

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 | 旅行代理店（支店長） | ・やはり東京スカイツリーの開業効果である。開業に向けてのカウントダウンということで間近になると様々なセレモニーも始まり、マスコミや新聞の報道も増えるため、ますます関連の旅行や事業が発展し、非常に期待が持てる。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・今月の景気が悪すぎたということもあるが、大手の新築建売住宅の供給増や価格の見直しなど決算期の対策により、販売量の増加が見込める。今月中旬から来場者数も増えており、今月の集客が2、3か月後に成約し、販売増につながる。 |
| | やや良くなる | 商店街（代表者） | ・冬が寒かった分、東日本大震災の時のような反動景気があり、イベントもあまり効果がない冬ではなく、春にあわせて企画しているため、やや良くなる。 |
| | | 商店街（代表者） | ・東北の内需が出てくるため、期待している。 |
| | | 一般小売店〔祭用品〕（経営者） | ・春を迎え、新年度の準備で若干上向く。 |
| | | 一般小売店〔家電〕（経営者） | ・現在は様々な面での情勢不安感が強く、客が買い控えているが、これからは少しは和らいでくる。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・根本は変わっていないが、前年は東日本大震災による買い控えが顕著だったこともあり、2、3か月先はやや良くなる。 |
| | | スーパー（店長） | ・広告の立ち上がりだけに集中していた客の来店頻度が、通常営業日にも高まってきている。通常日の売上も落ち着いてきたため、今後は良い方向に向かっていく。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・接客するなかでは非常に読みづらい点もあるが、相対的にはこれからも良くなる。 |
| | | コンビニ（商品開発担当） | ・徐々にではあるが、設定した予算数値に近付いてきている。 |
| | | 家電量販店（経営者） | ・エコポイント制度と地上デジタル放送化の反動減が続いていたが、少しずつ戻ってきている傾向が見られるため、やや良くなる。 |
| | | 家電量販店（営業統括） | ・来客数は前年を上回る状況になっており、今後、新年度の開始に向けて消費意欲も高まる。住宅着工件数や新築マンションへの入居者は増加傾向にあるため、家電関係を中心に購入機会が増えると予想している。裏付けとして、来店予約をして家電製品を購入する客が、わずかだが増えてきている。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・東日本大震災の復興需要が増えてきて、景気はやや良くなる。 |
| | | 乗用車販売店（販売担当） | ・エコカー減税とエコカー補助金の影響に加え、新型車の導入によって、これからまだまだ受注は活発になる。 |
| | | 乗用車販売店（渉外担当） | ・生産はほぼ平常どおりに戻り、環境意識の高まりやエコ意識の浸透もあって来客数は増加し、受注もハイブリッド車を中心に好調である。今後もエコカー減税の継続やエコカー補助金の再導入がほぼ決定的なので、楽観視はできないが期待し、提案活動を継続していく。 |
| | | 乗用車販売店（販売担当） | ・1月は停滞状態で景気がまだ動いていないが、2、3か月後は東日本大震災復興の様々な形のなかでダンプやクレーン付き等の購入や受注が出てきて、その関係物資や資材等が増えていく。あくまで期待を持ちたいが、政治の状況やガソリン価格の高止まりなどが悪影響を与える可能性もある。 |
| | | 乗用車販売店（店長） | ・昨年東日本大震災やタイの洪水で非常に厳しい状況にあり、円高も追い打ちを掛けているが、エコカー補助金の再導入により、3月までは追い風になる。 |
| | | その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当） | ・期末、春休みにかけてもう一盛り上がりがあるため、やや良くなる。 |
| | | その他小売〔ショッピングセンター〕（統括） | ・復興需要が徐々に大きくなっていく。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・前年末から今年にかけて周辺が新築ラッシュで、新住民が増え、外食需要が見込まれる。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・2、3か月先は暖かくなってくるので客の入りがかかなり良くなる。入学式や卒業式等が控えており、イベントが多くなるため、やや良くなる。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・婚礼見込みの来客は現在減ってはいるが、スカイツリー効果もあり、今後回復が見込まれる。 |
| 旅行代理店（従業員） | ・業務性需要が中心であり、そのニーズは手堅いため、やや良くなる。 | | |

| | | |
|---------------------------------|---|-----------------------------------|
| 旅行代理店（従業員） | ・年明けから団体旅行の問い合わせの電話、見積依頼のFAXが今までの1.5倍くらい来ている。特に2、3か月先の案件は今までにない動きを見せており、そのまま受注に至っている。 | |
| 旅行代理店（営業担当） | ・新商品が好調で、やや良くなる。 | |
| 通信会社（経営者） | ・ケーブルテレビはここにきてテレビの購入がここ数か月よりも増え、加入も少しは良くなる。 | |
| 通信会社（管理担当） | ・消費税率引き上げの議論に対して、それまでに消費者の動向が活発化する。東日本大震災後1年を迎えるにあたって、募金等で使っていた資金が別の方向に向けられる。 | |
| 通信会社（営業担当） | ・新しい年を迎え、今年は良い年になるだろうと顧客は期待感を持っているようである。 | |
| 通信会社（管理担当） | ・春は販売量が増加する傾向なので、このまま解約が収まってくれば好転する可能性がある。 | |
| その他レジャー施設 [アミューズメント] (店長) | ・今月は客数、客単価共に異常に落ち込んだものの、月末にかけては回復傾向となっており、今が底と考えているため、やや良くなる。 | |
| その他サービス [保険 代理店]（経営者） | ・中長期的には景気は下降線をたどるが、やや希望的に見れば昨年の東日本大震災以後の景気の落ち込みの反動でやや良くなり、短期的には回復する。 | |
| 設計事務所（所長） | ・この忙しさは耐震改修の前倒しによって出てきていることだと思うが、今年一年は特に忙しい日が続く。 | |
| 住宅販売会社（従業員） | ・2、3月は現在より契約数が伸びると思うが、まだまだ順調にいくとは思わない。今後、販売促進などを再検討して契約数を伸ばす考えである。 | |
| 変わらない | 商店街（代表者） | ・全体が良くならないと、今の状態では良くなるという考えは持てない。 |
| 一般小売店 [家電] (経理担当) | ・良い話がほとんど聞こえてこないため、客の購入意欲もわからない。 | |
| 一般小売店 [医薬品] (経営者) | ・今月は1月にしてはまあまあ良かったため、今後もこの状態が続く。 | |
| 一般小売店 [茶]（営業担当） | ・他の食品で放射性物質が規制値より多いと報道されると茶の放射性物質検出のニュースを思い出す、との声もある。挨拶では頑張ると激励されるが、買上には至らない状況が続く。 | |
| 百貨店（売場主任） | ・前年より気温の低下が予想され、春物への移行の端境期にけん引できる商品が品薄であるため、春物定価品の動きは鈍化する。 | |
| 百貨店（総務担当） | ・前年は東日本大震災の影響で買い控えがあったため、見た目は伸びたように見えるが、世界的な経済状況や電気料金の値上げ、消費税の議論等で、好転するとは言いがたい。 | |
| 百貨店（総務担当） | ・ヨーロッパに端を発した世界経済の不調から、消費者心理の冷え込みは今後も加速していく。債務や円高の問題についても、景気回復の重しとなり、なかなか回復の兆しは見えてこない。また、国内でも増税や社会保障に関する議論が具体的になってきており、消費者の財布のひもは今後も緩むことは当分ない。 | |
| 百貨店（総務担当） | ・今後も先行きは不透明で、このような状況が続く。ただし、年末年始などの食品等の売上は横ばいであることを考えると、オケーションに対する施策を強化していく必要がある。 | |
| 百貨店（営業担当） | ・1月は低い気温で気候が安定していたことが起因し、婦人服、服飾雑貨、紳士服、子供服のファッション関連商材が好調に推移した。欧州の信用不安もやや緩和しており、景気は緩やかながら回復傾向にある状況は変わらない。 | |
| 百貨店（販売管理担当） | ・ここ数か月の傾向である買上価格上昇というプラス要素はあるものの、電気料金の値上げなどで企業も家計も直接的なダメージが想定されることから、総合的には差し引きゼロで、変わらない。 | |
| 百貨店（営業企画担当） | ・年末から前年を上回る状況が継続している。天候等に左右される面もあるが、現状を維持していくことができそうである。 | |
| 百貨店（店長） | ・政治や円高、ユーロ安の経済などに不安定要素が大きい。 | |
| 百貨店（副店長） | ・欧州の信用不安、円高、電力、原油などの資源価格の上昇などにより、先行きは変わらない。 | |
| スーパー（経営者） | ・昨年3月が少し良かったため、若干厳しい感じはしているものの、現在もあまり良くないため、大筋では今と変わらない。相変わらずあまり良い材料が見えず、いかに客の消費を喚起するにかかっている。 | |

| | |
|--------------|--|
| スーパー（店長） | ・2、3か月後は東日本大震災から1年で、関連需要が増えることは期待できるが、現状、国内では年金あるいは消費税の議論で将来の展望が見えない。海外でも円高、ドル安、ユーロ安、あるいは中国でも最近バブルの懸念があり、今後の見通しがはっきり立たないということが客の中にあるように感じられる。この先の景気は現状とあまり変わらず、あまり良くはない。 |
| スーパー（店長） | ・消費税や電気料金の値上げなどで出費がかさむため、食品関係についてはなるべく切り詰める傾向にある。 |
| スーパー（営業担当） | ・円高、株安の状況が変わらないまま、特に将来に対する不安が払しょくされない限り、景気の上向きは期待できない。 |
| スーパー（仕入担当） | ・地域によっては価格競争が激しくなり、売価だけは下がっていくが点数があまり伸びず、売上に結び付かない状況が続いている。牛乳、豆腐、納豆等の購入や消費頻度の高い商品ほどその傾向が強い。 |
| スーパー（仕入担当） | ・価値がある必要な物だけを買う傾向は続く。買物頻度が落ち、結果として客数が伸びない。 |
| コンビニ（経営者） | ・客の買物動向が落ち着きを取り戻したのか、日用品の買上等、変化が生じる兆しはない。 |
| コンビニ（経営者） | ・消費税又はT P P の議論、貿易収支の赤字等、将来に対して非常に不安な政情がある。その不安定さが大きな原因になり、閉塞感が続く。 |
| コンビニ（店長） | ・引き続き新キャンペーン等を通じて、客が寄ってくれるような企画を行っていききたい。 |
| コンビニ（商品開発担当） | ・本格的な東日本大震災の復興需要等の景気回復に期待したいが、政治や国際情勢に足を引っ張られる状況が当面は続くと思われる。明るい見通しは立てられず、依然厳しい状況が続く。 |
| 衣料品専門店（経営者） | ・東日本大震災の影響で落ち込んでいた購買力によりやく明るさが見えてきた感があり、これからの景気も少しずつ上向き状況が続くことを期待している。 |
| 衣料品専門店（経営者） | ・価格の高い商品の動きは依然として良い状態であるため、景気は下支えで良くなっていく状況は変わらない。 |
| 乗用車販売店（経営者） | ・エコカー補助金が行き渡っていくまでには、まだ2、3か月かかる。 |
| 乗用車販売店（営業担当） | ・エコカー減税やエコカー補助金があるが、まだまだ認知度が低く、こちらから話をしないと乗ってこない状況は変わらない。 |
| 乗用車販売店（総務担当） | ・消費税率の引き上げが実際に行われれば、売行きは大幅に下がってしまうが、エコカー補助金等のおかげで今後は安定した台数が見込まれる。 |
| 高級レストラン（店長） | ・宴会予約の状況から、変わらない。 |
| 一般レストラン（経営者） | ・新年になって今月半ば過ぎまでは売上、客数共に前年比100%を超えていたため、今年は上向きになるかと思っていたが、雨と雪で下がってしまい、まだまだ厳しい状況が続くそうである。 |
| 一般レストラン（店長） | ・当店の客の90%以上は一部上場企業の大手の人たちだが、やはり円高、世界経済などがかなり影響しているのか、お金の使い方が非常に厳しくなっている。2、3か月先もこの状況は変わらないか、もしくはもう少し悪くなる。 |
| 都市型ホテル（スタッフ） | ・宿泊はビジネス客の動きは止まっておらず、予約は直前で安いプランに集まるようになってきているが、動きに変化はない。レストランは料金を変えずに内容を吟味して予約する客が増えており、メニュー内容に注意を払う必要は充分にあるが、個人利用を中心に大きな変化はない。宴会は個人会費の歓送迎会を中心に、値下げ圧力は強くなっているが、前年の結果はともかくとして、予約段階ではほぼ前年並みの予約を受けている。 |
| 旅行代理店（経営者） | ・昔からの客はある程度年配客が多いので、旅行代理店を通しての手配等があるが、若い人たちはインターネット利用のほうが多いため、なかなか売上等に結び付いてこない。 |
| タクシー運転手 | ・将来に期待したいところはあるが、何を期待しているのかわからない部分もある。非常に先が不安だということは、これまでと同じである。 |
| タクシー（団体役員） | ・今の経済状況から見ると、何も先が見えない状況であり、将来の不安から個人消費が良くないため、変わらない。 |
| 通信会社（経営者） | ・テレビの新規加入獲得復活の糸口が見えず、しばらくは厳しい展開になる。 |
| 通信会社（局長） | ・消費税の議論が浮上しているので身構える感があり、楽観的な感覚はまだない状況である。 |

| | |
|-------------------|--|
| 通信会社（営業担当） | ・多チャンネルサービスは引き続き上昇の見込みが薄く、ネット及び電話サービスは営業力強化により現状確保を見込んでいる。 |
| 通信会社（局長） | ・どの業界においても、低価格競争から抜け切れていない。デフレスパイラルからの脱却のめどは立っていない。消費税増税の議論が活発になり、企業側の納税、仕入値への懸念から、見通しは立たない。 |
| 通信会社（総務担当） | ・本来は転居シーズンを迎えて当業界は活気付く時期だが、そのような傾向は全く見られない。来るべき時期に備え、生活防衛に入っている状況は変わらない。 |
| 通信会社（営業担当） | ・競合他社によるキャンペーン施策がプレス発表され、当社サービス加入者にも影響が出る。 |
| 通信会社（営業担当） | ・先行きに対する不安感があり、購買意欲を向上させる理由が乏しい。 |
| 通信会社（支店長） | ・これからの春商戦においては学割による新規獲得、番号ポータビリティで獲得するためのキャッシュバック等が高額化し、競争が激化する。 |
| ゴルフ場（支配人） | ・予約状況から見て来場は得意客ばかりであり、新規開拓が少ない。 |
| パチンコ店（経営者） | ・消費税増税の議論で少しお金を使うのを控えていることもあると思うが、当業界自体がイベントなど広告規制が結構あり、客に台の入替えや、このように面白く営業しているということアピールできなくなっている。こういったことも客が遠のいている原因となっており、その状況はこれからも変わらない。 |
| その他レジャー施設（経営企画担当） | ・客の動きは前年同月並みで推移しており、その点で東日本大震災前の水準に回復したといえる。今後も有望な催事が入っており、大幅な上昇は期待できないものの、現状ベースで堅調に推移する。 |
| 設計事務所（所長） | ・新しい情報等は多少多くなってきたはいるが、実質的にどうつながっていくか見当がつかず、現状が続く。 |
| 設計事務所（職員） | ・東日本大震災復興の進展に伴い、建設需要が東北に多く、型枠職、とび職などの集中である程度の建設物価高が公的資料に顕在化するが、業界全体に及ぼす影響は小さい。 |
| 住宅販売会社（従業員） | ・展示場への来客数は平年並みであるため、変わらない。 |
| 住宅販売会社（従業員） | ・受注残が前年を上回っている関係で、売上はそれなりに前年比を上回って良い状況になる。受注はユーザーの慎重度が相変わらず厳しく、特別な購入意欲をかき立てるようなものが少ないため、前年を超えるかは疑問である。 |
| 住宅販売会社（従業員） | ・土地有効活用部門は堅調な受注量を維持しているが、戸建住宅部門は苦しい状況が続く。 |
| その他住宅〔住宅資材〕（営業） | ・現在の景気が低迷している要因はいろいろあると思うが、それらが解消される見通しがなかなか立たない。 |
| やや悪くなる | |
| 商店街（代表者） | ・最近の暮れから新年の初売り等では、大型店は前年並みかわずか1%増などといった状況で推移しているという話を聞いている。ただし、一般の専門店や飲食店等では客はやはり買物に大変慎重になっており、できればあまりお金は出したくないという気分がある。飲食についても、家で食事をするほうが増えている。 |
| 商店街（代表者） | ・円高、派遣社員といった不安定な雇用形態の増加、若者の就職難、周りを見てもどこにも景気回復の兆しが見られない。 |
| 一般小売店〔和菓子〕（経営者） | ・消費税増税の議論や電気料金の値上げなど、消費はこれから鈍くなる。 |
| 一般小売店〔茶〕（経営者） | ・冬場のお茶の需要期に入っているが、消費税増税の報道や、放射性物質の風評被害の影響もあり、客数、販売量共に前年比1割減の状況である。 |
| 一般小売店〔酒類〕（経営者） | ・市場や問屋で仕入れるよりスーパーマーケットで買うほうが安い。後継者もいないし、年々販売量も減る一方であり、良くなるとは思えない。 |
| 一般小売店〔家具〕（経営者） | ・今後の景気はどう考えても良くなるような要素が一つもない。世界中の経済や東日本大震災後の状況を考えても、良くなるような要素が何もない。 |
| 一般小売店〔文具〕（販売企画担当） | ・今期、役所等の案件が早まっているということもあり、早くに需要期が終わってしまうのではないかと懸念がある。そうなると例年よりも早まり、2月は例年よりも良いが3、4月で尻すぼみになる可能性が出てくる。 |

| | |
|------------------------|--|
| 一般小売店〔茶〕（営業担当） | ・東日本大震災後の節電及び企業のコスト削減は一時期より軽減されたと思っていたが、お茶、コーヒー等の福利厚生費は回復していない企業がまだまだ多くある。今後、社員の活気が上昇する要因は当分出てこない。物が売れない時代へ突入してしまいそうで、心配である。 |
| 百貨店（総務担当） | ・電気料金の値上げ、円高、原油価格の高騰、消費税率の引上げ議論などにより、消費マインドを冷えさせる懸念材料が多い。 |
| 百貨店（広報担当） | ・今月は後ろ倒しとなった冬物重衣料の需要等で売上を確保しているが、予報によると今年の冬は寒さが厳しく長いため、本来2月後半から始まる春物商材も後ろ倒しの需要となることが想定される。また、年金改革や消費税の議論などで消費者心理を冷やす材料ばかりが目立ち、ここ数か月で景気が上向く理由は見当たらない。 |
| 百貨店（営業担当） | ・前年は東日本大震災の影響で大きくマイナスとなったため、数字上では復調傾向が出るが、消費税増税の議論が本格化することにより、一時的な消費マインドの冷え込みが懸念される。現時点では経済環境のプラス要因はあまりなく、消費マインドの低下による景気低迷が懸念される。 |
| コンビニ（経営者） | ・今までも福島第一原子力発電所の事故、東日本大震災の後遺症の問題等でもっと悪くと思っていたが、当業界にとっては追い風もあり、そこそこ安定してきた。しかしその安定も、これから徐々に悪いほうにシフトしていく。 |
| 衣料品専門店（経営者） | ・天気次第で売上も変わるが、消費税が増税されるとか、年金も危ないなどのニュースを新聞やテレビで耳にしている消費者は、ファッションよりも実用品に目が移っている。不安材料も大変多いため、必要な物以外は我慢している様子が見られ、2、3か月先はあまり上向きにはならない。 |
| 衣料品専門店（店長） | ・被災地での実用衣料需要が強いこともあるが、東日本大震災のダメージは薄れてきている。電力不足の不安について、この冬場は乗り切れそうな心配が大きく影響している。ただし、すべての原子力発電所が停止する春以降は、また節約ムードと共に工場などの生産に影響があるものと考えられ、商品の供給に影響が出る。 |
| 衣料品専門店（営業担当） | ・不況の折、なかなか商売が良くなり売上が伸びていない。また、低価格商品が売れているため、やや悪くなる。 |
| 住関連専門店（統括） | ・現在の景気、経済の動き、そして今後の増税等の問題で、これからもまだまだ買い控え等が続く。 |
| その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者） | ・春の数字を何で取るかで大きく変わるが、花粉が少ない予報なので、やや悪くなる。 |
| その他専門店〔服飾雑貨〕（統括） | ・年末、年始商戦は共に好調な売上を残すことができていたが、今年度は東日本大震災の影響や節電といった自粛ムードが漂う期間もあったため、その反動が出ている可能性があり、今後の動向に注視していきたい。 |
| 都市型ホテル（スタッフ） | ・結婚披露宴の予約受注状況は、4、5月が前年に比べて非常に悪い状況になっている。このままいけるとかなり厳しい結果になってしまう可能性が出てきている。 |
| 都市型ホテル（スタッフ） | ・先の予約が全く動かない。元々2月は閑散期にあたるが、例年より更に悪い。3月は動く時期だが、今のところないため、直近の受注に期待している。 |
| タクシー運転手 | ・大きな差は出ないにしても、少しづつ年を追うごとに悪くなっているようである。明るいニュースも少ない。 |
| 観光名所（職員） | ・当地には寺があるため参拝者が正月にはかなり来たが、2、3か月後は閑散期となり客が一番少ない時期を迎えるため、やや悪くなる。 |
| 遊園地（職員） | ・先行き不透明感が強く、景気回復に向かうと思える材料が無いので、やや悪くなる。 |
| その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人） | ・電気料金の値上げ、欧州の信用不安、異常気象などマイナス要因がとて多く、現状が良くても将来的には楽観視できない。 |
| その他サービス〔立体駐車場〕（経営者） | ・毎月のように来客数が減っているため、やや悪くなる。 |
| その他サービス〔学習塾〕（経営者） | ・東日本大震災の影響に加えて、報道された地震の確率の問題で、遠くから通う生徒が辞めて近くの塾に通うという連絡が入っており、これから先の景気は悪くなる。 |
| その他サービス〔学習塾〕（経営者） | ・消費税増税の議論で、支出が更に制限されるようになる。 |
| 設計事務所（経営者） | ・政治の混迷がほとんどを占めている。設計として民間の仕事を取るべくいろいろ模索して頑張っているが、全く先が見えない。この年度末、4、5月を控えてどうなるのか全く分からない。 |

| | | | |
|----------------|---|------------------------------------|---|
| | 悪くなる | 一般小売店〔家電〕 (経理担当) | ・売上が上がる商品が見当たらない。主力のテレビのような一家に何台もあるような商品がないため、売上を上げるのは難しい。 |
| | | 一般小売店〔印章〕 (経営者) | ・インターネットや量販店でも配達付きの販売を行うなど、徐々に商店会としての販売機会や販売網が狭まってきている感じがする。商店会としても宅配サービスやネット販売等を検討する時期である。 |
| | | 一般小売店〔食料雑貨〕 (経営者) | ・競合店の大型ショッピングモールが11月に開店した影響で客数が激減している。また、周辺の道路で渋滞が発生するため、客足も悪くなる。 |
| | | 一般小売店〔靴・履物〕 (店長) | ・当地域の特殊要因だが、大手自動車メーカーの工場がまた部分的に閉鎖という話になってきていることもあり、街全体の活気が悪くなる。また、街中にスーパーが全くなく人の流れがないため、非常に悪くなる。 |
| | | 百貨店(営業担当) | ・欧州の信用不安によって急激に進行したユーロに対する円高や中国の成長鈍化など、ここにきて景気の先行きに対する懸念材料が増えている状況下では、個人消費の回復は期待できない。 |
| | | スーパー(店長) | ・消費税増税の議論や客からの話の中で将来に対する不安や年金問題等いろいろある。3か月後は客の様子からすると、今よりも悪くなる。 |
| | | スーパー(ネット宅配担当) | ・競合店出店の影響が大きい。ディスカウント業態の競合店が進出してくるため、売上、利益の減少は避けられない。また、業務用電気料金的大幅値上げは経営に直接影響してくる。消費税の増税も避けられない状況から、消費意欲は下がる。 |
| | | コンビニ(経営者) | ・昨年の年末から徐々に売上が落ちてきている。周囲の環境はほとんど変化していないため、景気の落ち込みによるものであり、この悪くなる傾向はしばらく続きそうである。 |
| | | 衣料品専門店(経営者) | ・天気予報によると寒い冬が長引く感じであり、梅春、春物商戦は苦戦しそうである。寒さが続くとも展開商材の絞り込みが不透明で仕入、粗利益にも大きく影響する。客の購買意欲も、暖かさを感じないと動きが悪い。 |
| | | 衣料品専門店(営業担当) | ・消費者はうんざりといった感じで、今後のことを考えて財布のひもを結び直している。 |
| | | その他小売〔生鮮魚介卸売〕 (営業) | ・良くなる要素がない。 |
| | | 一般レストラン(スタッフ) | ・街は暗い感じがしており、全体が悪い。当社の各店も悪く、全体的に良くなるような材料がない。 |
| | | タクシー運転手 | ・東日本大震災の復興がいまだに見えてこない。ユーロ圏の崩壊から日本企業の経営破たん等で、タクシー界にも少なからず悪影響が出ている現況では、景気は一層悪くなる。 |
| 設計事務所(所長) | ・当地域一つをとっても、国の財政悪化や世界的な金融不安に拍車がかかり、これからますます原油も上がるなど、非常に不安定な情勢と感じている。24年度は新築物件はほとんど見当たらない。ますます低価格競争に拍車がかかることは否めない。 | | |
| 企業 動向 関連 | 良くなる | 出版・印刷・同関連産業(経営者) | ・先々に関しては依然として不透明だが、公益法人への移行時期による新規の受注が見込めるため、一時的な要因で好転が見込める。 |
| | | 食料品製造業(経営者) | ・今の明るさが少しは維持され、やや良くなる。 |
| | やや良くなる | 出版・印刷・同関連産業(所長) | ・来月以降は年度末関連の引き合いが多く来ているため、多少期待が持てる。 |
| | | 出版・印刷・同関連産業(営業担当) | ・法人関係、店受けの個人客とも、緩やかながら上向きになっている。特に個人客は件数が少なくても客単価が少しずつ上がってきていると、販売現場で感じている。 |
| | | 精密機械器具製造業(経営者) | ・混沌とした状況ではあるが、来年度からの本格的な復興需要や新エネルギー関係の急速な立ち上がりに期待している。 |
| | | 輸送業(経営者) | ・新学期向け商品の出荷増が見込まれるが、低迷を続ける元凶の改善までにはほど遠く、今よりは多少良くなる程度である。 |
| | | その他サービス業〔警備〕(経営者) | ・年度末にかけて仕事量が増える。 |
| | | その他サービス業〔ソフト開発〕(経営者) | ・円高が一服したので少しは良くなる。また、株価が少し上向きである。 |
| 変わらない | 繊維工業(従業員) | ・円高で輸入原料の確保も大きな問題となっているため、変わらない。 | |
| | 出版・印刷・同関連産業(総務担当) | ・低価格での入札や、原料の値上がり分を価格に転嫁できない状況が続く。 | |

| | |
|-----------------------|---|
| 化学工業（従業員） | ・東日本大震災の復興による製品の動きは、まだまだ先のようなのである。3～4月にかけて中国向けの注文は入っているが、量的には大したことがない。 |
| プラスチック製品製造業（経営者） | ・円高や世界的な経済不安などの要因はすぐには解消されないため、景気の低迷は続く。 |
| プラスチック製品製造業（経営者） | ・相対的に受注に関してはある程度見通しがついたため、悲観するような情報は今のところないが、新企画の動きが鈍い。仕入に関しては、円高の影響で原材料価格の値上げ要求が散見される。 |
| 金属製品製造業（経営者） | ・受注量は増える傾向にあるが価格が厳しく、採算面での期待はできそうにない。 |
| 金属製品製造業（経営者） | ・目先の仕事に追われて忙しい毎日で、このまま続けば景気回復につながってくると思えるが、先が見えないことが心配である。 |
| 電気機械器具製造業（経営者） | ・受注関係は少し活発になってきているが、季節要因のためである。それが経過した時点では方向が不安定なため、良い見通しはつけられない。 |
| 電気機械器具製造業（経営者） | ・国内景気が沈滞しているため、海外市場に打って出る必要性を感じる。 |
| 輸送用機械器具製造業（経営者） | ・最近は車も飽和状態で、家電もパソコンも新型を出してもそのサイクルが半年くらいしか続かない時代であるため、ストックを作らず、昔のようにメーカー同士が生産量を競うなどといった状況ではない。2か月くらい良いと思うとまた落ちてしまうような状態で、本当に景気がつかめなくなってきている。 |
| その他製造業〔靴〕（経営者） | ・今まで得意先のうち1社はデパートでそこそこの売上を作ってきたのだが、かなり店頭が弱まっているということである。違う角度から売上を作ろうと企画を入れて努力しているようだが、いずれにしてもそれほど大きく変わることはない。 |
| 建設業（経理担当） | ・現在施工している現場が完了すると、次の現場がほとんどなくなる。受注できそうな見積案件もほとんどない状態であり、安すぎる競争で少ない仕事の取り合いがこの先もまだ続きそうである。 |
| 金融業（統括） | ・年度末に向かって資金のニーズがあまり良くないため、それほど好転はしない。 |
| 金融業（従業員） | ・製造業と小売業では若干の改善が感じられるものの、このまま継続的な改善につながっていくとまではいえない。仕入価格にも波があり、安定的な収益が見込めないとの声を聞く。 |
| 金融業（渉外・預金担当） | ・為替の状況や欧州の信用不安といった要因、国内の復興にめどが立たない状況では、好転する材料が見つからないとの声が多い。 |
| 不動産業（従業員） | ・住宅用地においては引き合いが多々あるが、割安感のある物件しか取引が成立しない状況は変わらない。 |
| 不動産業（総務担当） | ・今後、新規入居テナントが決まる予定もあるが、解約予定や賃料減額要請のテナントもいることから、当面は一進一退の状況が続く。 |
| 広告代理店（従業員） | ・消費税増税の議論や電気料金の値上げなど、不安材料が多い。 |
| 広告代理店（従業員） | ・売上予測等に特に変化はなく、微減が続いている。 |
| 広告代理店（営業担当） | ・クライアントからのコンペへの声掛けは増えたが、1案件に対して数多くの広告代理店が競合するため、結局受注量はそれほど変わらない。 |
| 経営コンサルタント | ・東日本大震災の復興による景気押し上げがあるかと期待したが、現状では変化はなく、この先もまだ期待はできない。 |
| 社会保険労務士 | ・良くなるという要因が見当たらない。 |
| 経営コンサルタント | ・この先、国際経済への不安はもちろん、消費税増税の議論、公務員給与の引下げ、春闘への期待薄等、消費者の財布のひもに影響を与えそうな材料が多い。また、中小企業金融円滑化法の期限延長で、立ち直り不能企業の倒産が先延ばしにされている。 |
| その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者） | ・客先でも先行き、特に春以降の不透明感がかなり強く、動きが鈍くなる。 |
| その他サービス業〔映像制作〕（経営者） | ・年度末の駆け込み受注や卒業式関連のアルバムなどの映像は年々減る方向で期待ができないため、2、3か月後もあまり景気が良くなるとは思えない。 |
| その他サービス業〔情報サービス〕（従業員） | ・年末、年始にもかかわらず受注件数が伸びず低迷した状態が継続しているため、今後も低調な景気動向が続いていく。 |
| やや悪くなる | 一般機械器具製造業（経営者） ・3月まではこのペースでいくが、4月は分からないという頼りない返事がどの客からも返ってくる。 |

| | | | |
|----------|--------|-------------------------|--|
| | | その他製造業〔化粧品〕（営業担当） | ・消費増税の議論が消費者心理を圧迫する可能性が高い。 |
| | | 建設業（経営者） | ・消費の低迷や先行き不透明な状況であるため、動くに動けないようである。 |
| | | 建設業（営業担当） | ・ドル安やユーロ安の関係で土地購入や設備投資を取りやめる外資系企業が増えてきているため、やや悪くなる。 |
| | | 通信業（広報担当） | ・世界経済の停滞で中小企業のIT投資も減速する。 |
| | | 金融業（役員） | ・輸出関連企業を中心に景気は冷え込む。個人の消費マインドも将来の税負担を懸念して落ち込み、良い材料は見当たらない。 |
| | | 金融業（支店長） | ・円高がまだこのまま続くという予想と、欧州の信用不安のため、景気は悪くなる。製造業等で先の売上、受注等が入っていないことを見ると、建設関係は若干良くなってはいるものの、その他の業種は消費関連も低下しているため、今後はやはり少し悪くなる。 |
| | | 金融業（支店長） | ・海外では欧州の信用不安、国内では消費税の議論もあり、景気が良くなる見通しはない。資金運用投資はますます慎重になる。 |
| | | 不動産業（経営者） | ・上向きになることを期待しているが、現場にはなかなか明るい材料がないため、やや悪くなる。 |
| | | 広告代理店（経営者） | ・10年来続いてきた定番受注では、中止の話が出ている。幾つか行っている新規提案案件では、予算具現化の可能性がいまだにあまりに不明朗なため、やや悪くなる。 |
| | 悪くなる | 金属製品製造業（経営者） | ・円高の影響により、国内生産を止めて輸入に変更する得意先の動きが明らかである。受注量が戻ってくるとは考えにくい。悪くなる。 |
| | | その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者） | ・大口契約先2社から、それぞれ2月と5月からの契約単価の減額要請をされている。4年前にも言われたが、今回は非常に厳しい減額となるため、悪くなる。 |
| 雇用 関連 | 良くなる | 人材派遣会社（営業担当） | ・東日本大震災後の復興支援にかかわる仕事が増えてきている。震災後1年を迎え、今後も増えそうな話が出てきている。 |
| | やや良くなる | 人材派遣会社（営業担当） | ・まだ景気が良いとはいいい切れず、引き続き厳しい状況は続くが、求人数は若干ではあるものの増加傾向で推移している。 |
| | | 求人情報誌製作会社（営業担当） | ・採用する企業が増えてきているため、やや良くなる。 |
| | | 求人情報誌製作会社（営業担当） | ・求人との問い合わせ内容を見ると、春に向けて動き出そうとしている姿勢が見られる。 |
| | | 求人情報誌製作会社（営業担当） | ・年末年始にかけて多少動きが出てきているため、その流れが継続し、やや良くなる。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・今までハローワークによく来ていた求職者が来なくなったりしているため、何らかの仕事をしているようである。一時的に景気が回復し、やや良くなる。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・復興需要が依然続いているため求人は相対的に増加傾向にあるが、そろそろ息切れになる。しかし、ここ2～3か月で悪い結果が出るとは考えにくく、しばらくは求人改善基調が続き、やや良くなる。 |
| | | 民間職業紹介機関（経営者） | ・やや良くなるという実態をつかめているが、これから継続してどんどん良くなるということではない。非常に緩やかに、少しずつ状況を見ながらクライアントは人も組織も動かしていくようである。 |
| | | 民間職業紹介機関（経営者） | ・職種が変化してきているが、採用総数は一時期より若干増えている。 |
| | 変わらない | 人材派遣会社（支店長） | ・3月末で派遣から直接雇用に変わる契約が予定されている企業があるほか、企業によっては採用を進めるところもあるが、一方で派遣をやめて社員に変えていく企業もあるため、全体的には変わらない。 |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | ・雇用形態、給与水準が改善する兆しは感じられない。 |
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・公務員試験後、あるいは留学生採用に大手以外の参入があれば採用市場は上向くかもしれないが、それはゴールデンウィーク明け以降に新たな動きがあるかどうかである。 |
| | | 職業安定所（所長） | ・円高を始めとする国際情勢や国内労働者の賃金抑制強化など、景気が良くなる要素があまり見つからない。しかし、求人は増加基調、求職は減少基調というトレンドには変化がないことから、直ちに悪化するとも思えない。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・周囲に変化が出ていないため、変わらない。 |
| | | 民間職業紹介機関（職員） | ・欧州の信用不安や円高、タイの洪水の影響で輸出メーカーの求人は軟調だが、東日本大震災の復興需要など、求人が伸びてきている分野もある。プラスマイナスで、全体としては横ばいとなる。 |

| | | |
|--------|-----------------|--|
| | 民間職業紹介機関（職員） | ・3月決算企業の事業計画が出てくるタイミングでもあり、来期をどう見ていくかが見えるにはあと数か月かかるため、変わらない。 |
| | 学校〔専修学校〕（就職担当） | ・来年度採用計画について、今年度以上の採用数増加、新卒採用再開の話が来ている件数は、現時点で非常に少ないため、変わらない。 |
| やや悪くなる | 人材派遣会社（社員） | ・景気の好転は見込めない。個人向けも検討しているようだが、企業向け電気料金の値上がりなどで、今まで国内で行っていた生産を中国以外の東南アジアを含め海外に持っていこうかと、海外生産の割合を増やそうかという所が多くなってきているため、雇用も悪くなっていく。 |
| | 人材派遣会社（社員） | ・特に自動車業界において、これまで増産に伴う積極的な雇用が目立っていたが、各社落ち着きを見せつつある。4月以降についても生産、雇用状況が不透明であるため、やや悪くなる。 |
| | 人材派遣会社（支店長） | ・採用自体を手控える企業が増えているため、将来的に明るい展望が見えない。 |
| | 求人情報誌製作会社（広報担当） | ・同業他社、取引先の中で、展望が良いという話がなかなかない。先行きの見えない不透明感が業界全体にある。 |
| | 職業安定所（職員） | ・円高の長期化により国内市場が縮小するなか、子会社や下請会社からの受注減少という心配の声も聞いているため、やや悪くなる。 |
| | 職業安定所（職員） | ・採用に慎重な中小企業が多いため、やや悪くなる。 |
| | 学校〔短期大学〕（就職担当） | ・企業訪問を現在行っているが、採用計画が立っていない所が多い。また世の中の経済状況を見ても、何の対策もなく、ここしばらくは景気が良くなる感じがしない。 |
| 悪くなる | — | — |