

・景気の先行きに対する判断理由

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

1. 北海道（地域別調査機関：（株）北海道二十一世紀総合研究所）

（ - : 回答が存在しない、 : 主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる やや良くなる	百貨店（売場主任）	・新聞・マスメディア等の反応だけではなく、客の言葉でも景気回復の兆しが聞かれるようになった。 ・買上単価の上昇など、客の買上に変化がみられる。
		百貨店（販売促進担当）	・オリンピック需要が期待される。
		家電量販店（店員）	・アテネオリンピックが8月に開催されるため、更に需要が喚起される。
		家電量販店（地区統括部長）	・客単価が3か月続いて前年を上回っており、客数も前年並みに戻ってきた。
		一般レストラン（スタッフ）	・道外の個人客の増加が顕著となってきた。
		観光型ホテル（スタッフ）	・海外旅行でもヨーロッパ商品が前年比で売上・人員ともに大きく伸ばしており、熟年層の動きが活発になっている。
		旅行代理店（従業員）	・販売量が増加している。
	変わらない	商店街（代表者）	・夏のバーゲンについては、天候にもよるが、それほど長続きはしないと思う。単価の低下に伴い、秋物の立ち上がり・動きがどのくらい出るかにもよるが、今の所まだ傾向として良くなる感じが見えていない。
		商店街（代表者）	・良くなる目星がない。石油の値上げもあり、物価そのものが上昇すると色々な面での購買力が下がる。
		スーパー（店長）	・消費税の総額表示の導入に伴う割高感による販売点数の落ち込みは、今後もしばらく続く。
		コンビニ（エリア担当）	・公共工事は以前と変わらず少ない状況であり、工事関係者の来客は見込めない。また大型スーパーの出店により、中小スーパーの販促が激化しており、その影響を受けている。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車が出たが、高額商品のためかあまり売れていない。やはり、まだ厳しい状況である。
		住関連専門店（経営者）	・商店街自体の集客がかなり落ち込んでおり、かつ閉店した店舗の後には商店街にはふさわしくない店舗の開店が予定されるなど、環境は今後ますます厳しくなり、良くなる見込みがない。
		住関連専門店（営業担当）	・BSE・鳥インフルエンザに加えて、消費税の総額表示の割高感から、消費マインドも盛り上がりには欠け、客単価・買上点数も前年割れで、先々の売上増も期待できない状況である。
やや悪くなる	高級レストラン（スタッフ）	・相変わらず夜の夕食控えは続く。数か月先の予約も芳しくないが、観光利用の客が少し増えることを期待している。	
	観光型ホテル（経営者）	・月の前半が良くて、後半が中だるみするという状況が、この2～3か月の動きである。この傾向は今後も続く気がする。	
	旅行代理店（従業員）	・受注状況があまり良くない。	
	その他レジャー施設（職員）	・プロ野球チームの成績次第で観客の熱気・グッズの売行きが決まっていく。	
	設計事務所（所長）	・今の好調がどれだけ続くのか見えてこない。また、水を差すかのように建材の高騰・便乗値上げが目につく。	
	商店街（代表者）	・今月は天候の良さがプラス要因になったが、景気が良くなったとの実感はない。観光のトレンドは伸び悩み、公共事業は例年の半分程度しかなく、実態経済は改善されていない。	
	百貨店（売場主任）	・ボーナスが出ない企業もあると聞いており、中元・ギフト関連の需要が望めない。	
スーパー（店長）	・競合環境の激化による価格競争が一層進行するとともに、BSE・鳥インフルエンザといった外的要因による畜産物の消費の低迷が続く。		
スーパー（店長）	・今年に入ってから、販売数量が順調に伸びてきたが、5月は販売数量が落ち込んできていることから、ひょっとして下降トレンドに入っているのではないかと思われる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（企画担当）	・消費税の総額表示の影響で消費者の価格に対する信頼は揺らいでおり、加えて国政選挙や、オリンピック開催の影響で外出を抑えることが考えられるなど、消費に対するマイナス影響ばかりが目につく。
		コンビニ（エリア担当）	・5月の連休中もあまり芳しくなかったため、夏の本格的な行楽時期も期待できない。
		コンビニ（エリア担当）	・公共工事の減少に加えて、夏に向けて観光の入り込みが遅れている。前年に比べて2週間ほど遅いようである。それらが今後の地区の景気に影響する可能性が高い。
		衣料品専門店（店長）	・毎回、選挙の前後は景気があまり良くないので、今回もそう思う。
		衣料品専門店（店員）	・ここ最近の傾向をみると、必要に迫られないと衣類を買わない人が多いように感じる。3か月後は薄着になるので、それほど衣類に対して必要性を感じない人が多く、またTシャツ中心となるため単価が低くなる。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・原油急騰により国内の石油製品価格が暴騰し、買い控えや節約意識が働く。また、石油関連商品の価格暴騰も予想される。
		観光型ホテル（経営者）	・選挙・オリンピック・サッカーワールドカップ予選といった国家的、世界的行事の影響が懸念される。プラズマテレビが売れていることもあり、どこにも出かけず、あるいは近くで観光を済ませ、テレビで臨場感を味わう傾向が高まるといった見方があり、観光客の増加は期待できない。
		旅行代理店（従業員）	・大型ショッピングセンターが郊外にオープンしたことによる買物客の流れの変化が予想される。
	悪くなる	コンビニ（エリア担当）	・給料日の後に、安い商品をまとめ買いする傾向が顕著になっている。
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	-	-
		食料品製造業（経営者） 通信業（営業担当）	・割高だが小分けしている商品の動きが良くなっていることから、消費者の価格志向一辺倒に変化が現れている。 ・業界では、特に携帯電話向けのコンテンツ関連を中心に設備投資・新規事業に積極的な話が多い。また、しばらく設備投資に消極的であった小売・流通関係でも新規投資に動くところが増えてきている。
	変わらない	その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・周囲の雰囲気も明るくなる兆しを感じさせることが多くなりつつある。ただし、企業間格差が更に鮮明になる傾向にある。
		その他非製造業〔機械卸売〕（従業員） 輸送業（支店長）	・本州企業からプレス・板金加工の仕事が増えており、短納期の要求にこたえるための大型設備投資が動き出した。 ・輸入商品の荷動きは相変わらず良く、中国向け輸出も順調だが、国内の荷動きは第2四半期以降、目立った物件がない。
	やや悪くなる	金融業（企画担当）	・石油製品や豆類など穀物原料の価格高騰を販売価格に転嫁できない企業が多い。一方、観光関連は海外から道内旅行へのシフトが期待できる。
	悪くなる	その他サービス業〔システムハウス〕（経営者）	・受注量についてはある程度長期的な見通しが立ってきたが、受注条件はますます厳しくなりそうな気配である。昨日まで競争していたライバル会社ではなく、出会ったこともない中国や東南アジアの企業によって、ソフト産業界に急激な価格破壊が起きつつある。
雇用 関連	良くなる やや良くなる	-	-
		求人情報誌製作会社（編集者） 求人情報誌製作会社（編集者） 学校〔大学〕（就職担当）	・建設系の求人が増加傾向にある。建設が増えてきたということは、運輸などにも影響を与え、かなり良い傾向である。 ・病院・介護系の仕事やコールセンター、業務請負等のアウトソーシング系の業種を中心に雇用の拡大が今後見込める。 ・関東・関西企業の求人が好転している状況を反映して、北海道の企業も少しずつ採用を始めている。就職活動も活発になり、学生に活気が戻ってきた。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・求人数をみても回復する兆しはない。ただし、営業職や高いスキルを求める企業は増加している。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・求人意欲が多少盛んになってきているが、業種に偏りがあり、まだ、安心できるものではない。
		職業安定所（職員）	・公共工事の減少や個人消費の低迷から、雇用動向は現状維持の傾向である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・コールセンターの誘致などで雇用需要が見込まれるものの、就業場所が道外・管外の求人も目立っており、地域における就業の場が不足している。
	やや悪くなる	-	-
	悪くなる	-	-

2. 東北（地域別調査機関：（財）東北開発研究センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
家計 動向 関連	良くなる	住宅販売会社（経営者）	・展示場来場者の動向が良い。年内限定の住宅ローン減税という特殊要因もあり、8月まではまだまだ受注は期待できる。	
		住宅販売会社（従業員）	・ゴールデンウィークで獲得した新規顧客と既存管理客の受注が同時に動き始める。	
	やや良くなる	商店街（代表者）	・可処分所得が急激に増加することはないが、雰囲気が良くなっているため、やや良くなる。オリンピックも日常生活に影響する時間帯の放映ではないため、それも良い影響を与える。	
		商店街（代表者）	・ゴールデンウィークでの販促対策が期待どおりの成果となり、その後も食料品関連を中心に前年実績に底上げがなされている。夏の民間ボーナス支給がやや上向くという予想があり、これに合わせたイベントの展開で売上回復を図る。	
		一般小売店〔カメラ〕（店長）	・いろいろな商品の販売数量も増えつつあり、新製品やボーナス時期にもさしかかるため、高額商品の販売も見込める。	
		百貨店（経営者）	・3～5月は、気温の差、土日営業日数の暦回りもあり、前年比では厳しかったが、6月以降は、前年よりも新規ショップが増えていることもあり、新規催事とクリアランスでの売上が期待できる。	
		百貨店（売場担当）	・セールの前倒し等が出てくるし、ボーナスが出るので売上は伸びる。値段が安いものはもとより、高い商品でも売れ始めている。	
		スーパー（経営者）	・低価格競争に一服感が出てきている。また、ここしばらくは新規の競合店出店がない。	
		コンビニ（エリア担当）	・昨年6月は、たばこ増税前の駆け込み需要が発生したため、今年は大幅に前年を割ると見られるが、7～8月は逆にタバコ買いだめや冷夏の影響等で、前年実績を大幅にクリアできる。	
		衣料品専門店（店長）	・昨年は、冷夏で夏物衣料が大苦戦したが、今年はその部分が改善でき、商況は明るくなる。	
		衣料品専門店（店長）	・昨年の冷夏に比べ、今年は夏らしくなると、長期予報が出されており、シーズン商品の動きが期待できる。スーツは期待できなくとも関連商品のシャツやタイなどは期待できる。	
		乗用車販売店（経営者）	・各社新型車が出そろうわけではないが、ぼつぼつ出始めたモデルチェンジが必要を刺激し始めている。また自動車リサイクル法への関心や金利上昇に備えた低金利クレジットの利用などから現状維持以上の販売は見込める。	
		自動車備品販売店（経営者）	・地域で日本海沿岸道の工事が始まった。多少ではあるがダンプ系の資材運搬が増えると思われるので大型自動車ディーラーは修理受注の仕事が増える。	
		一般レストラン（経営者）	・2～3か月先に小さなパーティーの予約等が入っており、これまでよりもやや良くなる。	
		観光型ホテル（経営者）	・予約状況は、昨年より多少良好である。特に地元企業や組合関係等の総会のホテル利用も戻りつつある。自動車関係や建設関係、また福祉関係の客が増えてきている。	
		観光型旅館（経営者）	・6～7月は例年より予約が早く動いており、堅調である。夏から秋にかけて自然庭園を利用した露天風呂を新設する予定である。	
		通信会社（営業担当）	・固定電話から携帯電話への通話が新たな収入として順調に増えてきており、この傾向はしばらく続いていく。	
		変わらない	商店街（代表者）	・新規出店の予定もあるが、退店や閉店もあるので、一進一退が続く状況である。
			百貨店（売場主任）	・今後も全館催事を予定している。必要なもの以外は買わない傾向は続いているが、衝動買いを促し、今後続くような企画とする。
			百貨店（企画担当）	・当店の営業力が回復しておらず、また当地の地盤自体が景気低迷状態が続いている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（販促担当）	・7月12日の選挙で法人関連の中元期の売上動向が懸念される。改装前のセールでマイナス部分をどこまで補えるかにかかっている。
		百貨店（経営者）	・客数、客単価の前年比はやや上向きになっているが、売上高絶対額ではまだ前年を割っており、そういう意味ではまだ変わっていない。個人消費は、個人所得が伸びておらず、その他の不安材料も多い。
		スーパー（経営者）	・総額表示移行による各数値の一時的なマイナスは、客の購買行動が慣れれば回復する。そういう点では一過性のものであるが、消費に対する基本的な姿勢は変わらない。
		スーパー（経営者）	・昨年の冷夏の再来とならなければ良いが、依然として明るい兆しは見えない。オリンピックイヤーであるので、家庭内食の機会が増えることを期待する。
		スーパー（総務担当）	・消費税総額表示によって、買いやすくなったという反面、企業としては消費税がそのまま上乗せになっているわけではないため、収益を圧迫している。
		スーパー（企画担当）	・販売点数が減少し単価が低下している。客数と併せてすべての要素が下がる傾向である。まずは客数の回復を目指す。急激な変化はない。
		乗用車販売店（経営者）	・低価格のコンパクトカー及び新型車に需要が集中しており、ミディアム、ラージクラスの販売の動きは鈍く、市場全体としては低調に推移する。
		乗用車販売店（経営者）	・低価格車はそれなりに動いているが、高価格車は動きが悪い。そのため利益目標を達成するには、数量で稼がなければならず、厳しい。
		その他専門店〔家電〕（経営者）	・以前であれば、季節ごとの販促策が展開できたが、最近ではボーナスとかオリンピックなどに合わせたチラシを出しても反応が鈍い。
		その他専門店〔酒〕（営業担当）	・アルコールの消費量自体がトータルで頭打ちになっている。また売りにより、売上額が停滞しており、多く売れてもトータルでは変わらないという状態がしばらく続く。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・全体の景気は上昇傾向になってきているようであるが、石油販売業は他業種が上向いた後ようやく影響が出る業種である。特に軽油に関しては前年割れが続く、輸送、建設土木等の大量消費分野が、新年度予算執行以前であることを差し引いても動き自体が弱い。配達軽油がギリ貧傾向である。また、総額表示により価格上昇の印象が強く出てきているようで、余計な出費はさける動きが感じられる。原油の高騰からの石油製品の値上げの動きがあり消費者心理の冷え込みが懸念される。
		高級レストラン（支配人）	・宿泊、宴会、レストランでサマープランを打ち出しているが、価格政策上単価アップは難しく前年並みの売上となる。
		その他飲食〔そば〕（経営者）	・単価がこれまでに経験したことがないほど低くなっている。常連であるサラリーマン客の厳しさが伝わってくるような状況で、先行きは厳しい。
		その他飲食〔弁当〕（スタッフ）	・販売量そのものは前年を上回っているが、グループの他店も含め、2～3か月の期間での改善はない。
		観光型旅館（経営者）	・例年7月は来客数が減少する時期であり、好転の兆しはない。ただし、落ち込みは底を打った感じがあるので、前年比で落ち込みながらも横ばいとなる。
		都市型ホテル（経営者）	・一般宴会の予約状況は例年並みであるが、明るい材料としては家電業界のセミナーや懇親会の戻りがあり、今後も少しは見込める。しかし、同業他社の進出による婚礼、宿泊の減少、また建設業界の倒産なども見込まれ、トータルでは変わらない。逆に減少の可能性も高い。
		通信会社（営業担当）	・2、3か月後はボーナス時期ではあるが、現時点で明るい材料がないためこのまま推移する。またガソリンの高騰が懸念材料であり、心理面で悪い方に振られる。
		テーマパーク（職員）	・ゴールデンウィークが終わり夏休みまでは閑散期が続くが、夏休みの予約が昨年同月と比べて300名の減である。テレビCMをまだ入れていないので、今後の伸びが気になる。
		遊園地（経営者）	・夏休みにはメリハリを付けたイベントを計画している。昨年の、お盆を中心とした悪天候や、競合するサーカス等がないため、昨年実績を下回ることはない。
	やや悪くなる	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・3か月後は、真夏であり、良くなるのが普通である。しかし客の中では特にタクシーの運転手などは悪くなると言われており、例年よりも悪くなるという意見が多い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（経営者）	・ようやく消費税総額表示にも慣れ、来月あたりにまた大型店出店の予定であり、競争が激しさを増すことが懸念される。
		スーパー（経営者）	・オーバーストア状況の中で、競争の激化と新規出店が続く。また、建設業の不況による金の循環の滞りなどが発生し悪くなる。
		スーパー（店長）	・客数は昨年より増えているが、客単価の下落に歯止めがかからず、さらにディスカウント価格によって利益が取れない。客が必要な時に必要なものしか買わないという傾向が顕著である。
		住関連専門店（経営者）	・客の出足が悪く、周辺を見回ってみても、新築住宅が去年より少ない。
		住関連専門店（経営者）	・耐久消費財を扱っているため、目的がない方の購入は望めず、秋先に若干の望みをかけているが、石油価格の値上げが消費にどう影響するか分からない。コスト転嫁が遅れば消費につながるが、現況では期待できない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・6月に原油の大幅値上げが予定されている。数字的に伸びない上に4円前後の値上がりとなるため買い控えとなり、やや悪くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・6月1日から、東京資本の大型ビジネスホテルがオープンする。当地の駅前周辺のホテルが飽和状態となる。パイが増えない中、突出するホテルはあっても、全体的には停滞する。
		都市型ホテル（スタッフ）	・昨年5月にコンベンションセンターを設けたため、大会や学会の件数が増え、売上に貢献したが、2年目の今年は激減している。
		旅行代理店（従業員）	・給与収入が上がらないだけでなく、削減されている人もいる中、年金などの負担が増えており、先行き不安を感じる人が多く、旅行をするような人は減る。
		タクシー運転手	・とにかく客が少なく、また距離的に1メートルの客が増えている。そうした状況下、当地区では増車傾向にあるため、当地のタクシー乗務員は生計を立てることが難しい状況になってくる。
悪くなる	スーパー（経営者）	・デフレはまだ進行しているが、総額表示に関連し、単価の上げ幅が大きいという印象を持っており、この影響は今年1年は続く。農産物の価格が暴落しており、これも消費が落ち込む理由になる。	
	タクシー運転手	・客がいらないのに、増車の動きである。客がいらないから、交差点で客待ちをしたり二重駐車をしてしまう。そこに取り締まりが厳しくなるということで、良くなる素地は全くない。	
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	-	-
		農林水産業（従業者）	・今年の果実の生育は順調であり、特に桃の収穫時期は例年より早まりそうで、収入面で期待できる。
		木材木製品製造業（経営者）	・製品の販売単価の改善もみられ、収益改善も進むとみられる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・設備関係の引き合いが増加傾向にあるが、材料代の高騰が現実となり採算は悪化している。周辺の加工業者では、切削、板金含めてかなりの受注残を抱え、新規受注ができないほど忙しい。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・デジタルカメラ向けの需要がおう盛で、今後半年ほどはこの状況が続く。
	広告代理店（従業員）	・電力会社の料金改訂が夏ごろに予定されており、それに伴う印刷物の発注が見込める。	
	変わらない	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・依然として印刷物は価格競争が激しく、目立った受注案件もないため、変わらない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・為替の動向を除けば、特段不安要素も少なく、当面は自動車部品も携帯電話用部品も現状の水準が維持できる。
		建設業（経営者）	・当初予算における公共投資の減少が、民間設備投資の増加分を相殺する状況が継続する。
		建設業（経営者）	・リフォーム等の小口工事の問い合わせ等が目立っているが、価格競争が厳しくなっており、この状況は当面続く。
金融業（営業担当）		・景気上昇の期待感は広がっているが、現実には公共投資の削減を始め、不透明要素が多く、総じて横ばい状況が続く。	
広告代理店（営業担当）	・当市の広告業界のけん引役である携帯電話業界の予算が、前年比でかなりシュリンクしている。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		新聞販売店〔広告〕 (店主)	・当店のみならず他店でも、レストランされた人や日中の仕事だけで経済的に足りない人が配達のアパートを求めて来ている。また働き盛りの人が仕方なく家にいるという状況が散見され、全体的に消費に回す分が少ないと感じる。
		司法書士	・破産件数は昨年よりは少ない傾向にあるが、いまだ高水準で推移しており、過去の負債が整理できるまで時間を要する。
		コピーサービス業(経営者)	・2～3か月先はあまり変わりはないと思うが、客の一部には上振れになっている業種もあり、将来的には多少なりとも日差しが見えてくる。
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕(経営者)	・酒類全体の消費額が増加する要因が見当たらない。一部の富裕層を除き、一般消費者の低価格志向の中から焼酎ブームが起きている。割って飲むという飲酒スタイルは、自由度があり、楽しいのだが、金額には結び付かない。他酒類の地道な販促が、実を結ぶかが明暗を分ける。
		その他企業〔企画業〕(経営者)	・中小企業の定期昇給、ペアが決まったところで、その状況は経営者による期待含みのレベルであり、夏場までは支出を抑制気味にするという勤労者の意見が多く聞かれる。
	やや悪くなる	建設業(経営者)	・今期においてはいまだに受注がなく、手持ち工事を消化している。年度を通して前年比の半分程度まで落ち込む見通しである。
	悪くなる	食料品製造業(総務担当)	・商品の荷動きもさることながら、重油の値上がりが続いており、製造原価を押し上げている。この状態がまだ続くとするれば、とても苦しくなる。
雇用 関連	良くなる	人材派遣会社(社員)	・社員の補充を派遣で代替する動きや、繁忙に伴う派遣利用がまだまだ続く。
		人材派遣会社(社員)	・当社が企画する、採用に関するセミナー参加者数が増えており、上向く。
	やや良くなる	人材派遣会社(社員)	・派遣スタッフの残業時間が幅広く増えつつある。もう少しで増員にもつながりそうな勢いも一部で感じられる。
		新聞社〔求人広告〕(担当者)	・5月に求人が一時的に減少した業種は偏りがあるため、これが全般的な傾向だとは考えられない。新たに進出する大型流通等があり、これに伴う募集も始まるので、多少は良くなっている。
		職業安定所(職員)	・産業別に見ると、デジタル家電の製造、運輸、販売、サービスは上昇しているが、それ以外は業種によってばらついていく。
	変わらない	人材派遣会社(社員)	・派遣依頼は増えてきてはいるが、依然として登録者数が伸び悩みで、依頼されている仕事に対する決め込みが厳しくなっている。
		人材派遣会社(社員)	・春先に一度採用をしてしまうと夏ごろは大体落ち着く。求人数も減るのが例年の傾向で、逆にこの期間に退職した求職者数を確保する必要がある。
		求人情報誌製作会社(編集者)	・求人件数は前年比でも増えているが、アルバイト・パートの増加が件数を押し上げている。アルバイト・パートの件数増を景気よし悪しの判断材料にすべきか、判断に迷う部分である。
		新聞社〔求人広告〕(担当者)	・電気機械等の製造業の一部に回復の動きが見られるが、引き続き、木材木製品や建設関連を中心に厳しい業種が多く、全体としては一進一退の動きとなる。
		職業安定所(職員)	・求人数は増えても、相変わらず有期的なものが多く、不安定な雇用になっている。
職業安定所(職員)		・新規求人で、一般機械器具、電子部品等の一部業種で増加傾向がみられるものの、総じて減少している。求職者の実態については、企業整備離職者が大幅に減少した他、自己都合離職者、在職離職希望者等についても減少している。	
職業安定所(職員)		・求人の内容として不安定雇用と思われるものも一定数あり、数の伸びはあるものの、ミスマッチの解消につながるような状況とは必ずしもなっていない。	
	やや悪くなる	-	-

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる		

3. 北関東（地域別調査機関：（財）日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	その他専門店〔携帯電話〕（従業員）	・第3世代携帯電話の需要が徐々に増している。6月からの通信料定額制サービス開始により、更に拍車がかかると見込んでいる。
	やや良くなる	百貨店（売場主任）	・今後紳士服、洋品については、父の日セールもあり、それなりの企画内容、戦略を考えている。3か月気象情報によると、今年の夏は非常に暑いということであり、商品の動きが活発になる。
		スーパー（経営者）	・冷夏であった前年に比べれば今年は暑くなるので、季節商品の販売が伸びる。
		スーパー（店長）	・今年は梅雨入りも早く、暑い夏になるとの予報が出ている。冷夏で夏物商材が不振であった前年からすると、比べ物にならないほど夏物が売れるため、売上、利益とも良くなる。
		スーパー（総務担当）	・客の動向は食料品を中心にかなり良く、特に飲料、乳製品関係がかなり良くなっている。天候にもよるが、一時期に比べると衣料品なども若干上向いており、来月にかけてのパーゲンに期待している。
		コンビニ（経営者）	・これからビール、つまみ、氷、花火など夏型の商品が動くので、少しは良くなる。
		コンビニ（経営者）	・冷夏であった昨年は、前年比でかなり落ち込んだが、今年は猛暑になり良くなると期待している。7月の夏祭りでは当番町会に当たっており、店舗前の道路等で多数イベントが予定されているため、これを最大限利用して数字を上げたい。
		コンビニ（店長）	・夏休みを控え、合宿や修学旅行、観光客の増加等、外からの入込が期待できる。単品の集中販売も軌道に乗り始めているので、やや良くなる。
		衣料品専門店（店長）	・中心部の大型ショッピングセンターの閉店により、今まで飽和状態であった同業店が少なくなるので、客を取り込める。
		衣料品専門店（統括）	・5月中旬から祭り用品の問い合わせが増加してきている。夏から秋にかけて各地で祭りがあるので、多少期待できる。
		家電量販店（店長）	・オリンピックを控え、デジタル家電が注目されており、全体的な購買意欲は強まりつつある。今後この動きは更に強まると見込んでいる。
		住関連専門店（店長）	・総額表示の影響が少しずつ薄れてきているので、今後買上点数の回復が見込まれる。
		通信会社（営業担当）	・オリンピックによるデジタルテレビ需要で、量販店に活気が出て、さらに、それに付随する関連商品の販売も伸びると見込んでいる。
変わらない	商店街（代表者）	・駅前通りの約180mに約30店舗が集まる商店街であるが、昨年6月に中心にあったパチンコ店が撤退してから、200坪が空き店舗となっている。ファーストフード店も撤退し、現在では4店舗が空家のままで、一向に入店の話がない。先が良くなるとは思えない。	
	一般小売店〔精肉〕（経営者）	・人出を期待して、町中でイベントを開催しているが、客は広い駐車場のある郊外店に向かってしまう。客が安い物を求めており、今後もそれは変わらない。	
	スーパー（統括）	・総額表示に対する慣れは出てくるが、価格に対する不信感のすべては払拭できない。消費者の買物姿勢が元に戻ること、上昇への期待は持てるが、同時に価格競争の更なる激化が予測され、来客数、点数の増加はあるものの、単価下落で横ばい状態が続く。	
	乗用車販売店（従業員）	・客の慎重さは相変わらずであり、来客数、販売台数、売上高とも回復は期待できない。	
	乗用車販売店（営業担当）	・必要に迫られて購入する乗用車も、できるだけ安く購入しようとするユーザが非常に目立つような状況なので、変わらない。	
	乗用車販売店（販売担当）	・今までは周辺地域のみに出していた広告、宣伝を広範囲に出すようになってから、中古車関係の売行きが著しく伸びているが、周辺地域の観光地は相変わらずあまり良くないので、総じて変わらない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（業務担当）	・6～7月の納涼会の宴会予約が昨年ほど入っていない。これからの営業活動でカバーしていくが、今年は会社や職場単位での納涼会はしないという客が何件がある。
		都市型ホテル（スタッフ）	・企業関連の大きな集会、会議等が少なく、内需拡大にはつなげていない。
		旅行代理店（経営者）	・県の公共事業が一気に減額となっているため、建設、建築業関連では、事業内容を転換したり、新規事業を興す動きが出ているが、今の景気の中ではなかなか厳しい。スキー場などの観光事業も、若者は携帯や自動車など他のことでお金を使ってしまい、スキーに来る客は少なくなっており、大変厳しい状況である。3か月先もまだ変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・夏休みの家族旅行の予約が入る時期だが、年々動きが遅くなっている。
		旅行代理店（営業担当）	・地域的に農家の収入が増加しない限り、良くならない。農産品出荷額が10%程度上昇した時に、初めて明るさがみえてくる。
		タクシー（経営者）	・特に目新しい行事の予定もないので、今後も変わらない。
		ゴルフ場（支配人）	・来場者の7割以上が地元客なので、地場産業、建設業、金融関係が元気にならないことには、来場者数の安定した伸びはない。
		ゴルフ場（副支配人）	・3か月先までの予約、コンペ等の引き合いが前年に比べて若干多くなっている。単価は前年比約5%減となっているものの、この数年間の合理化により、経費が順調に圧縮されているので、利益はやや良くなるか横ばいという見通しである。
		設計事務所（所長）	・相変わらず良くなる兆しがない。先々月、先月からみると、話だけ少し出始めているが、実現するかどうかは半年程度先になるので、しばらくは変わらない。
		住宅販売会社（経営者）	・良くなる要因は何もなく、悪くなることはあっても、良くはならない。
やや悪くなる		スーパー（経営者）	・今まで閉鎖していた大型店が6月にリニューアルオープンするため、商戦は大変厳しくなる。今まで以上の競合となるため、利益確保が更に厳しくなる。
		スーパー（経営企画担当）	・7月に競合店が新たに出店するので、2店舗ほどその影響を受けてやや悪くなる。
		コンビニ（店長）	・近隣の大型店が数か月以内に撤退するため、地域的に集客力が低下する。
		高級レストラン（店長）	・中心街の空洞化に歯止めがかからず、空き店舗が増え続けている。客の話によると、支店や営業所を閉鎖して、東京からの出張で対応する企業が増加している。
		観光型ホテル（スタッフ）	・例年に比べ、宴会の予約が少ないので、今後はやや悪くなる。
		その他サービス〔自動車整備業〕（事務長）	・長い付き合いの客でも、その子供は、親は親、自分は自分という世代であり、突発的事故等の時には来て欲しいというが、その他の整備は他店で済ましている。義理と人情が通用しない世の中になっている。
		住宅販売会社（経営者）	・大規模スーパー出店の影響で、旧商店街ではシャッターを閉める店が増加している。このような状況なので厳しい。
悪くなる		一般小売店〔衣料〕（経営者）	・都心、大企業の景気が良くなっても、地方はそこまで良くはない。何一つ景気が良くなるようなことはなく、全体的に悪い状況である。
		コンビニ（店長）	・スーパーではいろいろ購入しても、コンビニでは客が目的の商品をほとんど購入しないことや、夜間の来客数が減少しているため、販売量が徐々に減少してきている。
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・自動車業界は例年3月がピークで、4月が減少、その後徐々に上昇する傾向だが、今年は6～7月が3月より受注量が多く、9月が一番のピークになる見込みである。
	やや良くなる	化学工業（総務担当）	・半導体に関しては台湾、韓国が非常に良い。この分野の受注は順調に入ってきてきそうである。
		一般機械器具製造業（生産管理担当）	・四輪駆動関連部品も例年より早めに増産の注文が入ってきており、油圧機器関連部品も微増傾向にある。
		輸送業（営業担当）	・今後は扇風機、エアコンなどの季節商品が動き出し、ある程度の輸送量は確保できる。
		金融業（調査担当）	・県内における設備投資の好調、有効求人倍率の上昇に加え、製造業の受注見通しがおう盛である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	電気機械器具製造業（経営者）	・新しい仕事が7～8月から始まり、その分売上が増えるので、やや良くなるが、既存の取引先の業況などを含めると、全般的には2～3か月先も前年並みで変わらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・全般に仕事は忙しくなっているが、下請業はコスト削減を強いられるなど、厳しい状況が続いており、良くなる実感はない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・現在、受注量、販売量の動きが良く、同業者、取引先とも大変忙しい状況なので、これ以上忙しくはならない。
		建設業（経営者）	・受注が増えない上に、資材の値上がり等の影響が大きく、採算が悪化する。
		金融業（経営企画担当）	・取引先製造業の受注は増加しているようであるが、原材料が高騰しており、今後は原油高の影響も出てくるので厳しい状況が続く。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・今後とも、上向きの状態が続く。原料や素材の単価上昇が著しく、収益を圧迫しているため、更に価格高騰が進むと、投資は冷え込む。
	やや悪くなる	食料品製造業（製造担当）	・原料不作による高騰が製品の原価に直接的に影響を及ぼしている。追い討ちをかけるようにポリプロピレンの包装資材も値上げとなったが、自社製品の原価値上げはまだまだできず、非常に厳しい。
		輸送業（経営者）	・全体の輸送量は変わらないが、規制による設備（排ガス規制や速度抑止装置）増や軽油、タイヤの値上げにより今までよりも経費が増えるため、やや悪くなる。
		不動産業（管理担当）	・入居打診の話も少なく、築年数経過（約15年）による補修箇所が増加、原油価格の高騰が工事費に及ぼす影響も考えられるので、収入よりも支出が増える。
		その他サービス業〔放送〕（営業担当）	・企業が広告費を本社に集中させる傾向が強くなり、地方都市での広告業は一層厳しくなっている。年間契約のコマーシャルの落ち込みをスポットコマーシャルで埋めきれず、じり貧状況である。
悪くなる	建設業（総務担当）	・公共事業の削減により、受注残高が前年比51%と半減状態である。5月から全社員1割の給与カットを実施している状況である。	
雇用関連	良くなる やや良くなる	-	-
		人材派遣会社（営業担当）	・観光関連の内需がこのところ上向いているからか、ブームを見込んで先手を打つべく、鉄道関連や観光協会など観光関連の業界が行う、観光客の意識や動向のアンケート調査への派遣要請が目立っている。 ・老人介護施設からの介護スタッフ要請も出ているが、夜勤や早番などの交代勤務で労働条件の割に料金が低いことが多く、老人介護に意識の高い人材でないとマッチングは難しい。
	変わらない	民間職業紹介機関（経営者）	・この数か月は上昇傾向が続く。残業も増えており、夏の賞与に向けて個人消費も上向くのでやや良くなる。
		人材派遣会社（社員）	・景気が回復しているという一部報道はあるが、地方の企業からすると肌で感じるほどではない。明るい兆しはなく、しばらくは変わらない。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・現在が非常に順調であるので、このまま変わらない。求人広告は広い意味のサービス業が中心であったが、付近の製造業からの広告も出始めている。ここ数年になく、順調である。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・業種によっては回復の兆しがみられるが、全般をみるとまだ厳しい状況であり、小売店などは閉店、廃業するところもあり、先行きはまだ不透明である。
		職業安定所（職員）	・大量変動等の情報は無いので、新規求人、求職は一定の水準で推移する。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率が6か月連続で1倍を超えているが、有効求職者数も5か月連続で増加している。新規求人に占める、アルバイト、契約社員などの非正規雇用の割合は2割を超えている。
		学校〔短期大学〕（就職担当）	・来年3月卒業者向けの合同就職面接会における参加企業は73社とほぼ前年並みである。求人内容は開発、設計、情報関係など専門的知識を要するものが根強い。多くの学生が希望する事務、販売関係は慎重さがうかがえる。
		学校〔大学〕（総務担当）	・中央では雇用環境が回復していると発表されているが、当地域ではまだはっきりとした動きはない。
やや悪くなる	-	-	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	-	-

4. 南関東（地域別調査機関：（財）日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	家電量販店（営業統括） 観光名所（職員）	・オリンピックも本番を迎え、より一層デジタルAV機器の需要が拡大する。夏のボーナスは久しぶりに昨年比で上昇に転じ、消費者の購入意欲の高まりが期待される。 ・連休があったため、5月は来客数の変動が大きいが、昨年の9月から毎月2、3万人程度の来客があるので、今後については明るい展望を持っている。
	やや良くなる	一般小売店〔CD〕（営業担当） 百貨店（営業担当） 百貨店（販売促進担当） スーパー（統括） コンビニ（経営者） 家電量販店（店長） 乗用車販売店（営業担当） 乗用車販売店（営業担当） その他専門店〔眼鏡〕（店員） スナック（経営者） 都市型ホテル（スタッフ） 旅行代理店（支店長） タクシー運転手 通信会社（営業担当） ゴルフ練習場（従業員） その他レジャー施設〔アミューズメント〕（職員） その他サービス〔語学学校〕（総責任者） 住宅販売会社（従業員）	・来客数、買上点数ともに回復傾向がみられる。 ・企業のボーナスが前年に比べ増加傾向にあること、オリンピック等の影響で、テレビや家電関連で伸びが期待できる商品も多いことから、今後は良くなる。 ・夏物処分、改装前の売りつくしなどに客は大きく反応する。近隣地区の活性化も顕著で、来街者の増加は好影響となる。得意の中元商戦にも突入し、巻き返し材料は多い。 ・客は今まで以上に1つ1つの商品の価格、品質を厳しく見定めており、売上金額としては横ばい状態が続くものの、購買行動には余裕もみられるようになっており、全体の景気は良くなる実感はある。 ・来客数は増加しており、基本的に景気は良くなっている。今後も天候に左右されることは免れないが、昨年が冷夏だったこともあり、今年はプラスになると予想される。 ・オリンピック需要や昨年の冷夏の反動で、今後は映像商品、季節関連商品が好調に推移すると予想される。 ・3年前にヒットした車の車検時期を迎えるため、車検売上で台替えを見込んでいる。 ・新型車種の追加と納車が見込まれる。 ・今期は季節商品であるサングラスの出足が良い。買換え需要とともに、1本追加で購入する客も増加しており、今後にも手ごたえを感じる。 ・各企業ともリストラが終了して業績が良くなっており、先行きはやや良くなる。 ・昨年と比較して、この先の予約状況が比較的良くなっている。 ・世間一般の景況感が上向いており、消費マインドがより活発になってきている。 ・タクシー業界では深夜早朝2割増が定着しそうなので、利用客の増加につながりそうである。 ・7月にサービス開始予定のデジタルコースに関して、相應の需要が見込まれる。 ・ゴルフコンペ等を行う企業やサークルが増加している。今後もそのような客が増え、売上も増加する。 ・家庭用ゲームについては、アメリカで開催されたゲーム機のショーで新製品が発表され、注目を集めている。これらのゲーム機が発売されるのは年末以降になるが、市場に与えたインパクトは大きい。 ・アミューズメント施設については、依然として既存店が前年比100%を超える好調を持続している。好調さをけん引するゲームが市場に受け入れられており、この傾向は継続する。 ・来客数等に若干の改善がみられるので、3か月後には少し良くなっている。 ・連休に来場した客のフォローにより、販売量の増加が見込める。各企業の決算報告や株価回復のニュース等により、金利上昇を予測する客も増加しており、住宅の販売は良くなる。
	変わらない	商店街（代表者） 商店街（代表者）	・欲しい商品はあるが、少しでも安く買物をしたいという意図を持つ客が多く、高額品は買わないなど、購入の決断まで至らない傾向は今後も続く。 ・大手企業の業績は良いようだが、その効果が回ってくるまでに半年くらいはかかる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔文房具〕 (経営者)	・客は100円ショップで足りないものを買いに来ている。回復は困難である。
		一般小売店〔家具〕 (経営者)	・5月に入り、来客数が一段と少なくなっている。購買に結び付くような反応もみられず、非常に難しい状況が続く。
		一般小売店〔鞆・袋物〕 (従業員)	・母の日、父の日等の贈物などの季節イベント商品については、単価が前年より2割程度上昇しており、今後も期待できるが、身の回り品の単価は2割程度低下している。身の回り品の購買意欲が高まらなると、景気回復にはならない。
		百貨店(広報担当)	・婦人ファッションに新しい動きがなく、消費喚起に結び付きにくい。消費の関心が薄型テレビやIT関連商品、旅行などに移りつつあるため、百貨店にとっては今後も厳しい商況が続く。
		百貨店(営業担当)	・5月に夏物の動きが良いことを考えると、夏のジャストシーズン時は売逃しが出るのが予想される。いち早く秋物の売れ筋を見つけ出すことがポイントである。
		百貨店(営業企画担当)	・催し物や特招会を増やしているが、新規顧客も含め、来客数を増加させるのは難しい状況にある。来客数に比例して、売上も厳しい状況が続く。
		スーパー(店長)	・衣料品については、天候が落ち着けば改善すると思われるが、売れ筋商品がない状況で、急に景気が良くなるとは考えていない。食品については改善の余地があるので、現在の客数の2けた増を目指す。
		スーパー(店長)	・食料品を中心として、総額表示に客が慣れるまで、まだ時間がかかる。また、主力の婦人服が厳しい状況で、今後盛夏物にも大きなトレンド商材がないため、景気が大きく上向くとは思われない。
		スーパー(管理担当)	・来客数が多いとはいえ、販売量が増えるわけではなく、単価は下向きなので、これから夏に向けて景気は変わらない。
		コンビニ(経営者)	・この3か月、来客数は変わっていないが、単価からみて、客があまり買物をしなくなっている。競争相手が増えたこともあるが、今後2、3か月は変わらない。
		コンビニ(経営者)	・消費税総額表示導入後に減少した売上が今後戻るのか、読みきれない。
		衣料品専門店(経営者)	・夏物商戦の出だしは悪くないが、これといったヒット商品がないので、売上が確保できるか心配である。
		家電量販店(店員)	・オリンピック需要で、DVD、薄型テレビの需要が見込まれ、良い状態が継続する。
		乗用車販売店(経営者)	・整備は順調に入っているが、販売は2、3割減少している。大企業では業績が回復しているようであるが、中小企業は今後も伸び悩む。
		一般レストラン(経営者)	・来客数は増加傾向にあるが、周囲の店舗の閉店等があり、予断を許さない状況は変わらない。
		一般レストラン(スタッフ)	・家族連れ等、来客数は若干増加しているものの、客単価はこの数か月変わっておらず、今後も変わらない。売上が増加する見込みはない。
		都市型ホテル(スタッフ)	・先の客室予約があまり伸びていない。
		旅行代理店(従業員)	・販売量は順調に推移しているものの、勢いがなく、今後も大きな変化はない。
		旅行代理店(従業員)	・2、3か月後は夏の旅行シーズンで、通常であれば良くなるが、今年は今ひとつ出足が良くない。
		タクシー運転手	・まだら模様が続く。ガソリンの価格も上昇してきているので、先行き不透明感が一層強まる。
		その他レジャー施設 (経営企画担当)	・夏にはオリンピックに関連した企画などもあり、プロスポーツが全般的に盛り上がると予想しているが、以前ほどの盛り上がりは期待できない。
		美容室(経理担当)	・依然として業者の過当競争が激しく、固定客が減少しているため、売上は減少している。ダイレクトメールの結果は出ておらず、今後も厳しいが、現状打開に努力したい。
		設計事務所(所長)	・現状から判断する限り、仕事が具体化するまでにかかり時間がかかると思われ、すぐには良くならない。
		住宅販売会社(経営者)	・以前であれば、大企業の業績回復が住宅購入へと結び付いていたが、最近はそのような兆しもない。今後2、3か月も変わらずに推移する。
	やや悪くなる	百貨店(営業担当)	・中元商戦での消費マインドの回復を期待したいが、6、7月で大きな増額は見込めない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		百貨店（営業企画担当）	・母の日については、従来のブラウス等から生花やケーキといった消耗品へと需要が変化し、単価も低下する傾向にあった。今後の父の日やその他の自家需要でも、単価の下落傾向は続く。	
		スーパー（経営者）	・3か月後に競合店が出店する予定で、価格競争が予想されるため、当面は厳しい状況となる。	
		コンビニ（経営者）	・酒類販売の免許が自由化された上に、大型店が営業延長を行っているため、先行きに明るい見通しが持てない。	
		乗用車販売店（総務担当）	・自動車メーカーの不祥事問題の影響が、薄型テレビの影響か、新車の販売がこの数か月間芳しくなく、下期まで状況は好転しないとみている。	
		スナック（経営者）	・夏のレジャーやビアガーデンに客をとられる。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・披露宴のマイナス分を一般法人宴席でカバーしたいが、そううまくいくとは思えない。レストランは、昼間は婦人客を中心に混み合うが、夜の来客数が料金を下げても伸びず、苦戦が続く。客室はビジネス客を中心に値下げ圧力が強いが、インターネット経由等を活用し、稼働率を上げて売上を確保したい。	
		設計事務所（経営者）	・公共の仕事をしているが、指名が非常に少ない。その上競争相手が増加しており、単価割れ、仕事の件数の減少から、先がみえない。	
	悪くなる	商店街（代表者）	・下町の中小企業の工業関係は、やや良くなっているように聞いているが、商業部門についてはすべてマイナスの傾向にあり、回復が見込めない。	
		乗用車販売店（販売担当）	・首都圏の排ガス規制が今年3月に一段落し、その反動でトラックが全く売れない。今後も、環境規制がはじまる平成17年までは、悪いままの横ばいが減少する。	
		美容室（経営者）	・周辺にディスカウント店ができて、価格破壊が進む。	
企業動向関連	良くなる	電気機械器具製造業（経営者）	・見積を出して回答が延期されていた仕事で、着々と実現する運びとなっており、半年後くらいまで仕事の消化に追われそうである。	
		金属製品製造業（経営者）	・新しい仕事の量が少しずつ増加している。	
	やや良くなる	一般機械器具製造業（経営者）	・秋にかけて、良い内容の受注内示を客からもらっている。	
		金融業（渉外担当）	・最近法人、個人ともに投資目的で不動産を購入しようとする動きが出始めており、今後期待できる。	
		金融業（審査担当）	・倒産件数が昨年よりも減少しており、企業業績も回復しつつある。	
		不動産業（従業員）	・土地価格の下げ止まりが感じられる。	
		広告代理店（営業担当）	・今後も取引先の好調が見込めるため、それに伴う宣伝広告費の増加にも期待できる。	
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・具体的なシステム更改に向けた提案の依頼が多くきている。今まで予算がつかなかったために更改を待っていた案件について、今年度予算がつき、システム更改の準備を開始した仕事が多くある。	
		変わらない	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・電子部品、携帯部品等の一部の仕事は動いているようだが、他の仕事はデジタル化の影響で小ロットになったり、全くなかったりしている。大きなロットの仕事は海外に流出してしまい、国内は空洞化している。Tシャツ等の季節商品も今年はぱっとせず、今後も改善は見込みにくい。
			化学工業（従業員）	・生産数量の計画に変更はなく、現状と同じであると予想される。
電気機械器具製造業（経営者）	・業界に新しい動きがない。			
その他製造業〔靴〕（経営者）	・資金力と企画力のあるところでない、この業界では先行きの見通しが立たない。			
建設業（経理担当）	・例年この時期には、公共工事が徐々に出てくるが、今年は発注が少ない。民間工事案件についても、戸建て住宅以外は厳しい状態がまだ続きそうである。			
輸送業（総務担当）	・荷主がどこまで理解しているかによるが、下請法の改正により、今後は価格面において多少良い方向に展開していくのではないかと期待している。			
通信業（営業担当）	・割引サービスの契約は増加しているが、自社の増収につながる契約は横ばいである。			

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		不動産業（総務担当）	・この2か月間、新規テナントの引き合いがほとんどなく、今後2、3か月先の状況も改善されるとは思えない。退去テナントが出ていないことがせめてもの救いである。
		広告代理店（従業員）	・周年記念誌の発行などの特別要因があったため、5月は売上が増加したが、定期的に受注している仕事に目立った増加はみられず、今後の業況も変わらない。
	やや悪くなる	繊維工業（経営者）	・春夏物は受注量が多かったが、秋冬物は少ない。中国からの輸入に押されがちであり、今後3か月、秋冬物は厳しい。
	金属製品製造業（経営者）	・取引先からの受注量は減少傾向である。値下げ要請にも応じなければならず、この先収益は悪くなりそうである。	
	輸送業（総務担当）	・当社の得意先の荷物は公共事業関係製品のため、今年前半の早い時期より自治体から発注がないと、当社の状況も厳しくなる。得意先からの情報では、受注は増えそうにないとのこと、この厳しい状況は当分続く。	
悪くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・大手自動車メーカーのリコール問題の影響が既に出ており、今後仕事量が増加するとは思えない。	
雇用 関連	良くなる	人材派遣会社（社員）	・病院関係の派遣に動きが出てきている。医療業界の紹介予定派遣を使って、今後人を採用しようと考えているところが少なからずあるので、景気は良くなる。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・特定業種や職種に偏ることなく求人数が増えており、全業種にわたり採用状況が好調であることから、景気の底堅さを感じる。雇用形態でも、社員、アルバイト、パートも増加傾向にある。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・派遣社員を利用したことがない企業が、新たに派遣社員の起用を考え始めている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・募集人員を急きよ増やす企業が現れている。留学生採用にも注目が集まり始めている。
		求人情報誌製作会社（編集担当）	・駅近隣の既存大型店と専門店街が夏に相次いで大規模なリニューアルを予定しており、これに伴い、新規テナントなどから地元求人が見込める。周辺での新規開店も増加し始めている。
		職業安定所（職員）	・年明け以降、新規求人数は、前年同時期比約2割増で推移してきており、様々な業種の企業採用担当者からの聴き取りでも、求人減に結び付くようなマイナス要因は見当たらない。
	民間職業紹介機関（経営者）	・管理系職種は充足感が出てくるが、事業を推進する営業系やIT系職種の求人はまだ伸びる。	
	学校〔専門学校〕（教務担当）	・優秀な学生であれば、積極的に採用したいという企業が増加している。企業から厳しいという声あまり聞かれなくなっている。	
	変わらない	人材派遣会社（支店長）	・派遣法改正などで問い合わせが増加しているが、まだ受注に至らないケースが多く、様子をつかっている企業が多い。
		職業安定所（職員）	・製造業においては、例年は今が求人数の最も多い時期にあたるが、現状で前年を下回っているため、今後製造業の求人が増加すると思われない。
やや悪くなる	-	-	
悪くなる	-	-	

5. 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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	一般小売店〔土産〕（経営者）	・10か月連続で前年比プラスが続いており、回復は本物である。
		乗用車販売店（経営者）	・来月早々に新型車が投入されるため来客数が増える。また夏のボーナス商戦で買い得感も高まる。
		旅行代理店（経営者）	・国際情勢も落ち着き、良くなってくる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・単価が若干上昇しており、良い物は購入するという姿勢がみられる。
		商店街（代表者）	・オリンピック開催によって薄型テレビなどの販売増加が見込まれる。
	百貨店（販売促進担当）	・売上は前年から上昇してきている。特に高級服部門は好調に推移している。現在はビジネス部門が苦戦しているが、今後この分野が上昇すれば更なる好調が見込まれる。	
	百貨店（外商担当）	・外商の客先で仕事が増えているとの話を聞いており、中元商戦では受注の増加に期待ができる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（経営者）	・例年7～8月は順調に売上が伸びる時期であるが、今年ほうなぎなどが思ったより売れており、夏にも期待が持てる。
		コンビニ（店長）	・客に対して目新しい提案を出し続ける限り、良くなっていく。
		コンビニ（店長）	・前年比の客単価がプラスの日が出始めている。景気回復の兆しが少し見えている。
		コンビニ（商品開発担当）	・売上は天候に応じた動きになっており、今後は週末の天候が良ければ売上に繋がってくる。
		家電量販店（店員）	・客の動きと物の動きがマッチしてきている。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車の発売を6月に控え、先行受注台数に勢いを感じる。1,000CCを主力とした新モデル2BOX車を販売の中心に据え、発表会などで店頭の活気を更に取り戻し、夏のボーナス商戦に臨む。
		住関連専門店（営業担当）	・持家住宅が好調である。また、愛知万博、中部国際空港関連の特需もあり、さらに大手自動車メーカーやデジタル家電メーカー関連の建物の設備投資などが出てきている。
		その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・実際に注文につながる引き合い件数や商談成立件数、受注件数が増加している。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・例年と比べて特にファミリー客の予約が増加している。
		一般レストラン（スタッフ）	・来客数の増加は今後も続く。
		スナック（経営者）	・法人客が以前よりも多少増加してきている。
		旅行代理店（従業員）	・夏休みの家族旅行の申込シーズンとなり各種旅行パンフレットを店頭に出し始めているが、パンフレットのはけ具合は好調で取扱量も増えるのではないかと期待している。海外旅行は、昨年のようにSARSによる旅行中止や自粛がない点と、オリンピック観戦などで確実に増加する。
		タクシー運転手	・景気の良さはまだタクシー業界には及んでいないが、今後は当業界にも波及してくる。
		通信会社（開発担当）	・ソフトウェア開発の受注は、開発項目に偏りがあるものの順調に受注できており、失注となる件数が減っている。
その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・入校者数が徐々に増加している。		
住宅販売会社（従業員）	・今のところ国内受注、利益ともに増加傾向にある。		
変わらない		商店街（代表者）	・天候に左右される要素が大きくなっており、まだまだ不安定である。
		商店街（代表者）	・夏が暑くなれば景気は良くなっていく。
		商店街（代表者）	・客は相変わらず必要以外の物は購入せず、自家消費が伸びていない。良くなる材料は特に見当たらない。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・小売業にはまだまだ厳しい風が吹いている。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・東濃地方では企業、個人とも景気の良い話はあまり聞かれない。銀行も相変わらず実績が向上している企業にしか貸出していない。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・ワインや焼酎の一部が値上げを発表しており、物価上昇の兆しではないかと懸念している。
		一般小売店〔書店〕（経営者）	・競合店が増え競争が激しくなっている。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・良くなる要素があまり見当たらない。
		百貨店（売場主任）	・以前と比べてバーゲンなどで商品が大量にあっても売れる時代ではない。客は気に入った物だけは惜しげもなく購入するが、興味をそそる物、必要な物以外は購入しないという流れが定着している。
		百貨店（企画担当）	・以前のような買い控えはみられなくなっている。ただし、売上不振でバーゲンが頻繁になる中、客はいくら安くても無駄な買物はしなくなっている。
		百貨店（企画担当）	・ここ数か月、ちょっとした気温や天候の変化にファッション商材の売上が大きく左右されている。客のマインドと商品のタイミングが一致しないと消費に結び付かない状況である。今後も小売業の想定と実際の天候がずれることがあり得るため、この傾向はしばらく継続する。
		百貨店（企画担当）	・夏物クリアランスは一時的に盛り上がると予想されるが、中元ギフトの衰退と相殺されるため現状の売上が続く。ボーナス需要がやや増加することが期待材料である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（経理担当） スーパー（経営者）	・外商の売上が低迷している。店頭売上も芳しくない。 ・競合店同士のチラシ合戦に客は慣れてしまい、安くてもたくさん購入せず色々な店を転々としているため、客単価は上昇しない。
		スーパー（店長）	・消費税総額表示に対して消費者が慣れてくると予想され、ここ1～2か月のような客単価の低下は徐々に解消してくると判断している。
		スーパー（店長）	・一部の物品で若干のインフレ傾向と聞いているが、一般小売業では相変わらずデフレである。一品単価、客単価の低下は依然として続いており、この傾向はまだ変わらない。
		スーパー（店員）	・現状は数か月前に期待したほどには良くなっていない。今後とも今の状況が続く。
		スーパー（仕入担当）	・大豆価格の高騰で豆腐や納豆など大豆関連製品の原価が値上がり傾向にあるが、売価に転嫁できない。原油価格の高騰から刺身などの値上げ要請も予測され、今後は利益面で厳しさが増してくる。 ・また総額表示となった消費税5%分も、競合店との競争が激しいため価格転嫁できない状態が続く。
		スーパー（経営企画担当）	・既存店の売上が停滞し始めている。
		コンビニ（経営者）	・同タイプの同業他社との競争が最終段階に入っており、廃業する店舗も目立ってきている。しかしこの1～2年を我慢すれば安定した経営ができると考えている。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数、売上とも前年をクリアしているが、厳しい競争は続いている。客の単価に対するシビアな状況にも変化がない。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数は前年を上回っているが、単価は下回っている。様々な仕掛けをしてもこの状況は変わらない。
		コンビニ（売場担当）	・駅売店では、新幹線利用客が増えていることにより、新幹線の売店売上は増加している。しかし通勤客の単価は低くなり、在来線の売店売上は減少している。
		衣料品専門店（経営者）	・来客数は少し増えているが、まだ勢いが無い。
		衣料品専門店（企画担当）	・消費意欲を高めるトレンド要素が見当たらない。
		家電量販店（経営者）	・現状はまだ割安品のほうが売れており、所得が増えて物が売れるという状況にはなっていない。
		乗用車販売店（経営者）	・良くなる要素は全く見当たらない。
		乗用車販売店（従業員）	・変化する要素が見当たらない。
		乗用車販売店（従業員）	・客の来店内容を見ると、単に車を見に来るだけでなく、見積依頼して真剣に品定めする客が増加してきている。この状況が続けば受注に結び付いていく。 ・サービス工場のほうは、在庫台数が落ち込み、在庫台数をカバーするため売上単価を低下せざるを得ない状況にあり、良い材料はあまりない。
		乗用車販売店（従業員）	・原油、ガソリンの値上げによる影響を心配している。
		乗用車販売店（従業員）	・5月の動きは例年に比べて良いが、取り立てて明るい材料があるわけではなく今後も不透明である。
		自動車備品販売店（経営者）	・消費者は、情報がたくさん入ってくるため、欲しい物をより安く買う手段を知っている。割安感がなければ購入しない。カー用品は客の減少を止められない状況が今後も続く。
		住関連専門店（店員）	・良くなる外的、内的要因はなく、現状維持が精一杯である。
		その他小売〔総合衣料〕（店員）	・販売量が増加する見込みはなく、現在の良くない状況が今後も続く。
		高級レストラン（スタッフ）	・曜日構成、天候や季節要因によって月ごとの売上は変動しているが、基調変化の兆しはみられない。 ・飲食店の数は増加しているが、店当たりの売上は減少している。
		一般レストラン（スタッフ）	・ゴールデンウィーク後の来客数が減少している。
		スナック（経営者）	・5月は前年同月比で良くなく、特にゴールデンウィーク明けは街の人通りも閑散としている。天候で客の入りは左右されており、梅雨時期の客入りも心配される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（従業員）	・予約の件数に特に目立った動きはない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・婚礼関係が減少しており、祝宴会の予約も少なく、あまり変わらない。
		旅行代理店（経営者）	・この3か月の来客数は増加しつつあるものの、今後については明るい材料が少ない。
		旅行代理店（経営者）	・2か月ほど前から来客数が増える兆候があるが、参議院選挙までは動向がわからない。原油の値上がりなども懸念材料である。
		旅行代理店（従業員）	・団体旅行がかなりの勢いで戻ってきている。しかし、海外旅行の依存度が高い当社にとっては、ここ数年で経験したテロ、SARSのようなリスク発生に対する不安が残っている。
		旅行代理店（従業員）	・今年は梅雨が長いが冷夏にはならないとの予報があり、期待できる。しかし週末の天気が悪いことも多く、客足が伸びない不安もある。
		タクシー運転手	・タクシーの利用は底を打っているが、変化する要素もない。
		タクシー運転手	・地方の景気が回復するまでには1～2年かかる。
		タクシー運転手	・多少は良くなるかもしれないが、変わらないという考えが強い。
		通信会社（営業担当）	・通信各社の価格の引き下げやサービス競争などがあり、競争はますます激化する。
		観光名所（案内係）	・天候次第の様子となっており、夏が暑くなれば上向き、天候不順が続けば悪くなる。
		ゴルフ場（企画担当）	・梅雨、夏場と厳しい季節に入るが、現状では悪くなっているわけではない。天候が悪くならなければ、来場者数は前年並みに確保できる。
		美容室（経営者）	・新規店のオープンがあったり、他店がディスカウントしているため、かなり厳しい状況になっている。
		住宅販売会社（経営者）	・客は預貯金をあまり持っておらず、不動産購入には慎重である。
		住宅販売会社（従業員）	・単身向けアパートに対する入居需要は高くなっているが、ファミリー向けアパートに対する入居需要があまり見込まれず、現状と変わらない。
		住宅販売会社（業務担当）	・当社は景気回復の実感はないが、業界内では好況な企業もあり、景気が悪くなる要素も今のところ見当たらない。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔室内装飾業〕（経営者）	・全体的に受注量は現在の状況を維持していく。
やや悪くなる		商店街（代表者）	・販売量はますます悪くなり、対策が見つからない。
		百貨店（売場主任）	・4月は靴を一度に2足購入する客も多かったが、今月は1足でビジネスにもカジュアルにも使える靴はないかと一歩懸命探す客が増えている。また駅に近いので、緊急用に安い靴を買い求める客もあり、売上単価はかなり低下している。
		スーパー（総務担当）	・家電商品、住居関連商品の売上が極めて悪く、食品の売上に依存している状況である。
		コンビニ（エリア担当）	・石油価格の高騰によって様々な商品価格が高騰することが予想され、現状以上に消費意欲は減退する。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・原油価格の上昇が消費マインドに水を差す。
		美容室（経営者）	・競合店が増加している影響が出てくる。
		その他サービス〔パチンコ機器製造販売〕（エリア担当）	・7月1日に風営法が一部改正されるため、8月以降は模様眺めになりやや悪くなっていく。
		設計事務所（経営者）	・現時点では実施設計につながる計画案件が少なく、実施設計への成功率も100%ではないため、2～3か月後の仕事量は減少する。
		設計事務所（経営者）	・全体的な仕事量が減少している。
		設計事務所（営業担当）	・新規分野での取り組み、事業性についていまだ不透明である。
		住宅販売会社（企画担当）	・石油製品、ガソリンや鉄鋼価格の値上げが心配である。原価が上昇する。
悪くなる		商店街（代表者）	・前年比の実績が連続で落ち込んでおり、回復の見通しがつかない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・8月初旬に地域最大規模の大手スーパーがオープン予定で、客はオープンセールに向けて買い控えを始める。また、オープン後は客がそちらに流れ、状況はますます悪くなる。
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	電気機械器具製造業（経営者）	・国内の売上高は5月は低迷したが、7月には5月に対し20%程度の増加を見込んでいる。ただし今後は、生産量の増加に際して部材の調達ポイントとなる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・地上デジタル放送のサービスエリアが拡大され、既設設備の見直しが生まれる。
		輸送業（エリア担当）	・今後はますます良くなっていくと考えている。
		輸送業（エリア担当）	・夏場、秋口、クリスマスに向けて出荷量は増加する。
		金融業（従業員）	・解約などが増加している反面、高額な年金商品などを一時払いで購入する人も増加しているため、平均的な景気は少し良くなってきている。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・大手自動車メーカーグループとの取引が引き続き見込まれる。
	変わらない	食料品製造業（企画担当）	・消費税総額表示による影響が上流の製造業にも現れており、今後も長期間影響が残る。また原油の値上がりが包材に影響を与えている。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・今後も現在の良い状況が継続していく。
		印刷業（営業担当）	・今の状況では、急激に上向きになることは考えられない。
		鉄鋼業（経営者）	・中小企業の業績が伸びなければ、全体が伸びているとはいえない。
		金属製品製造業（従業員）	・現状と変化はないが、今後は原油、鉄鋼や非鉄金属の価格上昇が収益に影響を与える。
		金属製品製造業（従業員）	・大型プロジェクトが終盤を迎えており、今後は仕事の谷間になる。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・地元の大手金融機関などで問題が発生しており、不安感がある。
		電気機械器具製造業（従業員）	・今月の受注増は、決算前に在庫を極力少なくした反動であるため、今後は更なる受注増は見込めない。しかし、受注が減る雰囲気や情報もない。
		輸送用機械器具製造業（工務担当）	・高い生産レベルを維持している。
		建設業（経営者）	・この数か月間引き合いが増加しているが、建材、特に鋼材の値上がりが見込まれ、設備投資はやや慎重になっていく。
		輸送業（従業員）	・デジタル家電関連や輸出が景気を押し上げているものの、原油価格の高騰など不安材料も山積している。
		輸送業（エリア担当）	・夏物商品の荷動きが良くなる時期であるが、消費者の買い控えが続いているため目立った動きはない。
		輸送業（エリア担当）	・客先では明るい話は出ているが、燃料の値上がりが水を差そうである。
		金融業（企画担当）	・企業間の競争は厳しく、体力勝負の様相である。この競争が一段落しないと景気は良くならない。
		企業広告制作業（経営者）	・秋以降の変化に期待したいが、現状では変わらない雰囲気である。
		広告代理店（従業員）	・中部地区の広告業界は愛知万博の特需でにぎわっている感があるが、逆に言うとそれしか良い材料がない。
		広告代理店（制作担当）	・新規の受注予定は決まっておらず、現状維持である。また、競合他社との価格競争も相変わらず厳しいため、保留やキャンセルになることも予想される。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・チラシの受注量は順調にあるが、広告形態が見直されており、心配な面もある。
		税理士 公認会計士	・客に積極的な姿勢がみられず、今後も同じ状況が続く。
		その他非製造業〔デザイン〕（経営者）	・大企業のリストラは一巡したが、そのしわ寄せが中小企業に及んでいる。また中小企業の淘汰はまだ済んでいない。
		・大手都市銀行の姿勢も以前と変わっていない。	
		・売上は増加しても利益が好転するには至らない。	
	やや悪くなる	電気機械器具製造業（経営者）	・鋼材の値上がりが浸透してきている。また、円高や中国依存の高さなど不安材料が多く、しばらくは停滞あるいは若干の落ち込みがある。
		電気機械器具製造業（従業員）	・年度が変わり新予算の執行ができる月次であるが、設備の引き合いは減少している。客の今後の見通しは楽観的ではない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送用機械器具製造業（統括）	・取引先の再建計画がどのように推移するのか見通しがないため、慎重に推移を見守る。
	悪くなる	窯業・土石製品製造業（経営者） 非鉄金属製品製造業〔鋳物〕（経営企画担当）	・窯業界の景気の先行指数となる新住宅着工件数が減少している。 ・原材料価格が高騰しているが販売価格に転化することができず、同業者間での競争はますます厳しくなっていく。
雇用関連	良くなる	人材派遣会社（社員） 求人情報誌製作会社（企画担当） 学校〔大学〕（就職担当）	・自動車関連の製造業からの需要が大幅に増加しており、この傾向は今後も続いていく。 ・愛知万博関連、中部国際空港関連などの求人が具体化しつつあり、大量の求人によって急激に売り手市場となっている。 ・求人数は前年比で伸びている。製造業35%増、建設業34%増、卸・小売業13%増、金融業7%増、運輸・通信12%増、サービス業17%増と、ほぼ全業種にわたって求人意欲が高くなっている。
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（編集長） 求人情報誌製作会社（編集者） 職業安定所（所長） 民間職業紹介機関（経営者） 民間職業紹介機関（職員）	・大手自動車メーカーの系列からのニーズがまだしばらくは活況を呈する。 ・求人数自体は2月、3月とほぼ同じであるが、大手自動車メーカー関連企業を始め取材先企業からは、今後中途採用の予定があるなど人材採用に積極的なコメントを多く聞いている。 ・大手自動車メーカーの工場閉鎖計画が発表されており、将来の雇用に多少影響があるが、管内企業の当該企業に対する取引比率は約1割程度と低く、大きな影響は避けられる見込みである。逆に、この件を契機に技術者などの受け入れの問い合わせがある。 ・大手メーカーの新卒採用も一段落し、一時的に停滞していた中途採用の選考が一気に動き出す。しかし依然として、大手自動車やデジタル家電メーカーのエンジニア求人の競争は激しく、企業が求める人材の不足は当面続く。 ・この地域は大手自動車メーカー関連企業が多く、求人数は増加してきている。
	変わらない	人材派遣会社（社員） 人材派遣会社（社員） アウトソーシング企業（エリア担当） 新聞社〔求人広告〕（営業担当） 職業安定所（職員） 職業安定所（職員） 職業安定所（職員）	・派遣希望登録者、派遣スタッフ希望者は通常月と変わらない状況であり、現在の状況が劇的に改善される見込みもない。 ・派遣受注は堅調に推移しているが、スタッフ不足も当面続くため、現状のままで推移する。 ・求人数は変わらず増加傾向であるが、求職者数は増加しておらず、雇用のミスマッチが解消されない。 ・雇用形態が改善されない限り、急速に景気が良くなるとは考えにくい。 ・採用者が増加して雇用が確保されても、賃金条件は相変わらず厳しい。また現時点でも、零細企業では非自発的離職者が多い。 ・国内産業では求人数が増加し、求職者が減少している。 ・一部の企業で事業所閉鎖、人員整理があるものの、雇用に大きな影響はない。 ・求人は、建設業では公共事業の予算圧縮の影響もあり中小企業で厳しいものの、製造業では輸送用機械器具製造業で好調である。他産業も多少の変動はあるものの一定の水準を維持しており、求人は確保される見込みである。当面の雇用環境は横ばい状態が続く。
	やや悪くなる	-	-

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	-	-

6. 北陸（地域別調査機関：（財）北陸経済研究所）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	テーマパーク（職員）	・テレビなどのメディアを使って幅広くPRしており、入場者の増加が期待できる。
	やや良くなる	一般小売店〔精肉〕（店長）	・百貨店の売場テーマに沿って営業展開しているため、今後来客数が増加する。
		スーパー（店長）	・今まで抑えられていた客の買物意欲がようやく高まってきたようにみえる。値段が少々高くても新鮮な物、おいしい物など、こだわりの商品が動き出している。このような差別化商品を品ぞろえすることにより、客の購買意欲が活性化していく。
		コンビニ（経営者）	・来客数は順調に伸び、客単価も上昇しており、この先も現状が続く。
		家電量販店（経営者）	・MP3レコーダーなどポータブルオーディオが大変な勢いで売れている。品切れが続出し、1か月待ちの受注残も多い。
		家電量販店（店長）	・間もなく始まる当地のデジタル放送についての問い合わせが非常に多くなっており、期待が持てる。
		乗用車販売店（総務担当）	・6月に発売される新車は若いファミリー層を中心にヒットが予想される。
		乗用車販売店（経理担当）	・6月後半から7月にかけて小型の新型車を投入する。高級車中心の当社としては1台当たりの単価、粗利の減少が懸念材料であるが、販売台数では期待できる。
		スナック（経営者）	・製造関係は相変わらず忙しいが、一方で「この先仕事がない」という人や、「極めて厳しい」という店主などの声が聞かれ、ますます二極化が進んでいく。
		旅行代理店（従業員）	・海外旅行中の買物の量が増加している。また、客の遊びに対する意欲が強まっている。
変わらない	百貨店（営業担当）	・これから小売業は夏物が販売の中心となるが、メーカーでは冷夏のため売れなかった昨年に準じた商品供給態勢をとっているため、総じて売るべき商品の量が少ない。また、ヒットアイテムも見いだせないなど、今のままの景況が続く。	
	百貨店（営業担当）	・2、3か月後はちょうど秋物商品の立ち上がりの時期であるが、今年は毎年恒例の晩夏色ファッションがあまり見えていないため新しい売場展開が可能である。ただし、これが当たるか否かは予測がつかない。	
	コンビニ（経営者）	・中小企業で働く客からはあまり明るい話が聞かれない。	
	コンビニ（経営者）	・客の態度に若干余裕が出てきたようにみえる。	
	衣料品専門店（経営者）	・再開発工事の影響もあって商店街の通行量が多少減っているが、加えて好天の日でも以前に比べて出歩く人が少ない。	
	乗用車販売店（経営者）	・車の販売はまだ底が見えていないが、修理は上向いている。	
	乗用車販売店（営業担当）	・昨年と比較して販売量や来客数にあまり変化がない。	
	住関連専門店（店員）	・買い回り品は回復傾向にあるが、大型家具の需要が下降気味である。	
	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・大企業では業績が底を打ったとはいえ、依然としてリストラを進めている。そのしわ寄せが中小零細企業の客に及んでいる。	
	その他専門店〔酒〕（経営者）	・客の食生活の変化を読み切れないためか、売上は前年同月比で2割減と低迷している。	
	高級レストラン（スタッフ）	・年明けに近隣のシティーホテルが廃業した影響もあり、大型和食店2店が今後も好調に推移する。	
	観光型旅館（経営者）	・6、7月の予約組数は前年を10%程度上回っているが、団体が少ないため、予約人数は前年並みである。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門は前年をやや上回る見込みであるが、婚礼関係の受注件数の増減により一進一退で推移する。	
	タクシー運転手	・これから行楽で山や海などへ出かける機会が増える。しかし、新規参入業者の増加も予想されることから、競争が激しくなり、結果的には変わらない。	
	美容室（経営者）	・今月に入って少し明るさが見えてきたが、当面は現状のままで推移し、回復は半年後か1年後となる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		住宅販売会社（従業員）	・60歳代の客や築20年前後の住宅を持っている客からの大型リフォームが増えている。客の予算額が多いため、要求するレベルも非常に高い。一方、メーカーから従来抑えられていた原材料の値上げに加え、職人の工賃が上昇しつつあることがマイナス要因である。	
		住宅販売会社（従業員）	・客が急に建築に踏み切ったり、逆に計画をあきらめるなどの客が多いため、先が読みにくくなっているが、全体的にはあまり変わらない。	
		住宅販売会社（従業員）	・新築住宅やリフォームの状況を見ても昨年とあまり変わらない。	
	やや悪くなる	百貨店（売場主任）	・今月は好天のため盛夏物や夏物の動きが非常に良いため、今後長い夏を戦う上で商品量がタイトになることが懸念される。	
		百貨店（営業担当）	・この夏のセールについてはメーカーが商品を作り込んでおらず、また天候という不安定な要素があるため、セールはあまり長く続けられない。また、晩夏、初秋など秋の立ち上がり時期のファッションの傾向がまだはっきり見えていない。	
		スーパー（営業担当）	・消費税の総額表示導入後、価格を下げて対応したにもかかわらず、客は割安感を感じていない。2、3か月後にはスーパーでも収益が悪化するため、若干売価を上げざるを得なくなり、客の購買意欲がダウンする。	
		観光型旅館（スタッフ）	・5、6月までの予約保有は前年を上回って推移している。しかし、7月は前年を大きく割っており、8月は前年並み、9月以降は弱含みである。	
		通信会社（社員） テーマパーク（職員）	・他社の新しい携帯電話サービスがスタートする。 ・これから団体客を中心に利用の多い時期であるが、他地域のイベントとの競合があるため厳しい。個人、グループ客によってカバーすることもなかなか難しい。	
	企業 動向 関連	悪くなる	-	-
		良くなる	-	-
やや良くなる		食料品製造業（企画担当）	・販売数量の大幅落ち込みは消費税の総額表示、5月の大型連休などによる一過性のものと思われ、今後需要は徐々に増えていく。現に高額商品の販売数量が増えている。	
		繊維工業（経営者）	・非衣料分野のニッチ市場に向けて新商品を開発中であり、期待感がある。	
		電気機械器具製造業（経理担当）	・電子、電気に限らず、様々な機械業界の会合で、受注が増加し、業況が良くなっているとの話を聞く。	
変わらない		化学工業（営業担当）	・大手医薬品メーカー各社の製造委託が活発化している。しかし、生産コストの大幅削減を求められている。	
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・取引先からの発注予定に変化がない。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・仕事を消化するため大車輪で取り組んでいる。	
		通信業（営業担当）	・固定電話発携帯向けの通信料金の値下げに伴い、取引先に勧誘訪問すると、一も二もなく同意するという状況で、客は通信費の削減に必死である。	
やや悪くなる		司法書士	・破産や会社整理の相談は減っているが、景気全体を押し上げる力になるかどうかはまだ分からない。	
	金属製品製造業（経営者）	・原材料の高騰により各社とも価格転嫁を発表したことから、一時的な仮需が大量に発生したが、値上げも一服したためメーカーの生産、販売水準は多少減少する。		
	通信業（営業担当）	・通信料金の競争激化から収入が大幅に減少する。		
悪くなる	建設業（経営者）	・いよいよ各業者とも手持ち工事が少ない状態になっている。これから発注される数少ない工事に対しても受注できない業者が多く、また受注できたとしてもダンピングにより極めて不採算な工事が増える。		
雇用 関連	良くなる			
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・求人数の増加傾向が今後も続く。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・昨年4～5月の求人件数や売上は前年に比べて減少しているが、今年は逆に前年比増加傾向にある。	
	変わらない	求人情報誌製作会社（編集者）	・求人ニーズは業種によって偏りがみられる。	
職業安定所（職員）		・企業の設備投資が増加している一方、求人倍率がやや減少気味であり、企業の廃止や縮小も依然として減っていない。雇用面では楽観できない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・いまだに受注の見通しが立たないことから、即戦力となる請負業者、派遣業者に対する依頼が強いいため、非正規求人が多くなっている。
	やや悪くなる	-	-
	悪くなる	-	-

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（株））

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	コンビニ（経営者）	・6月より24時間営業になるため、夜間の売上増加を見込んでいる。
		旅行代理店（店長）	・夏に向けての国内旅行の予約は間際化が進んでいるため、今後に期待が持てる。また、海外旅行は現時点で大きく上回っていることから、先行きに期待できる。
		旅行代理店（営業担当）	・大企業の業績好調により、人の往来が活発化している。今後は、単価下落の続いていた旅行単価でも上昇局面となることが期待される。
		通信会社（社員）	・インターネットの利用におけるブロードバンドへの需要はかなり落ち着いてきている様子だが、初心者などのユーザーに対しては、ケーブルテレビによる取り込みが可能であると思われることから、先行きに期待が持たれる。
		その他レジャー施設 [球場]（企画担当）	・現時点では在阪球団の成績低迷もあり観客数が伸び悩んでいるが、今後調子を取り戻し観客数の増加が期待されることや、コンサートが何日か予定されていることから、観客の増加が見込まれる。
		その他住宅 [展示場] （従業員）	・来場者アンケートの建築計画の項目で、1年以内に家を建てたいという実数が増加している。30代前半の団塊ジュニアが多いが、一次取得者層の住宅取得意欲向上が数字に表れていることから、先行きの見通しは明るい。
	やや良くなる	一般小売店 [酒]（経営者）	・オープン記念フェアの反応も良く、6月には新聞に特集記事として当店が掲載されるので、その効果に期待している。
		一般小売店 [衣服] （経営者）	・近くに大型マンションが建ち、客が増えてきているので、今後は売上が増加すると期待している。
		百貨店（売場主任）	・難波地区周辺の開発が活発で、来年には多くの高層マンションが竣工を迎えるなど、空洞化に歯止めがかかりつつある。また、大手百貨店や家電量販店の出店などで、地域全体での客の囲い込みが可能になることから、今後の上昇傾向が期待できる。
		百貨店（企画担当）	・中元商戦、夏のクリアランスについては必ずしも楽観できないものの、クリアランスにおいては商材確保を進めていることから、現状からは少なくとも改善する。
		スーパー（経営者）	・昨年は冷夏であったが、今年は夏らしくなるとの予報が出ている。夏物商品や果物類、飲料、デザートなどの消費が一昨年並みに推移すれば、回復が期待できる。
		コンビニ（経営者）	・今年は昨年のような冷夏ではないとの長期予報が出ていることから、ドリンク類やアイスクリーム類の売上が昨年より伸びることが期待される。
		コンビニ（店長）	・麺類や飲料の一部では、売上が前年を上回る商品が増加しつつある。天候に左右される要素は高いものの、売上が急速に低下するとは考えにくい。
		家電量販店（企画担当）	・プロ野球やオリンピックの予選中継などでプラズマテレビへの関心が高まっている。まだ購買には至らないが、今後デジタル関連商品は伸びることが期待される。
		家電量販店（経理担当）	・昨年は冷夏のため、エアコン不振の影響を大きく受けたが、今年は例年並みの暑さが予想されることや、オリンピックキヤーに絡むデジタルAV商品等の需要が期待できる。
		乗用車販売店（経営者）	・購入の注文を受けた車が数多くあるほか、車検整備も好調であることから、先行きに期待が持たれる。
		一般レストラン（スタッフ）	・客の動きも活発になっており、客単価も安定してきているので今後の回復が期待される。
		観光型旅館（経営者）	・現在夏の予約が入りかけているが、特に悪い様子もないので少し期待している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・8月はオリンピック視聴が増えることで、国内旅行が停滞する不安はあるが、婚礼や宿泊の先行予約が順調にきているほか、宴会も7月ごろを中心に大型研修が受注できていることから、先行きに期待できる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（副総支配人）	・レストランは、大阪駅の工事も始まり乗客数が減少している不安要因はあるが、宿泊、宴会の予約状況は前年より上回る見込みである。
		旅行代理店（経営者）	・海外旅行の受付が前年比で200%以上伸びていることから、先行きに期待できる。
		美容室（店長）	・7月にキャンペーン期間が終了するため、その後の反動減が心配されるが、化粧品が売れる時期に当たるので、セット販売の売行きに期待している。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・エンドユーザーの購入意欲が強まるとともに、新規住宅供給が増加する見込みのため、不動産市況は活性化することが期待される。
	変わらない	一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・食肉については相場が上がったままの状態なので、今後は採算割れになるものも出てくる。また、BSEの危険部位が広がり、輸入禁止がいつまで続くのか分からないことから、今後も厳しい状況が続く。
		百貨店（売場主任）	・明るい兆しはあるものの、順調に伸びていた高額ゾーンも低調な状況になりつつあることから、一進一退の状況が続く。
		百貨店（売場主任）	・ヤング衣料は3月から5月の動きでシーズンの消費傾向が明確になるが、今のところ特に目立った売れ筋素材がなく、秋以降までは今の傾向が続く。
		百貨店（営業担当）	・一昨年のサッカーワールドカップの時には売上が落ちたように、オリンピックによる悪影響は避けられない。
		スーパー（広報担当）	・消費税の総額表示の影響については、客における慣れの問題が大きいと思われるが、当初売手側が考えていた以上に影響が大きいことから、もう少し状況を見極める必要がある。
		コンビニ（経営者）	・競合店の閉店、大手量販店の進出などを6月に控えているが、プラスマイナスが相殺されて、全体としては変わらないと推察される。
		その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・堅調なのは直営店のバーゲンセールのみであることから、まだまだ厳しい状況が続く。
		一般レストラン（スタッフ）	・客単価の増加などで既存店売上の前年比が100%を超えており、好調であると考えますが、同業他社の状況は良い状況とはいえないことから、全体としての上向き傾向には期待できない。
		観光型ホテル（経営者）	・先の予約や問い合わせ状況からみても、団体客、個人客ともに料金交渉や価格に対して非常にシビアである。来客数は確保できても、客単価、売上については厳しい状況が続くそうである。
		旅行代理店（広報担当）	・テロやSARSに対する不安は払拭された感があるが、通常の夏季シーズンに比べると、7月の参議院選挙、アテネオリンピックのテレビ観戦などによる、旅行客の減少が危惧される。
		タクシー運転手	・客の増加傾向は今後も微増が期待されるが、まだ客の間にためらいがあるために、大きな好転は期待できない。
		通信会社（経営者）	・携帯電話の大手企業による新商品の投入があるものの、従来商品の後継という位置づけで、特に新しい市場の開拓につながる見込みがない。したがって、通常の買換え需要に重きを置いているという点で例年と変わらない。
		観光名所（経理担当）	・年々施設が古くなり、客を呼び寄せるマグネット効果が弱まってきている。他業種とのタイアップイベント等で経費を削減し、集客効果を高める努力をしているが、前年度維持が精一杯である。
		競輪場（職員）	・本場開催における購買単価について、8月はお盆休みの期間があるが、近年分散化する傾向があるので、5月の大型連休ほどは期待できない。また売上総数については、他場の協力数が5月は30場、8月は3場と少ないので、比例して少なくなると思われる。
		住宅販売会社（経営者）	・一般の住宅需要が減少傾向にあるなか、投資不動産については堅調であることから、現状維持であると思われる。
		住宅販売会社（従業員）	・マンション分譲は全体として売行き好調といわれるなかで、物件によっては売行きが好調な物件と不調な物件に二極化している状況であることから、今後在庫調整による価格下落の可能性を含んでいる。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・休日も来客数は目立って少ない。近隣の大型店は夕方になると半額処分をしていることなどから、大型店と商店街の差別化がますます進む。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔時計〕 （経営者） スーパー（経理担当） その他専門店〔医薬品〕 （経営者）	・今夏はオリンピックの開催があるので、客が買物に出てこないのではと心配される。 ・周りに大手企業が進出し、特に土日については客を奪われている状況であることから、先行きの見通しは厳しい。 ・消費税の総額表示の影響が落ち着くまでは、客の買い控えがしばらく続く。
	悪くなる		
企業 動向 関連	良くなる	金融業（支店長）	・建材製造業やホテル業の企業が、今後販売額が増加すると感じていることから、先行きの見通しは明るい。
	やや良くなる	電気機械器具製造業 （従業員）	・オリンピックを前に、薄型テレビやDVDレコーダーなどのAV関連商品の需要が見込まれる。
		輸送用機械器具製造業 （経営者）	・補修、更新を中心に、具体的な引き合いが増加してきたことから、先行きに期待できる。
		不動産業（経営者）	・一部の優良物件については購入者が積極的になっていることから、先行きに期待できる。
		新聞販売店〔広告〕 （店主）	・売上はそれほどでもないが、購読数、チラシの数は確かに増えていることから、先行きに期待できる。
		広告代理店（営業担当）	・1年間の予算が昨年を下回っている企業が少なくなっていることから、先行きに期待が持たれる。
		その他非製造業〔機械器具卸〕 （経営者）	・海運関係については中国からの需要が多くなり、船の往来が増加し、運賃等も上がっていることから、先行きに期待が持たれる。
		その他非製造業〔民間放送〕 （従業員）	・オリンピックまでは広告需要は安泰であると予想される。
	変わらない	化学工業（経営者）	・問い合わせは徐々に増えてきているものの、大口のものは少なく、受注も安定しなくなってきているため、先行きには期待できない。
		金属製品製造業（経営者）	・鉄鋼に関しては自動車関連の勢いの強さ、中国のおう盛な需要により玉不足が続く。
		金属製品製造業（営業担当）	・自動車関連は好調だが、土木建築は相変わらず良くないことから、今の状況が続くと予想される。
		一般機械器具製造業 （経営者）	・取引先の投資意欲はおう盛だが、先行きに対して大変慎重である様子なので、しばらくは今の状況が続く。
		一般機械器具製造業 （従業員）	・公共工事が主体なので、公団や地方自治体などの財政状態が良くなるまでは回復が難しい。また、工事の総発注量に対して競合相手が多いので企業の淘汰が進むことから、引き続き厳しい状況が続く。
		電気機械器具製造業 （経営者）	・多忙であることからロスが増え、コストが上がってきている。また材料の値上がり収益を圧迫することが懸念される。
電気機械器具製造業 （営業担当）		・見積照会は増えているが、配電盤業界の価格競争が激しく受注に結び付かないことから、厳しい状況が続く。	
建設業（社員）		・勝ち組企業による設備投資は増加傾向であるが、大型案件が少ないことから、大きな回復は期待できない。	
不動産業（営業担当）		・マンション業者の土地取得意欲は強いが、自社ビルや事務所用地の買主はまだ少ないことから、回復には期待できない。	
コピーサービス業（従業員）		・全体的には取引企業による利用は減少傾向にあるが、IT関連企業や製薬各社からの受注が大幅に伸びているため、売上は現状維持の見込みである。	
やや悪くなる	繊維工業（経営者）	・輸入品による影響が、価格のみではなく国内生産量にも及んでいる。この傾向は数か月後も変化がないと予想されるので、先行きの見通しは厳しい。	
	繊維工業（団体職員）	・受注に対する引き合いなどがなく、原料価格も高騰気味であることから、先行きは厳しい。	
	悪くなる	-	-
雇用 関連	良くなる		
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・企業のニーズが専門分野化し、今まで以上にスキルチェックが厳しくなっているものの、派遣社員を投入する動きが顕著にみられる。また、IT関連ではかなり多くの人数を必要としていることから、先行きに期待が持たれる。
		人材派遣会社（社員）	・求人数は徐々に上昇してきているので、求職者とのミスマッチがなければ契約数は伸びる。特に技術系の求人は多く、高スキルの求職者の供給が今後必要である。
人材派遣会社（社員）	・料金の下げ止まり感があり、今後売上高や発注が増加することが予測される。また、大口の案件も多く、先行きに明るさがみえる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・求人業種に少し変化がみられる。また製造業の求人の増加も半年以上継続していることから、求人数全体に占める割合は大きくないものの、その影響力に期待できる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・本学に対する求人数も少し増加傾向である。中には、ここ数年採用を控えてきた企業が採用を再開するケースが少し出てきていることから、先行きに期待が持たれる。
	変わらない	職業安定所（職員）	・求人数については増加が続いているものの、伸びは鈍化してきている。また、依然パート、臨時の求人が多いなど不透明な部分があることから、大きな上向きは期待できない。
	やや悪くなる	-	-
	悪くなる	-	-

8. 中国（地域別調査機関：（社）中国地方総合研究センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連	良くなる	住関連専門店（営業担当）	・新しい商品に対する要望や興味が高く、今までと違う高額商品を求める客の声も増加し、単価も上昇している。 ・新商品により、新しい消費動向を生む可能性もあり、全体的に消費は拡大傾向である。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・地域の経済がやや良くなってきているので、消費の方に波及してくると見込んでいる。
		百貨店（販売促進担当）	・高額品を中心にブランド品が良く売れている。 ・これからお中元商戦に突入し、大きな施策を用意している。
		百貨店（販売担当）	・シーズン商品は苦戦しているが、7月のクリアランスセールには買い控えられていた客が戻ってくる。
		スーパー（店舗運営担当）	・依然、競合新規開店店舗を含めた買い回りは続くと思われるが、1か月以上経過すると、ストアコンセプトの明確化などにより、元の状態に復帰できる。
		スーパー（総務担当）	・青果物の単価の下落がいつまで続くのか心配な部分もあるが、販売数量が1ポイント程度だが前年を上回ってきており、客単価とともにプラス要因になってきた。
		コンビニ（エリア担当）	・客単価も堅調だが、客数も伸びてくる要素がある。長時間スーパーが時短形態に変更したり、競合スーパーも出店がなく、落ちてきている。景気は良くなりつつある。
		コンビニ（エリア担当）	・梅雨明けとともに、例年、街中の人通りが増加し最大のピークを迎えるが、今年は、現状で街中に例年以上の人通りを見かける。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・あまり、価格のことがばかり聞かれることがなくなり、高額商品も動いており、徐々に良くなる。
		家電量販店（予算担当）	・大型の液晶テレビが依然と好調で、DVD録画機もオリンピックを控え、勢いは止まらない。
		乗用車販売店（統括）	・7月初めに発売される新型車に期待をしている。また、商業車も新しく発売されるので、若干上向きになる。
		自動車備品販売店（経営者）	・景況感は確実に上向いているし、夏のボーナス商戦に向け、各メーカーともAVの新製品のラインナップが出そろったので、6月、7月の販売量は伸びてくる。
		その他専門店〔スポーツ〕（店長）	・2004年はサッカーのヨーロッパ選手権、南米のコパアメリカ、8月のオリンピックが控えているため、それに向けた商品が増えるため、昨年よりもより良い数字が望める。
		その他専門店〔カメラ〕（地域ブロック長）	・手放しでは喜べる状態ではないが、現在の売上から見ると若干明るい兆しがみえている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・広島では、夏に開催されるインター杯を始め、各種団体の宿泊の予約があり、順調に部屋が埋まりつつある。
		旅行代理店（経営者）	・国内旅行は、依然として前年100%止まりであるが、海外旅行が、段々と例年並みに戻ってきているため、全体的には良くなってきている。
		テーマパーク（財務担当）	・客の声からも景気が悪いという感覚はないという向きがみられる。
その他レジャー施設〔温泉センター〕（営業企画担当）	・開業以来の大掛かりな各種修繕を予定しており、顧客を含め一般向けの告知を実施した集客策を講じる予定である。 ・また現時点の厳しいなかにも来客数に徐々に回復の兆しを感じており、先折れしないよう慎重に営業施策を講じる。		
美容室（経営者）	・客から、景気が悪いという声を聞かなくなった。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（経理担当）	・客の購入意欲には大きな変化がみられないが、新規発売物件が競合物件の比較的少ない場所で予定されているので、契約の増加が期待できる。
	変わらない	商店街（代表者）	・商店街として転機となるトピックスがない。郊外型大型店の新規出店も予定されており、中心市街地の沈下に有効な手だてを打てていない。
		百貨店（販売促進担当）	・6月上旬より中元商戦、7月には、夏のセールがスタートするが、主力のミセス層を中心に回復基調がみられないため、なかなか好転材料が見えない。
		百貨店（売場担当）	・総額表示は昨年秋から実施しているため、当店であまり影響はない。 ・今まで現金払いだった客が、ボーナスを見込んで、クレジット払いにすることが増加している。
		百貨店（営業担当）	・マーケット内で、郊外と都心の分散された状況が続いていくことが考えられ、よほどのトレンド商材が出てこない限り、消費の底上げになることはない。
		百貨店（購買担当）	・セールなど夏商戦において例年選挙年は買い控えが多いと言われるが、猛暑という情報もあり、夏商材が早期プロパー時から動く。
		スーパー（店長）	・消費者は少しずつではあるが、税込売価に慣れてきていると思われるが、総額表示商品に値ごろ感を出すために、売価を税抜売価に合わせるなど、売上利益の確保は難しい状況が続く。
		コンビニ（エリア担当）	・酒類免許緩和などによる売上上昇分以外は、販売状況にやや鈍化傾向もみられ、当面横ばいで推移する。
		衣料品専門店（店長）	・単価的には、高額品顧客と廉価品顧客の二極化は続いているが、ついで買いをする客がいずれも少なく、景気の状況は変わらない。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・今後も、一品単価の減少が続くと見込んでおり、客数の増加策を構築中ではあるが、はっきりと見えてこない。
		乗用車販売店（経営者）	・客の動きが、買うも一喜一憂するなど、手ごたえが感じられず、つかみどころがない状況がしばらく続く。
		乗用車販売店（サービス担当）	・販売量が最も伸びる時期であるが、新車の投入予定も少なく、販売量は下降気味に推移する。 ・サービス部門では点検の受注が減少している。
		乗用車販売店（営業担当）	・商品力による来客数増加は見込めるが、新規の増加率から見ると、依然格段に伸びる傾向はみられない。
		高級レストラン（スタッフ）	・予約状況から判断するとあまり変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・客単価は3か月前と変わらず低いが、子供用商品が増加し、家族単位の客が増加したのでこれ以上客単価は下らない。
		一般レストラン（店長）	・お好み焼・鉄板焼のチェーン店だが、依然アメリカ産牛肉の輸入が再開されず、牛肉の仕入単価が高騰しており、客のニーズに合う価格で提供できない。見通しも立っていないように我が社としては厳しい状況が続く。
		観光型ホテル（経理総務担当）	・行楽シーズンを迎え、客数の伸びは見込めるが、格安プランでの利用が多く、客数の伸びの割には売上が伸びない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・先行きの予約状況が、前年度を下回っている。
		都市型ホテル（経営者）	・依然として客室部門、飲料部門の回復の傾向はなく、前年割れ状態が続いている。
		タクシー運転手	・10月からの任意保険強制加入と、輸送介護NPO増加により、タクシー業界は、全体が上向いても、現状と変わらないと見込んでいる。
		通信会社（広報担当）	・市場全体が鈍化傾向にある。特徴的な新商品の予定がない。
	ゴルフ場（営業担当）	・ゴルフ業界では、都会では景気回復がみられるようだが、地方では変わらないが、ますます悪くなっているところもあり、全体的には変わらない。	
	設計事務所（経営者）	・建築業界では仕事も絶対量が少なく、公共工事も少額で絶対数も少なく今後の景気対策も出ていないため、苦戦は続く。	
	住宅販売会社（従業員）	・受注状況が、顧客が慎重に構えていること、原材料の微値上げなどにより、今後伸びてくるような状況になっていない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・需要と供給のバランスが崩れるなか、供給過多により単価が低く、売上減少がこの先もどんどん続く。
		一般小売店〔100円商品〕（店員）	・8月ごろに、近郊に巨大ショッピングセンターが開店する予定であり、その影響を受ける。
		百貨店（売場担当）	・競合店リニューアルや郊外店オープンによって離れていったミセスの客は戻ってきたが、ヤングの客は依然として戻ってこない。
		コンビニ（エリア担当）	・安いものを買おうとする客の動きが止まらないため、景気としては良くならない。
		コンビニ（エリア担当）	・一般的な売上の状況は少しずつ伸びていくと推測しているが、7月に近郊に大型ディスカウントストアが出店予定、また、倒産したスーパーが再建されるので、この影響が読めない。
		コンビニ（エリア担当）	・夏場のビールの売上低下が予測される上、学生の財布のひもが固くなっているため、学生の消費が上がる夏休みに期待ができない。
		衣料品専門店（販売促進担当）	・これから暑くなるため夏物は動くが、バーゲン時期が早くなってきており、客動向やタイミングを探るのが難しい。
		乗用車販売店（店長）	・販売の動きが前年に対して悪くなってきており、売れる要因がない。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・商品の素材となる、金・プラチナとも値上りしており、商品の価格に反映され、客の購買希望価格より高くなってきている。
		一般レストラン（店長）	・客の会話の中で「プラズマテレビを買う」など、大型の買物をする声がよく聞かれることから、外食に回す費用より、大型商品に回す費用の方が増加する。
		タクシー運転手	・景気全体は上向きであるが、3割の増車があるため、タクシー業界では景気が悪くなる。
通信会社（通信事業担当）	・弊社サービスのブロードバンド回線も必要としているところには、ほぼ普及してしまった感がある。残り少ない新規顧客の獲得を他社と競い合い、既存ユーザーの囲い込みに今まで以上にサービスや工夫が必要になっている。		
	悪くなる	百貨店（売場担当）	・大手と言われている婦人靴問屋が、軒並み前年を割っている。特に、ヤングキャリア向けブランドを展開している問屋が、前年の50%であり、今年は、ヤングキャリア層の商品が、近年ない落ち込みを示しており、今後も浮上する要因はない。
企業 動向 関連	良くなる	非鉄金属製造業（経理担当）	・上期一杯の社内材料には、明るいニュースもちらほらある。
	やや良くなる	食料品製造業（総務担当）	・新しいOEM商品を6月から製造することが決まり、販売量、受注量ともに増えたことより、これから良くなる。
		化学工業（総務担当）	・売上好調につき、原料調達に6か月先位から窮屈になる模様である。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・需要家の好調は今後も継続見込みであり、生産量も現在の水準を維持できる。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・原材料の高騰が気がかりである。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・増産の打診があり、対応を検討中である。また、開発部門も過負荷の予想である。
		輸送業（総務担当）	・賞与一時金後の需要が見込めるため、電化製品などの動きが良くなる。
		金融業（業界情報担当）	・原油高や米国の金利上昇の減速など、外部環境の不透明感は根強いが、世界的な景気拡大基調は今しばらく継続するとみられ、当面受注量は増加基調を維持できる。設備投資も拡大見込みである。
変わらない	食料品製造業（総務担当）	・売上は、前年並みに推移している。	
	化学工業（総務担当）	・新製品開発も、原料価格と販売価格の折り合いがつかず、売上増につながっていない。	
		化学工業（総務担当）	・先月から大きな変化はない。経費節減や業務の合理化・効率化などの社内体制の整備により少し利益が出るようになったが、物流費の上昇や原燃料費高の影響を受け、収益面での景気回復は厳しい状況である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		鉄鋼業（総務担当）	・景気が回復傾向にあるという報道はあるが、依然として外需依存型の回復にある。円高や今後の中国を中心としたアジア情勢などを注視した見極めが必要である。 ・原料価格・物流費の上昇などが懸念され、収益面に影響が予想されている。
		金属製品製造業（総務担当）	・原材料価格の推移が不透明である。
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	・海外向けの自社商品の売上が北米を中心として好調であり、今後も受注予定がある。
		電気機械器具製造業（広報担当）	・液晶部門は、受注拡大と価格回復で上向きであるが、LED部門において価格競争が依然非常に厳しく、この傾向が引き続き続く。
	やや悪くなる	通信業（社員）	・営業の展開においては厳しいものがあり、今後2～3か月後に景気好転して受注増に結び付くとは思えない。 ・中期的な営業戦略で考えていかなければならないが、現段階では価格競争面で採算的には厳しいものがある。
		繊維工業（統括担当）	・繊維業界は、再建する大手企業の影響を受ける。
		建設業（経営企画担当）	・依然として公共事業に依存しており、3か月後の状況については厳しい状況が続く。
	悪くなる	建設業（営業担当）	・依然として、官庁関係の工事量は増える見込みはないため、民間工事に頼らざるをえない状況であり、量、質とも厳しい状況は続く。
		-	-
		-	-
雇用 関連	良くなる	求人情報誌製作会社（支店長）	・地域内影響力の大きい自動車製造業の見通しも立ち、関わりのある企業の安堵感や期待を感じる。懸念材料も消え、関連企業の雇用も増加しそうな雰囲気である。
	やや良くなる	人材派遣会社（支店長）	・雇用に関する景気は良くなるはずだが、必要な人材を確保できるかにより企業の優劣がはっきりしてくる。つまり先行投資と賃金や処遇により人を確保できるところの勝ち組が、雇用の景気もけん引していく。
		求人情報誌製作会社（支社長）	・求人数の増加が相変わらず手堅い。
		新聞社〔求人広告〕（広告営業担当）	・新聞求人数が前年比150%以上の出稿状況であり、この状況が、当分続く状況にある。
	変わらない	学校〔大学〕（就職担当）	・全体的な就職希望者数が全国的に減少傾向であるが、当面は就職内定状況、求職状況、求人状況ともやや上向きである。
		人材派遣会社（経営者）	・人材派遣の需要は堅調で、事務職、販売職、作業職など幅広いが、企業の要求は高く、人材が不足している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人広告は機械製造などがあるがこれが一過性のものかどうかは不明である。
		職業安定所（雇用開発担当）	・製造業、運輸、通信業での求人が活発になると期待が持てる。
		職業安定所（職員）	・昨年相次いだホテル、電機メーカー、百貨店などの幅広い業種でのリストラの影響で、今もなお地域での求人マインドを冷え込ませており、求人募集を慎重にさせている。
		職業安定所（職員）	・求職者数は減少傾向を示し始めているが、管内の企業にリストラの動きもあり、先行きは不透明である。
職業安定所（職員）		・サービス関連の求人は増加傾向である。 ・県の主力産業である建設業の工事減少で厳しくなっている。 ・小口の企業整備などが多い。	
民間職業紹介機関（職員）	・一部の能力のある人以外は常用労働者になれない状況が続いており、常用労働者が増加していない。		
学校〔短期大学〕（就職担当）	・新年度を迎えても、各企業の採用担当者からは雇用に結び付くような話は聞かれず、慎重な姿勢を保っている様子が感じられる。どこの企業も今年度の採用計画については未定が多く、また現状維持を公言する企業も多い。		
	やや悪くなる		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	-	-

9. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	家電量販店（店長）	・6～8月に、薄型テレビ、DVDレコーダーが急激に伸びる見込みである。また、エアコン、食器洗浄器なども、期待できる。
	やや良くなる	家電量販店（店長）	・オリンピック開催効果から、デジタル関連商品の動きが活発になる。また、長期予報では猛暑が予想されており、来期は相当期待できる。
		家電量販店（営業担当）	・例年より暑い夏になるとの予報から、季節商品及び冷蔵庫、洗濯機などの商品に期待している。
		乗用車販売店（従業員）	・客の動きが活発で、来場者数も非常に多く、新型車を発売する6月以降、販売は上向くと期待している。
		旅行代理店（従業員）	・国内外への旅行相談が増え、夏休み期間中の旅行実績は確実に増加すると見ている。
		観光名所（経営者）	・昨年は冷夏のため、客の動きが悪かったが、今年は例年並みの暑さが予想されるので、観光客の増加を見込んでいる。
		ゴルフ場（従業員）	・来場者数は2、3か月前からコンスタントに増加している。2、3か月後の予約もコンスタントに入っている状況から判断すると、この流れは続く。
		設計事務所（所長）	・一戸建住宅や高齢者向け住宅に動きが出てきた。
	住宅販売会社（従業員）	・商談に時間のかかる高額物件の相談が増え、ここ数か月以内で受注単価は大きくなる。	
	変わらない	一般小売店〔菓子〕（販売担当）	・まだまだ客数の減少が止まらない。
		百貨店（総務担当）	・客の買い方は依然変わっていない。例えば、催し物で2,000円以上買上の方に粗品を進呈するとした場合、客の多くは2,000円しか購入しない。また、宝石では、ダイヤに売上が集中し、値段が高いか安いかわかりやすいルビー、サファイア、エメラルドなどはさっぱり売れない。
		百貨店（営業担当）	・宝飾、絵画等の高級品は、比較的好調に推移している。しかし、キャリア、ヤング向けの高ファッション商品の動きが鈍く、バーゲンに対する反応も総じて小さい。
		コンビニ（店長）	・酒類免許の緩和、スーパーの営業時間延長による影響は、今後、売上不振として現れる。また、飲食店や食堂等からの受注は減少しており、回復する要因が見当たらない。
		衣料品専門店（経営者）	・来客数の減少による売上の前年割れが続いており、現状では回復の見込みは薄い。
		乗用車販売店（従業員）	・販売店の再編により、販売競争はますます激化している。
		乗用車販売店（営業担当）	・来客数が低下しているため、訪問活動により新車購入情報を収集しているが、購買意欲がなく、期待が持てない。
		都市型ホテル（経営者）	・先行きの予約状況が、もう一つ伸びてこない。
		その他住宅〔不動産〕（経営者）	・取扱状況に顕著な変化がみられないため、このような状況がしばらく続く。
		やや悪くなる	商店街（代表者）
一般小売店〔生花〕（経営者）			・2、3か月先は、イベント、新規オープン、開店などが少なく、売上が伸びる可能性がない。
スーパー（営業担当）			・中元等に関する購入アンケートを行ったが、今年は抑えめ、また身内の方には送らないといった消極的な意見が多い。
設計事務所（職員）	・生産余力はあるが、受注力、受注量が伴わないため、上半期はそれほど景気は良くなる見込みはない。		
悪くなる			
	良くなる		
		食料品製造業（従業員）	・2、3か月先に新商品の発売が予定されており、その新商品の効果で、販売量は現在よりも伸びる。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・4、5月の落ち込みが大きく、今後はこれ以上落ち込むことはなく、少し上がってくる。
企業 動向 関連	化学工業（営業所長）	・全体的に受注量が増加傾向にあり、中国特需による原料不足から、品不足のタイト感が出てきている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		電気機械器具製造業（経営者）	・工場の設備更新等は大変活発になってきた。しかし、設備投資をする会社としない会社の格差が顕著になっている。具体的には、光関係は伸びているが、食品・化学等はまだまだである。
		金融業（融資担当）	・県外の都市部の会社と取引する一部製造業で、受注が改善している。
		広告代理店（経営者）	・取引先で8、12月に新店オープン予定があり、受注面で少し上向きが増えている。
		公認会計士	・最近、取引先からの相談で、設備投資、土地購入等の内容が増えてきており、各企業とも将来に明るさがみられる。
	変わらない	一般機械器具製造業（経理担当）	・排ガス規制や機械の老朽化による買換え需要が続いており、総需要が前年を上回って推移している。この状態が継続すると考えている。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・鋼材等の高騰が今後どう影響するか、先行きが不安である。
		建設業（総務担当）	・設備投資関連の引き合いが増えると予測されるが、競争が激しく、落札価格が押し下げられ、受注できても収益面では厳しい状況が続く見込みである。
		輸送業（支店長）	・原材料を含む石油製品の値上がり分を商品価格に転嫁できる状況ではなく、先行きに不安感がある。
		輸送業（役員）	・主な客の出荷量の伸びは、前年比で横ばいとなってきており、大きく伸びる見込みは薄い。
	やや悪くなる	-	-
悪くなる	-	-	
雇用関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・4、5月に取引先に提案している、お盆前のUターン者の戦力採用、特にブレーン採用の求人が増加する。
	変わらない	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・上半期の求人広告予算は、どの企業も前年比マイナスになっている。
		職業安定所（職員）	・求人数は前年比で若干増加しつつあるが、雇用保険の被保険者数は減少傾向に歯止めがかかっていない。建設業で企業整理の動きも強まっており、雇用面での厳しさはまだ続く見込みである。
		職業安定所（職員）	・新規求職者数は、前年比で8か月連続して増加したが微増にとどまった。また、求職期間が長期化する傾向にあったが、長期滞留していた求職者が減少している。
		学校〔大学〕（就職担当）	・大学新卒者への求人は、量的拡大がみられず、採用に対する企業の慎重な姿勢が続いている。
	やや悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・6月末で派遣を打ち切る企業が予想以上に多かったため、やや悪くなっていく。
悪くなる	-	-	

10.九州（地域別調査機関：（財）九州経済調査協会）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連	良くなる	高級レストラン（専務）	・鹿児島中央駅のオープンに合わせて色々なイベントがあるので、今年いっぱい景気が良くなる。
		一般レストラン（スタッフ）	・中津市に自動車工場ができ、多くの社員が流入してくる。その人たちにしっかりとアピールしていける会社はチャンスである。
		その他飲食〔居酒屋〕（店長）	・3月から新幹線の流れで人が入ってくるようになり、焼酎ブームなのでこれから楽しみである。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・来店客数が増えている。
		商店街（代表者）	・地元消費者の動向に変化はないが、常時割引販売を行う店舗や、品ぞろえの豊富な店の売行きが上昇傾向にある。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・売出がある程度落ち着き、客自身が商品の評価をしっかりとしてくれるようになった。
		百貨店（営業担当）	・紳士服の動きに下げ止まり傾向が現れている。
		スーパー（企画担当）	・製造業を中心とした景気回復により、中元賞与アップが想定される。特に製造業従事者中心の商圏であることから、現状よりも多少景気は回復する。
		衣料品専門店（総務担当）	・ヤングの婦人服とカジュアルの宝石商品が売上好調である。この傾向が今後も続く。
		家電量販店（経営者）	・アテネオリンピックに向けて、デジタル商品への関心が高まっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（総務担当）	・九州新幹線の開通やオリンピック等、明るい話題が消費にも影響する。
		家電量販店（企画担当）	・気候が暑くなりそうであることに加え、アテネオリンピックを控えているため、需要が期待できる。
		乗用車販売店（経理担当）	・来月に新型車が出るため、それに伴い若干ではあるが販売台数の増加が見込まれる。
		乗用車販売店（管理担当）	・地元企業破たんの影響が大分落ち着き、消費マインドが少しは上向く。
		一般レストラン（スタッフ）	・先月、今月と客も増えているので、今後夏場にかけて売上も若干増える。県外客も若干増えているようである。
		都市型ホテル（副支配人）	・個人の予約の動きが活発化してきた。
		通信会社（業務担当）	・メーカー施策での低価格商品の出現と拡販キャンペーンにより、今まで高価格のため他社携帯を購入していた客の新規乗換え需要と、買換えを見送っていた既存ユーザー層の機種取替え需要が大きく高まる。
		通信会社（総務担当）	・ケーブルテレビ関連の販売をしているが、デジタル化等が追い風になっており、2～3か月後も伸びていく。
		通信会社（営業担当）	・来月からキャンペーンが始まり、機種の価格が大幅に値下がりするため。
		美容室（店長）	・客がこちらが薦める商品を買ってくれたり、金額が少し上がったも何も言わずに買ってくれるので、少し余裕が出てきた。
住宅販売会社（従業員）	・住宅ローン減税によるメリットを受けるため、今から年内完成の客が動き出す。		
変わらない		商店街（代表者）	・購買力、キャッシングとも前年より落ちており、こういう状態が長く続く。
		商店街（代表者）	・街全体を見ても、繁栄している店はあまり耳にせず、逆に倒産する店が数軒出た。営業不振から店舗を貸す店も出ている。また、CDが売れなくなったことから、逆に古いレコードの販売に転換したり、1枚数百円の洋服類を販売したり、ランチも500円が主流になる等の動きがみられる。総額表示導入による影響も、今後ポディーブローのように効いてくる。
		百貨店（営業担当）	・入店客数が若干増えつつある。買上量はやや底離れしているが、今後この傾向が続くかは疑問である。
		百貨店（営業担当）	・消費者の購買意欲はそれほど高くなく、バーゲンセールやお得意様特招会等、催事以外の通常商品の売上回復はいまだに見込めない。
		百貨店（営業担当）	・現状であれば、6月に近郊にファッションモールもオープンするため、落ち着くまでは苦戦を強いられる。
		百貨店（売場担当）	・前年同時期と比べて売上高は非常に良かった。しかしゴールデンウィーク効果による売上増であり、単純に平月を見た場合は今までと変わらない。この傾向が今後も続く。
		百貨店（営業担当）	・主要催事での購買客数の減少や、平日の入店客数の減少が目立ち、先行き不透明である。
		百貨店（売場担当）	・若干購買率が下がっている。入店はしているが、買うのに慎重になっている。特に衣料品について、単価の高いものの動きが悪い。今年についてはオリンピックや選挙等が控えており、売上の伸びが良くない。
		スーパー（店長）	・総額表示の影響が軽微に済んで、食品関係はあまり変わらない。しかし、インポート関係の商品や付加価値のある衣料品等、やや単価の高いものが一時売れていたが、今月は極めて厳しくなっている。近隣にインポート商品を扱うアウトレットモールができたことによる影響も考えられる。初夏の衣料品の動きも悪く、この状況が今後も続く。
		スーパー（総務担当）	・来店客数は前年並みだが、買上点数が少なく、金額が上がらない。購買は食品中心であり、衣料品、住居用品への広がりはない。
		コンビニ（経営者）	・競合他社も店舗を展開しており、売上減が続いている。厳しい状態が続く。
		コンビニ（エリア担当）	・天候も良く、オリンピックも開催され、ボーナスも出る等、2～3か月先に好転する材料がそろってはいるが、ここ数年好材料がそろっていても売上は好調に推移していない。売上が上がる確信が持てない。
		コンビニ（エリア担当）	・コンビニにとってこれから1年間の中で最も稼がなければならぬ時期だが、競合店の出店も含め、状況は厳しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（店員）	・物の動きは少し良くなっているが、単価は特に上がっていない。また1人当たりの販売量も増えているわけではない。3か月後はセール時期なので利益率が一段と低くなるが、販売量の動きは良くなっており、期待できる。利益率は下がるが、販売量は増えるため変わらない。
		自動車備品販売店（従業員）	・客数は戻りつつあるが、客単価が下がっている。
		旅行代理店（従業員）	・夏休み等の先の予約があまり入っておらず、ビジネス客や家族旅行の需要が停滞している。
		タクシー運転手	・周りの状況からは、以前はかなり財布のひもが固かったが、それがいくらか緩んでいるようだ。観光客の入込もいくらか増えている。
		タクシー運転手	・夜の繁華街に若干客が増え、活気が出てきた。
		通信会社（企画担当）	・既存サービスの価格低下を補えるだけの、新サービス購入による顧客単価上昇は困難である。
		競輪場（職員）	・販売量よりも入場者の数の上昇が大きく、先行きはプラス要因が多いと見受けられるが、時期的に夏を迎えて落ちる場合があるのではないかと懸念される。
	理容室（経営者）	・最近の客の動きを見ていると、来店回数が非常に伸びている。それに対して新規客の動きがあまりなく、全体的な顧客数が増えない。	
	住宅販売会社（従業員）	・先行き不安を口にする客が減ったように思われるが、大手企業、公務員の人とその他では温度差がある。	
	やや悪くなる	スーパー（店長）	・大型商業施設がオープンし、半径40キロ以内の競合店になるため、特に土日は集客が懸念される。
		衣料品専門店（店員）	・6月に郊外に大型商業施設がオープンするので、客数が減少する。特に、20代、30代のニューファミリー世代は新しい商業施設に行きがちなので、当店がターゲットとする層の来客数が減る。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・近隣に大型商業施設がオープンするため、影響が出ることは必至である。
		美容室（経営者）	・昔はお盆のような年に一度の行事には必ずお洒落をしたり用事をしたりであったが、なかなかそういう方向に向いていない。
		住宅販売会社（従業員）	・都心部のマンションの需要が大きいので、周辺部の宅地、戸建の分譲の価格を下げざるを得ない。景気は良くならない。
	悪くなる	百貨店（営業企画担当）	・近くに大型商業施設やアウトレットモールがオープンしたほか、福岡一極集中も拡大傾向にあること等から、客数の減少が8月までは続く。
企業動向関連	良くなる	電気機械器具製造業（経営者）	・今まで経費節減等で努力してきたため、受注量が増えれば完全に利益につながる。
	やや良くなる	農林水産業（経営者）	・焼き鳥、バーベキュー等の最需要期に入ることに加え、鳥インフルエンザの影響も収まりつつあるため、今後はかなり期待できる。
		家具製造業（従業員）	・受注情報が前期と比較しておう盛である。また、首都圏の活発な動きが多少地方にも波及している。
		金属製品製造業（企画担当）	・価格低下が依然として続くと思われるが、受注量が漸増傾向にあるため、景気は良くなる。
		精密機械器具製造業（経営者）	・カスタマー、同業者の情報から、今よりも良くなる。
		輸送業（従業員）	・多くの荷主の出荷量が、ここ数か月で確実に増えてきた。
		広告代理店（従業員）	・大型商業施設等、出店計画がいくつかあり、それに伴う広告収入が見込める。
		経営コンサルタント	・酒類業界全体で焼酎ブームが安定化しており、その影響で業界の動きは活発である。
		その他サービス業〔物リース〕（役員）	・経営者の中に設備投資に前向きな話が出てきた。
		変わらない	食料品製造業（経営者）
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・陶磁器産業は、例年夏場は需要がガラス製品にシフトするため落ち込みがひどいが、今年度はそれが早く来ており、先々の受注関係に苦慮している。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・材料が値上がりしてきたので、あまり景気は良くならない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般機械器具製造業（経営者）	・取引先の話では、自動車関連が夏場過ぎまで、忙しいほどではない。ただ、他の取引先で受注の話があり、現状とそう変わらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・半導体関連全般、並びに液晶関連の精密機械部品等の動きは、現状維持で継続する。また、動き全体としてもまだまだ拡大傾向が予想される。
		建設業（総務担当）	・個人住宅等の受注がとにかく少ない。また、見積をしてもその一部の施工依頼にとどまることも多く、大型案件が非常に少ない。
		輸送業（従業員）	・消費者の購買意欲が低い。それを問屋、小売店も分かっており、店舗自体に商品を置かず倉庫に置いており、荷物の動きが悪い。今後これが改善する兆しは今のところない。
		輸送業（総務担当）	・ここ2か月あまり衣料品の新店オープンで衣料品が動いていたが、あとの商品に関してはほとんど変わらない荷動きをしている。
		通信業（職員）	・テレビ放送のデジタル化に向けた動き（アナログ周波数変更対策等）により、若干の受注増の見込みはあるが、16年度全体の予算からみればまだまだ不足している。
		広告代理店（従業員）	・中央では景気が上向きという声もあるが、地方では実感に乏しい。レギュラー広告の落ち込みを単発広告で補えず、売上は停滞状態である。
	やや悪くなる	鉄鋼業（経営者）	・これまで伸びてきた契約量に陰りがみられる。また、市場では価格面で下降圧力がかかってきた。国内需要が大幅に増加する兆候は見受けられず、市況は踊り場から調整局面に入る。
		広告代理店（従業員）	・折込広告は、受注量が前年及び最近の状況に比べて80%程度の落ち込みとなった。特別な原因が考えられないため、全体的な消費の落ち込みが続いている。
	悪くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・九州の造船業を取り巻く環境は非常に悪い。大手造船所は特需が5年間程度続くが、中小造船所は相変わらず厳しい。
雇用 関連	良くなる	民間職業紹介機関（支店長）	・長期・短期の案件を問わず、また多種多様な職種の求人が活発化しており、需要数も右肩上がりの傾向が顕著である。労働者派遣法改正による効果も出ている。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・派遣のオーダーの傾向を見ると、今まで応援部門、広報部門の需要が多かったが、最近では営業の前線部隊に対するオーダーが出てきている。
		求人情報誌製作会社（総務担当）	・企業業績の好転に伴い、採用に対するマインドが改善し、求人数が増加している。
		職業安定所（職員）	・雇用吸収力の高い製造業からの求人が堅調に推移している。
		職業安定所（職員）	・2～3か月ごとに仕事が出てくるという話を複数聞く。ただし採算面で厳しい状況は続きそうである。
	変わらない	求人情報誌製作会社（編集者）	・これから夏の繁忙期を迎え、短期雇用の求人は活発になると思われるが、アウトソーシングが幅広く浸透しているので、媒体による求人が顕在化しにくい。アウトソーシングも競争が過熱気味で、時給単価が下落傾向である。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・雇用形態の様子がますます臨時的職員採用へと移っている。
やや悪くなる			
悪くなる			

11. 沖縄（地域別調査機関：（財）南西地域産業活性化センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	一般小売店〔衣料・雑貨〕（店長）	・観光客の増加が期待され、現段階でマイナス要素はみられないことから、良くなる。
	やや良くなる	衣料品専門店（経営者）	・商品単価も客単価も徐々に上がってきており、今後は期待が持てる。
		その他専門店〔楽器〕（経営者）	・県内の各地に新しい観光スポットや新しいホテルの建設などが進んでおり、更なる観光客の増加と失業率の改善が期待され、好転に向かう。
		観光型ホテル（商品企画担当）	・前年との比較で推測すると、稼働率は昨年並みだが、販売単価が上向きのため、収入は昨年より上回る。
		住宅販売会社（経営者）	・民間工事が非常に活発であると同時に、観光客の増加が景気回復に寄与している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	住宅販売会社（従業員）	・商談件数が大幅に増えているわけではないが、乗客数を比較すると商談、相談を希望する客の割合は高くなっており、このことから、真剣に住宅取得を検討している客が展示場に来場していると受け止めている。
		百貨店（担当者）	・全体的に回復傾向にあるが、父の日の動向が懸念される。母の日ギフト同様に単価の低下が予測され、苦戦することが危惧される。ただし長期的には8月のオリンピックを始め消費をけん引する要素があることから、現在の動向は維持される。
		コンビニ（経営者）	・原油の値段が懸念されている状況となっていることから、今後も、原油高によってずいぶん左右される。
		コンビニ（エリア担当）	・大型ショッピングセンターやホテル等の出店案件があることから、まだまだヒト、モノは動く。その一方で、閉店も進む。
		コンビニ（エリア担当）	・マーケット環境が大きく変わらなければ、現状の好調さはしばらく維持される。
		家電量販店（副店長）	・今後予定されている大型量販店の出店により、今までどおりの低価格競争が続き、大きな売上の伸びは期待できない。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・外食頻度は上がってきているが、半額セールなど低価格設定が続いており、より高品質な内容にレベルアップしても、平均単価を100円上げただけで来客数が減少する。低価格設定の自店舗は前年比113%、高価格設定の自店舗は93%で推移している。全体を見回しても、超低価格設定の店舗展開をしているグループが元気が良い。
		旅行代理店（経営者）	・現在の状況が、今しばらく続く。
		観光名所（職員）	・2、3か月後も、沖縄観光に特に大きな環境変化はなく、当面好調に推移していく。
		ゴルフ場（経営者）	・無策であればやや悪くなるが、営業努力、集客に努めれば現状と変わらない。
	やや悪くなる	スーパー（経営者）	・2、3か月後、競合店の出店等が予定されているため、これから先、かなり厳しい状況が続く。
		スーパー（企画担当）	・競合各社が5月に大型店、6月に小型店と近くにオープンする予定があり、その影響がしばらくは出る。
	悪くなる	-	-
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	輸送業（営業担当）	・全国大会のイベントの取組と、新商品の発売を予定していることから、いくらか期待できる。
		通信業（従業員）	・新規サービスの提供準備が整いつつあり、まだ予断は許さないものの、景気が横ばいの中で新しいサービスを開始でき、今後が期待される。
		通信業（営業担当）	・大型案件の受注を見込まれている。
	変わらない	建設業（経営者）	・受注件数が増えても単価が下がり、金額ベースでは横ばいである。
		不動産業（支店長）	・まだまだ、景気が良くなる兆しがみられない。
	やや悪くなる	-	-
悪くなる	-	-	
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（営業担当）	・しばらくは県内の大手スーパー、ショッピングセンター、家電メーカー、ホームセンター、ホテル、コールセンターなど多業種に渡りオープンや業務拡大などがあり、大規模な応募が継続する。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・県内観光業界の雇用増加が期待され、それに伴い他の業界にも好影響が期待される。
		学校〔大学〕（就職担当）	・県内企業も観光産業を中心に回復基調にあり、企業倒産も減少傾向にある。したがって、緩やかだが景気は好転する。
変わらない	人材派遣会社（経営者）	・沖縄の観光関係は、相変わらず堅調に推移しているが、反面、公共工事の落ち込みがひどく、その関連の企業からの依頼などが少なくなっている。一方では伸びているが、一方ではマイナスの要因も出てきていることから全体としては変わらない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・新規求職者数は3か月前比で28.6%の増加となっている。特に雇用保険受給者及び中高年齢者の求職者で増加している。また、3か月前比で事業主都合離職者は88.6%増、新規学卒等の無業者は79.1%増、自己都合離職者は8.3%増となっている。新規常用求職者の年齢構成を見ると、3か月前比は30歳未満の若年者が37.7%の増加、45歳以上中高年齢者が36.7%の増加となっている。有効求職者は、3か月前比で25.0%増となっており、いったん離職すると再就職が厳しい状況となっている。雇用情勢は依然厳しい状況が続いている。
	やや悪くなる	-	-
	悪くなる	-	-