

・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 やや良くなる	-	-
		百貨店（売場主任）	・3月に周年祭の全館催事が予定されている。春物中心の展開となることから、来客数の増加が期待され、売上も増加する。
		百貨店（販売促進担当）	・年末から来客数が微増で推移していることから、今後もこの傾向が続き、やや良くなる。
		衣料品専門店（店長）	・ここ1年の客の動きをみると、財布のひもは固いものの、必要な物がある時にはしっかりと買う傾向がうかがえるため、今後についてはやや良くなる。
		家電量販店（経営者）	・オリンピック需要、現行のエコポイント制度の3月末終了など、プラスになる要素があるため、今後についてはやや良くなる。
		通信会社（社員）	・毎年3～4月は新生活開始に連動して販売量が増えるため、インターネットを中心とした通信サービスも販売量が増える。また、地上デジタル放送への完全移行を来年に控えて、今後、多チャンネル放送が盛り返してくる。
		観光名所（役員）	・国内では、航空会社の夏場の増便の発表があり、また海外では、香港、台湾からのチャーター便の増加が企画されるなど、これまでになかった入込の増加につながる明るい話題が出てきている。
	変わらない	商店街（代表者）	・世の中がどう変わっていくかが予想できない現状において、必需品には最低限の支出があるものの、買い控え傾向は今後も続く。
		商店街（代表者）	・2～3か月後に郊外の大型ショッピングモールがオープンするため、客の流れが変わることになる。たとえ、買物客が増えたとしても、トレンドの動きがはっきりしないため、大きくは変わらない。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・最近では売上の動きにむらが出てきている。月初めに売上が増加したかと思うと、次の10日間では逆に減少したりする。1週間の動きをみても、週末の売上はある程度あるものの、平日が非常に厳しく、その落ち込みをカバーするまでには至っていない。依然として、消費者の財布のひもは固く、安値指向が非常に強いことから、今後も売上の増加は見込めず、現在の状態がしばらく続く。
		百貨店（売場主任）	・気温が低いことから、靴や防寒雑貨が好調なものの、アクセサリーなどが苦戦している。リビング用品も家庭用品は好調な一方で、寝具は苦戦している。必要度の高さと売れ方が異なっており、今後もこうした状況が続く。
		スーパー（店長）	・商品単価の低下傾向が今後も続く。来客数も大きく変わらないため、現在の状況がしばらく続く。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数は前年並みを維持しているが、客単価は前年を下回っている。正月も旅行に行かないで家で過ごす人が多かったように、全体的に節約志向がみられることから、今後も変わらないまま推移する。
		衣料品専門店（店長）	・客の様子や客との会話等から、今後2～3か月の間に景気が上向くことは見込めない。
家電量販店（店員）		・3月末にかけて、エコポイント制度の駆け込み需要が発生することが見込まれる	
家電量販店（地区統括部長）	・冬季オリンピックの開催などにより、テレビは引き続き好調に推移するが、それ以外の大物家電については、壊れないと新しい物を購入しない現在の傾向が続く。		
観光型ホテル（スタッフ）	・旅行商品は低価格化が進み、低単価商品の割合が高くなってきていることから、今後も変わらない。		
旅行代理店（従業員）	・関東のテーマパークは2月の先行受注も続伸している。海外旅行は円高効果に期待しているが、低価格化が進んでいる。これらのことから、今後については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
		旅行代理店（従業員）	・先行受注状況を見ると、国内旅行は2月が前年比85%、3月が前年比82%、海外旅行は2月が前年比86%、3月が前年比81%となっており、低迷続きの状態は変わっていない。
		旅行代理店（従業員）	・来客数が増加傾向にあるものの、客の低価格志向が強いことから、今後、どれくらい売上が伸びるかはまだ分からない。
		タクシー運転手	・1月は、例年より雪が多く降ったため、タクシーの売上は前年を10%上回っているが、夜の繁華街をみると、まさに不況の一言に尽きる本当に悪い状態にある。市内では20人に1人が生活保護を受けているという実態が明らかになり、今後も悪化傾向が続く。
		タクシー運転手	・天候に大きく作用される面はあるが、売上を前年と比較すると、以前ほどの落ち込みはなくなっていることから、今後も現在の状態が続く。
		美容室（経営者）	・不要不急の出費を控える意識が強くなっていることから、当分の間は現状維持の売上が続く。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・観光客の入込が回復傾向にないことから、今後も現在の状況が続く。
		住宅販売会社（経営者）	・新築の住宅着工件数は相変わらず悪いとみられるが、リフォームについては、住宅版エコポイント制度の効果で少しは改善することになる。
	やや悪くなる	スーパー（店長）	・入学・進学や転勤シーズンを迎えるが、客の財布のひもは相変わらず固く、関連商材についても節約志向が高まる。
		スーパー（店長）	・単価の低下傾向が更に強まっているため、今後については来客数を大幅に伸ばさないと前年実績を達成できない状況が続く、競争が激しくなる。
		スーパー（役員）	・特に今期は農家の所得が減少しているためか、農家人口の多い町村の店舗で客の来店頻度の低下が目立っている。また、最近では、質より安さのディスカウント業態が増加し、商品単価が更に低下しているため、来客数の減少している店舗は非常に苦しい状況にあり、今後についてはやや悪くなる。
		スーパー（役員）	・意識的に商品単価を下げた営業を行っているが、客も生活防衛上、ますます安い商品を求めているため、単価低下イコール売上減少という状況が今後もしばらく続く。
		コンビニ（エリア担当）	・正月明け以降、25日の給料日前後まで、客単価の低下や買上点数の減少という動きがみられた。所得減少の影響か、消費減退の傾向が強まっており、今後についてはやや悪くなる。周辺の製造業についても、一時的には回復している状況にあるが、今後の悪化が見込まれる。
		コンビニ（エリア担当）	・たばこやビールなど日々消費する商品の売上減少が続き、節約志向がより強まっている。販売量は前年より増加しているが、高単価商品の販売減少に歯止めがかかっていない。
		家電量販店（店長）	・エコポイント制度は3月以降も継続する方針であるが、対象商品が絞られ、買い得感が薄れるため、需要は前年を下回ることになる。
		乗用車販売店（従業員）	・今後、環境対応車などの補助金制度の効果が前年よりも薄れてくるため、厳しくなる。
高級レストラン（スタッフ）		・冬のイベント等で活気の出た地域もあるが、スキー場を始めとした多くの観光地が苦戦していることから、今後の景気が上向くとは考えられない。	
観光型ホテル（経営者）		・デフレ状況の改善が期待できないことに加えて、今後3か月の予約状況も改善していないため、今後についてはやや悪くなる。	
旅行代理店（従業員）		・年度末決算を前にして、企業では交通費や広告費、交際費などの経費削減が進み、法人需要がますます落ち込む。	
タクシー運転手		・来客数や電話注文の増える要因が思い当たらないため、今後についてはやや悪くなる。	
通信会社（企画担当）		・通信機器に関する客からの相談内容を見ると、コストダウンに関する案件が多く、ランニングコストに対する支出が抑制されつつあるため、今後についてはやや悪くなる。	
観光名所（職員）	・卒業旅行などで個人客の利用が増加する時期であるが、円高の影響や、国内経済の回復が期待できないことなどから、全体的な利用者の増加が見込めない。		
	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
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	建設業（経営者）	・公共工事については、ゼロ国債工事が発注されるため、受注できればマインド面でいくらか好転する。民間工事についても、雪解けとともに引き合いが増えてくる。ただし、量的には前年よりもかなり落ち込むため、競争環境は厳しい。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・1月は稼働日数が少なかったこともあり、過去最低の販売量となり、消耗資材ですら販売量が激減したが、これが底であり、今後については回復に向かう。
	変わらない	食料品製造業（役員）	・今後2～3か月で受注量の増加が見込める案件が乏しい。
		出版・印刷・同関連産業（役員）	・今のところ、良くなる要因が見込めないため、今後については変わらない。
		金属製品製造業（役員）	・依然として不況感が強く、今後も消費者の購買意欲が見込めない。また、納入先会社からの見積の引き合いも少ない。
		通信業（営業担当）	・政府の景気対策に対する消極性から景気が向上することは期待できないが、すでに底の状態が数か月継続していることから、更なる下押しも考えられず、底ばいの状態が続く。
		金融業（企画担当）	・景気対策の効果が徐々に薄れてくる。道内の基幹産業である建設業界も手持ち工事が少なくなる。雇用環境、所得環境も厳しくデフレ傾向も強まっている。ただし、生産活動が持ち直し基調にあることから、景気は横ばいで推移する。
		司法書士	・補正予算が成立したが、中小企業の業績回復にすぐ効果は出ないため、今後についても変わらない。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・今後の公共工事の縮小が明白であり、失業者が増えることが懸念される。
やや悪くなる	建設業（従業員）	・建材商社の営業マンによると、設計事務所の手持ち仕事量は、組織縮小も避けられないほど仕事量の少ない企業が多いことから、建設関連業界の見通しは暗い。	
	輸送業（支店長）	・前年の秋口はますますだった公共事業も息切れしてきている。更に、新政権において、今後の公共事業が先細りになることから、取扱量の減少が見込まれ、しばらく厳しい状況が続く。	
	その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・前政権時の補正予算による公共工事が一段落し、公共工事の発注量減少が見込まれるため、今後についてはやや悪くなる。	
悪くなる	その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	・新年度からの仕事量がどうなるか全く見えない。	
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	学校〔大学〕（就職担当）	・道内金融業界において、低迷する就職環境に配慮した、2011年大量採用の意向が示されたことから、大学新卒採用の流れに少なからずとも影響が生じる。すでに採用を見合わせることを表明した企業も複数あるが、今後の積極採用につながる事が期待できる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・依然として雇用に慎重な会社が多い。コールセンターなどの需要はあるものの、増員よりも現状維持を考えている企業が多い。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・地域にインパクトの大きい公共事業はないが、農林畜産業をベースにした2次加工などで前年並みの雇用が見込まれる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・道外からの業務請負の求人が少しずつ戻りつつあるなど、上向きになってきている業種がいくつか出ているが、小売業や個人向けサービス業は底ばいの状況であり、全体的にはまだまだ上向き気配が感じられない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・クライアントによると、募集広告で応募してくる人が固定しており、求職者層が硬直化している。不満があっても現在の職場にとどまる人が増え、求職者自体の流動性が低くなっていることから、今後については変わらないまま推移する。
		職業安定所（職員）	・12月の新規求人数は増加したが、微増にとどまっており、今後も求人的大幅増は見込めない。
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・サービス業全体が下降気味であり、持ち直す気配を感じられない。オリンピックやサッカーワールドカップが行われる年は家電メーカー等が活況になるのが普通であるが、今年はそうした動きもみられない。	

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
		職業安定所（職員）	・新規求職申込件数は前年から5.2%増加し、16か月連続で前年を上回った。また、月間有効求職者数は前年から9.7%増加し、16か月連続で前年を上回った。これらのことから、今後についてはやや悪くなる。
		職業安定所（職員）	・米国や中国での金融規制の動きに加えて、円高、経済対策の息切れなどにより景気回復が遅れる懸念があるため、雇用についても、今後やや悪くなるが見込まれる。
	悪くなる	-	-

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	百貨店（企画担当）	・売上のマイナス幅縮小や買上点数の回復傾向が続いており、気候の変化により個人消費が活動的になるため、景気回復に期待できる。
		百貨店（経営者）	・定価品の売上はまだまだ厳しいものの、催事や集客を狙った企画が顧客の来店につながる傾向がみられる。
		コンビニ（店長）	・客単価は低下しているものの、来客数に回復傾向がみられる。補正予算が成立したことで、周囲の建設業や印刷業の客に明るい雰囲気を感じられる。
		乗用車販売店（経営者）	・補助金が半年延長されたため、環境対応車の販売は引き続き好調に推移する。また、13年前に消費税の駆け込みで登録された自動車も、廃車買換えの補助対象となるため、一時的な盛り上がりにも期待できる。
		乗用車販売店（経営者）	・年間最大の需要期を迎えて、環境対応車への減税や補助金の効果が続くため、来客数、車検入庫数共に増加が期待できる。
		高級レストラン（支配人）	・来客数、客単価共に回復する傾向があり、今後の売上に期待できる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・駅ビルを含めた改装とリニューアルオープンを予定しており、来客数の増加が予想される。
	変わらない	商店街（代表者）	・空き店舗に出店した飲食店や県南からのアンテナショップでは、来客数、売上共に予想を上回る傾向が続いている。消費者の要望に合う商品を提供できれば、商店街の先行きにも期待できる。
		商店街（代表者）	・福袋、セール品、プレゼントなどに消費者が集中するなど、初売りでも節約志向が強まっており、価格の値下げやコスト削減で当分苦労が続く。
		一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）	・学校の新学期が始まり、例年並みの売上で推移するものの、先行きの不安は続く。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・景気の底の悪い状況は続いているものの、悪化のテンポは弱まっており、これが続けば景気回復も期待できる。しかし、売上は一部の余裕ある層に支えられており、政府の景気対策により再度悪化の可能性もある。
		百貨店（広報担当）	・景気対策の具体的な状況が見えてくるまで、当分状況に変化はみられない。
		百貨店（営業担当）	・商品の価値が価格に見合えば、消費者の購入動機につながる。消費者に対して魅力的な商品が提供できれば、売上の回復が期待できる。
		百貨店（経営者）	・政策による効果に期待するものの、企業の業績の落ち込みが大きく、景気全体の押し上げには至らない。
		百貨店（売場担当）	・消費者には百貨店の安心感よりも自分が納得する買物をする傾向が強まっており、入学式や卒業式向けフォーマルウェアの買い控えが続くことから、来客数、買上点数共に今後も低迷する。
		百貨店（経営者）	・景気に持ち直しの傾向はあるものの、小売業のデフレ状態が続いて、メーカーは価格中心の戦略に切替えているため、売上の低迷が続く。
		百貨店（販促担当）	・全国的な傾向として、消費者の低価格志向が続く。
		スーパー（経営者）	・しばらくは売上が好転する要因がみあたらない。
		スーパー（店長）	・厳しい状況は変わらず、今後も消費は低迷する。付加価値のある商品を用意しても、消費者は低価格品への支持が高いため、客単価の落ち込みは当分続く。
	スーパー（店長）	・消費者の低価格志向が強まる一方で、スーパーもチラシ特売品の値引きをしており、しばらく厳しい経営が続く。	

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
		スーパー（店長）	・外的要因に変化がなく、景気回復の兆しはみあたらない。
		スーパー（営業担当）	・寒波により光熱費などの家計支出が増加しており、消費者の節約志向により売上が低迷する。
		コンビニ（経営者）	・景気が良くなる兆しはみあたらない。
		コンビニ（経営者）	・雇用環境の悪化や所得の減少などで消費の回復は期待できず、このまま厳しい状況が続けば、当店の雇用も見直しが必要になる。
		コンビニ（エリア担当）	・一部製造業では生産が回復しているものの、店舗の周辺では3次産業の比率が高く、波及効果には時間がかかる。
		コンビニ（エリア担当）	・客単価の下落と来客数の前年割れが続いているものの、悪いながらも数か月前から横ばいの状態が続き、悪化の懸念は弱まっている。
		衣料品専門店（経営者）	・消費者を刺激するような春物の売れ筋商品はなく、売上の増加要因がみあたらない。
		衣料品専門店（経営者）	・新政権には期待するものの、地方の中心市街地は小売業を中心に空洞化しており、景気回復には程遠い。
		衣料品専門店（経営者）	・特に景気が回復する理由がないため、悪い状況は当分続く。
		衣料品専門店（店長）	・必要な物は買う消費者の意識が来客数増加に現れているものの、商品単価の下落傾向に歯止めがかからない。
		衣料品専門店（総務担当）	・デフレの傾向から消費者の低価格志向が強くなり、買上点数、客単価共に回復が見込めない。
		家電量販店（店長）	・家計所得が横ばいか右肩下りの状況であり、一旦冷え込んだ消費マインドは当分回復しない。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の販売台数が伸びる季節になるが、減税や補助金による販売促進で売上は折込済みであり、今後の更なる効果は期待できない。
		乗用車販売店（経営者）	・国の補助金が延長されたため、年度末の駆け込み需要は期待できない。
		乗用車販売店（従業員）	・決算時期を迎えて、来店数や見込み客が低迷しており、売上の回復は期待できない。
		住関連専門店（経営者）	・新入学や異動に伴う需要も低価格品で済ます傾向があり、売上の増加は期待できない。
		その他専門店〔呉服〕（経営者）	・個人所得が低迷しており、消費者の購買力は当分改善しない。
		その他専門店〔靴〕（経営者）	・明るい材料はみあたらず、政治的にも世の中が不安定である。
		その他専門店〔酒〕（営業担当）	・飲食店からの受注が減少し、店頭では低価格品に売上が集中するため、売上の低迷は少なくとも春先まで続く。先行きが不透明な状況であり、さらなる悪化も懸念される。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・景気の先行き不透明感と地元経済の低迷が続き、景気回復の兆しはみあたらない。消費マインドの冷え込みは深刻であり、得意先の与信状況がよくないため、今後も綱渡りの経営が続く。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・週末と平日とでガソリン価格に変動があり、適正な利益が確保できない厳しい経営が続いているため、先行きは不安である。
		スナック（経営者）	・年末年始の動向から、年度末の季節的な需要にもあまり期待できず、売上はしばらく低迷する。
		観光型ホテル（経営者）	・日帰り客は健闘しているものの、来客数は年々下降傾向が続いており、今後も売上は低迷する。
		都市型ホテル（スタッフ）	・円高、株安、デフレなどの景気の先行き不安による消費者の生活防衛意識は強く、企業の生き残りは厳しい。
		都市型ホテル（スタッフ）	・近隣の美術館で展示会が開催されることから、開催期間中はレストラン売上に期待できるものの、他部門では明るい話題がない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・経費削減や参加者数が予定を下回るなど、法人会合は受注件数が増加しても売上につながらない傾向は当分続く。
		旅行代理店（店長）	・節約志向の影響で、航空機を利用する国内旅行は売上が低迷しており、ファミリーや若年層にはネット予約が浸透していることから、今後も旅行代理店は厳しい経営が続く。
		タクシー運転手	・景気が良くなる傾向や材料はまだみあたらない。
		タクシー運転手	・乗客数の減少傾向は続き、具体的な対策が見つけれられないため、売上の回復は当分難しい。
		通信会社（営業担当）	・デフレ対策などの経済政策の効果には時間がかかる。
		通信会社（営業担当）	・好調な業種では一部消費に波及するものの、多くの消費者の財布のひもが固く、景気の低迷は続く。

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	
やや悪くなる		通信会社（営業担当）	・新幹線開業に期待は高まるものの、しばらくは景気回復の要因が見当たらない。	
		観光名所（職員）	・新しい企画への予約は期待を下回るものの、全体的な予約数は前年並みで推移している。	
		設計事務所（経営者）	・得意先ごとに業況は異なるものの、今後の受注量が変化する要因はみあたらない。	
		商店街（代表者）	・消費者の様子からは先行きへの不安が感じられ、今後も需要の減少が続く。	
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・政権交代後の経済不安が広がり、企業倒産や雇用環境の悪化が続くため、今後も売上は減少する。	
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・天候や消費者の買い控えなど、先行きは不透明であり、来客数、買上点数共に低迷する。	
		百貨店（売場主任）	・企画している物産催事に集客を期待するものの、セール品の更なる値下げを期待する消費者や目的買いの消費者が増えており、売上が悪化する。	
		スーパー（総務担当）	・補正予算が決まり、一部製造業では受注が回復しているものの、雇用の改善には時間がかかる。また、失業給付の期限切れに伴い、消費への悪影響が懸念される。	
		コンビニ（経営者）	・客単価の下落に加えて、来客数に頭打ちの傾向がみられる。特に朝の客層は財布のひもが固く、主力の米飯類も前年割れするなど、売上がプラスに転じる要因はみあたらない。	
		コンビニ（経営者）	・雇用環境の悪化から失業者が増加しており、来客数の前年割れは当分続く。	
		衣料品専門店（経営者）	・消費者は価格の引下げを待つ傾向が強く、正価での販売は難しくなるため、客単価は今後も下落する。	
		衣料品専門店（店長）	・フレッシュアズ商戦を迎えるものの、若年層の人口減もあり、来客数、客単価共に落ち込みが予想される。	
		衣料品専門店（店長）	・フレッシュアズ需要の時期になるものの、就職率が低下しており、売上への影響が懸念される。	
		家電量販店（店長）	・初売りなどの特別なことがないと、消費者の財布のひもは固くなり、売上は悪化する。	
		乗用車販売店（経営者）	・就職率と有効求人倍率の低迷や企業収益の悪化により、新規見込客や法人需要にも期待できない。さらに、消費者の慎重な買物が交渉期間を長期化しており、低価格車への販売台数の偏りも当分続く。	
		乗用車販売店（経営者）	・補助金の終了による新車販売台数の減少が懸念される。	
		住関連専門店（経営者）	・産業基盤のない地方都市は、景気回復につながる要素がみあたらない。解雇による人件費の圧縮や経費削減など、更なる経営改善に迫られている。	
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・原油価格の上昇に加え、春闘の賃上げが望めないことから、先行きへの不安感は強まる。	
		一般レストラン（支配人）	・景気の先行き不安が続くため、消費者は出控えなどで無駄な出費を抑える。	
		その他飲食〔弁当〕（スタッフ）	・高卒の就職内定率が低下しており、若年層を中心とした購買力の低下が懸念される。	
		観光型旅館（経営者）	・前年の夏以降、予約が例年を下回る傾向が続いており、回復は当分期待できない。	
		都市型ホテル（経営者）	・新年会などの宴会予約等はあるものの、宿泊部門や飲食部門では客単価、来客数共に落ち込んでおり、厳しい状況が続く。	
		旅行代理店（従業員）	・依然として景気の先行きは不透明であり、回復の要因はみあたらない。	
		遊園地（経営者）	・春休みなどで来客数の増加に期待するものの、個人消費が回復する材料は少ない。	
		美容室（経営者）	・補正予算が成立したものの経済への刺激は期待できず、健康保険料などの引上げ等支出増加の影響で、一段と消費者の生活防衛意識が強まる。	
		悪くなる	商店街（代表者）	・高額な商品やサービスに対する需要がなく、消費の落ち込みは当分続く。
			一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・先行きに悲観的な客が多く、今後も景気は悪化する。
一般小売店〔雑貨〕（企画担当）	・株価の低迷など先行き不安が広がっており、今後も個人消費は冷え込む。			
スーパー（経営者）	・消費者の可処分所得が減少しており、景気の先行きに見通しが立たないため、来客数、販売量、客単価共に今後も低迷する。			

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
		スーパー（経営者）	・補正予算などの公共事業発注には時間がかかるため、デフレスパイラルへの懸念が続き、地元の消費は悪化する。
		スーパー（店長）	・月を追うごとに来客数と1品単価が落ち込んでいるため、今後も売上は悪化する。
		スーパー（店長）	・近隣に大型流通店の出店計画があり、来客数の減少が予想される。
		高級レストラン（経営者）	・景気回復が見込めず、企業の新年度予算でも交際費の削減が予想されるため、売上は減少する。
		一般レストラン（経営者）	・飲食店の努力は限界を超えており、政府の景気対策がなければ3か月先の見通しも不安である。
		観光型旅館（経営者）	・例年に比べて、農家の女性グループの予約や旅行の問い合わせが激減している。
		タクシー運転手	・街中のマンションやオフィスビルでは、入居が決まらず、電気が点かない部屋が多くみられる。
		美容室（経営者）	・企業など景気全体の回復がみられても、当業界の景気回復には時間がかかる。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・景気対策や雇用対策の効果は不透明で、当分景気が良くなる気配は感じられない。
		住宅販売会社（従業員）	・三隣亡の年回りであり、信心深い当地域では節分以降の受注が望めない。造成地の建売による対策にもあまり期待はできない。
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）	・住宅着工数に改善の兆しがみられる。
		建設業（経営者）	・リフォームなどの工事受注が増えており、3か月先は明るい兆しがみられる。
		建設業（企画担当）	・半導体工場の建設工事が動き出し、見通しが明るいことから景気回復に期待できる。
		広告代理店（経営者）	・期末に向けた広告受注のほか、新幹線延伸に伴う新規案件の受注が見込まれる。
		広告代理店（経営者）	・東北新幹線延伸やデスティネーションキャンペーンの準備などによる受注が増加する。
		金属工業協同組合（職員）	・厳しいコストダウン要請で、収益には結び付いていないものの、半導体関連や医療機器関連の受注量が増加傾向にある。
		食料品製造業（経営者）	・景気の悪化により受注量の回復は期待できず、デフレに対応した販売価格の引下げもできないため、売上の見通しが立たない。
		食料品製造業（経営者）	・消費者の財布のひもは固く、イベント以外では買い控えの傾向が続く。
		食料品製造業（総務担当）	・消費者は、不要不急のし好品などは買い控える傾向が続く。
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・独自商品の自社開発などに取り組むものの、まだ景気が上向き要素がみあたらない。	
	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・取引先では広告宣伝費を削減しており、広告料の引下げ、紙質の見直し、チラシ折込の範囲縮小などで経費削減の傾向は今後も続く。	
	土石製品製造販売（従業員）	・早期退職制度の導入や給与減額などの厳しい企業経営は続き、当分景気回復といえる状態にはならない。	
	電気機械器具製造業（企画担当）	・景気の悪化も底の状態が続いており、企業の強みを活かすべく持ち直しに取り組んでいる。	
	建設業（従業員）	・公共投資の先行きは不透明であり、また民間の設備投資は冷え込みが続いているため、新規物件の引き合いは極めて少ない。	
	金融業（営業担当）	・景気変化する要因はみあたらない。	
	金融業（広報担当）	・地域全体の景況感が最低水準にあり、目に見える景気回復は考えにくい。取引先からのヒアリングでは、景気対策の息切れを心配する声も強い。	
	広告業協会（役員）	・広告業界では、従来のようにマス媒体での売上増加は期待できない。制作力の強化や独自コンテンツの開発に傾注し、広告会社の付加価値を提供していく。	
	経営コンサルタント	・消費マインドの回復には生活の安定が必要だが、政治が迷走しているため、景気回復には時間がかかる。	
	公認会計士	・公共事業の縮小や消費者の買い控えなどで明るい材料がなく、3か月程度でクライアントの状況は変わらない。	
コピーサービス業（経営者）	・官公庁、民間企業共に予算執行を控えている様子があり、新年度の予算削減が懸念される。		

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
		その他企業〔企画業〕 （経営者）	・住宅版エコポイントによる消費者の反応が見えないため、当分悪いままで変化がない。
		その他企業〔管理業〕 （従業員）	・業績の回復している企業もあるが、大規模なりストラの影響で再就職先が決まらない人が多いため、しばらく地域経済は厳しい状況が続く。
	やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・直売米の注文数が、今後も前年を下回って低調に推移する。
		一般機械器具製造業 （経理担当）	・円高の影響で自動車部品の輸出環境が悪化しており、環境対応車への減税や補助金が終了した後の反動減が懸念される。
		輸送業（経営者）	・景気の回復や荷主の物量増加も期待できないなか、燃料費の上昇や社会保険料の負担増など、先行きの不安が増すばかりである。
		通信業（営業担当）	・競合他社の営業攻勢のなかで、新規契約の獲得が困難な状況は続き、既存契約の継続も今後は予断を許さない。
悪くなる	その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・年末の売上が悪化した小売店では、買掛金の支払も厳しいほど体力を失っており、今後は廃業が増える懸念がある。	
	農林水産業（従業者）	・農家の収入が激減しており、農協では農家の売掛金返済を3月末まで無利子で猶予することを決めた。	
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）	・周囲の企業では事業縮小の話が多く聞かれ、先行きは不透明である。
		人材派遣会社（社員）	・景気の回復が進まないため、就業者人数と給与水準はしばらく低迷する。
		新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・支店経済の仙台圏では、景気改善につながる起爆剤がみあらず、当分厳しい状況が続く。
		職業安定所（職員）	・新規求人数の増加要因がみあらないため、当分景気は変わらない。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率の回復傾向に一服感があり、新規求人数に減少がみられるため、当分注意が必要である。
		職業安定所（職員）	・先行きが不透明なことから、企業は採用を控える傾向が続き、求人数の回復は期待できない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・厳しい雇用情勢は消費の悪化を進めており、企業の採用担当からは自らの業界への悲観的な見通しも感じられる。
		新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・大型流通店の撤退や総合病院の病床減など、今後も一段と求人数の低迷が懸念される。
		新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・停滞感が地域経済に暗い影をおとし、デフレにより企業収益は低迷するため、雇用情勢は予断できない状況が続く。
		新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・流通業では売上の前年割れで続いており、店舗閉鎖などによる雇用面でのマイナスの影響が懸念される。
職業安定所（職員）		・閉鎖や民事再生になるホテルがあり、従業員の解雇が予想されるため、一段と雇用環境は厳しくなる。	
職業安定所（職員）		・受注の低迷により、雇用調整助成金の新規利用が増加し、人員整理に追い込まれる事業所が発生している。また、百貨店の閉店や郊外大型流通店のテナント閉店など、小売業でも状況は悪くなっている。	
職業安定所（職員）		・政府の経済対策が打ち出されたものの、新卒採用後の補充求人は見込めないため、求人数はしばらく減少する。	
職業安定所（職員）		・雇用調整の新規実施に関する企業からの相談が引き続き多い。	
職業安定所（職員）		・新規求人数が減少傾向で推移している。さらに、雇用調整を実施する企業からの相談や実施企業数は引き続き多く、さらに百貨店閉鎖に伴う多数の退職者が見込まれる。	
悪くなる	職業安定所（職員）	・企業では先行きの見通しが立たないことから、雇用環境は不透明である。	
	人材派遣会社（社員）	・事業所の閉鎖は更なる需要の減少につながり、売上は悪くなる。	

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
		アウトソーシング企業 (社員)	・例年の年度末は数か月先まで予定が入るものの、現時点でも次年度の予定が入っていない。

3. 北関東（地域別調査機関：（株）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）	・7年に一度しかないこの地方独特の祭りの準備が始まっており、会合や練習など人が集まる機会が増えている。また、卒業、就職、バレンタインデー、ホワイトデーなどイベントがめじる押しなので、好機が沢山ありそうである。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・2月から新入生の学校指定服の販売が始まるので良くなると思うが、今までの注文状況からすると、昨年は2枚買っていたところが1枚に減っている印象である。
		一般小売店〔家電〕 （経営者）	・冬季オリンピックやサッカーワールドカップ等の大きな国際イベントに期待している。
		百貨店（販売促進担当）	・地方ではまだまだ前年比のパーセントは低くなっているが、首都圏ではやや持ち直して、以前のように、80～90%台、もっと細かく言うと93～95%くらいまで数字が上がっている。一番の底は脱したのではないかと推測され、2～3か月先は現状よりやや上向く。
		スーパー（店長）	・このまま客数が伸びてくれれば微増でも良くなる。
		コンビニ（経営者）	・年度が替わり、行事が今よりは多少でも増えれば、客単価が上がるのでやや景気が良くなる。
		衣料品専門店（統括）	・春に向け、客の動きは良くなっていく。当店で取扱商品は祭り用品なので、暖かくなると祭りの参加者が増え、客数、販売量が増えてくる。
		乗用車販売店（営業担当）	・エコカー減税の後押しのおかげで、2、3か月先の具体的な商談が出てきている。車の車種等も決まりつつあるので、台数確保に期待したい。
		一般レストラン（経営者）	・メニューの見直しを実施したため、例年より寒い日が多かったにもかかわらず、昨年並みの売上が維持できたことが多少明るい材料である。
		都市型ホテル（支配人）	・高速道路料金引下げ、北関東自動車道延伸による2～3月の梅祭り期間の観梅客に期待している。
		旅行代理店（支店長）	・パンフレットのはげに非常に手ごたえを感じる。成約に結び付かなくても、客が旅行に行こう、行きたいという動きが少しずつ出てきている。これから暖かくなる2～3か月先は良くなると期待している。
		テーマパーク（職員）	・新規展示物の設置等に伴う効果が予測される。
		その他サービス 〔フィットネスクラブ〕 （マネージャー）	・自動車工業中心の街なので、エコカーの駆け込み需要により企業に追い風がある。また、子ども手当による一時的なお金の流動が予想される。
		設計事務所（所長）	・意欲を持ちつつある客が出てきていることから、ここ数か月のうちに少しは持ち直すのではないかと思う。
	住宅販売会社（経営者）	・住宅版エコポイント制度の普及により、買い控えていた顧客が今を買いどきと考えて動きだしそうである。	
	変わらない	一般小売店〔精肉〕 （経営者）	・県内トップの企業で給料をカットする話が出ている。他の企業に順次波及してくるの不安な状態である。
		百貨店（営業担当）	・企業においては若干受注が持ち直し、受注が増えるなど多少持ち直し傾向にあると思うが、個人消費については相変わらず低迷が続いている。まだ毎月前年割れとなっており、これが急に上がるような要素は何一つない。
		百貨店（販売促進担当）	・入進学という行事を迎える最必要期に入っていくが、昨今の景気低迷により消費者の購買に対する慎重さはより一層強くなる。特にアパレルに関しては、たんす在庫で済ませようとする傾向が強く、買上にはなかなかつかない。
		スーパー（総務担当）	・各種工場が商圏内にあり、製造量も増えて来ているとの情報もあるが、収入増が即小売に結び付く家計状況にはない。
		スーパー（経営企画担当）	・消費者物価の下落と競争の激化は今後も続く。
コンビニ（経営者）		・とにかく静かで深夜に客が来ない。	
コンビニ（経営者）		・今月の景気は底に来ている。今後はそれ以下にはならないと思うので、変わらない。	
コンビニ（店長）		・ここ最近、汚れたお金や記念硬貨が大分入ってきているので、割合厳しいかと思うが、買い控えの様子は見られないので、特別大きく増えることも減ることもなく、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
		コンビニ（店長）	・周りのショッピングセンター等に客が吸収されてしまったせいか、客の動きはまるでなかったが、近ごろようやく来客数の減少は止まってきた。しかし単価は大幅に落ち込んでおり、これ以上悪化して欲しくないが、良い材料は何も見当たらない状況である。
		衣料品専門店（店長）	・客単価が低い夏物衣料は、数を売らないと売上が取れないが、今後ともこの不況が続けば、生活防衛のために客の買上点数が増加するとは考えられないため、厳しい。
		乗用車販売店（営業担当）	・決算期でもあり、補助金効果についても期待していたが、補助金延長の話がこのタイミングで出てしまい、客が買い急がなくなってしまった。
		乗用車販売店（販売担当）	・イベントのたびに集客数が少なくなっている。客は何軒か回ってきており、決める際も値引きを求められるので、非常に商談が難しい。また、補助金の延長について決まれば少しは変化があるかもしれないが、大きな流れは変わらない。
		住関連専門店（仕入担当）	・単価を下げずに買上点数を上げる策を早急に構築しなければならぬが、具体策が見えない状況である。
		住関連専門店（開発業務責任者）	・将来の生活への不安から消費の拡大は望めない状況である。
		一般レストラン（経営者）	・業界団体の新年会が続くうえ、春の観光シーズンになるので、順調な売上確保が出来る。
		観光型ホテル（営業担当）	・来客数が増えても客単価が減っているため、さらに営業努力が必要であるが、客室のリニューアルでもない限り急激な単価アップも不可能である。宿泊、飲食業もデフレスパイラル傾向であり、すぐに景気が上向くような状況ではない。
		旅行代理店（副支店長）	・この春先に受注できている旅行は少なく、個人の来客も非常に少ない。また、少しインフルエンザの影響も残ると思われる。この時期は個人旅行が動く時期で、団体旅行は減少するので、この先景気は変わらない。
		タクシー運転手	・報道では、景気は緩やかに回復基調とされているが、客の会話を聞くと、相変わらず良い話はない。
		通信会社（営業担当）	・店頭に来店し、簡単な見積りを依頼され作成する件数は多くなっているが、更なる低価格を希望するケースが多く、購買に結び付かない状況である。
		通信会社（営業担当）	・景気や天候等先行き不安が強く、金は貯めこむ傾向が強い。
		ゴルフ場（従業員）	・来場予約は昨年とほぼ同じである。
		競輪場（職員）	・他の競輪場の売上も前年度比で10%程度落ち込んでいる。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] （職員）	・特にゲーム機関係で、単価を下げた商品に対しては客のつきが良い。全体的に見てもデフレ傾向の反映なのか、財布のひもが固くなっており、単価が下がったところに客が来る。客の収入が増加する見通しが立っていないのだと思う。経済活動のスピードが速くなる傾向は見られないので、この状態がしばらく続く。
		その他サービス[清掃] （所長）	・給料等の減少傾向が今後も続くと思われるので、消費者は節約する傾向となり生活用品等の支出は抑えられる。
		その他サービス[立体 駐車場] （従業員）	・客の様子を見てみると、サービス時間内で上手に買物をし、出庫しているということがうかがえる。来客数は上向きに順調に伸びているが、総売上にそれが響いてこないため、また横ばいが続く。
		設計事務所（所長）	・来月は決算イベントを控えているので、なんとか集客できるようにいろいろ考えていきたい。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・給料の手取りが減っているため、余裕を持った金の使い方ができないと言う客が多い。
		一般小売店[家電] （経営者）	・卒業、新生活と人の動きも、商品の動きも見えてくる時期だが、その気配が感じられない。至って静かで、いつもならごった返している銀行の人の少なさからは明るい兆しが見えてこない。
		一般小売店[乳業] （経営者）	・消費者の閉そく感が続くなか、消費回復の芽が見えない。
		百貨店（総務担当）	・企業向けの景気対策が遅れている。日本の平均企業の利益が減少している中で、正社員やパートの減給がなされ、市場の金が動かないので、もっと悪くなる。
		百貨店（営業担当）	・店全体では下取りセールをして何とか盛り上げようと努力しており、市はプレミアム付き商品券の発行も行っているが、なかなかこのデフレ状況は厳しい。
		スーパー（経営者）	・購買行動に変化は見られない。

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
		スーパー（統括）	・以前のように給料日以降の売上高が増加することもなく、顧客の消費マインドは冷え切ったままであり、復活の兆しが見えてこない。
		家電量販店（店長）	・テレビ関係では冬季オリンピックの影響で、レコーダーが良い動きを見せるだろうが、他の商品は依然として厳しい状況下にある。
		乗用車販売店（販売担当）	・これからの時期、新卒者が車を買うという予測は立つが、新聞やラジオで就職がなかなか決まらないとも聞いているので、新車の販売につながらないと思われるし、中古車もそれほど出ない。景気ももっと良くなれば車も出るが、今は全体的に良くないので、ますます落ち込む。
		高級レストラン（店長）	・成人式以降、街の人出が極端に減少しており、中心街は閑散としている。客は必要な物以外買わず、外出自体を控えている様子がうかがえる。
		一般レストラン（経営者）	・いろいろな業種の方から、非常に悪い、良くなる兆しが全く見えない、という話が聞かれる。消費行動が鈍っているよりは無い状態で、経済は悪くなる一方である。
		スナック（経営者）	・良くなる感じは全く無い。落ちていくだけという印象である。
		都市型ホテル（経営者）	・地域競合店が単価をかなり下げてきているため、それに伴って当店も単価を下げており、デフレスパイラルに陥っている。今後3か月、厳しい状況が続く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・当地域においてはまだ景気は底である。しばらくこういう時期が続くと思うので、じっと我慢の時である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・昨年と比べて一向に伸びていない状況である。また、ネット関係は特に安価なプランを数多く出していかないと予約が取れない状況である。ポイントや客に対するメリットに対する競争が激しくなってくる状況が一番心配される。
		遊園地（職員）	・一般家庭の所得減少によるレジャー支出抑制の影響が大きく、消費マインドが冷え込んでいる。もうしばらくは消費単価の大幅な伸びは期待できない。
		ゴルフ場（業務担当）	・今月までは入場者を前年並みに大体確保したが、売上が昨年に届いていない。価格競争の面と客の景気に対する冷え込みの関係か、今月に入って予約関係の取り込みが前年並みまでいかず、不振が続いている。先行きはやや不透明である。
		ゴルフ場（支配人）	・プレー環境も寒さのため大変厳しくなり、客足が極端に落ちる月であるため、ローコスト運営を目指し、出勤調整を続けている。そして3、4月の訪問営業を実施している。
		美容室（経営者）	・デフレ傾向が続く中で、新設店舗が増加しているため、競争になり自然と売上も、固定客も減るといった状況である。これから先良くなる兆しが全く見えない状況に陥っている。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・最近車検にかかる値段によっては廃車を考える、と相談する客が大勢いる。数か所で見積を取り、一番安い所でやりたいと来社する客も多く、車両走行キロ10万キロ超えの車も普通になっている。
		設計事務所（所長）	・良くなってほしいと期待をしていたが、回りの状態は変わらないどころか悪くなるような雰囲気である。特に、個人住宅の着工意欲が感じられなくなっている。
		住宅販売会社（従業員）	・景気浮揚の期待感がしぼんでいる。政権交代後の経済政策の具体案が出されておらず、高額な消費はますます停滞する。
	悪くなる	商店街（代表者）	・家電のエコポイント付与や環境対応車の減税などの取扱い店で売上が上昇しているところもあるが、大半の店は売上が減少している。
		衣料品専門店（販売担当）	・2番底どころの話ではなく、それこそ底なし沼の様相を呈していると感じている。客は先行きが不安で不安で仕方ないので、持っている金は将来のために取っておかないといけないうので使えない、という状況である。店をやめることも視野に入れる必要があるくらい悪い。
		スナック（経営者）	・ともかく先行きが見えないような状態で、多少お金回りのある人ですら財布のひもを締めている。
		タクシー（経営者）	・昼も夜も動きが悪いので、この先も悪い。
		通信会社（経営者）	・まだ底とは思えない程の販売量の低迷が続く。銀行も貸し渋りや貸し剥がしを進めているのが現状で、支払延期もなかなか進めてもらえず、資金繰りさえできないこの状況では数か月先には更にひどい状態になる。

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		
		美容室（経営者）	・客の財布のひもは固く、それだけ生活は緊迫している。食費等はなかなか減らすことができないので美容等へしわ寄せが来ており、利益が出てこなくなっている。		
		住宅販売会社（従業員）	・受注残の減少はそのまま収益の低下につながり、極めて厳しい状況となる。		
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・この先3か月の受注量は前年比200%近く伸びている状況で、期間工等の人員の手当てで苦慮している。従業員の採用はしているが、今後不透明な部分もあるため、設備投資については依然として控えめにしている。		
		その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・納入先からのクチコミも大いに影響している。		
	やや良くなる	プラスチック製品製造業（経営者）	・自動車部品メーカーだが、最近はハイブリッド車や電気自動車関連の部品が増えてきており、少しは良くなる。		
		金属製品製造業（経営者）	・2月より少しだが仕事が増えそうであり、4月にはもっと仕事が出るという明るい見通しがついている。		
		一般機械器具製造業（経営者）	・取引先へ年始の挨拶に行った際に、ほぼすべての客先が前向きな話をしており、不透明感がある中でも良い雰囲気が出てきている。中国、東南アジア向けの動きが本格的になると予想し、増産へ向けて手を打ち始める会社も出てきている。		
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・情報化投資の引き合いが多くなってきた。まだまだ厳しい状況が続くと思われるが、少し変化が出てきている。		
		食料品製造業（営業統括）	・酒類販売法の規制緩和により、輸入の低価格ワインが幅広く出回っているため、国産ワインは苦戦を強いられており、今後も厳しい状況が考えられる。		
変わらない		窯業・土石製品製造業（経営者）	・新製品、新商品の試作等は大動きがあるが、地元経済の動向に一向に明るい兆しがうかがえず、全く予想ができない。		
		一般機械器具製造業（経営者）	・最盛期に比べて70%減で安定しているものの、いろいろと努力した結果、収支はプラスに転じてきている。現状維持で3月まで続く予定だが、4月以降の見通しが全く立っていない。		
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先の営業担当者によると、景気動向が悪く販売が伸びていないとのことである。		
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・1月は若干増えたが、2月以降は分からない状況で、2、3か月間は上がったたり下がったりで回復はない。		
		輸送業（営業担当）	・新入学、新入社等の新生活商品は、例年通りある程度の物量は確保できるが、低価格志向が強く、単価が低くなる。安価な商品は利幅が低いため、荷主等から運賃値下げ等の交渉があるので先行きに厳しい面がある。		
		金融業（総務担当）	・決算に向けて経費面で削減できることは見直して、出来る限り収益向上に向けて言われており、以前と同様に支出金額については厳しい状況が続く。		
		金融業（理事）	・取引先の各製造業種において、受注の回復スピードが鈍くなっている。		
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・旅行社の話では、広告を出しても単価の安い商品しか売れないそうで、春の企画商品も出足は鈍いとのことである。		
		経営コンサルタント	・業績不振企業の撤退、廃業に拍車がかかり、経営者と従業員の生活を維持することが重大な問題になる。経営革新などに取り組み、新事業に活路を見出しつつある企業も、先行きの景気見通しが不透明なため、思い切った戦略に踏み込めないでいる。		
		社会保険労務士	・賞与支給を見送った会社が多数あり、残業手当等給与も減っていて、今後給与が急に増える見込みもないため、しばらく厳しい状況が続く。		
		やや悪くなる		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・受注量がとにかく減ってきている中で、見積競争が繰り返されており、取れる品物もなかなかないという状況が今後もまだ続きそうである。
				化学工業（経営者）	・定期的に流れている商品に価格値引きの要求が出てきている。出荷量が減って、原価が上がってきている状況であるが、量の確保のため、対応せざるを得ない。
電気機械器具製造業（経営者）	・通年だと2、3月は年度末の特需が入るが、昨年から今年へかえって在庫調整という形で2、3月の受注量が相当押さえ込まれている。10～1月と比べて2月の受注量は半分くらいという会社が大幅増えているので、2～3月で動向を見て調整することが予測され、落ち込みが激しくなるのではないかと危惧している。				

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
		金融業（経営企画担当）	・観光地では景気回復の遅れから、売上高が3割近く減少しており、シーズンオフでの資金繰りの懸念が見られる。
		金融業（調査担当）	・製造業は輸出が下支えし、緩やかな受注の持ち直しが続くと思われるが、非製造業は所得環境の冷え込みから消費者の支出抑制が続く見通しである。そのため小売、サービス関連業、建設業では先行きをかなり慎重に見ている。
		不動産業（営業担当）	・近隣に新しいホテルができ、需要が増えていないところでの取り合いになるので宿泊部門は悪くなる。賃貸部門は、通常であれば入替えや新入居といった情報が入ってきたり、問い合わせも多くなる時期であるが、問い合わせは少ない状況で、今後悪くなる印象である。
		司法書士	・今後の仕事や、そのための準備が今のところあまり見えていないので、良いところまで行かないのではないかと考えている。
	悪くなる	食料品製造業（製造担当）	・具体的な解決策がないまま、周りの企業は売上、利益共に落ち込んでいる状況にあり、食料品も、消費者に価格で厳しくチェックされている。スーパーバイヤーからも競合店同様の価格への値下げ要求がなされ、末端価格を合わせる傾向があり、ほとんど粗利の取れない状況になりつつある。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・どこも価格競争で利益が出ない。動けば動くほど赤字になる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・2～4月にかけて、全く仕事の見通しが立っていない。あちこち営業に飛んでいるが、やはり新規に入りこむのは難しい状況が続いている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・公共工事が一段落し、新年度から新規工事の発注となるが、着工はまだ先である。また、民間の設備投資も非常に少なく、現在より一層厳しい状況になる。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・取引先店舗でも売上を維持するために割安感のあるK10の商品を置くところが多くなっており、K18の商品が後者に追いやられている。宝飾品としての価値ではなく、見栄えだけ良ければ良いと言った意見もあり、宝飾離れが進んでいる。
		建設業（総務担当）	・国、県の指導で建設業の新分野事業の講習会に参加しているが、具体的になるには時間がかかりそうである。何とか事業を存続させていかなければならない状況は変わらない。
広告代理店（営業担当）		・金が回っていない。小売や飲食のクライアントは、前年比、2けたマイナスということが珍しくない。	
雇用 関連	良くなる やや良くなる	-	-
		職業安定所（職員）	・製造業の中の半導体またはデバイス関係の受注が増加していると聞いているので、それらの受注が今後増加していくことがあれば、求人も増加するであろうから、やや良くなる。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・自動車関連の部品や電子関連の組立で動きが出てきたが、全般的にはまだまだ低い水準である。ガソリンの値上がり若干出てきており、運送業界等はかなり影響が続くと見込まれている。住宅関連についてはまだ不透明であるが、動きが出てきそうかなと半分期待を持っている。全般的にはまだ判断を許さない。回復はまだである。
		人材派遣会社（社員）	・取引先宿泊施設関係の集客、宿泊稼働率が5～10%下がっている。悪いところはもっと悪いようである。集客改善の見通しの材料がないので、2～3か月先も良くなる要素がない。当社は受注が若干あるため前年より売上有る。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・これから春先に向けて、正社員の募集も多くなる時期であるが、今の状況では、募集広告の大きな増加は難しい。
		職業安定所（職員）	・雇用保険受給で訪れる求職者には依然、解雇や人員整理による離職者が目立ち、今のところ大量の離職者発生はないものの、今後も同じような状況が続くと考えられる。
		職業安定所（職員）	・雇用調整助成金の計画件数は、前月同様となっている。全般的に休業人数、休業日は減少傾向であるが、新規助成金申込の企業相談が目立ち始めている。
		民間職業紹介機関（経営者）	・企業業績において、回復基調と低迷状態の格差が一層はつきりしてきた。メーカーにおいて、地域格差があるものの、部品の加工求人が中小零細企業において増加傾向にあり、物が動き始めた兆しも感じられる。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・本年度採用のなかったコンピュータ系の企業から次年度の採用枠について情報をもらい、来年度は少し景気が良くなるように感じるが、あくまで昨年、本年の未採用に対する欠員の補充という気がする。もう少し他職種からの求人が出てこないともまだ景気が上がるとは感じられない。

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
	やや悪くなる	人材派遣会社（管理担当）	・派遣の契約期間が短い。現状2～3か月の契約が一番多い。
	悪くなる		

4. 南関東（地域別調査機関：（株）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	-	-
	やや良くなる	商店街（代表者）	・生産工場などが若干良くなっているようである。それでも3年前あたりから比べると80%くらいの生産量のようだが、その余波で気候と共に良くなっていく。
		一般小売店〔家電〕 （経理担当）	・エコポイント制度の延長も決まったが、同じ条件とは限らないので、イベントを盛り沢山にして販売訴求するつもりである。
		百貨店（企画担当）	・輸出型企業の業績や株式市場等に回復感が感じられ、これが徐々に身の回りに及ぶので、やや良くなる。
		百貨店（広報担当）	・前年、最も落ち込みが激しかった1、2月がベースとなるため、前年に比べると数字が幾分上向いて見える。ひところ半減していた、外国人顧客の増加もプラス与件となりそうである。
		コンビニ（商品開発担当）	・徐々にではあるが、販売量の動きが活発になってきている。
		家電量販店（店長）	・エコポイント制度の効果で、客単価、来客数の増加、ついで買いが予想される。
		家電量販店（副店長）	・オリンピック、ワールドカップ等の国際大会の放映に伴い、テレビの販売台数は、今以上に伸びる可能性はある。昨年5月からのエコポイント制度開始前に伴う買い控えが大きかったため、前年と比較した場合にもプラスが見込める。
		家電量販店（営業統括）	・住宅の着工件数が伸びていないことと、大学も自宅から通学できるエリアをできるだけ選択しているとのニュースがあるので、新生活関連消費の伸びが限定的になる可能性がある。このようなか、1件でも多く、取りこぼすことが無いように、現場の販売員への教育を強化し、客に満足してもらえる接客対応ができるように万全を期す。
		乗用車販売店（販売担当）	・正月になってから来客数が増えており、エコカー減税・購入補助金の影響で買換えも増えてきているので、やや良くなる。
		乗用車販売店（店長）	・エコカー購入補助金の6か月延長も決まり、減税効果もまだある。ただし、新車効果が無いので微増になる見込みであるが、決算期を迎えるので、販売に期待ができる。
		一般レストラン（経営者）	・今月が史上最低だったので今よりは良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・昨年に比べて上半期の客の動きが活発で、旅行シーズンの4～6月に仕事が増えている。
		パチンコ店（経営者）	・今年の正月は正月らしくはなかったのだが、3～4月は当業界では客の好むような面白い新しい機種等が出るので、良い時期である。
		その他レジャー施設 〔スポーツ施設〕（支配人）	・昨年から落ち込んでいた宴会の件数、人数、単価のすべてが、上向きに推移している。レストラン利用の消費単価も上がっているため、やや良くなる。
		その他レジャー施設 〔アミューズメント〕 （店長）	・母体ショッピングセンターのテナント入替えが多く発生しているが、新たなテナントの開業が決まっており、さらに母体客数が増える可能性が高い。また、併設する映画の話題作の公開もまだ続くこともあって、当店にも好影響が期待される。ただし、他施設ではまだ前年比で苦戦している店舗も多く、母体ショッピングセンターの集客力で大きな差が出ており、客による取捨選択は依然厳しい状況でもある。
		その他サービス〔語学 学校〕（総務担当）	・インターネットの広告を取り入れることになっているため、やや良くなる。
	設計事務所（所長）	・良くなる要素は見当たらないが、営業方針と動きを変えたので、その結果が出てくる。	
	住宅販売会社（従業員）	・3月決算対策で、販売供給増や大幅な値引き販売などにより販売増が期待でき、景気はやや良くなる。また、変わらず低金利であり、現在好調の低価格の供給物件がますます増え、販売増につながる。	

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	商店街（代表者）	・景気が上向いていると言うには、あまりにも弱々しい気配である。ただし、消費者のマインドが全国的に上がってくれば、当地においても回復基調が力強くなる要素がいくつかみられる。
		一般小売店〔衣料・雑貨〕（経営者）	・デフレの影響で客の買い控えが進む。春に向かって値ごろ商品、あるいは付加価値商品と組み合わせるなどの工夫が必要である。今後も厳しさは続く。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・好天が続き、暖冬のせいもあるのか、灯油の売行きも今一つである。暖かくなるにつれ、ますます需要は減る。
		一般小売店〔米穀〕（経営者）	・商店街を取り巻く状況が、補正予算などの良い影響を受けるまでには時間がかかりそうである。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・買い控えが進行する。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・月別の売上の上下はあるが、1月なら1月、2月なら2月、3月なら3月の売上を維持しているの、悪くはない。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・客の様子をみると、まだ良くなるような気配は無い。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・月末に当社のセールがあるが、不況の時には安い時に買いたいということで客が集中する。客からはセール時期についての問い合わせが多数来ている。セールの安い時に来客数が多くて販売量があっても、客単価が下がってしまうので、利益は少ない。これはここ数か月ずっと表れている顕著な状況である。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・売上高を前年同月と比べると、ここ数月はマイナス続きで、今後も売上増加の要因は無さそうである。客のお茶に対する購買意欲は、安くても飲めれば良いという気持ちであり、今後は単価を下げると言う客もいる。
		百貨店（売場主任）	・まだまだデフレ傾向であり、ファストファッションへの関心が続いており、春物の関心は価格の安さに向くと予想される。
		百貨店（総務担当）	・高級品の売上は依然低迷しているが、前年比での売上の落ち込みは多少改善されつつある。しかし、その傾向がはっきりしたものとはまだ言えない。
		百貨店（総務担当）	・ファストファッションやアウトレットなどが業容を拡大しているなかで、百貨店は今後もかなり厳しい状況となる。高額品離れということもあって、景気は当面、この状況が続く。
		百貨店（営業担当）	・根本的には変化はない。たとえ消費に目が向いても1点の単価が下がっているため、相当数の来店がなければ前年売上は当分見込めない状態である。価格を戻し、将来不安がなくなるまでは厳しい。
		百貨店（営業担当）	・同業他社を含め、数少ない顧客の奪い合いで、価格競争も加わっている状況は今後もしばらく続く。特に中小の小売店にとっては体力勝負となっていく。雇用環境が改善され、デフレ感が払しょくされない限り、この傾向は続く。
		百貨店（営業担当）	・食品関連は堅調に推移しているが、クリアランスセールも不振に終わり、個人消費の回復はまだ先という感が強い。
		百貨店（販売促進担当）	・回復するようなきっかけがみえない。
		百貨店（販売促進担当）	・漫然とセール商材を売っている売場は不振、付加価値をつけた商品は好調、という傾向から、仕込みをしっかりと行えば顧客の琴線に触れ、そういう商材に投資したいと思う顧客心理がうかがえる。人員不足の中、どこまで手間をかけて仕込めるかにかかっている。
		百貨店（業務担当）	・現状では来客数も減少傾向にあり、一方で、単価のダウンも継続している。そうした中で、なかなか前年並みの売上が取れないのが百貨店業界の傾向であり、この3か月の間にこの傾向が変わるといことは考えづらい。
		百貨店（営業企画担当）	・百貨店における食料品以外のカテゴリーでは、まだ消費者の購買意欲の回復は見込めない。
		百貨店（営業企画担当）	・客単価の低下はしばらく継続し、売上の回復はまだ先になりそうである。
		百貨店（販売管理担当）	・販売量が前年を超える傾向は続くとしても、春物の作り込みで既に低単価を意識した商品を投入する予定であり、定価品としての単価ダウンは続く。
		スーパー（統括）	・リニューアル効果で来客数の前年超えは続いているが、先行き不透明感が変わらず、このままの推移である。

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
		スーパー（経営者）	・ここ2～3か月は同じような状況が続く。その先は少し良くなる期待を持っているものの、基調は良くない状況が続く。当業界は景気によってそれほどの落ち込みはないが、競合店が近くにできたときには非常に大きな影響を受ける。
		スーパー（店長）	・景気対策が見えてこないため先行きが不透明である上に、消費者の財布のひもは固く、売上確保には苦しめられそうな気配である。競合各社も低価格路線を変更するとは考えられず、粗利の部分に関しても縮小傾向で、かなり厳しい状況に変わりはない。
		スーパー（統括）	・客は、広告初日に入った目玉商品、卵、しょう油という価格訴求商品については反応するが、そうした物だけを買ってすぐにレジに並んでしまうことが非常に多く、プラスチックで買物をしている様子はほとんどみられない。
		スーパー（仕入担当）	・単価は低いほうへシフトしてきており、なかなか売上を確保できない。顧客が望んでいる商品の的を外すと大きく落ち込んでしまう。
		スーパー（仕入担当）	・量販店中心にディスカウントショップも巻き込みながら、低価格志向が続いている。客が価格を比較しながら買い回りをしていく状況は今後も続く。
		コンビニ（経営者）	・今年の花粉の飛び具合は昨年の半分くらいということで、これから段々暖かくなってくると客の動きが活発になってきて、多くの客に来店してもらえるようになる。たばこに関しても、値上げの時期に買い控え、買い置き等の動きがあるかもしれない。商品開発、セールにおいても、今後も積極的に売っていくことを本部のほうでも考えていく。
		コンビニ（経営者）	・陽気が良くなること、及び、緊急経済対策等で若干良くなるかとは思いますが、予断を許さない。
		コンビニ（エリア担当）	・2月の期末に向け競争店の閉店もあるが、逆に競争店の出店が多数みられ、更に競争関係が厳しくなる。また、タスポの反動から1年に近付き、安定も想定される。
		コンビニ（商品開発担当）	・可処分所得等が増える要素がみられない状況下で、消費が上向くとは容易に考えにくい。
		衣料品専門店（店長）	・数か月で客の消費マインドが大幅に変わるとは考えにくい。
		衣料品専門店（営業担当）	・2月は冬から春にかけての切替えの季節だが、例年苦戦をしている。しかし、新鮮なデザインや素材感、手ごろな価格で提案をしていきたい。
		家電量販店（統括）	・政府の緊急経済対策の継続による効果が期待できるが、5月中旬以降は慎重にならざるを得ない。
		乗用車販売店（営業担当）	・エコカー購入補助金制度が延長されることにより、購入は3月の決算を待ってからにしようという動きがみられる。
		乗用車販売店（渉外担当）	・デフレ現象が続いており、どの業種も一般的に価格面で過当競争である。企業の体力、雇用、賃金等、結果的に負の連鎖に陥っている。
		乗用車販売店（総務担当）	・エコカー購入補助金制度の延長決定により、増販につながると良いが、全体的な景気回復がなければ、車購入まではいかない。むしろ、一家に2、3台所有していた車を1台に減らす傾向にあり、購買意欲を増すような新型車の投入が必要である。
		乗用車販売店（販売担当）	・普通トラックの平成21年の販売台数は、4万台を切るような状況であり、これは昭和30年代、50年前くらいの状況である。現状は環境対応車購入補助金があっても若干の需要が出ているが、財源が枯渇してしまえばまた景気が悪くなる。消費者の動向や物価の状況をみていかないと、今後の景気は底割れする。
		その他専門店〔雑貨〕（従業員）	・バレンタインデーがあるので、その月だけは少し上がるが、全体的に景気の悪さは回復しない。
		その他専門店〔服飾雑貨〕（統括）	・週末を中心に、来客の勢いに変化がなく、買上率等にも変化がみられない。
		その他小売〔ゲーム〕（統括）	・卒業、進学で購入意欲が活発化する時期である。しかし、ソフトがどのくらい市場に受け入れられるのが全く予想がつかない。このようなことはかつてなかったことである。
		高級レストラン（支配人）	・当社を利用する製薬関係など、一部の企業は比較的好調な所もあるが、企業にとって円高、デフレなど不安要因が多く、全体的な景気回復はかなり先になる。
		一般レストラン（経営者）	・景気低迷が続くなか、外食がぜいたくであるという感じと、外食でしか味わえないという思いが混在している。

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
		一般レストラン（店長）	・30年来の常連もいるが、来店回数が非常に少なくなっている。新規の客も来ない状況が続いているので、2～3か月先も伸びることはない。
		スナック（経営者）	・毎年2月は期待できないが、2月の後半から3月にかけて花見や送別会等の団体が来ることを期待している。また、暖かくなれば期待できるが、寒い日が続くので心配である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・先の宴会予約状況を見ると、法人予約人数が前年に3%追い付いていない。婚礼は、販促の手をいろいろ打ったので、前年比で人数は15%増となっているが、料金プランを下げていっているので、人数ほどに売上は上がらない見込みである。レストランは、春の歓送迎会を中心に、前年より予約人数を1割多く取り込んでいる。宿泊もネットに限定プランと称して割安感のある料金を出すとすぐに反応があるので、先の予約状況は前年比で弱い状況であるが、ビジネスマンの動きは戻りつつある。
		旅行代理店（従業員）	・問い合わせの電話件数が少ない。また、団体旅行の見積提出をしても成約に結び付いていない。既に4月以降の問い合わせ期間のため、今後2～3か月はあまり期待できない。
		タクシー運転手	・タクシー適正化・活性化法施行後、各社保有車両削減に取り組んでいるようだが、減車が目に見えてくるのは大分先になりそうである。不況と同時にタクシー界の景気は悪いまま移行する。
		タクシー（団体役員）	・各企業が年度末に入り、人事異動もあると思うが、ここ数か月、契約顧客からの無線オーダーが極端に減っており、交通費の節約傾向が見える。景気の先行きが分からないので、まだまだ厳しい状況が続く。
		通信会社（経営者）	・明るい話題がなく、景気浮揚のきっかけがつかめず、このまま推移する。
		通信会社（営業担当）	・テレビの買換え需要がまだ盛んであり、一進一退を繰り返す。
		通信会社（営業担当）	・他社乗換えによる解約増が、転入による加入増を上回りそうな見込みである。
		ゴルフ場（支配人）	・2、3月の来客の予約表の埋まり方がここ2年間と変わらない。
		その他レジャー施設（経営企画担当）	・ニーズにあったイベント等の企画があれば客は集まるが、依然として消費者の財布のひもは固く、収益的には厳しい状況が続く。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・3月からの入塾の問い合わせが昨年以上にある。一方、授業料が払えず、塾をやめるといふ生徒も昨年に比べて少し多くなっている。
		設計事務所（職員）	・良い悪い、どちらの要素も見当たらず、低迷したままの状況が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・展示場への来場者数は場所によってはばらつきが大きいですが、全体としては昨年並みである。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅版エコポイント制度の効果が出るかどうかで受注が変わってくる。年度末での完成物件数は前年並みの見込みであり、景気そのものは良くなる見込みはない。
		住宅販売会社（従業員）	・本格的な景気回復が始まらないと、住宅取得への意欲は弱いままである。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・住宅等の波及効果の大きい商品はまだ売れていない状況であり、景気が上向きになるには時間がかかる。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・年間に何回か売出しや展示会をやっているが、客を勧誘した場合に、できるだけ買いたくないという反応の客が増えてきている。また、結論や成約までいかないことが多い。客はお金を出すということに対して消極的になっている。
		商店街（代表者）	・予算の見直し、更なるコストの見直しを考えている客が多くなっている。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・来客数も減っており、購買意欲が無いように感じている。エコポイント制度の効果は多少はあるが、そのために景気が良くなるとは考えられない。
		百貨店（広報担当）	・政局が安定せず、決定的な景気対策が打てない。そのため、世間の心情的にも生活防衛的な買物傾向が続き、景気浮上のきっかけが見当たらない。
		百貨店（店長）	・雇用対策や景気対策が全く見えず、先行きは不透明であり、特にデフレに拍車がかかって来ている。
		コンビニ（経営者）	・1月の落ち込みがあまりにも激しいので、すぐには改善されない。

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
		コンビニ（経営者）	・デフレがどこまで続くのか見当が付かない。まだまだ下がる。
		コンビニ（店長）	・恵方巻、また酒の売上等、内食、内飲みの影響が、前年水準はクリアしたが、全体の売上を押し上げるまでには至っていない。
		衣料品専門店（経営者）	・衣料品、特に婦人の1品単価の下落が続き、枚数は前年の水準に達しても、売上が届かない状況はまだ続く。
		衣料品専門店（営業担当）	・不況のため、消費がやや不安定である。
		家電量販店（経営者）	・年が明けて、消費の動きが厳しくなっている。購入単価も下がり、購入決定までより時間がかかる傾向になっている。
		乗用車販売店（経営者）	・整備は順調に入っているが、販売があまり芳しくない。これは、3月で期限となる予定であったエコカー購入補助金制度が9月まで延びたということで駆け込みの登録が無くなってしまったことと、将来が不安で購入をためらっている客が多いためである。
		住関連専門店（統括）	・現段階では景気が良くなる要素はなく、まだ冷え込みが続く。景気も横ばいかもう少し悪くなる。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・客の財布のひもが緩まず、簡単には推奨品も売れなくなっている。客のニーズが細かく深くなっている気がするので、それにあわせて接客方法を変えていく必要がある。
		都市型ホテル（支配人）	・先々の受注売上も前年比で落ちている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・4月の披露宴の取込件数が前年比でかなり厳しい状態になっている。5月以降も数字が伸びておらず、厳しいままの推移となる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・婚礼見込み客の来館率が落ちているため、やや悪くなる。
		旅行代理店（従業員）	・重要なビジネスパートナーである航空業界が厳しい状況にあり、しばらくの間は共に収益を上げていく関係を作りにくくなっている。成田、羽田の拡張による便数の増加もあるが、機材のダウンサイジングで相殺され、総座席供給量では大きく増えるとは考えづらい。
		タクシー運転手	・これから先の不安が大きすぎるため、無駄遣いできない、している場合ではないという気持ちが大きく、客は減る一方である。
		タクシー運転手	・利用客の減少はまだ続き、客の公共交通機関への流れがより一層多くなる。夜の飲食店の客が少なくなっていく傾向も続く。
		通信会社（営業担当）	・地上デジタル放送化に伴うアナログ契約の解約が年度末にかけて引き続き予定されており、加入純増の大幅な改善は見込みにくい。
		通信会社（支店長）	・ユーザーが価格に敏感になっており、高価格機種種の値下げを待つ傾向が強くなっている。それと共に、新機種種の発売で飛び付くユーザーが少なくなっている。
		通信会社（営業担当）	・できる限り出費を抑える傾向が強くなり、売上目標を達成していくのは極めて難しい。
		通信会社（営業担当）	・助成金による地上デジタル放送対応やエコポイント制度でのテレビ購入など、いずれ必要な物は買得感があれば売れているが、基本的には消費マインドは冷え込んでいる。
		観光名所（職員）	・閑散期となるため、また、不景気ということもあって、旅客数の動きが非常に少なくなる。
		遊園地（職員）	・暫定税率の税率水準が維持されることや、現行の高速道路料金引下げの制度が打ち切りとなるなど、レジャーにはマイナス要素が多い。消費マインドの冷え込みから、来園者の支出抑制傾向はまだ続く。
		その他レジャー施設〔ホール〕（支配人）	・近くの大型ショッピングセンターに押されたのも要因だが、近隣でマンション等が増えているにもかかわらず、5年間当ビルにあった中堅のスーパーが、売上がかなり落ちたようで、今月早々閉店となった。飲食店も若干客足が落ちている。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・単価を下げている割には生徒数の変化が見られず、景気は当分戻ってこない。

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
		設計事務所（所長）	・案件が少ないなか、低価格競争が激しくなっており、非常に厳しい。とりあえず仕事を取ろうということで非常に無理をしている。これから先、仕事が沢山出てこないことにはますますこういう状況になっていく。
		設計事務所（所長）	・現在の連鎖傾向のなかでは、とても明るい兆しは見えない。
		住宅販売会社（従業員）	・今月は例年よりも早く1月から売れているが、従来は売れ始めるのはもっと後からである。今月が良かっただけに、先行きは若干悪くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・1月は3連休があったにもかかわらず、全体的には来客数が減少しており、今後かなり厳しい状況になる。住宅版エコポイント制度も、あまりプラスアルファの効果は期待できない。
	悪くなる	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・1月中旬から後半にかけて客数の落ち込み、特に自家消費する商品の落ち込みがかなり激しいものがあり、客の節約志向が顕著に出ている。2月は特に大きな行事等がないため、売上の見込みが取れず、あまり期待できない。
		一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・給料が上がらなければ消費は冷え込む。競合店が多すぎる。
		一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・客の心理が非常に落ち込んでいる。実際に所得も減っているのだろうが、それ以上にマスコミなどのデフレ報道に、少し我慢すれば良くなるというような話はなく、マイナスの悪いことばかりであるため、暗い雰囲気になっている。この先も悪くなっていくのではないかと心配している。
		スーパー（店長）	・月を追うごとに数字が悪くなっている。先行きは来月、再来月共に悪くなり、負の連鎖が続いて今よりも悪くなる。
		コンビニ（経営者）	・低価格志向はますます加速し、売上減少に歯止めがかからなくなってきている。全く展望が開けない。
		衣料品専門店（経営者）	・久々に来店した客が、洋服は欲しいが見れば欲しくなるのでできるだけ出かせないようにし、安い物で間に合わせていると話している。かなり引き締めていることが考えられ、しばらくはこのような状態が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・消費者は、政治や経済の状況をみて必要最低限のものしか買わない傾向にある。全く売上が伸びる要素が見当たらない。
		衣料品専門店（経営者）	・セールの最終消化と梅春の商戦が読み難く、仕入れが難しい。客はかなり慎重で、ムード作りの販売では梅春商戦も苦戦が予想される。商店街全体では冬物最終処分が進めるが、天候も不安材料の一つである。
		衣料品専門店（店長）	・現状、天候に左右されているのを考慮しても、実用衣料の落ち込みが予想以上であるため、今後も悪くなる。
		都市型ホテル（経営者）	・デフレの影響がホテル業界にも出ている。当地区6社のうち、当社より高価格で販売していた2つのホテルが軒並み低価格路線に打って出たため、非常に影響を受けている。低価格の過当競争に陥っており、先行きが真っ暗な状況である。
タクシー運転手	・デフレということでもますます値下がり傾向であり、客の減少等も続いている。まだ下げ止まる兆候が出ておらず、一層厳しい状況が続く。		
タクシー（団体役員）	・もう少し景気が回復してくれないと、タクシー利用者は減っていく傾向にある。		
設計事務所（所長）	・公共の仕事を頼りにしているが、新年度から中止または先延ばしと言われているため、受注減となることが予想され、大変不安である。		
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	-	-
		金属製品製造業（経営者）	・納期、価格共に厳しく、まだ利益を出せる状況に無いが、仕事の量は増えている。取引先が社内加工するために引き揚げたものが外注されるようになり、大手は忙しさを増しているようである。
		一般機械器具製造業（経営者）	・12月に見積をした案件で、2～3月に立ち上がるものがあるので、いくらか良くなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・大手企業の輸出関連が活発に動き出してきたため、これから先の受注見通しに多少明るさが出てきている。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・材料が動き始めたが、先月よりは少し減っており、3月までは踊り場のような状態になると思われる。4月からは、今までが悪かったため、むしろ少し良くなる。

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
		輸送業（所長）	・取引先の情報によると、配送量が増えるとのことである。対応できる体制作りを要望されており、受注量が増える見込みである。
		不動産業（従業員）	・値ごろ感が出てきているせいか、業績が良い法人の設備投資意欲が感じられ、受注が増える傾向にある。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・このまま受注は増える見込みである。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・年度末による受注増が見込まれる。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・来期に向けては案件が多い。
	変わらない	繊維工業（従業員）	・当分は現在のデフレ状況が継続する。大手低価格ファッションストアの一人勝ち状態は続き、経済が好転して消費者の購買意欲に余裕が出てくるまで、製造業を営む中小企業では全く受注がない状態が続く。
		出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・年度末需要で、例年、受注量の多くなる時期だが、価格を下げないと仕事を取れないため、利益減は避けられない。
		化学工業（従業員）	・国内向けの受注はまだ減少傾向であるが、輸出関係が少し増加しており、トータルでは横ばい状況である。
		一般機械器具製造業（経営者）	・良くなる気配はほとんどない。円高についても仕事には全く影響がない。
		精密機械器具製造業（経営者）	・注文は今後あるとの話だが、いまだに無いので、先行きは不透明である。
		精密機械器具製造業（経営者）	・各業界の取引先から4月以降の正確な情報が入ってこないため、非常に不安定である。
		その他製造業〔ゲーム〕（経営者）	・販売上、特段の好材料がない。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・好転する要素がない。
		その他製造業〔鞆〕（デザイン担当）	・取引先の景気が当社の景気を左右することから、良くなるとは感じられない。
		通信業（広報担当）	・底打ちはしたものの、ユーザーである小規模事業者の経営環境に大きな変化はなく、当面は現在の水準で推移する。
		通信業（総務担当）	・販売店等への出荷台数が前年度を上回り、回復傾向もうかがえたが、直近でまた下回っている。一方、販売数は横ばい傾向にある。景気は一進一退である。
		金融業（審査担当）	・不動産業においては、最近条件の良い土地の情報が入ってきている。しかし、不動産市況の本格的な回復が読めないため、土地仕入れについては慎重になっている。
		金融業（支店長）	・中小企業金融円滑化法の関係で、相談件数が増えており、若干返済の猶予はできている。取引先では受注量が増えてはいるが、この受注が3、4か月続くのかはまだ不安材料があるため、変わらない。
		不動産業（総務担当）	・急激な景気回復は望めないが、徐々に新規テナントの入居に関する問い合わせも出始めているため、少し明るい見通しが持てる。
		経営コンサルタント	・県内の中小都市、郡部における建設事業者の存在、影響力は大きい。建設不況で各企業の活動は低下し、廃業、転業する事業者も相次いでいる。こうした地域の商工会議所、商工会は、建設事業者が事業運営の中核となっているため、その影響を受けている。廃業、脱会、さらには役員や事業リーダーの辞退が目立ち、今後の組織機能の低下が避けられない。
		経営コンサルタント	・まだ回復の兆しがみえない。
		司法書士	・大きな変化の要素は見当たらない。
		経営コンサルタント	・良くなる要因がない。
		社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・新年度を迎えることになるので、一般的には少し明るさが見えるかもしれないが、広告などでは結果が遅れて出るものなので、変わらずに低迷気味である。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・年が明けても受注量は継続的に下降傾向となっており、当面はこの傾向が続く。年度末の転居が多い時期に期待したい。

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
	やや悪くなる	金属製品製造業（経営者）	・日本でもものづくりができなければ、良くなっていくとは思えない。世間では、格安ジーンズなども購入意欲が出て販売額が上がっているようだが、生産は中国で行うため、日本はお金を使うだけであまり意味がない。エコポイントも日本製の物にポイントを付ければ循環するのだが、工業製品も製造は中国やアジアで、それらの国が忙しくても日本の製造業にはあまり関係のないことである。
		建設業（営業担当）	・官庁の大型の仕事が減ってきており、昨年末から大手ゼネコンは民間の仕事においても大幅に設計金額を下げて仕事を取り始めている。これでは地元企業は、じり貧になり倒産するところが増えてしまう。
		建設業（経理担当）	・年度末を迎えようとしているが、公共工事で新年度はもっと厳しい状態になりそうで、不安感が大きい。
		不動産業（経営者）	・古い物件の空室が増えている。この春に契約しないと1年間空室状態が続くので必死である。
		広告代理店（従業員）	・当社は行政からの受注が多いが、来年度の予算もイベント等は減らされる傾向にある。
		広告代理店（従業員）	・取引先が印刷費や販促費を削ってきているため、売上が減少する。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・新規の案件はなく、年度末が近いからか、減額、解約が増えてきている。
	悪くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・軽印刷業の前途は、今後さらに淘汰が進むと思われ、前途多難である。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・今年1年の売上は、3月末までの数か月で大枠決まると言っても過言ではない。現状では今後2～3か月程度で良くなると考えられない。昨年より今年の方が1年を通し更に厳しくなるのではと考えている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・発注量は低迷したままで、新規の企画もなく、良い材料が見当たらない。
		金属製品製造業（経営者）	・回復してきたかにみえる自動車関連も、円高による影響で、製造業では価格の低減を求められ、採算に乗せるには人件費を削るしかない状況にある。
		建設業（経営者）	・消費者については動きはない。企業も設備投資などは全くと言っていいほど仕事はない。2月末や3月末、4月の決算時期に1つの山が来るのではないかと非常に心配である。
		輸送業（経営者）	・年が明けて新年の会合への参加者が例年に比べて減少している感がある。また、受注量の減少等で事業の縮小や廃業する事業者が増え、業界団体から脱退する経営者が増加傾向にある。今後も改善の兆しはみられず、先行きは大変暗い。
		輸送業（総務担当）	・このままの輸送量であれば資金的に厳しい状況になる。補正予算の早期執行で輸送量が増えることを期待しているが、燃料価格がまた上がり始めているので、経営的には年度末にかけて非常に厳しくなる。
		金融業（渉外・預金担当）	・倒産等が散発している影響もあり、受注が全く無い状態の取引先がある。
雇用関連	良くなる やや良くなる	-	-
		人材派遣会社（社員）	・12、1月と求人件数は回復基調も、単価の下落により、10、11月と比べて業界の業績が下振れしている。2月以降の求人需要が増加する見込みとの判断から、景気はやや良くなる。
	変わらない	民間職業紹介機関（経営者）	・国際会計基準の動きを実務に受け入れる体制作りのため、企業側は専門家を必要としてきており、直接雇用、間接指導共にニーズが多くなってきている。それに引き換え、監査法人からの転職希望者は減少著しく、冷え込んでいる。
		人材派遣会社（社員）	・中小企業の経営者や銀行の融資担当者との話によると、3月いっぱいまでは特に良くなる条件が何もないという意見が非常に多かった。

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
		人材派遣会社（支店長）	・派遣依頼数は前年ほどではないが回復してきている。しかし、企業から人員の次年度計画を聞いてみると、見通しが立っていない、もしくは現状維持との回答が多く、大きく依頼が増大するような話がない。
		人材派遣会社（業務担当）	・労働者派遣法が改正された場合、規制がどのように、どこまで及ぶのかの目途も立ってきたが、時間的にまだ余裕があることもあり、派遣先企業では使えるまでは使おうという雰囲気である。そのため当分は現在の底ばいの状況が続く。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・採用広報予算をかけなくても、大卒を採用できる環境は次年度まで続く。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・以前であれば閑散期でも繁忙期に向けて今のうちからと人材採用の動きがあったが、現在はそれがほとんどない。いよいよ必要になったら採用、という採用行動の遅れがあるため、変わらない。
		求人情報誌製作会社（編集担当）	・医療、福祉関連が堅調なもの、小売業や飲食などのサービス業にはあまり動きが見当たらない。地元の大型家電店などでは販売が好調と言われているが、スタッフ増員までは至っていない。
		職業安定所（職員）	・雇用調整助成金の申請事業主の多くは零細な製造業であり、一部の事業所においては、幾分かの受注により休業規模に若干の縮小がみられるが、まだ受注は一時的なもので、本格的ではない。
		職業安定所（職員）	・求人数が増えている状況ではない。少ないまま変わらないので、今後も就職困難な状況は変わらない。
		職業安定所（職員）	・雇用調整助成金の申請が減少傾向を示していない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・またはっきり需要が上向いているわけではないが、いろいろと刺激策等でプラスのところもあるようである。以前と比べ、生産が半減、稼働率が4～5割に落ちていたところも少しずつ改善してきて、今は6～7割といったところである。良くなっているというよりはあまり変わらないが、上昇しつつある。
	やや悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・派遣形態から直接雇用に切替える企業が増えるため、派遣契約の減少が見込まれている。
		人材派遣会社（営業担当）	・各企業の経費削減策の影響を受けて、ここ数か月と同様に求人数より契約終了者数が上回る。また、改正労働者派遣法が施行された場合、派遣会社の業績低迷、さらには派遣社員の失業率増加につながる。
		職業安定所（所長）	・年度末を終期とした契約社員などの非正規労働者の離職が予測され、失業者の増加、それに伴う個人消費の減少などが考えられ、現在より景気が改善される要素がない。
		職業安定所（職員）	・12月の雇用調整助成金の申請件数は1,215件と、増加が続いている。これは申請要件緩和によるものとも考えられるが、年度末が退職予定日となっている再就職援助計画も多数あり、失業者の増加が懸念される。
		職業安定所（職員）	・企業の採用意欲は低く、月間有効求人数が前月比で6.9%と大幅に減少している。月間有効求職者数も前月比で5.9%減少したが、希望する求人が無く、再就職をあきらめてしまう求職者が増えている。
		学校〔短期大学〕（就職担当）	・来年採用のために学内企業説明会を開く準備をしているが、例年参加している企業で採用計画がない、あるいは計画が立たないとのことから、不参加となる企業が多くなっている。
		学校〔専修学校〕（就職担当）	・採用人数に関して、一部企業より予定数から減員になると連絡が届いている。昨今の景気環境から、無理をしない採用計画にシフトしている様子である。
	悪くなる	職業安定所（職員）	・求職者の増加及び求人減少、また、デフレに対し企業、消費者双方の防御姿勢となっていることによるスパイラル懸念などがある。

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
		学校〔専門学校〕（教務担当）	・次年度の採用について、仕事の受注がないため予定が立てられない、という企業が実が多い。

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 やや良くなる	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・飲食店や飲食店街への来客数が、週末に限られるものの、わずかながら増えており、今後はやや良くなる。
		百貨店（企画担当）	・百貨店が扱う比較的高価な商品でも、セールによって価格が下がると、価格を上回る価値があると客に認識してもらえるようになり、売上を確保できるようになってきている。数か月前までは、価格が低下しても反応は鈍かったが、最近では明るい兆しが見えつつある。
		百貨店（営業企画・販売促進担当）	・春物に動きが見られるため、新しいシーズンに向けて、値ごろ感がある商品に対しては購買意欲が高まる。
		百貨店（販売担当）	・客からは、鮮度やこだわり感のある商品が欲しいとの要望がある。服飾メーカーからも、その兆しがあるとの意見が出てきている。低価格商品と、価格は従来並みであるがより付加価値がある商品への二極化が顕著になり、客の購買行動は今後明確になってくる。
		スーパー（総務担当）	・年末年始の売上は前年比4.5%減少しているが、商品の平均単価はほぼ前年並みである。正月には手頃な価格のおせち料理の売上が、前年よりも伸びている。以上によって、今後はやや良くなる。
		コンビニ（店長）	・子ども手当等が消費に向かう可能性もあり、多少は良くなる。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・商品が少し動き始めてきており、今後の注文も少しずつ増えてきている。
		乗用車販売店（営業担当）	・決算期にあり、販売量は増えていく。
		乗用車販売店（従業員）	・決算期に向けてキャンペーンを計画中であるが、来客数が増えて政府の購入補助金がなくなるとの心配からか、補助金は間に合うかとの問い合わせが増えており、それが早期受注につながっている。この傾向はしばらく続く。
		一般レストラン（スタッフ）	・今月の来客数は比較的多く、客単価も高いように感じられた。少し明るい兆しである。
	設計事務所（経営者）	・企業の計画案件数は、少しずつ増えている。ただし、実施設計にまで進むかどうかは、現時点では不明である。	
	変わらない	商店街（代表者）	・自家消費の購入がない限り、販売量、売上共に増加しない。今後もこの傾向が続く。
		商店街（代表者）	・エコポイント効果は、そろそろ一巡している。これ以上は悪くならないが、良くなるように感じない。
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・来客数が増えても、客単価が上がる要素がないため、売上の増加は見込めない。
		百貨店（企画担当）	・当面一進一退が続くが、前年11月のような底の状態に戻ることはない。今後半年から長くて1年間ほどは、現状並みの水準で推移していく。
		百貨店（企画担当）	・客の購買意欲は、12月後半にはわずかに上向いたが、年明けには12月初旬の状況に逆戻りしており、今後も変わらない。
		百貨店（経理担当）	・生鮮食料品等を除けば、依然として回復の兆しは見えない。
		百貨店（売場主任）	・購買意欲は相変わらず感じられず、買わないで過ごすスタイルが今後更に定着する。
		百貨店（販売担当）	・極端に良くなる要素はないものの、世の中が不景気に慣れてきているため、今以上に消費を控えることもない。
		スーパー（店長）	・低価格競争は依然として続いており、止まる気配は見られない。健康志向からも、質素な食事、低価格で済ます傾向があり、景気は当面回復しない。
スーパー（店長）		・近隣の競合店舗との価格競争は、まだまだ激しい。際限なく、価格が下がっていく傾向がある。この流れが止まらない限り、上向かない。	
スーパー（営業担当）	・景気回復の兆しは、まだ見られない。買い控えも多く、上向くのはまだ先である。		

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
		コンビニ（エリア担当）	・当面は今月と同様に、より安価な商品を購入する傾向が継続する。
		コンビニ（エリア担当）	・客の購買意欲はわずかに高まっているが、同業種や異業種間の競合は今後も厳しくなるばかりである。
		住関連専門店（店員）	・低単価商品の動きは良いが、高額品の家具は相変わらず悪い。今後も大きく売上が増える気配はない。
		家電量販店（店員）	・テレビの売行きは好調であるが、単価の下落も続く。
		乗用車販売店（従業員）	・経済対策を考慮に入れても、今後半年間ほどは変わらない。
		乗用車販売店（従業員）	・2月には、小型車がフルモデルチェンジする。デフレ傾向のなか、どれくらい受注を上積みできるかによって、期末決算の成否が決まってくる。
		乗用車販売店（従業員）	・決算期に向かうが、販売台数の増加を見込める要素はない。エコカー減税の効果も薄れており、かなり厳しい。
		高級レストラン（スタッフ）	・最近の回復の動きは、前年の激減の反動という面もある。傾向的には、底ばいが続いている。
		スナック（経営者）	・歓送迎会の時期に入り、繁華街の入出は多少増える。しかし、経費が削減され、給与も減っている企業が多いため、1次会で終わることが多く、2次会等で使われる店では厳しい状況が続く。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・景気が良くなる雰囲気はあるが、消費者の様子見はまだまだ続く。
		旅行代理店（経営者）	・今後生産現場の海外移転が進むため、今後の旅行需要も変化する。
		旅行代理店（経営者）	・良くなる方向へと努力はしているものの、効果は現れていないのが現状である。この状況は当分続く。
		旅行代理店（従業員）	・旅行業界には、今後良くなる要素が見当たらない。5月からは上海万博、6月からはサッカーワールドカップが始まるが、上積みになるほどの需要は今のところない。
		通信会社（企画担当）	・効果を実感できる景気対策はなく、閉そく感が今後も続く。
		通信会社（営業担当）	・今後の予定は急激に変わることはなく、今の状態が続く。
		通信会社（開発担当）	・年度末を控え、通信会社を変更する契約の増加が見込まれるが、通信回線の全体数に大きな変化はない。
		テーマパーク（職員）	・今後も現状並みか、悪くなる方向に向かう。これまでの景気の悪さが、消費者を節約へと向かわせている。本来ならば景気にあまり左右されない若い世代の消費も、更なる節約に向かっている。
		ゴルフ場（企画担当）	・今後の予約数は、それなりに順調である。3か月後は気温も上がり、入場者数の変動はあまりない。
		美容室（経営者）	・客との会話でも明るい話題はあまりなく、当分低迷が続く。
		その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・問い合わせ数や新規の入校生徒数から判断すると、今後も現状維持である。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・需要は増加傾向にあるが、保険を使えない客への低価格サービスが利益率を押し下げたため、運営は厳しくなっている。
		住宅販売会社（従業員）	・決算期に向けて上向いてほしいが、起爆剤となるべき住宅版エコポイント制度が今一つ理解しにくいいため、浸透しない恐れがある。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・周辺では土地、店舗事務所の空物件が急増している。買手、借手は全くない様子であり、景気が上向き要素は見られず、まだ悪くなる。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・大手企業の春闘の報道によると、定期昇給は期待できないとのことで、可処分所得が増加する見込みは薄く、デフレのなか中小企業は更に厳しい状態が続く。大手自動車メーカーのリコール問題などが報道されると、更に水を差す。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・客に2～3か月先の予定を聞いても、交際費等が増えることはなく、消費を控える傾向にある。家計、企業共に交際費等の支出を抑えており、贈答品店では贈る品、返礼する品の両方の購入が減ってくる。2～3か月間は、減少傾向が続く。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・医薬品業界では、昨秋は新型インフルエンザが流行して、売行きが良かった。しかし今年になって、インフルエンザは下火となり、風邪も流行していない。鼻炎もそれほどまん延しておらず、2～3か月先は心配である。

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
		一般小売店〔高級精肉〕(企画担当)	・このまま萎縮した状況が、しばらく続く。
		百貨店(売場主任)	・今月はずっとクリアランスセールを実施するが、サイズがだんだん不揃いになるため売上はその分減少していき、それが2月下旬まで続く。新作が出てもすぐに購入する客は少ないため、見ているだけの客が多くなり、売上は更に厳しくなる。
		百貨店(販売担当)	・初商いからのセールでは、今まで固くなっていた財布のひもが少しは緩むかと期待していたが、期待したほどの購買意欲の上昇はみられなかった。セール価格でも苦戦する状況では、定価品を展開する2~3か月先にどうなるか、かなり懸念される。
		スーパー(経営者)	・輸出関連は徐々に良くなってきている様子であるが、客の8割は利益が増えていない中小企業で働いており、給料は増えておらず家計は苦しくなっている。今後家計の見直しが一段と進んで、3か月先の消費も良くならない。
		スーパー(経営者)	・どうすれば良くなるか、分からない。客単価はどんどん下がり、来客数は減る。食品業界はますます大変な時代を迎える。
		コンビニ(経営者)	・飲食店の経営者や一般家庭の主婦と話をしていても、暗い話題ばかりである。赤字続きだが働き先がないため仕方なく続けているとか、給料、ボーナスが大幅に減りどうしようとかの話が聞かれる。この状態では、景気が良くなるわけがない。
		コンビニ(エリア担当)	・ここまで悪いと、全体の景気はこれ以上悪くならないと思うが、個店単位でみると、競合店の増加により更に厳しくなる店も出てくる。
		コンビニ(店長)	・今後厳しさは一段と増す。1,000円以上の商品は、売れにくい。価格を抑えたり容量を少量にして値ごろ感を出しているが、あまり効果はない。
		コンビニ(店長)	・良くなる兆しは、全く見られない。マイナス要素しか見当たらない。
		コンビニ(商品開発担当)	・当地域はこれまで自動車関連産業に支えられてきたが、今は下請、孫請企業が多い地域で売上の減少が目立っている。自動車販売が回復しているとの報道があるが、実感は全くない。
		乗用車販売店(総務担当)	・消費者の所得が増えないため、政府の補助金等の経済対策の効果も今後薄れていく。
		住関連専門店(営業担当)	・客は、特に建築関係、住宅関連に関しては、新政権の政策をもう少し見定めようと、消極的な動きを強めている。
		都市型ホテル(経営者)	・客単価が戻らない。今後まだまだ下がっていくのではないかと。底が見えない。
		都市型ホテル(支配人)	・取引先からの値下げ要請が、一段と強くなっている。また宴会も減っており、今後は更に厳しくなる。
		旅行代理店(従業員)	・レジャーへの支出は、どんどん減っている。これから先、旅行への申込が増えるとは考えにくい。来客数が少ないと、売上は増えない。旅行者が減っているのがつらい。
		タクシー運転手	・景気が底を打ったという実感はない。先々に明るい材料は見つけれず、名古屋経済を大きく支えている大手自動車メーカーのリコール問題等もあり、不安材料のほうが多い。
		理美容室(経営者)	・客との会話では、これからまだまだ悪くなるのではないかと話題が多い。景気が良くなる話は、まだまだ聞かない。
		住宅販売会社(企画担当)	・家は高額であるが、客の年収が減っているため、客は非常に慎重になっている。年収の増加や雇用の安定がない限り、景気は上向かない。
	悪くなる	商店街(代表者)	・大手自動車メーカーが依然として回復せず、更に悪くなりそうであり、見通しは良くない。
		コンビニ(企画担当)	・規制緩和が進まず、新たな活力が生まれにくい。
		コンビニ(店長)	・売れる商品は低単価商品などに限られており、以前よりも幅広く売れなくなっている。賞味期間が長い商品でも廃棄が出るようになっており、今後は一段と厳しい。
		その他専門店〔貴金属〕(店長)	・同業者の新年会があったが、年末に1軒廃業し、3月末には2軒が廃業するとのことである。金融面の経済対策は結局間に合わず、どの店も先行きは危機感でいっぱいである。景気の悪化や今後も進む。
		一般レストラン(経営者)	・客の財布のひもはますます固くなり、夜11時を過ぎると繁華街の人通りがない状態は今後も続く。

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
		一般レストラン（経営者）	・景気が回復する要因は見られないため、今月景気がやや良くなっているのは、一時的なものである。来月からは景気はまた悪くなる。
		一般レストラン（従業員）	・3月には、年度末の決算を乗り越えられない中小企業が倒産する。景気は低い水準で安定してしまい、どうにもならない。
		観光型ホテル（販売担当）	・閑散期であるが、年度末を迎える2、3月の受注はさっぱりである。
		理容室（経営者）	・景気の悪い話は聞かれず、客はお金を使わない。また、客はより安い店に流れてしまうため、どうしようもなく悪い状態が続く。
		住宅販売会社（経営者）	・不動産の価格はまだ下がるのではないかと、様子見が続いており、売行きは悪くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・大手企業が赤字となり、経営不振となると、住宅業界全体のイメージが悪くなる。住宅市場はより冷え込む。
		企業動向関連	良くなる
やや良くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）		・有料発行している月刊タウン誌を、来月から無料マガジンへと変更する。サンプル版に対する取引先からの評価は高いため、出稿量が増えている。
	一般機械器具製造業（経理担当）		・来月あたりから、そろそろ動きがある。
	電気機械器具製造業（経営者）		・1～3月の業績は下方修正するが、取引先の計画によると、特に中国向けの輸出製造業を中心に、今後は回復が見込まれる。
	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）		・取引先の計画によると、今後は生産量が増加する。
	輸送業（エリア担当）		・今後はアジア地域の回復がけん引する。
	通信業（営業担当）		・来期に向けた引き合いが多いため、3月の決算までは我慢が続くが、新年度はやや良くなる。
	その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）		・金融機関からの潤滑な資金供給はなく、景気の上昇にはなかなかつながらない。ただし、良い会社ではピークの80%程度にまで戻ってきており、かなり明るくなってきている。今の状態が半年ほど続けば、設備投資の動きも活発になる。為替動向が問題である。
変わらない	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）		・受注量、販売量共に、大幅に増加する状況にはない。
	窯業・土石製品製造業（経営者）		・窯業界をリードしてきた住宅着工件数は依然として低迷しており、今期は80万戸を下回る予想が出ている。地場産業が回復する目処も立たないため、業容を転換する計画を立てている。
	窯業・土石製品製造業（社員）		・低価格化の流れは変わりそうになく、仕事が忙しくても売上は増えない傾向は、今後一段と強くなる。
	金属製品製造業（従業員）		・仕事量は、今後も増えない。そのため、安売りも変わらない。
	一般機械器具製造業（経理担当）		・取引先ではこれから来期の予算編成に入るが、明るい話題は聞こえてこない。
	輸送用機械器具製造業（財務担当）		・減税効果は引き続き見込まれるが、生産を増やすほど需要が増えるとは、とても思えない。
	建設業（経営者）		・自動車産業の一部に持ち直しの動きがあるが、まだまだ弱い。
	輸送業（経営者）	・荷主からのコスト削減要請は、今後も引き続き行われる。	
輸送業（エリア担当）	・年頭の挨拶で主要な取引先を訪問したが、今後に向けた明るい話題はほとんど聞けなかった。		
輸送業（エリア担当）	・荷物が増えれば運賃は上がるものであるが、それがみられない。運賃はデフレの影響を強く受けており、荷物は動いていても単価は安くなっている。このような状況では、景気の回復にはつながらない。		
輸送業（エリア担当）	・単価は、まだ若干下がるかもしれない。ただし、荷物の減少には限界がある。		
金融業（企画担当）	・企業の業績が回復していないため、個人の収入にも影響があり、個人消費は冷え込んでいる。今後良くなる要素は見当たらず、不景気は当面続く。		
新聞販売店〔広告〕（店主）	・流通業には、回復の兆しが見えない。そのため、チラシの減少は今後も続く。		

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	食料品製造業（企画担当）	・当社を含めて、全体的に販売価格の低下が続いている。販売数量は伸びていないため、企業収益は減少している。このため個人消費も低迷しているが、このような状況は今後も続く。	
		紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・消費者の買い控えは、今後一層進む。それによって、受注量を確保するため、価格競争が始まる。受注量の減少に、価格低下に伴う売上減少が重なり、悪循環になりつつある。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・4月以降の業界の設備投資動向は、あまり良くない。	
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・2～3月はまずまずの受注量があるが、4月以降の注文の見込みはまだ立たない。	
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・完成車メーカーからは、4～9月ごろまでは数量が伸びず、3月をピークに減少するとの情報を得ている。	
		輸送業（従業員）	・円高にもかかわらず、原油価格は上昇している。前年12月の軽油単価は、前々年を上回って再び上昇しており、今後は厳しい経営を強いられる。フェリー料金にも調整金がかかるが、運賃に転嫁ができないため厳しい。	
		金融業（従業員）	・今後の見通しは良くない。給料が増えず、ボーナスカットの話題も多いため、数か月後には悪くなる可能性が高い。	
		広告代理店（制作担当）	・先の見通しが立たないため、受注量が増える予定はない。それに加えて、企業からは値下げ要請があるため、厳しい状況が続く。	
		会計事務所（職員）	・給与等の削減の影響により、税金の還付が多くなり、源泉徴収税の国納付分は明らかに減ってきている。個人事業者の21年度所得税納付も、帳簿の作成時点で減少している。以上によって、今後は一層厳しくなる。	
		会計事務所（社会保険労務士）	・休業を続ける企業は相変わらずであり、役員報酬を減らす企業も増えている。収入が減っていくと、出費を減らす消費者も増え、景気は下向きになっていく。	
悪くなる		鉄鋼業（経営者）	・1～3月期の仕入れ単価は、5%以上上昇することは確実である。しかし、取引先からは30%のコスト削減を要請されている。非常に厳しい状況が今後も続く。	
		金属製品製造業（経営者）	・引き合い件数は引き続き減少する。	
		不動産業（管理担当）	・事務所のフロア単価は、低くなっている。名古屋地区では、共益費込みで月坪12,000円である。無料賃貸期間も、半年間ほど付く。このような市況は今後も続く。	
		企業広告制作業（経営者）	・大手自動車メーカーの米国でのリコール問題は大きい。国内の景気をけん引する役割を担っているだけに、信頼の失墜は様々な分野に影響を及ぼす。	
		公認会計士	・自動車産業の操業度は、4月以降低下する見込みである。新政権の経済対策は不十分である。	
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・当座の案件を模索しているばかりであり、仕事の規模は小さい。そのため、目標利益には到達しない。	
雇用 関連	良くなる	-	-	
		やや良くなる	人材派遣会社（経営企画）	・今後も引き続き、人材ニーズは増えてくる。
			職業安定所（職員）	・新規求職者数の増加は、落ち着きつつある。また、新規求人数は前年比で減少が続いているものの、就職件数は前年を上回っている。以上によって、今後は良くなる。
			民間職業紹介機関（職員）	・大手企業からの求人数が増えつつあるため、今後は中小企業にも順次波及してくる。
			民間職業紹介機関（支社長）	・部品メーカーを中心に、業績は上向く傾向がうかがえる。それに応じて、求人も入ってくる。半年前の企業の雰囲気とは、かなり違いを感じる。
			変わらない	人材派遣会社（経営者）
			アウトソーシング企業（エリア担当）	・派遣先企業からの派遣社員の増員注文は、現状維持となっている。製造業関係の派遣先企業では、4月以降の生産計画が立っておらず、先行きは不透明である。
			求人情報誌製作会社（企画担当）	・製造業関係の増員に動きが出ないため、求人需要は全体的に弱い。
			求人情報誌製作会社（編集担当）	・求人数に大きな変化はみられず、今後も変わらない。

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
		新聞社〔求人広告〕 (営業担当)	・新卒募集は大幅に落ち込んでおり、見通しも暗い。しかし、一般求人には下げ止まりが見られるため、少し落ち着きを取り戻しつつある。最悪期は脱したが、予断を許さない状態は今後も続く。
		職業安定所(所長)	・雇用調整助成金の休業等実施計画届及び支給申請書の提出件数は、横ばいである。新規提出件数は減少したが、前年から継続して提出している事業所が多い。
		職業安定所(職員)	・製造業関係の仕事量は増加しつつあるものの、雇用するまでにはならない。
		職業安定所(職員)	・雇用は前年同期と比較するとかなり少なくなっているが、まだ余剰感があり、人員整理の相談をする企業がある。雇用調整助成金の申請も高水準で推移しており、新たな相談も多い。
		職業安定所(職員)	・企業の先行き不透明感は強く、求職者数の横ばいもまだ続く。
		職業安定所(職員)	・現在の求人、求職の動向が、今後も続く。製造業を中心に、求人は低調である。小売業、飲食サービス業関連の個人消費の低迷も続いており、求人は少ない。
		学校〔大学〕(就職担当)	・企業は、新卒採用を減らすことによって年代別人員構成がいびつになる不安を持っているが、直近の業績が回復していないため、採用を抑えざるを得ない。
やや悪くなる		人材派遣会社(支店長)	・自動車メーカーや製造業関連企業では、来期に更なる予算削減を予定している。派遣社員も、3月末を目処に、4割以上削減するか、契約満了者を全員雇止めする予定である。その一方で、官公庁関連の緊急雇用創出事業等に伴う求人は、2月以降に本格的に増加していく。
		人材派遣会社(営業担当)	・東海地域の主要メーカーの設備投資には、まだ十分な予算配分がされていない。求人も、大きく増える見込みはない。
		人材派遣会社(営業担当)	・業界再編などに伴い、中小の同業者は今後更に淘汰されていく。
		人材派遣会社(社員)	・2月前半の予約状況は好調であるが、それ以降はあまり良くない。
		人材派遣会社(社員)	・求職者数は、今後ますます増える傾向にある。しかし正社員の求人が少ないため、今後は失業者が増える。
		職業安定所(職員)	・雇用調整助成金等の活用等により、これまで雇用は何とか維持されてきた。しかし、ここにきて、事業所の廃止や工場閉鎖など正社員が解雇される事案が散見されている。年度末を迎えると、景気は悪化する。
悪くなる		人材派遣会社(支店長)	・大手自動車メーカーのリコール問題によるマイナスの波及効果が、今後地域の周辺企業に少なからず出てくる。その結果、雇用の削減や採用数の減少につながる。

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		
	やや良くなる	一般小売店〔精肉〕 (店長)	・ギフト商材の売上も思わしくなく、今が底辺だと思っている。希望的観測も含めて、今後打ち出す商品によって徐々に売上があがる。
		コンビニ(店長)	・本来1月の売上は悪い状況ではなかったが、天候要因もあり、予想より悪くなった。この状況は2月までは続くと思っており最悪期と感じている。3、4月は3～4か月前の状況にまで回復するとみている。
		家電量販店(経営者)	・テレビは引き続き好調であるが、今まで悪かったパソコン及び関連商品、白物家電も前年売上を上回るようになってきた。
		旅行代理店(従業員)	・新型インフルエンザの状況がこのまま落ち着いたままであれば、年度明け以降の上海万博や平城京遷都などのイベントに対する需要が高まってくると予想している。現に問い合わせも増えつつある。
		通信会社(社員)	・補正予算も可決され、公共投資等の影響が少しずつ出てくることを期待している。
		通信会社(営業担当)	・新商品が出そろった時期でもあり、今まで購入を控えていた客や、価格が下がるのを待っていた客の来店が予想される。
		住宅販売会社(経営者)	・見込み客数からみるとさらに上向く。

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
	変わらない	商店街（代表者）	・依然として厳しいままであると考えられる。消費意欲をかき立てるものがない。
		商店街（代表者）	・年末商戦に合わせて、衣料品も年明けのバーゲンを前倒しして販売した商店も多いが、その反動で、年明けは苦戦している商店が多い。飲食店などは、新年会シーズン終了後に閉店・撤退を考えている店舗も多いと聞いている。
		百貨店（営業担当）	・春物の正規価格での展開が始まる時期であるが、客の様子からすると、セール品を合わせて展開するか、何らかのお買い得イベントを開催し買物を促す方法をとらざるを得なくなっている。また、一旦購入しても後日返品するケースも増えており、相変わらず慎重な買物の仕方に変化はない。
		スーパー（店長）	・良くなる要素も悪くなる要素も見当たらない。また、客の購買意欲は最低の水準にまで落ちており、これ以上の下げも考えられない。
		スーパー（店長）	・年末年始の買物動向を見ると、いまだ不要な買物をしない、節約型の買物を考えているため、消費動向に変化は見られない。まだまだこの状況が続く。
		スーパー（店長）	・春の新学期、新生活の需要期に入るが、新規需要といえども、依然として、単価の低い状況に変わりはない。
		スーパー（店長）	・経済が上向くような刺激策が模索されているが具現化されていない。消費者もデフレを実感しており、生活防衛型の消費志向を変化させる要因は不透明な状況である。
		スーパー（総務担当）	・今後も客単価が減少する流れは変わらない。
		コンビニ（経営者）	・売上は、これ以上悪くなるという水準にまで落ちているが、上昇への転換期も見当たらない。
		コンビニ（店舗管理）	・節分時の巻き寿司の予約販売を実施しているが、前年比で大きく下回る。営業した感触では、不景気を理由に断られる。数百円の商品に対してでさえ財布の紐が固くなった状態のままという印象である。
		乗用車販売店（経営者）	・9月まで補助金等が延長されたので、駆け込み購入が期待できなかった。
		乗用車販売店（経理担当）	・地元百貨店の店舗縮小や建設業界の倒産等、消費を喚起するような状況にないので、春先の状況を想像するに不安材料の方が大である。
		一般レストラン（スタッフ）	・終息に向かった新型インフルエンザが、一部の地域でまた流行し始めており外出控えが懸念される。エコポイントの見直しを前に家電等の購入を検討している人もおり、大型の消費が増えれば外食控えになる。また、お弁当グッズが一つのブームで売場コーナーまであり、女性の弁当派は確実に増えている。したがって、良くなる要素はあまり見られない。新入学、異動などの時期に当たり、週末のファミリー客が戻れば平日減はカバーできるだろう。
		スナック（経営者）	・かつてない最悪の状況のなかで、来店客の状況は今後も仕事量が戻らない心配があると聞いており、悪い状況が続く。
		観光型旅館（経営者）	・依然として予約の人数は前年を割り続けている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会実施を見送るなど、2、3月の予約状況も低調である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・予約は今一歩で見通しも悪い。
		旅行代理店（従業員）	・雪国に春近しの感があり景気が一服している。チャーター便などの話もチラホラと出ている。
		タクシー運転手	・雇用不安などで夜の街に出かけなくなった。節約志向も強く、マイカー、電車、バスなどを利用するため、タクシー利用は少ない。
		通信会社（役員）	・多チャンネル放送、インターネットサービスにおける競合事業者等とのシェア争いはますます激化していることもあり、契約者動向の厳しい局面が続くと想定される。
		テーマパーク（職員）	・相変わらず個人客の動きは鈍いと予想しているものの、団体客やグループ客の問い合わせや予約が若干ではあるが回復している。全体では現状と変化はない。
		その他レジャー施設（職員）	・会員の新規入会状況が増加傾向にないため、売上高は横ばいの状態である。
		美容室（経営者）	・美容業界でもディスカウントの店が増えてきており、互いに足を引っ張り合う傾向になっている。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅版エコポイントが前倒しで受注に反映してくると予想される。特にリフォームが多いと思われる。

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（従業員）	・ 来年度の住宅着工戸数も本年度と同程度の水準で推移する予想をしている。
		住宅販売会社（従業員）	・ 贈与税非課税措置の拡大や住宅版エコポイントなど消費者に対し施策を展開しているが、今の景気を考えると直接景気向上に結びつくとは感じない。
	やや悪くなる	百貨店（売場担当）	・ 需要を喚起するような目新しい商品がない。
		コンビニ（経営者）	・ ここ最近従業員から「ヒマ」という単語が頻りに聞かれるようになった。実際に客のいない時間帯が増え、また、購入金額も以前と比べ低下している。
		衣料品専門店（経営者）	・ 最近の状況からみると、来客数が回復するとは考えられない。同じ商店街の経営者も同様に感じている。
		自動車備品販売店（従業員）	・ 昨年はE T C効果もあったが今回は大きな特需も無く、客の購買につながる策が見えない。
		その他専門店 [酒]（経営者）	・ すべてが悪循環である。デフレ傾向で商売も先行き暗く、預金も目減りしている。少しでも蓄えがあるうちに商売をやめることも考えている。
		その他専門店 [医薬品]（営業担当）	・ 必要でないものは買わない傾向は依然として続いており、なおかつ1品単価も低下している。この傾向はここ2、3か月は変わらない。
		タクシー運転手	・ 節約志向がまだまだ強くなっている。
		通信会社（職員）	・ 消費者が中長期での購買計画を立てるといような積極的な行動に移せない状況が続いているため、現在の家計の予算もさらに縮小する努力をするようになってきている。
		競輪場（職員）	・ 今月の動きは一時的なもので、全体的な単価傾向は下がっている。
		住宅販売会社（従業員）	・ 客の動きは多くなっているが、実際の契約、販売に結びついていない。今後、契約が増加するような感触はない。
	悪くなる	一般小売店 [事務用品]（営業担当）	・ 景気対策が実行されないなか、ますます事務用品の案件の見込みが減少している。
		衣料品専門店（経営者）	・ 仕入先からも客からも要求がシビアになっており、その狭間で大変な苦戦を強いられている。
		家電量販店（店長）	・ デフレという言葉が先行してしまい、安くならないと買わないという傾向が強い。安売りのセールを仕掛けても薄利多売となり、一瞬の売上が見込めるだけで、長くは続かない。エコポイント効果があったとしても、せいぜい横ばいとなりそうである。
		乗用車販売店（経営者）	・ 通勤などの実用車に需要が限られており、メンテナンスも不具合箇所を最小限の予算に絞り込むなど消費傾向はますます後退している。
		住関連専門店（店長）	・ 良くなる兆しは見えない。耐久消費財は一番我慢できるものである。本当に必要と考えなければ買わない。このような考え方が変化しているとは思えず、逆に更に悪化している。
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	繊維工業（経営者）	・ どの程度継続できるか不安が残るものの、受注面で量的に変化の兆しがあり、先行きに若干の明るさが見える。
		繊維工業（経営者）	・ 用途全体の動きが少しずつ良くなっていく。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・ 受注まで決まる商談はまだ少ないものの、引き合い件数は増えている。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・ 現状の水準が非常に悪く、これと比較すれば改善することである。最大限回復するとしても前年の10、11月の水準までしか戻らない。
		通信業（営業担当）	・ 事業所の通信設備の投資については、若干伸びを示している。
		税理士（所長）	・ 為替が数か月落ち着いているが、どういう商材をどこから輸入するのか、または、国内生産から海外生産に切替えるような動きが出てきている。仕入れ価格が円高で安くなっており、材料関係や中小企業の財務的にはプラスに働くが、長期的に見ると、中小企業でさえ海外に生産設備を出そうとしている動きがあることが不安である。
	変わらない	食料品製造業（企画担当）	・ 安いものが売れて、高いものが敬遠されている現状からの変化は、大きな景気浮揚策の実施がない限り今後数か月はない。当業界では、漁獲高の割当の縮小により主原料の高騰が予想され注視が必要である。
		化学工業（総務担当）	・ 今後の予定について現時点の実績並みの納入依頼がきている。

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
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・今のところ、住宅市場が2～3か月後に良くなる見通しはない。一方、現状の産業資材の動きがどこまで持続できるかは不明である。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注の入り具合に変化はない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・関係業界の生産計画・販売計画からも今の状況が変わる見込みがない。
		精密機械器具製造業（経営者）	・今後数か月の生産計画は、今までと比較し若干高いレベルにあるが、それ以後、そのままの状態が続くかどうかは確信が持てない状況である。
		輸送業（配車担当）	・軽油高が先行きどうなるのかわからない状況やデフレ傾向の中で消費が冷え込んでいる状況では急転して改善するとは思われない。
		不動産業（経営者）	・現状では、法人・個人ともに不動産取引の動きは鈍いであろう。
		司法書士	・不動産取引、建物新築の話をほとんど聞かない。
	やや悪くなる	金融業（融資担当）	・新年度予算の策定に混乱が予想され、公共工事を含めた財政出動が弱含みと考えられる。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・売上げが期待できる材料はない。ちらしなど配布枚数のエリア縮小で減少方向へ進む。
	悪くなる	建設業（経営者）	・国の第2次補正予算が成立したが、第1次補正予算で凍結された公共事業の穴埋めにはならないであろう。また、2010年度の公共事業は、実質前年比20%減になると予想されることから、公共事業に大きく依存している地方経済にとっては、建設業だけでなく全体として3月から6月にかけての景気の悪化は不可避となるであろう。
建設業（総務担当）		・工事発注量は、依然として増加が見込めず、価格競争がエスカレートする。状況は一段と深刻になる見込みである。	
雇用 関連	良くなる		
	やや良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・2、3月の取引発注は前月より早いペースで申込がくるようになった。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・景気の悪さは依然として変わらず、雇用不安定のため、派遣登録者も少ない。
		人材派遣会社（社員）	・製造業関連からの派遣の引き合いがほとんどなく、若干仕事が増えても、今いる社員で賄う企業がほとんどであり、派遣需要は今後も極めて厳しい。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・サービス業や飲食関連の求人はそこそこあるが、製造業などの募集が少なく、大量雇用の話が出てこない。
	やや悪くなる	民間職業紹介機関（経営者）	・景気が多少上向いても企業は雇用に最も慎重であり、雇用拡大はもっと先になる。
		職業安定所（職員）	・窓口で聴取した内容では、年度末に向けて、補正予算など経済対策の効果がなければ、悪化するとの回答が多い。
	悪くなる	職業安定所（職員）	・雇用調整助成金の相談件数は、依然として高めに推移している。
		-	-

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	-	-
	やや良くなる	商店街（代表者）	・2月は年間で売上が最も少なくなるが、前年比では伸びる。
		商店街（代表者）	・節約続きで今月末ごろには客の我慢も限界になるため、月末から2、3月の毎週土曜日にはレシートで抽選に参加できるイベントを開催する。商店街の付加価値を高めることで売上が伸びる。
		百貨店（売場主任）	・少しずつであるが、前年に比べて来客数が増えているため、売上也伸びる。
		百貨店（営業担当）	・一部の高額所得者からの問い合わせや引き合いが出てきている。今後は婚礼や入学といった記念日などをきっかけに、商品の購入が前年よりも増え始める。

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（広報担当）	・しばらくは所得が大幅には改善しないため、低単価商品へ需要がシフトする動きは変わらない。ただし、買上額に応じて商品券をプレゼントする還元セールや、輸入品の福袋といった新しい取組のほか、値ごろ感のある高額商品は動きがはじまっている。前年の落ち込みから1年が経過したこともあり、今後は若干改善する。
		乗用車販売店（経営者）	・一部の中古車販売店では販売が伸びており、それに伴う修理依頼が増えている。ここまで様子を見ていた客がしびれを切らした感もあるため、これ以上は悪くならない。
		高級レストラン（支配人）	・販売量は季節要因による大きな落ち込みもなく、安定した状況であるため、今後はやや良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・宴会シーズンとなるほか、イベントなどの取組によって来店客が増える。
		都市型ホテル（役員）	・徐々にではあるが各部門共に回復基調となりつつある。まだまだ前年の売上には届かないものの、今後は徐々に良くなっていく。
		旅行代理店（広報担当）	・日本選手の活躍でバンクーバーオリンピックが盛り上がることで、その勢いが上海万博も続く。上海万博は、開幕日付近の空き状況に関する問い合わせがはじまっているため、少しずつ良くなる。
		通信会社（社員）	・地上デジタル放送への全面移行まであと1年となるため、春以降も特需が出てくる。
		その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・プロ野球のシーズンが始まり、今年は3、4月に人気球団の試合が開催されるため、来場客数が増える。
		その他サービス [コインランドリー]（経営者）	・リピート客がもう少し増えてくるため、先行きはやや良くなる。
		住宅販売会社（経営者）	・これといって良くなる根拠はないが、住宅に関する問い合わせが少し増え、受注の可能性もある客も出てきている。
		住宅販売会社（従業員）	・価格の適正な新築マンションや戸建住宅は売れ始めているため、先行きはやや良くなる。特に、価格については底を打った感がある。
		その他住宅 [展示場]（従業員）	・住宅版エコポイント制度や住宅取得資金の贈与にかかる非課税枠拡充といった、住宅需要の刺激策による効果が出てくる。
		その他住宅 [情報誌]（編集者）	・年度末に向けて心配されていた、景気が二番底に陥るリスクも低下している。企業の先行きに明るい材料が増えてくれば、消費マインドも上昇する。
	変わらない	商店街（代表者）	・現状から判断する限り、急に回復することはない。
		一般小売店 [時計]（経営者）	・携帯電話に時計の需要が奪われているほか、考えられない低価格品が雑貨屋などで売られ始めている。時計メーカーの商品は価格を下げるにも限度があるため、先行きは非常に厳しい。
		一般小売店 [花]（経営者）	・客が減少し、売上の減少も進んでいるため、今後も厳しい状況となる。
		一般小売店 [衣服]（経営者）	・特に良くなる材料がない。客単価の引上げも含め、各店舗ごとに様々な対策を講じなければ売上の増加は難しい。
		一般小売店 [鮮魚]（営業担当）	・景気が上昇するような要因が全く見当たらないため、今後も厳しい状況となる。
		一般小売店 [菓子]（経営者）	・今の経済状況は非常に悪く、2～3か月で何かが好転することはない。
		一般小売店 [衣服]（経営者）	・今の悪い状態を考えると、先行きへの不安感が大きい。
		一般小売店 [菓子]（営業担当）	・1、2月以降も販売量が伸びない状況が続くため、先行きが良くなることはない。
		一般小売店 [コーヒー]（営業担当）	・今の出荷量をみると消費のベースがかなり落ちている。年未年始の客の動きも悪かったため、先行きの見通しは厳しい。
		百貨店（売場主任）	・消費者の値ごろ感が変わってきているため、物に対する消費は更に厳しくなる。その一方、サービス消費については節約姿勢がやや緩和される。
		百貨店（売場主任）	・まだまだ会社員にとっては不況が続いているため、内需拡大や所得の増加につながる対策が取られなければ、すべてが下降傾向をたどる。

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（売場主任）	・無駄な買物はしないものの、必要な物は買う傾向が出てきており、売上は徐々に回復している。一方でメーカーの経営状態は厳しく、人気商品も生産が不十分なため、売り逃しが起きている。消費者は本当に欲しい物がなければ購入をやめるため、まだまだ景気がすぐに回復する状態ではない。
		百貨店（売場主任）	・客が増えない限り、現状が好転することはない。賞与や給与をカットしている企業が多く、取引先でもリストラが続いているため、今後も厳しい状況が続く。
		百貨店（企画担当）	・ファッションに敏感なヤング層で衣料品の動きが悪いため、先行きは良くならない。
		百貨店（営業担当）	・季節的にも新商品が今一つ不足しており、客の動きは相変わらず食料品が中心となっているため、先行きの見通しは厳しい。
		百貨店（婦人服担当）	・前年の落ち込みの反動で少しは良くなると期待したが、客の購買行動から判断すると非常に厳しい。さらに、衣料品にはヒット商品もないため、低価格品のみが動く状況に変化はない。
		百貨店（売場担当）	・買物客の減少は止まりつつあるが、商品価格の低下傾向には歯止めがかかっていないため、売上の増加にはつながっていない。この傾向は、まだ今後数か月は続く。
		百貨店（サービス担当）	・今年のバレンタインデーは日曜日となるため苦戦が予想されるが、パンクーバーオリンピックの影響で薄型テレビの買換え需要が大きく増える。
		百貨店（マネージャー）	・景気の回復傾向が消費に波及するまでには、もう少し時間がかかる。経済が大きく好転する要因も特にないため、急速な回復は困難である。
		百貨店（店長）	・取引先の情報を聞く限り、今後数か月で良くなるような状況ではない。
		スーパー（経営者）	・当社の周辺地域では、人口の減少や雇用情勢の悪化といった要因が重なっているため、今後も消費や売上の伸びる要素が見当たらない。
		スーパー（店長）	・回復する材料が見当たらないため、今後も厳しい状況となる。
		スーパー（店長）	・スキーなどの観光関係も大きく落ち込んでおり、県下の景気低迷に拍車がかかるため、先行きの見通しは厳しい。
		スーパー（店長）	・衣料品では高額商材の売上が回復する兆しはないものの、実用商材は堅調な動きがみられる。来客数は全体的に前年並みとなっているが、客単価や販売点数の悪化による売上の減少が続く。
		スーパー（企画担当）	・デフレの進むなか、消費環境の厳しさに変化はない。
		スーパー（経理担当）	・企業業績の回復が若干みられるが、所得や消費へは当分波及しない。
		スーパー（社員）	・年末年始は例年並みの売上を確保できたが、客の消費がこの期間に集中した面が大きく、今月中旬以降は厳しい売上となっているため、先行きも厳しくなる。
		スーパー（管理担当）	・今の状況が急に良くなることはない。
		コンビニ（経営者）	・近隣のオフィスビルの入居率が伸びない限り、来客数は増加しないほか、客単価を上げるようなヒット商品も見当たらない。
		コンビニ（店長）	・客単価や来客数は悪化しているが、悪いなりに安定している感があるため、キャンペーンや新商品の投入などで何とか現状は維持できる。
		コンビニ（マネージャー）	・給与水準が上がるという話も聞かれず、失業率の改善も進まないため、今後も厳しい状況となる。
		家電量販店（経営者）	・3月末にエコポイント制度の基準が変更される薄型テレビは今後も期待できるものの、それ以外の商品の販売量が大きく増えることはない。
		家電量販店（店長）	・4月以降にエコポイント制度の対象商品が削減される見通しのため、2～3月は駆け込み需要が生まれるが、それ以降は需要が減少する可能性がある。また、地上デジタル放送の関係でテレビの需要は高まるが、それ以外の商品については売上が伸びない。
		乗用車販売店（経営者）	・新車、修理、車検のすべてで売上の増加は期待できず、修理や販売の予約件数も少ない。
		乗用車販売店（経営者）	・先行きの良くなる気配がない。政治が安定しない限り、この状況が続く。

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
		乗用車販売店（営業担当）	・決算月に向けてフェアなどを行う予定であるが、補助金などを活用して前倒しで購入している客が多いため、例年よりも効果は小さくなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・早くも減税や補助金の効果は薄れつつあるほか、所得も減少しているため、今のままでは回復は進まない。
		乗用車販売店（販売担当）	・全体的な状況に変化はないものの、バンクーバーオリンピックやサッカーワールドカップにより活気が出てくる。
		住関連専門店（店長）	・消費者の間でデフレ意識が定着し、適正価格ではもう買ってもらえないという悪循環に陥る。
		その他専門店〔医薬品〕（店員）	・催事の開催や広告により来客数は若干回復しているが、前年よりも動きが悪い。ただし、健康に関する問い合わせは以前と変わらず、相談客の来店もあるため、今後も同様の動きとなる。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・パールなどは以前から値崩れしている割に購入者が少ないなど、明るい材料がない。
		その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・消費者の間に景気に対する安心感が広がるまでは、厳しい状況が続く。
		一般レストラン（スタッフ）	・政権交代後は先行きの不透明な状況が続いており、目立った景気政策も実行されていないため、消費低迷やデフレスパイラルにつながる。
		一般レストラン（スタッフ）	・良くなる要素が見当たらないほか、デフレが進むなかで不況感はなかなか払しょくできない。
		その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・来客数が減っているほか、企業の間では経費の削減が進んでいるため、先行きの見通しは厳しい。
		観光型ホテル（経営者）	・2、3月も団体客の動きが極端に悪く、厳しい状況となる。5、6月ごろからは少し団体客の動きも出てくるものの、当面は厳しい状況が続く。
		観光型ホテル（経営者）	・現在はあまりにも悪い状況が続いているため、何らかの形での景気対策を期待している。また、消費については、巣ごもり状態が長く続くようであれば、気晴らしの動きも出てくる。
		観光型旅館（団体役員）	・例年は2、3月の予約が動き出す時期であるが、まだ客の動きには冷え切った感があるため、見通しは厳しい。
		都市型ホテル（支配人）	・景気対策の効果がまだまだ不透明なため、今後も厳しい状況が続く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・間際予約の割合が増え、より低額なホテルの需要が高まっているほか、連休などの繁忙期以外は客が増えない。
		都市型ホテル（マネージャー）	・宿泊部門の稼働率は前年並みとなる見通しであるが、単価の上昇は見込めない。また、外国人観光客の動きにもよるが、大きな増収も期待できない。宴会部門の予約状況も良くなり、厳しい状況が続くほか、レストラン部門も高価格帯の店舗に回復の動きは見当たらない。
		都市型ホテル（営業担当）	・宿泊は旧正月を迎えるアジアからの団体客が好調であり、稼働率も前年比で10ポイント以上上がっている。ただし、単価が下がっているため、売上は前年並みが精一杯の状態である。一般宴会については、今年に入って間際予約が動き始めているため、少し良くなる兆しが出てきている。
		旅行代理店（経営者）	・客が安近短の旅行を選ぶ傾向が続くなど、社会全体に閉そく感がある。また、今後はインターネット予約との価格競争もますます激しくなる。
		旅行代理店（営業担当）	・所得の回復が進まなければ、今後も厳しい状況となる。
		タクシー運転手	・年度末となるが、良くなる要因が見当たらないため現状維持である。
		タクシー運転手	・今のどん底の状態が今後も続く。
		タクシー会社（経営者）	・数か月前からの悪い状況は今後も続く。タクシーの利用は高齢者のほか、どうしてもタクシーに乗る必要がある人に限られ、それ以外ではかなりの節約傾向が続く。
		通信会社（経営者）	・春商戦は新規ユーザーの取り込みで若干は盛り上がるが、一時的な動きにとどまる。携帯電話市場では、割賦販売の導入で買換えサイクルが21か月から37か月に大きく伸びた一方、客1人当たりの通信料は減っているため、通信会社の売上は減少している。それに伴い、代理店への販売手数料も減少傾向にあり、その流れを変える動きは今のところ見当たらない。ただし、最近のスマートフォンの人気は携帯市場に一石を投じることが期待され、市場の活性化につながる。
		通信会社（経営者）	・特に良くなる兆しもないため、今の厳しい状況が続く。

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
		観光名所（経理担当）	・前年に比べて元旦から積雪が多いほか、県で一番の積雪地が当市と合併し、当市の積雪量が多めに報道され始めた影響が出ている。客足がかなり少なくなり、体験教室などの予約もキャンセルが相次いでいる。土日、祭日の天候も悪く、来客数が大幅に減ったほか、平日の客も依然として少ない。また、来客数と購入客数の比率も更に悪くなっているため、今後は値打ちのある買得品や、し好を強烈にそそる物しか売れない。
		観光名所（経理担当）	・悪化傾向は止まり始めたが、回復に向かう材料は少ないため、まだまだ厳しい状況が続く。今は慌てて動いても何も変わらないため、耐えて静観するしかない。
		遊園地（経営者）	・景気回復の兆しはまだなく、仮に上向いたとしても、レジャーがその恩恵を受けるのは最後である。
		その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・政治や経済に関する不透明感が強いいため、レジャー消費が控えられる傾向は当面続く。
		美容室（店員）	・基本的には動きの安定した客が多いため、現状維持となる。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・2月末に無料体験キャンペーンを行うため、その結果次第で生徒数に変化が出る。
		その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・消費者の景気回復に対する期待感は薄く、家計の引き締めが続くため、生命保険への加入を検討する客は増えない。
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・年末年始はゲーム売上が伸びるため、全アイテムで売上が前年を上回っているが、レンタルは今後も厳しい状況が続く。
		住宅販売会社（総務担当）	・客は様子見を行っている感があり、回復する兆しが見当たらない。
		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）	・金融機関の融資姿勢は一段と厳しさを増しており、先行きは不透明である。
	やや悪くなる	一般小売店〔雑貨〕（店長）	・外資系たばこメーカーも経営状況が苦しいため、今後更に自動販売機が撤去されれば販売量が落ち込む。
		スーパー（店長）	・物価の下落や円高で企業収益の悪化が進むため、賃金の減額や雇用不安の問題も先行きが不透明である。また、政府の景気対策についても見通しが立たない。
		スーパー（店長）	・先行き不透明感が更に強くなっており、見通しが立たない。競合店からも同じような声が聞かれる。
		スーパー（企画）	・今春の賃金交渉でもベースアップは見込めないため、4月以降は更に落ち込む。
		コンビニ（店長）	・デフレ傾向は当面変わらないため、コンビニ業界でもファストフード業界に対抗した商品開発が必要となってくる。
		衣料品専門店（経営者）	・今後は春にかけて景気は悪くなる。寒い日が続いているので、春物の定価品は春本番になるまで売れない。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・良くなる理由が見当たらないため、先行きの見通しは厳しい。
		乗用車販売店（経営者）	・景気政策の効果が徐々に弱まってきているため、先行きの見通しは厳しい。
		乗用車販売店（営業担当）	・客の様子にも景気の良くなっている感はないため、見通しは暗い。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・新型インフルエンザの流行も落ち着き、関連商品の動きもほとんどなくなっている。また、今年は花粉の飛散量も少ないと予想されているため、売上は苦戦することになる。
		スナック（経営者）	・結婚パーティーの予約が1件あるものの、それ以外は見通しが立たない。
		観光型旅館（経営者）	・不況で消費者が余暇を楽しむ雰囲気にならないため、更に悪化が進む。
		都市型ホテル（スタッフ）	・春休みの観光シーズンを控えて客単価の上昇をねらっているが、先行きは不透明である。近隣では居酒屋などの飲食店の撤退や業態変更が増え、空き店舗が目立ち始めている。
		旅行代理店（従業員）	・消費者の購買意欲が低下しており、低価格品にしか関心が持たれないため、先行きは更に悪くなる。
		観光名所（所長）	・入場者数が減少傾向にあるため、今後も悪化が進む。
		その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・雇用統計は若干良くなりつつあるが、政府のデフレ克服の姿勢も具体性が欠けるなど先行きへの不安感も増してくるため、前売り券の購入や数か月先の予約などが控えられ始める。

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	美容室（経営者）	・年金生活の客が多く、乗客数の減少につながりやすいため、先行きはやや悪くなる。
		商店街（代表者）	・入学、就職関連の動きは多少出るが、そのほかについては全く上向かない。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・企業の雇用調整が更に進む可能性があり、今後は派遣社員から正社員の調整に切り替わる。それに伴って消費意欲が低迷するという悪循環が進むため、更に悪くなる。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・価格競争が店の規模に関係なく広がっている。肉の消費は家計に占める割合も高く、客はすぐに上質の肉を食べようとは考えないため、そのきっかけ作りには非常に時間がかかる。業界がデフレの動きに巻き込まれている感が強い。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・将来の見通しが不透明で暗いままでは、消費よりも貯蓄に回す意識の方が強くなる。
		一般小売店〔花〕（店員）	・例年に比べて売上も減少しており、景気が上向くようなニュースもない。客の購買意欲もかなり低下しているため、今後は更に厳しくなる。
		衣料品専門店（経営者）	・来年度以降の先行きが不透明であり、家計の極端な引き締めが行われているため、見通しは非常に厳しい。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・業者間の値下げ競争でもうからない体質が定着し、デフレスパイラルのような悪循環に完全に陥っているため、環境はより一層悪くなる。
		一般レストラン（経理担当）	・消費者の間で節約志向や内食化が進んでいるため、外食関連では今後もデフレが進む。
		タクシー運転手	・寒い時期は短距離でも利用されていたが、今後は寒さが薄れるにつれて利用が減る。また、家計の引き締めによる影響は大きく、企業によるタクシーの利用も減っているため、先行きの見通しは厳しい。
		テーマパーク（職員）	・先行きがあまりに不透明なため、どうしても消費ではなく貯蓄に消費者の目が向いている。消費の刺激しか景気を高める方法はないが、具体的な政策が出てきていない。
競輪場（職員）	・前年はこの時期から売上が激減したため、今年も悪くなる。依然として、今年が前年よりも回復した感はない。		
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）	・現在は注文が入り、売上も今まで以上に伸びているため、先行きもやや良くなる。ただし、この状態はいつまでも続かないため、既存事業の拡充や新規事業の構築が急務となる。
		化学工業（経営者）	・各営業担当による売上予測が前年実績を超え、売上目標との差も小さくなっているため、緩やかながらも回復傾向となる。
		化学工業（管理担当）	・半導体関連は減速傾向にあるが、自動車、LED照明関連は上向いている。また、土木、建築関連では、水路の補修用などでまとまった受注があるなど、今後しばらくは良い状態となる。
		金属製品製造業（経営者）	・エコカー補助金やエコポイント制度の期限が延長されたため、国内情勢にあまり変化はないが、海外向けの部品は受注が多少増加する傾向にある。
		一般機械器具製造業（経営者）	・原子力関連の業況は良いため、今後も受注量などは少しずつ良くなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・先の見通しを立てられないのが実感であるが、3か月程度先であれば、やや良くなる。
	輸送業（営業担当）	・CM効果で取引先の机などの商品がかなり売れている。また、今までは1件当たり1商品の配達が多かったが、2つ、3つと増えているため、先行きはやや良くなる。	
	輸送業（営業担当）	・電子部品工場からの荷物が増えており、来月も増える見込みであるため、先行きはやや良くなる。	
	変わらない	食料品製造業（従業員）	・大手企業は海外の好景気に支えられているが、国内では石油関連の資材で値上げが始まっており、業績に影響が出てくる。さらに、海外の好景気で砂糖などの食品原料も値上がり傾向にあり、商品が動いても利益が出にくくなるため、良くても現状維持である。
		食料品製造業（経理担当）	・商品見本市などを開催しても、来客数が前年比で85%程度と活気がないため、見通しとしては厳しい。
繊維工業（団体職員）		・景気の回復感が全くなく、受注量は今後も減少傾向が続く。	
家具及び木材木製品製造業（営業担当）		・受注量、配達量に変化がないため、今後も厳しい状況となる。	

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
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・生産増を計画している得意先がない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・在庫処理も進んでこれから良くなる期待感もあるが、上向く要素が見当たらない。家電製品も買換えなどの必要最低限の動きはあるものの、基本的にはぜいたく品に当たるため、それ以上の動きは出てこない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・良くなる要素が見当たらず、今後も厳しい状況となる。
		金属製品製造業（管理担当）	・空調、土木部門は同業他社との価格競争に陥っており、デフレスパイラルの状況が今後も続く。ただし、ソーラーパネル部門は、自治体による補助制度や環境問題、品質の向上といった追い風により、順調に売上が伸びる。
		金属製品製造業（営業担当）	・車両関係の取引先によると、4月以降も特に落ち込みはなく、秋ごろまでは今のペースで推移する。
		電気機械器具製造業（経営者）	・輸出の面では良い方向に進むため、現状維持となる。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・住宅版エコポイント制度が導入されるが、当社の製品は対象商品に入っていないため、当社は影響がない。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・状況が更に改善する要因が見当たらない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・先行きの見通しが立たないため、今後も厳しい状況が続く。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・受注量は底の状態を脱したものの、その後は横ばいとなっている。取引先からの引き合いも特に増えていないため、今後も厳しい状況となる。
		建設業（経営者）	・状況の好転する要因が見当たらない。
		建設業（営業担当）	・顧客への年始のあいさつ回りでも、厳しい話ばかりであった。ただし、一部の顧客は先行き不透明なため設備投資を見合わせているが、景気が好転すれば投資を行う準備を進めている。
		輸送業（営業所長）	・新規案件の情報が少なく、出てきても交渉がなかなか進まないため、今後も厳しい状況が続く。
		輸送業（総務担当）	・企業の業績次第であるが、特に明るい情報はない。
		通信業（管理担当）	・良くなる要素が見当たらないため、今の状況が続く。
		金融業（支店長）	・取引先の建売業者では、内装用の重機を二流メーカーの製品に入替えてコストダウンを図っているほか、住宅版エコポイント制度の活用に適した戦略に切替える動きをみせている。
		不動産業（営業担当）	・市内中心部の事務所でも解約が続いている。新たに事務所を構えたり、出店したりというニーズが非常に減少しているため、更なる賃料の低下や空室率の上昇につながる。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込件数は上向いているものの、広告主の数量調整で1件当たりの枚数が減っているため、収入の伸びにはつながらない。
		広告代理店（営業担当）	・今年度中については、顧客企業からも良い話はあまり聞かれない。
		司法書士	・解散登記はあっても、新たな会社の設立は相談すらない。事件数の減少から考えると、現状維持が精一杯である。
		経営コンサルタント	・顧客企業や業界の様子をみると、一部の大企業、商品を除けば、しばらくは足踏み状態が続く。
		コピーサービス業（従業員）	・経費削減により印刷会社への発注を見直す企業が増えているため、既存客との取引は減少する。今後は、システムインテグレータなどのITソリューション企業のような、仕事の増えている企業との取引が急務である。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・設備投資が減り、見積依頼が非常に少なくなっているため、今後も悪い状況が続く。
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・景気好転の兆しがまだないため、先行きの見通しは厳しい。
	やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・輸出が少し持ち直しているほか、成長産業のバイオや再生医療、環境関連も少しずつ動き出しているが、大きな市場になるには時間がかかる。
		金属製品製造業（総務担当）	・現在の受注量では工場の存続が非常に厳しくなっており、雇用調整も考えざるを得ない状況であるため、見通しは非常に厳しい。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・年度末を控えて、物価の下落や企業収益の悪化による先行き不透明感が広がる。

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	建設業（経営者）	・住宅、店舗共に、建て替えよりも改修で済ます客が増えているため、受注額は減少が進む。	
		広告代理店（営業担当）	・取引先の広告予算が前年より減っている感があるため、広告量は増えない。	
		繊維工業（総務担当）	・受注が前年の30%前後まで落ち込んでおり、無理な売り込みが増えるため、利益の確保も難しくなる。	
		繊維工業（総務担当）	・当社で扱っている靴下の場合、前年は他業種ほど急激な悪化がなかったものの、今後は一部の業種の回復が報じられている一方、更に悪化が進む。	
		一般機械器具製造業（営業担当）	・本来は予算の制約を受けない部署も、コスト削減による予算の都合で仕事が回せないなど、見通しは厳しい。	
		一般機械器具製造業（設計担当）	・まだまだ中小企業への発注がない状態が続いているため、先行きの見通しは厳しい。	
		経営コンサルタント	・中小企業の経営者は一様に、景気対策の必要性のほか、現政権への失望を口にしてている。マインドが後ろ向きであるため、このままではますます状況は悪化していく。	
雇用 関連	良くなる やや良くなる	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・取引先や外注先からは良い話が聞かれなため、見通しは厳しい。	
		-	-	
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・求人数の前年比は緩やかに改善しているため、例年求人の増える3月まではこの傾向が続く。ただし、4月以降については楽観視していない。	
		民間職業紹介機関（支社長）	・今期は採用のなかった企業も、夏以降の景気回復を予測して来期の採用を予定している。求人数の推移も安定しているため、今後は緩やかに回復する。	
		学校〔大学〕（就職担当）	・雇用環境が良くなるまでには、もう少し時間がかかる。ただし、年度末の動き次第ではあるが、中小企業の雇用意欲は前年よりも高まっている。	
		変わらない	人材派遣会社（経営者）	・製造業派遣は求人数が増加傾向にあるものの、労働者派遣法の改正などで先行きは不透明であり、契約の短期化が顕著となっているため、大きな回復は困難である。
			人材派遣会社（経営者）	・案件数、成約数が増え、今後はしっかりと動きになるものの、新年度以降は不透明である。
人材派遣会社（社員）	・現在の経済情勢や政府の対応から判断すると、早期の回復は困難である。			
新聞社〔求人広告〕（担当者）	・例年1～3月は求人の増える時期であるが、今年はその動きがなく苦戦している。今後の見通しも立たない状態である。			
職業安定所（職員）	・雇用調整助成金の利用日数が減っている企業もあれば、新たに申請を希望する相談も多いなど、先の見通しが立たない企業は依然として多い。			
職業安定所（職員）	・雇用調整助成金の申請件数が依然として減っていないものの、1月中旬からは職業紹介件数が増えている。今後も全体としては今の動きが続く。			
職業安定所（職員）	・景気が回復傾向にあるため、求人が大幅に減少することはない。ただし、中小企業を中心に値下げ圧力が強く、仕事が増えても経営の苦しい企業が多いため、大幅な増加は困難である。			
やや悪くなる	民間職業紹介機関（営業担当）	・好転する具体的な要因が見当たらないため、今後も厳しい状況となる。		
	学校〔大学〕（就職担当）	・新政権の政策がまだ明確ではないため、先行きは不透明である。		
	人材派遣会社（支店長）	・4月に労働者派遣法が一部改正されるなど、マニフェストが実行に移されつつあるため、企業の間で様子見の動きが増える。		
	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・雇用が回復しなければ、景気回復が軌道に乗ったという実感は出ない。今は効果的な対策が実施されていないため、雇用回復の道も閉ざされたままとなる。		
	やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今後も回復の兆しは出てこないものの、薬品業界が好調であるなど、落ち込みは鈍化する。ただし、悪い状況に変化はない。	
		職業安定所（職員）	・求人を出さなくなった企業を訪問すると、経営努力の方向が売上の増加ではなく、今の業務をより少ない社員数で行うという方向に向かっている。生産性の向上が雇用の減少に直結しているため、今後は更に悪くなる。	

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
		民間職業紹介機関（大学担当）	・今の状況が続けば、景気は更に悪化していく。海外企業も含めて法人税を下げるなど、企業の支援策を講じなければ、大変な状況に陥る。
	悪くなる	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・モノ、カネ、ヒトの動きが低迷している状況であり、急に良くなることはない。今期をどう乗り切るかが最大の課題で、4月以降は静かな立ち上がりとなる。
		民間職業紹介機関（職員）	・日雇求人市場は縮小傾向が進んでおり、もはや回復は困難である。

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	-	-
	やや良くなる	衣料品専門店（店長）	・子ども手当などの経済対策が実施されれば、景気は少しずつ上向きになるかもしれない。ここ1～2か月は厳しい状態にあるが、雰囲気的には上向きになっている。
		乗用車販売店（統括）	・補助金が継続されたので、9月までは前年を上回る。
		乗用車販売店（営業担当）	・補助金延長が正式決定すれば、13年超の車を所有している客へのアプローチを開始できる。来月には当社では新車が発表になり、同時に決算時期も重なり、やや景気は良くなる。
		通信会社（企画担当）	・年度末に大規模集合住宅の居住者の移動があり、それに併せて商品が動く。前年の同時期と比較して、少しだが楽観できる。
		テーマパーク（業務担当）	・客に根強い人気があり、関心もある「花」を中心とした行事展開を控えており、前年より規模を拡大して開催することから、今後は売上の前年比増を見込んでいる。
		テーマパーク（広報担当）	・春に向けてのPRを強化する予定であり、来客数は増加する見込みである。高速道路料金引下げも継続される見込みであり、引き続き効果を期待している。
		住宅販売会社（経理担当）	・政府の緊急経済対策が正式に決まれば、前年から住宅購入を買い控えていた顧客が積極的に動く。そうなれば、検討中の客が連鎖反応で購入し、景気を上昇させる。
	変わらない	商店街（代表者）	・若者が買物をする際、大都市に出かける流れが止まらない。
		一般小売店〔酒店〕（営業）	・漠然とした底打ち感はあるが、反転して上昇に転じる材料も見当たらない。
		一般小売店〔印章〕（営業担当）	・今まで法人関係、特に中小企業の動きが悪かったが、最近になって少しずつだが代表者印などの注文が出始めた。
		百貨店（営業担当）	・価格に対する客の目が更に厳しさを増す。品質、価値観など價格的に自分で納得がいかない限り、購入には結び付かない傾向が更に強くなる。
		百貨店（営業担当）	・3月は前年の周年企画の反動があり、4月は競合商業施設の大型リニューアルと、厳しい状況が続く。
		百貨店（営業担当）	・雇用不安や所得の減少が、景気の悪化を更に加速させていく。
		百貨店（販売促進担当）	・景気回復の期待はあるが、客の購買意欲、テナントからの声等から見てなかなか良くなるとは思えない。また、服飾雑貨については、以前に比べ低価格になっているのに、購買量は変わらないため、売上が上がらないといった現象が見られる。このような状況では、廉価販売を主にしている店舗以外で、前年を上回る売上を確保するのは困難である。
		百貨店（販売促進担当）	・セール、ギフト解体が人気を集めるなど、顧客の価格への目の厳しさは継続する。来客数増がなければ、売上が前年を上回ることは見込めない。
		百貨店（購買担当）	・例年であればこの時期は店頭は半分程度春物になっていて、このデザインや色の動きを見ながら本格的なシーズンを迎えるのだが、今年は各メーカーは春物の展開より秋冬物を消化するのに力を入れており、これからの動きは厳しくなる。また新入生は新しい制服を購入するのが当然だったが、お下がりや近所の人のを貰ってネームだけ付け替えるという動きが前年以上に大きくなっており、やはり期待するのは難しい。
スーパー（店長）		・小売業界は全体的に低単価傾向にあるため、厳しい状態が続く。	

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
		スーパー（店長）	・景気については、底を打った感がある。売上は依然前年割れであるが、直近の数値と比較するとほぼ横ばいで、これ以上は下らない。
		スーパー（店長）	・客単価は上昇傾向にあるが、来客数は相変わらず減少傾向にあり、このまま良くなるとは判断できない。
		スーパー（総務担当）	・安くしても売れない、売れても単価安のため総額で前年割れとなる状況がまだまだ続く。
		スーパー（経理担当）	・客の動向から見ても買い控え傾向は依然として続き、好転の兆しが見えない。
		スーパー（販売担当）	・近くの競合店も来客数が少ないため、需要そのものが落ち込んでいると考えられ、このまま悪い状態が続く。
		コンビニ（エリア担当）	・良くなるにしても、悪くなるにしても、現状を変えるような大きな要因が見当たらない。
		コンビニ（エリア担当）	・客は買い控えをしたり、少しでも安い店へ買いに行ったりしている。スーパーで広告を見ながら、或いはメモを見ながら購入している人をよく見かけるなど、客は価格に敏感であり、コンビニはスーパーやドラッグストアに太刀打ちできない状況が続く。
		コンビニ（エリア担当）	・今月より悪くなることはない。厳しいには厳しいが、キャンペーンは早めに打っており、新製品の寄与もあるので、そう悪くはならない。ただ、客は必要なもの以外買わなくなっており、この傾向は変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数が増加し、また客単価が上昇する傾向にはない。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数が少し回復気味なので、客単価を上げれば売上も回復していく。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・競合他社も低価格路線に転換しており、価格競争が激化している。当分この状態が続くので、景気は良くならない。
		家電量販店（店長）	・エコポイント施策が今年いっぱい延長されるようで、地上デジタル放送関連品の売上台数は期待できるが、単価の低下と価格競争の激化により、売上の大きな伸びは期待できない。年末期待していたパソコンの新基本ソフトも、結果が思ったほどではなかったことから見ても、期待はできない。
		家電量販店（店長）	・我々の業界はエコポイントの動向がキーになっている。4月以降、エコポイント制度がどうなるかにより、大きく左右される。
		乗用車販売店（経営者）	・今期決算に向けて各社ともいろいろと頑張っているが、まだ明るい兆しは見えず、また倒産が増えてきそうだ。
		乗用車販売店（サービス担当）	・就職がまだ決まらないのか、新卒者による購入がほとんどなく、今後も動きが鈍い。
		自動車備品販売店（経営者）	・最悪期ほどではないものの、チラシに対する客の反応も鈍く、商品部門別にみても、回復を実感できるものがない。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・子ども手当など、政府の経済対策が実際に打ち出されるのは、年末になりそうだし、地方には輸出関連の企業もなく、景気浮上の要因がない。狭い地域内で消費の取り合いをやっており、広い範囲の客を取り込める見込みもない。
		高級レストラン（スタッフ）	・予約数が前年比で減少傾向にある。
		その他飲食〔ハンバーガー〕（経営者）	・客の新商品に対する期待感が強く、集客力は落ちない。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・高速道路料金引下げは落ち着いたとはいえ、その効果は少なくともゴールデンウィークくらいまでは続く。ただしゴールデンウィーク後は、かなり落ち込む。
		観光型ホテル（経理総務担当）	・現段階で、3～4月の受注は前年比90%で、今後、歓送迎会等の宴会予約、春の宿泊客等の増加が見込める。反面、売上額の大きい婚礼予約が低調である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・一般宴会も昔と比べ、件数が減少しており、客単価も下がっている。婚礼も、新規で来館される方の多くは料金の安いところを探しており、今後もこの状況が続く。
		タクシー運転手	・企業の倒産等も噂され、雇用不安もあり、この先も良くない状況が続く。ただ市を挙げてのイベントがよいよ最終段階に入るので、行政としてのPRのやり方等によっては、観光客の増加が期待でき、少しは明るい材料といえる。
		タクシー運転手	・タクシー業界には、プラスとなる要因がどうしても見つけられない。

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	
		タクシー運転手	・年寄社会になっているのか、核家族化の影響か、老人1人の客が極端に増えている。会話のなかでは「病院代が高い」「家賃の安いアパートに変わらねばならない」「福祉施設の利用を減らさねばならない」といった会話が多く聞かれ、厳しくなっていることを感じさせる。	
		通信会社（社員）	・年末の新規通信サービス加入件数に特に変動がなく、その後の月額売上増に反映される材料がない。	
		通信会社（営業担当）	・客の経営状況が好転する気配がなく、2～3か月で受注状況が好転するとは考えられない。	
		ゴルフ場（営業担当）	・予約状況から見て変わらない。	
		設計事務所（経営者）	・住宅版エコポイントを期待しているが、詳しい情報がまだ見えてこないことに加え、住宅の場合、家電などのようにすぐに効果が現れない。	
		設計事務所（経営者）	・住宅版エコポイント制度が補正予算成立後実施されるが、公共工事が大幅に減るので、景気回復とまでは行かない。	
		住宅販売会社（従業員）	・展示場への来客数も減少が続いており、土日休日でも少ない状況であるため、厳しい状態は続いていくと思われる。	
		住宅販売会社（販売担当）	・住宅版エコポイント制度や、税制改正の内容が発表になっているが、客の住宅建築の決断を後押しするほどの内容ではない。	
		やや悪くなる	商店街（代表者）	・客が購入に対して非常に慎重となっており、これからも変わらない。
			一般小売店〔酒店〕（経営者）	・明るい材料がないので、客は心理的に出費を抑える傾向にある。また地元の大学の受験者数が減少しており、海外留学生を数多く入れていても、値下げと空室で学生マンション経営は厳しい。小さな町にとって大学の存在も大きく、商売に影響してくる。
	一般小売店〔紙類〕（経営者）		・地元企業や地元商店でも失業の話が出ており、地方の小さな地域においても悪化が続く。	
	一般小売店〔茶〕（経営者）		・必要最小限のもので我慢する客の傾向がますます強くなっていく。	
	百貨店（販売担当）		・「必要な時に必要なものを買う」といった現在の客の購買動向が大きく変化するとは考えにくく、セールが終了し、通常の販売に切り替わると、前年並みの売上を維持していくことは厳しい。	
	百貨店（売場担当）		・米国の大手金融機関の破たんから1年が経過した後も、下げ止まり感はなく、緩やかにはなるが今後も景気の後退は続く。子ども手当にわずかな望みを託している。	
	スーパー（店長）		・現状の景気では、客の購買意欲が上がるとは考えられず、なお厳しい状況が続く。	
	スーパー（管理担当）		・新年度の時期になるが、今と変わらず節約の傾向をたどる。	
	スーパー（管理担当）		・来客数はほぼ前年並みであるのに対し、客単価が5%程度下がっている状況で、緩やかではあるが右肩下がりの傾向にあり、今度も変わらない。	
	衣料品専門店（地域ブロック長）		・来客数が今後伸びる要素がない。また必要な品しか買わない傾向が強い。	
	衣料品専門店（販売促進担当）	・単価が軒並み下がっているおり、通常価格の販売で消化しないままセールに入る傾向は続く。ただし前年は買い控えをしていた客からは、「冬は買うのを我慢していたので、そろそろ買っておこう。」という声も多くなってきたので、少しは希望が持てる。		
	家電量販店（予算・企画担当）	・足元では、状況は決して悪くはないが、メーカーの需要予測を見ると楽観視は危険だと考えている。		
その他専門店〔海産物〕（支配人）	・客の様子を見ると衝動買いが非常に少なく、この傾向は変わらない。			
都市型ホテル（経営者）	・宿泊の予約率が前年と比較して、悪化している。特に平日のビジネス関連の予約が延びてこない。			
都市型ホテル（従業員）	・宿泊や宴会の予約状況から、今後の景気状況も厳しい。			
旅行代理店（営業担当）	・旅行業界にとって、良い材料があまりなく、上海万博等のイベントにも客からの問い合わせも少なく、良くなる状況が見えない。			
競艇場（職員）	・不況の影響か、発売金額が少しずつ減少しており、この傾向が続く。			
美容室（経営者）	・デフレ状況が続き、生活費の方をどうしても重視するようになるから、美容室にとって良くなる状態は見当たらない。			

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
	悪くなる	美容室（経営者）	・景気が良くなる材料が全くなく、同業者も乗客数、客単価がどんどん下がっている。客との会話も「景気が悪い。」しかなく、この状況では良くならない。
		商店街（代表者）	・マスコミ等の報道で明るいニュースが全くないことから、客は更に生活防衛に走って、小売、特に衣料関係は消費が落ち込む可能性が高い。ただ唯一の希望は子ども手当が出るということである。
		百貨店（売場担当）	・取引先もぎりぎりの経営状況が続いており、春に向けても更なる人件費削減の話ばかりが出ている。消耗戦の状態が続き、更に商品の供給減がはっきり見えてきている。
		スーパー（店長）	・春に競合店がオープンし、集客合戦が再燃する。また、価格ポイント等による販促も激化が予測される。
		スーパー（財務担当）	・客の低価格志向に合わずため、同業他社との価格競争がますます激しくなり、今後も客単価の下落が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・商店街アーケード工事のため、来店しにくい状況が3月まで続く。さらに、常連客の来店頻度が極端に下がってきている。
		住関連専門店（広告企画担当）	・日用品に金が回っているのか、家具は買い控えられている感じが強い。さらに、低予算層を対象とした商品のみが動いているので、これからも好転する見込みはない。
		一般レストラン（店長）	・土日の外食が増えてくとは思えない。しばらく売上の2けた減が続く。
		設計事務所（経営者）	・収入の減少が、これからの住宅建築に更に影響が出てくる。
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・メインの仕事ではないが、3か月後に食品関係で受注が入っているため、良くなる。
	やや良くなる	電気機械器具製造業（総務担当）	・エアコン向け生産計画が、5か月以上もフル生産が続く受注になっており、自動車関連も緩やかであるが、受注量が回復してきている。人員補充に苦慮している。
		会計事務所（職員）	・年末から予算等が使われ始めているためか、建設業において徐々に受注が入り始めている。しかし、いずれも額は小さく、期待数値からはほど遠い。
変わらない		食料品製造業（総務担当）	・新型インフルエンザが収まってきたため、備蓄するような食品がそれほど必要でなくなり、去年並か例年を少し下回った例年並の販売量となる。
		木材木製品製造業（経理担当）	・贈与税措置、住宅ローンの金利の下げ、住宅エコポイント制度、建築確認審査の簡素化などの効果が現れるのは、下期からとなる。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼業のなかでも高炉関係は回復基調だが、電気炉関係は回復が遅い。また、公共団体向けの焼却炉も、新設、大型補修案件とも引き合いが低調である。
		鉄鋼業（総務担当）	・円高の進行が輸出を鈍らせる懸念や、先行き不透明感もあり、大きく景気が回復するとは思えない。
		鉄鋼業（総務担当）	・海外需要を中心に生産量が持ち直している。国内需要は自動車を中心に生産量は伸びているものの、造船・建産機などの需要は低調である。ただし引き続き、国際市況動向や為替など、先行き不透明な状況に変わりはない。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・受注見込みに、現状からの大きな変化が見られない。
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	・国内、海外共に市場の冷え込みは当面続く見通しであり、需要回復の兆しは見られない。
		電気機械器具製造業（広報担当）	・受注は一定程度見込める状況にはあるものの、大きく改善が見込める状況にはない。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・売上増につながる材料が乏しく、先行きが不透明で計画も立てにくい状況にある。
		建設業（経営者）	・建設業の回復は、他の産業の回復が見えて、しばらくして動きがあるのだが、その他の産業の回復が見えてこない。
		輸送業（統括）	・収入的にはあまり変化はない。ただし各社とも環境を意識し、荷物の運送手段の転換を図っており、トラックから船舶や鉄道に切替える傾向が強くなる可能性がある。
		輸送業（運送担当）	・特に地方では、よほどの景気対策でも行われない限り、景気の回復は見込まれない。
		通信業（営業企画担当）	・客の設備投資抑制の流れから、4月以降も市場が大幅に好転するような事態が予想できない。
		金融業（業界情報担当）	・円高が懸念材料だが、中国販売の好調などから、売上は緩やかな回復基調をたどる。

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
		金融業（営業担当）	・経営者と将来の展望について話す機会が多くあるが、将来を楽観視する発言が見られない。借入申込の資金用途を見ても、足元の運転資金を確保するための調達が多く、売上増加に対応するための設備投資案件はほとんど見られない。消費者と直接取引を行う小売業・サービス業の経営陣は、特に消費の巣ごもり状況について嘆いており、話を聞く限り、近い将来に景気回復するという感触を得られない。
		広告代理店（営業担当）	・地場小売の売上が軒並み低調である。不動産も動きが鈍く、3月を乗り切るまで上向きを望める材料がない。
	やや悪くなる	食料品製造業（業務担当）	・春夏の商談では価格の下げ基調が強く、この流れは夏までは止められない。
		金属製品製造業（総務担当）	・年始の挨拶回りの状況から、今後仕事量は増加してくるが、値下げ要請もあると見込んでいる。生産量を増やしても固定費の軽減にしかならず、利益増加までには至らない状況が続き、収益面では前年以上に厳しくなる。
	悪くなる	建設業（経営者）	・不動産関係では駅周辺の空家が目立ち、家賃が非常に下がっており、空いたら中々埋まらないといった状態である。建設関係は国道沿いの全国チェーンの飲食店が進出するが、仕事としては微々たるもので、建設についてもも当分悪い状態が続き、これからもやや悪くなる。
		輸送用機械器具製造業（総務担当） その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・2月から親企業から値引き交渉が始まる。 ・デフレ傾向が進み、それが消費の低迷につながって、今以上に国内生産は苦しい状況となってくる。徐々に立ち直ってきた中国や欧州での販売強化を進められる輸出メーカーや商社は、多少は良くなるかもしれないが、国内向け製造業は立ち行かなくなる可能性もある。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（支店長）	・1月上旬より少しずつ、中途採用したいという声が取引先から聞かれるようになってきた。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・例年であれば、年度末に向けた繁忙対応としての派遣依頼が増える時期ではあるが、受注状況は芳しくなく、また同業他社との競争が非常に厳しい。有料職業紹介に関しては、紹介依頼件数が緩やかに上昇しているが、各企業から求められる人材レベルが高いため、条件に合う人材の確保が難航している。
		人材派遣会社（担当者）	・どの企業の受注状況も販売状況も、依然改善していない状態が続いており、この状態が長引けば、社員の雇用を維持しようとする企業ほど体力が削がれることになる。客からは国の助成は給付条件が厳しく、一部の業界に限られているため、限定的な効果しかないという意見が多い。
		人材派遣会社（支店長）	・2～3月での派遣契約終了見込み数が多い。
		求人情報誌製作会社（担当者）	・依然、採用関係の予算は流動的であるという声が聞かれる。
		職業安定所（職員）	・県内中小企業の景況は、デフレの進行により売上が収益に結び付かない非常に厳しい状況が続いており、求人意欲に上昇気運は見られない。
		職業安定所（職員）	・生産調整により休業を申請する企業が、製造業以外に建設業、宿泊業、情報通信業など広がってきている。
		職業安定所（職員）	・大規模な人員整理の話は聞かれず、応募者は少ないものの医療、福祉関係の求人意欲は相変わらず高い。ただし今後の動向については不透明である。
		職業安定所（雇用開発担当）	・本年度は、学卒者の内定取り消しにつながるような採用計画を立てないように強く要請していたにもかかわらず、内定取り消しについての相談を受けるケースが増加してきた。
	学校〔短期大学〕（就職担当）	・求人数は、前年に比べ減少気味である。また、職種については一般事務職等は減少し、介護職が増えている。	
	やや悪くなる	民間職業紹介機関（職員）	・来期採用数が、新卒・中途を問わず、前年比を割り込むような話ばかりが出てきている。

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
	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	商店街（代表者）	・NHK大河ドラマに合わせた「土佐・龍馬であい博」の影響で、春先に向けて、観光客の流入が期待される。その影響が県下全体、観光業から商店街にも波及する。
		衣料品専門店（副店長）	・2～3か月先は、新たな街区のオープンや、再開発もあるため、商店街が大きく変動する時期になっており、景気はやや良くなる。
		都市型ホテル（経営者）	・当地の景気は低迷が続いているが、大河ドラマの影響が大きく、県外からの宿泊客が増える。
		タクシー運転手	・3月以降は、四国八十八箇所周りの遍路客の増加、企業の人事異動に伴う歓送迎会も見込めるため、景気は若干上向く。
		通信会社（企画）	・地上デジタル放送への移行のPRが本格化しており、アナログテレビの地上デジタル放送対応に関係する加入が増加する。
		観光名所（職員）	・徐々に客は増えており、また、大河ドラマの効果により、今後も観光客は増加する。
	変わらない	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・「土佐・龍馬であい博」が開催されているが、酒類提供先である外食産業に効果があるとは考えにくい。
		百貨店（営業担当）	・ファッション関連商品や、宝飾、美術品及び呉服等の高額商品に一部動きがみられ、催事についても来客数増加によるにぎわいが見られたが、全体的には依然低調な動きである。
		百貨店（販売促進担当）	・客数が減少し、セール商品の動きも鈍い。今後、定価販売による春物商品の売上は期待できない。
		スーパー（店長）	・売上、客数共に減少傾向は継続しているが、品質の良い商品が売れてきた。
		衣料品専門店（経営者）	・春物のシーズンになっても、買い控える客が多い。
		衣料品専門店（経営者）	・2、3月と閑散期に入ることもあり、過去の単価減をみる限り、すぐに立ち直るのは厳しい。6月に予定されている子ども手当の支給を待ちかねている。
		衣料品専門店（総務担当）	・客との話のなかで、大手企業の倒産による先行き不安の話題があった。そのため、今後の消費への影響が懸念される。客単価の下落が続くが、さらに客数まで減少する懸念がある。
		家電量販店（店長）	・家電業界においては、2月のバンクーバーオリンピック、3月のエコポイントの駆け込み需要で、テレビ、DVDが新調される見込みがあるが、それらを加味しても、今後3か月は、景気は変わらないと考える。全体的に消費に対して、冷え込み感がある。
		乗用車販売店（従業員）	・政策効果による買換え促進も一段落し、停滞気味である。エコカー購入補助金制度の9月までの延長も、受注の再喚起には至らず、車の買換えを検討していた客層は刈り取られてしまったようである。
		乗用車販売店（従業員）	・ガソリンの暫定税率の税率水準が維持されることになったため、エコカー購入補助金制度の延長があっても、新車販売の伸びは期待できない。
		乗用車販売店（役員）	・エコカー購入補助金制度が期間延長されたことで、安定した台数が出る。
		乗用車販売店（営業担当）	・今後、最需要期を迎えるに当たり、現状より落ち込むことはないと考えられる。
		一般レストラン（経営者）	・来客は少ないが、求めている良い物があれば予算内で購入するというスタンスが感じられる。
	旅行代理店（支店長）	・新型インフルエンザの影響については、昨年に比べ落ち着きが見受けられる。しかし、春先の旅行申込状況は依然芳しくなく、景気低迷の影響が続いている。ただ、今年は、土佐・龍馬であい博、瀬戸内国際芸術祭、上海万博があり、旅行需要の活性化に期待はある。	
	タクシー運転手	・昨年末の忘年会、及び、今年年初の新年会の動きをみる限り、2～3か月先に、人事異動や入学があるといっても、タクシー利用は少ないと考える。	

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（支店長）	・一部企業においては上方修正傾向にあるが、社会全体としてはデフレ状況に変化がみられず、回復力にも勢いがついていない状態が続いている。
		通信会社（管理担当）	・通信機器の利用期間の長期化傾向が見受けられるため、新たな需要の伸びは考え難い。
		ゴルフ場（従業員）	・来場者数、予約状況、売上単価の面から判断して、今後も変わらない。
	やや悪くなる	百貨店（営業担当）	・不要なものは買わないという傾向が顕著であり、この傾向はさらに強くなる。
		百貨店（売場担当）	・購買に対して、更に慎重になってきているなか、春闘の厳しさも想定されており、消費行動は一段と低調になる。
		スーパー（店長）	・家電や自動車など、一部の商品では、政策効果で売上が上昇しているが、食品については、節約傾向が強くなる。
		スーパー（企画担当）	・衣料品及び住関連品は寒さの影響で現在回復基調だが、3か月後も気候が味方するとは考えにくい。一方、食品の単価低下傾向はしばらく続く。
		家電量販店（営業担当）	・テレビ以外の商品の販売が低調である。更に、新入学、新社会人に関連する商品売上は、毎年、少しずつ客単価、買上点数が落ちている。
		一般レストラン（経営者）	・昨年は、7月及び12月の賞与支給月を境に状況が悪化した。今後、昇給等が望めないことにより、更に消費が悪化する。
		タクシー運転手	・高速道路料金が安くなるのは良いことだが、土休日のみで一律千円というのは疑問がある。交通産業では、非常に影響が大きい。
		競艇場（職員）	・売上が前年同期に比べて減少する傾向は強く、長いスパンで見ると緩やかな右肩下がりである。
		設計事務所（所長）	・建設関連の中小企業の廃業が増加している。
		設計事務所（職員）	・先行きへの不安、不透明感は払拭できないため、好転の兆しもみられず、業績は悪くなる。
	悪くなる	商店街（代表者）	・現状では、生活防衛の意識しかなく、消費に意識が向かうには時間がかかる。
		衣料品専門店（経営者）	・賃金が上がらないため、客は消費を控えている。
住関連専門店（経営者）		・一般的に給料が上昇しないなか、耐久消費財の販売は、厳しい状態が続いている。	
その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）		・収入が減り、外食支出を減らす傾向に拍車がかかっている。	
企業動向関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・3月以降は受注面が上向く。
		不動産業（経営者）	・一般的な住宅用地や分譲マンション等の住宅の販売動向は依然厳しい。ただ、不動産価格に底値感が出ているため、ビル用地や工場用地などの法人事業用案件の問い合わせが多くなってきている。
	変わらない	一般機械器具製造業（経理担当）	・特に国内向けの受注が厳しい。シェア拡大を図ろうとすると価格競争が厳しくなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・円高のため、景気回復が見込めない。
		建設業（経営者）	・今後の工事の受注情報が非常に少ない。
		輸送業（社員）	・12～1月の取引先の出荷状況から判断して、円高、燃料高及び不景気が改善されない限り、現状の状態が今後半年は続く。
		通信業（部長）	・設備投資に関しては、積極的な姿勢よりも、効果を見極める慎重な姿勢が強い。即効性のある新規投資提案でなければ、受注へはつながりにくい。
		通信業（営業担当）	・円高傾向、燃料上昇傾向などから、近い将来に対する明るい見通しや、直近の景気回復について、考えられなくなっている人が身近に多くなっている。
		金融業（融資担当）	・取引先との会話のなかでは、しばらくは現状の景気状況が続くとの話が多い。
広告代理店（経営者）		・得意先の多くは、一部の周年広告等を除けば、従来予定されていた広告費を削減しているため、依然厳しい状況である。	
公認会計士		・各企業の経営者との話によると、設備投資や景気の見通しに関して慎重な見方をしている方がほとんどである。	
やや悪くなる		繊維工業（経営者）	・今後も厳しい経営状況が続く。

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
		木材木製品製造業（経営者）	・11～1月まで着工数が着実に伸びているが、4～5月は低下する見込みである。季節要因もあるが、それでも前年に比べると若干良い。今後、企業格差が大きくなっていく。
		鉄鋼業（総務・人事統括）	・一部の取引先に業務縮小の動きが出てきている。主要取引先である自動車業界でも新車販売台数が大きく落ち込んでおり、エコカーもさほどけん引力があるとは思えない。今後、値下げ圧力は一層増してくることが予想され、販売量、収益面共に厳しくなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・環境関連の電気仕事ですら、受注が先延ばしになっている状態である。
		建設業（総務担当）	・公共工事では、学校関連の耐震工事が、現在のところほぼ計画どおりに順調に発注されているが、予算の削減が取り沙汰されており、今後の減少を心配している。
	悪くなる	輸送業（経営者）	・稼働率が落ちてきているのに加え、客の価格交渉力が高くなり、単価を下げざるを得ないケースが増えている。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（従業員）	・人事異動や卒業、入学を機に、人が動くため、求人が増えると予想する。
	変わらない	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・大河ドラマ関連の観光特需に期待せざるをえないが、関係商品や周辺施設も充実しているため、観光客が増加すれば、地域経済は徐々に良くなる。
		職業安定所（職員）	・月間有効求人倍率は徐々に上昇している。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・行政の雇用対策の事業委託を積極的に受注し、事業としてのベースをつくっていきたい。しかし、民間企業の求人ニーズは低調なままであるため、引き続き厳しい状況が続く。
		職業安定所（職員）	・2月の就職面接会に、全事業所に電話勧誘した結果、募集枠を全て埋めることができた。優秀な人材を先行投資で獲得し、ピンチをチャンスに変えようという動きが静かに広まりつつある。
	学校〔大学〕（就職担当）	・現在までの本学学生の内定率は、悪いながらも全国の内定率とほぼ同水準である。求人数についても11～1月までは大きな落ち込みはなく、今後も同水準で推移するものと考えられる。	
	やや悪くなる	民間職業紹介機関（所長）	・新年度の採用活動はすでに始まっているが、新卒採用・中途採用は前年度に比べて減少傾向にある。今後、有効求人倍率の改善は見込めそうにない。余剰人員を抱え、人員削減を考えている企業も多々ある。
	悪くなる	職業安定所（職員）	・自動車関連産業では、予定した受注が無いことから雇用調整が再開される見込みである。

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	一般小売店〔生花〕（経営者）	・中学校の卒業式の注文をいただいた。卒業式シーズンで利益は上がるが、それから後、母の日以降どうやって売上を上げるかが毎年の課題である。
	やや良くなる	百貨店（営業担当）	・株価の緩やかな上昇に伴い、高額品を中心に消費は戻りつつある。ただし、ボリュームゾーンの商品の動きが鈍いことから、高額品と低価格品が売れ、消費が二極化する。
		百貨店（営業企画担当）	・12、1月とセールや気候の変化、オケージョンなど購買機会があれば堅実ながらも客は買うようになってきている。2月は厳しい予測だが、オケージョンや季節の変わり目にあたる3、4月は購買機会も多く、購買意欲が高まる。また宝飾品や時計などの高額品は依然厳しいものの、海外ブランドブティックは回復の兆しがみえており、一部の層では必要でないぜいたく品の購入も出てきている。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・前年はタスポ導入の反動によって非常に数字が悪かったが、今年の4月はその悪かった影響から抜き出てくる最初の月になるため、回復してくる。
		乗用車販売店（従業員）	・2、3月は販売競争が激しくなり、客の動きも活発になるため、売上も伸びてくる。
		乗用車販売店（管理担当）	・新車販売の補助金制度が9月まで延長され、その需要が発生する。ただ、その他の要素は期待できない。
		乗用車販売店（総務担当）	・自動車販売店にとって2～3月は年間最大の繁忙期である。新車販売は好調を維持するだろうし、中古車の売上や整備等のサービスの売上も今月より増収を見込む。

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
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・1月の閑散期を過ぎると2、3月は入学シーズンになるので、そう言った方向で商戦が組める。また、例年12月が年間を通じて一番売上が上がる月であるが、今年は1、2、3月と毎月売上が増加する傾向にあるため、良くなる。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・季節が良くなってくることに加え、子ども手当、高校無償化など、家計にダイレクトに反映される政策の実施が始まるため、景気は良くなる。
		旅行代理店（業務担当）	・一部の先行数値に良い兆しが見られる。これまでが悪すぎたこともあり、今後は上向く。
		通信会社（業務担当）	・2月は、全体の需要低迷や他店との競合もあるものの、春のキャンペーン待ちの客の来店増が期待でき、新規・取替需要への対策もなされることから、前年より売上は上がる。
		ゴルフ場（支配人）	・来場者の会話などから不景気の悲壮感は見られず、また来場者も徐々に増えつつあり、デフレの底打ちを予感させられる。
		美容室（店長）	・町の合併に伴い町全体に活気が出てきて、景気も少し良くなる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・新政権になったことにより、従業員の処遇の助成金制度継続が期待される。また、障害者自立支援法の改正が見込まれ、応益負担から応能負担へと変更されることが予想され、顧客としては負担減につながることで、より多くのサービスを利用いただける可能性がある。
	変わらない	商店街（代表者）	・売上そのものは季節商材が多くなり人が動き出すので上がるが、景気が良くなったとは判断できない。客は将来に対する不安が大きく、買おうという気持ちはあるが、買うという決定ができない。
		商店街（代表者）	・春闘のベースアップも期待できず、これから極端に上向きになるとは考えられない。
		商店街（代表者）	・客は卒業、入学、就職と結構高額の出費をし、食費が減らされるため、今後景気の回復は見込めない。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・売上増加につながる政策も無く期待はできない。今後も消費者の節約は当分続きそうである。
		百貨店（営業担当）	・フォーマルバーゲンや駅弁大会及び割引商品の全店催事等は好調である。また、粗品付DMの催事は、来客数、店頭売上とも伸びず、バーゲンも前年実績割れとなる一方、定価品は好調で、プロパー比率も改善している。商品を選別し大事に使う姿勢が続いている。
		百貨店（営業担当）	・2、3月は少し厳しくなる。いずれにしても今年が景気のターニングポイントになると見ているので、悪いニュースを払しょくしていかないとなかなか上向きにならない。
		百貨店（業務担当）	・客の消費に対する慎重さは強くなってきている。客の来店の様子から短期的に売上、消費環境は改善しない。
		スーパー（経営者）	・春闘におけるベースアップ定期昇給等が据置きなので、皆警戒しているようだ。
		スーパー（店長）	・今のデフレ傾向がまだしばらくは続くと予測され、当然のことながら消費者の節約志向も依然として厳しい状況が続く。
		スーパー（店長）	・景気はずっとこの悪いままの状況が続く。バレンタイン需要、節分需要もさほど期待できない。予約でしか注文がままならず、景気は最低のところまで来ている。
		スーパー（店長）	・春を向え例年動きが活発になるが、身の回り品の需要は底を打ってる感があり、大きな変化はない。企業の転勤者の対処ひとつ取ってみても小売に影響するため、購買年代層、人口の変動を常に加味して判断しなければならない。
		スーパー（店長）	・まだまだ節約志向には変わらないが、付加価値の高い商品がより安い方向に向かっている感じがする。客の使い分け頻度はさらに二極化傾向にあり、価値と安さの訴求格差がますます出てくる。必需の安い商品についてはもっと売上が上がってくる。
		スーパー（総務担当）	・デフレ傾向はまだ続き、顧客はより安い商品を求め、店側は集客のため、さらなる価格引下げを継続せざるを得ない状況が続く。
		スーパー（企画担当）	・景気の二番底感が強く、また具体的な消費拡大政策もなく、現状の不景気が当面継続する。体力のない企業はディスカウントストアやドラッグストアとの価格対抗が難しく、コスト削減による体質改善が急務となる。

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(店員)	・身近でリストラの話題が多く出ている。危機感を感じているので、景気が良くならない。		
		衣料品専門店(店員)	・正価販売時期真っ盛りの春物商戦は何も良い条件がなく、1品単価当たりの値段も下がるので、枚数を売らなければならぬ。新規客の衝動買いがなければ全体的として大きな売上が取れないと懸念する。		
		家電量販店(店員)	・景気が底を打ったと言われるが、現場では実感が無い。実際、薄型テレビは良く売れているが単価は下がっているし、パソコンも新しいOSは出たが、思うように売れていない。客は、エコポイント制度がいつまで続くのか懸念しており、購入を先延ばしする客が多い。		
		家電量販店(店員)	・今までけん引していた薄型テレビの販売が、年が明けてからうまくいかない。エコポイント制度の効果が息切れし、さらに2台目需要が始まったためである。大型テレビがある程度売れてしまい、小型テレビに集中し始めている。小型テレビは単価が低く、売上をけん引する商品が見当たらない。		
		乗用車販売店(販売担当)	・本格的に景気が回復し、生活の景気の先行きが見えない限り、今の慎重な購買姿勢は変わらず、販売量はさほど伸びない。		
		住関連専門店(経営者)	・年4回の業者向け展示会で、引き続きメーカー、直販にますます力を入れていきたい。不況の中、メーカー、卸、小売のすみ分けが崩れ、限られた客の奪い合いで生き残りが厳しい。		
		その他専門店[ガソリンスタンド](統括)	・2月の商戦は例年並みを予想しているが、3、4月の連休商戦で消費マインドが回復する。		
		高級レストラン(専務)	・繁盛しているところは安い商品である程度品がいいところが売れているが、それは一部であり、ほとんどは売上が落ち、人通りがなくなっている。借入金の元金返済を猶予する制度は良いが、まだ回っていない。		
		高級レストラン(従業員)	・客の動きが全くないので、景気は変わらない。		
		スナック(経営者)	・とにかく人が動いておらず、いろいろ手を打ってみても反応がない。		
		観光ホテル(総務担当)	・上向き部門と厳しさが続く部門があり、全体では変わらない。		
		都市型ホテル(スタッフ)	・来客数の減少は変わらず、単価も下落している。		
		都市型ホテル(副支配人)	・2、3月は毎年ある団体、グループの予約が入っているが、4月以降は不透明である。		
		旅行代理店(従業員)	・個人旅行がやや回復傾向にある。しかし、家族旅行、ビジネス旅行はまだまだで、団体旅行も停滞気味である。		
		タクシー運転手	・客より、残業手当が今年から全く出なくなり、サービス残業であるという話を聞いた。景気は今後も変わらず悪い。		
		通信会社(営業担当)	・今の法人客の話を聞くと、良い話が全くない。		
		テーマパーク(職員)	・予約については、個人旅行は横ばい、団体はやや減少したまま推移しており、なかなか回復するプラス材料が見当たらない。自社商品は春休み、ゴールデンウィークともに例年並のプランを仕掛けるので、プラスが期待できる。		
		美容室(経営者)	・先行きが見通せず働き口がなくなっている。便利になっていくのは良いが、どんどん人がいらない世の中になっている。皆が仕事に就ける時代に早く戻してほしい。		
		美容室(店長)	・公共事業の削減が影響しており、景気は良くならない。		
		音楽教室	・新入会生は確実に増えるが、その分辞める生徒もいるため変わらない。		
		やや悪くなる		商店街(代表者)	・いまだに良くなる要因がない。物価はデフレ傾向にあることと、各々の所得も下がりはずれど、上がらないのが現状である。私ども古書の世界は、売上が2～3年前の半分から3分の1はあたりまえとなった。
				一般小売店[鮮魚](店員)	・入学シーズンになり、以前は家庭でお祝いをしたりしたもののだが、最近はあまりないようだ。家ですると鉢盛などの需要もあるのだが、最近はめったにない。鯛の尾頭付きなどはほとんど見かけない。
				一般小売店[精肉](店員)	・これからも単価抑制の流れは変わらないと思われ、そうなると価格競争で対抗し難い中小・零細卸小売業の景気はまだ後退する。

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（売場担当）	・前年はインフルエンザのマイナス要因があった一方、定額給付金に伴うプレミアム付き商品券が発行され若干の売上の底上げを図ったが、今年はそれがいないため、若干の懸念がある。一方、大河ドラマの影響で来客数が若干増える。今、売上は悪くなっているが、衣料品の動向次第で動きが出てくると、回復する。ただし、デフレ傾向は今後も続き、単価上昇による売上向上は望めない。
		百貨店（売場担当）	・景気がまだ厳しく客の入店が減っている中、商品もデフレで単価が下がっており、思ったより数字が上がってこない。この傾向が今後も続く。
		百貨店（企画）	・米国の大手金融機関の破たんから1年半が経過するが、雇用状況や景気回復策の改善が一向に見えないなかで、ますます生活防衛に向かう顧客の比率が高まり、悪化のトレンドから脱却できない。商品単価の下落が進み、販売数量は変わらなくても総売上の減少傾向は続く。
		スーパー（店長）	・鍋物商材、冬物衣料がなかなか売れない状況である。寒くなってもなかなか伸びてこないで、客の支出の絞り込みが続く。
		スーパー（店長）	・ここ数か月の傾向を見ていると、価格を始めとする商品選択に時間をかけている姿が数多く見受けられる。この状況がこの先一気に変化する気配はない。
		スーパー（総務担当）	・大企業でも今年の春闘で賃金が上がらず、定期昇給も凍結との話が出ている。消費者の収入そのものが上昇せず、今後消費購買力がますます減少するため、小売は非常に厳しい局面となる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・春先の宴会予約状況が前年に比べ低迷している。
		タクシー運転手	・客の節約志向がひしひしと感じられ、タクシーに乗る余裕がない。
		ゴルフ場（従業員）	・2、3月の予約状況は前年並みで推移している。しかし4月以降は県外客の予約がほとんど入っておらず、厳しい状態になる。
		住宅販売会社（従業員）	・土地の動きが非常に鈍い。良い物件でも価格、借入等の問題があり、動きが鈍い。土地が動かないことには不動産業の活性化にならないので、景気は悪くなる。
悪くなる		一般小売店〔青果〕（店長）	・マスコミの報道で購買力にプラスとなるような報道が一切ないので、精神的ダメージが大きい。県産野菜の生産量がかなりだぶついており、落ち着くまでかなり厳しい状況が続く。
		コンビニ（エリア担当）	・景気悪化による収入減から1品単価が低下しているほか、不必要な物は購入しない傾向がさらに強まり、前年の売上を達成することは到底できない。
		コンビニ（販売促進担当）	・まだまだデフレ傾向である。パン業界において当地区では6社が競合しているが、特売の要望があった際、当社が断っても、他社が原価割れしてでも応じてしまうという手に負えない状況であり、利益面が非常に厳しい。
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）	・今が最低の状況である。春先には焼き物業界もある程度商品が動き、東京でも販売会を行うため、いくらか動きが出る。今後は商品開発力が最も求められる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・引き合い件数が以前に比べて多くなってきた。しかし、客はみな、今は良いが先が不透明であると口にしている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・コストは厳しくなってくるが、3か月前の大変厳しい状況から受注量は回復しており、底をつけてこれから先は若干良くなってくる。
	変わらない	農林水産業（経営者）	・1月の状況から考えると、2月はもっと厳しくなりそうである。例年3、4月は異動や花見などの行楽シーズンとなることもあり、売上はかなり期待できるが、今年は見通しが暗い。
		農林水産業（従業者）	・円高はある程度止まったものの、やはり末端での消費行動は非常に鈍いので、しばらくは低価格で推移し、厳しい状況が続く。
		家具製造業（従業員）	・2、3月は官公庁が年度末を迎え、オフィス家具業界は需要期になるが、今年は政権交代の影響が年度末の見込みがほとんどない。この時期を過ぎた4月以降の民間企業の設備投資もあまりなく、二番底になりつつある。

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	
		鉄鋼業（経営者）	・国内市況の低迷で、民間設備投資はもとより土木関連の需要も予算カットにより減少することが間違いなく、需要の回復は全く見えない。これ以上の落ち込みがないように期待するしかないが、それ以上に再生可能な価格帯の構築が急務である。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・現在の受注残、来月の受注予定からすると、今月が上がっている分、今後はそう変化はない。3月末にかけて更新の仕事も増えてきている。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・現状からすると、半導体関連の先行きは明るく、二番底はない。	
		建設業（従業員）	・公共工事の減少、マンション等の住宅着工の減少等、業界を取巻く環境は依然厳しい状況が続く。また、個人消費の落ち込みも厳しく、景気は悪い状態のまま推移する。	
		輸送業（総務担当）	・預かっている荷物の変化があまりない。しばらくはこのままの荷動きで推移する。	
		金融業	・製造業は輸出品を中心に緩やかに回復すると考えるが、大きな変化はない。また、最長2年間失業保険が給付される制度から、労働者が集まりにくい状況になっていると聞く。	
		金融業（調査担当）	・中国などの新興国や米国など外需回復の恩恵は、一部の企業にしか行き渡っていない。また、雇用情勢や所得水準などは依然厳しく、デフレ状況が当面続くことから、景気が上向くまでには至らない。	
		金融業（営業担当）	・中小企業の経営者には、新たな設備投資に対するマインドがほとんどない状況であり、前向きな資金需要や計画に関する情報は出てきていない。	
		新聞社（広告）	・冬季オリンピックや地元流通施設の開業等、話題はあるが、どこまで新聞広告に結び付くかは不透明で、景気の動向は変わらない。	
		経営コンサルタント（代表取締役）	・受注状況はやや良くなってきているが、この状態が継続すると判断できる客観的事実は乏しい。	
		やや悪くなる	通信業（職員）	・情報通信工事は継続して受注の見込みがあるが、電気工事の受注は落ち込む。
			金融業（得意先担当）	・後ろ向きの借入申し入れについては、企業のみならず住宅ローンを抱える個人でも見受けられる。給与の減少に伴い住宅ローンの返済が厳しくなった個人からの条件変更の申し入れが今後も予想され、今以上に厳しくなる。
			広告代理店（従業員）	・今月の新聞折込広告枚数は前年比87%と減少した。元旦だけは前年並みの枚数の受注を確保できたが、だんだんと尻すぼみとなり、今後も受注が増える引き合いはない。相変わらず求人関係のチラシが減少したままで、増える見込みがない。まだまだ状況は悪い方向に向かっている。
経営コンサルタント	・客や金融機関等の話では、売上が非常に低迷し、デフレで価格も厳しい状況が続いているということである。金融機関に対する借り入れも非常に厳しい状況が続いており、このまま続けば破たんの方向に進んでしまう企業も多いと聞く。2、3か月先も厳しい状況になる。			
悪くなる	その他サービス業〔物 品リース〕（従業員）	・案件の減少、小口化、支払延滞の増加等、上向き要因は全く見られず、今後はさらに厳しさを増す。		
	繊維工業（営業担当）	・例年であれば現在の繁忙期のプラスを4月からの閑散期に取り崩していくのだが、それもできない状態である。この傾向が今後も続く。		
	建設業（社員）	・新政権がどのように公共工事を発注するのか全く不明なので、全くわからない。22年度の繰越工事が発注されれば景気も少しは良くなるが、現状では期待できない。また、民間工事の発注もほとんど期待できない。		
		その他サービス業	・市町村においては、調査、計画に関するコンサルタントへの発注業務を、全額補助となる国の緊急雇用対策制度で行おうとする動きがある。本来専門的技術を有する業者が行ってきた業務を、失業者を雇って行わなければならない、業者にとって利益の出ない事業となっている。今後ますます委託される業者の経営が厳しくなる。	
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）	・景気回復が見える企業ばかりではなく、人材の登用を控える企業の数のほうが依然として多い。緊急雇用対策の助成金でなんとか持ちこたえている企業の景況感が良くならなければ、本格的景気は回復しない。	

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	
		人材派遣会社（社員）	・これからの時期が人材派遣会社にとって需要期となるが、さらなる組織の見直しなどから、人員削減、事業所削減の動きもある。	
		新聞社〔求人広告〕	・たとえ景気が上向いたとしても、それが求人数に跳ね返ってくるのは、早くても半年ほどかかる。	
		職業安定所（職員）	・新規求職者数の動向はこのところ落ち着いているが、新規求人数については、当月も前年に比べ大幅な減少となっている。景気の先行き不透明感や消費意欲の低迷等を理由に多くの産業で低調な状態が継続しており、しばらくはこの状況が続く。	
		職業安定所（職員）	・新規求職者数は前年比で7か月連続増加しているが、新規求人数は15か月連続で減少している。この傾向がすぐに改善されるとは考えにくい。	
		民間職業紹介機関（職員）	・今年に入り若年層の求人が若干改善傾向であるが、季節要因が高く、転職市場は先の見えない状況である。特に40代以降の求人は皆無に等しく、さらに厳しい状況が続く。	
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・店舗の出展計画、物流の動き等から、景気は多少上向きに転じる。ただし雇用に対しては、採用者数を極力減らす動きから、依然として慎重な姿勢は変わらない。	
		学校〔大学〕（就職担当者）	・人事担当者からは、現在の採用規模が底であることや、今後の景気動向を心配する声が多く聞かれる。これからも一定規模の求人活動は展開されるであろうが、求人・採用数が拡大する状況ではなく、厳しい求職環境が続く。	
		やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・新年度に入り、現在契約のある企業が引き続き更新してくれるのか、今の段階での非常に判断しにくい。スタッフの自己都合で途中終了になっても、後任はいらないという企業が出てきているので、そこが一番心配するところである。
			人材派遣会社（社員）	・年度末を迎え、収支の追い込み時期に入るが、売上向上が見込めない現状では経費節減が強化されるため、人材派遣会社は厳しくなる。
			新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地元の百貨店、家電量販店、スポーツ用品小売店が業績不振を受け、撤退、縮小を発表した。抜本的な策はないことから、しばらくは我慢と辛抱の時期が続く。
	職業安定所（職員）	・失業率は最悪に近い状況で推移しているほか、雇用の悪化、所得の減少で個人の消費意欲は低下している。物価が下がっているのに物が売れず、企業収益が上がらない。景気が良くなる材料がいまだに見えてこない。		
悪くなる	民間職業紹介機関（社員）	・年度末で一旦採用活動を終了するとの話が今のタイミングで出ており、例年になく動きが早い。一方で新しい顧客からの依頼も出てきているが、競争激化で受注に結び付かない状況である。		
	民間職業紹介機関（支店長）	・顧客の労働力余剰感がますます増大しており、人材派遣需要が低下し続けている。この傾向が今後も続く。		

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	-	-
	変わらない	百貨店（営業担当）	・米国の大手金融機関の破たん後の景気後退から1年以上経過して消費の低迷が底を打つことへの期待もあるが、これから春闘の時期を迎え、2009年度の各企業の経営状況悪化の影響による人件費の抑制などが実施された場合、更なる消費の冷え込みも懸念される。
		スーパー（販売企画担当）	・観光関連の落ち込み、基地問題、公共工事の縮小などどれをとっても明るい材料が無い。
		コンビニ（経営者）	・観光客数の減少で、景気は良くならない。
		コンビニ（経営者）	・観光客が減少している状況が続く。
		コンビニ（エリア担当）	・観光客を含めた来客数の減少が今後も予測されるため、既存店も売上減となる。前月に比べ来客数は更に0.5%減少している。既存客の掘り起しも厳しい。
		コンビニ（エリア担当）	・デフレ傾向は今後も続き、回復は見込めない。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・2月は最も客足が落ちる月である。いろいろ販促活動をやっているが、まだ本格的な手ごたえを感じることができない。

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
		観光型ホテル（総支配人）	・3月以降の集客状況は前年同月比40%程度の減少である。各旅行社も息切れ状態である。旅行マインドの回復には今しばらく時間がかかる見込みである。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・今年度中は、厳しい雇用情勢や所得減少を反映し旅行手控えが続くと考えられる。若干回復傾向にはあるものの、まだまだ逆風が強いまま変わらないであろうと予測される。また2月の冬季オリンピックや札幌雪祭り、3月の成田空港における発着回数増加による海外旅行増など、沖縄旅行にとってのマイナス要因が強いので、今しばらくこの状況が続くと読んでいる。
		旅行代理店（代表取締役）	・春先は旅行シーズンを迎えるが動きは鈍く、問い合わせは安い航空券ばかりである。集客は伸びても客単価は安い商品ばかりなので売上は伸びそうもない。
	やや悪くなる	衣料品専門店（経営者）	・客単価、1点単価共に前年と変わらず、前々年比では悪い状況のままである。その上、今年は来客数が前年と比べても下落傾向にある。20%ほど客数が下がっている感があり、今のところあまり良くなる兆しが見えてこない。
		その他専門店〔楽器〕（経営者）	・観光客にも大手航空会社の経営悪化が影響すれば、厳しい。また、円高で沖縄よりも海外旅行が安いイメージがある。当面厳しい状況が続くそうである。
		観光名所（職員）	・大手航空会社の法的整理が確定し、旅行業界は今後厳しくなる。また、国内景気も回復の兆しが見えない。このような状況では、県外観光客に頼る沖縄観光は厳しくなる。
	悪くなる	商店街（代表者）	・中心商店街のエリアでは、新型インフルエンザ及び景況不況のありを受けて観光客数が前年比で14～15%落ちている。客単価が大幅に落ちて、厳しい状況下にある。店も大概似たり寄ったりで、お互い客を奪い合っている感がある。
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	-	-
	変わらない	建設業（経営者）	・以前からの引き合いや問い合わせが2、3か月後にやっと契約に結び付いても、支払いは工事後のため、即売上にはつながらない。
		輸送業（代表者）	・特に一離島地域において現状の好調さは底堅く継続する。
		通信業（営業担当）	・案件の話があっても発注先が景気の動向を意識してか、なかなか契約に至らない。業界自体が景気の動向をうかがっている状況にある。
	やや悪くなる	食料品製造業（管理部門）	・出荷量が悪くなっている。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・今後も公共及び民間工事が共に減少する見通しである。
		輸送業（営業担当）	・観光客の減少が続いていることや、年度末に向けた公共工事の頭打ち感、本土での景気低迷の影響がある。原油価格の再高騰での物流コスト増など明るい兆しが無い。
		広告代理店（営業担当）	・県経済は観光産業に支えられてきており、入域観光客数の落ち込みが今後も続きそうな状況と、県内消費支出もなかなか上昇してこない状況を考えると、県内企業の不安感もますます強くなると推測される。当然、広告宣伝を含めた販促活動も消極的になり、依然として官公庁予算へ依存せざるを得ない状況である。
		悪くなる	コピーサービス業（営業担当）
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）	・派遣依頼の内容がしばらく前より多岐にわたり、若干持ち直し感はあるが、依頼は短期が多く今後続くかどうか分からない。また一番需要の多い医療関係は人材そのものが不足し、依頼があっても数字につながらない状況である。
		職業安定所（職員）	・新規求人が前年比で15.8%増加しているのに対し新規求職者は同21.7%増加しており、先行きが懸念される。
	やや悪くなる	学校〔専門学校〕（就職担当）	・前年度と比較すると、求人数は増加傾向ではないがほぼ横ばいになりつつあるも、求人数は半数に減少している。依然厳しい雇用環境であり、先行きが見通せない企業の採用手控えが伺える。
		学校〔大学〕（就職担当）	・企業の採用基準の大幅な引上げによる内定者の減少傾向は、ますます強まる。
	悪くなる	-	-