

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	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・例年と同様に、気温の上昇とともに観光客が大幅に増加する。
	やや良くなる	スーパー（店長）	・給与が確実に増えている。また、65歳以上の高齢者においては、従来の健康志向一辺倒ではなく、趣味や娯楽に対しての消費が確実に増えている。貯蓄だけの幸福ではなく、人生をいかに生きるかという価値観の変化がみられる。
		衣料品専門店（店長）	・客との話から、若干良くなる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・一般団体の宿泊予約が比較的好調である。また、自動車業界のインセンティブ、薬品業界の研究会が堅調である。
		旅行代理店（従業員）	・5月以降は元々回復傾向にあったビジネス客の動きが活発になる。4連休となるゴールデンウィークの観光需要にも期待できる。
		観光名所（従業員）	・当社にとって好調な入込をけん引しているのは外国人観光客であり、特に台湾からの観光客の勢いには衰えが感じられない。また、タイやシンガポール、マレーシアなどからの観光客も増加し続けている。
	変わらない	商店街（代表者）	・全体的に4月の落ち込みはあるとみているが、特に衣料品に関しては3月の駆け込み需要の影響も特にみられなかったため、2～3か月先には、今と変わらない動きとなる。
		商店街（代表者）	・北海道全体としては売上が1～2%上がってきているとの話も聞かすが、当地では売上が10～20%も減少する動きがみられるような状況であるため、今後も変わらない。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・ここ2～3か月の売上をみると、全く変化のない状況が続いている。現政権の経済対策の効果等は当地にまだ波及していないというのが実感である。そのため、2～3か月先も同じような状況で推移する。
		コンビニ（エリア担当）	・過去の増税時よりも買いだめ傾向が弱いことから、今後の反動も少なく、4月以降も大きな減少はみられない。しかし、増加に転じるような要素はなく、景気回復には至らない。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税後、すべての物価は上がることになるため、特に高齢者は生活が大変になる。全体的に消費者の節約志向が進み、良いものが安くなった時にだけ、財布のひもが緩む傾向となる。ただ、価格が下がるような商品も見当たらない。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前の積極的な購買力は期待できず、今後については厳しくなる。
		旅行代理店（従業員）	・一定の需要喚起が終わることになるため、個人所得と連動して需要が伸びるまでは時間がかかる。自動車など、国内主力商品の強さに期待しているところであり、今後、景気が上向きようであれば期待は大きい。
		旅行代理店（従業員）	・消費税が上がることで、客が旅行に割くお金を確保できると感じるか不透明な部分がある。
タクシー運転手		・消費税増税前の利用増を見込んでいたが、それほど変化がみられなかった。その一方で、2～3か月先の予約状況は前年並みの件数となっている。	
観光名所（職員）		・現政権の経済対策が道内の景気、特に中小企業に浸透するにはまだ時間かかる。	
美容室（経営者）	・客との会話から、4月には一時的に売上が落ち込むが、2～3か月後には回復してくることになる。		
やや悪くなる	商店街（代表者）	・消費税増税後は増税前の反動が懸念される。	
	商店街（代表者）	・ライフラインの固定費の値上げを始めとして、すべての値上げは年金生活者である高齢者に大きな影響を与えることになる。防御策としては、節約あるのみとの意見が多く、デフレ期の消費行動を維持することになる。商店街を維持していくことも厳しい。	
	商店街（代表者）	・消費税増税後であり、景気回復の実感と外国人観光客の動きにもよるが、大きなイベント等もないため、3月と比較して、売上の増加は見込めない。また、高齢者等が得るお金の増えないため、客からは節約するしかないとの落ち込んだ話を聞く。	
	商店街（代表者）	・心配なのは4月からであり、一般零細小売店としては対策が打てない状況であるため、2～3か月は厳しい状況となる。これらは気持ちの問題から来るものが多く、店主としては元気に対応することが求められる。	
	一般小売店〔土産〕（役員）	・消費税増税の反動が夏まで続くことになる。今月の売上、来場者数は、今後3か月の需要を先食いしているものだとみている。	

百貨店（売場主任）	・消費増税前の先買い傾向が予想よりも大きかったため、特にボリュームゾーンである春物ファッションの購入停滞が懸念される。4～5月の購入の先行感が強かったため、商品展開が変わり、秋物の展開が始まる6月くらいからの回復を見込んでいる。
百貨店（役員）	・消費増税後の落ち込みがいつまで続くかによる。家電商品については、3か月以上は落ち込むとみている。
スーパー（店長）	・客の買物が今まで以上にシビアになってくるため、売上増を図るよりも現状のレベルを落とさない工夫が必要となる。前倒し分の需要減も相当あるとみている。
スーパー（店長）	・消費増税の影響が出てくる。消耗品のまとめ買いや耐久消費財の買換えなどの反動で、4月以降の消費動向は厳しくなる。
スーパー（企画担当）	・消費増税後の消費者マインドがどのように推移するのか、また買い控えはどの程度で回復するのか、今後の消費動向が見通せない状況にある。
スーパー（役員）	・食料品の場合、大幅に悪くなることは考えづらいが、他のカテゴリーでの出費が多いため、食料品においても1～2か月間は消費が低迷する。
スーパー（役員）	・消費増税前の買い込み需要があった商品は売れなくなるが、生鮮、日配品は特に影響がなかったため、1か月ほどで元に戻る。
コンビニ（エリア担当）	・消費増税で消費の勢いが弱まることになる。
コンビニ（エリア担当）	・消費増税後は、現在、売上の増加している商品群が大きく減少に転じることになる。所得が大きく増加していないなかでの買いだめであるため、当面、家計は引締め傾向に入る。しかし、資金力のない小売店の減退も進むため、経営環境が縮小の一途をたどるともいえない。
コンビニ（エリア担当）	・3月は仮需要の発生で売上が伸びているが、4月以降はその反動で減少することになる。また、当市自体の人口減少が続いていること、主要産業が衰退していることなどから、今のところ、良くなる見込みがない。
家電量販店（経営者）	・消費増税前の需要が一服し、落ち込むことになる。
家電量販店（店員）	・4～6月までは、3月までの反動が出てくる。
乗用車販売店（従業員）	・販売に関して消費増税前の需要が3月をピークに終わるため、これまでの流れから、今後2～3か月は落ち込むことになる。
自動車備品販売店（店長）	・客からは4月までに購入するという話が多いなど、駆け込み需要が生じているため、4月以降は7月ごろまで来客数が落ち込む。
高級レストラン（経営者）	・消費増税により、消費者の動きはやや悪くなる。また、仕入価格等の経費も増税分が加算されるため、利益が減り、規模の小さな企業には影響が出てくる。
高級レストラン（スタッフ）	・6月の北海道は、ゴールデンウィークも明けて、観光シーズンに入るが、地元客を中心とした国内客は厳しい落ち込みを迎えることになる。高級店が今後も同じメニューを提供する際、消費増税分をアップさせて、同じだけの売上、人数を確保することは難しすぎる問題であり、企業にとって厳しい増税となる。
一般レストラン（スタッフ）	・消費増税の影響がどの程度になるか分からないが、来客数、売上とも間違いなく落ち込む。
スナック（経営者）	・消費増税により来客数が少なくなる。
旅行代理店（従業員）	・3月までに大きな買物をしている場合、ボーナス払いでの支払も多いため、今後は衣食住に関連した支出が優先される。ただし、各企業の夏季ボーナスの支給額次第では、第2四半期以降の動きが好転する可能性がある。
タクシー運転手	・例年、4月からはタクシーの利用が少なくなる。今年は、消費増税にともなう値上げもあるため、タクシーの利用客は減ることになる。
タクシー運転手	・今後、4月以降の需要に関しては、消費増税がよいよスタートすることへの警戒感から、乗り控えが起きてくる。そのため、前年と比較して、収入や輸送販売といった諸々が落ち込むことが懸念される。
タクシー運転手	・消費増税により、タクシーの基本料金も20円上がるため、利用客の乗り控えにつながり、やや悪くなる。
パチンコ店（役員）	・消費増税前の買いだめにより、増税後はかなり買い控えが目立ってくる。
美容室（経営者）	・消費増税を始めとした物価の上昇は美容に関する消費性を抑制することになる。

		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税により、一時的に消費マインドが低下することは避け難い。特に駆け込み需要による需要の先食いにより、数か月分の需要がすでに刈り取られている状況であるため、市況は悪化することになる。
悪くなる		一般小売店〔土産〕（経営者）	・前政権で急激に公共事業を減らしたこともあり、北海道の業者では重機が不足しており、今年はそうしたなかでの大雪となったため、排雪業者の手配が付かない状況にある。当社は昆布屋であり、現在、当社では春昆布の買い付けを行っているが、道南の春昆布の干場は今も雪で積もったままであり、なかなか買い付けができなくなっている。また、石油の価格が高止まりしているため、北海道の経済は現政権の経済対策の恩恵からはほど遠い状態にある。
		百貨店（売場主任）	・4月1日から消費税が増税されるため、客の節約、買い控えにより売上が厳しくなる。今後については、集客動員策となるイベントの企画立案を行うなどして、売上拡大を進めていかなければならない状況にある。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税の影響により、売上が10%程度の落ち込むことになる。
		百貨店（販売促進担当）	・4月の消費税増税以降、消費の落ち込みは避けられない状況にあり、今後、3か月程度は景気が上向き可能性が低い。
		百貨店（販売促進担当）	・今後、2～3か月は駆け込み需要の反動減が出てくる。特に今月の伸びが目立った化粧品は、客のまとめ買いが多く、次回購入までの期間が長くなる。
		衣料品専門店（店長）	・消費税増税後となるため、先行きが不安である。
		家電量販店（地区統括部長）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動が最低3か月は続く。
		乗用車販売店（営業担当）	・新車販売は、間違いなく消費税増税前の駆け込み需要の反動が出てくる。サービス部門は、1～2回目の車検対象が2009年の米国の大手金融機関の破たん、2011年の東日本大震災の影響で激減するため、4～6月は非常に厳しい状況になる。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・慣れない消費税8%のイメージもあり、かなりのマイナスは覚悟しなくてはならない。地道な接客活動を続けるしか方法はない。
			観光型ホテル（経営者）
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税前の反動が相当出てくる。
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、民間工事ともに工事が着工され始めることで、人、物、金が動き出す。ただ、労務費や資機材単価のアップが見込まれるため、採算性の面では厳しくなる。
		建設業（従業員）	・前年に改正された耐震改修促進法により、義務付けられた大型建築物の耐震診断が、市町村の新年度予算で補助制度が整うことで多数発注されることになる。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・公共工事の発注が安定して行われるため、今後については期待できる。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・消費税増税後は一時的に落ち込むことになるが、ものづくり補助金の要件が緩和されたことの影響や、取引先が豊富な仕事量を確保していることもあり、今後も好調が続く。また、一部の消耗資材では、値上げとともに品薄状態が続いており、好景気をけん引している。
変わらない		金属製品製造業（役員）	・消費税増税後となり、建築確認申請の減少もあり、住宅関係はやや悪くなるが、施設建設を行う公共事業が前年よりも微増となるため、全体としては変わらない。
		輸送業（営業担当）	・全般的に消費税増税前の一般貨物の駆け込み輸送が増加しているため、4月以降の反動がどの程度になるかが懸念される。
		輸送業（支店長）	・今期実績については、前年より良化している取引先がほとんどだが、需要の前倒しにより、注文在庫の水準が高めに出ている品種もみられる。
		コピーサービス業（従業員）	・企業も様子見をしている状況にある。
やや悪くなる		食料品製造業（経営者）	・駆け込み需要の反動が生じる。
		食料品製造業（役員）	・消費税増税による影響で、消費者の購買が減少することになり、その影響でやや悪くなる。

	家具製造業（経営者）	・消費増税の影響を受けることになる。	
	通信業（営業担当）	・消費増税が目前に迫り、取引先の多くがその影響を警戒している。仕入や設備投資に対して慎重な姿勢を見せ始めているため、この先2～3か月の景況感は少し下向きとなる。	
	金融業（企画担当）	・消費増税後は個人消費が落ち込む。しかし、雇用・所得環境にわずかながら改善がみられること、観光客の増加が見込まれること、公共投資が下支えることなどから、景気全体としては極端には悪化しない。	
	司法書士	・消費増税の影響もあり、8%という数字に慣れるまでは、積極的な取引は行わないようになる。	
	司法書士	・建物の建築等は消費増税前の駆け込み需要の反動で、今後は低迷する。	
	司法書士	・今後、消費増税の影響を緩和するための補正予算の実行が確実に執行されるのであれば、景気は横ばいで推移する。ただし、公共事業の増加だけで、地方に暮らす一般市民の暮らしが楽になるとは思えないため、効果が出ないとすれば、一段の景気悪化となる。	
	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・年度の変わり目で発注が停滞している。設備投資に関しては、同業他社の動向をみながらという状況であり、予算取りも含めて積極的という印象はまだ伝わってこない。	
	その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・消費増税前の駆け込み需要の反動が見込まれる。	
	悪くなる	—	
	良くなる	—	
雇用 関連	やや良くなる	○	
(北海道)	変わらない	人材派遣会社（社員）	・今より良くなる要因が見当たらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・企業の求人意欲が高いこともあり、消費増税が求人市場に及ぼす影響は小さいとみているが、今後への不透明感はぬぐいきれない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・求人数は業種ごとに増加、減少のばらつきが出始めている。食品製造加工業や同卸売業、宿泊業では求人がかかり伸びてきている。また、コールセンターは募集職種が急激に増え始めたため、求人数も急増している。一方、運送業や飲食店の求人は減少傾向にある。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・3月の駆け込み需要の反動が、今後、どの程度影響してくるかが不透明である。今までのような楽観的な上昇傾向も一端は落ち着くことになる。
		職業安定所（職員）	・就職件数が前年を1.5%上回っており、今後も変わらないまま推移する。
		職業安定所（職員）	・消費増税前の駆け込み需要に対応する求人がみられたこともあり、今後、求人数の伸びは落ち着くことになる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大きくは変わらないとみているが、消費税率アップにともなう買い控え等により、何らかの影響が出てくる。
		職業安定所（職員）	・円安にともなう燃料価格の高騰が続いているなか、消費増税後の増税分を価格に転嫁できない零細企業などで、企業活動に悪影響が生じることが懸念される。消費者の買い控えなどによる企業収益の悪化も懸念される。
		学校〔大学〕（就職担当）	・消費増税の影響が6月ごろまで続くことになるため、雇用環境もやや悪くなる。
		悪くなる	—