する時間が長くなってきている。購入決定の判断に迷う客が増えてきている。  |
|        | × | 一般小売店〔土産〕（経営者）       | 来客数の動き     | ・この4連休で例年の半数程度の人出がみられたことはプラスであったが、道内容が多かったことから売上には余りつながらなかった。売上は前年の27%まで回復したが、景気の水準は悪いままである。   |
|        | × | 衣料品専門店（店長）           | 販売量の動き     | ・クールビズ期間中は単価の低いワイシャツが落ち込んだだけであったため、持ちこたえることができたが、現在は衣替えのスーツが全く動いていないことから、景気は悪くなっている。何も売れない状況にある。   |
|        | × | タクシー運転手              | 来客数の動き     | ・9月のタクシー売上は8月と同じく前年比マイナス30%であった。4～5月の売上は前年比マイナス50%であったが、6月以降は前年比マイナス40～30%で推移している。夜の繁華街の人出は相変わらず少なく、昼間よりも夜間の売上の落ち込みが大きい。   |
|        | × | タクシー運転手              | 販売量の動き     | ・前月まで回復傾向にあったが、イベントなどが軒並み中止となったことから、景気は下向きに転じている。  |
|        | × | タクシー運転手              | 来客数の動き     | ・貸切りハイヤーの利用については、インバウンド客のオーダーが全滅である。国内旅行での利用も減少している。一般法人やイベント関係者からのオーダーも減少している。  |
|        | × | 美容室（経営者）             | それ以外       | ・消費者の考え方が新型コロナウイルスを機にがらっと変わってしまった。不安を抱いたまま生活していることから、景気は悪くなっている。   |
| 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 | ・自粛ムードが緩和されてきていることで人出が増えてきた。ショップへの来客数も増えており、受注につながり始めている。  |

|    |                          |            |  |
|----|--------------------------|------------|--|
|    | 金融業（従業員）                 | 取引先の様子     | ・低迷していたサービス消費は各種政策の効果に加えて、新型コロナウイルスに対する一般市民の意識が変化し、日常の消費行動が活発化していることで、持ち直しの動きがみられる。また、サービス以外の消費についても、衣料品を除けば底堅さがみられる。これらのことから、道内景気は3か月前と比べてやや良くなっている。        |
|    | 食料品製造業（従業員）              | 受注量や販売量の動き | ・依然として、前年から1割以上売上が落ちた状態が続いている。   |
|    | 金属製品製造業（従業員）             | 受注量や販売量の動き | ・5月から受注量が落ち込んでおり、回復の兆しがみえない。   |
|    | 建設業（従業員）                 | 受注量や販売量の動き | ・例年であれば、建設業の最盛期にあるが、新型コロナウイルスの影響で民間工事が減少しているため、見積りの引き合いや工事の打合せが少なく、比較的穏やかな時期となっている。  |
|    | 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を受けて、工事の進捗が遅れていたが、このところ天候が安定していることもあり、進捗状況は回復してきている。また、追加の工事案件があることで、完工高の上積みにつながっている。ただし、公共工事の年度内完工に向けて、工期日程的に厳しいものがある。                         |
|    | 輸送業（営業担当）                | 受注量や販売量の動き | ・相変わらず紙・パルプや建材の荷動きが鈍い。倉庫部門では、冷凍バターの在庫が増えているほか、農作物関連製品も需要減により多めの在庫を抱えたまま新物のシーズンに突入している。そのため、今後、経済活動が上向くことで、貨物が回転することを期待している。                                  |
|    | 司法書士                     | 取引先の様子     | ・取引先の各企業では、今後の社会状況をみながら、活動を強化したいと考えているようだが、新型コロナウイルス発生以前の状況には戻っていないのが現状である。  |
|    | 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 | ・売上は引き続き前年並みで推移している。   |
|    | その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）   | 取引先の様子     | ・客の設備投資意欲は弱い、受注に関しては変わらずに推移している。   |
|    | 通信業（営業担当）                | 取引先の様子     | ・当地はこれから冬季の準備に入る時期となるが、新型コロナウイルスの再流行への漠然とした懸念により、企業各社における営業活動や投資活動について慎重な姿勢が目立ち始めてきている。観光面ではGo To Travelキャンペーンの効果が出てきているが、取引先各社の状況から景況感を3か月前と比較すると、やや悪化している。 |
|    | 司法書士                     | 取引先の様子     | ・新型コロナウイルスの影響が依然としてみられる。自粛生活が当たり前となり、不要不急の外出などを控えることが習慣として身に付いたこともあり、大型案件である住宅などの新築や購入が先延ばしされている状況にある。不動産取引にかかる商談も、テレワークではなかなか進まないため、景気回復にはしばらくの時間が掛かることになる。 |
|    | コピーサービス業（従業員）            | 取引先の様子     | ・少しずつではあるが、景気は下向き傾向にある。車業界では新車販売が厳しい状況にあるため、年末に向けても景気が悪いまま推移する。  |
|    | その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）       | 受注量や販売量の動き | ・新型コロナウイルスの影響で仕事の仕方が変化しており、受注活動の制限や営業形態の変化による影響が出てきている。売上は前年実績から10%ほど落ちている。  |
|    | 食料品製造業（従業員）              | 受注量や販売量の動き | ・9月の販売量は前年比マイナス32.8%であり、3か月前の6月の販売量は前年比プラス1.0%だったことから、景気は悪くなっている。  |
| 雇用 | ◎                        | —          | —  |

|             |   |                |         |   |
|-------------|---|----------------|---------|---|
| 関連<br>(北海道) | ○ | 求人情報誌製作会社（編集者） | 周辺企業の様子 | ・飲食関係については、夜の飲食店も含めて、若干客足が増えつつある。また、百貨店にテナント入居しているアパレル系からの求人も復活傾向にある。ただし、新型コロナウイルス発生以前の水準にはまだ達していない。  |
|             | ○ | 求人情報誌製作会社（編集者） | 雇用形態の様子 | ・建設や介護、貨物運送など、新型コロナウイルスの影響を余り受けていない業種では、求職者からの反響が以前よりも増えていることもあり、正社員求人が少し戻ってきている。アルバイトやパートについても、正社員ほどの伸びではないが、前月と比べて多少増加傾向にある。ただし、先行きについては不透明な部分がある。                          |
|             | ○ | 求人情報誌製作会社（編集者） | 求人数の動き  | ・3か月前は国の緊急事態宣言が解除されたばかりの時期であり、企業側も様子見や自粛ムードが強く、募集、採用ニーズが弱かった。現在は必要に応じて募集する平常時に近い雰囲気が見られることから、景気はやや良くなっている。  |
|             | ○ | 求人情報誌製作会社（編集者） | 採用者数の動き | ・前年よりも掲載件数の少ない状況が続いていることもあり、応募数が前年を上回るなど、良い傾向が見られる。特に医療、介護、物流業界で顕著である。  |
|             | ○ | 職業安定所（職員）      | 周辺企業の様子 | ・3か月前と比べて景況感の良くなっている企業が一定程度みられる。一方、まだまだ回復していない企業もみられる。全体的には3か月前よりも景気が良いとみているが、業界や企業によるばらつきが大きい。   |
|             | □ | 職業安定所（職員）      | 求人数の動き  | ・8月の有効求人倍率は1.14倍と前年を0.01ポイント上回った。新規求人も前年を上回っている。  |
|             | □ | 学校 [大学] (就職担当) | 求職者数の動き | ・2021年新卒の大学生は求人数が少ないなか、Web面接などが行われていることから、企業の実際の雰囲気が分からないまま内定を得ている。この結果、企業側に内定承諾書を出さないまま、就活を長期化させる傾向が見られる。こうしたことから、将来に向けての人材確保が不十分になることが懸念され、企業業績の不振と合わせて出口の見えない不景気感が続くことになる。 |
|             | ▲ | 人材派遣会社（社員）     | 求人数の動き  | ・新規求人の依頼が低調である。過去に取引のあった企業に当社からアプローチしたり、求人サイトへの新規営業を行うことで月間求人数を維持している状況である。前年と比較すると、新規求人の申込みは5割減となっている。   |
|             | ▲ | 職業安定所（職員）      | 求人数の動き  | ・当地における8月の有効求人倍率は0.80倍であり、5月と比べて0.06ポイントの低下となっている。  |
|             | × | —              | —       | —   |