

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）	販売量の動き	・3か月前よりは徐々に上向いているが、例年と比べると全然良くない。
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・東日本大震災の影響から、客の購買に対する自粛傾向が強かった前月、前々月に比べると、購買意欲は格段に高まっており、この傾向は来客数・買上客数に如実に表れている。
		自動車備品販売店（店長）	販売量の動き	・業界としては、決して景気が上向きといえる状態ではないが、当店に限っていえば、買上客数・販売量とも堅調に伸びている。
	変わらない	商店街（代表者）	単価の動き	・東日本大震災の影響での自粛ムードが少し和らいできたように思われるが、まだまだ震災以前の状況には遠い。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・東日本大震災のショックも少し落ち着いてきており、季節商材への反応も良くなってきている。慎重な購入態度は依然として変わらないが、消費意欲は少しずつ上向いてきている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・やはり原子力発電所の問題と東日本大震災の影響が客の様子に色濃く反映されている。また、景気が今一つ良くならないことも反映されている。
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・新規の催事や企画を投入して瞬間的には来客数が伸びるものの、月全体では来客数の前年割れが継続している。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・3か月前と比較すると、気温が低く、天候が不順であることから、衣料品が苦戦している。一方、生活必需品が中心となる食料品、家庭用品、日用雑貨等は好調である。店全体としてはほぼ前年並みで推移しているが、客の買い方をみると、単価の高い衣料品を買わずに、食料品などの必需品を中心とする動きは大きく変わっていない。
		スーパー（役員）	お客様の様子	・ゴールデンウィーク以降、自粛ムードが弱まっており、人・物・金の動きが少しずつだが通常に戻りつつある。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・たばこの売上は納品が回復したことにより、値上げ分以上に回復しているが、来客数の回復は鈍い。
		コンビニ（エリア担当）	単価の動き	・たばこの品ぞろえが東日本大震災以前の状況に戻るにつれて売上も回復傾向となっている。
		衣料品専門店（店員）	お客様の様子	・東日本大震災の影響が大きい。また、ガソリンや灯油等の値上がりに伴い、身の回り品よりも住宅や地デジ関係の商品に消費が集中している。
		家電量販店（店員）	お客様の様子	・薄型テレビは単価の低い小型サイズの商品がよく売れた。エアコンも販売台数、売上とも伸びている。ただ、買わずに我慢できる家電はそのままであり、必要以外の商品は買わない傾向にある。
		その他専門店【医薬品】（経営者）	販売量の動き	・景気の悪さが変わらないため、相変わらず年金支給月以外は客の財布のひもの固さを感じる。
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は引き続き低調である。しかし、新車の納期の遅れによる影響を受けて、中古車販売及び車検の申込が前年より大幅に増加している。	
旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・5月の取扱額は国内旅行が前年比72.1%、海外旅行が前年比92.7%となっているように前年を下回っており、全体の状況は大きく変わっていない。		
美容室（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災後は落ち込みが大きかったが、最近は前年並みの来店がみられるようになってきている。		
設計事務所（所長）	来客数の動き	・例年であれば、春から夏にかけて、問い合わせが多くなるが、今年は動きが鈍い。		
やや悪く なっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・天候の影響もあり、夏物を買いに来る客が少ない。また、節電などと言われていることもあり、違う方面にお金を使っているようにみられる。	
	商店街（代表者）	来客数の動き	・依然として自粛ムードが継続しているなか、出控えにより商店街を訪れる客の数は増加していない。ゴールデンウィークは、4月よりも来街者数の若干の増加はみられたものの、3か月前と比較すると、お昼前後のピーク時における来街者も減少している。	

百貨店（売場主任）	お客様の様子	・不安定な天候、気温の低さも影響して、何を買ったから良いか悩んでいる客が多数みられた。	
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・春物の動きが少しみられる。気温の高い日が続いているため、婦人物のカットソー、パンツ、ブラウスに動きがみられる。メンズもジャケット、パンツに動きがみられる。ただ、東日本大震災の影響を受けて、買い控えの動きもいまだみられる。	
百貨店（売場主任）	来客数の動き	・2月以降、客単価は前年比99%前後と前年並みで推移しているが、買上客数は前年比95%前後と落ちている。	
百貨店（役員）	お客様の様子	・東日本大震災の影響が続いており、特に観光関連の低迷により街全体に活気のみられない状況にある。	
スーパー（店長）	販売量の動き	・一部の商品が十分に入荷しないことや競合店が近場にオープンしたこともあり、今月も売上が前年を下回った。	
スーパー（店長）	来客数の動き	・4月までは来客数が前年を上回っていたが、5月は前年割れとなっている。気温が低いこともあり、衣料品の販売が不振である。	
スーパー（企画担当）	お客様の様子	・東日本大震災の影響がまだ尾を引いており、客の買い控え、節約ムードが一層強まっている。ただ、控えているという雰囲気は強いだけで、売上としては良くないものの、以前よりは前向きになってきている。	
スーパー（役員）	来客数の動き	・商品単価が前年比100.5%、客1人当たりの平均買上点数が前年比99.4%となっていることから、客単価は前年比100.0%となっている。ここ数が月、大きな変動はないが、東日本大震災以降、買上客数が前年比98%と震災前の数値から3～4%下落している。	
コンビニ（エリア担当）	それ以外	・ゴールデンウィークを中心に温泉街など観光地の売上が低迷している。外国人観光客が前年の30%にとどまっているとの話もあり、週末が平日と変わらない売上となっている。	
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が終了してから、需要が下降し続けている。東日本大震災の影響も多少ある。	
高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・観光客の動きが悪くなっている。	
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・来客数が伸びず、やや悪かった。しかし、飲食業全体では自粛ムードが落ち着いてきている。高級店は依然として厳しい店が多いが、低単価店の来客数が回復するなど、業態によっては回復傾向にある。	
高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・まだ東日本大震災の影響があり、レストランの来客数が10%減少している。客単価も低下傾向にある。	
旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・需要が回復しつつあるものの、供給が間に合わないなど平常化されておらず、企画商品の動向も遅れている。	
タクシー運転手	販売量の動き	・東日本大震災の影響で急激に売上が落ち込んでおり、3か月前と比べると、約8%落ち込んでいる。しかし、少しずつ回復の兆しが見えてきている。	
タクシー運転手	来客数の動き	・利用客が減少している。特に海外からの観光客が激減している。	
通信会社（企画担当）	販売量の動き	・一部の人気通信端末に在庫がないこともあるが、それを超える買い控えが起きており、店舗での売上が予想以上に減少している。	
悪くなっている	一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・少し観光客が戻ってきたが、小中学生の修学旅行等が多い。道外客も2割くらい戻ってきている。5月の売上は前年比で25%の減少となっている。
	一般小売店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・当地は観光産業が大きなウエイトを占めているが、東日本大震災の影響により、東南アジアを始めとする海外客はもちろん、国内からの旅行者も少なくなっているため、得意先である観光ゾーンの店への販売量、売上が著しく減少している。1店当たりの買上数量も非常に細かくなっており、本当に必要な分しか仕入れをしないという状況が顕著になっている。
	衣料品専門店（店長）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、当店周辺の状況も悪くなっている。
	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・前年の6割しか新車登録ができず、売上が非常に厳しい状況にある。
	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メーカーからの新車供給が限られているため、新車の売上の減少がみられる。それに伴い中古車の在庫も減少しており、車両売上が激減している。

	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の売上は前年を上回ったが、その後は平日を中心に厳しい状況にある。修学旅行生が目立つが、5月の売上は最終的に前年を6%下回った。	
	観光型ホテル (経営者)	来客数の動き	・海外客及び本州方面からの団体客を中心に、例年がない予約の落ち込みとなっている。	
	観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・東南アジアからの観光客が前年を90%下回っている。国内の観光・ビジネスを目的とする客は微減でほぼ横ばいとなっている。全体の宿泊客数は前年を10%下回る程度となっている。	
	旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・国内旅行・海外旅行とも回復の兆しはない。国内旅行は申込人員が前年比72%、販売額が前年比87%となっており、海外旅行は前年比67%、販売額が前年比81%となっている。	
	タクシー運転手	来客数の動き	・東日本大震災以来、人の動きが変わっており、昼間も夜間もタクシーの利用客が激減したままである。国内の観光客は少し戻ってきたが、海外からの観光客はまだほとんどみられない。	
	通信会社(社員)	お客様の様子	・東日本大震災の影響で、客が商品購入に慎重になっている。先行きが不透明であるため、買い控えが続いており、景気が上向くような要素が何か出てこない限り、現在の傾向が当分続く。	
	観光名所(職員)	来客数の動き	・東日本大震災以降、東南アジアを始めとした海外の観光会社からのキャンセルが増加しており、海外からの観光客がほとんど訪れていない。また、気温、天候とも悪かったことから、国内客の動きも鈍かった。	
	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、本州方面からのツアー客が大幅に減少している。	
	住宅販売会社(経営者)	お客様の様子	・東日本大震災後の復旧に向けた過程のなかで、政府の対応のまずさなどがあり、客のマインドが大変冷え込んでいる。	
	住宅販売会社(従業員)	お客様の様子	・東日本大震災後に来客数が落ち込んだが、ゴールデンウィークにはかなり回復した。しかし、今年の2月と比べると、購入に慎重な姿勢を見せる客が増えた。今回の震災で客は不動産を所有することにはリスクが伴うということを改めて認識したようだ。	
企業動向 関連	良くなっている	-	-	
	やや良くなっている	食料品製造業(団体役員)	それ以外	・東日本大震災の被害や消費自粛等から、復興意識への転換が進んだことで需要や消費の高まりがみられ、受注量が徐々に回復傾向にある。一方で、原材料や資材の調達不足が続いており、商品アイテムの減少や製造時のコスト上昇がみられる。
		建設業(従業員)	受注量や販売量の動き	・医療施設や分譲マンションが立て続けに発注され、躯体工事に係わる生コンプラントが秋口まで能力一杯の状況になっている。
		その他サービス業[建設機械リース](営業担当)	受注量や販売量の動き	・ゼロ国債による建設工事の発注量が増加している。
		その他サービス業[建設機械レンタル](総務担当)	受注量や販売量の動き	・売上が前年比116%となっている。ただし、道内分は前年並みであり、本州地区の復旧復興関連の受注が増加の主要因となっている。
	変わらない	食料品製造業(役員)	受注量や販売量の動き	・3か月前と受注量が変わらない。
		金属製品製造業(役員)	受注量や販売量の動き	・住宅着工件数の推移や受注量において、あまり変化がみられない。
輸送業(営業担当)		取引先の様子	・飲料品関連の生産は順調であるが、本州圏の天気があまりぱっとしないことから、輸送が伴わない。一方、被災地での生乳供給が追いつかないため、北海道からの出荷は前年比で25%増加している。	

	輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・前月に引き続き、東日本大震災の影響とみられる荷動きが活発化している。火力発電向け石炭などのように、本来であれば東北方面で取り扱われる貨物が、道内経由となっている。また、輸入コンテナ貨物など、被災地の港が復旧しないため、道内港で取り扱わざるを得ない貨物も前月と同じような取扱量で推移している。	
	司法書士	取引先の様子	・東日本大震災以後、自粛ムードが先行したことで、消費者の購買意欲が冷え込んでおり、飲食店などでは軒並み売上がダウンした。不動産などの投資も弱含みであり、極端に安い中古マンションなどには若干引き合いがあるものの、相対的に景気は停滞したままであり、変化に乏しい。	
	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がプラスとなっている客先とマイナスとなっている客先がはっきりとしてきた。	
	その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	受注量や販売量の動き	・このところ販売量が増加傾向にあるが、東日本大震災の影響で一部の商品が品薄状態にあり、当社で扱っている商品にも欠品が出始めている。	
やや悪くなっている	出版・印刷・同関連産業（従業員）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災以降、受注量が特に冷え込んでいる。	
	通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・販売量の減少、単価の下落は引き続いてみられる。あわせて新規商談数も減少傾向がみられるため、景気の下押し傾向が明らかとなっている。	
	金融業（企画担当）	それ以外	・東日本大震災の影響が続いている。観光客が激減し、関連業界は不振を極めている。代替生産で需要が増加している企業もあるが少数にとどまる。全体として北海道は東北地方との結びつきが強いため、原料不足から生産が落ち込んでいる企業が多い。	
	司法書士	取引先の様子	・ゴールデンウィークの影響もあり、不動産取引や建物新築等において、下向きの傾向が続いた。	
	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	・東日本大震災の影響で、取引先で案件自体がなくなるようなケースが出てきている。現時点では当社への直接的な影響は出ていないが、加速度的に案件が減っていくことも考えられる。	
悪くなっている	司法書士	取引先の様子	・不動産の売買、建物の新築が少ない。	
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	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・東日本大震災が発生した3月以降、派遣ニーズも含めた販売・流通からの求人は減少したままであり、前年比で4割の減少となっている。人材派遣ニーズも企業の慎重な姿勢が崩れておらず、企業業績が低迷している状況がうかがえる。求人では堅調なのは医療・介護関係のみだが、医療関係では求められるスキルが高く、介護職種についてはミスマッチが続いている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・3月までの前年比の伸び率が良かった分、やはり東日本大震災の影響が求人受理件数の増減に微妙に反映している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数は横ばいで推移しているが、製造業の求人が伸びていない。
		職業安定所（職員）	雇用形態の様子	・4月の新規求人数は前年を1.1%上回った。新規求職者数は前年を6.6%下回った。月間有効求人倍率は0.47倍となり、前年の0.39倍を0.08ポイント上回った。しかし、新規求人数のうち、正社員求人の占める割合は47.4%と前月より若干上向いているものの、求人者と求職者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。
	職業安定所（職員）	それ以外	・管内の4月の求人倍率は0.42倍と前年を0.11ポイント上回ったが、前月を0.05ポイント下回っており、低水準である。	
やや悪くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人の動きがない。恒常的に人が定着しないような求人だけが出続けている感がある。	

	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・求人数の前年比はほぼ100%で、4月に引き続き製造業や卸売業、宿泊業、業務請負業の減少が目立つ。一方で、4～5月と求人に対する応募率や決定率が上がってきており、東日本大震災以降、求職者の求職活動への真剣度がこれまで以上に高まってきている。
	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で100%となっている。ここ1年数か月、常に前年を上回っていただけに、若干の失速感がある。今月は医療系、飲食系の募集が持ち直したが、環境衛生系が少し落ち込んだ。
	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求人数は9.5%増加し、15か月連続で前年を上回った。月間有効求人数は13.0%増加し、15か月連続で前年を上回った。
	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・東日本大震災の影響もあり、道外求人が減少しているため、求人件数は前年を大幅に下回っている。道外求人の減少は採用の後ろ倒しが要因とみられるが、道内求人については例年どおりの採用の流れとなっており、今後の採用の見通しも減少又は終了という声が多く、第1志望群で活動しつつも結果を得られなかった学生への求人紹介に影響が出ることが懸念される。
悪くなっている	-	-	-