

・景気の現状に対する判断理由等

景気の現状に対する判断の理由及びそれに対する追加説明等について、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             | 景気の現状判断                      | 業種・職種   | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----------------|------------------------------|---|---|--|
| 家計<br>動向<br>関連 | 良く<br>なっている<br>やや良く<br>なっている | -   | -   | -  |
|                |                              | 商店街（代表者）  | 来客数の動き  | ・依然として単価は低いが、好天に恵まれたこともあり、少しずつ販売量が増加している。  |
|                |                              | 商店街（代表者）  | 単価の動き   | ・4月に入ってから日々の気温の高低差は激しいながらも、春物のジャケットの動きが堅調である。  |
|                |                              | コンビニ（エリア担当）   | 来客数の動き  | ・来客数が前年を上回る状況が続いている。   |
|                |                              | コンビニ（エリア担当）   | 販売量の動き  | ・アルコール商品を除く一部の商品群の価格に下げ止まり感がある。  |
|                |                              | 住関連専門店（営業担当）  | 来客数の動き  | ・気温が高い日が続く、陽気が購入意欲を誘っているようで、来客数がやや増加し、季節商材の動きも良い。  |
|                |                              | 観光型ホテル（経営者）   | 来客数の動き  | ・桜の開花が早まったこともあり、4月下旬の宿泊客数が例年よりも1割増加している。   |
|                |                              | 旅行代理店（従業員）  | 販売量の動き  | ・例年より早い春に旅行需要、特に国内旅行が刺激を受けて好調である。また、海外旅行もアジア方面を中心に回復傾向が続いている。                            |
|                |                              | 観光名所（役員）  | 単価の動き   | ・例年の水準ほどではないが来道客数が増加傾向にある。宿泊単価もじわりと上昇しており、総消費単価全体も上昇している。                                |
|                | その他レジャー施設（職員）                | 来客数の動き  | ・昨年程の勢いはないものの、観光やスポーツシーズンの幕開けにより来客数が増加している。         |  |
|                | 美容室（経営者）                     | それ以外  | ・客との会話の中で、外食や買物の際に込み合っていて待たされるようになってきたという話題が出てきている。 |  |
|                | 変わらない                        | 百貨店（売場主任）   | お客様の様子  | ・気候が暖かいため、夏の商材の実売期がスタートしており、それにあわせて春物を値下げしているが、目玉品でも売れず、暑いのにかわらず初夏物も売れない。                |
|                |                              | スーパー（店長）  | 単価の動き   | ・単価が上昇しない状況が続く割には、販売量が増加していない。   |
|                |                              | スーパー（店長）  | 単価の動き   | ・競争が激化している中で来客数はほぼ前年をキープしているが、単価の低下が続く、前年と比べて7%低くなっている。                                  |
|                |                              | スーパー（店長）  | 単価の動き   | ・来客数は微増しているが、商品単価の下落、特に品質が向上した中国製品の普及等による家庭用品関係の価格下落が著しく、同じ数量を販売しても前年の売上に追いつかない状態が続いている。 |
|                |                              | 衣料品専門店（店長）  | お客様の様子  | ・特売を実施しても、客の様子に変化がない。  |
|                |                              | 高級レストラン（スタッフ）   | 来客数の動き  | ・昼間の来客数はまずまずだが、単価が高い夜間の来客数が低迷している。   |
|                |                              | 一般レストラン（スタッフ）   | 競争相手の様子   | ・競合する飲食店の店長の話では、売上で前年を上回る店が1店舗もない。中には前年よりも売上が2割減少している店も数軒ある。                             |
|                |                              | 一般レストラン（スタッフ）   | お客様の様子  | ・サービス券等を使う客が増加している。  |
| スナック（経営者）      |                              | 来客数の動き  | ・連休が始まったら街に人が出ると期待したが、あまり増加していない。                   |  |
| 観光型ホテル（スタッフ）   |                              | 単価の動き   | ・付加価値の高い商品が売れ始めており、若干ではあるが単価が下げ止まっている。              |  |
| 旅行代理店（従業員）     | 単価の動き                        | ・来客数は回復しているが、単価の低下が続いている。                                     |   |  |
| タクシー運転手        | それ以外                         | ・乗り控え傾向が依然としてみられる。  |   |  |
| 通信会社（企画担当）     | 販売量の動き                       | ・年末から1月にかけての特殊需要のピークを越えて、4月は落ち着いた感がある。                        |   |  |
| 設計事務所（所長）      | 単価の動き                        | ・春になり、仕事は動きが出てきているが、設計料の単価が低下しており、同様の仕事をしていても収益は昨年と比べて減少している。 |   |  |
| やや悪くなっている      | 家電量販店（店員）                    | 来客数の動き  | ・来客数がやや減少している。他店の来客数を我々独自で調べた結果も同様の結果となっている。        |  |

| 分野        | 景気の現状判断                      | 業種・職種              | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|-----------|------------------------------|--------------------|---|--|
|           |                              | 乗用車販売店（従業員）        | 単価の動き   | ・来客数、成約件数ともに減少している。  |
|           |                              | 乗用車販売店（従業員）        | 販売量の動き  | ・来客数、販売台数ともに減少している。  |
|           |                              | 住関連専門店（従業員）        | 販売量の動き  | ・売上の減少が続いている。  |
|           |                              | スナック（経営者）          | 来客数の動き  | ・4月に入ってから来客数が減少しており、観光客の来店も少ない。  |
|           |                              | 旅行代理店（従業員）         | 来客数の動き  | ・来客数が前年よりも減少しており、海外旅行関連も昨年の先行受注量に達していない。   |
|           |                              | タクシー運転手            | 来客数の動き  | ・4月の前半は、入学式や入社式などがあり、タクシーの利用が多い時期であるが、今年は暖かかったこともあり、例年と比べて利用客数が減少している。また、中旬以降も暖かさの影響で、日中の利用客が例年より減少している。   |
|           |                              | タクシー運転手            | 来客数の動き  | ・花見シーズンに入り、観光地では団体客や個人客等、観光客で賑わっているが、移動には貸切バスやレンタカーを使うようであり、タクシーを利用する観光客は少ない。  |
|           |                              | 美容室（経営者）           | 単価の動き   | ・個々の客が、自分の財布の中と十分に検討しながら、それに合わせたサービスを求めている。  |
|           |                              | 住宅販売会社（従業員）        | 来客数の動き  | ・例年の同時期と比較して、住宅展示場等の来客数が減少している。  |
|           | 悪くなっている                      | 一般小売店〔土産〕（店員）      | お客様の様子  | ・今月は例年になく高齢者の団体客が多く、買上点数が少なく、売上増加に貢献していない。若年層の客は、早い雪解により春スキー客が伸びなかったため減少している。  |
|           |                              | コンビニ（エリア担当）        | 競争相手の様子   | ・競合店の新聞折込チラシが増加している。   |
|           |                              | その他専門店〔医薬品〕（経営者）   | 来客数の動き  | ・来客数が大幅に減少しており、死活問題になりかねない事態である。   |
|           |                              | スナック（経営者）          | 来客数の動き  | ・3月は送別会等の二次会があったが、4月上旬の歓迎会での二次会利用がほとんどなく、売上も落ち込んでいる。周囲の飲食店の様子をみると、食事をする店は歓迎会で忙しいようだが予算的には低い。   |
|           |                              | 旅行代理店（従業員）         | 単価の動き   | ・海外旅行に復活の兆しがなく、前年の50%前後で推移している。販売単価の低い道内宿泊客も前年割れである。お客様のニーズに合っていて更に割安感のある商品しか売れない状態である。  |
| 企業動向関連    | 良く<br>なっている<br>やや良く<br>なっている | -                  | -   | -  |
|           |                              | 食料品製造業（経営者）        | 受注量や販売量の動き  | ・狂牛病の影響が長期化しており、水産物に関しては追い風となっている。また、お魚ソングのヒットも好影響である。   |
|           |                              | 通信業（営業担当）          | 取引先の様子  | ・ブロードバンド環境の整備が進んできており、それらを基礎としたビジネスやプロジェクトが周囲で数件動き出すなど、投資意欲が以前より高まっている。  |
|           |                              | その他非製造業〔機械卸売〕（従業員） | 受注量や販売量の動き  | ・道内各地の「元気印」と言われるユーザーから大口の引合が始めており、何台かは成約になり幸先の良い新年度スタートとなっている。ただし、一般ユーザーについては、設備投資意欲があっても、先行き不安からの買い渋り傾向は相変わらずの状況になっている。<br>・多くの企業では、バブル期に投入した設備が買い替え時期になっているが、仕事量の増加や、単価安の是正の見込みが立たない状況では設備更新が進まない。 |
|           | その他企業〔コンベンション担当〕（従業員）        | 受注量や販売量の動き         | ・受注状況は、例年と比較するとやや悪いが、特に悪い状況であった昨年と比較するとやや良くなっている。 |  |
|           | 変わらない                        | 食料品製造業（団体役員）       | 受注量や販売量の動き  | ・花見シーズンの到来等により観光客への土産関連等の受注量は好調であるが、販売店での価格競争が一段と強まり、製造企業の利益は大きく減少している。  |
|           |                              | 出版・印刷・同関連産業（経営者）   | 受注価格や販売価格の動き                                      | ・依然として、受注獲得のための価格競争がし烈である。   |
| 輸送業（営業担当） |                              | 受注量や販売量の動き         | ・荷主企業の在庫調整により、依然として出荷量が減少したままである。                 |  |

| 分野        | 景気の現状判断        | 業種・職種          | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|-----------|----------------|----------------|---|--|
|           |                | 金融業（企画担当）      | それ以外  | ・金融機関は経費圧縮のため、店舗の統廃合を進めている。取引先企業も経費削減の意向が強く、設備投資など前向きな資金需要が少ない。  |
|           |                | 司法書士           | 取引先の様子  | ・設備投資、不動産の動向、建物の建築施工に関して企業は依然として消極的である。                          |
|           | やや悪くなっている      | 輸送業（支店長）       | 受注量や販売量の動き  | ・企業の設備更新に係る投資等が低調であり、その結果として、物流量が低迷し、業界では運賃低下よりも仕事量の減少が問題となっている。 |
|           | 悪くなっている        | 司法書士           | 受注量や販売量の動き  | ・相変わらず、不動産の売買が少ない。   |
| 雇用関連      | 良くなっている        | -              | -   | -  |
|           | やや良くなっている      | 求人情報誌製作会社（編集者） | 求人数の動き  | ・昨年7月以降減少が続いていた求人数が4月になって、やや下げ止まっている。                            |
|           | 変わらない          | 求人情報誌製作会社（編集者） | 雇用形態の様子   | ・求人内容に関して、パート、アルバイト等の比率が高いという状況に変化がない。                           |
|           |                | 求人情報誌製作会社（編集者） | 求人数の動き  | ・求人数に関して全業種にわたり、前年と比べてマイナス傾向が続いている。                              |
|           |                | 職業安定所（職員）      | 求人数の動き  | ・有効求人倍率が、8か月連続で、前年を下回る低水準で推移している。                                |
|           |                | 職業安定所（職員）      | 求職者数の動き   | ・求人数が減少し、有効求職者数が増加する傾向が続いている。                                    |
|           |                | 職業安定所（職員）      | それ以外  | ・求職者数は前年と比べて減少しているが、在職求職者や事業主都合離職者は増加している。                       |
| やや悪くなっている | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 求人数の動き         | ・公共事業の減少、商業の衰退等で、求人の改善の兆しは全くなく、特に若者の雇用情勢は厳しさを増している。         |  |
| 悪くなっている   | 人材派遣会社（社員）     | 雇用形態の様子        | ・就職率の低下に加え、正社員雇用がどんどん減少している中で、契約社員、派遣社員、アルバイトという雇用形態が増えている。 |  |

## 2. 東北（地域別調査機関：（財）東北開発研究センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

| 分野     | 景気の現状判断        | 業種・職種           | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|--------|----------------|-----------------|--|---|
| 家計動向関連 | 良くなっている        | 住宅販売会社（経営者）     | 販売量の動き   | ・売上は3か月前に比べると36%増、前年比では55%増と好調である。                    |
|        | やや良くなっている      | 商店街（代表者）        | 販売量の動き   | ・商店街にある百貨店で改装開店があり、これに伴い来街者数が増加している。                  |
|        |                | 商店街（代表者）        | 来客数の動き   | ・来客数は前年よりも増えているが、新入学の父兄を見ても、美容院に行かなかったり、洋服の新調をしないている。 |
|        |                | 商店街（代表者）        | お客様の様子   | ・商品の販売方法を工夫したため、来客数が増えている。                            |
|        |                | 百貨店（売場担当）       | お客様の様子   | ・来客数が増加し、流行物が出ており、上着プラスアルファといったまとめ買いが増えてきている。         |
|        |                | スーパー（店長）        | 単価の動き  | ・前年実績割れを続けてきた客単価が、2か月連続で回復している。                       |
|        |                | スーパー（店員）        | 来客数の動き   | ・昨年改装した店舗を中心に、当社の大型店4店舗で来客数が前年実績よりも2けた台で増加している。       |
|        |                | 衣料品専門店（経営者）     | 来客数の動き   | ・これまで冷やかしの客は少なかったが、わずかながらも目的外の買物が増えている。               |
|        |                | 衣料品専門店（経営者）     | 来客数の動き   | ・温暖な天候が続き、4月に入っても好天に恵まれ、来客数が増加している。                   |
|        |                | 衣料品専門店（店長）      | 来客数の動き   | ・当社のボリュームゾーンである30～40歳代の客層の来客数が、低価格傾向ながらも前年より増加している。   |
|        |                | 家電量販店（店長）       | 販売量の動き   | ・全体的な売上が回復しているわけではないが、高額商品が動き出している。                   |
|        |                | 住関連専門店（経営者）     | それ以外   | ・3か月前から取り組んでいる新しい手法が功を奏し始め、売上が上昇している。                 |
|        |                | その他専門店〔呉服〕（経営者） | 販売量の動き   | ・高額な商品は売れないが、勧めると買ってもらえるようになっている。                     |
|        | その他専門店〔靴〕（経営者） | 販売量の動き          | ・春の商戦は天候に恵まれたため、3月に前倒しになっており、3、4月のトータルでは例年並みである。 |   |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種                               | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|---------|-------------------------------------|---------|---|
|    |         | その他専門店<br>〔白衣・ユニ<br>フォーム〕(営<br>業担当) | 販売量の動き  | ・新年度であり、販売量に一応の伸びはあったが、新<br>入社員の人数が減少しているため、前年よりも厳しい。<br>・  |
|    |         | 高級レストラン<br>(経営者)                    | 来客数の動き  | ・景気は多少上向いており、客単価も上昇している。<br>・中高年層に消費意欲が出ており、金を使っている。<br>・   |
|    |         | 一般レストラン<br>(経営者)                    | 来客数の動き  | ・今月から東北エリアで実施している100円均一によ<br>り、来客数は前年に比べ20%以上増加している。<br>・   |
|    |         | 観光型ホテル<br>(経営者)                     | 来客数の動き  | ・遠方の客が増加しており、宴会には必ず芸者が入っ<br>ている。<br>・4月に入り不景気に関係ない、学校関係や役所など<br>義理と人情に厚い職場の歓送迎会が目立っている。<br>・        |
|    |         | 美容室(経営<br>者)                        | 来客数の動き  | ・来客数が増加し、売上も前年より増加している。<br>・  |
|    | 変わらない   | 商店街(代表<br>者)                        | お客様の様子  | ・来客数は増加しているが、単価が低下しており、全<br>体では横ばいである。<br>・   |
|    |         | 一般小売店〔カ<br>メラ〕(店長)                  | 来客数の動き  | ・来客数に変化がない。<br>・写真業界はシーズンに入っているのに、ショット数<br>が増えない。<br>・  |
|    |         | 百貨店(売場主<br>任)                       | 販売量の動き  | ・今月の婦人衣料の販売量は好調であるが、3月の需<br>要が4月にずれ込んだだけである。<br>・   |
|    |         | 百貨店(企画担<br>当)                       | 販売量の動き  | ・生鮮食品に対する安全性への不安は社会的に薄れて<br>きてはいるが、依然として売上は低迷したままであ<br>る。<br>・                                      |
|    |         | 百貨店(広報担<br>当)                       | 単価の動き   | ・特選品などが好調で、客単価、買上単価共に前年水<br>準を上回り、購買率も上昇しているが、来客数の微減<br>傾向は依然続き、一長一短の状況が続いていることか<br>らあまり変わらない。<br>・ |
|    |         | スーパー(経営<br>者)                       | お客様の様子  | ・来客数、客単価は依然低迷したままであり、販売促<br>進のための企画を実施しても効果がない。<br>・  |
|    |         | スーパー(店<br>長)                        | 販売量の動き  | ・依然として農産物の相場安が続き、価格は前年の<br>90%である。牛肉もまだ前年割れを続けているが、豚<br>肉や鳥肉は好調で、食肉全体では前年実績をクリアで<br>きそうである。<br>・    |
|    |         | スーパー(店<br>長)                        | 単価の動き   | ・来客数や販売点数は前年実績を上回っているが、一<br>品単価の下落が続いている。<br>・  |
|    |         | スーパー(総務<br>担当)                      | 単価の動き   | ・青果物の単価が前年の96%まで回復しているが、食<br>肉部門がやや低下している。生鮮全体としては前年の<br>97.3%まで回復し、店全体では96.6%となってい<br>る。<br>・      |
|    |         | スーパー(企画<br>担当)                      | 単価の動き   | ・チラシ価格強化により、来客数と販売点数は前年並<br>みを確保しているが、客単価の低下が著しく、売上の<br>減少が続いている。<br>・                              |
|    |         | スーパー(企画<br>担当)                      | 販売量の動き  | ・セール品でも特別に売れるわけでもないのに、変わ<br>らない。<br>・   |
|    |         | コンビニ(店<br>長)                        | 単価の動き   | ・生活必需品以外は買い控え、衝動買いを抑えている<br>ため、客単価が低い状態が続いている。また携帯電話<br>の料金などの比重が高まり、買物に回らないという状<br>態である。<br>・      |
|    |         | 衣料品専門店<br>(店長)                      | 来客数の動き  | ・フレッシュアーズが一段落してから、急激に来客数が<br>減少している。例年はビジネス客層の来客が増加する<br>時期であるが、今年は少ない。<br>・                        |
|    |         | 乗用車販売店<br>(経営者)                     | 単価の動き   | ・自動車販売量は前年と同じであるが、低単価車両が<br>多いため、売上は前年の80%程度である。<br>・   |
|    |         | 乗用車販売店<br>(経営者)                     | 販売量の動き  | ・輸入車の販売では、前月は前年並みの数字を上げる<br>ことができたが、今月は落ち込みが激しい。<br>・   |
|    |         | 乗用車販売店<br>(経営者)                     | 来客数の動き  | ・当業界は、例年3、4月に繁忙期を迎えるが、今年<br>は車検の入庫台数が特に4月に落ち込んでいる。<br>・   |
|    |         | 自動車備品販売<br>店(経営者)                   | 販売量の動き  | ・例年であれば、部品の動きがあるのに、全体的に前<br>年より3割ほど減少している。<br>・   |
|    |         | 住関連専門店<br>(経営者)                     | 販売量の動き  | ・依然として来客数が少なく、低水準であるが、一部<br>で高額品が売れるようになってきている。<br>・  |
|    |         | 住関連専門店<br>(経営者)                     | 競争相手の様子 | ・周囲の競合店を見ると、低単価の店が安定して売上<br>を伸ばしている。<br>・   |
|    |         | その他専門店<br>〔酒〕(経営<br>者)              | 来客数の動き  | ・週末の来客数が増加しており、道路の混雑状況から<br>も外出する人が増えている。<br>・  |
|    |         | その他専門店<br>〔家電〕(経営<br>者)             | お客様の様子  | ・客に購買意欲が感じられない。以前はどうせ買うな<br>らよいものを買っていたが、今では動けばいいとい<br>う単機能のものしか買わず、また壊れても慌てて買<br>おうとはしない。<br>・     |

| 分野 | 景気の現状判断   | 業種・職種                         | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|-----------|-------------------------------|---------|--|
|    |           | その他専門店<br>〔酒〕（営業担当）           | 販売量の動き  | ・悪いままで推移しており、だんだん体力が尽きかけ動けなくなっているところも出ている。<br>・若干上向きの要素は見えかけているが、厳しい状態に変わりはない。   |
|    |           | 高級レストラン<br>（支配人）              | 来客数の動き  | ・4月上旬は、桜の開花が例年より2週間早まり、歓送迎会の時期と重なったため歓送迎会は減少したものの、中旬以降の来客数が前年を上回り、トータルで変わらない。  |
|    |           | 一般レストラン<br>（経営者）              | 来客数の動き  | ・週に2、3度来店していた管理職クラスの客が、給料カットなどで週1回程度の来店となっている。   |
|    |           | 一般レストラン<br>（経営者）              | 単価の動き   | ・単価的には前年よりも上回っているが、売上は減少している。  |
|    |           | その他飲食〔そば〕<br>（経営者）            | 来客数の動き  | ・例年4月は、人の出入りが活発となり、通日も賑わうが、去年あたりからそうした動きが無くなっている。いつもと変わらない人通りであり、来客数である。   |
|    |           | 観光型旅館（経営者）                    | 来客数の動き  | ・売上ベースで、前年実績を7～10%下回る状態が6か月以上続いているが、悪いは悪いなりに安定している。  |
|    |           | 都市型ホテル<br>（経営者）               | 単価の動き   | ・アスパックなどの大型イベントでの売上増加は期待しているが、思ったよりその他の売上が伸びず、全体の受注量では変わらないか、少しマイナスである。  |
|    |           | 都市型ホテル<br>（スタッフ）              | 販売量の動き  | ・結婚式関係での来客数に変化はないが、一般宴会の販売量が減少している。  |
|    |           | 通信会社（経営者）                     | 単価の動き   | ・各社間の割引競争が止まらず、客の獲得に結び付かない。  |
|    |           | 観光名所（職員）                      | 単価の動き   | ・温暖な天候に恵まれ、桜の開花が早まり、来客数は前年実績を上回っているが、客単価は低下したまま厳しい状況が続いている。  |
|    |           | 住宅販売会社<br>（従業員）               | お客様の様子  | ・来客数が増加しており、以前は折衝過程で断念する客が多かったが、最近は購入の意思が明確な客が増え、融資など資金問題さえクリアすれば購入するという客が多い。  |
|    | やや悪くなっている | 商店街（代表者）                      | 販売量の動き  | ・今月後半になり、人出は戻っているが、まだ消費者の買物に対する意欲が低い。  |
|    |           | 百貨店（売場主任）                     | 来客数の動き  | ・学校完全5日制の導入の影響で、土日の来客数が減少し、それに伴い売上も大きく減少している。平日は確実な目的買いの客がいる。  |
|    |           | スーパー（経営者）                     | 単価の動き   | ・今年に入ってから客単価の低下が続いているが、今月は落ち着いている。   |
|    |           | スーパー（店長）                      | 競争相手の様子 | ・単価を下げないと売れない状況で、チラシ売価が激化している。   |
|    |           | コンビニ（経営者）                     | 競争相手の様子 | ・大手コンビニエンスチェーンが当県に進出することになり、この業界も競争が厳しくなる。<br>・新規事業で銀行に融資を申し込んでも貸し渋りにあっている。  |
|    |           | コンビニ（エリア担当）                   | 単価の動き   | ・客単価が平均で10円程度低下している。   |
|    |           | コンビニ（エリア担当）                   | 販売量の動き  | ・当店の周囲では競争店の出店が激しく、客の分散化が進んでいる。<br>・スーパーの24時間営業が増えており、客単価が低下している。  |
|    |           | 衣料品専門店<br>（店長）                | お客様の様子  | ・前年および、3か月前と比較しても、サラリーマン層のビジネススーツの需要が減少している。   |
|    |           | 家電量販店（店長）                     | 単価の動き   | ・買いまわりや価格交渉が多く、購入決定にいたるまでが厳しい状況である。  |
|    |           | 家電量販店（店長）                     | 単価の動き   | ・来客数は増加しているが、客単価の低下が大きく、売上が大幅に減少している。  |
|    |           | 乗用車販売店<br>（経営者）               | 販売量の動き  | ・新型車に支えられ、前年以上の販売量を確保したものの、既販車両の受注販売は前年の50～80%程度である。<br>・車検を受けて保有期間を延長する客が増え、中でも法人需要は現有車保有の長期化の動きが顕著で、特に小型トラックの販売量が半減している。 |
|    |           | 住関連専門店<br>（経営者）               | 来客数の動き  | ・婚礼シーズンに入っても、来客数が伸びない。   |
|    |           | その他専門店<br>〔ガソリンスタンド〕<br>（経営者） | 単価の動き   | ・4月1日より元売りからガソリン、軽油、灯油について3円値上げの通告が来ているが、ガソリンスタンドの市況は値上げが遅れ、また1～2円程度しか値上げできない地区もあり、厳しい。                                    |

| 分野              | 景気の現状判断                      | 業種・職種                          | 判断の理由                                  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|-----------------|------------------------------|--------------------------------|--|---|
|                 |                              | 都市型ホテル<br>(スタッフ)               | 来客数の動き                                 | ・前年と比較し、来館人数が減少しており、特にホテル宿泊客の減少が著しい。<br>・一般消費者はシビアであり、なかなか追加注文が出ず、消費単価も低迷している。        |
|                 |                              | タクシー運転手                        | 販売量の動き                                 | ・タクシー利用客が少なく、金曜日でもダメな状態が続いている。  |
|                 |                              | テーマパーク<br>(職員)                 | 来客数の動き                                 | ・予約数は、前年に比べ60%程度である。  |
|                 |                              | 美容室(経営者)                       | 販売量の動き                                 | ・売上の減少に歯止めがかからず、減少度合いが大きくなっている。   |
|                 | 悪く<br>なっている                  | 一般小売店[医薬品]<br>(経営者)            | 来客数の動き                                 | ・4月だから、新入関係の会があると期待していたが、まったくそういった気配はなく、繁華街なのに混雑がなく、寂しい4月である。                         |
|                 |                              | 乗用車販売店<br>(従業員)                | 販売量の動き                                 | ・特に仙台圏での販売量が激減している。来客数はそこそこあるが成約に至らず、客は価格を重要視し、シビアである。                                |
|                 |                              | 乗用車販売店<br>(従業員)                | 単価の動き                                  | ・車両販売では、低額商品は動いているが、200万を超える車両の販売量が著しく減少している。   |
|                 |                              | その他専門店<br>[ガソリンスタンド]<br>(営業担当) | 単価の動き                                  | ・仕入コストが3円上昇したものの、小売価格に十分な転嫁ができず、マージンが減少している。  |
|                 |                              | 旅行代理店(従業員)                     | 販売量の動き                                 | ・ゴールデンウィークが近いと、家族旅行が中心となる月であるが、海外旅行の申し込みが例年より少なく、国内も一泊の旅行が多く、低予算で価格重視の問合せが多い。         |
|                 |                              | タクシー運転手                        | 来客数の動き                                 | ・利用客が少なく、利用料金も低下している。特に土日の利用客が少ない。  |
|                 |                              | 美容室(経営者)                       | それ以外                                   | ・銀行の貸し渋りで、資金調達が困難である。<br>・取引先や顧客などの話でも良い話を聞かない。                                       |
| 企業<br>動向<br>関連  | 良く<br>なっている<br>やや良く<br>なっている | -                              | -                                      | -   |
|                 |                              | 電気機械器具製造業(企画担当)                | 受注量や販売量の動き                             | ・当社も同業他社も出荷数量が増加している。   |
|                 |                              | 建設業(経営者)                       | 受注量や販売量の動き                             | ・景気の動向や収入の関係などで、今まで控えていた住宅改修などの小口工事が増えている。  |
|                 |                              | 輸送業(従業員)                       | 受注量や販売量の動き                             | ・先月に引き続き、今月も電気機器関係の輸出入数量が前年実績よりも2けた増加している。  |
|                 |                              | 輸送業(営業担当)                      | 受注量や販売量の動き                             | ・前年が悪すぎたこともあるが、扱ひ量が前年より10%増になっている。  |
|                 |                              | 通信業(営業担当)                      | 受注量や販売量の動き                             | ・新商品の発売により需要が増えている。   |
|                 |                              | 経営コンサルタント                      | 取引先の様子                                 | ・最近畜産農家の診断をしているが、BSEの関係で値崩れしていた市場価格が戻りつつある。   |
|                 | 変わらない                        | 農林水産業(従業者)                     | それ以外                                   | ・農繁期の最中であるが、農薬や機械類を安い店で買うという傾向が強くなり、これまでの取引先をやめるケースが増えている。                            |
|                 |                              | 一般機械器具製造業(経理担当)                | 受注量や販売量の動き                             | ・携帯電話関係が落ち込んだままの状態が続いており、民生関係のOA機器や住宅設備機器関係も低迷した状態が続いている。                             |
|                 |                              | 建設業(経営者)                       | 取引先の様子                                 | ・設備投資計画が、計画のままでは一向に進まず、3か月前とあまり変わらない。   |
|                 |                              | 輸送業(従業員)                       | 受注量や販売量の動き                             | ・物流量が減少し、運賃値下の要求が厳しい。   |
|                 |                              | 金融業(営業担当)                      | 取引先の様子                                 | ・電子部品関連で受注回復の動きは見られるが、それ以外の業種は依然厳しい状況が続いている。  |
|                 |                              | その他非製造業[飲食料品卸売業](経営者)          | 取引先の様子                                 | ・景気状況がなかなかよくなり、先行きも見えないため、取引先の小売店を中心に、廃業や倒産するケースが急激に増えている。我々卸業者もその影響で廃業や倒産する会社が増えている。 |
| その他企業[企画業](経営者) |                              | 受注量や販売量の動き                     | ・PR制作物の発行回数や量が少ない状態が続いている。             |   |
| その他企業[管理業](従業員) |                              | 受注量や販売量の動き                     | ・工場が忙しくなっているが、その分が社員の収入になるのは2、3か月先である。 |   |
| やや悪く<br>なっている   | 農林水産業(従業者)                   | 受注価格や販売価格の動き                   | ・昨年の収入が落ち込んだため、春の機材購入で躊躇している。          |   |

| 分野             | 景気の現状判断   | 業種・職種          | 判断の理由                                      | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----------------|-----------|----------------|--|---|
|                |           | 繊維工業（総務担当）     | 受注量や販売量の動き                                 | ・前年に比べ受注残が少なく、得意先の倒産や廃業の影響が大きい。   |
|                |           | 電気機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き                                 | ・今月に入り、引合いは多少増えているが、決定まで時間がかかり、コスト要求も一段と厳しくなっており、受注に結び付かない。                 |
|                |           | 建設業（経営者）       | 受注量や販売量の動き                                 | ・昨年度の入札参加機会は、前年比約80%、受注金額は50%となっている。  |
|                |           | 新聞販売店〔広告〕（店主）  | それ以外                                       | ・同業の数店では、10万円前後の給料が払えずに長年勤務した事務員を解雇しパートを採用したものの、業務に不慣れなため、かえって経営悪化を招いている。   |
|                |           | 公認会計士          | 受注価格や販売価格の動き                               | ・受注量を確保するための値下げ要請受け入れが続いている。  |
|                | 悪くなっている   | 食料品製造業（経営者）    | 受注量や販売量の動き                                 | ・主原料の高騰に加え、販売不振の長期化に伴う経営維持の観点に立ち、やむを得ず人員削減に踏み切った。                           |
| 雇用関連           | 良くなっている   | -              | -  | -   |
|                | やや良くなっている | 人材派遣会社（経営者）    | 求職者数の動き                                    | ・4月に入り、求職者が増加している。<br>・専門職の求人数は増加している。                                      |
|                |           | 人材派遣会社（社員）     | 周辺企業の様子                                    | ・ごく一部であるが、東北地方で雇用に影響力のあるIT関連企業で採用を再開している。                                   |
|                |           | 人材派遣会社（社員）     | 雇用形態の様子                                    | ・派遣先の直接雇用を前提とした超過予定派遣の案件が増えている。具体的には営業職、販売職、総務などで、良い人材がいれば採用意欲が旺盛な企業が増えている。 |
|                | 変わらない     | 人材派遣会社（社員）     | 求人数の動き                                     | ・最低限の欠員補充のオーダー以外はなく、新規求人が少ないまま推移している。                                       |
|                |           | 求人情報誌製作会社（編集者） | 求人数の動き                                     | ・例年であれば、4月に求人数が増加するが、今年はない。   |
|                |           | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 求人数の動き                                     | ・求人広告の件数は若干増えてきたが、依然として正規雇用の求人はほとんどない。                                      |
|                |           | 職業安定所（職員）      | 求職者数の動き                                    | ・常用での新規求職者の増加が続いている。  |
|                |           | 職業安定所（職員）      | 求人数の動き                                     | ・新規求人が、依然として前年より少ない状況であり、企業整理による解雇者数も減少の兆しが無い。                              |
|                | やや悪くなっている | 職業安定所（職員）      | 周辺企業の様子                                    | ・半導体やDVD関係などの一部関連企業で稼働率が上昇しているが、企業倒産も続いており、一進一退である。                         |
|                |           | 職業安定所（職員）      | 求職者数の動き                                    | ・新規求職者数が6か月連続で前年実績を上回って増加しており、有効求職者数も11か月連続で前年実績を上回っている。求職者数が滞留している。        |
|                |           | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 求人数の動き                                     | ・求人広告の申込みが激減している。   |
|                | 悪くなっている   | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | 採用者数の動き                                    | ・2、3月の求人広告は前年の90%台であったが、4月に入り80%となっている。                                     |
| 新聞社〔求人広告〕（担当者） |           | 採用者数の動き        | ・2、3月の求人広告は前年の90%台であったが、4月に入り80%となっている。    |   |
| 職業安定所（職員）      |           | 求人数の動き         | ・製造業、特に電気機械製造業の低迷が続いており、連動して卸小売業も低迷し始めている。 |   |
|                | 悪くなっている   | アウトソーシング企業（社員） | 雇用形態の様子                                    | ・今まで外注していた業務を社員の残業で対応させ、しかもサービス残業をさせるケースが増えており、自治体においても同様の傾向である。            |

### 3. 北関東（地域別調査機関：（財）日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

| 分野     | 景気の現状判断   | 業種・職種          | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|--------|-----------|----------------|--------|---|
| 家計動向関連 | 良くなっている   | 住宅販売会社（経営者）    | 販売量の動き | ・契約高が、前年同月比で40%増加している。  |
|        | やや良くなっている | 商店街（代表者）       | お客様の様子 | ・桜祭りを開催したところ、家族連れやお年寄りの来客が多数みられた。ただし、人出の割には売れるのはサービス品ばかりで、商店街の売上増加には結びついていない。 |
|        |           | 一般小売店〔金物〕（経営者） | 販売量の動き | ・農業関係の客が増加している。   |
|        |           | スーパー（経営企画担当）   | 販売量の動き | ・4月は青果物及び食肉の売上が良くなり、客単価も上昇し、全体の売上は既存店で前年比101%となっている。                          |
|        |           | 衣料品専門店（統括）     | 販売量の動き | ・今年は市制施行110周年に当たり、1年間はいろいろなイベント、関連行事がある。関連商品を扱っている関係で、例年より品物の動きが早い。           |

| 分野 | 景気の現状判断     | 業種・職種                 | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|-------------|-----------------------|---|--|
|    |             | 一般レストラン（経営者）          | それ以外  | ・3か月前と比べ、特に土日の家族、夫婦での食事の客が多く、全体的な売上につながってきている。                                       |
|    |             | スナック（経営者）             | 来客数の動き  | ・来客数が前年比で徐々に伸びてきている中で、4月は予想以上に伸びているので、やや良くなっている。                                     |
|    |             | 設計事務所（所長）             | 来客数の動き  | ・3か月前と比べ、回収率は良くないものの、仕事が多く入ってきている。   |
|    | 変わらない       | 商店街（代表者）              | 来客数の動き  | ・来客数、販売量の減少、単価の低下がみられる。客は、できるだけ出費を少なくしようとしている。                                       |
|    |             | 一般小売店〔精肉〕（経営者）        | お客様の様子  | ・業界内で不正表示が発表されている関係で、客の信用は依然として回復していない。  |
|    |             | 百貨店（販売促進担当）           | 単価の動き   | ・婦人衣料の動きが、気温の高かった3月に前倒しで好調であったため、4月は低迷している。<br>・商品のまとめ買いが減少し、客単価も低下しており、厳しい状況は変わらない。 |
|    |             | スーパー（経営者）             | 販売量の動き  | ・客の消費動向は相変わらず良くない。儉約ムードから脱していない。   |
|    |             | スーパー（店長）              | お客様の様子  | ・客の来客頻度、買物かごの中の様子などに変化がない。   |
|    |             | スーパー（統括）              | 単価の動き   | ・食品中心に低迷していた商品単価が、食品では完全に下げ止まり、衣料でも徐々に下げ止まりつつあり、底を打った感がある。                           |
|    |             | コンビニ（経営者）             | 単価の動き   | ・新茶及びハーブの予約は、前年より若干上回っている。店側の積極的な売場展開次第で、30～60円の単価上昇は可能であり、環境は良くなりつつある。              |
|    |             | コンビニ（経営者）             | 単価の動き   | ・客は目的の物だけを買って来て、それ以外の物はあまり買わない。  |
|    |             | 衣料品専門店（経営者）           | 販売量の動き  | ・来客数と販売量は、3か月前と比較すると増加しているが、前月と比較すると減少しており、明確な傾向がみえない。                               |
|    |             | 乗用車販売店（販売担当）          | 単価の動き   | ・この3か月は新車、単価の高い車がほとんど売れず、単価の安い中古車の販売量が伸びている。   |
|    |             | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（従業員） | 販売量の動き  | ・ガソリン、軽油等の燃料は、例年より販売量が若干減少しているものの、一部の商品で、前年並みに回復している。                                |
|    |             | 高級レストラン（店長）           | 来客数の動き  | ・例年、新入社員の歓迎会などの予約が増加する時期であるが、会社単位での予約は減少傾向にある。逆に、3、4人の少人数の予約が増加しており、全体では変わらない。       |
|    |             | 一般レストラン（店長）           | 来客数の動き  | ・来客は単価の安いランチタイムに集中している。その他の時間の来客数は微動だにしていない。   |
|    |             | 観光型ホテル（スタッフ）          | 来客数の動き  | ・観光客の動向は前年より活発であるが、地元企業の利用は少ない。  |
|    |             | タクシー運転手               | お客様の様子  | ・桜の開花が早かった関係で、例年と比べ、4月の花見客は2割程度減少しており、厳しい状況は変わらない。                                   |
|    |             | タクシー運転手               | お客様の様子  | ・電車やバスを利用するために、早めに帰る花見客が目立ち、タクシーの利用は少ない。   |
|    |             | 通信会社（社員）              | 販売量の動き  | ・4月より第3世代携帯電話のサービスが開始されたが、新規契約、買い替え需要とも対前年比で低迷しており、市場そのものが広がっていない。                   |
|    |             | 観光名所（職員）              | お客様の様子  | ・レストラン、ホテル等の来客数が落ち込んでおり、客単価も低下してきている。厳しい状況に変化はない。                                    |
|    |             | 遊園地（職員）               | 来客数の動き  | ・若者の入り込みは依然として好調であるが、ファミリー層の来場者数の伸びが鈍化してきている。  |
|    |             | ゴルフ場（従業員）             | 競争相手の様子   | ・業者間の値下げ競争があり、お互いの首を絞めているので、良くはならない。   |
|    | 美容室（経営者）    | 販売量の動き                | ・入学式で、髪に関心のある客が増加しているが、売上はそれほど増加していない。                              |  |
|    | 設計事務所（経営者）  | 販売量の動き                | ・以前は業務用関係の建物は少なかったが、店舗関係に動きが出てきている。                                 |  |
|    | 住宅販売会社（経営者） | 販売量の動き                | ・客は問い合わせをし、検討はするものの、成約に結びつかない。4～5年前と比べ、客の予算が500万円ほど少なく、在庫の分譲地が売れない。 |  |
|    | やや悪くなっている   | 一般小売店〔金物〕（経営者）        | 来客数の動き  | ・長引く建設不況で、フリーの職人の来店が減少している。  |
|    |             | スーパー（経営者）             | 競争相手の様子   | ・競合店の特売チラシのサイズが大きくなり、回数も増加している。チラシの中の売価は低下してきている。                                    |



| 分野     | 景気の現状判断            | 業種・職種                 | 判断の理由        | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|--------|--------------------|-----------------------|--------------|---|
|        |                    | スーパー（営業企画担当）          | 単価の動き        | ・来客数は前年比95%以上となっているが、客単価は同70%である。月によっては70%を割り込む月もあり、客単価及び1点単価の落ち込みは、かなり厳しい。                               |
|        |                    | コンビニ（店長）              | 来客数の動き       | ・この3か月では、来客数が前年比92%であったが、4月は同90%となっている。   |
|        |                    | 家電量販店（店長）             | 販売量の動き       | ・前年のリサイクル法施行で売上が減少した4品目について、売上は増加していない。ワールドカップ需要が見込まれるテレビも、さほど動いていない。                                     |
|        |                    | 乗用車販売店（従業員）           | 販売量の動き       | ・販売台数が前年比70%に落ち込んでおり、特に高額車の販売減少が著しい。  |
|        |                    | 乗用車販売店（販売担当）          | 販売量の動き       | ・4月の始めに開催した8回目となる展示会は、来客数が変わらないのに、販売台数は過去最悪となっている。  |
|        | 悪くなっている            | タクシー（経営者）             | お客様の様子       | ・昼間の乗客数は前年並みに戻っているが、夜の乗客数は減少している。   |
|        |                    | 商店街（代表者）              | 販売量の動き       | ・祭りをして、売上がやっと前年並みという状況で、客も少ない。  |
|        |                    | 百貨店（販売促進担当）           | 競争相手の様子      | ・車で30分の距離にある百貨店でクリアランスが開催されており、その影響を受け、売上は不振である。  |
|        |                    | コンビニ（店長）              | 来客数の動き       | ・新規オープン的大型競合店や再開店したスーパーの影響を受け、来客数が非常に落ち込んでいる。   |
|        |                    | 都市型ホテル（スタッフ）          | 単価の動き        | ・宿泊単価が前年比で500円程度下がっている。宴会は、客側の予算で料金を指定され、やむを得ず安い料金で受けている。   |
| 企業動向関連 | 良くなっている            |                       |              |   |
|        | やや良くなっている          | 食料品製造業（営業統括）          | 受注量や販売量の動き   | ・販売数量はわずかに増加しているが、依然として低価格品を主体とする販売となっている。  |
|        |                    | プラスチック製品製造業（経営者）      | 取引先の様子       | ・新しい案件が出てきている。  |
|        |                    | 一般機械器具製造業（生産管理担当）     | 受注量や販売量の動き   | ・自動車部品を中心に受注量が回復してきているが、建設機械、油圧機器業界では、コストダウン要求ばかりで、回復の兆しがみられない。   |
|        |                    | 輸送業（営業担当）             | 受注量や販売量の動き   | ・新年度になり、学校行事などの増加や新商品の売行き好調により、飲料水部門の収益が増加している。   |
|        | 変わらない              | 電気機械器具製造業（経営者）        | 受注量や販売量の動き   | ・3～4月の受注量は横ばいで、下げ止まり感があるが、5～7月はかなり厳しい。仲間の会社でも、仕事がなくて右往左往している。   |
|        |                    | その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）   | 取引先の様子       | ・4月に開催した宝石展示会では、入場者は前年比98.5%であったが、売上は前年をわずかに上回り、好感を得た。その後の取引先回りでは、通常の仕入れは依然として厳しく、売上増にはつながらない。            |
|        |                    | 建設業（経営者）              | 受注量や販売量の動き   | ・年度末を過ぎ、官公庁の発注はほとんどゼロに近い。   |
|        |                    | 金融業（融資担当）             | 取引先の様子       | ・取引先の売上の回収で、待たされることが若干少なくなった反面、支払いでは、現金での支払い要求が多くなっている。   |
|        |                    | 新聞販売店〔広告〕（総務担当）       | 取引先の様子       | ・チラシの出稿量は、3月に続いて前年並みとなり、下げ止まってきている。<br>・取引先の百貨店や小売店では、早い気候の変化に合わせてそろえた半袖衣料が、急な冷え込みで約20%落ち込み、全体の売上は伸びていない。 |
|        |                    | 経営コンサルタント             | 取引先の様子       | ・業績が落ち着き、わずかに安定感が出てきている。曲がりなりにも、前年同様の実績は確保している。   |
|        |                    | その他サービス業〔情報サービス〕（経営者） | 受注価格や販売価格の動き | ・情報化投資について格段の変化はない。全体を通じて、客の予算が厳しくなっており、引き合いは多いが、収益面では現状維持が精一杯である。  |
|        |                    | やや悪くなっている             | 化学工業（総務担当）   | 受注価格や販売価格の動き  |
|        | その他サービス業〔放送〕（営業担当） |                       | 受注量や販売量の動き   | ・大手企業を中心に、新年度の年間契約が10～20%近く減少しているが、新規のスポットコマースの引き合いが、流通業、商業中心に出てきている。                                     |
|        | 悪くなっている            | 一般機械器具製造業（経理担当）       | 受注量や販売量の動き   | ・何かも海外生産に移行しているために、受注量、単価ともに、最悪の状態である。  |
|        |                    | 輸送用機械器具製造業（総務担当）      | 受注量や販売量の動き   | ・受注量の減少が依然として続いており、4月の受注量は、前年同月比で約20%、前月比で約30%の減少となっている。  |

| 分野                     | 景気の現状判断         | 業種・職種                                | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|------------------------|-----------------|--------------------------------------|--|--|
| 雇用<br>関連               | 良く<br>なっている     | -                                    | -  | -  |
|                        | やや良く<br>なっている   | 職業安定所（職<br>員）                        | 求人数の動き   | ・求人数が27%増加し、求人数も11%の増加となっ<br>ている。  |
|                        |                 | 職業安定所（職<br>員）                        | 求人数の動き   | ・前年比で、新規求職者数が10%増加し、新規求人数<br>は10%減少しているものの、一時期途絶えていた機械<br>器具製造業などの求人、わずかではあるが出始めて<br>いる。                     |
|                        | 変わらない           | 求人情報誌製作<br>会社（経営者）                   | 求人数の動き   | ・求人数が今一つ伸びない。街の様子もやや活気がな<br>い。   |
|                        |                 | 求人情報誌製作<br>会社（経営者）                   | 周辺企業の様子  | ・周辺の中小企業で、希望退職者を十数人から数百人<br>募っている製造業が多く、求職者増加の悪循環に陥っ<br>ている。   |
|                        | やや悪く<br>なっている   | 人材派遣会社<br>（経営者）                      | 求職者数の動き  | ・4月に入り、派遣登録の希望者が急増している。業<br>務内容、賃金への不満による派遣先の変更希望ではな<br>く、年度末で契約を打ち切られた結果である。特に、<br>40～50歳の働き盛りの男性で、登録が目につく。 |
| 求人情報誌製作<br>会社（経営者）     |                 | 周辺企業の様子                              | ・管内大手電機メーカー及びグループ企業の大規模な<br>リストラ策の実施により、6月末までに千八百余名の<br>離職者が発生する予定である。非自発的離職者の求職<br>者が増加する一方、求人ではパートが全体の46%を占<br>めており、雇用環境は一段と厳しさを増している。 |  |
| 職業安定所（職<br>員）          |                 | 周辺企業の様子                              |  |  |
| 学校〔短期大<br>学〕（就職担<br>当） | 求人数の動き          | ・新年度が始まったが、特に目立った求人はなく、依<br>然として厳しい。 |  |  |
| 悪く<br>なっている            | 人材派遣会社<br>（経営者） | 求職者数の動き                              | ・年度切り替えで、退職者数が増加している。  |  |

#### 4. 南関東（地域別調査機関：（財）日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

| 分野             | 景気の現状判断                   | 業種・職種                   | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----------------|---------------------------|-------------------------|--|--|
| 家計<br>動向<br>関連 | 良く<br>なっている               | -                       | -  | -  |
|                | やや良く<br>なっている             | 一般小売店〔C<br>D〕（営業担<br>当） | 来客数の動き   | ・来客数は増加しているが、客単価に変化がない。  |
|                |                           | 百貨店（売場主<br>任）           | 販売量の動き   | ・春の新商品の売行きが良く、高額品も相応に動いて<br>いる。  |
|                | スーパー（店<br>長）              | 百貨店（営業担<br>当）           | 単価の動き  | ・来客数は増加していないものの、ブランドの高額品<br>がけん引し、売上につながっている。<br>・新しいイベント、フェア等を開催すると、客の反応<br>が速い。消費者の購買意欲を刺激すれば、商品は動<br>く。 |
|                |                           | スーパー（店<br>長）            | 来客数の動き   | ・単価は低下しているものの、1人当たりの買上金額<br>は変わらず、来客数の伸びが売上の増加に結び付いて<br>いる。売上は、衣料関連では20%、住居関係は15%、<br>食品関係は20%の増加となっている。   |
|                | スーパー（店<br>長）              | 来客数の動き                  | ・3月以降、来客数が2桁の伸びとなっており、単価<br>の下落分を補っている。                                    |  |
|                | コンビニ（店<br>長）              | 販売量の動き                  | ・厳しい状況の中でも、母の日ギフトの予約が増加す<br>るなど、明るい材料もある。                                  |  |
|                | 衣料品専門店<br>（販売担当）          | 単価の動き                   | ・4月は春、初夏物のジャケットやベストなど、高単<br>価商品の販売数が増加している。                                |  |
|                | 家電量販店（営<br>業部長）           | 販売量の動き                  | ・テレビゲーム関連では、話題商品が不振であるが、<br>パソコン関連、ビジュアル関連商品は回復基調にあ<br>る。                  |  |
|                | 乗用車販売店<br>（販売担当）          | お客様の様子                  | ・見積依頼が増加しており、見積依頼のあった客が購<br>入に至るケースも増加している。                                |  |
|                | 一般レストラン<br>（経営者）          | 来客数の動き                  | ・4月は来客数も多く、人の動きも活発で、1月に比<br>べて、売上が10%ほど増加している。                             |  |
|                | タクシー運転手<br>通信会社（営業<br>担当） | お客様の様子<br>販売量の動き        | ・深夜の客が増加している。<br>・ケーブルテレビ、インターネットとも、販売量がや<br>や上向いている。                      |  |
|                | その他レジャー<br>施設（経営企画<br>担当） | お客様の様子                  | ・消費者の財布のひもは基本的には堅いが、開催する<br>イベントの内容によっては、来客数が大変多く、ホテル<br>内的高级飲食施設も混み合っている。 |  |
|                | 住宅販売会社<br>（経営者）           | 販売量の動き                  | ・住宅購入の意志を持った客が多く来ており、新築住<br>宅が予想以上に売れている。                                  |  |

| 分野          | 景気の現状判断 | 業種・職種                   | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|-------------|---------|-------------------------|--|---|
|             | 変わらない   | 一般小売店〔米穀〕（経営者）          | お客様の様子   | ・店、価格、品質を選ぶ消費者の目は相変わらず厳しい。  |
|             |         | 一般小売店〔生花〕（経営者）          | お客様の様子   | ・商品を手に取ってみても、購入に至らない客が多い。   |
|             |         | 百貨店（売場主任）               | 来客数の動き   | ・特売を行っていない通常時に、来客数が目に見えて減少しており、悪い状態が変わらない。  |
|             |         | 百貨店（企画担当）               | お客様の様子   | ・ファッション関連の動きは良くないが、食品が好調な状況が続いている。  |
|             |         | 百貨店（販売促進担当）             | お客様の様子   | ・4月をみると、好調だった3月の反動で、主力の衣料品が振るわず、苦戦している。ただし、数か月のサイクルでみると、顧客の購買姿勢は相変わらず慎重であり、大きな変化はみられない。               |
|             |         | スーパー（総務担当）              | 単価の動き  | ・生鮮食品の客単価、売上が改善せず、横ばいの状態が続いている。   |
|             |         | コンビニ（経営者）               | 来客数の動き   | ・競合店が増加しているものの、来客数、買上点数はほぼ横ばいで推移している。   |
|             |         | 衣料品専門店（経営者）             | お客様の様子   | ・4月は学生衣料の販売比率が高いが、リサイクルの活用で、制服を新たに購入する人の割合が50%を割り込み、苦しい状態が続いている。                                      |
|             |         | 家電量販店（店長）               | 来客数の動き   | ・来客数は変わらないが、客は購入の目的を持たず、単に売れ筋商品の確認等をしている。   |
|             |         | 乗用車販売店（経営者）             | 来客数の動き   | ・整備は順調であるが、販売は振るわない。  |
|             |         | 乗用車販売店（総務担当）            | 単価の動き  | ・販売量は増加しているが、単価が低下している。   |
|             |         | その他専門店〔眼鏡〕（店員）          | 単価の動き  | ・来客数の落ち込み、客の低価格志向は続いているが、一方で、高品質かつ高単価の商品の動きも良くなっている。<br>・改装による商品の入れ替えを行い、ビジュアルな提案型店舗としたところは好調に推移している。 |
|             |         | 一般レストラン（経営者）            | 来客数の動き   | ・少人数の宴会が多い傾向に変わりがない。  |
|             |         | 一般レストラン（店長）             | 競争相手の様子  | ・近隣の競合店の様子をもて、以前と変わりなく苦戦しており、むしろ閉店にならないように頑張っている。   |
|             |         | 都市型ホテル（スタッフ）            | 販売量の動き   | ・宴会の受注が少ない状況は変わらない。   |
|             |         | 都市型ホテル（スタッフ）            | 販売量の動き   | ・宴会の1人当たり単価が500円低下しているなど、厳しい材料もあるものの、全体の売上はほぼ同水準で推移している。  |
|             |         | 旅行代理店（従業員）              | お客様の様子   | ・毎年同様な客からの受注しかなく、新規の客が現れない。   |
|             |         | タクシー運転手                 | 来客数の動き   | ・長距離客は相変わらず少なく、短距離の客が増加しており、総じて変わらない。   |
|             |         | その他レジャー施設〔アミューズメント〕（職員） | 来客数の動き   | ・ゲーム業界では、ハードが多く発売され、プラットフォームが増加している影響で、来客数の増加傾向が続いている。  |
|             |         | その他サービス〔語学学校〕（総務担当）     | 販売量の動き   | ・季節柄、来客や訪問数は増加しているが、販売量は変わらない。  |
|             |         | 設計事務所（所長）               | 競争相手の様子  | ・同業者の間でも、新規受注の話がなくなっている。<br>・顧客先の業務量も減少しており、非常に厳しい状況が続いている。   |
|             |         | 住宅販売会社（従業員）             | 販売量の動き   | ・戸建て住宅、リフォームの受注件数が横ばいである。   |
|             |         | やや悪くなっている               | 商店街（代表者）   | お客様の様子  |
| 百貨店（売場主任）   | お客様の様子  |                         | ・天候の影響もあるが、客の前倒し購入が増加しており、その月に本来売べき商品が、なかなか売れない。           |   |
| 百貨店（販売促進担当） | 販売量の動き  |                         | ・来客数は大きく増加しているものの、販売額は減少気味である。客の購買意欲が停滞している。               |   |
| 百貨店（副店長）    | 単価の動き   |                         | ・来客数は変わらないが、相変わらず単価の上昇がみられない。競合店でも、低価格特売が多く、価格競争が一層激化している。 |   |
| スーパー（経営者）   | 単価の動き   |                         | ・商品の平均単価は180円台であり、特売になると、160円台にまで下がることもある。                 |   |

| 分野     | 景気の現状判断              | 業種・職種             | 判断の理由        | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|--------|----------------------|-------------------|--------------|--|
|        |                      | スーパー（店長）          | 販売量の動き       | ・婦人衣料、特に、中高生のベアヤングの動きが大変好調であるが、売上が10%減少している精肉をはじめ、食料品は苦戦している。3か月前と比べて、来客数は1.9ポイント減少し、売上も全体では1.5ポイント減少している。 |
|        |                      | スーパー（店長）          | 単価の動き        | ・来客数は増加しているが、客単価の下落が顕著になっている。  |
|        |                      | 衣料品専門店（経営者）       | お客様の様子       | ・客は価格に非常に敏感であり、不必要な衝動買いをせず、真剣に検討した後に購入している。戦略的な価格見直しを検討している。   |
|        |                      | 乗用車販売店（総務担当）      | 来客数の動き       | ・新車販売のイベントに関し、月内総受注件数が77.3%と明るさがみえず、特にセダン系が伸び悩んでいる。<br>・中古車についても、新車同様、高級セダンが振るわず、前年比71%の状況である。             |
|        |                      | 住関連専門店（統括）        | 販売量の動き       | ・受注量、販売量の動きが悪く、出荷件数も減少している。  |
|        |                      | 一般レストラン（経営者）      | 来客数の動き       | ・夜間の来客数が減少している。  |
|        |                      | タクシー運転手           | 来客数の動き       | ・無線配車は相応の本数があるが、駅出しが伸びない。  |
|        |                      | タクシー（団体役員）        | 来客数の動き       | ・街では、利用客が減少しており、なかなかタクシーには乗らない。<br>・駅構内においても、1時間以上待たなければ乗客が来ない。  |
|        |                      | 観光名所（職員）          | 来客数の動き       | ・天候は悪くないが、4月に入り、来客数が7～8%減少している。  |
|        | 悪くなっている              | 一般小売店〔家具〕（経営者）    | 来客数の動き       | ・来客数の減少もあるが、客の反応も良くない。価格の安い物を購入するか、修理を希望する客が増加している。  |
|        |                      | 百貨店（営業担当）         | 単価の動き        | ・春夏物など季節衣料の売行きが持続せず、消費に力強さが感じられない。   |
|        |                      | その他サービス〔学習塾〕（経営者） | 販売量の動き       | ・生徒の親の会社が倒産した、リストラに遭ったという話が増加している。   |
|        |                      | 住宅販売会社（経営者）       | 来客数の動き       | ・1、2月に比べ、建売マンションの売出し現場への来客数が極端に少ない。  |
| 企業動向関連 | 良くなっている<br>やや良くなっている | 金属製品製造業（経営者）      | 取引先の様子       | ・半導体製造装置の部品は、在庫量がようやく適正になり、生産を再開するために人員配置を元に戻すと聞いている。  |
|        |                      | 一般機械器具製造業（経営者）    | 取引先の様子       | ・注文が途切れていたところから受注があり、全体の売上高も多少増加している。  |
|        |                      | 広告代理店（従業員）        | 受注量や販売量の動き   | ・新しい仕事が、徐々に入っている。  |
|        | 変わらない                | 出版・印刷・同関連産業（経営者）  | 受注量や販売量の動き   | ・客からの注文が増加しない。   |
|        |                      | 一般機械器具製造業（経営者）    | 受注価格や販売価格の動き | ・仕事量は確保されているが、原価割れをするような案件もかなりある状況が変わらない。  |
|        |                      | 電気機械器具製造業（経営者）    | 受注量や販売量の動き   | ・小粒の物件ばかりで、まとまった注文が少なく、受注残も少ない。もうからない上に納期も短い等、厳しい条件の仕事でも、受注せざるを得ない状況が続いている。                                |
|        |                      | 建設業（経理担当）         | 受注量や販売量の動き   | ・相変わらず、受注量が増加しない。周りの同業者も同じ状況である。   |
|        |                      | 輸送業（支店長）          | 受注量や販売量の動き   | ・再見積を行い、新たな受注が取れたところもあるが、4月から取引がなくなったところもあり、全体的にはそれほど変わらない。  |
|        |                      | 金融業（審査担当）         | 取引先の様子       | ・建設業を中心に、資金繰りが引き続き改善されていない。  |
|        |                      | 不動産業（総務担当）        | 取引先の様子       | ・3月決算を機に、中小テナントの一部で事務所縮小や解約の動きが出ている。   |
|        |                      | 税理士               | 取引先の様子       | ・製造業では、非常に優れた企業であっても、業界での単価の取り方、客の訪問回数等、受注をめぐる環境がかなり厳しくなっているとのことである。                                       |
|        | やや悪くなっている            | 食料品製造業（経営者）       | 受注価格や販売価格の動き | ・法人や官公庁関係の受注が、ほとんどなくなっている。   |

| 分野       | 景気の現状判断           | 業種・職種                                    | 判断の理由          | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----------|-------------------|--|----------------|--|
|          |                   | 出版・印刷・同<br>関連産業（営業<br>担当）                | 取引先の様子         | ・取引先の1部上場企業が倒産し、社員の名刺の注文<br>がなくなっている。<br>・従来の取引先が他社へ移り、定期的売上が3～5万<br>円減少している。  |
|          |                   | 社会保険労務士<br>その他サービス<br>業[情報サービ<br>ス]（従業員） | 取引先の様子         | ・資金繰りの厳しい会社が非常に多い。   |
|          |                   |  | 取引先の様子         | ・大学関連で、IT関連の設備投資の予算が削減され<br>ており、1件当たりの受注額が少額になっている。  |
|          | 悪く<br>なっている       | 出版・印刷・同<br>関連産業（経営<br>者）                 | 受注量や販売量<br>の動き | ・問い合わせ件数が極端に減少している。  |
|          |                   | 金属製品製造業<br>（経営者）                         | 競争相手の様子        | ・競争相手で、経営を断念し、閉鎖した事業所があ<br>る。  |
|          |                   | 輸送業（総務担<br>当）                            | それ以外           | ・荷主の計画が立たず、先がみえない。<br>・県トラック協会では、40数社の入会に対し、退会が<br>60数社あるとのことで、運送業での生き残りは難し<br>い。                                    |
| 雇用<br>関連 | 良く<br>なっている       | -  | -              | -  |
|          | やや良<br>くなっ<br>ている | 求人情報誌製作<br>会社（経営者）                       | 求人数の動き         | ・求人募集広告は、3か月前より多少増え、景気は底<br>を打った感がある。  |
|          |                   | 求人情報誌製作<br>会社（営業担<br>当）                  | 求人数の動き         | ・求める人材がいれば、採用したいという企業が多<br>い。費用面で折り合いがつけば、積極的に採用をしま<br>い企業は多く、申込は徐々に増加している。  |
|          | 変わらない             | 人材派遣会社<br>（社員）                           | 雇用形態の様子        | ・企業は、常用で質の高いスキルのある人材を求めて<br>いるが、来所する求職者は、自分の都合に合わせて働<br>きたいフリーターが多く、雇用に結び付かないケ<br>ースが多い。このような状況が変わっていない。             |
|          |                   | 職業安定所（職<br>員）                            | 周辺企業の様子        | ・製造業を中心に、依然として大量解雇の予定があ<br>る。  |
|          |                   | 職業安定所（職<br>員）                            | 求人数の動き         | ・新規求人のうち、常用求人取扱数が8か月ぶりに前<br>年比で増加となった。ただし、求人の中身は業務請負<br>企業からのものであり、本格的な景気の回復を裏付け<br>る動きではない。                         |
|          | やや悪<br>くなっ<br>ている | 人材派遣会社<br>（社員）                           | それ以外           | ・新たに派遣を利用する企業は増加しているが、社員<br>を異動させた後の欠員補充で、雇用の増加にはなっ<br>ていない。<br>・派遣料金が一層低下する傾向にある。<br>・単発の派遣要請が多く、長期の派遣が増加してい<br>ない。 |
|          |                   | 学校[専修学<br>校]（就職担<br>当）                   | 求人数の動き         | ・採用数を縮小したり、採用を中止する企業が多い。   |
|          | 悪く<br>なっ<br>ている   | 新聞社[求人<br>広告]（担当者）                       | 求人数の動き         | ・求人数が減少している。毎週求人広告を出していた<br>企業も、経費節減のため、隔週にしたり、全く出さ<br>なくなっている。既存人員でやりくりし、募集を行わ<br>ない会社も増加している。                      |
|          |                   | 職業安定所（所<br>長）                            | 求職者数の動き        | ・新規求人数は微増にとどまり、新規求職者数は2桁<br>台の増加となっている。  |

#### 4. 東海（地域別調査機関：（株）UFJ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             | 景気の現状判断           | 業種・職種   | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----------------|-------------------|---|--------|---|
| 家計<br>動向<br>関連 | 良く<br>なっ<br>ている   | 百貨店（販売促<br>進担当）                               | 販売量の動き | ・売上は引き続き好調を維持している。  |
|                |                   | その他サービス<br>[介護サービ<br>ス]（職員）                   | 来客数の動き | ・介護保険対象の福祉用具レンタルが、毎月出荷増と<br>なっている。                                  |
|                |                   | その他住宅投資<br>の動向を把握で<br>きる者[室内装<br>飾業]（経営<br>者） | 販売量の動き | ・リフォーム関係の物件が増加しており、新築もやや<br>上向き傾向にある。                               |
|                | やや良<br>くなっ<br>ている | 商店街（代表<br>者）                                  | 販売量の動き | ・来客数は例年より増加している。  |
|                |                   | 商店街（代表<br>者）                                  | 単価の動き  | ・デジタルテレビ等の動きが良くなっている。ワール<br>ドカップ効果というよりも、買替え時期が来てデジタ<br>ルテレビを選んでいる。 |
|                |                   | 商店街（代表<br>者）                                  | 販売量の動き | ・電話注文が増えてきている。  |

| 分野         | 景気の現状判断         | 業種・職種  | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|------------|-----------------|--|---|--|
|            |                 | 一般小売店〔生花〕(経営者)                                     | お客様の様子  | ・フラワーデザイン教室の生徒数が少しずつ増加しており、問い合わせも以前より多くなっている。  |
|            |                 | 一般小売店〔土産〕(経営者)                                     | お客様の様子  | ・単価が低く小型の土産物を数多く買う客が増えている。   |
|            |                 | 百貨店(売場主任)  | 単価の動き   | ・高額商品が売れるようになってきている。   |
|            |                 | 百貨店(販売促進担当)  | 販売量の動き  | ・来客数は前年をやや下回っているが、売上は若干伸びている。3月はヤング層が売上を押し上げてきたが、今月は年齢の高い層で売上が伸びている。                                 |
|            |                 | スーパー(経営者)  | 販売量の動き  | ・来客数が増えている。  |
|            |                 | スーパー(店長)   | お客様の様子  | ・プラズマテレビの高額の新商品の動きが良くなっている。  |
|            |                 | スーパー(店長)   | 来客数の動き  | ・平日の来客数が15%ほど増加している。ただし、売上はそれに比例して増加とまではいっていない。  |
|            |                 | スーパー(店長)   | 販売量の動き  | ・例年より気温が高いため、季節商品の先取りで商品回転が良くなっている。<br>・客単価と商品単価が対前年比99%まで回復している。来客数の増加とも相まって、売上に反映している。利益率もアップしている。 |
|            |                 | スーパー(店員)   | 来客数の動き  | ・客単価は前年ベースに戻っていないが、来客数は前年比で100%を超えるようになってきている。   |
|            |                 | スーパー(総務担当)   | 販売量の動き  | ・比較的高額な商品の回転がよい。例えば1万円前後の高級ブランドのポーチ等が良く売れている。  |
|            |                 | スーパー(仕入担当)   | 来客数の動き  | ・客単価は前年を下回り、既存店ベースのトータルで前年を数%下回っているが、来客数は前年をクリアするレベルにきており、徐々に好転しつつある。                                |
|            |                 | コンビニ(エリア担当)  | 来客数の動き  | ・4月前半は苦戦していたが、後半は回復基調である。  |
|            |                 | 家電量販店(店長)  | お客様の様子  | ・以前は高額品は見るだけのパターンが多かったが、最近は接客段階で購入意欲を感じる。高額品がかなり売れ始めている。   |
|            |                 | 乗用車販売店(経営者)  | 販売量の動き  | ・売れる価格帯がばらけ、全体的に偏りのない動きに変わりつつあり、前年並みの数字が取れるようになってきている。   |
|            |                 | 乗用車販売店(従業員)  | 販売量の動き  | ・高級車の販売量はかなり落ち込んでいるが、小型車の売行きが非常に好調で、高級車の減少分を補っている。   |
|            |                 | 住関連専門店(店員)   | 販売量の動き  | ・春の新生活用品の売行きが良く、対前年比で売上が増加している。気温の上昇で、初夏の商品が売れたのも貢献している。   |
|            |                 | 旅行代理店(経営者)   | 来客数の動き  | ・需要の拡大とまではいかないが、来客数の動きは対前年比でかなり増加しており、比例して販売量も増加している。  |
|            |                 | タクシー運転手  | お客様の様子  | ・客がやや増加している。   |
|            |                 | テーマパーク(職員)   | 来客数の動き  | ・来客数は順調に増加している。  |
|            |                 | テーマパーク(職員)   | 来客数の動き  | ・安くて家族が1日遊べる「安近短」志向が相変わらず強く、財布のひもは固いが、来客数は増えている。   |
| ゴルフ場(経営者)  | 来客数の動き          | ・来客数が3月から対前年比でプラスになっている。ただし平日は増加しているが、土日祝日は減少している。 |   |  |
| パチンコ店(経営者) | 販売量の動き          | ・販売量のみならず、客単価も上昇してきている。                            |   |  |
| 変わらない      | 商店街(代表者)        | 販売量の動き   | ・来客数は徐々に増加してきているが、客単価が伸びず、自家消費分も増加してこない。                    |  |
|            | 商店街(代表者)        | 単価の動き  | ・数が月前から商品単価が小さくなっているが、最近単価が低いなりに安定してきており、下げ止まった感がある。        |  |
|            | 商店街(代表者)        | お客様の様子   | ・単価の高いものでも売れている。  |  |
|            | 商店街(代表者)        | 競争相手の様子  | ・スーパーが安売りしており、売上が伸びない。今まで外国製品は扱ったことはなかったが、先月から中国、台湾製も扱い始めた。 |  |
|            | 一般小売店〔電気屋〕(経営者) | 単価の動き  | ・販売額は対前年比で変わっていない。  |  |
|            | 一般小売店〔酒〕(経営者)   | 単価の動き  | ・来客数は増えているが、低価格商品に移行しているため、思ったほど売上は伸びていない。                  |  |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種           | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|---------|-----------------|--------|--|
|    |         | 一般小売店〔薬局〕（経営者）  | 来客数の動き | ・必要な物は買うが余分な物は買わない傾向は変わっていない。  |
|    |         | 百貨店（売場主任）       | 来客数の動き | ・土日は少しずつ来客数も増加しており購買意欲が感じられるが、平日は相変わらず来客数も少ない。                                 |
|    |         | 百貨店（企画担当）       | 来客数の動き | ・全体的に来客数が少ない。バーゲン等の初日は良いが、翌日からは前年を下回っている。                                      |
|    |         | 百貨店（売場担当）       | 販売量の動き | ・全体的な販売量、単価ともにほぼ横ばいである。  |
|    |         | スーパー（店長）        | 販売量の動き | ・先月は衣料品関係がかなり良かったが、今月はその反動か単価も販売量も厳しい状況にある。                                    |
|    |         | スーパー（店長）        | お客様の様子 | ・弁当よりもおにぎりの動きが活発になるなど、低単価志向が強まっている。<br>・閉店前の見切り販売商品狙いの客も増加傾向にある。               |
|    |         | スーパー（店員）        | お客様の様子 | ・全体的に購買意欲は弱く、安い商品は非常に売れているが、定番商品の動きが悪い。  |
|    |         | コンビニ（経営者）       | 来客数の動き | ・来客数は増えているが、購買意欲は低迷している。   |
|    |         | コンビニ（エリア担当）     | 単価の動き  | ・来客数は回復しているが、平均客単価が前年同期とくらべても相変わらず低く、これを打開する材料も見当たらない。                         |
|    |         | コンビニ（エリア担当）     | 単価の動き  | ・来客数が前年を多少下回る店が多いが、客単価の低下はそれ以上に深刻である。特に雑貨の低下が大きい。                              |
|    |         | コンビニ（エリア担当）     | それ以外   | ・売上は対前年比で100%を割っている。   |
|    |         | 衣料品専門店（企画担当）    | お客様の様子 | ・夏物衣料の前倒し傾向が続いているが、その分春物衣料の動きが悪い。<br>・新しい商品には購買意欲がみられるものの、従来品はバーゲンでも価格にシビアである。 |
|    |         | 家電量販店（店員）       | お客様の様子 | ・販売量は減少しているが、単価は上昇しているため、全体では横ばいである。   |
|    |         | 家電量販店（店員）       | お客様の様子 | ・転勤、入学の時期であったがそれほど大きな山はなく、客は熟慮して買い物している。                                       |
|    |         | 自動車備品販売店（経営者）   | 来客数の動き | ・来客数が落ち込んでいる。  |
|    |         | 乗用車販売店（経営者）     | 単価の動き  | ・低価格志向が相変わらず強い。  |
|    |         | 乗用車販売店（経営者）     | 来客数の動き | ・弱含みだが、新車に対する客の興味はやや上向いている。  |
|    |         | 乗用車販売店（従業員）     | 販売量の動き | ・1日当たりの販売量が増加している。   |
|    |         | 乗用車販売店（従業員）     | 販売量の動き | ・RV車や小型車の販売が多く、前年をクリアしている。   |
|    |         | 乗用車販売店（従業員）     | お客様の様子 | ・仕事は忙しいが儲からないという客が多く、新車購入にも慎重である。  |
|    |         | 住関連専門店（店員）      | 来客数の動き | ・ファミリー層の購買力が落ちており、売上が伸びない。   |
|    |         | その他専門店〔貴金属〕（店長） | 販売量の動き | ・高額商品やお値打ち商品は売れるが、その中間の商品が売れない。  |
|    |         | 高級レストラン（経営者）    | お客様の様子 | ・接待利用客が依然として減少しており、客単価も低下している。   |
|    |         | 高級レストラン（スタッフ）   | 販売量の動き | ・売上は低水準ながら回復軌道にのっているが、イベントによる販売促進の効果は、従来にくらべて7～8割にとどまっている。                     |
|    |         | 高級レストラン（スタッフ）   | 単価の動き  | ・客数は増加しているが平均単価は上向いていない。   |
|    |         | 一般レストラン（スタッフ）   | 来客数の動き | ・来客数は多少増加しているが、客単価等は変わらない。   |
|    |         | スナック（経営者）       | 来客数の動き | ・相変わらず歓送迎会等の客は増えず、人の流れが少ない。  |
|    |         | スナック（経営者）       | 単価の動き  | ・多人数で来客して、値引き交渉をする客が多い。  |
|    |         | バー（経営者）         | お客様の様子 | ・給料の一部カットなどにより、客の使えるお金が減少している。   |
|    |         | 都市型ホテル（スタッフ）    | 来客数の動き | ・客数は増加していない。   |
|    |         | 旅行代理店（従業員）      | 単価の動き  | ・安い商品にはある程度の反応がある。   |

| 分野     | 景気の現状判断   | 業種・職種             | 判断の理由      | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|--------|-----------|-------------------|------------|--|
|        |           | 通信会社（社員）          | 販売量の動き     | ・名古屋など都市部では受注数にあまり変化はないが、郡部は少しずつ伸びている。                       |
|        |           | 通信会社（企画担当）        | 販売量の動き     | ・4月は例年であれば追加のサービス申込が増える月であるが、今年はそれがみられない。                    |
|        |           | 通信会社（営業担当）        | お客様の様子     | ・付加価値の高いサービスよりも、経費節減のためのサービスが中心となっている。                       |
|        |           | その他レジャー施設[劇場]（職員） | 単価の動き      | ・販売数は伸びているが、単価を下げているためである。                                   |
|        |           | 美容室（経営者）          | 来客数の動き     | ・来客数と売上は落ちてはいないが、伸びがあまりない。                                   |
|        |           | 設計事務所（職員）         | 競争相手の様子    | ・競争企業をみると、手広くやっている会社ほどダメージが大きい。建築業界から転職する人もいる。               |
|        | やや悪くなっている | 百貨店（企画担当）         | 販売量の動き     | ・これまで好調だったヤング、キャリアの婦人服の伸び率が低下している。それに伴い、店全体の売上の伸び率も鈍化してきている。 |
|        |           | 百貨店（経理担当）         | 販売量の動き     | ・法人を中心に売上はかなり落ち込んでいる。  |
|        |           | 百貨店（外商担当）         | 来客数の動き     | ・客宅を訪問し催事に勧誘するなど来店を促しても、なかなか来店してもらえない。                       |
|        |           | コンビニ（店長）          | お客様の様子     | ・これまでコンビニを利用していただ飲食店経営の顧客が安い店へ流れたり、値引き交渉も増加している。             |
|        |           | コンビニ（店長）          | 来客数の動き     | ・花見が早く終わったため、アルコール類やソフトドリンクの売上が悪い。                           |
|        |           | 衣料品専門店（経営者）       | 来客数の動き     | ・来客数の減少、客単価の低下が相変わらず続いている。                                   |
|        |           | 衣料品専門店（店員）        | 単価の動き      | ・客単価の低下が目立つ。   |
|        |           | 住関連専門店（営業担当）      | 単価の動き      | ・官公庁、民間企業、個人住宅ともに新築工事が減少しており、価格競争に拍車がかかっている。                 |
|        |           | 都市型ホテル（スタッフ）      | 販売量の動き     | ・例年よりも研修や宴会の利用が少なく、宿泊客も連休以外はかなり少ない。                          |
|        |           | 旅行代理店（経営者）        | 来客数の動き     | ・来客数が対前年比で顕著に減少している。   |
|        |           | タクシー運転手           | 来客数の動き     | ・遠距離客が減っており、時々利用する客も回数が減っている。                                |
|        |           | 美容室（経営者）          | 来客数の動き     | ・カットの周期が遅れている。   |
|        |           | 美容室（経営者）          | お客様の様子     | ・客の回転が相変わらず悪い。   |
|        |           | 設計事務所（経営者）        | 来客数の動き     | ・具体的な計画や案件が減少している。   |
|        |           | 住宅販売会社（従業員）       | それ以外       | ・取引先の建材メーカーが海外からの低価格商品に対抗できず、倒産している。                         |
|        |           | 住宅販売会社（企画担当）      | 販売量の動き     | ・契約件数が減少している。  |
|        | 悪くなっている   | 一般小売店[時計]（経営者）    | 来客数の動き     | ・高額品の動きが全くなく、来客数もますます減少している。                                 |
|        |           | スーパー（経営者）         | 競争相手の様子    | ・競合店との価格競争が激しい。  |
|        |           | 一般レストラン（経営者）      | 来客数の動き     | ・歓送迎会の客も少なく、街全体が閑散としている。                                     |
|        |           | その他サービス[珠算塾]（経営者） | それ以外       | ・通常見込める新入生の入塾がほとんどなく、逆に子供の意向と関係なくやめる生徒が多い。教育費や習い事の節約が始まっている。 |
|        |           | 設計事務所（営業担当）       | それ以外       | ・受注状況が良くない。  |
| 企業動向関連 | 良くなっている   | 輸送業（エリア担当）        | 受注量や販売量の動き | ・貨物量が例年よりも多く、顕著に増加している。                                      |
|        |           | 食料品製造業（経営者）       | 受注量や販売量の動き | ・季節変動以上に、商品に動きが出てきている。                                       |
|        | やや良くなっている | 化学工業（総務担当）        | 受注量や販売量の動き | ・IT関連製品の動きが良くなりつつある。   |
|        |           | 化学工業（企画担当）        | 受注量や販売量の動き | ・ほとんど変化はないが、狂牛病関連で減少していたものがかなり回復してきている。                      |
|        |           | 化学工業（営業担当）        | 受注量や販売量の動き | ・パチンコ関連設備の受注量が増加している。  |
|        |           | 電気機械器具製造業（経営者）    | 受注量や販売量の動き | ・輸出は米国テロの影響から脱して前年並みに回復してきているが、国内向けは前年同期を下回っており動きが鈍い。        |



| 分野             | 景気の現状判断             | 業種・職種               | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----------------|---------------------|---------------------|--|--|
|                | 変わらない               | 税理士                 | 取引先の様子   | ・取引先各社は売上が思ったよりも落ちておらず、一方で新規出店しているところがある。                          |
|                |                     | 食料品製造業（企画担当）        | 受注価格や販売価格の動き   | ・販売量が伸びていないことから、低価格販売が依然として続いている。                                  |
|                |                     | パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当） | 受注量や販売量の動き   | ・受注量、販売量の低迷が続いている。   |
|                |                     | 一般機械器具製造業（経理担当）     | 受注価格や販売価格の動き   | ・競合他社の値引き競争が更に激しくなっている。  |
|                |                     | 一般機械器具製造業（販売担当）     | 受注量や販売量の動き   | ・引き合い数は多いが、受注に結びつく案件が少ない。  |
|                |                     | 電気機械器具製造業（経営者）      | 受注量や販売量の動き   | ・対前年比で売上は3割程度減少しており、昨年末から低迷が続いている。                                 |
|                |                     | 電気機械器具製造業（従業員）      | 受注量や販売量の動き   | ・中国でアパレル製品を増産しており、工業用ミシンの受注が増加している。その一方で国内向けは低調であり、高付加価値機器の受注が少ない。 |
|                |                     | 電気機械器具製造業（営業担当）     | 受注量や販売量の動き   | ・国の補助事業が昨年来続いており、引き合いも依然として増えている。                                  |
|                |                     | 建設業（経営者）            | 受注価格や販売価格の動き   | ・受注単価が低下してきており、競争は激化している。  |
|                |                     | 建設業（経営者）            | 取引先の様子   | ・取引先の設備投資がほとんどなくなってきた。   |
|                |                     | 輸送業（エリア担当）          | 受注価格や販売価格の動き   | ・値下げ要求をする客はまだあり、荷物のトンあたり単価はまだ下げ止まっていない。                            |
|                |                     | 金融業（企画担当）           | 取引先の様子   | ・引き続き案件が少なく、単価も厳しい。  |
|                |                     | 広告代理店（制作担当）         | 取引先の様子   | ・新規案件もあるが、予算的な理由でのキャンセル等もあるため、トータルで見ればほとんど変わっていない。                 |
|                |                     | 新聞販売店〔広告〕（店主）       | 受注量や販売量の動き   | ・チラシは全体で若干減少しているが、サービス業や不動産は増加している。                                |
|                | 税理士                 | 取引先の様子              | ・顧問先は、経費の節約やリストラ、アウトソーシング、固定資産の売却など様々な方策を講じてきたが、万策尽きて現状維持を図っている。               |  |
|                | 経営コンサルタント           | それ以外                | ・土地の取引件数は減少を続けている。   |  |
|                | やや悪くなっている           | 鉄鋼業（経営者）            | 受注量や販売量の動き   | ・受注量、販売量ともに最低レベルを更新している。   |
|                |                     | 非鉄金属製造業（社員）         | 受注価格や販売価格の動き   | ・受注単価の下落に歯止めがかからず、利益率はまだまだ悪化する。                                    |
|                |                     | 電気機械器具製造業（従業員）      | 受注量や販売量の動き   | ・今年に入り受注が上向き始めたが、3月以降はまた下がっている。                                    |
|                |                     | 輸送用機械器具製造業（工務担当）    | 受注量や販売量の動き   | ・高級乗用車があまり思わしくない。  |
| 輸送用機械器具製造業（統括） |                     | 受注価格や販売価格の動き        | ・受注単価の引き下げ要請が依然として続いており、採算確保がますます厳しくなってきた。                                     |  |
| 輸送業（エリア担当）     |                     | 競争相手の様子             | ・運賃が引き続き低下傾向にあり、不況に強いとされた運送会社でも特に中堅企業に倒産が増加している。                               |  |
| 公認会計士          |                     | 取引先の様子              | ・建設や住宅関連が不振である一方、IT関連の下請け中小企業も体力的に限界に近づいている。また、銀行の融資姿勢が厳しいため、突然破綻する中小企業が散見される。 |  |
| 悪くなっている        | 窯業・土石製品製造業（経営者）     | 受注量や販売量の動き          | ・回復の兆しがなく、更に下降に転じている。  |  |
|                | 窯業・土石製品製造業（経営者）     | 取引先の様子              | ・受注量が減少している。   |  |
|                | 非鉄金属製品製造業〔鋳物〕（経営企画） | 受注量や販売量の動き          | ・受注量が減少している。   |  |
| 雇用関連           | 良くなっている             | -                   | -  | -  |
|                | やや良くなっている           | アウトソーシング企業（エリア担当）   | 採用者数の動き  | ・IT関連の求人数が徐々に上向きになりつつある。   |

| 分野 | 景気の現状判断   | 業種・職種           | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|-----------|-----------------|---------|--|
|    |           | 求人情報誌製作会社（企画担当） | 求人数の動き  | ・求人数に変動はあるが、趨勢としては増加している。  |
|    |           | 職業安定所（職員）       | 周辺企業の様子 | ・倒産やリストラ企業の件数が減少してきている。  |
|    |           | 学校〔大学〕（就職担当）    | 求人数の動き  | ・求人票の総数が昨年より3割増加している。  |
|    | 変わらない     | 人材派遣会社（社員）      | 周辺企業の様子 | ・各企業ともあまり変わらず、好転していない。   |
|    |           | 人材派遣会社（社員）      | 求人数の動き  | ・人材派遣の注文は、対前年同月比で下げ止まりの兆候がみられる。  |
|    |           | 人材派遣会社（社員）      | 周辺企業の様子 | ・好調企業の一部で求人ニーズが盛り返している一方で、派遣社員のカットの動きも相変わらず続いている。  |
|    |           | 求人情報誌製作会社（編集者）  | 求人数の動き  | ・求人広告件数は対前年比で非常に悪い状態であるが、ここ数か月は下げ止まっている。   |
|    |           | 新聞社〔求人広告〕（担当者）  | 求人数の動き  | ・求人広告は前年同月比70%で、上向き傾向から逆戻りしている。  |
|    |           | 職業安定所（所長）       | 求職者数の動き | ・求職者数の増加傾向が続いている。  |
|    |           | 職業安定所（職員）       | 求職者数の動き | ・求職者はまだまだ増えている。  |
|    | やや悪くなっている | 民間職業紹介機関（エリア担当） | 求人数の動き  | ・求人数はほぼ横ばいである。   |
|    |           | 人材派遣会社（社員）      | 周辺企業の様子 | ・派遣料金の改定を申し入れても、ほとんどの企業で料金据え置きを求められる。  |
|    |           | 職業安定所（職員）       | 求職者数の動き | ・有効求人は上昇しているが有効求職者はそれ以上に上昇しており、有効求人倍率は低下している。特に新規求職者は3か月前に比べ約5割も増加している。<br>・非自発的離職者の割合は前年同月は2割弱だったが、3割超となっている。 |
|    | 悪くなっている   | 職業安定所（職員）       | 求人数の動き  | ・新規求人数は対前月比で9.1%の減少、対前年同月比で13.2%の減少で、例年は1.7%程度であるので特に減少している。   |
|    |           | 新聞社〔求人広告〕（担当者）  | 求人数の動き  | ・求人はこれまでになく落ち込んでいる。特に正社員の落ち込みが著しく、先月の回復から一転して再び悪化している。   |

## 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     | 景気の現状判断   | 業種・職種         | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|--------|-----------|---------------|--------|--|
| 家計動向関連 | 良くなっている   | 住宅販売会社（従業員）   | お客様の様子 | ・客の行動は引き続き活発で、反応も非常に具体的である。展示場への来場者数も増加し、契約数も順調である。                            |
|        |           | 衣料品専門店（経営者）   | それ以外   | ・数店舗のヤング店の中で、商品力や販売力の備えた店は売上目標をクリアしている。  |
|        | やや良くなっている | 家電量販店（経営者）    | それ以外   | ・4月は例年以上に気温の高い日が続いているため、エアコンの販売動向が極めて良い。                                       |
|        |           | 一般レストラン（店長）   | 来客数の動き | ・昼の来客数が若干減少したが、夜の来客数が若干増加したため、売上はやや増加している。                                     |
|        |           | 都市型ホテル（スタッフ）  | 来客数の動き | ・婚礼、宴会の半減により全体の売上は前年を下回っているが、団体利用による宿泊部門、来客数が増加しているレストラン部門及び一般宴会は前年を上回る見通しである。 |
|        | 変わらない     | 商店街（代表者）      | 来客数の動き | ・土、日の来客数は増加しているように見えるが、平日は相変わらず閑散としている。  |
|        |           | 商店街（代表者）      | 来客数の動き | ・空き店舗の増加により、相変わらず人通りが少ない。  |
|        |           | 一般小売店〔鮮魚〕（店長） | 単価の動き  | ・客単価の低下は前年対比で3月前と同じ水準で続いている。   |
|        |           | 百貨店（営業担当）     | お客様の様子 | ・ファッションの中で昨年になかった色目の商品、特にパステルカラーの商品はある程度動いてきたが、客の慎重な購買動向は依然変わらない。              |
|        |           |               |        |  |

| 分野 | 景気の現状判断   | 業種・職種                    | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|-----------|--------------------------|--------|--|
|    |           | スーパー（店長）                 | 来客数の動き | ・来客数はショッピング目的以外でも増加し、買上客数も増加している。しかし、1人当たり買上点数は増えていないため、客単価は前年割れとなっている。<br>・食品は価格競争が激しいため、チラシによる売出し商品の価格に客は非常に敏感になっている。  |
|    |           | スーパー（店長）                 | 単価の動き  | ・一品単価が低下しているうえ、買上点数が増加しないため、相変わらず客単価は伸びていない。必要な物以外は買わないという状況が続いている。  |
|    |           | スーパー（総務担当）               | 単価の動き  | ・来客数は変わらないが、客単価が低下している。一品単価の低下よりは買上点数の減少が影響している。   |
|    |           | 乗用車販売店（総務担当）             | 販売量の動き | ・小型車はRV車を中心に結構売れているが、2000CCクラスの高価格車は乗用車を中心に相変わらず売行きが回復していない。   |
|    |           | 乗用車販売店（経理担当）             | 販売量の動き | ・小型自動車の市場は健闘しているが、高級セダンを主力とする当社では販売量が回復せず、苦戦が続いている。  |
|    |           | 住関連専門店（店長）               | 来客数の動き | ・高額の家具商品は売上が減少し、厳しい状況が続いているが、家庭雑貨品はまとめ買いもみられ、前年同月の売上をクリアしている。  |
|    |           | その他専門店<br>〔ガソリンスタンド〕（経営） | 単価の動き  | ・原油高の下で過当競争がなお続いており、価格転嫁ができないため、業績は若干悪化したまま推移している。   |
|    |           | その他専門店<br>〔医薬品〕（営業担当）    | 単価の動き  | ・販売量は横ばいであるが、デフレマインドの継続と競争激化により、販売額がやや減少のまま推移している。   |
|    |           | 一般レストラン（スタッフ）            | 単価の動き  | ・4月から完全学校週5日制が導入されたため、金、土、日曜日の週末の売上増加を期待していたが、逆に週末の売上が平日と変わらなくなり、実質的に客数が減少している。  |
|    |           | 観光型旅館（経営者）               | 来客数の動き | ・通常日の入込客は悪いが、ゴールデンウィークは例年と変わらない。   |
|    |           | 旅行代理店（従業員）               | 単価の動き  | ・単価の低下が売上減少につながっているが、送客数に変化はない。  |
|    |           | タクシー運転手                  | 来客数の動き | ・百万石博の影響で、観光客が以前より増加しているが、夜の繁華街への来客数はまだ少ない。  |
|    |           | 美容室（経営者）                 | 来客数の動き | ・既存店では、どのようなキャンペーンを実施しても新規客は増加しない。来客数を増やすためには店のリニューアルが不可欠である。  |
|    |           | 設計事務所（職員）                | お客様の様子 | ・大手ゼネコンの倒産ショックが少し落ち着き始めたが、業界の信用不安がぬぐいきれないため、客の計画はスムーズに進まない。  |
|    | やや悪くなっている | 百貨店（営業担当）                | 来客数の動き | ・買上客数は前年の98%を割り込んでいる。3月は気温がかなり暖かかったため初夏物の動きが良かったが、気温がいったん落ち着くと、商品の動きも鈍っている。  |
|    |           | コンビニ（エリア担当）              | 来客数の動き | ・競合店は現れていないが、来客数の減少が続いている。新規客の減少よりも既存客の来店頻度の減少が原因とみられる。  |
|    |           | 家電量販店（店長）                | お客様の様子 | ・商談の中で競合店の話題が頻繁に出てきている。  |
|    |           | 自動車備品販売店（従業員）            | 来客数の動き | ・3月までとは打って変わり、来客数が減少し大幅な前年割れとなっている。昨年は特需が4月にずれ込んだため、大幅な売上増加となった特殊事情を差し引いても今年は悪くなっている。昨年までは春になれば買換えする客が多かったが、今年はもう少し我慢しようという客が目立つ。  |
|    |           | 一般レストラン（店長）              | 販売量の動き | ・昼の客は変わらないが、特に夜のゴールデンタイムは売上高、来客数とも約1割の減少となっており、家族連れの客が若干少なくなっている。  |
|    |           | スナック（経営者）                | 来客数の動き | ・本来は書き入れ時の4月であるが、新入社員の歓迎を兼ねた花見会でも一次会で終わりというケースが多く、売上は例年の85%程度に減少している。<br>・不況業種の多い地元では、新聞紙上の「景気は上向き傾向」という発表とは逆に、現実を引き続き大変苦しいという企業関係者の声が多い。工場の操短のため従業員が交代で休んだり、連休の一部を返上して役員会に充てる企業などもみられる。 |

| 分野               | 景気の現状判断       | 業種・職種  | 判断の理由            | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|------------------|---------------|--|------------------|--|
|                  | 悪く<br>なっている   | 都市型ホテル<br>(スタッフ)   | 単価の動き            | ・単価は引き続き低下しているが、特に宿泊部門が顕著である。レストラン部門も、高単価の接待などの件数が減少の一途をたどっている。  |
|                  |               | テーマパーク<br>(経営者)  | 単価の動き            | ・平均的な客単価は500円程度低下している。   |
|                  |               | 住宅販売会社<br>(従業員)  | 来客数の動き           | ・例年4月は展示会の来場者数が少ないが、今年は特に減少している。   |
|                  |               | コンビニ(経営者)  | お客様の様子           | ・今まで来ていた客が来店しなくなり、また他の安売り店でその客を見かけることもある。  |
|                  |               | 乗用車販売店<br>(経営者)  | 販売量の動き           | ・販売、修理ともに激減している。   |
|                  |               | テーマパーク<br>(職員)   | 来客数の動き           | ・団体客の動きが前年同月比でかなり鈍くなっている。金沢の百万石博の関連ツアーは好調と聞いているが、コース組の客が金沢に流れているため、前年同月比では5%の減少となっている。また、個人客の動きも前年同月より低調である。 |
| 企業<br>動向<br>関連   | 良く<br>なっている   | -  | -                | -  |
|                  | やや良く<br>なっている | 食料品製造業<br>(企画担当)   | 受注価格や販売<br>価格の動き | ・従来、販売価格は100円が主流であったが、最近では150円、200円の商品の数量が増加している。売価が徐々に上昇する傾向がみられる。  |
|                  |               | 新聞販売店[広告]<br>(従業員)   | 受注量や販売量<br>の動き   | ・折込チラシの申込件数、金額ともに、好調であった前年同月の水準に近づいている。  |
|                  | 変わらない         | 繊維工業(経営者)  | 受注価格や販売<br>価格の動き | ・良質の低価格品が海外から多く入っている。  |
|                  |               | 化学工業(営業<br>担当)   | 受注価格や販売<br>価格の動き | ・4月1日から薬の公定価格が平均6.3%引下げられたため、当然売上は減少し、メーカー、卸、小売業者ごとに非常に大きな格差が出ている。   |
|                  |               | 精密機械器具製<br>造業(経営者)   | 取引先の様子           | ・国内の販売先の状況は商品が売れず、採算も上がらない。一方、海外はアメリカを中心に受注がかなり回復しているという情報があちこちから入っているため、総体的にはプラスマイナスで変わらない。                 |
|                  |               | 建設業(総務担<br>当)  | 受注価格や販売<br>価格の動き | ・施工能力を超える受注水準となったが、価格面は依然として厳しい状況が続いており、更に支払い条件も厳しい。また、立替資金も増加傾向にある。   |
|                  |               | 輸送業(配車担<br>当)  | 受注量や販売量<br>の動き   | ・輸送状況は悪く、それに伴い価格も依然低迷している。同業者の状況も同様である。  |
|                  | やや悪く<br>なっている | 不動産業(営業<br>担当)   | 受注価格や販売<br>価格の動き | ・3月に発表された地価公示は地方都市では引き続き大幅な下落が続いており、土地購入の手控えに一層拍車がかかっている。  |
|                  |               | 司法書士   | 取引先の様子           | ・分譲マンションや個人住宅の売行きは若干良いが、企業関係の新しい事業展開はまだみられない。  |
|                  |               | プラスチック製<br>品製造業(企画<br>担当)  | 受注価格や販売<br>価格の動き | ・取引先から価格改定の要請が多数出ており、かなり厳しい。   |
|                  | 悪く<br>なっている   | 建設業(経営<br>者)   | 取引先の様子           | ・官公庁工事の入札状況をみると、1、2月に比べて3、4月は予定価格を大幅に切った入札が増加している。業者は資金繰りに非常に困っている様子が伺える。                                    |
|                  |               | -  | -                | -  |
| 雇用<br>関連         | 良く<br>なっている   | -  | -                | -  |
|                  | やや良く<br>なっている | -  | -                | -  |
|                  | 変わらない         | 求人情報誌製作<br>会社(編集者)   | 周辺企業の様子          | ・大手飲食店チェーンの出店予定が若干あるため、アルバイト、パートのニーズが増加しているが、正社員は相変わらず横ばいである。  |
|                  |               | 民間職業紹介機<br>関(経営者)  | それ以外             | ・依然として求人と求職のミスマッチがあり、まだ求職者が仕事を選んでいる状況である。  |
| 学校[大学]<br>(就職担当) | 求人数の動き        | ・平成15年3月卒業者の新規採用求人票の到着状況は、前年同期比で県内が8件増の13%アップ、県外は37件減の12%ダウンである。求人内容は営業が大半で、女子学生から希望の多い事務職は半減しており、厳しい状況が続いている。 |                  |  |

| 分野 | 景気の現状判断   | 業種・職種     | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|-----------|-----------|---------|--|
|    | やや悪くなっている | 職業安定所（職員） | 求職者数の動き | ・年末から続いた事業主都合による退職者の多くが滞留しており、更に年度替わりによる4月の求職者が加わるため、月間有効求職者の増加が予想される。 |
|    | 悪くなっている   | -         | -       | -  |

7. 近畿（地域別調査機関：（株）大和銀総合研究所）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

| 分野             | 景気の現状判断       | 業種・職種           | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----------------|---------------|-----------------|---|---|
| 家計<br>動向<br>関連 | 良くなっている       | 旅行代理店（店長）       | 販売量の動き  | ・4月に入り第1週後半から海外旅行の申込が増加し、特に夕方、土日の来客数が増加している。<br>・国内旅行についてはカウンターの状況はほぼ前年並みであるが、電話での受注が増加し、前年を上回っている。       |
|                | やや良くなっている     | 商店街（代表者）        | 単価の動き   | ・低単価志向が続くなか、高単価志向の新規の客も少しずつ目立ってきている。  |
|                |               | 一般小売店〔時計〕（経営者）  | お客様の様子  | ・ペイオフ解禁により金融機関を変更するため、預金を現金化したついでに購入する例が何件もあり、良くなっている。  |
|                |               | 一般小売店〔衣服〕（経営者）  | お客様の様子  | ・商品を選ぶ際の客の表情が明るくなっている。  |
|                |               | 一般小売店〔精肉〕（経営者）  | 来客数の動き  | ・来客数の回復が客単価の回復を上回っている。最近では輸入牛から国産牛へのシフト等客単価の上昇、回復はあっても、来客数の前年比増加率が客単価のそれを上回ることはなかっただけに、回復基調が現れてきていると思われる。 |
|                |               | スーパー（店長）        | 来客数の動き  | ・単価下落は続いているが、平日、週末にかかわらず、また、食品、非食品ともに来客数が前年を上回るようになってきており、1人当たりの買上点数の増加と合わせて前年売上を超えつつある。                  |
|                |               | スーパー（企画担当）      | 販売量の動き  | ・野菜の相場が上がり、売上は回復傾向にある。来客数も増加している。<br>・高額商品の動きがまた戻ってきている。  |
|                |               | 衣料品専門店（営業・販売）   | 単価の動き   | ・オーダースーツに関して、低価格スーツの売上は減少しているが、高額スーツは新規客も増加し、注文数も増加している。  |
|                |               | 家電量販店（企画担当）     | 単価の動き   | ・液晶やプラズマテレビなど高額商品の単価が上昇している。  |
|                |               | 乗用車販売店（営業担当）    | お客様の様子  | ・周囲の新車購入者に刺激される形で、来客数が増加している。<br>・客の表情も明るく、元気になってきている。  |
|                |               | 一般レストラン（経営者）    | 販売量の動き  | ・売上高が13か月連続して前年比プラスで推移している。   |
|                |               | 都市型ホテル（スタッフ）    | 来客数の動き  | ・宿泊利用人数、レストラン利用人数、宴会利用人数いずれも増加の傾向にある。   |
|                |               | 旅行代理店（広報担当）     | お客様の様子  | ・大型連休の旅行申込が一段落し、夏休みの旅行の相談を受けているが、内容を吟味し、単価が多少上がっても良いという客が出てきている。  |
|                |               | 通信会社（社員）        | 販売量の動き  | ・年度末とも重なり新規にブロードバンドインターネットサービスを始める客が増加している。インターネットサービスの認知度の上昇に比例してブロードバンド化を図る傾向が高まってきている。                 |
|                |               | その他レジャー施設（企画担当） | 来客数の動き  | ・イベントに対する反応は堅調である。ただし、仕掛けがないとなかなか人は動かない。  |
|                |               | 設計事務所（所長）       | お客様の様子  | ・最近家を建てたい、音楽ホールを建てたいという動きが出てきている。   |
| 変わらない          | 商店街（代表者）      | お客様の様子          | ・週末の人は多いが、なかなか購買にはつながらない。   |   |
|                | 一般小売店（経営者）    | 単価の動き           | ・来客数に変わりはないが、客単価が下落しており、売上も増加しない。   |   |
|                | 一般小売店〔野菜〕（店長） | 販売量の動き          | ・相変わらず客の動きは活発にならず、客単価も低下しており、厳しい状況である。  |   |
|                | 百貨店（売場主任）     | 販売量の動き          | ・例年より暑さが増し、初夏物が3月中旬に売れ出したため品物が不足し、4月中旬より急激に売上が伸び悩んだ。婦人服ではトレンドがボヘミアン一色となり面白みに欠け、客の購買意欲をそそるには物足りない。 |   |

| 分野              | 景気の現状判断 | 業種・職種                             | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|-----------------|---------|-----------------------------------|---|--|
|                 |         | 百貨店（企画担当）                         | 来客数の動き  | ・同業他社との競争の激化に加え、販促イベントなど顧客へのアプローチを続けなければ来客数は確保できず、売上に結びつかない。   |
|                 |         | 百貨店（経理担当）                         | お客様の様子  | ・客を限定した売出しに関しては婦人服、婦人雑貨を中心に前年を上回る売上がとれているが、それ以外は苦戦している。宝飾品についても高額品の動きが悪い。  |
|                 |         | スーパー（店長）                          | お客様の様子  | ・来客数はやや増加しているが、一品単価と客単価の下落で横ばい状況である。   |
|                 |         | スーパー（店長）                          | 単価の動き   | ・単価は相変わらず低迷したままである。  |
|                 |         | スーパー（経理担当）                        | 販売量の動き  | ・狂牛病の影響が薄れ、肉部門の売上はかなり回復してきたが、逆にこれまで好調であった魚部門が他部門並の数値に落ち付いてきたため、全体としてプラスマイナスゼロの状態である。                                       |
|                 |         | コンビニ（経営者）                         | 単価の動き   | ・ユニバーサル・スタジオ・ジャパン効果により来客数はやや増加しているが、客単価がわずかにまだ下落傾向にある。   |
|                 |         | コンビニ（店長）                          | 販売量の動き  | ・販売量の増加がみられない。売上、販売量、来客数、客単価すべて横ばいである。   |
|                 |         | 衣料品専門店（経営者）                       | お客様の様子  | ・物の価値と価格を慎重に比較した上で購入する傾向が続いている。<br>・品質と価格のずれのある商品は、極端に売上が不振となっている。   |
|                 |         | 家電量販店（営業担当）                       | お客様の様子  | ・客は目的をもって来店しているため、目玉商品しか売れず単価も上昇しにくい。  |
|                 |         | その他専門店【スポーツ用品】（経理担当）              | お客様の様子  | ・売上が相変わらず増加しない。来客数にも変化がない。   |
|                 |         | 観光型ホテル（経営者）                       | 来客数の動き  | ・単価が下落し、悪い状況が続いている。  |
|                 |         | 観光型旅館（経営者）                        | お客様の様子  | ・来客数、客単価は変わらず、客は土産等の買物を控える様子もない。   |
|                 |         | 観光型旅館（団体役員）                       | 来客数の動き  | ・受注が非常に遅くなり、客単価も下落している。  |
|                 |         | 都市型ホテル（支配人）                       | 販売量の動き  | ・桜の開花が早かったため、花見客の減少もあったが、歓送迎会、宴会件数の増加により、売上減少をカバーしている。<br>・一方、企業の研修会議は、採用減、社員減により低迷している。                                   |
|                 |         | 旅行代理店（営業担当）                       | 販売量の動き  | ・大型連休はもう一つの伸びで、国内、海外ともに一部の日を除き空きが残っている。<br>・一方、ビジネスクラスの海外旅行が増加する動きもある。   |
|                 |         | タクシー会社（経営者）                       | 来客数の動き  | ・タクシーの稼ぎ時である夜の利用が少ないまま推移している。昼は若干良くなっているものの、全体としては横ばいである。  |
|                 |         | タクシー運転手                           | 販売量の動き  | ・長距離利用の乗客がポツポツと出てきているが、まだまだ夜の街は冷え込んでいる。  |
|                 |         | 競輪場（職員）<br>その他レジャー施設【イベントホール】（職員） | 来客数の動き<br>お客様の様子  | ・競輪場への来客数はあまり変わらない。<br>・イベントの来客数は多いものの売上の悪い催事もある。<br>・借り手である主催者側は極力出費を抑えるよう努力しており、業者の見直しから、使用部屋の変更や冷暖房の取りやめ等細かいところまで至っている。 |
|                 |         | 住宅販売会社（経営者）                       | お客様の様子  | ・販売物件広告の反響が良くない。購入意欲が高揚していない。  |
|                 |         | やや悪くなっている                         | 商店街（代表者）  | お客様の様子   |
| 一般小売店【花】（経営者）   | 単価の動き   |                                   | ・客から注文を受けても、一個にかける単価が例年より抑えられている。   |  |
| 一般小売店【食料品】（経営者） | 競争相手の様子 |                                   | ・オーバーストアと消費低迷により、競合他社との価格競争が激化している。その中で商品のライフサイクルがますます短くなり、差別化が以前にも増して難しくなっている。   |  |
| 百貨店（売場主任）       | 来客数の動き  |                                   | ・例年観光客の増加するこの時期にその姿が少ない。<br>・近辺の都市より、遠方から海外旅行の代わりに観光に来ていると思われる客が多く、購買に対しては消極的である。 |  |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種              | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|---------|--------------------|--------|--|
|    |         | 百貨店（売場主任）          | 販売量の動き | ・連日20度を超える日が続き、3月は単品が二桁の伸びを示したが、4月は商品の前倒しもあって、消費者が次の商品に飛びつかない。初夏を飛び越して夏物へシフトする。                            |
|    |         | 百貨店（売場主任）          | 単価の動き  | ・客の買上金額、点数が落込み、選び方も慎重である。  |
|    |         | 百貨店（売場主任）          | お客様の様子 | ・大型連休に向けた購買動向では、単品での買上が多く、商品買上までの時間が長い。  |
|    |         | 百貨店（営業担当）          | 来客数の動き | ・改装効果によって来客数は前年並みを確保したが、実質では減少している。春物クリアランス等のバーゲンも販売量が低下し、ファッション、子供服も売上が減少している。呉服、宝飾等の高額品も不調である。           |
|    |         | スーパー（経営者）          | 単価の動き  | ・来客数は前年並を維持しているが、1人当たりの単価、点数が減少傾向にある。販売方法や商品に関して、日々目新しいことをしないと客が手を出してくれない状況にある。                            |
|    |         | コンビニ（エリア担当）        | 販売量の動き | ・既存店の1日あたりの平均販売額がやや減少している。   |
|    |         | 衣料品専門店（店員）         | 来客数の動き | ・春夏シーズンで今の時期が一番売れなければならないが、客は買い控えている様子である。<br>・スーツよりも単価の低いカッターシャツまでもが動かなくなってきている。                          |
|    |         | 乗用車販売店（経営者）        | 単価の動き  | ・今月、自動車販売の平均単価が今までになく下がり、新車が平均220万円台から180万円台となっている。売上台数も少し減少している。  |
|    |         | 自動車備品販売店（従業員）      | お客様の様子 | ・客の買い控えが一段と強くなっている。目的買いをさらに絞っており、本当に必要な物以外購買を抑えている傾向が顕著に現れている。   |
|    |         | その他専門店 [宝石]（経営者）   | 来客数の動き | ・広告展開しても全く反応がない。個々の客にダイレクトメールで案内し、下取、あるいは買取という条件をつけた場合しか来店がない状況である。  |
|    |         | 高級レストラン（支配人）       | 販売量の動き | ・本来なら売上が大きく増加する時期であるが、結果として伸びもなく横ばい状況である。  |
|    |         | 一般レストラン（スタッフ）      | 単価の動き  | ・昨年の米国テロ以来、来客数は前年を割り続けている。<br>・客単価が急激に下落し始め、前年の80%台になっており、売上高は90%を割り込む状態である。                               |
|    |         | 観光型旅館（経営者）         | お客様の様子 | ・建築、土木、不動産などの企業の旅行が皆無である。個人旅行が増加していたが、6、7月以降の予約の入りが少ない。相変わらず近場、安価の旅行が増加するため、売上が減少し、利益は低迷している。              |
|    |         | 都市型ホテル（副総支配人）      | 販売量の動き | ・宿泊、宴会、レストランとも、前年割れで厳しい状況である。<br>・宿泊の予約状況は前年より厳しく、ユニバーサルシティ駅前へのホテル進出の影響も考えられる。<br>・レストランは周辺に新たな店舗が開業されている。 |
|    |         | タクシー運転手            | 来客数の動き | ・ここ2、3か月、夜の乗客が減少している。以前は夜だけで仕事になっていたが、今はそれだけでは仕事にならない。   |
|    |         | タクシー運転手            | 来客数の動き | ・通勤時間帯を除くと、客の獲得は難しく、駅やホテルの待機は回転が悪い。  |
|    |         | テーマパーク（職員）         | 単価の動き  | ・客単価の下落が続いている。   |
|    |         | ゴルフ場（経営者）          | 単価の動き  | ・業界は乱売合戦となり、値下げ競争が激化している。  |
|    |         | 美容室（経営者）           | 来客数の動き | ・12月からの再来客数が、前年に比べかなり悪い。   |
|    |         | その他サービス [学習塾]（経営者） | 来客数の動き | ・例年より入塾者数が減少している。少子化の影響以上に、教育費への投資の減少および教育熱の衰退が原因と考える。   |
|    |         | 住宅販売会社（従業員）        | お客様の様子 | ・マンションを気に入っても、ローン審査に通らない客が増加している。年収面や、オートローンなど現在のローンにより審査に通らないケースが多い。                                      |
|    | 悪くなっている | 百貨店（売場主任）          | 販売量の動き | ・天候が不順であったこともあり、若年層を中心としたトレンド商材の売上が減少している。   |
|    |         | 衣料品専門店（経営者）        | 単価の動き  | ・春物のバーゲン品ばかりが売れ、通常価格の商品が全く売れていない。  |
|    |         | 乗用車販売店（経営者）        | 来客数の動き | ・当社のショールームへの来客数は減少し、また売上台数もそれに伴い減少している。  |

| 分野                  | 景気の現状判断                      | 業種・職種              | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|---------------------|------------------------------|--------------------|--|--|
|                     |                              | 観光型ホテル（経営者）        | 来客数の動き   | ・3、4月と続けて来客数が前年比で10%以上減少している。  |
|                     |                              | 美容室（経営者）           | 来客数の動き   | ・他店も含めて来客数が減少しており、客足が全体的に遠のいている。   |
|                     |                              | その他住宅[展示場]（従業員）    | お客様の様子   | ・40代の来場者数が減少を続けている。無料のプレゼントに対する食いつきが早い。  |
| 企業動向関連              | 良く<br>なっている<br>やや良く<br>なっている | -                  | -  | -  |
|                     |                              | 金属製品製造業（営業担当）      | 受注量や販売量の動き   | ・IT関連、自動車関連の受注が増加している。   |
|                     | 電気機械器具製造業（経営者）               | 取引先の様子             | ・プラント分野の研究開発への投資の意欲が出てきている。新技術にも関心があり、引合の件数も増加している。                          |  |
|                     | 輸送業（営業所長）                    | 受注量や販売量の動き         | ・春夏物の商品が動いており、1、2月と比べて多少荷動きが良い。  |  |
|                     | 広告代理店（営業担当）                  | 受注価格や販売価格の動き       | ・年度が替わって、新しい広告の投稿が予想よりも多い。   |  |
|                     | その他サービス業[イベント企画]（経営者）        | 取引先の様子             | ・ようやく物件が増加しつつある。愛知万博に関連する動きも出始め、雰囲気徐々に明るくなりつつある。                             |  |
|                     | その他非製造業[衣服卸]（経営者）            | 受注量や販売量の動き         | ・3月以降、単価の低い商品、特徴のある商品を中心に荷動きが活発化している。季節商品の早めの展開も効を奏している。                     |  |
|                     | 変わらない                        | 繊維工業（経営者）          | 受注量や販売量の動き   | ・得意先の動きをみると、ごく一部上向き加減の客もあるが、下降している客もいる。  |
|                     |                              | パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者） | 取引先の様子   | ・今月の始めは、新年度になったこともあり、取引先において生産量が増加傾向で推移していたが、中旬以降は先月までと変わらない状態になっている。                    |
|                     |                              | 出版・印刷・同関連産業（経営者）   | 受注価格や販売価格の動き   | ・依然としてダンピング競争が続ぎ、一向に下げ止まり感が出てこない。  |
|                     |                              | 金属製品製造業（経営者）       | 受注価格や販売価格の動き   | ・4月から材料である鋼材値上げが実行されているが、売値になかなか転嫁できない。  |
|                     |                              | 金属製品製造業（経営者）       | 取引先の様子   | ・取引先である中小のゼネコンの信用面での不安が続いている。  |
|                     |                              | 金属製品製造業（団体役員）      | 受注量や販売量の動き   | ・在庫調整が進んでいる割に受注が増加していない。   |
|                     |                              | 電気機械器具製造業（経営者）     | 受注量や販売量の動き   | ・昨年12月から受注量および売上高がほぼ横ばいで、計画の70%台で経過しているが、見積額は増加している。業種によって斑模様のところがあり、半導体、液晶分野は良くなってきている。 |
| 輸送業（総務担当）           |                              | 取引先の様子             | ・扱う物量に大きな変動がない。  |  |
| 不動産業（経営者）           |                              | 取引先の様子             | ・建売住宅、マンション等の土地取得意欲は依然旺盛であるが、立地の良し悪しで価格の二極化がはっきりしてきている。                      |  |
| 経営コンサルタント           |                              | 取引先の様子             | ・取引先に住宅関連会社が多いが、戸建て住宅の減少、それに伴う仕事量、売上の減少が続いている。                               |  |
| その他非製造業[機械器具卸]（経営者） |                              | 受注価格や販売価格の動き       | ・価格競争が激化しており、大変難しい状況が続いている。  |  |
| やや悪く<br>なっている       |                              | 化学工業（経営者）          | 受注量や販売量の動き   | ・1月ごろに一旦、底を打ったかにみえたが、2月以降再び売上が減少している。前年実績に対する比率も徐々に低下してきており、売上減少の歯止めが利かない状態にある。          |
|                     | 建設業（経営者）                     | 競争相手の様子            | ・競争が激化してきている。  |  |
|                     | 金融業（支店長）                     | 取引先の様子             | ・最近、同業、関連企業の倒産が相次いでいる。<br>・取引銀行による企業選別が徐々に浸透しており、一部企業の資金繰りを圧迫している。           |  |
| 悪く<br>なっている         | 繊維工業（団体職員）                   | 受注量や販売量の動き         | ・受注量はますます減少している。ごく少量の受注は、輸入品との価格競合と買い手市場により価格は極端に低下し採算割れであるが、取引せざるを得ない状況である。 |  |
|                     | 不動産業（営業担当）                   | 取引先の様子             | ・先月から外商顧客の売上が低迷している。今月も前年比0.4%の減少で推移している。                                    |  |



| 分野      | 景気の現状判断   | 業種・職種           | 判断の理由                                | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|---------|-----------|-----------------|--------------------------------------|--|
|         |           | コピーサービス業（従業員）   | 受注量や販売量の動き                           | ・広告代理店のプレゼンコンベおよびIT関連のセミナー等の回数、ボリュームともに激減し、前年比50%以下の売上で推移している。一般企業に関しても、アウトソーシングによるコスト削減を越え、サービス残業で雑務をさばき、コストを抑えている。 |
| 雇用関連    | 良くなっている   | -               | -                                    | -  |
|         | やや良くなっている | 人材派遣会社（経営者）     | 求人数の動き                               | ・一般派遣は例年通り落ち着いてきている。また、IT関連、特に上流工程のSE作業は落ち着いてきているが、それを落とし込むプログラミング作業が最近増加の兆しである。                                     |
|         |           | 求人情報誌製作会社（営業担当） | 求職者数の動き                              | ・新年度の体制も落ち着きをみせ、大型連休を迎えるこの時期は中旬までにパート、アルバイトの応募が特に多くみられている。   |
|         |           | 新聞社〔求人広告〕（担当者）  | 求人数の動き                               | ・求人数の動きに底打ち感がある。   |
|         |           | 職業安定所（職員）       | 周辺企業の様子                              | ・製造関連で受注量が増加している。  |
|         | 変わらない     | 求人情報誌製作会社（編集者）  | 求人数の動き                               | ・社員募集の求人広告件数は横ばいである。   |
|         |           | 職業安定所（職員）       | 求人数の動き                               | ・新規求人数は、13年8月以降前年を下回っており、13年度計ではすべての産業において落ち込んでいる。なかでも金属、一般機械が目立って減少するなど厳しい状況が続いている。                                 |
|         |           | 職業安定所（職員）       | 雇用形態の様子                              | ・求人数は増加しているが、求人数に占める、パート求人割合が高まっており、求職者の希望条件とのミスマッチがある。  |
|         | やや悪くなっている | 人材派遣会社（社員）      | 周辺企業の様子                              | ・取引先がスキルのある派遣社員の契約単価を値下げ要求してくるケースが多々見受けられる。<br>・新規契約もダンピングしないと成立しない。   |
|         |           | 学校〔大学〕（就職担当）    | 雇用形態の様子                              | ・雇用形態が多様化し、正社員でない形態（パート、契約社員、臨時社員）で雇用し、低コストで調整している企業が増加してきている。   |
| 悪くなっている | 職業安定所（職員） | 周辺企業の様子         | ・大規模な雇用調整の動きは後を絶たず、4月に入り特に活発化してきている。 |  |

## 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     | 景気の現状判断      | 業種・職種           | 判断の理由                     | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|--------|--------------|-----------------|---------------------------|---|
| 家計動向関連 | 良くなっている      | 乗用車販売店（店長）      | 来客数の動き                    | ・新型車の投入により、来客数が大幅に上向いている。<br>・電話の問い合わせが増加しているが、新しい車種がないので他のディーラーは苦労している。                    |
|        | やや良くなっている    | 商店街（代表者）        | お客様の様子                    | ・子供服では高くても良い物を買おうとする姿勢がみられる。  |
|        |              | スーパー（店長）        | 来客数の動き                    | ・買上金額は2.5ポイント減少しているものの、来客数が2.7ポイント増加している。   |
|        |              | スーパー（総務担当）      | 販売量の動き                    | ・単価が低下しているため売上増には結び付いていないものの、来客数、販売量ともに増加している。  |
|        |              | スーパー（経理担当）      | お客様の様子                    | ・客の節約疲れがみえ、売行きが悪さも底をついて反転している。  |
|        |              | 衣料品専門店（地域ブロック長） | 販売量の動き                    | ・春物衣料が引き続き好調な売行きである。<br>・プライベートブランドが好調なため、全体での売上も増加している。                                    |
|        |              | 家電量販店（店長）       | それ以外                      | ・去年の家電リサイクル法施行の反動により、リサイクル4品目の売上が低迷していたが、今月は良くなっている。<br>・パソコンも安定してきており、他のオーディオ関係も上調子になっている。 |
|        |              | 家電量販店（店員）       | 単価の動き                     | ・来客数、買上点数も増加しており、買上単価も上昇してきている。   |
|        |              | 都市型ホテル（経営者）     | 来客数の動き                    | ・婚礼件数、一般宴会件数とも、昨年より大きく上回っている。   |
|        |              | 旅行代理店（団体営業担当）   | 単価の動き                     | ・従来の1泊2日よりも、2泊3日、3泊4日のロングの商品が増加している。  |
|        |              | タクシー運転手         | お客様の様子                    | ・タクシーチケットの売上が少しずつ伸びてきている。   |
|        | テーマパーク（業務担当） | 来客数の動き          | ・平日における来園者数が例年に比べ多くなっている。 |   |

| 分野 | 景気の現状判断        | 業種・職種                | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|----------------|----------------------|--|---|
|    | 変わらない          | 商店街（代表者）             | お客様の様子   | ・欠品した商品があっても、欲しい時に商品がそこになければ、次に入荷したときにも買わない。                    |
|    |                | 一般小売店〔印章〕（営業担当）      | 単価の動き  | ・一般の客は相変わらず価格に敏感で、安い商品を買う傾向にある。                                 |
|    |                | 百貨店（営業企画担当）          | 来客数の動き   | ・客単価は回復基調だが、来客数は相変わらず低迷している。                                    |
|    |                | 百貨店（営業担当）            | お客様の様子   | ・商品の売れ筋は2極化傾向にあり、ブランド、高品質、付加価値という高い物と、極端な低価格とに分かれる傾向が出ている。      |
|    |                | スーパー（店長）             | 単価の動き  | ・全体的には不調であるが、消耗品である化粧品、靴下など季節品が動き始めている。                         |
|    |                | スーパー（店員）             | 販売量の動き   | ・客単価が一向に伸びないことに加え、客1人当たりの買上件数が全く伸びていない。特に特売商品を中心に買物をする客が目立っている。 |
|    |                | スーパー（店員）             | 販売量の動き   | ・広告商品、売出商品、目玉商品を買う客が目立つ。  |
|    |                | コンビニ（エリア担当）          | お客様の様子   | ・売出し初日の商品の動きは大変良いが、2日目、3日目となると商品によって格段の差が出てくる。                  |
|    |                | コンビニ（エリア担当）          | 単価の動き  | ・依然として青果等の相場は低下したままであり、特売品や目玉商品の価格も他店と同様に安くなるばかりである。            |
|    |                | コンビニ（エリア担当）          | 来客数の動き   | ・今まで扱っていた安価な弁当の販売をやめた途端、全体の販売個数が減少している。                         |
|    |                | コンビニ（エリア担当）          | 単価の動き  | ・その一方で単価が上昇した分、売上自体は変化がなく、減少した個数分は安価な物にシフトしている。                 |
|    |                | コンビニ（エリア担当）          | 来客数の動き   | ・これまで安売り特売をしない風潮にあったコンビニでも、期間限定で特売をするようになってきている。                |
|    |                | 衣料品専門店（店長）           | 単価の動き  | ・客も特売の商品を目的として買いに来る傾向が強くなっており、客単価が低下している状態が続いている。               |
|    |                | 家電量販店（副店長）           | お客様の様子   | ・週末や休日に行楽で立ち寄るの来客数が、例年と比べて回復していない。                              |
|    |                | 乗用車販売店（統括）           | 販売量の動き   | ・例年と比べてカジュアル関係もスーツも夏物がやや早く動いている状況にあるが、1着単価は従来と変わらず低い状況である。      |
|    |                | 乗用車販売店（従業員）          | お客様の様子   | ・時間がかかるが、高額商品は確実に買われている。  |
|    |                | 自動車備品販売店（経営者）        | 販売量の動き   | ・平均的な価格の商品や安い商品は次回にしようという感覚で、買わないケースが多い。                        |
|    |                | 住関連専門店（営業担当）         | お客様の様子   | ・新車の販売台数は新型車の投入で例年を上回っているものの、低価格車の台数が多い。                        |
|    |                | その他専門店〔カメラ〕（地域ブロック長） | 来客数の動き   | ・上級車種の販売が低迷している。  |
|    |                | 高級レストラン（スタッフ）        | 来客数の動き   | ・3月、4月と新車発売があり売上は伸びているが、小型車需要だけなので、全体としてはあまり変化がない。              |
|    | 通信会社（経営者）      | お客様の様子               | ・タイヤ等の実需品の販売はある程度好調だが、し好色の強いカーオーディオ等の販売が低迷している。  |   |
|    | 通信会社（企画担当）     | 競争相手の様子              | ・休日の来客数の減少が止まらず、購入意欲のない来店客が非常に目立つ。               |   |
|    | 通信会社（営業担当）     | 販売量の動き               | ・担当店舗で売上のバラツキはあるが、客単価に伸びはなく、90数%で均衡している。         |   |
|    | レジャー施設（営業企画担当） | 単価の動き                | ・ランチタイムのビジネス客、OLの来客数が少ない。                        |   |
|    |                |                      | ・夜はファミリー客などである程度来客数があるが、客単価が多少低下している。            |   |
|    |                |                      | ・加入契約が前月実績と同程度であり、従来平均を大幅に下回っている。                |   |
|    |                |                      | ・3か月単位で考えても動向の変化がはっきりとはみえにくい。                    |   |
|    |                |                      | ・同業者も上向いてきている様子にはない。                             |   |
|    |                |                      | ・販売代理店への客の来店状況が低調である。                            |   |
|    |                |                      | ・客単価は営業推進企画の効果もあるが、前年の106%で推移している。               |   |
|    |                |                      | ・館内の飲食部門は宿泊部門から流れる来客数の増加と、純粋な一般利用の増加とがある。        |   |
|    |                |                      | ・値下げにより客単価は下落幅が大きく、来客数の増加にもかかわらず、売上減という状況が続いている。 |   |
|    |                |                      | ・客の財布のひもが固くなっている印象を受けることはあまりない。                  |   |

| 分野             | 景気の現状判断                  | 業種・職種               | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----------------|--------------------------|---------------------|--|--|
|                |                          | 住宅販売会社<br>(経理担当)    | 販売量の動き   | ・新規発売物件に関して低価格物件は販売開始1か月後でも比較的好調であるが、それ以外は来客数、契約数とも伸び悩む傾向にある。  |
|                |                          | 住宅販売会社<br>(従業員)     | 販売量の動き   | ・契約受注状況が3か月前と同様に低迷を続けており、受注金額も回復基調がみられない。  |
|                | やや悪くなっている                | 百貨店(営業担当)           | 販売量の動き   | ・客は必要な物以外は買わず、動きが悪くなっている。  |
|                |                          | 百貨店(売場担当)           | 販売量の動き   | ・サンダルの動きが非常に悪く、売上が少ない。   |
|                |                          | 百貨店(売場担当)           | お客様の様子   | ・昨年に比べてサンダルの動きが非常に鈍く、単価がかなり落ちており、12,000円、13,000円の商品から9,800円の商品にメインが移っている。<br>・客の嗜好がウォーキングシューズ、カジュアルシューズといった履きやすい靴にシフトしており、パンプスやエレガントラインの商品が全く動いていない。 |
|                |                          | 衣料品専門店<br>(店長)      | 来客数の動き   | ・4月に入り、軒並み来客数が伸び悩んでいる。   |
|                |                          | 乗用車販売店<br>(所長)      | 販売量の動き   | ・2か月間で新型車が2台出ているが、それらがある程度売れている一方、既販車の動きは例年と比べても非常に悪い。<br>・トータルの受注量は例年を少し下回っている状態で、依然として悪い状況が続いている。  |
|                |                          | 住関連専門店<br>(広告企画担当)  | 単価の動き  | ・来客数は増加しているが、売上が追いつかない。<br>・単価が低下している。   |
|                |                          | その他専門店<br>[時計](経営者) | 来客数の動き   | ・土曜、日曜の駐車場利用率は高いが、各店での買物率が非常に低下している。   |
|                |                          | 一般レストラン<br>(店長)     | 来客数の動き   | ・来客数が5%前後、減少している。  |
|                |                          | 観光型ホテル<br>(スタッフ)    | 販売量の動き   | ・予約が少なくなっている。  |
|                |                          | タクシー運転手             | それ以外   | ・深夜の利用客の減少が続いており、単価も低下している。<br>・深夜バスやJRへの乗り換えが多く、深夜1時を回ると客がいなくなる。  |
|                | タクシー運転手                  | お客様の様子              | ・新入社員の歓迎会の人出もなく、風俗店などでは若者の人出はみられるが、年配の人は会社での仕事の大変さがみられ、飲みに出ようという元気が起こらないという声が多く聞かれる。 |  |
|                | 悪くなっている                  | 百貨店(売場担当)           | 来客数の動き   | ・春物と夏物が充実し、例年ならまとめ買いの客が目立ってくるが、今年はそのような客が少なく、来客数が落ち込んでいる。例年ゴールデンウィーク用に旅行着を購入する客が、今年あまり見受けられない。   |
|                |                          | コンビニ(エリア担当)         | お客様の様子   | ・客の会話に買物点数や金額を抑えようとする声がよく聞かれる。   |
|                |                          | 都市型ホテル<br>(営業企画担当)  | 来客数の動き   | ・バイクのように、比較的料金がリーズナブルな商品については、ある程度利用がある。<br>・週末、祝日前の利用は多いが、平日の利用は少なく、特に4月に入ってその傾向が強い。  |
| 美容室(従業員)       |                          | 来客数の動き              | ・4月に入って来客数が例年よりも急激に減少し始め、売上も例年を大幅に下回ってきている。  |  |
| 企業<br>動向<br>関連 | 良く<br>なっている<br>やや良くなっている | -                   | -  | -  |
|                |                          | 鉄鋼業(広報担当)           | 受注価格や販売価格の動き   | ・薄板など一部鋼材で値上げ機運が出てきている。  |
|                |                          | 電気機械器具製造業(広報担当)     | 受注量や販売量の動き   | ・主力である液晶が値段、量とも回復の傾向にある。   |
|                |                          | 電気機械器具製造業(総務担当)     | 受注量や販売量の動き   | ・受注が回復し、工場によってはフル操業になっている。   |
|                | 輸送用機械器具製造業(経理担当)         | 取引先の様子              | ・新製品の生産が予定よりも大幅に増加したため、休眠設備の臨時使用が決定されている。  |  |
| 変わらない          | 化学工業(総務担当)               | 受注量や販売量の動き          | ・セメント、建材、樹脂、有機化学品の需要が依然として低い。<br>・無機化学品は一部需要の伸びがあるものの、全体としては変化していない。                 |  |

| 分野   | 景気の現状判断   | 業種・職種                | 判断の理由        | 追加説明及び具体的状況の説明   |   |
|------|-----------|----------------------|--------------|--|---|
|      |           | 窯業・土石製品製造業（統括）       | 受注量や販売量の動き   | ・鉄鋼業界の市況は、依然として回復の兆しがみえず、耐火物需要も大幅に落ち込んでいる。<br>・その一方でIT関連業界は在庫調整が進み、生産が上向きつつあるが、受注量や販売量などの増加にまでは至っていない。                         |   |
|      |           | 一般機械器具製造（企画経理担当）     | 受注量や販売量の動き   | ・受注量、販売量が低水準のまま推移している。   |   |
|      |           | その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当） | 受注量や販売量の動き   | ・本社からの受注量が低調で推移しており、回復基調にはほど遠い。<br>・一段と在庫調整を強化しており、そのしわ寄せが工場にきている。以前は生産量の急激な増減には対処できないことを理解し、ある程度の前倒し発注があったが、現在では完全に絞り込んできている。 |   |
|      |           | 建設業（営業担当）            | 取引先の様子       | ・依頼があっても見積りまでで止まっている。  |   |
|      |           | 通信業（営業担当）            | 受注量や販売量の動き   | ・通信サービスの値下げ競争は一段落した感があるが、低価格のメニューに関心を示す客の傾向が続いている。<br>・高価格高品質の専用線サービスから、共用網を利用する低価格のVPN（バーチャル・プライベート・ネットワーク）サービスへの移行案件が増加している。 |   |
|      |           | 金融業（営業担当）            | 取引先の様子       | ・ボトムが続いており、小さいながらも倒産が止まらない。<br>・水産関係の一部上場企業の倒産のあおりを受けて、売掛金1億円が回収不能になった企業が出ている。<br>・法人預金の動きが鈍く、年率10%程度の残高減少が目につく。               |   |
|      |           | 金融業（業界情報担当）          | 取引先の様子       | ・取引先の多くで受注の落ち込みに歯止めがかかっており、資金繰りもやや安定に向かっている。<br>・収益面では単価引下げ圧力が強く、依然として厳しい状況にある。  |   |
|      |           | 広告代理店（営業担当）          | 受注価格や販売価格の動き | ・例年4月は年度始めのため、広告の年間契約など固定売上が見込まれるが、今年は新規契約がほとんどなく、従来の契約も打ち切られている。  |   |
|      |           | やや悪くなっている            | 食料品製造業（総務担当） | 受注価格や販売価格の動き   | ・市場が低価格路線となり、安値競争が激化している。スーパー関連品の動きが悪く、リードタイムが更に短くなり、製造工場としても採算が悪化している。 |
|      |           | 悪くなっている              |              |  |   |
| 雇用関連 | 良くなっている   | -                    | -            | -  |   |
|      | やや良くなっている | 人材派遣会社（経営者）          | 周辺企業の様子      | ・電子部品等の一部の製造業で臨時雇用者を増加させる動きが出てきている。  |   |
|      | 変わらない     | 求人情報誌作成会社（支店長）       | 雇用形態の様子      | ・正社員の数が減少しており、契約社員、アルバイトの数が増増加している。  |   |
|      |           | 職業安定所（職員）            | 求職者数の動き      | ・求職者の増加は依然続いている。<br>・求人数は増加しているが、臨時パートの割合が高く、約30%である。  |   |
|      |           | 職業安定所（職員）            | 求職者数の動き      | ・新規の求職者数が、前年に比べ増加している。   |   |
|      |           | 職業安定所（職員）            | 周辺企業の様子      | ・工場閉鎖、事業廃止により大量解雇を行う事業所がある一方、業種によっては受注に回復傾向がみられるところや、売上高が対前年同月比で増加している事業所もあるが、新規求人の増加にはつなげない。                                  |   |
|      |           | 民間職業紹介機関（職員）         | 採用者数の動き      | ・即戦力になる人物であれば増員して採用することを考えている企業はあるが、採用基準が高く結果として採用者の増加につながらない。   |   |
|      |           | 学校〔大学〕（就職担当）         | 求人数の動き       | ・例年と比較すると、約3%から4%求人数が減少している。   |   |
|      |           | 学校〔大学〕（就職担当）         | 求人数の動き       | ・求人数は例年に比べてと変化はない。   |   |
|      | やや悪くなっている | 人材派遣会社（支店長）          | 求人数の動き       | ・パートやアルバイトといった安価な労働力の確保にシフトする傾向が続いている。<br>・一方人員の余剰感を抱いている企業は現状維持のままで、東京、名古屋、大阪のような人材の流動化は感じられない。                               |   |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種        | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----|---------|--------------|---------|--|
|    |         | 民間職業紹介機関（職員） | 採用者数の動き | ・3か月前と今月を比較した場合、面接設定の回数が減少している。<br>・企業サイドから来る求人依頼が減少している。    |
|    | 悪くなっている | 職業安定所（職員）    | 求人数の動き  | ・有効求人倍率が過去最低水準となるなか、製造業と建設業での求人数の落ち込みが大きくなっており、停滞感が一層強まっている。 |

#### 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             | 景気の現状判断                      | 業種・職種               | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----------------|------------------------------|---------------------|---|---|
| 家計<br>動向<br>関連 | 良く<br>なっている<br>やや良く<br>なっている | 住宅販売会社（従業員）         | 来客数の動き  | ・新しくオープンした展示場の来客数が非常に多い。  |
|                |                              | 一般小売店〔中古書籍・CD〕（従業員） | 販売量の動き  | ・既存店の売上が上昇傾向にある。  |
|                |                              | スーパー（店長）            | 単価の動き   | ・前年より雨の日が多く、客足は遠のきがちであったが、客単価は前年並みを維持している。消費が若干上向いてきたように感じる。                |
|                |                              | スーパー（営業担当）          | 販売量の動き  | ・売上は前年実績を確保しており、3か月前と比べると、良くなっている。  |
|                |                              | スーパー（財務担当）          | 販売量の動き  | ・既存店売上は対前年比101.2%となっており、3か月前（97.1%）と比べると、4.1ポイント好転している。                     |
|                |                              | 家電量販店（店長）           | 販売量の動き  | ・商品によって、ばらつきがあるものの、パソコンなどは売上が前年以上になってきている。                                  |
|                |                              | 旅行代理店（経営者）          | 販売量の動き  | ・昨年9月の米国テロ以降、激減していた海外旅行の取扱件数が回復しつつある。                                       |
|                |                              | ゴルフ場（従業員）           | 来客数の動き  | ・季節要因を考慮しても、業界全体として来客数が増えている。   |
|                |                              | 美容室（経営者）            | お客様の様子  | ・先月と比べて、仕事の量が多くなったという話をよく聞く。  |
|                |                              | その他住宅〔不動産〕（経営者）     | 競争相手の様子   | ・同業者の話では、中古住宅や住宅用地の売買がやや多くなっている。  |
|                | 変わらない                        | 商店街（代表者）            | お客様の様子  | ・商店街の空き店舗が飲食関係等で全て埋まり、現在はゼロになったが、景気が底を打ったという話は全く聞かない。                       |
|                |                              | 商店街（代表者）            | 販売量の動き  | ・春休みのイベントには、例年よりも人通りが多かったが、売上の増加につながっていない。                                  |
|                |                              | 百貨店（営業担当）           | それ以外  | ・来客数は、対前年比マイナスとなっている。絵画、時計、宝飾品などの高額品は大幅に増加しているが、テナント関係は苦戦しており、全体では横ばい。      |
|                |                              | 百貨店（営業担当）           | 来客数の動き  | ・商店街の来客数は、2ヶ月前のマイナスが続いている。  |
|                |                              | 家電量販店（店長）           | 単価の動き   | ・来客数は対前年比92%であるが、客単価は対前年比108%となっている。  |
|                |                              | 家電量販店（営業担当）         | 単価の動き   | ・季節商品が前年よりも早めに動いており、生活必需品も前年を上回っていることから、客単価は少し持ち直してきている。しかし、来客数は5%ほど減少している。 |
|                |                              | 乗用車販売店（従業員）         | 販売量の動き  | ・販売量、来客数ともに、昨年、一昨年とほぼ同じである。   |
|                |                              | タクシー運転手             | お客様の様子  | ・3月後半から4月にかけては歓送迎会のシーズンであるが、今年は全体的に縮小気味であった。                                |
|                | やや悪くなっている                    | 一般小売店〔書籍〕（営業担当）     | 販売量の動き  | ・高額品が売れてきているが、大口の受注はなく、客数も減少しているため、売上が大幅に落ち込んでいる。                           |
|                |                              | スーパー（店長）            | 単価の動き   | ・客単価が下がっている。また、売上点数も伸びていない。   |
| スナック（経営者）      |                              | 競争相手の様子             | ・最近、同業者で廃業する店が増えている。                                      |   |
| 悪くなっている        | コンビニ（店長）                     | 競争相手の様子             | ・花見の時期が短かったことと、雨が続いて気温が上がらなかったことから、特に酒類の売上が悪く、単価が伸び悩んでいる。 |   |
|                | その他専門店〔CD〕（店員）               | 販売量の動き              | ・来客数が減っており、販売量も減少している。                                    |   |
|                | 都市型ホテル（経営者）                  | 来客数の動き              | ・来客数が大幅に減少している。また、客単価も前年割れが続いている。                         |   |

| 分野             | 景気の現状判断         | 業種・職種                      | 判断の理由                                     | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----------------|-----------------|----------------------------|---|---|
| 企業<br>動向<br>関連 | 良く<br>なっている     | -                          | -   | -   |
|                | やや良く<br>なっている   | 電気機械器具製<br>造業（経営者）         | 受注量や販売量<br>の動き                            | ・小規模の工事であるが、大手の製薬、電子、電気会<br>社から受注が増えている。  |
|                | 変わらない           | パルプ・紙・紙<br>加工品製造業<br>（経営者） | 受注量や販売量<br>の動き                            | ・引き合い件数が前年度とあまり変わらない。   |
|                |                 | 輸送業（支店<br>長）               | 受注量や販売量<br>の動き                            | ・ゴールデンウィーク前は貨物が動く時期であるが、<br>発着貨物が増えていない。  |
|                |                 | 広告代理店（経<br>営者）             | 取引先の様子                                    | ・全体的に広告出稿は低調であるが、不動産の動きが<br>多少目立ってきている。しかし、地価下落で割安感の<br>ある商業地物件などが多少動いている程度である。 |
|                | やや悪く<br>なっている   | 繊維工業（経営<br>者）              | 受注量や販売量<br>の動き                            | ・消費が冷え込んでおり、問屋をはじめ流通業の状況<br>も大変厳しくなっている。  |
|                |                 | 建設業（総務担<br>当）              | 競争相手の様子                                   | ・都市型マンションのブームが一段落し、新築物件で<br>は一部で売れ残りが出てきている。                                    |
| 悪く<br>なっている    | 家具製造業（営<br>業担当） | 競争相手の様子                    | ・受注が一段と減少しており、対前年比30%以上落ち<br>込んでいる同業者もある。 |   |
| 雇用<br>関連       | 良く<br>なっている     | -                          | -   | -   |
|                | やや良く<br>なっている   | -                          | -   | -   |
|                | 変わらない           | 新聞社〔求人広<br>告〕（担当者）         | 周辺企業の様子                                   | ・広告の予算を削減する企業が多い。しかし、不動産<br>については、多少の動きがみられる。                                   |
|                |                 | 職業安定所（職<br>員）              | 求職者数の動き                                   | ・企業のリストラ等が続いており、求職者数が減らな<br>い。また、求人は、やや増加しているものの、条件の<br>悪化がみられる。                |
|                | やや悪く<br>なっている   | 人材派遣会社<br>（支店長）            | 求人数の動き                                    | ・仕事を求める登録者数は、引き続き高い水準で推移<br>しているが、派遣の依頼件数は、前年を大幅に下回っ<br>ている。                    |
|                |                 | 求人情報誌製作<br>会社（従業員）         | 周辺企業の様子                                   | ・4月は人事異動の時期であり、例年は何らかの動き<br>があるが、今年はそのような動きがない。                                 |
|                |                 | 民間職業紹介機<br>関（所長）           | 周辺企業の様子                                   | ・中途採用の意欲がある会社が非常に減っている。   |
| 悪く<br>なっている    |                 |                            |   |   |

#### 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             | 景気の現状判断       | 業種・職種             | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----------------|---------------|-------------------|--------|--|
| 家計<br>動向<br>関連 | 良く<br>なっている   | 一般小売店〔生<br>花〕（店長） | 来客数の動き | ・近くに大型店舗がオープンしたため客が多少増えて<br>いる。  |
|                | やや良く<br>なっている | 商店街（代表<br>者）      | 販売量の動き | ・気候が温暖になり、少しずつ年配の方が外に出る傾<br>向にあり、それに付随した商品が動いている。  |
|                |               | 商店街（代表<br>者）      | お客様の様子 | ・中年以上の客の中では、ペイオフの関係もあり、貯<br>金を崩しても生活を楽しもうという態度が見受けら<br>れる。   |
|                |               | 百貨店（営業担<br>当）     | 単価の動き  | ・来客数は減っているが、1人当たり買上単価が大きく<br>上がってきた。特に高額品のジュエリー関係、ブ<br>ティック関係の動きが良くなっている。  |
|                |               | 百貨店（営業担<br>当）     | 単価の動き  | ・高額品の動きが多少良くなっている。   |
|                |               | 百貨店（売場担<br>当）     | 販売量の動き | ・近くに競合店となる大型商業施設が出来たにも関わ<br>らず、当店の売上は昨年並をキープしている。客の財<br>布のひもが緩くなっている。  |
|                |               | スーパー（店<br>長）      | 単価の動き  | ・食品関係、特に惣菜関係が好調であり、物によっ<br>ては買上単価が100円ほど上がっている。また、衣料品<br>についても、カッターシャツや肌着が、以前のように<br>500円の低価格なものだけが売れるのではなく、1000<br>円、1500円のものまで売れている。 |
|                |               | スーパー（企画<br>担当）    | 販売量の動き | ・商品単価にあまり変化はないが、1人の客の買上<br>点数がここ1～2か月は上昇傾向にある。   |
|                |               | スーパー（経理<br>担当）    | 販売量の動き | ・客単価は下がっているが、売上、来客数ともに前年<br>を上回っている。閉鎖した大手スーパーの圏内だけ<br>ではなく、全体的に売上増の傾向にある。   |
|                |               | 衣料品専門店<br>（店員）    | 来客数の動き | ・全体的に客の出足が多くなっており、セール以外の<br>催しを行なっても、かなりの集客があった。販売量が<br>多くなっている。   |

| 分野 | 景気の現状判断 | 業種・職種            | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|----|---------|------------------|---------|---|
|    |         | 衣料品専門店（経理）       | 販売量の動き  | ・高額商品を買う客が多くなっている。  |
|    |         | 家電量販店（企画担当）      | 販売量の動き  | ・今年に入り、パソコン等の売上がやや底を打った状態で推移している。加えて、プラズマテレビや液晶テレビの人気の高い。   |
|    |         | 都市型ホテル（副支配人）     | 来客数の動き  | ・個人の客の動きがやや上向きになっている。   |
|    |         | 旅行代理店（従業員）       | お客様の様子  | ・ゴールデンウィークを控え、国内海外ともに、人員ベースでは前年を10ポイントほど上回っている。安近短の傾向が強く、国内はTDLやUSJ、海外は韓国が多い。また、ゴールデンウィークの駆け込み購入者が多く、出発間近まで申し込みがある。 |
|    |         | 競輪場（職員）          | 単価の動き   | ・4月に入り来客数は減っているが、販売額は減っておらず、1人当りの買上単価が増加している。   |
|    |         | 美容室（店長）          | お客様の様子  | ・店売品が少しずつ売れるようになっている。   |
|    |         | 設計事務所（所長）        | 競争相手の様子 | ・競業企業の多くが公共工事等で仕事をもらい、景気が良くなっている。   |
|    | 変わらない   | 商店街（組合職員）        | お客様の様子  | ・客は食材、生鮮食料品ですら慎重に買物しており、無駄なものは買わない傾向にある。  |
|    |         | 商店街（代表者）         | 来客数の動き  | ・郊外大型店が相次いで閉店し、その分一時的に中心部に客が集中している。   |
|    |         | 百貨店（営業担当）        | お客様の様子  | ・気温が高めに推移したこともあり、春物プロパー商品の売上が落ちている。買上単価は若干上がってきているが、来客が減少している。  |
|    |         | 百貨店（営業担当）        | 単価の動き   | ・依然として食料品などの1品単価や客単価の減少が続いている。  |
|    |         | 百貨店（営業担当）        | 販売量の動き  | ・売上の的には前年比103～105で推移しており、決して悪いとは言えないが、気温の上昇に伴い、単価の安い夏物商品が動き始めている。   |
|    |         | 百貨店（売場担当）        | 来客数の動き  | ・客単価はややアップ、一品単価はややダウンしている。来客数や購買客数も減少している。  |
|    |         | 百貨店（業務担当）        | お客様の様子  | ・春先に見られるギフト商材の需要も大幅に低下している。   |
|    |         | スーパー（店長）         | 単価の動き   | ・客数の増加はあるものの、客単価が200円程落ちている。  |
|    |         | スーパー（総務担当）       | お客様の様子  | ・客の購買の様子が、日用品、買回り品については非常に慎重であり、趣味や娯楽用品についてもニーズが非常に少なくなっている。  |
|    |         | コンビニ（エリア担当）      | 単価の動き   | ・春の新生活や新社会人を含め、いくつかのキャンペーンを行ってきたが、あまり効果が出ていない。客数、客単価ともに前年を下回り、売上が鈍化している。また、客は不景気のせいか必要な商品以外は買わなくなっている。              |
|    |         | コンビニ（店長）         | 単価の動き   | ・単価や客数は以前と変わらず、家庭の主人の小遣いが増えている。   |
|    |         | コンビニ（店長）         | 単価の動き   | ・客数はほとんど変わらないが、客単価が少し落ち込んでいる。2～3年前と比較すると、1人当たり20円から30円の落ち込みである。   |
|    |         | コンビニ（販売促進担当）     | 来客数の動き  | ・学生中心のコンビニは、曜日毎の売上が安定しているが、他のコンビニでは弁当の売上予測ができず、発注が難しい状態である。客の出入りのバラツキが大きい。  |
|    |         | 乗用車販売店（従業員）      | 単価の動き   | ・100万円位の新型車の導入で、客の動きは少しは動いているようだが、単価が安い車のため利益が取れていない。   |
|    |         | 乗用車販売店（販売担当）     | 販売量の動き  | ・客の購買価格は依然として低価格帯が多い。   |
|    |         | その他専門店〔医薬品〕（従業員） | 単価の動き   | ・客数はやや上向きであるが、客単価は全体的に下がったままである。しかし、必要なものであれば高額な商品でも買う様子も見受けられる。  |
|    |         | 観光型ホテル（支配人）      | お客様の様子  | ・宿泊単価を含め、1日に使用する料金が前とあまり変わっていない。  |
|    |         | 旅行代理店（従業員）       | 来客数の動き  | ・客の動向は横ばい状態であるが、単価が安いものに移行しがちで、利益が少なくなっている。   |
|    |         | タクシー運転手          | 単価の動き   | ・人の動きは若干良くなったが、単価が下がっているので全体的にはあまり変わらない。  |
|    |         | 通信会社（経営者）        | お客様の様子  | ・失業者し、再就職できないという客が増えている。  |
|    |         | 通信会社（営業担当）       | 販売量の動き  | ・ブロードバンド系の商品の動きが良くなってるが、全体としては変わらない。  |

| 分野                   | 景気の現状判断              | 業種・職種          | 判断の理由   | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|----------------------|----------------------|----------------|---|--|
|                      |                      | 観光名所（職員）       | 来客数の動き  | ・観光施設については、昨年に比べ入園者数が3000名ほど増加し、売上も多少増えているが、ゴルフ場は依然として厳しい状況にある。    |
|                      |                      | パチンコ店（店員）      | 競争相手の様子   | ・地区内に競合店が進出してきており、全体的に客が減少し、店だけが増えているような状況である。                     |
|                      |                      | 設計事務所（職員）      | 販売量の動き  | ・新築件数が減少しており、厳しい状況は変わらない。  |
|                      |                      | 設計事務所（社長）      | お客様の様子  | ・客から仕事に関する連絡が少なくなっており、電話の本数が少なくなっている。                              |
|                      |                      | 住宅販売会社（従業員）    | 販売量の動き  | ・住宅の着工数が減少している。  |
|                      | やや悪くなっている            | 商店街（代表者）       | 来客数の動き  | ・商店街には独自の駐車場がなく、最近では駐車違反の取締も厳しくなっているため、客が近寄らなくなっている。               |
|                      |                      | 一般小売店[鮮魚]（店員）  | 単価の動き   | ・来客数が減り、客単価も低下しているため、期待通りの売上に至っていない。                               |
|                      |                      | 一般小売店[青果]（店長）  | 競争相手の様子   | ・最近、近くにスーパーが新装オープンし、客がそちらに流れている。                                   |
|                      |                      | 百貨店（売場主任）      | 競争相手の様子   | ・大手スーパーの閉鎖に伴い、関連取引業社の倒産が相次ぎ、小売業全体がパワーダウンしている。                      |
|                      |                      | 百貨店（総務担当）      | お客様の様子  | ・ある程度天候に恵まれ、来客数は増加したものの、買上率（レジ客数/来客数）が前年を下回っている。                   |
|                      |                      | 百貨店（営業担当）      | 来客数の動き  | ・来客数が減っているうえ、滞留時間も短くなっている。   |
|                      |                      | 乗用車販売店（社長）     | お客様の様子  | ・若年層の動きが非常に悪い。   |
|                      |                      | タクシー運転手        | 来客数の動き  | ・客数が前と比べると4～5%落ちている状況で、常連客がかなり減少している。また、病院への行き帰りにタクシーを利用する客が減っている。 |
|                      |                      | タクシー運転手        | 来客数の動き  | ・県外からのビジネスマンや観光客の利用がかなり減少している。                                     |
|                      |                      | 通信会社（業務担当）     | 単価の動き   | ・携帯電話の新規契約が後回しになる傾向にある。また、価格の上昇もあり買替えサイクルが1年から1年半に延び、販売台数も落込んでいる。  |
|                      |                      | テーマパーク（職員）     | 来客数の動き  | ・宿泊部門が落込んだため、これから夏に向けて新プランを打ち出しているところである。                          |
|                      |                      | 住宅販売会社（常務取締役）  | お客様の様子  | ・一戸建て住宅の動きは鈍く、契約が低調に推移している。マンションにおいても、月ごとに来客数が減少している。              |
|                      |                      | 住宅販売会社（従業員）    | お客様の様子  | ・不動産業だが、客の予算が下がってきている。客は予算以上の商品は買わない傾向にある。                         |
|                      | 住宅販売会社（従業員）          | お客様の様子         | ・雇用不安等により、客が住宅購入を決めるまでの時間が長くなっている。                                  |  |
|                      | 悪くなっている              | スーパー（店長）       | 来客数の動き  | ・当社は民事再生法の適用を受け、商品は入ってきたが、客への印象が悪く、来客数は平日で200～250人の減少となっている。       |
| その他専門店[ガソリンスタンド]（統括） |                      | 販売量の動き         | ・来客数はそれほど変わらないが、とりあえず10リットル、20リットルというように量を限定する客が増えている。              |  |
| 一般レストラン（スタッフ）        |                      | 単価の動き          | ・今月に入り、急に単価の減少幅が大きくなっている。夜よりもランチタイムに客が集中している。                       |  |
| 住宅販売会社（従業員）          |                      | 販売量の動き         | ・資金的に厳しい人が多くなっている。融資条件で拒否される方がよく見受けられる。                             |  |
| 企業動向関連               | 良くなっている              | 電気機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き  | ・リードフレム関連の大手半導体メーカーの動きが、非常に活発になってきている。液晶関係の搬送ロボットに関しては非常に引合いが多い。   |
|                      | やや良くなっている            | 一般機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き  | ・受注量が増加してきたが、業種別ではまだ明暗がある。   |
|                      |                      | 電気機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き  | ・今月辺りから半導体の動きに伴い、生産量が増加している。                                       |
|                      |                      | 精密機械器具製造業（経営者） | 受注量や販売量の動き  | ・新規引合いや受注量が少しずつ増えてきている。  |
|                      |                      | 輸送業（従業員）       | 受注量や販売量の動き  | ・中旬以降、食料、飲料など、全体的に出荷量が多くなっている。                                     |
|                      | その他サービス業[物品リース]（従業員） | それ以外           | ・取引先を含めた周囲の受け止め方から、底打ちの気配を感じている。                                    |  |
| 変わらない                | 農林水産業（経営者）           | 受注量や販売量の動き     | ・本来なら春の行楽シーズンを迎え、かなりの消費が期待されるところだが、食品メーカーの牛肉偽装事件による不信感から思った程伸びていない。 |  |



| 分野         | 景気の現状判断   | 業種・職種                | 判断の理由        | 追加説明及び具体的状況の説明  |
|------------|-----------|----------------------|--------------|---|
|            |           | 輸送用機械器具製造業（経営者）      | 競争相手の様子      | ・同業他社の動きを見ていると、ある程度の受注を抱えているようだ。  |
|            |           | 建設業（従業員）             | 受注価格や販売価格の動き | ・特に官庁工事においては、予算の縮小、競争激化から受注が厳しくなっている。民間工事においても受注単価が引き下げられ、苦戦を強いられている。                             |
|            |           | 建設業（営業担当）            | 取引先の様子       | ・今までは新規情報が医療福祉関係に偏っていたが、現在は各方面の職種に情報が上がるようになってきている。   |
|            |           | 輸送業（総務担当）            | 受注量や販売量の動き   | ・半導体関連は回復し、出荷が増えてきたが、他の商品の荷動きは依然として悪い。特に最近倒産した大手スーパーなど大型店に出荷していた商品が落込んだままである。                     |
|            |           | 金融業（調査担当）            | 取引先の様子       | ・商品の売れ筋、売上高の変動が非常に大きく、企業では業績改善が全く見られないところが多い。   |
|            | やや悪くなっている | 窯業・土石製品製造業（経営者）      | 受注量や販売量の動き   | ・窯業業界は毎年、夏場にかけて受注状況が悪くなるが、今年受注減少が来るのが特に早い。  |
|            |           | 建設業（総務担当）            | 競争相手の様子      | ・県内大手の土木・建築業社が従業員50人をリストラしたなどのうわさが絶えず流れている。   |
|            | 悪くなっている   | 農林水産業（従業員）           | 受注価格や販売価格の動き | ・暖冬の影響で関東地区の農産物の出荷が早まっており、九州地区の農産物の価格が下落している。   |
|            |           | 繊維工業（部長）             | 競争相手の様子      | ・周りの縫製工場で閉鎖する工場が続いている。  |
|            | 雇用関連      | 良くなっている<br>やや良くなっている | -            | -   |
| 人材派遣会社（社員） |           |                      | 求人数の動き       | ・半導体業界からの派遣要請が増えている。  |
| 職業安定所（職員）  |           |                      | 周辺企業の様子      | ・佐賀所管内の雇用情報収集表によると、企業状況の「やや厳しい」「厳しい」の割合が3か月前と比較して低下傾向にある。   |
| 変わらない      |           | 民間職業紹介機関（支店長）        | 周辺企業の様子      | ・ユーザーからの紹介が、前年同期と同じくらいに持ち直してきた。   |
|            |           | 人材派遣会社（社員）           | 求人数の動き       | ・求職者数は依然として高いが、それに比べ、求人数はまだ少ない。   |
|            |           | 人材派遣会社（社員）           | 採用者数の動き      | ・派遣のオーダー期間が、短期・単発のものが中心となり、長期のものが極端に少なくなっている。   |
|            |           | 人材派遣会社（社員）           | 求人数の動き       | ・人材派遣の注文数が少なく、受注単価も依然として低い。   |
| やや悪くなっている  |           | 求人情報誌製作会社（編集者）       | 求人数の動き       | ・求人数は依然として中途、新卒とも増えておらず、企業が採用に慎重になっている。   |
|            |           | 職業安定所（職員）            | 求職者数の動き      | ・福岡では特にビジネスホテルで一層過当競争が激しくなっており、アルバイト採用でも慎重になっている。   |
|            |           | 職業安定所（職員）            | 求職者数の動き      | ・製造業においては、主力の電機機械器具製造業の生産が上向きで、新規求人も電子部品の製造・検査の業務請負等を中心に増加の傾向にある。しかし、全体の求人数では、前年比マイナス幅が縮小した程度である。 |
|            |           | 職業安定所（職員）            | 求職者数の動き      | ・小規模事業所からの事業主都合による離職者が目立ってきている。   |
|            |           | 学校〔専門学校〕（就職担当）       | 求職者数の動き      | ・特に40代から50代の男性の求職者が増えている。   |
| 悪くなっている    |           | 職業安定所（職員）            | 求人数の動き       | ・全産業で求人数が減少している。特に製造業について顕著であり、IT関係の求人が大幅に減少している。   |

### 11. 沖縄（地域別調査機関：（財）南西地域産業活性化センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

| 分野     | 景気の現状判断   | 業種・職種                | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明                      |
|--------|-----------|----------------------|--------|-------------------------------------|
| 家計動向関連 | 良くなっている   |                      |        |                                     |
|        | やや良くなっている | 一般小売店〔輸入ブランド品〕（経理担当） | 来客数の動き | ・観光客数が増えたことにより来客数が増加しており、売上も上昇している。 |

| 分野               | 景気の現状判断     | 業種・職種             | 判断の理由  | 追加説明及び具体的状況の説明   |
|------------------|-------------|-------------------|--|--|
|                  |             | 衣料品専門店（店員）        | お客様の様子                                       | ・極端に安い物が大量に出まわり、低価格志向が広がっているが、反面、高額商品ながら、オリジナル性、希少性、またアフターケア等を魅力とするハンドメイド製商品への人気上昇しており、良いものを長く使用したいという客の声が増えている。 |
|                  |             | 家電量販店（副店長）        | 単価の動き  | ・来店客数は3か月前に比較してほぼ同数だが、客の平均単価は3か月前が9,300円であったのに対し、今月は12,000円と増加している。  |
|                  |             | その他専門店 [楽器]（経営者）  | 来客数の動き                                       | ・観光客数が増加し、街中には活気がでてきた。当店ではこれまでの売上減少分や不景気感等、在庫の落ち込み分の消化が厳しい状況にあるが、来客数は増加傾向にあるので、店の在庫については今後の経営努力で対応できる。           |
|                  |             | 旅行代理店（経営者）        | 販売量の動き                                       | ・販売額が前年並みに改善している。  |
|                  |             | 観光名所（職員）          | 来客数の動き                                       | ・有料施設を含めた施設への来客者数は対前年同月比で有料施設が95.8%、全体では94.4%と対前年比ではやや少なかったものの、3か月前と比較すると有料施設では4.5ポイント、施設全体では3.9ポイントそれぞれ増加している。  |
|                  | 変わらない       | スーパー（企画担当）        | 単価の動き  | ・依然として単価は低く、競合他社においても低価格化が続いている。客数は前年並みだが、客単価が伸びないため売上が伸びず、底上げができない状態が続いている。                                     |
|                  |             | コンビニ（経営者）         | 単価の動き  | ・弁当やおにぎりの単価下落により、客単価の上昇がみられない。   |
|                  |             | コンビニ（エリア担当）       | 単価の動き  | ・酒類・発泡酒の新作商品の売上が上昇しており、低価格の発泡酒しか売れない状況にあるが、販売数の増加で酒類の売上は横ばいの状態を維持している。   |
|                  | やや悪くなっている   | 高級レストラン（副支配人）     | 来客数の動き                                       | ・団体ではなく個人の客が増えたため、席数はうまくても来客数は増えていない。  |
|                  |             | 一般小売店 [鞆・袋物]（経営者） | お客様の様子                                       | ・来店しても商品の購入決定は慎重になっている。  |
| その他飲食 [居酒屋]（経営者） |             | 来客数の動き            | ・連休前で消費を控える傾向にあり、来客数が伸び悩み、出品率が低下している。        |  |
| ゴルフ場（従業員）        |             | お客様の様子            | ・来客者が減少している。                                 |  |
| 悪くなっている          | 住宅販売会社（経営者） | お客様の様子            | ・成約件数は増加しているがこれは値下げ要因によるもので、結果として売上高は減少している。 |  |
|                  |             |                   |  |  |
| 企業動向関連           | 良くなっている     | -                 | -  | -  |
|                  | やや良くなっている   | 建設業（経営者）          | 受注量や販売量の動き                                   | ・当社に対する問合せ、契約件数が増えている。   |
|                  | 変わらない       | 輸送業（総務担当）         | 受注量や販売量の動き                                   | ・物量は平準化している。   |
|                  |             | 不動産業（支店長）         | 受注量や販売量の動き                                   | ・受注量及び販売量は横ばいの状況である。   |
|                  | やや悪くなっている   | 通信業（従業員）          | それ以外   | ・ITコンサルタント及びウェブシステム開発を業務の柱としてきたが、開発成果に対する利益が目減りしており、開発事業を凍結する事になった。  |
|                  | 悪くなっている     | -                 | -  | -  |
| 雇用関連             | 良くなっている     | -                 | -  | -  |
|                  | やや良くなっている   | 人材派遣会社（営業担当）      | 求人数の動き                                       | ・一時中断していた観光関連業者からの受注がくるなど、対前年比での受注数の伸びは下げ止まっている。   |
|                  |             | 学校 [専門学校]（就職担当）   | 周辺企業の様子                                      | ・例年に比べ、徐々に採用企業が増えている。  |
|                  | 変わらない       | 人材派遣会社（経営者）       | 求人数の動き                                       | ・3月の決算終了に伴う契約終了企業と新年度で新たに契約をする企業とがあり、求人数あるい周辺企業の様子を踏まえると3か月前と比較して変わらない状況である。                                     |
|                  | やや悪くなっている   | -                 | -  | -  |
| 悪くなっている          | -           | -                 | -  |  |