

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	・来客数は回復しつつある。ただ、新型コロナウイルス流行前の状態に戻るには時間が掛かる。
	○	商店街（代表者）	販売量の動き	・果実収穫の全盛期であることから、景気はほんの少しだけ上向いている。ただ、前年実績とは程遠い。
	○	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・売上は5月が最も悪く、前年比3.3%となっていたが、10月は前年比で43%まで回復している。
	○	一般小売店〔酒〕（経営者）	単価の動き	・販売量はまだ以前の状態に戻っていないが、思い切った買い方をする客が増えており、客単価が上向いている。
	○	百貨店（売場主任）	販売量の動き	・10月は9月と比べて売上が戻ってきている。ただ、前年は9月に消費税増税前の駆け込み需要がみられ、10月に需要の先食いによる売上減が起きていたことから、単純に比較できない面がある。
	○	百貨店（販売促進担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響が薄らいでいることで、来客数、売上が回復してきている。
	○	スーパー（役員）	来客数の動き	・10月の来客数は前年並みに届いていないものの、過去数か月間での比較では回復傾向にある。また、客単価も8～9月と比べると3～4%伸びており、売上を押し上げている。
	○	スーパー（役員）	販売量の動き	・前年は消費税増税の駆け込み需要の反動による消費の冷え込みがあったこともあり、前年と比べて好調な売上となっている。
	○	コンビニ（エリア担当）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの影響はいまだにみられるものの、Go Toキャンペーンの実施とともに売上が回復傾向にある。
	○	家電量販店（店員）	お客様の様子	・下見目的の来客数がやや増えてきている。
	○	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・新型車を中心に受注量が伸びてきている。ただ、メーカーの供給体制が悪く、新車登録が遅れ気味であるため、売上が比例していない状況にある。供給状況が改善すればもう少し景気は良くなる。サービス部門の売上も車検対象台数が増えてきたことで売上が増加傾向にある。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・9～10月にかけて販売量が上向いている。ただ、月末になり、やや落ち込む傾向がみられることが気掛かりである。
	○	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・販売台数の前年比が上向いていること、新車販売台数が目標に近い台数まで伸びていることから、景気はやや良くなっている。
	○	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	販売量の動き	・販売量が回復しつつある。
	○	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・地元客に加えて、観光客も増えており、それに伴って収益が改善している。
○	観光型ホテル（経営者）	単価の動き	・Go To Travelキャンペーンの効果により消費単価が伸びていることから、売上が回復傾向にある。ただ、2月以降の予約が大きく落ち込んだままであることから、その効果も1月一杯までとみられる。これから冬季を迎えて、道内外の個人客の動きが悪くなること、外国人観光客が一切見込めないことから、来春までの経営は非常に厳しくなることが懸念される。	
○	観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンにより北海道内の観光需要が喚起されつつある。ただ、週末は稼働が上がるが、平日は低調である。	
○	旅行代理店（従業員）	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンの開始直後は、マイカー利用の道内客のみが増加していたが、9月の連休頃から航空機利用の個人客、大型バス利用の団体客が増え始めており、需要が回復に転じてきている。	

○	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・主力である法人の団体旅行はいまだに皆無に等しい状況であるが、中学や高校の修学旅行、部活動の遠征に伴う宿泊や交通機関の取扱が徐々に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	・Go To Travelキャンペーンにおける地域共通クーポンの取扱が10月から始まったことが後押しとなり、客の動きが出てきた。
○	タクシー運転手	販売量の動き	・コロナ禍のピーク時期と比べれば、確実に景気は上向いている。ただ、Go To Travelキャンペーンが始まってから、今まで感染者が余り確認されていなかった地方都市部においても、新型コロナウイルスの感染者がみられ始めていることが気掛かりである。
○	タクシー運転手	販売量の動き	・Go To Travelキャンペーンや地域共通クーポン券の効果により、消費が多少上向いてきている。売上に関しては前年並みの数値になってきている。
○	タクシー運転手	お客様の様子	・緊急事態宣言が解除されたこと、Go To Travelキャンペーンが開始されたことにより、3か月前と比べると、一定程度の回復の兆しが見られる。ただ、10月下旬になり、当地において2件のクラスターが確認されたことが気掛かりである。
○	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・話題の通信端末が発売され、前年に発売された端末よりも3倍程度売行きが良いことから、景気はやや良くなっている。ただ、オンラインによる購入が増えている一方で、店舗での購入が大幅に減っていることが気掛かりである。
○	観光名所（従業員）	お客様の様子	・3か月前の利用者は多い日でも1000人程度であったが、10月はGo To Travelキャンペーンの効果が顕著に表れていることで、平均して2000人程度、多い日で4000～5000人となるなど、利用者が伸びてきている。ただし、例年並みの水準には程遠い。
○	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	・例年であれば、この時期の輸送量は大きく落ち込むが、今年はGo To Travelキャンペーンの効果が顕著に表れている。
□	商店街（代表者）	来客数の動き	・10月初旬から中旬にかけて、中心部を訪れる客が徐々に回復しており、飲食店のなかにも前年の6割程度まで回復した店舗がみられたが、下旬に中心部で2名の新型コロナウイルス感染者が確認されたことで客足が止まり、飲食、物販共に低調となった。
□	百貨店（役員）	それ以外	・今のところ、来客数、売上共に前年並みの水準となっている。ただ、前年は消費税増税の影響で売上が落ち込んでいたことから、新型コロナウイルスの影響から脱却しつつあるのかどうか、今一つ見極めが付かない。
□	百貨店（営業販売担当）	来客数の動き	・前年のように物産催事などを開催できていないこともあり、来客数が回復してこない。特に年配層の動きが悪く、婦人服、婦人雑貨などの関連商材の売上が回復してこない。
□	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。底を打った感はあるが、以前の水準に戻るところまではしていない。
□	スーパー（店長）	来客数の動き	・買上点数や客単価は前年から10%ほど上昇しているものの、来客数は前年から10%ほど下がっており、売上は前年とほとんど変わっていない。新型コロナウイルスの流行後、食品に関してはこうした傾向がずっと変わっていない。
□	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・新型コロナウイルスの流行以降、来客数の減少が継続している一方で、プレミアム付商品券などの効果で客単価や買上点数が上向きとなっているなど、少し異常な状況にある。実際の景気は横ばいか下向きとみられる。
□	コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数は前年比85%となっている。特に夕方から夜間にかけての落ち込みが激しい。

□	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・通常時と比べて、販売量が20～30%ダウンしている状況がここ数か月続いている。
□	自動車備品販売店 (店長)	販売量の動き	・来客数の落ち込み幅が同じような水準で推移している。タイヤの販売量についても同様の状況にある。売上をみて一昨年を下回る水準で推移している。
□	高級レストラン (経営者)	来客数の動き	・Go To Travelキャンペーンが行われていること、対象地域に東京が含まれたことで、観光客が増えてきている。ただ、昼は客の来店があるものの、夜は会合や宴会などが全くみられない。景気は3か月前よりは良くなっているが、全体的には現状維持の状態である。
□	高級レストラン (スタッフ)	販売量の動き	・昼食は前年比30%を上回って推移しており、3か月前と変わらない。夜は振りの客、予約客が少ないが、10月に入ってから若者を中心に人の流れが良くなっている。ただ、どの飲食店も最低限の人数で営業しており、想定を超える来客数があると混乱している。地方の飲食店は、高単価店も含めて、昼が良くても夜が悪く、どうにか持ちこたえている状況にある。地方の宿泊施設では、感染対策が当たり前になっており、従業員も客も慣れてきているようだ。
□	スナック(経営者)	来客数の動き	・元々、景気の悪い状況にあり、これ以上景気が悪くなることはない。
□	タクシー運転手	お客様の様子	・コロナ禍のなか、ここ2～3か月の景気は良いとも悪いともいえない状況にある。Go To Travelキャンペーンなどの効果もあり、若干人の動きがみられるようになっているが、そうした動きが賃金に反映されるまで時間が掛かることになる。
□	美容室(経営者)	販売量の動き	・直近3か月、ほぼ同じような来客数、売上で推移しており、変化が余りない。ただ、今年は完全予約制で人数制限をしたうえでの営業となっているため、前年と比較すると約10%程度の売上減となっている。
□	美容室(経営者)	販売量の動き	・3か月前、前年と比べて、売上はほとんど変わっていない。
▲	商店街(代表者)	お客様の様子	・景気が悪いことを肌で感じている客が多い。客がそのように話しているのを耳にする機会も多い。
▲	一般小売店〔土産〕 (経営者)	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーンの対象地域に東京が含まれたことで、客が本格的に増え始めている。特に地域共通クーポンの効果は大きく、売上の3～4割強を占めている。
▲	コンビニ(エリア担当)	販売量の動き	・キャッシュレス・消費者還元事業が終了し、たばこや酒類の増税前の駆け込み需要もなくなったことから、商材の動きが悪くなっている。これまで販売量が伸びていた商材であっても、前年割れするものがみられる。今後、こうした商品群が増加するとみられる。
▲	コンビニ(エリア担当)	来客数の動き	・観光についても少し動きがみられるようになっているが、当地ではまだ一部の団体客しか訪れていない。店舗の来客数もやや減少する傾向がみられる。
▲	乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・例年、寒くなると客足がやや落ちてくる傾向にあるが、当地における新型コロナウイルスの感染者が増えてきていることから、2～3か月前と比べて客足が鈍くなってきている。
▲	旅行代理店(従業員)	来客数の動き	・新型コロナウイルスの感染状況やその報道によって、景気が左右されやすい状況にあり、景気はやや悪くなっている。
▲	旅行代理店(従業員)	それ以外	・北海道における新型コロナウイルスの感染者が増え、警戒ステージがステージ2に引き上げられたことで消費マインドが低下している。
▲	タクシー運転手	来客数の動き	・イベント関係や国内旅行者による予約件数が減少しているなか、予約キャンセルもみられることから、利用客数が減少傾向にある。
▲	住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・新型コロナウイルスが終息するという期待を持っていたが、ここに来て感染者が増えてきていることから、再び景気が下向きになるのではないかと懸念している。
▲	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への来場者の多くが購入に慎重であるなど、様子見の客が多い。

	×	商店街（代表者）	お客様の様子	・新型コロナウイルスの感染者数が落ち着いてきたことで、客足も戻りつつあったが、ここに来て歓楽街でクラスターが発生する状況が続き、とうとう1日の感染者が最高を更新した。気の緩みなのか、マスクを着用しない人も増えており、これから冬に向かうなかで一層の感染拡大が懸念される。商業は年末に向けて壊滅的な状況となることが懸念される。
	×	スーパー（従業員）	来客数の動き	・来客数が回復するような要素がみられない。コロナ禍における消費低迷が今後一層進行することが懸念される。
	×	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・例年であれば、実売期を迎えて、スーツ関連の動きが盛り上がる時期だが、今年は消費が落ち込んでおり、全く動きがみられない状況となっている。
	×	タクシー運転手	来客数の動き	・10月の売上は前年比マイナス30%であった。今年は5月の売上が前年比マイナス50%となり、6月以降マイナス30%程度で推移している。例年であれば、寒くなるとタクシーの利用が増える傾向にあるが、今年は新型コロナウイルスの影響で利用客は減ったままである。特に歓楽街が閑散としており、歓楽街での利用客が極端に減っている。
	×	美容室（経営者）	お客様の様子	・Go To Travelキャンペーンの影響で全国的に人の移動が増えているなか、新型コロナウイルスの感染者が収まるどころか増えていることから、外出を控えたいと考える客が増えている様子がうかがえる。
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	・新型コロナウイルスの感染者は減っていないが、重症者が少ないこともあり、社会活動が活発になってきている。家での暮らしが見直され、家具インテリアに金を使う人が増えていることもプラスとなっている。
	○	輸送業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・農作物関連商材の荷動きは、新シーズンを迎えて順調な滑り出しとなっている。生乳は本州向けの荷動きが一段落しているものの、紙パルプは年末需要に向けて動き始めている。一方、一般雑貨の荷動きは相変わらず鈍い。トレーラー物流については、消費の底上げによって上向くことを期待している。
	○	通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新型コロナウイルスの影響で営業行動が落ち込んでいるものの、客の購買行動がみられ始めていることから、受注量は増加している。
	○	金融業（従業員）	取引先の様子	・新型コロナウイルスに対する意識が変化していることから、日常の消費行動が活発化している。観光も政策効果により道外客の持ち直しがみられる。サービス以外の消費は引き続き底堅いことから、消費の持ち直しに伴って景気は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	・3か月前と比べて変化がみられず、売上の悪い状態が続いている。
	□	建設業（役員）	受注量や販売量の動き	・工事の追い込み期に入り、新型コロナウイルスの影響で進捗が遅れていた工事もばん回しつつある。一方、収益的にはコストアップを避けられず、計画を下回る状況から脱せずにいる。
	□	司法書士	取引先の様子	・取引先企業において、業務の範囲を広げて営業活動を行うことで、業績アップを図る動きがみられる。
	□	司法書士	取引先の様子	・以前と比べて、不動産取引の動きが少しはみられるようになってきたが、依然として新型コロナウイルスの影響が大きい。Go To Travelキャンペーンについて、百万人泊単位で利用されているとの報道もあるが、景気が良くなってきたとの実感はない。
	□	コピーサービス業（従業員）	取引先の様子	・受注量からみても、景気は大きく変わっていない。
	□	その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・コロナ禍においても建設現場が動いていることから、景気は変わらない。今後についても、公共、民間共、工事需要が継続するとみられる。

	□	その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	受注量や販売量の動き	・売上はほぼ前年並みで推移している。こうした状況は年度内一杯続くとみられる。
	▲	建設業（従業員）	取引先の様子	・コロナ禍で資金リスクが増大しているためか、建設業界において、受注者が工事費の前倒し入金や着手金の増額を求める例が増え始めている。
	▲	司法書士	取引先の様子	・不動産の売買、建物の新增改築工事が減少している。
	▲	その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・下期の鉄骨出荷の総量が前期よりも減少することが見込まれており、業界の仕事量が限界を迎えているとの予測がみられる。
	×	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・10月の販売量は前年比マイナス46%となっている。3か月前の7月は前年比マイナス2%であったため、景気は悪い。
雇用関連	◎	—	—	—
(北海道)	○	求人情報誌製作会社（編集者）	周辺企業の様子	・Go Toキャンペーンの効果により、居酒屋のなかには新型コロナウイルスの流行以前よりも多忙になり、満席で客を入れることができなかつたとの声も上がっている。ホテルでは、例年並みの宿泊数に戻りつつあるという話も聞く。家電配送業者は、特別定額給付金の効果で例年以上に多忙だったようである。
	○	職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・全体的には上向き傾向にあるとみられるが、業種間でのばらつきが大きく、上向きになっていないところもみられる。全体的には景気はやや良くなっている。
	□	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・既存客からの求人は特に減少していないが、新規求人の問合せが極端に減少している。新型コロナウイルスの影響で、販売系、飲食店からの求人がほぼゼロになっている一方で、業績回復を狙うための営業系の求人が増加している。一方、客の話を総合すると、業績が前年から30%ほどダウンしている企業が多く、そうした企業では中途採用を完全にストップしている。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	周辺企業の様子	・新型コロナウイルスの感染者が地方でもじわじわと増えていること、報道などで繁華街の状況が伝えられていることから、飲食店への客足が伸び悩んでいる。求人数の増加にブレーキが掛かっている。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	雇用形態の様子	・建設業、運輸業、介護、卸売業の求人数は前年を上回るほど堅調である。また、アルバイトやパートよりも正社員の求人数の方が順調に回復している。
	□	求人情報誌製作会社（編集者）	周辺企業の様子	・当地中心部では、依然としてコロナ禍からの回復傾向の声が聞こえてこない。一部では、政策効果による改善傾向がみられるが、最近の新型コロナウイルス感染者の増加傾向を考えると、先がみえないのはもちろん、予断を許さない状況にある。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・9月の有効求人倍率は1.20倍と前年を0.01ポイント上回っている。新規求人数も前年を上回っている。
	□	職業安定所（職員）	求人数の動き	・当地における9月の有効求人倍率は0.80倍となったが、6月との比較では0.05ポイントの低下となっており、下げ止まっている状態にある。
	□	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・2021年卒業予定者の就活状況から、企業の採用活動量は小さく、採用予定枠も少ないことがうかがえる。内定率をみても前年から10ポイントほど減っており、特に女子学生が好む旅行業界やファッション業界の採用枠が大幅に縮小している。経済活動、消費行動が上向きになる要素が見当たらず、Go Toキャンペーンも一時的な景気底上げにしかならないため、今年一杯は就活生の苦戦が続く。
	▲	*	*	*
	×	*	*	*