

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	商店街（代表者）	・消費が東日本大震災の支援になるということが少しずつ理解されてきているため、今後については期待が持てる。
		商店街（代表者）	・自粛ムードが和らぐなか、当地の最大イベントを迎える時期となるため、来街者及び購買客の増加が見込める。また、ゴールデンウィーク以降、20歳前後の若年者層の来街者数が幾分増加しているという明るい材料もみられる。
		百貨店（販売促進担当）	・自粛ムードの終息と気温の上昇に伴って、客の購買に対する意欲は日に日に高まっており、この傾向は夏まで続く。
		スーパー（店長）	・花見の時期は終了したが、ここ最近、気温が上昇し天候が回復しつつあることから、アウトドアや行楽といった部分での需要が確実に上向いてきている。また、日差しが強くなったことでUV関係の衣料品の需要も上向いてきているため、徐々に改善されつつある。また、節約をキーワードとした、節水・節電・省エネといった商品も動きが良くなっているため、これから夏にかけて、こうした商品の動きが良くなっていく。
		衣料品専門店（店員）	・東日本大震災の影響が一段落し、復興に向けての動きが出てくることで、身の回り品の消費動向も上向いてくることが期待される。
		乗用車販売店（従業員）	・これから売上が少しずつ良くなっていくのは確実とみられる。ただ、利益が厳しいのは変わらない。
		自動車備品販売店（店長）	・確実に店舗の雰囲気向上しつつあるため、当分は来客数、販売量とも増加を見込める。
		高級レストラン（経営者）	・夏に向かって、観光客が今よりも動き始めるとみられる。
		旅行代理店（従業員）	・ゴールデンウィークまで控えられてきた需要が、7月以降の夏休みから9月の連休にかけて復活することが期待できる。
		タクシー運転手	・東日本大震災の後は約15%の落ち込みであったが、現在は約7%の落ち込みまで回復しつつある。観光客も、北海道内からの旅行客が来ているため、多少は売上が増加しており、今後も復興が進むにつれて、景気が良くなる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・夏に向けて避暑による来訪が期待できる。
	住宅販売会社（従業員）	・現状は悪い状態であり、今よりは少し上向くと考えるが、あまり楽観はできない。経済全体が徐々に落ち着いてくることで、客全体の購買活動も東日本大震災前の状態に近づいてくる。しかし、財政難から公務員給与が削減されるとみられるため、マンション購入客に公務員の占める割合の高い北海道では、市場回復の足かせとなることが懸念される。	
	変わらない	商店街（代表者）	・夏物の売行きについては、暑さがいつまで続くかにもよるが、秋物の出足については、今の東日本大震災後の状況から、客が買物に走るという意向にはないとみられるため、今後も変わらないまま推移する。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・現在の売上の状況が非常に良くなく、東日本大震災の影響もなかなか回復しないため、当面はこういう状況が続く。
		百貨店（売場主任）	・長期予報で今後3か月は暖かくなるという予報が出ているため、夏物衣料の動きは良くなるが、やはり東日本大震災の影響で生活不安、先行き不安が生じていることで消費動向が鈍ることが懸念されるため、先行きについては不透明である。
		百貨店（販売促進担当）	・一般顧客においては、東日本大震災による心理的な買い控えからの回復がみられるものの、高額商品については、衣料、雑貨ともに回復の動きが遅いため、今後も変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・売上は前年を上回っているが、観光地の店舗が振るわない。日常生活に必要な商品は安定的に売れている。
		コンビニ（エリア担当）	・観光需要が大きくなる時期であるため、東日本大震災の影響がどう出るのが不安ではあるが、傾向としては大きくは変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・たばこの売上が戻ったことで、客単価は改善されたが、依然として来客数の減少傾向が続いている。
高級レストラン（スタッフ）		・涼しい北海道に道外からは例年以上の観光客が訪れるとみられるが、まだ、海外客の需要がないため、景気は変わらないまま推移する。	
観光型ホテル（経営者）	・一部海外団体客の予約が入り始めているものの、首都圏マーケットが西日本に偏重しており、北海道への旅行需要が大きく減少しているため、回復の見込みがない。		

		旅行代理店（従業員）	・先行受注をみると、6月は国内旅行が前年比83.3%、海外旅行前年比145.1%、7月は国内旅行が前年比77.3%、海外旅行が前年比94.9%となっており、6月の海外旅行以外は前年を下回っているため、今後も状況は変わらない。
		タクシー運転手	・これから本格的な観光シーズンを迎えるが、観光客が回復するかどうか、現在の状況では全く分からない。
		美容室（経営者）	・今後の先行きが不透明のため、まだまだ客の生活防衛意識が強く、今後も現状維持が続く。
	やや悪くなる	百貨店（売場主任）	・今後も来客数の減少が続く。衣料品は婦人服が前年比90%台に回復してきたものの、紳士服や子供服は前年比80%台と回復がみられない。
		スーパー（店長）	・売れ筋商品で入荷が未定の商品があるため、チラシ訴求ができず、売出し戦略に支障が出ている。また、先行き不安の影響からか、ますます目玉商品のみを買う客が目立つようになっている。6月に競合店が2店出店することも懸念材料である。
		スーパー（店長）	・前年は猛暑で衣料品の売上が好調だったが、今年は前年ほどの猛暑になるか不透明である。また、高速道路無料化社会実験の中止で、来客数が減るとみられるため、今後についてはやや悪くなる。
		スーパー（企画担当）	・ゴールデンウィーク商戦は低温続きの影響もあったが、低調に推移した。特に焼肉、バーベキューなどの行楽商材の動きが悪く、その後も寿司などのハレの日商材や、放射能問題の風評被害により葉物野菜などが特に不振であり、今後の消費の雲行きとしては予断を許さない状況にある。
		スーパー（役員）	・観光客の減少による間接的な要因から、来客数の減少が起きている、また、消費者の不況感から節約ムードが感じられる。今後においても、企業の業績が良くなる要因がないため、かなり厳しい景気になる。
		スーパー（役員）	・電気代、ガス代を中心にエネルギーコストが上昇しているため、今後、企業や家庭での節約ムードが強くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・国内旅行も日帰りが多いためか、週末の行楽地の売上が低迷している。また、夜間の売上も低迷している。東日本大震災後は消費マインドが低調に推移しているため、今後についてはやや悪くなる。
		衣料品専門店（店員）	・東日本大震災の影響により、顧客の収入の減少や来店機会の減少が懸念される。また、観光客の買上も期待できない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・原油高の影響により、自動車用燃料油の販売量はますます減少する。
		観光型ホテル（スタッフ）	・夏季大型イベントの集客が今のところ不振である。修学旅行客が前年を20%上回っているが、それ以外は極めて不透明な状況である。
		タクシー運転手	・来客数の減少と問い合わせ数の減少から、景気が良くなる見通しが立たず、明るい要素も見当たらない。
		通信会社（企画担当）	・東日本大震災の影響に伴うコストダウンの動きが通信機器の利用料金にも強く波及してきているため、今後についてはやや悪くなる。
		観光名所（職員）	・行政では北海道の安全性を海外にアピールするなどの誘致活動を行っているが、原子力発電所の問題が終わらない限り、事故前の状況には戻らない。また、国内全体でも原発問題の影響により、先行きが不透明になりつつあり、観光業の先が見えない状況にある。
	悪くなる	家電量販店（地区統括部長）	・アナログ放送が終了する7月末頃までは、デジタルテレビ等の駆け込み需要があるとみられるが、それ以降の需要が、全く読めないため、大幅な落ち込みが懸念される。
		スナック（経営者）	・東日本大震災の影響を受けて、客の入込が少なくなってきた。ホテル関係では少しずつ宴会客が入るようになり、元に戻りつつあるが、飲食店はまだまだ回復の兆しが見えない状況にある。
企業動向関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	建設業（経営者）	・土木、建築そして官、民ともに発注が最盛期を迎えることで、人、物、金の動きが現在よりは活発になる。ただし、工事の発注量は相変わらず減少しており、競争の激化と相まって利益面は大変厳しい状況にある。
		輸送業（支店長）	・東北地方の復旧には相当の時間を要すると思われるため、当分同じような荷動きが続く。北海道の工事物件は夏場に向かい、本格化してくることから上向いてくる。ただ、復旧工事を優先することを政府が明言しているため、この影響がどの程度になるかが予測できない。

	その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・道内の需要はこれから厳しくなるとみているが、本州方面の震災関連需要が下支えする。
	その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・本州方面や道内の鉄骨大型物件が数件決まり、来月から始まるため、一部で活気が出てくる。
変わらない	金属製品製造業（経営者）	・これから世の中がどういふふうに動いていくのか全く見えない。受注単価等もまだまだ低く、今後も変わらないまま推移する。
	金属製品製造業（役員）	・東日本大震災の影響で建設工事や住宅工事の遅れが懸念されるため、今後については消費が鈍るとみられる。
	輸送業（営業担当）	・道内の天気が今一つであるため、3年連続の農産物の不作が懸念される。燃料油の値上がり予想以上に大幅であるため、値上がり分をどれだけ荷主に転嫁できるかが課題となってくる。一方、紙製品の応援輸送は一段落している。
	金融業（企画担当）	・避暑を目的とする国内旅行者の増加が期待できるが、外国人観光客の回復は遅れる。東北地方の復興需要により、人手不足、建設資材不足が懸念される。景気の不透明感もあり、住宅建設や設備投資が先延ばしとなる。
	司法書士	・不動産取引、建物の建築着工について、多少は上向くとみられるが、大きな変化はないとみられる。
	司法書士	・災害復興関連業種では、特需で経済的に若干潤うところも出てくるとみられるが、経済の長期低迷状況を脱するための政策が不在である。増税論もみられるなど、先行きに不透明感があるため、今後の景気が回復するとは思えない。
やや悪くなる	食料品製造業（役員）	・原材料の高騰や、原料不足等により売上を伸ばすことができないとみられる。
悪くなる	通信業（営業担当）	・足元では新規商談数の減少が明らかであり、あわせて新たに浮上する案件規模が小型化している。一方、社会的には、東日本大震災の影響はもちろんであるが、政府の景気政策に対する検討力、推進力のなさに対して、増税論が台頭しており、これらの状況を勘案すると、今後の景況感は相当悪くなる。
	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・情報関連の投資を削減しようとする動きが具体的に出始めているため、今後については悪くなる。
	その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	・東日本大震災の復旧・復興に予算が回されることで、秋枯れが懸念される。
雇用関連	良くなる	-
	やや良くなる	-
	変わらない	-
	人材派遣会社（社員）	・販売・流通系の求人は夏に向けて、若干、持ち直すと思われるが、中途採用ニーズは慎重の度合いが強くなり、派遣ニーズについても現状維持で推移するとみられる。例年であれば、この時期から建設・土木業の求人が動き出し、労働市場も活気が出てくるようになるが、その動きも遅い。
	人材派遣会社（社員）	・東北の事業所や本社機能を復興させることに注力している企業が多いため、今後も変わらないまま推移する。
	求人情報誌製作会社（編集者）	・前年よりは若干良いものの、東日本大震災以降は1～3月期の増加率に比べると微減傾向となっているため、今後も不透明な状況は変わらない。
	求人情報誌製作会社（編集者）	・まだ今後の状況を予測することは難しいが、急激に年当初の勢いに戻るとは考えにくい。当面は景気の上昇指標として、飲食店や宿泊業、道内外の業務請負業の求人数の動きに着目することになる。
	職業安定所（職員）	・景気が足踏みするなか、東日本大震災被災地の代替操業の動きもみられるが、部品不足などの影響もあり、先行きについては不透明である。
	職業安定所（職員）	・東日本大震災の影響が雇用の一部に出ているが、大きくは変わりがない。
	学校〔大学〕（就職担当）	・昨今の就職環境を3か月単位で考えるには、現時点での様々な負の状況が継続することが前提となる。5月に首都圏の採用担当者と情報交換したが、6月からの採用開始時は地方会場での説明会を控えて、対象が首都圏に限られており、また採用数を抑制する向きが強いことから、回復に向けた絶対的な要素は見当たらない。
	やや悪くなる	-
	悪くなる	-