

・景気の先行きに対する判断理由

景気の先行きに対する判断の理由について、その主だったもの及び特徴的と考えられるものを取りまとめると以下のとおりであった。

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 | 商店街（代表者） | ・駅前立地しているため、人の出入りが多いが、3か月前と比べると人の流れが増えており、また客の買い方も良くなっているため、今後については良くなる。 |
| | | スーパー（店長） | ・今後もポイントカードによる販促が客の支持を得ることができれば、少しずつ売上が増加することが期待できる。 |
| | やや良くなる | スーパー（店員） | ・今のところ、売上が前年よりも良いので、今後も今までと同様にポイントカードへの入会が増えれば、売上也増加することになる。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・タスポの影響は、先行導入した九州の事例をみても短期的なものではないため、今後も売上の伸びが期待できる。ただし、人口減少、所得減少といった周辺環境のなかでの極端なマーケット移動により、競合する他業種においては急速な弱体化が同時進行する。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・今後、タスポの加入者は増加することになるので、たばこの売上増加は一時的なものと考えられる。またガソリンの値上げにより消費も抑制される。しかし、他業種よりも優位な立場であることから、飲料水などの関連商品を含め、これから1年間は増加が続く。 |
| | | 家電量販店（経営者） | ・北京オリンピックの開催に伴いテレビ、DVDレコーダーの需要が期待できる。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・どこまで伸びるかは分からないが、オリンピック需要が期待できる。 |
| | | 家電量販店（地区統括部長） | ・北京オリンピックの影響で、薄型テレビの需要が大きく伸びることが見込まれる。 |
| | | 変わらない | 商店街（代表者） |
| | 百貨店（販売促進担当） | | ・諸物価の上昇で節約志向が強くなっているため、セール期の動きに読みにくいところはあるが、正価品を買わずにセール価格になるのを待つ人が増える一方で、1人当たりの購買点数は横ばいしないしは減少となりそうであり、結果として客単価低下の影響が来客数の増加の効果を上回ることになり、7月については厳しくなる。 |
| | コンビニ（エリア担当） | | ・5月1日からタスポが導入されたが、タスポカードの普及率は低く、店頭でたばこを買う客が増えている。このため、たばこの売上が増えており、また他の商品も一緒に買うことが多く、売上が良くなっている。この状況は当分続く。 |
| | コンビニ（エリア担当） | | ・食品とガソリンの更なる値上げといったマイナスの影響もあるが、タスポ導入に伴う売上増加が継続することが見込まれるため、全体的な売上は変わらないまま推移する。 |
| | 旅行代理店（従業員） | | ・宿泊単品の売上増加は期待できないが、海外旅行は6～7月の申込件数が前年を上回っているため、今後についても期待できる。 |
| | タクシー運転手 | | ・札幌の夏季は、イベントや観光等に期待する部分はあるが、観光もここ数年ツアー客が大半を占めており、タクシーへの恩恵は期待薄である。 |
| 通信会社（企画担当） | ・通信事業にとってプラスになるような革新的技術や顧客サービスが見えないため、景況感が回復する要素はないが、逆に大きなマイナスの要素も見当たらない。今後については変わらないまま推移する。 | | |
| 設計事務所（職員） | ・新年度予算による公共工事の新規発注は診断や調査等が多く、新規工事のような経済効果をもたらすものが少ない。民間でも新規設備投資の動きは少なく、唯一建設業を支えていた分譲マンションも建設資材の高騰や建築基準法の改正による原価上昇が事業投資を悪化させていて、新規着工につながっていない。このため、今後についても変わらないまま推移する。 | | |

| 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 |
|----|----------|-------------------|--|
| | やや悪くなる | 商店街（代表者） | ・収支両面で不安を抱えている生活者は消費を押さえることが最大の生活防衛と考えており、すべての面で消費は冷え込む状態が今後も続く。 |
| | | 商店街（代表者） | ・高齢者の医療制度を含めて、国の行っていることに対する不信感が日増しに大きくなっていることから、客の行動もより慎重になっており、今後についてはやや悪くなる。 |
| | | 一般小売店〔酒〕（経営者） | ・いまだに原油価格が下がる気配がないこと、小麦粉製品が再値上げされることなどから、今後についても厳しい状況が続く。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・今後については気温の動きが影響してくる。例年よりも気温の低い日が続いていることから、気温が高くなると言われても、半袖の動きが心配される。夏物商材に関しても先行きに不安な部分がある。また、食品関連やガソリンの値上げ等による購買意欲の低下も懸念される。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・地方都市なので公共事業が減っているため、特に道路、建設業が弱っている。ガソリンの値上がりも影響してくるため、今後についてはやや悪くなる。 |
| | | 百貨店（役員） | ・原材料の高騰、ガソリンの値上げ等による先行き不安から、今後についてはやや悪くなる。 |
| | | スーパー（企画担当） | ・度重なる食品の値上げの影響で、消費マインドが一層冷え込んできている。さらに、社会福祉、保障制度の将来が不透明になってきているため、先行き不安感が広まっている。余計なものは買わないという雰囲気があり、今後についてはやや悪くなる。 |
| | | スーパー（企画担当） | ・ガソリンや日用品の更なる値上げ、連日報道される年金、高齢者の医療制度の問題など消費環境が好転するような材料はほとんど見当たらない。 |
| | | スーパー（役員） | ・原油価格の上昇とともに、生活防衛のための消費の節約が目立つようになり、消費自体が冷え込む。 |
| | | スーパー（役員） | ・今後、値上げが予想される商品がまだ数多くあり、また、原油価格の上昇などの報道により、消費者の先行き不安感が増し、生活防衛による消費行動がますます強くなる。 |
| | | 住関連専門店（従業員） | ・物価の高騰が悪影響を及ぼし、今後についてはやや悪くなる。 |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | ・洞爺湖サミットの前後で北海道観光の一時的な冷え込みが推測されている。旅行代理店は周辺を通過するツアーを敬遠しているようで、洞爺湖サミット開催後の客の入込が不安視されている。地元の温泉ホテルでは検問などにより生鮮品の流通の滞りを心配しており、現地の飲食店は期間中、集客が見込めないで休む店が多いと聞いている。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | ・今年は7月に洞爺湖サミット、8月に北京オリンピックがあり、道内への観光客の入込、とりわけ函館への入込は、この2つの要因がマイナスに働き、前年と比べてやや悪くなる。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | ・7月以降の宿泊予約は例年に比べ発生が遅い。洞爺湖サミットが終わって、それ以降に期待している。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・食品、生活用品など、身の回りの必要不可欠の物が徐々に値上がりしており、消費者が生活を守ることでいっぱいになってきているなか、レジャーや旅行に回す費用は少なくなりつつある。 |
| | | タクシー運転手 | ・タクシーの利用客は、お年寄りか女性が多いが、年金や高齢者の医療制度の問題に加えて、食品等の値上げに伴う家計の圧迫などから、タクシーの乗り控えが予想される。 |
| | | 観光名所（役員） | ・当面、観光面で来客数の増加につながるようなプラス材料が見当たらないため、先行きについては厳しい。 |
| | | 美容室（経営者） | ・このところの値上げラッシュで、先行きへの不安感を持つ人が多くなっており、今後売上が減少することが懸念される。 |
| | | その他サービスの動向を把握できる者 | ・洞爺湖サミット、北京オリンピックなどにより観光客の動きが停滞することに加えて、ガソリンを始めとした物価の高騰が更に拍車を掛けることが懸念される。今後については良くなる要素が見当たらない。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・例年であれば繁忙期にあたるゴールデンウィークも来客数が増えず、その後もさっぱりであるため、今後もこうした状況がしばらく続く。 |

| 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 |
|----------------|----------------|---------------------------------------|--|
| | 悪くなる | 一般小売店〔土産〕 （経営者） | ・北海道は観光地であるが、洞爺湖サミット期間中には観光客が他の地域へ行くという話を聞く。また、これ以上、様々な商品が値上がりすることになれば、旅行どころではなくなる。 |
| | | スーパー（店長） | ・原油の底の見えない値上がり、小麦原料の値上がりにより、パンなど小麦製品の大幅値上げが予定されている。鳥インフルエンザの影響による卵や鶏肉の相場上昇などもあり、値上げラッシュに加えて、高齢者の医療制度の天引き問題などもあり、今後の消費環境は非常に悪くなる。 |
| | | コンビニ（オーナー） | ・客からは値上げや行政への不満が聞かれるなど、節約ムードが一層増している。また、タクシー運転手からは、失業による転職者が多いとの話を聞く。 |
| | | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者） | ・ガソリンが過去に例のない高価格となり、家計及び企業のコストを圧迫する。 |
| | | 一般レストラン（スタッフ） | ・原油高、食品の高騰が続くなか、政府の経済政策がはっきりしないため、国民はより一層生活防衛に向かうことになり、今後については悪くなる。 |
| | | 美容室（経営者） | ・家計に直結する商品の値上げ、年金生活者の出費不安など、美容室経営においては、マイナス要因ばかりが目につく。 |
| | | 設計事務所（所長） | ・ガソリン、灯油を始めとして、あらゆる物が値上がりしている状況で、先行き不安感が増しており、住宅や事業所などの建築には気持ちが向かない状況にある。 |
| 企業 動向 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 建設業（経営者） | ・道路工事を含めた公共工事の発注が、民間工事と共に本格化する。ただし、鉄や金属製品、石油関連製品、セメントなどの資材価格が高騰しており、それが工事価格に反映されなければ、大変なことになる。 |
| | 変わらない | 食料品製造業（役員） | ・前月までは価格改定がうまくいくという手ごたえがあったが、ここ1か月の状況を見ると、価格改定の進み具合は芳しくない。このため、今後については期待したいが、あまり変わらない。 |
| | | 金融業（企画担当） | ・洞爺湖サミット開催の効果もあり、最盛期となる観光関連は堅調な動きとなる。しかし、原材料価格の上昇から企業収益が好転しないため、夏季賞与が抑制されるなど所得環境は厳しい。食品の値上がりなどから家計防衛意識も強く、個人消費の低迷が続く。 |
| | | その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当） | ・原油や資材の価格は上昇している一方で、建設業界は一層の価格競争に陥っており、今後も厳しい状況が続く。 |
| | やや悪くなる | 家具製造業（経営者） | ・消費財全般の値上がりの影響を受け、不要不急の家具市場は極めて厳しい状況となる。 |
| | | 輸送業（支店長） | ・従来から懸念されていた信用不安等の問題が表面化することが危惧される。 |
| | | 輸送業（営業担当） | ・天井知らずの燃油高騰により、物流業者への締め付けがきつくなっており、今後についてはやや悪くなる。 |
| | | その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長） | ・倒産企業が増えることが見込まれる。 |
| | | その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員） | ・原材料を中心にほとんどの物が値上がりしているが、客先においては受注物件に値上げ分が転嫁できない状況にある。このため購入金額を抑えるため、必要最低限の物しか買わない傾向がみられる。 |
| 悪くなる | 金属製品製造業（経営者） | ・今後3か月間で、倒産する会社が増えるだろうとの話が周りから聞こえてくる。 | |
| 雇用 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | - | - |
| | 変わらない | 人材派遣会社（社員） | ・悪くなる要素が多く、厳しいまま変わらない。ただ、株価や為替の環境が良くなり、経営者心理が回復することになれば、やや良くなる可能性もある。 |
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・地域を支える畑作、酪農、畜産業では、前年の日豪EPA問題による不安から慎重な動向をみせていたが、世界的な食料高騰を背景に、少しではあるが希望がわいてきている。ただ、今すぐに地域全体の雇用動向を左右するものではない。 |
| やや悪くなる | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・各企業とも人件費を始めとした経費の削減など、一層のコスト見直しが進む。 | |

| 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 |
|----|----------|----------------|--|
| | | 職業安定所（職員） | ・4月の新規求人数の減少は、卸小売業と飲食店、宿泊業の影響が大きい。原材料価格の上昇から収益を圧迫され、企業も雇用維持が精一杯の状況であることから、今後についてはやや悪くなる。 |
| | 悪くなる | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・本格的な不況が訪れる気配を感じる。建設、貨物、スナック、飲食店、コンビニなど、主な求人は前年と比べて大きく件数を落としている。また、求職者、失業者が増加傾向にあり、求人誌が売行きを伸ばしている。 |

2. 東北（地域別調査機関：（財）東北開発研究センター）

（-：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 | | |
| | やや良くなる | コンビニ（経営者） | ・今月は「タスポ効果」により来客数が増えているが、来月以降もしばらくは好調に推移する。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・2、3か月はタスポの影響による好調が継続する。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・団体旅行は上向いていないものの、個人旅行においては先行きの受注が増えてきている。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・若年層からの受注が多く、狭小住宅部門の伸びが良くなってきている。 |
| | 変わらない | 一般小売店〔医薬品〕（経営者） | ・高齢者の医療制度や年金などが最大の問題となっており、これらが解決しなければ繁華街に客は集まってこない。調理師や店のマスターなど飲食店関係者も、異口同音に同じようなことを言っている。 |
| | | 百貨店（売場担当） | ・これまでの数か月も販売量、来客数、客の様子などに改善がみられないまま変わらずに推移しているが、各種物価の上昇もあり、今後も改善は見込めない。 |
| | | 百貨店（経営者） | ・当地域では自動車保有率が高水準であり、やはりガソリン高の影響がある。また、原油高に伴う食料品などの値上がりもあり、「今、どうしても必要な物」以外への支出抑制は続く。 |
| | | スーパー（経営者） | ・これまでの推移からすれば、思ったより買上点数などは下がらない。 |
| | | スーパー（店長） | ・様々な分野での値上げが断続的に発生するものとみられ、来客数への影響が今後も2、3か月は続く。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・目新しい変化とえば、たばこを店内で買う客が増えたことであるが、2、3か月はこの状態が続く。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・食料品や日用品の値上げにより、衣料品は買い控えという悪い流れが今後も続く。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・景気の先行きに安心できる材料が見当たらない状況であり、高単価の商品が急に動くようにはならず、現在の状況が続く。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・今後の景気動向に対する見通しが立たず、客の買い控えは続く。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・これからの季節は、気候に左右される部分が大きくなる。オリンピックに関しては、多少の動きはあるにしても、これまでの流れからすれば、それほど大きな盛り上がりは見込めない。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・夏の商戦に新型車、イベント車が投入されるが、日用品の物価高で家計の負担が増えるなか、今以上に自動車へ目を向けてもらうのは難しい。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・販売量の水準は高くないものの、人気の小型車が好調を維持していること、今月発売の新型車に期待できることなどから、全体的には現状を維持する。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・一時的には在庫増、販売増が見込めるが、長期的な視点では懸念が残る。客からは燃料代、食料品、日用雑貨の値上げに伴い、依然として生活優先の声が多く聞かれる。 |
| | | 住関連専門店（経営者） | ・今後も様々な企画を実施しアピールを続けていくものの、先行きの不透明感や政局が不安定なこともあり、客の買い控えは変わらない。前年度の県内住宅建築は20%近いマイナスとなり、最近では若干の持ち直しをみせているものの、厳しい状況はまだ続く。 |
| | | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当） | ・6月もガソリンなどの卸価格は大幅な上昇が予想され、需要減退がより一層進む。また、価格転嫁がスムーズに進まなければ、経営リスクが高まる。今後も厳しい経営状況が続く、業界では店舗の再編が進む。 |

| 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 |
|----|----------|----------------------|--|
| | | 一般レストラン(スタッフ) | ・現状が悪いので、これ以上は悪くならない。 |
| | | 観光型旅館(経営者) | ・ネットでの売上は増加傾向であるが、今後はサマープランのチラシ配布や、ラジオCMを追加するなど、地元対策を念入りに実施していく。 |
| | | タクシー運転手 | ・各社とも減車に向けて動き始めているが、その効果はまだみられない。 |
| | | 通信会社(営業担当) | ・原油価格の高騰に伴う物価高で、今後は買い控えが進んでいく。 |
| | | 美容室(経営者) | ・高齢者の医療制度の問題や高騰を続けるガソリンなど石油製品の価格も、2、3か月後には方向性がみえてくる。それまでは様子見で、現状と変わらずに推移する。 |
| | | 美容室(経営者) | ・原油高、物価高騰が続く以上は、消費者の財布のひもは固くなるだけである。 |
| | | 美容室(店員) | ・ここ2、3か月の売上の伸びは、前年と比べて低くなっており、停滞している状態が続く。 |
| | | その他サービス[自動車整備業](経営者) | ・税負担や国費の無駄な支出、原材料の高騰などの問題は基本的には解決されていない。現状維持程度まで地方経済は自己回復したような気配であるが、良くなる材料は無い。 |
| | やや悪くなる | 商店街(代表者) | ・原材料は高騰しているが、商品への価格転嫁もままならず、苦戦が続く。 |
| | | 商店街(代表者) | ・今のところ売上高、来客数などに前年比で大きな変化はみられていないものの、近隣の時間貸し駐車場ではここ数か月の稼働率が落ちており、将来の来客数の減少につながる心配がある。 |
| | | 一般小売店[雑貨](企画担当) | ・各種商品が値上がりしていること、個人所得が伸び悩んでいること、将来の社会保障費や税金の負担に不安を抱えていることなどの要因が重なり、個人消費は下振れする可能性が一段と高まっている。 |
| | | 百貨店(売場主任) | ・夏物クリアランスセールを迎えるが、買上単価が低いのは変わらず、衝動買いなどは期待できない。 |
| | | 百貨店(営業担当) | ・車社会である地方にとっては、ガソリンの高騰は深刻な問題である。また、北京オリンピックのテレビ観戦などで外出が控えられることも予想され、苦戦は続く。 |
| | | スーパー(経営者) | ・原油価格の高騰がどこまで続くか分からないという不透明な情勢のなか、この先ガソリン価格を始め物価が下がるとは考えられない。したがって、中元商戦を含め客の購買心理は冷え込んでいく。 |
| | | スーパー(店長) | ・相次ぐ食料品の値上げに続き、来月もガソリン価格は値上がりになるとの発表があり、消費減退がますます心配になってくる。また、競合各社も売上回復のためチラシ価格強化を行っており、集客アップを図ってきている。 |
| | | スーパー(店長) | ・食料品、紙類、油関係など、あらゆる商品の値上げにより、客の買い控え、買い回りは顕著になっている。生活が苦しくなっていくのはだれの目にも明らかであるが、景気が良くなる要因は今のところ一つも見当たらない。 |
| | | スーパー(店長) | ・ガソリン価格は更なる上昇が見込まれているが、食料品でもパスタなどメーカーからの卸値上昇が迫っており、景気状況は悪化する。 |
| | | スーパー(店長) | ・1次産業が中心の地域であるが、農作業でも石油製品が多く使われているため、「1バレル130ドル」などのニュースが飛び込むと、消費者は一気に財布のひもを締め始める。ガソリン価格の高騰が原因となり、景気は悪くなる。 |
| | | コンビニ(エリア担当) | ・ガソリン代などいけば固定費的な支出が、生活費に占める割合が高まっており、今後も更に高まることが想定される。そのため、それ以外の消費に回することは考えにくい状況である。 |
| | | コンビニ(店長) | ・タスポの導入によりコンビニでのたばこ販売量は伸びているものの、食料品や雑貨など他の商品については数字が悪化しているなど、原油価格の高騰や、建設関係を始めとする企業の利益率の縮小を背景に、景気はやや悪い方向に向かう。得意先からも「今年は厳しい」という話しか聞こえてこない。 |
| | | 衣料品専門店(店長) | ・天候によってはどこかで忙しくなる時期も来るが、長続きしないことから、総じて来客数は少なくなるものと悲観的にみている。 |

| 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 |
|----|----------|-----------------|---|
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・消費者ニーズに合った価格帯でなければ、売上、利益を確保するのが難しい情勢になっている。当地域では車両の保有台数の減少も始まっているため、販売、整備共により一層厳しさが増してくる。客に受け入れられるような企業努力を続けていく。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・生活必需品が相次いで値上げしている一方で、所得は増えないため、生活が苦しくなる。 |
| | | 住関連専門店（経営者） | ・ガソリン価格の上昇が最大の悪化要因である。配送費も値上げになるが、販売価格には転嫁できない。 |
| | | その他専門店〔食品〕（経営者） | ・中元ギフト対策を立案中であるが、単価の引下げなどで売上は減少するとみている。パートの雇用契約の打切りなども検討している。 |
| | | その他専門店〔酒〕（経営者） | ・夏のビール商戦、中元商戦に向けて、多少なりとも消費者の購買意欲の向上を期待したいところであるが、ガソリンの更なる値上げなどの影響により、消費者の生活防衛が高まる不安は否めない。 |
| | | 高級レストラン（経営者） | ・年金問題などで将来に不安を抱えているため、財布のひもは固くなっていく。また、物価の上昇で自由に使えるお金も減っているなど、良い事は無い。1～2年経たなければ元には戻らない。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・物の値段が上がり、売る側も買う側も苦しんでいる。今後値上がりは続くものとみられ、景気は減速に向かう。 |
| | | 観光型旅館（経営者） | ・7月以降の入込は平年並み、もしくは微減であり、電話による問い合わせもやや少なく、今月と比べればはるかに悪い。固定客ではなく、広告などによって動く客が目につく。 |
| | | 観光型旅館（経営者） | ・田舎では車は生活必需品であり、ガソリンなどの値上げが家計を圧迫している。その結果として、遠出をする宿泊観光は控えられる。 |
| | | 都市型ホテル（経営者） | ・建設関連団体の総会が当ホテルで開催されているが、参加者などの話では、「公共事業の減少もあり、今後の業績は非常に厳しい」との見通しを持っており、当ホテルでもその影響を受ける。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・全体的に客が動いていない状況の中で、一部のエリアに大型店舗が開店するなどの影響もあり、駅前など中心地には客が来る回数も減っていく。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・当ホテルから200メートル以内に、200室規模の全国チェーンビジネスホテルが3か月以内に2軒オープンするなど、宿泊部門はますます厳しくなる。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・建設業界などが不安定なため、今後のホテル利用に影響が出る。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・原油高に伴う原価の上昇が足かせとなり、あらゆる商品の販売がこれまで以上に難しくなる。 |
| | | 遊園地（経営者） | ・夏から秋にかけて大型のアウトレットモールが2軒オープンするなど、客の分散化が進む。 |
| | 悪くなる | 商店街（代表者） | ・6、7月の予約状況からすれば、現在よりも落ち込む状況になる。 |
| | | 百貨店（販促担当） | ・北京オリンピックの開催時は来客数が減少する。また、猛暑になるとの予想もあり、客足への影響が懸念される。 |
| | | スーパー（経営者） | ・ガソリン高騰により、客は最寄りの店舗で買物をする、買上点数を減らすという行動に出ており、来客数は3%の減少、客単価は3%の低下となっている。今後もガソリン価格は更に上昇することから、客単価の低下傾向はますます強まっていく。 |
| | | スーパー（経営者） | ・原油高、穀物高、物価高の大きな流れの中で、当店の商品も値上げが進んでいるが、販売価格への転嫁には時間が掛かる。また、当地域は建設業が中心産業であるが、深刻な建設不況は今後も続く。 |
| | | スーパー（店長） | ・商品の値上がりが続き、また、ガソリン代も値上がりしていることから、消費は冷え込んでいく。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・来月もガソリン価格は上昇することから、客単価の低下傾向は続き、不景気になっていく。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・客単価が下がり続けており、5月は前年12月と比べて70円程度も下がっている。ゴールデンウィーク後でお金が無いことのほかに、石油などの物価が上昇していることの影響も大きい。特に、高齢者は年金や医療制度の問題が先行き不透明なため消費が抑制されているが、このような傾向は今後も続き、実感はますます厳しくなっていく。 |

| 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 |
|----------------|--|-----------------|--|
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・客にはマイカー通勤をしている人が多いが、「ガソリン価格がどこまで上がるか分からないような状態では、洋服などの購入は控える」という話が多く聞かれる。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・来月から、また灯油やガソリンが値上がりするため、ますます消費は冷え込み、洋服にかけられる金額も詰められる。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・個人は生活防衛に、法人は自社製品の値上げやコスト低減に苦慮しているが、諸物価の上昇は当面続くものとみられ、新型車以外は営業成績の伸びを期待できない状況である。底を打ったような感覚は、まだ得られていない。 |
| | | その他飲食[弁当]（スタッフ） | ・原油高に伴うガソリン価格高騰のほかに、小麦などの値上がりもあり、1か月ごとに販売価格に上乗せしていかなければならない状態では、2、3か月先の景気は悪化する。 |
| | | タクシー運転手 | ・最近では短距離の乗客ばかりであるが、道路交通法の改正により後部座席のシートベルト着用が義務付けられるため、短距離の乗客からも敬遠されるおそれがある。また、高齢のドライバーにとっては、もみじマーク表示の義務化も客離れの要因になりかねない。 |
| | | 観光名所（職員） | ・前年の同時期と比べて予約状況が悪く、予約の無いフリー客の入込も減少傾向である。 |
| 企業 動向 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 木材木製品製造業（経営者） | ・現在の悪い状況からすれば、住宅需要が上向く。 |
| | | 通信業（営業担当） | ・東北の夏祭りやオリンピックなど、業界が活性化しそうな要因がいくつか見受けられるため、このチャンスを生かせれば、波及効果が及んでくる可能性がある。 |
| | | 広告業協会（役員） | ・このところマスコミ媒体への広告発注が遅くなり、通常は3か月前に申し込むが、最近では1か月前にどっと発注がくる。それだけ空きがあるということでもあるが、来月以降は、ボーナス商戦、秋のショッピングセンターオープンなどがあり、告知広告の伸びが期待される。 |
| | 変わらない | 土石製品製造販売（従業員） | ・原油高騰の影響が続く限り、景気の回復は見込めない。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・先行き6か月のめどが立たず、上半期は絶望的な状況である。取引先はかなり計画を絞り込んでいる様子であり、発注は納期が無視されているため、短納期化がますます進み、残業代などの経費が増加し利益が出ない。今後は固定費の変動費化を進めなければならない。 |
| | | 経営コンサルタント | ・原材料高と販売価格がバランスしない限り、不況感は消えない。 |
| | | 司法書士 | ・地方では民間企業勤務者の新築住宅需要に勢いが無く、それに比例して住宅業界の冷え込みは厳しくなる。 |
| | | その他企業[管理業]（従業員） | ・給料は上がらず、出費だけが増えるため、景気は良くならない。 |
| | | やや悪くなる | 農林水産業（従業者） |
| | 農林水産業（従業者） | | ・さくらんぼなどの果樹が、前年より収穫量が増える見込みであり、値崩れが予想される。 |
| | 食料品製造業（経営者） | | ・ガソリンの値上げで、個人消費が更に冷え込む心配がある。 |
| | 食料品製造業（総務担当） | | ・原材料、資材の価格上昇と、節約意識を持つ消費者の買い控えで、売上と収益性の両面で一層厳しくなる。 |
| | 出版・印刷・同関連産業（経営者） | | ・原油高の影響で、また6月から印刷用紙代の値上げがあり、受注料金を上げざるを得ないが、取引先は発注量を減らそうとするため、受注に悪影響があることは間違い無い。 |
| | 建設業（企画担当） | | ・製造業の設備投資計画が多く、量的にはプラスであるものの、物価高騰の影響はしばらく続くものとみられる。発注側は、物価上昇分を見積に織り込んで提出するよう指示してくれているが、厳しい競争環境のなかでどれだけ織り込めるかは疑問であり、質的には大きなマイナスとなる。 |
| 輸送業（経営者） | ・当社の経営努力の限界を超えるコストの増加となっており、料金の値上げ交渉を積極的に進めていこうとしているが、交渉がスムーズに進むような状況ではない。 | | |
| 公認会計士 | ・石油の高騰による影響がすべての業種に波及してくる。特に、製造業、小売業、建設業では原材料の高騰による収益悪化が予想される。 | | |

| 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 |
|-----------|------------|---|--|
| | 悪くなる | 食料品製造業（経営者） | ・ガソリンを含む物価高が、ますます進行していく経済の流れの中では、現状維持すら難しい。 |
| | | 出版・印刷・同関連産業（経理担当） | ・地場の各企業は、原材料の高騰などの影響により収益が悪化しているため、交際費や広告宣伝費を削減している。そのため、今後の受注量も落ち込み続けていく。 |
| | | 一般機械器具製造業（経理担当） | ・北米市場の悪化による輸出の低下とともに、円高の定着が懸念される。さらには、不採算製品の増加もあり、当面は減益の状態になる。 |
| | | 広告代理店（経営者） | ・印刷用紙代は前年10%上昇したのに引き続き、この6月にも15%の値上げが予定されているが、価格に転嫁できない部分が多いため、利益が更に圧迫される。 |
| | | その他企業〔企画業〕（経営者） | ・取引先における原材料高騰の影響が、当社の業務にも影響する。 |
| 雇用 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | - | - |
| | 変わらない | 人材派遣会社（社員） | ・多数の取引先企業を訪問しているが、拡大基調の話はほとんど無く、コスト削減の話ばかりである。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・企業の採用意欲が増すように見受けられない。 |
| | やや悪くなる | 人材派遣会社（社員） | ・企業の採用意欲が低下している。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・有効求人倍率が、ここ2か月は低下傾向で推移している。 |
| 職業安定所（職員） | | ・建設業では、公共事業の減少や新規住宅着工の遅れ、減少から、解雇者が発生、又は解雇を検討している会社が見られる。一方で、新規に事業を開始、拡充するとして、求人申込をする会社もあり、業績の格差が広がっている。 | |
| 悪くなる | 人材派遣会社（社員） | ・大口取引先が、経営統合等により派遣オーダーを大幅にカットするとの意向もあり、業績に急ブレーキが掛かる。 | |

3. 北関東（地域別調査機関：（財）日本経済研究所）

（-：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 | コンビニ（経営者） | ・ゴールデンウィークが終わり、いつもの客が戻ってきている。いつものこつこつとニーズにこたえる品ぞろえと、タスポカード導入に対応したタバコの品ぞろえ充実の二刀流で流れをしっかりとつかめる。 |
| | | 衣料品専門店（統括） | ・毎年今ごろから、少し良い動きが出てくるが、今年はその兆しが少ない。ただし、幾らか夏に向けての商品の問い合わせ、見積、デザイン依頼等が増えてきているので、何とか夏に向けて良くなる。 |
| | やや良くなる | 通信会社（営業担当） | ・ボーナス商戦での動きは今後活発になるが、思うほどの動きはない。先々の景気不安が押しよせられない限り、購買意欲は上がらない。 |
| | 変わらない | 一般小売店〔精肉〕（経営者） | ・いろいろな物の値上がりが始まっている。商品に転嫁できない小売は、静かに現状を見るだけで、なかなか良い考えが浮かばない。そのため先行きは悪いまま変わらない。 |
| | | コンビニ（店長） | ・各種商品の値上げが次々と行われ、また、先行きも値上げ予定が続いている。客の買上単価は更に低くなり、値段の比較的安いプライベートブランド商品の購入が増えている。先行きは更に減りそうであるが、何とか現状を維持したい。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・原油高が続いた影響で、様々な商品やサービスが高騰しており、生活防衛のためにファッション、衣料に対する購買意欲の冷え込みはまだ続く。 |
| | | 家電量販店（営業担当） | ・客単価は前年より1,500円減少し、4か月連続の減少となった。買上点数が伸びているので全体はカバーできているが、大変厳しい状況である。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・ガソリン価格の高騰や暫定税率の復活等、自動車の販売を活性化する要素が全く見当たらない。総需要もこれ以上伸びることは期待できない。 |
| 乗用車販売店（営業担当） | | ・客が1台の自動車を購入するのに、今までになく価格、燃費等に慎重になってきている。自動車を手放したいという相談が増えている。 | |
| 観光型ホテル（営業担当） | ・景気が良くなる理由は思い当たらない。燃料、食材の値上げにより、軒並み販売価格を見直しているが、これにより値下げのし過ぎだったところが適正な価格に戻る。 | | |

| 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 |
|----|----------|-------------------|---|
| | | 旅行代理店（支店長） | ・個人の客については7、8月は最大の繁忙期として期待が持てる。反面、法人については、動かない月であるが、多くを期待していないので、今よりは悪くなる要素は少ない。景気的には変わらないなかでも少し良くなる。 |
| | | 旅行代理店（副支店長） | ・海外旅行については燃油高騰が収まらない限り受注は減る。国内については海外へ行かない分国内に向くとは思えない。個人客についてもガソリン等の値上げが激しいため、足取りは重い。 |
| | | タクシー運転手 | ・相変わらず、深夜の利用客が少ない。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・物価の値上げに対し「怒りをどこにぶついたら良いのか？」と言う客に、今より少しでもコストが増えるような商品を販売することは至難の業である。 |
| | | 遊園地（職員） | ・春シーズンを迎え、来客数は増えつつあるが、前年と比べると来客数の動きは鈍い状態が続いている。 |
| | | ゴルフ場（従業員） | ・来客数の動き、予約状況並びに客の問い合わせ等が前月、前々月と対比して変わらない。また、これからの予約状況、問い合わせを見ても変わらない。 |
| | | その他サービス〔清掃〕（総務担当） | ・企業間で給料等の格差は拡大しているが、6月になると多くの企業でボーナスが支給され、一時購買が増えるが7月以降は元に戻る。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・物件の売れ残りが目立ち、まだ売れない状況であり、客も物価の上昇などから財布のひもは固い。 |
| | やや悪くなる | 商店街（代表者） | ・塩化ビニール系の商品の値上がり激しく、ますます売上が悪化しそうである。 |
| | | 一般小売店〔家電〕（経営者） | ・ガソリンの再度値上げに伴い、全体に値上がり傾向が見られる。給料の値上げが見込めない限り、消費者の財布のひもはますます固くなる。季節商材もよほどの天候異常にでもならない限り見込めない。 |
| | | 百貨店（総務担当） | ・賞味期限は良く見る、中身の添加物を気にする客も増えている、中国産の商品は絶対駄目だという客も多い。老人医療の話題も客との話の中にある、各種値上げを懸念する声もよく聞かれる。客は商品に対してかなり敏感になっているので、これから景気はますます悪くなる。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・衣料品については、クリアランスは需要が高まると思うが、新作の秋口になってもこれといったヒット商品が無いため、売上の向上は見込めない。 |
| | | スーパー（経営者） | ・食品原料の高騰により製品原価が上がっているが、消費者と直結している小売業では値上げが難しい。 |
| | | スーパー（統括） | ・7～8月に再値上げ予定の商品が発表されるなど、値上げはまだまだ続き、消費者の財布のひもはますます固くなる。しかし、低価格や健康等をキーワードとした商品は今まで以上に伸びており、消費者のニーズや好みを明確にとらえて、的確な商品提供ができるかがかぎとなる。 |
| | | 乗用車販売店（販売担当） | ・今後2、3か月先に良くなる様子は全く見当たらない。従来の旅館、ホテル関係のオーナーが退いて、他県からの安売り専門のホテルのチェーンになった。それに伴い従業員の給料は半分まではいなくなるとも3分の2まで下がったり、雇用が継続されなくなったり、我々の業界を取り巻く状況は悪い。 |
| | | 観光型ホテル（スタッフ） | ・原油価格の高騰で、販売額、売上そのものが大きく減少するほどのことは無いが、利益率は確実に下がる。 |
| | | 都市型ホテル（支配人） | ・航空料金の値上げ、特に石油関係の値上げが経営にも響いて、売上が伸びない。公共料金、人件費、いろいろな原材料、消耗品の値上げが続いているだけに、ますます苦しくなっている。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・現状ではガソリンが高騰して、170円台に入り、非常に客の動きが鈍くなっている。ガソリンの問題により、客の動きが大きく左右されている。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・夏を迎えるにあたり宴会や暑気払い向けの格安プランの設定も考慮した。しかし、人件費が上昇したり、広告コストがかさむことで現状はかなり厳しく、再考を余儀なくされている。 |
| | | タクシー運転手 | ・スポーツイベントの乗り込み客に期待したいが、近頃は自家用車やバスを利用する人が多く期待薄である。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・原油高騰に歯止めが掛からないため、先行き不安から買い控えが浸透している。加えて仕入価格も高騰し、売れないのに販売価格が上がっていく悪循環が続いている。 |

| 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 |
|----------------|-----------------------|--|---|
| | | その他レジャー施設 [アミューズメント] (職員) | ・全体的な消費に対する意欲が小さくなっている傾向がある。インターネットのマニア向けテレビゲームについては、当店の26台ほとんどすべて空きなく動いているが、レジャーに対する意欲への不安はあり、若干これから下降気味になる。 |
| | | 美容室(経営者) | ・美容室に来る一般の中年の客との間で、高齢者の医療制度、景気の悪さについて話題に上ることが多い。これらの会話、来店頻度から、客は不景気と非常に強く感じていることがわかる。 |
| | | 住宅販売会社(経営者) | ・全体的な物価高により需要が鈍り、購買意識が低下する可能性がある。土地等の一時的な不動産ブームも陰りを見せ、在庫が増え、価格の競争が考えられる。そこで、状況は悪化する。 |
| | | 住宅販売会社(従業員) | ・同業他社においても、住宅展示場、分譲住宅現場見学会への新規来場者が減少しているというデータが出ており、販売量の減少が避けられない。 |
| | 悪くなる | 一般小売店[酒類] (経営者) | ・相次ぐ値上げで、消費者が生活防衛のために高級品を買わなくなっている。これからも相当悪くなる。 |
| | | スーパー(販売促進担当) | ・原油価格の低下が見込めないなか、物価上昇はまだまだ続く、生活防衛の買い方は更に進む。値下げをしてもその分集客が出来ず、売上が下がる傾向が加速している。また、競合の出店が予定されているため、更に限られた商圏の食い合いとなり、状況は厳しくなる。 |
| | | 一般レストラン(経営者) | ・食材を始め、割りばし、パック類に至る物価高を、価格に上乗せできないとの話を多くの同業他社から聞いている。 |
| | | スナック(経営者) | ・良くなりそうな要素が何も無い。材料費の値上がりも厳しい限りで、お金を使う人がいなくなるのではないかと心配である。 |
| | | 都市型ホテル(経営者) | ・原油高で値上げが相次ぎ、消費者は買い控え、無駄な出費をしない、お金を掛けない状態である。先の見えないトンネル状態である。 |
| | | 都市型ホテル(スタッフ) | ・今後2、3か月先は1年間を通じて暇な状況になる。今からネットを通じた安価なプランの販売に加え、サービス充実をさせていく必要がある。各レストラン、宿泊プラン等の施策も検討して告知に全力を挙げる。 |
| | | 旅行代理店(従業員) | ・海外旅行に関しては、燃油サーチャージの値上げで旅行費用が高くなり、じり貧状態である。7月に再値上げの噂があるが、これ以上値上がりすると海外旅行の客が激減するおそれがある。 |
| | | タクシー(経営者) | ・昼も夜も全体の動きが悪いので、この先も悪い。 |
| | | 観光名所(職員) | ・長野県の観光関連業種全般的に停滞しているなかで、特に別荘などの高額商品は全く売れない状況である。 |
| | | 設計事務所(経営者) | ・建設資材の値上がり等で、設備投資が停滞している。また、ガソリン、生活資材等の値上がりで不安感がある。 |
| 企業 動向 関連 | 良くなる | その他製造業[環境機器] (経営者) | ・今まで5年掛かって新開発し、改良し続けたスプレー缶、ガス缶処理装置等の環境機器が、全国15か所に設置となる。その内で5か所の製造、納品、設置が9月まで掛かる予定であるため今後の見通しは悪くない。また、今後は、メンテナンスも仕事の上乗せになることに加えて、前年からの法規制で大型建物からのフロンガス回収、フロン回収機の製造販売、メンテナンスが仕事の上乗せになるので、この先下がることはない。 |
| | やや良くなる | 一般機械器具製造業 (経営者) | ・建設機械の部品は6月以降の納期のものが増加している。自動車関連の部品は1か月か2か月遅れて立ち上がる予定である。 |
| | 変わらない | 窯業・土石製品製造業 (総務担当) | ・毎月、民事再生手続きに入った会社、自己破産に入った会社があり、厳しい状況は変わらない。 |
| | | 金属製品製造業(経営者) | ・現在、このエリア帯は金属関係、板金、プレス、金型の業界が多く、大手の軽自動車の仕事が多い。しかし、その大手が長年続いた軽自動車の生産を中止して、他社からのOEM供給ということになり、この先どう推移するか分からない。これにより大きく景況感も変わってくる。 |
| | | 電気機械器具製造業 (営業担当) | ・秋以降の受注は若干見通しがあるが、ここ2、3か月の受注見通しは計画の3割から4割マイナスになる。 |
| やや悪くなる | 出版・印刷・同関連産業 (営業担当) | ・紙代の値上げ、資材の値上げ、どうしても値上げはやむを得ないが、客に値上げを認めてもらうのは難しく、景気は悪い。 | |

| 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 |
|----------|----------|-------------------|---|
| | | 窯業・土石製品製造業（経営者） | ・金属材料の高騰で、関係商品の値上げを余儀なくされ、その結果、特にWebでの販売量が著しく減少している。表示価格に対する消費者の意識がある程度落ち着くまでこの状態が続く。 |
| | | 一般機械器具製造業（生産管理担当） | ・取引先各社から秋口に回復する見込が出ているが、夏場に数が戻るといった話は全く出ていない状況である。 |
| | | 一般機械器具製造業（経理担当） | ・得意先の注文量が少しずつ減っている。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・取引先が、受注ダウンへの対応で製品の改版計画を前倒しして受注アップに努めている。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・6月、7月と当社は新規の大型物件が入ったので売上が前年比10倍、20倍となるが、他の新規以外の取引先では受注量は落ちてきているのが現状である。飛び込みの受注がなければ相当厳しい景気である。仲間の企業が「仕事下さい」と電話や訪問をしてくるので景気はかなり落ち込んでいる。 |
| | | 新聞販売店〔広告〕（総務担当） | ・賞与を支給する予定の会社でも、4月の昇給は実施したが、賞与は上げられないとの話が企業間の情報交換として聞かれる。また、原材料や物価の高騰は企業業績をジワジワと圧迫してきているとの話もあった。 |
| 悪くなる | | 食料品製造業（製造担当） | ・1バレル150ドルを越すことが現実味を帯びてきている。ガソリンも6月から170円を越すとされているので、経費倍増で資金繰りが非常に困難になってくる。 |
| | | 化学工業（経営者） | ・全国的に当社製品の販売の市場が悪い。以前は、関東は悪いが、九州は良いなど地域に温度差があったが、今は全国的に冷え込んでいる。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（総務担当） | ・価格上昇に伴うコスト転嫁が非常に難しい。したがって、収益が悪化しており、賞与関係も削らざるを得ない。また、需要も伸び悩み始めている。今後、合理的な施策も展開せざるを得ない。 |
| | | 建設業（総務担当） | ・公共工事、特に県関係の事業の遅れの影響と、安値受注競争の影響で、4月より公共工事受注がゼロであり、先行き不透明な状況である。 |
| 雇用 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | - | - |
| | 変わらない | 人材派遣会社（経営者） | ・ガソリン、石油製品のほか、食材等の物価高もあり、生産関係の求人数は幾分控えてくる。賃金等については全般に上げ幅が少ない。下請工賃、パート賃金等も据置きという動きが出ており、厳しい。 |
| | | 求人情報誌製作会社（経営者） | ・依然として建設土木関連が特に悪く、また、中心商店街の販売不振により廃業する店もあり、不安定な状況が続いている。 |
| | | 学校〔短期大学〕（就職担当） | ・大手を中心とした企業側の採用ピークは過ぎたが、中小企業においては、これから夏休み前を目標に活動を継続する企業や、他の動向を見ながらスタートする企業も出る。しかし、時間の経過とともに企業数、職種や採用枠は減少していく。 |
| | やや悪くなる | 人材派遣会社（社員） | ・来客数が増えてくる材料があまり無い。当社が中心としている地区については、良い材料が見当たらず、上がっていく見込みがない。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・新規求人数はほとんどの産業において前年同月に比べ減少となっている。 |
| | 悪くなる | 民間職業紹介機関（経営者） | ・原材料の高騰、円高、下期の受注不安から、技術職、専門職の即戦力以外の採用は、極めて慎重になってきている。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・工場閉鎖で6月末に100名以上の離職者が発生する上、他にも小口の人員整理が目立つようになってきている。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・事業廃止件数の増加や事業縮小による求人取消が見られる。 |

4. 南関東（地域別調査機関：（財）日本経済研究所）

（-：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 | コンビニ（経営者） | ・再来年の3月末まで再開発事業の工事が続く予定で、工事が始まった先月から売上が前年比110%となり、来客数も20%伸びている。 |
| | やや良くなる | コンビニ（エリア担当） | ・7月からタスポカードが全国で導入されるが、既に先行地区にて100人前後の来客数の上昇が確認されている。 |

| 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 |
|----|----------|---------------------|--|
| | | 家電量販店（経営者） | ・景気に対する不安と天候不順により、ここ2～3か月、全体的に低迷しているが、気温上昇によるエアコン販売の伸びと、北京オリンピックをにらんだテレビやレコーダーの売上増加に大いに期待できるため、徐々に上向いてくる。 |
| | | 通信会社（企画担当） | ・北京オリンピックの開催や、アナログ放送からデジタル放送への移行に伴うハイビジョン番組の増加などが追い風になる。 |
| | | ゴルフ練習場（従業員） | ・今後2～3か月はゴルフシーズンであり、また、ジュニア層や若い人を中心にゴルフ人口が増えているため、売上、来客数共に良くなる。 |
| | | その他サービス〔語学学校〕（総務担当） | ・企業派遣による生徒数が伸びている。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・現在販売している戸建分譲については、高めで仕入れた分であるが、2～3か月先の販売分はある程度の値ごろ感で販売できる見込みがあるので、今月よりは良くなる。 |
| | 変わらない | 一般小売店〔茶〕（経営者） | ・物価の上昇により年金生活が厳しく、安い物を探して歩いているという客の声をよく聞く。 |
| | | 一般小売店〔家具〕（経営者） | ・最近、成約率が上がってきている。同業他社が少なくなっていることもひとつの原因であり、景気が良くなっているという感触はないが、この状態が続いていく。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・食料品の単価上昇傾向についてはしばらく続くと予想するが、高額品については様子見の気配がみられる。売上については、総じて食品は微増、高額品は減少傾向が続くなか、天候、気温の変化により大きく変動がある衣料品の動き次第で、実績を大きく伸ばすかどうかといった状況である。上顧客の購買については陰りはあまりみられないので、一般客の取り込みが明暗を分ける。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・大型ショッピングセンターの進出だけでなく、原油、小麦等物価の上昇も影響して、客の買い控えが進んでいる。一方で、安ければ良いわけではなく、廉価に加え、安心が今のキーワードであり、価値を見出すのが非常に難しい。今後しばらくこのような状況が続く。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・値上げ等、不安材料もあるが、安心安全への客のニーズは高く、正直な商売をしている限りは、客の支持は得られる。 |
| | | 百貨店（営業企画担当） | ・やはりガソリンや食品価格の高騰の影響がかなり出てきているようで、特定の部門が悪いということではなく、全体的に良くない。 |
| | | スーパー（経営者） | ・この先も物価が上がり、その他にもガソリンや食品も相当の値上がりが見込まれるが、限られた収入においては買い控えが生じるため、厳しい状況がずっと続く。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・リニューアル後の婦人売場の拡張が全体の底上げにつながり前年比の売上をクリアしているので、良い状態が続く。 |
| | | 家電量販店（統括） | ・オリンピック需要と気温上昇による期待感はあるものの、ガソリン、食品等の身の回り品の値上げによる消費意欲の低下が感じられる。特に家電等、耐久消費財への影響が大きい。 |
| | | 乗用車販売店（販売担当） | ・原油の高騰により諸物価の値上がりが予測されることから、高級車などの需要は少し懸念されるが、一方で、低価格や低燃費の車種は今後まだまだ伸びると考えられ、全体的には変わらない。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・先月も先々月も販売量に大きな波がなく、今月も再来月も続くように感じられるが、原油価格の上昇や暫定税率の件も絡み、業界は苦戦を強いられている。 |
| | | 一般レストラン（店長） | ・2～3か月先の仕入価格が上昇を続け、収益が圧迫されているので、当然値上げを考えなくてはならず、売上の更なる減少を懸念している。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・夏に開催するインターハイの影響で、宿泊の予約率は高いものの、大会終了後の予約が前年に比べ弱い。近年は、インターネットでの宿泊予約が簡単になり、周辺よりも安い料金で部屋を出すとすぐに埋まるなど、客も利用間際まで部屋を押さえない傾向にある。宴会は、ゲストハウスに飽きた婚礼客が少し戻り、利用人数が前年より1割ほど多いが、一般法人宴会の予約は前年を少し下回っている。レストランは個人利用に的を絞る、季節メニューを出して来客数を増やす手を打っていくが、集客には不透明な部分があり、前年と変わらない。 |

| 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 |
|----|----------|---------------------------------|--|
| | | 旅行代理店（従業員） | ・国内の団体旅行件数は増えているものの、燃油サーチャージの上昇で海外旅行の数字が落ち込んでいる。また、例年7月に期待される北海道旅行が、今年は洞爺湖サミットの影響で手控えられている傾向が見受けられる。 |
| | | タクシー運転手 | ・タクシー業界では需要と供給のバランスが崩れており、CO2削減効果とも併せて台数の削減を望んでいるところであるが、当面は実現しないと思われるので景気は変わらない。 |
| | | 通信会社（経営者） | ・ケーブルテレビの多チャンネル放送加入のために窓口に来る人や問い合わせが少しずつ増えている。 |
| | | ゴルフ場（支配人） | ・2～3か月先の予約状況が満杯にならず、現在と同じように推移している。 |
| | | パチンコ店（経営者） | ・6月13日～7月13日までの洞爺湖サミットの警備のために警察が忙しいということで、台の入替えを自粛することになっている。台の入替えがないことで客離れしないか心配だが、サービスを徹底すれば何とかやれる。 |
| | | その他レジャー施設 [アミューズメント] (職員) | ・家庭用ゲームについては現状のまま推移するが、業務用ゲーム機は、客であるゲームセンターの売上が前年比80～90%に落ち込んでいる。ガソリン等、資源価格の高騰による外出機会の減少もあるが、娯楽への消費に対する心理的な影響、家庭用ゲームとの差別化が進んでおらず、立ち直る気配は見出せない。 |
| | | その他サービス[学習塾] (経営者) | ・一学期の申込者数が前年度とほぼ同じである。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・住宅金利は落ち着いているが、原油価格の値上がりに伴い、建設資材や住宅価格の値上げがささやかれており、客の動きが悪い状況である。決算期に販売できなかった在庫処分の値引きが予想されるが、客の意欲が冷めており、景気は変わらない。 |
| | やや悪くなる | 商店街（代表者） | ・今月もまた1店、大型店が商店街から500メートルほど離れた場所に開店する。景気が悪いところに、更に新しい店舗ができ、乱立するため、将来が非常に思いやられる。 |
| | | 一般小売店[和菓子] (経営者) | ・まだまだ石油などの値上がりが続きそうなので、原価が落ち着きそうにない。 |
| | | 一般小売店[茶](営業担当) | ・客用のせん茶などに関しては目立たないが、社員用のせん茶についてはコストダウンの話が毎月数件ある。今後も物価高騰の影響を受け、予算減少による売上低迷の回避が困難な状況となる。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・原油高、小麦価格の高騰、サブプライムローン問題等、景気が良くなる要素は1つもない上、実際の商売でも来客数の減少により、売上高も若干落ち始めている。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・原油高等の影響で、物価上昇によるインフレ傾向が生じ、消費マインドは徐々に冷え込んできている。その結果、婦人服、服飾雑貨を始め、すべての商材が低迷してきている。 |
| | | 百貨店（販売管理担当） | ・競合状態がますます激しくなり、バーゲン品など単価の安い物で売上を確保せざるを得ないことから、今月よりも悪くなる。 |
| | | スーパー（店長） | ・原油以外にも、唯一値上がりしなかったと言われていた米も、政府による30万トンの買上が影響し、ほとんどが値上がりしている。 |
| | | スーパー（店長） | ・これからいろいろどころでの更なる値上げが予定されている。消費者の財布のひもが固くなると同時に利益も取りにくくなってきており、相当厳しくなる。 |
| | | スーパー（統括） | ・飼料や燃料費などの高騰により、食品等の価格がじわじわと上がっている。客もそれを感じていて、買上単価がなかなか前年を上回らない。 |
| | | スーパー（統括） | ・原油、穀物の高騰等から食料品の値上がりは避けて通れず、必要な物を吟味し、余計なものは買わないといった生活防衛的な動きがますます強くなる。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・多くの中小零細企業において、スタッフ、従業員が集まらない状況があり、コンビニ業界では閉店する数が増えている。 |
| | | コンビニ（商品開発担当） | ・食品価格の高騰等、消費が上向き要因が一向にみられない。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・ガソリンの値上がりに伴いすべての物価が上昇し、安定する様子が無いことから、客の心理として生活防衛が最優先となり、洋服の購買は後回しになる。 |

| 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 |
|-------------------|------------------------------|----------------------|---|
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・特に良くなる条件が無く、このまま来月中旬より夏物セールに突入しそうである。粗利益の確保を含め、数字が読めない状況で、商品的には、アイテム、カラーにばらつきが多く、ポイントを絞り込めない。 |
| | | 衣料品専門店（次長） | ・物価上昇が急激に進んできており、取扱商品についてもコストの吸収が限界となっているため、値上げが避けられない。 |
| | | 家電量販店（営業統括） | ・このまま原油高が続いた場合、物価全体の上昇基調が強くなり、消費意欲を減退させる可能性が高い。当社が取り扱う趣味の分野は消費を抑えやすい分野であることから、厳しい環境が続く。 |
| | | 乗用車販売店（渉外担当） | ・各社、購買支持があるワゴン車の新商品投入があり、例年であれば、ボーナス需要も含め市場の喚起が期待できるのだが、物価高騰、燃料高騰に歯止めが掛からず、一時金も生活費へ充当するとの情報も入っており、高額商品の買い控えの継続が懸念される。 |
| | | 住関連専門店（統括） | ・ガソリンや医療費の値上げ等、生活に密着する物価が軒並み上昇している状況なので、今後もまだまだ買い控えは続く。 |
| | | その他専門店〔眼鏡〕（店員） | ・物価高の影響もあり、業界全体での悪影響が続いている。サングラスや雑貨は好調に推移しているものの、高額品は不振が続く。 |
| | | その他専門店〔服飾雑貨〕（統括） | ・今月までは期待値どおりであるものの、ゴールデンウィーク以降の数字が思わしくなく、回復の基調にない。 |
| | | 高級レストラン（支配人） | ・今月の後半にやや持ち直してきていたが、原材料の上昇に伴いメニューも若干値上げし、個人の来客数が若干減っている。 |
| | | タクシー運転手 | ・駅までの通勤、病院までの通院等の昼間の客は変わらないが、夜の飲食店街の客と遠距離の客が期待できない。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・サービスの対象として新築マンションの動向に注目しているが、このところ販売状況が悪く、入居が遅れる物件が目立って多くなっている。 |
| その他サービス〔学習塾〕（経営者） | ・少しずつ生徒数が減少しており、景気の後退が感じられる。 | | |
| 悪くなる | | コンビニ（経営者） | ・売上が改善される要因が見当たらない。値上げによる客のコンビニ離れが進むことに加え、人手不足による人件費高騰と、最悪なシナリオが描かれている。 |
| | | その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者） | ・自社有力店の近隣に競合店の出店が決定している。長期的視野でとらえて、今から店全体のレベルアップを図ってはいるが、同じパイの奪い合いという構図は変わらないため、非常に厳しくなる。 |
| | | 一般レストラン（スタッフ） | ・昔からの客が減った分インターネット等による客が増え、プラスマイナスゼロとなり、それを維持しているのがやっとで、良い材料は全くない。他社も、良いところは駐車場なども経営しているが、それでも売上が3分の2に減少している。客は車にも乗らなくなり、街も音一つせず静かになっている。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・原油高による国際航空券の燃油サーチャージの高騰がとどまる気配を見せず、海外旅行マーケットの購買意欲に急速に水を差してきている。今後は、中国やミャンマーなどにおける自然災害も心理的なマイナス要素として更に影響を与える。 |
| | | 設計事務所（経営者） | ・建築設計は、民間の仕事がほとんどなくなり、行政の仕事は年々3%ずつ縮小の傾向である。近年は特に耐震診断、構造についての仕事に大きく偏っており、構造設計は大変好調なものの、意匠設計が困難を極め、先が見えなくなっている。 |
| | | 設計事務所（所長） | ・構造1級建築士、設備1級建築士等の受講、受験に絡み、資格の保持による外注先の設計料の上昇が見込まれることから、元請設計事務所を今まで以上に圧迫する。 |
| | | 設計事務所（所長） | ・仕事量が激減するなか、入札等でも異常なほどの低価格が出て、業者同士でのつぶし合いといっても過言ではない様相を呈している。それと同時に材料費等も高騰し、建築価格が非常に懸念される。 |

| 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 |
|----------------|---|-----------------------|---|
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・アメリカのサブプライムローン問題の影響が発端で不況感が漂い始めたところに、原油高、消費の伸び悩み等で景気がどんどん悪くなっている。日本国内は住宅ローン金利の上昇や原油価格の上昇により住宅の販売も伸びない。 |
| 企業 動向 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 一般機械器具製造業（経営者） | ・新規受注したものが、6月にかけて立ち上がるので、その売上が期待できる。半年～1年前の長い話だったのでいつ量産になるかと思っていたが、これが2～3点立ち上がり、売上に乗ってくるため良くなる。 |
| | 変わらない | 出版・印刷・同関連産業（経営者） | ・1社1点もので大きく動いたものがあつたが、他の仕事は相変わらずで、全体としては低調である。 |
| | | 出版・印刷・同関連産業（総務担当） | ・内力の強化で外注費を削減しているが、原油高、原材料の値上がりで利益を圧迫する状況はすぐには解消されない。 |
| | | 化学工業（従業員） | ・原料の値上げが続いているため製品の値上げも検討はしているが、実施には至らず、利益率を悪くしている。 |
| | | 金属製品製造業（経営者） | ・原材料を含めた副資材の値上がりに加え、受注価格の競合も厳しくなり、自社努力の限界を感じる。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・売上を維持するための新商品開発や営業努力をするが、ゼネコンの業績悪化やサブプライムローン問題等、周りの環境が悪すぎる。 |
| | | 建設業（営業担当） | ・建築物価の高騰により収支が合わないということで、客が計画を見合わせている状況が続いているが、建築物価はこれから先も高騰する要素が大きく、この状態が続く。 |
| | | 通信業（管理担当） | ・飽和状態による販売数の減少は続くと思われるが、その他の要因で減少を予兆させる事象は見当たらない。 |
| | | 通信業（広報担当） | ・当業界の事業環境はおおむね底値圏にあり、急回復もこれ以上の悪化も考えにくい。 |
| | | 不動産業（総務担当） | ・オフィステナントからの解約予告もなく、当面は現在の好調さが持続する。 |
| | | 広告代理店（従業員） | ・横浜開港150周年に向けて企業協賛回りを進めているが、各企業の協賛金が厳しい状況である。 |
| | | その他サービス業〔情報サービス〕（従業員） | ・4～5月の受注実績が従来と変わらず、6月の状況も、既にある程度明らかな分において上向きや下向きの傾向が出ていないため、今後も大きく変わることはない。 |
| | | やや悪くなる | 食料品製造業（経営者） |
| | 出版・印刷・同関連産業（営業担当） | | ・得意先が何件かあるが、法人は横ばいかやや下向きである。個人についても需要の伸びがなく下向き加減で、店頭にいると、来客数と電話件数の減少を実感することが多い。 |
| | 出版・印刷・同関連産業（営業担当） | | ・6月1日より、ほぼ全銘柄の印刷用紙の仕入価格が約15%値上げされるが、値上がり分を販売価格に転嫁できないため、利益の圧迫は避けられそうにない。 |
| | 金属製品製造業（経営者） | | ・毎月納品している金型の数量を減らすという得意先の意向に加え、原材料の高騰を商品へ価格転嫁できず、更に値引きの要請が来ているので下げざるを得ず、利益が減少するため、他の仕事に目を向けることになりそうである。 |
| | 電気機械器具製造業（経営者） | | ・燃料高と原材料の値上がりで響き、受注を控えている。このあたりの事情が経済的に明るさを見せない限り売上が伸びることは期待できない。 |
| | その他製造業〔靴〕（経営者） | | ・特殊なかばんを扱っているため忙しくやっているが、同業世間の情報に詳しい材料仕入先から、倒産した大手企業やそれに関連する下請業者が大変困っている話を聞く。 |
| 建設業（経理担当） | ・依然として材料費の高騰が止まらず、営業段階で見積書が出しにくい状態が続いている。もし受注できても、着工時点での材料価格が読めないため、赤字覚悟の受注が今後も予想される。 | | |
| 輸送業（財務・経理担当） | ・燃料、その他の仕入れにおいて値下がりへの気配が無いが、輸送運賃の値上げにはまだまだ時間が掛かる。 | | |
| 金融業（従業員） | ・全体的にもうかっている会社が若干少なくなってきた。もうかっている会社と取引することが多いため、景気は上向いているように実感することもあるが、取引先のそのまた取引先を見ていくとそうではないと感じることが少しずつ増えている。 | | |
| 金融業（審査担当） | ・円高、原油高や鋼材価格高騰の影響が企業業績に影響し始めており、来期は減益決算を余儀なくされる企業が増える見込みである。 | | |

| 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 |
|-----------|-----------------|--|--|
| | 悪くなる | 金融業（審査担当） | ・取引先の不動産販売業者は、前年に比べ販売単価の低下や購買意欲の減退から、総じて売上が減少傾向にある。 |
| | | 広告代理店（経営者） | ・現時点での引き合いや問い合わせの少なさから、3か月後の受注にあまり明るい予測が立てられない。 |
| | | その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者） | ・ガソリンや原材料などの値上げが決定しており、利益が更に圧迫される。また、それらの影響で商品がますます動かなくなることによって、取引先等の景気が悪くなり、当社への依頼も減少するものと予想される。 |
| | | 繊維工業（従業員） | ・中小企業が多く、その多くがOEMに徹しているニット製造業では、既に原材料費、諸物価の高騰が大きな打撃を与えているなか、国等が推進している取引適正化ガイドラインのとおり対応しているは、契約が取れずに破たんすること間違いのないという意見が多数を占めている。 |
| | | 輸送業（総務担当） | ・出荷量が激減していることに加え、燃料費の高騰のため、荷主に運賃値上げと燃料分のサーチャージの要請をしたが、逆にコストダウンのための値下げを要請されている。 |
| | | その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者） | ・今までは契約金額の見直しで止まっていたところ、契約解除物件が出てきたことは、景気の悪化が深刻化してきた表れである。 |
| 雇用 関連 | 良くなる | | |
| | やや良くなる | 学校〔専門学校〕（教務担当） | ・コンピュータ系の専門学校だが、IT系企業の採用意欲が非常に高く、受験した翌日に内定の連絡をもらうことが多々ある。 |
| | 変わらない | 人材派遣会社（支店長） | ・前年と比較しても派遣の受注数は落ち込んでいる。これに比例して成約数も落ちてきており、当面はこの状態が続く。 |
| | | 求人情報誌製作会社（編集担当） | ・原油高騰や年金問題などの世情の不安定さが景気下降につながる懸念はあるものの、意外と冷静に対応し、先々の事業展開を柔軟かつ前向きに考え、併せて採用活動等を行っている企業が多く見受けられる。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・これまで何をやっても人を集められなかった企業が、賃金のアップなどはせず、これまでと同様の集め方をしたにもかかわらず、多くの人を集めることができたというケースがちらほら出ている。どこか良いところがあれば働こう、と考えていた層が動きだしているようで、これはやはり景気の不透明感による不安感が一般に広まりつつある証拠だと考えている。低賃金でも人が集まる状況は不景気と言わざるを得ない。 |
| | やや悪くなる | 人材派遣会社（社員） | ・製造メーカーでの、派遣に対する雇用形態の変更で解約が発生し始めている状況に加えて、受注減になりつつある。 |
| 職業安定所（所長） | | ・原油価格、原材料費の高騰分について、小規模、零細企業では、納品も含む価格転嫁が進まず、また、小売価格に転嫁できた大、中規模の企業では売上の減少等から採用を手控えており、求人数の減少傾向が続くことが懸念される。高齢者の医療制度等の影響もあって購買力が減退していると考えられることなどから、求人数の増加に結び付く材料に乏しい。 | |
| 職業安定所（職員） | | ・原油等資源価格の高騰、その他原材料費の高騰が継続していること等により収益が圧迫されており、人手不足感は感じられるものの雇用に慎重になっている求人側の状況がうかがえる。 | |
| 職業安定所（職員） | | ・在職者の新規求職者が増加している。 | |
| 悪くなる | 求人情報誌製作会社（営業担当） | ・アルバイト、パートの採用活動が急激に落ち込んでいる。景況感及び求職者不足の影響等により、企業の採用活動は鈍化する。 | |

5. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））

（-：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 | コンビニ（エリア担当） | ・タスポの導入に伴い、たばこ自販機から店内に人が流れるため、来客数が増加する。 |
| | やや良くなる | 一般小売店〔時計〕（経営者） | ・近くにスーパーが出店するため、集客が見込める。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・売上の回復は継続し、今後は前年同月の売上を上回る。 |

| 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 |
|----|-------------------------------|--|---|
| | | コンビニ（企画担当） | ・コンビニ業界の特殊事情による一時的なことではあるが、東海地域では6月1日からタスポが導入されるため、タスポを作っていない人は、自販機でのたばこ購入ができなくなる。タスポを取得するには数か月間掛かるため、一時的に良くなる。 |
| | 変わらない | 商店街（代表者） | ・経費が増えるばかりで、良くなる材料は全く見当たらない。しかし、今月が最悪なので、これ以上は悪くならない。 |
| | | 商店街（代表者） | ・原油と原材料の価格高騰は今後も続くが、客の節約にも限界があるため、今後は若干動きが出てくる。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・客は価格にシビアになっているため、7月のクリアランスセールは期待できる。しかし、ヒット商品が見当たらないため、厳しい状況は今後も続く。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・4月以降来客数の大幅な減少が続いており、この状況は2、3か月先も続く。 |
| | | 百貨店（経理担当） | ・紳士用品の不調は不安材料であるが、全体としては今後も前年並みである。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・タスポの導入はコンビニには追い風であるが、その一方で他店との競争が厳しくなるため、全体としては変わらない。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・ガソリン価格の高騰に伴い、軽自動車へシフトする動きは、今後も続く。ただし、ガソリン価格がこれ以上値上がりすると、軽自動車も買わないという動きが出てくる。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・新型車の販売増加は見込めるが、既存車種が売れないため、全体としては変わらない。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・ガソリン価格の高騰などで、新車販売は厳しい状況が続く。引き続き整備や保険販売に力を入れて、収益確保に努める必要がある。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・徐々に悪くなってきており、この先も引き続きこの傾向が続く。 |
| | | 乗用車販売店（総務担当） | ・ガソリンや食品の価格上昇は今後も続くため、自動車の購入は様子見が続く。 |
| | | 住関連専門店（営業担当） | ・建築確認申請問題でこれまで低調であった個人住宅の動きは、今後は平常に戻る。しかし、マンション、アミューズメント施設や企業の設備投資に伴う新築物件は、今後は減少していく。 |
| | | 都市型ホテル（従業員） | ・数か月先の予約数は例年並みである。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | ・食料品価格の値上がりがこのまま続くと、夏の家族旅行の予算も減少する。しかし、ガソリン価格の高騰により、自家用車の利用を控えて飛行機や電車を利用する人が増加するため、全体的には変わらない。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・夏の旅行商品の販売状況は、販促品を付けているにもかかわらず、低調である。国内旅行では、特にホテル予約の単品商品が、インターネットによるホテル直販が増加しているため、旅行会社の売上に影響が出ている。 |
| | | ゴルフ場（経営者） | ・来場者数は増加しているが、料金は低下傾向にあるため、数か月先も変わらない。 |
| | 住宅販売会社（従業員） | ・ガソリンや食品の価格高騰に伴い、低所得者層はより低賃料のマンションへと移動するなどの影響が表れる。 | |
| | その他住宅投資の動向を把握できる者〔室内装飾業〕（経営者） | ・見積り依頼等の引き合いが、依然として低調である。 | |
| | やや悪くなる | 商店街（代表者） | ・ガソリン、原料の小麦粉、包装資材の価格高騰は今後も続くが、販売価格に転嫁することは難しいため、今後はやや悪くなる。 |
| | | 商店街（代表者） | ・北京オリンピック開催が間近になっても薄型テレビ等の売行きは今一つである一方で、ガソリン価格の高騰に伴う買い控えも続き、今後も厳しい状況が続く。 |
| | | 一般小売店〔酒類〕（経営者） | ・飲食材の価格高騰は今後も続くため、消費者の財布のひもは更に固くなる。 |
| | | 一般小売店〔自然食品〕（経営者） | ・運賃、包装材等あらゆる原材料に値上げの動きがあり、今後は商品の値上げをせざるを得ない。 |
| | | 一般小売店〔酒類〕（経営者） | ・あらゆる分野に値上げが広がり、メーカーも商店も打つ手が見当たらない。 |
| | | 一般小売店〔書店〕（経営者） | ・周辺では家電量販店、コンビニが相次いで閉店し、客の流れが徐々に変化している。今後も一段と厳しくなる。 |
| | | 百貨店（販売担当） | ・素材価格の高騰に伴い、貴金属の価格も上昇する。また、秋以降の流行も見当たらない。 |

| 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 |
|----|----------|-----------------|--|
| | | 百貨店（販売担当） | ・ ざん新なファッション商材が見当たらず、楽しさを求めるというよりは、無難な傾向になっている。そのため、今後の購買意欲も低下させる。 |
| | | 百貨店（販売担当） | ・ 夏休み期間中は、客の外出が分散する。そのため、ヒット商品がこのまま出現しないと、今後は厳しくなる。 |
| | | スーパー（経営者） | ・ 原油、原材料の価格高騰が続くため、今後も経費の増加は避けられない。メーカー、小売店、客のすべてが、経費の削減や節約に取り組まねばならず、今後も厳しくなる。 |
| | | スーパー（経営者） | ・ 燃料価格の高騰に伴う各種関連商品の値上げにより、買い控えは今後も進む。 |
| | | スーパー（店長） | ・ ガソリン価格の一層の高騰が、家計を更に圧迫する。また、食品の値上げも控えており、特売商品へのシフトは加速する。それに伴い、収益も圧迫される。 |
| | | スーパー（店長） | ・ 原油価格の高騰に伴い、値上げラッシュは今後も続き、客の財布のひもは一段と固くなる。 |
| | | スーパー（店員） | ・ うなぎを始め今後も値上げ予定の商品があり、買い控えは今後も続く。 |
| | | スーパー（仕入担当） | ・ メーカーや問屋からの特売条件が厳しくなり、特売ができなくなった商品や、広告に出せない商品が増加している。その一方で、赤字覚悟で特売を継続しているスーパーもあり、一段と厳しい状況が続く。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・ 40年間営業していた近隣のスーパーが閉店する。このような厳しい状況は今後も続く。 |
| | | コンビニ（店長） | ・ アルコールの売上は、発泡酒から、更に低価格の第3のビールにシフトしてきている。価格に敏感な傾向は今後も続く。 |
| | | 衣料品専門店（企画担当） | ・ 諸物価の高騰が相次ぐ一方で、消費を引き上げる要素は全くない。 |
| | | 衣料品専門店（販売企画担当） | ・ 原材料価格は今後も上昇し、悪くなる一方である。 |
| | | 衣料品専門店（売場担当） | ・ 諸物価の高騰が続くため、消費者の財布のひもは一層固くなる。セールが始まって、爆発的な売上は見込めない。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・ 北京オリンピック開催に伴いAV機器の売行きは良くなるが、他の電化製品が買い控えられる。冷蔵庫などの白物家電の買い換えも一巡しており、需要は前年を上回らない。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・ 夏のボーナス期を迎え、各社は主力のワゴン車を投入する。しかし客との会話では、ガソリンを始め諸物価の高騰により、余裕資金は無い様子である。 |
| | | その他専門店〔貴金属〕（店長） | ・ 客との会話では、将来が不安なので貯蓄しているという話をよく聞き、購入意欲は今後も高まらない。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・ ガソリン価格の高騰により、週末の行楽客は減少していくため、影響を受ける。 |
| | | 一般レストラン（スタッフ） | ・ 来客数は変わらなくても、原材料の高騰に伴い、利益は減少する一方である。 |
| | | その他飲食〔仕出し〕（経営者） | ・ 原材料価格の高騰がこのまま続くと、経営は一段と厳しくなる。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | ・ 石油関連製品の値上がりに伴い企業業績が悪化しているため、所得も伸びておらず、その影響で、2、3か月先の景気は悪くなる。 |
| | | 観光型ホテル（販売担当） | ・ 前年の6、7月も宿泊、宴会共に良くなかったが、今年は前年よりも更に受注状況が思わしくない。 |
| | | 都市型ホテル（支配人） | ・ 食材を始め経費がかさんでいる一方で、来客数は減少しているため、今後も価格に転嫁できない。低価格ホテルが市内に相次いで開業しており、ある程度影響が出ている。 |
| | | 都市型ホテル（営業担当） | ・ 諸物価の高騰に伴う買い控えにより、リピート率が低下している。今後も厳しくなる。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | ・ 米国系でも、旅行会社への手数料支払いを打ち切る航空会社が現れ、収益はますます圧迫される。 |
| | | 美容室（経営者） | ・ 生活必需品の物価がかなり上昇しているため、美容関連は後回しになる。 |
| | | 美顔美容室（経営者） | ・ 諸物価の高騰が、今後も影響してくる。 |
| | | 理容室（経営者） | ・ 安い理容店の出店が相次ぎ、年配客を始め、少しでも安い店へと流れていく客が増える。 |
| | | 設計事務所（経営者） | ・ 個人住宅の不調が続くことに加えて、今まで比較的堅調であった企業案件が少しずつ減少していく。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・ 諸物価の高騰に伴い、月々のローン返済が厳しくなるため、住宅の買い控えは一層進む。 |

| 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 |
|-----------------|--|--|---|
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・住宅ローン控除の適用が終わる7月から、住宅販売は苦戦する。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・新築住宅の注文は減少して、増改築が増加する。仕事量は増えるが、売上、利益は減少する。 |
| | | 住宅販売会社（企画担当） | ・ガソリン価格の再値上げや運送費の高騰など、今後も好材料がない。 |
| | 悪くなる | 百貨店（売場主任） | ・販売している靴の価格が値上がりするわけではないが、他が値上がりしているため、買い控えは続く。財布のひもを固くしている客が多く、今後も売上は減少する。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・消費意欲の低下が続くことに加えて、オリンピック開催中の出控えもあり、悪い状態が続く。 |
| | | 住関連専門店（店員） | ・雑貨の売行きは前年よりも良いが、高額品は売れていない。1月後半から停滞し始め、今月中旬に一気に落ち込んだが、今後は一段と悪くなる。 |
| 高級レストラン（スタッフ） | | ・集客のために手を尽くしても反応がなく、今後は一段と厳しくなる。 | |
| | 一般レストラン（従業員） | ・ガソリン価格の高騰が続くため、一層悪くなる。 | |
| | 美容室（経営者） | ・諸物価の高騰のなか、所得は増えておらず、美容院の利用は節約される。 | |
| 企業 動向 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 窯業・土石製品製造業（経営者） | ・住宅販売が多少好転するため、窯業界もやや良くなる。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（社員） | ・ガソリン価格の高騰により、ハイブリッド車の人気が高まり、電池やモーター用の磁石の注文が増加している。この状況は今後もしばらく続く。 |
| | | 一般機械器具製造業（営業担当） | ・8月までは、受注量の増加が続く。 |
| | 変わらない | 金属製品製造業（経営者） | ・供給過剰は今後も続く。また、原材料費の値上がりも続くため、引き続き非常に悪い状況となる。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・中国を始めとする海外からの需要は増加する。しかし、国内での需要は減少するため、全体としては変化はない。 |
| | | 広告代理店（制作担当） | ・提案している企画案件が、なかなか先に進まない。 |
| | やや悪くなる | 食料品製造業（企画担当） | ・原材料価格の高騰に伴い、製造原価の上昇の一部を製品価格に転嫁するため、販売数量は減少する。また、今後燃料費が更にかさむため、企業収益を圧迫する。 |
| | | 出版・印刷・同関連産業（経営者） | ・取引企業の業績が悪化しつつあるため、広告掲載に対してマイナスの影響が出てくる。 |
| | | 化学工業（総務担当） | ・原材料価格の高騰により、販売価格への転嫁を進めている。そのため、受注量は減少する。 |
| | | 金属製品製造業（従業員） | ・原材料の価格高騰分を販売価格に転嫁したいが、今後も困難である。 |
| | | 一般機械器具製造業（経理担当） | ・原材料等の価格高騰の影響が、今後徐々に収益を圧迫する。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・原材料価格の高騰に対する製品価格への転嫁は、何とか認められた。その代わりに、今後の注文や再値上げ交渉への影響など、困難な状況が生じる。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（総務経理担当） | ・大手製鉄メーカーと自動車メーカーとの間で、鋼材価格の引き上げが合意された。今後、もう一段の引き上げが予定されているが、その分の価格を転嫁できるかどうか不透明である。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（統括） | ・主力取引先からの受注量は、若干減少する可能性がある。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（財務担当） | ・企業の設備投資や経費支出は、今後急激に落ち込む。 |
| | | 輸送業（経営者） | ・現在の原油価格の高騰が、来月以降徐々に軽油価格に反映されていく。 |
| | | 輸送業（従業員） | ・原油価格の高騰は今後も続き、原材料や食料品の値上げも続くため、貨物量も減少する。 |
| | | 輸送業（エリア担当） | ・自動車関係の設備投資が極端に減少しており、今後はその影響が出てくる。 |
| 通信業（営業担当） | | ・原油価格の高騰など、厳しい条件は今後も続く。 | |
| 広告代理店・新聞販売店「広告」 | ・各業種における業績悪化が、販売管理費に影響を与えるため、広告量は減少する。 | | |
| 悪くなる | 鉄鋼業（経営者） | ・鋼材の価格高騰は今後も続く。それに伴い、資金繰りに困る企業が出てくる可能性がある。 | |

| 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 |
|----------|----------|--|--|
| | | 輸送用機械器具製造業（経営者） 不動産業（開発担当） 公認会計士 | ・鋼材価格が既に20%上昇し、7月にも更に20%上昇する。そのため、収益は悪化する。 ・今後も原価の上昇が続く。 ・原材料価格の高騰により収益の悪化が進み、自動車関連企業の業績も頭打ちになる。 |
| 雇用 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | ・自動車関連の生産調整や住宅着工件数の減少は、今が底である。今後はやや良くなる。 |
| | 変わらない | 人材派遣会社（営業担当） | ・今月の求人数の動きは前年並みになっており、今後一段と悪化することはない。 |
| | やや悪くなる | 人材派遣会社（支店長） | ・円高や原材料価格の高騰により収益が圧迫されるため、労務費の削減が推進される。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・求人数が減少傾向にある一方で、リストラされた人による求職数が増加傾向にあり、今後の景気はやや悪くなる。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・大企業では派遣社員数が横ばいになっており、今後の人員計画も減少になっている。 |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | ・今後も各業界で、原材料価格の高騰による経費の増加が続くため、求人数は減少する。 |
| | | 求人情報誌製作会社（企画担当） | ・製造業や製造関連の請負業を中心に、人員の充足が進んでいる。採用活動も停滞傾向にある。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | ・求人広告数は、減少傾向にある。また、派遣、アルバイトの非正規社員の減少に加えて、正社員募集の減少も目立っている。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・原油、原材料の価格高騰により、今後は採用を見直す企業が一層増える。 |
| 悪くなる | | | |

6. 北陸（地域別調査機関：（財）北陸経済研究所）

（-：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 | コンビニ（店長） | ・6月からタスポカードが導入されるが、カードを持たない人のたばこの購入場所が自動販売機からコンビニへシフトするため、売上増加が期待できる。 |
| | やや良くなる | コンビニ（経営者） | ・当地では6月からタスポカードが導入され、販売機の普及が進んでいく。一方、カード作成の手間が要らない店頭購入の便利さが理解され、ついで買いの増加などから売上増加に若干寄与する。 |
| | | その他専門店〔医薬品〕（営業担当） | ・地元の製造業の業績が好調で、夏の賞与も期待できるため、消費の先行きは楽観視している。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・携帯電話の新機種発売に伴い、旧端末の大幅な値下げが見込まれ、新機種販売との相乗効果が出る。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・金融機関が金利を引き下げているため、客の住宅取得ニーズをくみ取れる。 |
| | 変わらない | 一般小売店〔精肉〕（店長） | ・前年は能登半島地震の後遺症で、来客数や販売量が非常に悪かったが、それを考慮に入れて比較しても売上は伸びていない。今後、ガソリンを含めた物価上昇の影響から思うように売れない状況が続く。 |
| | | スーパー（店長） | ・ガソリン価格の高騰や小麦を代表とする食料品の値上げが重なり、生活防衛の意識が膨らみ、小売消費にマイナスとなる。 |
| | | 家電量販店（経営者） | ・北京オリンピック特需の盛り上がりは期待できない。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・依然、物価上昇は続く。二極化は更に進むと思われるが、省エネ商品の低価格モデルを選別する方向に向かう。 |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | ・6月は協会や組合、企業の決算後の会食が最も多い月である。定例の会食の受注は入っているが、旅行者からの団体予約が弱い。駅前に開業したシティホテルは市内最大級の宴会場を併設しているため、会合や団体利用の競争が更に激化する。 |
| 観光型旅館（スタッフ） | | ・5、6月の売上は前年、前々年をクリアする見込みであるが、7月以降は出入りがある。 | |
| 都市型ホテル（スタッフ） | | ・近隣のホテル開業による一般宴会の低迷と、レストラン利用客の減少が続いていることが気掛かりである。 | |
| 旅行代理店（従業員） | ・客は最初に燃料、食品などの生活必需品、次いで衣料などの購入を優先する。当分は旅行消費増加の見込みは薄い。 | | |

| 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 |
|---------------|--|--|---|
| | | タクシー運転手 | ・客の交通費削減ムード、タクシー各社の競争激化などに加え、マイカーやレンタカーによる観光客の増加により、タクシーの利用はあまり期待できない。 |
| | | 通信会社（社員） | ・携帯電話の販売量に影響の出る新サービス等が登場しない。 |
| | | 通信会社（役員） | ・北京オリンピックでデジタルテレビ契約がどこまで伸びるのかについては、「ダビング10」の開始先送りの悪影響が懸念される。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・物価上昇懸念が広がったことから、住宅購入はもう少し先と考えている人が早く動き出し、駆け込み需要が出てくる。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・現状の見込み客リストの中では、かなりの努力をしても、契約に至る客数や金額が前年実績を上回るのは難しい。 |
| | やや悪くなる | 商店街（代表者） | ・全国展開している大手小売店の撤退話がちらほら出てきており、大手も店舗調整に入っているようである。街としての求心力が低下し、更に集客力が落ちないか心配である。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・引き続き、消費者の財布のひもはかなり固い。7月からの夏のバーゲンを待っている客の声が非常に多い。どうせ安くなるのであれば、その時期まで買物は控えるという態度である。 |
| | | スーパー（店長） | ・6月からガソリン価格が更に上がる。食品も一斉に値上がりするため、客の買い控えが広がる。特売価格を据え置けば利幅が少なくなり収益が悪化する。対応策として、価格の安いプライベートブランド商品の売り込みを図っているが、ナショナルブランドの信頼度に及ばないため苦戦が続く。 |
| | | スーパー（営業担当） | ・6月からのガソリン値上げ、相次ぐ食品値上げの影響から、客は「不必要な物は買わない、高い物は買わない」という態度を鮮明にしている。 |
| | | スーパー（副店長） | ・ガソリン価格の高騰に加え、食料品の値上げなど、好材料が見当たらない。 |
| | | 自動車備品販売店（従業員） | ・消耗品の変化はあまりないが、カーナビ等の商品に対する関心は実際の購買との間に温度差がある。来客数は減少していないが、購買点数や単価については厳しい状態が続く。 |
| | | 一般レストラン（スタッフ） | ・当地では車が生活必需品となっている。ガソリン価格の更なる値上げが家計を直撃し、マイカー客が減少する。 |
| | | スナック（経営者） | ・客の企業経営者からは「原材料がなかなか入らない」などマイナス方向の話が多い。景気は現状維持が精いっぱい、悪化に向かう。 |
| | | 観光型旅館（経営者） | ・ガソリンをはじめ、食品の多くの品目で値上げがあり、消費者が旅行に出る余裕がなくなっている。 |
| その他レジャー施設（職員） | | ・ゴールデンウィーク明けの来客数の減少が大きい。ガソリン価格の高騰も影響し、遠方からの客が減っている。 | |
| 住宅販売会社（従業員） | ・各資材価格が相次いで高騰しており、加えてガソリン価格の値上げや社会保険料の負担増から、消費者の購買意欲が減退する。 | | |
| 悪くなる | 一般小売店〔事務用品〕（営業担当） | ・鋼材の値上げによりスチール家具が6月から10%値上げされる。客の買い渋りがますます進み、利益的にも一層厳しくなる。 | |
| | 百貨店（営業担当） | ・目的買いの客が少なくなった。旅行などでお金を使わず、近くで楽しむという生活が増えている。洋服でもスーツなどが売れにくく、Tシャツやカットソーなどが重視されるため、客単価はますます低下し、厳しくなる。 | |
| | 百貨店（売場担当） | ・来客数はかなり落ち込み、客単価も非常に下がっている。 | |
| | スーパー（総務担当） | ・更に増加している加工食品の値上げと原油価格の高騰は、今後の消費生活に大きな影響を与える。 | |
| | テーマパーク（職員） | ・ガソリン値上げによりマイカーの利用を控えているため、個人旅行客の動きは低迷している。今後、ガソリンの値上げが続けば、個人客の来場者数が更に落ち込む。 | |
| 企業動向関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 不動産業（経営者） | ・法人から不動産物件を探す動きが徐々に出てきている。 |
| | 変わらない | 一般機械器具製造業（経理担当） | ・原材料の更なる高騰が見込まれるが、すぐに売値に転嫁できない。 |
| | | 金融業（融資担当） | ・原材料の高騰が見られるなかで、粗利の低下が懸念される。一方で、市場金利の若干の上昇傾向が企業収益をやや圧迫する要因となる。 |
| | | 税理士（所長） | ・建設業では道路特定財源問題の影響を受け、公共工事の着工が遅れている。また、海外事情から設備投資が足踏み状態の企業も見られる。厳しい現状が当面続く。 |

| 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 |
|------|----------|-------------------|---|
| | やや悪くなる | プラスチック製品製造業（企画担当） | ・住宅着工件数が回復する気配がなく、さらに原材料価格も間違いなく値上げされる。 |
| | | 一般機械器具製造業（総務担当） | ・欧州市場が全体の受注をけん引している。しかし、原油高や仕入価格の高騰により機械発注を控える動きが見られる。 |
| | | 電気機械器具製造業（経理担当） | ・移動体通信関係は低調ながらも安定傾向が続く。また自動車、特に車載電子部品関係は落ち込みが予想される。 |
| | 悪くなる | 精密機械器具製造業（経営者） | ・眼鏡枠の工場出荷価格自体はそれほど低下していないものの、中国の低価格商品との差別化のため、製造コストはますます上がる傾向にある。原材料・副資材関係の値上げも依然続いており、通常のコストダウン手段ではなかなか吸収できない。 |
| | | 輸送業（配車担当） | ・輸送運賃に占める燃料費の割合が高くなってきている。特に長距離輸送はコストが高く、利益が見込めない。 |
| | | 司法書士 | ・不動産取引の少ない状況に加え、会社設立、増資、役員追加の動きも少ない。 |
| 雇用関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | - | - |
| | 変わらない | 人材派遣会社（社員） | ・求職者の年齢は35～45歳が多く、また企業が求めるスキルのある人材が少ないためなかなか契約に至らない。 |
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・企業の撤退の話はあるが、大規模な新規出店の話はない。 |
| | やや悪くなる | 職業安定所（職員） | ・新規求職者は増加傾向にあり、有効求人倍率は1月以降、前年を下回り、下降気味である。 |
| | | 民間職業紹介機関（経営者） | ・原料コスト抑制のため、派遣契約の更新をしない企業が出てきている。 |
| | 悪くなる | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・燃料の高値などにより、求人を含む経費圧縮が各事業所で進行している。鉄鋼や環境産業、後発医薬品などの一部業種が県内では好調といわれるが、これが即求人広告の増加にはつながらない。 |

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（株））

（-：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 | コンビニ（マネージャー） | ・まだまだタスボの普及が進んでいないため、今後はコンビニでたばこを買う客が増える。それに伴い、飲料などのついで買いが増えることになる。 |
| | | その他レジャー施設〔球場〕（経理担当） | ・7、8月にはプロ野球の人気球団の試合などが予定されているほか、人気アイドルグループのコンサートや子供向けのイベントも行われることから、来場者数が増える。 |
| | やや良くなる | コンビニ（経営者） | ・特に食品では、こだわりの素材などを使った高額商品の売行きが好調であるため、客単価の押し上げにつながる。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・オフィス街という立地条件から、7、8月はビジネスマンの客足が鈍くなるものの、東アジア諸国からの団体客のほか、催事に伴う宿泊の予約が入っている。 |
| | | 通信会社（経営者） | ・6月には大手通信会社によって大きなキャンペーンが行われるため、ほかの通信会社の動きも活発になる。 |
| | | 通信会社（企画担当） | ・ゲーム業界では、これまで出遅れていたゲーム機の売上が伸びることで、新たな展開を迎える。 |
| | | その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者） | ・今後は取引物件数が増えていく。 |
| | 変わらない | 商店街（代表者） | ・客足の引きが早いなど、相変わらず購入意欲が低いままとなっている。 |
| | | 一般小売店〔時計〕（経営者） | ・客の間には、ガソリンなどの価格が更に上がるという戦々恐々とした雰囲気がある。今持っている物を修理して使う傾向があり、新しい物を買うような雰囲気が全くない。 |
| | | 一般小売店〔コーヒー〕（営業担当） | ・昨今の価格高騰も、あきらめムードのなかで受け入れられている感があり、夏のレジャー商戦まではこのような状態が続く。 |

| 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 |
|----|----------|-------------------|---|
| | | 百貨店（売場主任） | ・ 2、3か月後はクリアランスセールが始まるものの、盛り上がりは長続きしないほか、前年を上回る気配もない。原材料高やユーロ高による値上げ傾向もまだまだ続く。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・ 店内の工事が進むにつれて売場面積も狭くなるため、先行きは厳しい。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・ 今の状況が良くないのは天候要因の影響が大きいため、今後は持ち直す。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・ 今まで動きのあったブランドでも、新商品の発売に対して今までのような動きがなくなっている。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・ 原油高、株価低迷といった暗い要素が多いため、高級品を中心に売行きが低迷する。 |
| | | 百貨店（マネージャー） | ・ 株価の下落については歯止めの掛かる傾向があるため、これ以上の悪化はないものの、引き続き厳しい状況が続く。 |
| | | 百貨店（店長） | ・ 食料品やガソリンなどの値上げが客の購買意欲を低下させており、ここ数か月は明るい兆しがみえない。 |
| | | スーパー（経営者） | ・ 食料品の値上げにより、客が少しでも安い商品を探して、各店舗を買い回る状態が続く。 |
| | | スーパー（経営者） | ・ 自分の口に入る物については、客も多少の値上げを受け入れているものの、生鮮品では肥料、飼料などの値上がり分がまだ価格に十分反映されていない。今後食品が全般的に値上がりすることになれば、買上点数の減少などが起こる。 |
| | | スーパー（経理担当） | ・ 家計の節約ムードが強まりつつあり、最終的には食費が節約されることになる。ただし、食の安全志向もあって、まだその段階には至っていない。 |
| | | スーパー（広報担当） | ・ 消費者による生活防衛の姿勢は今後も続き、特に食料品以外での節約志向が更に強まる。 |
| | | スーパー（管理担当） | ・ ほぼ値上げは落ち着いてきている。ただし、依然として原油価格の上昇が続いていることから、消費者の購買意欲は高まりにくい。 |
| | | コンビニ（店長） | ・ 値上げの影響で売上は今月と変わらない水準となるほか、近くに新しいコンビニがオープンしたために来客数が減る。 |
| | | 衣料品専門店（販売担当） | ・ 食料品などの値上げにより、衣料品に対しては財布のひもが固くなっていく。ただし、セールを行う予定であるため、売上としては変わらない。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・ ガソリン価格の高騰で車の利用が減っており、修理や車検の依頼のほか、販売台数の少ない状況が続く。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・ ガソリン価格が更に上がるとの報道もあるため、新車の売上は伸びない。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・ 新型車の発表で受注は増えるものの、ガソリンなどの身の回り品が値上がりするほか、税金問題などで可処分所得の減少が続くため、高額商品への需要は伸びない。 |
| | | その他専門店〔宝飾品〕（販売担当） | ・ 賞与の支給時期となるが、販売価格の上がっている貴金属を買うよりも、円高のうちに海外旅行へ出掛ける人が増える。 |
| | | 一般レストラン（スタッフ） | ・ 物価の上昇が進むなかで、消費者が新たに動く要素は見当たらないため、今後はやや下降線をたどる。 |
| | | スナック（経営者） | ・ 団体客の増える時期となるものの、今月も個人的な付き合いでの団体客は来店したが、料金は非常に低いのが現状である。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | ・ 宿泊料金の問い合わせはあるものの、なかなか予約につながらないなど、先の予約状況が芳しくない。 |
| | | 観光型旅館（経営者） | ・ 食材価格が上昇しているほか、重油価格も3年前の2倍に上がるなど、レジャー、旅行関係にはプラスの要因が見当たらない。 |
| | | 都市型ホテル（マネージャー） | ・ 宴会部門の予約状況は、ここ数か月と同様にあまり芳しくない。さらに今後はオリンピックの開催により、夏休み時期の国内旅行の動きが鈍化する。 |
| | | 都市型ホテル（役員） | ・ 前年は8月下旬から9月にかけて、世界陸上による特需で宿泊部門を中心に潤ったが、今年は宿泊客の減少傾向が続くために厳しい。宴会についても、盆を中心に改装工事で休業となるため売上が減少する。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | ・ 燃油サーチャージはまだ上昇が続くほか、社会全体の閉そく感が旅行意欲を低下させる。 |
| | | 旅行代理店（広報担当） | ・ 北京オリンピックは1つの大きなイベントであるものの、開催中は客の動きが鈍るほか、オリンピック後も四川大地震による影響が残る。 |

| 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 |
|----|----------|---------------------|---|
| | | タクシー運転手 | ・客は節約できるところは節約し、使わざるを得ないときだけ使うということで、タクシーの乗車にも同じ傾向がみられる。この節約傾向は今後も続く。 |
| | | 観光名所（経理担当） | ・土日、祝日の来客数と平日との差が以前よりも大きくなっており、売上も平日の落ち込みが大きくなっている。先行きの不透明な情勢が続く限り、今の状況は変わらない。 |
| | | 競輪場（職員） | ・客単価や入場者数が悪化しているため、先行きが良くなる傾向にはない。 |
| | | その他サービス〔生命保険〕（営業担当） | ・株価の低迷や、原油高などによる物価の上昇により、生命保険への新規加入を検討するケースが減少している。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・値引きを行うマンションが増えるなか、建設費の高騰が続いているため、今後は悪循環に陥る。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・これ以上悪くはならないが、良くなることもない。市場が落ち着くまでにはしばらく時間が掛かる。 |
| | | 住宅販売会社（総務担当） | ・原油や鉄骨、アルミなどの原材料が高騰する一方、販売価格にはなかなか転嫁しにくい状態である。利益が圧迫されるため、業績の向上は困難である。 |
| | | その他住宅〔情報誌〕（編集者） | ・各種資材価格の高騰により、業績悪化が顕著になってくる。 |
| | やや悪くなる | 商店街（代表者） | ・生鮮食品の店が次々と閉店しているなど、今月は例年に比べると極端に悪い。また、午後からの来街者が目立って減少している。 |
| | | 一般小売店〔精肉〕（管理担当） | ・ガソリン価格も更に上がるといわれており、当面は節約ムードが続く。 |
| | | 一般小売店〔花〕（店長） | ・物価の上昇によって家計は厳しい状況となるため、買い控えや節約が増える。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・全体的に給料が増えないなかで、物価の上昇が進むため、衣料品に対する支出は抑制傾向が強まる。さらに、紳士ファッションについてはヒット商品も見当たらない。 |
| | | 百貨店（売場担当） | ・定価商品の前年割れによるマイナスを、好調な特価品や催し、優待セールだけではカバーできない状況が続いている。今後は、更なる生活必需品の値上げが業況の悪化につながる。 |
| | | スーパー（経営者） | ・食品関係では小麦関係などで更に値上げが行われるため、状況は悪くなる。 |
| | | スーパー（店長） | ・ガソリン高の影響で来店頻度が減少する。 |
| | | スーパー（店長） | ・更なる値上げ傾向が進むなか、消費者の生活防衛意識が高まるため、節約志向が当面は続く。 |
| | | スーパー（開発担当） | ・原油の高騰による関連商品の値上げや、小麦関連商品の値上げなど、今後も値上げラッシュによる悪影響は避けられない。 |
| | | スーパー（管理担当） | ・必需品の売上は採算ラインを何とか維持しているが、嗜好品は落ち込んでいる。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・増税や物価の上昇により、主婦の節約意識が高まっている。パーゲンセールを行っても効果は長続きしないため、今後は悪化が進む。 |
| | | 衣料品専門店（営業・販売担当） | ・所得の減少について話す客が、少なからず出てきている。 |
| | | 衣料品専門店（管理担当） | ・生活防衛意識の高まりで、必需品以外の購入を控える傾向が強まっている。その一方、いくら高額であっても、欲しい物を買う回数がみられるなど、今後は消費の二極化が更に進む。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・原油の高騰や物価の上昇など、自動車業界にとってはマイナス材料ばかりである。 |
| | | 自動車備品販売店（営業担当） | ・ガソリン価格の値上がりにより、客が新車を購入する際の選択肢が狭まっていく。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | ・商品の仕入価格や光熱費などの値上がりが続いているほか、客の購入量が減ってきているため、今後良くなっていくことはない。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | ・ここ2、3か月の間にホテルの新設が続き、客室数が5割程度増えている。これに見合う需要はないため、これから悪化傾向が進む。 |
| | | 観光型旅館（経営者） | ・レジャーや観光への支出額は、生活用品やガソリン価格の値上がりの影響でかなり抑えられている。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・高付加価値商品の販売を始め、成果は上がってきているものの、全体のマイナスを補うまでには至らない。 |

| 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 |
|--------|---------------------|---|---|
| | | 都市型ホテル（営業担当） | ・宿泊は、間近になって予約の伸びる傾向があるものの、6月からの宿泊は個人予約が全く伸びていない。この1年では最悪の状態であり、特に首都圏からの客が激減している。一方、一般宴会は小規模ながら今月と同様に受注件数が増えている。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・この2、3か月は四川大地震やサミット開催に伴う交通規制などにより、消費者の旅行マインドが低下する。 |
| | | 旅行代理店（営業担当） | ・旅行料金も今後は値上げを避けられないため、当面は厳しい状況が続く。 |
| | | タクシー会社（経営者） | ・物価の上昇によってタクシーの利用は控えられている。今後、ガソリンの高騰が続いて自家用車に乗らなくなれば、タクシーの利用が増えることもあるが、総合的に判断すればやや悪くなる。 |
| | | 観光名所（経理担当） | ・来場者の減少により販促イベントを展開しているものの、なかなか回復する兆しがない。 |
| | | その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当） | ・物価の上昇圧力が、レジャー業界にとっては逆風となる。 |
| | | 美容室（経営者） | ・白髪を隠すためにかつらを購入する客が増えており、ヘアカラーの客の来店サイクルが伸びている。 |
| | | 美容室（店長） | ・前月、今月と売上が多少良かったため、その反動が来月以降に出てくる。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・この1年で地価がおよそ20%下落しているため、今年の秋ごろに底を打つまでは良くならない。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・夏休みシーズンで需要の高まる時期であるが、今年は販売物件が供給過多となる。 |
| | その他住宅〔展示場〕 （従業員） | ・来場者アンケートでは1年以内に建築する割合が減少しているため、しばらくは様子見の状態となる。 | |
| | 悪くなる | 商店街（代表者） | ・春商戦も不調に終わり、環境が非常に悪いまま夏商戦に入ることになる。 |
| | | 一般小売店〔珈琲〕 （経営者） | ・今後値上げを行うことで客離れが進む。価値のある商品の提供が不可欠になるが、対応可能な店舗とそうでない店舗があるほか、日々の買回り品の値上げが進むことで、嗜好品への出費が抑えられる。総じて良くなることはない。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・客の間にリタイヤ層が増えているため、年金や医療保険といった社会保障負担の増加によって、不要不急の外出着などは買い控え傾向が強まっている。また、普段着も安い量販店で購入し、百貨店での買物は食料品などが中心になってきている。 |
| | | 衣料品専門店（販売担当） | ・7月の電気やガスなどの値上げによる影響が出てくる。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・燃料費のほか、個々の部品代が上昇しているため、客は仕方なく古い部品を修理して使っている。 |
| | | その他専門店〔食品〕 （経営者） | ・飲食店での値上げが進まないため、収益の悪化が進む。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・建材費や燃料費といったコストが上がる一方であるのに対し、それを販売価格に転嫁することができない。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・ガソリンや日用品の値上げにより、住宅の購入マインドが低下している。広告や住宅情報誌、ホームページなどで広告を行っているが、集客状況が非常に悪い。 |
| | | | |
| 企業動向関連 | 良くなる やや良くなる | 木材木製品製造業（経営者） | ・受注量が増えてきている。 |
| | | 化学工業（管理担当） | ・今月の落ち込みは前月に良かった反動減であるため、来月以降も落ち込みが続くことはない。ただし、建材の受注が弱含みで推移しているため、実需の悪化も否定できない。 |
| | | 電気機械器具製造業 （宣伝担当） | ・オリンピックの開催が近づくことで、既に好調なAV関連商品の荷動きが更に活発になる。 |
| | | 広告代理店（営業担当） | ・夏に向けての案件が幾らか出てきている。 |
| | | | |
| | 変わらない | 繊維工業（団体職員） | ・安全で安心感のある国産品への需要が伸びる。 |
| | | 繊維工業（企画担当） | ・売上は伸び悩んでいるものの、取引先からは新規ブランドに対する期待の声が聞かれる。 |
| | | 窯業・土石製品製造業 （経営者） | ・製造原価などの増加が続いている一方、製品価格への転嫁が進んでいない。 |
| | | 金属製品製造業（経営者） | ・原料価格の上昇や中国の需要増加により、鉄鋼市場では品不足の状態が続く。 |
| | | | |

| 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 |
|-------------|----------|---------------------------|--|
| 雇用 関連 | やや悪くなる | 金属製品製造業（管理担当） | ・販売量や売上が伸びている一方、原材料の高騰によって利益率は下がっており、今後もこの傾向が続く。 |
| | | 金属製品製造業（総務担当） | ・公共工事の減少が続いているほか、民間工事の工期も遅れているなど、工場は低操業の状態が続いている。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・設備投資は遅れ気味であるものの、新興国を中心に更なる拡大が続くため、影響は限定的である。 |
| | | 建設業（経営者） | ・今後も官庁工事の減少が続くため、民間工事の受注競争は更に激化する。それに加え、建設資材の高騰や、先行きの不透明感による設備投資の凍結や延期など、中小建設会社の経営状況はますます厳しくなる。 |
| | | 建設業（営業担当） | ・建築主からは、材料の高騰や消費の伸び悩みにより、今後の設備投資をちゅうちょしているとの声が聞かれる。 |
| | | 輸送業（営業所長） | ・新規案件の依頼も寄せられているが、採算の合わない仕事が多い。 |
| | | 輸送業（営業担当） | ・個人間、企業間共に物流量が増えている。この時期には珍しいことであり、今後もこの動きが続くかどうかは不透明である。 |
| | | 経営コンサルタント | ・取引先の受注や生産の動きをみても、好転の兆しはない。 |
| | | 司法書士 | ・良くなる材料が見当たらないほか、案件数も少ないため、今後も良くない状況が続く。 |
| | 悪くなる | 食料品製造業（従業員） | ・原料や資材の高騰により、今後は値上げを進めていく。値上げ前の駆け込み需要は発生するものの、その後しばらくは販売量の減少が避けられない。一方、量販店の安価なプライベートブランド商品が増えることもあり、競争が更に激しくなっていく。 |
| | | 繊維工業（総務担当） | ・受注量が損益分岐点を下回って減少することもあるため、取引ごとの粗利確保が難しくなっている。 |
| | | パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者） | ・今後、取引先からは加工費や管理費の値下げ要請が増加する。 |
| | | 化学工業（経営者） | ・得意先回りをしているにもかかわらず、売上が減少する話ばかりが目立っている。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | ・仕入価格の値上がりや金利の上昇のほか、受注の減少が大きくなってきている。 |
| | | 電気機械器具製造業（企画担当） | ・いまだに住宅着工戸数には回復がみられず、政府による対策も取られていない。今後は長期金利の上昇により、住宅ローン金利も上昇するため、ますます厳しい状況となる。 |
| | | 金融業（支店長） | ・ガソリンスタンドの経営者によると、ガソリン価格の高騰によって一般客によるガソリンの購入が非常に落ちているため、先行きの見通しは厳しい。 |
| | | 金融業（営業担当） | ・自動車部品製造業、建機部品製造業などの取引先では、原材料の上昇が販売価格へ転嫁できていないことから、収益が非常に圧迫されている。今後は価格転嫁が少しは進むものの、厳しい状況に変化はない。 |
| | | 不動産業（営業担当） | ・土地価格の低下により、過去に高値で仕入れた物件の転売ができなくなっている。土地価格の低下が続く限り、今後も悪化傾向が続く。 |
| | 悪くなる | 新聞販売店〔広告〕（店主） | ・購読数に大きな変化はないが、区域内の世帯数が増えているため、購読割合は低下している。特に、若い世代の活字離れが進んでいる。 |
| 広告代理店（営業担当） | | ・今年になって紙媒体の広告受注が減少し続けている。 | |
| 雇用 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 民間職業紹介機関（職員） | ・90年代にも経験したことがないほど求人が落ち込んでおり、求人業者からはこれ以上は悪化しようがないとの声が聞かれる。 |
| | 変わらない | 人材派遣会社（経営者） | ・数か月は回復が難しく、派遣先企業からの求人件数は伸びない。 |
| | | 人材派遣会社（支店長） | ・企業からの求人が獲得できたとしても、新規スタッフ登録数は今後も伸び悩む。 |

| 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 |
|--------|----------|---------------------|---|
| | | 新聞社〔求人広告〕 (担当者) | ・5月の合同企業説明会で新規出展企業を獲得したほか、アンケートでも出展企業、来場者共に満足度が高かった。新聞社の就職イベントは規模が小さいものの、きめ細かなサービスなどで商機がある。 |
| | | 職業安定所(職員) | ・原油の高騰といった不安要因はあるものの、昨年後半より低下傾向にあった有効求人倍率も落ち着きをみせているほか、平成20年3月卒業の新規学卒者の内定状況も前年並みとなっている。 |
| | | 民間職業紹介機関(支社長) | ・採用計画の推移をみると、IT関連は堅調であるが、製造、金融関連などでは計画を下方修正する企業が多い。この流れはしばらく続くものの、まだ全体としては需要超過の状況である。 |
| やや悪くなる | | 新聞社〔求人広告〕 (担当者) | ・紙媒体の顧客離れが続いているため、他の媒体も積極的に取り扱って現状維持を図っているものの、厳しい状態が続いている。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕 (営業担当) | ・各社が守りの状態に入っているため、求人は動きにくい状況にある。 |
| | | 職業安定所(職員) | ・企業は求人募集を続けているものの、採用基準を以前より高めに設定し、慎重に採用選考を進めている。これが一時的な動きかどうかは判断が難しいが、過去の傾向では今のような状況が数か月続いた後、求人数が急減するケースが多い。 |
| 悪くなる | | 職業安定所(職員) | ・先行き不透明感などにより求人が手控えられている。 |
| | | 職業安定所(職員) | ・原油高や円高などのマイナス要因が多いため、好転は難しい状況であり、今の状況が続けば更なる悪化も見込まれる。一方、求職者の間では正社員への転換希望が強く、企業からの求人も以前ほど派遣、請負への依存度が高くない。ただし、それが新規求人倍率を押し上げるまでには至っていない。 |

8. 中国(地域別調査機関:(社)中国地方総合研究センター)

(- : 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 | コンビニ(エリア担当) | ・乗客数の伸びが大きく、たばこに引っ張られて、食品の売上も伸びている。現在の良い状態がしばらく続く。 |
| | | 家電量販店(店員) | ・今月は特に悪いが、北京オリンピックも追い風になり、ボーナス時期にもなるので、良くなる。 |
| | やや良くなる | コンビニ(エリア担当) | ・当地区では最大の大型店舗の開店を控えており、競争は激化するが、売上はしっかり確保できる。周囲の店舗の売上減は多少見込まれるが、その減少分の売上もしっかりとカバーできる。 |
| | | コンビニ(エリア担当) | ・たばこをコンビニで購入する客は今後も多く、売上のアップが望める。 |
| | | コンビニ(エリア担当) | ・コンビニでたばこがある店では、今後も来客数の増加が見込まれる。ついで買いというような状況も見受けられ、商品の品ぞろえをしっかりとすれば、今後の売上アップにつながる。 |
| | | 家電量販店(店長) | ・北京オリンピックも間近になり、地上デジタル放送対応のテレビの購入が加速する。 |
| | | その他飲食〔ハンバーガー〕(経営者) | ・原材料の高騰でやむなく値上げを予定しているが、この時期の多少の値上げに大きな反発は出ない。 |
| | | タクシー運転手 | ・この先3か月くらいを見ると、今後、松江市の開府400年祭やNHKの朝の連続テレビドラマの取材・撮影・ロケ等入ってくるので、人の動きに合わせて我々の業界もこの先良くなる。 |
| | | 通信会社(販売企画担当) | ・6月からの新商品発売、夏のボーナス需要等により市場が活性化される。 |
| | | 美容室(経営者) | ・新店舗のオープンが6月にあり、それで多少は回復できる。 |
| 変わらない | | 商店街(代表者) | ・商店街への新規店舗開店の相談も無く、街としての変化が無いので今後良い方向へと向かう様子がない。現状維持が精一杯である。 |
| | | 商店街(代表者) | ・隣の市のまた隣に、大規模商業施設が開業した。土・日の度に、客は買物をしなくても見学に行ってしまう状況は続く。 |

| 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 |
|----|----------|-----------------|---|
| | | 百貨店（営業担当） | ・保険料や食料品値上げなど、婦人服の主力ターゲットであるミセスやシルバーへの影響が大きく、消費の回復が望めない。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・この先2～3か月で大きく売上が回復するような、リニューアルや企画などはない。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・今後、中元、セールと大きな商戦が続くがギフトについては早期割引への傾斜が強まると思われ、新規顧客が増えなければ総額はマイナスになる見込みである。またセールについても取引先の減産が厳しくなり適品確保が難しく、いずれも大きな期待はかけられない。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・販売の落ち込みは、周辺他店舗も同様の様子であり、原因がつかめない。食品、ガソリン等の値上げの影響で、洋服、外食にまわる金を切り詰めているのなら、当分この状況は変わらない。 |
| | | 百貨店（売場担当） | ・景気の上昇の兆しが見受けられないのと、原油や原材料の高騰により物価が上昇して暮らしにくくなっており、特に地方では先が見えてこない。 |
| | | 百貨店（販売担当） | ・物価高やガソリンの高騰、可処分所得の減少など、先行きの不安の方が大きく、購買意欲が上がる要素が全くない。 |
| | | スーパー（店長） | ・ここ1年間くらい客についての購買動向は変わっていないので、今後も同じような状況で推移する。ただし、商品の値上げが続き、客の動きが鈍るのではないかと懸念される。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・競合や異業種の出店が鈍化してきているが、市場は成熟状態にあるので、3か月後も変わらず推移する。来客数から見ても大きな変動はなく、財布のひもは固くなっている。 |
| | | 衣料品専門店（地域ブロック長） | ・今後も気温が不安定で、売上の見通しが立たない。夏物の動きが不安定になっている。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・オリンピック需要が見込まれる薄型テレビは好調を維持するものと思われるが、ガソリンを始め諸物価の値上がりにより他の大型商品の需要増が見込めない。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・販売台数の維持が大変困難な状況が続く。今後は既納客のしっかりとした守り切りから、台替えを含めた色々な成果を求めていく努力を強化し、併せて潜在客を、いかに掘り起こし拠点へ誘引していくかが大きなかぎとなっていく。 |
| | | その他専門店〔カメラ〕（店長） | ・地域経済状況や物価高を反映して、必需品ではない商品の需要が減る傾向がますます強まる。 |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | ・予約の状況は前年並みで、景気が上向きかどうかはわからない。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・原料は値上がりしているが、まだしばらくは値上げをせずにやっていけそうである。 |
| | | タクシー運転手 | ・今月は特需的なものがあったが、日々の売上は落ち込んでおり、これをカバーできたかどうかぎりぎりの状態である。今後、特需的なものがあったとしても、全体的な売上や来客数を押し上げることは難しい。 |
| | | 通信会社（企画担当） | ・客の様々にものに対して「控える」傾向が2～3か月中に改善される要素が現在ない。 |
| | | 通信会社（総務担当） | ・競合他社の攻勢等により、厳しい状況が続く。 |
| | やや悪くなる | 商店街（代表者） | ・高齢者の医療制度の見直し等、客は将来に対して不安を抱いている。将来に対して、増税の実施も含めた閉塞感を持っており、消費を減らして貯蓄にまわそうしている。この閉塞感が解消されない限り、購買には結びつかない。 |
| | | 一般小売店〔茶〕（経営者） | ・周辺のムードが非常に悪い。このような時にまた倒産でも起きると、更に悪くなる。最近、様々な団体の総会に出席するが、総会でのムードも沈んでおり、打開の道筋が見えない。 |
| | | 一般小売店〔酒店〕（経営者） | ・今後も原油高騰・小麦・鉄鋼などの値上がりが予想され、販売価格に転嫁されれば、先々についても好転材料がない。5月の状況が厳しすぎるとよくなる気配は感じられない。 |
| | | 一般小売店〔印章〕（営業担当） | ・大企業からはいつもと変わらぬ注文があり、まだ元気なようだが、個人及び中小企業からの注文が大変少なくなっている。また、備品専門店から、客のゴム印注文に際し、少しでも利益を確保したいので見積もってくれという話があり、どこも厳しい経営状態が続くと見ていることを実感した。 |

| 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 |
|----|----------|---------------|---|
| | | 百貨店（売場担当） | ・関東に拠点を置く大手婦人靴の間屋が倒産し、地方百貨店の商品確保が困難になってきている。都心部では商品確保ができていたが、地方では難しく、8月以降、昨年のような残暑が続くと商品が完全にショートしてしまい、客への十分な商品供給ができず売上が苦戦する。 |
| | | 百貨店（売場担当） | ・来月、当地域としては久々の大型郊外商業施設が近隣にオープンする。業態が違うため決定的なダメージはないと思われるが、当面の間は集客面で苦戦する。 |
| | | 百貨店（購買担当） | ・今後の客の動向として、「購入したいのだけれども、生活必需品にお金が掛かるので、衣料までは手がまわらない」となる見通しである。よほど客にメリットのある情報でも流れないと、2～3か月先の客の購買意欲改善の見通しは立たない。 |
| | | スーパー（店長） | ・原油高によるガソリンや関連商品、また6月以降にもまだまだ値上げが予想され、消費が伸びるような動きは全く見受けられない。 |
| | | スーパー（店長） | ・食料品の値上げが相次ぎ、客の買い控えが目立つ。単価の安い商品にしか動きがなく、景気としては良い材料が見当たらない。 |
| | | スーパー（店長） | ・原油・小麦粉等、原材料の高騰が徐々にではあるが、値上げという形で商品単価に反映されてきているので、これから先消費はますます落ち込む。 |
| | | スーパー（店長） | ・明るい情報がなく、ガソリンの値上げ、物価の上昇などを考えると今後も更に悪くなる。 |
| | | スーパー（総務担当） | ・節約で、中の下あたりの商品が動いている。今後一層その傾向が増え、買上点数がそのままでは減少する。 |
| | | スーパー（経営企画） | ・食料品の価格上昇は今後も続く。さらにガソリンの値上がりに加え諸々の物価上昇が続くものと思われ、生活防衛の消費スタイルは今後も続く。 |
| | | スーパー（販売担当） | ・お中元の時期を迎え売上が伸びることを期待したいが、商品の値上げが相次ぎ、内容や価格等に不安があるのでやや悪くなる。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・明るいニュースは全くなく、原油高は続き個人消費はますます冷え込む。 |
| | | 乗用車販売店（店長） | ・日用品の物価高騰で買い控えがまん延し、特に高額車については、販売が難しい状態が続く。 |
| | | 乗用車販売店（統括） | ・物価、ガソリン等の値上げなどにより、より厳しい状況となる。 |
| | | 乗用車販売店（販売担当） | ・現在は新商品の効果が出ているが、その効果も次第に薄れてくる。 |
| | | 自動車備品販売店（経営者） | ・諸物価の高騰とガソリン価格の更なる値上げが予想され、車関連の支出は低調に推移する。 |
| | | その他小売（営業担当） | ・生活必需品ではないため、世の中の値上げ等の風評が広がれば、購買意欲が減少する。 |
| | | 一般レストラン（店長） | ・外食は、客にとってもぜいたくの一環であり、客の来店頻度が減少しているのを痛烈に感じ、回復するとは思えない。 |
| | | 一般レストラン（店長） | ・原油高に歯止めが掛からないことと、食品等に対する悪いニュースが流れるので、来客数増につながる要因が見当たらない。 |
| | | スナック（経営者） | ・我々の業界の知り合いは、店主がみな70歳過ぎで、閉店が相次いでいる。新規客の開拓もままならず、大変厳しい状態が続く。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・原油高は、マイカーでの旅行者減少に大きく影響を与えている。 |
| | | 都市型ホテル（総務担当） | ・原材料の高騰がどこまで続くのか見えない状況にある。先が見えない景気状況のなかでは、プラス材料を探すのは困難で、一般宴会等の受注も低調、客単価自体も上がってこない。この状況が続く。 |
| | | タクシー運転手 | ・運賃値上げでタクシーの売上を増加させようとしたが、その結果は芳しくなく、値上げに踏み切らなかった会社は値上げできなさそうである。また、介護保険の制度が厳しくなり、障害者やその家族から、タクシーの利用を控えているという声をたくさん聞き、厳しい状態が続く。 |
| | | 通信会社（社員） | ・様々な物の値上がりなどにより、通信サービスなどの費用を削減しようとする動きが予想される。 |

| 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 |
|--------|----------------|--------------------|---|
| | | 通信会社（通信事業担当） | ・通常であれば、転入などが落ち着き、新規加入が増える時期ではあるが、反応は非常に鈍く、状況はしばらく変わりそうにない。 |
| | | テーマパーク（財務担当） | ・ガソリンの値上げに連動して物価が高くなってきており、仕入れ等への影響も考慮すると今以上に厳しさが増す。 |
| | | テーマパーク（業務担当） | ・来月以降も続く原油高は、来客の9割以上がマイカー利用の当施設にとって、マイナスの要因にはなってもプラスの要因とはなり得ない。 |
| | | ゴルフ場（営業担当） | ・今後は、より近郊のゴルフ場の料金が下がるおそれがあるため、影響を受けるおそれがある。 |
| | | 美容室（経営者） | ・同業者の間でも値下げ競争になり、単価が下がり、売上が下がるといふ悪循環になっている。 |
| | | 設計事務所（経営者） | ・受注活動の増加に反比例するように、顧客の購買状況や実質収入は減少傾向にある。 |
| | | 設計事務所（経営者） | ・現在忙しくしている官庁の物件が終わった後は、民間からの発注もしばらく期待できない。 |
| | | 設計事務所（経営者） | ・建設物価の高騰は更に続くという見方が、あらゆる建築業種でも言われている。プロジェクトの事業計画が更に成り立ちにくくなる。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・来客数、受注単価の減少が進んでいるが、原価の方は上昇してきている。 |
| | | 住宅販売会社（販売担当） | ・ゴールデンウィークのイベント来客数が前年比15%減で今後の受注に影響しそうである。また客は景気の減速感により、購入に慎重である。 |
| 悪くなる | | 商店街（代表者） | ・石油価格も上がり、諸物価も引き続き上がるが、所得は伸びず売上が増える要素が見当たらない。 |
| | | スーパー（財務担当） | ・競争の激化及び仕入れ価格の上昇により、利益率の低下が予想される。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・ガソリンはもちろんのこと、食品も値上がりが続いているので、良くなる要因が全く見当たらない。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・メーカーの話、同業者の話、商店街の通行量、どれをとっても良くなる兆しが無い。 |
| | | 衣料品専門店（販売促進担当） | ・夏のボーナス減や、景気下降のあおりで財布のひもが固い人が増えている。衣食住のうち、衣食に関しては無駄金を使わない人が多く見られるため、これから更に厳しさを増す。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・物価の上昇が続き、客が先行きに不透明感を抱いている。それに伴い成約数も落ち、先行き不透明である。 |
| | | その他専門店〔布地〕（経営者） | ・諸物価の値上がり、政治も安定しないため、これからも客に消費意欲がわかない。 |
| | | 観光型ホテル（経理総務担当） | ・値上げラッシュによる生活防衛で旅行や外食は控えられ、特にガソリンの値上げは旅行への意欲を減退させる。 |
| 企業動向関連 | 良くなる やや良くなる | 輸送用機械器具製造業（経理担当） | ・生産量の増加が続くことと、新製品の立ち上がりにより売上増となる。 |
| | | 金融業（業界情報担当） | ・米国経済は減速しているが、欧州・アジア圏では引き続き堅調で、当面は高水準の受注を維持する。 |
| | 変わらない | 窯業・土石製品製造業（総務経理担当） | ・秋口まで大口の生産が無く、現在の生産量で推移する。原料価格の高騰が続いており、収益面が厳しくなっている。 |
| | | 鉄鋼業（総務担当） | ・世界規模での極めてお盛な鉄鋼需要を背景に、特にアジア方面の需要の高まりから粗鋼生産量は引き続き堅調に推移する。しかしながら、原料価格の過去に例を見ない大幅な上昇が見込まれており、鋼材価格改定の状況によっては、収益面に影響が出る。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営企画担当） | ・長期にわたり国内市場の悪化が続いており、売上については厳しい状況が当面続く。 |
| | | 電気機械器具製造業（総務担当） | ・ボーナス商戦の受注も弱含みで、部材メーカーからは強気の話は聞こえてこない。 |
| | | 通信業（部門長） | ・原油価格の高騰に歯止めがかかる要素は無く、市場の活性化は望めない。しかし、通信業界においてはコスト削減のための提案ができることから、営業に及ぼす影響は少ない。 |
| | | 通信業（営業企画担当） | ・諸物価上昇のなかで現在の通信サービス価格は底値に近いが、新たな通信インフラ（NGN）の進展などについて顧客の様子見傾向が今しばらくは継続し、通信業界にとっては需要増の期待材料が見当たらない。 |
| | やや悪くなる | 食料品製造業（総務担当） | ・原材料費と光熱費の高騰に歯止めが掛からず、先が見えにくい。 |

| 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 |
|----------|----------|----------------------|--|
| | | 繊維工業（統括担当） | ・原油を中心とした原材料の値上がりが続くこと、また、四川大地震、ミャンマーのサイクロン、日本政治の停滞感等、明るい材料は見当たらない。 |
| | | 化学工業（総務担当） | ・原材料費の高騰が大いに影響するようになってきている。 |
| | | 金属製品製造業（総務担当） | ・鉄原材料価格の動向をみて、半年ごとに得意先と価格交渉を行っているが、今年に入り鉄原材料価格が想定以上に急上昇し、半年先である9月を待たずに値上げを要請しなければならない。得意先がどの程度認めてくれるかは不明だが、厳しい交渉となる。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（総務担当） | ・今後も受注量・生産高共に横ばいの状況が続くと思われるが、原材料価格の高騰に加え、6月からは石油製品の一斉値上げや人件費特に税金の負担増、為替の動向など不透明な要因を抱えており、先行きが非常に懸念される。 |
| | | その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当） | ・最近また倒産の話をよく聞く。消費材の値上げやガソリン・重油の値上げまた電力料の値上げで特に中小企業は非常に厳しい立場に立たされている。もともと日本で作ったものは値段が高い点で不利であり、そのため製品への価格転嫁を難しくさせている。 |
| | | 輸送業（統括） | ・燃料費の高騰が続く限り、景気は良くなる。ならない。 |
| | | 金融業（営業担当） | ・物の値段が上がってくるのが問題である。例えばケーキ屋では、材料費のチーズが2倍、チョコレートは60%、小麦粉類が30%の値上がりで、包装紙材も5%の値上がりである。運送業では、トラック20台程度所有の企業では、ガソリン代の高騰で月間100万円以上の燃料代が掛かる。こういったことが今後、収益を直撃する。 |
| | 悪くなる | 会計事務所（職員） | ・コストアップの額自体はささいなものだが、結果を見ると業績悪化の大きな影響となっている。それに加え、受注単価の引き下げ要求が今後ますます厳しくなる。 |
| | | コピーサービス業（管理担当） | ・我々の業界は以前から景気は悪く、最近の景気後退感を受けて、更に業績悪化が進行する。 |
| 雇用 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 求人情報誌製作会社（支社長） | ・新卒採用でいったん止まった中途採用が動き出し、募集広告などが増えてきている。採用後の人の動きで、小さいながら消費が動き出す。 |
| | | 求人情報誌製作会社（担当者） | ・引き続き秋口までの合同説明会の問い合わせが増えていく。 |
| | 変わらない | 人材派遣会社（担当者） | ・求人数の状況から見ると、このところ数か月は停滞したままで改善の見通しが立たない。 |
| | | 学校〔短期大学〕（就職担当） | ・求人数については前年とあまり変化がないが、雇用形態については派遣・委託・臨時等の求人が増加傾向にある。 |
| | やや悪くなる | 人材派遣会社（支社長） | ・派遣終了の話が増加しつつある。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・原油価格高等の影響で軒並み材料費が上がるなか、即販売価格に転嫁するのは難しい状況もあり、今後の対応に頭を悩ませている企業が数多くあり、結果として求人意欲が冷え込みつつある。 |
| | | 職業安定所（雇用開発担当） | ・規模別に見ても、また、産業別に見ても企業の求人意欲が減退している。 |
| | | 民間職業紹介機関（職員） | ・求人依頼件数が来月も伸び悩む結果となれば、3か月後の景気にも影響を及ぼし、現状より更に悪くなる。地場工場企業の決算報告でも明らかかなように減益企業が目立ち、低空飛行を余儀なくされる。 |
| | | 民間職業紹介機関（職員） | ・求人は継続しているが、即戦力を求める傾向が特に強くなり、採用のハードルが高くなってきているので、正社員の雇用増に結びつかない。 |
| | 悪くなる | - | - |

9. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（-：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 | - | - |
| | やや良くなる | 家電量販店（店長） | ・8月に開催される北京オリンピックの影響で、テレビを中心としたAV機器が活発に動き始める。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・ガソリン高騰により、軽自動車への移行が見えてきている。 |

| 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 |
|--------------|---|---|--|
| 変わらない | | 旅行代理店（従業員） | ・夏の旅行相談の乗客があり、シルバー層を中心に旅行のニーズは高い。 |
| | | 通信会社（管理担当） | ・新端末、新サービスの販売開始及び業界の再編等により良くなる。 |
| | | 商店街（代表者） | ・夏場に向けて、商店街でのイベント等の予定もかなりあり、賑わいも出てきたように思う。上昇するような雰囲気ではないが、一定の底を打ったような雰囲気がある。 |
| | | スーパー（店長） | ・このまま値上げが続くと、景気が回復する傾向にはならない。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・県下の全ての産業が下向きになっているので、自動車だけが上昇することはあり得ない。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・食品、光熱費、生活物資の相次ぐ値上げのため、客の単価が総じて安くなっている。 |
| | | 観光型旅館（経営者） | ・地域でイベントや行事を開催して集客努力をしているので、景気は今の状態であまり落ち込むことはない。 |
| | | タクシー運転手 | ・今後も節約節約が続く。 |
| | | ゴルフ場（従業員） | ・予約状況から見て、前年よりは少し良い状況で、全体的には変わらない。 |
| | やや悪くなる | 商店街（代表者） | ・原油・石油製品の値上がりのため、全体に落ち込んでいく。 |
| | | 商店街（代表者） | ・諸物価の高騰、地方経済の疲弊、国政の混迷、好材料が見当たらない。 |
| | | 一般小売店〔乾物〕（店員） | ・物価が上昇して経費も膨らんでいるが、売値を上げることはできない。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・ガソリン価格が更に値上げとなると、地方の車社会では、かなり家計の負担となって出歩かなくなる。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・衣料品などの購入単価が低下しており、絵画等の高額商品が減少、ファッション商品の購入も単品買いが多い。 |
| スーパー（店長） | | ・懸念材料は、今後のガソリン価格の上昇である。地方では車での外出（通勤、通院、買物）が常であり、一番の関心事として良く聞く話題である。今後は客単価や商品群ごとの買上率の変化、客数の動向に注意が必要である。 | |
| スーパー（企画担当） | | ・生活必需品の価格高騰はしばらく続く。余暇・趣味需要への影響も出てきており、レジャー産業（旅行・フィットネス・レンタル等）の売上高も前年割れが続いている。 | |
| スーパー（統括担当） | | ・給料が上昇せずに、消費支出が伸びないままで物価が上昇しているため、消費は悪くなって景気が悪化していく。 | |
| 衣料品専門店（経営者） | | ・衣料、ファッションの消費は今後もより節約型になり、来客数や客単価で厳しい状況が続く。 | |
| 乗用車販売店（管理担当） | | ・商談の少ない状態が、継続している。 | |
| 一般レストラン（経営者） | | ・6月以降の食品の値上げと大幅なガソリンの値上げが、更に買い控えを加速させる。 | |
| タクシー運転手 | | ・夏が来て、暑くなって、お遍路さんの仕事もほとんどなくなり、また市内でタクシーが増えているので、なかなか乗ってもらえない状況が続いている。夜、飲みに出る客もずいぶん減っている様子で、ますますタクシー業界は良くない。今、氷河期ではないか。この前も40台くらいあるところが倒産した。将来はずごく不安である。 | |
| 設計事務所（所長） | ・建設関連の物価が非常に上昇しており、賃貸マンション等の収支が合わなくなり、事業を中止するような状況が起きている。 | | |
| 悪くなる | 商店街（代表者） | ・物価や燃料の値上げ等に対する政府の対策も無く、良くなる材料が無い。 | |
| | 一般小売店〔生花〕（経営者） | ・ガソリン価格上昇のため、納品や配達に経費がかさんでいる。余分な目的以外の物は買わない消費者が増えている。 | |
| | 一般小売店〔酒〕（販売担当） | ・取引先の料飲店及び店頭販売の全てにおいて、景気好転につながるような兆候が見られない。 | |
| | 百貨店（売場担当） | ・物価は上がる一方で、財布のひもはますます固くなる。 | |
| | スーパー（店長） | ・今後も更に食品の値上げが続き、客は10円の値上げ・値下げにも敏感になっている。物価が高くなりすぎて、景気は後退する。 | |
| | スーパー（店長） | ・5月は県内建設大手の企業の民事再生法の適用申請があった。それ以外にも、小麦などの食料の高騰、また、ガソリンの高騰が相次いでおり、非常に厳しい状態である。 | |
| | 衣料品専門店（経営者） | ・物価上昇による買い控えが出ている。また客の年齢層が高いため、高齢者の医療制度による影響も出ている。 | |

| 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 |
|----------------|--|---|---|
| | | 乗用車販売店（従業員） 住関連専門店（経営者） | ・ガソリン価格の高騰が続き、他の商品も値上がりすれば民間企業のサラリーマンの生活が厳しくなる。 ・物価上昇による買い控えが続く。 |
| 企業 動向 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 木材木製品製造業（経営者） | ・得意先から7～9月の受注量が上昇している。特にプレハブ関係の受注増の傾向が強くなっている。 |
| | 変わらない | 一般機械器具製造業（経理担当） | ・部材メーカーからの値上げ要請が加速しており、競合先の攻勢も強く、当面目が離せない状態である。 |
| | | 広告代理店（経営者） | ・新聞広告等マスメディアを中心に広告費が削減され、さらに紙代等原材料費、印刷費等仕入れ原価も値上げになる見込みで利益確保が厳しくなる。 |
| | やや悪くなる | 一般機械器具製造業（経理担当） | ・景況感の悪化傾向は変わらず、原材料の高騰等の懸念材料が増加している。大手ユーザーと弱小ユーザーの明暗が鮮明になってくる。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・原材料高騰のため採算が悪化する。 |
| | 建設業（経営者） | ・建設資材の値上がりで、今よりも環境は悪くなる。 | |
| | 輸送業（役員） | ・原油・原材料の値上げによる客の収益悪化により、ますますの物流合理化、運賃見直し要請が強くなる。 | |
| | 不動産業（経営者） | ・建築資材の値上がり、さらに客の激減という状況で日増しに厳しくなっている。 | |
| 公認会計士 | ・企業の経営者は、物価の上昇を売上に転嫁出来ない状況のなかで、設備投資、新規の採用を控えており、景気の悪化を非常に懸念している。 | | |
| 悪くなる | 輸送業（支店長） | ・原油高が続けば、地方の経済活動は更に停滞、低下する。 | |
| 雇用 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 学校〔大学〕（就職担当） | ・求人数の推移が順調であり、3～5月に伸びている点から見るとやや良くなる。 |
| | 変わらない | 求人情報誌製作会社（従業員） | ・前年の3～5月と今年の状況が似ているため、今後3か月も変わらない。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・求人や就職者数の増加要因は、パート勤務求人の増加で一時的なものと思われる。 |
| | やや悪くなる | 人材派遣会社（支店長） | ・企業の発注にかげりがあり、増員を見合わせる傾向が強まっている。 |
| 悪くなる | 新聞社〔求人広告〕（担当者） 職業安定所（職員） | ・ガソリン価格や食料品の値上がりが、ほとんどの分野に波及し、消費者マインドは冷え生活防衛期間に突入する。 ・4月分の新規求人は、前年度及び前月比で減少しており、この傾向はしばらく続く。 | |

10. 九州（地域別調査機関：（財）九州経済調査協会）

（-：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 | - | - |
| | やや良くなる | 高級レストラン（専務） | ・鹿児島は今年いっぱいNHK大河ドラマの効果で県外からの客が来るが、その後は大きな落ち込みを迎える。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | ・7月に北海道で洞爺湖サミットが行われるので、北海道旅行が敬遠され、九州に客の動きが向いている。そのため2～3カ月後は良くなる。 |
| | | 観光型ホテル（営業担当） | ・スポーツ、文化、宗教等、九州大会や全国大会の問い合わせや仮押さえがあり、来客数の増加に期待が持てる。 |
| | | 通信会社（業務担当） | ・6月から夏のキャンペーンが始まり、新商品と新サービスの相乗効果で需要が高まる。 |
| | 変わらない | 商店街（代表者） | ・ガソリンの値上げ、高齢者の医療制度の問題、物価の上昇、消費税増税といった不安から、客は持っている金を使わないように動いている。 |
| | | 商店街（代表者） | ・地方の消費者の購買における交通手段は車であり、今後、原油高、ガソリンの値上げにより購買意欲が低下する。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・客はガソリン等の物価の上昇から、経済環境の好転はみられないと考えているため、景気は良くならない。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・最近の景気の先行き不安の報道により、客の消費意欲が減退し、クレジットカードでの売上も勢いをなくしている。 |
| 百貨店（販売促進担当） | | ・リニューアル後、食品の動きは好調だが、特に婦人の衣料品の動きが悪いため、今後も現状のまま推移する。 | |

| 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 |
|-----------------|---|----------------------|---|
| | | 百貨店（企画） | ・限定商品や値ごろ感のある商品への消費はそれぞれ見込めるが、デイリーな消耗品に関しては買い控えや低価格志向が顕著である。総体的には原材料の高騰等のマスコミ報道の影響から、消費意欲は依然として低いままである。 |
| | | スーパー（総務担当） | ・現在、価格政策を打ち出している食品のみが何とか前年実績を達成しているが、衣料品、住居については前年実績を達成できるような好材料が何もない。今後も食料品中心の購買が続き、衣料品、住居の買い控えが続く。 |
| | | コンビニ（エリア担当・店長） | ・現在はタスポカード導入のおかげでコンビニでのたばこ販売が増え、客単価が上がっている。しかし、カードが普及した後は、たばこ購入者が増える要素も見当たらないので、この先はあまり変わらない。 |
| | | 衣料品専門店（店員） | ・近隣のショッピングセンターが増床し、誕生祭をしているので来客数は増えるが、店数が増えているので、結局は客の取り合いになり、売上は伸ばしにくい。 |
| | | 家電量販店（企画担当） | ・北京オリンピックでやや景気が良くなると思っていたが、消費に陰りがある。政治についても、高齢者の医療制度や年金問題等でやや沈滞ムードになっている。 |
| | | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括） | ・4月末、5月末と駆け込み給油があったが、ガソリンの小売価格は近年の最高値を更新している。客からは、ここまでガソリンが高価格で推移すると、今後は定額、定量の給油をせざるを得ないという様子がうかがえる。今後の販売量が心配である。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・洞爺湖サミットの影響で、客は6、7月の北海道旅行を敬遠気味である。海外は燃油サーチャージの再値上げの影響から、長距離路線を中心に受注が少ない。 |
| | | タクシー運転手 | ・現在大分市内はホテルの建設ラッシュで、先々に良い話題も多いが、2、3か月先はまだ今の状態が続き、売上も上がらない。 |
| | | 観光名所（職員） | ・物価の値上がりがかつてに家計に直接打撃を与えるので、決して良くなることはない。当社の売上も前年よりは上回っているが、ゴルフ場は微増程度である。 |
| | | ゴルフ場（従業員） | ・客単価は若干上向きになってきたが、原料高、原油高のコスト高の部分をどうやって客単価に結びつけていくか苦慮している。 |
| | | 理容室（経営者） | ・原油や生活必需品の高騰で金の振り分けが変わり、どうしても理容室への来店サイクルが長くなっている。売上が良くなることは期待できない。 |
| | | 美容室（店長） | ・開店30周年のキャンペーンをしたが、あまり来客数に変化がなかった。客は来店を控えている。この傾向が今後も続く。 |
| | | やや悪くなる | |
| 一般小売店〔茶〕（販売・事務） | ・これからの梅雨と夏の暑さに耐えていくのに、個人商店では限界を感じる。近郊の同業者と売上について意見を出し合うようになった。 | | |
| 百貨店（売場担当） | ・北京オリンピックが始まり客が家から出なくなるため、小売関連は、家電製品以外は買物の機会が減る。消費者の生活に関しては防衛意識がかなり進んでいる。穀物高や原油高、消費税増税の話も出ており、かなり財布のひもが固く、いらぬものは買わないという状況が続く。この秋には近隣に大型商業施設が1店舗できることもあり、今後もプラス要因はない。商店街の空き店舗が少し埋まってきているのが朗報であるが、根本的な消費動向は変わっていない。 | | |
| 百貨店（売場担当） | ・小麦やガソリンの値上げ、医療問題等が継続するため、婦人服の購入は後回しになってしまう。 | | |
| スーパー（経営者） | ・原油高でいろいろな商品の価格が高騰しており、消費の低迷がみられる。この傾向が今後も続く。 | | |
| スーパー（店長） | ・原材料の価格上昇による販売価格の変更で、客の購買意欲が減退している。今後ガソリン価格の値上げなどが続けば、この傾向にますます拍車がかかる。 | | |
| スーパー（店長） | ・今後ますますガソリンや食料品が値上がりするため、買上点数を増やすことは難しい。 | | |
| スーパー（店長） | ・いよいよ値上げが加速し出す。プライベートブランド、菓子、食品、古紙など生活必需品が軒並み10～20%は上がる。消費者はエネルギー不安、年金、金融問題等からライフライン出費の優先順位を見直し、消費防衛が一層強くなる。 | | |

| 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 |
|----|----------|---------------|---|
| | | スーパー（店長） | ・ガソリン価格の高騰、食品価格の引き上げなどで、生活必需品への価格に対する集客がますます高くなっている。一方で、企業側のコスト増から夏のボーナスは減少し、買い回り品の夏ギフト、あるいはボーナス商材が落ち込む。オリンピックの開催もあるため、買い回り品の売上は予測よりも落ちる。 |
| | | スーパー（総務担当） | ・原油高に伴う諸物価の値上げ、エネルギーコストの値上げで客の消費マインドがかなり冷え込むため、個人消費はかなり減少する。 |
| | | スーパー（企画担当） | ・原油高騰を端に発した石油製品の値上げを始め、それに連動した食品全般の値上げ攻勢が一段と大きく、消費動向は徐々に冷え込む。年末に次いで売上規模が大きい中元時期の売上に大きく影響を及ぼすことが懸念される。 |
| | | スーパー（経理担当） | ・ガソリン値上げや、保険制度の改正等により、可処分所得に占める食品の割合が減少する可能性がある。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・6月よりパンの再値上げを含め原材料の値上げが続くようなので、更に客の買い控えが続き、厳しい状況が続く。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・日々ガソリンや食料品が値上がりしたり、値段据置きで量を減らすというニュースが報じられている。そうなるとパソコンや大型テレビ等の耐久消費財の買い控えが今後も続く。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・家電に関しては、物価が上がっているなかで耐久消費財は我慢して使うという傾向に入っていくので、だんだんと悪くなる。 |
| | | 住関連専門店（経営者） | ・原油価格の上昇に歯止めが掛からず、ほとんどの商品の値上がりがある。特にガソリンの値上がりが消費の低迷、不況につながっている。 |
| | | 住関連専門店（店長） | ・これからもガソリンの価格が上がるので、客の買い控えの状況は続く。 |
| | | 都市型ホテル（副支配人） | ・向こう3か月は大きなイベントやコンベンションの予定がなく、物価高騰に対し単価抑制を続けるしかない。 |
| | | タクシー運転手 | ・ガソリンや食料品の値上げが影響し、良くなることはない。タクシーのような末端のサービス業はなかなか良くならない。 |
| | | 通信会社（総務担当） | ・客は消費を控える傾向があり、余分な支出はしたくないという印象がある。現状では、今後景気が良くなる要因が見当たらない。 |
| | | 競輪場（職員） | ・前年に比べ発売額は上回っているものの、来客数の減少が止まらず、今後の回復には期待できそうにない。 |
| | | 競馬場（職員） | ・来客数、客単価とも依然として微減傾向から脱することができていない。この傾向が今後も続く。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・これまで、土地を買い、建物を建て、リースするというビジネスが好調だったが、資材の高騰で、計画通りの利益が出ない。利回りが悪く、弱含みで伸びていない。建物を建てるという土木から建築の流れが悪くなっており、景気の上向きは期待できない。 |
| | 悪くなる | 商店街（代表者） | ・客は生活防衛に走っており、ファッション等には目が向いていない。良くなる要素がない。 |
| | | 一般小売店〔青果〕（店長） | ・ガソリンの高騰、高齢者の医療制度による客の買い控えがかなり感じられる。さらに宮崎では、青果物の入荷量が多いときは相場がかなり安くなり、状況的に厳しい。これから先もこの状況が続く。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・生活必需品のほか、ガソリン、電気代、ガス代、水道料と軒並み公共料金が値上げを控えている。そのなかで客の動向は現在、待ちの状況である。実際に値上げされると景気はもっと悪くなる。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・原材料の高騰による物価の上昇がじわりじわりと影響しているが、今後は加速度的に景気に反映される。当店では、値上げ前の駆け込み需要が増えている。客は今後の値上げを分かっている、客の「これ以上値段が上がるともう当分買物はできない」という声が増えている。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・3、4月に比べると客足はそこそこ商店街に向いている。しかし、ガソリン再値上げを含め生活関連各種商品の値上げがじわり浸透しており、客は必要最小限の物、量しか買わない傾向がますます強くなっている。 |
| | | 観光型ホテル（スタッフ） | ・依然として婚礼の前年割れが確実である。婚礼件数が減少すれば、関連して衣装・引出物・美容関係、宿泊・レストラン等に影響する。今後は悪くなる。 |

| 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 |
|------------|-------------|---|--|
| | | 都市型ホテル（総支配人） | ・今後モ市内に同業の新規出店情報があり、競争が激化するため、良くならない。 |
| | | 美容室（店長） | ・石油製品の値上がりでこの先も悪くなる。 |
| 企業動向 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | - | - |
| | 変わらない | 農林水産業（経営者） | ・6月は梅雨入りのため全体的に客の動きは鈍いが、7月以降はまたビール、焼鳥等の需要がかなり期待できる。ただ、ガソリン、食品等の生活に直結するものの大幅な値上げが消費者マインドに与える影響が心配である。 |
| | | 食料品製造業（経営者） | ・納入先の売上の季節変動をみると、以前のような集中型から、山がやや低くなり裾が広がりつつある。そのため、客単価はやや低調ながらも、受注件数が若干増加することが予測され、今後もそれ程変化はない。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（経営者） | ・商社も下請けも受注がほとんど切れている。この状況が今後も続く。 |
| | | 建設業（総務担当） | ・人員の一部リストラも実施したが、新規受注の減少がこのまま継続したら、会社の存続さえまならない。 |
| | | 輸送業（従業員） | ・今月からまたガソリンが値上がりになり、運送会社のなかには倒産を余儀なくされているところが出ている。メーカーがこの運賃を転嫁しないために、物流業者はかなり厳しい状況である。メーカーとしても、商品を作っても売れない状況が続いており、売る層にターゲットを絞ったり、アイデアで商品を開発していかないと、これから厳しい状況になり淘汰されていく。 |
| | | 金融業（調査担当） | ・当面現状が継続する。これまで生産や輸出をけん引してきた自動車や、米国景気の減速の影響を受け、伸び悩む懸念がある。 |
| | | 金融業（営業担当） | ・取引先の中小企業は、全般的に物価の上昇による固定費の増加や経費の圧迫がみられる。どこの経営者も設備投資を見合わせている。 |
| | | 新聞社（広告） | ・原価の値上がりに伴い、新聞発行のコストがかさむ。コストの上げ幅分を現在の出稿量でカバーできるとは言い難い。 |
| | やや悪くなる | 鉄鋼業（経営者） | ・エネルギー、原材料価格の上昇分を製品価格に転嫁せざるを得ず、全ての製品がこれまでにない価格レベルに到達しようとしている。このため、資金繰りの悪化、ディベロッパのマインドの変化により、建築物件の着工延期、取りやめ等による需要減少が懸念される。 |
| | | 金属製品製造業（企画担当） | ・鋼材を中心とした原材料価格の更なる値上げ要請が日増しに強くなってきている。運賃の値上げ要請もきており、受入れざるを得ない状況になりつつある。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | ・現状の見積もり案件、鉄鋼、原油の値上がりから判断すると良くなる要因がない。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・半導体関連、精密部品加工も含め、大手、中堅企業共に総体的な先行きの見通しは立っておらず、その日その日の受注活動を積み上げている。大手、中堅企業の見通しが立つまではなかなか当社の方に仕事の通知がなく、当社も日々の積み上げを行っている状況である。今後も非常に不透明ななかで製造していく状況が続く。 |
| 輸送業（従業員） | | ・荷動きの回復が見られないなか、暫定税率廃止の一時的恩恵はあったものの、その後原油価格の高騰が止まらず、厳しい状況である。いかにオイルショック時に比べ省エネが進んだとはいえ、荷主、同業者共にぎりぎりのところに来ている。 | |
| 不動産業 | | ・物件の空室増加や賃料の下落が起こるなか、様々なサービス品等の設備投資を行い、空室を埋める競争が起こっている。さらに、壁紙等の補修費の価格上昇から工事発注者や受注者への負担が増え、賃貸人の投資回収も厳しくなっている。 | |
| 不動産業（従業員） | | ・賃貸部門においてオフィスビルの空室の増加傾向が続いている。 | |
| 悪くなる | 食料品製造業（経営者） | ・ガソリン価格に加え、食品等の価格上昇の影響が表れてくる。 | |
| | 繊維工業（営業担当） | ・ガソリン等、すべての物価の上昇で、消費者の衣料品の購入は一番後回しになる。繊維は良くなることはない。 | |

| 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 |
|---------------|----------|---|--|
| | | 建設業（従業員） | ・建築確認申請の許可まで時間が掛かっているため、案件が減少している。見積案件も少なく、その上材料の高騰で経営を圧迫しているため、大変厳しい。一時的なものと思っていたが、景気は悪くなっている。 |
| | | 金融業（得意先担当） | ・直近でも取引先の倒産が相次いでおり、今後予断を許さないという取引先もかなりある。予想以上に景況感の悪化や景気の減速感が出ており、今後も予断を許さない状況である。 |
| | | 経営コンサルタント | ・食料品等を中心にかなり値上げされている。生産者はそれでいいのかもしれないが、事業者は厳しい状況に置かれており、利益が取れない状況が続いている。今後売上がかなり悪くなるという予測が立つので、ますます厳しさが増してくる。 |
| 雇用 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 人材派遣会社（社員） | ・臨時的ではあるが、夏商戦が活発になるので、短期の求人が出てくる。 |
| | 変わらない | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・短期間では景気は変わらない。オリンピック景気や、洞爺湖サミット景気も、求人市場への影響は少ない。 |
| | やや悪くなる | 職業安定所（職員） | ・地方有数の総合建設会社の倒産により、関連企業への影響が懸念される。また、資材価格の上昇が価格に転嫁しづらい等、経営の困難さを訴える企業が多い。景気に後退感がみられる。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・求人申込数が減少してきている。企業が新たな雇用を控えている。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・原油等原材料価格高騰の影響により収益が圧迫されている事業所が多いが、これまでは雇用面に影響があったという事例はそれほどなかった。企業努力によるものである。しかし、高騰がこれ以上続くとどうなるか分からないといった話をよく聞く。原油価格は更なる値上げが予定されていることから、雇用にも悪影響を及ぼす。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・最近では倒産の規模が若干小さかったが、4、5月は規模の大きな倒産が3件ほどあり、数十人が希望退職や事業所閉鎖で退職した。先々の流れが少し心配である。 |
| | | 民間職業紹介機関（職員） | ・今年に入り、景気の不安定要素が続き、中途採用のニーズが激減している。この影響は当面は続く。ただし、商社系はエネルギー、資源等の需要拡大により堅調ムードが続いている。 |
| | | 民間職業紹介機関（社員） | ・パート労働者の直接雇用化等、法改正に伴い企業の直接雇用化が進んでおり、大手企業では契約社員利用が進んでいる。また、派遣社員の後任は契約社員・新卒社員・直接雇用のパートという動きが進んでいる。中国やミャンマーでの災害復興やエネルギー、為替問題が企業の業績のかぎになり、夏以降のスポット的な人材需要のポイントになりそうである。 |
| | 悪くなる | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・月を追うごとに求人件数は減少局面に入っている。それに伴い当社の売上も前年を割ってきている。 |
| 職業安定所（職員） | | ・新規求人数、新規求職者数共に前年比で減少傾向にある。この傾向が今後も続く。 | |
| 民間職業紹介機関（支店長） | | ・第1四半期の前年比伸び率が年間の伸び率に大きく影響する。4、5月の2か月で見ると前年を下回っており、当分の間前年比増は期待薄である。 | |

11. 沖縄（地域別調査機関：（財）南西地域産業活性化センター）

（-：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 | - | - |
| | やや良くなる | コンビニ（エリア担当） | ・今後、たばこ自販機の撤去でたばこの売上増、付随して買上点数増による単価アップも見込める。たばこは利益率が低いため売上に比例した収益増とはならないが、それでもやや収益は上がる。 |
| | 変わらない | スーパー（経営者） | ・食品を中心とする、いわゆる生活必需品の値上がりは依然続いている。先行き不透明感はあるが、売上、来客数共に前年並みを維持していることから、このような状況が続く。 |
| コンビニ（経営者） | | ・社会全体で値上げした品物が多くなっているため、経済的に考えて警戒しているのが、買物も控えめである。 | |

| 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 | |
|--------|--------------|------------------|---|--|
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・前年と比較して来客数は増加しているが、単価、客単価が下降している。販売点数は増加している。全体としては景気に変化は無い。 | |
| | | 観光名所（職員） | ・8月に北京オリンピックが開催されること、また、原油高に伴う諸物価の高騰により国民の旅行環境は厳しくなる。それと同時に沖縄はこれから、台風の季節を迎えるが、台風の襲来が無ければ前年度並みの入域観光客数は維持できる。 | |
| | やや悪くなる | 一般小売店〔鞆・袋物〕（経営者） | ・最近、ショッピングセンターや商店街の店の両方共に、集客力が落ちている。 | |
| | | 百貨店（担当者） | ・原油高騰、高齢者の医療制度など、今後に対しての不透明感があり、客の生活防衛意識の高まりを強く感じる。主力の衣料に関しても売れ筋が少なく、夏物商材については生産調整の声も聞かれることから長期的な悪化が予測され、秋以降まで回復は見込めない。 | |
| | | 観光型ホテル（商品企画担当） | ・6月、7月共に現段階で予約が前年の集客状況を下回って推移している。 | |
| | 悪くなる | ゴルフ場（経営者） | ・これから夏場を迎えるに際して、前年より更に客単価が低くなる。 | |
| | | 商店街（代表者） | ・中心商店街には、観光客はある程度いるが、店も多くなっているため、客割れを起こしているため店の売上は落ちているとの話をよく聞く。今後も客単価は落ちていくので、厳しい状況が続く。 | |
| | | その他専門店〔楽器〕（経営者） | ・ガソリンの急騰や物価の上昇、北京オリンピックが開催されることなどから、観光客の集客も厳しい。 | |
| | 企業動向関連 | 良くなる | - | - |
| | | やや良くなる | 建設業（経営者） | ・モデルハウスの来場者数が増えてきており、引き合い件数も増加してきている。 |
| 変わらない | | 輸送業（営業担当） | ・今後も燃料高騰は続くと考え、荷主への補てん協力をお願いしていくが、荷主も仕入れ価格が上昇しているなかで、協力を頂ける状況ではない。 | |
| | | 会計事務所（所長） | ・いろいろな原料、資材関係のコストが高くなっている。これを販売単価にどのくらい転嫁できるかは非常に微妙な問題である。 | |
| やや悪くなる | | 輸送業（代表者） | ・公共工事の端境期にあるなか、鉄などの建築資材の急騰を中心とした燃料、材料の一段高による工事物件の低迷によって需要が落ち込む。 | |
| | | 広告代理店（営業担当） | ・サブプライムローン問題や原油の高騰からくる消費財値上げなどの社会現象を考えると、広告業界における主要な依頼主が販促活動を自粛する可能性がある。 | |
| 悪くなる | | コピーサービス業（代表者） | ・毎年度仕事の量が減ってきている。そのため、あまり期待できない。 | |
| 雇用関連 | | 良くなる | - | - |
| | | やや良くなる | 求人情報誌製作会社（営業担当） | ・ここ数年では、今の時点が求人活動の底のような感じを受ける。求人倍率も同じで、これから増える傾向が予測される。 |
| | | 変わらない | 人材派遣会社（経営者） | ・景気の足を引っ張るようなニュースが続いているため、企業は引き締め感がとても強い。具体的に派遣の売上・利益が落ちているわけではないが、今後の推移が楽観視できないため、様子見している状況である。 |
| | 学校〔大学〕（就職担当） | | ・全体的に様子見の気配がある。 | |
| | やや悪くなる | 職業安定所（職員） | ・平成19年度の管内の常用有効求人倍率が前年度より0.09ポイント下降、新規求人倍率が0.07ポイント下降しているなか、株安・円高、原油価格が更に高騰する等、経済環境が更に悪化する懸念がある。 | |
| | | 学校〔専門学校〕（就職担当） | ・大手企業の来期利益がマイナスとの報道を受け、一部の企業で既に採用枠を抑えているという情報もあり、今後の大幅な求人増加は見込めない。 | |
| | 悪くなる | - | - | |