

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	スーパー（役員）	販売量の動き	・東日本大震災の復興支援関連事業により食品の売上が良くなっている。米で前年の1.3倍、加工食品で前年の1.2倍の売上になっている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・今年は大雪の影響で客足が途絶えていたが、暖かくなってきたことで交通環境が良くなったため、来客数が増加している。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・東日本大震災の前までは3月の移動を機に住宅を購入する客が増加傾向であった。また、客が購入の意思決定にかかる時間がかなり短くなっており、来訪から1週間ぐらいで購入を決めるような客も増えてきていた。
	変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子	・悪いなりにも安定してきた売上も東日本大震災を機に一気に消費マインドが下がっている。また、地震に伴いアジア系の旅行者がばたっと減っており、売上も20～30%減っている。客は地震の話で持ちきりであり、買物どころではなくなっている。
		商店街（代表者）	それ以外	・東日本大震災の影響により、地域によって差はあるものの、全体的に景気が落ち込んできている。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・東日本大震災の影響が大きい。商品の入荷が遅れるとともに、観光客の予約キャンセルが数多く発生している。また、義援金等の募金活動が各団体及び組織で実施されていることから、買物等の出費を抑制していることがうかがえる。20～21日の連休においても、初日の来街者数は普段の半分程度まで減少した。
		百貨店（役員）	販売量の動き	・東日本大震災の影響でホームセンターやスーパーが売上を大きく伸ばしている一方で、百貨店は衣料品・宝飾関連が前年割れとなっている。商品の入荷も全く先が見えない。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・季節的には入学・進学のパークの時期だが、東日本大震災の影響が生じており、客の買い方が非常に慎重になっている。食料品や必需品の動きは良いが、高単価品、嗜好品の動きは非常に悪く、全体ではどちらとも言えない状態にある。プラスマイナスゼロの状況にある。
		スーパー（企画担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、米やカップめん、水、日用品等の買いだめや、被災地の家族、親類への送付で一時的な仮需要が発生した。
		スーパー（役員）	単価の動き	・今月の売上は前年比99.5%、客単価が前年比101.6%となっている。先月との比較では、数字が若干悪くなっているが、東日本大震災以降、チラシを止めていたことから、通常販促で営業していれば、売上は前年比104～105%まで伸びていたとみられる。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・3月は家電エコポイント制度の最後ということで薄型テレビを買いに来る客で店がにぎわっている。薄型テレビの売上が全体の売上をけん引している状況にある。
		家電量販店（地区統括部長）	販売量の動き	・家電エコポイント制度の最終月ということで、テレビを中心に販売台数が増加しているが、テレビのインチャダウンや客単価低下の影響が大きく、全体としてはほぼ横ばいの状態である。
		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入荷が完全に止まっており、実売の数字は極端に悪くなっている。ただし、受注量は前年に近い水準にあり、市場そのものはそう落ち込んでいない。
乗用車販売店（従業員）	単価の動き	・東日本大震災の影響で生産が落ち込んでおり、売上台数が減少した。		
その他専門店 [ガソリンスタンド]（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災直後はわずかに買いだめ需要がみられたが、現在は平常に戻っている。		
通信会社（企画担当）	来客数の動き	・東日本大震災直後こそ来客数が減ったものの、3月全体としては前年並みの来客数、販売量を確保できている。		

	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	・年度末に入り、公共事業に関連する輸送が引き続き行われているため、好調のまま推移している。
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、来客数が20%程度減っている。また、計画していたセールスの開催も延期となっている。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・今月前半はホテル、飲食店、土産店など観光関連の業種において、東北新幹線の新青森駅の開業効果がみられたが、東日本大震災後は状況が一転している。ホテルの予約のほとんどが取消しとなり、交通網も寸断されたことなどから、観光関連の業種は大幅に売上が減少した。また、災害による消費心理が購買意欲を減退させており、来街者もまばらになっている。
	商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災や津波の影響で物資が滞っていたため、商店街の店舗はますます疲弊している。
	百貨店（売場主任）	来客数の動き	・2月の買上客数は前年比97.6%であったが、3月は東日本大震災後の消費マインドの低下もあり、食品以外の部門が苦戦している。20日時点の買上客数は前年比90%台前半で推移している。
	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・東日本大震災の心理的影響からか、地域的には被災・計画停電等の影響が全くないにもかかわらず、来客数が悪化傾向にあり、客単価も低下している。
	スーパー（店長）	販売量の動き	・生鮮品の動きが今一つ鈍い。一方、インスタントラーメンや缶詰を始めとして、不足している商品が多く、入荷も見込めない商品もみられることから、十分な販売体制が取れていない状況にある。
	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・東日本大震災以後、保存用の商品は特需で売れているが、客の来店頻度は低下している。
	家電量販店（経営者）	販売量の動き	・前年12月の家電エコポイント制度の改変により、付与ポイントが半減したことが販売量の減少につながっている。また、東日本大震災の影響により商品供給が不足している。
	家電量販店（店長）	単価の動き	・東日本大震災の影響かはまだ分からないが、地震後、客単価が下がっており、成約率も低下している。
	通信会社（社員）	お客様の様子	・本来であれば今の時期は新生活シーズンに向けて、活気づく時期であるが、東日本大震災の影響で消費者の自粛ムードが高まっており、積極的な消費行動がみられない。
設計事務所（所長）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で様々なプロジェクトが保留となっている。	
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で来客数が減少している。
	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・当地も東日本大震災と原子力発電所事故が影響を及ぼしている。2月のイベント期間中には、中国アジア系の外国人客が入込の5分の1を占めていたが、地震後は外国人客の姿を1人も見るができなくなっている。
	一般小売店〔酒〕（経営者）	お客様の様子	・例年であれば、3月は中旬から歓送迎会のシーズンに入り、客でにぎわうところだが、東日本大震災の影響でマインドが非常に冷え切っており、お酒に消費が回らない状況となっている。日を追うごとに売上が悪くなっている。
	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、客の消費に対するマインドが大きく落ち込んでいる。
	百貨店（売場主任）	お客様の様子	・3月は例年と比べて気温が低く、風の強い日が多かったため、春物の紳士服・婦人服関連のジャケット・コートなど、すべてのアイテムが前年比90%前後という結果となっている。特に、東日本大震災以後は、節約ムード、自粛ムードが重なり、来客数が減少しており、客の様子が一変している。一方で、電池や米、水などについては買上が増えている。
	百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・東日本大震災の発生により、来客数の減少に加えて、客単価の低下、ファッションアイテムの買い控えなどがみられており、景気が回復基調になっていた商況が一変する事態となっている。

スーパー（店長）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で食品を中心に商品の未納が多発している。たばこも未入荷で売る商品がなくなってきている。また、自粛ムードが高まっており、5月人形や卒業式で用いる花などのお祝い関連商品の落ち込みが顕著である。
コンビニ（エリア担当）	それ以外	・東日本大震災以降、商品の供給が一部滞っている。買いだめ需要で米や水などの生活必需品を中心に一時的に売上が増えたが、商品が供給できないことの悪影響が出てきている。
乗用車販売店（営業担当）	それ以外	・商品の流通、製造がストップしており、商品が入っていない状況にある。
その他専門店〔医薬品〕（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災以降の購買動向が完全に低下している。震災の影響がほとんどない北海道でも消費に影響が出ている。
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・東日本大震災により、観光客が激減している。売上も前年の50%まで落ち込んでおり、今後の見通しが立たない状況となっている。
高級レストラン（スタッフ）	お客様の様子	・3月上旬の数字は悪くなかったが、東日本大震災後の自粛ムードのため、売上が激減した。団体予約の一部がキャンセルになったほか、日々の予約も落ち込んでいる。市内のホテルも宿泊客が減っており、飲食店の経営環境が厳しくなっている。また、飲食店の落ち込みが生鮮業者、市場、生産地まで影響している。ただし、今月リニューアルした当市の眺望レストランは好評であり、唯一売上が良いようだ。
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・東日本大震災後、キャンセルが相次いでおり、相当な売上の減少となっている。宴会・宿泊・レストランの合計で2,000万円以上の減収が見込まれている。
一般レストラン（スタッフ）	お客様の様子	・東日本大震災以後、観光客、ビジネス客が激減している。それまで好調だった台湾、中国からの観光客もゼロになった。
スナック（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災により、今までに例がないほど客が減少している。
観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・東日本大震災と原子力発電所事故の影響により、外国人観光客の予約が3か月先まですべてキャンセルとなった。
観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・東日本大震災及び原子力発電所事故による放射線汚染に起因する宿泊キャンセルが殺到している。特に海外からの観光客、ビジネス客は皆無に等しい状態である。
旅行代理店（従業員）	それ以外	・東日本大震災、原子力発電所事故の影響により、予約のキャンセルが生じており、地震以降の受注はほとんどみられない状況となっている。ただし、海外への個人旅行のみ、取扱額が前年比119%と前年を上回っている。
旅行代理店（従業員）	それ以外	・東日本大震災の影響が甚大である。2月後半から需要が上向き傾向にあったが、国内旅行は4月分まで一旦キャンセルになってしまった。
旅行代理店（従業員）	それ以外	・東日本大震災の影響が大きく響いている。
旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・国内旅行の企画商品が前年比74.7%、手配旅行が前年比58.3%となっており、国内旅行全体で前年比73.6%となった。一方、海外旅行は前年比89.8%となった。国内旅行及び海外旅行全体では前年比81.5%となっており、3か月前と比べて悪くなっている。
旅行代理店（従業員）	それ以外	・東日本大震災という未曾有の危機における国内客の自粛に加えて、外国人観光客の入込がゼロに近づいている。
タクシー運転手	来客数の動き	・東日本大震災後、人の動きが変わっており、昼夜を問わずタクシーの利用が激減している。固定客である無線での注文も激減している。海外からの観光客も全くなくなっており、観光タクシーの利用もほとんどがキャンセルになった。
タクシー運転手	来客数の動き	・東日本大震災以後、来客数が大幅に減少している。
タクシー運転手	販売量の動き	・2月までは、売上が前年実績よりも若干良かったが、東日本大震災以後は急激に悪化しており、20～30%の落ち込みがみられる。
タクシー運転手	来客数の動き	・東日本大震災の影響で、予約キャンセルが相次いでおり、電話注文も激減している。

		観光名所（役員）	来客数の動き	・東日本大震災以降の観光入込の動きをみると、海外客は皆無となり、国内客も急減している。前年と比較して、3割程度の入込を確保するのがやっとの日が続いている。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・北海道観光も閑散期に入り、海外客・国内客とも利用客が減少している。利用客は3か月前の33.9%まで落ち込んでおり、前年の82.7%にとどまっている。
企業 動向 関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	その他非製造業 〔鋼材卸売〕 （役員）	受注量や販売量の動き	・官庁関連で年度末予算消化の需要があったことと、鋼材・銅製品の値上げや原油値上げによるゴム製品、ビニール・プラスチック製品の値上げに伴い、駆け込み需要が重なったため、販売量が一時的に増えている。
	変わらない	食料品製造業 （役員）	受注量や販売量の動き	・新規大口案件のスタートと東日本大震災の影響で一時的に販売量が若干増加しているが、ベースの販売量にはほとんど変化がない。
		金属製品製造業 （役員）	受注量や販売量の動き	・受注台数・売上・販売量とも依然として増加傾向にはなく、厳しい状態が続いている。東日本大震災の影響も出てきている。
		建設業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・春先着工予定の建築工事の入札が相次いで行われているが、低価格受注が相変わらず続いており、価格の低さも一向に改善される気配がない。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・東日本大震災発生により、製紙会社の東北地区3工場が操業不能となったため、当地の工場はフル操業となり、輸送も増加しているが、苫小牧～北関東・東北の輸送航路が寸断しており、輸送に難航している。同じく飼料工場も大きく影響を受けており、道内からの応援輸送が始まっている。鉄道貨物の輸送能力は全体で平常の40%程度に落ちている。
		金融業（企画担当）	それ以外	・住宅投資は住宅エコポイント制度の効果で低水準ながら持ち直している。公共投資は新幹線工事が増加しているが、それ以外は低迷している。東日本大震災の影響は、直接的には観光客が激減しており、漁業被害も大きい。間接的には、自粛ムードもあり、個人消費の落ち込みがみられる。
		司法書士	取引先の様子	・冬期間も終わり、建物の建築や改築が若干上向いている。一方、土地取引については横ばいの状態である。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	取引先の様子	・燃料の高値固定、東日本大震災の影響により資材調達に影響が出始めている。
	やや悪くなっている	食料品製造業 （団体役員）	それ以外	・東日本大震災による浸水被害が一部みられたほか、観光産業の大きな落ち込み、ホテル・飲食店での海外ツアー客のキャンセルなどが大きな影響を及ぼしている。当地の製造業は稼働しており、一部で震災地の水産食品製造分の受注増加がみられるが、原料の確保や資材調達に影響が出ている。原子力発電所の事故も終息する見込みがなく、風評被害等による影響が懸念される。
		家具製造業（経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響で首都圏からの受注が落ちている。不要不急な物については買い控えの心理が働いている。
		金属製品製造業 （経営者）	それ以外	・東日本大震災の影響で、本州からの仕事が流れた。材料や工具の仕入れが不安定になったことから、仕事にも遅れが生じている。
		司法書士	取引先の様子	・東日本大震災の影響が大きい。すべてに自粛ムードが広がり、特段に急がないものは先延ばしの状態となっている。不動産取引も同様のムードであり、新規に取引を進める状況にはない。
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	取引先の様子	・新しい案件が凍結になっている。
悪くなっている	広告代理店（従業員）	それ以外	・東日本大震災の影響により、当地では観光産業を中心とする基幹産業の落ち込みが激しくなっている。	
	司法書士	取引先の様子	・不動産の売買、建物の新築が相変わらず減少している。	
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）	求人数の動き	・新規求人数は11.9%増加し、13か月連続で前年を上回った。月間有効求人数は12.2%増加し、13か月連続で前年を上回った。
変わらない	求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・前年比で12%の伸びがみられたものの、ここ3か月の増加率はほぼ横ばいで推移している。
	求人情報誌制作会社（編集者）	求人数の動き	・2月に引き続き、3月前半まではある程度好調に推移していたが、東日本大震災後、すぐに状況は悪化した。特に宿泊業や道内外の業務請負業は激減しており、食材や各種部材の仕入れが止まってしまった業界でも一時的に求人がストップしている。また、自粛ムードの影響から、全業種において求人活動の停滞感が否めない。
	職業安定所（職員）	それ以外	・管内の2月の有効求人倍率が0.45倍と前年を0.09ポイント上回ったものの、低水準で推移している。
	職業安定所（職員）	雇用形態の様子	・2月の新規求人数は前年を16.6%上回った一方で、新規求職者数は前年を2.5%下回った。月間有効求人倍率は0.51倍となり、前年の0.41倍を0.10ポイント上回ったものの、求人者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ことから依然として厳しい状況にある。
やや悪くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数が増えているが、年度末需要による一過性のものと考えられ、基調としては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	・約1年ぶりに募集広告の売上が前年を下回っており、下げ幅は0.7%となっている。東日本大震災の影響による心理的な冷え込みが要因とみられる。
	学校〔大学〕（就職担当）	周辺企業の様子	・東日本大震災に伴い、内定を得た学生の入社待機、取消し等が焦点となっている。道内を本社とする道内企業も当該エリアへの事業を展開しており、地震の被害状況が相当であることが企業との情報交流でうかがえる。さらに、2012年卒業生を対象とする採用時期の先送り等が大学側に示されており、学生の動きが緩慢になることが危惧される。
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が流通業界に顕著に表れている。当社では販売関連の派遣を行っており、土日に集中して家電量販店・スーパーへ繁忙期には200名以上の人材を送り出してきたが、地震後については売場で華やかな演出の自粛と合わせ、実際に商品在庫が潤沢でないことから、販売スタッフを増員して販売量を増やすことはないという状況となっている。売上も7割ほどの減額となっている。