

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連	良くなる	乗用車販売店（営業担当）	・新型車の発売が売上のかさ上げに貢献してくることに加えて、受注残が多いことから、年度内の売上に大きく寄与することになる。
	やや良くなる	百貨店（売場主任）	・買上客数は10月が前年比97.4%、11月が前年比98.1%、12月が前年比100.8%となっている。4月以降、買上客数は前年比94%～95%で推移していたが、10月以降は改善傾向がみられることから、今後についてはやや良くなる。
		スーパー（店長）	・客の節約傾向は変わらず、今後はその傾向がますます顕著になるとみているが、個人需要が多様化しているなか、新入学、新生活需要など、世帯で必要となる消費への需要は十分に期待できる。
		乗用車販売店（従業員）	・新商品が出る予定があるため、今後についてはやや良くなる。
		自動車備品販売店（店長）	・来月以降も積極的な販売施策を予定しているに加えて、店内改装を行い、それに伴うリフレッシュオープンセールの実施も予定しているため、今後についてはやや良くなる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・行政や航空各社による近隣アジアへの観光誘致の結果が出てくることが期待できる。特に2月は雪まつり等の各種イベントが行われるため、期待できる。
		旅行代理店（従業員）	・今年は管内の農業や漁業といった1次産業が好調に推移していることから、関係団体の需要が伸びており、今後についても期待できる。周囲からは新車の売行きも好調であり、預金も増えていると聞いている。
		タクシー運転手	・例年、2～3か月先は売上が落ち込むが、今シーズンは雪の多さと寒さが続くことで、売上がそれほど落ち込まず、やや良い状態で推移する。
		通信会社（企画担当）	・消耗戦になるが、商品力、サービス力で他社に対抗できる環境が十分に整いつつあることから、今後についてはやや良くなる。
		観光名所（従業員）	・団体件数、利用客数ともに、今後3か月の団体観光客の予約状況が前年より増えている。また、施設内レストランの宴会予約の件数も多くなっている。これらのことから、今後についてはやや良くなる。
変わらない	商店街（代表者）	・どこの店舗も1月から春物を展開することになるとみられるが、春物のトレンドがまだ見えないこともあり、客の購買が本格化するのはまだ先となる。	
	商店街（代表者）	・国の政策に変化がなく、消費税の増税もどのようになるのかが分からないため、今後については変わらないまま推移する。	
	一般小売店〔酒〕（経営者）	・東日本大震災からかなりの期間が過ぎ、当地における観光客の入込数もかなり回復しているが、地元客の消費が活発ではなく控え目であるため、今後も現在の状況が続く。	
	百貨店（売場主任）	・今後3か月の長期予報によれば、1～2月は例年並みの寒さとなる一方で、3月は暖かい日が続くことから、春物のコート、スーツ、ジャケットなどの動きが良くなる。	
	百貨店（販売促進担当）	・景気の先行きの不透明感は依然として強く、年が明けても急には回復基調とはならない。	
	百貨店（販売促進担当）	・来客数の減少を客単価の上昇で補えず、前年割れの傾向が継続していることから、今後も、前年実績からの大幅減とまでは至らないまでも、微減の状態が続く。	
	百貨店（役員）	・客の様子をみても、何かを買おうという雰囲気がない。必需品のみを購入している状況であり、今後も変わらないまま推移する。	
	スーパー（店長）	・11～12月の動きはほぼ横ばいであり、上ぶれも下ぶれもない状況が続いており、ボーナス後もクリスマスも同様の状況であることから、当面はあまり変化のない状況が続く。天候も前年のような状況で推移しているため、天候や気温に左右される季節商材も前年と同様の動きを示すことになる。	
	スーパー（企画担当）	・東日本大震災の復興支援による景気上昇が言われているが、対象や地域は限定的であり、当地まで好影響が生じるかどうかは分からない。TPPについても、当地においては1次産業従事者の生活防衛意識をあおることになるため、消費が減退気味であるなど、良い兆しは全くみられない。	
	スーパー（企画担当）	・東日本大震災後の心理的な影響、消費税上げの可能性、雇用環境や所得環境の低迷など、客に消費を喚起させるような明るい材料がなかなか見当たらないため、今後も変わらない。	

	スーパー（役員）	・各種の税率の上昇や年金問題など、今後への生活不安が更に増してくることになるため、客の消費行動がますますシビアになる。
	スーパー（役員）	・今年は冬の観光も期待できず、消費が上向く要因も見当たらない。
	コンビニ（エリア担当）	・消費の縮小傾向は今後も続く。特に改善されるような要素もないため、当面、流れは変わらない。
	衣料品専門店（店長）	・客から悲観的な話ばかりを聞くなど、良くなる様子がないため、今後も変わらないまま推移する。
	家電量販店（店員）	・今後に向けての起爆剤が見当たらないため、今後も変わらないまま推移する。
	家電量販店（地区統括部長）	・来年3月までは家電エコポイント制度の反動が続くが、今月同様に、今後はやや回復傾向で推移する。
	乗用車販売店（従業員）	・景気の先行きが不透明なため、今後も売上の厳しい状況が続く。
	旅行代理店（従業員）	・年末にかけて徐々に来客数は増えてきているが、国内旅行の低価格傾向が変わらないため、今後も変わらないまま推移する。
	旅行代理店（従業員）	・先行受注状況を見ると、国内旅行は2月が前年比101%、海外旅行は2月が前年比110.5%となっており、全体的な状況は変わらない。
	旅行代理店（従業員）	・消費税の増税議論など、政治の先行きが不透明であるため、今後も個人消費の消費マインドが上がらない。
	タクシー運転手	・海外からの問い合わせが少しみられるものの、今後の注文数の増える要素が見当たらない。
	美容室（経営者）	・客の生活パターンが固定化している雰囲気が出てきているため、よほど悪い状況が発生しない限りは現状維持の状態が続く。
	住宅販売会社（従業員）	・景気の悪化を口にする客が多く、現状よりも客の数が増える、もしくは客の購入意欲が向上することは考えられない。その一方で、市場規模は数年前と比べれば十分に縮小しており、これ以上急激に市場が縮む可能性は小さい。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・入学や就職準備、卒業の時期であるが、中心市街地においては、最近2～3年の動向として、買物客の減少に加えて客単価の低下傾向が顕著であるため、今後の売上の増加は見込めない。
	一般小売店〔土産〕（経営者）	・現政権からは増税の話ばかりが聞こえ、何も進められないことに対する不信感が沈滞ムードにつながっている。旅行どころではないという気分が出ているため、観光客の入込の増加が見込めず、今後についてはやや悪くなる。
	コンビニ（エリア担当）	・主食になるような弁当や総菜などの動きは良いが、菓子や飲料水など間食するような商品への節制意識が強いことから、今後についてはやや悪くなる。また、夜間の来客数の減少は一向に改善されない。
	衣料品専門店（店員）	・初売りの動向に期待しているが、客は商店街よりも大型複合店に集中する。消費税の増税案が具体的になってきたことから、家計も数年先を見据えた貯蓄型になり、消費行動は一段と控えられることになる。
	家電量販店（経営者）	・薄型テレビの需要も一段落しており、今後についてはこれまでの反動が出てくる。
	高級レストラン（経営者）	・消費税の増税や税負担の増加が予想されることから、客の財布のひもが固くなっている。例年よりも年末の客の動きが悪いため、年が明けても期待は持てない。
	高級レストラン（スタッフ）	・毎年1～2月の売上は悪いが、12月の状況から判断すると、今後、数か月は良くならないまま推移する。例年、2～3月の団体や催事の予約は年内に入るが、今年は現時点ではほぼゼロであり、今後に不安をかき立てられる。
	観光型ホテル（経営者）	・旧正月を控えて、アジアからの観光客の入込は順調だが、本州方面からの客の動きが非常に悪い。さらに、宿泊単価の持ち直し傾向もみられず、年明け以降、増収となるような要素が全く見当たらない。
	観光名所（職員）	・海外観光客の予約が依然として低調であり、今後の予想がつかない状況にある。また、国内観光客も前年に比べて来客数が減少している。
		パチンコ店（役員）
悪くなる	商店街（代表者）	・年金問題、消費税の増税議論など、将来的な増税の可能性がメディアで出ていることから、消費者の財布のひもはどうしても固くなる。

		スーパー（店長）	・年末商戦については1人勝ちの店もなく、小さなパイを奪い合う状況であり、周辺の競合店が増えた分、需要が分散している。こうした傾向は今後も続くため、前年の売上の9割すら確保できないと見込まれる。
企業 動向 関連	良くなる	建設業（従業員）	・復興支援に加えて、建設関連の補正予算も予想以上に増加したことから、建設関連の景気は徐々に回復に向かう。
	やや良くなる	金属製品製造業（経営者）	・周辺の企業を含めて、見積件数がやや増えてきたことから、今後についてはやや良くなる。
		建設業（経営者）	・公共工事については、補正予算やゼロ国債による工事などの発注が始まる。民間建築工事についても雪解け後に着工物件の引き合いが徐々に増えてくるため、マインド面では明るさが出てくる。ただし、年度末工期の工事が完了してくることに加えて、新規工事の着工は4月以降になることから、稼働自体は1年で最も落ち込む。
		輸送業（支店長）	・補正予算も決まり、震災復興が本格的に動き出す。輸出入貨物は、円高の影響もあり、輸入が好調であるが、さけを始めとした不漁と円高が重なったことで、輸出は不調であり、全体では前年並みで推移する。
		コピーサービス業（従業員）	・少しずつではあるが、客の購買力が上がってきているように感じられることから、今後についてはやや良くなる。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・ここ数か月、例年になく受注残が多いことから、目先は明るい。ただし、長期的な展望はまだ見えない。
	変わらない	食料品製造業（役員）	・特に受注量が大きく増減するような案件が見当たらないため、今後も変わらないまま推移する。
		家具製造業（経営者）	・しばらくは現状のまま推移するであろうが、欧州の信用不安や円高に加えて、国内の増税問題など不安要素も多い。
		金属製品製造業（役員）	・販売店、業者も含めて、見積の引き合いが特に増えている様子もないため、今後も横ばいで推移する。
		金融業（企画担当）	・観光客は東日本大震災前の水準に近づく。しかし、大きなウエイトを占める個人消費は、所得の伸び悩みや将来の消費税の増税を意識することで弱めの動きとなる。総じて景気は横ばいで推移する。
その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）		・関西からの受注が増えてきているなど、良くなりそうな気配のある一方で、東京からの受注が減ってきている。欧州の信用不安も年明け以降、長期間にわたり影響を及ぼすことになる。	
やや悪くなる	通信業（営業担当）	・取引先の様子として、社会情勢の変化や増税議論などに押される形で厳しい見通しを立てる企業が増えていることから、今後についてはやや悪くなる。	
	司法書士	・建物の新築や改築工事が皆無であり、来年の雪解けまで工事の増加が見込めないため、今後についてはやや悪くなる。	
雇用 関連	悪くなる		
	良くなる	-	-
	やや良くなる		
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・今後について変わるような要因、起爆剤がない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・ここ2年ほど、地域経済を支える農畜産業の1次加工及び2次加工の生産量と出荷額は同じような水準で推移しているため、今後も雇用面に大きな変化が出てくることはない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・宿泊業ではアジア人観光客だけでなく日本人観光客も戻り始めており、稼働率が高まってきている。他業種でも来年を見据えた求人が増えてきており、しばらくはこうした求人状況が続く。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大小問わず、起爆剤となるような明るい材料が出てこない限り、今後も変わらないまま推移する。
		職業安定所（職員）	・求人の職種等の内容について、変化がみられないため、今後も変わらないまま推移する。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・有効求人数は19か月連続して前年を上回っているが、新規求人数は前年を2か月連続して下回っており、依然として厳しい雇用環境が続いていることから、今後も停滞した状況が続く。
		人材派遣会社（社員）	・求職者の就職意識が低く感じられる。国や地方公共団体からの雇用対策事業で就職支援を行っているが、なかなか企業面接を受けるという意思決定がされず、就職数が伸びていない。また、人材紹介事業においても、自身のスキル以上の求人企業を望む求職者が多く、就職するまでの期間が長期にわたる傾向にある。さらに、就職に対する危機感が希薄になっているように見える。これらのことから、雇用環境が改善に向かうと思われない。
悪くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・いくつかの業種で求人数が前年を下回り始めていることから、今後についてはやや悪くなる。	
		-	-