

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 | 百貨店（販売促進担当） | ・来店客数、客単価ともに上昇している。 |
| | | コンビニ（店長） | ・5月からATMが導入されることに加えて、7月には電子マネーでの決済がスタートする。決済方法が楽になるということで売上が良くなるとは言えないが、ATM利用のついでに缶コーヒー1本などの買物を期待している。 |
| | | 家電量販店（地区統括部長） | ・オリンピック需要がAV商品を中心に更に期待が持てる。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・新型車が出ていないものの、来場者が増えてきている。 |
| | | 観光型ホテル（スタッフ） | ・本格的なグリーンシーズンに向けて、前年のようなマイナス要因もなく、このまま推移すれば増勢に転じる見込みである。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・海外旅行が確実に回復基調にある。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・日々の客の動向や夏休みの旅行問い合わせの件数からみると、少しずつ動きが増えてきた。品質を求めて高額商品に目を向ける傾向が出てきている。 |
| | | 観光名所（役員） 美容室（経営者） | ・ロープウェイの予約状況等は、強含みに推移している。 ・新しいメニューに対する反応が以前よりは良くなってきている。 |
| | 変わらない | 商店街（代表者） | ・パチンコ屋の盛況の裏返しは不景気の証拠というが、街中のパチンコ屋は今も朝から盛況である。また街中のサラ金の利用も高い。自己破産も減少していない。 |
| | | スーパー（店長） | ・目玉を教育しないと客を呼べず、販売点数が増えても客単価と1品あたりの単価の落ち込みをカバーできていない。 |
| | | 衣料品専門店（店員） | ・3か月後も今と同じ傾向だと思う。単価の低い商品を1点買って満足する客がより増える。 |
| | | 住関連専門店（営業担当） | ・消費税の総額表示の実施で売価に対する値上がり感が出て、購買力を限定させている。数か月間はこの状態が続くと思われ、売上に対する明るい期待が持てない。 |
| | | 高級レストラン（スタッフ） スナック（経営者） | ・5月の予約状況が悪いが、6月の予約状況は前年比でプラスになっている。 ・全体に不景気なので会社の交際費を抑え、ポケットマネーでの支払が多い。 |
| | | タクシー運転手 | ・北海道はこれから本格的な観光シーズンを迎え、多くの観光客が札幌にも来るが、観光客のタクシー利用も数年前からあまり期待できない。 |
| やや悪くなる | 観光名所（職員） その他レジャー施設（職員） | ・タクシーの空車が依然として目立つ。 ・今後は球団・クラブの成績により、来場者が大きく変化する。プロ野球チームの人気のまま続くかは不透明である。 | |
| | 設計事務所（所長） | ・良くなってはいるが、このままどんどん良くなるとは思えない。北京オリンピックの影響で、建材が中国へ流れてしまい、国内での値段が上がってきている。特に鋼材、鉄筋が顕著である。秋以降、建設コストが上がることは避けられないようで、これがどのように影響するのか、未知数である。 | |
| | 百貨店（売場主任） | ・客単価が下がっている影響も若干あるが、高額商品の動きが非常に鈍い。夏に向けては天候も懸念される。 | |
| | スーパー（店長） | ・消費税の総額表示の割高感はまだ続くと思われ、そのことによる販売点数の落ち込みがまだ続くと思われる。割安感を出すために店の売価を下げて販売することによる利益の悪化が懸念される。 | |
| | スーパー（店長） | ・消費者における無駄遣いの排除、節約意識の浸透が進むとともに、競争環境の激化による価格競争の一層の進行が懸念されるほか、BSE・鳥インフルエンザといった外的要因による畜産物の消費低迷が予想される。 | |
| スーパー（企画担当） | ・消費税の総額表示導入後、小売業者はもろのりのこと、メーカーや卸売業者も巻き込む形で対応が混乱している。また価格表示の分かりづらさや便乗値上げ・便乗値下げなどの動きもあり、消費者も戸惑っているのが現状で、消費動向に対してプラスの影響は考えにくい。 | | |
| コンビニ（エリア担当） | ・海外旅行が復活している影響から北海道旅行が減り、幹線沿いの店の週末行楽時の売上が鈍る。 | | |

| | | | |
|----------------|--------|--------------------|--|
| | | コンビニ（エリア担当） | ・前年の観光客の大幅な減少などはなくなったが、人口減少・公共投資減少は依然として続いているため、じりじりと悪くなる状況は変わらない。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・今年は参議院選挙があり、選挙のある年はあまり売上が良くない。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | ・道外の景気浮揚感にも関わらず、大手エージェントの集客は思ったより不調である。送客件数はますますでも、一般の旅行者、企業・団体の旅行者とともに団体の少人数化が目立つ。宿泊単価の値下げ要請は依然として絶えず、付帯収入も伸び悩んでいる。 |
| | | タクシー運転手 | ・今後、少しは観光客の入りも増えると思うが、それ以上にタクシー業界では競合相手が増えているため、全体的には悪くなる。 |
| | 悪くなる | 旅行代理店（従業員） | ・郊外に大型ショッピングセンターがオープンし、人の流れが市中から郊外へと大きく変わる可能性がある。インショップとして入居する旅行会社の販売増による影響は免れない。 |
| 企業 動向 関連 | 良くなる | 家具製造業（経営者） | ・大都市部を中心に需要の回復の底堅さがみえてきた。 |
| | やや良くなる | 食料品製造業（経営者） | ・企業の景況改善に伴って、まだ火が付いていない個人消費が活発になると思われる。内容量が多い価格対応の商品よりも、割高だが小分けしている商品の動きが良くなっていることから、消費者の価格志向一辺倒に変化が現れていることがうかがわれる。 |
| | | 輸送業（営業担当） | ・製造メーカーの生産調整は一過性のもので、マーケットの潜在意欲は固く、価格調整が進めば物流の回復が見込める。 |
| | | 通信業（営業担当） | ・取引先の声として景気の先行きに関する悲観的な話が少なくなり、積極的な事業、商圏拡大の計画も聞こえるようになってきた。 |
| | | 通信業（営業担当） | ・中堅規模の会社からの受注量が増えてきた気がする。中小企業は引き続き厳しいようだが、若干景気が上向いていると感じている。 |
| | | 広告代理店（従業員） | ・全国的な新撰組ブームにあやかり、4～7月と函館でも、新撰組関連のイベント等が組まれている。関連施設への観光客の来館も増えている。 |
| | 変わらない | 食料品製造業（社員） | ・中国景気に追従できる業種は業績を伸ばす傾向が強いが、内需としての景気の動向は一進一退である。 |
| | | 食料品製造業（団体役員） | ・加工原料であるイカの漁獲予想状況の見通しが厳しいため、原料価格が上昇し、販売価格へ転嫁しなければ採算が合わない状況になる。 |
| | | 金融業（企画担当） | ・雇用・所得環境の改善は期待できない。しかし季節要因や株価の上昇などもあり、消費マインドは幾分上向きが期待される。建設業なども再編が進み、最悪期を脱しつつある。 |
| | | その他非製造業〔機械卸売〕（従業員） | ・鋼材値上げの影響で、鉄骨造からコンクリート造に変更する構築物が増加し、鉄筋加工が例年になく忙しくなり、土木工事減を補っている。 |
| | やや悪くなる | 金属製品製造業（経営者） | ・材料の鋼材の値上げの問題や、それに追従する物品の値動きが変化しつつある。見通しがきかない状況である。 |
| | | 金属製品製造業（統括） | ・前年度と比較して、見積物件が少ない。 |
| | | 輸送業（支店長） | ・原材料・燃料等のアップに対して、運賃は相変わらず低下傾向にあり、本州の景気回復とは裏腹に、道内は更に厳しい状況になる。 |
| | 悪くなる | | |
| 雇用 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・先月あたりから建設系の求人が増加してきている。今月も増加傾向にあり、建設が増えてきたということは、かなり良い傾向と思われる。 |
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・自衛隊の旅団化による縮小の影響で、地域における人口の減少がみられるものの、本州方面の派遣求人が活発化している。地域への求人市場にも影響が現れる。 |
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・長期間低迷していた建設業が確実に上向いており、他の業界への好影響が期待できる。 |
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・大型商業施設のオープンに関する応募者の分散化傾向が表れており、これまではすぐ決まっていた募集も、数回に渡った採用になっているケースが多く、それに伴う求人募集がしばらく続く。 |
| | | 学校〔大学〕（就職担当） | ・採用動向が元気を取り戻してきているような動きがみえる。 |

| | | |
|--------|----------------|--|
| 変わらない | 人材派遣会社（社員） | ・どの業界をみても回復基調となる兆しを感じられない。経営者よりも人材側に活気が感じられず、各企業における売上確保の底上げが期待できない。 |
| | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・建設新聞の新築情報をみても、大きな設備投資が少ない上、個人の新築物件情報も少ない。 |
| | 職業安定所（職員） | ・新規求人に持ち直しの傾向があるものの、公共工事や飲食店からの求人が減少傾向にあり、今後も厳しい状況が続く。 |
| | 職業安定所（職員） | ・業種によって偏りがみられ、良いところも悪いところも双方ある。 |
| | 職業安定所（職員） | ・駅地下の商業施設が閉店し、新たな出店計画・予定もないなど、雇用需要の回復が見込まれない。 |
| やや悪くなる | | |
| 悪くなる | - | - |