

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<br>動向<br>関連<br><br>(北海道) | ◎          | －  | －   |
|                             | ○          | 商店街（代表者）   | ・今後については、プレミアム付商品券等の利用期間に入るため、季節要因を考慮したとしても、新型コロナウイルスの新規感染者が頻発しない限り、全体的な景気は良くなる。ただし、夜型飲食店など、業種によっては多少のばらつきが生じることになる。                  |
|                             | ○          | 一般小売店〔酒〕（経営者）                                      | ・政府による自粛要請の緩和、Go To Travelキャンペーンなどの効果から、今後の景気はやや良くなる。消費者の自粛に対するストレスの反動も消費動向に良い影響を与えることになる。  |
|                             | ○          | 百貨店（売場主任）  | ・10月以降、前年の消費税増税を前にした駆け込み需要の影響がなくなることがプラスに働く。新型コロナウイルスの影響は続くため、厳しい状況は続くと思われるが、今後の景気はやや良くなる。  |
|                             | ○          | 百貨店（販売促進担当）  | ・年末に向けて、家なか消費の拡大が期待できることから、生鮮食品や加工食品、総菜、和洋菓子などの需要が増えることが期待できる。  |
|                             | ○          | 百貨店（役員）  | ・現状、新型コロナウイルスの第3波が最も危惧される要因であるが、今のところ、その兆しがみえないことから、今後の景気は若干ながら回復する。  |
|                             | ○          | スーパー（店長）   | ・前年は9月に消費税増税前の駆け込み需要があった反面、10月以降は消費が低迷していた。今年はそうした影響がないため、10月以降は前年以上の売上が見込める。また、春夏と比べれば、学校行事や社会行事の少ない時期となるため、新型コロナウイルスの影響を受けにくいとみられる。 |
|                             | ○          | スーパー（役員）   | ・新しい生活様式に人々が慣れてくることで、年末の帰省も含めて、徐々に人の動きが活発になると見込まれる。そのため、今後の景気はやや良くなる。   |
|                             | ○          | 家電量販店（経営者）   | ・前年と比べるとまだ厳しい面があるが、東京オリンピックの開催を控えてテレビ需要の増加が見込まれる。また、暖房器具などの季節商材の売上増加も見込まれる。   |
|                             | ○          | 家電量販店（店員）  | ・新型コロナウイルスの影響が解消されることを期待している。また、秋が深まり、気温が低下することで、暖房機の需要が上向くことも期待できる。  |
|                             | ○          | 乗用車販売店（従業員）  | ・今後については景気が良くなることを期待している。ただし、車の販売については、冬に向かって下向きになるため、やや心配している面もある。   |
|                             | ○          | 乗用車販売店（従業員）  | ・周りをみると、外食などの回数が増えてきている。また、冬季に向けての準備などもあるため、今後については消費が上向くことになる。   |
|                             | ○          | 自動車備品販売店（店長）                                       | ・新型コロナウイルスが落ち着いてきている雰囲気が出始めていることから、今後、客の行動範囲が広がり、消費が上向くことになる。   |
|                             | ○          | 旅行代理店（従業員）   | ・今後の景気については、新型コロナウイルスの感染状況に大きく左右される面があるため、現状と変わらないことが前提であるが、Go To Travelキャンペーンを企業や組織の団体旅行で利用するところが徐々に増えてくることが見込まれるため、景気はやや良くなる。       |
|                             | ○          | 旅行代理店（従業員）   | ・新型コロナウイルスの感染状況が拡大していないことが前提であるが、首都圏のテーマパークで新エリアがオープンすること、10月からGo To Travelキャンペーンで東京が対象に加わるなどから、ほぼ道内需要しかない現状と比べれば景気はやや良くなる。           |
| ○                           | 旅行代理店（従業員） | ・新政権の政策への期待もあり、今後、民間企業の動きや個人消費が増えてくことを期待している。      |   |
| ○                           | タクシー運転手    | ・新型コロナウイルスの動向次第だが、景気が良くなることを期待している。                |   |
| ○                           | 通信会社（企画担当） | ・毎年秋に販売する人気スマートフォンに対して、客の注目が集まり、購買意欲が上向くことを期待している。 |   |

|   |                       |  |
|---|-----------------------|--|
| ○ | 観光名所（従業員）             | ・Go To Travelキャンペーンの影響で、旅行を観光にという風が間違いなく吹いている。実際8～9月の祝日などでは、新型コロナウイルス発生以前と変わらぬ来客数の日もみられた。こうしたことから、国内個人観光客の動きがこれからますます加速することになる。                            |
| ○ | 住宅販売会社（経営者）           | ・まだまだ予断を許さない状況ではあるが、新型コロナウイルスが終息して、今後に向けて景気が徐々に上向くことを期待している。   |
| □ | 商店街（代表者）              | ・世のなかが不安定とはいわないが、このような状況で景気が上向いてこないことで、冬のボーナスが出るか不安になっている消費者が多いとみられる。今後、出費を抑える傾向が強まることを懸念している。   |
| □ | 商店街（代表者）              | ・新型コロナウイルスの勢いが収まることを期待しているが、以前の状態に戻るまでには時間が掛かることになる。   |
| □ | 一般小売店〔土産〕（経営者）        | ・10月1日から東京がGo To Travelキャンペーンの対象に加わることから、人の移動が活発になる。ただし、秋から冬にかけて新型コロナウイルスの感染が拡大することも懸念されるため、状況が一変することまでは期待できない。そのため、今後も同じような傾向で横ばいのまま推移することになる。            |
| □ | 百貨店（営業販促担当）           | ・新型コロナウイルスに対する警戒は冬も継続するとみられる。旅行や会合などの外出自粛が続くことになれば、衣料品を中心に動きがみられなくなる。  |
| □ | スーパー（店長）              | ・インフルエンザが流行する時期に新型コロナウイルスの動向がどうなるか予断を許さない状況にある。そのため、ワクチンや治療薬などの抜本的な対応策が出てこない限り、景気は下げ止まりの横ばい又は僅かな回復で推移することが見込まれる。   |
| □ | スーパー（役員）              | ・様々な分野で行動規制の緩和が始まってから、当地では月末時点の新型コロナウイルスの新規感染者数が増加傾向にある。一時的に新型コロナウイルスに対する人々の防衛感が薄まったことで、徐々に景気が悪くなるようにみえたが、再度、人々の感染防止意識が強くなることで、今と変わらないやや良い状態で推移することが期待できる。 |
| □ | 乗用車販売店（経営者）           | ・新車販売の先行指標である新車の受注量が9月も引き続き前年の水準を上回って推移していることから、今後も現在の好調な状況が続くと期待できる。  |
| □ | 乗用車販売店（経営者）           | ・漁獲量の低迷により地場産業である水産業が影響を受けており、加工業や運送業にもその影響が及び、経済的な影響が大きくなっている。そのため、プラスが見込める観光や酪農などの効果が相殺され、景気は大きな変化のないまま推移する。   |
| □ | 乗用車販売店（従業員）           | ・現状は景気の悪くない状況にあるため、このままの状態推移が見込まれる。新型コロナウイルスの感染が再度拡大すると、3～6月の厳しかった状況に戻る可能性もあるが、当地の場合、タイヤ交換などで来客数が増える時期であることから、うまく商戦につながることを期待でき、景気はそれほど落ち込まないとみている。        |
| □ | 乗用車販売店（従業員）           | ・現在の新型コロナウイルスの感染状況から、景気の先行きについて現状から大きく変わるようなことはない。   |
| □ | 住関連専門店（経営者）           | ・ビルテナントの賃貸を行っているが、収益悪化により退去するテナントがみられた。一度退去してしまうと新たなテナントの入居がしばらく見込めないため、今後の景気は厳しいまま変わらない。  |
| □ | その他専門店〔医薬品〕（経営者）      | ・消費者は、価値を見いだしたものに対してはどんな状況でも購入する傾向にある。今後の展開次第だが、必要不可欠な商材であることをアピールできれば景気は変わらないまま推移する。  |
| □ | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者） | ・先行きについては不透明である。   |

|   |                               |  |
|---|-------------------------------|--|
| □ | 高級レストラン（経営者）                  | ・10月からGo To Travelキャンペーンの対象に東京も含まれることになる。10月一杯までは観光客が増えることが期待できるが、10月を過ぎると段々と寒くなることと合わせて、インフルエンザや新型コロナウイルスが流行する可能性があることから、どのような状況になるのか見当も付かない。ただ、景気が良くなるとはいえないため、今後の景気はやや悪くなる。 |
| □ | 高級レストラン（スタッフ）                 | ・例年10～11月は観光閑散期であるが、今年は9月も土日祝日以外は閑散期のような状況であったことから、これから10～12月に掛けて、売上がどの程度変動するのか想像も付かない状況にある。   |
| □ | タクシー運転手                       | ・Go To Travelキャンペーンの効果に期待しているが、現在の問合せや予約状況から、これまでの減少分を持ち直す程度になるのではないかとみられる。  |
| □ | 観光名所（職員）                      | ・新型コロナウイルスの影響で引き続き低調に推移している。観光事業者としてはGo To Travelキャンペーンなどの施策が頼みの綱であるため、短期的な実施にとどめるのではなく、最低でもインバウンド客の入国が全面解禁されるまでの長期的な視点での実施を望んでいる。   |
| □ | 美容室（経営者）                      | ・今後も新型コロナウイルスへの感染状況は変わらないとみられることから、客同士の距離確保のため、半分しか施術席を使用できない状況が続く。そのため、売上也今の状態が続くことになる。   |
| □ | 美容室（経営者）                      | ・当店では新型コロナウイルスの影響も余りなく、これからも影響が出てくるとは考えられない。ただ、景気が上向くような兆しもみられない。  |
| ▲ | 商店街（代表者）                      | ・周りで閉店したり、廃業する店が増えたことから、商店街全体の客足が落ちることになるため、元に戻るまでしばらく時間が掛かることになる。   |
| ▲ | スーパー（店長）                      | ・新型コロナウイルスによる収入減の影響か、客の買物の様子がシビアになっている。  |
| ▲ | スーパー（企画担当）                    | ・これから秋冬に向けてインフルエンザと新型コロナウイルスの同時流行のリスクが叫ばれていることから、心理的な不安とあいまって、消費動向は楽観のできない状況が続く。   |
| ▲ | コンビニ（エリア担当）                   | ・これまではキャッシュレス・消費者還元事業、免許品の値上げ前の駆け込み需要の影響で売上を確保できていたが、今後はその反動が出てくるため、売上は落ち込むことになる。  |
| ▲ | コンビニ（エリア担当）                   | ・食費が普通に掛かっている上、宅配などを利用する機会も増えていることから、家庭での消費額はやや増えているとみられる。また、後は燃料費、暖房費などの費用もかさむことになる。その一方で、収入は変わらないため、今後の景気はやや悪くなる。  |
| ▲ | コンビニ（エリア担当）                   | ・新型コロナウイルスの影響が継続するとみられる上、たばこの駆け込み需要の反動が出てくることが見込まれることから、今後の景気はやや悪くなる。  |
| ▲ | その他専門店 [造花]（店長）               | ・3月以降、前年割れが続いており、回復の兆しがみられないことから、今後の景気はやや悪くなる。   |
| ▲ | 高級レストラン（スタッフ）                 | ・インフルエンザや風邪が流行し、新型コロナウイルスと混同されることが懸念される。そのため、今後の景気については一層の冷え込みが見込まれる。  |
| ▲ | 旅行代理店（従業員）                    | ・10月以降は観光の閑散期となってくるため、夏場のような集客が見込めない。1月末から2月に掛けての流氷観光時期まで観光需要の拡大は難しいとみられる。   |
| ▲ | タクシー運転手                       | ・タクシー業界は景気に左右されやすい上、観光面の影響も受けやすい。今後の景気が落ち込むことになれば、観光面にも影響が出ることになるため、以前の状態に戻るまで数年は掛かるのではないかと懸念している。   |
| ▲ | タクシー運転手                       | ・10月からGo To Travelキャンペーンの対象に東京も含まれることになり、地域共通クーポンの配布も始まるが、新型コロナウイルスの感染拡大が懸念されることから、今後の景気はやや悪くなる。景気を上向かせるためには、いち早いワクチンの開発が必要である。  |
| ▲ | その他サービスの動向を把握できる者 [フェリー]（従業員） | ・新型コロナウイルスの影響について、いまだに回復の見通しが立っておらず、政策効果も限定的なものにとどまるとみられることから、今後の景気はやや悪くなる。  |

|                             |   |                        |  |
|-----------------------------|---|------------------------|--|
|                             | × | 商店街（代表者）               | ・これから観光のシーズンオフに向かうことに加えて、冬を迎えて新型コロナウイルスの感染拡大が懸念されるため、今後の景気はやや悪くなる。   |
|                             | × | 商店街（代表者）               | ・9月の大型連休に期待していたが、客が郊外の観光地に流れたことで、中心商業地への客の入込は少なく、期待外れで終わった。10月以降のGo To Travelキャンペーンの予約状況も現在のところは低調に推移している。当地はこれから冬に向かい、観光の閑散期となるため、北海道を目的地とする旅行が増えることは期待できない。このため、観光シーズンを逃したGo To Travelキャンペーンの効果は薄いとみられ、北海道の観光業にとって危機が迫っている状況にある。 |
|                             | × | 一般小売店〔土産〕（経営者）         | ・当社はこつぶ小売専門店として5店舗を運営していたが、そのうち1店舗を閉鎖した。社員の解雇はせずに頑張っているが、観光客相手の店舗の閉店が周りで相次いでいることから、今後、失業者が相当増加することが懸念される。  |
|                             | × | コンビニ（エリア担当）            | ・冬を迎えて、新型コロナウイルスの第3波が来るとみられることから、今後の景気は悪くなる。   |
|                             | × | 衣料品専門店（店長）             | ・リモートワークが定着したことで、スーツ関連の売上が落ち込むことが懸念される。当業界は、最低限の保証がある外食産業以上に悲惨な状況になっていくことは間違いない。   |
|                             | × | 高級レストラン（スタッフ）          | ・例年であれば、9月までが繁忙期であり、この先は閑散期に向かうことになる。9月の景気は3か月前と比べれば良くなっているものの、集客が前年の50%にとどまっているため、閑散期である3か月後に景気が好転するような要因が見付からない。   |
|                             | × | 観光型ホテル（経営者）            | ・これから冬季シーズンに入り、例年であれば団体客やインバウンド客のシェアが高まる時期だが、今年は双方とも見込めない。冬季は道民の宿泊需要も急減するため、年末に掛けて大変厳しい景況感になるものと懸念している。  |
|                             | × | 観光型ホテル（スタッフ）           | ・今年はイベントの催行がないことから、今後の景気は悪くなる。また、今年は曜日並びが悪く、連休がないこともマイナスである。   |
|                             | × | タクシー運転手                | ・例年10～11月はタクシー利用が減ってくる時期である。コロナ禍の今年は例年以上の利用減になることが懸念されるため、景気は悪くなる。   |
|                             | × | タクシー運転手                | ・新型コロナウイルスに対する消費者の生活パターンが定着していることから、今後の景気回復は永遠に望めない。   |
|                             | × | 美容室（経営者）               | ・景気が良くなるような要素が全くないことから、今後の景気は悪くなる。   |
|                             | × | 住宅販売会社（経営者）            | ・客の多くが将来の所得に不安を持っており、分譲マンションの購入をちゅうちょしている。そのため、分譲マンション市場は縮小傾向にある。消費税の減税など、何らかの経済対策が行われることを期待している。  |
| 企業<br>動向<br>関連<br><br>(北海道) | ◎ | —                      | —  |
|                             | ○ | 金属製品製造業（経営者）           | ・客からの受注の見込みがあるため、今後の景気はやや良くなる。   |
|                             | ○ | その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長） | ・国の政策効果もあり、観光関係が多少回復傾向にあることから、今後の景気はやや良くなる。  |
|                             | □ | 食料品製造業（従業員）            | ・売上が上向くような案件が見当たらないため、今後も景気は変わらない。   |
|                             | □ | 食料品製造業（従業員）            | ・価格改定の影響により、受注量が大幅に減少している。2～3か月後も同様の状況が続くとみられる。  |
|                             | □ | 家具製造業（経営者）             | ・新型コロナウイルスの新規感染者数の増減に社会活動が大きく左右される状況が変わっていないことから、まだ本格的な景気回復を望みにくい。   |
|                             | □ | 金属製品製造業（従業員）           | ・新規住宅着工件数が前年から15%程度ダウンしたままであることから、今後も景気は変わらない。   |
|                             | □ | 建設業（役員）                | ・新型コロナウイルスの影響が長期化することは避けられないことから、次年度以降の受注見通しについて楽観できない状況は今後も変わらない。   |

|                   |   |                          |  |
|-------------------|---|--------------------------|--|
|                   | □ | 司法書士                     | ・今後の見通しについて、新型コロナウイルスに対応した社会システムが構築されることになれば、それに伴い景気も回復傾向に転じるとみられるが、しばらくは厳しい状況が続くことになる。  |
|                   | □ | 司法書士                     | ・Go To Travelキャンペーン、Go To Eatキャンペーンなどの経済対策が行われているが、恩恵を受けるのは一部の業種に限られる。全体的な景気回復には多くの業種の景況感が上向くことが必要であり、年内は現状維持が精一杯とみられる。  |
|                   | □ | その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当） | ・新型コロナウイルスの動向が民間設備投資に影響を与えることが懸念されるため、年内は現在の状態が続くことになる。  |
|                   | □ | その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）       | ・現在の経営環境では、景気回復に向けての行動が制限されるため、今後の大幅な景気改善は難しい。   |
|                   | ▲ | 建設業（経営者）                 | ・今後の新型コロナウイルスの動向次第だが、良くて現状維持で推移することになる。公共工事は例年のペースで推移しているものの、民間建築は冬季を迎えて引き合いが減ることになる。戸建て住宅は持ち直しの兆しもみられない。  |
|                   | ▲ | 建設業（従業員）                 | ・道内の地方都市で建て替えを計画していた複数の医療施設において、コロナ禍での患者数の減少を受けて計画中断を余儀なくされている。今後の民間施設投資の落ち込みが危ぶまれる。   |
|                   | ▲ | 輸送業（支店長）                 | ・物流業界では、稼働維持のための運賃下落のフェーズに入りつつあることから、今後の景気はやや悪くなる。   |
|                   | ▲ | 通信業（営業担当）                | ・これから気温が低下するにつれて、新型コロナウイルスの新規感染者数が再度増加する懸念があることから、今後の経済活動全般が制約される可能性が高い。また、その可能性の高さを各企業が過敏に捉えることで必要以上に経済的活動が抑制されることが想定される。その結果、今後の景況感が必要以上に下押しされることになる。                |
|                   | ▲ | その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）  | ・発注を先延ばしにしているという話を身近でよく聞くようになったことから、今後の景気はやや悪くなる。  |
|                   | ▲ | その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）  | ・公共工事は例年と変わらずに行われているが、民間投資工事は先行きへの不透明さがあることから、一部延期、中止の動きがみられている。このため、今後の景気はやや悪くなる。   |
|                   | × | 金融業（従業員）                 | ・足元で失業率の上昇や有効求人倍率の低下がみられるなど、雇用情勢が悪化基調にある。また、今後、持続化給付金の支援効果が剥落することで企業の資金繰りが悪化することも見込まれる。このため、道内の雇用、所得環境は一層悪化する可能性が高く、これに伴い個人消費が減速することも懸念される。これらのことから、道内景気は3か月前と比べて悪くなる。 |
| 雇用<br>関連<br>(北海道) | ◎ | —                        | —  |
|                   | ○ | 求人情報誌製作会社（編集者）           | ・Go To Travelキャンペーン、Go To Eatキャンペーンなどの効果により、停滞している飲食業界、宿泊業界に動きが出てくることを期待している。  |
|                   | ○ | 職業安定所（職員）                | ・まだまだ新型コロナウイルスの影響がみられる状況ではあるが、今以上に景気が悪くなることは考えづらく、今後の景気は少しずつでも改善することになる。   |
|                   | □ | 求人情報誌製作会社（編集者）           | ・ウィズコロナの状況に住民が慣れてきていること、Go To Travelキャンペーンや地域における各種の需要喚起策などの効果が表れ始めていることから、人の動きが活発化している。   |
|                   | □ | 求人情報誌製作会社（編集者）           | ・外国人観光客が増えてこない限り、経済の回復も限定的なものにとどまる。ワクチンなどが開発、普及してこない限り、経済活動が好転することはない。   |
|                   | □ | 求人情報誌製作会社（編集者）           | ・忘年会や帰省の増える年末、冬の観光シーズンに例年どおりの人の動きが見込めるのか、全く読めない。冬場の観光入込が多い当地において大きな問題となっている。   |
|                   | □ | 職業安定所（職員）                | ・有効求人数は前年を下回っているが、新型コロナウイルスの影響を大きく受けている宿泊業、飲食業、旅客運送業などに持ち直しの傾向がみられる。   |

|   |               |   |
|---|---------------|---|
| □ | 職業安定所（職員）     | <p>・当地における新規求人数は前年比マイナス26.0%、月間有効求人数は前年比マイナス25.1%といずれも減少しているが、新型コロナウイルスの影響を受けて低迷している経済活動がこれから回復することで、求人数、有効求人倍率についても徐々に復調することが見込まれる。</p>                                  |
| □ | 学校 [大学]（就職担当） | <p>・新型コロナウイルスによる影響を受けていない業界を除き、現在の不景気は継続する。Go To Travelキャンペーンなども一時的なカンフル剤であり、将来に対する各業界の不安感が払拭されない限り、しばらくはこのままの状況が続く。</p>  |
| ▲ | 人材派遣会社（社員）    | <p>・現在、雇用調整助成金及び持続化給付金などで何とか経営を維持している企業が多くみられる。特に中小企業において、その傾向が顕著である。今後、助成金や給付金の申請受付期間が終わると、中小企業などでは事業承継問題と合わせ、事業の継続を見送る事例が出てくることも見込まれる。また、飲食業などの失業者増加も景気に影響を与えそうである。</p> |
| × | —             | —   |