

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）	・消費税増税前までは少しは良くなるが、4月からは落ち込むとみられる。
		商店街（代表者）	・消費税増税前の商戦が来月から始まるため、3月までは比較的良い状況が継続する。また、外国人観光客の入込状況も良く、旧正月を迎えて、前年よりも一層増加すると期待している。
		家電量販店（地区統括部長）	・3月末までは、消費税増税前の駆け込み需要が月を追うごとに大きくなる。3年前の地上デジタル放送移行時以来の大きな需要になるものと期待している。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要で、すべての業種で3月までは大きな需要が生じることになる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・今月の売上は悪いが、2月から3月に向けて観光客の動きが活発化してくるからやや良くなる。
		百貨店（売場主任）	・4月からの消費税増税を控えて、3月には駆け込み需要が生じる。商材によっては、2月から駆け込み需要が生じることになる。特に衣料品関連は春物の投入が早いため、2月、3月と売上が顕著に上がってくる。日用品に関しては3月下旬を中心に駆け込み需要が出てくる。
		百貨店（売場主任）	・高額品については、消費税増税前までは購買が継続する。ボリュームゾーンについても購買動向に勢いが出てきている。ラグジュアリーについては、価格改定による単価上昇にも客の購入スタンスは変わらないとみられる。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税前の駆け込み需要が、多少なりとも出てくる。
		スーパー（役員）	・消費税増税前の3月には酒やたばこなどの日用品を中心に売上が増加する。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税が増税されるまで、このまま来客数がある程度のところまで回復してくる。
		衣料品専門店（店長）	・これから暖かくなるにつれて、景気も少しずつ良くなる。
		家電量販店（経営者）	・ソチオリンピック、消費税増税前の駆け込み需要などのプラス要素はあるが、全く未知数であるのも事実である。
		家電量販店（店員）	・消費税増税前の駆け込み需要で3月末までは期待が持てる。パソコンの高額タイプ、省エネ冷蔵庫、ドラム式洗濯機、大型液晶テレビなどが注目されており、少しずつ売れるようになってきている。
		その他専門店〔造花〕（店長）	・2月から3月にかけて、消費税増税前の特需が発生する。
		旅行代理店（従業員）	・ビジネス客の伸びは今後も継続する。流水観光も、前年よりは遅いが、オホーツク海に流氷が到着し、一部接岸してきているため、今後期待できる。
		タクシー運転手	・例年、冬期間はタクシーの利用が多いため、今年も3月までは売上が増えると期待している。4月の消費税増税にともなう値上げの影響がどうなるかが心配である。
		観光名所（従業員）	・毎月、利用客数が前年実績を上回り続けており、この勢いにブレーキをかける要因が見当たらない。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・気温が上昇するとともに、輸送量も増加することになる。
		設計事務所（所長）	・例年の動きから、やや良くなると期待している。
		変わらない	商店街（代表者）
商店街（代表者）	・消費税が上がるため、多少は駆け込み需要が生じるとみられるが、全体としては大きく変わらない。		
商店街（代表者）	・消費税増税の直前となるが、周辺で話を聞く限り、特に高額の商品を購入する予定はないとのことであった。ただ、2月から3月にかけて、夏のボーナスでの一括払いによる購入を検討するとの意見はあった。いずれにしても、現在のところ、景気の回復感がないため、就職、進学の時期ではあっても、売上増加につながる要因はみられない。		
一般小売店〔土産〕（経営者）	・全道的な大雪のため、排雪のための重機が不足しており、除雪作業に追われることが多い。また、灯油価格の高止まり、4月からの消費税増税といったことを懸念して、消費ムードが非常に悪くなっている。多くの客からは、消費税増税を行うのは1年早かったのではないかとみており、現政権の経済対策の効果が薄れることを懸念する声が多く聞かれる。		
一般小売店〔酒〕（経営者）	・ここ2～3か月の動きをみると、良い時と悪い時の差が極端になっている。良い月があったり、悪い月があったり、一進一退を繰り返しているため、しばらくは現在の状況が続く。		

百貨店（販売促進担当）	・北海道では雪解けの時期や気温の変化によって、購買行動がかなり左右される。今後の気象状況は例年並みとの予報だが、今年も雪が多く、人々の足にかなりの影響を与えている状況から、気候が春めいて外出する気運が高まってくるまで、しばらくかかることになり、売上にも少なからず影響を及ぼす。	
百貨店（販売促進担当）	・天候要因に左右されることが多く、本来の景気判断が難しい状況にある。消費税増税にともなう、3月の駆け込み需要と4月の落ち込みの振れ幅をどのように判断するかについては、不透明な部分があるが、当地区としては、3月の伸びはそれほど大きくない反面、4月の落ち込みが大きくなるとみている。	
スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要はあるとみているが、その後の冷え込みが心配である。ただ、駆け込み需要も前回の増税時ほどの期待はできない。	
スーパー（企画担当）	・地方では景気回復の実感が全くない。株価が安定してきたことを感じる程度である。	
スーパー（役員）	・原料価格の値上げにより、小売価格もこれからやや上昇傾向になる。また、消費税増税を控えて、2月後半から3月にかけて、駆け込み需要が多少生じるとみられるが、4月以降は現状と比べてかなり厳しい状況となる。	
衣料品専門店（経営者）	・原油価格の高騰にともない、ガソリン、灯油などの節約がありえるが、消費税増税前の駆け込み需要は直前まであまりないとみられる。	
乗用車販売店（営業担当）	・年度内は現状のまま推移する。前年後半から上昇傾向にあるが、地方においては今がピークだとみられる。	
観光型ホテル（経営者）	・旧正月期間を含めて、向こう1か月程度は外国人観光客の入込が大きく伸びることになるが、大型貸切バスの不足と借り上げ単価の高騰により、国内の団体客が伸び悩んでいるため、その後は集客に苦戦することになる。また、円安でエネルギーを中心にコストが上昇しており、収益はむしろ悪化する可能性がある。	
観光型ホテル（スタッフ）	・さっぽろ雪まつり、札幌モーターショーといったイベント時の予約状況が鈍いほか、Web経由の価格訴求型の旅行商品へのシフトがみられることから、今後も変わらない。	
旅行代理店（従業員）	・相変わらず販売量が不安定な状態であり、海外旅行が伸びると国内旅行が落ち込むなど、今後も両輪がそろわない状況が続く。	
タクシー運転手	・3月に決算期を迎える企業が多いことに加えて、4月からの消費税増税を控えていることから、この先については、市況、景況がやや慎重な動きになってくる。また、これから原油を始めとした物価高の影響がじわじわと押し寄せてくるため、まだまだ予断を許せる状況ではない。	
タクシー運転手	・消費税増税前の利用増を見込んでいるものの、予約状況などからは変化がみられない。	
通信会社（企画担当）	・都市部を中心に販売量は増加しているものの、価格競争の激化により、利益はあまり変わらない。	
観光名所（職員）	・北海道内の中小企業まで景気回復が浸透するには、まだかなりの時間がかかる。	
美容室（経営者）	・給与や年金受給額が実際に増えない限り、今以上に消費意欲が増すことはない。	
やや悪くなる	百貨店（役員）	・消費税増税前の駆け込み需要が本当にあるのか不安を感じる。駆け込み需要が起こらず、増税後の落ち込みだけを受けるとなると大変なことになる。
	スーパー（企画担当）	・足元の食品価格はじわりと上昇しているものの、一方で競合各社の価格競争はとどまるところを知らないという状況にあり、低価格販売に対する消費者のニーズは今後ますます強くなる。消費税増税前の駆け込み需要もこれから起きてくるだろうが、その後の消費の冷え込みの方が懸念される。
	コンビニ（エリア担当）	・消費税増税により、嗜好品や単価の高い商品群が売れなくなる。より安いものにシフトすることになり、来客数以上に売上が減少することになる。
	乗用車販売店（従業員）	・消費税増税直後に大きな影響が生じることになる。
	乗用車販売店（従業員）	・消費税増税により、落ち込むことになる。
	自動車備品販売店（店長）	・消費税増税を控えて3月の売上が伸びる分、4月以降は苦戦することになる。
	高級レストラン（経営者）	・建設会社を始めとした一部の企業はこれからますます上向きになるだろうが、当店のようない小売業者は消費税増税の影響を直接受けることになる。

		高級レストラン（スタッフ）	・消費税増税を控えて常連客の単価が下がっている。多くのレストランは、メニューを変えずに増税分を値上げするとみられるが、一部の店では、コースメニューを更新して、見た目には値上げにならないように工夫するケースも考えられる。
		高級レストラン（スタッフ）	・現状、価格競争になりつつあるため、消費税増税により一層の冷え込みが見込まれる。
		旅行代理店（従業員）	・消費税増税、その他の値上げ、年金受給額の減少などの影響が心配されるため、良い予測はできない。
		旅行代理店（従業員）	・消費税増税を控えて、3月に駆け込み需要で物販をかうことになれば、旅行に使う費用が控えられる。
		タクシー運転手	・天候にも左右されることになるが、現状、前年実績とほぼ変わらずに推移しているなかで、4月に消費税が上がることから、客の乗り控えが生じ、やや悪くなる。
		パチンコ店（役員）	・前年に売上を伸ばした建設業の受注が、ここにきて落ち込んでいることなどから、今後、消費者が買い控えに走る可能性がある。
		住宅販売会社（従業員）	・4月以降の数か月は、消費税増税と3月末までの駆け込み需要が影響して、売上は減少する。しかしながら、分譲マンションの販売単価が、ここ数年上昇傾向にあるにもかかわらず、市場はその価格上昇分を吸収しながら、ある程度の売行きを保っていたことに加えて、供給戸数が限られていたため、供給過剰の状態には陥っていないことなどから、客側が消費税増税に対して過度に反応しなければ、分譲マンション市場は3%の増税分を十分吸収できるとみられる。
	悪くなる	スーパー（店長）	・今でもあまり景気が良くない状況のなかで、消費税率が8%に上がれば、今以上に価格に敏感になり、財布のひもが固くなる。その影響も一時的なものにはならない。
		衣料品専門店（店長）	・消費税増税による反動が出てくる。
		乗用車販売店（従業員）	・自動車販売では、すでに駆け込み需要が起きているため、今後、一旦動きが落ち着き、その後落ち込むことになる。エコカー補助金の時と同じような状況になるとみられるため、今よりも悪くなる。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が期待できそうにないほど、しらけたムードとなっている。ひたすらたんず貯金が行われるだけかもしれない。
		一般レストラン（スタッフ）	・消費税増税の影響がどの程度になるか判断が難しいが、間違いなく消費は冷え込むことになる。
			・現政権の経済対策の効果がさらに表れてくる。
企業動向関連	良くなる	その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	
(北海道)	やや良くなる	建設業（経営者）	・公共工事のゼロ国債工事などが3月までに発注されることになり、実需はなくても、マインド面が上向くことになる。民間工事については消費税増税の影響がどの程度出てくるのかよく分からない面がある。
		建設業（従業員）	・消費税増税の影響を避けるため、前年の秋に契約した工事が春先から実質的に着工されることから、建設業界の景気は上向くことになる。
		輸送業（支店長）	・ちょうど年度替わりの時期となるが、消費税増税にともなう市場の混乱が起きることにはならない。物流面においては、引き続き、貿易や関東方面の案件、復興需要などの輸送力確保に向けて積極的な行動がみられており、今後も好調に推移する。
		通信業（営業担当）	・消費税増税の影響が未知数であるが、現状の受注量及び今後の見込み数から、この先も景況感は緩やかな右肩上がりで推移する。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・消費税増税までは、景況感が上向きで推移する。ただ、一部の商材では増税前に手当てするものが増えることで、増税後に買い控えが生じることが懸念される。
	変わらない	食料品製造業（役員）	・消費税増税前に多少は受注が増える。増税直後は反動減がみられても、その後はこれまでどおりの受注量に戻るようになる。
		出版・印刷・同関連産業（従業員）	・良くなる要因が見当たらない。
		金属製品製造業（役員）	・客の話を総合すると、あまり変化は生じない。建築着工件数をみても大きく変わらないものとみられる。
		輸送業（営業担当）	・消費税増税前には輸送量の増加が生じることになる。輸送量の増加は一定期間で落ち着くとみられるが、反動減が心配される。

	金融業（企画担当）	・多くの業種では、3月までは駆け込み需要で好調に推移するが、4月以降は反動減となる。建設業界は、手持ち工事が多いこと、公共予算が手厚いこと、住宅ローン減税の拡大などの政策が実施されることなどから底堅く推移する。	
	司法書士	・景気が良くなるかどうか、今しばらく様子を見る必要がある。現在では結論が出ない。	
	コピーサービス業（従業員）	・消費税増税を前にした受注量の増加は頭打ちとなっていることから、今後は横ばい傾向で推移する。	
	その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・公共工事増加というプラス要因はあるが、資材等の固定費の高止まりや人手不足といったマイナス要因が解消されない。	
やや悪くなる	家具製造業（経営者）	・駆け込み需要の反動が3月中旬には顕在化することになる。	
	金属製品製造業（経営者）	・消費税が上がるため、今後どれだけの仕事量が出てくるか分からない面がある。	
	司法書士	・消費税増税が間近になるため、駆け込み需要も終わり、買い控え等で消費は落ち込む。景気刺激策の予算も公共事業が中心であるため、今後の景気回復は難しい。	
	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・2～3か月後は年度の切れ目であり、継続しない案件が多いため、今後についてはやや悪くなる。	
悪くなる	-	-	
良くなる	-	-	
雇用 関連 (北海道)	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・消費税増税時は一部に混乱があるかもしれないが、北海道の基調としては、企業活動が以前よりも活発で、かつ前向きであるため、現状を下回ることにはならない。営業拡大に向けた人材の雇用も、建設、土木だけではなく、サービス業においても増えることになり、あわせて補助業務の増加にともなう派遣ニーズも増えることになる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・安定した農業基盤に下支えされたなかで、社会資本の整備や建設関連の新規事業が増えたことから、今後の求人意欲も盛んになる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・冬の観光シーズンに入るため、ホテルなどの観光産業の求人が伸びてくる。先行きが明るいから、外国人のみならず、本州からの観光客の増加も見込まれる。
		職業安定所（職員）	・消費税増税が実施されるまでは求人数の増加傾向が続く。
変わらない		人材派遣会社（社員）	・直接、利益につながる営業系の職種の求人が多いが、人気がなく、なかなか充足しない状況にある。このため、企業の売上向上につながらず、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）	・4月に消費税増税が控えているが、それまでは現在の水準を保って推移する。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・消費税増税がどのように影響してくるのかわからない面がある。また、求職者の動きが弱く、一時期の募集を出せば集まるという状況でもない。状況は全く違うが、バブル期の求人難と似たような様相にあり、少子化や若年層の都市部への人口流出なども一因となっている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・T P Pに対する不安はあるが、他に大きな懸念材料もないため、非正規社員の雇用環境を中心に現状と変わらないまま推移する。
		職業安定所（職員）	・円安による燃料価格の高騰が続いているなど、不安な面もあるが、景気回復の兆候もあり、当面はこのままの傾向で推移する。
やや悪くなる	学校〔大学〕（就職担当）	・消費税増税による買い控えが始まり、特に住宅や新車の販売には直接的な影響が出てくることになるため、雇用面における影響が懸念される。	
悪くなる	-	-	