

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<br>動向<br>関連 | 良くなる     | -                            | -   |   |
|                | やや良くなる   | 商店街（代表者）                     | ・ 今後は、3日間で10万人以上の集客がある、当市における最大の夏のイベントが行われる時期となることから、地域住民及び外国人を含む観光客の増加が期待できる。今年に入り、航空便利用者も増加していることから、周辺地域のみならず、都心部のホテルや交通機関の利用客の増加も見込まれる。    |   |
|                |          | スーパー（店長）                     | ・ 売場構成を大きく変えたことから、客からの支持をもらえるのではないかと期待している。   |   |
|                |          | 衣料品専門店（店長）                   | ・ 今年の夏は天候も良いようであることに加えて、復興支援にかかる資金の流れが色々と出てくることが見込まれるため、やや良くなる。   |   |
|                |          | 衣料品専門店（店長）                   | ・ 来客数こそ飛躍的に伸びていないが、客単価の上昇傾向が今後も継続するとみられる。購買客の消費が低単価、多購買から、高単価、中購買になってきていることから、今後の見通しも期待できる。   |   |
|                |          | 衣料品専門店（店員）                   | ・ ガソリンの価格が安定してくることで、気温が上がれば外出する機会も多くなる。消費税の増税問題も先が見えてきたことから、今後についてはやや良くなる。  |   |
|                |          | 家電量販店（地区統括部長）                | ・ 前年7月の地上デジタル放送への完全移行前にみられたテレビの駆け込み特需後のテレビの大幅な落ち込みも一巡して若干回復傾向になる。   |   |
|                |          | 高級レストラン（経営者）                 | ・ 観光シーズンに入ってくることに加えて、道央圏と当地を結ぶ高速道路ができ、利便性が向上していることから、当地にも多少は観光客が来るようになる。  |   |
|                |          | 観光型ホテル（経営者）                  | ・ 夏以降の予約状況を見ると、個人客を中心に堅調であり、ほぼ例年並みとなっている。加えて、海外チャーター便や定期便の開設で中国やタイ、マレーシアなどの新興インバウンドマーケットからの引き合いが強いことから、今後についてはやや良くなる。                         |   |
|                |          | 旅行代理店（従業員）                   | ・ 夏場の北海道発の航空機需要は伸びないが、インバウンドは前年と同様に避暑需要を含めて拡大することになる。   |   |
|                |          | 通信会社（社員）                     | ・ やや良くなるかもしれないというニュアンスであるが、ロンドンオリンピック景気による商機が生じることが期待できる。   |   |
|                |          | 通信会社（企画担当）                   | ・ 夏商戦に向けて、客にとって一層得な条件を提示する予定であるため、今後についてはやや良くなる。  |   |
|                |          | 観光名所（従業員）                    | ・ 当地において、前年にはみられなかった大規模催事が2つ行われる。また、全国大会クラスのコンベンションが前年より多く開催されること、豪華客船の入港船数が前年より多く予定されていることなどから、観光入込客数や訪問入込客数の増加が見込まれ、地域経済や自社の売上への波及効果が期待できる。 |   |
|                |          | 観光名所（職員）                     | ・ 海外からの来場者が前々年並みに戻りつつあることに加えて、5～7月の繁忙期に向けてイベント等の企画を行っていることから、来場者の増加が期待できる。ただし、国及び旅行会社が進めている東北地方の観光復興誘致がどのように影響するのかが不安材料である。                   |   |
|                |          | 美容室（経営者）                     | ・ 客の来店回数及び客単価が若干ではあるが確実に上昇傾向にあることから、今後の売上は増加する。   |   |
|                |          | その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員） | ・ 観光最盛期を迎え、輸送人員、輸送車両ともに1年で最も多い時期となる。  |   |
|                |          | 変わらない                        | 商店街（代表者）  | ・ 今後も季節の変わり目に必要となる商品の買上が減り、需要が落ちたまま季節が移ることになる。        |
|                |          |                              | 商店街（代表者）  | ・ 今年は残暑が続くと予想されていることから、秋物の動きが遅くなるとみられる。               |
|                |          |                              | 商店街（代表者）  | ・ 景気の動向としては変わらない方向にあるとみられる。客からもそのような感じで話している声が聞こえてくる。 |
|                |          | 商店街（代表者）                     | ・ 自店は土産屋だが、修学旅行生が前年の3分の1に減っている。修学旅行生は東北地方や、九州新幹線ができたことで九州に行っているという情報もあるが、期待を込めて現状と変わらないとみている。   |   |

|                       |  |
|-----------------------|--|
| 一般小売店〔酒〕（経営者）         | ・毎月一進一退という状況がずっと続いている。今月は良かったと思うと、次の月ががたっと落ちたり、また悪かったと思うと次の月が好転したり、非常に先行きの読みづらい状況が続いている。何とか底割れをしない状況を保っているため、まだまだ景気が良くなったという実感は持てない。 |
| 百貨店（売場主任）             | ・3か月間の長期予報で、6～7月は平年並み、8月がやや暑いと予想されているが、今年は節電などの影響もあるため、エコ商材などを絡めることで客のモチベーションを上げることができる。   |
| 百貨店（売場主任）             | ・前年の10月以降から今年の1月まで、店全体の売上が前年を上回る月が多かったが、2月以降、減少傾向に転じており、4月が前年比95.8%、5月も25日時点で前年比95.8%と前年割れの状況が続いていることから、今後も厳しいまま変わらない。               |
| 百貨店（販売促進担当）           | ・原子力発電所の停止にともなう夏の節電の影響がどの程度になるか予測が付かないが、節電、節約の流れになることが予想されるため、消費が急に上向きになるとは考え難く、このまま横ばい状態が続く。  |
| 百貨店（販売促進担当）           | ・来客数の増加につながるような施策を計画又は実施しているものの、単発、瞬間的な増加にとどまり、恒常的な来客数の増加となっていないことから、今後も変わらない。   |
| 百貨店（役員）               | ・景気そのものが良くなっている実感がないため、今後も変わらない。   |
| スーパー（役員）              | ・消費税の増税問題や社会保障の問題など、社会的問題の影響により、今後も客の消費マインドが低下したまま推移する。また、ここに来て観光客の減少、人口減が大きく影響しており、利益を落とし、販促に出ない限り、今後の来客数が大きく伸びることは考えづらい。           |
| スーパー（役員）              | ・電気料金の値上げや7%の夏期節電要請により、節約ムードが高まることになる。   |
| コンビニ（エリア担当）           | ・今後も前年のたばこの販売量増加の反動が継続する。天候面でのプラス要因がなければ、前年を上回ることは難しい流れとなる。前年のマイナス要因の反動が期待できるエリアもあるが、低価格業態への変化や、競合他社の出店もみられるため、市況は厳しくなる。             |
| 家電量販店（店員）             | ・6月以降も天候次第となる。薄型テレビの需要も期待できない。   |
| 乗用車販売店（営業担当）          | ・東日本大震災後の復興から始まった増販、増益が落ち着きを見せ始めており、今後に向けて特別な好材料が見当たらない。   |
| 自動車備品販売店（店長）          | ・車の買換えが出てくるとみられるが、カー用品が伸びる要素が特に感じられない。   |
| その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者） | ・自動車保有台数の減少や自動車の燃費の向上に加えて、自動車の走行距離も減少傾向にあるとみられることから、今後も厳しいまま変わらない。   |
| 高級レストラン（スタッフ）         | ・ゴールデンウィークの反動で夜の営業が厳しいことや、居酒屋店などの安価な晩酌セットなどが大はやりであることから、当分、高級レストランでの食事は控えらる。   |
| 観光型ホテル（スタッフ）          | ・6月はイベントや大会の効果で活況を呈しているが、7月以降は動員を見込める案件が少ない。また、依然として低価格競争が続いている。   |
| 旅行代理店（従業員）            | ・先行受注状況を見ると、国内旅行は6月が前年比125.9%、7月が前年比90.8%となっており、海外旅行は6月が前年比114.5%、7月が前年比92.1%となっていることから、全体では変わらないまま推移する。                             |
| タクシー運転手               | ・4月以降のタクシーの利用を考えると、東日本大震災のあった前年より少しは期待できるが、あまり大きな増収は期待できない。  |
| タクシー運転手               | ・一部では、製造業を含めて持ち直しの傾向がみられる経済状況ではあるが、ことサービス業、観光業に至っては先行きの展望への明るさがあるとは言いながらも、今現在の状況と比べてあまり大きく変わるような動きがみられない。                            |
| タクシー運転手               | ・先の見積依頼やオーダーの状況から、景気が上向きになるような要素も思い当たらず、恐らく注文数も前年並みを推移すると感じる。  |
| 美容室（経営者）              | ・今のところ、良くなるであろう要因も、悪くなるであろう要因もみられない。   |
| 住宅販売会社（経営者）           | ・季節要因は解消されつつあるが、株式市況の低迷等で消費や投資の熱が下がる。  |

|        |                   |   |   |
|--------|-------------------|---|---|
|        |                   | 住宅販売会社（従業員）   | ・マンションの購入を考えている客の潜在需要は減っていないが、その需要を現実に購入に走らせるだけの刺激がない。ただし、客を購入に向かわせる何らかの要因が働けば、潜在需要が現実の需要に変わることになる。                 |
| やや悪くなる |                   | スーパー（店長）  | ・客単価が上がっていない。チラシの目玉価格も安値で常態化しており、極端に客が殺到する場面もなくなってきた。安いかからたくさん買うということもなく、必要な分だけ買うという志向が客にある。そういう生活防衛のスタンスは今後も変わらない。 |
|        |                   | スーパー（企画担当）  | ・電力不足とそれにとまなう節電要請に加えて、ガソリン価格の高止まり、消費税増税の打ち出しなど、消費マインドへのプラス材料が見当たらない。  |
|        |                   | コンビニ（エリア担当）   | ・消費税の増税問題や電力料金の値上げなど、消費マインドを抑制する報道が多く、実際に客からも消費抑制の声が聞かれる。低価格商品の買ひだめ傾向が強い一方、客単価の低下が続いている。                            |
|        |                   | コンビニ（エリア担当）   | ・節電の対応により、製造業の残業が減ることになり、収入減が消費減につながり、全体的に経済が落ち込むことになる。   |
|        |                   | その他専門店〔医薬品〕（経営者）  | ・不景気に結び付くような情報が多過ぎる。大企業のリストラなど、暗いニュースは最終的に購買力の低下につながるようになる。   |
|        |                   | 高級レストラン（スタッフ）   | ・夏場の節電などの影響で出控えや節約が増えてくると、売上に影響が及ばないか気がかりだ。   |
|        |                   | タクシー運転手   | ・今月は総体的に売上が落ち込んでいる。街の様子をみても活気がみられないことから、このままやや悪くなっていく。  |
|        |                   | パチンコ店（役員）   | ・原子力発電所の停止にとまなう、電力使用量7%削減の影響が少なからず出てくる。現在、計画停電までは考えていないようだが、計画停電が実施された場合、業種にかかわらず大きな影響を受ける。                         |
|        |                   | 美容室（経営者）  | ・どのような角度から考えても、今の状況は良いことが1つもない。この不景気はしばらくは脱却することができない。  |
|        | 悪くなる              | 乗用車販売店（従業員）   | ・エコカー補助金の終了にとまなう反動減が生じることになる。   |
| 企業動向関連 | 良くなる              | -   | -   |
|        | やや良くなる            | 建設業（経営者）  | ・今後はある程度の受注が確保され、工事の稼働率も上がってくる。ただし、震災復興にとまなう人手、資機材の不足と単価の高騰で採算性に悪影響を及ぼすことが心配される。                                    |
|        |                   | 建設業（従業員）  | ・大型建築工事の着工が相次いでいることから、建設単価は低いものの、取扱量が拡大することになり、建設業界の景気は多少上向く。   |
|        |                   | 輸送業（支店長）  | ・震災復興に加えて、北海道内の大型案件が発表されており、動きが遅れ気味であるが、今後、案件が具体的になってくることで輸送量の増加が期待できる。   |
|        |                   | 金融業（企画担当）   | ・個人消費は、夏の賞与に期待できないことから抑制気味となる。観光はガソリン価格が低下基調となり、ドライブ旅行が堅調となる。建設は一部であるが復興需要がみられることになる。                               |
|        |                   | その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）  | ・土木建設業界が例年になく繁忙であり、恩恵を受ける業者が増えることになる。   |
|        | その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員） | ・来月以降、大型鉄骨案件が本格的に始まるため、今後に期待できる。  |   |
| 変わらない  | 食料品製造業（団体役員）      | ・中小製造業では原材料価格の高止まり状況が続くなか、東南アジア諸国との市場競争の強まりから生産コストの抑制を強いられている。一方、企業の求人件数や求職者の雇用には改善の兆しがみられる。                    |   |
|        | 食料品製造業（役員）        | ・商品の改廃が予定されているが、それによる販売金額の大きな増加は見込めない。また、夏に向けてのスポット商品が順調に決まってきたが、定番品の低価格競争が再燃し始めているため、結果として、販売金額の伸びもあまりないと思われる。 |   |
|        | 家具製造業（経営者）        | ・前年に比べて国内需要が安定してきているため、今後、更に悪くなることは考えにくい。   |   |
|        | 金属製品製造業（役員）       | ・北海道の住宅業界において、特に良くなるような話が聞かれない。   |   |
|        | 輸送業（営業担当）         | ・北海道の農産物の作付けは進んでいるが、低温や多雨等の影響で、平年に比べて約1週間の遅れが出ている。  |   |
|        | 司法書士              | ・現時点において、多少の明るさが見えてきたが、今後、大きな回復に至るかどうかは断言できない。  |   |

|          |                         |  |
|----------|-------------------------|--|
|          | 司法書士                    | ・消費税の増税が決まることになれば、建物新築等の駆け込み受注が見込まれ、土地の売買も増加する。  |
|          | 司法書士                    | ・政局の不安定、消費税の増税問題、電気料金やガス料金などの値上がり、景気回復の遅れなどから、今後の客の購買意欲が上昇するとは思われない。現状維持が精一杯とみられる。   |
|          | コピーサービス業（従業員）           | ・少しずつは良くなっているものの、今後の劇的な向上は見込めない。   |
| やや悪くなる   | 通信業（営業担当）               | ・欧州の信用不安や政府の財政立て直し一辺倒の政策動向のほか、円高の再燃など、景気に対する悪材料が多い一方で、好転材料が見当たらないため、この先の景気はやや悪くなる。   |
|          | その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者） | ・今年度になり、いくつかみられた新たな案件の予定が、突然止まったまま進まなくなった。同業他社からも同様の話を耳にする。  |
| 悪くなる     | -                       | -  |
| 雇用<br>関連 | 良くなる                    | -  |
|          | やや良くなる                  | 求人情報誌製作会社（編集者）<br>・農畜産関連の基幹産業が安定していることに加えて、本州方面の製造業の求人が引き続き増加傾向にある。<br>求人情報誌製作会社（編集者）<br>・すすきのにもにぎわいが戻り始めてきており、今後の求人控えの要因は見当たらない。                              |
| 変わらない    | 人材派遣会社（社員）              | ・道内の企業活動は横ばいで推移しており、雇用が急回復する要素が見当たらない。また、夏の電力不足に関しては、北海道では初めての経験であり、経営者には心理的な不安となり、企業活動にとってブレーキ要因となることが懸念される。労働者に目を向けると、就職意欲の低下が顕著であり、求人側とのミスマッチがますます広がる懸念される。 |
|          | 人材派遣会社（社員）              | ・今後に向けて変わる要素が見当たらない。   |
|          | 求人情報誌製作会社（編集者）          | ・一部の業種を除き、ほとんどの業種で求人数が前年を上回っているが、今後、更に伸び続けるエネルギーはあまり感じられない。  |
|          | 求人情報誌製作会社（編集者）          | ・観光シーズンを迎え、市場は活性していくとみられるが、外国人観光客の回復状態によって景気動向が左右される。  |
|          | 新聞社〔求人広告〕（担当者）          | ・地域経済は今のところ底堅く、また観光シーズンのピークを迎えることもあり、現在の好調さを維持できる。   |
|          | 職業安定所（職員）               | ・有効求人倍率は23か月連続して前年を上回っているが、依然として低い水準で推移しており、厳しい雇用環境が続く。  |
|          | 職業安定所（職員）               | ・各産業分野で求人が増加傾向にあるという状況ではあるものの、同じ業界内でも現状維持さえ難しいところもあれば、仕事量が増えているため増員したいという企業もあり、二極化が進んでいる。そのため、全体としての景気回復は感じられない。   |
|          | 学校〔大学〕（就職担当）            | ・前年に比べると内定者が多いため、やや上向きにあるとみられる。  |
| やや悪くなる   |                         |  |
| 悪くなる     | -                       | -  |