

・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（販売促進担当）	・12月後半から来客数・販売量ともに、わずかではあるが上向きであり、1月以降に期待が持てる。
		その他レジャー施設（職員）	・プロ野球やサッカーのシーズンが始まり、季節的に来場者が増える。更に地元プロ野球チームの昨シーズン後半の盛り上がり、地元サッカーチームの天皇杯善戦により、動員数の増加が見込まれる要素がある。それに伴い、チケット収入、飲食、物販の収入が増加することが予想される。
		美容室（経営者）	・欲しいと思う商品に対して興味を持つ客が以前より多くなってきている。
	変わらない	設計事務所（職員）	・不動産取引の動きが以前より多くなったように感じるため、全体としてはやや良くなる。
		商店街（代表者）	・春物への切り替わりが早くなってくると思われるが、まだ、これといったアイテムのトレンドが出ていないので何ともいえない。
		百貨店（売場主任）	・産業再生機構の管理下にある大手スーパーの問題があるが、函館においては恐らく具体化されず、先行き不安が商圈全体を覆い、消費マインドを引き下げる要因となる。
		スーパー（店長）	・12月商戦でのギフトの不振や必需品以外の購入の傾向からみても、先行きは厳しい。
		スーパー（店長）	・客の買物は日替わりの目玉商品が中心であり、余計な物は買わない傾向がますます強まっており、店に踊らされる買い方はしない。一方で、客は必要な物は買うという傾向がはっきりしているため、店のマーチャンダイジングが非常に大切になってきている。
		コンビニ（エリア担当）	・公共投資が削減され、所得税も増加する動きの中で、消費意欲は減少する。数量は伸びているが、価格の安い商品へのシフトは続いており、全体としては大きく変わらないが、どちらかといえば消費は悪くなる方向にある。
		コンビニ（エリア担当）	・所得税の増加や社会保険の増加など、個人の収入が増えない中で税金が増加するため、消費者の買い控えは今後も続く。
		衣料品専門店（店員）	・年明けのセールによって、客数、販売量ともに伸びが期待できるが、客単価は下がるため、売上の伸びはそれほど期待できない。
		家電量販店（店員）	・市内全体では大型電機店がオープンした10月の売上金額が大きく、その反動が出てくる。
		乗用車販売店（従業員）	・客から色々話を聞いても良くなる要素があるようにみえない。特に、函館では産業再生機構による支援を要請した大手スーパーの関連会社の百貨店の存在がどうなるかがあり、皆不安である。
高級レストラン（スタッフ）	・売上増加のための各種イベントを実施しても、日々の売上の減少を補うことはできない状況であり、今後も変わらない。		
高級レストラン（スタッフ）	・1～2月の予約件数は前年を上回って推移している。また、単価も少しではあるが上昇してきている。		
旅行代理店（従業員）	・相変わらず販売状況が低迷している。		
タクシー運転手	・3年前の規制緩和以来、新規参入で新しいタクシー会社が徐々に増えていることと、既存事業者の増車により、札幌でのタクシーの台数は1割以上増えている。一方で、利用客は増えていないので、一台当たりの売上がますます減少している。経営が苦しくなり、民事再生法を申請する会社も出てきている。		
住宅販売会社（従業員）	・所得の低下が今の販売量の低下につながっているようである。今の経済状況から大きく変わる要素が認められないので、状況としては今の状態が推移する。		
やや悪くなる	一般小売店〔酒〕（経営者）	・9月から売上が頭打ちとなっており、今後もこのままの状態が続く。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場主任）	・高額品の動きがみえてこない。冬物のバーゲン時期になるが、数量、単価とも動きが厳しくなる。
		百貨店（役員）	・原油高によるガソリン、灯油の値上がりが高止まりで続いている。明るい話題もあるが、家庭に響く支出が多く、購入意欲を減退させている。
		スーパー（店長）	・全国ベースでの個人消費はやや明るさを示したものの、北海道における改善の兆しはまだに不透明である。原油高要因も大きく影響している。小売現場では日々の客の動向が天候、競合店の販促状況、当社のプロモーションで大きく左右されるため、不透明感は否めない。
		スーパー（企画担当）	・実質的な増税や地元企業の業績悪化などの要因で、消費者心理が冷え込むことが予想され、今後の消費動向も予断を許さない状況が続く。
		衣料品専門店（店長）	・12月末といえども、景気は活気がみられないような状況であり、今後の税金問題が影響して、買い控え等が必ず起きる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・道内客が不振であることに加えて、道外のツアー客も伸び悩んでおり、海外からのインパウンドでこれを埋める傾向が続いている。人数の増加はある程度期待できるが、単価は伸び悩んでおり、全体としては厳しい局面が続く。
		旅行代理店（従業員）	・ボーナスの動向や所得減税の中止などで、家族旅行は近距離傾向が強くなっていく。
		観光名所（職員）	・タクシーの空車が以前より増えてきており、ますます悪くなるように感じている。
		美容室（経営者）	・客の会話の中で、さっぱり景気は良くなり、段々と生活が苦しくなってきたという声をよく耳にする。
		悪くなる	
一般小売店〔土産〕（店員）	・今後、安い海外旅行に押されて、北海道旅行の人气が落ちて来道客数が減り、空港利用や観光地の売上に響いてくる。		
観光型ホテル（経営者）	・愛知万博の影響が計り知れない。地域によってはマイナスに動くことは必至である。また新税制、ペイオフ、年金制度の問題なども、旅行機運・消費性向にかなり影響してくる。		
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	家具製造業（経営者）	・請負製品の受注残が多い。
		建設業（経営者）	・3月には公共工事のゼロ国債工事が発注になる予定であり、また、民間建築工事でも雪解け後の引き合いが始め、量、価格は別としてマインドは若干好転する。
	変わらない	通信業（営業担当）	・ここしばらく受注量と案件問い合わせは横ばいの感じがあったが、年明け以降の計画や業績予定に関して計画値以上の数量が出てきた。
		金融業（企画担当）	・函館までの新幹線着工決定という明るい話題もあるが、一般的には所得環境が厳しく、個人消費や住宅着工の低迷が続く。
やや悪くなる		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・道東の工事量が大幅に減少しているため、道南方面の盛り上がりや相殺され、全体としては今と状況は変わらない。
		輸送業（支店長）	・現在のところ、道内からの出荷貨物は順調に推移しているものの、道内需要の落ち込みで各種資材の入荷はダウンしている。そのことから第4四半期は落ち込み、悪化が予想される。道内の場合、資材価格の上昇が販売価格に転嫁できないため、コスト吸収力が落ちている企業は破たんの可能性が出てきた。
雇用 関連	悪くなる		
	良くなる やや良くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・新春からの新戦力導入や新規組織などの動きが一般企業にみられることに加えて、新卒雇用の早期退職に対する中途採用による雇用対策の動きが出てくる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・飲食、小売などの個人消費関連の求人を筆頭に、どの業種もおおむね増加傾向が続く。ただし、求人の中身は、アルバイト、パート、派遣などの非正規雇用が中心で、就職事情が好転するほどの変化ではない。
変わらない	求人情報誌製作会社（編集者）	・業務請負業など、特定の業界に依存している面があり、道内企業の観光、サービス、小売業に関しては顕著な動きが感じられない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・パート求人や就労地が道外である求人の割合が増加しており、今後も地元求人に大きな動きがみられない。
		職業安定所（職員）	・今まで採用を見合わせていた企業からの求人申請があるが、補充的な意味合いで、雇用拡大のための求人になっていない。
	やや悪くなる		
	悪くなる	人材派遣会社（社員）	・建設関連が動かないことは北海道においては厳しい。観光はさっぽろ雪まつりで一時的に盛り上がりを見せるが、そこから発生する雇用も短期間であり、3月のセール関係についても例年を下回る可能性が高い。企業業績に明るさがみられず、雇用環境の改善が見込まれない。

2. 東北（地域別調査機関：（財）東北開発研究センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	百貨店（売場担当）	・中越地震の影響は残っているが、新潟市内では売上も悪くなく、全体的に衣料を除いて、化粧品やブランド品、雑貨等かなり良い数字になっている。企画展等も客の動員がうまくいっており、財布のひもが緩くなっていて、景気は良くなっている。
		百貨店（販促担当）	・今月の28日で上越新幹線も開通し、交通網も震災前の状態に戻りつつある。またクリアランスの商戦も11～12月のマイナス分を補てんでできる。
		スーパー（店長）	・年末年始商戦も好調のまま推移しそうである。年明けは暖冬対策として春物商品の先行販売を始める。しかし明らかに消費が過剰になっているだけで、消費者の景気が良くなっているような感はない。今後その反動が来ることを懸念している。
		衣料品専門店（店長）	・年末に入り、ようやく例年並みの気候になってきて、動きの鈍かったシーズン商品の売上が見込めることと、フレッシュ需要が少しずつではあるが立ち上がってきており、今後期待が持てる。
		乗用車販売店（経営者）	・12月28日に上越新幹線が復旧し、中越地震からの復興が期待される。また暖冬で買い控えた冬物需要が1月以降にあると思われる。春先も量販タイプの新型車が市場投入されるので、消費を刺激すると考えている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・新幹線の復旧、震災による宴会や婚礼の延期分の再受注に期待したい。
		住宅販売会社（従業員）	・法人建築部門では、工事量の増加が著しく、材料や職人の不足感が出てきている。個人向け住宅・マンションについても新学期が始まる前の引渡し希望は根強く、今後の受注が期待できる。
	変わらない	商店街（代表者）	・商店街として来年も元日営業を決定し、盛り上がりを図ろうとしているが、来客数の割に売上が伸びず、客単価の低下が今後も続く。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・当地方では、野菜や卵等年末の売り出しでもまだまだ高い食品が多くある。こうした時期はお茶のような嗜好品の単価はあまり期待できないが、そう大きく落ち込みもしない。
		百貨店（売場主任）	・当県は、IT関連や自動車といった好調産業が希薄で、景気の底上げにつながるような材料に乏しい。
		百貨店（広報担当）	・2～3か月後の3～4月の時期は、ヒト、モノ、カネが動く時期であるが、個人消費はイメージ消費の側面が強く、ウォッチャーの意見としては好ましくないかもしれないが、どうしても行財政施策等の外的要因の改善やてこ入れがないと期待できない。
		スーパー（店長）	・年末の買い物動向の中で「お供え餅」を見ると、昨年と様変わりしている。昨年までは多少高くても本物の餅でできたお供えが相当数売れていたが、今年はプラスチック製のお供えがよく売れている。安価であることとカビの問題はあるものの、不景気を象徴している。
		スーパー（店長）	・一人当たりの販売点数は回復傾向にあるが、相変わらず必要なもの以外は買わない傾向にあり、この傾向は今後も変わらない。
	スーパー（店長）	・競合等の外的要因は現状と変わらず、集客状況も依然厳しい状況が続く。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（総務担当）	・景気を引き上げる要素が、近郊に聞こえてこない。残念ながら、消費はシビアな動向が更に続くものと覚悟している。
		コンビニ（エリア担当）	・ここ2年半位良くなる兆しが全くないままである。一部の勝ち組は分からないが、一般的な消費者は変わらないままである。
		コンビニ（店長）	・景気そのものは変わらないと思うが、とはいえ学生アルバイトの就職状況を見ると、年々良くなっているというのが事実であり、そういう点から見ると業界格差はあるものの良くなっているのが実態であり、来年はプロ野球新球団も進出してくるので、期待できる。
		衣料品専門店（経営者）	・地方でもIT関連は景気が多少上向きであるが、小売業は依然足踏み状態で、特に暖冬で冬物商戦は全くの不振である。また市町村合併や郵政民営化等、世の中が揺れ動きすぎている。
		衣料品専門店（経営者）	・例年、春物商戦に入る時期であるが、景気や雰囲気、状況を考えるとあまり期待できない。
		住関連専門店（経営者）	・暖冬とはいえ、ようやく冬らしくなってきたが、例年のような売上しか期待できない。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・夏以降売上が下がりが気味だったが、やや下げ止まった感じがする。
		その他専門店〔酒〕（営業担当）	・やや酒関係は冷え込む。しかし市町村合併等の動きもあり、プラスマイナス変わらない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・年度が変わっても基本的な消費動向に動きはないと思われる。業界自体が需要の減少を受けて、販売価格の低下傾向が続くそう、また、春に向かった需要減退とあいまって、粗利益の減少が予想されるため、ガソリンスタンドの景気は回復が困難と見込まれる。
		高級レストラン（支配人）	・宿泊予約は昨年同日比で同数である。宴会予約は、婚礼が多少苦戦しているが一般宴会が順調で、そこそこの売上は確保できる。レストランは周囲の競合店が2月から40店舗閉鎖するため、当社としては良いが、一時的なものである。
		一般レストラン（経営者）	・この調査に協力して3年になるが、派手に景気が良くなるような感じがなく、ずっとこの低調なままの状態、予約状況も派手さがないため、あまり期待はできない。
		観光型ホテル（経営者）	・例年通り還暦等の人生の節目の祝いの集まりは依然根強い。またお茶の会や踊りの会等のカルチャー的な集まりは年々人数が増えている。年末年始の高料金の時期を外し、三が日以降の利用が増えている。
		都市型ホテル（経営者）	・一般宴会、宿泊予約状況は相変わらず厳しいものがある。今般、婚礼専門雑誌に大きく広告を掲載したため反響があり、この土日は問い合わせや来館が多く、伸びが期待される。業界は依然としてゲストハウス系の参入により厳しさが続く。宿泊関係は新球団発足により、業界内には期待感がある。
		タクシー運転手	・当市に新球団が来ることになっているが、新球団が来てもすぐに景気が良くなるという状況ではない。今は悪い状況に向かっている、これは変わらないで続く。
		通信会社（経営者）	・半年以前と比べここ数か月間は確かに不景気感は薄らいできてきているが、顧客の購買意欲に力強さはあまり感じられず、賢さだけが強調されているように感じられる。
		テーマパーク（職員）	・予約スピードがかなり遅くなっているのに付け加えて、団体人数も少数になってきている。先行きを読めない状況である。
		美容室（経営者）	・景気の回復感が感じられない。来客数、単価的な部分も含め、ほとんど横ばいである。良い材料としては新球団進出があるものの、現実的には横ばいで推移する。
		設計事務所（経営者）	・年度末になり、手持ち仕事はおおむね終わっている。来年の仕事は今のところ、ないといえないし、あるといえばあるような状態で、正月以降に新しい話が出てくるのを期待して待っている状況である。
		住宅販売会社（経営者）	・ローン減税の反動落ちが一段落し、受注状況は2か月連続持ち直しており、しばらくこの状況が続くと思われる。ただ、展示場来場者数が減少気味なのが先行き不安材料として心配である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・支出デフレというのが、ガソリンや灯油、卵が高くなるとその分だけ他が減っていくという悪い循環に入っているが、収入が増えないから当然である。また中央と地方の収入格差、これは将来国を揺るがす大きな問題に発展する。東京が勝ち組で地方が負け組という構図はまずい。
		商店街（代表者）	・景気厳しき折は活況を呈すというジグザグがあるので、来春の初売りは期待できそうであるが、その後の反動が危惧される。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・春の繁忙期前の月であるが、売上をけん引する出版もあまり予定はなく、今のところ期待薄である。
		百貨店（企画担当）	・年金のボーナス2回でのまとめでの引き落としや増税等、消費者の不安は大きい。それに加え暖冬で冬に関する商品が売れず、製造及び販売含めて今後のキャッシュフローに影響が出てくる。
		スーパー（経営者）	・当地の場合は、農家の景気が全体に影響を及ぼす。今年はラフランスが値段は高かったものの3割減、りんごも数量減、年末になり値上がりするはずの野菜が値下がりしており、このままでは農家の収入が減少して、景気が悪くなる。
		スーパー（経営者）	・当地域に限って言えば、地震の影響もあり、急速に不況感から脱することはできない。新幹線が復旧する等交通インフラが戻ってくればいいが、これから冬を迎え、客の動向がプラスに転ずるとは考えられず、低調な状況が続く。
		スーパー（店長）	・野菜、灯油、卵等の生活必需品の値上がりが消費動向を冷やす。
		コンビニ（エリア担当）	・客単価が上昇する理由が見当たらない。逆に増税等で負担が増え、景気は一段と悪くなる。
		衣料品専門店（店長）	・バーゲン期になると30～40歳代のファミリー層の来店が増えるが、今年はこの層に出遅れがあったりシビアな動きになっている。この層が動かないと売上は厳しい。
		家電量販店（店長）	・冬物の販売量が少ないのと、単価低下が顕著であり、それを補うものもないため、当面低調なままで推移する。
		乗用車販売店（経営者）	・冬のボーナス支給状況並びに自動車リサイクル法1月1日施行の影響により、市場においては客との間にギクシャク感が出ると予想され、当面の間需要の発生は先送りの感が強く、前年超えは難しい。
		乗用車販売店（経営者）	・中越地震の影響が下越地方の公共事業に響くと心配している。
		住関連専門店（経営者）	・年金、社会保険、税金等いろんな値上げが報道され、負担が増えるため、その分所得の少ない地方では大きな影響を受ける。
		住関連専門店（経営者）	・消費者の考え方や周りの業者の考え方が悲観的で、今後良くなる見込みがない。当社でも何の対策も打てず、ますます悪くなる。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・物販や建設関係など官公庁関係が価格を下げ、たいてい契約するため、商品価格や施工価格が市場より安く、下請になるほど利益が薄くなり、またその価格が市場に知れ渡り一般企業も安くさせている。こういった利益の薄い、または無い状態が続くということは、まだ全体的景気は回復傾向とはいえない。
		一般レストラン（経営者）	・各商圏内での競合が一段と増しており、消費者の利用頻度の低下が今後も続くため、やや悪くなる。
		その他飲食〔そば〕（経営者）	・増税、社会保険料の負担増等ますます家計が圧迫され、食事に使う金額は一段と下がる。個人事業者はこの厳しい状態の中で必死に頑張っている。
		観光型旅館（経営者）	・1月は比較的堅調であるが2、3月が例年より弱く、この辺りが見えないところが気になる。中越地震以降の冷え込みと3月からの万博の期間は要注意である。設備投資した露天風呂を全面にPRしながら努力していく。
		観光型旅館（経営者）	・今年は県内で大きな災害はなかったが、西のほうでの台風や地震の影響が出ると思われる。災害直後は、振替の旅行も2～3件あったが、キャンセルも発生している。全体として旅行マインドは低い状況が続くそうである。
		都市型ホテル（経営者）	・この業界の中で主力の飲み物であるビールの仕入れ値が1月1日から値上げとなる。上げ幅にスライドして料金も上げざるを得ず、このままでは値上がり感を客に持たれる。またパック商品等の単価を出さない商品は、ある程度内部でカバーせざるを得ず収益が悪化する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（従業員）	・一般的には景気が回復しているという話であるが、家計単位でみると収入は変わらないのに厚生年金や健康保険等の負担が増えているため旅行への支出を抑えている。
		観光名所（職員）	・年末年始のように、短期間に多くの誘客は望めない。また「雪見」タイトルの団体の予約も今いち入っておらず、個人客も減少が見込まれる。
	悪くなる	スーパー（経営者）	・地震後の雇用の悪化と道路の除雪が悪化しているところに将来不安もあって消費は冷え込む。
		衣料品専門店（経営者）	・身の回りの人の話を聞いても、皆が悪いと言っている。良くなるような情報もない。そうした中で増税等の話題が出ており、景気が良くなるということはなく、悪くなるだけである。
		自動車備品販売店（経営者） 一般レストラン（経営者）	・現状で暖冬の影響で降雪がなく、1か月もズレている状態では関連する業者に多大なダメージを与える。 ・やはり増税の話が購買意欲をそいでいる。大学の授業料の値上げ等、公の部分で値下げするものが何一つなく、消費を抑えている。
	タクシー運転手	・12月は忘年会のシーズンで当てこんでいたが、全く忘年会の客も含め減少している。こうした状況の中まだ増車する話もあり、良くなることはない。	
企業 動向 関連	良くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年度末の仕事は例年通りに見込める。しかし価格競争という部分での不安はある。
	やや良くなる	広告業協会（役員）	・プロ野球開幕に向け、関連する業種は一段と良くなり、地方経済に及ぼす効果は大きい。
		広告代理店（営業担当）	・新球団の球場内広告看板の契約が始まっている。
変わらない	食料品製造業（経営者）	食料品製造業（経営者）	・低単価商品はある程度の動きが見られるものの前年に比べれば減少傾向にあり、これから春先にかけての回復も期待できない。
		食料品製造業（経営者）	・正直なところ「変わらない」というよりも「分からない」といった方が正しい。アメリカでのBSE発生以来、解決方法についているいる報道されているが、今の流れでは若齢牛（20か月以下）だけの解禁という形になりそうで、それでは我々の業界の需要を満たすことはできない。
	建設業（従業員）	・落ち着いた感はあるが、鋼材や原油の高騰に伴う資材の値上がりで多少好況感が見え出した民間設備投資の利益を圧迫している。	
やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	食料品製造業（経営者）	・来年は原料の価格が上昇傾向。さらにインドネシアでの津波の被害により、原料搬入が遅れたりする可能性もあり値段だけでなく原料手当てでも苦労するかもしれない。
		繊維工業（総務担当）	・産地全体が冬物の販売不振で、アパレル関連の2～3か月先に始まる来秋冬物の企画を手控える動きが予想され、特にコート関係が痛い。
	一般機械器具製造業（経理担当）	・為替の水準が現状の水準で推移するか、もしくは更なる円高で推移した場合は、輸出の採算は急激に悪化する。携帯電話用部品は計画比マイナス20%の状態がしばらく続く見込みであり、生産体制も4組3交替から3組3交替に変更する予定である。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・仕事の絶対量が少なくなる中、新規受注先にアタックしているが、コストの面で予断が許されない状況である。現在は来期の事業計画を作成中であるが、目玉になるビジネスが見えない状態である。今期は新紙幣発行による関連機器が目玉であった。	
	建設業（企画担当）	・鉄鋼、ガソリンの値上がりが徐々に影響し、建設業にとっては、少なくなっている受注機会への悪影響が懸念される。	
	金融業（営業担当）	・主要産業中、好調であった電子部品関連が減速気味である。加えて住宅着工も前年比大幅な減少となっており、今後雇用情勢にも影響を及ぼす。	
	経営コンサルタント	・減税の見直しなど消費抑制に拍車をかけるニュースが先行しており、政治不信から景気失速につながる懸念がある。	
	コピーサービス業（経営者）	・設備投資に対する意欲が減退している。民業は特にその感が強い。官公庁ではいろいろな問題が出てきており、慎重に購入する方向に向かっている。また特別行政法人が大分できている現状では、購入形態が慎重になってきている。	

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
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・酒類の消費は今後も減退する。徐々に売上が下がることを想定し、量ではなく質や単価で販売戦略を考えねばならない。また、来年からのビール、発泡酒のオープン価格化は消費動向に更にブレーキとなる。
		その他企業〔管理業〕（従業員）	・年末年始の休みは今までにないほどの長さになっている。工場も暇で、忙しくなりそうもない。
	悪くなる	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・今年8月頃までは天候が良かったこともあり前年比でも良い状況であったが、9月から急に悪くなっていて景気が本当に上向いているというのには疑問が残る。今後もこうした悪い状況が続く。
雇用 関連	良くなる	人材派遣会社（社員）	・取引先の業種によりまちまちであるが、県央や県西部地区のフラッシュメモリや精密機器等で来春に向けての注文が順調に入る見込みであり、好調が維持できる。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・派遣法の改正も影響してか長期雇用のできる環境が整いつつあるため、以前のように短期やスポットの派遣というより、紹介予定派遣も含めた形で長期安定就業を検討してもらえる機会も増えたような気がする。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・1年の経済動向を占う初売りも、郊外と中心市街地とのすみ分けができるようになり、消費者動向も上向きになっている。流通を中心に初売りへの期待度が高まっている。これに伴い、新春の景気動向も良くなるものと期待できる。
		職業安定所（職員）	・地震の影響も、仮設住宅への入居が進み、今後は求人や求職活動が活発化するのが予想される。さらに有効求人倍率がいい数字を維持し、更に増加の傾向にある。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・今後人員を減らす予定という話は皆無で、何らかの増員計画を持っている事業所が多いと感じている。
		人材派遣会社（社員）	・企業からの派遣依頼は堅調であるが、特に20歳台を中心とした派遣登録希望者は減ってきている。今後のオーダー決定への影響が懸念される。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・雪が降るのが遅く暖冬となり、冬物を扱う商売はダメージを受けている。正月商戦も百貨店や小売店では広告予算を抑制している。
		職業安定所（職員）	・求人数の増加傾向は変わっていないが、在職者を中心に求職者も増加しており、有効求人倍率が横ばいになるなど、雇用条件の改善につながっていない。
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・製造業関連での雇用調整がこのところ進行中と思われる。求人件数に影響が大きい。
		職業安定所（職員）	・消費者の需要が伸びない。今後企業としてはアフターサービスの項目が重要になる。
職業安定所（職員）		・求人数は極端に落ち込んではいないが、パートや臨時雇用が多く、求職者の希望とマッチしない。また企業整備や事業所閉鎖が後を絶たない状態である。	
職業安定所（職員）		・産業別の求人数の推移を見ると総じて後退局面を感じさせるものとなっており、拡大基調を感じさせる業種が少なくなっている。一方、新規求職者はここにきて増加の動きを見せており、今まで続いてきた回復基調の動きに変化がうかがわれる。	
	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	乗用車販売店（営業担当）	・決算期を迎えるとともに、量販車種の販売に期待できる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・地元を取り巻く各企業の話や来客数の動きから判断すると、少しずつ良くなっていく。
		コンビニ（店長）	・クリスマス商品やプレゼント用品などの販売数が過去最高を記録している。これから初もうでや小正月、バレンタインデー、ホワイトデーなど大きなイベントがあるので、売上の増加が見込まれる。
		乗用車販売店（販売担当）	・以前も売れた車種の新車が来月出るので、グループ全体が良くなる。
		都市型ホテル（経営者）	・自動車メーカーの宿泊、下請の研修、出張が増加傾向にある。海外（中国）からの研修も増加しており、2～3か月先に外国人客の宿泊予約が入っている。

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
		旅行代理店（経営者）	・単価は変わらないが、前年に比べ申込が10%程度増加しているため、今後は良くなる。
		タクシー（経営者）	・地元銀行破たんから1年が経ち、その影響も薄れてきている。前年は破たんの影響で少なかった忘年会も、今年は例年並みに行われており、この分だと新年会も例年並みに行われる。夜の客の出足が良くなるので、この先も良くなる。
		通信会社（営業担当）	・年末商戦を通過し、家庭でのデジタル関連商品の浸透が深まったことにより、今後は飛び火的に関連商品が家庭内に浸透すると見込んでいる。
		ゴルフ場（副支配人）	・11～12月にかけての予約獲得、取り込み、売上は前年をやや上回っている。特に12月は、土日はキャンセル待ちという日が何日もあり、平日はまだ余裕があるものの、前年を10%程度上回る見通しとなっている。1～2月についても引き合いがあり、予約取り込みも前年比で10%近く進んでいる。
	変わらない	百貨店（売場主任）	・1月2日からクリアランスを実施する。創業の節目となる年に当たるので、それなりにマーケティングを行い、イベントを開催する予定である。
		百貨店（販売促進担当）	・販売量が増える見込みは今のところない。主力商品、トレンド、流行の商品が何であるかも不明な部分が多い。
		百貨店（店長）	・11月は数か月ぶりに前年の売上をクリアしたが、12月は98%台と下回っている。安定した売上増はなかなか望めない。
		スーパー（統括）	・防寒商品の不振により、早めに春物をそろえた関係で、2～3月の販売は苦戦が予想される。年末にきて野菜相場も一気に下がり、年明けも相場安は続く見込みである。税制改正等のフィスカルドラッグや三位一体改革は景気減退の要素を含んでおり、増税、緊縮政策とならないよう願うのみである。消費者の健康志向はより鮮明に現れてきており、天候や景気に左右されない優等生商品が出てきている。
		コンビニ（店長）	・年末にきて景気が悪いといわれているが、客が特に金に困っている様子はない。本当に欲しい物以外は消費を控えるという考え方自体は今後も変わらない。
		衣料品専門店（店長）	・春物の実需時期であるが春物は天候に左右される。早く暖かくなれば販売量も増加するが、ファッションは年々カジュアル化の傾向にあり、客単価が上がらないので厳しい。
		衣料品専門店（統括）	・歳末の一般消費者の購買意欲はあまり振るわず、非常に弱い。企業も年始用のタオル等をだいたい控えており、値引き交渉も多少あり、大変な時期である。
		乗用車販売店（従業員）	・新卒者の需要も見込まれ多少は良くなるが、客の慎重さは変わらない。年度末商戦も激化し、値引き合戦に巻き込まれるため、前年以上にはならない。
		乗用車販売店（営業担当）	・事故、故障等、不可抗力での自動車代替が少しあるほかは、あまり商談が発生しなくなっている。
		その他専門店〔携帯電話〕（営業担当）	・一般的には景気が上向きのようにうわさされており、今後、新入学期に向かうため例年並みに期待しているが、ボーナス商戦の現実をみる限り、客の景気に対する見方はシビアである。
		一般レストラン（経営者）	・今のところ新年会等のグループ予約も入っているが、依然として20～50名単位の大口予約は少なく、景気が回復に向かっているとは思えない。
		スナック（経営者）	・新年会の予約も結構入っているため極端にこれ以上落ちていくこともないが、上向いていくかも微妙である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・先々の予約の入込みが鈍く、良い兆しはない。
		観光名所（職員）	・新年会シーズンに入るが低価格の宴会、日帰り客が多いので、レストラン、ホテル関係の売上は例年を下回る。
	その他サービス〔自動車整備業〕（事務長）	・市と町の合併で人口は増えるものの、地域に大きな企業進出はなく、高校生就職率も5割に満たない。当業界は異業種の新規参入が相次いでおり、今後ますます在庫量は減少する。	
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・年末の人通りがまばらなので、閑散期となる年明けが思いやられる。
		商店街（代表者）	・前年に比べカレンダー回りが悪く、多くの人出が望めない。新潟からの観光客減少の影響は今後も続くので、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
		一般小売店〔衣料〕 (経営者)	・当地域では観光が低迷しており、客の動き、お金の動きなど、良い話は全くない。地域の合併問題も出ているが、合併は一般の人にとっては良くて商人にとっては大変で、相反している。銀行の問題も今は落ち着いているが、早く良くなって欲しい。
		一般小売店〔青果〕 (店長)	・今年は特に、台風22、23号、10～11月の暖冬の影響で、野菜、果物の味、品物、日持ちという条件が全て悪く、値段は高いので、売行きが悪い。
		スーパー(経営者)	・競合店の新規出店、前年から閉鎖していた大型店の新装オープンにより、売上、利益とも厳しくなる。
		スーパー(店長)	・暖冬で近隣のスキー場関係、地場産業のきのこ生産関係の景気が悪く、消費意欲がない。さらに、売れなければならぬ鍋食材が全く振るわない状況である。
		コンビニ(経営者)	・年末が低調なので、例年通りであると年明けはやや悪くなる。
		コンビニ(店長)	・12月は暖かい日と好天が続いた割には客足が伸びなかったが、クリスマスケーキ等の予約獲得に力を入れた結果、単価は上向いている。ただし、これは今月だけのことである。近隣の同業すべてに酒の免許が入ったので、先行きは本当に厳しくなる。
		高級レストラン(店長)	・家庭の収入が増加しない中で、かなりの増税が始まるため、消費者の購買意欲は極端に冷え込む。
		一般レストラン(業務担当)	・1～2月の新年会、宴会の予約状況を見ると、各種団体の組数、料理単価は前年並みであるが、出席者は前年を10%程度下回っている。その上、開宴が昼の時間帯になり、酒類の売上が期待できないことから、売上全体としては前年を下回る見込みである。
		都市型ホテル(スタッフ)	・今後2～3か月は顔合わせ、会議等に入るものの、その後の懇親会がないというのが悩みの種である。新年会も飲み会はあまりやらないという方向になってきており、宿泊関係でも泊まりで宴席をやるということがかなり減少している。
		タクシー運転手	・景気好転の材料がなく先行きが不透明であることに加え、貨物運輸会社のタクシー業参入に伴う価格競争の再燃が懸念されている。
		ゴルフ場(支配人)	・予約が入っていても雪によるクローズはどうしようもない。クローズ中でもキャディーへの賃金支払い等はあるので、人件費をどう処理したらよいか問題である。
		設計事務所(所長)	・この2～3か月仕事の動きが鈍く、かなり厳しい。依頼はあっても、実際の設計につながるまで時間がかかる。
		悪くなる	
コンビニ(店長)	・当商店街に10月に開店した大型店は、オープン以来売出しを繰り返しており、こちらは悪くなる一方である。		
観光型ホテル(スタッフ)	・大口の宴会、祝賀会の予約が入ってこない。		
設計事務所(所長)	・増税など、全く良い話がない中で、零細企業のほとんどは苦しいやり繰りをしている。景気が良くなるような要因は何もない。		
企業動向関連	良くなる やや良くなる	-	-
		一般機械器具製造業(生産管理担当)	・四輪駆動自動車向け部品の更なる増産の内示が出てきている。また、業種を問わず年度内納入という受注が増加傾向にある。
変わらない		その他サービス業〔情報サービス〕(経営者)	・引き合いも増加傾向にあり、受注量も増えつつある。
		化学工業(総務担当)	・海外の半導体関連の仕事が良く、当分はこのままの状況で進みそうである。
		金属製品製造業(経営者)	・親会社の業種、業態によって景況感もまちまちであるが、全体としてまだ2～3か月は現状の良い方向が続く。業界全般にいえることであるが、当社の受注からみても、単純な仕事は減少し、技術的に高度な複合化された製品の受注は約半年先まで引き合いがきている。
		電気機械器具製造業(経営者)	・来年度以降の取引先の状況は非常に厳しい話ばかりである。
		電気機械器具製造業(経営者)	・デジタルカメラや携帯電話は多忙な時期に比べ、一段落して落ち着いているが、全体としては現状維持での生産が続く。企業間格差は今後更に生じる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・取引先、同業者も含め、以前は仕事の話が多くあったが、最近は落ち着いてきている。横ばいで悪くも良くもない。
		金融業（経営企画担当）	・製造業に年の前半のような勢いがなく、一服ついている感じである。先行き不透明感が漂っており、設備投資などに慎重で、融資の資金需要がない。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・9、10月の台風災害で寸断されていた市近郊の道路の多くが年末までに復旧し、以前の消費活動が戻ってくるのが期待される。百貨店では店内を3月までにリニューアルする計画があると聞いている。地元新聞社主催の来年卒業の学生を集めたガイダンスに参加する企業数が増えたという話もある。
	やや悪くなる	食料品製造業（製造担当）	・原材料が高騰しているので売価を上げたいが、極めて難しい。原価に合わない安売りをしているところもあるので、企業体力に無理が生じ、倒産が増加していく。
		食料品製造業（営業統括）	・工場見学者の数もこのところかなり減少しており、輸入ワインに押され、付加価値商品の荷動きも鈍くなっているの
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・例年に比べ、2～3か月先の受注量が減少している。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・1～3月は前年比で3～10%減少するという見通しである。新機種の開発についても期限が延長されつつある。景気は下降傾向に入っている。
		その他製造業〔看板〕（経営者）	・以前より材料等の価格が値上がりしており、1月に再度値上げ要請があるが、販売価格への転嫁がなかなかできないという状況である。また、地元銀行が一時国有化となり一年が過ぎたが、影響が出てくるのはこれからではないかという取引先が多数あることから、先の景気は悪くなる。
		輸送業（営業担当）	・燃料費の高騰、暖冬による冬物の輸送量の低下などの要因があり、先行きは厳しい。
		広告代理店（営業担当）	・販促予算を増やすような動きはみられない。
	悪くなる	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・ほとんどの路面店の売上は例年を下回っている。売上が好調な店でもジュエリーより時計の割合が多くなっている。客からの商品委託の依頼は増える一方であり、まだしばらくは商品の動きは良くないと見込んでいる。今年の売上が悪かったので、これ以上の落ち込みは防ぎたい。
		建設業（総務担当）	・公共事業主体のため、事業縮小の影響で売上が確保できない。損益分岐点を考え、冬期賞与は2年連続でもち代程度である。
		不動産業（管理担当）	・12月に入り返却された賃貸スペースは、賃貸単価が高かった上、他の空きスペースの契約の話もとんざしていることから、賃貸収入の減少状態が解消される見通しが立たない。ビルオーナーとの管理契約の見直しも急きょ始まり、設備管理への予算削減が予想されるため、当社の設備管理部門も厳しい恐れが出てきている。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年が明けて1～3月はかなり活発に募集が出る時期なので期待している。新しい事業展開など、いろいろな計画の話も聞いているので、期待を寄せている。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・景況は一服状態に入っていると考えられるが、派遣登録に来る求職者は依然として少ない。県内の求人倍率は若干上がった。求人依頼については、業態ごとの特徴的傾向は特にならない。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・10月ごろまでは広告受発注が非常に多く、景気は好調だと考えたが、広告を出した後の客の反応、消費者の動向等をみると、いまだに景気回復の動きはない。
		職業安定所（職員）	・大型店の進出や大規模なショッピングモールのオープン前後から比べると落ち着きがみられる。自動車製造関連企業からは鋼材不足の話もあり、有効求人倍率は上昇してはいるものの、年度末にかけてこのまま上昇するとは一概にいえない。
職業安定所（職員）	・事業所からのハードルが依然高く、求人数の増加の割に、採用に結び付いていかない。		
職業安定所（職員）	・依然としてパート、派遣、請負といった非正規求人の占める割合が高い。また、年末にかけ事業縮小、人員整理など、数件の企業整備が行われている。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		学校〔短期大学〕（就職担当）	・景気の見通しについて慎重な見方が根強い。多くの学生が希望する事務、販売職などについては、繁忙時には派遣、パート等での対応を考えるなど、新卒雇用には慎重に構える企業が多い。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・業務委託で役所関係の清掃業務を行っているが、市町村合併などの関係で、当初の予定と異なり、予算がかなり減らされる物件が出てきている。全く予算が取れず、業務そのものがなくなるところもある。他の市町村においても、少なくとも県内では予算が上がるということはない。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・一部の業種では業績が良い企業もあるが、中小企業、特に零細企業は3か月前より多少悪くなっている。先行きは不透明である。
	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	一般レストラン（経営者）	・悪い要因を洗い出して対策を立て、実践している。顧客の囲い込み、DM、ホームページを利用した宣伝方法等を取り入れることで、必ず良くなる。
	やや良くなる	一般小売店〔CD〕（営業担当）	・来客数、買上点数とも回復する傾向がうかがえる。
		乗用車販売店（販売担当）	・平成17年に排ガス規制が開始される。2、3か月後には台替えが始まるため、トラック業界は少し良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・当社のみならず、近隣のホテルの売上も相当伸びており、今後もやや良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・当地域から撤退する競合相手はなく、施設増強、改修などの投資をする企業がある。新たにショッピングセンターがオープンして街の集客力が更に高まることが予想されるので、景気はやや良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・スキーの申込状況が大変良い。
		旅行代理店（従業員）	・団体旅行数が増加しており、日程によっては航空機の団体席や宿泊が予約できない日も出てきている。
		通信会社（企画担当）	・テレビの買換え、デジタルハイビジョンの普及に火がつけば、良くなる。
	ゴルフ練習場（従業員）	・長期的な暖冬が予想されており、練習場の売上もあまり落ち込まないと予想している。	
	その他レジャー施設〔アミューズメント〕（職員）	・新型携帯ゲーム機器の好調は春休みまで続く。クリスマス、お正月に始まり、今後は卒業、入学等の行事があり、業界として活気づく時期である。手ごろで人気があるソフトは、売れ筋商品としての価値を一段と高める。	
変わらない	商店街（代表者）	・客の購買行動をみていると、必要な物を何店舗か見て歩いて、その中で納得した物だけを買って、それ以外の物はほとんど買わない状況が続く。	
	一般小売店〔衣料・雑貨〕（経営者）	・近年にない暖冬で、末端の小売業の厳しさは変わらないものの、当地区では高齢者に商品券が発行されており、これが町の活性化につながる。半年くらいは良い状態が続く。	
	一般小売店〔家電〕（経営者）	・客から設備投資の話がいろいろ出てきているが、単価が低下しているため、全体の販売額は減少しそうである。	
	一般小売店〔靴・袋物〕（従業員）	・生活用品や季節対応用品が活発に動く。しかし、客が無駄な物を買わない傾向は根強く、今後も変わらない。	
	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・個人客は品質重視で良い商品を、法人客は品質よりコスト削減を重視するという傾向は、当分変わらない。	
	百貨店（売場主任）	・天候不順、災害等に関する心理的不安感、年金、税金に関する先行きの不安感があり、また花粉症が猛威をふるうことが予測されているので、現状のやや悪い状態は変わらない。	
	百貨店（広報担当）	・1月も暖冬が続けば、前半はクリアランスセールが短期集中型で売上をけん引し、後半は春物衣料へと消費者の関心が移って、相応の結果になりそうである。反面、2月は前年がうろう年であった影響で、前年実績を上回ることは難しく、全体としては前年並みか若干前年割れと予想している。	
	百貨店（営業担当）	・ファッション関連商材だけではなく、家庭用品、食品、デイリー商材も不振である。クリスマス商戦に関しても、定番のアクセサリーを始めギフト需要が低迷し、全般的に厳しい12月の商況から判断すると、個人客の消費者マインドが上向きには、しばらく時間がかかる。	

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
		百貨店（販売促進担当）	・セールが前倒しで実施され始めており、品ぞろえのたぶづくコート類の買物に対する顧客の選別は更に続く。
		百貨店（業務担当）	・売上が天候に大きく左右されており、特に重衣料、コート関係が暖冬の影響もあり売れていない。ただし、単価が安い商品が売れているかといえば、そうでもない。1月からはほとんどセールに変わる中で、現状からの大きな変化は見込めない。
		百貨店（営業企画担当）	・天候に左右される面も多いが、初売り福袋の売行き等をみると、客は本当に欲しい商品以外の買物を極端にしなくなっている。客が欲しいと思うブランド福袋は売れるが、総合福袋は年々厳しくなっている。この消費傾向は、今後も変わらない。
		スーパー（店長）	・1、2月も暖冬という予報であり、冬物クリアランスは値下げ率が高くなり、売れ残りも出そうである。早く冬物商品を処分し、春物商品に売場を切り替えられるかが鍵となる。
		スーパー（店長）	・衣料品の売上は相変わらず不振である。カットソー等は売れるものの、コートやジャンパーは定価では売れず、50～60%引きで売れるなど、今後も正規価格で売れる時期はなく、値下げ対応になると予想される。
		スーパー（店長）	・衣料品の防寒アイテムが前年を大きく下回っている。1月に入りセールが始まるが、セール商材も生産調整などにより少なめである。昨年2月が暖かく、春物の衣料品が大きく伸びているため、よほど気候が良くないと前年を上回るのは厳しい。
		スーパー（店長）	・他社の新規出店による影響はしばらく続くが、ある程度の回復は見込める。ただし、各社のチラシで全体的に低価格化への志向が強まっており、客の買い回りは続く。
		コンビニ（経営者）	・売上は多少増加しているが、客の年齢層が高くなっている。売れる商品が若干変わっているので、これに対応できるかどうかは鍵である。
		コンビニ（経営者）	・この数か月、販売量は増加していないが、来客数は減少していないので、先行きも現状維持の状態が続く。良くなることにはあまり期待できない。
		衣料品専門店（経営者）	・この暖冬で、春物の立ち上がり早いようだが、天気次第である。主要顧客層の高齢化と嗜好の変化で、客の興味が健康関連商品に移っている。
		衣料品専門店（次長）	・近隣同業他社の売場縮小、業務撤退が続き、地域の市場が縮小している。競合店の減少による若干の売上に期待できるが、長期的には地域としての商業環境は魅力に欠けるものとなる。
		衣料品専門店（営業）	・税金問題の懸念材料が大きく、客が財布のひもを締める。
		家電量販店（営業部長）	・2月までは現状で推移すると見込んでいる。前年3月は、消費税総額表示への移行を前に実質値下げへの期待による低迷があったが、今年は期待できる。
		家電量販店（店員）	・DVDレコーダーや薄型テレビは売れているが、単価が低下している。また、冷蔵庫、季節商品なども売れてはいるが、それ以外のパソコンなどの売上が悪いため、それほど景気が良くなるような状況はみられない。
		乗用車販売店（営業担当）	・年末商戦にもかかわらず、買い控えが続いているため、先行きにも期待できない。
		その他専門店〔眼鏡〕（店員）	・ここ2、3か月は、売上が順調に推移している。しかし、この状況は、すべての店舗でみられるわけではなく、全体としては変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・年末は宴会で埋まったが、仕入れ先や客の会話に表れている不況感は、今後の売上に不安を残している。
		一般レストラン（店長）	・新年会、歓送迎会に客が金を使うとは思われず、2、3か月先も厳しい状態が続く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・台風、地震といった自然災害の影響は落ち着いてきたものの、需要を喚起するような要素がない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・特別悪いわけでもないが、販売量は昨年に比べると落ち込んでおり、状況が好転する兆しがみえない。
		旅行代理店（従業員）	・3月から始まる愛知万博は、旅行需要を喚起すると期待される。しかし、スマトラ沖の地震と津波による影響があり、良い要因と悪い要因を足し引きすると、変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・愛知万博など、好転要素があるはずなのに、先行予約状況は良くなる見込みがない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		旅行代理店（営業担当）	・状況が好転する材料が見当たらない。台風、新潟地震が尾を引いており、東南アジア地区の地震と津波もかなりの打撃である。	
		タクシー運転手	・12月の忘年会は例年よりも減少しており、終了時間も早まっている。タクシーチケットを利用する客も減少していることから、1、2月は暇になる。	
		通信会社（営業担当）	・12月はボーナス支給等の影響から、デジタル対応も含めてのテレビの買換えや韓国ドラマ関連の番組視聴の問い合わせが目立って多いが、先行きの景気見通しをプラスにするほどの感触はない。	
		通信会社（営業担当）	・新規契約の獲得は頭打ちの状態、解約件数を減らすべく、顧客の囲い込みに向けた各社の施策が展開され、競争が激化する。	
		ゴルフ場（支配人）	・先行きの予約状況を見ると、今後の来客数は変わらない。	
		設計事務所（所長）	・現状はほとんど動きがない。仕事が激減している中で、これ以上仕事が減るとは考えにくい。	
	やや悪くなる		住宅販売会社（従業員）	・客の購入意欲を刺激するような材料が見当たらない。
			商店街（代表者）	・客のほとんどが、来年の収入は減ると話している。
			一般小売店〔茶〕（営業担当）	・来客数は増加せず、単価は下落する傾向にある。
			百貨店（営業担当）	・例年になく冬物が厳しい状況の中、流行商品も見つからず、春夏物に影響が出るのは必至である。環境は厳しい。
			百貨店（営業企画担当）	・定率減税の半減、消費税率引き上げの議論など、今後家計を実際に圧迫する要因が数々出ており、明るい要素が少ない。
			コンビニ（経営者）	・クリスマス、年末は客単価が上昇する時期だが、上昇はみられず、今後も良くならない。
			衣料品専門店（経営者）	・今年は暖冬で、婦人服の販売量が減少し、単価も低下している。1月のセールも良くなさそうであり、2月の春物の動きにも不安を持っている。
			衣料品専門店（経営者）	・12月は来年度の学生衣料の予約注文を受けている時期である。3月に予約注文の販売があるが、昨年も今年も、客はリサイクルでやりくりしている傾向がみられる。 ・冬物が悪かったため、梅春物もうまくいかない。
			家電量販店（店長）	・買い控えがみえ始めている。高付加価値商品の動きも鈍くなっており、今後はやや悪くなる。
			家電量販店（営業統括）	・販売単価が一層低下する。ネット上での販売が過当競争時代に突入し、価格競争が激しさを増す。
			その他専門店〔燃料〕（統括）	・市況価格は低下傾向にあり、販売数量は回復傾向にあるが、円高を先取りして販売単価を下げているため、逆に口銭が圧縮されつつある。
			一般レストラン（経営者）	・同業者とも毎日話しているが、景気は一時は良くなっていたものの、10月あたりから徐々に悪化している。当店はクリスマス等イベントがあるのでいくらか良いが、全体的には落ち込んでおり、今後もこの傾向が続く。
			都市型ホテル（スタッフ）	・愛知万博の開催で、名古屋方面に注目が集まる。
			都市型ホテル（スタッフ）	・自然災害が多発し、旅行等を控える傾向が続く。
			旅行代理店（支店長）	・昨今の増税報道が、消費マインドを冷やす。
通信会社（営業担当）	・新規顧客、既存顧客ともに競合相手に奪われ、苦戦を強いられる可能性が高い。			
設計事務所（経営者）	・国、県、市町村等の仕事を行っているが、これから何か月か先に指名が出るかが不透明である。			
設計事務所（所長）	・鉄筋や鉄骨など、鋼材の値上がり激しく、建築着工にブレーキをかける。			
悪くなる		商店街（代表者）	・来年、中型店や大型店が周辺に4店出店するという情報があり、大変厳しくなる。	
		設計事務所（所長）	・建築量、新築量ともに減少していく。改修、リニューアルが多くなり、設計、監理業務は減少していく。	
企業動向関連	良くなる	-	-	
	やや良くなる	金属製品製造業（経営者）	・客先で液晶関係設備の計画が出ているので、部品加工も増加する見込みである。	
		不動産業（総務担当）	・入居希望のテナント情報が活発に入ってきており、オフィスの空室率改善傾向に陰りがみられない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス業〔情報サービス〕(従業員)	・年度末に向けた小規模の新規案件が複数発生しており、予算もついてきていることから、それなりの受注が望める。
	変わらない	食料品製造業(関連会社担当)	・当社は例年1~3月に厳しい時期を迎えるが、現状をみる限り、この先大きく変化する様子はない。
		出版・印刷・同関連産業(経営者)	・定期的な決まった仕事はあるが、それ以外の話が少ない。1月分の受注もほとんど決まっていない。
		化学工業(従業員)	・生産予定数量が変わらない。
		一般機械器具製造業(経営者)	・現在の仕事量を今後も2、3か月間は確保できる。3月になれば新規にまとまった大規模な仕事が入る予定である。今後多少仕事量が落ちることはあっても、平均的にみれば現在の水準を保てると見込んでいる。
		電気機械器具製造業(経営者)	・販売予想から判断すると、先行きは安定した動きになりそうである。
		建設業(営業担当)	・官庁仕事が激減している中、民間の仕事を多く受注する努力をしている。しかし、厳しい単価で折衝しないと受注に至らない。企業の設備投資などで仕事量は増えているが、目標受注金額、利益を達成するのは厳しい。
		建設業(経理担当)	・今後の商談案件の規模、件数ともに、昨年同時期と比較して少なく、景気が上向き要素がない。
		輸送業(経営者)	・荷物が減少している中で、燃料の高騰、高速道路チケットの廃止があり、今後はなお一層厳しい状況となる。
		金融業(渉外担当)	・急激な円高の進行で、企業経営者の景気上昇への期待感が薄れてきている。景気回復は本格的とは言えない。
		広告代理店(従業員)	・新規の仕事が発生する予定はないが、現状の仕事が減少することも見込まれない。
		経営コンサルタント	・良い企業と悪い企業の二極化が続く。最近では外部環境の変化で業態転換に関する相談も多い。一方で、事業伸長に伴う人材の確保などの相談案件もあり、企業間の格差は一層広がる。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕(経営者)	・環境への意識の高まりや規制の強化などにより、問い合わせ件数は増加するが、取引先工場などの稼働率の低下傾向もみられ、不安材料も少なくない。
	やや悪くなる	電気機械器具製造業(経営者)	・建築業界は仕事量が少なく、真冬の時代である。ゼネコンもサブコンも下を叩くしか利益を出す方法がなく、納入業者は利益なき繁忙を強いられている。その上、倒産も多くなり手形に泣かされている。この状況は今後も続く。
		電気機械器具製造業(経営者)	・引き合いが徐々に減少しており、今後売上の減少が予想される。
		輸送業(営業担当)	・価格競争に陥り、低価格での受注を余儀なくされる懸念がある。
		金融業(審査担当)	・鋼材等の材料不足の影響から、自動車会社の生産ラインが一時的に休止しており、売上が今後減少する見込みである。
	悪くなる	非鉄金属製造業(経理担当)	・受注が大きく減少しており、先の見通しが立たない。
		輸送業(総務担当)	・得意先の物流子会社が手数料を取ることにになり、仕事量は同じでも売上額は減少する。繁忙期は何とか数でまかなえるが、閑散期になれば非常に厳しい数字になると予想される。
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)	・円高や原材料の高騰といった不安要素もあるが、人材採用に関しては、過去の穴埋めや若い労働力確保といった中期的にみた人材バランスを重視した予算組みで推移する。
		民間職業紹介機関(経営者)	・求人数の増加傾向は、紹介予定派遣を含め今後も続く。年内に決めておきたいとの声や、3月決算を前に能力のある人材を採用したい、という企業の声は続く。
		民間職業紹介機関(経営者)	・従来は、求人動きが一定の業種に偏っていたものの、現在は、全般的に求人動きが出てきており、先行きはやや良くなる。
		学校〔専修学校〕(就職担当)	・今年度採用を控えていた企業の一部から、採用を復活させる旨の連絡をもらっている。
	変わらない	人材派遣会社(社員)	・派遣や紹介予定派遣、紹介での受注は順調に入ってくるのが予想されるが、就業可能な登録者が少ないため、売上増になかなかつながらない。
		人材派遣会社(社員)	・現状が上限でそのまま推移するか、下降する兆しがみえている。特に、半導体及びデジタルカメラ、携帯電話等が下降傾向にある。

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
		求人情報誌製作会社 (企画担当)	・派遣、請負での人材ニーズは相変わらず堅調で、総求件数は伸び続けている。業職種、エリアも関係なく、求件数の伸びは好調で、悪くなる要素はあまりない。
		職業安定所(職員)	・現在の求人倍率は1.34倍であるが、職種別にみると事務職では0.45倍と低く、職種間でのばらつきがあるため、就職者数が今後増えるとは予想できない。
		職業安定所(職員)	・好調を持続してきた半導体関連企業の採用担当者の間では、景気に陰りが出てきているとの見方と、年が明けて2~3月頃から再び生産活動が活発化するとの見方が混在している。
	やや悪くなる	職業安定所(所長)	・定率減税の廃止を始めとした国民負担の増加に伴う消費の落ち込みが懸念される。
	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)	・観光客数は増加しており、土産物の売行きも好調を持続できる。ただし増税による失速も懸念される。
		観光型ホテル(スタッフ)	・愛知万博の宿泊予約が非常に好調に入っている。
		都市型ホテル(支配人)	・中部国際空港の開港、愛知万博の開催の良い影響が出てくる。
	やや良くなる	商店街(代表者)	・中部国際空港の開港や愛知万博の開催を前にして、例年よりは良くなる。
		商店街(代表者)	・中部国際空港の開港と愛知万博の開催があり購買は増えてくる。
		百貨店(企画担当)	・中部国際空港の開港や愛知万博開催の時期になり、国内外から多くの人々を迎えて、観光客はもちろん在住者の消費も活発化する。
		百貨店(企画担当)	・中部国際空港の開港、愛知万博の開催により、空港へのターミナルに立地している当店は来客数が増加する。大規模な売場改装も予定しており、売上も向上する。
		スーパー(店員)	・一時の野菜価格の高騰は収まっており、天候も通常の冬型となって作物供給は安定する。市場価格が落ち着けば客も例年通りの買物ができる。
		コンビニ(エリア担当)	・客の購買意欲はおう盛である。
		乗用車販売店(経営者)	・新型車の投入で購買意欲が高まる。新年早々の展示会で弾みをつけたい。
		乗用車販売店(従業員)	・暗いニュースが多かった年が明けて、若干は良くなっていく。
		その他小売[雑貨卸] (経営者)	・現在の商品の動きや数か月先の商品需要から判断するとやや良くなる見込みである。
		その他飲食[仕出し] (経営者)	・注文、問い合わせがあり、良い方向に動いている。
		旅行代理店(経営者)	・中部国際空港の開港で旅行需要は沸き立っている。
変わらない	商店街(代表者)	・必要以外の物は買ってもらえないため、個人消費は伸びない。	
	一般小売店[生花] (経営者)	・明るい材料がない。	
	一般小売店[薬局] (経営者)	・風邪やインフルエンザが流行しておらず、今後はアレルギー性鼻炎がはやるかどうかにか左右される。	
	百貨店(売場主任)	・客は次にどのような催事があるかをよく知っており、この時期はクリアランス待ちで買い控える客が多い。	
	百貨店(企画担当)	・パーゲン商品の動きはまずまずであるが、定番商品の盛り上がりは期待できない。	
	百貨店(経理担当)	・紳士服・洋品や外商売上が低調であり景気回復とはいえないが、催事によっては非常に好調であり潜在的な購買力はある。	
	百貨店(販売促進担当)	・中部国際空港の開港や愛知万博の開催で経済は全般的に活性化するが、一般の消費が上向きには時間がかかる。また新規商業施設がオープンするので客は分散してしまう。	
	スーパー(経営者)	・天候不順で青果物など生鮮品は約50年ぶりに値段が高騰しており、客の消費も落ちている。また自然災害の影響で農産物関係は今後も良くならない。	

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
		スーパー（経営者）	・大型店が出店し地元商店街でもスーパーが新規開店しており、想像もできない低価格で売り出している。
		スーパー（店長）	・大型店やショッピングモールのオープンが相次いでおり、当方のような小規模店はますます状況が悪くなる。
		スーパー（店長）	・お歳暮商戦では法人客は前年並みだったが個人客は低調である。個人消費が回復しなければ景気は回復しない。
		スーパー（経営企画担当）	・生活雑貨は当面現在の状況が続く。
		コンビニ（エリア担当）	・ファーストフードの売上は伸びているが、菓子、雑貨の動きは鈍くなっている。2月の期末に向けて競合他店の集中出店もある。
		衣料品専門店（企画担当）	・購買意欲を向上させる手段がない。現在のような消費スタイルが定着してしまっている。
		家電量販店（経営者）	・景気をけん引する個人消費が伸びていない。中小企業の経営内容もあまり良くなっていない。
		家電量販店（店員）	・暖冬傾向が続いており、冬物の販売量の回復が見込めない。
		乗用車販売店（従業員）	・今月が好調であるため、今後数か月は今以上には伸びることはない。
		乗用車販売店（従業員）	・2、3月の大キャンペーンに向けて受注数は上がってくる。しかし相次ぐ天災や増税への不安で高額車の受注は落ちている。できるだけ長く乗ろうと多少のお金がかかっても整備して今の車を使い続ける客も増えているため、受注はあまり期待できない。
		乗用車販売店（総務担当）	・企業業績が上向きでも個人消費を押し上げることに結び付いていない。
		自動車備品販売店（経営者）	・年末商戦が販売拡大につながらなくなっている。カー用品の販売だけでなく、例えば車検など自動車関連分野を開発していかなければ伸びていけない。
		住関連専門店（店員）	・前年よりは良いが、季節に特化した商品以外の動きは鈍く、景気が上向き手ごたえはない。
		住関連専門店（営業担当）	・公共工事、会社関係の設備投資、工場、住宅すべて横ばいである。
		その他小売〔貴金属〕（経営者）	・自然災害や世情への不安感が残っており、年が明けても華やいだ雰囲気にはならない。
		一般レストラン（スタッフ）	・来客数の動きは毎月良くなったり悪くなったりで一定していない。今後も同様である。
		都市型ホテル（従業員）	・予約件数に大きな変動はない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・中部国際空港の開港、愛知万博の開催で活気が出る。
		旅行代理店（経営者）	・スマトラ沖地震の津波の影響で海外旅行客の減少が懸念される。
		旅行代理店（経営者）	・中部国際空港の開港や愛知万博の開催が多少寄与するが、総じて景気はこのままで推移する。特に灯油の値上がり、定率減税の廃止、社会保険料の値上げなどが響いている。今後は消費税の値上げも予想され不安が大きい。
		旅行代理店（従業員）	・愛知県では中部国際空港の開港や愛知万博の開催で活気があるが、隣県の岐阜県では盛り上がっていない。イベント関連の商品もこれからで、問い合わせや申込も低調である。
		タクシー運転手	・景気は底に近い状態である。消費者は不安感のためお金を使わないので、当業界は厳しい。
		タクシー運転手	・長年低迷しているが、今後もこの状況が続く。
		通信会社（企画担当）	・中部国際空港の開港や愛知万博の開催の影響がどう出るか注目しているが、プラス効果とマイナス効果が相殺され変わらないと思われる。
		通信会社（営業担当）	・新商品が発売になる。
		通信会社（開発担当）	・ソフトウェア受注量は来年度も今年度と同等が計画されている。
		テーマパーク（職員）	・一部産業では好景気が伝えられているが、観光産業にその兆しが現れるにはまだ時間がかかる。春までに回復することはない。
		テーマパーク（総務担当）	・来場者数に変化はない。また園内消費も伸びていない。
		観光名所（案内係）	・良くなるとは到底考えられない。また増税が近いと言われており、大変なことである。
		パチンコ店（経営者）	・現在は景気の踊り場にあるかやや下降気味でもある。

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
		パチンコ店（店長）	・新基準のパチンコ遊技機が導入されるが、スロットの客層がそこに流れるだけであり、各店舗の総遊技客数は増減しない。
		美容室（経営者）	・新しい客が増えているが、その一方でこれまでの常連客が他店に散っている。
		設計事務所（職員）	・3か月先の仕事状況は明確に把握できるが、既に愛知万博の仕事は終わっているもののこの先落ちていくことはない。
		設計事務所（営業担当）	・時給や賞与が減ることがあっても増えることはないため、今後も現在の状況が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・収入が増えない人は、税金の増加分をカバーするため、住環境を我慢して家賃支出を抑える。若年層は愛知万博などの特需の影響もあり、変わらない。
		住宅販売会社（業務担当）	・需要の拡大をもたらす要因がないため、低迷は今後も続く。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・去年はオリンピックの追い風があったが、今年は何もない。
		商店街（代表者）	・競争相手が増える一方である。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・ビールメーカーによる問屋へのリベート廃止でビール売価が値上げとなるため、買い控えにつながる。
		一般小売店〔文房具〕（店員）	・増税になると手痛い。年末調整の返還金も少なくなり、購買意欲がなくなる。
		百貨店（外商担当）	・株価が下がり客の購買力も落ちている。また各地の地震の影響による買い控えも起きている。
		スーパー（店長）	・暖冬で年末需要は低下しているが、客単価も依然として回復がみられない。今後は増税への不安感から消費意欲は更に減退し始める。
		スーパー（仕入担当）	・競合店の近隣への出店が決定しており、来客数、客単価ともに一層厳しくなる。
		コンビニ（エリア担当）	・昨年に比べて工事関係者の来店が減っており、年度末需要も期待できない。
		コンビニ（エリア担当）	・競合店も近隣に出店し、良くなる要素がない。
		家電量販店（店員）	・物の動きが良くない。原油価格の高騰などで心理面も悪化している。
		乗用車販売店（従業員）	・例年2月から3月は自動車販売は決算需要を迎える。しかし冬のボーナス商戦があまり盛り上がりなかったため、決算時期も客の購買意欲が盛り上がるか不安である。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・例年年末の動向が春先の動向に影響してくるが、年末の状況があまり良くなかった。
		スナック（経営者）	・新年早々の客足は期待できるが、1月下旬から2、3月は例年通り暇になる。世間の景気は良いとはいえず歓送迎会がある4月まで我慢が必要である。
		スナック（経営者）	・12月末で閉店する店がいくつかもあり、厳しい状況は変わらない。例年3月までは客足も鈍る。
		都市型ホテル（スタッフ）	・今後の予約状況が良くない。
		旅行代理店（経営者）	・愛知万博開催の効果が静岡県まで波及する見込みは薄い。
		旅行代理店（従業員）	・スキー客は毎年減り続けているが、今年は暖冬で更に減少する。
		タクシー運転手	・中部国際空港の開港や愛知万博の開催があるが、岐阜県西部地域ではその影響を全く受けない。夜のタクシーをやっていると厳しさを肌で感じる。
		タクシー運転手	・例年年明けはスキーやバスツアーに出かける客があるが、暖冬のためこのような客は少なくなる。また中部国際空港が開港するが、これまでの名古屋空港よりも公共交通が便利のため、空港へのタクシー客は減少する。
		通信会社（営業担当）	・値引き競争は今後も続き、利益はますます減少する。
		ゴルフ場（経営者）	・愛知県全体の来場者数が前年に比べて減っている。予約が入るのも遅くなっている。料金も競争が一段と激しい。今後も来場者は減り価格も低下する。
		ゴルフ場（企画担当）	・来場者数は前年より増加する。しかし冬場は天候に大きく左右されるため不透明である。今後イベントの開催をいくつか予定しているが、それでも現在の来場者数を確保するのが精一杯である。
		美容室（経営者）	・年末は客が増えたが、イベント時にしか来店しない状態が続いているため、当分は暇な日が続く。
		美容室（経営者）	・客の顔ぶれは変わらないが、来店間隔が伸びている。

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
		理美容室（経営者）	・年末で忙しいはずの時期なのに、こんなに暇である。今後はもっと悪くなる。
		設計事務所（経営者）	・現時点では2、3か月先に実施設計となりそうな計画案件がない。
		住宅販売会社（企画担当）	・天災などもあり住宅業界にとって良いニュースがなかなか流れず、客は慎重になるばかりである。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔室内装飾業〕（経営者）	・例年1月は販売量が激減するが、今年も年明け早々受注に関しての問い合わせや依頼はほとんどない状態である。
	悪くなる	一般小売店〔時計〕（経営者）	・隣街に大型アウトレットモールができるため、来客数は更に減る。
		コンビニ（経営者）	・ビールと発泡酒のオープン価格化が1月1日より実施されるため、問屋からの仕入価格は実質5%ほど高くなる。ディスカウント店やスーパーはビールや発泡酒を目玉商品にできなくなるが、その一方で酒類免許の自由化に伴う厳しさが増す。
		衣料品専門店（経営者）	・景気の悪化に加えて暖冬が続き、明るさが見えない。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・メーカーが撤退する方向にある。
		高級レストラン（スタッフ）	・現在は一品料理を推奨している効果で客単価が上がっており、来客数の減少分をカバーしている。しかしこれ以上客単価が上がることはなく、いずれ来客数の減少が業績に反映してくる。
		一般レストラン（経営者）	・現在では全く明るい見通しが立たない。
		設計事務所（経営者）	・名古屋は現在中部国際空港の開港と愛知万博の開催の景気に沸いているが、この影響で既に物不足が起こっており、物と人の単価が上がっている。
		住宅販売会社（経営者）	・住宅購入者数は年々減っている。今後の需要も少なくなる一方である。
	住宅販売会社（従業員）	・中部国際空港の開港、愛知万博の開催という特需はあるが、その影響が岐阜県まで波及することはない。また住宅ローン減税の縮小もあり、その他税務面の改善もない。	
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（営業担当）	・年度末に向かって業界はある程度活性化する。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・引き合いが多くなっている。
		輸送業（エリア担当）	・年度末に向かって人と物が動く。
		輸送業（エリア担当）	・中部国際空港の開港で、今まで成田空港、関西国際空港経由となっていた貨物が中部地区に向かって流れる可能性がある。航空貨物は引き続き良くなる。
		金融業（従業員）	・取引先や周囲の客の様子を見ていると、数か月後は景気が上昇する雰囲気がある。
	変わらない	その他非製造業〔デザイン〕（経営者）	・新年度のプロジェクトが動き出す。
		印刷業（営業担当）	・現状から判断すると、とても景気が回復する状況ではない。
		化学工業（企画担当）	・今までと状況は変わらない。公共事業関連が一息つけば景気は少し悪くなる。
		化学工業（人事担当）	・円高やイラク情勢など外的要因で悪くなる。
		金属製品製造業（従業員）	・現状水準で維持する。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・今期末にかけて足元の調整に追われる状況が続く。
		電気機械器具製造業（経営者）	・国内向けは、一部拠点で年度末に向けての案件が出ており、前年とほぼ同レベルの売上が見込まれる。米国向けもほぼ同レベルを見込んでいるが、為替が1ドル105円以下で長期的に推移するようなら収益面に影響が出てくる。
電気機械器具製造業（従業員）	・官公庁関係のスポット受注が終わると受注増は見込めず、今後は横ばいか若干減少する。		
電気機械器具製造業（従業員）	・消費者の可処分所得が増加することはないため、衣料品への節約傾向も続き、縫製メーカーにも影響が出てくる。また衣料品の国際輸入枠の廃止の影響は織り込み済みとはいえ、しばらくは模様眺めとなる。		

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
		輸送用機械器具製造業（統括）	・主要取引先の再建計画の具体策が来年1月末に提示されるため、それまでは不透明である。現在は最低の状況であり、これ以上悪くはならない。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・増税や社会保障の負担増への心配に加えて外国為替や原油価格の動向も消費を手控える心理的要因となっており、これがメーカーにも影響する。
		建設業（経営者）	・当地区での設備投資の動きは引き続き堅調である。
		輸送業（エリア担当）	・最も荷物の動く12月に食料品の荷動きも悪い状況であり、今後の見通しも暗い。
		輸送業（エリア担当）	・燃料費が高止まりになり、今後とも下らない。また運賃値上げの要請も思うようにいかない。
	やや悪くなる	広告代理店（経営者）	・年賀状の発行枚数を控える顧客が増えている。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・原油価格の高騰などの影響が出てくる。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・窯業界の先行指数となる新住宅着工件数が一段落している。また増税や社会保障料の負担増が予想されており、2～3か月先の景気は幾分後退する。
		鉄鋼業（経営者）	・年明けの販売単価は国内需要の停滞に引っ張られて低下する。
		金属製品製造業（従業員）	・次のプロジェクトの谷間期にあたり、仕事量は一時的にせよ激減する。
		電気機械器具製造業（経営者）	・受注量は若干増えるが単価的には厳しい状況が続く。企業利益は確保できているが従業員の年収は変わっておらず、今後消費が上向くことはない。
		輸送業（従業員）	・暖冬の影響で冬の荷動きが悪い。これから例年並みに寒くなっても商品の購買には結び付かず、景気は沈滞気味である。
		広告代理店（制作担当）	・クライアント企業からの依頼で、数量を減らしたり印刷用紙の質を落とすなどして少しずつ予算を削られるケースがある。
		経営コンサルタント	・コンサルティング先の賞与状況も良くなく、所得は増えていない。金利上昇も予想され、住宅購入は手控えられる。不動産供給の増加のなか需要は減っており、地価の下落は今後も進む。
会計事務所（職員）	・消費者には定率減税の一部廃止があるが、事業者も確定申告の損益通算の一部廃止などがあり税負担は重くなる。その影響が出てくる。		
悪くなる	非鉄金属製品製造業 [鋳物]（経営企画担当）	・原材料の高騰、市場の縮小はまだ継続する。さらに販売競争も一層激化する。	
雇用 関連	良くなる	職業安定所（所長）	・好調な自動車関連企業に引っ張られるように、卸小売業や輸送業からの求人も増加傾向にあり、雇用全体の底上げがある。
		学校 [大学]（就職担当）	・建設、食料品や紳士服などの卸小売、オフィス家具の製造業では追加求人があるなど前年に比べて採用意欲が出ている。売上が期待できるようになっているが、これまで採用抑制をしていたことに加えて定年退職者が増えていることが影響している。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・中部国際空港の開港、愛知万博の開催が近づくにつれて派遣求人が増加しつつあり、先行きは大いに期待できる。
		人材派遣会社（社員）	・派遣以外に契約社員や正社員の採用に積極的な企業も出てきている。
		民間職業紹介機関（経営者）	・不透明感はあるものの、企業の来年度の採用計画はおおむね今年並みかそれ以上で推移する。第二新卒をはじめとする人材の流動化は加速する。
		民間職業紹介機関（職員）	・中部国際空港の開港、愛知万博の開催を控えているため、引き続き堅調である。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・各社とも業務量が増えており、派遣社員のニーズは相変わらず堅調である。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・IT関連に若干陰りがみられるが、輸送用関連機器の生産はそれを上回っている。今後も求人数は求職者数を上回る。
		新聞社 [求人広告]（営業担当）	・求人職種では技術系と販売系の倍率が高く、これが全体を押し上げている。しかし事務系と管理系の募集は少ない。景気が良くなる時は全職種で求人が増加するため、現在は横ばいである。

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
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・中部国際空港の開港、愛知万博の開催と続き、それなりに求人数はあるが、相変わらずパート、アルバイトや業務請負が中心である。
		職業安定所(職員)	・建設業では発注件数や請負金額の前年同期比が11か月ぶりにプラスに転じている。製造業も輸送用機械器具製造業が好調を保っており、その他製造業の求人も比較的安定している。 ・しかし企業は雇用調整に対応するため請負や人材派遣の活用などアウトソーシング化を一層進めており、求人求職のミスマッチは継続している。
		職業安定所(職員)	・有効求人数は派遣と請負を中心に増加傾向にある。しかし賃金条件は低く設定され雇用条件は良くならない。
		学校〔専門学校〕(就職担当)	・各種メディアを通じてのアルバイト募集や職安を通じてのパート、契約社員の募集は、夏までと比べてかなり減っている。
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社 (編集者)	・8月以降求人数は徐々に減少している。今月は今年最低だった4月と同レベルになっている。しかも2、3年前との同月比で最も数値が悪い。名古屋はイベントやニューオープンが続いているのに求人は短期雇用へと流れている。
		求人情報誌製作会社 (企画担当)	・求人は中部国際空港や愛知万博の特需もそろそろ頭打ちである。今後はやや下降傾向になる。
		職業安定所(職員)	・現在は求人数は増加し求職者数は減少している。しかし製造業の求人数が頭打ちとなっている。また求人求職のミスマッチも徐々に拡大する。
		職業安定所(管理部門担当)	・求人増加が予想されるものの、求人と求職のミスマッチの拡大が懸念される。
	悪くなる	-	-

6. 北陸(地域別調査機関: (財)北陸経済研究所)

(-: 回答が存在しない、 : 主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる やや良くなる	通信会社(社員)	・携帯電話の販売台数の増加が期待できる。
		百貨店(営業担当)	・2、3か月先は春物のピークとなるが、現在既にスプリングコートなどの下見がヤング層で始まっており、コートを中心としたアウター関係の販売が多少見込めるため、客単価が上昇する。
		家電量販店(経営者)	・薄型テレビ、DVDレコーダーが引き続き好調で、来年も新商品の発売や買いやすい価格設定などにより期待できる。
		乗用車販売店(総務担当)	・3か月後は年間最大の需要期であるが、当社では販売中の新型車に加え、これから別の新型車も登場するため期待できる。
		住関連専門店(店員)	・売上全体の柱となっている家具部門が9月以降4か月連続で安定した売上を確保しているため、今後期待できる。
	変わらない	その他専門店〔医薬品〕(営業担当)	・依然として小売の環境は厳しいが、客は「要るものは買う、欲しい物は買う」という傾向が強く、買上点数は減少しているものの、客の要望商品をきっちりそろえれば消費は上向く。
		一般小売店〔鮮魚〕(従業員)	・年初から愛知万博の影響が出始め、観光客がかなり減少する。
		一般小売店〔事務用品〕(営業担当)	・3月の年度末に向けて若干の需要は出るが、競合他社との価格競争や原料の鋼板価格の1月からの値上げなど厳しい状況が続く。
		百貨店(売場主任)	・消費者の動向は非常に冷え込んでおり、1月からクリアランスに入るものの、買い方が非常に厳しくなる。
		百貨店(営業担当)	・衣食住の中で、食と住は生活を良くしたいという消費行動がみられる。しかし、直近の天災の影響で海外旅行の需要が若干減ることが懸念され、全体としてはまだ厳しい状況が続く。
	スーパー(副店長)	・前年に比較して来客数が上回り、客単価が下回るという傾向が継続する。客は本当に必要な物しか買わない。	
	コンビニ(経営者)	・1年前に始めた酒販売の効果も一巡し、クリスマスケーキの売上も前年よりダウンしており、先行きは苦しくなる。	
	衣料品専門店(経営者)	・最近、来年の増税など景気の先行きにマイナスとなるマスコミ報道が多いため、できるだけお金を使わないようなムードが客に少しずつ出ている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（店長）	・デジタル家電は期待されているが、今後価格の低下がある。また、洗濯機や冷蔵庫などの売上はダウンする。
		家電量販店（店員）	・単価の低下はあるものの、売上はあまり変わらない。
		乗用車販売店（経理担当）	・新しい小型車が売れており、1月以降は販売台数で前年比増加するが、売上金額で同減少する。
		乗用車販売店（営業担当）	・従来に比べて、客の決断が長期化している。
		自動車備品販売店（従業員）	・客にはまだ先行き不安があるため、財布のひもは緩まない。
		一般レストラン（店長）	・予約の動きから判断して、あまり変わらない。
		一般レストラン（スタッフ）	・サービス券を発行している期間の売上は前年に比べて15%増加したが、終了後の落ち込みが大きい。
		観光型旅館（経営者）	・個人客を中心に、来客数は1月、2月と昨年並みに戻りつつあるが、ビールの仕入価格の1割値上げが心配である。特に宴会は飲み放題が主流になっているため、利益の圧迫が懸念材料となる。
		観光型旅館（スタッフ）	・12月の実績は前年を大きく下回ったが、1～3月の予約も前年を下回る状況で推移している。大口団体、個人の予約も弱含みであり、現状が続く。
		通信会社（営業担当）	・1月はあまり良くないが、2月後半から3月にかけて進学、入学の時期となり、携帯電話業界にとっては上向く。
住宅販売会社（従業員）	・台風による住宅の修理が11月で終了したが、現在でも災害対策のリフォーム案件が動いている。設備の更新ではなく、生活上の安全確保に向けたセールスの展開が可能である。		
やや悪くなる		百貨店（営業担当）	・客が春先にぜひ欲しいと望む商品を買う側で見いだせないため、先行きの動向は厳しい。
		スーパー（総務担当）	・暖房用品や防寒用品の売行きが非常に悪い現状からみて、値下げをしても1～2月は不振が続く。
		スナック（経営者）	・現金で支払う客が来店しなくなりつつある。また、来年に向けて警戒心を持っている企業人を見ると、ますます景気は引き締まる感じがする。
		都市型ホテル（スタッフ）	・一般宴会は1年前に実施された大型宴会に代わるものがなく、減収の見込みである。レストランの通常営業でもレストランごとの利用客の増減が大きく、不安定な状態にあり、減収の見通しである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・予約状況は今月に比べて低調に推移している。
		旅行代理店（従業員）	・世界規模の大災害で、旅行は一服ムードになる。
		競輪場（職員）	・来客数は10、11月と次第に減少しており、大口の車券購入客も少なくなっている。
悪くなる		コンビニ（経営者）	・競合店のオープンや道路の渋滞状況は3か月先までは解消されず、売上の改善は先になる。
		テーマパーク（職員）	・3月から開催される愛知万博の影響で、大阪、名古屋方面からの来客が相当落ち込む。
企業動向関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	不動産業（経営者）	・売り物件が多少そろってきたため、期待感がある。
	変わらない	一般機械器具製造業（経営者）	・引き合い件数は若干減っているが、受注量はほとんど変わっていない。全体的に1～3月は変わらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・生産高は高い水準のまま推移し、景気動向に変化はないが、取引価格の引下げ要求が大きいため、損益的には悪化する。
		輸送業（配車担当）	・当分はプラスの要因が全くなく、原油高によるコストの増大が業界にとって大きく響く。
		通信業（営業担当）	・通信は次第にIPと光ファイバーに移行するが、このPRを通じて新しい需要が喚起される。また、今後固定電話から携帯電話へのシフトが更に進む。
		金融業（融資担当）	・製造業の設備計画にやや一巡感がみられる。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・2、3か月先に新規出店する客がなく、受注量は変わらない。
		繊維工業（経営者）	・取引先では在庫の圧縮を積極的に進めており、受注の先行きは厳しい。
	やや悪くなる	建設業（総務担当）	・受注価格競争がますますエスカレートしており、今後も適正価格での受注が困難な状況が続く。
輸送業（配車担当）		・運賃が上がらない中で燃料費等のコストが上がるため、ますます厳しくなる。	

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
		司法書士	・債務整理のための不動産処理などの案件はあるが、景気上昇につながる新規案件や物件取得はみられない。
	悪くなる	建設業（経営者）	・来年の2～3月は公共工事がほとんど発注されず、また前倒しで発注されても地元の業者が多少でも潤うような量ではない。また、今冬は雪が降らないという予報があるため社員を除雪に回すことができず、大変厳しい状況になる。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	職業安定所（職員）	・今後、金融機関の不良債権処理はほぼ一段落する。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・製造業からの求人が最近目立つが、その他の業種に動きはない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・11月、12月と求人件数の伸びが徐々に弱くなっている。
		職業安定所（職員）	・紹介件数及び就職数は前年同月比で3.0%増加しているが、内訳としてはパート就労が増えていることから、本格的な回復には至らない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・雇用を増加しようとする業種が少ない。
やや悪くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・2、3か月後は一時的なアルバイト求人の増加は予想されるものの、今月に入って今まで好調だった派遣、請負業の企業から広告費削減の動きがみられる。	
	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 やや良くなる	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・例年の年度末のように需要が盛り上がりがないとの懸念もあるが、年度末を控えて物と人が動く時期であるほか、何より春に向けての商談が出ていることで先行きへの期待が持てる。
		衣料品専門店（営業・販売担当） 乗用車販売店（営業担当）	・スーツの販売単価が、少しずつではあるが上昇している。 ・新型車が出そうともあり、2月と3月にかけて来客数も増え、車も多く販売できると考えている。また自動車税やグリーン税制の関係で駆け込み需要が期待できる。
		旅行代理店（広報担当）	・3か月もたてば、津波の影響による風評も薄れてくるであろうし、中部国際空港の開港や愛知万博の開幕とともに、旅行を含む人の動きの活発化が期待できる。
		通信会社（社員）	・地上デジタル放送の普及とともにCATV方式での受信を選択するユーザーが増えてくると思われる。実際に家電量販店においては、地上デジタルチューナーを内蔵していない薄型テレビの販売が増加している。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・2004年は新築マンションの新規供給が抑制されてきたが、各社とも既に土地の仕込みは終えており、年度末に向けて新たな商品が供給されてくる可能性が高い。また、不動産購入者に多くの銀行員が戻ってきていることや、株価が年末よりしっかりした上昇基調を描いていることなどから、不動産市況は更に好転すると考えられる。
	変わらない	百貨店（売場主任）	・春商戦に向けてのトレンド商品がみえない状況であり、競合他店の影響もあることから、引き続き厳しい状況である。
		百貨店（売場主任）	・1月だけを見ると、冬らしい気温に戻り冬物衣料の販売がクリアランスで順調に推移すると思われるが、メーカー在庫が少なく、パーゲン商戦も例年通り長続きしないと思われる。2月、3月については、冬物から春物に切り替えて訴求していくが、根本的にファッションへの関心が薄れており、大きな回復は見込めない。
		百貨店（企画担当）	・近々予定している売場改装による効果を期待したいが、他地区との競合も激しさを増しており、厳しい状況が容易には改善しない。
		百貨店（サービス担当）	・冬のクリアランスセールの前倒し傾向と、冬物衣料の在庫が余っているため、前年売上の確保はできると思われるが、今までの売上不振を補うほどは期待できない。
		スーパー（経理担当）	・再生計画を立てている企業が食品スーパーの大量出店を計画していたり、大型商業施設が食品強化に乗り出すなど、食品を取り巻く競争の激化が予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（店長）	・特に話題性のある新商品の展開や来客数の増加が見込めず、現状の既存店売上がやや前年比マイナスという状況が続く。
		家電量販店（経営者）	・地上デジタル放送が開始に近づくため、関連商品の需要アップに期待が持てる。
		家電量販店（店長）	・家電全体に関しては横ばいであるが、デジタル家電についてはプラズマテレビ陣営が巻き返しを図り、ますます活性化しそうである。
		その他専門店〔印鑑〕（店長）	・周りの会社での賞与支給が少なくなっているようであることから、先行きには期待できない。
		その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・冬物の処分に時間を要することから、厳しい状況が続く。
		観光型ホテル（経営者）	・1月、2月の予約状況をもても、回復の様子はない。当社はどちらかというと団体客の比重が高いため、団体旅行そのものが見直されてきている結果かもしれないが、個人客の動きも良くない。
		観光型旅館（経営者）	・春には愛知万博が始まり、中部国際空港などの動きも含めて客の目が中部に向くことは免れない。当地の売りであるカニも気候に合わせて弱くなるので、厳しいと考えている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・目立った大口受注がなく、プラス要因が見当たらない。会議利用で目立つ各社の採用説明会が減少傾向で、昨年の受注と比べると3割ほどしか予約がない。
		旅行代理店（店長）	・年末のインド洋の大津波による海外旅行のキャンセルが多発しており、今後期待できる卒業旅行についても、値ごろ感のあるアジア方面に流れていることから、厳しい状況が続く。
		旅行代理店（従業員）	・愛知万博の開催など国内的には好材料があるが、インド洋沿岸の復興が進まなければ状況は厳しい。
		観光名所（経理担当）	・年末にきて、財布のひもが緩いところと、固く締められているところがはっきり分かれている。生活必需品のほか、車、旅行などのぜいたく品等にはある程度緩く、中途半端な物、ちょっとしたレジャー等には固いようである。この状況はまだ続く。
		遊園地（経営者）	・団体客の動きは良いが、個人客が伸び悩んでいることから、今後も厳しい状況が続く。
		その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・例年この時期はイベント閑散期であるが、土日、祝日を中心に予約が入って順調である。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅地、商業地とも価格の二極化がますます進み、人気立地と不人気立地との差がますます開く。
やや悪くなる		商店街（代表者）	・飲酒に対する交通規制によって来客数の減少が目立つことから、先行きには期待できない。
		一般小売店〔カメラ〕（販売担当）	・デジタルカメラの普及率が高くなり、今までのような購買が見込めないほか、カメラ付き携帯電話の性能が上がったことで、デジタルカメラの魅力が薄れていることから、先行きの見通しは厳しい。
		百貨店（売場主任）	・暖冬の影響で買い控えが起きた防寒アイテムは、バーゲンにより動きが出てくると予想するが、高額品や趣味性の高い嗜好品は、今後も慎重な動きが続くと予想される。
		百貨店（営業担当）	・郊外へのショッピングセンターの出店で一般顧客の来店、買上げが更に減少すると思われる。高額所得者である固定客の買上げが、今後は更に売上を左右する。
		スーパー（店長）	・昨年近隣に競合店が出店したほか、今年も競合店の出店計画があるので、環境は更に厳しくなる。
		コンビニ（経営者）	・一部の高額商品効果で一時的に客単価が上昇したが、また元に戻ってしまっている。競合店の影響で来客数の減少が免れないので、売上は厳しくなると思われる。
		家電量販店（経理担当）	・冬季商戦は活況を呈しているものの、相変わらず暖冬の影響から暖房器具等の動きが鈍いなど、主力の家電事業は一部AV機器関係を除き厳しい状況が続いている。期末決算セールに向けて単価下落も予想され、やや悪くなると思われる。
		観光型旅館（団体役員）	・消費単価並びに来客数が悪化しているほか、来春には愛知万博等、国を挙げてのイベント等があることから、先行きの見通しは厳しい。

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
		都市型ホテル（経営者）	・現在の予約受注状況を見ると、前年と比べてやや弱含みである。震災から10年という節目の年になり、1月、2月には大きな国際会議や経済人会議を受注しているが、3月には特に目立った特別の受注がみられない。
		都市型ホテル（役員）	・宿泊部門は、予約状況からみて2月までは好調に推移すると思われるが、3月は団体の予約が悪く失速する。これは愛知万博の影響で、大阪への入込客が減少することが原因だと思われる。また婚礼宴会は予約状況が早くから分かるが、その減少傾向に歯止めがかかっていないことから、春以降はホテル全体でまた状況が悪くなっていく。
		都市型ホテル（営業担当）	・宿泊に関しては伸びが前年より悪く、団体客も小規模になっている。大阪全体で単価も下がっており、上がっていく要素が少ない。個人向けの閑散期用プランの販売、アジアからの旧正月の客の取り込みなどで増やしていくしかない。
		通信会社（経営者）	・需要の一巡は明らかであるが、大きな買換えや買い増しにつながる効果的な商品の投入が期待できない。消費者からは、一つの物を長く使うトレンドを感じる。
		美容室（店長）	・これまで来ていた客が徐々に顔をみせなくなっており、先行きの見通しは厳しい。
		住宅販売会社（経営者）	・優良な物件が流通していない。また、絶対的な物件数が不足している。零細企業にとってはビジネスチャンスが更に減少する。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・住宅の着工戸数をみても、貸家、建売住宅やマンション分譲が際立って伸びているが、持家は減っていることから、先行きの見通しは厳しい。
	悪くなる	商店街（代表者）	・これから厳冬に向かうと同時に、スーパー同士の競争がますます激しくなるため、商店街への来客が少なくなり、売上が伸びないと思われる。
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	-	-
		木材木製品製造業（経営者）	・受注量が増えると予想されるほか、販売単価も従来より上がると思込める。
		一般機械器具製造業（経営者）	・取引先からの引き合いが活発なので、いずれいくつかの案件を受注できる見通しである。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・地上デジタル放送の本格的な普及に伴い、今後も薄型テレビの需要は増えていく。
		不動産業（経営者）	・ペイオフ解禁を間近に控え、収益物件の購入希望者が増えつつある。
		その他サービス業〔イベント企画〕（経営者）	・愛知万博に関する動きが本格化してきていることから、先行きに期待できる。
変わらない		金属製品製造業（総務担当）	・3月期末に向けて予算消化のための小口の建築案件が出てくるものと思われるが、中規模以上の案件が予算の関係も含めてなかなか決まらない状態が続いていることから、先行きは不透明である。
		金属製品製造業（営業担当）	・超大型物件の受注が決まったが、仕事の内容と価格のバランスが悪く、利益が出るか分からない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・現在2005年5月分までの仕事を受注済みであることから、今後も好調が続く。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・家電や住宅の動きは厳しいが、店舗関係は好調で全体としては変わらない。
		建設業（営業担当）	・受注額を優先すれば収益が悪化する。建設業界もリストラが進み、収益を重視するように方向転換が行われているが、収益を圧迫するプロジェクトもいまだに残っていることから、厳しい状況が続く。
		不動産業（営業担当）	・今後も事務所等のニーズはまだ少なくなるとわれ、賃料の下落が続く。またマンションについては分譲貸しの物件については人気があるが、賃貸マンションについては空室が目立っているため、今後も横ばい傾向が続く。
		司法書士	・会社の再編を目的として合併したり、解散してしまうというケースの方が、会社を新規に立ち上げるという登記よりも多くなっていることから、この状態で良くなっていくとは考えられない。
		コピーサービス業（従業員）	・不動産関連の企業からは相変わらず受注が増える見込みではあるが、その他の主力取引先であるIT企業や製薬関連企業からの受注は減少傾向にあることから、厳しい状況が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	食料品製造業（経理担当）	・受注の多品種、少量化がなかなか止まらないことから、先行きの見通しは厳しい。
		金属製品製造業（経営者）	・鋼材の更なる値上げに伴いユーザーへの転嫁が大きな問題になってきている。ここにきて資材関係にも値上げ要求が出てきていることから、先行きには期待できない。
		輸送業（営業所長）	・2月の中部国際空港の開港で、関西国際空港での輸出入貨物の取扱が減るのではないかと危惧される。
		輸送業（営業担当）	・学習機のシーズンに入るが、年末に取引先の新規出店のオープンセールでかなり売れてしまったので、3月のシーズンが例年より落ちるのではないかと予想される。
		金融業（営業担当）	・大阪市内の土地はパブル化し、また大阪府下の市内に近い場所もミニパブル化しており、マンションデベロッパーや建売業者は土地の仕入れに苦労していることから、今後の売上悪化が懸念される。
		悪くなる	広告代理店（営業担当）
雇用関連	良くなる	繊維工業（総務担当）	・冬物商品が売れないままにバーゲンセールを迎えることになり、商品のだぶつきが今後の新規商品の動きに悪影響を与えると予想している。
		民間職業紹介機関（職員）	・いまだ本格化していなかった新潟県中越地震の復旧工事関連求人が、雪がとける春頃には近畿地域の日雇労働者にも及ぶものとみている。また、富山、長野などの建設土木業者が新潟に展開することで、手薄になったところを近畿の労働者が補うような効果にも期待できる。
	やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・受注件数が大幅に改善、増加傾向にある。ただし、受注に対応できる人材が不足し、雇用のミスマッチ傾向も顕著となってきた。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・フリーターの増加やニートの存在にみられる仕事離れ、企業の厳選採用で、慢性的に採用できない企業が顕著に増えることで、採用PRが積極的に行われることが予想される。
		職業安定所（職員）	・月間有効求人数は25か月連続の増加となり、職種によれば人手不足感が出てきていることから、先行きに期待できる。
	変わらない	職業安定所（職員）	・少し回復の兆しがみえていた中小企業において、ここにきて本格的な状況が戻らないまま再びトーンが落ちてきたことから、先行きの見通しは不透明である。
		職業安定所（職員）	・当所の有効求人倍率は1倍を超えており、引き続き上昇傾向にあるものの、依然として正社員雇用から非正社員へシフトする企業が多く見受けられ、今後の雇用面における不安定要素となっている。
学校〔大学〕（就職担当）		・2006年3月卒業生を対象に動き出している企業も徐々に増えてきている。大手企業の学内企業研究会参加へのオファーも多くなっているが、中堅企業等の積極採用情報が少なく、大幅な改善はもう少し時間がかかると思われる。	
やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・昨年比、1月の新聞広告出稿量が正月紙面では若干増加しているが、正月以降の出稿量には全く増加傾向がみられず、前年よりも減少している。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・毎年恒例の新春企画は、前年をクリアするのにかなり厳しい状況であった。厳しくなる前兆のような気がして、先行きに少々不安が感じられる。	
	職業安定所（職員）	・製造業における求人の増加が一段落した感があり、8月から11月にかけての高水準はおそらく継続しないのではないかとと思われる。	
	悪くなる	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・各企業は求人広告費を削っており、できるだけ安く済ませようと、新聞広告よりも折広告等の利用に重点を置いていることから、先行きの見通しは厳しい。

8. 中国（地域別調査機関：（社）中国地方総合研究センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連	良くなる		
	やや良くなる	スーパー（経理担当）	・広島県は自動車製造業関係の影響で景気が上向くと予想される。
	変わらない	百貨店（購買担当）	・売上が低迷すると必ずセール販売が多くなるため、安い物しか購入しないという傾向が見られる。このままの状態が続けば、定価販売が難しくなってくると考えられる。

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
		百貨店（売場担当）	・バーゲン商材においてもこれといった物がなく、春物のスタートにおいても消費者の購買意欲を喚起する商品群が見当たらないため、相変わらずの苦戦が予測される。
		百貨店（売場担当）	・大きなヒットアイテムやトレンドの動きがなく、消費者の購買意欲が増加する要因がない。
		スーパー（店長）	・売上の低下を防ぐため他社との価格競争が激しく、良くなる状況にない。
		スーパー（店舗運営担当）	・牛肉、卵などの原価が高値で推移しているため、売上を無理に伸ばすことだけを考えると利益を圧迫する傾向が懸念される。したがって、攻めの商売ができないため当面は現状が続く。
		スーパー（管理担当）	・客数は問題ないのだが客単価が低い傾向なので、良い傾向にはない。
		コンビニ（エリア担当）	・景気は徐々に良くなっているが、流通業界では支出控えの傾向がある。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・二極化で客単価は高くなっているが、全体的に客数が減少している。消費者の購買意欲が低下している。
		家電量販店（副店長）	・今月は来客数、販売量ともにやや上昇しているが、1月、2月の前倒しという感じが非常に強い。好況感からではなく、とりあえずボーナスも出たことだし何か買っておこうという感じがうかがえる。
		乗用車販売店（営業担当）	・1月の初売り期間から3月の最需期にかけて、来客数増を期待したいが、今現在の顧客の購買意欲の低さを考えると、あまり期待できない。
		自動車備品販売店（経営者）	・自動車製造工場の火災及び暖冬がどこまで影響するか予断を許さない状況である。顧客の購買の状況は底堅いものがあり、先行きについては楽観視できない。
		自動車備品販売店（店長）	・暖冬であり冬季商品（チェーン・スタッドレス）が全く売れない。それ以外の商品では消費者の購入意欲が少し出てきている。
		その他専門店〔スポーツ〕（店長）	・暖冬のため冬物が売れなかったので春物が期待できるが、郊外店の開店やリニューアルオープンのため都市部の来客数、販売量には期待できない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・例年の1、2、3月と比べると今月は予約が増えているため、景気の状態は変わらないか、もしくは上向いてくる。
		都市型ホテル（経営者）	・客室の稼働率が悪く、また飲料の売上の動きも悪い。
		都市型ホテル（総務担当）	・税率の上昇や先行き不安感などから個人消費が減少する。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は順調であるが、婚礼は不調であり、宿泊数などの回復は見込めない。
		通信会社（企画担当）	・来年以降、ADSLの動きはピークを越して、逆にFTH拡大への動きが都会部から徐々に出てくると思われる。販売量についての変化はないが、商品単価では徐々に上昇する方向が見えてくると思われる。ただし、2～3か月後では、まだ動きとしては「良くなる」とまで言えない状況が続くと判断している。
		テーマパーク（財務担当）	・暖冬のためスキー客を取り込むことが可能であり、ほぼ変わらない。
		設計事務所（経営者）	・今後、新しい動きがあるとは思えないし、消費者の動向を見ても改善している点は見られず、このまま推移していくか若干悪くなると予測している。
		住宅販売会社（経理担当）	・2～3か月前の発売物件はモデルルームへの来場者が減少し、契約数も低下している。竣工済の物件も値引して販売活動をしているが契約数は伸び悩んでおり、当面このままの状況が続くと思われる。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・商店街自体の力がなくなってきており、購買額及び来客数ともに減少傾向にある。それを打開する施策もない状態である。
		一般小売店〔印章〕（営業担当）	・販売不振に加えて、印材の象牙の価格や、石油関連の材料費が上がっている。
		百貨店（販売促進担当）	・1月から始まる冬のセールについても、単品購買の強まりによる単価ダウンが懸念され、大きな期待は掛けられない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場担当）	・冬物の衣料品・雑貨の売上が不振だったためクリアランスの在庫が多く残っているため、1月は瞬間的に売上が上昇すると予想できるが、長い目で見た場合在庫が多いということは新商品の入荷が少なく2月、3月と売上が落ち込むことが予測される。
		百貨店（売場担当）	・来客数が前年を下回っており、景気が上向きになる要素が全く見当たらない。
		スーパー（店長）	・増税の話題もあり消費者心理としては購買意欲が更に落ち込んでいく。
		コンビニ（エリア担当）	・年末という催事時期ゆえに顧客の購買動向は日常とは異なる部分も多く当月は堅調な推移となったが、基盤商品を中心に客単価は低下傾向にあり、今後状況はやや悪化する。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・冬物の動きが悪いまま年を越すため、処分体制に入らなければならない、値下げの総額が大きいため冬物での利益が取れない。
		乗用車販売店（経営者）	・広島県の景気状況もかなり脱却したかと思っていた矢先、自動車製造工場の火災事故が起こり先行き不安な材料があるため今後の動きは不透明である。
		乗用車販売店（統括）	・一つ一つ丁寧な商売で更に利益を残した商売をしていかなければならないが、絶対数の不足は否めない。また、納期遅れや商品の品質自体など不安材料もあり、ますます厳しくなっていく。
		住関連専門店（広告企画担当）	・単価のダウンは本年一年中感じていたことであり、変化がみられないどころか、ダウン傾向が止まらない。
		その他専門店[時計]（経営者）	・30代、40代、50代の消費者による買物の動きが少ない。この年齢層が一番単価の高い物を購入してもらえるのに、20代の若い人による売上が多く、単価が伸び悩んでいる。
		その他飲食[ハンバーガー]（経営者）	・費用をかけなければ売上を達成できない状況が今後も続いていく。
		通信会社（通信事業担当）	・例年、加入や問い合わせの多い時期である12月だが、思ったより数字の伸びが悪く、今後も期待できそうにない。
		競艇場（職員）	・今月に関しては中旬に全国発売で最も大きなレースがあったのに対し、2、3か月先にはメインとなるレースがないため売上上昇は期待できない。
		その他レジャー施設[温泉センター]（営業企画担当）	・この半年の動きは、ぎりぎりを保っていたがここきて更に悪化する傾向を見せており、また日々の営業状況に明るい見通しを感じる場面も少なく、いまだかつてないほどの危機意識をもっている。
住宅販売会社（従業員）	・住宅取得減税の期間短縮等により、より一層お客様の購買意欲をかきたてる要素が少なくなってきた。		
悪くなる		商店街（代表者）	・先月はお歳暮シーズンだったため、ある程度の売上を期待できたが、例年1、2月は売上自体が非常に悪い上景気の悪さに左右され、売上不振の状態が悪化する。
		商店街（代表者）	・需給バランスが崩れている状態が続いており、中小小売業には厳しい状況である。
		スナック（経営者）	・消費税のアップや地震など世界的な不安要素が多いため、消費者が儉約しすぎる傾向にある。たばこやビールの値上がりなども消費者の出し渋りに関係がある。
		旅行代理店（経営者）	・暖冬や台風などの影響のため1、2、3月の受注が前年の70%程度であり、これからどれだけの受注が見込めるか不透明な状況である。
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	建設業（営業担当）	・債権処理における、土地及びビルの流動化が進み、多少受注につながる案件が増加すると予測している。
		不動産業（経営者）	・1年のうちで1月の後半から3月の後半にかけてが最も部屋・事務所・店舗の移動が多い時期であるため、今後3月にかけては売上上昇がやや期待できる。
		その他サービス業[清掃具レンタル]（情報管理担当）	・新規事業が好調であり、苦戦部門を補っているため前年売上を超えることができる。
変わらない		化学工業（総務担当）	・経費節減や業務の合理化・効率化等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、依然として物流費や原燃料費高騰の影響を受け収益面での景気回復は厳しい状況である。今後は、原燃料費については石炭税等が収益に影響することが考えられる。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・大型案件があり、生産水準は高水準である。 ・原材料費の高騰が足かせである。

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
		金属製品製造業（総務担当）	・受注量の高い水準は維持されるが、原材料の高騰により、差し引きゼロである。
		輸送業（統括）	・新しい紙幣が出て2か月がたつが、思ったほど新しい紙幣が出ていないため新旧の紙幣の仕分け作業も少なく、今後もこの状態が2、3か月続くと思われるため仕事量が増えるとは予測できない。
		通信業（営業企画担当）	・大企業の通信網整備は一段落したように思えるが、中小規模の場合、まだ本格化しているとはいえない。値下げや新たな低価格商品の提供を求められる情勢は当分続く見通しである。
		通信業（社員）	・現在の営業展開においては大変厳しい。今後2～3か月後に景気好転に向かうとは思えない。グループ会社経営面でも大変厳しいものがあり、より一層の効率化と売上増が求められている。4月以降の受注を念頭に種まきをしたい。
		金融業（業界情報担当）	・生産水準は引き続き高水準が見込まれるが、主要受注先の火災による減産影響が懸念される。原油・為替相場も不安材料が払拭されず、今後数か月先の景況感是不透明である。
		会計事務所（職員）	・現在順調な売上を確保している製造業も、原価が徐々に上昇してきており、その影響を受け始めている。特に、材料面のコストは、鉄やアルミ、ステンレスの価額が5割以上上昇している。また、軽油等の燃料費コストも上昇しており、今の状況から好転するのは厳しい。
やや悪くなる		一般機械器具製造業（経営企画担当）	・原材料の高騰による生産コストの増大は続く判断している。
		コピーサービス業（管理担当）	・今月と比較すれば2～3か月先は年度末なので、特需の関係で良くなるが、前年の年度末と比べた場合は悪くなると予測している。
	悪くなる	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・顧客の災害により絶好調から反転し、大幅な操業・売上の減少が確実である。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	学校〔大学〕（就職担当）	・新年度の求人数は前年度より増加しており、求職者も安定して就職活動ができると見込んでいる。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・人材派遣の需要は拡大傾向にあり、活用する業種や職種が多様化してきている。しかしながら、スタッフ不足は深刻化しており、即戦力を求める企業ニーズに合う人材をマッチングすることが困難になっている。この傾向は今後2～3か月は続くものと思われ、受注残を消化できにくい状態と予測している。
		求人情報誌製作会社（支店長）	・年度末までの見通しは悪くなく、人員強化の動きは、当面継続する。
		求人情報誌製作会社（担当者）	・採用計画は持ち上がるが、実行はされない場合が多い。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・例えば土木関係においては仕事が多くて忙しいのだが、利益が上がらず収益につながらない状況にある。このような状態は今後も続くと思われ今後景気が良くなるという判断はできない。
		職業安定所（雇用開発担当）	・年度末にかけて、数社の人員整理の見込み状況がある。 ・学卒に関しては、求人数、就職率ともに順調に推移している。
		職業安定所（職員）	・新工場移転にともなう大量求人も一段落したため、求人全体でもしばらく横ばいで推移していくとみられる。
		民間職業紹介機関（職員）	・自動車関連の好調は続くと思われるが、自動車製造工場の焼失が大きな痛手となり、関連部品メーカーへの影響は避けられない。
		学校〔短期大学〕（就職担当）	・一部の中・大手企業では、求人対象を既に2006年3月卒業者に移しており、2005年3月卒業者への求人や採用内定が大幅に増える見込みは薄くなった。期待していた地元大企業の大規模プロジェクト受注による地域への波及効果や、大型量販店の相次ぐ出店による求人増なども現在のところほとんどなく、景気の先行きは全く不透明である。
	やや悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・自動車製造業や中国がらみで良くなっていったという「ムード」だけ先行しており、実態とかい離してきている。
		求人情報誌製作会社（支社長）	・円高のため、更に状況は悪化すると考えられる。 ・採用に関しては回復の兆しがみられてきたが、それが閉ざされるおそれがある。
		職業安定所（職員）	・年度末にかけて、サービス業において施設の閉鎖や廃止はあるが開業の予定は全くない。

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
		民間職業紹介機関（職員）	・地場中堅物流業者のフォークリフト等の求人が契約社員から2か月更新の派遣社員に変更になった。
	悪くなる	-	-

9. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	乗用車販売店（従業員）	・懸念していた秋以降の動きが良かったことから、今後についても大いに期待している。
		乗用車販売店（営業担当）	・春の需要期に向けて、新商品が出そろっている。
		住宅販売会社（従業員）	・全期間固定型住宅ローンの金利が引き下げられるという報道もあり、堅実に考えている客が、ようやく動き出すのではないかと思われる。
	変わらない	百貨店（売場主任）	・3か月先は春物の出始めのシーズンとなるが、最近、客の季節感もずれて、まだ冬というイメージが強く、春物の動きは少ないと考える。
		百貨店（総務担当）	・タイムサービスなどで価格訴求の商品を出しても、1つ1つ吟味され、なかなか買わないといった客のシビアな消費行動は依然として変わっていない。
		スーパー（企画担当）	・特に衣料品、住関連商品は、低価格品のみが買われ、高額商品は動いていない。この傾向はまだまだ続く。
		コンビニ（店長）	・9月以降、販売量は減少傾向にあり、来年の見通しも特に期待する商品に乏しく、利益を確保するためには経費節減に努めるしかない。
		コンビニ（店長）	・売上は緩やかな下降傾向にあり、特にイベント関連の効果がだんだん小規模になっている。今後の正月、節分、バレンタインデーなども盛り上がりや欠いたものとなり、全体としての伸びは期待できない。
		衣料品専門店（経営者）	・目玉となるヒットアイテムがなく、当面は前年割れの厳しい状況が続く。
		家電量販店（店長）	・AV商品は今後も伸びるが、暖房機器の売上動向が心配である。
		家電量販店（営業担当）	・年末の来客数は例年より多少減少し、購入単価も低下した。こうした状況の改善には相当日数が必要である。
		旅行代理店（従業員）	・2、3か月先の受注状況は今ひとつであり、また2、3月は旅行シーズンのオフであることから、大きな受注の回復は見込めない。
		通信会社（営業担当）	・今後も各種販売促進策を展開する予定であるが、現在の販売動向から推察すると、販売数の増加はあまり期待できない。
		観光名所（経営者）	・2、3か月先の予約数は前年並みであるが、ここ数か月は、数日前のキャンセルが増えている。
ゴルフ場（従業員）		・来期は閑散期に入るが、予約数はある程度確保できている。	
設計事務所（職員）	・既に年度末までの仕事量は確保されており、売上も確実に上昇する。		
その他住宅〔不動産〕（経営者）	・土地の値下がりや買い需要の低迷は続いており、景気が良くなるとは考えられない。		
やや悪くなる	商店街（代表者）	・商店街にある大型店の撤退発表があり、今後、空き店舗が増える。	
	スーパー（店長）	・10月から12月にかけて、客単価が、前年比で徐々に落ち込んできており、3か月後は更に悪化する。	
	都市型ホテル（経営者）	・先行きの予約状況が非常に悪く、予約が入っていても単価が安く、見通しは暗い。	
	タクシー運転手	・11月、12月の売上も前年比14～15%減少しており、2、3か月先もあまり期待できない。	
	悪くなる	-	-
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	通信業（営業担当）	・顧客の経営者と話している中で、株価が上昇していることや銀行に対する不安が少なくなったことなどから、設備投資の提案を気持ち良く聞いてくれるようになった。こうした状況から判断すると、景気は少し上向く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	通信業（支店長）	・ 2、3か月先は、新しい需要が出てきて、年間で一番売れる時期であり、それに合わせて1月に新製品が発売になるので売上は上向く。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・ リサイクルなど循環型社会を目指した具体的な動きが取引先の中に見受けられるようになり、確実に受注があると考えられるが、まだ排ガス特需のような活発な動きは期待できない。
		食料品製造業（従業員）	・ 為替動向が懸念材料であり、先行きは読めない。
		建設業（総務担当）	・ 一部で台風被害の復旧工事の特需が出てきているが、当社では受注獲得はほとんど期待できない。
		金融業（融資担当）	・ 公共工事が減少していく中、引き続き、土木建設業がふるわず、このことが地域全体に悪影響を与えている。
		広告代理店（経営者）	・ 県外資本の参入から、地元の店舗は生き残りのための新規オープンなどを計画しているが、遊戯関係の得意先以外からは受注がなく、全般的に低調である。
		公認会計士	・ 取引先の社長と話をする、夏ごろまでは景気は変わらず、設備投資も控えるという考え方がほとんどである。
	やや悪くなる	化学工業（営業所長）	・ 通常、毎年1、2月は、不需要期であることに加え、12月の荷動きが悪かったことから判断すると、良くなるとは思えない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・ 燃料費の上昇による経営圧迫の影響から、客の購買意欲が減退し、小型クレーンの販売に影響が出てくる懸念される。
		電気機械器具製造業（経営者）	・ 新年に入ると、昨年のオリンピック特需の反動や円高定着などの影響から、設備投資が抑えられるのではないかと予想される。
	悪くなる		
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	-	-
	変わらない	人材派遣会社（支店長）	・ 例年に比べて求人数は少ないが、急激に減っているわけではない。
		職業安定所（職員）	・ 新規求職者数は、前年比2か月連続して減少していたが、当月は自己都合離職者がまた増え、増加に転じた。良くなっていくのかどうか判断しづらい。
		学校[大学]（就職担当）	・ 採用動向では、新卒・新規採用よりアルバイト、パートなどの雇用が多い。こうした状況はまだ続く。
	やや悪くなる		
	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		
	やや良くなる	乗用車販売店（従業員）	・トラックの受注台数が増えている。景気は良くなる。
		百貨店（営業担当）	・熊本の市場や客の買上状況をみると、今後すぐには消費は回復しない。
	変わらない	百貨店（営業担当）	・売上は前年並みと下げ止まっており、徐々に上がる傾向にある。
		百貨店（売場担当）	・暖冬で衣料品全般が悪く、特に紳士服、子供服関係は上がる気配が全然みられない。12月の在庫がまだあるため、1、2月は売上が増えるかもしれないが、予断を許さない状況である。また、増税等が消費を冷やす。
		スーパー（店長）	・年末ギフトの動きが悪いのをみると、今後もなかなか売上は上がらない。暖冬がそのまま続くと、一層売上は弱含みになる。
		スーパー（店長）	・衣料品は2、3月も現状の前年比70%前後のままで推移し、その分食料品や住関連商品でカバーする状況となる。
		スーパー（店長）	・婦人、紳士ともにジュエリー関係、インポートのブランド物等、高額品の売行きがかなり悪くなっている。かつてのように衝動買いがなく、客は必要にならないと買わない。単価もどんどん落ちてきている。
		スーパー（総務担当）	・食品はほぼ前年並みで推移しているが、暖冬の影響で衣料品、住居用品が前年をかなり割り込んだ。今のところ目立ったヒット商品も見当たらないため、今後も気温に大幅な影響を受ける。

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（店員）	・パソコン販売に関しては、新製品が出るまでの間、物が足りなくなり、平行線のまま推移する。
		自動車備品販売店（従業員）	・競合店の出店により、当店の商圈エリアが縮小していることが懸念材料である。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・客の会話からは、冬期賞与の支給状況は厳しかったが、支給はされたとの安堵感も聞かれる。今後は寒さも本番を迎え、季節移行期を迎えるため、本来の季節商品の販売に期待したい。また、1～3月の3連休等の大型消費にも期待をかけている。
		観光型ホテル（スタッフ）	・2月にランタンフェスティバルがあるが、以前の盛り上がりをあまり感じない。県外からの宿泊客も以前は期間通して一杯だったが、最近は週末に集中していて、平日はがら空きである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊やレストランの予約はさほど改善していない。婚礼の件数も依然として低く、今後改善するような状況ではない。
		旅行代理店（従業員）	・先行きは不透明であるが、前年並みで推移する。ただ、スマトラ沖地震の影響が少し心配である。
		旅行代理店（従業員）	・旅行への消費が増えていない。学生旅行は例年並みの出足だが、春の家族旅行に不安が残る。
		タクシー運転手	・年末年始は遠出をせず近場で済ませ、金を使わない正月を過ごそうとする客が多かった。また、買物客が例年に比べ極端に少なかった。
		競馬場（職員）	・来客数、売上ともにまだまだ前年割れの状態である。この傾向が今後も続く。
		設計事務所（所長）	・個人客の住宅建築の依頼が少ない。この傾向が今後も続く。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・年明けと同時に郊外大型店が相次いで開業を予定している。郊外大型店の商圈の拡大に危機感を抱いている。
		百貨店（販売促進担当）	・近年の傾向として、購買がクリアランスに一極集中し、その後の購買は全く伸びないという状況であり、今年はその傾向が一段と高まっている。よってクリアランス後の2～3月は例年以上に厳しくなる。
		衣料品専門店（総務担当）	・客の商品の選別が厳しく、売上数量が少なくなっている。気軽に買ってもらえない。今後は更に売上量が少なくなりそうである。
		住関連専門店（経営者）	・今月の荷動きをみると、1月以降の動きも厳しいようである。家具関連の業界では景気は当分厳しい。
		一般レストラン（経営者）	・年末の売上等を考えると落ちるのは間違いない。ただし、歓送迎会の需要やバレンタイン、ホワイトデーの動きは前年より良くなる見込みである。
		一般レストラン（スタッフ）	・飲食に関しては、忘年会のように必ず参加するものには客は来るが、それ以外の自発的な飲食への消費が鈍っている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・前年に比べホテル宿泊の予約件数が少ない。
		都市型ホテル（副支配人）	・地震や災害で旅行を手控えるため、ホテル需要は減ってくる。
		旅行代理店（業務担当）	・前年悪かったOL層の動きが若干戻っているが、家族旅行の動きが悪い。特に春休みは家族旅行の比率が高いので、売上に悪影響を及ぼすのではないかと懸念している。ファミリー層の支出に対する姿勢は、夏場より一層慎重になっている。
		タクシー運転手	・1～2月の県外からの客は年々減っている。宿泊客が少ないと、街自体の人の出も少なくなるため、景気は悪くなる。
		タクシー運転手	・近隣の工場で人員整理があり、3人に1人が退職、又は定年退職になり、その後の補充はしないということである。心理的に消費を控えるのではないか。
		住宅販売会社（従業員）	・暖冬の影響もあり歳末商戦等で冬物の動きが悪いことに加え、賞与が出ても客が金を使わないという傾向もあり、景気は悪い。この傾向が今後も続く。
	悪くなる	百貨店（売場担当）	・暖冬の影響もあり、季節商品がなかなか売れず苦戦した。定率減税の半減や年金不安等の社会問題が影響し、ぜいたく品を扱っている百貨店において景気が回復するのは当分先と判断している。

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
		乗用車販売店（経営者）	・本来であれば新卒需要が出てくるはずであるが、全くない。就職が決まっていなかった人がかなりおり、決まっても給料が安いために車を買えない。また、父親がリストラされ車を買えないとか、保証人になってくれないという話も聞かれる。
		スナック（経営者）	・景気の回復が見込める材料がない。経費節減がますます進み、飲食店は厳しい状況になる。
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	経営コンサルタント	・2004年は天災等が消費者のマインドを下げた。年が明けて若干天候的にも通常に戻るため、プラスの方向に向かう。
	変わらない	家具製造業（従業員）	・2～3月は業界の需要期なので多少上向くと思われる。しかし、年度末の官公庁による駆け込み需要が年々減っていることや、BSEによる牛肉輸入禁止も長引き飲食業の新規オープンがかなり減ったことが懸念される。
		一般機械器具製造業（経営者）	・以前の見積案件が復活し、1～2月にかけて出そうである。ただし景気動向によっては客先の判断により受注がずれすることも否定できない。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・メーカーや大手企業はまだ海外及び国内においても活気があり忙しいが、零細企業はメリットのない仕事で忙しく、利益の出ない仕事に追われている。
		建設業（総務担当）	・税制改正や中越地震、スマトラ沖地震等が影響する。
		不動産業（従業員）	・宅地販売部門においては、販売区画数はほぼ横ばいで推移しているものの、地価低迷が影響し相変わらず販売価格を下げざるをえない状況にある。
		広告代理店（従業員）	・受注枚数などから判断すると、前年よりは確かに伸びているが、秋以降ほぼ同じ枚数で受注が推移している。悪くはないので期待はしているが、3か月程度は現状のまま推移する。
	やや悪くなる	農林水産業（経営者）	・年明けは消費が極端に落ちることもあるが、それも含めてここ3か月間のように好調には推移しない。加えて韓国で発生した鳥インフルエンザ（高病原性鳥インフルエンザ）の影響がどう出るか心配である。
		食料品製造業（経営者）	・来年3月には愛知万博が開催されるが、その反面南九州は話題性に乏しい。万博の余波を受けると思われ、南九州の観光関連産業の見通しは思わしくない。
窯業・土石製品製造業（経営者）		・毎年新年の展示会をする。そのときには地元の商社はあらかじめいくらかの注文を出すことになっているが、今年の場合、注文は商品を見てから決める等大変厳しい品定めとなり、注文を出さない商社も多い。消費低迷に加えて台風、地震と世界の災害も影響し、今後も期待できる状況にはない。	
悪くなる	繊維工業（営業担当）	・このままでは企業の倒産や閉鎖がまだ出る。暖冬というのも非常に大きな要因となって、工場の受注もかなり少なく、周りの工場では14日～16日の稼働というのも結構あるようで大変厳しい状況である。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・電子部品関係の在庫調整が長引くという状況が全国的にみられる。関連会社も非常に動きが鈍くなっているし、半導体装置関係にしてもここにきて停滞気味である。	
	経営コンサルタント	・清酒はずっと前年を割っている。焼酎関係は、以前は良かったのが、芋だけでなく麦、その他も含め悪くなる傾向にある。つぶれる酒類卸も出てきており、景気は衰退傾向にある。	
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・例年4月まで派遣業界は繁忙期に入るが、企業側から団塊の世代の退職後の対策も含んだ相談件数が飛躍的に増えており、人材の流動化は活発になる。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・年が改まり、企業の士気高揚も期待できる。ただ、先日のスマトラ沖の地震の影響は懸念されるが、全体的にはほのかな明るさを感じている。
		民間職業紹介機関（支店長）	・年度末を控え、例年では求人数が増加する時期ではあるが、特に多くの人材を必要とするコールセンターや新年・新年度の買換え時期を見据えた営業・販売職の需要が増加している。また一部の業種では、来年度採用者不足を外部人材派遣会社へ求める動きが、年内に始まっている。
変わらない	人材派遣会社（社員）	・IT関係を中心に、海外取引のため英語の使える営業事務のオーダーが最近多くなっている。一方で売上が良くないため、事業所の事業縮小や事務所の閉鎖等の情報も入ってくる。なかなかこの先良くなる情報が入ってこない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		求人情報誌製作会社（編集者）	・企業が積極的に派遣やアウトソーシングを活用することでフリーター層の求人需要が高まっているため、人材不足に陥っている。したがって、春先の需要が高まるとともに、派遣業やアウトソーシング業の人材不足は深刻になってくる。
		職業安定所（職員）	・引き続きパート求人や請負求人の占める割合が高まっており、安定した雇用につなげていない。
	やや悪くなる	民間職業紹介機関（職員）	・主力である半導体、ITエンジニア求人が減少している。弱電（電気通信）は若干伸びてはいるが、景気を左右するほどではない。今後は流通、食品に期待したい。
	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	-	-
	やや良くなる	スーパー（企画担当）	・いまだに先行き不透明な部分もあり、若干、不安な面もあるが、出店の活況も一段落し、全体的に通常の営業体制に戻りつつあることから、しばらくはこの状態が続く。
		ゴルフ場（経営者）	・一般客、特に観光客のトーナメント開催コースでのプレー嗜好が高まる。
	変わらない	一般小売店〔衣料品・雑貨〕（経営者）	・2月は年間を通して毎年売上が最も低い月であるが、営業戦略を進めることで期待ができる。
		スーパー（経営者）	・年末に競合店の出店があるなど競争が激化しており、来客数の増加にもかかわらず単価は低下しているなど、売上が厳しい状況となっている。今後、数か月はこのような状況が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・冬物から春物に商品を一気に変えたため、これまでと変わらず推移している。数か月は、特に変わらない。
		観光型ホテル（商品企画担当）	・1月、2月の予約状況は前年同月比で1月が約5%、2月は約1%とそれぞれ下回っている。 ・集客状況では前年比プラスは難しい状況であり、スマトラ沖地震による津波災害等によりマーケットの旅行マインドが冷え込み、旅行全体が落ち込む可能性もある。海外旅行から国内へシフトする可能性もあるが、現在のところ海外からの振替はみられない。
	やや悪くなる	観光名所（職員）	・愛知県で開催される愛・地球博が3月に開催されることに伴い、沖縄への観光客数の減少が懸念されるなど、旅行環境が良くなる要素がない。
		コンビニ（エリア担当）	・安売り値引き合戦が再び始まっており、利益減等の悪循環が起こっている。
		家電量販店（従業員）	・いろんな意味で金回りが悪くなっている。タクシーや飲食店でも客が少ないとの声が多く聞かれる。デフレが加速している感じさえる。
その他専門店〔楽器〕（経営者）		・今年の台風や地震の災害のイメージが不景気感を漂わせているように感じる。近郊に大型免税店がオープンしたことから、今後は人の流れが変化する。	
その他飲食〔居酒屋〕（経営者）		・平日の飲食注文数が減少している。一時期、高額商品も売れてきていたが、低価格で付加価値の高い商品の注文が多くなっており、また客の入りもイベント時に集中している。	
観光型ホテル（営業担当）		・対前年同月比で予約状況が悪く、商品単価も下がっている。	
住宅販売会社（経営者）		・三位一体改革の影響で地方財政は厳しい状況であり、公共工事が減少している。それに加え、資金繰りが厳しくなっており、同業者の倒産も増加している。	
悪くなる	住宅販売会社（従業員）	・年末までの住宅取得特別減税が終了し、今後しばらくはマイホーム取得を後押しする材料がないことから、戸建て市場全体が厳しい状況になる。	
	商店街（代表者）	・中心商店街では、観光客の通行量はあるものの、売上にはなかなか結び付いておらず、また、観光客を対象とした同種の店が多くなっていることから、客割れの状態が起こっている。 ・一般客は、周辺的大型店に流れていることから、商店街では大変苦戦しており、商店街の売上は今後も減退することが危惧される。	

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
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	-	-
	変わらない	建設業（経営者）	・現在の引き合い状況からみると、横ばいである。
		通信業（営業担当）	・年度末の飛び込み受注が期待できるが、一過性のものなので全体として景気回復までは期待できない。
		不動産業（支店長）	・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	人材派遣会社（営業担当）	・年度末に向け、求人数の増加が期待できる。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・前年同月比での求人数、求職者数の上昇は不透明なものの、新卒の需要期で合同企業説明会などがあるため、現在の周辺企業の動きから予測するにやや良くなる。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・今の需要が年末年始向けの特別のものであるならば、この状態は短期でしかない。長期に結び付くかどうかは、まだ見極められず、短期で終わるのであれば、時期が過ぎれば元に戻ると考えられることから、今後は変わらない。
		職業安定所（職員）	・求職申込数は前年同月比で新規は30.4%、月間有効は13.7%とそれぞれ増加しており、過去11か月間の推移をみると、ともに増加傾向にある。また、求職者は滞留し、いったん離職すると再就職が厳しい状況となっており、特に新規求職者申込では雇用保険受給者及び県外希望の求職者が増加している。新規求人数は前年同月比で81.6%増加しており、過去10か月間の推移をみると増加傾向にある。今後も数値的には改善し、求職者数、求人数ともに増加傾向で推移すると考えられるが、依然として両者間にはミスマッチがあり、雇用情勢は今後も厳しい状況が続く。
やや悪くなる	学校〔専門学校〕（就職担当）	・企業は雇用形態や支出抑制などにより体制のスリム化を図っており、ようやくこれから純益が出るというところであるが、消費税引上げや定率減税、補助金カットなどにより、将来への不安がますます増大し、雇用状況にも影響する。	
	学校〔大学〕（就職担当）	・県内観光の先行きはやや伸びるものの、公共工事を主体に大型設備投資が見込めず、建設業界を中心に全般的に県内景気は下降すると予測されることから、企業求人にも影響が出る。	
悪くなる	-	-	