

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  (北海道)	良くなる	商店街（代表者）	・消費増税前の駆け込み需要に向けた商戦がそろそろ始まるため、高額品、消耗品を中心に売上が良くなる。
		家電量販店（経営者）	・消費増税前の駆け込み需要に加えて、電気料金の値上げ対策として、省エネ性能の高い冷蔵庫、LED照明などの省エネ商品の販売増が見込まれる。
		家電量販店（地区統括部長）	・消費増税前の駆け込み需要がピークとなり、前倒しではあるが、販売量が増える。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・消費増税前の駆け込み需要が予想されるため、3月までは良くなる。
		百貨店（売場主任）	・全体での売上が前年並みであるのに対して、特選品、宝飾品の売上が前年を5%以上上回るなど引き続き好調である。高額品の購入が目立っていることから、消費増税に向けた防衛策ともみられるが、顧客以外の新規客の購入も増えているため、市場全体に期待感がある。
		スーパー（役員）	・客単価上昇の要因は商品単価の上昇によるものであるが、顧客の商品選定の動向をみると、若干質の高い商品が動いており、景気がやや上向いている。
		スーパー（役員）	・消費増税にともなう需要が見込める来年の3月までは、売上が前年を上回って推移する。
		衣料品専門店（経営者）	・年末から新年にかけて、新春福袋などの売上が伸びることが期待できる。また、百貨店や家電量販店、大型スーパーなどではチラシで売出しを打ってくる。
		衣料品専門店（店長）	・消費増税前の駆け込み需要が見込める。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費増税前の駆け込み需要の影響に加えて、各メーカーの新型車発表による相乗効果があり、販売量の増加が見込まれる。
		スナック（経営者）	・現政権の経済対策により景気が大分良い企業もあるため、忘年会や新年会が数多く行われることを期待している。
		タクシー運転手	・例年、年末はタクシーの利用が最も多くなる月であり、これから冬期間に向かって売上も良くなっていく。
		タクシー運転手	・2～3か月先になると、寒くなり、雪が積もるようになるため、タクシーの利用も増える。また、年末年始にかけて帰省客が増えるため、帰省客による需要も見込める。
		観光名所（従業員）	・今年度は、毎月、前年比で10%以上利用客が増えており、このトレンドへのマイナス要素を見付けることができない。さらに冬期間は東南アジアからの観光客がこれまで以上に期待できる。
	変わらない	商店街（代表者）	・商店街を日々見ているが、地域の経済や消費動向などに変化がみられず、景況感をつかめないのが実感である。
		商店街（代表者）	・2～3か月後はバーゲン月に入ってくるため、バーゲンで買物をしようという客も来店することになるが、その一方で消費増税を控えて買わずに我慢しようという客もかなり多いとみられるため、全体としてはプラスマイナスゼロでそれほど変わらない。
		商店街（代表者）	・株価等は良い方向で動いているが、このまま続くのかが不透明である。
		商店街（代表者）	・氷まつり等のイベントも行われるが、売上増加に直結するような各店舗の販促活動は一部を除き計画されていない。さらに、気象条件の厳しい時期であるため、消費増税の直前とはいえ購買意欲の沈滞ムードが継続する。
		商店街（代表者）	・デフレ脱却に向けて取り組んでいるが、結局、消費者は安いものを中心にしか買わない状況である。
一般小売店〔土産〕（経営者）		・本州の大きな街から来た観光客からは相当景気が良かったという話も聞くが、北海道では土木関係者以外はかえって悪くなったと話す人が多い。特に燃料価格が上がっていることで、これから冬を迎えて、秋より景気が良くなる様子はない。	
一般小売店〔酒〕（経営者）		・高いものが売れたり、客の購買頻度が上がったという消費行動がみられるまでには至っていないため、ここ2～3か月は今の横ばいの状態が続く。	
百貨店（売場主任）		・3か月の長期予報によると、12月以降は寒さが厳しくなるため、特に防寒コート、ニット関連の動きが活発になる。また、現在、クリスマスシーズンに向けての商品、お歳暮などが早期展開で順調に動いているほか、おせちも順調に予約が入っていることから、今後期待できる。	
百貨店（売場主任）		・当店では高級時計や家電を得意としていないため、消費増税前の駆け込み需要はあまり期待できない。また、客からも所得が増えたとの声を聞かないことから、必要なものだけを慎重に買っている様子が見える。	

百貨店（販売促進担当）	・現政権の経済対策にともなうバブル景気も一段落し、高額品の売上が鈍化してきた。また、北海道では電気料金の値上げや、灯油価格の高騰にともなう暖房費の増加により、家計が圧迫されるため、先行きの不透明感がぬぐえない。
百貨店（販売促進担当）	・依然として、来客数の前年割れが解消されず、客単価を維持しながらの買上客数の増加が課題となっている。消費税増税前の駆け込み需要を想定した企画を予定しているが、地方店舗では伸びしろが大きいとはいえない。
百貨店（役員）	・大きな変化につながるような気配が感じられないため、今後も変わらない。
スーパー（企画担当）	・冬に入り、電気料金やガソリン価格を始めとするエネルギーコストが上昇している。消費税増税前の駆け込み需要もまだみられない。また、食品表示問題の影響でホテルのケーキ、料亭のおせちの予約状況に多少の変化がみられるなど、足元の消費動向は小康状態を続けている。
コンビニ（エリア担当）	・回復の兆しはみられるものの、免許品やし好品については前年比で5%前後の減少が続いている。夜間から深夜にかけての来客数も前年比で5～8%の減少となっている。
コンビニ（エリア担当）	・12月はボーナス月であるが、道内の支給状況が大きく変わらなければ、クリスマス商戦、年末商戦は厳しいものとなる。
コンビニ（エリア担当）	・一次産業は収穫の時期で1年間の収入が決まってしまうことになるが、当地の漁業の漁獲高が悪かったため、今後も現在の状態が続く。
衣料品専門店（店長）	・毎日のように商店街の経営者などと話す、どこも景気はあまり良くない。全般的に景気の悪い状況が続く。
家電量販店（店員）	・12月商戦における高付加価値商品や省エネ家電の売上増を期待している。
乗用車販売店（従業員）	・客との話の中で、先行きに不安感をあらわにする場面が少なくなってきている。
自動車備品販売店（店長）	・2～3月は消費税増税前の駆け込み需要による新車購入の影響により、当店でも駆け込み需要が起きるとみられるが、それまでは景況感に変化がないまま推移する。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・当店では消費税増税前の駆け込み需要は期待薄だとみている。将来的な不安があるため、収入は貯蓄に回ることになり、景気にも影響することになる。
高級レストラン（スタッフ）	・食品表示問題の報道が収まらないが、ホテルやレストランが過剰に悪者扱いされており、現場は意気消沈している。内部の脱力感が飲食業界への景気高揚感に水を差しかねない状況にある。
観光型ホテル（経営者）	・来客数や客単価は緩やかな回復傾向にあるが、消費税増税を控えて、消費動向が旅行やレジャーよりも消費財の購入にシフトしているため、物価上昇によるコスト高と合わせて厳しい状況が見込まれる。
旅行代理店（従業員）	・秋以降、海外旅行が堅調だが、2～3月にかけての状況がみえてこない。一方、国内旅行は10月まではけん引役を果たしていたが、11月は海外旅行と立場が逆転している。12月、1月もふたを開けてみなければ分からない状況であり、今後、景気が上向くような勢いが感じられない。
旅行代理店（従業員）	・来年4月から消費税増税が実施されるが、旅行は日用品ではなく、ぜいたく品に分類されるため、あまり影響がないとみられる。むしろ、他業種における駆け込み需要の動向が気掛かりである。
タクシー運転手	・ここ半年の状況をみると、景気の持ち直し感が出ている。ただ、現状は下ぶれ傾向が出てきているため、今後、リスクが大きくなることが懸念される。また、人材の雇用がままならない状況にあるため、年末から来年にかけての落ち込みも懸念される。
タクシー運転手	・今後の予約状況などから、景気は大きく変わらない。
通信会社（企画担当）	・販売ペースが以前よりも若干改善しており、今後もしばらくは継続する。
観光名所（職員）	・一部の業界や一部の企業のみ景気が良くなっている印象であり、当業界には全く実感がなく、今後の見通しも立たない。
パチンコ店（役員）	・季節的な問題もあり、ハウスメーカーの受注はそろそろ頭打ちになる。また、流通業においては、食品表示問題の影響が懸念される。
美容室（経営者）	・一般的に景気が良くなったとの実感がなく、当分はこの消費状況が続く。
住宅販売会社（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要も終わり、しばらくは落ち着くことになる。

	住宅販売会社（従業員）	・ 今後は来年3月末までに引渡し可能な分譲マンションの販売が活発化するとみられるが、そのようなマンションの在庫はとて少ないため、売上の増加につながるほどではない。	
やや悪くなる	スーパー（店長）	・ 来客数、客単価とも前年割れが続いており、売上も右肩下がりトレンドとなっているため、今後はやや悪くなる。	
	スーパー（店長）	・ 消費税増税前の駆け込み需要が生じるものの、その後の反動が懸念される。	
	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・ 石油製品価格が高値で安定しているため、冬季に向けて節約志向が強くなる。	
	一般レストラン（スタッフ）	・ 使用食材価格の値上げにともない、やむなくメニューの値上げをしたが、客は単価の低い商品を選ぶため、期待したほど客単価が上がらない。外食に関しては節約志向が強いようである。	
	観光型ホテル（スタッフ）	・ 前年にみられたような需要を喚起する大型のイベント、コンサート、スポーツ大会が開催されないため、今後についてはやや悪くなる。	
	旅行代理店（従業員）	・ 2～3月の東京便の供給座席数が前年よりも減少するため、観光客数の大幅な増加が期待できない。	
	通信会社（社員）	・ これまで消費が活発だったのは、消費税増税前の駆け込み需要が大きな要因であり、それ以外で特段景気が良かった印象もなければ、そういった声も聞かれない。景気に関しては、消費税増税による要素を除けば、例年と変わらないという声が多いため、増税後は景気後退が待っていることになる。どの客も来年に関しては期待よりも不安を先に考えている。	
	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・ 本格的な冬を迎えるため、運航状況が悪化し、輸送量が減少することになる。	
	住宅販売会社（経営者）	・ 駆け込み需要が一服して仕事量が落ち着くことになる。また、職人不足は今後も続くと思われる。	
悪くなる	-	-	
企業動向関連 (北海道)	良くなる やや良くなる	通信業（営業担当）	・ 引き続き受注件数と新規案件が緩やかながらも増加している。また、単価に関しても持ち直しの動きが続いているため、今後の景況感はやや良くなる。
	金融業（企画担当）	・ 個人消費は、高額商品を中心に駆け込み需要が活発となる。建設業界は、工期の遅れが懸念されるが、年度末に向けて堅調に推移する。観光関連は、冬の北海道人気が高まっている東南アジアからの観光客が増加する。	
	コピーサービス業（従業員）	・ 緩やかであるが、確実に受注が増加傾向にあるため、今後についてはやや良くなる。	
	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・ 現在の受注残が増えているため、今後についてはやや良くなる。	
	その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・ 消費税増税前の駆け込み需要が見込まれる。	
	その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・ この時期、官公庁の工事、納品が多数あるため、売上は確保できる。さらに、大型設備案件があることに加えて、消費税増税による駆け込み需要も見込まれることから、今後の展望は明るい。	
	変わらない	食料品製造業（役員）	・ 特に大きな受注案件もないが、取引が終わるような案件も今のところはみられないため、2～3か月先も受注量に変化はないとみている。
		家具製造業（経営者）	・ 住宅建築の駆け込み需要が終了し、今後はそれにとりまなう家具の受注減も懸念されるが、現状はまだ好調を維持している。来年4月の消費税増税前までは堅調な受注が見込まれる。
金属製品製造業（役員）		・ 現在、消費税増税前の駆け込み需要が起こっているため、今後2～3か月後も変わらない。	
輸送業（営業担当）		・ 今秋、台風が多く襲来したことで、鋼材の輸送に支障をきたしており、現在、内航船に鋼材の輸送が集中しており、小型内航船の傭船料が高騰している。飼料や肥料原料の輸送にも影響が出始めている。	
輸送業（支店長）		・ 冬期間となるため、年度内までの大型の引き合いや物件照会は期待できないが、来期に向けての顧客、荷主情報に大きな期待感がある。	
司法書士		・ 大都市部や大手企業のみが回復傾向にあり、当地の不動産や建築等については、今後とも大きく変化することがない。	

		司法書士	・住宅新築、改築等において消費税増税前の駆け込み需要が生じることを期待している。
		司法書士	・これから降雪時期となってくるが、家計は灯油価格の値上がりなどで出費を抑えてくることになる。
		その他サービス業〔建設機械リース〕(営業担当)	・建設工事が集中して、レンタル機械の供給が追いつかない状況にあるため、今後も機械が回らず、大きな伸展はみられない。
	やや悪くなる	建設業(従業員)	・季節的な影響や首都圏における建築工事需要が拡大する中で、道内の労働者が少なくなっており、道内の建築工事については縮小せざるを得ない状況にある。
	悪くなる	建設業(経営者)	・現在施工中の物件が徐々に完了するため、会社としての稼働は落ちていくことになる。公共工事の新規受注は補正予算によるものも、ゼロ国債によるものも3月以降となり、民間工事については消費税増税の影響がどうなるかよく分からない。
雇用 関連 (北海道)	良くなる	-	-
	やや良くなる	求人情報誌製作会社(編集者)	・11月の大型スーパー及びホームセンターの出店に加えて、12月も大手家電量販店が郊外に新規出店することから、今後、さらに人材不足に拍車がかかる。
		求人情報誌製作会社(編集者)	・年末商戦と消費税増税前の駆け込み需要が本格化することで、雇用情勢が改善することを期待している。
		職業安定所(職員)	・大規模な経済対策の効果が出ており、当面は求人数の増加傾向が続く。
		学校[大学](就職担当)	・消費税増税を前にして一時的に購買動向が上向くため、雇用情勢もやや良くなる。
	変わらない	人材派遣会社(社員)	・求人数が増えているが、景気回復といえるかは疑問である。数ではなく、待遇面の充実がなければ、景気の回復は見込めない。
		求人情報誌製作会社(編集者)	・求人広告件数は例年を上回って推移しているが、今後、さらに勢いを増すまでの気配はなく、現在の高水準を保ったまま推移する。
		求人情報誌製作会社(編集者)	・消費税増税前の駆け込み需要が見込めるが、その後の動向は不透明である。雇用関係では、求人数は多くても、求職者数が一層減少するとみている。ミスマッチや少子化などの要因もあり、バブル期のような求人難の時代が訪れそうな気配がある。
		新聞社[求人広告](担当者)	・現政権の経済対策の効果は地方には及んでいないが、TPPを別とすれば大きなマイナス要因も見当たらないため、非正規雇用を中心に求人数は現状を維持する。
		職業安定所(職員)	・今後も建設業などでは人手不足による求人増が見込まれるが、水産加工業などの製造業ではイカの不漁により、生産を縮小している業者が一部でみられるため、今後もイカ漁が回復しなければ、業者への影響が拡大し、景気に影響を与えかねない。
	やや悪くなる	人材派遣会社(社員)	・企業の求人意欲は高いものの、ミスマッチなどにより予定の採用数が見込めなければ、事業スピードが遅くなり、予想していた収益を確保できなくなる可能性がある。
	悪くなる	-	-