

・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	通信会社（企画担当）	・設備投資に関する相談件数が増加している。
		観光名所（役員）	・ロープウェイ及びレストランの予約動向から判断して、やや良くなる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・今の春物の動きをみると、2～3か月後の春から夏にかけての動きも順調となる。世情もトリノオリンピックに続きワールドカップと明るいイベントが続くので、客の購買意欲が気分的にもプラスになる。
		百貨店（役員）	・来客数が前年を上回ると同時に、ランドセル、学習机、制服等の入学用品等の動きが良く、売上也確実に取れるようになってきている。
		スーパー（店長）	・全国ベースの景気回復には及ばないが、札幌も底ばいからやや上昇している感がある。衣料品で冬物在庫処分が功を奏し売上高を大きく伸ばしたほか、食品も一時の不振から脱却しつつあり、春の新商品のプロモーションが活発化して売上高が増加し始めている。また6月に開始される地上デジタル放送を控えて大型液晶テレビの需要が高まっており、今後についても良くなる。
		スーパー（店長）	・これから入進学や転勤、転居シーズンを迎え、食材の動きが活発になることを考えると、2月時点での販売量と売上の微増は、今後についても少しは希望が持てる状況である。
		コンビニ（エリア担当）	・競争相手の閉店が増加し、生き残ったグループで売上の回復が進む。
		コンビニ（エリア担当）	・給料日前後にかけて売上が増加してきている。定価商品の消費が増加しており、消費にやや余裕が出てきていると感じる。
		衣料品専門店（店員）	・客単価が上昇していることに加えて、入荷予定の商品に対する問い合わせが多くなってきている。
		家電量販店（地区統括部長）	・札幌は6月から地上デジタル放送が開始されるため、薄型テレビの需要に更に拍車がかかる。
		乗用車販売店（営業担当）	・客の買い控えが限界にきており、需要が生まれてきている。
		一般レストラン（スタッフ）	・昨年は愛知万博の影響もあり、来道観光客数が伸び悩んだが、今年は4月から新会社による北海道便の就航も決まっており、観光客の増加が期待できる。
		美容室（経営者）	・客がサービスや商品を選別する中で、価値感を見出したものに対しては少々価格が高くても購入する傾向がみられ、客の購買意欲が出てきているように感じられる。
		住宅販売会社（従業員）	・株高等の影響で気分が変わり客のマインドが良くなり、雪解けとともにムードが良くなる。
		変わらない	百貨店（売場主任）
	百貨店（売場主任）		・消費税率の変更や公務員の給与引下げ等、不安材料が多数残っていることから、今後についても変わらない。
	百貨店（販売促進担当）		・高額品については、少しずつではあるが回復傾向を実感できるものの、中心価格帯商材についてはまだそこまでの力強さは実感できない。道内の景気も回復しているとは言い切れず、ファッション等の消費に回る金額がすぐに増えるとは思えない。
	コンビニ（エリア担当）		・1～2月は来店客数も売上も前年を超えて推移したが、その原因は女性客の回復にある。しかし依然として低価格商品を求める動きは強く、かつ男性客の回復も遅れている状況から、回復の気配を感じつつも同時に不安定さも感じている。
	乗用車販売店（従業員）		・これから一番良い時期に入るが、個人消費が回復しているとは言えず、今後についても厳しいまま変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光型ホテル（経営者）	・ 昨年の秋口から、入込客数は好調に増加してきたが、やや中だるみに転じてきた。その反面、消費単価がじわりと上がっており、売上の的にはまずまずの水準となっている。地元客、道内客は、依然として停滞している。
		旅行代理店（従業員）	・ 先行受注状況では前年並みであり、春休みの需要がポイントとなってくる。
		タクシー運転手	・ これから融雪期に入るが、例年であれば気温が上がってくるのに伴い、実車率の低下がみられるため、今後についても厳しい状況が続く。
		タクシー運転手	・ 市街地にある唯一の百貨店の撤退が正式に決定したことで、市民の間にはより一層不況感が深刻化してきている。そうした状況の中でタクシー利用客も減少の一途をたどっており、底がみえないのが現状である。
		設計事務所（所長）	・ 灯油の高値やライブドアショックなど、慎重な道内企業が積極的に建築に投資するには景気の不安要素が多い。
		住宅販売会社（従業員）	・ 所得の低迷が続いているが、住宅業界ではこの影響を大きく受けている部分があり、今後についても現在の状況が継続される。
	やや悪くなる	スーパー（企画担当）	・ 北海道開発局の予算削減や北海道庁の人件費削減、また一部の企業で大幅な雇用増の動きもあるが企業サイドの雇用環境は悪化しており、今後の消費環境にマイナスの影響を与えるのではないかと懸念している。
		高級レストラン（スタッフ）	・ 年度替わりの歓送迎会の動きが鈍い。少ない予約の中でも北海道庁職員の利用は単価が例年より2割ほど下がっており、年収減少で財布のひもが固くなっている様子がうかがえる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・ 3～4月の出足が鈍く、この出遅れをカバーするのは困難な見通しにある。
		旅行代理店（従業員）	・ 海外旅行は新婚旅行や高額なクルーズ商品の売上は好調だが、人員ベースでは前年を5%下回っている。国内旅行は航空運賃の値下げ競争の影響が不透明であり、昨年の愛知万博のような話題にも乏しいことから、前年実績をキープするのも難しい状況である。総じて厳しい。
悪くなる			
企業動向関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・ 前年同期における受注売上高の累計実績対比ではまだマイナスだが、直近の1～2月の各単月対比では前年実績を上回る状況を呈しており、今後についてはやや良くなる。
		通信業（営業担当）	・ 希望的観測も含めて、民間企業における設備投資の増加という流れは今後しばらく続く。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	・ 受注量自体は増えていないが、デフレの改善傾向がみられるようになってきた。
		その他非製造業〔機械卸売〕（従業員）	・ 4月以降の鉄骨加工及び建築関連の受注見通しが見えてきており、現状よりも良い方向へと向かっている。ただし昨年、一昨年の第1四半期と比較して上昇傾向をたどるとの見方にはなっていない。
	変わらない	輸送業（経営者）	・ 運輸・輸送関係の輸送量は過去4～5年と同じ状況なので、経営面においては燃料の高騰が響いている。ただし函館は北海道新幹線建設工事の関係で物資の流れが少し変わってきている。
		輸送業（支店長）	・ 今後2～3か月は、春需要の輸入雑貨が増加するため、コンテナ輸入数量等は多少増加するが、季節変動の範囲内と想定される。ただし今年に入り、石狩・苫小牧地区の自動車関連企業の進出が決まったことは、今後に向けて明るい展望が期待できる。
		輸送業（営業担当）	・ 原油高騰の天井が不透明なことから取引先も緊縮対応となっており、コスト削減以外の新規の商談がない状態である。
		通信業（営業担当）	・ 道内の景況感としては、製造業が少ないという業界特性、企業規模から現状が頂点とも感じられるため、今後についてもこのまま良い意味での横ばいで推移する。

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
	やや悪くなる 悪くなる	金融業（企画担当）	・観光については道外からの入込増加が期待できるが、公務員の給与削減が4月より実施され、個人消費や住宅投資にマイナスとなる。更に住宅着工は3月下旬より札幌市で建築物の高さ制限が適用されるため、高層マンションの着工の落ち込みが懸念される。総じて道内景気の停滞感は続く。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・全国の景気回復基調に伴い、金利も上昇傾向にあるが、地方都市に景気回復の意識はほとんどなく、製造原価のコスト増が続き、一層の設備投資意欲は望めない。
雇用 関連	良くなる	学校〔大学〕（就職担当）	・大学での会社説明会は終盤になったが、多くの企業がスタッフを増員して学生対応をしている。また追加の説明会を希望する企業も増えていることから、今後についても良くなる。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・年々減少傾向とはいえ、雪解けに伴う建設業界の活動開始は道内景気に刺激を与える。新入学、新社会人に向けたセールも活況となることが予想されることから、人材業界は更に販売スタッフの派遣ニーズが高まるが、初夏までが正念場でそこまでの動向がその後の景気に影響を及ぼす。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・製造業や営業関係の正社員の求人意欲が多くなっている。ただしサービス業では非正社員の求人がいまだ多く、微妙な状況である。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・例年、春と秋に求人のピークを迎える。マンションなど建設関連の求人ニーズが昨年並みにあるかは分からないが、概ね求人ニーズは高水準を維持する。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・これまでアルバイト・パートの臨時雇用の募集が多かったが、正社員系の募集も少しずつ増えてきている。
	変わらない	職業安定所（職員）	・新規求人数の減少が4か月連続している。市内の百貨店の閉店が正式に発表され、今後求職者の増加が予想されるので、求人倍率の低下が懸念される。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は21か月連続で前年を上回っているが、正規雇用型求人は減少傾向にあり、正社員を希望している求職者とのミスマッチは相変わらず続いている。
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	コンビニ（経営者）	・近隣の客の動向から、キャンペーンやイベントがあると来客数が増える。2月でキャンペーンは終了するが、3月から新たにATMの導入があり、競合他店との差別化が図られプラス要因となる。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・例年に比べ1、2月は品物が非常に動かなかった。今後雪が解け、暖かくなれば、悪過ぎた分が加算されて人も品物も動く。
やや良くなる		商店街（代表者）	・消費意欲の上昇傾向がみられる。これは、今しばらく続く。自信喪失気味であった商店街でも店舗改装など積極性が出てきている。
		商店街（代表者）	・商店街の中の大型店が改装を進めていること、また、中小の店も新たに出店されることの効果が徐々に期待される。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・春の需要期に入るので、店頭が活気づく。冬の出不精が一気にやわらぎ、今年は特に客足の伸びが期待される。
		一般小売店〔カメラ〕（店長）	・卒業、入学などがあり、3月から新製品の発売も予定されているので、期待できる。
		百貨店（企画担当）	・昨年前半に比べると景気のレベルは上がっている。ただ、一進一退で天候等小さいことに影響される体力的問題がある。春先からのモチベーション需要、春物衣料の動きも含めて、ヒト、モノ、カネが動く春先にどのような消費行動となるかについては大いに注目される。
		百貨店（広報担当）	・セール品ではない春物の商品が順調に動きだしている。また特選ブランド以外の高額品も堅調に推移している。わずかずつではあるが消費の回復感の手堅さがある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場担当）	・今年流行のマリン風の洋服や当社オリジナルのかぼんなどかなり早くから動きがみられ、全体的に景気は良くなっている。2月に入り、ボーナス払いの客もあり、昨年に比べカード決済している客も増えている。2、3か月後もこの調子でいけば全体的に良くなる。
		スーパー（経営者）	・冬期間のため新潟県中越地震復興工事が土木中心に停止状態であったが、再開されることにより、労働力の流入などで食品消費が回復する。
		コンビニ（エリア担当）	・県内の有効求人倍率や今春高校卒業者の就職率など改善の兆しはある。例年にない降雪の反動と、暖かい日が続くことで売上が改善される。しかし、全体の景気が決して良いというわけではない。
		家電量販店（従業員）	・新社会人、新入学向け商品の売上の伸びが期待される。また、当地域において民放の地上デジタルの試験放送が開始され、関連商品の売上が伸びる。
		乗用車販売店（経営者）	・雪解けが進み春の訪れを感じるとともに、8～10年と長期間乗っていた客の台替えが進む。新型の小型車が期待される。景気が良くなっているという情報とあいまって契約が増えることが期待される。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車の売行きも好調にスタートし、3か月はこの状況が継続する。
		自動車備品販売店（経営者）	・これから雪が解けると雪害による修繕や屋根など外壁の小規模修理が増える。冬場のダンプ及び重機の稼働率が通年に比べてかなり上がったため、今後修理が出てくる。
		住関連専門店（経営者）	・建設関係の客が多く、不況も抜けきれず仕事がないという話がよく聞かれるが、関東や名古屋では景気が良いということで、これが2、3か月先は地方に波及する。
		一般レストラン（経営者）	・主婦層の動きをみていると、春に気候が良くなれば出足も良くなる。大きなものはないが、小さな予約が多少入っている。
		観光型旅館（経営者）	・3、4月にむけて、3社のバス会社の企画が入っており、予約の伸びは極めて高い。ただ、5月の連休以降、大きな企画、団体予約がないだけに、地域のマイナスイメージをなるべく早く一掃すべく、地元自治体に働きかけてPRを実施する。
		都市型ホテル（スタッフ）	・全体の景気自体はそれほど良くなるが、公務員が多い当地域では、春先の転入転出に伴う歓送迎会、ちょっとしたレストランの利用など、ホテルとしては良くなってくる。
		住宅販売会社（従業員）	・受注については、ほぼ平年並みで、雪解けにあわせたように管理客が動き出し、契約の動きが出ている。
		変わらない	
一般小売店〔茶〕（経営者）	・市町村合併でもめた地域では、給食費の未納の家庭もわずかながら増えている。近所の小売業の奥さんも夜にパートで働いている。貧困ではないがお金がない家庭が増えている。		
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・同業者の話だと、業界の再編成、合併、倒産が続き、良くなる条件はないとのことであり、売上也見込めないとのことであった。		
百貨店（販促担当）	・冬物商戦とそれに連動するバレンタイン商戦が好調に推移したものの、現状は冬物商品が不足しており、春物の先行立ち上げを提案しているが動きが今一つである。		
スーパー（店長）	・依然として単価の下落が続いており、販売点数も伸びていない。安価でない購入しない客が多い。		
衣料品専門店（経営者）	・現状の客の動きでは、なかなか単価を上げられる手立が見つかからない。完全な二極化で、良いもの、高品質のものを高価格で販売すること、または、より安く価格訴求することのどちらかになっている。中途半端が一番良くなく、当店の場合は安さの追求を考えていきたい。		
衣料品専門店（経営者）	・ここ数か月は主にVIP顧客の売上が増加している。富裕層の購買動向はこのまま良い状況で推移する。一般の流動客の購買は上がっていない。		
家電量販店（店長）	・客の動きは少し出てきたが、単身者用の商品の動きがもう一つである。		

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
		乗用車販売店（経営者）	・パソコン、デジカメ、薄型テレビ、DVDレコーダー等への関心が強い一方で、車に関しては、長く大切に乗りたいたいという意見が多く、内外需要の発生にも乏しさがあり、先行きにあまり大きな伸びはない。
		乗用車販売店（経営者）	・軽自動車の新型モデルが好調で、2～3か月先も勢いが続くが、単価ダウンの傾向は変わらず売上を伸ばさせることは難しい。
		住関連専門店（経営者）	・売上は、前年比減の日が続いているが、たまに前年を上回る日があり、多少明るさが出てきている。
		その他専門店〔呉服〕（経営者）	・当店の客は年齢層が高く、子供の家計の負担増で孫の入学金などを援助する人が多く、買物を控える。
		その他専門店〔酒〕（営業担当）	・酒は5月からの酒税改定にむけて動きがある。日本酒は在庫調整が大幅に行われる可能性が高い。他の酒類は動きが読めない状況で、3月中に状況が明らかになり、その後対策が打たれるので今とそれほど変わらない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・3月も引き続き仕入価格が値上げとなり、販売数量の落ち込みから末端価格になかなか転嫁できない状況が続く。冬場の燃料需要が無くなっていくこととあまって、厳しい状況が続く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・回復にむけた動きは出てきているが、勝ち組と負け組、業界による格差が今まで以上にはっきりと区別されてきている。年度末の3月となり、景気調査等では景気は回復基調にあると言われているが、まだまだ実感することは少なく、地道に時間をかけて取り組む必要がある。
		タクシー運転手	・時節柄、就職活動中の乗客があるが、全く就職口が決まらず苦労している話を聞く。新卒者の就職先がまだ決まらない状況では、ここ2、3か月で景気が好転することはない。
		テーマパーク（職員）	・雪解けが早そうなので、動きも良くなる。ただ、館内での消費は未だ良くならない。入場者数は何とか前年並みにはなっているが、客単価は前年を下回っている。
		遊園地（経営者）	・昨年の春と比較して気温が高く、客の動きが良くなることが期待されるが、楽観はできない。
		住宅販売会社（従業員）	・耐震強度偽装問題の影響を受け、客には急いで購入を決めなくてもいいという心理が見受けられ、販売量は相変わらず伸び悩む。
やや悪くなる		商店街（代表者）	・前年度と比較して予約数が少なく、依然企業が動かない。中央と比べて東北は企業の設備投資が少ないため、かなり静かな状況が続く。
		百貨店（売場主任）	・春物需要が2月に前倒しになっており、その分の影響が今後出てくる。
		スーパー（店長）	・地元企業の業績不振での廃業、倒産や、業務縮小が増えてきている。この地域における景気回復はまだまだ程遠い。
		スーパー（企画担当）	・市内商圏の小売店については、店舗数の増加により過剰な状態である。新規出店は今後も続くため、既存店ベースの回復は望めない。
		衣料品専門店（店長）	・フレッシュマンや衣替えの出遅れがこのまま続くものと懸念しており、楽観視は全くしていない。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・確かに良く伸びてきている企業が目立っているが、それ以上に苦しんでいる中小企業、販売店が多い。平均して地方はかなり回復度合いが悪い。
		観光型ホテル（経営者）	・3、4月の予約は現在あまり伸びず、前年を下回っている。歓送迎会も新規の客は少ない。ホテルの選定は、施設の充実度や老舗だからといったことは関係なく料金で決定されている。
		観光型旅館（経営者）	・市町村合併で選挙が始まり、地元の動きがなくなる。また、大雪の影響で余分な出費が冬に発生した分、レジャーに回るお金が減っている。
悪くなる	旅行代理店（従業員）	・4月以降、一般家計の負担がかなり増えるところが多い。家計の負担が増えれば旅行、余暇にかかる費用が減る。	
企業動向関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	繊維工業（総務担当）	・厳しい状況は変わらず、産地全体もばらつきはみられるものの、秋冬物の売上の好調さは春夏物につながる。企画段階の秋冬物の展望も昨年よりも良い状況である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		建設業（経営者）	・季節的な要因も若干あるが、新規の工事の受注や問い合わせが出てきている。特にリフォーム工事よりも新築の問い合わせが増えている。
		建設業（企画担当）	・製造業の設備投資計画に基づき、見積依頼等が増加している。以前は、計画段階で止まっているケースが多かったが、実現にむけた競争見積等が多くなってきた。
		輸送業（従業員）	・荷主の情報によると、年明けから工業品の受注量が多くなってきている。
		広告業協会（役員）	・広告関係も、学習塾、大学、老人医療施設、ペットショップなどが大手のクライアントとなり様変わりしている。
		広告代理店（従業員）	・中央資本の大手を中心に、広報活動の拡大が、若干みられる。価格下落は続くが、物件数でカバーしながら、受注額の増大を図っていく。
		広告代理店（営業担当）	・4月からの新年度で、同じ得意先から、前年同期に実績の無かった案件がいくつか発生している。
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・4月から15～20%くらいの商品の値上げを行う予定であり、その影響がどのようにでるか不透明である。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・自動車部品は引き続き好調な状態が持続するが、このところの為替の円高が業績に悪影響を及ぼすことが若干懸念される。
		通信業（営業担当）	・入札における競合先との競争はまだ続くと思われ、依然環境は厳しい状況である。
		公認会計士	・好調である電子部品製造の1月の売上が、前年比175%と量的には伸びた。しかし、1月から利益率の高い部品の受注価格が引下げられ、総利益は123%と売上の伸びを大きく下回った。今後も受注価格の引下げ要請がある。一方、サービス関連の都市型ホテルでは、挙式、宴会の減少傾向が続き、現時点では景気の好転は考えにくい。
		コピーサービス業（経営者）	・2、3か月先は新年度が始まり、通常は慌ただしくなるが、今年は大きな動きの情報はなく、変化がなさそうである。コピーサービス、文具等を求める来客も例年より減少している。2、3か月先は良くなることはなく、変わらない。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・5月からの酒類の税制改正に伴い、清酒は減税となる。4月末は流通各社大幅な在庫調整が予測されるが大きな混乱はない。
	やや悪くなる	その他企業〔企画業〕（経営者）	・住宅取得が低調気味なので住宅関連消費も比例して低調である。ただし、リフォーム需要に少し明るさがみえる。
		食料品製造業（経営者）	・米国の牛肉輸入禁止が長引くことから、相場が上がる傾向にある。
		食料品製造業（経理担当）	・包装資材（ダンボールやプラスチック袋）の値上げが実施され、収益面を圧迫する。受注動向は横ばいとなる。
電気機械器具製造業（経営者）		・年度末にかけ、追い込みの受注が急増している。その反動で4、5月の受注が減少する傾向にある。景気が上向きになっているのは、客先の動向で判断できるが、具体的動きがまだみえていない。	
電気機械器具製造業（企画担当）		・主力製品である半導体メモリの価格が低下する。	
輸送業（経営者）		・貨物取扱業のため軽油の高騰がもろに収益を圧迫しており、内部だけの努力で解決する範囲を超えている。	
悪くなる	新聞販売店〔広告〕（店主）	・大手水産会社の倒産がかなりの失業者を出しており、関連の産業、会社などにも影響が大きく徐々に悪い傾向が出てくる。	
	農林水産業（従業者）	・昨年の収入が悪かったため、生産資材の肥料や薬剤を借入れで購入する農家が多くなっている。	
雇用関連	良くなる	人材派遣会社（社員）	・製造業のうち、半導体関係で企業の復活の兆しがある。2、3か月先に定期的注文を見込んでいる。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・年度替わりの時期にきているため各企業も新卒者の受け入れに忙しいが、同時に紹介予定派遣のニーズも広まりつつあるため中途入社枠を確実にねらえる傾向にある。
		人材派遣会社（社員）	・現在、大学新卒採用の企業説明会の参加率が昨年よりも悪化している。各企業の採用意欲が高まり、競争が激化している現れである。各企業は追加の説明会を企画したり、新卒で取りきれない分の中途採用の検討を始めている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・企業の新卒採用への取り組みが例年以上に早く、採用意欲も高い。非正規社員の採用意欲も高くなっている。

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
	変わらない	職業安定所（職員）	・ 求人はパートが減少し常用が増加する傾向が続いているが、これは、2007年問題も要因の1つと考えられる。求職はこの求人の傾向を受けて女性の在職者、自己都合離職者が増加し、年齢別では、25～34才までの若年層で増加している。したがって、今後当面、有効求人倍率の大きな上昇は考えられない。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・ 3月末をもって人員整理を予定している事業所が数社あり、求人倍率の低下が懸念される。
		職業安定所（職員）	・ 大量離職者の発生により雇用環境の悪化が懸念される。
	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	コンビニ（店長）	・ 卒業、進入学、就職と人が動く季節がやってくる。近隣の精密会社も人員募集を始めている。当店では、宅急便受付を1人50秒以内で対応できるよう練習を始めるなど、新しい客の獲得に全力で対応しようとしている。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・ 商店街からは離れているが、スーパーが新しくオープンする動きがある。既存のスーパーとの競争でおぼれの集客にあずかれるのではないかと期待している。
		百貨店（売場主任）	・ 紳士においては、これからプロパーのチラシを毎週展開していく。男の人も非常におしゃれになっており、昨年のクールビズに引き続き、今シーズンの春夏物は好調に推移する。
		百貨店（営業担当）	・ 以前とは異なり、ここ数か月の売上は前年を若干上回るようになってきている。
		百貨店（販売促進担当）	・ 婦人衣料に引き続きトレンド商品、企画品の発表があり、需要が見込まれる。また、長い間低迷してきた紳士、子供衣料に復活の兆しがある。
		スーパー（統括）	・ 入園、入学、新生活関連商材の伸びは好調に推移するものの、普段の生活関連は生活防衛型の価格訴求商品へ少しシフトしてきている。1点単価、客単価共に低下傾向にあるが、来客数、来店頻度が伸びているのが多少明るい兆しとなっている。
		衣料品専門店（店長）	・ ファッションも主流はカジュアル傾向であるが、低価格な商品から上質な商品へ売れ筋が移っている。来客数が落ち込まなければ、良い結果が望める。
		家電量販店（店長）	・ 地上デジタル放送が受信可能なテレビやDVDレコーダーなどの、映像商品買い換えが更に進む。
		乗用車販売店（販売担当）	・ 来客数は増加しており、イベントが終了しても、カタログや車を見に来る客が増えているので、良くなっていく。
		乗用車販売店（販売担当）	・ 今月の売上はかなり良く、ここ2～3か月の車販売の流れからいくと多少は上向きになってきている。倒産などで企業淘汰が進んでおり、今残っている力のある会社に勤めている人はクレジットも比較的通りやすく、これから先はこれ以上悪くはならない。
		一般レストラン（経営者）	・ 仕入先等によると食材の動きは相変わらず厳しいようだが、寒気も緩み、客の動きは多少良くなってきている。
		スナック（経営者）	・ 予約状況が割と良くなっており、フリー客も増加してきている。雪ももう降らないようなので、この調子で歓送迎会シーズンにつながればありがたい。
		都市型ホテル（経営者）	・ 地方都市も長かったトンネルを一步脱け出したのか、予約が前年に比べて好調で、ある程度の団体が入るようになっていく。
		都市型ホテル（スタッフ）	・ 2～3か月先でも婚礼受注が極めて厳しい状況にあるのは変わらないが、歓送迎会等の需要が売上に大幅に貢献してくれるものと期待している。
都市型ホテル（スタッフ）	・ 宿泊の伸びが悪いが、客室の改善を図っているのので、何とかなると見込んでいる。宴会、割ぼう関係、各レストラン等は少しずつではあるが売上が伸びてきている。		
タクシー運転手	・ 担当地区では電車やバスの本数が非常に少なくなり、営業で来た人などはタクシーを使わないとなかなか客のところまでいけないため、この辺りの地区では動いている方である。		

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
企業 動向 関連		通信会社（営業担当）	・新入居が多い時期で新たな顧客ターゲットが増えるため、契約数が増加する。家電量販店の活気も出てくるので、期待できる。
		観光名所（職員）	・2月中旬以降例年に比べて暖かい日が続いており、雪解けも急速に進んでいる。別荘地の引き合いも例年より件数が多く、景気はやや上向き基調である。
		ゴルフ場（従業員）	・例年に比べて3、4月の予約の出足が早く、数字も上回っているため、やや良くなる。
		ゴルフ場（副支配人）	・今月の入場者数は前年比で5%増、売上は前年並みである。3、4月の引き合いが大分入っているため、今後はいくらか伸びる。
	変わらない	商店街（代表者）	・客は必要な物であれば値段にあまりこだわらないようだが、必要でない物は買わない。
		百貨店（総務担当）	・公共事業の減少、雪の影響による農家の出荷遅れ、生産減などで、当地域では総体的には売上は望めない。
		スーパー（経営者）	・競合店との競争が更に激化し、売上、利益の確保が非常に難しい状況である。
		コンビニ（店長）	・客は必要のない物は買わない。客の意識が変わらない限り、景気は変わらない。
		衣料品専門店（販売担当）	・気温の乱高下により冬物がセールで順調にさばけていない。春物へスムーズに移行できないと品ぞろえに影響し、せっかく来店した客に良い提案、提供ができなくなるという悪循環になる。できる限り品ぞろえを良くしていきたいが、このまま2月の悪さが続くような雰囲気がある。
		家電量販店（営業担当）	・トリノオリンピックが終了したので、今後はワールドカップで仕掛けていくが、白物家電のヒット商品がないため、全体では厳しい状況が続く。
		乗用車販売店（従業員）	・景気は回復に向かっていると報道されているが、一般消費者は将来に不安を感じており、新型車が発売となっても慎重さは今までと変わらない。
		乗用車販売店（営業担当）	・販売量、件数は若干増えているが、売上高、粗利益等は思うように伸びない。
		その他専門店〔携帯電話〕（営業担当）	・春の新商品が出そろい、新生活スタートの動きも一段落するため、11月の番号ポータビリティまでは各社の基本料金、通話料金の値下げ競争の様子をみながらの推移となる。
		一般レストラン（業務担当）	・売上の柱である宴会部門は前年並みであるが、新規競合店開店の影響でレストラン部門は前年を10%程度下回っている。通信販売部門はネット利用の客が前年比で30%程度増えているが、売上全体に貢献するほどの数字ではない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・スキーシーズンも終わりに近づき、春以降は団体集客が見込めるので営業にも力が入る時期だが、現時点ではゴールデンウィーク近辺までの入込は決して良くはない。ただ、大きな団体の連泊も徐々に決まりつつあるので、今後の営業活動次第である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・普段であれば歓送迎会が大分入るが、全国で小学生などの殺人事件があり、小学校、中学校の歓送迎会、謝恩パーティ等の取消が多くなってきている。決して景気が良くなるとは考えられない。
		旅行代理店（経営者）	・製造業、土木建築業、スキーなどの観光やそれに伴う小売業、どれをとってもこれから良くなっていくものはまだない。
		住宅販売会社（経営者）	・都市計画等の大幅な変更があれば、起爆剤となり、土地取引が活発になる可能性があるが、それがなければ現状と変わらない。
	やや悪くなる	住関連専門店（店長）	・原油価格高騰により、プラスチック製品などが値上がりしたり、入荷が不規則になってきている。
		美容室（経営者）	・卒業、入学の時期であるが、ここ何年間かは髪型の変化とともに主婦がお金をかけるということが減ってきている。今月の様子からみてもこの先の回復はあまり望めない。
悪くなる			
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）	・国産大豆を外国産に移行し、利益の取れる商品開発と、販促で数量を維持しつつあるので、4月くらいからはその効果が出てくる。

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
		金融業（経営企画担当）	・ブロードバンド事業において民間企業を主体とした第3セクターによるプロジェクトが具体化する動きがある。そのほかジャンボ機を中心とする航空機が交代の時期に差し掛かっていることから、当面の間、関係部品の製造受注が途切れることはないという企業もある。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・チラシの出稿状況からみると、小売を中心に順調に推移している。業態を変えたスーパーセンターも購買点数が増え、好調だと聞いている。
		司法書士	・開発等の事前相談がいくつかきているので、やや良くなる。
	変わらない	食料品製造業（営業統括）	・5月1日より酒税が増税されることがほぼ決定し、果実酒は1リッター当たり70.50円が80円に、清酒は据え置きということなので、酒類間の消費移動が考えられ、今後は苦戦を強いられる。
			窯業・土石製品製造業（経営者）
		金属製品製造業（経営者）	・ここ半年ぐらいは今のような忙しさが続く。特に最近、品質重視で、一時の極端なコストダウンの要請もなく、一部素材高も価格転嫁を認めてもらっている。
		一般機械器具製造業（生産管理担当）	・年初の計画では取引先各社とも増産予定であり、実際、その計画どおりに仕事量も増えてきている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・受注減少が続いている取引先2社について、新年度からの新規製品の状況が未確定である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・3、4月から立ち上がる予定であったボリュームの大きい仕事が2件ほど先に延び、経営的にも厳しくなりつつある。他にもこれといった話がなく、足踏み状態かやや落ちてきている。
		建設業（経営者）	・官民共に受注減が見込まれ、競争は更に激化する。
輸送業（営業担当）		・輸送量は前年並みに確保できる見込みだが、燃料費の高騰によりなかなか厳しい状況である。コスト削減、特にドライバー教育に重点を置き、アイドルストップなど、経費管理を厳しくしている。今後の対策としては、荷主別の運賃を見直し、利益を確保できる荷主を選んでいくしかない状況である。	
不動産業（管理担当）	・今のところテナントが増減する予定はないが、既存契約の更改で、賃貸料の引下げ要求のおそれがある。		
その他サービス業〔放送〕（営業担当）	・新年度の中長期契約のタイムコマーシャルが、官公庁、通信事業を中心に2%程度減少している。スポットコマーシャルの件数は増えてきているが小口化しており、ラジオ放送業界全体の広告収入と同様に減少傾向にある。		
やや悪くなる	化学工業（経営者）	・今作っている企画の製品は3月までで製造を終了させる。4月以降は新しい企画の製品の販売になるが、受注はまだない。ユーザーは新製品の市場での評判を聞いてから発注してくるので、しばらくは暇になりそうである。	
	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・3か月先の受注量の見通しは一昨年から10～15%落ちた前年とあまり変わらない。素材関係が相当上がっており、特にアルミは前年比40%高、ガス関係も石油の値上げと同時に上がってきている。価格転嫁がなかなかできない状況なので、収益は大幅に悪化する。	
悪くなる			
雇用関連	良くなる		
	やや良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新規の事業計画がいろいろと出ていて、それに関する募集がかなり期待できるので、今より相当増えると見込んでいる。
		職業安定所（職員）	・新規求職者数がずっと減少しているが、これは採用に結び付いているからだと推察される。
		学校〔短期大学〕（就職担当）	・既に来年度に向けた採用活動がスタートし、合同ガイダンス、独自の説明会などが本格的に行われている。この時期は専門、技術職に限らず広い職種に対して企業側の積極的な採用姿勢がうかがえる。良い人材を獲得するため、例年より早期に活動する企業も増えそうな気配である。ただし、求人状況の地域的な格差も依然として残っている。

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
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・電機、電子関係は、求職者の動きがだぶついている。4月以降は年度が変わり、新製品等の開発があることから、製造業全般でスタッフ募集がかかるのではないかと見込んでいる。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・全体的には求人は増えているものの、業種によっては募集をしてもなかなか良い人材が集まらないということである。最近では求職者も職種を選択する傾向がある。
		職業安定所（職員）	・新規求職者は3か月ぶりに2,000名を上回り、有効求職者も4か月連続、前年比で増加している。有効求人倍率は1.98と、1年ぶりに2倍に迫る高水準となっているが、職種間や雇用形態による格差は依然としてみられ、数字ほど景気が回復するとは見込めない。
		職業安定所（職員）	・全体の新規求人数は増加傾向にあるが、求職者の多くが希望する直接雇用の求人の増加はみられず、安定した雇用が期待できない。
		学校〔大学〕（総務担当）	・学部の3年生及び大学院1年生を対象に、多くの職種から求人票が早めに出てきている。
	やや悪くなる	-	-
	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	スーパー（統括）	・数か月前、1年前に比べ、このところ販売量、売上が上回るようになってきている。来客数も増えてきており、今後もこのような傾向が続く。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・冬が寒かったこれから暖かくなりイベント物が始まる。2月の動きから、冬におとなしくしていた消費者が、より一層元気に活動してくれそうな予感がしている。
		一般小売店〔CD〕（営業担当）	・売上の伸びは低調であるが、来客数は増えてきており、回復の兆しを感じられる。
		百貨店（売場主任）	・高額品が動くようになってきており、少しずつ客の購買意欲が高まっているように感じている。
		百貨店（売場主任）	・冬物の最終セールでも高額品の動きが非常に活発であり、春物の正規価格品についても、婦人だけでなく今好調な紳士の重衣料にも期待できる。
		百貨店（売場主任）	・期を通してみても、前年をクリアしているような状況になってきており、もう底を打ったと感じている。
		百貨店（企画担当）	・2月はファッションすべてが前年をクリアしており、家庭用品、高級雑貨も引き続き好調に推移している。食品も前年比105%以上の伸びを示し、全領域で売上が伸びている。
		百貨店（広報担当）	・春物を中心に客の購買意欲の高さを実感している。人気ブランドでは新規アイテムが入荷するたびに盛り上がりを見せている。バレンタイン商戦も、直前の土日に過去最高の単日売上を記録するなど、客の関心事に合った提案商品や限定商品への消費意欲の高まりを強く感じる。
		百貨店（営業担当）	・この冬の売行きが好調を維持できたことで、取引先の体力も回復しつつある。今後の売上を左右する売れ筋商品の作り込みが可能な業者が多く、店頭に旬の商品が多く並ぶことにより売上につながる期待感がある。
		百貨店（販売促進担当）	・駅前周辺の大規模店舗もここ数か月は前年を超える実績を残しており、地域的に消費が回復しているように思われる。また、大型マンションの増加により人の数自体も増えているので、しばらくはこの傾向が続く。
		百貨店（店長）	・株価の上昇と2006年春夏のファッショントレンドの大きな変化の影響で、消費マインドが活発化し購買意欲が高まってきている。また、上質で高額な商品の動きが堅調に推移している。
百貨店（営業企画担当）	・一部の富裕層が高額品を購入し始めており、新入学などの季節商品の単価も上昇している。また、婦人物に比べピークが後倒しである紳士春物も動き出しが早くなるなど、従来にない景気回復を実感する動きが見受けられる。		

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
		スーパー（総務担当）	・今まで食品スーパー関係の低迷が続いていたが、景気が上向きななかでの今月の状況からすると、少しずつ上向いていく。
		衣料品専門店（経営者）	・2、3か月先の天候は平年並みの予想なので、初夏物の立ち上がりは順調にいきそうである。
		衣料品専門店（営業担当）	・春物実売が本格的に始まり、売れ筋を確保できれば景気は必ず上向く。
		家電量販店（経営者）	・ワールドカップ特需に合わせて新型テレビの発売が相次ぎ、高単価HDD付きレコーダーとの同時購入も期待できそうである。ゲーム機は新型機や、大型タイトルのソフトの発売予定があり、楽しみである。また気候次第だが、エアコンが早期に立ち上がれば、機能性や省エネの提案で単価上昇が図れそうである。
		家電量販店（店長）	・今年のスポーツイベントに伴う需要が予測される。
		家電量販店（営業統括）	・消費意欲は高くなっていく傾向にあるため、販売数量が伸びる要素はたくさんある。スポーツイベントも目白押しであり、テレビ需要もさらに加速する。
		乗用車販売店（販売担当）	・2、3か月前と違い、週末になると来客数が増加しており、具体的な話まで進んでいる。購入意識も高くなっているため、今後も来客数が増えそうである。
		乗用車販売店（営業担当）	・先月と打って変わって、来店、受注が増えている。来店してから注文までの時間が早い。
		乗用車販売店（販売担当）	・環境規制の影響で、今年は相当台数が増える。今後2、3か月は台数は増えるが、環境規制に伴う新車の価格上昇をユーザーに認めてもらえず、単価自体は上がらない。台数では良くなるが、利益面では良くなれない状態が当分続く。
		住関連専門店（統括）	・販売件数、成約件数が増えているので、来客数次第では今よりはやや良くなる。
		その他専門店〔眼鏡〕（店員）	・1月は冬物衣料に消費者の目が向いていたが、今月に入り宝飾付眼鏡など高額フレームに動きがはじめており、消費マインドは確実に上向きにある。
		都市型ホテル（スタッフ）	・新規来客数も増えており、実際の予約数も前年同時期に比べるとかなり増加している。単価も上昇してきているので、かなり良い状況になっている。予約件数は前年比130件ほど増えており、単価上昇と合わせ売上もかなり増加傾向にある。
		都市型ホテル（スタッフ）	・今まで休止していた会社や職場の歓送迎会の復活や、取引先招待会の規模拡大など、法人の宴会需要に少し動きが出てきている。
		旅行代理店（従業員）	・電話受注件数が、各方面とも堅調で前年をクリアしてきている。
		タクシー運転手	・前年同期に比べ、流し営業で客に出会うことが多くなっている。日報を比較しても回数が増えている。
		通信会社（営業担当）	・新しい電話サービスの開始に加え、6月のワールドカップサッカーに向けテレビの需要が高まる。
		ゴルフ練習場（従業員）	・企業の業績が良くなり、会社内でのコンペが増えてきている。
		パチンコ店（経営者）	・2月、8月はあまり商売では良くない月といわれるが、今月は2月でもそれほど落ちておらず、客の入りもやや良くなっている。
		競馬場（職員）	・11月から1月末までの開催成績は、前年度比100%を若干下回る程度で推移しており、プラスの開催がなかった。しかし、直近で一人当たりの購買単価が3回連続してプラスになっており、これで来場者数が増加すれば、成績の向上に結び付く。この客単価の上昇が景気回復の兆しではないかと考えている。
		その他レジャー施設〔アミューズメント〕（職員）	・ゲームセンター用機器の展示会が行われ、入場者は前年を上回った。この展示会は公開期日が業者、一般に分かれているが両日とも盛況であった。また、家庭用機器においては、中高年向けのソフトがよく売れており、携帯型のゲーム機が人気を博している。3月初旬発売の携帯型ゲーム機を待ちわびる消費者が多い。
		設計事務所（所長）	・このまま偏った受注、発注は続かないと思うので、全体的に徐々に上昇してくる。

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	商店街（代表者）	・個々の店により大分ばらつきはあると思うが、全体的には変わらないかと思っている。ただ、1、2軒の店では少しではあるが売上が伸びている。
		一般小売店〔衣料・雑貨〕（経営者）	・今年は異常気象のため春物の時期が長く感じられているので、夏物商品を先に延ばすことも考えている。
		一般小売店〔鞆・袋物〕（従業員）	・ギフト需要については今後も単価2割アップで推移していくが、身の回りの商品については、非常に厳しい状況である。ただ、目があるのはカジュアル商品で、特にスポーツ、健康関連の商品は今後も良い傾向が続く。オリンピック需要、ワールドカップ需要ということで、スポーツ関連商品、特にスポーツバッグが非常によく動いているので、今後リュックなどデザインを絞り込み打ち出していけば、非常に良い傾向に向かうが、日常商品については依然厳しい。
		百貨店（総務担当）	・購買の動きがみられるのは、まだ限られた客層である。
		百貨店（広報担当）	・高額品以外の食品などの一般商品は、前年から一進一退を繰り返している。
		百貨店（営業担当）	・来客数をみる限り堅調に推移しているため、大きくマイナスになることはない。商品確保、商品単価が売上を大きく左右する。昨年5月ごろから婦人服を中心に売上が大きく伸びたため、本年も同じ伸び率を期待するのは厳しいが、客の購買意欲はまだ続くと思われるため、商品を確保し、単価の下落を防ぐことで、現在の推移は確保できる。
		百貨店（営業担当）	・冬物衣料バーゲンが好調に推移しており、加えて春物衣料の動きも良く全般的に上昇しつつあるが、原油価格、株価等の動きも不透明であり、もう少し様子見といった状況である。
		百貨店（営業企画担当）	・今年の厳冬で好調であった紳士服が、今月は若干苦戦している。今後は昨年のクールビズ効果のようなものがあれば期待はできる。
		スーパー（店長）	・大きな与件はないが、来客数が今月に入って前年割れしており、このままで推移すると売上が非常に厳しい。
		スーパー（店長）	・スーパーマーケットだけでなく、ドラッグストア等の異業種が出店攻勢を強めており、集客のために食料品の価格訴求を強めている。
		スーパー（仕入担当）	・今年の節分恵方巻きは170%と大きく伸びた。昔からの行事商品が年々落ち込んでいるなかで、節分の豆も伸びている。提案の仕方がますます大きなポイントとなる。
		スーパー（統括）	・客の買上点数に変化がない。客の買物動向についても、広告商品や目玉商品といった価格の安い物に集中する傾向にあるため、景気回復につながるような動きはない。
		コンビニ（経営者）	・固定客比率が高く、新規の来客数が依然増えないため、3か月後も引き続き同じ流れになる。
		コンビニ（店長）	・来客数は3か月連続で、かろうじて微増している。酒の売上は前年及び3か月前と比べて微増している。売場の陳列などに工夫を凝らして、やっとこの状態である。
		衣料品専門店（経営者）	・2月の春物の動きが比較的良好いため、3月、4月と春物に関しては良い状況に向かう。
		衣料品専門店（次長）	・石油製品の上昇のためにリサイクルにかかる環境対策費及び光熱費、物流コストに利益を食われる可能性もあるが、全体的には好調に推移する。
		乗用車販売店（渉外担当）	・安定収益部門であるはずのサービス売上実績は、予算達成率81.5%、対前年伸張率2.1%の見込みであり、集客に力を入れている割には苦戦が続いている。反面、アウトドアグッズを扱う当社の物販事業は予算達成率116.7%、対前年伸張率20.4%の見込みで好調を維持しており、ねじれ現象が続いている。
		乗用車販売店（店長）	・ここ4、5か月に比べて、最近では割賦販売が非常に多くなっている。ボーナス時を抑えて、なるべく月々均等という方法が増えている。客は将来の先行きに非常に不安を持っている。
		その他専門店〔キャラクターグッズ〕（従業員）	・客単価の上昇に伴い売上も前年比で微増となっているが、来客数の減少に歯止めが掛かっていない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（経営者）	・天候の影響はあるが、外食に関しても食の安全や栄養バランスを考える客が増え、それがリピーターにつながっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・3月以降の予約も順調に推移している一方で、増収対策を常に前もって準備しないと油断はできない状況である。
		タクシー（団体役員）	・天候により多少左右されるところがあると思うが、企業自体が接待費、交通費等の経費を削減しているので、今後も変わらない。
		通信会社（経営者）	・冬季オリンピックも終わり、ケーブルテレビの加入も一段落し、インターネット加入も安定的に推移する。ワールドカップまでは一休みである。
		通信会社（営業担当）	・人事異動の時期なども大いに関係するが、解約件数増加が目立つ。従来と比較しても加入者の純増加件数は芳しくない。
		通信会社（営業担当）	・モバイルナンバーポータビリティを控え、客の買い控えが増加すると予想され、市場もその影響を受け鈍化する。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・生徒数が下げ止まっているが、伸びもみられず、変わらない。
		設計事務所（所長）	・計画物件等も出てきているが、実施までにはやはり相変わらず時間が掛かっている。我々のような小さな事務所では、良くなってくると実感するまでにはもう少し時間が掛かりそうである。
		住宅販売会社（経営者）	・景気が良いと感じるほど住宅が万遍なく売れているわけではないので、現在とさほど変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・新年度の税制は内容的に大きな変化が感じられず、あまりメリットはない。
	やや悪くなる	スーパー（経営者）	・3月に至近距離に大型の競合店ができるため、影響を受ける可能性が高い。
	コンビニ（経営者）	・目玉商品は売れるが、それ以外の物はあまり売れなくなっている。	
	コンビニ（経営者）	・売上低迷が続くなか、競合他社の出店が更に続き、環境の厳しさが増す。	
	衣料品専門店（経営者）	・客の購買パターンが読みづらくなっている。商品的にも軽衣料のカットソーが中心となるため、客単価が昨年を下回る。来客数で補えるか大変不安である。	
	自動車備品販売店（経理担当）	・販売量が大幅減ってきており、客もなるべくお金をかけない傾向にある。とにかくこの部品業界においては先行きが厳しい。	
	旅行代理店（従業員）	・今月、来月の好調さの反動で団体旅行の予約件数が落ち込む。航空運賃やバックツアーの料金が値上がりすることから旅行離れが懸念される。	
	設計事務所（経営者）	・設計の内容については、今までは箱もののがかなりあったが、現在では公害対策的なものに関係する撤去や調査など、本来の建築とは異質の環境調査のようなものがよく行われている。そういうなかで建築設計の量がよくみえなくなっている。まだまだこの状況は続く。	
	住宅販売会社（従業員）	・戸建て分譲は年明け早々でそこそこの販売量があるが、仕入ができないため販売量が減っている。	
	その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・アルミの原価高が継続しており、それを価格に転嫁できない企業が周りに多い。	
悪くなる			
企業動向関連	良くなる	不動産業（従業員）	・賃貸店舗の借主が増加してきており、この近辺では空き店舗がなくなっている。
		広告代理店（営業担当）	・エンターテインメント業界、特に映画、音楽に関する広告費が増加傾向にある。
	やや良くなる	繊維工業（従業員）	・今後の受注見込みが以前より改善されてきている。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・会社設立の印鑑注文が15本あり、8本だった3か月前と比べて増えている。通常は1つの会社に対して1本ということが多かったが、10社で15本であり、1社から複数の注文が出ている。
金属製品製造業（経営者）	・精度が高く難しい仕事が多くなっている。他社との競争がなくなる分、価格低下を防ぐことができるため、良くなる。		
一般機械器具製造業（経営者）	・毎年3～5月は落ちてくる頃だが、今年は3月から立ち上がるものがあり、単価も今までのものより良いので、少しは良くなってくる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		電気機械器具製造業（経営者）	・今までは少なかった地方からの引き合いも増え、成約が固まってきており、今後は堅調に進む。
		電気機械器具製造業（経営者）	・以前に比べ、メールでの問い合わせや電話での引き合いが増えており、徐々にではあるが売上が増える嬉しい予感がしている。
		建設業（営業担当）	・耐震偽装問題などが建設業界にダメージを与えているが、優良業者への注文は多くなってきている。
		輸送業（営業統括）	・客の販売計画では、若干上向きの方で受注が取れそうだといいことも聞いているので、多少今よりも良くなる。
		金融業（渉外担当）	・今後もファンドを中心に不動産投資意欲は強含みで推移する。
		金融業（審査担当）	・資金繰りがタイトであった企業も、製造業を中心に売上増加の影響により改善してきている。
		金融業（得意先担当）	・各取引先の決算内容を見ると、財務内容はかなり改善してきている。事業に関する前向きな借入れ等が発生しており、景気は大分上向いていく。
		その他サービス業〔ディスプレイ〕（経営者）	・新規の問い合わせも少しずつではあるが増え始めてきている。
	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・年度末の予算消化に向けた引き合いがそれなりにきている。	
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・同業者と話をしても、大手のチェーン店のみ売上が増えている。
		化学工業（従業員）	・受注状況も現状と変わらず、生産を増やす予定はない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・全体として景気は上向きにあると聞いているが、プラスチック業界は原油高のため、良くなるとは思えない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・発注量の増加は続いているが、原油価格高騰による材料値上げも続いており、利益が横ばい状態で推移する。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・アルミ関係の量産はほとんど中国へ行き、国内ではほとんど仕事がないという情報が伝わっている。
金属製品製造業（経営者）		・原材料費の値上げが一向に止まる気配がない。商社も強気のメーカーと販売先との板ばさみで大変苦労している。	
電気機械器具製造業（経営者）		・商談状況からみて、売上増はみられない。運搬費が東京、大阪で70%上昇し、物流コストが利益を圧迫してきている状況である。	
輸送用機械器具製造業（経営者）		・3か月先は今のまま良い状態で変わらずにいく。1、2月は例年どちらかといえば少し暇だが、今年は全く休めないほど忙しい。また、受注の種類、数共に増えているので、その分忙しくなる。	
建設業（経理担当）		・新年度を迎えようとしているが、官公庁の仕事が望めそうもない。各社、競争の激しい民間工事だけが受注機会となるため、まだしばらくは利益は見込めない。	
不動産業（総務担当）		・これ以上の入居率は望めない状況にあるので、あとは賃料水準が上昇してくればありがたいが、以前暫定的に値下げした賃料を元に戻してもらおうべく交渉をしても、なかなか応じてくれないのが実態であり、今後2、3か月先も変わらない。	
その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・新規問い合わせも増えてきているが、同業他社との価格競争も激しくなっている。		
やや悪くなる	繊維工業（経営者）	・今はカジュアルな物が多くフォーマル的な物が少ないので、春夏物が厳しい。	
悪くなる			
雇用関連	良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・一般企業から銀行に対してOB採用をしたい旨の申込が多数きているが、銀行は対応が全くできていない。経営者に近い層の求人が多く、組織を拡大しようという企業が多い。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・派遣料金に関しては、マッチングする人材に不足感がある割にはなかなか上がらないが、新規採用の話はある。
		人材派遣会社（社員）	・新規ブランドが立ち上がるので依頼が多くなるが、良い人材の確保、発掘が大きな課題であり、募集広告宣伝費に掛かる費用の割には人材が集まらないのが現状である。
		求人情報誌製作会社（編集担当）	・求人数は先月とさほど差はないが、前年同月比では増えている。同時に、新規問い合わせがこのところ増えつつある。
	民間職業紹介機関（経営者）	・求人の出方が幅広く、求人数も増えている。	

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		民間職業紹介機関（経営者）	・能力を持った求職者数が減ってきているが、求人ニーズは相変わらず高い。
		学校〔専門学校〕（教務担当）	・来年の3月卒業予定学生に対する求人がすくぶる多い。企業の採用意欲は高く、現在、内定者がかなり多く出ている。
		学校〔専修学校〕（就職担当）	・前年度に比べると、今年度に就職活動をする平成19年3月卒の学生の求人は10%以上増加している。
		人材派遣会社（社員）	・求職者の取り合いになっている。
		人材派遣会社（支店長）	・派遣相場は急激に上昇してきており、より高い時給の仕事にスタッフが流れつつある。反面、競合との絡みで料金をなかなか派遣先に転嫁できない状態で、受注は多くとも成約につながりにくい構図となっている。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・採用のミスマッチがあり、事業拡大に歯止めが掛かる。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・Webサイト、フリーペーパー等の求人件数は伸びているものの、求職者側の志向の多様化により採用できなかったり、採用後のミスマッチで定着しないということが多い。企業側としては、事業拡大を見据えた採用計画であっても予定どおりの採用が進まない現状が今後も続く。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・2、3月は例年、一年の中で最もアルバイト及びパートの求人数が伸びる時期であるが、今年は特に件数が多く、今後も悪化する要素は感じられない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・大企業での団塊世代の再雇用制度も出始め、その流れは加速する。せっかく正規雇用が増えてきても、それらの再雇用制度が飲み込んでしまうのではないかと心配している。若い人を正規採用する流れが顕著にならない限り、急激な上昇は望めない。
		職業安定所（職員）	・求人倍率は上昇傾向にあるが、職種別にみると事務職は1倍台にも乗っていない。また、就職者数も45歳以上の中高年齢者についてはかなり少なく、厳しい状況は変わらない。
職業安定所（職員）	・新規求人数は、1月から2か月連続で増加しているが、伸び率は前年比5%増と、以前ほどの勢いはみられなくなってきた。新規求職者数は昨年10月から1月まで前年同月比で15%以上の減少を続けており、速報値だと2月も10%減で推移している。ただし、新規求職者に占める在職者の割合は20%台後半と、活発な動きがみられる。		
職業安定所（職員）	・1月の有効求人倍率は2.21倍と上昇が続いているが、請負求人増加が大きな要因となっている。また、減少が続いていた新規求職者も、若干だが増加に転じている。		
職業安定所（職員）	・就職者数が前年同月比20%弱減少しており、製造業で小規模な雇用調整が続いているなど、雇用の改善には至っていない。また、新規求人数も請負、派遣求人は増加傾向にあるものの、全体では減少が続いている。		
やや悪くなる	-	-	
悪くなる	-	-	

5. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（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	一般小売店〔土産〕（経営者）	・この地域への旅行者増加、土産物の購入量増加、客単価上昇の傾向は今後も続く。
		テーマパーク（職員）	・客単価が伸びており、今後も良い傾向が続く。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・テレビをはじめデジタル機器への買い換えが進んできているため、単価の下落は著しいがそれを上回る販売台数増が見込まれる。
		商店街（代表者）	・例年に比べ駅前地区に旅行者が増えているので、若干ではあるが良くなっていく。
		商店街（代表者）	・来客数が若干伸びてきているため、3か月先もこのまま微増の状況が続く。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・以前よりも広告への反応が良くなり、購入単価も少しずつ高くなっている。この傾向が今後も続く。
	百貨店（企画担当）	・紳士服、婦人服が堅調な売上を持続している。この傾向が今後も続く。	

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
		百貨店（企画担当）	・どの商品群も売上は好調で、これから低下する傾向は見られない。高額品の売上が堅調など、好材料は多く見られる。今後は売上の伸びが見込まれる。
		百貨店（外商担当）	・客の購買意欲が上向していることを、肌で少しずつ感じるようになってきている。今後は多少上向きになる。
		スーパー（店長）	・商品に動きが出ており、客の様子にも活気がある。高額商品も若干売れてきており、客に余裕が出始めているため、今後は良くなる。
		スーパー（営業担当）	・2月という消費抑制時期に前年比プラスになったため、今後は更に拡大できる。
		衣料品専門店（企画担当）	・新商品への反応が良く、購買意欲は高まってきている。今後もこの調子で良くなる。
		住関連専門店（営業担当）	・新築事業は横ばいであるが、改修改装工事が増えている。カーテンなどのリニューアル案件も多くなっている。
		その他小売〔貴金属〕（経営者）	・商品単価は以前より低下しているが、量的には増加しつつある。昨年末以降少しずつ良くなる傾向が続いている。
		高級レストラン（スタッフ）	・高級食材を組み合わせた、高価格メニューの販売が好調である。客の様子からこの傾向は当分続く。
		スナック（経営者）	・この1年ほど前年売上を上回る月が増えており、歓送迎会時期の来客数も増加が見込まれる。
		スナック（経営者）	・歓送迎会の予約が少し入っているため、今よりは良くなる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・単価を10%ほど値上げしているが、予約状況は例年以上に好調である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・予約状況はあまり良くないが、来客数が増えているため、今後も良い状況が続く。
		ゴルフ場（経営者）	・3か月先の予約が前年に比べて順調に増えている。特にコンペが顕著に増えている。
		ゴルフ場（企画担当）	・3月以降は予約数が前年を上回っており、今後は良くなる。
変わらない		商店街（代表者）	・このところの客の様子から判断すると、現在の慎重な購買傾向はこの先数か月間は続く。
		一般小売店〔書店〕（経営者）	・良くなったり悪くなったりを毎月交互に繰り返しており、現在の横ばい状態はしばらく続く。
		百貨店（売場主任）	・客の購買意欲の低さは定着しており、春物購入の動きも鈍く、動き始めるにはまだ時間がかかる。
		スーパー（店長）	・消費者が上質な商品を買いたい傾向は以前よりあったが、徐々に高まりつつある。実際にここ1～2か月は客単価が上昇しており、この傾向は今後も続く。
		スーパー（仕入担当）	・売上が伸びないなか色々な方策を考えるが、客には必ずしも受け入れられておらず、売上はしばらくこのままの状態が続く。
		コンビニ（エリア担当）	・競合店の閉店が増えているが、競合店の出店も多く、先行きはあまり変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・消費者が本当に欲しい物しか買わない傾向は今後も継続し、売上の前年割れは今後も継続する。
		コンビニ（店長）	・寒さが続き、原油価格の高騰も家計に響いているため、消費動向はまだまだ厳しい。
		コンビニ（売場担当）	・既存店の売上は前年比99%と失速感が出ており、しばらく現在の状況で推移する。
		家電量販店（店員）	・オリンピックでハイビジョンの認知度が向上しており、今後もテレビは安定して売れる。しかし売上は前年比100%を何とか維持している状態であり、今後もこの状態が続く。
		乗用車販売店（従業員）	・全体的な雰囲気は良いが、波があるため、今後も横ばいが続く。
		乗用車販売店（従業員）	・3月にはグリーン減税適用車の駆け込み需要が予想されるため、4月以降は反動が大きくなる。
		乗用車販売店（従業員）	・3月は増販が見込まれるが、4月以降は例年通りの厳しい月になる。
		乗用車販売店（従業員）	・4月以降は、自賠責保険料やグリーン税制の関係と新型車種が特に発売されないこともあり、苦戦の見込みである。
		一般レストラン（経営者）	・会社関係の週末出勤客がコンスタントにあり、現状が今後も続く。
		都市型ホテル（従業員）	・予約件数は例年並みである。
		テーマパーク（職員）	・来客数、予約状況とも例年の動きと変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
	やや悪くなる	設計事務所（経営者）	・本来の業務である住宅は低迷したままだが、企業関連の業務は今後も堅調である。	
		住宅販売会社（従業員）	・各社でキャンペーンなどを実施しているが、例年通りかやや鈍い。今後も現状が続く。	
		コンビニ（エリア担当）	・主力商品のおにぎり、お弁当、パン、鶏肉、雑誌などの売上が他の商品よりも悪く、経験上今後景気は後退する。	
		コンビニ（エリア担当）	・競争環境が更に厳しくなる。	
		乗用車販売店（経営者）	・定率減税の見直しの影響で、消費者はしばらく慎重になる。自動車関連も維持費などに更に注目が集まり、小型車化の傾向も一層進む。	
		その他専門店〔貴金属〕（店長）	・高級品もそこそこ売れるが、低価格帯へのシフト傾向があり、完全に二極化している。良い物は直して使いたいという客も増えており、今後売上の伸びにはなかなかつながらない。	
		その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・新入校者数よりも退校者の数が上回る傾向にある。	
		住宅販売会社（従業員）	・金利上昇が見込まれるが、そうなると建築投資は減少する。	
	悪くなる	一般小売店〔時計〕（経営者）	・商店街のそばのショッピングセンターが閉店するため、集客力は前よりも悪くなる。	
企業動向関連	良くなる			
		やや良くなる	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・取引先の新年度予算をみると、受注量、販売量とも増加する。
			輸送用機械器具製造業（統括）	・主力取引先が再建中であったが、やっと目処が立ち、販売量などが増加してきている。それに伴い当社でも受注価格や数量面で明るさが見え始めている。
			建設業（総務担当）	・客からの受注量は増加傾向にあり、今後も良くなる。
	変わらない		会計事務所（社会保険労務士）	・顧客企業の仕事は順調で、新年度の仕事も期待できるといった話をよく聞く。
			窯業・土石製品製造業（社員）	・原料の価格上昇が続く上に供給不足の商品もあり、収益を圧迫しているが、受注量増加によって何とかカバー出来そうな状況である。
			窯業・土石製品製造業（経営者）	・窯業界の景気の先行指数である新住宅着工件数は直近で約2.4%減となっており、今後もやや厳しい状況が続く。
			電気機械器具製造業（経営者）	・原材料である鋼材の再三にわたる値上げにより、今後も収益面で厳しい状況が続く。
			電気機械器具製造業（経営者）	・販売量が拡大しても低価格化が進むことから、現状維持が今後も続く。
			輸送業（従業員）	・原油価格の高騰が依然として続いており、今後も厳しい状況が続く。
			輸送業（エリア担当）	・燃料価格が更に2～3円値上がりするという話もあるが、取引先に運賃見直しをしてもらうこともできず、今後も厳しい状況が続く。
	やや悪くなる		輸送業（エリア担当）	・運送業界では、全体の物量が変わらないにもかかわらず、低価格傾向にある。今後もこの状況は続く。
			鉄鋼業（経営者）	・今月から来月にかけての受注量は、例年に比べて圧倒的に少ない。
			金属製品製造業（従業員）	・工場は忙しくなるが効率が悪く、コスト上昇になりかねない。
		悪くなる	建設業（経営者）	・建設建築業界では安売り合戦が止まらず、今後は優良な大工、建築業者、工務店の競争力も落ちてしまいかねない。
			金属製品製造業（経営者）	・原材料価格の高騰と製品価格の低迷は今後も続くと考えられ、今後更に厳しくなる。
	雇用関連	良くなる	民間職業紹介機関（職員）	・求人数は正社員も含め全業種で増えている。特に金融業界の求人が顕著である。ただし求職者数が不足している。
学校〔大学〕（就職担当）			・サービス、卸小売、金融保険、建設、製造業などほとんどの業種で、求人数が前年比5～50%増加している。	
学校〔専門学校〕（就職担当）			・会社説明会に対する学生の応募件数が前年に比べて減少している。特に理数系の男性の減少が目立ち、その背景には製造関連の採用増加がある。	
やや良くなる		人材派遣業（経営企画）	・開発案件の増加などにより、今後もエンジニアニーズは高水準で推移する。	
	人材派遣会社（社員）	・人材募集しても集まらない企業が増えており、人材紹介や紹介予定派遣の需要は増加傾向にある。		

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
		新聞社〔求人広告〕 (営業担当)	・輸送関連の製造業をはじめ、正社員募集が増えている。ただし、条件の良い企業には大挙して応募があるが、3K企業には人が集まらない状況が続いている。
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・スポーツ紙上の求人広告は2けた割れが続いていたが、2月で底を打っており、一般紙の求人と併せ今後は上向き見込みである。
		職業安定所(所長)	・臨時、期間工などの非正規社員で採用した者のうち適任者を正社員に登用して人材確保を図る企業が増えており、雇用情勢は今後も徐々に好転する。
		職業安定所(職員)	・求人数は前年に比べ上向いている。今後もこの傾向は続く。
		職業安定所(管理部門担当)	・求人件数の増加により求職者の選択肢が増えており、非正規社員から正規社員へと移行する事例も増えている。今後、雇用市場にも活気が現れる。
変わらない		人材派遣会社(経営者)	・需要と供給のマッチングは今後も難しい。
		人材派遣会社(社員)	・派遣の要請は多いが、派遣社員が見つからない状態が今後も続く。
		アウトソーシング企業 (エリア担当)	・求人してもなかなか採用につながらず、求人費用が重荷となり経営に影響が出始めている企業もある。パブル期に起きた「労務倒産」が再び起きる可能性もある。
		職業安定所(職員)	・企業の人件費抑制傾向は今後も続く。
		職業安定所(職員)	・製造業では深刻な労働者不足が今後も続く。ただし、製造業の派遣受け入れ期間が最長1年から3年に変わるため、ある程度安定した需給状況が見込まれる。
やや悪くなる		人材派遣会社(営業担当)	・人材派遣に対する需要は停滞している。
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	住宅販売会社(従業員)	・例年、大イベントを2回開催しているが、今年は更に1回増やすため、来場者の増加、受注の拡大が期待できる。
	やや良くなる	百貨店(営業担当)	・競合している大型店が3月で撤退するため、中心商店街の活性化に若干懸念材料があるが、最近のファッションを中心とした春物需要の活発な動きからみて、消費は上向いていく。
		百貨店(営業担当)	・旅行やセレモニーの季節に向かっているが、高額のスーツ類が前年以上に好調に売れる兆しがある。
		百貨店(営業担当)	・当店のリニューアルは2月に完了し、駅前の活性化、動員力アップが図られる。婦人衣料も回復傾向にあり、入学・卒業などのモチベーションアイテムやカジュアルアイテム共に期待できる。
		コンビニ(経営者)	・競合店の新規オープンによる影響が薄れ、来客数の減少幅が小さくなっている。客単価の上昇などもあり、売上は2か月連続で前年を上回っているため、先行きに対してある程度手ごたえがある。
		衣料品専門店(経営者)	・各店舗とも売上、客単価が前年より徐々に良くなっている。また、来客数が前年を上回った店舗もみられ、この上昇傾向が強くなる。
		家電量販店(経営者)	・ガス、灯油の値上がりの影響からIHクッキングヒーター、電気温水器等の需要が高まる。
		観光型旅館(経営者)	・4月以降の集客は団体を中心に順調に進んでいる。ただし、単価は例年と変わらない。
		都市型ホテル(スタッフ)	・鉄道会社の「北陸キャンペーン」による宿泊客の増加に加え、レストラン利用客や婚礼受注の増加傾向などにより前年を上回る見込みである。
		タクシー運転手	・客からは各企業の業績が回復し、春の昇給が期待できるといった話が聞かれるため、現状の節約ムードが少しは解消していく。
		通信会社(社員)	・春商戦に向けて携帯電話の新端末が発売される。
		通信会社(役員)	・デジタルテレビの低価格化による好調な販売に支えられ、デジタル放送サービスの新規加入の促進が期待できる。

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
	変わらない	一般小売店〔精肉〕(店長)	・米国产牛肉の問題が長引き、現状からあまり変わらない。
		一般小売店〔事務用品〕(営業担当)	・ようやく金融機関や民間企業からわずかながら設備投資の話が入ってきているが、実際に予算が付くかどうかは不明である。
		百貨店(営業担当)	・2か月先は婦人衣料の春物、初夏物のピークになるが、今年は刺しゅうやリボンなど高級感のあるアイテムが増えているため、客単価の上昇が期待できる。
		スーパー(営業担当)	・消費動向は少し上向いているが、この流れが食品スーパーにまで来ていない。また、明るい材料に乏しい。
		家電量販店(店員)	・サッカーワールドカップの効果でAV商品が若干上向くが、他の商品の単価下落を埋める程度にとどまる。
		乗用車販売店(総務担当)	・県内市場ではやや上向きの兆しがあるが、当社では当分新車の投入がないため大きな期待は持てない。しかし、低燃費の小型車の販売は堅調に動いており、前年を超えるまでにはならないが、販売台数の大きな落ち込みもなく推移する。
		乗用車販売店(営業担当)	・車種別には軽自動車の動きは良いが、普通車は良くないため、全体としては上向きにならない。
		自動車備品販売店(従業員)	・天候も次第に良くなり、進入学や転勤などにより需要は喚起されるが、競合店との価格競争もあり、単価が思うように上昇しない。
		高級レストラン(スタッフ)	・3、4月の歓送迎会の受注はほぼ例年並みである。ただし、3月下旬には選挙を控え、官庁からの発注が全くない。桜の開花が遅くなれば、歓送迎会や入学祝いとは別に花見による集客が期待できる。
		スナック(経営者)	・多忙な企業がある一方で、前年実績をクリアできない個人商店があるなど、相変わらず業種によるばらつきがあり、今後も現在のような状態が続く。
		旅行代理店(従業員)	・昨年の愛知万博のようなインパクトのあるイベントが期待できないため、現状維持で推移する。
		タクシー運転手	・タクシーの需要以上にタクシーの台数が増えており、売上の減少が続いている。また、年収の悪い業界との見方が定着し、若年労働者が集まらず、平均年齢が上がる一方である。労働集約型の業界でありながら、忙しい時間帯に労働力を投入できない状態になっている。
		通信会社(営業担当)	・携帯電話の販売台数の動きは現状より良くなるが、来客数は横ばいで推移する。
		通信会社(営業担当)	・サッカーワールドカップが開催される6月までは携帯電話の販売動向に変化はない。
	テーマパーク(職員)	・来場者やレストランの予約状況は今月並みであり、大雪の影響から客の動きは鈍い。	
	住宅販売会社(従業員)	・展示場の来客数やチラシの反響がほとんど変わらず、販売の伸び悩み傾向が続く。	
	住宅販売会社(従業員)	・中古住宅の流通が増えているため新築住宅の需要が増えず、また客の住宅予算も増えない現状にある。この売上規模の縮小を埋めるには、リフォームと賃貸住宅に活路を見出すしかない。	
	住宅販売会社(総務担当)	・客に景況感の高揚はあるが、住宅取得に対する意欲は限定的であり、期待できない。	
	やや悪くなる	スーパー(店長)	・安売りをしても、来客数は増えるものの、客は必要な物、必要な量しか買わないため、買上点数が伸びない。また、ポイントカード制を中止したため、厳しい状態が予想される。
		スーパー(副店長)	・客はバーゲン期にならないと購入しない。また、購入する商品はより吟味し、無駄な物は一切購入しないという傾向が今後も続く。
悪くなる	商店街(代表者)	・地元では百貨店の撤退などがあり、ますます沈滞ムードが深まる。	
	スーパー(店長)	・競合店が昨年10月以来3店も進出したうえ、さらに夏までに2店のオープンが控えており、先行きは極めて厳しい。	
企業動向関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	化学工業(総務担当)	・新規の受注が発生する。
		通信業(営業担当)	・コスト削減の観点から、中小事業所ではIP電話などの通信インフラの需要が高まる。
司法書士	・新会社法の施行に伴い、新会社を設立したいという動きがいくつか出ている。		

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
	変わらない	繊維工業（経営者）	・今シーズンの冬物の在庫は相当改善されたが、取引先からの発注は小ロットでかつ慎重であり、この状況が続く。
		建設業（総務担当）	・工事の引き合いは一部に増加傾向がみられるものの、協力業者も多くの受注を抱えて余裕がないことから、今後は価格を上乗せして仕事を依頼する必要があると、採算の更なる悪化が懸念される。
		輸送業（配車担当）	・特に明るい材料もなく、売上なども前年並みで推移する。3月からは軽油の値上げ要請もあり、経費が増える割には運賃等の値上げが進まない。
		金融業（融資担当）	・先行きの原油高騰の影響を読み切れない企業がある一方で、売上が前年を上回っている企業も見受けられ、全体としてはあまり変わらない。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・3、4月にスーパー等の出店予定があり、折込チラシは増加するが、中心商店街で百貨店が閉店するため、差し引きでゼロとなる。
	やや悪くなる	精密機械器具製造業（経営者）	・眼鏡各社の新商品受注状況は例年と比較してあまり多くなく、今後の生産量は横ばいもしくは下降気味で推移する。
		輸送業（配車担当）	・原油高騰による燃料の値上がり分を客に転嫁することはできず、厳しい状態が続く。
	悪くなる	建設業（経営者）	・平成18年度予算では公共事業や県単独事業などが大きく削減され、さらに新幹線関係にも予算が取られたことから、地元密着型の工事はほとんどなくなる。さらに4～6月は年度の初めであり、発注は限りなくゼロに近い。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・一部製造業の下請業者はフル操業状態のため求人への依頼が多いが、人材不足で応じ切れない。また、一般企業の事務系においても、主としてスキルの問題で折り合わない状況が続く。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・専門家や技術者へのニーズは高く、人材不足が続く。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・求人状況は、学生の卒業や生活環境の変化による交代要員としてパート・アルバイト募集の増加が目立っているが、正社員の募集は横ばいで推移する。
		職業安定所（職員）	・有効求人数は前年比で3か月連続の減少となっているものの、減少幅は小さくなっている。産業別にみると、「その他の事業サービス業」の新規求人数が平成16年度から前年同月比プラスで堅調に推移している。一方で、派遣・請負といった非正規雇用が中心であるため充足率はほぼ最下位であり、求人数の増加が就職件数の増加につながりにくいことから、今後も全体としては変わらない。
悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・この半年間は売上が落ち続けている。これは、景気による要因というより、求人広告の新聞媒体離れの可能性もあり、簡単には結論付けられない。	

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	一般小売店〔酒〕（経営者）	・夜、昼を問わず、新規の客が非常に多くなっている。そういった客がリピーターになる可能性が非常に高いので、先行きは良くなる。
		旅行代理店（営業担当）	・高単価、高品質の商品の販売量が、昨年と違って伸びている。
		競輪場（職員）	・前年に23,000円台であった客単価は今年も変わらない。ただ、今年はゴールデンウィークにグレードの高いレースが開催される。
		その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・プロ野球が開幕するが、フランチャイズ球団への人気選手の入団効果が出るほか、4月には人気チームによる試合が行われることから来場者が増える。
		その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・各業種共に業績が好調であり、今後も保険販売件数は堅調に推移する。
	やや良くなる	百貨店（売場主任）	・バレンタインデー商戦では、紳士服、食品共に堅調であった。客単価の上昇が売上確保に貢献していることから、今後もプラス効果が期待できる。

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（売場主任）	・今後の商品確保に問題がなく、ファッション関連では天候不順がなければ、アイテムによっては売上増となる商品もあるため、売上が若干伸びる。
		百貨店（売場主任）	・中元商戦時期に入ってくるが、景気も上向いていることから、少しは良くなる。
		百貨店（企画担当）	・美術や宝飾といった高額品の動きが活発になってきている。
		スーパー（店長）	・雇用市場にひっ迫感があるほか、給与が増加しつつあることから、家庭の収入は増加傾向にある。ただし、家庭における教育などのコスト増は大きく、消費に回る部分は限定的である。
		スーパー（経理担当）	・価格に関係なく、価値観のある良い商品を望んでいる客が増える傾向にあるので、先行きは良くなる。
		スーパー（広報担当）	・新店がオープンするため、活気が出る。
		コンビニ（店長）	・たばこ、酒などの新規免許品を除く既存店の売上前年比が、11月はマイナス1.2%、12月はマイナス0.9%、1月はマイナス0.7%と順調に回復しつつある。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・客の様子から、次のシーズンに欲しい物が明確になってきている。
		家電量販店（経営者）	・デジタル放送の開始が近づくのに伴い、デジタル商品の需要が増加する。
		乗用車販売店（経営者）	・車の販売、車検などの予約が順調に入っている。
		乗用車販売店（営業担当）	・郊外店では客の動きが比較的良い。また、サラリーマンも車の購入を活発に行うようになったことから、今を底として徐々に良くなっていく。
		住関連専門店（経営者）	・新規で飲食店を開業する個人客は相変わらず少ないものの、従来からの顧客のなかに、新店舗を開店する動きが急に出始めた。
		一般レストラン（スタッフ）	・12～2月は例年よりも気温が低下したことで客足が非常に鈍っていたため、3月以降は気温の上昇に伴って客の動きが活発になっていく。
		観光型旅館（経営者）	・設備投資の効果が出てくる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会を中心に、先行予約は新規の予約もあって順調である。宿泊は個人利用が多いので定かではないが、ここ最近の傾向では直近で数字が伸びていることから好調が続く。ただし、いずれも単価アップが図れていないことから、本格的な回復とはいえない。
		都市型ホテル（営業担当）	・宿泊に関しては、前年のような愛知万博開催による影響もないことから、エージェンツから関西への送客が増える。既に春の予約も順次入ってきているものの、予約状況はまだ前年並みである。 ・宴会に関しては、婚礼の予約が前年並みの件数で推移しているが、前年から続いている低調な状態がこれからの目安となる。一方、一般宴会では企業からの予約が3月以降伸びてきており、少しずつ回復感が出てきている。
		旅行代理店（経営者）	・神戸空港や北九州空港の開港のほか、サッカーワールドカップなど、旅行需要につながる話題が多い。また、好景気に関する報道や株高も追い風となる。
		旅行代理店（広報担当）	・今年のゴールデンウィークは平日を2日間休むと9連休になる。その時期に、これまでの節約疲れの客の消費マインドが刺激され、旅行需要もおお盛になる。
		タクシー運転手	・神戸空港が開港したほか、これから春先に向かうということもあり、客の動きが多少出てくる。
		通信会社（社員）	・引き合い自体は増えている。
		観光名所（経理担当）	・12、1月は寒さと雪で客足が前年よりも落ち込んだが、2月の後半からは寒さが和らぎ、来客数が増えた。今年の大河ドラマで当地が舞台となっている影響で、夏ごろまでは来客数の増加が期待できそうであり、暖かくなる3月ごろからその効果が出てくる。
		遊園地（経営者）	・同業他社で閉鎖が相次ぐなかで、来月にまた1か所が閉鎖されるため、少しは来客数が増える。
		ゴルフ場（経営者）	・コンペの予約が増加しているほか、客の雰囲気も明るくなってきている。

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
		その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・ 3月から先は、かなり確実な予約が順調に入っている。
		美容室 (店員)	・ 髪を切る客が増えているのに伴い、デザインの幅が広がっている。
		その他サービス [ビデオ・CDレンタル] (エリア担当)	・ 出店数の増加により売上増となる。
		住宅販売会社 (経営者)	・ 今後も引き続き契約の予定がある。
		住宅販売会社 (総務担当)	・ 今年に入って受注が微増ではあるが増えてきている。土地価格が上昇基調となっていることもあり、購入を考えている客は、今が買い時と感じている。
		その他住宅 [情報誌] (編集者)	・ 不動産相場が上昇局面となっているが、この春に販売される物件には相場上昇前に計画された物も多い。今後も低金利が続けば、エンドユーザーにとっては買い時であると評価され、しばらくは好調が続く。
	変わらない	一般小売店 [衣服] (経営者)	・ 春物の動き出しが例年より10日近く遅れている。冬の好調が継続するかどうかは3月中ごろまでの状況次第である。
		一般小売店 [精肉] (管理担当)	・ 神戸空港の開港により、周辺地域の活性化が期待されるが、関西圏に3か所も空港が存在することの影響も懸念される。一方、アメリカ牛肉の輸入再停止の影響などもあり、全体としては変わらない。
		一般小売店 [野菜] (店長)	・ 今月末になっても注文が増えてこない。
		百貨店 (売場主任)	・ 外商顧客の消費は目にみえて良くなっているが、入店客数そのものは伸びていない。
		百貨店 (営業担当)	・ 高級時計、ブランド品などの売行きは、もうしばらく良い状態が続く。高額な美術品においては、一部の顧客が更に高額な作品を求める動きが予想されるものの、購入する客の数は減少傾向となる。
		百貨店 (サービス担当)	・ 今期改装の新規ショップや新ブランドが続々とオープンするため、来客数も増加し、前年売上の確保はできる。
		スーパー (経営者)	・ 来客数は対前年比で大きな変化がないものの、客単価の下落が大きい。地方では景気の回復感もなく、厳しい状況である。
		スーパー (企画担当)	・ 既存店売上の状況は、昨年と比べて大きな変化がない。ただ、今後は競合店の状況が大きく影響してくる。
		スーパー (経理担当)	・ 厳冬であった分、気温の上昇に伴って春物商戦も順調に立ち上がる。今後の気温や天候に左右される部分もあるが、当面は底固い動きとなる。
		コンビニ (経営者)	・ 各コンビニ間での商品ラインアップにあまり差がなく、必要最小限の購買パターンが定着している。何か付加価値の高い商品や独自性の強い商品が発売されない限り、客単価の上昇は見込めない。
		衣料品専門店 (経営者)	・ 今も売上が伸びておらず、落ちている店があるほか、今後はプロパー商品の販売時期となるため厳しくなってくる。
		衣料品専門店 (経営者)	・ バーゲンも終わりこれから春物のシーズンに入るが、これといったヒット商品が少ないほか、客の動きが分散化する傾向にある。また、天候要因などもあり、好調は期待できない。
		乗用車販売店 (営業担当)	・ 中古車の販売は好調であるが利益率は悪い。また、新車販売は普通乗用車より軽自動車为好調であるものの、利益率は悪い。
		その他専門店 [医薬品] (店員)	・ 季節の変わり目でもあり、売れている商品が限られている。各メーカーの新製品の動きが客に浸透するまで、今後1、2か月はかかる。
		その他専門店 [スポーツ用品] (経理担当)	・ 雇用も上向いてきているので、気候に関係なく現状は維持できる。
		スナック (経営者)	・ 暇は暇なりに来客数が安定してきており、客の来店のリズムが分かるようになってきた。
		観光型ホテル (経営者)	・ 今月は来客数、売上高が過去最悪であったので、これ以上は悪くならないものの、3、4月以降の予約状況を見ると前年をかなり下回っていることから、非常に厳しい状況が続く。

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
		都市型ホテル（役員）	・4月の宿泊・宴会の予約状況をみると、乗客数の増加傾向が続く一方で、5月の宴会受付状況が若干悪い。
		タクシー会社（経営者）	・少しずつ街に活気が出てきているような兆候はあるものの、電車などの交通機関からタクシーにシフトするまでには至っていない。また、昼間でも健康志向のスタイルが続いており歩く人も増えているので、相変わらず厳しい状況である。
		その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設]（企画担当）	・全体としては好材料もあるものの、レジャーにかかわる現場の実感としては、まだ好転したとはいえない。
		美容室（店長）	・今年はゴールデンウィークの日並びが良く、旅行に出かける人が多いことから、来客数が減少する。
		その他サービス[学習塾]（経営者）	・間もなく体験入学キャンペーンが終了するが、そのまま正式に入学する子ども数が増えている。
		住宅販売会社（経営者）	・季節的な需要で若干良く感じられるものの、基本的な部分では改善していないことから、2、3か月後も同じような水準となる。市場に資金は余っているようであるが、当社の主要な顧客である消費者や中小零細企業まで還流している様子はない。
		住宅販売会社（経営者）	・客の動向がまだはっきりしない。土地の仕入価格は高騰しているが、客はその状況を全く把握していないことから、今後2～3か月で良くはならない。
		やや悪くなる	商店街（代表者）
	一般小売店[時計]（経営者）	・今年のゴールデンウィークは休みが続くため、ショッピングとしてはあまり良くない状況である。ここしばらくは明るい雰囲気が続いているが、行楽と買物の両方に出費するほど財布のひもは緩くない。	
	コンビニ（経営者）	・昨年の5月にリニューアルしたので売上は伸びたが、今年は通常に戻り、前年比で10%の減少となる。	
	一般レストラン（スタッフ）	・この冬の厳しい寒気で暖房器具が売れたが、消費活動が上向きなのは首都圏が中心である。それ以外の地域では、外食は低価格店舗が中心となる。	
	住宅販売会社（経営者）	・一部の商業地では地価が上昇し、それに伴って住宅地の地価も上昇している。ただ、商業地は利回りを基準とした適切な土地価格に戻っているのに対し、利回りと関係のない住宅地は、これから動きが鈍くなって相場が崩れる。	
	住宅販売会社（従業員）	・土地価格の高騰が激しく、不動産ファンドやマンションデベロッパー共に取得が困難になるほか、事業利益率も低くなるを得ない。	
	その他住宅[展示場]（従業員）	・例年、ゴールデンウィークが年間で最大の集客数を記録するが、今年は税制のバックアップなど政府の目立った支援もなく、潜在需要を喚起する材料が見当たらない。	
企業 動向 関連	良くなる	金属製品製造業（管理担当）	・構造計算書偽装問題でネームバリューのあるゼネコンに仕事が集まってくる。大規模のマンションのプロジェクトも受注が決まった。
		電気機械器具製造業（経営者）	・引き合いが活発であるため、短期的には物が活発に動く。ただ、海外からの引き合いが特に多いが、それがいつまで続くのかを見守っている状況である。
		金融業（営業担当）	・今後も建設機械製造業や自動車部品製造業、ガラス瓶卸業などの売上が順調に推移するほか、中堅の建築業者の受注が伸びてくる。
		広告代理店（営業担当）	・春のファッションの立ち上がりに向けて、案件の仕込みが増えつつある。
	やや良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・現在取引先へ納入中である、新商品の売上が貢献する。
		化学工業（経営者）	・長期にわたって追いかけていた大型物件がいくつか決まり始めるなど、新規開拓に力を入れ始めた結果が徐々に実を結んでいる。
		金属製品製造業（営業担当）	・自動車業界については、春以降も強気の予想を立てている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・輸出関連産業は好調であり、その中でもプラント関係は非常に忙しくなる。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・サッカーワールドカップに向けた薄型テレビやハイビジョンレコーダーなどのAV機器に対する需要が高まる。

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
		その他製造業〔履物〕（団体役員）	・春物商品の受注が堅調である。
		建設業（営業担当）	・土壌汚染対策やアスベスト対応、構造計算書偽装問題などが一段落し、民間企業による建設投資の計画が増加する。
		不動産業（営業担当）	・神戸空港が開港し、人の流れが神戸に向いていることから、景気は上向く。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・無読者の増加傾向で購読数は伸び悩んでいるが、折込み広告の件数は増えている。
		広告代理店（営業担当）	・4月以降は広告出稿予定が増加している取引先が多い。
		経営コンサルタント	・大企業のクライアントに回復傾向がみられ、前向きな話が增えている。
	変わらない	食料品製造業（従業員）	・取引先の新製品に採用されることが決まっているが、発注数量が確約されていない。売れるだけの受注となることから、計画生産ができず、コストアップの傾向が続いている。
		金属製品製造業（総務担当）	・年度末を控えて小口の受注案件が出てきているが、4月以降の物件の動きが読めない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・この数か月は引き合いが多く、また実受注も増加している。この意味で高景況が続くとみている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・既存顧客による見積依頼件数は横ばいであるが、新規顧客からの見積依頼が少ない。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・営業情報によると、家電関係はやや良い一方、電材やハウジング関係は変わらない。また、家具関係も変わらないという状況で、全体的には前年並みとなる。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・引き合い件数はある程度みられるものの、取引の決定が遅れている。
		建設業（経営者）	・原油などの高騰による建設資材の値上がり懸念される。工期の長い作業所では契約時との差額が発生する。
		輸送業（営業担当）	・物流業界は、軽油の高騰や運賃の低下、他社との競合など、まだまだ厳しい状況が続く。
		輸送業（営業所長）	・燃料の高騰、排ガス規制による車の減車などで厳しい状況が続く。
		金融業（支店長）	・衣料品卸売業では、冬物商品が順調であったことから春物商品への需要が落ち込む。
		不動産業（経営者）	・再販価格への転嫁が厳しいものの、マンションや建売住宅の素地取得意欲はおう盛である。今後は大阪市中心部の地価の上昇により、素地を取得する地域は大阪市内から郊外へと広がる。
		コピーサービス業（従業員）	・昨年は花粉の飛散量が極めて多かったこともあり、花粉症に悩まされた人も多かったが、今年は例年並みということもあり、花粉症対策商材の売上があまり伸びない。また、昨年は医療機関から花粉症対策の大型広告などの受注が目立ったが、今年は期待できない。なお、期待したトリノオリンピックも盛り上がり欠けたことから、今後のイベントにも期待できない。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・大型量販店が多数出店してきており、金物、工具の販売が、その状況に押されて年々減少してきている。
		やや悪くなる	繊維工業（総務担当）
繊維工業（団体職員）	・タオルはギフトやノベルティー関連の需要が多いが、この分野では価格が優先されることから、実際は低価格の輸入品への需要が増えている。国産品としては各種の対応を行っているが、業況の改善にはまだ至っていない。		
一般機械器具製造業（経営者）	・受注はあるものの、価格が低下していることから悪くなる。		
悪くなる	-	-	
雇用関連	良くなる	人材派遣会社（社員）	・企業の採用意欲はおう盛であるものの、スキルの高い登録者が集まらない。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・顧客企業が積極的に正社員採用を行っている反面、派遣スタッフの人材不足、アンマッチなどの影響が出てきている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・エリアによる企業間格差は依然としてあるものの、新しい期を迎えるに当たって、人事担当者は不足部署の採用を新聞媒体で募集する傾向が若干出ている。

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
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今後2、3か月先の新聞広告出稿をみていると、昨年を上回る申込がある。通信、家電などの業界を中心に好調である。
		職業安定所（職員）	・求人数の増加や求職者数の減少を受けて、有効求人倍率がこの半年間で0.10ポイントも上昇した。さらに、労働市場の需給関係にも、求職者にとって少し良い変化がみられることから、今後も雇用環境は改善する。
		職業安定所（職員）	・以前は専門職、技術職などの人手不足感があったものの、現在は事務職以外の全ての職種で人手不足感が増加している。
		職業安定所（職員）	・有効求人数が増加傾向にあり、より良い職を求めている在職者も見受けられる。また、雇用者受給者数においても、平成14年8月以降、41か月連続して減少している。
		職業安定所（職員）	・中小の事業所からの求人募集活動も景気の上昇に伴って活発化しており、今後2～3か月先もこの傾向は続く。一方、構造計算書偽装問題でマンション建設が先送りされるなど、回復傾向にブレーキがかかっている業種もある。
		学校〔大学〕（就職担当）	・来年3月の卒業生を対象とした学内説明会においても、大手、中堅企業を問わず積極採用の方針を打ち出している。地方の中小企業でも、高卒採用から幹部候補の大卒採用に採用方針を変更している企業も少し増加している。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・雇用形態からみると、この2、3月の動きがピークで、4月には新卒採用の対応も一段落する。新卒で採用できなかった企業は中途採用や派遣社員でカバーすることから、4月以降はかなり落ち着いた動きとなる。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・もう少し企業活動が活性化する要因があれば、関西圏の各社も前向きな求人活動を始める。求人関連の企業もこれまでと違った取組を各社なりに模索している。それらが報われ始めれば、求人活動もより活発化する。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・不動産関連の人材募集広告が活発になってきたものの、新聞広告全体としては依然として苦しい。
		職業安定所（職員）	・新規求職者数が2けたの伸びとなっているほか、有効求職者数の対前年比での減少幅が縮小している。また、昨年8月以降、新規求人数の伸び率が鈍化しているほか、新規求職者数の増加がみられる月がある。
		職業安定所（職員）	・事業主都合による離職者は、今まで必ずいずれかの産業が前年を上回っていたが、今月は全ての産業で前年を下回った。
	民間職業紹介機関（職員）	・季節的には日雇求人への減少が確実であるものの、それを除けば、民間工場の活発な動きに伴って、もう少し今の回復傾向が続く。	
	やや悪くなる	-	-
	悪くなる	-	-

8. 中国（地域別調査機関：（社）中国地方総合研究センター）

（-：回答が存在しない、_：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連	良くなる		
	やや良くなる	一般小売店〔靴〕（経営者）	・市全体の商業祭、売出しもあり、季節の商品が一番動く時期なので、今より売上が上がる。
		百貨店（営業担当）	・高額商品を中心に、客の購買意欲が高まっており、消費の回復が期待できる。
		百貨店（営業担当）	・改装を行ったので、その効果で伸びる。
		百貨店（販売促進担当）	・毎月の売上高をみると前年を上回る月が続いていることから、今後もこのトレンドが続く。
		百貨店（販売担当）	・2、3月のリモデル効果により、5～8%の売上増が見込める。
		スーパー（店長）	・少しグレードの高い商品の動きが良くなっている。これから先2～3か月もこの傾向は続く。
		コンビニ（エリア担当）	・大手スーパー閉店の後も地元のチェーン店の入店が決定しているようであるし、また別の撤退したショッピングセンターの跡地にも動きがあるようだ。また新規の大型出店があると思われるので、2～3か月後には、数字も回復し上向いてくる。

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（エリア担当）	・新卒者の就職率が高くなってきているので、少し良くなる。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・全体的に高額商品の動きが良くなっている。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・気温がやや上昇してきたのとあいまって、ようやく春物の動きが出てきている。
		百貨店（営業担当）	・幅広い年齢層で来客数が増加しているように感じる。新しい商材、興味を引く催事には敏感に反応している。お金を使う機会を求めているようである。
		家電量販店（店長）	・いよいよ今年の10月から、地上デジタル放送が始まるにあたって、買い替えの需要が増加する。
		家電量販店（店長）	・全体的には、3、4月はシングルライフ需要も始まる。また野球、サッカー等のイベントもあり、市場はにぎわう。
		自動車備品販売店（経営者）	・悪くなる要因も見当たらず、このまま堅調な動きが続くとみている。高額品（ナビゲーション等）の動きや客の来店数自体も伸びてきており好調さを持続する。
		その他小売（営業担当）	・広島観光資源が理解されつつある。心配なのは先日発生した宮島航路のフェリー事故の影響で、イメージ低下につながるのではないか心配である。
		一般レストラン（経営者）	・1月に引き続き、2月もイチゴのフェアが大変好調で、客単価が前年比50円くらいアップしている。このフェアが4月まで続くので、好調なまま推移する。
		一般レストラン（店長）	・ここ最近徐々にではあるが、上向いているので、このままの状態が続く。
		一般レストラン（店長）	・この調子で維持できると思われる。3月度は歓迎迎会の予約が入ってくるが、単価も良さそうである。
		観光型ホテル（経理総務担当）	・宿泊予約数が確実に増加してきている。
		都市型ホテル（総務担当）	・3月以降から来年度第1四半期にかけて、一般宴会、宿泊は、手持ち分で既に前年はクリアしている。客単価も増加傾向にあり総じて景気は上向きである。
		タクシー運転手	・地域全体としては、良い方向に向かっていると思われる。タクシー業界では十数年、不景気が続いていて、その中で、規制緩和や運賃の問題等、議論が高まっている。良い方向に向かえば期待が持てる。
		通信会社（企画担当）	・年度末・年度初めをはさんでいることもあるが、キャンペーン実施による費用をかけることで、商品の動きが高まる。
		通信会社（販売企画担当）	・新生活の需要期と新商品の投入が重なるため、販売数が若干伸びる。
		テーマパーク（業務担当）	・春季イベントと合わせ、4月には周辺地域に新規に博物館・公園などが登場するため、相乗効果による地域全体の活性化を見込んでいる。
		住宅販売会社（従業員）	・来場者数においては、多少回復傾向は見受けられるので今後やや良くなるのではないかとと思われるが、客の様子だとまだ厳しい状況が続く。
	変わらない	商店街（代表者）	・来月末にも閉店店舗があり、また店舗数が減少する。中心市街にある商店街の沈下が止まらないような状況のため、通行量が極端に減少している。
		商店街（代表者）	・本当はもっと良くなってほしいのだが、商店街の周辺でも撤退とか閉店が目につき始めた。末端の小売業は製造業に比べて景気回復の実感が少ない。今ごろになって悪い面が出てきているのかと思われ、不安をかきたてられている。
		一般小売店〔印章〕（営業担当）	・下関駅舎火災からの全体的な復興は、仮店舗にしるまだ数か月の日数を要すると思われる。名店街そのものは損害を受けなかったが、駅利用の客のゆとりを持った滞留時間が少なくなったように思われ、被災をまぬがれた店舗においても減収が当分続く。
		百貨店（販売促進担当）	・公務員に加え地元大手企業の給与カットも始まるなど、消費が大きく上向く要因はみえてこない。秋冬、好調に推移した低価格商品を、春夏についてもさらに拡大展開し、価格を切り口にした品ぞろえを強化する。

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
		百貨店（売場担当）	・春物の導入在庫が確定し、大手を中心に前年の7がけの導入量というところが大半を占めている。それに対し、夏物は前年の110、120と在庫量を組むところが多く、5月以降は少し上向きになると思われるが、3、4月は少し低迷する。
		百貨店（売場担当）	・地域経済の見通しとしては、まだまだ先行き不透明なものがある。高額商品も一時は良く売れていたが、ここにきてかなりばらつきがある。今後についての売上動向は、非常に読みにくい。
		百貨店（購買担当）	・今年は例年以上に、ファッション雑誌からの情報が客に浸透していて、特にテレビで見たブランド目当ての来店客も目立つ。また今年のトレンドである、フェミニン系などの動きも良く、これから先、春から夏に向けても順調に推移する。
		スーパー（店長）	・今月の中旬に大型店のオープンがあり、より価格競争の傾向が強まり客の買い回りが続く。客数減、客単価の低下は続く。
		スーパー（店長）	・新聞等では景気が良くなるということだが、自分達や周りの店舗ではまだそのような良い状況にはなっていないし、この先2～3か月も良くなるような材料は見当たらない。
		スーパー（店長）	・客数、販売点数の微増、客単価の低下といった状況が1年近く続いており、この先2～3か月も同じような状態が続く。
		スーパー（店長）	・例年5月度は、固定資産税、車の重量税等の税金との兼ね合いで、食品に対する支出が厳しいものとなる。単価的にも生鮮食品が上昇する気配は見受けられず、現状のまま推移する。
		スーパー（総務担当）	・平均単価が上昇しない。競合店との兼ね合いもあり特売単価が低下したままである。少なくとも販売数量でも上昇してくればよいが1～2ポイント低下している。
		スーパー（管理担当）	・季節的には当月よりも販売数が多くなるはずだが、特にそれ以外に販売数量増加となる要因が見つからない。
		コンビニ（エリア担当）	・まだまだ客は、本当に必要な物しか購入しない状態が続く。
		コンビニ（エリア担当）	・客数は前年比を上回ってきているが、客単価、買上個数は相変わらず低下したままで、単価上昇にはまだまだ時間がかかる。
		衣料品専門店（経営者）	・今より良くなる兆候も悪くなる兆候も見受けられない。
		衣料品専門店（販売促進担当）	・気候にも左右されるが、購入に対して慎重な客は増加している。
		家電量販店（店長）	・お金は持っていますが、まだまだ先行き不透明のためか、必要以外に消費をしない状態が続く。
		乗用車販売店（統括）	・新商品もあり来店客数はそれなりに多いと予測されるが、実際の購入の伸びは少ないのではないかと。メンテナンスでの収益も例年より少ない。
		乗用車販売店（営業担当）	・決算商戦（2～3月）を迎えているにもかかわらず、新規来場者数は増えず、また既納客の代替意欲も今一つ盛り上がらない状況で、4～6月もさほど大きな変化が期待できない。
		住関連専門店（広告企画担当）	・客から頻繁に「必要最低限」と言われ、そのレベルが低くなっている。この傾向は、まだまだ続きそうである。
		その他専門店〔スポーツ〕（店長）	・近隣のデパートや商店街の状況が良くない状態であるため、今より来客数や売上の増加する可能性は非常に低い。
		その他飲食〔ハンバーガー〕（経営者）	・今月は昨年対比で2けた近く延びており、これを維持することは難しい。商品力とサービスのレベルアップにより昨年よりも客数を伸ばしていきたい。
		観光型ホテル（スタッフ）	・宿泊は横ばい状態が続くかとも思われるが、会議、宴会、イベント等の需要が増加してくる。
		都市型ホテル（経営者）	・5月の客室部門の予約も前年同期を若干ではあるが上回っており、また、地方はまだまだ厳しいが景気回復基調の報道等により徐々に閉塞感が薄れてきており、料理飲料部門も当月同様に期待が持てる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・団体客はそこそこあるが、低単価が続いているので、たとえ集客人数が増えても、売上は前年を下回るかもしれない。
		旅行代理店（経営者）	・例年、年度末になると駆け込み需要というのがあったが、依然としてそういった需要がない。また、年度明け4月からの見通しも不透明である。

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
		タクシー運転手	・現状よりは良くなると思われるが、ほとんどの業種で、消費者全体が先行きを考え、お金を使うことをためらっているように感じる。
		タクシー運転手	・過去6か月の業績をみても、今後良くなるというポイントが見当たらず、このまま推移すると思われる。気候的なもので、若干数字が上向くのではないかと思われるが、それでも前年並みの数字にしかならない。
		通信会社（経営者）	・客の反応も厳しいままであり、好転の兆しはみえないまま推移している。良くなる兆候もみえない。
		テーマパーク（財務担当）	・今春から昨年までのイベントを見直し、よりシンプルなものにする予定にしている。その反響がどのように出るか不明な点もあるため、どちらとも言えない。
		テーマパーク（広報担当）	・大型の団体客の動きが予定されているが、値引きにより客単価が落ちており、プラスマイナスゼロで推移する。
		設計事務所（経営者）	・建設業界の中小企業とすれば、大手企業にとって有利な発注条件の影響も受け、将来的にも明るい兆しが見受けられない。
		住宅販売会社（経理担当）	・当面購入予定はないが、モデルルームがあるので参考のために来場するという客が耐震偽装問題の影響で減少しており、この客層の来場が回復しないと全体的な契約数の増加にはつながらない。
やや悪くなる		商店街（代表者）	・商店街への来客数の減少がずっと続いており、今後も期待できない。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・新築物件の着工が多く期待できないため、家具の売上も先行き不安である。
		スーパー（店長）	・来月中旬に、当店から1.5キロの地点に競合店がオープンする予定である。出店自体の影響もさることながら、他の競合店が対策のためにどんどんチラシをうってくるのが予想され厳しい状況になる。
		スーパー（店長）	・客単価から見ると、個人消費には回復及び上昇の傾向が見受けられるが、近隣に郊外型のショッピングセンターが出店した影響もあり、客数については、前年同期の80%台で推移している。今後もこの状況は続くと思われる、厳しい見通しである。
		コンビニ（エリア担当）	・2～3か月先は、工事客の来店数の減少が予想されるため、全体的には悪くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・4月以降の新年度、多くの業種で賃下げの話があり、客の買い控え傾向が強くなっていくのではないかと、大変危惧している。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・近くで大型の工事が始まり、交通渋滞が予想される。来客を避ける人が増えそうである。
	悪くなる	○	○
企業動向関連	やや良くなる	化学工業（総務担当）	・大手の企業業績予想は良好のようで、我々中小にも好影響が出る。
		金属製品製造業（総務担当）	・得意先が今年9月より生産を強化するので、当社にも増産依頼があるなど、今年の見通しも、昨年と同様に堅調である。
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	・海外向けの自社製品の売上について、下降の見通しであったが、北米向けを中心に受注が入ってきており、回復の兆しが見られる。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・携帯関連は、入学、卒業・就職などのタイミングに合わせ、携帯各社春モデルを強気に投入し、生産能力以上の受注が入っている。自動車・鉄道関連も今後受注低下の兆しは全くみえず、引き続き好調な生産が部材メーカーともども入ってくる。
		建設業（営業担当）	・物流関係及び販売関係の店舗の進出計画が具体的に動き出した。また、製造業関係の設備投資計画が4月以降実施に入る傾向にある。
		金融業（営業担当）	・企業の格差が広がっていることは間違いない。特に悪い企業についても、たちまち倒産まで至るところはなくなっており、淘汰がかなり進んできた。良い企業の受注量は増加しており、全体をけん引している。

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	金融業（業界情報担当）	・米国経済の減速や原油価格の高止まりが懸念材料ではあるが、総じて世界経済は堅調に推移すると予想され、急激な円高とならない限りは、輸出の好調がけん引役となり、引き続き好業績が期待できる。		
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・春先納期の大口案件が控えており、生産水準は現在量を継続できる。		
		鉄鋼業（総務担当）	・中国における鉄鋼過剰生産による生産調整が汎用製品を主体に昨年の夏以降続いている。現状においても、過剰生産が落ち着く気配がみられず市況維持のため、さらに生産調整を継続することになる。		
		電気機械器具製造業（広報担当）	・これからも受注が確保できる見通しにある。		
		通信業（営業企画担当）	・法人向けサービスにおいては、今後コピキタス（生活環境の中にコンピュータチップとネットワークが組み込まれ、ユーザーはその場所や存在を意識することなく利用できるコンピューティング環境）社会実現の一環として、在宅や外出先を含めたネットワークづくりなど拡張提案をしていくが、ブロードバンドサービスの普及が途上にある現状では、高品質サービスに対する地域市場の反応は鈍く、業界サイドにとって早い時期の景気上昇は期待できない。		
		会計事務所（職員）	・ここ数年の間で比較しても、製造、建設業はかなり受注量が多く忙しい状態の企業も何社も見受けられる。ただし単価面では相変わらず厳しい状態が続いており、受注量が売上高に結びつかどうかが大きな鍵となってくる。小売販売業は、今一つ波に乗りきれしていない。		
やや悪くなる		食料品製造業（総務担当）	・短期的な商品が多く、長期的な契約がとれていないことから、先行き不安を感じている。		
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・現在、受注量、生産高ともに横ばいの状況が続いている。原材料等の購入価格は高止まりが続き厳しい状態である。また、春の賃上げ時期を迎え、さらに受注価格についても流動的な不安があり、採算面における懸念が大きい。		
	悪くなる	コピーサービス業（管理担当）	・同業者も販売量は減少しており事業自体の見直しを行っている。		
雇用 関連	良くなる	変わらない			
				やや良くなる	人材派遣会社（経営者）
	人材派遣会社（担当者）			・急激には変化はみられないと思うが、全体的な求人数が増加の傾向にある。	
	求人情報誌製作会社（担当者）			・依然人手不足感が企業にある。	
	民間職業紹介機関（職員）			・大きな不安材料がなくクライアント企業と話していると潜在的な求人が意外にあることに気づかされる。	
	民間職業紹介機関（職員）			・技術系求人において、1社で10名以上の求人をする企業が出始めた。	
	学校〔大学〕（就職担当）			・ある企業の方の話によると、近く金利上昇がありそうで、その前に設備投資をしたい。そのためには人材が必要であり求人確保にそれが反映されるのではないかとということであった。	
	求人情報誌製作会社（支社長）			・3か月前に比べて、求人数が上向きになっている。この状態は今後も続く。	
	職業安定所（職員）			・新規求人は増加傾向であるが、これからしばらくは、新規求職者も定年退職者の増加にともない増えていくと思われ、求人倍率が下がる。	
	職業安定所（職員）			・今後も正社員の求人数は前年に比べて増加することが見込めるが、求人職種によっては、全く応募がないといったものも多数存在する。	
	職業安定所（雇用開発担当）			・有効求職者数が横ばいとなったことと、今後しばらくは、求人数そのものが大きく変動する要因が見当たらないことから、変わらないと思われる。依然として、求人増の要因は急増する派遣求人とパート求人であり、実態として良くなったという実感はない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	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	通信会社（店長）	・新入学を控え、ライバル店にはないイベントをしている。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・昨年12月の調査によると、空き店舗率が減少している。新規オープンのお店や工事中のお店もあり、新しい魅力的な店が増加し、来客数も増加している。
		家電量販店（営業担当）	・新社会人、新入学などの動きが良くなっており、若年層を含めた需要の伸びに期待できる。
		乗用車販売店（従業員）	・3月の企業決算期を迎え、販売促進に力を入れている。3月は代替対象ユーザーも多く、新車の販売量が多く望める時期であり、新型車もそろい、客の要望にこたえる体制ができている。
		乗用車販売店（従業員）	・決算期であることと、他社も新型車がでてきていることから、客が動く。
		観光型旅館（経営者）	・2、3か月先の予約状況が少し良くなってきている。客の利用内容や業界の催物などの料金も、それに応じた料金になってきており、景気の良い企業が、接待などをする傾向がでてきている。
		旅行代理店（従業員）	・テレビで旅番組が多く、旅行に行きたいという気持ちを刺激しており、行楽シーズンを迎え人の動きは活発になる。特にシルバー層のニーズは高く、来店客も多い。
		タクシー運転手	・異動の時期でもあり、夜の人の動きもでてくる。また、四国八十八カ所参りが本格的に来月ぐらいから始まるため、売上が増加する。
		通信会社（営業担当）	・新生活、新商品、新店舗の開設などにより、新たな需要が見込める。
		ゴルフ場（従業員）	・暖かくなることもあるが、客の予約状況や様子を見ると、客が入っている状況であり、単価は落ちるが、来場者は増加する。
設計事務所（所長）	・中断していた計画が、再度復活してきた物件が幾つかある。		
変わらない	一般小売店〔生花〕（経営者）	・3～5月は、年間でも売上が増加する時期であるが、昔ほどの伸び率は期待できない。	
	百貨店（総務担当）	・ミセスを中心に春物の動が良くなく、全体的に買物に慎重な姿勢に変化はない。	
	百貨店（営業担当）	・ブランド群でも好調、不調の差が大きくなっている。また、前年と比べると、衣料品、特に高単品の買い渋りが見られる。	
	百貨店（営業担当）	・個人消費は、二分化している傾向が続いており、底辺の拡大も難しいため、厳しい状況が続く。	
	スーパー（財務担当）	・寒波の影響で野菜不足と高値が続いていたが、徐々に解消されており、今後の売上に期待ができる。	
	スーパー（統括担当）	・来客数は前年並みであるが、単価が95%程度となっており、かなり厳しい状況が続いている。	
	衣料品専門店（経営者）	・寒波による防寒衣料の売上増は、シーズンを終わってみれば一時的なもので、また、店ごとにばらつきもあるため、客の購買意欲は高まっているとは思えない。	
	乗用車販売店（管理担当）	・百貨店の人の話では、防寒の洋服は売れたが、それ以外の商品の売行きは良くなく、また、金融関係の人の話では、香川県内の景気は、上向きの傾向は感じられないということである。	
	観光名所（職員）	・建物の改修工事を行っており、入場者数が増加していない。	
	住宅販売会社（従業員）	・銀行などの金利キャンペーン期間が終了予定であり、これらが継続されない場合は、客足が鈍る。	
やや悪くなる	商店街（代表者）	・大型スーパーの跡地利用が決まらない上に、店内にあった映画館2館も閉鎖され、先行きの予測が困難である。	
	一般小売店〔酒〕（販売担当）	・今年の冬のように、気候による影響を強く受けることもあり、地方都市圏の料飲街の景気回復には、まだ相当な時間が必要である。	

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
		乗用車販売店（従業員）	・石油関連の商品（軽油 灯油 塗料等）の値上げが相次いでおり、経費の増加による、今後の収益への影響が懸念される。
	悪くなる	スーパー（店長）	・相場が上昇しないのに加えて、競合店の出店が続き、客が分散するため、販売価格が上昇せず、デフレ傾向が続く。
企業 動向 関連	良くなる	パルプ・紙・紙加工品 製造業（経営者）	・今後、ギフト商品の受注が多くなる季節ということもあり、受注量が増加する。
	やや良くなる	繊維工業（経営者）	・消費者の求める物が、安価な物から高品質な物に変化をしている。その需要にこたえれば、販売の増加につながる。
		化学工業（営業所長）	・受注量や販売価格に大きな変化はないが、注文になる前の引き合いの件数が増加し、数量も大きくなってきており、成約率も上がってきている。
		広告代理店（経営者）	・首都圏での受注について、見通しが立ち始めている。特に、広報関係、フリーペーパーなどは引き合いが多く、新たな受注も見込める。
	変わらない	食料品製造業（従業員）	・今回の新商品の売行きにかかっている。
		一般機械器具製造業 （経理担当）	・大型クレーンが好調な一方で、小型クレーンについては、トラック登録台数が前年比で減少しており、今後の影響が徐々に販売台数に出てくるため、全体的には横ばいである。
		電気機械器具製造業 （経営者）	・年度末にかけて、多くの引き合いや、見積もり、提案書が出ているが、今のところ、小型の物件であり、大型の設備は手控えられている。
		金融業（融資担当）	・公共工事の減少基調が続くため、取引先の建設土木業者は、苦しい状況が続く。また、雇用・所得環境の低迷から、早急な改善は期待できない。
		広告代理店（経営者）	・地元得意先の規模の縮小などにより、広告市場が縮小し、価格競争も厳しい状況である一方で、広告予算が見込める、特定の得意先に対する依存度が高くなってきており、結果として変わらない状況である。
	やや悪くなる	一般機械器具製造業 （経理担当）	・期末から来期にかけては、部材価格の高騰によるユーザーへの価格転嫁の動きが活発となり、受注は一時的に停滞する。その分、機能面とアフターサービスの優劣が、今後の当面の課題である。
輸送業（支店長）		・大口荷主が、物流拠点を四国から関西へシフトすることが決定したため、売上、量共に減少する。	
悪くなる	建設業（総務担当）	・公共工事は土木、建築とも全く期待できず、民間工事で穴埋めするのは難しい。	
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（支店長）	・最近、派遣の依頼件数が非常に増加している。以前に比べると、求職・求人数共に増加しているため、少しずつ良くなってきている。
		人材派遣会社（支店長）	・営業や販売職を長期的に募集する企業が多い。
		求人情報誌製作会社 （従業員）	・新卒の入社後の時期になるため、正社員ではないパートなどの雇用に関して活発な動きが出てくる。
		職業安定所（職員）	・前年比で、就職者数が4割強増加している。
		職業安定所（職員）	・新規求人数が3か月連続で増加している。また、産業別では、建設業、運輸業が持ち直してきている。
	変わらない	人材派遣会社（支店長）	・求人数は手堅いが、派遣登録者が伸び悩んでおり、なかなか契約に結びついていかない。
		職業安定所（職員）	・新規求職者数は、事業主都合による離職者、自己都合離職者、在職者が増加した。また、パート求人への増加に伴い、主婦層を中心としたパート求職者も大幅に増加したため、前年同月と比べて増加に転じた。
		民間職業紹介機関（所長）	・登録者募集のため、広報活動の範囲を広げているが、登録者数増の兆候が見えてこない。
	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	良くなる	設計事務所（所長）	・1市2町合併で特例償を何に使うかという計画が出ており、民間を含めて仕事が少しずつ増えている。

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
関連	やや良くなる	百貨店（売場主任）	・ 婦人服全体では、動きの良いゾーンと悪いゾーンがあるが、宝飾や特選ブティックの動きは相変わらず堅調であり、全体を底上げしている。
		百貨店（販売促進担当）	・ 客単価が、ここ数か月安定して上昇しており、個人消費の回復は底堅い。加えて、最近では法人需要が高まっている。
		百貨店（売場担当）	・ 売上は5か月連続で、来客数は2か月連続で前年実績を上回っている。過去にこのような実績はなく、総じて婦人衣料の動きがかなり良い。紳士については、景気が良くなってもさほど変動はない。
		百貨店（営業企画担当）	・ 客の消費動向は、質への追求へと変化しており、ライフスタイルにあった提案力の向上で購買促進は向上の傾向にある。
		スーパー（店長）	・ 売出をすることで売上は上がっている。特に婦人服、アウトウェア、肌着の動きが顕著である。衣料品の回復度合いを見ると先行きは少し良くなっていく。また、インポート時計の売上も良く、高額商品がよく出ている。
		衣料品専門店（総務担当）	・ 来客数が前年比6%から10%程度増加している。販売単価もそれにつられて上昇している。
		家電量販店（店員）	・ 春の新入学や転勤に伴う引越しのシーズンになり、需要がかなり見込まれ、やや良くなる。
		家電量販店（総務担当）	・ 高齢者層の購買力が高まり、高付加価値・高額商品の動きが良い。
		家電量販店（企画担当）	・ 薄型テレビや通信機器、パソコンなどが売れている。今後、新製品も出ているのでやや良くなる。
		乗用車販売店（管理担当）	・ 買い替えの時期に来ている車が非常に多くなっており、今後、金利の上昇や原油の更なる高騰がない限りは、売上は現状よりも良くなる。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・ 客の表情や会話から察すると、燃料油関係は高くなったと認識しているが、辛抱して使用している様子ではない。必要な商品は確実に購入している。
		高級レストラン（経営者）	・ 歓送迎会も増えており、今後、料理に関してもメニューが一新されるので集客も期待され、やや良くなる。
		観光型ホテル（経営者）	・ すでに、関東・関西からの予約が入っており、昨年よりは良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・ 3～5月の歓送迎会の受注が例年より出足が早く、学校・官公庁などの宴会・レストラン需要も期待できる。
		都市型ホテル（副支配人）	・ 博多駅周辺に新しいホテルがどんどん開業しており、やや良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・ 燃油サーチャージの再値上げの影響もあまりない。ゴールデンウィークは日並びも良く、特に海外の長距離の出足が早い。
		タクシー運転手	・ 北九州新空港が開港するので、一時的ではあっても人の動きがあり、景気は良くなる。
		タクシー運転手	・ 長距離の客の予約が良く入るようになった。客の中には暖かくなったら買物に行きたいという声もある。
		通信会社（業務担当）	・ 3月は年間での最需要期であり、卒業生およびその家族の来客数が増える。子供・若者向けのサービスも加わり、新商品・低価格商品ともに販売数が伸びる。
		テーマパーク（職員）	・ 3月中旬～ゴールデンウィークまで、宮崎では例年フラワーフェスタがありにぎわいをみせる。季節的に良いシーズンとなり、旅行マインドの高まりやゴルフ、ブライダルなどの動きにも期待できる。
		ゴルフ場（従業員）	・ 社員旅行等の大型コンペの予約が結構入ってきている。サービス業は底をつき、上向きになる。
		美容室（経営者）	・ 客が動く時期であり、入卒、入社等があるので年末に次いで忙しくなる。
		美容室（店長）	・ 店の商品が売れるようになり、2、3か月先もこの調子でいく。
変わらない		百貨店（営業担当）	・ 景気好転のニュースは流れるが、地方への波及は少なく、依然買い控えは続いている。ホテル催事の開催で、前年の実績は確保するが、実質としては前年割れとなる。
		百貨店（営業担当）	・ 新聞紙上等では、企業の業績回復や株高等から、景気回復が報道されているが、小売店は未だ消費拡大にはつながっていない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（業務担当）	・季節の変わり目で幾分の需要は見込めるが、販売量、売上が大きく伸びる要素はない。昨年並みの実績がとれば良い。
		百貨店（売場担当）	・製造業を中心に景気の回復と言われているが、消費税アップ、医療費負担増等で先行き不透明感があるので、ぜい沢品を扱っている百貨店としては客の買い方が慎重になっており売上増に結びつかない。
		スーパー（店長）	・新入学や季節の変わり目と時期的に異動シーズンに入るが、全体的には客足は鈍く、春になっても客の様子は変わらない。
		スーパー（店長）	・日曜日を中心に郊外型の大型店に客が集まり、小さい店は大変厳しい状況である。日曜日の売上が落ちているので、平日の売上を底上げし、新しい企画をたくさん作れば、前年並みは維持できる。
		スーパー（総務担当）	・食品は相変わらず好調であるが、衣料品、住居用品が下向き傾向にある。冬物の処分も気温の上昇に伴い売上が伸びず、春物の出足もあまり芳しくない。
		コンビニ（エリア担当）	・客の財布のひもは依然固く、新商品の販売動向の鈍化が顕著である。
		コンビニ（店長）	・今年度は長崎駅付近は客の流れがよかったが、来年度は今年度の来客数を維持するだけで精一杯である。
		衣料品専門店（店員）	・3月は気候が暖かくなれば、春物の実売期として売上が上がる。昨年は福岡県西方沖地震で売上を落としているので、今年は何事もなければ来客数は増える。
		衣料品専門店（店員）	・去年の後半よりは着実に客の様子や物の動き、単価の動きが良くなっているため、このままの傾向が続いていく。
		家電量販店（経営者）	・薄型テレビを中心としたデジタル関連またはオール電化関連などが売上を伸ばす材料となっているが、客の購買には結び付いていない。
		旅行代理店（業務担当）	・販売額の先行数値が伸びていない。
		競馬場（職員）	・来場者数・売上ともに下げ止まりの傾向は見られるものの、いずれも引き続き、減少傾向である。
		設計事務所（代表取締役）	・建設関係は、上向きになる好条件がなく、民間需要も特殊な建築や施工に特化していないと受注しにくい状況にある。今後も受注を伸ばすのは厳しい。
		やや悪くなる	
百貨店（営業担当）	・近隣に大型商業施設がオープンして半年以上経つが、すっかり定着してきた。特に土日、祭日、セール期、クリアランス期は中心街に大きな影響を及ぼしており、今後もこの傾向は続いていく。		
百貨店（販売促進担当）	・売上が前年比でマイナスの傾向が続いている。		
スーパー（企画担当）	・3月以降は競合店のオープンが目白押しであり、その対抗策は実践するものの多少の影響を受けることは必至であることから、現状よりも苦戦することが予想される。		
スーパー（経理担当）	・春先にかけて中央大手・地元を含め、競合店が数多く出店する計画があり、パイの取り合いと価格競争が一層激化する。		
コンビニ（店長）	・相当努力しているが、それを上回る勢いで競合店が出てきている。		
コンビニ（販売促進担当）	・量販店が前年比3.7%プラス、コンビニが前年比5.7%マイナス、ローカルスーパーが前年比8.9%プラスである。ただし、少し辛抱しようという消費者の買い控えが進んでおり、特売のときは売れるが平日は売れない。		
乗用車販売店（従業員）	・新車の受注台数が増えない。		
住関連専門店（経営者）	・今月、地元中堅家具専門店が後継者難で廃業した。置き家具市場は依然として景気回復の兆しが見えず厳しい。		
高級レストラン（経営者）	・平成2年からずっと売上が減り続けており、ここにきてようやく底が見えた。		
一般レストラン（スタッフ）	・売上は横ばいか若干減少傾向にあり、来客数も変わらず、良くなる要素がない。		

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		通信会社（企画担当）	・市場は飽和状態であり、市場を拡大できるような新しい機軸を打ち立てられない。
		設計事務所（所長）	・来客数の動きと設計の数も少ない。
	悪くなる		
	良くなる	電気機械器具製造業（経営者）	・半導体や北部九州自動車100万台構想の動きが熊本県内でも始動し、3か月先は半導体、自動車関連の受注が活発になってくる。一般の仕事関係も引き合いが出てきており上向いていく。
	やや良くなる	農林水産業（経営者）	・行楽シーズンや異動時期等で、居酒屋関連、スーパー関連両方とも大きな伸びが期待できる。加工メーカー筋も新しい商品の企画を含め、素材原料の要求度も高くなっている。
		鉄鋼業（経営者）	・本年に入り新規物件の動きが乏しく、引き合い・成約ともに停滞気味である。このため販売価格も弱含みであるが、既契約の出荷が順調で、かつ契約残を抱えているために納期はタイトである。今後2～3か月で新規物件が動き出す見込であり、市況は回復する。
		一般機械器具製造業（経営者）	・受注量や販売量の動きから商談の引き合いが多くなっている。ただ、販売価格が上がらない。
		建設業（総務担当）	・今期の工事高は前期の売上高の1.5倍となり、来期も今期と同じくらいの売上が見込まれている。
		金融業（営業担当）	・融資をしている製造業の売上が昨年比で増えており、今後もだんだん景気は良くなっていく。
		新聞社（広告）	・求人関係が若干良い。
		経営コンサルタント	・新たな事業を起こそうと考えているクライアントの訪問が今月は3件あった。事業を展開しようという気持ちが少し出てきており、結構プラスになる。
	変わらない	農林水産業（従業者）	・景気は都会を中心に良くなっているが、末端の地方までは波及していない。スーパー等では物が売れにくく、単価的にも安い物が定着しているため、今後もあまり変わらない。
		食料品製造業（経営者）	・今月はまずまずの業績を確保できた。しかし、販売先の来客数は回復したが、客単価は依然として低迷しており、景気が上向きであるとは確信できない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・現在の仕事の状況は一時的なものである。依然として見積り依頼等が芳しくない。ただし、自動車関連は強含みである。
電気機械器具製造業（経営者）		・3月の決算期の前で、電子部品関連は全般的に調整段階に入っている。	
輸送用機械器具製造業（営業担当）		・受注量はいい方向で動いている。	
建設業（従業者）		・建設業界は大変厳しい状況に変わりはない。公共工事の予算が毎年5%強カットされている中で現状維持できれば良い方である。民間の設備投資もいまいち進んでおらず、少ない需要の中で他社との競争も激化している。	
輸送業（従業者）		・決算期を控え各社とも今月末から売込みをかける予定であるが、なかなか消費が低迷している。その中で売上増を狙うために、商品の値上げを実行するメーカーも出ており、原油価格の上昇を値段に転嫁している。	
通信業（職員）		・来年度も大型案件はあるが、受注の可能性は決して高くはなく、状況が好転する見込みは薄い。	
不動産業（従業者）		・賃貸オフィスビルの入居状況が横ばいに推移している。	
広告代理店（従業者）		・今月もチラシの枚数は順調で、小売業関連・マンション販売のチラシの枚数が増えている。景気の回復に伴ってチラシの大きさが前に比べてB3サイズやB2サイズの大型チラシに移行しているのも大きな特徴である。景気が悪い頃はB4・B5サイズのチラシが9割を占めていたが、今月は8割程度であった。	
やや悪くなる		輸送業（従業者）	・2月に入り軽油価格が再び上昇し始め、運賃に転嫁できにくい状況のなか、厳しい経営を迫られている。
	金融業（得意先担当）	・大型の公共工事がなく、非常に厳しい。各社とも経費削減、人員整理等財務体質の強化に努めているような様子が見られるため、やや悪くなる。	
	経営コンサルタント	・良い業態と悪い業態の差が歴然としてきた。酒業界でも価格戦略だけでは売れない。	

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
	悪くなる	農林水産業（従業者）	・3月以降、気温が上昇し収穫量が増えてくると、需給が緩み価格が下落する可能性がある。重油価格の低下は見込めず、販売収支は一層厳しくなる。
雇用 関連	良くなる	民間職業紹介機関（支店長）	・求人数が、九州全体で上回っている。業種・地域格差が以前ほどなく、職種によっては、人材の供給が追いつかないケースも見られる。
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（経営者）	・企業では春の異動シーズンも始まり、賃貸物件は1年中で一番動きの出る時期になる。取引先の不動産業者は、通常より広告の量を増やすなどして、この時期を逃すことのないよう惜しみない営業努力をしている。春の到来とともに活気づく雰囲気がある。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は12月以降、0.8倍代の水準を維持している。
		職業安定所（職員）	・非正規社員の求人が全求人5割を占めており、見掛けほど雇用環境が改善しているわけではない。一方で大量定年と2007年問題等への対応から、新卒や中途採用の正社員の採用に積極的になりつつある企業の採用動向がうかがえる。
		職業安定所（職員）	・求人数の伸びが期待される。
	民間職業紹介機関（職員）	・昨年まで若手層中心の求人が、新年に入り管理系職種の中堅求人が増加傾向にある。企業側も中核人材の投資に意欲が出てきており、今後は更なるオーダーの見込が期待できる。	
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・派遣のオーダーは長期を中心に増加傾向にあるが、オーダー状況とは反比例してスタッフの登録者数は前年を割る状況が続いている。
人材派遣会社（社員）		・特に派遣契約に増減なく、変わらない。	
求人情報誌製作会社（編集者）		・消費が好調で拡大基調の求人というより、企業間競争に生き残るための人材確保という感が強い。	
	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	一般小売店〔衣料品・雑貨〕（経営者）	・春夏商品の開発準備も計画通りに進行しており、他社との業務提携による商談もあるので、売上は前年同月比120～130%を見込んでいる。
	やや良くなる	一般小売店〔鞆・袋物〕（経営者）	・旅行用品等が以前よりも売れており、海外旅行者が増えて印象がある。
		家電量販店（従業員）	・特別に景気が悪くなる材料が無い限り、現在の好調さはしばらく続く。薄型テレビや、ヘルシー志向のオープンレンジといった高額商品の売上がこのところ好調である。
		その他専門店〔楽器〕（経営者）	・全国的に天候が心配だが、観光客は多い。入学・合格セール等も期待ができる。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・県外からのネット予約が確実に増えてきている。今月は、ネット予約を開始してからの最高件数を更新している。予約の手軽さから、近隣の企業からの予約も増えてきている。
	変わらない	スーパー（企画担当）	・ここ数か月間、来客数が前年を上回っており、売上高も堅調に推移している。競合店の出店についても大きな動きはなく、しばらくはこの状態が続く。
		スーパー（経営者）	・今月は旧正月のずれにより前年比ではその分下回っているが、ここにきて来客数、客単価ともに安定している。ただし、環境変化等による大幅な伸びが期待できるような状況にもなく、今後このような状況が続く。
コンビニ（経営者）		・近隣に競合店が開店したため、来客数が減少する。	
コンビニ（エリア担当）		・来客数、客単価については減少傾向が続き、減収減益も続いている。春先と云えど、この様子は続くと思われる。特に既存店の売上低迷が目立ち、コンビニの利便性が失われつつある。	
		衣料品専門店（経営者）	・少しずつではあるが、単価が上昇してきている。しかし、販売量がまだそれほどついてきていない。全体的にはあまり変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光名所（職員）	・沖縄観光は沖縄への好感に支えられ順調に推移している。これから沖縄は1年で最も過ごしやすい季節に入る。原油高による航空運賃の多少の値上げが予想されるが、それ程影響は無く、沖縄観光は順調に推移する。
	やや悪くなる	コンビニ（エリア担当） 高級レストラン（営業担当）	・今後の競合他社の出店により、マーケットがややきつくなる。 ・3月までは持ちこたえても4月以降は原油高騰により沖縄発着航空券が3,000円近く値上げされるようなので、今後はその影響が観光客の消費単価に徐々に表れていくと予想している。
		観光型ホテル（総支配人）	・ゴールデンウィークを除く4月～6月は沖縄観光の閑散期であり、航空運賃の値上げや新規ホテル開設で限られたマーケットを奪い合う厳しい環境である。キャリア及び主要旅行エージェントの積極的な沖縄キャンペーンの展開と順調に伸びるホテル独自のネットによる新規マーケット獲得で、例年に比べると良くなるが、今月との比較ではやや悪くなる。
	悪くなる	商店街（代表者） 住宅販売会社（経営者）	・街中商店街は観光客が多いが、単価は下降気味である。地元客は車の利便性などにより郊外大型店に流れていくのが現状で、売上は毎月厳しい状況にある。 ・市町村や県、国からの公共工事の発注が新年度を迎え、発注量が減る。したがって仕事の量が減るので、景気は当面はますます悪くなる。戦後最大の不景気が建築業者にやってくる。
企業動向関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	輸送業（総務担当） 通信業（営業担当）	・業者間での協力で物流が大きく動き、今後新たな営業展開が期待できる。 ・法人系大型案件の引き合いが出てきている。受注確度は50%程度で未知数ではあるが、期待感はある。また、コンシューマ系光インターネットサービスの新キャンペーンを4月から開始予定で、新規受注の増大を狙っている。
	変わらない	不動産業（支店長）	・景気が良くなる兆しがみえない。
	やや悪くなる		
	悪くなる	-	-
雇用関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（営業担当） 学校〔専門学校〕（就職担当） 学校〔大学〕（就職担当）	・2007年問題の団塊の世代の定年を前に、新卒若年者の求人の明らかな増加傾向が見受けられる。 ・求人数に関しては、前倒し傾向にあるものの少子化・団塊の世代退職による人材不足感は否めず、今後も積極的な採用活動が展開される。 ・観光業界には将来的にも新たなプロジェクトは多く、前倒しの求人増が見込まれる。コールセンターの増加等に伴う求人の増加もある。
	変わらない	人材派遣会社（経営者） 職業安定所（職員）	・派遣の依頼は継続的にあっても、とにかく人材確保が大きな課題となっている。各種学校が卒業の時期で、人手はあると考えられるが、マッチングがなかなかスムーズではない。また建設業界が課徴金の支払で大きな負担を背負うことがはっきりしたので、その業界への派遣にどれだけの影響が出るか不安要素もある。 ・1月は前年同月と比較すると紹介件数は2.6%、月間有効求職者は1.8%増加し、新規求職申込件数は0.9%、就職件数は0.3%、県外就職者は16.4%減少している。離職者の実態は、事業主都合が26.6%、自己都合47.9%である。看護職・介護職等の福祉関係の求人や自動車製造関連の請負求人が増えつつある。
	やや悪くなる		
	悪くなる	-	-