

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	その他専門店 〔医薬品〕（経 営者）	単価の動き	・ようやく東日本大震災の負の影響から抜け出し、元 気になるうという雰囲気客に出てきたことから、や や良くなっている。
	変わらない	商店街（代表 者）	お客様の様子	・春物への購買意欲はみられるものの、東日本大震災 の影響もあって景気が不安定になっていることから、 客の買物がかなりシビアになっている。
			一般小売店 〔酒〕（経 営者）	販売量の動き
		百貨店（売場主 任）	お客様の様子	・東日本大震災の影響による買い控えの反動からか、 今月に入ってから客の購買意欲がやや上向いてきて いる。来客数は大きく伸びてはいないが、1人当 たりの買上点数が増加している。
		スーパー（企画 担当）	販売量の動き	・3月は日用品の買いだめ等の震災特需にて一時的 に良かったが、4月は再び客の節約志向が強まっ ている。さらに、自粛ムードが追い討ちをかけて いる。
		家電量販店（店 員）	それ以外	・家電エコポイント制度が終わり、薄型テレビ等の 販売量、売上などは落ちているが、その分、エア コンの売上が伸びており、全体をけん引して いる。
		乗用車販売店 （従業員）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で自動車の生産は極端に落 ちているが、受注は前年並みをキープして いる。
		その他専門店 〔ガソリン スタンド〕（経 営者）	販売量の動き	・自動車用燃料油の販売量が前年と比べて低調 である。
		スナック（経 営者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響などから、繁華街への人出 がなく、落ち込んだままである。
		通信会社（企画 担当）	お客様の様子	・スマートフォン型端末やブロードバンドを用いた テレビに対する客の注目が高まった反面、法人・ 個人を問わず通信費削減の動きが高まっている。
		美容室（経 営者）	お客様の様子	・先月は東日本大震災のため、売上に多少の落ち 込みがあったが、今月は前年並みに戻ってきた。 そのため、3か月前と同じような状況にある。
	美容室（経 営者）	お客様の様子	・消費の委縮を心配したが、来客数・売上とも、 3か月前と比べて特に落ち込みはみられない。客 の会話にも、もちろん東日本大震災に関しての 心配や気遣いがみられるが、平静さの方が強く 感じられる。	
	やや悪く なっている	商店街（代表 者）	来客数の動き	・東日本大震災以降、来客数、売上とも前年 から20%程度落ち込んでいる。商店街の人 通りも閑散としている。
		商店街（代表 者）	お客様の様子	・東日本大震災と原子力発電所の事故の影響 により、景気動向が下向きにある。
		商店街（代表 者）	来客数の動き	・東日本大震災以降の自粛ムードのなか、 来街者が激減している。特に衣料品関係 店舗における来客数・売上の減少が著 しい。また、例年、海外客が増加傾 向となる時期であるが、今年は姿を ほとんど確認できない。
		百貨店（売場主 任）	それ以外	・売上の推移をみると、1月が前年比93.0%、 2月が前年比96.3%、3月が前年比94.1% となっている。4月も24日時点で前 年比92.8%となっており、前年割 れの状況が続いている。買上客数も 1月が前年比91.3%、2月が前年 比97.6%、3月が前年比94.8%、 4月が前年比92.9%となっており、 厳しい状況が続いている。
		百貨店（販売促 進担当）	お客様の様子	・東日本大震災から1か月が経過し、 客足は戻りつつあるものの、まだ 消費意欲が活発には戻っていない。 客単価や買上率なども3か月前の 状態には戻っていない。
		百貨店（販売促 進担当）	来客数の動き	・前年と異なる新規の販売強化企画 を仕掛けても、来客数の増加に結 び付かない状況にある。

百貨店（役員）	お客様の様子	・東日本大震災の影響は東北や関東に比べると小さいとみられるが、客単価はかなり低くなりつつある。	
スーパー（店長）	販売量の動き	・東日本大震災の影響から回復傾向にはあるが、まだ3か月前の水準には戻っていない。特に高級下着の落ち込み、トラベル用品の落ち込みが顕著である。	
スーパー（店長）	来客数の動き	・商品の入荷が不安定であることに加えて、自粛モードもみられるようになっており、無駄な物は買わないという客の様子が感じられる。	
スーパー（役員）	単価の動き	・東日本大震災以降、徐々に回復傾向にあるが、いまだ入荷の少ない商品も多い。特に海藻類は販売点数が大きく減少している。日配食品、一般食品も取扱量が少なく、チラシ販促がしづらい状況にある。こうした状況下、既存店の売上は何とか前年を維持できているが、客単価は前年比99%台と前年を下回っている。商品単価が前年比101.1%とやや上昇しているが、客1人当たりの買上点数は2～3か月前より約4%減少しており、前年比98%台で推移している。	
スーパー（役員）	販売量の動き	・加工食品の一部で前月の買いだめ需要の反動で、売上が悪くなっている商品がある。しかし、それ以外の商品については堅調に推移している。	
コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響でたばこの欠品が発生したことで売上は鈍化傾向にある。たばこの値上げ分による売上の上乗せで前年以上の売上は確保できたが、客に節約ムードが広がっており、高単価商品の動きが鈍くなっている。	
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・たばこの品切れにより、1日のピークタイムに当たる通勤・帰宅時間帯の来客数が減少している。	
コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響により、メーカーから納品される商品の欠品数が増え続けている。	
家電量販店（地区統括部長）	販売量の動き	・予想していたことではあるが、家電エコポイント制度が終了して、テレビ・冷蔵庫の需要が極端に落ちている。	
旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・自粛モードと経済の停滞による閉そく感が客の動きを鈍らせている。食料品販売などではやや上向きにあるようだが、日常的な消費が戻るにはまだ時間がかかる。	
タクシー運転手	来客数の動き	・東日本大震災の影響により、観光客が激減しており、タクシーの売上も減少している。	
その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	来客数の動き	・東日本大震災の影響により、特に団体ツアー客のキャンセルが増加しており、結果的に利用客が減少している。	
悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響により、観光客が大きく落ち込んでおり、飲食関連は先月に続き厳しい状態にある。地元客も商店街への来街が減少しており、必需品以外に対する消費意欲が低下している。
	商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災以来、来客数が減少している。たまたに来店した客も震災の話ばかりで、購入意欲が盛り上がってこない。また、アジア系の観光客の姿は完全に街から消えてしまっている。本当に景気が良くない状況にある。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響で観光バスなどが入ってこない状態となっている。
	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・原子力発電所の放射能漏れの影響が当地にも生じている。外国人観光客のみならず、国内観光客も激減しており、例年の5分の1から6分の1まで減少している。近隣の店舗では、業種による違いもあるが売上が4割から8割も減少している。従業員の解雇も始まっているようであり、他地域から出店した店舗では、店を閉めたところもみられる。

百貨店（売場主任）	お客様の様子	・東日本大震災以降、4月に入っても傾向は大きく変わらない。食品関連や物産催事の食品に関しては前年を上回って推移している。雑貨関係では靴・ハンドバックの春物に動きがみられるが、衣料品では、紳士・婦人とも、特に春物のカジュアル関連の動きが厳しくなっている。商品アイテムでみると、ブラウス・カットソー・パンツに動きがみられるが、ジャケット・コートは天候に左右されることもあり、非常に厳しい動きとなっている。
スーパー（店長）	販売量の動き	・一般食品や日配食品の洋物、酒部門等で入荷しない商品が多くあり、主力商品のチラシ訴求ができない状況にある。
衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・東日本大震災の影響に加えて、天候面も気温が低いなど、あまり良くなかったことから、今月の景気はますます悪くなっている。
乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で新車の供給がストップしており、売上が上がらない状況にある。受注も納期が未定のため、客との商談も思うように進まない。
高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・4月中旬までは前年比60%台で推移していたが、東日本大震災支援キャンペーンメニューなどを設定したことで、自粛ムードはまだみられるものの、前年比90%台まで盛り返した。
高級レストラン（スタッフ）	お客様の様子	・例年、ゴールデンウィーク前の低調な月であるが、今年は東日本大震災の自粛不況により、特に悪かった。募金や自粛ムードなどにより、個人客の飲食店利用が激減しており、特に個人店で厳しい状況が続いている。
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・レストランの来客数が引き続き減少しており、前年比80%となっている。
観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・引き続き原子力発電所の事故の影響が甚大であり、海外客の大幅な減少に加えて、関東方面からの個人客、団体客の減少が続いている。
観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・東日本大震災による観光の自粛ムード、原子力発電所事故の風評による海外客のキャンセル、統一地方選の影響などにより、閉そく感が強まっている。
旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・今月の売上は、国内旅行が前年比50.2%、海外旅行が前年比58.3%となっている。また、5月の先行予約状況も、国内旅行が48.6%、海外旅行が前年比51.0%となっており、全体的に厳しい状況にある。
旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・4月の取扱額は国内旅行が前年比68.3%、海外旅行が前年比87.7%となっており、全体的に悪くなっている。
タクシー運転手	来客数の動き	・東日本大震災以来、北海道に来る海外からの観光客は全くなり、国内の観光客も激減している。自粛ムードで人の動きも少なくなっており、タクシーの利用客は激減している。売上も前年比で大きくマイナスしている。
タクシー運転手	来客数の動き	・東日本大震災後の自粛ムードと統一地方選挙が重なったことで、街は沈滞ムード一色となっている。
タクシー運転手	販売量の動き	・東日本大震災の影響で客の消費マインドが下落している。夜の繁華街は特に人出が少なくなった。
タクシー運転手	販売量の動き	・東日本大震災の影響が大きく、観光客が激減するとともに、自粛ムードの高まりからタクシー利用客が減っている。特に夜は閑散としている。3か月前の売上と比較すると、約25%の落ち込みとなっており、景気は悪くなっている。
観光名所（役員）	来客数の動き	・東日本大震災以降、4月に入っても外国人を始めとした観光客の激減は続いており、前年の3分の1程度の入込を確保するのがやっとの状況である。
観光名所（職員）	来客数の動き	・東日本大震災及び原子力発電所の事故以来、台湾・マレーシアからの年内予約がすべてキャンセルとなっている。また、中国・韓国からの観光客もほとんどゼロの状態となった。国内客、道内客も減少しており、3か月前と比較すると、来場者は48%となっている。
設計事務所（所長）	それ以外	・東日本大震災の影響で建築資材が調達しづらくなっており、契約の見通しが立たない状況にある。

		住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・東日本大震災以降、客のマインドが急速に冷え込んでいる。
		住宅販売会社 (従業員)	来客数の動き	・東日本大震災後、モデルルームへの来客数が大幅に減っており、住宅のような大きな買物をするのに慎重になってきている。また、大地震の後だけに住宅を購入することに抵抗感があるとみられる。
企業 動向 関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている			
	変わらない	食料品製造業 (役員)	受注量や販売量の動き	・スポット的な受注はあるものの、継続性のある底上げ的な受注が見えてこない状況にある。
		輸送業(営業担当)	取引先の様子	・東日本大震災後、4月も製紙・飼料・医薬品・飲料・合板の応援輸送が継続している。あわせて、それらの原資材料も入港が増加している。
		輸送業(支店長)	それ以外	・東日本大震災で物流の要である港の機能が失われている。本来、輸送されるべき貨物が滞り、輸送量が減少している。一方、本来、被災地で扱われる貨物については、代替地として北海道の各港で取り扱いされている貨物もあり、逆に取扱量を増やしているものもある。
		その他サービス業[建設機械リース](支店長)	取引先の様子	・東日本大震災の影響により資材調達に不便が生じている。また、燃料価格が上昇してきている。
	やや悪くなっている	食料品製造業 (団体役員)	それ以外	・東日本大震災や原子力発電所の事故に伴う東北地方の水産業の被害によって、当地の一部の企業で生鮮食品や珍味の受注増加がみられるものの、それ以外の企業では原料高や資材不足等から受注減少がみられる。
		家具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・3月の受注分は、東日本大震災以前に決定していたものが多かったためか、前年と比較してさほど落ち込みはみられなかったが、4月に入ってからの受注の減少幅が大きくなっている。ただ、客はすでに戻りつつある。
		建設業(従業員)	受注価格や販売価格の動き	・東日本大震災の影響により、すでに発注されていた建築工事も規模見直しのため着工保留となるなどしており、季節が良くなっても建設工事が一向に増えてこない状況にある。
		通信業(営業担当)	受注量や販売量の動き	・販売量、商談数が減少している。東日本大震災後の影響を受けて、商談延期となった商材についても再開、回復の兆しが見えていない。
金融業(企画担当)		それ以外	・東日本大震災の影響が大きい。直接的な被害は漁業関連に限られたが、間接的な被害として、観光関連業種の落ち込みが大きい。国内外からの観光客が大幅に減少しており、休館に追い込まれたホテルも出てきた。また、原子力発電所事故に伴う風評被害で食材の輸出も急減している。	
その他サービス業[建設機械レンタル](総務担当)		受注価格や販売価格の動き	・道内の見積価格が非常に下がってきている。	
悪くなっている		司法書士	取引先の様子	・不動産取引、建物の新築が低迷したままである。
	その他非製造業[鋼材卸売](役員)	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の影響で一部の材料が手に入らず、仕事ができない状況が起きている。さらに、鋼材、電線、石油製品の値上げとともにそれらの関連商品の品薄が起きている。震災特需もわずかながら発生しているが浮上するまでには至らない。	
雇用 関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	新聞社[求人広告](担当者)	求人数の動き	・募集広告の売上が、前年比108%と好調を維持している。前々年まで大きく落ち込んでいた派遣業種からの出稿増が貢献している。そのほかにも運輸運送関係、環境衛生関係の募集広告が前年を上回った。一方で、飲食系については、募集広告が前年比70%とかなり落ち込んだ。東日本大震災の自粛による宴会需要の大幅減が原因とみられるが、持ち直しの兆しは見えていない。

	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人は0.5%増加し、14か月連続で前年を上回った。また、月間有効求人数は12.6%増加し、14か月連続で前年を上回った。
変わらない	職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は前年よりは伸びてはいるが、欠員補充の求人が多く、力強さに欠ける。
	職業安定所（職員）	雇用形態の様子	・3月の新規求人数は前年比で17.7%の増加となった。新規求職数は前年比で5.0%の減少となった。月間有効求人倍率は0.53倍となり、前年の0.42倍を0.11ポイント上回ったものの、新規求人数のうち正社員求人の占める割合は39.3%にとどまっており、求人と求職者との間における職種や労働条件のミスマッチも少なくない。
	職業安定所（職員）	それ以外	・管内の3月の有効求人倍率は0.47倍と前年から0.11ポイント上昇したが、相変わらず低水準である。
やや悪くなっている	人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求人数は横ばい傾向にあるが、求職者が増えてきている。
	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・本来であれば、歓送迎会の時期に合わせて飲食系の求人数が増加するが、今年は前年比で1割以上の減少となっている。
	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・東日本大震災を境に明らかに求人の動きが鈍ってきている。
	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・前年比はマイナスではないものの、1～3月の動きに比べると求人数の伸び率が鈍化している。特に、製造業や卸売業、宿泊業、コールセンター、業務請負業の減少が目立つ。ただ、建設業関連は東日本大震災の影響が落ち込みはみられない。
	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・新卒を対象とする求人票について、前年は4月時点で前年比15%ほどの減少であったが、今年は更に下回っている。道内においても東日本大震災の影響により、今後の採用日程の後ろ倒し等が表明されている。さらに、企業業績等を反映して、採用人数を絞るなど、より慎重な採用が進められることが懸念されている。
悪くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・東日本大震災の影響で求人が減少している。特に、流通業界においてはパート・アルバイトの求人を極端に絞り込んでおり、前年比で4割ほど落ち込んでいる。また、流通業界への派遣もキャンペーン・イベントの自粛により、前期を大きく下回っている。