

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	-	-	-
		一般小売店 〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・5月はゴールデンウィークがあり、郊外に出かけて飲食をするシーズンになってきたことから、3か月前と比べて、客先が明るくなった様子がうかがえる。ただ、本格的な景気の回復にはまだまだ時間がかかる。
		百貨店（役員）	販売量の動き	・今月はホームセンター部門が好調に推移し、久しぶりに前年実績を上回った。好天に恵まれ、気温が高かったことから、特に園芸品などが好調であった。一方で、百貨店部門は引き続き厳しく、良くない部分もある。
		スーパー（企画担当）	お客様の様子	・景気回復の兆しとまではいかないが、客単価の動きや平日の客の買物の様子を見る限りでは、前年秋以降の暗さはうかがえない。底を打ったように感じる。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・タスポ効果が一巡したが、売上、来客数ともに前年を上回っており、懸念していたタスポ効果の反動は予想より小さいものとなっている。
		家電量販店（経営者）	販売量の動き	・定額給付金の給付開始とそれにあわせて発売されたプレミアム付き商品券に加えて、省エネ家電のエコポイント制度の開始など、家電業界への追い風が強まっていることから、売上が顕著に伸びている。
		家電量販店（店長）	単価の動き	・エコポイント制度の開始にともない、指定3品種の動きが良くなりつつある。ただ、それ以外の商品は低迷したままである。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・環境対応車購入時の減税効果により、売上が約20%増加している。ただ、今後については不安である。
	その他専門店 〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・長いトンネルを抜け出たかのように、売上が前年を大幅に上回っている。ただ、地道な顧客対策が実を結びつつあることによるものなのか、新型インフルエンザの効果によるものなのか、判断の付かない部分がある。	
	美容室（経営者）	お客様の様子	・落ち込んでいた客の来店頻度が前年並みに回復しており、3か月前よりも動きが良くなっている。	
	変わらない	商店街（代表者）	販売量の動き	・5月前半は、ゴールデンウィークが好天に恵まれ、桜が満開となったことに加えて、高速道路料金引下げなどのプラス材料があり、中心街周辺のホテル、飲食店の売上は前年を1～2割上回ったが、後半は新型インフルエンザの影響による来街者の減少と前半の反動減がみられ、全体では前年並みの売上となった。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・消費者の先行き不安を受けて、相変わらず客の慎重な買い方が続いている。特に季節商材については、セールを行っても客の反応が悪くなってきている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・最近の全国的な不景気の流れを受けて、主婦を中心とした午前中の来客が大きく減っている。3か月前と比べて売上は悪いまま変わらない。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・客の動向をみると、景気があまり良くないことや先行きへの不安などから、相変わらず買い控えが続いている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・ゴールデンウィークの来街者数は、前年の7～8割程度と少なかったが、プレミアム付き商品券の発売期限が5月22日までということもあり、月後半は中心街に足を運ぶ人が増加した。
百貨店（売場主任）		販売量の動き	・前年にはなかった企画を実施したことから、売上は過去3か月のトレンドである前年比80%前半を上回る前年比92%となる見込みとなっている。ただ、企画の反動も出ており、来月まで影響しそうな状況であることから、全体的な傾向としては変わらない。	
百貨店（販売促進担当）		お客様の様子	・今月に入り、来客数の減少幅が拡大している。ファッションと異なり、比較的好調に推移してきたインテリア雑貨、生活雑貨など、低単価の商品まで不況の影響を受け始めている。消費者の生活防衛意識の高まりにより、客単価、商品単価とも上昇が見込めないなか、入店客数、買上客数の減少は売上減少に直結するため、相変わらず厳しいままである。	

	スーパー（企画担当）	販売量の動き	・パン、サラダ油などの食品やトイレットペーパーなどの日用品の値下げが続いており、売上の厳しい状況が続いている。一方で、低価格弁当が大きく販売量を伸ばしており、同じ最寄品でも価格感応度に違いが出てきている。
	スーパー（役員）	単価の動き	・先月と同様に、商品単価が低下傾向で推移している。客1人当たりの買上点数が前年比で2～3ポイント上昇しているが、商品単価の低下により、客単価は相変わらず前年比で0.2～0.3ポイントの低下で推移している。チラシ販促においても、均一価格の商品が増えるなど、商品の価格帯を減らす傾向にある。
	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・タスポ導入から1年が経過したこともあり、たばこの販売量は前年を下回っている。しかしながら、それ以外の商品の動きは前年を上回っており、特に低価格商品の販売量が増加している。売上、来客数ともに引き続き前年を上回っている。
	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・客との会話から、今後景気が良くなるという考えを持っていないことがうかがえる。
	衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・開店したばかりであるため、前年との比較はできないが、他店の状況を見ると買上客が引き続き減少傾向にある。店内に入ってきて商品を買わないで帰る客も多く、1人当たりの買上点数も減少傾向にある。
	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・ゴールデンウィークは、曜日配列の良さもあり、相当の入込がみられた。当初はゴールデンウィーク後の反動を危惧したが、特に落ち込みもみられず、最終的な売上は前年比113%となった。ただ、ゴールデンウィークのプラス分を除くと、前年並みの売上であった。
	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・新型インフルエンザの影響がみられた。
	旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・新型インフルエンザの影響を受けて、公務や公共性の高い組織の出張、教育旅行を中心に、関西方面への旅行の取消しがみられた。また、海外派遣交流事業の延期も発生した。
	タクシー運転手	競争相手の様子	・今月はタクシー会社が1社廃業しており、5年前に10社あったタクシー会社が現在では7社となっている。業界では、次に廃業するのはどこかと噂されている状況である。現金商売のタクシーが廃業しなければならぬところまで景気が落ち込んでいるのが今の実態である。
	タクシー運転手	来客数の動き	・引き続き電話注文数が減少しており、来客数も減少している。
	通信会社（企画担当）	販売量の動き	・今年に入り、通信サービスへの加入者数が緩やかに伸びている傾向が続いている。
	観光名所（役員）	来客数の動き	・5月の観光入込は、高速道路料金引下げ等によるマイカー客の増加や、天候に恵まれたことにより、ゴールデンウィーク期間中は前年を上回ったものの、ゴールデンウィーク以降はこれまでと同様に、来客数の低迷が続いており、状況に変化が感じられない。
	美容室（経営者）	販売量の動き	・今月の売上は前年を上回っているが、非常に売上が悪かった4月の反動によるものなのか、景気の回復によるものなのか、判断が付かない。
	設計事務所（所長）	来客数の動き	・例年と比較して問い合わせが少なく、ほとんどみられない。あってもかなり慎重な様子が見える。
	設計事務所（職員）	それ以外	・新規着工の建築工事が相変わらず少ない。近々予定されている10億円程度の国の建築工事の入札では、大手を始めとする20社近くの建設会社が応募しており、落札を目指してしのぎを削っている。
	住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・倒産する会社が多いことから、客のムードが非常に悪くなっている。
やや悪くなっている	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報道を受けて、観光客が激減している。
	百貨店（売場主任）	単価の動き	・セール拡大の影響もあり、客単価が大きく落ち込んでいる。販売量は前年を上回っているが、売上は2けたのマイナスとなっている。特に宝飾を含む特選品、家具等の高額品において、買上単価が大きく落ち込んでいる。顧客の目は必要最小限の安価な商品にしか向いていないことがうかがえる。

	スーパー（店長）	販売量の動き	・ ゴールデンウィーク明けから売上が低迷しており、販売量も前年を5%程下回っている。
	スーパー（店長）	単価の動き	・ 母の日のギフト関係の客単価が前年を下回っており、ゴールデンウィーク中の客単価も前年割れが続いていた。客単価の動きからは回復基調にないことがうかがえる。
	コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・ ゴールデンウィーク後、客単価が大きく低下している。特に特売品以外の購入を控える傾向が目立っており、買物量自体が少なくなってきた。
	家電量販店（店員）	来客数の動き	・ 来客数が前年を下回っている。エコポイント制度の始まった5月15日以降もエコポイント対象商品だけが動いている状況であり、全体の売上は前年実績には届かなかった。
	タクシー運転手	販売量の動き	・ ゴールデンウィーク中は、観光客の入込が多かったため、売上は前年を約10%上回ったが、ゴールデンウィークが終わると一気に売上が減り、3か月前と比較しても約8%ほどの落ち込みとなった。
	観光名所（職員）	来客数の動き	・ 国内及び海外の団体客が減少している。3か月前と比較すると、さっぽろ雪まつりなどの大型イベントで集客があったことの反動減もあり、輸送人員は53.8%となっている。また、新型インフルエンザの影響がこれから出てくることも懸念される。
	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	・ 前月以降、来客数が2けた台の減少となっている。
悪くなっている	商店街（代表者）	単価の動き	・ 母の日等のギフト商品の動きをみると、単価が前年を20%以上低下しており、販売量が前年を30%以上下回っている。先行き不安による買い控えが増えていることがうかがえる。
	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・ 消費が非常に冷え込んでおり、浮上する気配が全くうかがえない。
	スーパー（店長）	単価の動き	・ 商品単価が低下するなか、買上点数、来客数ともに伸びず、食品部門の売上を確保できない状況になっている。競合店の価格も下がる一方である。
	家電量販店（地区統括部長）	販売量の動き	・ 定額給付金の給付や市町村のプレミアム付き商品券の発売等の景気刺激策も、今の段階ではあまり効果がみられない。また、エコポイント制度も内容が不明りょうとの声が多く、地上デジタル放送対応テレビは前年を上回ったものの、冷蔵庫は前年を下回っている。
	高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・ ゴールデンウィーク期間中の売上、来客数ともに予算を達成したものの、北海道には影響がないと思われた新型インフルエンザの風評被害により、その後は来客数の減少が顕著に現れた。
	高級レストラン（スタッフ）	それ以外	・ 初旬のゴールデンウィーク期間中は店も混雑したことから、少々期待したが、結局、前年を下回った。その後の新型インフルエンザの影響も大きく、ゴールデンウィーク以外の週末は大きく前年を下回った。日ごろ、繁盛している飲食店も、今年は我慢の月とあきらめていた。
	スナック（経営者）	来客数の動き	・ 観光客が飲食店街に足を運ぶ機会が少なくなっている。特に新型インフルエンザの影響からか、外国人観光客の客足が遠のいている。
	観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・ ゴールデンウィークの曜日の並びが良かったことから、ゴールデンウィーク期間中の宿泊客数は前年を上回ったものの、ゴールデンウィーク以降は極端に動きが悪くなっており、月を通しては10%強のマイナスとなった。
	観光型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・ 円高の影響で海外からの宿泊客が減少しているなか、不況感や新型インフルエンザの影響なども重なり、旅行者が大幅に落ち込んでいる。
	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・ 海外旅行は大きく悪化している。国内旅行も個人旅行が前年を15%下回っている。新型インフルエンザの影響で人が動かなくなっており、定額給付金の効果もほとんどみられない。
	旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・ 新型インフルエンザの影響により、旅行の取消しが続いている。

		タクシー運転手	来客数の動き	・前年と比べて利用客が大きく減っており、売上は前年を15%程度下回っている。観光客のタクシー利用も大きく減っている。
企業 動向 関連	良く なっている	-	-	-
	やや良く なっている	家具製造業（経営者）	取引先の様子	・法人需要に一定の動きが出てきた。企業の在庫調整が一段落し、マインドが前向きになりつつあることがうかがえる。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・パニック状態とも思えるほど受注が減少した3か月前と比較すると、取引先や当社の業績に回復傾向がみられる。
	変わらない	食料品製造業（団体役員）	受注量や販売量の動き	・天候に恵まれたゴールデンウィーク時は、高速道路料金引下げの効果もあり、一時的な受注の増加があったものの、新型インフルエンザの国内感染等の影響を受けて、外食業の受注や生産が後退しており、月全体での受注量は前年を下回った。消費者の節約指向が続いているなか、航空路線の減便、観光客数の減少などもあり、業界の状況はやや悪くなっている。
		食料品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・ゴールデンウィーク前の受注はやや良かったが、ゴールデンウィークが明けた後は、以前の状態に戻っている。
		輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・鋼材の入荷量、製紙の出荷量ともに、引き続き前年を大きく下回っている。また、雑貨の輸出入コンテナの数量も相変わらず前年を下回っている。これらのことから、経済活動、消費活動の低迷がうかがえる。
		金融業（企画担当）	それ以外	・住宅投資は分譲や貸家の供給過剰で新築着工が大幅に減少している。設備投資の先送りも目立ってきた。観光関連は、外国人観光客のほか、ビジネス客も減少していることから、ホテル・旅館の売上は不振である。個人消費は節約志向が強く、弱い動きが続いている。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	取引先の様子	・主要取引先である車両と建設機械の販売会社の販売量が前年比で半減している。
	やや悪く なっている	金属製品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・官庁物件、民間住宅着工件数の減少にともない、受注量、販売量が減少している。
		司法書士	受注量や販売量の動き	・例年であれば雪解け後に不動産の動きも活発化してくるが、今年は月を追うごとに取引量が減少している。
	悪く なっている			
雇用 関連	良く なっている	-	-	-
	やや良く なっている	-	-	-
	変わらない	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・地域内の需要による求人広告掲載件数は微減となっており、現在のところ大きな変化はみられない。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・4月の新規求職者数が前年を14.2%上回るなど、引き続き高い水準にある。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・4月の新規求人数は前年を9.9%下回り、新規求職者数は前年を7.2%下回った。月間有効求人倍率は0.36倍となっており、前年を0.08ポイント下回った。
	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・就職情報誌主催の合同企業説明会において、出展企業の減少が顕著となっている。求人の絶対数の不足を受けて、積極的な学生でも結果が出ない状況にあり、弱音を吐く学生も多くみられる。大手企業の内定は例年どおり早めであるが、道内企業については、採用スケジュールも不確定であり、採用活動が若干長引いている傾向がみられる。一方、これまで6月以降も企業セミナーを実施していた企業が、今年は5月で終えるなど、採用期間が極端に短くなっている状況もうかがえる。また、北海道労働局が5月に発表した若年層の有効求人倍率は0.41倍となっており、北海道の雇用情勢は、極めて厳しい状況にある。	

やや悪くなっている	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を33%下回るなど、非常に厳しい状況にある。業種別にみると、派遣業が前年を53%下回っており、特に東京、札幌などの都市部に本社がある派遣業者の落ち込みが際立っている。これまで比較的堅調だった医療系も今回は前年を27%下回るなど、好材料が見当たらない。
	職業安定所 (職員)	求人数の動き	・ 新規求人数は前年を8.8%下回り、14か月連続で前年を下回った。月間有効求人数は前年を19.1%下回り、30か月連続で前年を下回った。
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	・ ここ数か月、求人数の減少傾向は変わらない。底が見えてきた感触もなく、マイナス幅が鈍化した様子もみられない。特に減少が目立つのは衣料品販売に関する求人であり、求人件数は前年の約3分の1となっている。
	職業安定所 (職員)	求職者数の動き	・ 4月の有効求人倍率は0.29倍で、前年を0.12ポイント下回り、6か月連続で前年を下回った。求人倍率が0.2倍台となったのは約22年ぶりである。また、依然として事業主都合離職者の増加傾向が続いている。