

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	商店街（代表者）	・商店街のメンバーに聞いても、前年と比べて客の笑顔が圧倒的に戻っているようであり、景況感は改善されている。消費税増税から3か月後の動向が重要だとみているが、この時期に回復がみられれば一安心である。また、夏のボーナスが増加との報道があることも好転に向けてのチャンスとなる。 ・2～3か月後には、消費税増税の影響による落ち込みから間違いなく抜け出している。
		乗用車販売店（従業員） 観光名所（従業員）	・来客数が前年を上回る傾向が続いており、この勢いが衰える要因が見当たらない。また、7～8月は当地に7万トン級や11万トン級の豪華客船が毎週のように寄港するため、このことがさらなるプラス要因となる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・消費税増税の影響がほとんどなくなっているため、今後は消費の回復が見込める。
		商店街（代表者）	・夏祭りのシーズンであり、地元客及び観光客の来街が増加し、お土産、交通関連、ホテル、食関連などの業種で売上増加が見込める。また、最近の傾向として、外国人観光客は比較的長い期間で旅行日程を組んでいることが多いため、長期滞在の結果として、特に観光関連や飲食関連、夜型の飲食店での売上増加が期待できる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・消費税増税がどれだけ影響を及ぼすかと懸念していたが、ほとんど売上には影響がなかった。これは、当店が昆布専門店ということで固定客が多かったことに加えて、現政権の経済対策によるムードのおかげだとみている。今後、当地において、日本人観光客が増加することになれば、現政権の経済対策の成功と捉えることができる。
		百貨店（売場主任）	・季節が変わるため、新たに季節商材を購入する動きが生じることになる。日々の来客数も若干ではあるが回復傾向にある。
		百貨店（売場主任）	・7月のセール時期から売上が回復するとみている。
		百貨店（販売促進担当）	・来月以降、景気は少しずつ回復し、8月までには元の水準まで戻るとみている。ただし、冷夏の予想も出ており、予断を許さない状態であることに変わりはない。
		スーパー（店長）	・消費税増税の影響を受けた商材の動きは厳しいが、浴衣や水着など、増税の影響を受けなかった商材の動きが良かったため、今後についてはやや良くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・これからの季節に合わせて販売する商材については、夏にかけての毎週のイベントで集客でき、客のニーズにこたえることで販売につながると期待している。また、各企業への踊り浴衣の納品などもあり、今後は忙しくなる。
		家電量販店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動減も7月ないし8月には回復する。
		家電量販店（地区統括）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動は月を追うごとに軽減される。また、サッカーワールドカップなどの影響で大型テレビの需要も高くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・市場が落ち着くため、今後についてはやや良くなる。
		乗用車販売店（役員）	・客足が戻ってきていることから、今後についてはやや良くなる。車検や点検、整備などのサービス入庫も回復に向かうことになる。
		自動車備品販売店（店長）	・今後、消費は良くなる。ただ、消費税増税前の駆け込み需要の反動が落ち着いてくることによる反応であり、景気そのものが良くなってきているとは感じられない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・Web旅行代理店による予約が好調に推移しているため、今後についてはやや良くなる。近隣アジアからの航空便が増便を予定していることも追い風となる。
		旅行代理店（従業員）	・管内の天候が安定しており、農業関係団体などによる団体需要がけん引することになる。
		旅行代理店（従業員）	・出発日が先の商品に対する問い合わせが増えてきているため、今後についてはやや良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・客の活気を感じるようになってきたため、今後についてはやや良くなる。
		タクシー運転手	・6月以降、当地ではお祭りなどのイベントがあるため、タクシー利用が増えることになる。
		通信会社（企画担当）	・夏の新品に対する客の予約が想定を超えているため、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）	・消費税増税の影響が収まってくることに加えて、観光のシーズンがピークを迎えるため、今後についてはやや良くなる。

	住宅販売会社（役員）	・分譲マンション市場においては、ディベロッパーの慎重な対応がしばらく続くと思われるが、完成在庫の少なさが示すように、市場の底堅さも感じられる。消費税増税後の景気動向も比較的安定しているため、今後、ディベロッパーの供給戸数は徐々に増えてくる。
変わらない	商店街（代表者）	・2～3か月後はバーゲン時期となるが、今年は冷夏といわれているため、それほど爆発力がないと思われる。また、バーゲンが始まって、最終価格になるまで購入を待ち続ける客もかなりいると思われる。
	商店街（代表者）	・消費税増税はまだ消費者にとってなじみがなく、消費税が上がったことに対する反応もあまりみられないが、将来、消費税率が10%に上がるとみられているため、今後に向けて様子見をしている状況にある。
	一般小売店〔酒〕（経営者）	・2～3か月先は夏となり、観光シーズンもピークを迎えるほか、飲料の売上も好調な時期となる。ただし、これらは例年のことであるため、特に景気が良くなっているとは言い切れない。ここ数か月の売上も上向きなのか下向きなのか、まだ判断が付いていない状況にある。
	百貨店（売場主任）	・長期予報によると、エルニーニョ現象の影響で冷夏が予想されているが、現状の夏物衣料の動きの悪さを考慮すると、今後、夏物の動きが厳しくなるとみている。ただし、お中元ギフトに関しては、販促の一環でしっかりと商材を集めていることもあり、前年並みが見込まれる。
	百貨店（販売促進担当）	・衣替えの時期から夏のセールにかけての6～7月での回復を期待しているものの、冷夏の予報もあり、景況感の好転に不安がある。
	百貨店（役員）	・残念ながら先の見えない状況にあり、少なくとも6月までは消費税増税の影響を引きずるとみられる。
	スーパー（店長）	・消費税増税の影響により、以前の売上が戻ってきていないなかで、今後、冷夏が予想されていることもあり、消費の回復は厳しい。
	スーパー（企画担当）	・ますます客の低価格志向が進んでいる。
	スーパー（役員）	・消費税増税にともない節約志向、低価格志向が強まることが懸念されたが、そうした動きが強まっているようには感じられない。
	コンビニ（エリア担当）	・この時期は天候次第で景況感が上下するが、今年はすでに消費税増税前にボーナスを当て込んだ前倒しでの消費が発生しているため、今後への期待感も薄い。酒、たばこなどの嗜好品は依然として販売量が減少している。
	コンビニ（エリア担当）	・競合他社の出店が相次いでおり、たばこの回復も鈍い。また、前年の天候が良かったことの反動減も見込まれるため、繁忙期に向けて、外部環境は厳しくなる。ただ、新商品の販売動向は悪くない。
	コンビニ（エリア担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の反動で消費が冷え込んでいる状態である。また、当地の主要産業である漁業などに関しても、良くなる兆しがあまりみられないため、景気はこのままで推移する。
	衣料品専門店（店長）	・これから暖かくなるため、景気が良くなるような雰囲気もあるが、客の買い方が渋いため、今後も購買意欲が出てこないのではないかとみている。
	衣料品専門店（店長）	・今後も消費税増税の影響による買い控えが続く。
乗用車販売店（従業員）	・今後も消費税増税前の駆け込み需要の反動がまだまだ続く。	
高級レストラン（経営者）	・建設業は人手不足になるほどの好景気だが、飲食業は人手不足のうえ、材料費の高騰により、経費がかさんでおり、利益が伸びてこない状況にある。	
高級レストラン（スタッフ）	・消費税増税後、ランチの外食が減っているが、他店では企業や観光客の利用が順調に伸びている店舗も一部みられ、景気が良くなるのではという雰囲気も漂っている。利益の増加にはつながらないかもしれないが、今後に向けて来客数増加への期待感がある。	
旅行代理店（従業員）	・海外の情勢が不安定であるなど、今後に向けて良い要素が見当たらない。	
タクシー運転手	・今後、夏のボーナスの動向によって、多少、動きが出てくるかもしれないが、現状の慎重な動きは底堅いため、厳しい状況がまだまだ続く。	
タクシー運転手	・7月までの予約状況は前年並みであり、問い合わせの状況から、今後も変わらないまま推移する。	

	観光名所（職員）	・景気が良いという話と全く良くないという話の両方が聞こえてくるが、全体的には良くないとの話が多い。どの程度をもって景気が回復したと考えるかにもよるが、今後のさらなる消費税増税の可能性なども考慮すると、景気回復にはまだ相当の時間を要する。	
	美容室（経営者）	・消費税増税の影響が落ち着いてきているために、よほど大きな出来事が発生しない限り、当面は現状のままで推移する。	
	美容室（経営者）	・東京近郊に関しては東京オリンピック関連の効果もあり、やや景気が上向きになりそうだが、地方に関しては今の段階ではあまり景気が上向くことは期待できない。	
	住宅販売会社（経営者）	・消費税増税の直後であり、あと1～2か月は様子見の状態が続く。その後、景気が上向くか下向くかは株式市場と不動産市場次第である。	
やや悪くなる	商店街（代表者）	・消費税増税が消費者心理に与える影響は、今後多少なからず残り、来街頻度の低下が続くことになる。また、今年は冷夏が予想されていることから、飲食関係やファッションへの影響が現れる。	
	一般小売店〔土産〕（経営者）	・6月以降、景気が回復するのではないかという報道が大きく出ているが、実感としては6月以降も厳しい状況が続く。賞与や給与のベースアップが経済全体に循環する秋口までは時間が掛かるとみている。	
	スーパー（店長）	・2～3か月後には消費税増税の影響も落ち着いてくるが、今後のさらなる増税に向けて、心理的に買い控えが強まるとみている。	
	スーパー（企画担当）	・4月の売上回復は想定どおりであったが、5月の売上回復はやや動きの弱い状況となっている。消費税増税にともなう価格転嫁が消費者の負担増として実感されてきていることが影響している。客単価の伸びが落ちてきていることから、このことがうかがえる。	
	スーパー（役員）	・5月まで消費税増税前の駆け込み需要の反動を引きずるとは思わなかった。消費者が消費税率の3%上乗せを相当な負担と感じており、今後、しばらくの間は家庭での消費支出を相当な努力で抑えることになる。今後、無理な販促による消費拡大は一時的な効果にとどまることになる。	
	家電量販店（店員）	・家電業界では、4～6月にかけて消費税増税前の駆け込み需要の反動が続くと見込まれるため、今後への期待が持てない。	
	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・一般用医薬品のネット販売が6月から始まるため、今後については厳しくなる。	
	その他専門店〔造花〕（店長）	・需要が上向く傾向がみられないため、今後についてはやや悪くなる。	
	観光型ホテル（役員）	・今後の予約状況は堅調に推移しているものの、経費の上昇分を補てんするにはほど遠い状況である。	
		タクシー運転手	・利用客の乗り控えがみられるなど、消費税増税の影響が表れている。また、注文数も減少していることから、今後の景気回復を期待できない。
	悪くなる		
企業動向関連 (北海道)	良くなる	その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・消費税率10%の導入に向けて、景気対策が行われるとみられるため、今後については良くなる。
	やや良くなる	食料品製造業（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が一巡し、後は徐々に回復に向かうことになる。
		建設業（経営者）	・官民、土木、建築ともに工事の本格稼働期を迎えることで、人、物、金の動きが活発になる。ただし、人手不足や資機材単価の高騰が工程や原価に悪影響を及ぼす可能性がある。
		建設業（従業員）	・新年度予算による公共工事が発注されることで、仕事量が増大することになる。ただし、労務者の不足や資材価格の値上がりでの加速が懸念される。
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・新年度の予算が確定し、そろそろ現場に動きが出てくる時期となる。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・顧客の仕事量は確保されているため、今後に向けて景気は回復することになる。ただし、消費税増税や原材料価格の高騰による製品価格の上昇が相次いでおり、収益面で苦戦することが懸念される。
	変わらない	家具製造業（経営者）	・短期的には景気回復は継続する。しかし、我が国が抱える根本的な諸問題の解決に糸口が見出せない限り、遅かれ早かれ景気が下向き始めることになる。
		金属製品製造業（従業員）	・住宅の建築確認申請があまり伸びていないこと、取引先の受注状況などから、今後も変わらないまま推移する。

	建設業（従業員）	・一定の公共工事が発注されており、業況の安定化が見込まれる。ただし、協力会社の確保は引き続き厳しい状況にある。	
	輸送業（営業担当）	・生乳の2014年上期の生産見込みが変更され、前年比2%減の370万トンと発表されたことで、バターの商品不足が懸念されており、農林水産省では過去最高となるバター7000トンの追加輸入を決定したが、地方企業の冷蔵庫には入庫しないため、在庫が落ち込み、運用が厳しい状況となる。	
	輸送業（支店長）	・今期計画については、足元の工事などに対する人手不足や輸送力不足の懸念が前期に引き続きみられる。価格で選別した受注ができる環境のなか、当初計画以上の受注開拓には向かっておらず、今後も変わらないまま推移する。	
	通信業（営業担当）	・現在の景況感はやや良く、先々の受注量についての懸念は少ないが、受注量の伸びに対して、供給体制が追い付かず、またコストも上昇傾向にあるため、それらが阻害要因となり、景気回復の動きを打ち消すことが懸念される。これらのことから、今後の景況感は現状維持で推移する。	
	金融業（企画担当）	・夏の観光は外国人観光客が増加することで堅調な推移が見込まれる。個人消費は雇用の改善や夏の賞与増額により、徐々に持ち直す。建設関連は工事量が高水準となるが、人手不足がネックとなる。	
	司法書士	・今後、2～3か月先においても、大きく変化することはなく、現状のままで推移する。	
	司法書士	・消費税増税の影響が小さいといわれているが、諸経費は確実に増加している。現在の政治情勢では景気回復がさらに遅くなる。	
	コピーサービス業（従業員）	・現状の企業の慎重な姿勢は当然継続する。	
	やや悪くなる		
	悪くなる	-	
雇用 関連 (北海道)	良くなる	-	
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・北海道の観光はこれから本番であるため、今後、さらに観光関連業界がけん引役となり、全体の雰囲気押し上げることになる。
		職業安定所（職員）	・消費税増税による求人への影響は全体としては感じられない。むしろ、各業種とも労働力不足の影響が大きくなるとみられる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・4月は消費税増税の雇用面への影響が懸念されたが、消費者の購買意欲は衰えていないため、当面は景気の上向き傾向が続く。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・求人と求職のミスマッチが改善していないため、今後も変わらないまま推移する。
		人材派遣会社（社員）	・人気の職種に求職者が偏っている状況であるため、人気のある職種の求人が増えない限り、就労者の増加にはつながらない。このため、今後も変わらないまま推移する。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・求人広告掲載件数は、今年3月をピークに平行線をたどっている現状であるため、今後も変わらないまま推移する。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・企業では人手が欲しくて募集を行うが、人が集まらずに募集が続いている状況にある。こうした現状は今後もしばらく変わらない。ただ、季節的には、観光シーズンや農業系の収穫期などを迎えて、需要の高くなる時期であるため、募集ニーズはしばらく衰えない。
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・ほぼすべての業種で求人数が前年並み又は前年を下回っており、これまでの求人増の反動に加えて、消費税増税による売上減を警戒する動きが表れているとみられる。いずれも一時的な動きとなる可能性もあるが、これまでとは違う動きがみられている。
		職業安定所（職員）	・円安による燃料価格の高騰が続いていることに加えて、消費税増税後の税率上昇分を価格に転嫁できない零細企業などの企業活動への悪影響や、消費者の買い控えなどによる企業収益の悪化が懸念されるため、今後についてはやや悪くなる。
	悪くなる	-	