

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）	・気温による影響が大きいと見込まれるが、ツイードやチェックなど、今年の秋のトレンドが現時点ではっきりしているから、ある程度動きが出てくる。
		商店街（代表者）	・観光シーズンに入り、観光客の来店が前年よりも増えていることから、天候次第の面もあるが、今後についてはやや良くなる。
		スーパー（店長）	・カードポイントの効果で、ビールのケース買いや米の大口買いなどが増えているので、今後も期待できる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・トップシーズンということで、宿泊客、ゴルフ客が伸びを示している。企画商品に特典等をプラスして販売量を増やす施策が受け入れられており、今後についても期待できる。
		その他サービスの動向を把握できる者	・旭山動物園を訪れる観光客の訪問地が道北エリア全体まで拡大していること、海外客が増加していることから、よほどの天候の崩れがない限り、好転する。
	変わらない	一般小売店〔酒〕（経営者）	・今年に入ってから、売上が苦戦している状況が続いていることから、今後についても厳しいまま変わらない。
		百貨店（売場主任）	・消費マインドは依然として冷え切っている。元々の物余り傾向に加えて、値上げ傾向の商品が増えており、どうみても今以上の商況は見込めない。
		スーパー（役員）	・今後2～3か月での変化は考えられないが、今後も食料品の値上げは続くことと見込まれること、灯油やガス料金、電気料金の値上げが発表されていることから、食費に影響してくることは間違いなく、年末に向けて不安材料が多い。
		コンビニ（エリア担当）	・たばこ自販機のタスポ導入で来客数も販売額も大きく増加している。しかし客1人当たりの購入額は前年を下回っている。価格の安い商品や値上げしていない商品以外は良くない。依然として消費者の節約志向は続いていることから、安心できない状況にあり、景気が回復するという期待は持てない。
		コンビニ（エリア担当）	・現在の来客数の増加はタスポ普及率の低さに起因している。九州の事例から、今後の普及率の上昇は確実であり、その分現在の好調さは陰りがみえてくる。しかしながら、それまでに新規客の固定客化を進めていくことや周辺同業他社の衰退が進むことで、ある程度の維持は図れる。
		コンビニ（エリア担当）	・依然としてガソリン高騰の影響が大きく、昼食の消費もおにぎりやパンなど単価の低い商品にシフトしている。低価格の商品の動きが良いが、売上ほど利益に寄与していないことから、今後についても変わらないまま推移する。
		コンビニ（オーナー）	・今の状況から、猛暑になるなど、特別な何かがない限り、販売量の動きは変わらない。また夜の来客数の減少が顕著に表れており、今の経済状況のなかで物価の高騰がかなり響いていることがうかがえる。これらのことから、今後については厳しいまま変わらない。
		衣料品専門店（店長）	・上向きような好要素がないため、気温の高い日が続くなどの外的要因がない限り、現状のままで推移する。
		家電量販店（店長）	・物価の上昇気配は収まらないことから、この数か月と変わらず買い控えが続く。
		家電量販店（店員）	・例年より暑くなるとみられるため、エアコンや冷蔵庫に期待できる。またオリンピック需要も期待できる。
		乗用車販売店（従業員）	・物価上昇の影響で、売上に歯止めが掛かっていることから、今後についても厳しいまま変わらない。
		住関連専門店（従業員）	・物価の値上がり消費全体に響いており、今後についても厳しいまま変わらない。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・やや悪い月とかなり悪い月が交互に訪れている。これ以上の景気の上昇はなさそうである。
		高級レストラン（スタッフ）	・今月は高級飲食店の売上が良かったものの、定期的に来店していた高齢者の客足が遠のいたままであることから、こうした状況は一過性のもものと見込まれる。また地方では景気の高揚感より、店の疲弊感をより感じる。
		一般レストラン（スタッフ）	・4月にビール、食材等が値上がりしたばかりなのに、7月から焼酎、各種調味料、食用油等が再度の値上げとなる。原油価格の高騰も続いていることから、収益をますます圧迫しており、先行きについては不安要素ばかりである。

	観光型ホテル（経営者）	・ 諸物価の高騰、台風や地震等の自然災害に対する不安など、観光に対するマイナス要素が多すぎる。
	旅行代理店（従業員）	・ 原油高が沈静化する動きも感じられず、洞爺湖サミットが終了したことで、すぐに好転するような要因が見当たらない。
	タクシー運転手	・ 流しでの営業は限界で、1時間走り回っても客が乗らないことは珍しくない。こうした状態が急に変わるとは考えづらく、今後についても変わらない。
	タクシー運転手	・ タクシーは景気に大きく左右される業種なので、景気が好転しないと良くならない。原油に加えて、小麦や卵まで値上がりする現状では、タクシーに客が乗らないため、今後についても変わらない。
	設計事務所（職員）	・ 原油高騰に基づく建設資材の値上がり、北海道開発局の官製談合の摘発、金融機関の貸し渋り等、北海道の景気回復の兆しを握る建設業を取り巻く環境は大変厳しく、当分、景気浮揚は望めない。それどころか、拓銀破たん時の暗雲の再来が現実のものとなりつつある。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・ 原油高による諸物価の値上がりは今後も継続する。また洞爺湖サミットの開催を前に、二酸化炭素の削減、省エネ、エコへの意識付けが報道されており、消費者は「もったいない」との意識から、「無理・無駄」をしないようになっており、結果として消費が抑制されることになる。
	商店街（代表者）	・ 全体的に物価の上昇、税金などの負担増が見込まれることから、今後についてはやや悪くなる。
	百貨店（売場主任）	・ これから中元商戦が始まってくるが、良い情報が聞こえてこないことから、今後についてはやや悪くなる。
	百貨店（販売促進担当）	・ 原油価格の高騰が電気料金の値上げにまで波及してきた。生活防衛色が更に強まり、ボーナスも消費ではなく貯蓄に回す家庭が増える。消費も本当に必要な物しか買わず、単価を下げるか買上点数を減らすなどの切り詰め策により、大幅に売上が減少することになる。
	スーパー（役員）	・ 物価の値上がりの影響で、買上点数が減少している。賃金の上昇がみられないため、今後についても買い控え、消費控えが懸念される。
	コンビニ（エリア担当）	・ 食料品とガソリンの更なる値上げにより、消費者の食料品に対する引き締めは一層厳しくなるため、今後については景気が悪化していく。
	家電量販店（地区統括部長）	・ 北京オリンピックの影響を受け、7～8月までは薄型テレビを中心とした需要が見込まれるが、それ以外の家電品については、消費低迷のあおりを受け、大幅に減少することが見込まれる。
	観光型ホテル（経営者）	・ 7月は洞爺湖サミットがあり、8月は北京オリンピックがある。また時期は分からないが、年内の総選挙が見込まれることから、観光客の入込が少なくなる要素が3つそろっているので、今後については入込数が少なくなり、やや悪くなる。
	旅行代理店（従業員）	・ 需要の伸びがなかなか期待できない状況にあることから、今後についてはやや悪くなる。
	タクシー運転手	・ 最近、ガソリンや食料品など様々な商品の価格が上がってきていることから、衣食住以外の消費は抑えられる。当然、タクシーの利用は減ってくる。
	観光名所（役員）	・ 厳しい交通規制が予想される洞爺湖サミット終了後も、北京オリンピックの開催など、観光面ではマイナス材料しか見当たらないことから、引き続き楽観できない状況にある。
	観光名所（職員）	・ 洞爺湖サミット終了後に北海道観光が世界的に注目されるなど、今後については期待が持てる面もあるが、原油や物価の高騰、北京オリンピックの影響で観光客が減少する。また国内及び北海道の景気が上向きような材料もなく、当施設の利用人数増加は期待できない。
	美容室（経営者）	・ 客に節約ムードが広がっており、特に年金生活者にその傾向が強く出ている。価格の高い商品の動きが弱いことから、当分は商品の品ぞろえも価格の安い商品を増やす必要が出てきている。
	美容室（経営者）	・ 景気が良くなる材料は1つも無い。燃料や諸物価の更なる上昇などもあり、このままでは北海道がさびれて死んでしまうことになる。

		設計事務所（所長）	・公共料金、食料品、灯油、ガソリンなどが次々と値上げされるなか、客はますます低予算、高要望となり、仕事として成立しない傾向がみられることから、今後についてもやや悪くなる。
悪くなる		百貨店（売場主任）	・今後もガソリンや灯油が更に高騰することが見込まれることから、家計が非常に圧迫されることになり、衣料品分野の消費にも影響が出てくる。
		百貨店（役員）	・ガソリンの更なる値上がりは、消費に相当の影響を及ぼすことになるため、今後については悪くなる。
		スーパー（店長）	・ガソリン価格の高騰は、冬季に入って灯油の使用が始まればより家計に響くことになる。またガス料金や電気料金の値上げも控えていることから、今後の景気感は悪くなる。
		家電量販店（経営者）	・原油高、物価上昇、先行き不安など購買意欲をそぐ要因が多く、今後については悪くなる。
		スナック（経営者）	・不景気のなか、物価の値上がりなどから、お金を使えなくなってきており、全体的に客の来店が減っている。また高齢化や年金などの問題もあり、今後、客が増える可能性は非常に低い。
		住宅販売会社（経営者） 住宅販売会社（従業員）	・市場が冷え切ったまま、原材料価格が高騰していることから、今後については厳しくなる。 ・いまだに、住宅総合展示場などは閑散とした状態が続いている。住宅関連全体で、成約数が激減している状態であり、今後も悪化することになる。
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	家具製造業（経営者）	・本当に良いものを求める層の需要は底堅く、実のあるブランドはむしろ支持されることが期待される。
		建設業（経営者）	・例年と比べて、発注遅れや資材価格の高騰がみられるが、2～3か月後には、公共工事、民間工事共にある程度受注が積み上がり、工事施工の最盛期を迎えると同時に、人、物、金の動きも活発になる。
	変わらない	食料品製造業（役員）	・値上げ交渉による改善を期待しているが、今の状況とあまり変わらないことが見込まれる。
		金融業（企画担当）	・洞爺湖サミット開催効果で観光関連は堅調となる。しかし道内企業は、原材料価格の上昇に対し価格転嫁の遅れが目立っている。公共工事の発注も遅れ気味で建設関連は厳しさが続く。また消費者の生活防衛意識が強いことから、個人消費は低迷する。
	やや悪くなる	輸送業（支店長）	・一部の本州企業による買占め傾向はあるものの、道内企業はおしなべて燃料費の上昇を価格に転嫁できていない。また輸入及び移入の入荷数量の減少、建築、土木の受注の大幅な減少などもあり、今後については更に悪化する。
		通信業（営業担当）	・景気を下支えする材料が見当たらず、洞爺湖サミットによる特需も身の回りでは感じられないことから、今後の景況感はやや悪くなる。
	悪くなる	その他サービス業〔システムハウス〕（経営者）	・原価高騰により企業業績が悪化することで、システム関連への投資が減ることが見込まれる。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・値上げ前の駆け込み需要は多少あるものの、原材料の価格が安定するまで仕事量は抑えられるため、今後については悪くなる。
	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）	・企業の業績は横ばいであり、売上を増加させる方法を模索している。営業マンの求人が多いのもその表れである。コールセンターの活用など、顧客獲得に向けての提案に対しては興味を示すが、経費対効果を検証するため、なかなか結論が出ない状況にある。各企業とも現状からの打開策が見えず、今後に対する悩みは深い。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・肥料やこん包用段ボールなど、原材料の値上がりの影響はあるものの、日本有数の大規模農業を基盤とする地域柄であることから、農業を軸とした地域の雇用はかろうじて現状並みの水準で推移する。
やや悪くなる		人材派遣会社（社員）	・仕事がなかなか決まらない状況のなかで、紹介した仕事を断ったり、途中で辞める人が増えていることから、雇用状況の改善は見込めない。
悪くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・原油高、インフレなどマイナス要因ばかりで、プラス材料が見当たらない。求人雑誌が売れ始め、ネット求人のアクセス数が増え、各求人広告に応募する求職者の数も増えてきており、不況突入の典型的パターンを呈している。	