

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 | 景気の現状判断 | 業種・職種 | 判断の理由 | 追加説明及び具体的状況の説明 |
|----------------|------------------------------|--|---------|---|
| 家計 動向 関連 | 良く なっている やや良く なっている | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・厳しい状況ではあるが、ボーナスの支給や定額給付金の給付などの影響により、3か月前と比べると、単価の低い商品を中心に、客の購買意欲が高まっている。 |
| | | 商店街（代表者） | 来客数の動き | ・定額給付金の給付の影響も大きいですが、先行きへの不安感がやや緩和してきている。月末の通行量調査においても、1時間に100人近くの来街者があり、3か月前と比較して1.5倍以上の増加となっている。 |
| | | 百貨店（役員） | お客様の様子 | ・気温の高さとセールの前倒しにより、3か月前に比べると売場に活気がみられる。 |
| | | スーパー（店長） | 販売量の動き | ・3か月前と比較すると、わずかではあるが販売量が増えてきている。 |
| | | 家電量販店（経営者） | 販売量の動き | ・プレミアム付き商品券、省エネ家電のエコポイント制度を利用する買物客が多く、前年と比較して、テレビ、冷蔵庫を中心に売上が伸びている。 |
| | | 家電量販店（地区統括部長） | 販売量の動き | ・省エネ家電のエコポイント制度がより具体化したことにより、薄型テレビや冷蔵庫といった商品の販売量が2けたの増加となっている。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | 販売量の動き | ・現在の自動車販売は国策の影響が大きく、環境対応車購入時の減税の効果から前年よりも好調である。 |
| | | その他専門店【医薬品】（経営者） | 来客数の動き | ・新型インフルエンザの影響で、健康に対して防衛的な感覚が客に芽生えており、客からの相談や商品の問い合わせが増えている。 |
| | | 通信会社（企画担当） | 販売量の動き | ・通信関連機器を新たに導入したり、入替えをする企業が増えてきている。ただし、設備投資に高額をかける企業は皆無であり、各企業の経営状況は引き続き厳しい状態にある。 |
| | | 観光名所（職員） | 来客数の動き | ・繁忙期に入ってきたことによる季節的な影響かもしれないが、3か月前に比べると利用客が29%増加している。 |
| 設計事務所（職員） | それ以外 | ・景気浮揚対策の補正予算の執行にともない、文教施設の耐震診断や改修業務が数多く発注されているほか、医療施設からの耐震化補助を受けるための耐震診断依頼も多く、所内の担当者が忙しくなっている。 | | |
| 変わらない | | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・夏物シーズンに突入したが、天候不順の影響もあり、客の購買態度は依然として慎重である。セール待ちをしている印象もある。 |
| | | 商店街（代表者） | お客様の様子 | ・客の買物に対する行動は依然として慎重なままである。 |
| | | 一般小売店【土産】（経営者） | 来客数の動き | ・新型インフルエンザの影響で、観光客の動きが止まっていたが、ようやく先週から小学生の修学旅行がみられるようになってきた。ただ、それ以外の観光客はまだ減ったままであり、外国人観光客は極端に減っている。 |
| | | 一般小売店【酒】（経営者） | 販売量の動き | ・月末になり、暑い日が続くようになってきたが、世の中の様子が左右されているためか、今一つ消費に勢いがみられない。 |
| | | 百貨店（売場主任） | 単価の動き | ・販売量はほぼ前年並みでの推移となっているが、売上は前年の90%弱となっており、客単価の低下が著しい。特に、衣料品については、約1500円も客単価が低下しており、前年並みの販売量に対して、売上が前年の80%台にとどまっている。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | 単価の動き | ・来客数の回復する兆しがみられるものの、売上が伸びているのはセール品が中心であり、正価品に対する購買態度には変化がみられない。また、セール品のまとめ買いも少ない。正価品の代替として、セール品を購入するケースが多いため、客単価の低下にもつながっている。 |
| | | スーパー（店長） | 競争相手の様子 | ・各社とも価格訴求型のチラシが増えており、客単価が低下している。そのため、来客数の増加を図らなければ、売上が確保できない状況になっている。 |

| | | | |
|-----------------------------|------------------|--|---|
| スーパー（店長） | 単価の動き | ・6月に入っても、客単価が前年を下回る傾向に変化はみられない。父の日のギフト関連の動きも、母の日と同様に単価の低下がみられた。 | |
| コンビニ（エリア担当） | 来客数の動き | ・タスポ効果は一巡したが、予想以上に売上が維持できている。ただ、今月前半は天候要因により、伸び悩みがみられた。 | |
| 衣料品専門店（店長） | 来客数の動き | ・今月も高額商品に動きが全くみられず、売上に悪影響が出ている。 | |
| 家電量販店（店長） | 販売量の動き | ・省エネ家電のエコポイント制度に期待していたが、交換対象商品が不明確だったことから起爆剤とはならなかった。 | |
| 家電量販店（店員） | 販売量の動き | ・エコ家電や薄型テレビは前年よりも伸びているが、月を通して気温が低かった影響もあり、全体の売上は前年を下回った。 | |
| 乗用車販売店（従業員） | 販売量の動き | ・一部の人気車種の受注は好調であるが、他の車種は受注が低迷しており、全体としてはあまり良くない状況のままである。 | |
| 高級レストラン（スタッフ） | 単価の動き | ・ランチタイムはほぼ満席状態となっており、来客数は前年を2%上回っている。特に、観光客の来店が目立っている。ただし、リーズナブルな値段の注文が多く、客単価は前年を3.5%下回っている。全体の売上は前年を2%弱下回っている。 | |
| 旅行代理店（従業員） | 販売量の動き | ・土日の来客数は戻りつつあるが、新型インフルエンザのフェーズ6への引上げに伴い、夏以降の海外旅行の延期が目立っており、全体としては前年をやや下回っている状況にある。 | |
| タクシー運転手 | 来客数の動き | ・6月もタクシーの利用客が減ったままであり、売上は前年を大きく下回っている。特に平日の日中や週末の日中及び夜間の売上が大きく減少している。ただ、今月の減少幅は1けたとなっており、10%ほどのマイナスとなった4～5月と比べると、減少幅が縮小している。 | |
| タクシー運転手美容室（経営者） | 来客数の動き お客様の様子 | ・相変わらず電話での注文数が減少している。 ・ようやく定額給付金の給付が始まったが、何か変化が出てきている様子もみられず、現状維持の状態に変わりはない。 | |
| その他サービスの動向を把握できる者【フェリー】（役員） | 来客数の動き | ・年度が替わってから、3か月連続で利用客が前年比2けたのマイナスとなっている。 | |
| 住宅販売会社（経営者） | 来客数の動き | ・相変わらずモデルハウスへの来場者が前年を下回っている。 | |
| 住宅販売会社（従業員） | お客様の様子 | ・相変わらず客の動きが慎重である。 | |
| やや悪くなっている | 商店街（代表者） | 販売量の動き | ・客の買い控えが続いているなか、気温が低かったことから、衣料品については、大型店、路面店とも夏物に動きが全くみられず、前年を下回っている状態にある。 |
| | 百貨店（売場主任） | 来客数の動き | ・中元商品への客の食い付きが良くなく、売上に伸びがみられない。 |
| | スーパー（企画担当） | お客様の様子 | ・天候不順が続いたせいか、景気の回復に一服感がみられる。 |
| | スーパー（役員） | 単価の動き | ・商品単価が4.0～4.5ポイント落ち込む一方で、客の買上点数が4ポイントほど増加する傾向が相変わらず続いている。ただ、6月に入り、来客数が減少傾向に転じている。3か月前までは4ポイント前後の来客数の増加がみられていたが、今は前年並みの来客数を維持するのがやっとの状況となっている。 |
| | コンビニ（エリア担当） | 単価の動き | ・前年と比較して、天候条件が悪かったことから、特に週末の行楽需要が減少している。また、平日についても、喫煙者の減少によりたばこの売上が前年から5%以上減少するなど、客単価の低下が続いている。 |
| | 高級レストラン（スタッフ） | お客様の様子 | ・6月は下旬から来客数が増えてきたものの、全体では前年をやや下回った。新型インフルエンザは終息したようだが、レストランではその余波が続いている。 |

| | | | | |
|----------------|-------------------|--------------------------|---|---|
| | 観光型ホテル（経営者） | 来客数の動き | ・景気悪化や新型インフルエンザに関する報道が、消費マインドを過剰に悪化させている。ゴールデンウィークには、そこそこ動きがみられた観光客も、今月は平日、休日にかかわらず動きが止まっており、年金世代の動きも弱くなってきている。観光客の動きは過去にないほどの落ち込みとなっている。 | |
| | 旅行代理店（従業員） | 販売量の動き | ・ホテル業者のインターネット販売が伸びている影響で宿泊券の需要が伸び悩んでいる。また、景気低迷の影響で、業務旅行の受注も落ち込んでいる。ただ、海外旅行については、前年を上回る販売額となった。 | |
| | 旅行代理店（従業員） | 単価の動き | ・夏の繁忙期を迎え、売上の増加する時期だが、今年は取扱人員数の割に売上が伸び悩んでいる。特に海外旅行において、その傾向が顕著に表れている。 | |
| | 旅行代理店（従業員） | お客様の様子 | ・周年記念、例年または隔年で定期的を実施しているなどの理由がないと、旅行消費につながらない傾向が強くなっており、新たな需要が発生している実感がない。また、定額給付金の給付も需要喚起にはつながらない。 | |
| | タクシー運転手 | 販売量の動き | ・観光客の減少が影響している。3か月前と比べて、売上は約4%下回っており、前年と比べても約5%下回っている。 | |
| | 観光名所（役員） | 来客数の動き | ・観光客の動きをみると、国内団体客の減少が続いているなか、新型インフルエンザに対する過度の対策の影響から、台湾を始めとする海外客が減少しており、更に悪化している。 | |
| 悪く なっている | 百貨店（売場主任） | 販売量の動き | ・6月は天候不順の影響もあり、夏物商材の動きが非常に鈍かった。特にミセス向けの高級ブランドの落ち込みは厳しく、客単価は前年を下回った。クリアランスセールも前倒しで月末から始めたが、大きな効果は出ていない。 | |
| | スーパー（企画担当） | 単価の動き | ・低価格弁当がますます好調で、弁当類全体の売上をけん引しているが、他社も追随してきており、価格競争が激化している。豆腐、納豆なども数量は大きく伸びているものの、極端に低い価格での競争が続いているため、全体の売上は減少している。 | |
| | コンビニ（エリア担当） | 単価の動き | ・タスポ効果が一巡し、売上の伸びに一服感がみられるなか、低温や雨の多さといった天候要因により、来客数が減少している。更に、大手スーパーとの価格競争も厳しく、商品の単価が低下している。 | |
| | 高級レストラン（スタッフ） | 来客数の動き | ・朝食時を含めると、来客数は3か月前よりも若干増加しているが、地元客が利用する時間帯は来客数が減少しており、いまだ回復に時間がかかっている。 | |
| | 観光型ホテル（スタッフ） | 販売量の動き | ・観光目的の宿泊客の動きをみると、不景気に対する警戒感が強まっていることから、前年を2割ほど下回っている。安く抑えた宿泊料金を打ち出しても、旅行者の反応は鈍くなっている。 | |
| 企業 動向 関連 | 良く なっている | 通信業（営業担当） | 受注価格や販売価格の動き ・3か月前と比較して、客からの料金面への強い下押しニーズが明らかに減少しており、製品の質や納期などの料金面以外の条件を比較したうえでの購入が増加している。これは顧客層における景況感の回復基調の表れとみられる。 | |
| | やや良く なっている | 家具製造業（経営者） | 取引先の様子 | ・高額商品にも少し動きが出てきた。まだ実売につながってはいないが、請負物件の話も増えつつある。 |
| | | 金属製品製造業（役員） | 受注量や販売量の動き | ・前年と比べると、まだ悪い状態ではあるが、3か月前と比べると良くなってはきている。 |
| | | その他サービス業【建設機械レンタル】（総務担当） | 受注量や販売量の動き | ・受注量は引き続き前年を下回って推移しているが、3か月前と比べて、減少幅が縮小してきている。 |
| 変わらない | その他非製造業【鋼材卸売】（役員） | 受注量や販売量の動き | ・客先の仕事量が増えてきており、特に消耗品の動きが活発になってきた。また、延期、凍結していた設備計画も再燃してきている。 | |
| | 食料品製造業（役員） | 受注量や販売量の動き | ・受注量、販売量ともに変化がみられない状況である。 | |
| | 輸送業（営業担当） | 取引先の様子 | ・酪農も生乳生産も順調ではあるが、飲用向けの生乳は価格が上昇していることから生産量が減少している。代わりにバター、粉乳、チーズなどの加工品の生産が増加している。 | |

| | | | | |
|------|------------------------|----------------|--|---|
| | 輸送業（支店長） | 取引先の様子 | ・3か月前と比べて、輸送量が増えたり、価格が上昇したりなどの動きはみられない。ほとんど状況は変わっていない。 | |
| | 金融業（企画担当） | それ以外 | ・雇用環境が厳しいことから、消費者の低価格志向が強い。住宅着工戸数も減少しており、大手住宅建設会社の倒産が相次いでいる。公共工事関連の建設業は景気対策効果が表れつつあるが、総じて厳しい状態にある。観光関連は、旅行需要の低迷に加えて、新型インフルエンザの流行、天候不順の影響から入込客数が減少している。 | |
| | 司法書士 | 取引先の様子 | ・例年と比較しても、不動産取引や建物の建築着工が少ないままであり、大きな変化はみられない。 | |
| | 司法書士 | 取引先の様子 | ・相変わらず不動産取引や融資について、増加の動きがみられない。また、建物の新築も少ないままである。 | |
| | その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長） | 取引先の様子 | ・ガソリンや軽油の価格が上昇傾向にあることから、原価が上昇している。 | |
| | やや悪くなっている | | | |
| | 悪くなっている | 司法書士 | 取引先の様子 | ・土地の売買、建物の新築の登記が減少している。会社を解散して、個人で再生を図る起業者が増加傾向にある。 |
| 雇用関連 | 良くなっている | - | - | |
| | やや良くなっている | 職業安定所（職員） | 求職者数の動き | ・5月の新規求職者数が前年を0.9%上回り、やや落ち着きを取り戻している。 |
| | 変わらない | 人材派遣会社（社員） | 雇用形態の様子 | ・派遣利用の手控え感が強くなってきている。大口で派遣を受け入れていた企業の解約が続いており、派遣の利用を止め、経費の安いパートに変える動きもみられる。また、夏物商戦の時期であるが、販売業の派遣利用も低調である。 |
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | それ以外 | ・求人広告取扱件数は相変わらず低調であり、大きな変化はみられないが、広告を執行する企業に地域の中堅企業が少なくなっている。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 求人数の動き | ・例年6月の募集広告の売上は比較的堅調で、前年並みの売上を維持してきたが、今年は前年比73.2%と前年を大きく割り込む結果となった。派遣、流通、運輸運送、製造加工業などの業種で、前年まで継続して出稿していたクライアントが、出稿自体を見送るというケースが目立った。 |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・5月の新規求人数は前年を26.2%下回り、新規求職者数は前年を13.7%下回った。月間有効求人倍率は0.33倍となり、前年を0.09ポイント下回った。 |
| | やや悪くなっている | 求人情報誌製作会社（編集者） | 求人数の動き | ・今月の全業種での求人件数は前年を35%下回ったが、今年に入ってからマイナス幅としては比較的穏やかな方であった。底を打ったかどうかを判断するにはもう少し様子を見る必要があるが、クリーニングやスーパーなど、生活に密着した業種の求人は若干底を |
| | | 職業安定所（職員） | 求人数の動き | ・月間有効求人数は前年を19.6%下回り、31か月連続で前年を下回った。新規求人数は前年を16.7%下回り、15か月連続で前年を下回った。 |
| | | 学校〔大学〕（就職担当） | 周辺企業の様子 | ・大手就職情報誌主催の合同企業説明会が、6月の開催を中止したほか、他のイベントについても会場変更を余儀なくされている。背景には、採用方針を変更する企業が多く、当初予定の出展企業数を確保できないことが挙げられる。今後、開催が予定されているイベントも慎重に進められているようである。また、関連セミナーなども、例年にないほど参加企業が少なく、未内定の学生にとっては厳しい就職環境となっている。 |
| | 悪くなっている | 職業安定所（職員） | 求職者数の動き | ・5月の有効求人倍率は0.26倍で、前年を0.1ポイント下回り、7か月連続で前年を下回った。前年差は、前月から0.03ポイント低下しており、平成になってからの最低記録を更新している。事業主都合離職者の増加傾向も依然として続いている。 |