

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 (北海道)	良くなる やや良くなる	－	－
		商店街（代表者）	・消費増税後であるため、ゴールデンウィーク期間中は旅行等で各所に出かけることが控え目になるが、その後は天候にも左右されるが、ゴールデンウィーク中に使わなかったお金を消費に回すことになり、来街者が増加する。また、消費増税の影響もわずかながらに薄らいでくるため、地元客による購買は例年以上となる。
		百貨店（売場主任）	・消費増税前には若干の駆け込み需要がある。
		コンビニ（エリア担当）	・一時的ではあるが、消費増税前の特需が徐々に見込める。
		家電量販店（店員）	・3月末までは駆け込み需要が期待できる。
		旅行代理店（従業員）	・今まで我慢していた客の購買意欲が増してきているため、今後についてはやや良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・4月以降の旅行への問い合わせ件数が減っていないため、今後についてはやや良くなる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・厳冬期も終わり、徐々にではあるが観光客が増加することになる。
	住宅販売会社（経営者）	・消費増税にともなう駆け込み需要は3月まで続くが、4月以降は大幅に落ち込む。	
	変わらない	一般小売店〔土産〕（経営者）	・残念ながら、当地には現政権の経済対策の効果はまだ表れていない。客との会話でも、燃料価格等の値上がりで景気が悪くなるのではないかという声が多い。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・今月の売上も前年に比べて微減であり、ずっとこういう状況が続いている。底を這って、なかなか浮上のきっかけが見えてこない状況であり、当分、同じような状況が続く。
		百貨店（売場主任）	・先買的購入もみられるが、今後、大きな変化が出てくることは想定できない。物産展催事などの動きをみても、趣味や余暇に対する客の意欲が強く感じられるため、マイナス要素はない。
		スーパー（店長）	・消費増税前の3月はかなりの売上が見込まれるが、4月以降については影響が不透明であり、分からない。
		スーパー（企画担当）	・政府の政策が前のめりで、政策効果が片寄ることが懸念される。政策が空振りすることになれば、失われた20年以上のダメージとなる。
		スーパー（企画担当）	・足元で消費増税前の駆け込み需要が発生しているが、4月以降の消費の反動減がどの程度になるか見当がつかない。そのため、今後の消費動向についても見込みが立てにくい状況にある。
		スーパー（役員）	・3月はある程度の駆け込み需要があるが、4月は反動期となり、落ち込むことになる。ただ、食料品については大きな変動はないとみており、上期平均ではやや良くなる。
		家電量販店（経営者）	・消費増税前の駆け込み需要もさほど多くないため、消費増税後の反動もさほどない。
		スナック（経営者）	・景気が良くなる要因が見当たらない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・中国本土からの仮予約が活況を呈しているが、先行きについては不透明である。また、需要を喚起するようなイベント、学会なども予定されていない。
		旅行代理店（従業員）	・4月の消費増税により、観光客の消費動向に影響が出てくるが、ビジネス客の動きは引き続き好調に推移する。
旅行代理店（従業員）		・季節が春に向かい、客の気分が解放的になるが、その反面、消費増税があるため、差引きゼロとなる。	
タクシー運転手	・消費増税前の利用増を見込んでいるものの、予約状況などに変化がみられないため、今後についても変わらない。		
通信会社（企画担当）	・雪解けにともない客足が戻ることになる。また、新卒生を対象とした商戦が激化するものの、客に勧めるような新しい通信機器の発売が直近にはないため、今の動向が当面続く。		
観光名所（従業員）	・大きなプラス要因となっている、外国人観光客の入込については引き続き好調に推移するが、国内観光客については、消費増税後のタイミングとなることから、旅行、観光を手控えることになり、プラスマイナスが相殺して現状のまま推移する。		
観光名所（職員）	・消費増税や電気料金の値上げ等、消費者目線での懸念事項が多い。また、それらに対する国、自治体の具体的な対策が見えてこない。		
美容室（経営者）	・当面は消費増税の影響で出費を控えるような話が多く、美容関係もしばらくは売上が厳しくなる。特に高齢者はその傾向が強くなる。		

	住宅販売会社（従業員）	・ 次回の駆け込み需要が生じるまでは停滞することになる。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・ 消費税増税後は、必需品以外の消費はかなりの落ち込みとなる。
	商店街（代表者）	・ 客が一層買物に対してシビアになっているため、消費税増税の余波が続く。
	商店街（代表者）	・ 消費税増税を前にして駆け込み需要が起きているため、消費税増税後は消費が停滞する。
	商店街（代表者）	・ 消費税増税後の購買意欲の低下は、客の様子から避けられそうにない。4月から2～3か月は我慢の時期となるため、商業者は戦々恐々としている。
	百貨店（販売促進担当）	・ 4月の消費税増税後の3～6か月間は消費の落ち込みが顕著に表れる。特に北海道は、過去の例から落ち込み後の回復が遅い傾向にある地域であるため、回復基調になるには時間がかかる。
	百貨店（役員）	・ 4月はホームセンターの最大需要期であるが、消費税増税後となることが心配である。
	スーパー（店長）	・ 消費税増税により客の日々の買物が抑えられることになり、景気回復に歯止めがかかることになる。
	スーパー（役員）	・ 消費税増税前の駆け込み需要の反動に加えて、消費税増税により客の節約志向が強くなる。
	コンビニ（エリア担当）	・ 過去の実績からみて、消費税増税前は買いだめ需要で売上が増加する反面、その後は減少することになる。また、たばこの値上げにより、禁煙者の増加も見込まれるため、来客数が減少することになる。
	コンビニ（エリア担当）	・ 当地域の主要産業である漁業が軒並み不振であるため、当地域の周辺も含めて景気の良くない状況が続く。
	衣料品専門店（経営者）	・ 消費税増税前の生活必需品の買いだめが始まっていることに加えて、4月からの光熱費の値上げ、ガソリン価格や灯油価格の高値推移、入学・卒業や転勤で出費が多くなることなどから、きものや宝石などの高額商品の消費は今一つ動きが悪くなる。
	衣料品専門店（店長）	・ 消費税増税後の買い控えが生じることになる。
	乗用車販売店（従業員）	・ 消費税増税前の需要の先食いにより、4月以降は期待できない。
	乗用車販売店（営業担当）	・ 4月以降の消費税増税後の反動は、予測はつかないが、必ず影響が出てくる。
	自動車備品販売店（店長）	・ 現在みられているカー用品の購入はあくまでも消費税増税前の特需であるため、4月以降は前年を下回ることになり、景気は上向きとはならない。
	その他専門店 [造花]（店長）	・ 3月までは消費税増税前の特需のため、景気は良いが、4～5月は反動で落ち込むことになる。
	高級レストラン（経営者）	・ 4月からの消費税増税にともない、数か月は買い控えが起きる。また、消費税は材料等すべてにかかってくるため、原価率が上がり、販売量も増えないとなると経営にも響いてくる。
高級レストラン（スタッフ）	・ 5月はゴールデンウィーク以外はかなりの落ち込みとなる。売上はもとより、客単価、来客数とも下回ることになり、飲食店では混迷期を迎える可能性もある。前年からの食材価格の高騰で仕入れが厳しいうえ、有名ホテル等では料理に使う食材の産地証明書の手配におおわらわであり、調理責任者は料理の見直しに手を付けられない状況が続いている。このままでは、消費税増税時に消費者に受け入れられる適正価格の料理が提供できないことになる。	
観光型ホテル（経営者）	・ 消費税増税を控えて、4月以降の集客がすでに苦戦している。	
旅行代理店（従業員）	・ 旅行業界では、国内旅行の先行受注は良いものの、海外旅行の先行受注は前年並みである。4月からの消費税増税や各種料金の値上げなどが影響している。	
タクシー運転手	・ 例年、3月の雪のある時期までは、タクシーの利用はまずまずであるが、4月以降は消費税増税の影響により、利用客が減ることになる。	
タクシー運転手	・ 4月の消費税増税が控えていることもあり、先行きについては、販売量、受注量とも減少することになる。したがって、この先数か月は低調な動きで推移する。	
タクシー運転手	・ 物価が上昇していることに加えて、4月からの消費税増税があるため、タクシーの乗り控えが生じることになり、やや悪くなる。	
パチンコ店（役員）	・ 電気料金やガソリン料金の値上がりに加えて、消費税増税により、製造業等を始めた体力のない事業者の今後の動向が懸念される。	

		住宅販売会社（従業員）	・4月の消費税増税後、数か月は需要が落ち込むことになる。しかし、最近の分譲マンション市場では、供給量が抑えられており、駆け込み需要のすべてを満足させるだけの供給量がなかったため、4月以降も一定の需要が残っているとみられ、増税の悪影響は限定的なものになる。
悪くなる		商店街（代表者）	・消費税増税、便乗値上げ、ライフラインである電気代、ガス代の値上げといった要因により消費動向は鈍化する。現政権の経済対策の恩恵のない高齢者は節約することしか防衛策がない。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税前の駆け込み需要が、3月中旬から下旬にかけて生じるとみられるが、4月の消費税増税後は集客が厳しくなる。特に衣料品関連の販売に関しては非常に厳しい状況となる。
		スーパー（店長）	・3月まで先買いにより伸長したカテゴリーは苦戦することになる。ただし、備蓄分がなくなれば、消費は回復する。新生活での必需品は例年並みとなる。ゴールデンウィークは安近短志向が再来することになる。ただ、好天が続くなどの要因があれば全体の消費は回復する。
		家電量販店（地区統括部長）	・4月の消費税増税後、しばらくの間は消費を控える傾向になる。また、駆け込み需要の反動がしばらく続く。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税後で、ちょうど需要が落ち込んでいる時期のため、今より明らかに販売台数が減る。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。生き残りをかけた本当の試験が始まりそうだ。店の抜本的な顧客対策の見直しが急務である。
		高級レストラン（スタッフ）	・消費税増税にともない消費意欲が減退することになる。
企業動向 関連 (北海道)	良くなる やや良くなる	—	—
		建設業（経営者）	・公共工事の発注が進み、順次、工事も着工することになるため、量的にはまだそれほど多くないが実需が発生してくる。ただし、民間建築や住宅工事については前年より引き合いが少ない。
		建設業（従業員）	・建築鉄骨製作工場は、秋以降まで仕事が埋まっている。
	変わらない	通信業（営業担当）	・受注量、問い合わせ件数が堅調に推移している。
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・特需的な案件の受注がほぼ確定している。
		食料品製造業（経営者）	・消費税増税後の動向がまだ読めない。
		食料品製造業（役員）	・今後、良くなるか、悪くなるかは分からないが、消費税増税の影響がどのようになるかが不安である。ただ、今のところ、消費税増税の影響とみられるような受注量の増減は生じていない。
	やや悪くなる	輸送業（営業担当）	・生乳不足により、バター、粉乳の保管が落ち込んでおり、倉庫業にとって厳しい環境が今後も続く。
		輸送業（支店長）	・消費税増税の影響は生じるが、すでに計画に織り込まれているため、大きな市場ショックが起きることはない。
		司法書士	・消費税増税の影響もあり、今後について大きな期待は持てない。現時点では何とも言えない。
コピーサービス業（従業員）		・消費税増税の影響がどう出てくるか非常に微妙な状況にある。	
その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）		・現状より上向き要素はない。	
金属製品製造業（役員）		・消費税増税により、消費が鈍ることになる。	
悪くなる	金融業（企画担当）	・消費税増税により、多くの業種で駆け込み需要の反動減が表れる。しかし、建設業界は公共工事が高水準を保つことで比較的堅調に推移する。観光業界は外国人観光客の増加で増税の影響をカバーする。総じて景気の悪化は軽微なものとなる。	
	司法書士	・景気回復の動きを消費税増税が帳消しにする。	
	その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・消費税増税の影響が懸念される。販売量、売上は一時的に落ち込むが、全般的に仕事量が多いため、その後は緩やかに景気が上向く。	
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	○	○

(北海道)	変わらない	人材派遣会社（社員）	・先行きに明るさを感じる企業が多くなり、求人ニーズは底堅く継続する。新卒者の就職率も近年にない回復を示しており、全体としては久しぶりに好況感に包まれている。ただし、長期間、就職が決まらない新卒者や若年者、高齢者も多いため、雇用対策は今後も必要になる。また、就職したものの、条件が違うなどで短期間で離職するケースが増えることも見込まれるため、労働市場の動きを継続して注意することが必要である。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・消費税増税が消費者の購買意欲に影響を与えることで、求人数の減少につながる恐れがあるため、先行きは不透明である。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・卸売業や小売業などの流通関係で求人が増えた一方、食品以外の製造業や道外の製造業務請負業で求人が減少したが、全体的に大きな変化はないため、求人数は今後も高い水準のまま推移する。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・消費税増税がどのように影響してくるかがまだ見えてこない。大きくは変わらないとみているが、多少は影響が生じることになる。また、現状では景気が良くなるような具体的な話は聞こえてこない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・消費税増税後の4月以降、どのような変化をみせるか予測できない。ただ、今までのような明るさは感じられない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・心理的に影響が大きく、雇用環境を悪化させるような要因としてTPP問題が挙げられる。当地は農業が基幹産業であるだけに、地域経済に与えるインパクトは相当大きい。ただ、数か月後にそのような事態が生じているかは不明であるため、当面は変わらないまま推移する。
		職業安定所（職員）	・これまで消費税増税前の駆け込み需要に対応する求人もみられていたことから、今後、求人数の伸びは落ち着くことになる。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・現在は消費税増税前の駆け込み需要で消費が回復傾向にあるが、4月から消費税が増税されることにもともない、反動で落ち込むことになるため、雇用環境もやや悪くなる。
	学校〔大学〕（就職担当）	・消費税増税の影響で、耐久財等の購入が3月で落ち着くことになり、しばらくは節約傾向が続く。そのため、雇用環境もやや悪くなる。	
悪くなる	—	—	