

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	通信会社（企画担当）	・客が満足するサービスを次々と提供できる予定となっているため、今後、客からの期待がさらに高まることになる。
		観光名所（従業員）	・観光が主要産業の1つである当市にとって、今年の新たな動きとして、乗客2000人クラスの豪華客船がこれから9月まで毎週入港することが決まっていることなどから、今後については良くなる。
	やや良くなる	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・例年と同様に、気温の上昇とともに輸送量が増加することになる。
		商店街（代表者）	・原材料価格及び仕入価格が増加している業種も多くあるが、消費税増税から2～3か月が過ぎ、客が増税後の価格に慣れてくる時期であることに加えて、当地を訪れる観光客が増加してくる時期になるため、売上はわずかながらアップする。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・道内では、原材料価格や水道光熱費が上がっていることもあり、雇用者の賃金が上がるところまでは至っていないが、現政権の経済対策に対する期待からムードは段々と良くなる。ただ、当地は観光客が多く、中国語圏の観光客の入込に助けられている面がある。日本人が増えてこないことには、まだまだ景気が回復しているとは言えない。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・ここ2～3か月、高額商材の売上が伸びてきており、高額シャンパンが1.5倍程度の売行きを示している。こうしたことから、多少は当地にも景気回復が及びつつある。全体の売上自体はそれほど良くないが、商品の種類別では伸びが顕著なものもみられることから、全体の売上も近いうちに増加してくると期待している。
		百貨店（売場主任）	・今月中旬以降の来客数の増加と、それにもなう売上の回復状況から、現状の季節商材が次の季節商材に変わるタイミングでの更なる回復を見込んでいる。日用品である食品部門はすでに前年並みの動きとなっている。
		百貨店（売場主任）	・現状、みられている買い控えも、7月から始まるセールにより回復することになる。
		百貨店（販売促進担当）	・今後、消費税増税前の駆け込み需要による反動減は改善される。しかしながら、3月以前の水準に戻るまでには時間が掛かる。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税による買い控えの影響から、いつ回復するかは不透明であるが、季節の変わり目で衣料品が注目される6月、あるいはセールの始まる7月以降の持ち直しに期待している。
		スーパー（店長）	・水着、アウトドア用品など、消費税増税前の駆け込み需要の影響がなかったカテゴリーの商品の売行きが良いため、今後についてはやや良くなる。
		スーパー（店長）	・消費税増税により消費行動が大きく変化しているが、すべてを節約するとは考えにくく、節約するものと、お金を掛けるものとの消費の二極化が進む。また、来客数は4月を除き上昇傾向にあったため、今後、景気はゆっくりと上向くことになる。
		スーパー（役員）	・消費税増税前の駆け込み需要による反動減はあったが、増税にもなう節約ムードはあまり感じられないため、後は前年以上の売上が期待できる。
		コンビニ（エリア担当）	・前年のゴールデンウィーク期間中は天候要因で売上不振だったこともあり、現在の流れで推移すれば、伸び率がプラスとなる。来客数も徐々に回復している。さらに、今後、公共工事が期待どおり発注されることになれば、夏までには良い流れとなる。ただし、競合他社の出店が多いため、競争は厳しくなる。
		家電量販店（経営者）	・消費税増税後の反動減の状況も一服し、通常の状態に戻るようになる。さらに、サッカーワールドカップによるAV機器の需要増にも期待している。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金が終わった際も、1～2か月はある程度売上が落ちたが、その後は回復したため、今回の消費税増税の影響も同じような傾向で推移する。
		自動車備品販売店（店長）	・2～3か月後には、消費税増税の影響がなくなり、前年並みの動きとなる。
		旅行代理店（従業員）	・ビジネス客の動きが活発化することになる。また、前年は天候不良により、春先の農作業に遅滞が生じ、5～7月の旅行需要に影響したが、今年は今のところ天候が安定しており、団体予約の動きも良い。

	旅行代理店（従業員）	・消費増税の影響が思っていたよりも少なかったことに加えて、問い合わせも段々と増えてきているため、今後についてはやや良くなる。
	旅行代理店（従業員）	・季節が良くなることで、外出や消費が活発になる。
	タクシー運転手	・懸念していた消費増税も、今のところは影響が少ない。また、これから観光シーズンが到来するため、やや良くなることを期待している。
変わらない	商店街（代表者）	・消費意欲は若干回復してくるが、パーゲンまでは単価の低い商品で買物を済ませようという傾向が続く。
	商店街（代表者）	・身の回りの人の給料に変化がない状況であることから、生活を守るために安売り商品を買求めるという行動は今後も変わらない。
	商店街（代表者）	・消費増税により、客の気分がマイナスとなっているため、しばらくはこのままで推移する。ただ、外国人観光客の入込が好調を維持しているという点では、今後の不安要素もなく、全体としては引き続き好調に推移する。
	百貨店（売場主任）	・今月の状況から、消費増税後、2～3か月は厳しい状況が続く。7月のパーゲンを中心にある程度の回復基調が出てくるとみているが、客の様子から地方の情勢には厳しい面もある。また、今年の天候は低温が予想されているため、夏物の動きが厳しくなることが懸念される。
	スーパー（企画担当）	・消費増税後の消費動向がどうなるか、いまだに読み切れない。店頭価格の動向も定まっておらず、この先2～3か月の動向を注視する必要がある。
	スーパー（役員）	・食料品の回復はやや早く進むとみているが、5月中旬までは今の状態が続く。消費者にとっては、消費税率8%を重く感じているため、買物そのものが相当シビアになっている。消費増税による駆け込み需要の反動はなくなっても、今後、数か月は増税そのものの影響が懸念される。
	コンビニ（エリア担当）	・当地区に関しては、さけ、ますの漁獲枠が大きく確保されたことで漁獲量が見込めるが、それ以外の漁業や昆布などについては流水の影響で悪化が見込まれているため、どちらとも言えない状況である。
	コンビニ（オーナー）	・道内客の需要だけでは売上が厳しく、アジアからの観光客の入込次第で景気が変わってくる。
	衣料品専門店（経営者）	・消費増税の影響は落ち着いてくるが、今後も消費者の財布のひもが緩みづらい状況が続く。夏物商戦では着物の客単価が低下することが懸念されるため、セット商品などで単価をアップさせることが必要となってくる。
	衣料品専門店（店長）	・今のところ、経済の先行きについて明るさが全く見えないため、今後も変わらない。
	衣料品専門店（店長）	・消費増税にともなう買い控えが今後も続く。
	乗用車販売店（従業員）	・特に目玉となるようなものがないため、今後への明るさが見えてこない。
	乗用車販売店（役員）	・4月以降、上半期は新しい商品の導入も予定されていないことに加えて、4～6月にかけて1～2回目の車検対象台数が減少するため、サービス部門の売上にも影響が出てくる。このため、消費増税による反動が薄まる下期まで大きな変化はみられない。
	高級レストラン（経営者）	・3か月も経てば、消費増税に対する心理的な抵抗感もなくなり、以前のように少しずつ来客数が増えていくことになるが、経営的には経費がどんどんかさんでおり、苦しい状態にある。そのため、今後もさほど景気は良くならない。
	高級レストラン（スタッフ）	・景気の良い建設関係者が飲食店を大いに利用してくれること、外国人観光客が増えて色々な店で食事してくれることを期待している。そうなれば、消費増税の価値も高まるのかもしれない。しかし、現実としては、前年来の食材価格の値上がりや食品表示問題、消費増税後のメニュー更新、一般客の減少などで、飲食業は厳しい状況にある。特にホテル内外の高級店の経営環境は厳しく、今後の動向を見定めにくい状況にある。
観光型ホテル（スタッフ）	・いわゆるトップシーズンに入り、観光目的の客が増えることがプラス要因として挙げられる。その一方で、今年は学会や各種イベントが低調なことがマイナス要因となっている。	
観光型ホテル（役員）	・引き続き6月までは国内客を中心に予約が鈍化している。また、様々な物価の上昇でコストアップとなっており、利益が出にくい状況となっている。	
タクシー運転手	・タクシーの利用は、景気の影響もあるが、天候に左右されることの方が多い。特に5月は連休もあり、気候も良くなってくるため、例年、タクシーの利用が減る時期でもある。	

	観光名所（職員）	・消費増税の影響及び具体的な景気対策などが、今後どのようなものが見えてこないため、今後も変わらないまま推移する。	
	パチンコ店（役員）	・依然として建設業の受注状況が良いようだが、このことが今後、他の業種にどう影響してくるかによって変わってくる。	
	美容室（経営者）	・客が徐々に消費増税にも慣れて、従来と同様の来店パターンに戻る雰囲気がある。そのため、今後も以前と同じような動向で推移することになる。	
	住宅販売会社（経営者）	・個人消費を中心に、今後、2～3か月は今の状態が続く。	
	住宅販売会社（従業員）	・特に変わった動きが感じられないため、今後も変わらないまま推移する。	
	住宅販売会社（役員）	・4月の分譲マンション市場の動きは想像していたよりも悪くないが、今後2～3か月は消費増税直後で客の購入姿勢がより活発化する要因もないため、当面デベロッパーは現在のように分譲マンションの供給に慎重な態度を維持することになる。	
やや悪くなる	商店街（代表者）	・客との話からは、給料が上がったという声がほとんど聞かれないため、今後はますます生活防衛が強まることになる。	
	スーパー（店長）	・この先2～3か月は消費増税による影響が続く。	
	コンビニ（エリア担当）	・たばこの値上げ時や過去の増税時も同様の傾向だが、来客数は今後、前年並みに戻るが、客単価が低下したり、買上点数が減少するため、売上が低迷することになる。	
	衣料品専門店（店長）	・客の消費増税に対する意識が非常に強く、特に平日の売上が大幅に落ち込んでいることから、主婦層の買い控えを感じる。アパレル業界としては、急激な気温変化などがない限り、大きな伸びは見込めない。また、被服需要の低さを考慮すると、支出の優先度は低く、先行きの景気が上向きとはならない。	
	家電量販店（店員）	・家電業界では、消費増税前の駆け込み需要の反動が6月まで続くとみているため、今後あまり期待できない。	
	家電量販店（地区統括）	・消費増税後、最低3か月は駆け込み需要の反動が続く。	
	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・一般用医薬品のネット販売が可能となるため、店頭販売が上向く要素がない。	
	タクシー運転手	・この先の景気動向が、具体的にどう推移するか、まだ見通せない状況であるが、現状の消費増税による影響は夏ごろまで続く。その後についても、大きな変化がみられる状況となるのかは注視しなければならないが、売上が伸び悩んでいる状況はしばらく変わらない。	
	タクシー運転手	・前年と比べて予約件数が徐々に減少している傾向にある。事前予約が直前のオーダーとなる傾向もみられるが、全体としてはやや悪くなるとみている。	
	美容室（経営者）	・客単価の落ち込みに加えて、今後、客の来店周期が伸びることで、各月の来客数が減少することが懸念される。	
	悪くなる		
企業動向関連	良くなる	-	
(北海道)	やや良くなる	建設業（経営者）	・土木、建築、住宅、それぞれの着工済み工事の繁忙期を迎えるとともに、全体の受注量もかなり積み上がることになり、稼働率も高くなる。ただし、人手不足と資機材単価の高騰が顕在化しており、原価や工程面では厳しくなる。
		通信業（営業担当）	・現在は消費増税の影響を受けているが、この先は落ち着きを取り戻し、周囲の景況感及び消費全般も緩やかな拡大傾向となる。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・消費増税前の駆け込み需要による反動が収束し、受注量が回復することになる。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・消費税率8%から消費税率10%に向けた景気浮揚策が施されることになれば、今後の景気はやや良くなる。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・客先の仕事量は充分確保されていることから、5月中旬から従来どおりの景況感に戻ることになる。
変わらない		家具製造業（経営者）	・消費増税前の駆け込み需要による反動減の影響は、あと3か月くらいは継続することになる。
		金属製品製造業（従業員）	・消費増税後であるため、業者の受注予定状況も変わらないとみている。
		建設業（従業員）	・労務者不足に起因した建設単価の高騰は建設投資の採算性を脅かすほどになっており、着手を見合わせる事業が現れ始めている。
		輸送業（営業担当）	・海上輸送、陸上輸送とも、燃料価格が高騰し、高止まりしているが、荷主への転嫁も厳しく、経営を圧迫している。

	輸送業（支店長）	・限りなく右肩上がりの市況とは言えないが、原材料価格も含めた建設資材価格は比較的安定している。また、東北の復興事業にともなう計画も徐々に動き出してきている。一方で、製品輸送の能力面に対しては懸念が多い。
	金融業（企画担当）	・個人消費は雇用が改善していること、夏の賞与の増額が見込まれることなどから、消費税増税後の反動減は徐々に薄れる。住宅着工の回復は難しいが、外国人観光客の堅調な推移が見込まれること、公共投資が高水準を保つことなどから、景気は横ばいで推移する。
	司法書士	・消費税増税、地球温暖化対策税の引上げによるガソリンなどの単価上昇から、まだ1か月ほどであるため、現時点では物流コストなどへの影響はあまり感じられないが、今後の施策次第で景気動向が上下に変動する要素が大きい。ただ、当面はあまり大きな変化はないまま推移する。
	コピーサービス業（従業員）	・消費税増税の影響があるのかは不明だが、前年度は景気が上向いた年であったため、今後は慎重に推移することになり、現状維持のまま推移する。
やや悪くなる	建設業（従業員）	・公共工事、民間工事とも件数はあるものの、型枠、鉄筋などの協力会社で人員が集まらず、人材不足となっているため、新たな受注が受けづらい、もしくは受けられない状況になりつつある。
	司法書士	・現政権の経済対策効果で給料が上がったとの話もないため、今後も景気は低迷したまま推移する。
	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・前年度の積み残し作業がまだ2か月分あるが、今後、今年度の新規案件がどのように出てくるのか、内容も量も全く予想がつかない状況にある。
悪くなる	-	-
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）	・まだ予断は許さないが、小売業などにおいて消費税増税前の駆け込み需要の反動がないということになれば、しばらくの間は求人も下降する要因が見つからない。ただし、一部の業界では技能者不足などの問題から、求人の伸びが抑えられることは避けられない。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・4月の求人広告の売上が前年を下回ったことは、消費税増税により売上が減少した場合を懸念してのこととみられる。今後、さほど売上が落ちることがなければ、一時的な様子見として終わることになる。
	学校〔大学〕（就職担当）	・当初、4月以降は消費税増税の影響で購買意欲が低下するとみていたが、各企業の話聞いても3月以前と変わっていないため、今後についてはやや良くなる。
変わらない	人材派遣会社（社員）	・建設業などでは、採用が難しいと言いながらも、久しぶりの受注増加により潤っているように見えるが、その他の業種においては、業績も微増程度であり、環境が大きく変わる実感もないため、今後も変わらないまま推移する。
	人材派遣会社（社員）	・消費税増税の影響などから、消費を控える傾向があるため、今後については横ばいでの推移となる。
	求人情報誌製作会社（編集者）	・地域の生産人口の動態から、求人意欲はこのまま持続するとみている。ただし、年齢と能力によるミスマッチがポディブローのように効いてくることが懸念される。
	求人情報誌製作会社（編集者）	・前月のように極端に求人数を増やしたり、減らしたりした業種もなく、全業種を通じて高い求人件数を維持しているため、今後しばらくはこの状態で推移する。
	求人情報誌製作会社（編集者）	・消費税増税にともなう反動減がどの程度の影響を及ぼすか見えないなどの不確定要素もあるが、現状の人手不足感や求人に対する応募の少なさもあり、今後も求人数の減らない状況が続く。
	職業安定所（職員）	・消費税増税の影響は一部の業種でみられることになるが、全体的には労働力不足の傾向にあるため、求人数が減ることがあっても一時的な影響になるとみられる。
やや悪くなる	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ことや、消費税増税後の増税分を価格に転嫁できない零細企業などで企業活動に悪影響が生じること、消費者の買い控えなどによる企業収益の悪化が懸念されることなどから、今後についてはやや悪くなる。
悪くなる	-	-