

・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	一般小売店〔土産〕 （店員）	・愛知万博の影響を懸念していたが、実際に見てきて、会場のキャパシティの問題や見る時間の制約、パビリオンの混雑ぶりからかなり厳しさがうかがわれる。その意味でこれから夏の間は北海道観光が期待される。
	やや良くなる	百貨店（役員）	・客の様子をみると、若干ではあるが季節商品、特に衣料品購入時の1人当たりの買上単価が前年を上回り始めている。慎重な買い方ではあるが、まとめた購入もみられる。
		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、北海道地区の改善の兆しはいまだに不透明である。しかしながら店頭での顧客動向をみるとやや回復基調に乗りつつあると推測できる。
		スーパー（店長）	・4月は別として、2月から5月まで右肩上がり販売量が増えているので、今後も少しはこの傾向が続く。
		コンビニ（エリア担当）	・週末を中心に函館地区への観光客の流れが良くなっている。本州からの流れもゴールデンウィークなどは良かったことから、今後も天候条件が悪くならなければ売上はやや回復傾向に進む。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車も集い、また収入が減った話を聞かなくなったので、これからの売行きが期待できる。
		高級レストラン（スタッフ）	・7月中には知床が世界遺産に登録されるようであり、少しは明るい話題が出ている。
		通信会社（企画担当）	・客の様子に活気が見えてきた。
	住宅販売会社（従業員）	・北海道新幹線着工の効果で気分的に上向きになってくる。	
	変わらない	商店街（代表者）	・北海道新幹線着工が明るいニュースとなっている。家計動向にはいまだ効果は表れないが、消費者心理としては不景感が薄れる。
商店街（代表者）		・今年の夏の気温次第になるが、7～8月のバーゲン時に気温が高くなれば商品が売れる。しかしながら現在でも安い商品が更に安くなったところで、それだけの数が売れるほど、気温の高くなる日が来るかは分からないので何とも言えない。	
百貨店（売場主任）		・郊外の量販店や中心部でも競合店が多くなり、売上の競争が激しくなり、市全体で飽和状態がますます強まっている。売上も分散されているので今後もその状況が続く。	
スーパー（店長）		・販売点数の減少がここ数か月続いており、販促等を強化してもなかなか回復しない状況で景気回復の明るい兆しがみえない。	
コンビニ（エリア担当）		・市町村予算は緊縮型になっており、土木工事を中心に大幅な予算削減となっているため、工事需要やそれに関係する需要がかなり大きく減少することが予想される。このため工事現場も減少し、コンビニとしても売上増加は見込めない。	
コンビニ（エリア担当）		・失業率の低下など好要因はあるものの、この先の対策については何も変化がない不安から、客の購買行動は決して良くなることはなく、現状が継続する。	
家電量販店（経営者）		・デジタル家電の販売は好調ではあるが、価格の低下が激しく、客もマスコミ報道による買い控えの影響が出始めている。他の商品も買い控えが顕著であり良くなる要素は見当たらない。	
家電量販店（店員）		・気温が上昇することで、夏物商品の動きが良くなる。	
高級レストラン（スタッフ）		・6月は予約状況が良く、乗客数、売上ともアップの予定である。ところが7月以降については、予約人数が良いにもかかわらず客単価が低く、売上を落としそうな状況となっている。	
一般レストラン（スタッフ）	・このところ競合店のランチタイムのサービスメニューや割引サービスのチラシの配布が多くなっており、苦戦している様子がうかがえる。		

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
		観光型ホテル（スタッフ）	・本格的なグリーンシーズンを迎え、期待が膨らむが、道内客の動向が依然として低調なことが気がかりである。
		旅行代理店（従業員）	・愛知万博の影響も予想より大きくなかったが、良くなる新たな要因も見当たらない。
		旅行代理店（従業員）	・向こう3か月の受注数も前年と比べて少ない。直前になり多少増加する傾向はあるが、前年を上回る数にはならない見込みである。
		タクシー運転手	・これから夏季のイベント等の人出も予想されるが、ここ数年の経緯をみると今年に限って景気の上昇は期待できない。
		タクシー運転手	・タクシーは景気のパロメーターといわれているが、今、タクシー業界では運転手の1日当たりの収入が最低賃金を下回っている状況にあり、2～3か月で上向くとは考えられない。
		観光名所（職員）	・タクシーの空車率は依然として多く、変化はない。
		観光名所（役員）	・ロープウェイ及びレストランの予約等は堅調であり、平年ベースまでには回復する見込みである。
		美容室（経営者）	・客の購買力が二極分化してきているため、より安い価格帯の店に移る客がみられるようになってきた。
		設計事務所（所長）	・北海道新幹線着工という明るいニュースがあるにもかかわらず、建築土木業界が勢いづくような印象は全くない。官に頼らない自助努力が働いている企業が比較的元気な印象がある。
		やや悪くなる	
百貨店（売場主任）	・天候不順もあり、夏物の動きがまだみえない。特に旅行関係の商品の動きは鈍く、高額な宝飾関連も売上としては厳しい状況である。いずれにしても今後の天候に一部左右される。		
スーパー（企画担当）	・北日本の今夏の天候は冷夏が予想されており、また北海道内での特筆される大型イベントも予定されていないことから、消費全般の盛り上がりはほとんどないと考えられる。		
コンビニ（エリア担当）	・天候不順もあるが、ゴールデンウィークも札幌近郊で行楽を済ませるなど、遠出客は少なかったことから、行楽費についても節約している傾向がうかがわれる。		
住関連専門店（従業員）	・今年の夏は冷夏と言われているので、その通りなら売上が落ちる。		
観光型ホテル（経営者）	・天候の影響が顕著に現れている。春の遅れと夏の短さが不安材料である。売店や追加料理、飲物などの付帯収入も、はっきり言って落ち込みが大きい。		
観光型ホテル（経営者）	・依然として愛知万博の影響があるとすれば、当面は前年比での入込客は減少傾向で推移する。また知床の世界遺産指定が7月と聞いており、北海道全体の入込には良い影響を及ぼすが、函館地区には逆にマイナス要因になるのではという懸念もある。		
タクシー運転手	・デパート等での消費が落ち込むなど買物客の減少がうかがわれる。このことから移動人口も減少する傾向にあり、タクシーの利用客が減るのではないかと考えられる。		
美容室（経営者）	・来客数も伸びず、また結婚式や祝事の時も従来と違って普段と同じような格好をするので、今後とも客単価は上がらない。		
悪くなる			
企業動向関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	家具製造業（経営者）	・日本全体としては必ずしも良くはないが、当社のターゲットである住産業ハイエンドマーケットは今後も質的成長を遂げる。
		輸送業（営業担当）	・原材料関係、特に輸入炭、輸入チップが在庫薄状態から配船増となる期待がある。また新規貨物の引き合いも出てきた。

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
		通信業（営業担当）	・今月の景気と同様に客からの新規案件、増設案件の問い合わせが増加しているため、2～3か月先の景況感としては多少ではあるが上向きの印象を受けている。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・まだ工事が本格的になっていないので少し停滞気味だが、今期はこれから出てくるものと思われ、工事の活発化を期待している。
	変わらない	輸送業（支店長）	・鉄鋼をはじめとする一部業界及びその関連業界では今後も好調に推移すると思われるが、道内進出企業が少なく、道内企業の設備投資が少なく、また、あったとしても現在の鋼材市場では鋼材の手当が今後更に難しくなることが想定され、現状以上の伸びは難しい。
		通信業（営業担当）	・ここ数か月、受注量、取引先の様子に大きな変化はみられないので、今後もしばらく横ばいが続く。
		金融業（企画担当）	・北海道新幹線の着工は明るい材料であるが、今年度に限れば投資額が少ない。原油価格の高騰などは、更に燃料費や素材価格の上昇をもたらす。道内景気が良くなる要素は乏しく、停滞感が続くものとみられる。
		司法書士	・土木建築関連が低迷している中であって、今後の回復は見込める状況ではない。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・設備投資の引き合いが増加してこない。
	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（編集者）	・正社員又は準社員など常用雇用の求人依頼が少しではあるが増加傾向にある。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・今後2～3か月は例年求人数のピークを迎える。これといったマイナス要因は考えられず、前年比プラス10～20%の状態はこじばらく続く。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・道内企業の業績も上向いているとは言えず、夏のボーナスもあまり期待できるものになりそうではなく、雇用調整の動きも聞こえてきており、決して環境が良くなるとは考えられない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・現在の求人数に占める派遣・業務請負業の比率が高く、ここから更に大きな伸びは考えにくい。一方、天候の不順が続いており、北海道の基幹産業である観光や衣料品などの小売業への影響が心配される。
		職業安定所（職員）	・未充足で有効期間が到来した求人の更新確認を行う際、求人をストップするケースがみられる。
		職業安定所（職員）	・求人は増加傾向にあるが、そのうち約3分の1はパート求人であり、この割合が増加している。
	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	-	-
	やや良くなる	百貨店（広報担当）	・7月、8月は市場として、夏物のバーゲンセール時期となる。昨今の状況から、ファッションを中心に一時的に活況を呈する。その流れが継続するかは、気候等に左右される。
		スーパー（経営者）	・気候の不順が6月に回復すれば、さくらんぼ、山菜の収穫等で良くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・当地域は春から寒い日が続いており、現状の品揃えが中途半端な形になっている。客のニーズと天候のギャップが大きく、夏物が全くの不振で、春物の処分が続いている。気温が暖かくなるにつれて夏物商品の動きが出てくる。
		衣料品専門店（店長）	・客層が拡大し、客数が増加する傾向にあり、価格重視よりも商品本位で、商品を購入する層が主体となっている。
	乗用車販売店（経営者）	・新型車による需要喚起もあり、こちらからの提案を聞いてくれる客も増え、依然として商談は長引いているものの客の動きが活発化している。	

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		乗用車販売店（経営者）	・震災復興が一層進み、企業業績の好調を受けた夏のボーナスも増額が期待される。そんな中、各メーカー新型車投入が計画されており、相乗効果から新車代替促進が予想される。
		乗用車販売店（経営者）	・6月に3年ぶりの新型車が出ることにより、社内でやる気が出てきている。新型車が注目されているのか、カタログを求める客が出始めているとともに、来月の発表にもかかわらず、受注が2台出ている。
		乗用車販売店（経営者）	・4、5月に発表の新型車が徐々に売れてきており、ボーナス時期に向けてかなり期待される。
		高級レストラン（支配人）	・これから観光シーズンに入り、特に野球、サッカー等のスポーツ観戦により、外出する客が多くなる。
		都市型ホテル（経営者）	・長期のゴールデンウィークが天候に恵まれたことにより、遠出する客が増え、当ホテルの利用数が減少した。ここ数年で最悪の利用数となった。6、7月については大きな連休がないので今月よりもやや良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・国内については、厳しい状況も予想されるが、海外旅行は順調である。
		観光名所（職員）	・さくらんぼ狩りの季節になるので団体客が増える見込みである。
		競馬場（職員）	・ここ1、2か月の間に大きなレースが計画されており、販売金の増が見込まれる。
		住宅販売会社（経営者）	・展示場来場者数、商談は落ち込んでいないので今後の受注につながるものと期待している。
		商店街（代表者）	・地元店の閉店の後に中央資本が出店するという構図が地元としては懸念される。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・最近特に、店舗営業書店の苦戦を尻目にオンライン書店の好調さが業界誌などで度々とりざたされている。実際その伸びには目を見張るものがある。目的買いの顧客は今後ともあきらかに奪われていくと予想される。
		一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）	・昨年の夏のように暑さがあまり厳しいといろいろな障害が出てくる。ほどよい天候が続けば少しは良くなる。
		百貨店（売場主任）	・前年の総額表示への切替え以降冷え込んだ売上実績に対して、今年は4月の実績が良く、5月にその反動があると思われるが大きく落ちていないので、このまま6月以降も変わらない。
		百貨店（売場主任）	・来月は、ハウスカードの集客催事があり、売上を期待しているが、クリアランスセールを期待している客が多くシビアな買い方が続く。
		百貨店（売場担当）	・ボーナスを見越してカードで購入する層は少ない傾向にあるが、高額商品を長く持ちたいという層は多い。
		百貨店（販促担当）	・今年の夏は冷夏という見方があり、各取引先の商品在庫も減少傾向にある。全体的に早めの秋の立ち上がりを予想している。
		スーパー（経営者）	・売上金額については、大きな動きはないが、客数が先行する形で増えているので、この動向が今後続くとすると若干の消費の回復基調に入るのではないかと。
		スーパー（経営者）	・競合店の影響も限定的である。この安定需要は数か月から半年は続く。
		スーパー（店長）	・前年の消費税総額表示は、導入から3か月ほど売上への影響が出ていたため、6月までは比較的売上確保が可能となっている。しかし、前年6～7月は、天候が良く気温が高かったことで夏物商品が売れて売上を確保している。今年の長期予報は平年並みの予報が出ているため前年の実績をクリアするのが厳しい。よって、総額表示のプラスと天候のマイナスで変わらない。
スーパー（総務担当）	・経常利益が前年をクリアしている企業とそうでない企業の格差が出店等に始めている。業績を伸ばしている企業のほか小売業態間の競争と合わせ、生き残り競争は更に厳しくなる。		
コンビニ（エリア担当）	・天候に左右される商品が主力のコンビニエンスストアは、今後の天気の長期予報を見ると大きな変化はない。		
コンビニ（エリア担当）	・東北は今年、冷夏の予想であり、昨年の猛暑で非常に良かったため、その反動で前年比は厳しくなる。		
コンビニ（店長）	・新球団効果は今ひとつである。小売業界の安売り競争が続く限りデフレ状況は続く。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（経営者）	・夏物は天候に左右されやすく、今の春物の遅れが夏物の出足に影響してやや悪くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・地方では依然として回復基調が変わらず、職種による好不況の度合いが顕著で、小売業は依然として芳しくない。
		家電量販店（店長）	・昨年のような気温にならなければエアコンが厳しくなるが、地域によっては、地上波デジタル関連でテレビが伸びる。
		自動車備品販売店（経営者）	・明るい話題がない。新車がある程度ディーラーによっては動いているので、それに伴い修理はしばらく減少する。
		住関連専門店（経営者）	・高単価商品の動きが悪くなっており、客単価が相対的に減少している。客数は横ばいになっている。今後夏物セールによって客数は若干増えるが、その分客単価は期待できないためこのまま横ばいで推移する。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・販売数量の動きが悪い。値上げに伴ってガソリンの販売が前年割れとなっている。軽油は、官公庁の入札が6月からとなっており、例年のことだが販売数量が落ち込んでいる。さらに販売価格の下落も起こってきているため差益が取れていない。石油業界全体が夏場の需要の減退に伴って販売競争が激しくなる時期であり、現実には価格の下落が20日過ぎより起きてきている。燃料以外の販売も前年並みであるために、横ばい状態が続く。
		スナック（経営者）	・ゴールデンウィーク明けは、かなり来客数が減少し、暇な日が続いた。今後2、3か月は、団体に動く行事が少ないので、さほど売上は期待できず、今月とあまり変わらない。
		その他飲食〔そば〕（経営者）	・ここ数か月単価に変化はなく、下げ止まった感があるが、依然悪い状況に変わりはない。同業者との会合の中でも閉店話の話題が多く、新規開店するのはチェーン店ばかりである。個人店の厳しさはこれからも続く。
		観光型ホテル（経営者）	・決して良くはならない。愛知万博、市長選の影響が大きい。また、松島を見た後に当ホテル等に宿泊していた客が、飛行機、新幹線の利用により、南東北3県を素通りして北上する傾向が見られる。
		観光型旅館（経営者）	・6月は、愛知万博の影響でさくらんぼツアーの伸びが懸念される。さくらんぼの作柄にも左右される。
		都市型ホテル（スタッフ）	・8月までのここ2、3か月の動きが大変重要な時期である。前年は水害等の風評被害があったので一年を経過した見極めの時期となる。一過性ではなく継続した力が発揮できる商品の提供が重要である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・昨年同時期と比較し、宴会受注は6割程度と低く、現在低単価だが、レストラン、納涼会プランを中心に件数を増やすべく、全社でセールスを強化している。
		旅行代理店（従業員）	・販売量が少なくなっている流れがある。旅行に対する経費を削減する傾向があり、これを改善するような動向がない。
		遊園地（経営者）	・夏休みのイベントを中心に力を注ぐが、天候や選挙の影響からなかなか明るい見通しは立てにくい。
		住宅販売会社（従業員）	・イベント集客の顧客については、受注確約が取れているため受注量は良いが、若年層の客も多く客単価が低いから売上から見れば横ばいである。
		住宅販売会社（従業員）	・販売中の大型タワーマンションの訴求力にかげりが見え始め、市内高級住宅地とされるエリアに新規着工し販売開始した物件に期待がかかるが、すでに買うべき客は買ってしまっただのではないかという不安がある。
	やや悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者）	・これから夏にかけて、スーパーやチェーン店での食料品売場では、麦茶やペットボトル飲料の特売があり、激戦が予想される。例年夏場は茶店舗の売上は落ちるが、例年どおりに踏みとどまるのが精一杯である。
		スーパー（企画担当）	・今年は、長期予報上、平年よりも気温の低い夏となっており、また、新規の競合出店の影響により、厳しい状況が見込まれる。
		住関連専門店（経営者）	・中央と地方の格差がどんどん生じており、地方は人口も減少しているし、大きな事業所もなく心配である。
		高級レストラン（経営者）	・中央市場に魚、野菜を仕入れに行くのが高級なものは売れない。これからも景気が良くなるとは考えられない。

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
		その他飲食〔弁当〕 (スタッフ)	・市内においては、全国でだんだん景気が上向いているという中で、倒産する会社の件数も増え、当店も売上が減少しており、先行き3か月では景気は上向かない。
		都市型ホテル(経営者)	・婚礼、宴会ともに予約状況は依然として悪い。客を訪問しても株主総会後の社長交替等のパーティーはなく、役員の会食程度である。組合等の総会、懇親会等の獲得を目指すのが、今後は当社だけでなく、業界全体としての良くなる方向を考える時期にある。
		都市型ホテル(スタッフ)	・昨年の春、2つのホテルが出来たばかりであるが、5月に暫定開業で、7月に400室規模で本格開業するところが出てくる。夏祭りに伴う需要はあるものの、それ以外の時期は、満室という稼働状況が続いていない中で、客の奪い合いが激烈になり厳しい状態が続く。
	悪くなる	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕(営業担当)	・真夏は売上が上がらない時期であり、売る物自体がないような状況になるので、販売量、売上は減少する。天候次第ではあるが、暑ければ暑いほど夏物は売れるが、8月には夏物が終わってしまうので売上は見込めない。
		一般レストラン(経営者)	・東京から来る客の話では、東京はだんだん景気が良くなったとのことである。しかし、地方はまだまだで、地元企業の社長の話では、資金の調達や単価の引き下げで大変のようである。この2、3か月で景気が良くなる見通しはない。
	タクシー運転手	・良くなる要因はない。独立する人も多く、競争が激しくなっている。	
	タクシー運転手	・客は減少しており、増える要因はない。タクシー台数が増え、サバイバルの状況にある。売上も前年を下回り、下げ止まりの状況にない。	
企業動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	建設業(企画担当)	・官庁工事の出件数が増える見込みがあり現状より良くなる。
		通信業(営業担当)	・秋まで開催される愛知万博などの影響を受けて、直接ではないが需要増が見込まれる。
		その他企業〔企画業〕(経営者)	・リフォーム需要が増えていることから、白物家電の販売が増えている。
	変わらない	一般機械器具製造業(経理担当)	・携帯電話用の部品については、秋口または年内まで低水準で推移する。車用の部品については現状の水準で推移するが、為替がやや円安で動いているのがプラス材料となっている。
		輸送業(従業員)	・現在、中国との輸出入関連が減少傾向にある。
		広告代理店(従業員)	・精力的に新規受注の営業努力はしているが、単価の下落に歯止めがかかっておらず、それがそのまま増収につながらない。大手企業は回復・安定してきているというが、そのあおりを中小企業が受けている。
		新聞販売店〔広告〕(店主)	・チラシに見る中央の景気はそれなりに安定しているが、なかなか地元には波及していない。購読者数については一進一退の状況である。
		公認会計士	・製造業の一部には、需要量が増加し、それに対応する設備投資と雇用の増加があるが、サービス業は来客数が増えず厳しい状況が続く。
		司法書士	・ボーナス期を迎えるが、大都市圏と異なり当地の不動産を中心とした市況に左右する要因とはならない。雇用の拡大につながる施策が不足している。
		やや悪くなる	食料品製造業(経営者)
		食料品製造業(経営者)	・BSE問題が先送りされそうであり、2、3か月では改善される傾向は見られない。今後問題が長引く中で、相場の上昇、原材料の高騰による営業活動への影響を考えると景気の流れが悪くなっている。
		食料品製造業(経理担当)	・例年、夏場は不需要期であるが、売上げは前年比103~104%位はいくと予測している。原材料と燃料のコストアップの吸収がしにくい状況が続く、収益面で利益が出ない状況が続く。

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
	悪くなる	広告業協会（役員）	・ 当地の電波メディアは2月以降苦戦している。新球場に広告掲出した分、メディアへの出稿が減っているし、通信関係の大幅予算減が響いている。
		コピーサービス業（経営者）	・ 2、3か月後は夏場に入り、受注量は減る傾向にあるが、今年は5月の状況から見ると更に減る状況にある。特に公共機関、民間企業の新築等が少ないように感じられる。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・ 梅酒の需要が、東京・大阪から東北にも広がりつつあるが、日本酒の減額分をカバー出来るとは考えられない。メーカーも出荷量を予測出来ず、欠品も目立ち始めた。
		広告代理店（営業担当）	・ 当地域の広告のけん引役を担っている携帯電話の広告が、前年に比べて半分以下に減っている。
雇用 関連	良くなる やや良くなる	-	-
		人材派遣会社（社員）	・ 当地域の半導体を扱う企業では、3、4か月後に改めて雇用を増やす計画があると聞いている。
	変わらない	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ 求人数においては、来月の見込みでも、若干増えつつあり、今月は反動月で悪かった。東京資本からの求人は増えているが、地元資本の求人が活性化していない。
		人材派遣会社（社員）	・ 派遣の取引先である一部製造業から、派遣人数の契約を打ち切るといったケースが、2、3か所出てきている。取引単価下落による業績低迷が原因となっている。
		アウトソーシング企業（社員）	・ 質を求めるところと価格を求めるところが出てきており、バランスがとれている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ 新規開業した屋台村の客の入り为好調であるが、既存飲食店は停滞したままである。夏祭りに期待したいが、好材料が見当たらない。
		職業安定所（職員）	・ 求人数に減少傾向が見られ、求職者数も在職者、事項都合、無業者からの求職が増加している。また地域商店街の核となる大型スーパーの撤退等の動向によっては雇用情勢の悪化が懸念される。
		職業安定所（職員）	・ 依然としてパートや臨時雇用が多く、正規の雇入れを希望する者が多い現状からすると、ミスマッチが拡大傾向にある。
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	コンビニ（店長）	・ 朝昼晩の弁当やサンドイッチ、飲料等が2けた以上伸び、たばこも毎月300カートン以上の定期予約を獲得するなど、日常食料品やし好品などがしっかりと売上を作っている。また、試食、声かけ販売もずっと好調で、先日は冷やし中華を100個単位で販売することができた。試食、声かけ販売の新たな局面を迎え、わくわくしている。
		通信会社（営業担当）	・ 様々なデジタル機器がそろいつつある。テレビに関してもプラズマや液晶に代わる第三の新規格が登場したことで価格が下がり、客の購入意欲が増す。デジタル対応機種への変更の予兆がうかがえる。
		その他レジャー施設〔アミューズメント〕（職員）	・ アミューズメント業はまだ客のニーズを十分にフォローしきれていない。サービスの質の向上を目指しており、購買意欲はプラス方向になると十分予測できる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・ 人出に変化がみられないが、近隣店舗がここ1～2か月で新装開店するので、変化を期待している。
		コンビニ（店長）	・ 客は不景気に慣れてきており、特別必要でない物には食指が動かず、買物を控えている。ただし、何か欲しい物があればすぐ飛びつくので、お金がないわけではない。
		コンビニ（店長）	・ 近くにできた大型店の売上も頭打ちにきており、最近ぼつぼつと客が戻ってきているので、少しは上向き。
		衣料品専門店（統括）	・ 夏は夏休み、夏祭りなどいろいろな催事が多くなる。現在、注文、問い合わせが多くなっているため、2～3か月後の販売には期待が持てる。
		家電量販店（店長）	・ エアコン、液晶テレビ、プラズマテレビなどがこのまま伸びれば、やや良くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・ 例年、6月から新車の販売量が多くなる。8月を除き、後半は良くなると見込んでいる。モデルチェンジもあるため、期待している。

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（営業担当）	・新型車の発売とボーナスの時期が重なり、販売量の増加が見込まれる。
		その他専門店〔携帯電話〕（営業担当）	・番号ポータビリティ導入が予定されており、価格を抑えて客の囲い込みが主となるため、収入の伸びはあまり期待できない。ただし、6月に新機種が販売開始予定であり、ボーナス商戦とも重なることから販売台数は伸びる見込みである。
		スナック（経営者）	・客から景気の悪い話があまり聞かれなくなってきたり、悪いところを若干抜けてきたと感じる。先の予約の入り具合もそこそこ良く、このまま少し上向き方向でいくことを期待している。
		旅行代理店（従業員）	・愛知万博効果があり、夏に向けて客が動くような感じが見受けられる。
		タクシー（経営者）	・この5か月間、前年と比べ毎月の売上が増えているので、この先も良くなる。
		ゴルフ場（副支配人）	・ここ2～3か月は前年同月に比べ引き合いが活発になっている。前年並みの単価を確保するのはやや難しく、現状の売上は横ばいであるが、引き合いがあるので戦略、取り込み次第では今後の売上は増加すると見込んでいる。
	変わらない	一般小売店〔金物〕（経営者）	・原材料価格の高騰がマイナス要因で効いてくることが見込まれるが、季節的要因から若干売上がプラスになる要素があるので、総じて変わらない。
		百貨店（販売促進担当）	・それなりに付加価値のある商品は購入するが、客のたんす在庫のうち、いつも着ているアイテムについては、改めて購入する傾向がだんだんなくなっている。
		スーパー（店長）	・来客数、買上点数の増加分が、1点当たりの単価ダウンを補えるギリギリのところまでできているので、今後は多少好転すると見込んでいる。
		スーパー（総務担当）	・食料品関係の来客数、単価は前年をクリアできるようになっているが、衣料品はヒット商品がないこともあり、この数年、来客数、単価のマイナス傾向が続いている。先行きも変わらない。
		スーパー（統括）	・来客数が回復する兆しはみられるが、絶対客数が増えているわけではなく、天候等により買物頻度が上がったことが大きな要因である。客が店を選ぶ基準は一層厳しくなっており、このトレンドを維持するには、商品、品質、価格、カスタマーサービスなどのアクションプランがかぎとなる。
		衣料品専門店（経営者）	・買物に来る母親たちが子供たちの物を買うことも非常に渋る。この傾向は半年以上続いており、子供の履いている靴をみても、去年より悪い靴を履いているようである。景気が良くなるとは思えない。
		衣料品専門店（経営者）	・全体の販売額はこのところ大体前年比プラスで推移しているが、婦人服は一進一退である。この傾向は今後もしばらく続く。
		衣料品専門店（販売担当）	・ショッピングセンターの開店景気の影響で客が流れ、来客数が少ない状況は今後2～3か月も変わらない。このまま天候不順が続けば更に悪くなると懸念している。
		乗用車販売店（従業員）	・特に新型車が発売になることもないので、良くなるとは思えない。販売台数、売上高、来客数も変わらない。
		乗用車販売店（営業担当）	・かなり無理をして車検を受けるユーザーが目立つ反面、車両の台替えは相変わらず低迷しているので、変わらない。
		住関連専門店（店長）	・原油価格は安定傾向にあるようだが、商品販売価格は値上がり傾向にある。
		高級レストラン（店長）	・家計の中で外食やその他の消費に回せる金額は増えておらず、内容が変化しているだけである。消費に回る部分が底上げされない限り、現在のような状況が続く。
		一般レストラン（業務担当）	・6月の会議、宴会予約は組数、客数、料理単価とも、ほぼ前年並みである。6～7月の会社関係の納涼会予約は前年を下回っている。レストランのメニュー改訂による実質値上げで、昼食の販売単価が上がり、トータルの売上は前年並みとなる見通しである。
		都市型ホテル（経営者）	・首都圏の景気が良くなり、地方都市に波及するまでは3～6か月の時差がある。大手企業の現在の動向から、地方への波及は秋以降になると予想され、それまでは現状維持か若干の後退で推移する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		都市型ホテル（スタッフ）	・客の動き、単価の動きなどから判断すると、年内一杯くらいはこの不景気な状態のまま変わらない。	
		旅行代理店（営業担当）	・秋以降の団体旅行の見積依頼が増加傾向にあり、期待が持てる一方で、中国への旅行は模様眺めが続いていることから、先行きは現状維持程度となる見込みである。	
		タクシー運転手	・特別なイベントの予定もないため、現在同様低迷が続く。	
		通信会社（営業担当）	・利幅減少に見合う販売量が見込めればよいが、高齢化が進み購買力も低下している当地域では、販売量を増やすのはなかなか難しい。	
		観光名所（職員）	・新緑の季節で例年並みの入込は見込まれるが、一部人気の高い店を除き、節約ムードから売上は例年を下回る。	
		ゴルフ場（支配人）	・予約が梅雨などの天候に左右される時期となる。雨が降る予報が高いとキャンセルの発生率が高くなる。標高が高いコースなので、涼を求める客に期待している。	
		美容室（経営者）	・客足は梅雨の雨次第で決まるが、ボーナスの支給などで客足の悪さをカバーできたという希望もある。現状から判断すると、売上はやや下げ止まりつつある。暑くなればカットも増えるので、客単価は低いが、その分を来客数の増加でカバーできれば、全体としては変わらない。	
		設計事務所（所長）	・新年度の公共事業の発注が6月ごろから出てくるので期待感はあるものの、件数が少ないので厳しい競争が予想される。	
		住宅販売会社（経営者）	・金融関係の融資がなかなか厳しく、不動産への投資需要が悪いため、土地が動かない状況にある。不動産等が動かないと景気は良くなる。	
		住宅販売会社（経営者）	・市町村合併による都市計画の見直し等が時間差で行われるため、客の動きに待ったがかかる恐れがある。	
	やや悪くなる	スーパー（経営者）	・販売単価が下がっている分、来客数を維持しても前年売上をクリアすることが難しくなっている。競合他社の新規出店が増加しており、今後はますます厳しくなる。	
			観光型ホテル（スタッフ）	・来客数、観光客の予約が最近少なくなっているため、先行きはやや悪くなる。
			設計事務所（所長）	・現在は多少仕事はあるが、問い合わせ件数が非常に減っている。行っている物件への建築関係の反応は非常に大きいですが、それだけ物件数が減少しているということである。今後は全体的にもう少し減少してくると見込んでいる。
	悪くなる	都市型ホテル（スタッフ）	・各エージェント関係の動きが非常に悪くなっており、市、県等の行事等もかなり減ってきて動きが悪い。市民の需要が落ち込んできており、非常に危機感がある。	
企業動向関連	良くなる	-	-	
	やや良くなる	食料品製造業（製造担当）	・国産大豆の入札価格が多少下がったので、製品の製造横流し状態からようやく抜け出せ、利益が出てくると期待している。	
		一般機械器具製造業（生産管理担当）	・納期が2～3か月先という注文が、今までになく多く入ってきている。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・4月に比べて5月は売上が40～50%減少している。この状態が2～3か月続いたらどうにもならない。今月が最悪であることと、6月末は決算なので現状よりは良くなる。	
		精密機械器具製造業（経営者）	・IT関係はあまり良くないが、自動車関係は割合活発である。	
		金融業（経営企画担当）	・観光業においてはアジア人観光客への中国反日デモの影響が懸念されたが、予約、集客状況等、順調に推移しているとのことである。	
	変わらない	食料品製造業（営業統括）	・国産100%の製品を看板にしている一部メーカーを除いて、大部分のメーカーは、最近では工場見学者数も減少してきており、しばらく大幅な売上増は期待できない状態である。	
		化学工業（総務担当）	・受注は確実に入ってきているものの、競争が激しい商品もあり、6月より値下がり傾向に入りそうである。良い部門も悪い部門もあり、利益としては相殺され、横ばいの見込みである。	
窯業・土石製品製造業（総務担当）		・市町村合併に伴う公共事業の発注に期待しているが、県の公共工事等は、6年連続減少しており、厳しい状況が今後も続く。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金属製品製造業（経営者）	・最近、景気と関係なく親会社で内製化を進めるところが増えてきている。最適生産ということが要因で、大手の下請企業が今年経営破たんしている状況であり、先の見通しは大変流動的である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・引き合いが出てきており、全般に上向いていくと思うが、コスト競争がいまだに激しく、まだ企業間格差もあり、予断を許さない状況である。
		輸送業（営業担当）	・前年よりも夏季商品の出だしが遅いが、他の雑貨類の伸びで例年並みの輸送量を確保している。
		不動産業（管理担当）	・新規入居予定の話は今のところないが、逆に退去、縮小するテナントもないため、現状維持がしばらく続く。また、特に契約の見直し（賃料引下げ圧力）の話もなく、話が出てても実際引下げを適用するのは早くても3か月程度後になるので、2～3か月は変わらない。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・取引先の店主や店長が消費の停滞感を感じている。来客数は同じでも、客単価が確実に落ちており、その分何か違う物を買わせる工夫を行っているとのことである。あるホームセンターでは新たに食品を扱うスーパーセンターへ業態を変えるべく、店舗改装中である。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・引き合い状況から判断すると、今後も活発に推移する。
	やや悪くなる	一般機械器具製造業（経営者）	・6月までは現状横ばいの予定であるが、それ以降は徐々に仕事量が減少する見込みである。
		その他サービス業〔放送〕（営業担当）	・経費を節約し広告費の効果を上げるため、企業が広告費を本社に集中する傾向が強くなり、このため製造業からのコマシャルが小口化し、金額が減少している。官公庁は予算削減の影響を受けており、地方での放送コマシャルの受注は一段と厳しさを増してきている。
	悪くなる	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・今後9～10月の受注の伸びは相当悪くなる見込みであり、経費節減の展開に入っている。
		建設業（総務担当）	・5月の連休明けに創業50年になるという建設業者が廃業した。建設業を取り巻く環境は大変厳しい。
雇用 関連	良くなる		
	やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・在庫調整をしていたIT関連製造業のいくつかがこのところ上向きなのか、派遣要請が出てきている。消費マインドが上向き、高額資産への購買意欲が潜在的に出てきているのか、流通関連で貴金属や自動車ディーラーなどから販売補助スタッフ、ショールームスタッフの引き合いがある。
		職業安定所（職員）	・新規求職者は前年比で微減となっているが、人員整理の実施で雇用保険の受付をした約300名分を除いて考えると、前年比10%以上の大幅減少となる。このような状況が明るい見通しの要因となっている。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・主な取引地域にあるホテルの話では、整理回収機構の通知が随分出されているようである。大した売掛があるというわけではないが、新規受注は難しくなっている。再生機構が入った物件に関しても、基本的には見積合わせや、それまでの随契的な受注がなかなか難しくなっている。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・3月までは大変良かった求人広告が、4月以降2割ほど減少している。ゴールデンウィーク中、一時的に周辺観光地への来客が増え、飲食店等は今までに潤ったが、その後広告等の受注は落ちている。
職業安定所（職員）		・求人数は前年同月に比べ増加しているが、製造業は派遣、請負等が依然として多く、直接雇用の求人は非常に少ない。原油高からくる原材料費の高騰を製品単価に転嫁できず、苦しい状況とする事業所が多い。	
学校〔短期大学〕（就職担当）		・企業の採用活動も6月あたりを山に、その後は減少傾向をたどると予測している。また、企業の雇用形態の多様化による影響も出る可能性がある。前年と比較して考えても、今後の求人状況はあまり変わらない。	
やや悪くなる	民間職業紹介機関（経営者）	・求人をけん引してきた製造業で大規模なリストラを実施している企業が数社ある。専門的、技術的な職種以外は、派遣による短期的な雇用にますますシフトしている。	

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
	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	旅行代理店（営業担当） 観光名所（職員）	・愛知万博の需要に勢いがある。 ・来客数の動きが順調で、今後も良くなる。
	やや良くなる	商店街（代表者） 一般小売店〔家具〕（経営者） 百貨店（売場主任） 百貨店（企画担当） 百貨店（営業企画担当） コンビニ（経営者） 衣料品専門店（経営者） 衣料品専門店（店長） 家電量販店（店長） 乗用車販売店（販売担当） 乗用車販売店（販売担当） 都市型ホテル（スタッフ） 旅行代理店（営業担当） タクシー運転手 通信会社（営業担当） 通信会社（営業担当） ゴルフ練習場（従業員） パチンコ店（経営者） 住宅販売会社（従業員） 住宅販売会社（従業員）	・クレジットカードの売上が伸びる傾向が顕著なので、今後も良くなる。 ・最近、周辺でマンションができており、客の購買が増えることが見込まれる。 ・婦人服の動きが非常に活発で、ジャケットやカットソーのカジュアルタイプに人気が集まっており、今後期待している。 ・得意客、外商による高額な宝飾関係は、この2、3か月、堅調に伸びている。ヤング、キャリアの衣料品も前年比10%近く伸びている。 ・実際に商品を購入する客の割合が増加しており、目的なく立ち寄った客の消費が増加する傾向にある。企業の好業績が給与、ボーナスに反映されてきている兆しを感じられ、今後期待できる。 ・弁当、惣菜など食べ物が伸びている。それに付随して、他の物も伸びる。 ・夏物の出だしが好調なので、6、7、8月は良い状況になる。 ・クールビズという新しいマーケットの出現によって、客の動きが活発化すると予想される。 ・現状の販売状態から、デジタル家電等、高付加価値商品を中心に活発な動きが予想される。 ・新型発表も出尽くし目新しい車種はないが、コンパクトカーやワゴン車は相変わらず順調に推移しているので、今後も伸びる。 ・2年ほど前に首都圏の環境規制を受けた車両が、代替の時期を迎え、需要が見込まれる。車両単価を上げることは難しいが、販売台数の増大には期待できる。 ・婚礼の受注件数が昨年よりかなり多い。 ・需要の大きい中国が安定しつつあり、今後の需要が見込める。 ・5月後半に有料高速道路利用のチケット客が増え始め、今後も期待できる感触を得ている。法人タクシーはグループ化してサービス改善に、個人タクシーはこれに対抗する策を検討している様相なので、利用客の増加に期待したい。 ・薄型テレビやDVDの低廉化による買換えが進み、それに合わせてデジタル化需要が高まる。 ・初期費用を抑えられるボーナスキャンペーンの実施で、加入増を見込める。 ・女子プロゴルフのブームもあり、若い女性の参加が増加している。 ・周辺で最高益の出る会社や、夏のボーナスも良い会社があり、この先に期待している。 ・住宅ローン金利の引き下げの影響で、来場者の増大が見込める。 ・今までは販売も土地の仕入れも悪かったが、5月に入り、両方に動きが出てきたので、今後仕入れが増えるに伴い、販売量も増加する。
	変わらない	商店街（代表者） 一般小売店〔衣料・雑貨〕（経営者） 一般小売店〔印章〕（経営者）	・呉服業界はいまだに下げ止まりがみえず、パイが一層縮小していることを考えると、売上を伸ばすことは難しい。 ・夏物の動きが良く、中高年齢向けの商品、カットソー、ブラウス類、紳士ではシャツ類の上質品が売れており、今後も期待が持てる。 ・小売店、大型量販店の急増で客が分散しており、先行きは明るくない。

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
		一般小売店〔鞆・袋物〕（従業員）	・ギフト需要に関しては、今後も高単価を見込めるが、身の回り品については、正規価格品の単価を下げてセールを前倒しすれば、購入率は高くなるものの、普通の販売方法では厳しい。
		百貨店（総務担当）	・現状では、前年実績を上回るなど、やっと景気回復感が出てきているが、夏物商戦がどうなるか、先行きは不安である。
		百貨店（広報担当）	・商品単価は上昇するも、買上客数、買上点数が減少し、売上が若干前年割れする商況が続いており、今後もこの傾向は変わらない。販売ルートの多様化により、百貨店で買物をしてきた層がショッピングセンター等に流れる一方で、百貨店コア顧客は、更に高価で上質な商品を求めるようになる。
		百貨店（営業担当）	・季節商品の動きは活発だが、前年は猛暑で夏物衣料が爆発的に売れたため、前年比では売上の大幅増は見込めない。中元も前年を維持するのが精一杯と思われるため、景気は変わらない。
		百貨店（営業担当）	・5月は天候に恵まれ、婦人服雑貨関連が好調に推移している反面、紳士服、子供服、食品、家庭用品関連が低迷しており、景気が回復しているとは言い切れない。しばらくはこの状態が続く。
		百貨店（販売促進担当）	・中元商戦に入るが、インターネット購買が普及しているなか、ギフトセンターへの来場者は年々減少傾向にある。店舗特性を生かしたきめ細かな仕掛けをしないと、客は納得しないので、厳しい商況は続く。
		百貨店（販売促進担当）	・消費者は、買物だけでは満足しない傾向にあり、当店のよう遊びやゆとりの空間がない店舗では、来客数が増加しない状況が続く。
		百貨店（販売管理担当）	・売上のウェイトが高い食品の苦戦が続いており、全体の売上を伸ばすのは難しい。夏の商戦では、ボーナスが大幅に伸びるようだが、中元ギフトが縮小傾向である。
		スーパー（経営者）	・今後、競合店の出店等で、来客数が伸びない状況が続く。
		スーパー（店長）	・衣料品は、気温の上昇とともに上向いているが、かねてからの競合出店に加え、6月には近隣に食料品スーパーの開店予定もあり、全体としては厳しい状況になる。
		スーパー（店長）	・客単価の低下に表れているように、消費の低迷は依然として続く。
		スーパー（店長）	・将来への不安感が非常に強く、消費者が必要な物しか買わない傾向は続く。
		スーパー（店長）	・価格競争は今後も続くものの、客は買い慣れている店に戻りつつあり、当店でも来客数は微増傾向にあるため、全体としては今後も変わらない。
		コンビニ（店長）	・競合店の開店が予定されているが、当店もイベント等の取り組みを実施するので、全体としては変わらない。
		コンビニ（店長）	・酒類の販売が発泡酒から第3のビールに移行しつつある状態であり、今後もこの状態が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・客は、必要に迫られて、間際になってから購入している。今後はバーゲン時期になるが、商品が限定される上、必要がなければ、消費者は安くても購入しないため、売上の増加にはあまり期待できない。
		乗用車販売店（営業担当）	・若干ではあるが、販売量が増加している。客の購買意欲はかなり高く、新型車発表も重なるので、販売量の増加が見込まれる。
		乗用車販売店（渉外担当）	・収益が安定している自動車修理、整備のサービス部門で、5月の売上については前年同月比マイナス3.2%と苦戦が続いており、明るい見通しが立たない。
		乗用車販売店（総務担当）	・新車の販売は増加傾向にあるが、夏の需要期を控えた受注状況をみると、樂觀できるような伸びを示していない。
		その他専門店〔キャラクターグッズ〕（従業員）	・ゴールデンウィーク中も期待した集客は得られず、1日当たりの来客数も前年より減少している。余暇時間の確保が困難で、可処分所得の減少から脱却ができない以上、好転は期待できない。
		その他専門店〔眼鏡〕（店員）	・デザインの大きな変化や特徴がないためか、夏に期待できるはずのサングラスの動きがいまひとつ伸び悩んでおり、厳しい状況を予想している。

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
		その他専門店〔燃料〕 (売場主任)	・4月の終わりに、元売業者からガソリン価格を1リットル当たり2円50銭～3円50銭値上げするという知らせがあり、実際に上がっている。市場は相変わらずの過当競争で、その値段を客へ転嫁できないため、今後も厳しい状況は続く。
		高級レストラン(支配人)	・新規の客が少ないため、売上は固定客による現状水準で推移する。
		一般レストラン(経営者)	・現在、売上、来客数ともにほとんど変わっていない。ケータリングで売上が少し伸びるかもしれないが、あまり期待はできない。
		一般レストラン(店長)	・2、3か月先はボーナス時期だが、消費を引き締めている客が多く、単価が上がらない状況が続く。
		都市型ホテル(スタッフ)	・問い合わせは増加しているが、単価が安く、実際の受注に結び付かない。最大の商品である披露宴については、競合相手の出店と婚礼対象人口の減少により、市場は縮小傾向にあり、今後受注が伸びるとは考えにくい。披露宴の減少を平日の法人宴会で埋めているが、客単価が低く、景気が良くなるとは判断できない。
		都市型ホテル(スタッフ)	・やや上向き傾向は続くが、特に爆発的な要因は思い当たらない。改装オープンする店舗の販促展開が課題である。
		都市型ホテル(スタッフ)	・この先の予約状況等に改善がみられない。
		通信会社(経営者)	・ボーナス時期が到来するが、デジタルテレビの魅力もコンテンツ面でいまひとつであり、あまり期待できない。
		通信会社(営業担当)	・今後、料金サービスの競争が一層激化する。
		その他レジャー施設 (経営企画担当)	・ニーズの高度化、根強い将来への不安感により、個人消費が簡単に回復することは見込めない。
		設計事務所(所長)	・多少動きが出てきているが、仕事として具体化するまでには相変わらず時間がかかっており、先行きは不透明である。
		住宅販売会社(従業員)	・ゴールデンウィークのイベントへの来客数が前年並みにとどまった現状から、今後期待できない。
		やや悪くなる	
スーパー(店長)	・半径3km以内に大手スーパーが出店したために、商圈内にある競合店間でチラシによる宣伝競争が激しくなっている。今後も安値を強調する広告の競争が続く。		
衣料品専門店(経営者)	・春物商戦が全滅であったため、夏物セールの開始が早まり、粗利益の確保も苦戦が予想される。		
家電量販店(営業部長)	・好材料が見当たらない。ビジュアル関連商品の単価ダウン、昨年の猛暑効果を受けたエアコンの苦戦はしばらく続く。セット販売や高機能製品の提案で客単価アップを図り、売上減少に歯止めをかけたい。		
家電量販店(営業統括)	・ボーナス支給時期に入るが、消費者の購買意欲は思ったほど高くない。価格に対する認識も依然として厳しく、販売価格の下落は避けられない。消費者の心をつかむ新製品も出てこない。		
その他専門店〔燃料〕 (統括)	・原油価格が下がりつつあるため、市況価格が乱れる可能性があり、適正口銭が圧縮される懸念がある。		
旅行代理店(従業員)	・現状の予約状況や見積件数の減少から、今後の状況はやや悪くなる。		
その他サービス〔学習塾〕 (経営者)	・生徒数の減少に歯止めがかからない。		
その他サービス〔学習塾〕 (経営者)	・5月の入塾者数が昨年と比べて、5%程度減少しており、先行きに期待できない。		
悪くなる			
		自動車備品販売店(経理担当)	・連休明けに板金関連の仕事の受注を期待したが、暇な状態である。交換部品の弁償や他業種からの参入などがあり、競争が激しい。整備もほとんど大手に取られている。
		美容室(経営者)	・周りにディスカウント店が増加している。

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
企業 動向 関連	良くなる	輸送業（財務・経理担当）	・7月より新規受注の予定があり、売上増が見込まれる。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・値段が高くても、単色ではなくフルカラーの名刺を購入する客が増加するなど、客単価が少しずつ上昇している。新規開店する飲食関連からの受注もあり、少し上向きの状態で推移する。
		電気機械器具製造業（経営者）	・今まで安物の引き合いばかりがきていたが、このところ高級品の受注や見積が増加している。
		金融業（渉外担当）	・不良債権処理も一段落したメガバンクは融資増強に積極的で、企業は資金調達が楽になっている。現在、豊富な資金力を背景に、不動産投資が活況を極めている。
		金融業（審査担当）	・半導体製造関連業種では、6月以降、半導体製造機を中国に大量輸出するため、売上は増加見込みであり、今後、工場の増設も計画している。
	変わらない	税理士	・夏に向けて受注が多くなっているという顧問先が多い。
		食料品製造業（関連会社担当）	・食品関係で景気が大きく変化する要因が、当面見当たらない。
		化学工業（従業員）	・生産計画について、取引先から当面は現状維持の指示があり、あまり変化はない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・プラスチックや金属関係の部材の単価が上昇しており、今後利益は少なくなる。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・顧客の営業拡大により、これから夏にかけて網戸部品の受注増加が前年同期より期待される。しかし、原材料の値上げに歯止めがかからず、利益を確保できるか懸念している。
		金属製品製造業（経営者）	・例年は5月に入ると徐々に仕事量が増えてくるが、今年はその動きがなく、残業、電話も少ない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・6月には新規受注した仕事が増えるが、客の都合でキャンセルされる仕事も考えられるので、全体としては変わらない予想である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・引き合いは活発になっており、成約率もやや上がっているが、成約率が60%以上にならないと、明確に良くなるとは判断できない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・5月は忙しく、2日しか休めない状況であり、この状態が夏休み以降も続く。
		建設業（経理担当）	・受注量が多少増加傾向にあるが、商談に入っているものが目に見えて増加しているわけではないので、当面はこの状態が続く。
		輸送業（総務担当）	・荷主の話では、国内の受注量は横ばいかそれ以下で、輸出も単価が下がり、かなり厳しい状況とのことである。運送費、作業費の再考もあり得ると説明を受けており、良い話がない。
		通信業（営業企画担当）	・客が経費節減のために価格を重視する考え方は変わらず、当面、目に見えた景気の回復は難しい。
		通信業（営業担当）	・テレビ会議システムの市場の動きが継続する。
		広告代理店（従業員）	・売上量や額、個別案件などから判断して、今より悪くならない。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・新規の問い合わせが増える一方で、同業他社との顧客獲得競争が激しくなる。
やや悪くなる	繊維工業（経営者）	・今年の春夏物は動きが悪く、昨年の半分になっているため、今後も受注が見込めない。	
	金属製品製造業（経営者）	・取引先から、8月ごろまでは仕事量が少ないと聞いている。	
	金属製品製造業（総務担当）	・受注量が減少傾向にある。	
	金融業（得意先担当）	・法人関係では相変わらず倒産等が多いが、一般サラリーマン、個人の住宅ローン、または個人ローンの延滞もかなり増えてきているため、今後景気はやや悪くなる。	
	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・5月は予算獲得の動きが出る時期であるにもかかわらず、手ごたえがない。2～3か月後の受注額は伸び悩む。	
悪くなる	プラスチック製品製造業（経営者）	・原油の値上がりにより原材料価格が高騰しているが、それを製品に転嫁できない。	
	非鉄金属製造業（経理担当）	・現在、受注が減少しているため、この余波は2、3か月後に現われる。	

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
		一般機械器具製造業（経営者）	・このところ受注が極端に少なく、今までできていた仕事もなくなってきている。材料は値上がりする一方、単価は値下げの交渉が始まっている。このままでは、とてもやっていけない。
雇用 関連	良くなる やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・派遣会社へのスタッフ要請が、リストラの交替要員等ではなく追加の人材ニーズによるものであり、景気の底堅さと、上昇感を感じる。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・欠員補充での採用もあるが、業績好調による人材採用の動きが以前より強まっている現状を考えると、当面は求人数が増加する。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・採用数を増やす企業、店舗が増えている。
		求人情報誌製作会社（編集担当）	・百貨店などの中元期パート、アルバイトの求人が早めに展開されている。業種は偏るが、今期のボーナスが増える企業が多いことも予想される。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・最近の傾向として、これまで求人出稿のなかった商社、流通、メーカーなどに動きが出てきている。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は、一般求人が24か月連続で、パート求人が17か月連続で、前年を上回っている。一般求人については、6か月以上連続して、前年比40%超で増加しており、今後はやや良くなる。
		職業安定所（職員）	・6月1日からの就職の届出を受けたが、前年の同月及び、例月に比べて、かなり就職が決まった人の届出が多かった。企業が採用に動いている。
		学校〔専門学校〕（教務担当）	・求人票を郵送でなく、持参して来校する企業が増加している。採用についての企業側の熱意を強く感じる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・5月は、契約終了に対して2倍程度の新規契約がスタートしたが、受注数はやや鈍化してきているため、今後2～3か月は新規増員の派遣が増えない見込みである。
		人材派遣会社（社員）	・20代の求職者は、一週間程度の短期就労希望で、腰を落着けて働かない。無断欠席も多く、若い世代の働く姿勢が向上しないと難しい。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・今後、大幅に求人を増加させたり減少させる業界はなく、引き続き、堅調な状況が続く。
		職業安定所（職員）	・小売業の新規出店の情報があり、やや明るさがみられる。しかし、請負や派遣等の非正社員求人が増加しているため、雇用のミスマッチは続く。
		民間職業紹介機関（経営者）	・現状の求人依頼状況から、中途採用者数が多い状況がしばらく継続すると判断できる。
		学校〔専修学校〕（就職担当）	・昨年採用活動を停止していた企業のなかで、今年度採用活動を開始する企業がほとんどない。
やや悪くなる	求人情報誌製作会社（経営者）	・売上増が期待できないため、5月以降は即戦力を求める会社が増える。企業は、経費を必死に抑えようとしている。	
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	スーパー（仕入担当）	・愛知万博効果や昨年の消費税総額表示の影響の一巡により、既存店の売上は各店とも前年を上回り始めている。この調子で今後は良くなっていく。
		観光型ホテル（スタッフ）	・愛知万博特需により、東京、大阪など遠方からの来街者による宿泊、宴会、レストランの全部門の予約が好調である。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・愛知万博効果が続き、購買意欲は高まる。
		一般小売店〔書店〕（経営者）	・店内外の改装効果もあり、土曜日曜の売上は良くなってきており、今後もこの調子が続く。
		百貨店（企画担当）	・夏休みに入り愛知万博などへの来街者が増え、食品の売上増が見込まれる。
		スーパー（経営者）	・来客数、売上が増加傾向にある。
		スーパー（店長）	・客は、大型店だけでなく地域の中小小売店にも目が向き始めている。
		スーパー（経営企画担当）	・前年比で既存店の動きが良くなり始めている。
		コンビニ（店長）	・愛知万博の集客の伸びに伴い、販売量も増加していく。

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
		コンビニ（売場担当）	・通常商品の伸びは期待できないが、愛知万博の入場者が夏休みにかけて増加すれば土産品の売上が増加する。
		乗用車販売店（従業員）	・インターネットによる取引や流通が増え、今後もこの傾向が強まる。
		タクシー運転手	・名古屋市内のホテルは愛知万博関連の催事が多く、市内観光の客も多い。2、3か月後の夏休みになれば家族連れなど客はもっと増える。
		美容室（経営者）	・愛知万博の影響で当地域は当面活気がある。
		その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・入校者数が順調に増加しており、今後もこの傾向は続く。
	変わらない	住宅販売会社（従業員）	・東海地区は人の出入りが盛んであり、社宅用の賃貸住居の仲介が春の需要を過ぎても好調に推移している。
		商店街（代表者）	・季節商品の販売が振るわないので、今後も販売量、客単価とも伸びない。
		商店街（代表者）	・愛知万博の開催期間中はなんとか現状で推移する。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・所得の格差がはじめており、今後は売上の伸びを期待できない。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・名古屋、東濃地方の大型イベントに客を取られて街の小売店は全滅であり、今後も良くなる兆候はない。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・愛知万博の効果があると期待していたが、売上に結び付いていない。また近所に開店した大型スーパーに人が流れており、今後来客数は増加しない。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・愛知万博の影響で商店街の人通りは減少している。今後もしばらくはこの傾向が続く。
		百貨店（売場主任）	・愛知万博帰りの客は、普段百貨店で買物をしない人も多く、値段が高いと言って帰ってしまうことが多い。夏休みの来客数は愛知万博効果で増えるが、店内で涼むだけで売上には結び付かない。
		百貨店（売場主任）	・身の回りの商品を買って控える客は相変わらず多く、この傾向は今後も変わらない。
		百貨店（企画担当）	・愛知万博の開催期間中は引き続き来客数が増加し、お土産の堅調さも継続する。
		百貨店（企画担当）	・愛知万博効果に期待しているが、実際にはクリアランスセール以外には盛り上がる要素はない。
		スーパー（店長）	・客単価、一品単価とも伸びておらず、デフレ状況は今後も続く。
		スーパー（店長）	・愛知万博の影響で土曜日曜の集客が弱く、客単価も低下している。ペットボトル飲料も各社低価格が当たり前で販売されており、競争上価格を合わせざるを得ない。この傾向は今後も続く。
		コンビニ（エリア担当）	・8月に競合出店が多数予想され、厳しい状況が続く。また天候にも大きく左右される。
		コンビニ（エリア担当）	・競争激化は今後も継続するが、愛知万博の影響で当面は現在の好調が続く。
		乗用車販売店（経営者）	・客は、愛知万博などのレジャーに気をとられ、商品に目が向かっていない。
		乗用車販売店（経営者）	・同じ取扱メーカーの同業者が近所にショールームがオープンし、相変わらず厳しい状況が続く。商品に付加価値を見つけて対抗していく。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車両の発表は、秋の商戦まで予定が無く、特別仕様車をつまたく活用した販売増を計画しなければならない。競合他社が相次いで新型車両を発表するなかで、苦戦が予想されるが、市場全体の盛り上がりをうまくとらえ、販売増に向け努力したい。
		乗用車販売店（従業員）	・各社とも新型車を出す時期であり、前年比100%を超える月が続く。ただしサービス工場への在庫は相変わらず減っており、この在庫率の回復が急務である。
		自動車備品販売店（経営者）	・若者のお金の使い方が多様化している。中高年はカーディーラー、ガソリンスタンドに流れており、今後客を取り戻すのはかなり難しい。
		住関連専門店（店員）	・愛知万博などに入出が流れているためか、来客数が減少しており売上も悪い。秋までは難しい。
		住関連専門店（営業担当）	・物件数は横ばいながら、各建設業者の価格競争は今後も激化する。

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
		その他小売〔総合衣料〕（店員）	・例年に比べて夏物衣料の動きが悪く、セールスのタイミングが早くなる。その分、利益率も悪くなる。
		都市型ホテル（経営者）	・愛知万博の期間中はそのまま良い状況が続く。
		都市型ホテル（従業員）	・客の予約から判断して、愛知万博関係の観光客は順調であるが、会社、出張関係は減少している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・愛知万博の期間中はそのまま好調に推移する。
		旅行代理店（経営者）	・愛知万博終了までは変化がない。
		通信会社（企画担当）	・愛知万博の効果が間接的に出ており、開催中は今のような好調が続く。
		テーマパーク（職員）	・予約状況は特に変化はない。
		ゴルフ場（経営者）	・3か月先までの予約状況から、来場者数は昨年より若干増える。ただし単価が低下しており、全体的には変化がない。
	やや悪くなる	設計事務所（職員）	・3か月先の受注数からみて、現在の状況と変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・スーパー形式の100円ショップといった新たな競合店の出現で、同業他社を含めた競争はますます激しくなる。
		一般レストラン（スタッフ）	・来客数が日によって大きく変わっている。これは悪くなる兆候である。
		ゴルフ場（企画担当）	・今月が良すぎるため3か月後は通常に戻り、今よりは悪くなる。
	悪くなる	美顔美容室（経営者）	・今までの客足は良いが、集客キャンペーンによって新規客がなかなか取り込めていない。
設計事務所（経営者）		・現時点では2、3か月先につながる案件が少ない。	
企業動向関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・今後2、3か月先までの生産指示数量は上向きである。
		会計事務所（社会保険労務士）	・顧問先では、新規事業の立ち上げや新製品の販売開始、取引先の拡大などに動き出したところが目立つ。
	変わらない	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・ここ3か月くらいは、受注量、販売量とも確保している。
		金属製品製造業（従業員）	・動きは多少出ているが受注単価が上がらないため、仕事を受注しても忙しいだけになる。
		一般機械器具製造業（販売担当）	・客の設備投資計画情報によると、当面はこの好調な受注状況を維持できそうである。しかし、石油価格の高騰による原材料価格の上昇が続いているため、今以上に良い状況にはなりそうにない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・新製品投入による効果が現れ始めるが、全体としては従来製品の価格競争などから現状の収益で推移する。その一方で、原油価格に大きな変動が起きようなら損益面などに影響が出る。
		電気機械器具製造業（経営者）	・例年なら4、5月に新規案件が動き出すが、今年は既存製品のリピートのみで、新製品、新開発等の話は来ていない。ここ2、3か月では増産などは困難である。
		建設業（経営者）	・鋼材を中心に建築資材のコスト上昇があり、受注件数は増えても最終的な成約件数が好転することは難しい。
		金融業（従業員）	・愛知万博の影響で景気が上向きである。3か月後もその状況は変わらない。
		広告代理店（制作担当）	・今後の案件には返事待ち状態のものが多く、現実的な動きはなかなか見られない。
	やや悪くなる	公認会計士	・中小企業の淘汰は一巡していない。また原材料価格と人件費の高騰が企業収益を圧迫する。都銀の過剰融資が新たな不良債権を発生させる可能性もある。
		鉄鋼業（経営者）	・今後、単価の引き下げ競争が再燃する可能性がある。
電気機械器具製造業（従業員）		・原材料価格の引上げが相次いでおり、販売価格に転嫁せざるを得ない状況になっている。価格引上げ交渉の結果次第では、受注量の減少につながりかねない。	
	建設業（経営者）	・受注価格は適正な工事価格をかなり下回っている。大手やリフォーム会社でも技術面でなく価格面で競争する傾向が強いため、建設業者はこの先もかなり苦しい。	

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
	悪くなる	輸送業（従業員）	・運輸業界では燃料費上昇の影響が深刻で、赤字に転落する企業もある。今後もこの傾向が続くと賃金や賞与の減額をする企業も出てくるし、倒産や人員整理も心配である。
		輸送業（エリア担当）	・今後も燃料などの値上がり分を運賃に転嫁できない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・窯業界の景気の先行指標となる新規住宅着工件数は過去3か月と比較して10.7%減少している。
雇用関連	良くなる	非鉄金属製品製造業〔鋳物〕（経営企画担当）	・ますます競争が激しくなり、今後しばらくは市場の縮小も続く。
		学校〔大学〕（就職担当）	・製造業をはじめとして、求人意欲は高揚している。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・引き続き愛知万博効果があり、求人は活発である。
		人材派遣会社（社員）	・長期派遣は横ばいであるが、短期派遣が増加しており、全体的に需要の増加傾向は続く。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・これまでは求人意欲がおう盛なのは大手企業とその関連企業という印象であったが、最近では中小企業の人事担当者からも積極的な求人意欲があり、今後は裾野が広がっていく。
		職業安定所（所長）	・新規求人が増加しており、企業の人手不足感が現れている。この傾向は今後も続く。
		職業安定所（職員）	・主要産業の輸送用機械器具製造業が好調を維持しており、それに伴い一般機械器具製造業も高操業をしている。また、大型ショッピングセンターのオープンもあり、大量雇用が見込まれる。
		民間職業紹介機関（経営者）	・企業の求人数は高位安定しており、採用が追いついていない状況が続いている。業績の見通しも比較的順調であり、しばらくは成長していく。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・顧客企業から人員補充の話があるが、当初からの予定通りの案件が多く、右肩上がりではない。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・自動車関連などで正社員化が進み、請負や派遣の求職者数は若干減少している。そのためこれまでの極端な労働者不足はやや緩和しているが、その一方で労働者不足の状況はまだ変わらない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・パート、アルバイトや業務請負等で依然として人手不足感が強い。ただし、企業の求人採用意欲は続くが、求人広告は横ばいの見込みである。
		職業安定所（職員）	・企業が派遣、請負に依存する傾向は今後も続く。
		職業安定所（職員）	・正社員の雇用が増加し雇用や所得の安定が確保される状況には今後も至らない。
		民間職業紹介機関（職員）	・愛知万博効果も落ち着き、求人数はやや減少傾向にある。
やや悪くなる	求人情報誌製作会社（企画担当）	・愛知万博関連の求人が落ち着きを見せ始めており、雇用面での特需は終わりを迎えつつある。	
	求人情報誌製作会社（編集長）	・中途社員募集がやや減少傾向にあることに加え、愛知万博特需も終了している。また、アルバイト、パートの需要も、販売、サービスを中心に今後減少してくる。	
	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	コンビニ（店長）	・以前は「高いから買うのはやめる」という客が多かったが、今はイベントの時ぐらには大量に買いたいという客が多く見受けられる。子どもの買物量も増加傾向にある。
		通信会社（社員）	・携帯電話の新機種が近く登場する。
	やや良くなる	一般小売店〔精肉〕（店長）	・店内の改装により、来客数の増加が見込まれる。
		一般小売店〔書籍〕（店長）	・週末の来客数や売上も徐々に良くなっており、5月を底にして6月以降の販売に期待が持てる。
		百貨店（営業担当）	・ファッション分野ではサマーアイテムのTシャツ、サンダル、帽子、サングラスなどにヒット商品が出ないため横ばいで推移し、食・住関連は上質志向が顕著に出ているため前年を上回ると予想される。全体としてはやや良くなる。
		百貨店（営業担当）	・気に入った物さえあれば買いたいという意思が客に感じられる。秋物商材の立ち上げ時期にトレンド商品がきちんと打ち出されていれば、販売量は伸びる。

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（経営者）	・長期予報によれば、今年も昨年同様に猛暑とされており、飲料や冷凍食品などの売上がかなり見込める。
		衣料品専門店（経営者）	・商品単価が安くなっていることもあって、客に消費意欲がみられる。客は大きな流行がなくとも、小さな流行には敏感になっている。
		その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	・客は生活の中のTPOに合わせて種々の商品を選ぶケースが増えており、商品展開をきっちり行えば、客の購買満足度も得られ、売上は増加する。
		スナック（経営者）	・製造関連企業等では大変忙しく、また建設関連では利益は上がらないが、仕事はあるという声が聞かれる。このような企業では雇用者を例年より増やしており、全体的には良い方向に動いている。
		通信会社（営業担当）	・携帯電話の新サービス、新端末の発売を控えており、またボーナス時期に入るため、2、3か月先は来客数、販売量共に増加する。
		住宅販売会社（従業員）	・当社では分譲住宅販売を主体として取り組んでいるが、まだ十分な供給量を確保していない。しかし、8月ごろから完成物件が増加するため、受注の増加が期待できる。
		住宅販売会社（総務担当）	・全体の景況感に上昇気配が感じられ、地価の下落傾向が吸収されていく。地方にも底打ち感が出るタイミングにきており、除々にではあるが上昇基調にある。
	変わらない	一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	・夏場や夏休みなどでは地元への旅行者が愛知万博に食べられるとみている。しかし、旅行者にあまり左右されない一部の料理店、居酒屋などでやや回復の兆しが見え始めており、プラスとマイナスで変わらない。
		百貨店（営業担当）	・夏のセール商品はメーカーから十分に確保できない。早めにセールを終えたいが、8月末まで販売していく秋色夏素材の商品がまだ見当たらない。
		スーパー（店長）	・多くの客は生活防衛のためにスーパーでの食品の購入基準を価格に置いており、この基調は当分変わらない。
		家電量販店（経営者）	・夏に向けてエアコンは天候次第である。その他の商品の動きは購入意欲を喚起するメーカーの宣伝や自社の販促活動によって変わるが、今のところ特に期待できるようなメーカー情報は無い。
		乗用車販売店（経理担当）	・本年秋まで車のモデルチェンジやマイナーチェンジ等が行われないため、現状維持が精一杯である。
		高級レストラン（スタッフ）	・昨年夏は猛暑のため飲料の売上が例年比110%程度であったが、今年は暑いとも涼しいともいわれており、不透明である。団体の予約は例年並みである。
		一般レストラン（店長）	・予約客数に変化がみられない。
		観光型旅館（スタッフ）	・予約の発生が遅くなってきており、夏及び秋の行楽シーズンは弱含みである。
		タクシー運転手	・今後も客の節約傾向は続く。人出も増える要素が少なく、タクシー台数も多いため、厳しい状態が続く。
		タクシー運転手	・間もなく新規のタクシー業者が営業を開始する。
		テーマパーク（職員）	・愛知万博が開催されている9月まで現状は変わらない。
		美容室（経営者）	・種々の販促を打ち出しても、客の来店サイクルがどうしても改善しない。この業界の不況はまだ続く。
	やや悪くなる	スーパー（店長）	・同業者が近くで3か月以内に開店する。この結果、客の奪い合いから価格が下落し、売上、収益共に厳しい状態になる。
		スーパー（総務担当）	・ゴールデンウィークはレジャー関係の需要が少なかったことから、この流れが夏まで続く。
		乗用車販売店（経営者）	・来客数、修理件数ともに減少傾向にあり、先行きは悪化する。
		観光型旅館（経営者）	・愛知万博の影響が予想以上に集客、特に個人客において響いている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・婚礼受注件数の減少が続いていること、一般宴会で前年の大型宴会に代わる宴会が見込めないこと等により前年を下回る見通しである。
		テーマパーク（職員）	・愛知万博の開催中は大きな回復は期待できない。個人旅行の多い夏には今以上にマイナスの影響が大きくなる。
	悪くなる	パチンコ店（店員）	・人気台が近く登場する予定がない。

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
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	精密機械器具製造業（経営者）	・眼鏡の受注先の数社から、店頭での販売状況がやや上向きになってきているとの情報がある。また、当社の今後2、3か月の受注量も前年同期より若干伸びつつある。
	変わらない	金属製品製造業（経営者）	・2、3か月先の受注状況は現在と変わらない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・昨年から今年4、5月ごろまで、取引先の設備投資に対する勢いはほとんど変わっていないが、今後は若干強めに推移する。
		輸送業（配車担当）	・原油の高騰から業界全体が厳しい状態に置かれており、どれだけ努力しても利益につながらない。
		通信業（営業担当）	・携帯電話の割引サービスの拡大が収入に若干影響するが、全体としてはほぼ横ばいである。
		通信業（営業担当）	・電話のIP化は、コスト低減化の最たるものであり、販売側の企業にとっては利ざやがさらに薄くなることにほかならない。今後、収益が上昇する事業の展開は難しい。
		司法書士	・不動産取引は増加しているが、依頼者に偏りがみられ、なかには廃業に伴う不動産取引も多く、必ずしも景気回復とは言えない。
	やや悪くなる	食料品製造業（企画担当）	・業界を取り巻く環境、特に主原料の高騰や石油ならびに関連素材の高騰が業績に大きく影響する。
		輸送業（配車担当）	・原油高騰により燃料費が増加しており、コスト削減も限界にきている。
悪くなる	建設業（経営者）	・公共事業がますます縮小するなかで、工事費縮減のために発注条件は厳しさを増す。この結果、受注者の採算性はこれまで以上に悪化し、利益を計上できる建設会社は公共土木系ではみられなくなる。	
	建設業（総務担当）	・鉄骨等の建設資材価格が上昇傾向にあり、工事原価の増大により粗利益の減少が見込まれる。	
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・製造業、サービス業等を問わず、求人数は順調に伸びている。あまりスキルのない人でも就業後の期待感から採用されるケースが散見され、明るさがみられる。
		職業安定所（職員）	・新規学卒求人受理説明会を開催したが、前年より25%増の企業が参加した。
	変わらない	民間職業紹介機関（経営者）	・工作機械メーカーの好調が一部で聞かれるが、全体としては今の状態が続く。
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・企業間、グループ企業間の統廃合による求人減や経費削減の動きがあり、今後の求人にも大きな影響が出る。
	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	百貨店（経理担当）	・企業業績を反映して夏の賞与は昨年より相当の増額が予想される。絶対的なヒット商品が見当たらないので貯蓄に回る可能性もあるが、趣味性の強い商品への需要はおう盛であることから、先行きに期待できる。
		コンビニ（経営者）	・来客数が10%ほど伸びており、それを維持するために商品を切らさないようにする必要があるなど、先行きに期待が持てる。
	やや良くなる	一般小売店〔酒〕（経営者）	・今年に入ってから動きをみていると少し良くなっており、客の反応にも良い兆しが見えてきている。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・駅前商店街の開発も2年目になり、人通りが次第に増えているほか、来客数も増えていることから、今後の売上増加が期待できる。
		一般小売店〔コーヒー〕（営業担当）	・新規出店及び来客数の増加が続いている。また、単価の高い季節商品の滑り出しも好調であることから、先行きに期待が持てる。
		百貨店（売場主任）	・来客数の変化はなく売上も減少している状況であるが、夏物衣料の売行きに関する見通しは比較的良好である。
	百貨店（企画担当）	・夏のクリアランスセールを控え、例年は需要の鈍る時期であるが、競合店のセールに対して各社とも売上対策を強化することが予想されることから、需要の拡大が期待できる。	

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
		百貨店（営業担当）	・宝石や時計の購買が増える傾向にあるなど、高所得者が気軽に高額品を買うようになってきていることから、先行きに期待が持てる。
		コンビニ（経営者）	・工事関係者や営業マンの利用頻度が上がっているように思われる。飲食店での昼食や、喫茶店での休憩という行動が、コンビニの駐車場で弁当を食べたり昼寝をしたりという行動に変化している。長時間の駐車場占拠という問題はあがるが、来客数の増加には違いなく、暑さが増すとともに利用の頻度が上がりそうである。
		コンビニ（店長）	・職探しのための履歴書が少し売れており、周りの雇用環境が改善してきたように感じられることから、先行きに期待が持てる。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の販売が好調で、今後も同じような状況が続くと予想される。
		乗用車販売店（営業担当）	・キャンペーンを行うほか、新型車が発表されることから、先行きに期待している。
		乗用車販売店（営業担当）	・他社にも新しい車種が出揃うこともあり、昨年より販売台数が増える。
		観光型旅館（経営者）	・宿泊は、夏休みを利用したキャンプやスポーツ合宿の予約が例年通り入っており、天候次第で来客数が増加する。
		旅行代理店（広報担当）	・今年はボーナスの増加が期待できそうであるほか、昨年の夏は家でオリンピックを観戦していた人たちが、今年は海外を中心とした旅行に消費を回すことが期待できる。
		遊園地（経営者）	・大規模な設備投資により施設を増設しているため、夏からの来客数は大幅に増加すると予想している。
		ゴルフ場（経営者）	・予約が以前よりも多くなってきている。また、客の雰囲気も少し明るくなっているように感じられることから、先行きに期待できる。
		その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・6月は一時的に稼働日数が落ちるが、それから先は予約がかなり順調に入っている。
		その他レジャー施設 [球場] (経理担当)	・5月に行われたプロ野球の交流戦は期待したほどの集客数ではなかったが、6月以降の交流戦、セリーグ公式戦では人気球団の試合が予定されているため、集客数増加が期待できる。
		美容室（経営者）	・近くに高層マンションができたので、しばらくは引越などで落ち着かないと思われるが、そのうちの何人かは客になることが期待できる。
		その他サービス [学習塾] (経営者)	・今年は無料の体験入会キャンペーンへの希望者が多かったが、例年そのうちの8割程度が正式に入会するため、今後入会者の増加が期待される。
		その他サービス [生命保険] (営業担当)	・6月はボーナス月であるが、支給額の増えそうな業種が多く、保険商品を勧めやすい状況であることから、2、3か月後には成果につながると考えている。
		住宅販売会社 (従業員)	・不動産への投資が、投資ファンドなどの専門業者から一般の客まで裾野が幅広くなってきている。ますます取引が活発になる。
		住宅販売会社 (営業担当)	・住宅業界全体の動きが活発になっているなかで、一部にインターネット経由で特別なこだわりを求める顧客層が徐々に増えつつある。今後も、徹底した情報収集とホームページでの徹底した品質主義のアピールによって、会社規模とは関係なく客と上手く折り合うことができると感じている。
	変わらない	一般小売店 [花] (経営者)	・例年夏場は売上が伸びないうえに、プライダル関連の営業結果が思わしくないことから、厳しい状況が続く。
		百貨店 (売場主任)	・上期最大の商戦である中元、クリアランスとセールが続くが、価格に対するシビアな見方は変わらないと予想する。今年は昨年より気温が低く、衣料品にとってはプラス要因とみることもできるが、ヒット商品が不足しており、大きく売上を伸ばすまでには至らない。
		百貨店 (売場主任)	・中元時期に入るが期待は持てない。健康をテーマとした売場は好調に向かうことが予想されるが、既存の商品については期待できない。
		百貨店 (売場主任)	・前年は猛暑により青果商材が好調に推移したが、今年は大型ヒット商品が不在のなか、取引先の在庫縮小傾向もあり大きな期待はできない。

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
		百貨店（売場主任）	・民間のボーナス次第ではあるが、消費者の目はデジタル家電などに向かうと予想されるため、夏のクリアランスセールも前年を上回る気配がない。
		百貨店（サービス担当）	・中元商戦の前倒し傾向とサービス強化などの競争が激しくなる一方で、個人情報保護の観点からDM発送や電話勧誘などを安易に実施できない状況であり、大変な苦戦が予想される。
		スーパー（経営者）	・5月の消費支出が減少したとの発表があったが、我々の現場では、昨年が悪すぎた反動で5月は良かったという感覚が強い。昨年は7月以降の猛暑効果で売上が回復したが、今年は他社のチラシをみても価格攻勢がより一層激しいことから、予断を許さない状況である。
		スーパー（開発担当）	・売上が4年ぶりに前年を下回った。現在は南河内地域に13店舗あるが、全体的に売上が減少気味であることから先行きには期待できない。
		コンビニ（経営者）	・ランチ需要がやや回復傾向にあるものの、昨年ほどの猛暑は考えられないことから、ドリンクや冷菓類の売上にはそれほど期待できない。
		コンビニ（店長）	・3～5月の既存店ベースの売上前年比に大きな変動がなく、6～8月の商戦についても特別な好材料、悪材料がない状態である。
		住関連専門店（経営者）	・今後も引き合いは弱いほか、ほとんどが相見積りで成約に至るものはそれほど多くないと予想される。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・今後2、3か月は変わらないと思われるが、客は徐々に景気が良くなっているという気持ちになると思われるため、その面を先取りし、接客や商品構成、客へのアプローチの方法に配慮していきたい。
		都市型ホテル（支配人）	・金曜日、土曜日の集客は愛知万博の影響で若干苦戦することが考えられるが、企業部門の利用客でカバーできる。
		都市型ホテル（役員）	・列車の脱線事故による懇親会等の自粛状況は長引くと予想されることから、先行きの見通しは厳しい。
		タクシー運転手	・愛知万博の入場者数が好調に推移しているなかで、大阪に観光目的で立ち寄り客もみられるが、景気回復を後押しするには程遠いことから、今後も厳しい状況が続く。
		タクシー会社（経営者）	・企業、個人の両方から節約の風潮を非常に強く感じており、なかでも交通費は、タクシーをできるだけ利用せずに仕事や生活しようという意識が広がっているため、3か月先も変わらない。
		観光名所（経理担当）	・今月は前月に続き、売上高、来客数とも対前年比で落ち込んだ。連休中の実績は前年とあまり差はなかったが、連休後の売上、来客数は減少しており、これには愛知万博の影響があるものと推測される。万博の会期末の9月までこのような状況が続く。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・資産運用としての不動産投資が見直されるなか、不動産バブルの再来という予測もあるが、実際に家を建てるという客の数は、相変わらず低調に推移していることから、今後も厳しい状況が続く。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・トップブランドのメーカーがネット販売を含めた店舗展開を始めるので、その影響を受けることが懸念される。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・各百貨店やショッピングセンター、商店街などの調査では、ヤングカジュアルは回復傾向が少しみられるものの、ミセス部門は単価の低下が止まりそうもない傾向が続いていることから、先行きが懸念される。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・ゴールデンウィークの売行きが良くなかった割には仕入相場が高止まっている。このまま中元戦線へと突入すると利益が望めないほか、早期に取り組んでいる企画などは逆ざやになる恐れもある。
		スーパー（店長）	・近隣に業務用スーパーがオープンし、秋にも大型店が出店予定であるので現状維持が難しくなってくる。
		観光型ホテル（経営者）	・大企業の状態は非常に良いが、我々の周囲はこれから悪化していくものと予想される。やはり、単価の動きが非常に悪く、ますます価格の引下げを要求される状況であることから、仮に来客数の変化がない場合でも、収入はかなり減っていると予想される。

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
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊については、夏休みの個人客による愛知万博への旅行増加により、間違いなく影響を受ける。婚礼も予約が伸びないことから、宿泊のマイナスをカバーできる材料がない状態である。
		都市型ホテル（営業担当）	・宿泊に関しては、5月後半から先の予約に勢いが無い。アジアの団体客の予約などを例年より多めに取り、稼働率の向上に努めているが、愛知万博の影響で夏休み期間の個人旅行者の減少が懸念される。宴会に関しても前月までの好調さはない。婚礼が6月に前年以上の件数を確保できた程度で、一般宴会の予約は依然として悪い。
		観光名所（経理担当）	・来客数は前年を少し下回っているが、全般的に変わりはない。今のところ愛知万博の影響はあまり感じられないが、万博入場者数が好調との報道もあることから、徐々に響いてくる。
悪くなる		商店街（代表者）	・新規参入のスーパー2店を含めた競合激化のため、商店街への来客数の増加は期待できない。
		商店街（代表者）	・来客数や売上の全てにおいて底ばいの状態が続いている。先がみえないほか、特に1年ほど前からの交通規制により、駅前の飲食店以外の夜型の店は低迷していることから、先行きの見通しは厳しい。
		衣料品専門店（経営者）	・重衣料に関しては、エコスタイルの定着で需要が減退していることから、先行きが懸念される。
企業 動向 関連	良くなる	金属製品製造業（管理担当）	・見積件数が大幅に増えている。企業の設備投資が活発なほか、新規マンションなどの建設が増える。
	やや良くなる	食料品製造業（従業員）	・家庭用の製品は安売りが当たり前のようにになっているが、中食用の製品は伸びている。中食用の製品は個別対応が必要で手間はかかるが、その分家庭用よりも多少は価格が上がる。同じ製品が長く売れないという問題はあつものの、先行きに期待できる。
		木材木製品製造業（経営者）	・受注量、販売量が徐々に増加傾向にあり、単価の下落分を補うことができる見込みである。
		金属製品製造業（総務担当）	・ビルやマンションなどのリニューアル工事への営業を展開中であるが、受注面で少し明るさがみえてきている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・取引先では設備投資が活発に行われているようであり、今後もこの傾向が続く。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・見積依頼案件が増えてきていることから、先行きに期待できる。
		金融業（営業担当）	・建機部品製造業、中小の建築業、建売業、プラスチック材料卸売業、菓子小売業など、あらゆる業界で全般的に回復基調にあり、今後もこの状態で推移するものと考えられる。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込広告や読者数が増加しており順調であることから、先行きに期待が持てる。
		広告代理店（営業担当）	・夏に向けてのプロモーション計画の依頼が増えてきており、予算的にも多めに見込んでいる。
	変わらない	繊維工業（総務担当）	・仲買の商品を借りて、それを取引先へ貸している状態で、ほとんどが消化仕入となっている。商品は動くが実質の売上は低いままであることから、先行きには期待できない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・顧客全体の3割程度は収益を上げて忙しくしているが、残りの企業は元気がないように感じられることから、変化はないと予想される。
		金属製品製造業（営業担当）	・自動車関連以外で前向きな話はあまり聞こえてこない。
電気機械器具製造業（企画担当）		・持家住宅着工など外部環境は依然厳しいが、春に発売した新製品の評判が良くマイナスをカバーしていることから、全体としては現状維持が予想される。	
電気機械器具製造業（宣伝担当）		・AV商品の好調は持続すると思われるが、その他の商品で市場をけん引できるものが見当たらない。	
建設業（営業担当）		・景気回復感はあるが、まだ建設業界では市場に回復感がない。受注工事の選別により大手ゼネコン各社は増益となっているが、受注量がいまひとつ伸びていないことから、今後も厳しい状況が続く。	
輸送業（営業担当）		・荷主によっては契約が順調に推移し、6月以降の荷量増加が期待できると考えられるが、油断はできない状態である。	
輸送業（営業所長）	・今月ほどの落ち込みはないが、現時点で見積りや大口貨物の予定が少なく、先行きは不透明である。		

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（経営者）	・分譲住宅、マンション用地などの取得意欲は依然おう盛であり、価格も上昇傾向にあるものの、再販価格になかなか転嫁できない状況にあることから、厳しい状況が続く。
	やや悪くなる	化学工業（経営者）	・原材料に再度値上げの動きが出ており、値上げ踏み切りの時期によっては価格転嫁が難しいため、先行きが懸念される。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・ガラス容器業界では原材料が大幅に上がっているが、価格転嫁できない状況であり、コスト削減も限界にきていることから、今後は厳しい状況になる。
		金属製品製造業（経営者）	・鋼材の値上げ分を製品価格に転嫁できないことから、鋼材を安い輸入品で代用する傾向があるなど、先行きの見通しは厳しい。
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・8月は、世界陸上の放送でスポットCMが減少するマイナス要因があることから、先行きが懸念される。
	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）	・若年層の人材が集まりにくくなり、雇用のミスマッチが深刻化してきている。しかしその一方で、前年度は4月に正社員が入社して減少した受注が、今年度は絶え間なくあるなど求人数が増加していることから、先行きに期待できる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・7月は求人広告の大きなキャンペーンを行う予定なので、かなり売上が伸びる見込みである。
		職業安定所（職員）	・卸、小売業関係では夏の商戦に向けた求人の増加が予想されるほか、製造業では家電を中心に6月から生産を増やす企業が多いため、今後求人にも動きが出てくるものと予想される。
		職業安定所（職員）	・求人の増加、求職者の減少が続いており、有効求人倍率が1倍台目前の高い数値を示している。一部の業種では、原油、鋼材価格の高騰の影響がみられるなど懸念材料はあるものの、急激な悪化は考えにくい。
		民間職業紹介機関（職員）	・災害復旧工事が一部で出てきているが、梅雨明けには更に出てくるのではないかと、雇用主や日雇い労働者の間で話題になっている。
		学校〔大学〕（就職担当）	・大手企業による採用活動も終盤を迎え、中堅企業が本格的に動き出した。特に製造業が好調で、機械、電気、電子関係の求人が目立つ。同時に技術系アウトソーシング業界でも優秀な学生確保のため、大学訪問を積極的に行っていることから、先行きに期待できる。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・4月の時給改正については、東京では若干上がっているが大阪ではまだ厳しい状況が続いている。各社は派遣社員にするか正社員にするかについて試行錯誤していることから、今後も厳しい状況が続く。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新聞出稿の様子をみても、東京からの新聞広告出稿がほとんどであり、地元からの広告出稿が前年割れとなっていることから、今後も厳しい状況が続く。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・求人全般の動きは安定してきており、優秀な人材を積極的に取るという傾向も見受けられる。また、求人広告を掲載しても応募者が集まらないという声も出てきているが、仕事の量が増え、求職者が選り好みをするという傾向は、その背景として景気が上向きになっている可能性が高い。ただ、実感としては急激な改善は感じられないことから、先行きは大きく変わらない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数そのものは順調に推移しているが、対前年比の伸び率が大幅に低下してきており、求人はほぼ出揃ったと考えられることから、先行きの状況は今と大きく変わらない。
	やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・ビルメンテナンス業界などで、社員が辞めて欠員が生じて、正社員は採用せずパートなどで穴埋めするようになってきたことから、先行きの見通しは厳しい。
		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
----	----------	-------	----------------

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（店長）	・近くに大きなカーディーラーがオープンする予定である。県内にわずがしかない車を販売するらしく、注目を集めており、その影響で売上は上がる。
		通信会社（販売企画担当）	・夏の商戦期に合わせて、新商品も投入するので、その効果もあり販売は伸びる。
	やや良くなる	スーパー（店長）	・ここ数か月、販売点数、客数、売上いずれも前年の102%から106%と少しずつ客数、販売点数、売上、全て順調に伸びつつある。この見込みでいくと少しずつ上昇傾向になっている。
		コンビニ（エリア担当）	・競合出店・スーパーの長時間化などの外部要因の影響は少なく、客数も徐々に良くなってきているので、3か月後はやや良くなっている。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・夏物の流れがこの6月次第で7月、8月に大きく影響してくるので気温が順調に上がってくれば、利上げが増えてくる。
		衣料品専門店（販売促進担当）	・良いものを長く着たいという理由から、高単価にも関わらず出し惜しみせず買う客が増えている。
		家電量販店（予算担当）	・来店客も増加傾向にあり、また今年も西日本は猛暑となる予想が出ているためエアコンなどの動きに注力している。
		乗用車販売店（サービス担当）	・客の動き、購入具合等が良くなっており、ボーナス時期にもなるので販売量の増加も期待できる。
		乗用車販売店（統括）	・これから話題性のある商品も発売されることから販売量は確保できる。
		自動車備品販売店（経営者）	・現状の推移から底は打ったと言える。昨年のような天候不順が無ければ少しずつでも回復は見込める。
		観光型ホテル（スタッフ）	・6月から向こう3か月間の予約状況からみると、来客数も昨年よりは増えている。また夏休み等が重なるのでやや良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・団体客の予約が順調に入ってきている。8月は原爆投下60周年という事で、行事もあるらしく、その関係の宿泊団体の問い合わせも多い。
		タクシー運転手	・3か月先も1年間の売上が十数年ぶりに前年を上回るのも、6月の景気にかかっていると思われる。ボーナスも多くの会社が期待を持てるし、県内においては特に国体を始め活発になる材料が揃っている。
		美容室（経営者）	・当店設立50周年を迎えてのイベントが6月から始まるので、それによる集客のアップと単価のアップを目指しているため良くなっていく。
	住宅販売会社（経理担当）	・新規の発売物件があり、チラシやテレビCM等の宣伝活動や集客イベントを積極的に行う予定としているので、全体の契約戸数は増加する。	
	変わらない	商店街（代表者）	・郊外の大規模ショッピングセンターに若年ファミリー層の購買客がどんどん移行しており、中心市街地商店街に訪れる客は、お年寄りなど交通弱者中心となり、来客数自体が昨年に比べても減少している。今後、業態を変更するか街をあげての変革をしないと改善がみえてこない。
		商店街（代表者）	・また市内に大型店のオープンが目前に迫っており、オープンすると大型店同士の叩き合いが始まり、商店街に影響がどのようにでてくるか先がみえない。
		百貨店（営業担当）	・気温が不安定で夏物も低単価商材しか売れず、クリアランスセールに突入してもコーディネート購入等客単価アップが望めない。
		百貨店（営業担当）	・プロパーが好調なので、台風等のマイナス要因がなければ、バーゲンまではこの勢が続く。
		百貨店（販売促進担当）	・来月より中元商戦がスタートするが、価格に対する顧客の目はよりシビアになると思われ、大きな期待はかけられない。
百貨店（購買担当）		・ヤングショップだけみても、今月はかなりヒットアイテムが出てきたということで、数字の確保もできている。このままクリアランスに突入して商材がしっかりと確保できれば売上も確保できる。客単価は低いものの購入したいという気持ちは高まっている。	
百貨店（売場担当）		・依然としてすぐ必要なもの以外はなかなか買わない客の購買心理は続く。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場担当）	・特に景気がよくなる要因はないが、バーゲンが毎年前倒しで6月の中旬から始まりだしているので、多少は良くなる傾向にあるが、あまり変わらない。
		スーパー（店長）	・現状の競合ディスカウント店の賑わい等客の動きをみていると、客の価格志向の強さは定着し、価格競争がより厳しくなる。
		スーパー（店長）	・チラシ商品、目玉商品を求めて客が競合各社を回っている状況が目につく。今後チラシ等で利益の利幅が下がってくるので売上による最終営業利益を確保していかないといけないので、客数が増えても最終利益が残らないという状況が続く。
		スーパー（店長）	・新規競合店に対抗するため、一品単価の下落、歯止めがかからない分、売上は横ばいとなる。
		スーパー（店員）	・なんとか粗利を多少削りながらも、前年から5%落ちぐらいで推移しているため、この状態が続く。
		スーパー（販売担当）	・今から夏野菜が出荷されてくると、それに合わせて段々売れてくる商品が変わってくると思うので、あまり変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・客の可処分所得の拡大の傾向は見られず、なにかにお金を使えば別の物を抑えるという傾向は変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・今の現状としては、一時的には客数自体が増えつつある印象を受けたが、最近客単価自体の下げ幅もこの5月に感じられ、この先に関しても客数及び客単価の割れでさらに厳しくなる。
		コンビニ（エリア担当）	・国体準備等の需要を見込んでいるが、一般顧客が多様化した販売チャンネルに分散している。
		家電量販店（店長）	・今月は大型量販店の形態の変わった出店があり、また来月には大型量販店の出店がある。これが無風状態の市場に旋風を起こし、客の購買意識の向上につながる。
		家電量販店（店長）	・夏商戦に向けてエアコンが期待できるが、今の状況の中では、気温が上がる傾向があまり無いように思われる。またパソコン、大型液晶、プラズマテレビに関しても異常に売れる期待感があまりないため今までとほとんど変わらない。
		乗用車販売店（販売担当）	・新車の販売台数は、販売促進の企画で前年並は確保できそうであるが、ガソリンの値上げや先行き不透明感が強くあり、新車の販売台数が増大する要因がまわりに見当たらず、車の受注状況は2、3か月先もあまり変わらない。
		乗用車販売店（総務担当）	・現状を打開して特に良くなるという施策とか商品がみえていないので、今しばらくはこの状態が続く。
		その他専門店〔書籍〕（従業員）	・リニューアルオープンのため売上が上昇している。土曜日曜が好調である。
		高級レストラン（スタッフ）	・今後の予約状況もあまり以前と変わらない状況で、先行きが掴めない。
		一般レストラン（経営者）	・来客数は、前月とあまり変わらないが、客単価と飲食個数が減ってきているので、今と変わらない状況が続く。
		一般レストラン（店長）	・あらゆる仕入れ価格の高騰が続き、良い材料がないので集客大幅増は見込めない。
		観光型ホテル（経理総務担当）	・モニタープランの受注が今ひとつである。
		都市型ホテル（従業員）	・宴会の予約状況は、同窓会等の定例予約はほぼ例年並であるが、その他の予約は直前になる見込みで、単価は依然として低調である。
		都市型ホテル（総務担当）	・現在の受注状況に視て、当面景気動向が短期間で改善される要因は見当たらない。
		旅行代理店（経営者）	・5月、6月分の受注がほぼ固まっているが前年とほぼ変わらない。
		通信会社（経営者）	・客の反応も厳しいままであり、好転の兆しは見えないまま、推移している。
		テーマパーク（財務担当）	・急激な入園者の伸びは期待できない。消費単価的には割と確保できている。問題は集客大きく伸びる時間が今のところ見当たらないことである。
		競艇場（職員）	・今月の景気は他の月と比べたら少し良かったが、8月も盆レース等で少しの売上増を図れるものの他のレースについては見込めない。

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
		美容室（経営者）	・競合店も増えてきているし、同業者との話をしてみても年々来客数が減少しているとのことである。
		設計事務所（経営者）	・個別にでも改善傾向あればいいが 現在は見当たらない 消費意識が無理をしなく安全を求めている傾向がある。
		設計事務所（経営者）	・建築業界においては依然低迷している状況である。これがすぐ変わるような要因が見受けられなく先行きが非常にまだまだ暗い状況が続く。
		設計事務所（経営者）	・石油コストが上がって影響もあり、建築材料コストが高くなった影響からか消費者の動きが悪いようで、様子見の感がある。
		住宅販売会社（販売担当）	・展示場、分譲売出し、イベント、への来場数が回復しない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・景気回復とニュース等で言われているが、物販の一番川下において顧客と日々接する立場としては、全くそのような感覚がない。需給バランスが崩れて久しいが、なおかつデフレ傾向で顧客の価格に対する考え方が非常にハードになっている。加えて少子化で、この業界は予想もつかない先細りになっている。世の中ボーナスが過去最高に出るといふ景気のいい話も聞かれるが、そういう実感もない。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・5月は季節ものが動く時期であるが、夏はこれからなのに夏物が早くから出まわり商戦が後半戦に入っているように感じる。定価で購入する客が少ない。
		百貨店（売場担当）	・夏本番に最も売れるカジュアルタイプのサンダルの出足が異常に早く、7月、8月と夏本番に売っていきける目新しい商材がない。
		自動車備品販売店（店長）	・ゴールデンウィークが明けてから客の数はそんなに減少していないが、大型商品が売れない。今後もその状況が続く。
		住関連専門店（営業担当）	・まず、近くの競合店との競合の結果、客数が減り客単価が落ちている。また客単価が落ちている一つの理由としては若年層、特に20代、30代位の客が個性的な商品を求めるケースが多くなっているため、相対的に売り方が難しくなっている。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・原材料の金、プラチナ価格が上昇のみで、製品価格が値上がり、品薄傾向である。
		スナック（経営者）	・営業が大変悪くなっている。飲食業で飲み屋は特に悪い。儉約して居酒屋や家庭で飲むようになっていて、古くからあるクラブ系でも飲食の食事処以外は大変悪くなっている。
		都市型ホテル（経営者）	・5月は若干良くなったが、8月の客室部門予想は愛知万博の影響で前年を大幅に割りこむ見込みである。また料理飲食部門も前年は猛暑でビールの消費が大幅に伸びたが、今年には届かない見込みである。
		通信会社（通信事業担当）	・別途、有料のオプションサービスなどがかなり低調。必要最小限で済ませようとする傾向は顕著で当分改善しない。
		設計事務所（経営者）	・工事発注がない。
		住宅販売会社（従業員）	・来場者数の推移も悪くなっているし、成約になっている方の単価面も若干下がっている傾向が続く。
悪くなる	-	-	
企業動向関連	良くなる		
	やや良くなる	農林水産業（従業者）	・これから夏場にかけて本格化するシラ漁も準備が始まる。夏はまたシロイカ漁やトビウオの時期であり、魚種も少ない時期となるがシロイカ、トビウオそしてシラ漁に期待できる。
		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が進み生産効率も上昇し利益が出ている。依然として物流費や原燃料費高等の影響はあるものの当面現状を維持する。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・自動車・家電関連については、国内・欧米向けとも絶好調でどちらのラインも注文に応じきれないような状況である。携帯関連も先行き3か月については好調な受注となっている。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・2、3か月先には、新しい製品の本格的な量産が始まる。
		建設業（営業担当）	・建設に関する企業の設備投資の計画が、多少実行に動く傾向が見られた。

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
	変わらない	金融業（業界情報担当）	・米国経済の減速懸念や中国の不安定さなど不安材料は残るが、世界的にみると底堅い景気拡大が続き、主要受注先の生産拡大により売上高は増加見込み。設備投資・雇用も引き続き積極的に実施予定である。
		化学工業（総務担当）	・原油高による燃料費アップ・諸材料のコストアップ・物流費のアップが現実となってきた。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・新規引き合いもあり、生産量はほぼ前年並みを維持できそうである。本年に入り原材料価格が二年連続の値上げがあり、売価への反映などの対応に苦慮している。
		鉄鋼業（総務担当）	・原料価格の上昇や中国・米国経済動向など先行き不透明感がある。鋼材販売価格の改善やコスト削減等の進捗によっては状況が変わるかもしれない。
		金属製品製造業（総務担当）	・「受注は好調、工場はフル生産」の構図に変わりはないだろう。しかし、夏場にかけて作業者に負担がかかり、更なる増産は難しい。また、原油相場の高騰に対し、輸送運賃の値上げの要請がまだきていないが時間の問題ではないか。鉄原料の高騰も引き続き懸念材料である。
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	・新製品を中心に国内での売上が前年を上回り好調に推移しているものの、原材料の高騰による生産コストの悪化が当面続くという見通しである。
		建設業（経営者）	・取引関係でいうと、建設関連並びに不動産関連も全く改善されずそのままできているし、ここ当分良くはならない。今総会シーズンで、他業種の大手はボーナスもいいようであるが、地方は出せる状態にない所が多く、地方全体の購買意欲も上がらない。
		輸送業（統括）	・周りの企業は徐々に回復していると感じる。しかしそれは我々物流業界へのコスト削減が大きく貢献しているためで、我々の料金はここ数年料金が据え置かれている。そうした背景で周りの企業は回復しても我々の業種ではあまり変わらない。
		通信業（社員）	・各社とも予算面で厳しいものがある。2～3か月後に景気好転して受注に結びつくとは思えない。現段階ではお客様からの受注は横ばいであり、今後、景気がよくなって好転するとは判断できない。
		通信業（営業企画担当）	・光ファイバーが純増でADSLを上回る情勢となってきているが、利用コストも差がなくなり、電話のIP化促進など光ファイバーの利用価値は法人、個人に関係なく確実に高まっている。しかし提供側には厳しい状況であることに変わりはなく、収益低下に歯止めをかける起死回生の策が近々に打ち出せるとは思えない。
		金融業（営業担当）	・良い企業と悪い企業の選別はかなり進み、良い企業のなかでも、部門部門によって良いところ悪いところがあり、さらに中小企業においては良くなる材料は仕事頼みだが全く見えない。当分の間リストロもかなり進んだので経費削減も限界があると思われるので中小においては、これからまだまだ悪くなる。
		会計事務所（職員）	・販売、サービス、建設、といった業種は今後も売上の増加は難しく、これ以上の経費削減は無理な状態では、利益の確保も厳しい。
		コピーサービス業（管理担当）	・現在の市場や商品では減少を食い止めることは不可能である。新しく事業展開を行ってはいるが、成果は数年先になる見込みである。
	やや悪くなる	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・受注量もやや減少するとともに、購入資材の値上がりに加え、受注価格の引き下げがあり、さらには4月定期昇給に伴う人件費の負担増など採算は悪化しつつある。
	悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・魚肉練り製品離れが続いているのか、今年に入り売上は前年比割れが継続している。原料すり身の高騰も続いており利益が出にくい状況となっている。このままでいくと労働時間を短縮するなど人件費コストを圧縮せざるを得ない。
雇用関連	良くなる		
	やや良くなる	学校[大学]（就職担当）	・製造業の求人が、やや増えている。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・人材派遣需要の伸びは昨年に比べて小さくなってきたが、正社員の紹介に対する需要は伸びる傾向にある。派遣の需要先の新卒採用も積極的になってきている。

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
		職業安定所（職員）	・求人全体ではここしばらく横ばいで推移すると思われるが、内容は非正規雇用や有期雇用契約での求人が益々目立つようになる。
		職業安定所（職員）	・引き続き、派遣・請負求人や有期雇用求人が目立っていくと思われる。また、大幅な人員整理等の予定もなく、今と同じ状況が続く。
		職業安定所（職員）	・地元大手化学メーカーの業績が好調で、これが新卒者を中心とした従業員の採用について、他の関連企業へ及ぼす影響を期待しているが、今のところ大きな変化は見受けられない。
		職業安定所（雇用開発担当）	・小規模製造業の一部には人手不足感を訴えるところもあるが、求人増につながる力強いものではない。また一部に人員整理の動きがあるものの、大規模なものではない。有効求人倍率は前月より低下したが、この時期の傾向とみており雇用状況に変化はない。
		民間職業紹介機関（職員）	・連結売上高100億円を越す企業で、数名以上の求人はあるのだが、企業が採用したい者のレベルを下げないために、なかなか景気向上にもつながるであろう正社員労働者の増加に結びつかない。
		学校〔短期大学〕（就職担当）	・地域には景気復調の好材料もなく、介護系や人材派遣を除く地域各企業は新卒採用には慎重姿勢を崩していない。
	やや悪くなる		
	悪くなる	-	-

9. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	商店街（代表者）	・商店街内の空き店舗率も下げ止まり感が出てきている。2、3か月後は、夏のイベントがあり、観光客や県内の郡部からの人出が見込まれ、商店街回帰が期待できる。
		旅行代理店（従業員）	・今まで低調であった職場旅行、視察旅行、各種団体旅行などの団体旅行が復活してきている。また個人、グループ旅行も夏休みを控えて、海外旅行を中心に旅行相談の来店客が増えてきている。
		通信会社（企画担当）	・ボーナスが支給され、新商品がラインナップされる。
	変わらない	一般小売店〔菓子〕（販売担当）	・販売量の減少傾向はしばらく続きそうな感じである。
		百貨店（総務担当）	・アロマ関連商品を見ると、オイルなどは容量の多い単価の張る商品が売れ出したなど、明るい兆しも一部にはあるが、全体的にシビアな購買行動に変化はない。二極化が進み、低価格商品を買われる客ほど、買物に慎重になっている傾向がある。
		百貨店（営業担当）	・ファッション関連が総じて苦戦した。婦人、紳士共に高額商品ほど苦戦した。
		スーパー（企画担当）	・客単価では、4月は前年比を辛うじてクリアしたが、5月は1%強ダウンし、単価下落に歯止めがかからない。客も価格をみて、買い回っている様子である。
		スーパー（財務担当）	・6月は、県外のディスカウントスーパーが、当地区に新しく2社も進出予定で、店舗間競争はますます激しさを増し、収まる気配はない。
		コンビニ（店長）	・月販売額は前年比で多少の増加月はあるが、あくまで営業努力の結果であり、今月の販売額は昨年同様であると見込まれていることから、2、3か月ぐらいで景気の上向きが予想される要因はない。ただ、来客数が徐々に増えている。
衣料品専門店（経営者）		・カットソー、カーディガンなどの繊維物に動きがあるが、力強さに欠ける。また、先行きの景気を予測する上で有効な各種秋冬物受注会の実績も低調である。3か月後も前年比マイナス基調は変わらない。	
家電量販店（営業担当）		・客単価は多少上昇してくるが、販売台数は例年並みで推移しており、大きな伸びにはつながらない。	
観光型旅館（経営者）	・愛知万博があり、国内旅行の形態も変わってきており、しばらくは今の状態が続く。		

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
	やや悪くなる	通信会社（営業担当）	・新商品販売、販売施策を実施予定であるが、現在の客動向から、販売数の増加はあまり期待できない。
		その他住宅〔不動産〕（経営者）	・土地の値下がりや購入需要の低迷は続いており、しばらく景気は良くならない。
	悪くなる	乗用車販売店（従業員）	・他社の新販売店がスタート予定であり、厳しくなることが予想される。
		タクシー運転手	・同業他社との客の取り合いが激しい。
		設計事務所（職員）	・売上、単価とも期待できず、特に売上は極めて厳しい。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・5月まではシーズ的に良く売れる時期で、2、3か月先は、かなり売上が落ちる。また、大型店が近隣に出店するため、かなり売上が落ちるのではと心配している。
		スーパー（統括担当）	・他社スーパーの新規出店が5店舗予定されており、競争が激しくなり、現時点でも単価を下げる競争に入っており、苦戦する。
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（経理担当）	・中越地震の本格的復興工事が始まるなど、クレーンの稼働率向上が買換え需要を後押ししてくる。
		通信業（支店長）	・今後、新商品が発売されるが、市場もかなり飽和状態に近づいており、昨年と比べて、大きな伸びは期待できないが、若干の上積み期待できる。
	変わらない	繊維工業（経営者）	・相変わらず海外商品が増加しており、国内産地の努力が目に見える形で好転する状況となっていない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・メーカー間の競争が厳しく、部材の高騰による顧客への価格転嫁など、当面予断を許さない。
		建設業（経営者）	・見積件数はあるが、値段の関係で受注は伸びない。
		輸送業（役員）	・石油価格が高止まりしている状態で、中小企業は商品への価格転嫁が難しい状況であり、しばらく今の状況が続く。
		金融業（融資担当）	・同業種でも、県外に販売先を持つ少数企業の売上は増加しているが、ほとんどの企業の売上は底の状態が続いている。
		広告代理店（経営者）	・依然、得意先の年間広告予算は少なく、売出しなどの特定月以外の広告出稿は非常に少なく、3か月先の増加の見通しは厳しい。
	やや悪くなる	化学工業（営業所長）	・販売店、ユーザーの意見から、受注状況、需要が今の状況から良くなる雰囲気はない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・設備の先行投資をしていた電子材料製造業者が、設備投資を3月に中止し、いまだに再開の兆しがなく、先の受注が見込めない状況である。
		建設業（総務担当）	・土木部門は災害復旧による特需が一段落し、新規発注の見込みが全く立っていない。
		輸送業（支店長）	・コストダウンも限界にきており、その上、引き続き複数の取引先から、軽油の値上げ要請があるなど、この状況はまだ続く。
	悪くなる	-	-
雇用関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（支店長）	・紹介予定派遣の依頼が増え、正社員で採用される人が増えている。
		職業安定所（職員）	・製造業が前年比、前月比とも若干増加している。このため、市場に活気がある。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・夏のボーナス時期をめぐり、転職意識もあり、それを一つの指標として積極的な採用PRの促進を行えば景気は良くなる。
		職業安定所（職員）	・非正規型での在職者が正社員に変わるため、求職するケースが目立ってきた。
	変わらない	職業安定所（職員）	・新規求人数は、前年同月と比べて増加した。また有効求職者数は3か月連続で減少したが、若年者、パート求職者、及び在職者が増加しているなど、有効求職者数は高止まりで推移し、厳しい状況が続いている。
		民間職業紹介機関（所長）	・業種にばらつきはあるが、採用に費用をかけたくないという企業が多い。
		学校〔大学〕（就職担当）	・新卒採用者数の増加の兆候がうかがえない。
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社（従業員）	・求人件数がさらに増えなければ、求職者数が多い状況であっても、求人市場自体の動きが出てこない。

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
	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	競輪場（職員）	・競輪場の安全性と認知度の向上が評価され、販売増のみならず、利用者が多様化している。
	やや良くなる	百貨店（販売促進担当）	・地震による心理的な不安や不景気感からくる消費の停滞は変わっていない。しかし抑圧の期間が過ぎると若干ではあるが消費は回復する。大幅な動きはないが、多少消費は上がる。
		スーパー（店長）	・ここ数か月、売上が上昇傾向であり、このまま続くような気がする。一方、店舗年齢が古い店舗や小型店舗では数字が厳しく、全体的に見れば少し上向きである。
		スーパー（店長）	・ひとりの単価ダウンの傾向からかなり上向いてきている。好天が続き、アウトウェア、高額品の動きが出たためである。従来は食品が前年比100%であったが、それに加え衣料品、住関連関係、家庭用品等といったものがかなり久しぶりにいい動きをしている。
		スーパー（総務担当）	・これまで前年を割り込んでいた衣料品、住居用品が4、5月と前年をクリアする数字を取り始めた。消費者の傾向が住居、衣料品への購買にもだんだん結びついてきている。
		乗用車販売店（従業員）	・大型トラックの受注台数が伸びている。
		旅行代理店（従業員）	・10月からのハワイ直行便の運休で駆け込み需要が見込める。あれほど人気だった韓国が激減し、代わりにバリ、ヨーロッパ、アメリカ等、単価の高い地区が増え始めた。沖縄は今年も好調である。
		テーマパーク（職員）	・夏休みに向けてステイプランやイベントを仕込み、準備を進めている。今月九州最大級の大型商業施設がグランドオープンし、連日賑わっているため、夏休み期間などは連動させたい。
		競馬場（職員）	・客単価が下げ止まらないので、大幅な回復はまだまだ厳しそうだが、多少でもレジャーに対する消費が出てきている。
	設計事務所（所長）	・官公庁からの仕事が出てきていることに加え、以前ほど多くはないが、民間の企画等が非常に多くなっている。	
	変わらない	百貨店（営業担当）	・これまで売上推進を担ってきた「物産催事、全店特商、生鮮食品の売上」がいずれも伸び悩んでおり、購買意欲の減退が感じられる。
		百貨店（営業担当）	・セールや夏休み時期は、冬のセール状況からみても動員が戻ると思われる。秋までは現状維持が見込まれる。
		百貨店（営業担当）	・昨年のようなオリンピック等の効果もなく、上昇する要因に欠ける。引き続き消費は一進一退を繰り返す。
		百貨店（売場担当）	・先月、今月の流れをみると、悪いという実感がさほどない。販売シェアが高い衣料品や食品の売上はある程度落ちなければ前年実績をキープできる。ただし、悪天候が心配である。
		スーパー（店長）	・食料品の伸びがないこと自体が、いい方向に向かっていないような気がする。客数、客単価は昨年と同じくらいに回復してきたが、購買量は今後もなかなか伸びない。
		コンビニ（エリア担当）	・依然として自分にとって必要なもの・興味のあるものに対してのみ購買に結びついており、その傾向が今後も続く。
		コンビニ（販売促進担当）	・毎月パンと弁当で40品目くらいの新商品を出す、フェアや新製品がなかなか数字として上乗せになっていない。量販店を見ていると安物買いで結構まとめ買いをするという傾向が多々見られることに加え、安物とついて買いというチラシ効果が今はない。この傾向が今後も続く。
		衣料品専門店（店員）	・福岡の婦人衣料店はオーバーストアであり、その中で単価を落として利益を少なくするという競争が大変目に付いている。
		衣料品専門店（総務担当）	・高級品や特殊な商品の売行は好調だが、従来の商品は減少が続いている。まだ普通品の減少は続く。
乗用車販売店（従業員）		・自動車に傷ついているのに、修理せずそのまま乗っている客が多く、辛抱している。	

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(管理担当)	・ボーナスが出るが、それによって車を購入したいという客はそう増えない。モデルチェンジ等の新車需要もあるが、なかなか数多くは売れない。
		高級レストラン(専務)	・今年に入り、毎月3~5%位落ち込んでいる。店がたくさんできたことに加え、新幹線開業効果が薄れ競争が激しくなっている。この傾向が今後も続く。
		都市型ホテル(副支配人)	・福岡はアジアの動向に大きく左右されるので、中国、韓国問題がいい方向に向かない限りなかなか上向いてこない。
		旅行代理店(従業員)	・国内旅行については、2泊3日や3泊4日がかかなり少なくなり、ほとんど1泊2日もしくは日帰りという傾向にある。客数が増えても単価はそう高くないので、昨年と変わらない。海外については、中国がこれ以上何もなければ、またアジアのほう伸びる。
		通信会社(業務担当)	・携帯電話新規契約者は頭打ちで、既存ユーザーの買換えに期待したいが、低価格商品で魅力ある商品が少ない一方で新商品への反応も厳しく、今後も販売の伸びはあまり期待できない。
		通信会社(営業担当)	・いろいろユーザーを訪問して話をするが、経費節減という言葉が数か月続いており、今後もあまり変わらない。
		ゴルフ場(従業員)	・ゴルフの予約状況は、6月、7月と向こう3か月間は前年並みの動きをしている。しかしながら客単価、プレーの単価が落ちており、先行きには若干の不安が残る。プレー代が安くなる分、入場者数を2割で増やしたが、2割増やすためにはそれなりに客単価を落とさなくてはならない、という悪循環が起こっている。
		設計事務所(代表取締役)	・建設関係の受注は、改善する好条件が見当たらない。特に福岡都市圏は地震の影響があって、新規の建築が手控えられるおそれがある。
		住宅販売会社(従業員)	・今年度のローン減税に間に合わせるには、夏頃までに契約にもっていきたいが、動きは悪い。
		やや悪くなる	
通信会社(管理担当)	・顧客の要求は、単価、品質ともに厳しくなっており、利益を確保するのは困難を増している。この状況が今後も続く。		
悪くなる	商店街(代表者)		
		商店街(代表者)	・これからの暑さの中で、大型店の利用など車の移動が多くなる。来街者数が急激に減ることが懸念される。
		百貨店(営業担当)	・郊外大型ショッピングセンターの影響はこれからまだまだ強くなる。
		企業 動向 関連	良くなる
	やや良くなる	家具製造業(従業員)	・東京、名古屋、大阪と民間の商業施設やマンションの物件が増加している。福岡においても半年先までの受注見込みがあり、全体の動きとしてはおう盛である。
		一般機械器具製造業(経営者)	・引き合い案件などから見て、2~3か月先もこのままの良い調子を維持する。
		輸送用機械器具製造業(営業担当)	・新規の受注は非常に多いが、価格面では非常に厳しさが増している。単価が手ごろな中国に基準を合わせているということである。
		建設業(総務担当)	・建物の改装、小規模なりリニューアル、増築工事が受注計画を含め多くなってきた。この傾向はしばらく続く。特に高齢者住宅の改造依頼が多くなってきている。
		輸送業(従業員)	・前年に比べ運賃率は3%ほど下がっているが、取扱量が10%近く伸びており、新規案件の受注も好調である。この状況を当面持続する。
		金融業(営業担当)	・取引先の企業が企業努力等によりコスト削減ができ、利益をあげている。その分が設備等に資金が回っているという傾向が見られるため、良い傾向が続く。
		広告代理店(従業員)	・今月も新聞販売店の取扱枚数が前年比109%と依然順調に伸びている。折込チラシ枚数の増加は、消費の拡大が順調に進んでる証左である。今までの経過を見ると今後も大きな伸び率は期待できないが、やや良くなっていく。

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	電気機械器具製造業（経営者）	・半導体関連並びに機械精密加工などにおいて、全般的には良かったり悪くなったという状態がここ2～3か月続く。大手も先行きの状況についての不透明感がまだまだ残っており、これから先も良かったり悪かったりを繰り返す。
		広告代理店（従業員）	・通信及び金融関連の広告は好調であるが、総じて広告投入に慎重な姿勢のところが多い。売出やイベントのときに集中させる傾向が強く、広告出稿は抑制気味である。この傾向が今後も続く。
	やや悪くなる	鉄鋼業（経営者）	・3～4月の受注量増から一転して新規契約は停滞気味となっており、価格も軟化してきている。当分の間、この傾向は続く。
		金融業（調査担当）	・給与所得者の収入が増加していない。新たに所得控除の金額を削減する動きもあり、景気には大きくマイナスである。
	悪くなる		
雇用 関連	良くなる		
	やや良くなる		
	変わらない	求人情報誌製作会社（編集者）	・首都圏より大手求人情報出版社が参入し、また既存の大手がそれに伴って版数を増やす等、業界での競争は一段と激しさを増す。求人市場は活性化され、求人が顕在化することで求人件数は増加するが、地場企業はそのような求人を吸収しきれない。
		職業安定所（職員）	・求人の面において、非正規雇用の促進が依然として見られる。
		職業安定所（職員）	・従業員の非正規化傾向は今後しばらく継続する。一方、大多数の求職者は安定雇用を希望されることから、データ上の改善ほど実態の雇用環境は改善していない。
	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		
	やや良くなる	スーパー（企画担当）	・一品単価の下落も落ち着き、客数も安定し始めている。
		家電量販店（従業員）	・西日本地方は猛暑の長期予報もあり、夏物家電の売行き好調が見込まれ、景気が上向けば、結構良い状況が見込まれる。
		観光型ホテル（営業担当）	・予約状況が対前年比で好調である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・今年は中国や韓国など近隣諸国との政治的摩擦によって、海外旅行客の一部が沖縄へ向き、観光入域が一層多くなる。
	変わらない	百貨店（担当者）	・5月は動員力のある企画が奏功したが、6月においては対前年ベ-スではプラス要素が見えない。ただし、昨年度は6月初から3週に渡り毎週末、台風接近により売上、動員が10%低下したが、本年は天候的な与件がなければ単月においては回復が見込まれる。
		スーパー（経営者）	・環境そのものは依然厳しくはあるが、幾分落ち着いた状況になり、さほど大きな変動は見られない。今後の競合店の出店状況によるが、数か月はこのような状況が続く。
		コンビニ（エリア担当）	・最近の低温傾向のため飲料の売上が落ちているが、全体的にはファーストフード、その他惣菜が好調なため、前年よりはやや良いという状況が続く。
		コンビニ（経営者）	・アルバイトの募集等をした場合、以前は1名の募集に対して14、15名の応募があったが、最近では応募者が大幅に減っているため、その点では景気は上向きである。
		コンビニ（経営者）	・客は欲しい物しか買わないし、新商品にも興味が無い。
衣料品専門店（経営者）		・ここ数か月の周りの売上、流れ等は徐々に良くなっているが、店による差がはっきり出てくる。	
	乗用車販売店（経理担当）	・現在の商品力から見て、特別良くなる材料がない。	

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
		その他専門店〔書籍〕 (店長)	・当店の販売状況を見ると、子供に費やすお金が少なくなってきた。年配の方では女性の方達にも「株」や「投資」に関する本が売れているところを見ると、今までそちらへの興味がなかった主婦層が株などに投資するようなので、小売店での消費が減っていきそうな感じが見受けられる。
		観光名所(職員)	・愛知万博の沖縄観光への影響はなく、これから夏に向かい沖縄観光は順調に推移する。
		住宅販売会社(従業員)	・同業の価格競争が厳しく、また、鋼材等のコストアップが響き利益率が低下している。
	やや悪くなる	その他飲食〔居酒屋〕 (経営者)	・コストの削減も限界であり、利益が出しにくい上に顧客を飽きさせないためのイベントや改装、外商の費用が増えている。
	悪くなる	商店街(代表者)	・基本的に店の間の格差が相当広がってきており、現在、中心商店街は観光関連になりつつあり、全体的に見たら、一般の買回り品は大変苦戦している。最寄り品に関しても郊外に食品館ができ、那覇全体では分からないが、中心商店街のエリアに関しては、今後も大変厳しい状況が続く。
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	建設業(経営者) 輸送業(総務担当)	・引き合い件数の増加及び、高額化がみられる。 ・新規の受託業務が増えている。各社、効率を考えコストダウンを真剣に検討している。
	変わらない	輸送業(営業担当)	・不透明感もあるが、変わる要因は無い。
		通信業(従業員)	・行政の動きに依存する案件の受注は量、価格共に低下の方向であるものの、民間向けの案件でそれをカバーすることで全体としてはバランスがとれている。
		通信業(営業担当)	・現状維持で推移する。
	悪くなる	-	-
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社(経営者) 学校〔専門学校〕(就職担当)	・今の派遣依頼の問い合わせが続くと確実に売上が増加する。また周りのムードも少し楽観的になっている。 ・今後も求人活動の積極的な動きを見る限り、全般的に景気は良くなる。
	変わらない	職業安定所(職員)	・3月の新規求職申込件数は6,102人で、前年同月比で1.7%減少し、月間有効求職者は19,807人で、前年同月比39.7%の増である。就職件数は1,118人で前年同月比179%減少している。県外就職者は297人で、前年同月比で415%の減である。また、求職者が滞留し、一旦離職すると再就職が厳しい。特に新規求職者申込件数においては、主婦層を中心としたパート求職、雇用保険受給者及び県外希望者が減少している。今後も、改善の動きがみられるが、求職、求人とも増加傾向で推移していくと考えられ、依然として厳しい状況が続く。
	やや悪くなる	学校〔大学〕(就職担当)	・原油高が当面続き、景気に影響を与える。中国の政情不安により、当地における日本企業の経済活動抑制が懸念される。
	悪くなる	-	-