

・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<br>動向<br>関連 | 良くなる<br>やや良くなる                          | 観光名所（役員）   | ・ロープウェイの予約状況から、今後については良くなる。  |
|                |   | スーパー（企画担当）   | ・来客数は以前と比較して安定してきており、販売単価の低下幅もやや縮小傾向にある。引き続き価格競争には厳しいものがあるが、景況感としては底打ちの兆しを感じられる。また時間給社員の募集環境も厳しさを増しており、雇用状況の好転がうかがえる。                        |
|                |   | コンビニ（エリア担当）  | ・来客数や商品単価が落ち着いていることに加えて、観光客による利用なども期待できる。  |
|                |   | コンビニ（エリア担当）  | ・競合店の閉鎖が多くなってきている。大型店よりも中小規模の小売店の閉鎖が増加している。すぐ消費するアイスクリームや飲料水などの温度帯商品の販売量が増加しており、夏場に向けて期待できる。   |
|                |   | 家電量販店（店員）  | ・相変わらず、薄型テレビがよく売れているが、なかなか単価が上がらない。当地で地上デジタル放送が始まる10月までは、薄型テレビ、DVDレコーダなどが売れることが期待される。  |
|                |   | 観光型ホテル（スタッフ）   | ・暖冬の反動もあり、天候に敏感な観光産業全体では今後の春商品に期待できる。特に個人客の動きが活発になってきている。  |
|                |   | 旅行代理店（従業員）   | ・海外チャーター便への反応も良いことから、統一地方選挙が落ち着いたら回復すると期待している。   |
|                | その他サービスの動向を把握できる者                       | ・温暖化の影響からか、シーズンインは例年より1週間か10日は早まると予想されている。予約の出だしもかなり早く、今後はやや良くなると期待している。 |  |
|                | 変わらない                                   | 商店街（代表者）   | ・衣料品は天気や気温の影響が大きく、夏物は気温が上がればそれなりに売れると思われる。しかし、今の時点では良い傾向になる兆しはみられない。   |
|                |   | 一般小売店〔酒〕（経営者）  | ・ここ数か月の売上をみると、一進一退を繰り返しており、景気が回復傾向にあるのか悪化傾向にあるのか、なかなか判断が付かない。  |
|                |   | 百貨店（売場主任）  | ・今後、長期予報で暖かい日が続くということなので、前年以上にクールビズ関連の商材が動き始めることが予想される。  |
|                |   | 百貨店（販売促進担当）  | ・3月が良くないため相対的には良くなるが、実質的には良くない状況が続く。   |
|                |   | スーパー（店長）   | ・1～2月のトレンドでは、食品が横ばいであるものの、衣料品、住居用品、専門店が回復傾向にあり、特に衣料品の伸びが大きくなっている。しかし、食品を除き、売上高は各月で上下変動が大きく、トレンドの予測が難しい状況にある。特に、衣料品は各月の天候に左右され、一進一退の状況が続いている。 |
|                |   | スーパー（役員）   | ・売上の増加という傾向は3か月前と変わっておらず、今後も変わらないまま推移する。   |
| スーパー（役員）       |   | ・先月の来客数は前年比で1.7%増加したが、今月も1.3%増加しており、今後についても同様に推移することが期待される。              |  |
| 家電量販店（店長）      | ・回復傾向にあるとは感じるが、3か月程度ではそれほどの変化は無いと見込まれる。 |  |  |
| 乗用車販売店（従業員）    | ・1月から落ち込み状態が続いており、今後も変わらないまま推移する。       |  |  |
| 乗用車販売店（従業員）    | ・高額車の売上が厳しく、今後も売上は苦戦することが見込まれる。         |  |  |
| 乗用車販売店（営業担当）   | ・車両関係の需要が伸びてこないため、今後についても変わらないまま推移する。   |  |  |

| 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  |   |
|-------------------------|------------------------|-----------------|---|---|
|                         |                        | 高級レストラン（スタッフ）   | ・企業の利用が増えたことは喜ばしいが、昼食時のビジネスマンの姿が少なく、企業の利益が従業員に還元されていないことがうかがえる。市内のレストランも、駅前周辺などは昼食が低価格の来客数狙いとなっている一方で、夕食は客もまばらであり、客単価も低い状態である。働き盛りのビジネスマンがレストランで夕食を楽しむ光景が増加しないことには景気回復とはいえない。 |   |
|                         |                        | 観光型ホテル（経営者）     | ・宿泊客数の伸び悩みが不安材料である。依然として地元客数が回復しておらず、勢いのあった道外からの団体客の伸びも鈍くなっている。   |   |
|                         |                        | 観光型ホテル（経営者）     | ・この2～3か月は、悪くなる要素、良くなる要素ともなく、変わらないまま推移する。  |   |
|                         |                        | 旅行代理店（従業員）      | ・なかなか景気が良くなるような要因が見つからず、今後も苦戦することが予想される。  |   |
|                         |                        | 美容室（経営者）        | ・月ごとの売上を前年比でみると大きく増減する傾向が昨秋から見受けられるため、今月の売上だけで景気が良くなるかどうかは判断しにくい状況にある。  |   |
|                         |                        | 設計事務所（所長）       | ・このまま業界の淘汰が続くことが見込まれる。  |   |
|                         |                        |                 | 住宅販売会社（従業員）   | ・業績回復のための戦略は持っているが、根本的な経済状況が変わらないため、今後についても大きくは変わることはない。                |
|                         | やや悪くなる                 |                 | スーパー（店長）  | ・目玉商品しか購入しない客が目立って多くなってきている。また、買物も余計なものは買わない傾向が顕著であり、今後についてはやや悪くなる。     |
|                         |                        |                 | コンビニ（エリア担当）   | ・魚価の値上げ、原油価格の高騰から水産加工場に回る原資がなくなっており、輸送を含めた加工関係の仕事が縮小していき、今後についてはやや悪くなる。 |
|                         |                        |                 | 家電量販店（経営者）  | ・年度末の新入学、新生活需要が前年よりも多かったが、今後についてはそういう需要はあまり期待できないため、悪くなるが見込まれる。         |
| 家電量販店（地区統括部長）           |                        |                 | ・昨年はサッカーワールドカップによる特需で薄型テレビの伸びが著しかったが、今年はそれに変わる大きなイベントが無く、薄型テレビの売上ダウンが懸念される。   |   |
| 悪くなる                    |                        | コンビニ（オーナー）      | 今はアジア方面からの観光客で過去の売上を補っている部分が多い。全体的に市内客の構成比が低くなってきており、市内客の動きが一層鈍くなる懸念がある。これは、客単価をみても非常によく分かる動きである。またちょっとした観光で来ている道内客のお金の使い方は、食費を始めとしてシビアになってきており、今後は悪くなるが見込まれる。                |   |
|                         |                        | 住宅販売会社（経営者）     | ・原材料の値上がりしがじわじわと効いてきて、長期的にマイナス要因になると見込まれる。  |   |
| 企業動向関連                  | 良くなる                   | -               | -   |   |
|                         | やや良くなる                 | 通信業（営業担当）       | ・当社の業績として販売量が好調であることに加えて、更に上位の価格帯のサービスへの関心が強く、受注が増加している。  |   |
|                         | 変わらない                  | 家具製造業（経営者）      | ・外的な経済環境が変化しなければ現状のまま推移する。  |   |
|                         |                        | 出版・印刷・同関連産業（役員） | ・原材料、運送費など経費が増加している一方で、競争が厳しく単価がいまだに上げられない。   |   |
|                         |                        | 輸送業（支店長）        | ・現在の道内の工事物件の状況を見ると、プラスに転じる見込みはなく、2～3か月先も基本的に現状のまま推移する。  |   |
|                         |                        | 輸送業（営業担当）       | ・今冬は降雪量が少ないため、農地の保温効果が悪く、畑の凍結状態が厳しい。今後の牧草や秋まき小麦の生育に不安があり、今後についても輸送量は変わらないまま推移する。  |   |
|                         |                        | 金融業（企画担当）       | ・原材料価格は高止まりしており、企業収益を圧迫している。そのため、賃上げなどは抑制基調となる。地方自治体の財政難から公務員給与も削減されており、消費は弱含みで推移する。明るい材料に乏しく、総じて景気は横ばい圏内で推移する。   |   |
|                         |                        | 司法書士            | ・時期的にみて、多少良くなると考えられるが、不動産取引、特に土地取引が活発化しない限り、良くならないとみている。  |   |
| その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当） | ・現在のところ受注増加につながる要素が無い。 |                 |   |   |

| 分野       | 景気の先行き判断 | 業種・職種                  | 景気の先行きに対する判断理由  |
|----------|----------|------------------------|---|
|          |          | その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長） | ・新年度に入り、急激に上向くとは考えにくい。設備投資は、物件注文から2～3か月を要するが、現在は多くの商材を保有しておらず、今後についても変わらないまま推移する。                 |
|          |          | その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）     | ・現在は10月以降まで改善の兆しが見えない状況であり、7～9月の受注量も改善する見込みが少ない。  |
|          | やや悪くなる   | 通信業（営業担当）              | ・今月は年度末で受注が多かったが、景気が良いから受注が多かったというわけではない。4月以降は動きが落ち着く見込みである。                                      |
|          | 悪くなる     | -                      | -   |
| 雇用<br>関連 | 良くなる     | -                      | -   |
|          | やや良くなる   | 人材派遣会社（社員）             | ・派遣の需要は今後も堅調に推移することが予想され、業績に直結する営業等の中途採用の動きも出てくる。新年度を迎えたという特殊要因もあるが、中小企業に活発な動きが見えてきている。           |
|          |          | 学校〔大学〕（就職担当）           | ・すでに求人依頼も多く届いており、平成19年度も引き続き採用活動は好調に推移する。   |
|          | 変わらない    | 求人情報誌製作会社（編集者）         | ・農業を基盤とする地域であることから、日豪EPA協定による先行き不安の影響があり、流通や人材採用が停滞気味となり、変わらないまま推移する。                             |
|          |          | 求人情報誌製作会社（編集者）         | ・変わらないというよりも、むしろ先行きが予想できないのが現状である。景況感がなかなかはっきりしないのが実感である。   |
|          |          | 職業安定所（職員）              | ・新規高卒者の就職状況は、9～10月の出足の時期は前年と比較して大変良かったが、ここにきて、特に女子の就職内定状況が例年並みとなってきた。                             |
|          |          | 職業安定所（職員）              | ・管内主要産業である食料品製造業等の求人が減少している。  |
|          | やや悪くなる   | 求人情報誌製作会社（編集者）         | ・求人市場では新卒採用ほど中途採用が活発とは言えず、特に道内の中小企業においてはその傾向が強い。またパートやアルバイトも昨年までの大型ショッピングセンターの出店に伴うような求人増が期待できない。 |
|          | 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<br>動向<br>関連 | 良くなる     | -                                       | -   |
|                | やや良くなる   | 百貨店（企画担当）                               | ・春闘での給与所得の上昇があり、いずれはそれが小売に回る。   |
|                |          | 百貨店（売場担当）                               | ・当月は寒い日が多かったということがあり厳しい月になったが、来月以降、気温が上昇すれば客の購買意欲も戻ってくる。  |
|                |          | コンビニ（経営者）                               | ・現在行われている店舗前の歩道改修工事も今月中には完了する。今月の月平均は前年比96ポイントと落ち込みが目立つが、週単位でみれば足元では101ポイントまで回復しており、明るい兆しである。             |
|                |          | コンビニ（経営者）                               | ・現在の店舗のサテライト店を行政施設内に出店する。   |
|                |          | コンビニ（経営者）                               | ・近隣のコンビニが閉店するので、その店の客を取り込んでいく。  |
|                |          | 衣料品専門店（経営者）                             | ・閉店した大型スーパーの代わりに同じ系列会社のショッピングセンターが近隣にリフレッシュオープンするので、街が現在よりもぎやかになる。しかしながら、基本的に景気は悪いままなので、どの程度の効果があるか不安もある。 |
|                |          | 衣料品専門店（店長）                              | ・景気が上向いているためか、転勤などに伴い新しい物を求める客が増えており、今後もその傾向が続く。  |
|                |          | 乗用車販売店（従業員）                             | ・前年のタイヤ価格の高騰を受けて、今年に夏タイヤを新調する客が多くなる見込みであり、サービス部門は期待が持てる。新車販売は、新型車の投入予定がしばらくは無いので現状維持が課題となる。               |
|                |          | その他専門店〔食品〕（経営者）                         | ・ここ3か月の業績は前年割れだったが、新製品が投入されるのでばん回していく。  |
| 一般レストラン（スタッフ）  |          | ・採用も担当しているが、団塊世代の大量退職もあって、各社が積極的になっている。 |   |

| 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           |   | 旅行代理店（従業員）              | ・統一地方選挙が終われば、客の動きが出てくる。  |
|                 |   | 美容室（経営者）                | ・大手一般企業に勤める人の話では、給料や労働条件などの面で景気回復がみられるとのことである。   |
|                 |   | 住宅販売会社（従業員）             | ・4月からゴールデンウィークの終わりまで連続イベントを予定しているが、ある程度の来場予約が取れており、自社開発の宅地分譲も5月から始まるため受注が増える。              |
|                 |   | 商店街（代表者）                | ・地価の上昇傾向が消費動向にプラスに作用するのか、あるいはマイナスなのか注意深く見守る必要があるが、しばらくは現在の状況が変わらない。                        |
|                 |   | 商店街（代表者）                | ・新年度になり客足が増える時期であるとともに、郊外への大型店進出の影響は一時的なものとなる。   |
|                 |   | 商店街（代表者）                | ・資金も人材もアイデアも大型店に根こそぎ持っていかれている。零細企業は保護されるものではなく淘汰される運命である。                                  |
|                 |   | 一般小売店〔酒〕（経営者）           | ・今は商品が良く売れているので、この先はあまり伸びない。   |
|                 |   | 百貨店（経営者）                | ・個人所得が増えないこと、将来への不安が大きいことなどから客の購買意欲は向上しない。報道では春闘でのベースアップが話題になっているが、身近には感じられない。             |
|                 |   | スーパー（経営者）               | ・食品については、スーパーのほか百貨店、外食産業を含めて、客は欲求が満たされた状況となっているため、今後大きな業況の改善は見込めない。今の状況が安定的に継続する。          |
|                 |   | スーパー（店長）                | ・競合店が出店した影響をみると、平日の来客数は戻りつつあるものの、週末は減少したままである。競合店の出店から2、3か月経過することになるが、現在の状態は続く。            |
|                 |   | スーパー（企画担当）              | ・今後も競合先の出店が続くため、客の店の使い分けが進む。そのため大きな変化は無い。  |
|                 |   | コンビニ（エリア担当）             | ・エリア内の店舗を個別にみれば競合店の閉店により売上を伸ばしているところもある。逆に競争が増えて厳しくなっているところもあり、しばらくは現状維持のまま推移する。           |
|                 |   | 衣料品専門店（経営者）             | ・コートやスーツなど単価の高い商品の売行きが3月中に落ち込んだ分は、今後気温が平年並みになるとしても、ニット、Tシャツなど単価の低いものに売れ筋が変わるため、取り戻すことは難しい。 |
|                 |   | 衣料品専門店（経営者）             | ・当地域では地価の下落が続いており、景気回復にはほど遠い。  |
|                 |   | 衣料品専門店（店長）              | ・ビジネススーツの需要は年々減少傾向にあるため、それ以外の衣料品が上向きでも全体の売上高を伸ばすことは難しくなっている。                               |
|                 |   | 家電量販店（店長）               | ・2、3月の客の動きや販売動向をみると、来客数は前年並みでも客単価が低下するという流れが続いており、この先も急には変わらずこの傾向が続く。                      |
|                 |   | 乗用車販売店（経営者）             | ・いざなぎ景気を超えたと報道されているが、その実感は無い。車検でも「できるだけ安く仕上げたい」という客からの要求が一層強くなっている。                        |
|                 |   | 住関連専門店（経営者）             | ・所得が大きく伸びる状況にないため、個人消費の厳しさは続く。   |
|                 |   | その他専門店〔酒〕（経営者）          | ・桜の時期に入り観光客の増加に伴い売上増加の期待もできるが、気候が不安定なため観光シーズンを絞り込むことが難しい事もあり、景気はさほど変わらない。                  |
|                 |   | その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当） | ・季節が少しずれていることから、夏物の発注が早まる。   |
|                 |   | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）  | ・冬の需要期が終わる灯油での収益は無くなるため、市況改善が定着しても収益は大幅に改善しない。景気の回復が順調にいけば辛うじて横ばいの状況となる。                   |
| 一般レストラン（経営者）    | ・同業者との会話からも見通しの良い話は聞かれない。予約の状況からしても現在の状況がしばらく続く。            |                         |  |
| スナック（経営者）       | ・歓送迎会が一段落してその分は暇になるが、新年度になり企業の予算で接待、交際費が出る。                 |                         |  |
| その他飲食〔弁当〕（スタッフ） | ・雪が少なく過ごしやすかった一方、建設業者などは除排雪による収入が少なくなったという面もあり、今後も売上増加は厳しい。 |                         |  |

| 分野     | 景気の先行き判断 | 業種・職種           | 景気の先行きに対する判断理由   |
|--------|----------|-----------------|--|
|        |          | 観光型旅館（経営者）      | ・ 2年前の水準と比較すれば営業的には不景気といえるが、ここ1年間はほぼ前年並みか、やや落ち込み気味で推移している。この先も全般的には低調ながらも変化は無い。                            |
|        |          | 都市型ホテル（経営者）     | ・ 基幹産業である建設業関係の業績落ち込みが極端になっており、その件についての総会が2～3か月先に予定されている。現在の動きを含めて勘案すれば、売上は5%程度間違い無く落ちる。                   |
|        |          | 都市型ホテル（スタッフ）    | ・ いよいよ政令指定都市としてスタートするが盛り上がりはさっぱりである。会議所、コンベンション協会によると、本年の大会や学会などの開催件数は、例年よりむしろ減少しているとのことである。               |
|        |          | 都市型ホテル（スタッフ）    | ・ 既存客について、単価のアップ、人数の増加を望むことは難しい。新規客についても当方の望むような規模、内容での受注はできない。企業間の格差が大きいようである。                            |
|        |          | タクシー運転手         | ・ タクシーの値上げ申請は、申請件数が集まらず認可されなかった。値上げ申請をしなかった会社は「現状のままで良い」と判断したということである。安い料金と普通の料金の会社が混在、乱立しているが、このままの状態が続く。 |
|        |          | タクシー運転手         | ・ 百貨店やスーパーなどの人出をみると景気が回復しているようにも感じられるが、タクシー業界は前年実績を下回る状態が続いている。車両の増加によって回復した乗客が分散し、個々の状況は前年実績を確保できなくなっている。 |
|        |          | 通信会社（営業担当）      | ・ 様々な業種の人と話をすると、業種によって先行きに不安を抱えていたり、良くなる展望を持っていたり、全体的には変わらない。  |
|        |          | 観光名所（職員）        | ・ 1か月前は好調だった団体予約は、企画商品への申込状況が悪いようでキャンセルが相次いでいる。一方でフリー客は土日祝日を中心に順調に伸びており、相殺すれば変わらない。                        |
|        |          | 遊園地（経営者）        | ・ いくつかのイベントで集客を図る計画であるが、効果は不透明である。   |
|        |          | 美容室（経営者）        | ・ 活気の出ている業種もあり期待したいところだが、ボーナス支給など現実的な見通しが出てこなければ、客の動向は変わらない。   |
| やや悪くなる |          | 商店街（代表者）        | ・ 大型ショッピングセンターの進出で、半年程度は消費がそちらに傾く。全体的に消費が沈んでいるところに、大型店に客が流れると市内で消費する人がいなくなる。                               |
|        |          | 商店街（代表者）        | ・ 一部の業種では暖冬による恩恵もあったが、季節感にめりはりの無いまま春を迎え、全体的に業況はマイナスに作用する。  |
|        |          | スーパー（経営者）       | ・ 県内のスーパーマーケットの動向は新年度においても新規出店計画が目白押しであり、競争が更に激化する。つまり、来客数は増えても、客単価の低下、買上点数の減少が顕著になる。                      |
|        |          | スーパー（経営者）       | ・ 統一地方選挙があること、及び消費マインドが依然として低いことから景気は悪くなる。また、新年度の公共事業の前倒しも厳しい状況にある。  |
|        |          | 家電量販店（店長）       | ・ 前年はサッカーワールドカップ向けの需要があったが、今年はその反動があり低迷する。   |
|        |          | 乗用車販売店（経営者）     | ・ 社内あげて知恵を出し工夫して需要喚起の手を尽くしているが、客の反応は乏しく販売増につながっていない。今後も前年の実績を維持するのが精一杯である。                                 |
|        |          | 乗用車販売店（経営者）     | ・ 金利上昇やガソリン価格の高止まりなどの不透明要素があることと、暖冬の影響で冬場の収入の少なかった法人、事業主の買い控えが予想されることから、商機が減る。                             |
|        |          | 自動車備品販売店（経営者）   | ・ 自社の状況は首の皮一枚でつながっている。支払が滞っている業者の話も聞いており、建設業者の倒産が2、3件はあり得る。  |
|        |          | その他専門店[靴]（経営者）  | ・ 閉店セールは売れるが、開店セールは売れない。   |
|        |          | その他専門店[酒]（営業担当） | ・ 選挙の影響で飲食店関係が不振となるため、酒類の販売も低調な状況が続く。中元商戦も今のところ不透明である。   |

| 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  |   |
|----------|----------|---|---|---|
|          |          | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）  | ・セルフスタンド進出の影響が顕著になっている。セルフスタンドはかなりの数量を販売しているため、我々フルサービスのスタンドの経営を深刻にしている。市況（マージン）が上がらなければ淘汰が進む。                    |   |
|          |          | 観光型旅館（経営者）  | ・寒の戻りの影響をまともに受けるため、4～6月は相当悪くなる。行政と一体となって取り組む観光キャンペーンが2年目を向かえるので、今後も営業活動、ホームページの更新、充実に全力を注ぐ。                       |   |
|          |          | 都市型ホテル（スタッフ）  | ・婚礼の相談で来館する客が非常に少なくなっている。また、最近では建設会社など大型の倒産が相次ぎ、景気が良くなる兆しは無い。   |   |
|          | 悪くなる     | スーパー（店長）  | ・6月に1次商圏内に地元企業の競合店がオープンするため、競合が一段と激化する。   |   |
| スーパー（店長） |          | ・4月には倒産した競合店の跡地に別の業者が居抜き出店することに加え、スーパーセンターも別の場所に開店する。商圏が飽和状態のところ相次ぐ出店があるため、今後はますます厳しさが増し淘汰の時代になる。 |   |   |
| 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（経理担当）<br>土石製品製造販売（従業員）  | ・株式市場では株価が上昇しており、全体的に景気が良くなっているという心理的な効果が出始めている。<br>・これから19年度の工事が本格的に始まる。今年は雪が少なく、冬期中から前倒して作業ができた分、この先もどんどん受注できる。 |   |
|          | 変わらない    | 農林水産業（従業者）  | ・桃、りんごの開花が前年より1週間程度早まると予想されている。早く咲くことにより、夏場の桃の値段に期待が持てる。  |   |
|          |          | 農林水産業（従業者）  | ・中国への米輸出や米のバイオマス燃料としての利用など、明るい材料はあるものの、収入増につながるかどうかは未知数であり、短期的にはWTO交渉などで依然暗い状況が続く。                                |   |
|          |          | 食料品製造業（経営者）   | ・米国でのBSE発生後の牛肉輸入再開については、政治的な要素が強く、需給バランスを反映したものとなっていない。20月齢以下に限定しているままでは、現在の状況から変わらない。                            |   |
|          |          | 食料品製造業（総務担当）  | ・新製品で既存商品の落ち込みをカバーし、受注は微増で推移する。   |   |
|          |          | 一般機械器具製造業（経理担当）   | ・自動車部品については輸出を含めて好調に推移するものの、国内の自動車販売に陰りがみえていることから、将来的に影響が出ることを危惧している。   |   |
|          |          | 建設業（経営者）  | ・客は水周りや寝室などをリフォームして、きれいに、便利に生活したいという意識が強い。  |   |
|          |          | 建設業（従業員）  | ・官公庁の建設投資額が減少しており、建設総投資額が縮小傾向にあるため、建設業に係わる会社そのものが縮小しない限り過当競争が継続する。  |   |
|          |          | 建設業（企画担当）   | ・仙台圏の建設投資は今後もビックプロジェクトが予定され晴天の状態であるが、一部資材の値上がりなど、懸念材料も出てきており、全体的には楽観できない状況にある。量的確保ができて質的（利益）には厳しい状態になっている。        |   |
|          |          | 通信業（営業担当）   | ・大きな設備投資が東北地方にみられない。また、東京本社の企業の場合には現地決裁権が無くなりつつある。  |   |
|          |          | 広告代理店（従業員）  | ・観光開発キャンペーンの案件は更に増加する見込みであるが、新年度に入っても受注価格の下落にはまだ歯止めが掛からない。  |   |
|          |          | 司法書士  | ・地方都市においては不動産の取引が活発になるという状況になく、供給過多である。   |   |
|          |          | その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）  | ・出荷量の増加は首都圏での好調によるものであり、地元での酒類消費の増加にはつながっていない。  |   |
|          |          | その他企業〔企画業〕（経営者）   | ・企業の決算の状況によってベースアップや昇給が明確になってくるが、現時点では判断が難しい。   |   |
|          |          | やや悪くなる  | 繊維工業（総務担当）  | ・秋冬物の受注が始まったが、暖冬だったため、前年の厳冬によって生じた在庫不足が解消したことから、各メーカーは受注の伸び悩みを危惧している。 |
|          |          |   | 電気機械器具製造業（企画担当）   | ・半導体市況はしばらく我慢の時期が続く。各種経費の節減施策を実施するため、景況感は悪化方向となる。                     |

| 分野        | 景気の先行き判断 | 業種・職種  | 景気の先行きに対する判断理由   |
|-----------|----------|--|--|
|           |          | 輸送業（経営者）   | ・現在の値下げしている料金が継続される見込みであり、そのまま当社の損益に直結する。また、原油価格も不安定で、懸念材料となっている。  |
|           |          | 輸送業（従業員）   | ・飛行機の機種変更に伴い貨物を積み込める量が少なくなっているため、貨物量は輸出入共に減少する。  |
|           |          | 通信業（営業担当）  | ・既存契約の解約阻止のためには価格見直しなどの手を打つ必要があるが、社内的な原価低減は困難な状況である。   |
|           |          | コピーサービス業（経営者）  | ・需要期が過ぎ通常の時期になるが、公共の予算執行はまだ少ない。箱物行政が減少しているため、コピーサービス、物販共に動きが無い。  |
|           | 悪くなる     | 電気機械器具製造業（経営者）   | ・医療機器に関しては4月以降の受注が全般に低調で、取引先からのコストダウン要求は一段と強くなっている。競合するメーカーの安い製品へのシフトが出ている。コスト対応力が今後もかぎとなる。周囲の状況は自動車関連を除いて受注量が減少傾向である。       |
| 雇用<br>関連  | 良くなる     | 人材派遣会社（社員）   | ・紹介予定派遣の増加、各地域選挙関連の引き合い、今月3月から緩和される製造派遣期間の長期化による増員などがあり、業績は良くなる。   |
|           | やや良くなる   | 新聞社〔求人広告〕（担当者）   | ・大型の流通業などはこれからも進出計画があり、それに伴う求人が見込める。ただし、いずれも京阪の資本が中心であり、地元への還元が無ければ逆に地元企業が落ち込む懸念もある。   |
|           |          | 職業安定所（職員）  | ・建設業においては公共事業の減少によって、求人数の伸びが今一つであるが、卸売、小売、サービス業が底固い増加率で推移している。有効求人倍率の上昇にかつての勢いが無くなっているが、郊外に進出したショッピングセンターからの求人がこの傾向に歯止めを掛ける。 |
|           | 変わらない    | 人材派遣会社（社員）   | ・大手通信系企業での採用が絶え間なく行われており、事務職の枠が増えつつある。スキルが合えば求職者への紹介も比較的スムーズに行われる傾向がある。  |
|           | やや悪くなる   | アウトソーシング企業（社員）   | ・新年度の契約が進んでいるが、今年度より契約金額が下落している。   |
|           |          | 職業安定所（職員）  | ・自動車部品等は引き続き高操業を続けているが、受注単価の引き下げを迫られ収益が上がっていない。また、雇用調整、倒産、廃業の事業所が年度末にかけて多くなっており、山形での景気回復は実感が無い。                              |
| 職業安定所（職員） |          | ・年度末を迎え、地場中小企業の倒産が散見されることから、他社への心理的影響も懸念される。   |  |
| 職業安定所（職員） |          | ・電子部品メーカーがハードディスク関連部品の生産設備や技術情報を他社に売却することを決めたことから、その生産を請負っている5社、600名あまりの従業員の雇用調整が4月から5月末に行われる。 |  |
| 職業安定所（職員） |          | ・求人数が減少傾向であり、有効求人倍率が前年比、及び前月比で低下している。  |  |
|           | 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<br>動向<br>関連 | 良くなる         | スーパー（販売促進担当）   | ・来客数が前年比6%、買上単価が10%伸びており、売上が上向いているので今後も良くなる。                            |
|                |              | コンビニ（経営者）  | ・来客数の増加で品ぞろえに幅や量が出てきている。一皮むけたという感じがしている。更にニーズにこたえられるように、皆で努力しているところである。 |
|                | やや良くなる       | 一般小売店〔ワイン〕（総務担当）   | ・新製品の出足が好調である。  |
|                |              | 百貨店（販売促進担当）  | ・今月オープンしたショッピングセンターも2、3か月すれば影響力は薄れる。また、春夏の衣料品が今の売行きよりも悪くなるということは考えられない。 |
|                |              | コンビニ（店長）   | ・道路の開通工事が控えているので、それがうまくいけば良くなっていく。                                      |
|                | 住関連専門店（仕入担当） | ・商品特性上、気候に左右されがちであるが、今後は園芸商材を中心に動きの活発化が期待できる。特に、今年の連休はまとめた休みが取りやすいカレンダーなので、販促も打ちやすい。 |   |

| 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）            | ・ 来客数は前年並みであるが、単価的には上向きであり期待できそうである。  |
|    |          | 都市型ホテル（スタッフ）            | ・ 宿泊の増加に伴い、レストラン利用、会議、宴会等の売上が増えつつある。少しずつではあるが、回復の兆しがようやくみえてきている。  |
|    |          | タクシー（経営者）               | ・ 夜の動きが少し良くなってきたので、この先も良くなる。  |
|    |          | ゴルフ場（従業員）               | ・ 来客数は堅調に伸びており、今後も4～5%の伸びが期待できる。単価は依然として同じくらいのところで動いている。  |
|    |          | ゴルフ場（副支配人）              | ・ 春に向かってようやく取り込み、引き合いが頻繁に来るようになってきている。燃料価格が安定してきているので、売上、入場者数が増加すれば収支に跳ね返ってくる。暖冬の影響もそのまま余韻が残っているため、春先の取り込みは前年を若干上回り、良い推移である。コースにおいても同じような状況が出ているので、総体的には良くなる。 |
|    |          | 住宅販売会社（経営者）             | ・ 前月に引き続き来客数、販売高、件数共に伸びている。   |
|    | 変わらない    | 百貨店（営業担当）               | ・ 客の買い方は今までと同じように非常に慎重で、余計な物は買わない。  |
|    | 変わらない    | 百貨店（販売促進担当）             | ・ 郊外のショッピングセンターオープンに伴う来客数の減少が予想される。   |
|    | 変わらない    | スーパー（統括）                | ・ 県内IT産業を始めとする製造業等の好況を受け、既存店は5か月連続で前年同期をクリアし、来客数、点単価共に伸びている。現状の消費マインドはしばらく維持できるとみている。   |
|    | 変わらない    | 家電量販店（店長）               | ・ 商品的にも明るい材料がない。今後急速に地上デジタル関連の商品開発が成功しないと、大きな伸びは期待できない。   |
|    | 変わらない    | 乗用車販売店（営業担当）            | ・ 新卒者の動きもあり今月の販売量は増加したが、これも長くは続かない。今後、販売量増加につながるような要素はない。   |
|    | 変わらない    | 乗用車販売店（営業担当）            | ・ フレッシュマンの商談、契約が少々出ているが、全体的にはまだ動きが鈍い。   |
|    | 変わらない    | 乗用車販売店（販売担当）            | ・ 近隣の観光地ではいまだに小さな旅館やペンション、民宿の倒産、破産宣告などが出ている。今年に入ってから、いくらか宣伝しても来場者数が増えないので、ゴールデンウィークに向かってもさほど景気が上向くとは思えない。このまま今の悪い状態で推移していく感じがしている。                            |
|    | 変わらない    | その他専門店〔携帯電話〕（営業担当）      | ・ 繁忙期も一段落し、新店舗への関心も落ち着いてくると考えられるため、例年並みの販売に戻ってくる。   |
|    | 変わらない    | タクシー運転手                 | ・ 一時期と比べ、1回当たりの運賃がかなり低額になっている。あいさつ回り等も一度タクシーを降りてまた呼ぶという状況なので、本当に景気が悪くなっている。   |
|    | 変わらない    | ゴルフ場（従業員）               | ・ 予約状況は前年同様の動きなので、天候次第で入場者数が増減する程度で変わらない。   |
|    | 変わらない    | ゴルフ場（支配人）               | ・ 4月上旬は地方選挙の影響もあり、土日の予約を中心に低迷している。また、ウェイトレスなど、新規のアルバイトの採用が厳しくなっている。   |
|    | 変わらない    | 競輪場（職員）                 | ・ 競輪で一番大きな大会である日本選手権が行われたが、売上は前年度と同じだったので、このまま推移するのではないかとみている。  |
|    | 変わらない    | その他レジャー施設〔アミューズメント〕（職員） | ・ 当地区では来月から条例で深夜帯の青少年への規制が強化されるため、来客数に対する不安、懸念がある。  |
|    | 変わらない    | その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）    | ・ 3月は車検台数が1割程度増えたが、一般整備及び板金等は相反して大きく減少している。   |
|    | 変わらない    | 設計事務所（所長）               | ・ 周囲の状況や、新年度になってすぐに公的機関から発注があるとは思えないことから、まだまだ良くなるとは思えない。悪いままの現状で変わらない。  |
|    | 変わらない    | 住宅販売会社（従業員）             | ・ 購入に対する客の慎重な姿勢は、今後も変わらない。  |
|    | やや悪くなる   | 商店街（代表者）                | ・ 豊富な品ぞろえや価額や遊びの空間等、大型店は毎日がイベントのようで商店街にはない楽しさがあり、人が集まっている。例年この時期の商店街は、春や夏の祭りなどで集客があるので、今後の商店街催事の仕掛け次第である。   |



| 分野                 | 景気の先行き判断          | 業種・職種  | 景気の先行きに対する判断理由   |
|--------------------|-------------------|--|--|
|                    |                   | 百貨店（総務担当）  | ・大型ショッピングモールに客が遊びに行く機会が多くなったようで、当店の来客数が減少している。他でついで買いを行い、地元ではお金を落とさない客が目立って多くなっている。                    |
|                    |                   | 一般レストラン（業務担当）  | ・ガソリン小売価格が上昇を始めたことに加え、客が参院選待ちの様子見で、5～6月の宴会予約は前年を下回っている。通販部門は前年を10%程度上回っているが、会社全体のマイナスをカバーするところまでではない。  |
|                    |                   | 都市型ホテル（経営者）  | ・近隣にチェーンのホテルがオープンしたため、最悪の場合価格競争が激化し、低価格でないと売れなくなる可能性がある。   |
|                    |                   | タクシー運転手  | ・運賃値上げの予定があり、乗り控えが懸念される。   |
|                    |                   | その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）   | ・法人関係の車両が激減しており、先が読めない状況である。   |
|                    |                   | 住宅販売会社（経営者）  | ・基準金利上昇により事業所側のコスト増が見込まれるが、それに対応した販売価格の値上げは不可能である。価格据置きによる利益減が見込まれる状況で、良くなる要因は見当たらない。                  |
|                    | 悪くなる              | コンビニ（店長）   | ・現在造成中のところも含め、当店の近くに3軒コンビニができる予定で、オープン後は来客数が非常に少なくなるので、悪くなる。   |
| 企業動向関連             | 良くなる<br>やや良くなる    | -  | -  |
|                    |                   | 食料品製造業（製造担当）   | ・新製品の投入による市場確保、拡大により、やや良くなる。   |
|                    | 窯業・土石製品製造業（経営者）   | ・例年の特注品のほか、受注の増加がやや期待できる。  |  |
|                    | 一般機械器具製造業（経営者）    | ・新規に受注した製品の数量が、緩やかではあるが多くなる見込みである。   |  |
|                    | 一般機械器具製造業（生産管理担当） | ・取引先各社の来期方針説明会が開催されているが、建設機械関連の取引先を中心に引き続き拡大基調である。また、新規に自動車関連の引き合いも来ている。   |  |
|                    | 新聞販売店〔広告〕（総務担当）   | ・企業の賃上げは各社共、前年を上回る金額を予定していると聞いている。また、複合店のオープンでしばらくは誘客商戦が活発に続きそうである。  |  |
|                    | 変わらない             | 化学工業（経営者）  | ・今のところ注文が順調に入ってきているので、6月までは工場も順調に稼働しそうである。   |
|                    |                   | 金属製品製造業（経営者）   | ・トラック関係は、2007年問題で4月以降の特殊車両等の低迷が予想されたが、引き続き好調のようである。取引先の生産会議の話でも、2007年上期の生産計画は2006年下期の生産実績を上回る計画となっている。 |
|                    |                   | 電気機械器具製造業（経営者）   | ・仕事の話だけなら一杯あるが、具体的に見積りや試作という段階の話ではない。まだ慎重な姿勢で、どんどん世の中に製品を出そうというところまでではないので、しばらくは厳しい状況が続く。              |
|                    |                   | 広告代理店（営業担当）  | ・新年度販促予算は同一クライアントベースで10%減少している。使う経費に対する集客効果があまり良くないのが原因のようである。   |
|                    |                   | その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）  | ・引き合い、受注量共に、活発に推移しており、今後もこの状況が続く。  |
|                    | やや悪くなる            | 電気機械器具製造業（経営者）   | ・4月以降の注文が非常に少ない状態である。大企業は良いようだが、当社のような零細企業は非常に厳しい状態が続いている。   |
| 不動産業（管理担当）         |                   | ・テナントの状況は増減がないが、延期になっていた1フロア全体の原状回復工事が1～2か月中にあるため、その分費用が発生する。また、オーナーからの強い要請で管理契約価格の大幅な引き下げは避けられない見通しである。   |  |
| その他サービス業〔放送〕（営業担当） |                   | ・年間契約のタイムコマーシャルは電機、自動車を中心に横ばい状況にあるものの、官公庁は前年に引き続き3%程度減少の見込みである。スポットコマーシャルについては、不動産、自動車は横ばい状況にあるが、流通、小売、サービス業は期間が短く小口化している。イベント受注は競争が激しくジリ貧状態にあり、先行き不透明である。地方のラジオ広告収入は広告費の多様化等により厳しい状況が続いている。 |  |

| 分野       | 景気の先行き判断  | 業種・職種  | 景気の先行きに対する判断理由  |
|----------|-----------|--|---|
|          | 悪くなる      | 輸送用機械器具製造業（総務担当）                                       | ・3か月の見通し上でも受注量は前年比10%減、加えて材料は高値安定である。非常にコスト転嫁がしにくい状況の中で、コスト削減要請も来ているので、非常に収益状況が悪くなっている。                               |
|          |           | 建設業（総務担当）  | ・地方都市では民間工事の期待はできず、原価割れ工事物件になりかねない状況である。公共工事も激減状況が続いており、民間同様に原価割れ受注になりかねない状況である。                                      |
| 雇用<br>関連 | 良くなる      | -  | -   |
|          | やや良くなる    | 職業安定所（職員）  | ・大手からの求人はないが、関連会社、派遣、下請といった、あらゆる業種の小零細企業からの求人が出ている。   |
|          |           | 学校〔短期大学〕（就職担当）   | ・企業側の動きが早いのに比べ、全体的に学生の動きが鈍い。合同企業ガイダンスへの学生の参加動向や企業側のエントリー数の話、直接学生とかかわるなかで、そのように感じている。今後その動きに対して、企業側が採用活動の動きを強める可能性がある。 |
|          | 変わらない     | 職業安定所（職員）  | ・求人数自体は増加しているが、急激に新規求人が増加するような要因は見受けられない。   |
|          |           | 職業安定所（職員）  | ・このところ求人数、求職者数共に減少傾向にはあるが、有効求人倍率は大きな動きがないので、あまり変わらない。   |
| やや悪くなる   | 職業安定所（職員） | ・紹介就職者数は増加傾向で推移しているものの、増加幅が縮小傾向にある。また、新規求人数は大幅に減少している。 |   |
| 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<br>動向<br>関連 | 良くなる                           | スーパー（店長）        | ・現在は、客1人当たりの買上点数が1、2点ほど増えており、このまま順調に推移すると予想される。   |
|                |                                | 旅行代理店（従業員）      | ・前年同期比で受注量が多いことから、2～3か月先の販売量なり売上が見込める。さらに、職員へのインセンティブの付与などに大きく費用を掛ける企業が増えてきている。                       |
|                | やや良くなる                         | 一般小売店〔文房具〕（経営者） | ・ちょっとしたアイデアで商品が売れており、以前のように、全体的に景気が悪いという状況ではない。   |
|                |                                | 一般小売店〔家電〕（経営者）  | ・インフレとまではいかないものの、エアコンを始めとした商品の仕入れ値が若干高まる傾向にある。  |
|                |                                | 百貨店（売場主任）       | ・客のトレンドへの関心が高く、特に婦人服のチュニックなど、ベストセラー商品への反応が大きい。  |
|                |                                | 百貨店（広報担当）       | ・気温が低く推移している影響から、一部売上が伸び悩みを見せているが、婦人雑貨や食品部門では、春のリモデルオープンによる効果から来客数増などの好要因が見られる。また、独自性の高い商品への、客の関心が高い。 |
|                |                                | 百貨店（販売促進担当）     | ・消費者の目は厳しく、本物や欲しい物と、そうでない物を見極めようとするパワーは強くなる一方だが、当たる商品はしっかりと売れていくので、売る側の目や姿勢いかんで状況が良くなっていくことは確実である。    |
|                |                                | 百貨店（店長）         | ・ファッショントレンドの変化、スタイリングの変化が夏に向けて起こる。これに合わせ、客のタンス在庫にない新商品の提案や仕掛けを出していけば、消費マインドを刺激し、購買意欲も高まってくる。          |
|                |                                | 百貨店（業務担当）       | ・以前と比べ、客の買物意欲が感じられる。季節、気温、天気に大きく左右されることが悩みどころであるが、消費動向は回復しつつある。                                       |
|                |                                | スーパー（店長）        | ・今月中旬に競合店が1店舗閉店して以降、当店の売上数は6.3%、来客数は5.4%増加しており、今後は、微増ながら現在より良くなる。                                     |
|                |                                | コンビニ（経営者）       | ・このところ、朝晩の来客数が徐々に増え始め、客単価も少しずつ上昇しているため、今後も少しずつ景気が良くなる。  |
|                |                                | 衣料品専門店（営業担当）    | ・春本番になり、客の購買力も上がり、また、商品も販売期間の短い春物から初夏物へ移ることから、販売量、売上共に上がる。  |
| 家電量販店（店長）      | ・テレビ等の放送方式の変更により、買換え需要が継続的に進む。 |                 |   |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種            | 景気の先行きに対する判断理由   |
|----|----------|------------------|--|
|    |          | 家電量販店（営業統括）      | ・企業業績の上昇が賃金に反映されていない状況であるが、一時金も含めて上昇傾向にはあるので、夏のボーナス商戦までは消費拡大が継続する。ただし、大型の新商品は予定されていないため、販売数量は拡大し、利益率が低下する状況に変化はない。   |
|    |          | 家電量販店（統括）        | ・5月以降は、退職した団塊の世代をターゲットとした需要が期待できる。   |
|    |          | その他専門店〔雑貨〕（従業員）  | ・電子マネーの発達と共に、若者の消費が増える。  |
|    |          | 高級レストラン（支配人）     | ・個人客の伸びが大きい。特に、この季節は家族での記念日の利用が増加しており、このまま少しずつ良くなっていく。   |
|    |          | 一般レストラン（経営者）     | ・周辺の大手企業の景況が多少良くなり、各企業に出入りする営業マンが増加している。また、近隣で建物の建設が進み、人口が増えている。   |
|    |          | 都市型ホテル（スタッフ）     | ・レストラン、宿泊において前年を上回る集客ができており、宴会も例年どおり取り込んでいる。大幅な変更でなければ客に受け入れてもらえると考え、新しいメニューや演出の提案による単価アップを検討している。さらに、ネットでの優待情報を利用する客が増えてきていることに注目し、週の中で利用率の低い日を対象に、ネットを活用して集客を図る商品の情報発信を行い、集客をアップさせる案がある。 |
|    |          | タクシー運転手          | ・今現在、接待の客が増えてきている状況にあり、また、客から、景気が悪くなるという話はあまり聞かないことから、引き続き景気は上向く。  |
|    |          | 通信会社（総務担当）       | ・近隣で建設された複数のマンションへの入居によるにぎわいの増加と、ゴールデンウィークのイベント開催、企業が退去したビルのイベント会場としての再利用及び大規模な複合商業施設のオープンによる来客数の増加が見込まれる。   |
|    |          | 観光名所（職員）         | ・この1年間、常に前年比をクリアする状況が続いており、今後の見通しは若干上向きである。  |
|    |          | ゴルフ練習場（従業員）      | ・今後数年間掛けて団塊の世代が定年を迎え、練習場で余暇を楽しむ客が増えていく。  |
|    |          | ゴルフ場（支配人）        | ・3か月後の来場予約が既に満杯の状況である。   |
|    |          | 設計事務所（所長）        | ・これまで、物及び企画があまりにも動かないため、各企業も動きを模索していると想定される。年度明けとなれば、これが多少なりとも動いてくると期待する。  |
|    |          | 住宅販売会社（従業員）      | ・地価が上昇し始めており、住宅不動産業界内ではミニバブルと言われている。金利や物件価格の先高感があるので、住宅購入の前倒しが見込まれ、景気がやや良くなる。  |
|    | 変わらない    | 商店街（代表者）         | ・周辺地域の地価がミニバブル状態で、ファンドなどが軒並み高値で取引をしており、これによる店の入れ替わりやビルの建て替えも多い。表面上は活気が見られるが、本当に底堅いものは疑わしく、心細い面もあるが、良い状態は継続するとみている。   |
|    |          | 一般小売店〔家具〕（経営者）   | ・業界もだいが淘汰され、現在営業を続けているところが生き残った店舗であると言える。客も、購買するに当たり店舗の選択の幅が狭まっているという期待を込め、現状を維持あるいは多少良くなる。  |
|    |          | 一般小売店〔鞆・袋物〕（従業員） | ・今年は、フレッシュ商品の買い控えが非常に目立つ。手持ちの品を使うという客の声が多いため、この買い控えの傾向が夏ごろまで続く見込んでいる。ギフト需要については相変わらず好調であるが、新入学商品については非常に悪く、次のイベントである母の日の打ち出しを心がけていきたい。   |
|    |          | 一般小売店〔茶〕（営業担当）   | ・新茶の時期が近づいてきていることから、景気回復を期待しているものの、今年の新茶は前年と比べても特に優れているというわけではないという前情報もある。他に追い風情報がないようであれば、今後の景気は今と変わらない。  |
|    |          | 百貨店（総務担当）        | ・個人格差が激しい状態で、特に好転材料は見当たらない。  |
|    |          | 百貨店（営業担当）        | ・売上は前年を若干上回る状況が継続しているが、今後は気温に敏感に反応する婦人、紳士衣料、雑貨の動きに大きく左右される。売上は、季節による人の動きに加え、母の日などのモチベーション対応商品の売上をいかに取り込めるかに懸かっている。イベントなどで来客数を維持しつつ、客単価の上昇により、前年微増で推移すると見込まれる。                              |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種                   | 景気の先行きに対する判断理由   |
|----|----------|-------------------------|--|
|    |          | 百貨店（営業担当）               | ・全体的に売れ筋が見つからず、大きく伸ばすプランは考えにくい。景気が下振れすることはないと思われるが、当社に関しては、気温の動向いかんによる洋服関係への影響が大きく、良い状況にはない。   |
|    |          | 百貨店（営業企画担当）             | ・3月商戦のポイントであるギフト及び春物ファッションの動きが例年になく苦戦している。   |
|    |          | 百貨店（店舗政策担当）             | ・服飾雑貨部門の売上がしばらく低迷しており、今後も継続が予想される。衣料品に関しては気候に左右される面が大きく、見通しが立たない。  |
|    |          | スーパー（経営者）               | ・いつも同じであるが、良くなるような期待と感触は持ちつつ、現実はなかなか改善されず厳しい状態が続いている。これは、各店の競合状況に関係していると思われるが、しばらくは同じ傾向が続くと思われる。   |
|    |          | スーパー（店長）                | ・来客数は、前年よりわずかに伸びているものの、単価の下落と、買い回りによる買上点数の落ち込みにより、売上の伸びが鈍っている。   |
|    |          | スーパー（仕入担当）              | ・大型ショッピングセンターの相次ぐ出店が予定されており、ますます競争が激しくなる。  |
|    |          | スーパー（統括）                | ・客の買い方を見ていると、価格を強調した商品に対する反応は良いものの、プロパー商品や高価な商品へ買いに走っているという状況は見られない。   |
|    |          | コンビニ（経営者）               | ・このところずっと行ったり来たりの状態を繰り返しており、これと言った良い材料も、悪い材料も見当たらない。   |
|    |          | 衣料品専門店（経営者）             | ・婦人アウターの売上が前年を上回っているため、今後もそれほど悪くなるとは思わないが、肌着、靴下が暮れから苦戦していることが懸念される。  |
|    |          | 家電量販店（経営者）              | ・昨年はワールドカップ特需で4～5月はテレビ、DVDレコーダーの売上が盛り上がったため、今年はこの影響が懸念される。天候にも左右されるが、エアコンの立ち上がり及早まることを期待している。  |
|    |          | 乗用車販売店（販売担当）            | ・先月は期末に向けた前倒し受注が多かったが、今月に入って来客数も少なく、契約件数も予想ほど伸びなかった。このマイナス面と、各企業も新入社員の入社により、今後少し期待が持てるというプラス面を考慮して、景気は変わらないと判断している。                      |
|    |          | 乗用車販売店（総務担当）            | ・新型車が発売されても、3か月持てば良いような状態であり、販売台数の増加は見込めない。  |
|    |          | 乗用車販売店（営業担当）            | ・販売部門、営業部門共に計画を割っている現状からみても、先々の不安はぬぐい切れない。   |
|    |          | 乗用車販売店（店長）              | ・国内市場は飽和状態であり、団塊の世代が退職を迎え始めることから、市場はさらに縮小されていく。  |
|    |          | 住関連専門店（統括）              | ・現在は新築需要などがあり、販売量も相当動いているが、4月、5月になれば落ち着き、従来の販売量になると予測される。  |
|    |          | その他専門店〔燃料〕（統括）          | ・昨年からの原油価格の高騰により買い控えが続いているため、市況価格が下がっても販売数量の増販が得られない。  |
|    |          | 一般レストラン（経営者）            | ・季節の催しに伴う宴会の数が少なくなっており、これからの歓送迎会の予約が入るかどうかが不安である。  |
|    |          | 一般レストラン（スタッフ）           | ・都市部など、大手企業の社員が来店する店舗では、忙しい状態が続く、景気の回復を実感する。一方、当店ほか、近隣に零細企業が多い地域の店舗では、店内の雰囲気及び商品は都市部の店舗と似通っているにもかかわらず、景気が良くならない。街の零細企業の景気が回復しないと良くはならない。 |
|    |          | 旅行代理店（従業員）              | ・先行受注状況は前年同期比でほぼ100%で推移しており、状況が大きく変わる要素が見当たらない。  |
|    |          | タクシー（団体役員）              | ・気候が暖かくなるので人出は増えてくる。新入社員の歓迎会などが例年どおり行われれば良くなるが、契約企業の交通費削減等の結果、あまり変わらないと予想される。  |
|    |          | その他レジャー施設〔アミューズメント〕（職員） | ・携帯型のゲーム機が順調に売れているため、客単価は上昇しない。据え置き型ゲーム機の人気ソフトが発売され、景気をけん引しない限り、この傾向は変わらない。  |
|    |          | その他レジャー施設（経営企画担当）       | ・客の消費は回復してきたが、消費を厳選する姿勢が引き続き見られる。いかに客のニーズにあった商品、サービスを提供できるかが課題である。   |

| 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  |
|------------------|------------|---|---|
|                  |            | 設計事務所（所長）   | ・本来であれば、年が明けると共に先行きが具体化していくことが多かったが、今年は少し時間が掛かっており、まだ分からない。   |
|                  | やや悪くなる     | 商店街（代表者）  | ・様々な店の出店が続いており、店舗数が飽和状態であること、また、4月から税金が増加することが予想され、今後良くなるという気配が全くない。  |
|                  |            | 百貨店（販売促進担当）   | ・隣駅の大型ショッピングセンターと商圏15キロ付近に出店した新規大型ショッピングセンターの影響で来客数が下落している。新しい設備を備えたショッピングセンターは集客力が高く、既存店は厳しい状況にある。                             |
|                  |            | コンビニ（経営者）   | ・従業員不足が異常なほど進行しており、大きく経営を圧迫している。売上にも改善の余地が全く見いだせない。   |
|                  |            | 衣料品専門店（経営者）   | ・最近では天候に大きく左右されて数字の組み立てが難しく、仕入れも消極的になってしまっている。現在はヒットアイテムもないことから、来月も苦戦が予想される。  |
|                  |            | タクシー運転手   | ・5月にタクシー運賃が値上げされるため、しばらくの間は客が乗車を控え、一時的に暇になる。  |
|                  |            | 通信会社（経営者）   | ・金利の上昇が浸透し、財布のひもが締まる。   |
|                  |            | 通信会社（営業担当）  | ・アパート、マンション等集合住宅への複合サービスにおいては、強力な競合先との競争の苦戦は必至で、改善策は当面見当たらない。   |
|                  |            | パチンコ店（経営者）  | ・ゴールデンウィークは良くなるものの、パチンコ産業では6月30日に機械台の規制が行われる予定で、この影響により5月後半ごろから客離れがあると、悲観的に予想している。  |
|                  |            | 美容室（経営者）  | ・商店街の生鮮食品店が消滅するなか、高齢者は宅配便や配達業者へ注文していることもあり、ますます商店街における買い回り品が減少していく。   |
|                  | 設計事務所（経営者） | ・公共事業は、3年前から2～3%の範囲で毎年縮小し続けている。4月から新しい年度になるが、指名参加の希望及び枠がようやく決まったばかりで、5月、6月の名簿調整等から指名が遅れる見込みである。 |   |
|                  | 悪くなる       | 商店街（代表者）  | ・報道と異なり、身の周りでは一向に良くなる気配もなく、良い方向に転ずるポイントも見いだせない。これまで気候の不安定に苦労した衣料関係は、今後も同様に苦しい思いをすると予想される。                                       |
|                  |            | コンビニ（経営者）   | ・近隣に2店舗が出店したため、今後1年間は身動きが取れない。  |
|                  |            | 乗用車販売店（販売担当）  | ・一時安定していた原油の価格が再度上がってきていること、規制緩和による運送業界の乱立から、運賃の値下げ競争が激しくなっていること、そして環境規制が終了したことにより、代替事業が減ることの3点により、今後は需要が伸びず、2～3か月で、景気が次第に悪くなる。 |
| その他専門店〔服飾雑貨〕（統括） |            | ・来客数は確実に増加しているものの、ショッピングバックを手に入れている人が少ない。   |   |
| 企業動向関連           | 良くなる       | -   | -   |
|                  | やや良くなる     | 電気機械器具製造業（経営者）  | ・引き合いだけは非常に増えてきていることから、今後、受注が増える可能性はある。   |
|                  |            | その他製造業〔ゲーム〕（経営者）  | ・昨年末に発売された高価格の新しいハードウェアは、生産の立ち上がりの遅れもあり、市場への普及がメーカーの予定より遅れている。しかし、更なる値下げ及びコストダウンが発表されており、今後の拡販が期待できる。                           |
|                  |            | 建設業（経営者）  | ・昨年に比べ、引き合い物件が多く、現在引き合いになっている物件もまとまりそうである。  |
|                  |            | 建設業（営業担当）   | ・先日公表された地価も上昇傾向にあり、工事資材も値上がりし始め、工事見積価格も合わせて上昇しているため、景気が回復する兆しが見られる。   |
|                  |            | 輸送業（営業統括）   | ・需要が伸びると見込み、その先行投資として土地の購買と倉庫の建設を進めている。   |
|                  |            | 通信業（企画担当）   | ・受注量は増えており、大きな曲線で受注が拡大する分岐点に近付きつつある。  |
|                  |            | 金融業（審査担当）   | ・金利上昇があったが、今後も住宅ローン借入希望者は増加傾向にあり、各金融機関が取り込みに注力する。   |
|                  |            | 変わらない   | 一般機械器具製造業（経営者）  |

| 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）       | ・カタログを新しくしたので売上増を期待したいところであるが、景気の回復が遅れている傾向が強い建設業、流通業関連の売上幅が多い当社にとって、今はまだまだ本格的な明るさが見えない状況である。   |
|                       |   | その他製造業〔靴〕（経営者）       | ・一時のように、非常に悪いという情報はないが、良くなるということもなく、現状維持が当分続くと予想する。   |
|                       |   | 建設業（経理担当）            | ・新年度を迎えるに当たり、大手企業が手掛ける大規模開発以外、近辺で新たな案件は見当たらない。  |
|                       |   | 金融業（審査担当）            | ・木材販売業は、中国における建設ラッシュの影響でベニヤ板の価格が高騰しており、仕入価格の上昇を懸念している。  |
|                       |   | 金融業（渉外・預金担当）         | ・業種によって景気の状態に偏重が見られ、受注量が増えてきているところもあるなか、現状とそう変わっていないところが多い。   |
|                       |   | 不動産業（経営者）            | ・ワンルームの賃貸が過剰気味である。3月という一番の繁忙期にもかかわらず、駅周辺でも35部屋のうち半数が契約に至っていない。賃料を近隣と比べて安く設定した、3月に完成したばかりの63,000円のワンルーム6部屋のうち1部屋が残るといふ、新築物件では珍しい現象も見られる。 |
|                       |   | 不動産業（総務担当）           | ・身の回りから現況が変わる要素は見当たらず、貸しビル業界は、しばらく好景気が続くと予想される。   |
|                       |   | 広告代理店（従業員）           | ・新年度に向けた売上予想を立てているが、売上増を見込めそうな物件がない。広報、宣伝の分野はまだまだ厳しい状況にある。  |
|                       |   | 税理士                  | ・6月の住民税の増税に向けて、消費を控える納税者が増える。   |
|                       |   | その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者） | ・客先の先行き不透明感も強く、不安定な状態が続く。   |
|                       |   | やや悪くなる               |   |
| 化学工業（従業員）             | ・生産計画の見直しをしており、多少、減産の予定がある。   |                      |   |
| 金属製品製造業（経営者）          | ・各企業における新規設備投資の予定が示されず、見通しが立てられない状況にある。補修関係の仕事はあるものの、売上が落ちる気配がある。                                       |                      |   |
| 金融業（支店長）              | ・利上げの影響から、企業先の金利が若干上がる。上昇する預金金利の恩恵は、実際に預金を積んでいる高齢者が多く受ける一方、借入は、45歳以下の若年層が大きな割合を占めていることから、消費は若干低迷する。     |                      |   |
| その他サービス業〔情報サービス〕（従業員） | ・今月は年度末の余り予算での投資が主体となっている傾向が強く、新年度に向けた通信系投資案件が活性化しているわけではないため、一時的な好調さだと思われる。このため、2～3か月先は明るい状況になる可能性が低い。 |                      |   |
| 悪くなる                  |   | 一般機械器具製造業（経営者）       | ・仕事の受注量が今までの50%以下になっている。各社ともこのような割合で少なくなっており、このままでは製造を続けられなくなるところまで行き着くのではと心配している。  |
|                       |   | 輸送業（総務担当）            | ・公共事業関係の業務が多いため、例年、年度始めは仕事量が激減する。この新年度は特に量が少なく、他の方面に仕事を求めなくてはならない状況である。   |
| 雇用関連                  | 良くなる  | 求人情報誌製作会社（広報担当）      | ・新年度に向けて新聞広告も大口が決まってきており、4月以降、ますます調子が良くなることを期待している。   |
|                       | やや良くなる  | 人材派遣会社（営業担当）         | ・株価は悪くなったが、銀行、信託、証券共に、産業界及び個人資産増加の影響を受け、業績が好調である。求人の動きから今後とも景気は良くなる。  |
|                       |   | 職業安定所（職員）            | ・前年同月比での求人の減少は続いているものの、新規や長期間利用がなかった中小企業からの求人が増加傾向にあり、有効求人倍率も上昇している。商業開発やホテルの開業等により、飲食、宿泊業の求人が大きく増加していることから、春の観光シーズンに向けて観光客等の増加が見込まれる。  |
|                       |   | 学校〔専門学校〕（教務担当）       | ・来春卒業予定者の求人の多さが顕著である。中小企業の採用担当者からは、大手企業に新卒者を取られ、中小企業には学生が来てくれないのではないかと焦る声が多い。   |
|                       |   | 学校〔短期大学〕（就職担当）       | ・いまだに4月採用の求人票等があり、企業における人手不足がうかがえる。今後も随時、採用が行われていくだろう。  |

| 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（支店長）     | ・企業の採用意欲はあるものの、採用可能な登録者数が少なく、売上上昇につながらない。登録者で就業可能な人材が確保できれば良くなる。   |
|    |          | 人材派遣会社（支店長）     | ・大量に派遣を利用している企業ほど時給の値上げに対して消極的であり、この傾向が変わらない限り成約数の向上は厳しく、業績の大幅好転につながらない。   |
|    |          | 求人情報誌製作会社（編集担当） | ・業種的には医療事務や介護、看護関連の求人や飲食店スタッフの求人は相変わらず堅調であるが、そのほとんどが派遣社員やパート職であり、この動きに変化が見られない。  |
|    |          | 新聞社〔求人広告〕（担当者）  | ・求人と求職のバランスが崩れているのにもかかわらず募集条件を改善できない状態では、募集広告の意味がない。求職者が魅力を感じる好条件の提示による求人活動ができない限りこの状態は続く。   |
|    |          | 職業安定所（職員）       | ・転職希望による在職者数の増加が1月以降顕著である。新規求人はパートが中心であり、加えて派遣求人が前年同月比で大幅に増加しており、正規求人へ移行する傾向は見られない。雇用のミスマッチ解消は、難しい状況が続く。                                   |
|    |          | 職業安定所（職員）       | ・ここ最近では、大量離職の予定もないため、3か月先の景気も今と変わらないことが予想される。  |
|    |          | 民間職業紹介機関（経営者）   | ・景気回復やデフレ脱却が言われてるなか、企業業績も回復基調にあると見込まれるが、自社に限っては世間で言われるほど売上や利益が増えていない、と感じる事業者が存在する。求人は継続し、良い人がいれば採用するという姿勢をもちつつも採用には慎重姿勢を示すという傾向がしばらく続いている。 |
|    |          | 民間職業紹介機関（職員）    | ・新卒採用の競争激化、パート、派遣の社員化など、キャリア採用ニーズは当面続く見込みである。  |
|    | 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<br>関連 | 良くなる            | 旅行代理店（経営者）   | ・乗客数、客単価共に、良くなる。また、ゴールデンウィーク、夏休みの売上も増加する。予約も、早めの動きがある。                     |
|            |                 | 旅行代理店（経営者）   | ・現在は選挙前の様子見があり、選挙が終われば景気は順調になる。  |
|            | やや良くなる          | 一般小売店〔書店〕（経営者）   | ・店内改装の効果が徐々に出てきており、今後も少しずつ良くなっていく。   |
|            |                 | 百貨店（企画担当）  | ・名古屋駅前地区では商業施設が集積しつつあり、注目されているため、乗客数の増加は今後も数か月間は続く。                        |
|            |                 | 百貨店（販売担当）  | ・名古屋駅前地区には多くの企業が移転してきており、会社帰りに買物に立ち寄る女性客も増加している。そのため、ボーナス需要も例年以上になると見込まれる。 |
|            |                 | コンビニ（店長）   | ・今年も猛暑が予想されているため、飲料類の売上増加が見込まれる。   |
|            |                 | コンビニ（エリア担当）  | ・消費者の購買意欲はおう盛であり、今後も好調を継続する。   |
|            |                 | コンビニ（商品開発担当）   | ・気温上昇が進んでいる影響と、名古屋駅前地区の活性化により、今後も売上は増加する。                                  |
|            |                 | 衣料品専門店（売場担当）   | ・名古屋駅前地区のオフィス増加により、乗客数は今後も増加する。  |
|            |                 | 住関連専門店（営業担当）   | ・企業物件では工場、オフィス、大型路面店の建設が、住宅物件では賃貸住宅の建設が、今後も増加する。                           |
|            |                 | 旅行代理店（従業員）   | ・今年のゴールデンウィークは大型となるため、旅行の申込が増える。   |
|            |                 | その他サービス〔語学学校〕（経営者）   | ・問い合わせ件数が増加しており、数か月先の入校数の増加につながる。  |
|            | 住宅販売会社（企画担当）    | ・退職を機にリフォームを検討する人が増えており、問い合わせも中身の濃い内容が増えている。今後も良くなる。               |  |
| 変わらない      | 商店街（代表者）        | ・今月は例年に比べて気温が低く推移したため、売上は好調であったが、これはあくまで気候要因であるため、景気については今後も変わらない。 |  |
|            | 一般小売店〔贈答品〕（経営者） | ・客は若年層を中心に慎重に買物をしており、今後もしばらくは様子見が続く。                               |  |

| 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   |
|----|----------|--------------------|--|
|    |          | 一般小売店〔薬局〕<br>(経営者) | ・地場産業の不振が続いており、消費は盛り上がっていない。また、名古屋市内で魅力ある商業施設の集積が進んでおり、客はそちらに流れている。今後も、この傾向は続く。                      |
|    |          | 一般小売店〔酒〕(経営者)      | ・一部の業種の景気は良いが、他の業種にはなかなか波及しておらず、今後も変わらない。  |
|    |          | 百貨店(経理担当)          | ・今月は販売量、来客数共に停滞しており、数か月前の好調さが見られない。今後も現在の状況が続く。  |
|    |          | スーパー(経営者)          | ・相変わらず中小企業は厳しい状況にあり、経費を節約しながら現状を維持している状況である。消費も伸びておらず、3か月先の景気も変わらない。                                 |
|    |          | スーパー(経営者)          | ・超大型ショッピングセンターが郊外に開業し、既存の大型店でも増床が始まるため、中小スーパーでは厳しい状況が続く。   |
|    |          | スーパー(店長)           | ・買上点数の増加や客単価の上昇を図るため、し好みや適量品、増量品などの企画をするが、なかなか効果に結び付かない。衣料品も、客単価が上昇する兆しは見られない。当分、現在の状況が続く。           |
|    |          | スーパー(店員)           | ・土日の売上の落ち込みが激しい。今後、売上が回復する要素は見当たらない。   |
|    |          | スーパー(店員)           | ・客単価は、なかなか上昇しない。また、異常気象が起きると農作物に影響が出るため、不安材料である。   |
|    |          | スーパー(販売担当)         | ・一般の主婦層はまだ価格に敏感であり、3か月で景気が良くなる雰囲気はない。  |
|    |          | コンビニ(経営者)          | ・零細な小売業では、今後良くなる気配は今のところ全くない。そもそも、零細小売業の存在価値が今後もあるのかどうか、大変不安を感じる。                                    |
|    |          | コンビニ(エリア担当)        | ・厳しい競争環境は今後も続き、好転する材料はない。  |
|    |          | コンビニ(売場担当)         | ・今後良くなる要素は見当たらないが、悪くなる要素も特になく、変わらない。   |
|    |          | 衣料品専門店(企画担当)       | ・初夏商品、盛夏消費共に、需要を喚起できる商材トレンドが見当たらない。また、消費者の衣料に対する購買意欲も乏しい。  |
|    |          | 家電量販店(店員)          | ・名古屋駅前地区の開発など良い要素もあるが、異常気象の不安もあり、今後も変わらない。   |
|    |          | 乗用車販売店(従業員)        | ・客との会話から、少しずつ悪くなっていく傾向が今後も続くという印象を持っている。   |
|    |          | 乗用車販売店(従業員)        | ・夏に向けて新型車投入を控えており、増販が期待できるが、長くは維持できない。新車販売は、かなり苦しくなる傾向に変わりはない。                                       |
|    |          | 乗用車販売店(従業員)        | ・良くなる要因も悪くなる要因も、大きなものは特にない。  |
|    |          | 乗用車販売店(総務担当)       | ・高級品以外の個人消費がまだまだ慎重であり、今後も変わらない。  |
|    |          | 一般レストラン(スタッフ)      | ・気候の変化による客の増減はあるが、それ以外は今後もあまり変わらない。  |
|    |          | 観光型ホテル(販売担当)       | ・現在は地方選挙の影響により、新年度の出足が鈍っている。選挙後は回復が見込まれる一方で、近年は新年度の社長交代や新社屋の竣工に際して、以前のような式典を開かない傾向にあり、全体的には現状と変わらない。 |
|    |          | 都市型ホテル(支配人)        | ・様々な仕入れコストの上昇を、販売価格に転嫁できないままである。今後も厳しい状況が続く。   |
|    |          | 旅行代理店(従業員)         | ・旅行業は、天候に左右される。今後の気候が例年どおりなら多少良くなるが、天候不順が続いており、懸念もある。  |
|    |          | 通信会社(企画担当)         | ・競争は一段と激化している。限られたパイの取り合いが今後も続く。   |
|    |          | ゴルフ場(経営者)          | ・3か月先までの予約状況は、前年同月を上回っている。ただし、客単価は相変わらず下がり続けており、全体的には現状と変わらない。                                       |
|    |          | ゴルフ場(企画担当)         | ・今後はゴルフシーズンに入るが、4月の予約件数は前年に比べて今一つ不調である。5月はやや良くなっているが、2、3か月先もこのまま変わらない。                               |
|    |          | 設計事務所(経営者)         | ・案件数の変動がなく、安定した状況が続く。  |
|    | やや悪くなる   | 商店街(代表者)           | ・景気の良さは名古屋駅前地区に集中しており、他の地域への波及効果はほとんどない。今後も厳しい状況が続く。   |



| 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  |
|-------------|---|------------------|---|
|             |   | 百貨店（売場主任）        | ・今年に入り乗客数、売上の前年割れが続いており、急に悪くなることはないにしても、少し悪化傾向にある。売上が天候に左右されやすいこともあるが、購買意欲そのものが感じられない状況が、今後も続く。                             |
|             |   | 百貨店（企画担当）        | ・百貨店の新装開店や新商業施設の開業などが相次いでおり、来客数は伸びているにもかかわらず、販売量につながらない状態が続いている。また、一般的に買い控えの傾向がある。今後もこの傾向は続く。                               |
|             |   | 百貨店（外商担当）        | ・今後も数か月間は、名古屋駅前地区の新商業施設に流れる客が増え、売上も減少する。  |
|             |   | スーパー（経営者）        | ・中小スーパーは、大型店同士の競合のはざ間にあり、売上は徐々に減少していく。それに伴い、卸売業者も淘汰されていく。   |
|             |   | コンビニ（店長）         | ・アルコール販売の完全自由化に伴い、近くのスーパー、コンビニなどが軒並みアルコール販売を開始しており、その影響を受ける。  |
|             |   | 乗用車販売店（従業員）      | ・自動車の販売、流通状況を見ると、今月から明るい見通しがなくなってきており、やや悪くなる方向に動いている。   |
|             |   | 乗用車販売店（従業員）      | ・決算期でも、景気が良いと言われる法人需要が伸びず、苦戦を強いられている。今後数か月間の時期は例年、法人、個人共に受注の落ち込みがあり、加えて夏の新型車投入までの端境期になるため、更に厳しさを増す。                         |
|             |   | その他専門店〔貴金属〕（店長）  | ・ユーロ高に伴う海外ブランド品の値上げのため、売上はかなり悪化している。今後も厳しさを増す。  |
|             |   | 高級レストラン（スタッフ）    | ・販売促進活動によって予約客を維持しているが、一般の来客数は減少しており、回復の兆しはうかがえない。  |
|             |   | 一般レストラン（経営者）     | ・気候が良くなると、営業職や建設関係の人たちはコンビニ弁当で済ませてしまうことがあり、来客数は減少する。  |
|             |   | スナック（経営者）        | ・ゴールデンウィークが大型になるため、休み明けは繁華街に人出が少なくなり、静かになる。6、7月のボーナス時期までは、静かな時期が続く。   |
|             |   | 観光型ホテル（経営者）      | ・4～6月の宿泊予約件数は、前年比80%、95%、80%と低調であり、やや悪くなる。昼食予約も、同45%、80%、70%と、やや悪い。   |
|             |   | 都市型ホテル（スタッフ）     | ・半年ほどは、名古屋駅前地区の新商業施設に客が流れるため、飲食を中心に来客数はあまり見込めない。  |
|             |   | 通信会社（開発担当）       | ・業務の統合、効率化が進められており、事業所の業務量は縮小する。  |
|             |   | テーマパーク（職員）       | ・高速道路の発達に伴い日帰り客が多くなっており、当施設に立ち寄らずに通過する傾向がある。今後、少しずつ厳しくなる。   |
|             |   | パチンコ店（経営者）       | ・規制強化に伴い、少し悪くなる。  |
|             |   | 理容室（経営者）         | ・低価格店がまた、近くに開店するため、客を奪われる。  |
|             |   | 住宅販売会社（従業員）      | ・名古屋駅前地区への企業進出を目当てに、建設された単身者用ワンルームのうち、高額家賃の物件は敬遠されており、好立地にもかかわらず入居率は高くない。ファミリー用の2LDK以上の入居率は、ワンルームほど悪くはないが、全体としてやや悪くなる方向である。 |
|             |   | 住宅販売会社（従業員）      | ・一部の住宅設備機器メーカーが、商品の値上げを申し出てきている。住宅部材全体への値上げにつながれば、需要を減少させる要因となる。  |
|             |   | 悪くなる             |   |
| コンビニ（エリア担当） | ・競合店が出ることで決まっているため、厳しい状態になる。コンビニ業界では今後も、こうした流れはずっと続く。 |                  |   |
| パチンコ店（店長）   | ・機械の基準変更で機械価格が高騰しており、消費者に負担が掛かりすぎる。今後は客離れを起す。         |                  |   |
| 美容室（経営者）    | ・既に競争は厳しいが、今後も美容室はどんどん増える。                            |                  |   |
| 企業動向関連      | 良くなる  | 企業広告制作業（経営者）     | ・大規模なビル、商業施設の建設、開業が続き、それらが一段落するまでは、良くなる。  |
|             | やや良くなる  | 出版・印刷・同関連産業（経営者） | ・三重県内の景気は、全体的に緩やかに上昇しており、今後もやや良くなる。   |
|             |   | 窯業・土石製品製造業（社員）   | ・新製品で継続受注できる見込みの案件が2、3点あり、3か月後には軌道に乗る。  |

| 分野    | 景気の先行き判断        | 業種・職種  | 景気の先行きに対する判断理由  |
|-------|-----------------|--|---|
|       |                 | 輸送用機械器具製造業（統括）                                     | ・今後も、受注は順調に増加する。  |
|       |                 | 輸送用機械器具製造業（経理担当）                                   | ・引き続き、高価格製品の売行きが良くなる。   |
|       |                 | 建設業（総務担当）  | ・今後、施設の改善がどんどん進む。   |
|       |                 | 輸送業（従業員）   | ・運輸業では、一般雑貨の荷動きがやや上向いている。また、トラックの主燃料の軽油価格がやや下がり、明るい兆しである。   |
|       |                 | 金融業（従業員）   | ・特に自動車関係で、これからますます忙しくなると話す客が増えている。  |
|       |                 | 経営コンサルタント  | ・ファンドによる不動産買いで、地価は徐々に上がりつつある。これに実需が続き、地価は更に上昇する可能性がある。  |
|       |                 | その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）                                | ・仕事量は今後も増加する。上半期はシステム技術者の奪い合いになる。   |
| 変わらない |                 | 食料品製造業（企画担当）                                       | ・販売数量は前年を上回ってきているが、オーストラリアの干ばつや需要の変化により、輸入農産物の価格が上昇してきている。しかし、現状では価格転嫁ができず、今後も引き続き業績を圧迫する。                                  |
|       |                 | 紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）                                 | ・取引先では、省資源化のために、段ボールから他のより再生しやすい包装資材へと切り替える動きが進んでいる。そのため、他の素材への転換が急務となっている。   |
|       |                 | 一般機械器具製造業（販売担当）                                    | ・受注の大半を占めるアメリカからの引き合い、受注に、改善の兆しがまだない。大きなプロジェクトも、無期延期の状態である。カナダ、ヨーロッパ、アジアでの営業活動は活発であるが、単価があまり大きくないため、受注量が増えても全体の売上はあまり上がらない。 |
|       |                 | 一般機械器具製造業（経理担当）                                    | ・今後の受注量は、現状維持である。大きな伸びは期待できない。  |
|       |                 | 電気機械器具製造業（経営者）                                     | ・素材価格が高くなることを考えると、ほとんど変わらない。良くなる要素は特にない。  |
|       |                 | 電気機械器具製造業（営業担当）                                    | ・明るい要素は、特に見られない。  |
|       |                 | 建設業（経営者）   | ・景気が良くなる材料は、見当たらない。地価は下げ止まらず、安いなら買おうという客もいない。建物を建てる意欲もない。   |
|       |                 | 輸送業（経営者）   | ・燃料費は落ち着いているが、人件費、採用費などがややコスト増加要因となる。しかし、大きな環境変化は当面無い。  |
|       |                 | 輸送業（エリア担当）   | ・貨物量には特に際立った動きはなく、先行きも変化は無い。  |
|       |                 | 輸送業（エリア担当）   | ・今月の荷動きは悪いが、客先からの情報では現状が続くとのことであり、3か月先も変わらない。   |
|       |                 | 輸送業（エリア担当）   | ・例年この時期には、荷物輸送の引き合いや新規客からの問い合わせがあるが、今年はそのようなことがなく、先行きは不透明である。   |
|       |                 | 金融業（企画担当）  | ・不動産は個人、法人共に、相変わらず動いており、当面は現状のまま推移する。   |
|       |                 | 広告代理店（制作担当）  | ・新規の取引は、ほとんどない。あってもコストを下げているため、現状維持である。   |
|       |                 | 新聞販売店〔広告〕（店主）                                      | ・折込広告は流通、不動産の伸びが目立つが、サービス業の減少があり、全体としては変わりなく推移する。   |
|       |                 | 会計事務所（職員）  | ・大企業の下請業務が中小企業に波及し、受注量は増加している。しかし、金利や人件費、設備投資の増加に伴う費用が増える傾向にある。また、受注期間が短く、単発であるため、中小企業の収益はあまり改善しない。                         |
|       |                 | その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）                                | ・設備投資が大きく落ち込むことはなく、現在の状態が続く。  |
|       |                 | やや悪くなる   |   |
| 悪くなる  | 窯業・土石製品製造業（経営者） | ・窯業界の景気の先行指数となる住宅着工件数は、3か月前と比べて7.7%減少しており、今後は悪くなる。 |   |
|       |                 | 鉄鋼業（経営者）   | ・大手企業が利益を独占しており、この産業構造は今後も変化しそうにない。   |
|       |                 | 金属製品製造業（経営者）                                       | ・引き合いが減少してきている。先行きは一段と厳しくなる。  |

| 分野       | 景気の先行き判断       | 業種・職種  | 景気の先行きに対する判断理由   |
|----------|----------------|--|--|
| 雇用<br>関連 | 良くなる<br>やや良くなる | 新聞社〔求人広告〕<br>(担当者)   | ・新年度から、大手自動車メーカーによる国内外での増産を背景に、期間工の募集が3割増えるなど、高水準の採用計画がある。                       |
|          |                | 新聞社〔求人広告〕<br>(営業担当)  | ・企業の正社員採用意欲はおう盛であり、来春入社の新卒ガイダンスへの企業参加数は、30%ほど増加している。新卒求人は20%ほど増加しており、売手市場が続いている。 |
|          |                | 職業安定所(職員)  | ・就職率は、ここ数か月間は好調を維持する。企業の人員整理が減少するならば、やや良くなる。                                     |
|          |                | 民間職業紹介機関(職員)   | ・まだ求人数は増え続けており、2、3か月先も順調に推移する。   |
|          | 変わらない          | 人材派遣会社(経営企画)   | ・技術者への需要はおう盛であるが、各社が技術者の採用に力をいれているため、大幅な採用が行えない状況が続く。                            |
|          |                | 人材派遣会社(経営者)  | ・人材不足が今後も続く。   |
|          |                | 人材派遣会社(社員)   | ・派遣依頼件数は、例年並みを予想している。しかし、人材確保が難しい。   |
|          |                | 人材派遣会社(社員)   | ・派遣求人数の増加傾向は続くが、要求される技能を満たす人材の不足が深刻化し、売上の伸びは鈍化する。                                |
|          |                | 人材派遣会社(社員)   | ・派遣スタッフが慢性的に不足し、業績は伸び悩む。   |
|          |                | アウトソーシング企業<br>(エリア担当)  | ・自動車関連の生産工場の海外移転に伴い、人手不足は若干緩和されているが、不足していることに変わりはない。2、3か月後には、再び深刻な労働者不足に陥る。      |
|          |                | 求人情報誌製作会社<br>(編集担当)  | ・大きく変わる要因は特になく、安定的に推移する。   |
|          |                | 求人情報誌製作会社<br>(企画担当)  | ・有期雇用中心から正社員雇用へと切り替える傾向も見られるが、全体的には停滞感がある。                                       |
|          | 職業安定所(所長)      | ・人手不足が恒常化している。今後も、雇用情勢は引き続き、安定した動きをする。                             |  |
|          | 職業安定所(職員)      | ・求人、求職共に増加する傾向は、3月に入っても変わっていない。人材派遣などの非正規雇用が中心ではあるが、企業の人材不足は今後も続く。 |  |
| やや悪くなる   | 人材派遣会社(社員)     | ・4月以降、求職者数は鈍化し、求人数は大幅に落ち込む。  |  |
| 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<br>動向<br>関連 | 良くなる                  | 百貨店(営業担当)   | ・能登半島地震による来客数の落ち込みは大きいですが、この後遺症は徐々に回復し、数か月後にはかなりの水準に戻る。                   |
|                |                       | 一般小売店〔精肉〕<br>(店長)   | ・能登半島地震の影響で消費動向は一時的に落ちたが、今後は買い回り客の増加で良くなる。                                |
|                | やや良くなる                | 百貨店(営業担当)   | ・消費の大きな流れとしては、これから始まる団塊世代の大量退職がある。退職者に対して余暇の提案を行うことにより、旅行や健康などの関連商品が動く。   |
|                |                       | 家電量販店(店員)   | ・5月に当社の1店舗が市内にオープンし、協賛セールを行う。これに対抗し、ライバル店でも種々の仕掛けを行うため、客の購買力は上昇する。        |
|                |                       | 乗用車販売店(総務担当)  | ・5月には主力のセダンがモデルチェンジする。当社にとって本年最大の量販車の新型であり、また団塊世代をもターゲットにしているので、大きな受注がある。 |
|                |                       | その他専門店〔医薬品〕<br>(営業担当)   | ・ごみ袋、洗剤など生活用品の売上は堅調に推移しており、景気は今後も緩やかに上昇する。                                |
|                |                       | タクシー運転手   | ・新年度に入り、歓迎会や行楽などで忙しい時期になる。客の会話からは、前年以上のタクシー利用が期待できる。                      |
|                |                       | 通信会社(営業担当)  | ・携帯電話は売れない時期に向かうが、4月から実施する機種変更の優遇施策により、変更台数の増加が期待できる。                     |
|                |                       | 住宅販売会社(従業員)   | ・景気の底固さを実感している客層が増えている。若い人でも住宅取得の意欲が高まってきている。                             |
|                |                       | 変わらない   | 一般小売店〔書籍〕<br>(店長)   |
|                | 一般小売店〔事務用品〕<br>(営業担当) | ・価格競争がますます激しくなっているが、先日の能登半島地震の影響で耐震工事やセキュリティ関係のニーズが若干でも出てくることを期待している。 |   |

| 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  |
|----|----------|-----------------------|---|
|    |          | 百貨店（営業担当）             | ・これからの婦人服は春物ではなく初夏物が前倒しで登場する。能登半島地震の余震が続くなか、ゴールデンウィークの旅行や母の日のプレゼントなどに向けて、消費者のモチベーションは徐々に回復していく。   |
|    |          | スーパー（店長）              | ・客単価の低下に歯止めが掛かり、徐々にではあるが上昇傾向が見られる。  |
|    |          | スーパー（店長）              | ・売上の前年実績の維持が難しくなっており、今後2、3か月も同様である。また、気温の変化が読みづらく、衣料品を中心とした売上の確保が厳しい。   |
|    |          | スーパー（総務担当）            | ・製造業関連の求人が多いためか、食品スーパーやホームセンターでパート、アルバイトの募集をしても応募者が少ない。   |
|    |          | コンビニ（経営者）             | ・6月から北信越野球リーグが近くの野球場で開催されるため、当店への来場者は増加する。しかし、試合数が少ないため、その効果は限定的と思われる。  |
|    |          | 乗用車販売店（営業担当）          | ・来場者数は前年比約5%減少したが、この動きから見て今後もあまり変わらない。  |
|    |          | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者） | ・石油販売業界の過当競争はしばらく続く。  |
|    |          | 観光型旅館（経営者）            | ・旅行社の企画する宿泊内容には少しずつ高額商品が登場しており、景気の上昇傾向が感じられる。しかし、先日の能登半島地震の影響、風評被害が心配である。   |
|    |          | 都市型ホテル（スタッフ）          | ・5月以降の一般宴会の受注状況が低迷していることに加え、能登半島地震の影響がいつ回復するか分からない。しばらくは低迷する。   |
|    |          | 都市型ホテル（スタッフ）          | ・予約は前年の水準を下回っている。   |
|    |          | 旅行代理店（従業員）            | ・能登半島地震の影響もあり、旅行の自粛傾向が懸念される。  |
|    |          | 通信会社（社員）              | ・携帯電話の番号ポータビリティの需要が落ち着き、例年並みの販売量が見込まれる。   |
|    |          | 住宅販売会社（総務担当）          | ・地価に下げ止まり感が見え、今後の不動産の動きが注目される。  |
|    | やや悪くなる   | 百貨店（売場主任）             | ・地域性もあるが、能登半島地震の影響が短期的には解消されそうにない。  |
|    |          | 百貨店（売場担当）             | ・来客数はここ数か月連続でやや落ち込んでおり、回復の兆しを感じられない。  |
|    |          | コンビニ（店長）              | ・暖冬による好影響が、今後は平常に戻る。また朝の売上が減少している点も懸念材料である。   |
|    |          | 家電量販店（経営者）            | ・テレビの売行きが低調になり、パソコンも期待できず、他に全体を持ち上げていく商品が見当たらない。  |
|    |          | 乗用車販売店（経営者）           | ・春の商戦は不調のままで終わるが、当分は車の小型化志向が続くとみられ、普通車や高級輸入車の先行きは暗い。  |
|    |          | 高級レストラン（スタッフ）         | ・能登半島地震による風評被害などが収まるまでは厳しい状況が続く。  |
|    |          | 一般レストラン（スタッフ）         | ・6月には駅前に飲食ゾーンとホテルがオープンする予定であり、先般オープンしたショッピングセンターと合わせ駅前の開発が進んでいる。客もオープン景気で駅前に流れると予測され、従業員の雇用も一層難しくなる。また、今回の能登半島地震で、観光を地場産業としている地元にとっては打撃となる。 |
|    |          | スナック（経営者）             | ・客の会話を聞くと、景気の先行きは“一進一退”で、明るい方向性があまり感じ取れない。  |
|    |          | 観光型旅館（スタッフ）           | ・能登半島地震が起きた周辺地域では、風評による旅行の取り止めが発生する。  |
|    |          | 通信会社（役員）              | ・19年度上半期はケーブルテレビの契約増に結び付くイベント等の要因が少なく、最近の低調傾向が当面続く。   |
|    |          | 住宅販売会社（従業員）           | ・住宅ローン金利の上昇や材料関係の軒並み高騰にもかかわらず、駆け込みを含めた需要の盛り上がりが見えない。  |
|    | 悪くなる     | 一般小売店〔鮮魚〕（従業員）        | ・能登半島地震により、周辺地区の売上が今後数か月間見込めなくなった。また、諸会合の自粛ムードも高まってきている。  |
|    |          | 旅行代理店（従業員）            | ・能登半島地震の影響で、個人、法人（団体）とも旅行に自粛の動きが出る。   |

| 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   |
|----------------|-----------|---|--|
|                |           | テーマパーク（職員）  | ・能登半島地震の直接的な被害は無かったが、今後風評被害が生じる懸念があり、来場者数の減少など厳しい状況が予想される。   |
|                |           | その他レジャー施設（職員）   | ・能登半島地震により、春休みの来客数が減っている。今後、特に宿泊客の減少が心配である。  |
| 企業<br>動向<br>関連 | 良くなる      | -   | -  |
|                | やや良くなる    | 一般機械器具製造業（経営者）  | ・毎年度末に多い駆け込み受注や客先からの発注について、今年は1月末から3月初めにかけて繰り上がったため、先行きの落ち込みはなさそうである。業界全体として12月に受注が若干減少したが、2、3月にかけて回復しており、今後も良くなる。 |
|                | 変わらない     | 繊維工業（経営者）   | ・受注の先行きは不透明感が強く、不安定な状況が続く。   |
|                |           | 電気機械器具製造業（経理担当）   | ・ヒット商品が見当たらない。   |
|                |           | 精密機械器具製造業（経営者）  | ・当社の受注量全体としては当初の計画以上に増えてきており、目下増産準備中である。一方、国内小売業態としてはワンピースショップの台頭など、眼鏡産地にとってはますます厳しい環境になってきている。                    |
|                |           | 輸送業（配車担当）   | ・運送会社として、コスト削減に限界が来ており、運賃値上げの見込みが無い以上、現状は変わらない。  |
|                |           | 通信業（営業担当）   | ・今は年度末ということもあり、取引先の動きは若干上向いているが、実態は暖冬の先出し需要と思われ、これから徐々に落ち着く。   |
|                |           | 不動産業（経営者）   | ・不動産の価格もかなり落ち着き、販売量も横ばいで推移しているが、この状態が続く。   |
|                |           | 司法書士  | ・中心部の土地の売りに底値感はあるが、具体的な契約成立の話はあまり無い。多重債務関係では、過払い金請求事件の増加に対し、返済資金が続かない貸金業者が出てきている。                                  |
|                | やや悪くなる    | 食料品製造業（企画担当）  | ・主原料、副原料価格の高騰が進む。主原料の世界的な消費拡大による品薄傾向、副原料の代替エネルギーへの転換による量的減少が要因である。   |
| 建設業（経営者）       |           | ・公共事業に依存している土木工事業において、従業員のリストラが相変わらず進んでいる。技術者も技能者も減少し、直営で施工できる業者やしっかり施工管理できる業者は限られてきている。また、建設業界の将来を見限り、体力のあるうちに廃業を決断し、新規受注をしない業者も現れた。 |  |
| 悪くなる           | 建設業（総務担当） | ・受注価格競争が依然としてし烈ななかで、原材料や職人不足によるコストアップが見込まれ、好転の兆しは見受けられない。   |  |
| 雇用<br>関連       | 良くなる      | -   | -  |
|                | やや良くなる    | 新聞社〔求人広告〕（担当者）  | ・有効求人倍率、各企業の賃上げ状況、地価の公示などの動きから、徐々にではあるが、上昇傾向が進む。   |
|                | 変わらない     | 人材派遣会社（社員）  | ・地場企業の人材確保もかなり厳しさが見られ、正社員採用までのつなぎの派遣需要が目につくようになってきた。   |
|                |           | 職業安定所（職員）   | ・企業が非正規社員から正規社員へ募集を移行する動きは鈍い。長期的に見た場合、経営者にはリスクが大きいという判断があると思われる。   |
|                |           | 民間職業紹介機関（経営者）   | ・求人数に大幅な増減が見られない。  |
|                | やや悪くなる    | -   | -  |
| 悪くなる           | -         | -   |  |

## 7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（株））

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

| 分野             | 景気の先行き判断 | 業種・職種  | 景気の先行きに対する判断理由  |
|----------------|----------|--|---|
| 家計<br>動向<br>関連 | 良くなる     | -  | -   |
|                | やや良くなる   | 商店街（代表者）   | ・午後の来街者の減少が目立つものの、1～3月の春物商材の売行きは好調となっている。ただし、先行きについては楽観視できない。 |
| 百貨店（売場主任）      |          | ・2、3か月先は夏物商戦に入るが、来月には近隣で大型商業施設がグランドオープンするため、来街者の増加でにぎわう。 |   |

| 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）                          | ・近隣で百貨店がオープンしたほか、大型商業施設の2期工事が完成するため、特に生鮮食料品については入店客数が増加する。入店客が増えると売上も比例して増加するため、先行きは良い方向へ向かう。                             |
|    |          | 百貨店（営業担当）                          | ・ブランド品にも新しい商品が出てきているため、今後は需要が高まる。   |
|    |          | 百貨店（マネージャー）                        | ・京都地区内の競合店の閉店により、競争が若干緩やかになる。   |
|    |          | スーパー（店長）                           | ・暖冬で防寒関連商品にお金が使われなかった分、これからの行楽シーズンは需要が増える。  |
|    |          | コンビニ（経営者）                          | ・これまで以上に高額商品のラインアップを増やし、客の購買意欲を高める売場とすることで客単価が更に上昇する。   |
|    |          | 衣料品専門店（営業・販売担当）                    | ・春夏物スーツに対する問い合わせが増えている。   |
|    |          | 乗用車販売店（経営者）                        | ・新車の販売や車検の予約が好調に推移しており、もう少しこの状態が続く。   |
|    |          | 住関連専門店（経営者）                        | ・見積から受注につながる割合が上昇しているなど、今後も需要は高い水準で推移する。  |
|    |          | 高級レストラン（支配人）                       | ・花見シーズンになって来客数が安定しており、例年のない好成績を維持しているため、今後も上向き傾向となる。  |
|    |          | スナック（経営者）                          | ・今月は団体客が増えたが、人数が多いほど価格条件も厳しくなるため、以前ほど売上は伸びていない。ただ現状では、これでも良しとせねばならない。   |
|    |          | 観光型ホテル（経営者）                        | ・先の予約状況が特に良いわけではないが、ここへ来て個人、グループ客からの問い合わせも増えている。ただし、団体客は旅行代理店が相変わらず低料金で誘導しているため、旅行代理店間の過剰競争がなくなる限り、団体旅行の料金が適正価格となることは難しい。 |
|    |          | 観光型旅館（経営者）                         | ・近隣の国道の完全通行止めが4月下旬には解除されることから、交通量が戻って来客数が回復する。  |
|    |          | 都市型ホテル（スタッフ）                       | ・海外旅行代理店からの受注がコンスタントに入ってきている。宴会、婚礼は単価が上昇しにくいものの、件数の確保によって売上が増加する。   |
|    |          | 都市型ホテル（営業担当）                       | ・宿泊は旅行代理店からの個人予約が順調に入ってきている一方、宴会では大きな動きはなく例年並みである。  |
|    |          | 通信会社（社員）                           | ・奈良県中南部で加入数が伸びている。客の間では、光ファイバーを利用したIP電話や低価格サービスの認知度が高まりつつある。  |
|    |          | 観光名所（経理担当）                         | ・当社のような集客施設でも、少しずつ来場者数の回復がみられる。   |
|    |          | 遊園地（経営者）                           | ・3種類の施設を増設した効果が出てくる。  |
|    |          | その他レジャー施設<br>[ イベントホール ]<br>( 職員 ) | ・予約状況が順調に推移しており、特に来月は非常に良い。   |
|    |          | その他レジャー施設<br>[ 球場 ] ( 経理担当 )       | ・プロ野球シーズンが始まり、4月には人気球団による3試合が開催される。また、アイドルグループのコンサートが2日間開催されるため、若者を中心に来場客が増える。  |
|    |          | その他サービス [ 生命保険 ] ( 営業担当 )          | ・各業種で新規採用数を増やす傾向にあるため、新入社員に対する生命保険の販売数が増加する。  |
|    |          | 住宅販売会社 ( 経営者 )                     | ・利便性の高い場所に限っては、今後も需要が増える。   |
|    |          | その他住宅 [ 情報誌 ]<br>( 編集者 )           | ・昨年来、販売スケジュールが後ろ倒しとなっていた大型物件やトピックス物件などが販売され始めることにより、マーケットが活性化する。  |
|    | 変わらない    | 一般小売店 [ 酒 ] ( 経営者 )                | ・枚方市は東海道56番目の宿場に当たるため、今月から毎月第2日曜日に手作り市が開かれている。それに対する客の反応が非常に良く、当店に興味を持つ客も多いので、今後はリピーター客が増える。                              |
|    |          | 一般小売店 [ コーヒー ] ( 営業担当 )            | ・暖冬で外出、外食する人が増えて売上が伸びているものの、これから更に伸びることはなく、横ばいで推移する。  |
|    |          | 一般小売店 [ 楽器 ] ( 販売担当 )              | ・入学シーズンには例年売行きが良くなるが、最近は客単価も低い状況であるため、このまま低調に推移する。  |
|    |          | 百貨店 ( 売場主任 )                       | ・来客数が非常に少ないほか、以前のようにあれもこれも買うのではなく、目的の商品のみを購入している。   |

| 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   |
|----|----------|-------------------|--|
|    |          | 百貨店（売場主任）         | ・消費者のし好の変化により、衣料品の売上は気候などの特別な要因がなければ大きく伸びることはない。   |
|    |          | 百貨店（企画担当）         | ・目立ったトレンドがないのに加えて客の好みの変化が激しく、対応が難しい。   |
|    |          | 百貨店（経理担当）         | ・預金金利の上昇や春闘での賃上げといった若干明るい話題もあるものの、ヒット商品が不在のため、売上が大きく伸びることはない。  |
|    |          | 百貨店（営業担当）         | ・富裕層の間でも、高額品を買う客とそれ以外の客が出てきている。さらに今後は買物よりも海外旅行やエステなどを選ぶ客が増えることで、売上は伸び悩む。   |
|    |          | 百貨店（統括）           | ・前年の5、6月は、雨が多く気温も低かったことで衣料品が売れなかった一方、食品、生活関連は前年比で伸びたことから、今年も全体としては変わらない。   |
|    |          | スーパー（経営者）         | ・現在の好調はまさに天候による部分が大きく、消費のトレンドが大幅に改善している実感はない。上質の商品も売れ出しているものの、まだまだ限定的であり、客単価を押し上げるほどの勢いはない。ただし、今回の労使交渉の結果、賃上げが中小企業にまで広がれば売上は伸びる。 |
|    |          | スーパー（店長）          | ・所得税の定額減税の廃止などによる所得の減少感が強いいため、消費が大きく伸びていくことはない。  |
|    |          | スーパー（店長）          | ・中小企業や年金生活者の多いこの地域では、所得の改善といった話も聞かれず、売上がけん引する新製品も少ないことから、数か月で上向き要素は見当たらない。ただし、客の購買状況をみると悪くなるという動きもない。                            |
|    |          | スーパー（広報担当）        | ・競合店との厳しい競争が続く。  |
|    |          | コンビニ（店長）          | ・新商品やカウンターのファーストフードに重点をおいた品ぞろえで売上増加を図っているものの、現在のところはまだ結果が出ていない。  |
|    |          | コンビニ（マネージャー）      | ・近隣には大手の事業所が多く、雇用環境も改善していることから、今後は新入社員の増加により新規客の来店が増える。  |
|    |          | 家電量販店（企画担当）       | ・目玉商品がないほか目立った行事の予定もない。何かイベントを行ったとしても前年並みが精一杯である。  |
|    |          | 住関連専門店（店長）        | ・団塊世代やそれ以上の世代に、インターネットよりも店頭で買う方が良いという客が残っているうちは、何とかしのぐことができる。  |
|    |          | その他専門店〔宝飾品〕（販売担当） | ・話題になりそうな商品が見当たらないほか、円高によるコストダウンも難しい。  |
|    |          | 一般レストラン（スタッフ）     | ・これからの時期は暖くなって売上が上向きだが、前年の水準をクリアするような勢いはない。  |
|    |          | 一般レストラン（スタッフ）     | ・来客数は横ばいであるが、客単価が若干ながら上昇している。ただし、2、3か月先には不安定な要素があることから、全体としてはほぼ横ばいで推移する。   |
|    |          | 都市型ホテル（スタッフ）      | ・宿泊は好調を維持できるものの、法人による宴会の受注ペースが今月から落ち込んでいる。特に、取引先会や業界団体による会合の解散や縮小が目立つことから、今後は厳しい状況となる。   |
|    |          | 都市型ホテル（マネージャー）    | ・個人客の動きは堅調に推移するが、特に大阪では法人客の動きの弱い状況が続く。   |
|    |          | 都市型ホテル（役員）        | ・今月は宿泊、宴会共に前年を大きく上回っているが、3か月先もこの状況が続くことはない。しかし、間際の申込が活発であることから、前年を下回ることはない。  |
|    |          | 旅行代理店（経営者）        | ・前月に続き、店によって達成率にばらつきが出ている。高額の予約の有無によって大きな差が出るため、先行きが非常に予測しにくい。   |
|    |          | 旅行代理店（広報担当）       | ・今年はゴールデンウィーク後に国体や博覧会などの大きなイベントがなく、関西国際空港の2期オープンのみであるなど、客の購買意欲を高めるような条件が少ない。   |
|    |          | タクシー運転手           | ・新年度で人の動きは多少出てくるものの、年度末の低調な状況をみると先行きが懸念される。  |
|    |          | タクシー運転手           | ・街全体の状態が多少良くなっている。更に良くはならないものの、今の状態が続く。  |
|    |          | タクシー会社（経営者）       | ・個人客、法人客共に交通費を節約する傾向が続いている。特に企業はタクシーチケットの利用が非常に減っているなど、今後も節約傾向が続く。   |

| 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  |
|--------|----------|---|---|
|        |          | 通信会社（経営者）                                       | ・携帯電話の販売には新規販売と機種変更があるが、今期末には各通信会社による新規販売の刺激施策にある程度の反応がみられた。4月以降はそれが落ち込む代わりに、機種変更の需要が増加する。                  |
|        |          | 観光名所（経理担当）                                      | ・昨年の上半から来客数、販売量共に前年に比べて良い状況が続いているが、これ以上良くなることはなく、当分は今の状況が続く。  |
|        |          | 競輪場（職員）   | ・年末からの改善傾向が止まって下降気味となっているが、この状況が大きく好転する材料が見当たらない。   |
|        |          | その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）                      | ・今後はCDセル売上が軟調な推移となる。  |
|        |          | 住宅販売会社（経営者）                                     | ・集客率が非常に悪く、新聞チラシはもちろん、住宅情報誌やホームページなどを駆使してもなかなか上がらない。それに伴って、契約件数も伸びていない状況である。                                |
|        |          | 住宅販売会社（従業員）                                     | ・客の年収などの資金面から判断すると、現在の販売単価が適正水準であるため、現状のままで推移する。  |
|        |          | 住宅販売会社（総務担当）                                    | ・建売住宅については1次取得者数は横ばいである一方、建て替え客は金利上昇傾向にあっても無理をする様子はない。  |
|        | やや悪くなる   | スーパー（経営者）                                       | ・周辺地域では暖冬で減収となった企業が多いため、今後の買物動向にも影響が出る。   |
|        |          | 乗用車販売店（営業担当）                                    | ・ほかの修理工場との価格競争で単価が下がってきている。サービスの質で差別化を図りたいが、客は価格しか見ていないため、売上、粗利共に悪化している。                                    |
|        |          | 住宅販売会社（従業員）                                     | ・3月にしゅん工するマンションが多いため、今後は売行き不振物件による完成在庫数の増加が進む。在庫処理のために値引きを検討しているデベロッパーもあり、価格上昇基調が頭打ちとなる。                    |
| 悪くなる   | 商店街（代表者） | ・今月は人の往来が非常に少なく2件の閉店があったため、今後も天候の不順に左右される傾向が続く。 |   |
| 企業動向関連 | 良くなる     | -   | -   |
|        | やや良くなる   | 家具及び木材木製品製造業（営業担当）                              | ・最近では受注量が多くて忙しいため、退社時間が遅くなっている。   |
|        |          | 木材木製品製造業（経営者）                                   | ・今後は受注量、販売量共に増加傾向となる。   |
|        |          | 一般機械器具製造業（経営者）                                  | ・新年度の見積依頼がかなり来ているため、4月ごろから少し受注が増える。   |
|        |          | 電気機械器具製造業（経営者）                                  | ・金属加工メーカーが海外向けに設備投資を増やすなど、良い傾向となっている。   |
|        |          | 建設業（営業担当）                                       | ・民間の設備投資や不動産投資に伴う工事情報の増加で、人手不足の状態が続いているため、建設会社では採算の合わない工事を避ける傾向が強まる。  |
|        |          | 輸送業（総務担当）                                       | ・取引先に設備投資の情報があるなど、今後も荷物量が増加する。  |
|        |          | 通信業（管理担当）                                       | ・今の勢いで新年度を迎えることから市場に活気が出るほか、能登半島地震の復興に向けた需要も出てくる。   |
|        |          | 金融業（営業担当）                                       | ・機械部品製造業や自動車部品製造業、建築資材製造業のほか、中小の製造業でも受注が増加して増益基調になっている。さらに、土木建築業でも受注が増加しているなど、今後も増収増益基調が続く。                 |
|        | 変わらない    | 食料品製造業（従業員）                                     | ・これから春先にかけて食品が動く時期となるが、原料全般の値上げが頻繁に起こるため、原価を見直さねばならない。しかも、販売量の増加を図れば販売価格が低下することから、販売増は難しい。                  |
|        |          | 繊維工業（総務担当）                                      | ・得意先の在庫量が多めに推移しており、仕入れの注文が減っている。  |
|        |          | 化学工業（経営者）                                       | ・大型物件のずれ込みや減少により、秋口からの好調な売上には陰りがみられる。ただし、一般品の売上はおおむね好調を維持しており、新たな大型物件もいくつか決まっていることから、一進一退を繰り返しながらも現在の状況が続く。 |
|        |          | 金属製品製造業（経営者）                                    | ・中国による需要がおう盛であるため、輸出の伸びによって現状を維持できる。  |
|        |          | 一般機械器具製造業（経営者）                                  | ・当社を取り巻く状況は、少なくとも数か月は好調が続く。   |



| 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   |
|------|-----------------------|---|--|
|      |                       | 電気機械器具製造業（営業担当）                             | ・ここ2、3か月は仕事の予定が入っている。  |
|      |                       | 不動産業（経営者）                                   | ・依然として立地条件の良い工場用地に対する需要が多い。  |
|      |                       | 不動産業（営業担当）                                  | ・土地価格は上がっている一方、今月は賃貸の繁忙期であるにもかかわらず、マンションなどの賃料はまだ上がっていない。   |
|      |                       | 広告代理店（営業担当）                                 | ・来期の広告予算を増やすという企業が増加しているものの、実際の注文はまだ増えておらず、前年並みとなっている。   |
|      |                       | コピーサービス業（従業員）                               | ・一般企業からの印刷関係の受注が伸び悩んでいる一方、大学や総合病院といった従来とは異なる顧客からの受注が増え始めている。   |
|      |                       | その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）                         | ・受注残が少なくなっている一方、新たな注文は少ない。   |
|      | やや悪くなる                | その他非製造業〔民間放送〕（従業員）                          | ・スポットCMの市況は前年とほぼ同じ水準で推移する。   |
|      |                       | 繊維工業（総務担当）                                  | ・販売先の在庫量が増加気味であり、今後は在庫調整が行われるため、仕入れの注文が減少する。   |
|      |                       | 金属製品製造業（管理担当）                               | ・今後も鉄材の仕入価格は上昇が続くものの、販売価格への転嫁は難しい。   |
|      |                       | 金属製品製造業（営業担当）                               | ・機械メーカーの受注残が以前より少なくなっている。  |
|      |                       | 電気機械器具製造業（営業担当）                             | ・受注量や採算性が維持できなくなったことで、大手造船会社の環境装置部門が子会社に移管されるなど、厳しい状況となっている。   |
|      |                       | その他製造業〔履物〕（団体役員）                            | ・受注の増加する材料が見当たらず、利益率の低下が続いている。   |
|      |                       | 建設業（経営者）                                    | ・4月からセメントが値上げされるほか、建設資材も高騰する一方、激しい価格競争は今後も続く。  |
|      |                       | 新聞販売店〔広告〕（店主）                               | ・新聞の購読数が減少しつつある。チラシについても、スーパーによる配布区域の限定や部数の調整によって全体に数が減りつつある。  |
| 悪くなる | 広告代理店（営業担当）           | ・4月以降、テレビスポットCMの広告出稿がかなり落ち込む。               |  |
|      | 司法書士                  | ・現在抱えている事件や相談案件が少ないほか、好転する材料がないため、現状維持も難しい。 |  |
|      | その他サービス業〔イベント企画〕（経営者） | ・番組ねつ造事件の影響が出ており、放送会社全体の動きが慎重になってきている。      |  |
|      |                       |   |  |
| 雇用関連 | 良くなる                  |   |  |
|      | やや良くなる                | 職業安定所（職員）                                   | ・輸出が好調な自動車電装部品などの電気機械製造業や一般機械製造業で人材確保が活発であるほか、今後は業界再編で出店が増えている流通業などにも広がり、就職数の増加につながる。  |
|      |                       | 職業安定所（職員）                                   | ・新規求人数は依然として高水準で推移し、事業主都合離職者も引き続き減少傾向にあることから、当面の雇用失業情勢は改善傾向が続く。しかし、大阪の季節調整済みの有効求人倍率は1.26倍と2か月連続で低下し、新規求人数も56か月ぶりに減少するなど、今後の各指標の動向には注意が必要である。 |
|      |                       | 学校〔大学〕（就職担当）                                | ・2008年3月卒業生のセミナーや選考が本格的にスタートしているが、学生からは既に内定の報告もあるなど、早くから優秀な学生の確保を目指す企業が増えている。  |
|      | 変わらない                 | 人材派遣会社（経営者）                                 | ・企業のおう盛な採用意欲が減退する要因は見当たらないほか、飛躍的に伸びる要因も少ないことから、求人数は今後も堅調に推移する。   |
|      |                       | 人材派遣会社（経営者）                                 | ・求人は落ち着いた動きとなっているが、IT関係では4月からの案件で大量募集が行われているなど、かなり強い動きがみられる。また、4月からの料金改定では、関西は前年比2～3%の伸びとなっている。  |
|      |                       | 職業安定所（職員）                                   | ・求職者数の減少に伴って、人材確保のために賃金などの求人条件の緩和に応じる企業や、非正規から正規求人へ条件を引き上げる企業も徐々に出てきているが、業種によって差がある。   |

| 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                                      |
|----|-----------|--|---|
|    |           | 職業安定所（職員）  | ・ 今月は懸念されていた求人減少がみられなかったほか、ここへ来て更に人手不足感が強まった感がある。   |
|    |           | 学校〔大学〕（就職担当）   | ・ 企業の採用活動が早期化しているが、今後の状況についてはまだ判断が難しい。              |
|    | やや悪くなる    | 新聞社〔求人広告〕（営業担当）  | ・ 今年は保険金支払にかかる問題で3月末まで事務職の募集が集中的に増えたが、4月以降は落ち着いてくる。 |
|    | 職業安定所（職員） | ・ 求人数は横ばいか微減で推移する。また、大手家電メーカーの工場が生産中止となったほか、管轄市内に8店舗展開していた中堅スーパーマーケットが2月に倒産したことなどで、新規求職者数は2か月連続で増加しているため、今後も増加傾向が続く。 |   |
|    | 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  | 美容室（経営者）        | ・ 気候の変化に左右されるので楽観はできないが、例年どおりであれば確実に良くなる。   |
|                 | やや良くなる  | 百貨店（販売促進担当）     | ・ 3月の落ち込みは天候不順による一時的なものであると考えており、3月下旬から4月にかけて伸びてくる。   |
|                 |   | スーパー（店長）        | ・ チラシ等の特売や割引セールについては集客が見込めるが、競合店の特売によって来客数に影響があり、より低単価商品求めて店を選ぶ傾向がみられる。しかし比較的高単価で良い品質の商品に関しても、以前と比べると動きがみられる。 |
|                 |   | 家電量販店（店長）       | ・ 近々、異業種ではあるがホームセンターがオープンになるので、地域の集客力は更に上昇する。   |
|                 |   | 乗用車販売店（店長）      | ・ 販売実績は昨年と比べ好調で、購買意欲が感じられる客が多く、この傾向が更に強くなれば良くなる。  |
|                 |   | 乗用車販売店（統括）      | ・ 春を過ぎると新商品の発売などもあり、引き合いが増加する。  |
|                 |   | 自動車備品販売店（店長）    | ・ 高額商品の動きは悪いが、来客数は増加しており、興味を示す客が多く、今後の販売に期待が持てる。  |
|                 |   | その他専門店〔布地〕（経営者） | ・ 近々、この街に若者の店が6店舗オープンするので、街に活気が出て景気も少し良くなる。   |
|                 |   | その他小売（営業担当）     | ・ 気候に左右される業態で、今後は気温も上昇し人出が増えれば例年以上に売上が見込める。   |
|                 |   | 観光型ホテル（経理総務担当）  | ・ 婚礼を含む宴会部門の予約は、引き続き好調に推移しているものの、肝心の宿泊部門の予約が不透明である。ただ、4月から始まる岡山デスティネーションキャンペーンがプラス材料である。                      |
|                 |   | 都市型ホテル（従業員）     | ・ 関東圏からのツアー他集客が好調で、都心の好況がうかがえる。地方への波及も期待できる。  |
|                 |   | 都市型ホテル（スタッフ）    | ・ 宿泊では団体の予約が早くから入っており、ファミリー客も多く予約が入っており、ゴールデンウィーク時もすでに満室状態である。  |
|                 |   | 通信会社（社員）        | ・ 新入学、入社、異動などによりネットワークサービスを新たに始める利用者が増加する。  |
|                 |   | 設計事務所（経営者）      | ・ 建築関係の大きな社会的問題も落ちついてきたし、消費税アップ対策もあって、民間での動きが出てくる。  |
|                 |   | 住宅販売会社（経理担当）    | ・ 新規物件の発売が数棟予定されているので、契約戸数の増加が期待できる。  |
|                 |   | 変わらない           | 商店街（代表者）  |
| 商店街（代表者）        | ・ 核店舗が休業中で、まだ新しい店ができるのはまだ当分先である。                                      |                 |   |
| 一般小売店〔靴〕（経営者）   | ・ 売上は、わずかながらも少しずつ伸びてきている。しかし、取り巻く環境は非常に厳しく、秋には近隣に大型店舗が出店するなど、不安材料は多い。 |                 |   |
| 一般小売店〔印章〕（営業担当） | ・ 法人関係の印鑑注文が良いのだが、また3月末の異動需要の動きが鈍く、ゴム印関係が少ないので、本格的な景気上昇は感じられない。       |                 |   |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種           | 景気の先行きに対する判断理由  |
|----|----------|-----------------|---|
|    |          | 百貨店（営業担当）       | ・大都市周辺では求人倍率も上向き、景気そのものは好転の兆しをみせているが、地方都市では、都市産業基盤そのものの要因もあり、短期間では一概に良くならない。  |
|    |          | 百貨店（販売促進担当）     | ・現状の来客の価格に対するシビアな購買姿勢は今後も継続する。各商品部、裾値商品の品揃え拡大は対応していくものの、客単価ダウンも予測され、商況が上向き要因はみつからない。  |
|    |          | 百貨店（売場担当）       | ・前年4月は苦戦している。ただしこのままの気温で推移すると、ゴールデンウィーク前に夏物が動く可能性があり、消費が上向き可能性もある。  |
|    |          | 百貨店（売場担当）       | ・最近の傾向として気温の変動による客の購買心理の変化が顕著であり、またこの夏の気温の状況が予測できず、景気についても予測は難しい。   |
|    |          | 百貨店（購買担当）       | ・この春売れなければいけないジャケット関係の動きが見られず、かといって、夏物商材も全く動いていない。アパレル業界についても、これといったトレンドアイテムもなく、柄・色についても前年並みということで、2～3か月先の夏の商戦に向けてどれを売っていったら良いのかわからず、消費者のニーズもつかめていない。 |
|    |          | 百貨店（販売担当）       | ・リモデル効果も落ちつき、前年同様の動きが続きそうである。   |
|    |          | スーパー（店長）        | ・新年度を迎えても、緊縮予算による昨年度を上回る公共事業の減少の影響や、ディスカウントストアの出店を控えての価格競争の激化など、景気の良くなる気配が全く感じられない。   |
|    |          | スーパー（店長）        | ・良い材料も悪い材料も見当たらないので、このままの状態がこの先何か月かは続きそうである。  |
|    |          | スーパー（店長）        | ・ここ半年間、ずっと同じ傾向できているので、今後も同じ傾向が続く。   |
|    |          | スーパー（店長）        | ・衣料等のシーズン品が不振であるが、食料品は好調である。店全体としては前年並みである。この状況は2～3か月続きそうである。   |
|    |          | スーパー（店長）        | ・今後の動きは、野菜の単価が非常に大きく影響する。この先2～3か月も、野菜の単価が現在同様の動きををすると思われるので、大きな変化はない。   |
|    |          | スーパー（総務担当）      | ・品質重視の「こだわり商品」等、少し高級な商品の販売数量は依然として伸びているが、1人当たりの買上点数は下落したまま推移する。   |
|    |          | スーパー（経理担当）      | ・当地でも土地の値段に下げ止まりがみられ、これから少し良くなる。  |
|    |          | コンビニ（エリア担当）     | ・良くなる要素も悪くなる要素も見受けられないので、現状のまま推移する。   |
|    |          | コンビニ（エリア担当）     | ・主力製品の底上げということで、定番商品を何とかしようとして対策を打っている。また新製品の投入も考えているが、今後の良い材料が見当たらないので、現状と変わらない状況が続く。  |
|    |          | コンビニ（エリア担当）     | ・客の冷静な買い方は今後も続く。  |
|    |          | コンビニ（エリア担当）     | ・売上全体にあまり変化はないが、新商品の投入もあり、多少の単価アップが望める。   |
|    |          | 衣料品専門店（経営者）     | ・来街者の中に、春物のウインドショッピングをする動きがでてきた。  |
|    |          | 衣料品専門店（経営者）     | ・良くなる見込みが見当たらない。  |
|    |          | 衣料品専門店（地域ブロック長） | ・競争店の出店も増えており、気温の上昇も期待できず、変わらない。  |
|    |          | 家電量販店（店長）       | ・薄型テレビの単価が低下している。そのため売れるとは思いますが、販売する量の確保が難しい。また夏物商戦でエアコンに期待する。  |
|    |          | 家電量販店（店長）       | ・地方における中小企業の景気回復にはまだ時間が掛かり、公共事業の依存度が高い上、高齢化が進み人口の減少傾向にも歯止めが掛からない、など地方を取り巻く環境は依然厳しく、購買にもこの一つ一つが影響している。   |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種              | 景気の先行きに対する判断理由  |
|----|----------|--------------------|---|
|    |          | 乗用車販売店（経営者）        | ・客の状態を見ると、製造業で良い業績の企業もあるが、一般的には厳しい状況が続く、特に公共事業に依存している企業では倒産寸前のところも見受けられる。こんな状況のなかで、売上が大きく好転することも悪くなることもないと思われる。 |
|    |          | 乗用車販売店（統括）         | ・昨年度は大変厳しい状況であったのに、今年の販売量は前年比95%となる見通しである。その中でも登録車は前年を大きく下回り、軽四輪自動車は若干前年を上回る状況である。この状況は来年度も続くと思われる。             |
|    |          | 乗用車販売店（サービス担当）     | ・特に新型車の投入もなく、明るい材料が見当たらない。  |
|    |          | 住関連専門店（広告企画担当）     | ・業界全体に安売りが一番という流れがあり、自力で改善はこころみるものの、客に浸透までには時間が掛かる。   |
|    |          | その他専門店【時計】（経営者）    | ・マスコミの報道どうり、都市部の景気は良いようだが、地方においては厳しさは続き、このまま下げ止まりが来るまで縮小していく。また下げ止まりが来ない雰囲気さえ漂っている。                             |
|    |          | その他専門店【カメラ】（店長）    | ・下げ止まり感が今のところ感じられず、しばらくはこのままの状態が続く。   |
|    |          | 高級レストラン（スタッフ）      | ・この先の予約状況も、良い月もあり悪い月もあり、あまり変わらない。   |
|    |          | 一般レストラン（店長）        | ・昨年の夏から冬にかけては、売上がかなり上昇傾向であったが、今年に入ってからはずっと横ばい状態が続いているので、今後もこの傾向は続く。   |
|    |          | その他飲食【ハンバーガー】（経営者） | ・上向きの傾向は続くと思われるが営業時間の延長など、新規顧客の獲得が必要である。  |
|    |          | 観光型ホテル（スタッフ）       | ・前年比として、先行きの予約状況や販売量はさほど変わっていない。  |
|    |          | 都市型ホテル（経営者）        | ・前年同時期との比較では、良くもなく、悪くもない。   |
|    |          | 都市型ホテル（総務担当）       | ・一般企業からの歓送迎会や懇親会の受注状況及び客単価からみて、現状維持の感がある。景気回復と言っても実感がなく、未だ地方にはその恩恵を受けるまでには至っていない。もう少し様子見の感じである。                 |
|    |          | 旅行代理店（経営者）         | ・4～6月の受注状況を見てみると、前年比1割減の状況である。これから伸びるか、予想がつかない。   |
|    |          | タクシー運転手            | ・乗客の話からは、明るい兆しを感じ取れず、このままの状態が推移しそうである。  |
|    |          | タクシー運転手            | ・マイナス要因は考えられないが、過去2年間くらいずっと売上は前年と変わらない。乗客の会話からは、年金の不安等が聞かれ、プラス要因もない。  |
|    |          | タクシー運転手            | ・天候のせいもあるが、タクシーの利用が減少している。タクシー自体の数も増え、このままの状態が続きそうである。  |
|    |          | 通信会社（企画担当）         | ・動画配信の流れが徐々に広がりつつあり、業界的には若干明るい兆しを感じている。この傾向は当面続きそうである。  |
|    |          | 通信会社（通信事業担当）       | ・新年度にかけて、派手なキャンペーンなどを展開する大手に押され気味である。口コミや地道な営業を展開するしかないの、成果が上がるまでに、どうしても時間が掛かってしまう。                             |
|    |          | テーマパーク（財務担当）       | ・ゴールデンウィーク頃までは、わりと良い状況が続くものと思われるが、その先の2～3か月後については、どうなるかは不明であり、今月とあまり状況は変わらない。                                   |
|    |          | テーマパーク（業務担当）       | ・少し落ちついた感じではあるが、社会全体の雰囲気が少しずつ明るくなる中で、このまま良い感じで推移するのではないかと。  |
|    |          | 設計事務所（経営者）         | ・最小限の消費しかしない傾向から、大きく変わるとは考えられない。  |
|    |          | 設計事務所（経営者）         | ・民間ベースでの中小企業の建設関係に対する投資は、まだまだ低いと見受けられる。実感としての景気の良さは感じられない。公共事業についても、新規物件は足踏み状態が続き、今後の動きも上向きではない。                |
|    |          | 設計事務所（経営者）         | ・好転するための材料が全くない。  |
|    |          | 住宅販売会社（従業員）        | ・来場者数の減少状況だけでなく、客の購買意欲もあまり盛り上がり上がっていない状況なので、売上も平行状況が続いていく。  |

| 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  |   |
|------------------|--------------------|-----------------------------------|---|---|
|                  | やや悪くなる             | 住宅販売会社（販売担当）                      | ・ローン金利の先高感も手伝ってか、なかなか契約まで至らないので、この状態が続く。  |   |
|                  |                    | 商店街（代表者）                          | ・一般消費者の購買動向が、郊外型安売り店・大型店中心になっており、小型専門店で買い物をする習慣がなくなりつつある。   |   |
|                  |                    | 商店街（代表者）                          | ・我々を取り巻く環境は、デフレ・オーバーストア・少子化である。この環境が続く限り先行き不安である。   |   |
|                  |                    | 商店街（代表者）                          | ・商店街の経営者の高齢化が進み、少しずつ店を閉じている。これからも難しい状態が続く。  |   |
|                  |                    | 百貨店（営業担当）                         | ・月末になり気温が急に上がり、一挙に初夏物需要になり、春物が飛んでしまう懸念がある。ミセスのファッションに対するこだわりは更に進行し、大きなトレンド変化がない分、購買意欲は期待できない。                                 |   |
|                  |                    | スーパー（店長）                          | ・4～6月にかけて、近隣に同じような商品を扱う店が出店予定なので、来客数が若干落ち込む。  |   |
|                  |                    | スーパー（管理担当）                        | ・商品単価がかなり低下しており、行楽シーズンなどで大型商材の販売量が上がっても、売上は低下傾向が継続する。   |   |
|                  |                    | スーパー（財務担当）                        | ・競合店の出店により、価格競争が激しくなり適正な利益の確保が非常に難しくなっていく。  |   |
|                  |                    | コンビニ（エリア担当）                       | ・競合出店の加速、及びスーパーマーケットが一部長時間営業へ変更している地区もあり、今後3か月先はやや厳しくなる。  |   |
|                  |                    | 衣料品専門店（販売促進担当）                    | ・今本当に欲しい物しか購入しないという客が多く、フィーリングが合った時しか購入しない。天候にもよるが、厳しい夏を迎えそうである。  |   |
|                  |                    | 乗用車販売店（営業担当）                      | ・決算月（3、9月）は、通常月より販売台数が増えるのが常であったが、ここ数年は販売の山が3月から2月に前倒しする傾向が続いていた。ところが今年は販売の山が変化した事に加え、山自体も小さい物になり、今後も大変厳しい販売環境が続く。            |   |
|                  |                    | 乗用車販売店（販売担当）                      | ・好転する材料が見当たらない。   |   |
|                  |                    | 一般レストラン（経営者）                      | ・今月の前半は、売上・来客数共に目標をクリアしていたが、中旬に競合店がオープンしたため、売上・来客数共に伸び悩んだ。これからは、この状態が続く。  |   |
|                  |                    | 一般レストラン（店長）                       | ・良くなる材料がみえない。メニュー改訂等で企業努力もしているが厳しい状況は続く。  |   |
|                  |                    | タクシー運転手                           | ・これからも節約型の行動は変化しない。したがって、観光・昼夜の利用についても、先行して営業を行わなければ売上の確保は難しい。  |   |
|                  | 美容室（経営者）           | ・これからも、単価の安い新しい店に客が流れていくことが懸念される。 |   |   |
|                  | 悪くなる               | 商店街（代表者）                          | ・各商店主の言葉と、過去の客の動向から、まだまだ悪くなる様に感じる。  |   |
|                  |                    | 美容室（経営者）                          | ・団塊の世代の退職により消費が落ち込み、お金がまわっていない。また若者もニート等の問題で同様である。その上、税金が高くなり、美容業界の状態はますます悪化する。   |   |
|                  | 企業動向関連             | 良くなる                              | -   | -   |
|                  |                    | やや良くなる                            | 電気機械器具製造業（総務担当）   | ・携帯関連、自動車関連とも好調推移の受注計画が入っており、また夏場に向けてエアコンの受注も始まり部材メーカーとも強気の予想である。 |
| 輸送用機械器具製造業（経理担当） |                    |                                   | ・5月及び8月に量産開始2つの新製品開発準備が大詰めを迎える。   |   |
| 通信業（営業企画担当）      |                    |                                   | ・價格的に従来より安価で安定性のあるネットワーク商品が出揃ってきたことから、企業通信網は単なる切替え更改だけでなく、複数種類の複合利用傾向がみえる。このため、提供業界にとっても競争は厳しいものの、多様化をキーワードにプレゼンする機会が増えてきている。 |   |
| 通信業（支社長）         |                    |                                   | ・光電話の潜在的需要はかなりあるため、このまま順調に推移できる見通しである。  |   |
| 変わらない            |                    | 繊維工業（統括担当）                        | ・しばらく変化があるようには思われない。  |   |
|                  |                    | 化学工業（総務担当）                        | ・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。   |   |
|                  | 窯業・土石製品製造業（総務経理担当） | ・大口の引き合いがないため、生産量は現在の水準が継続する。     |   |   |

| 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  |                 |  |
|------------------|--|---------------------------|---|-----------------|--|
|                  |  | 鉄鋼業（総務担当）                 | ・公共土木を除く、全分野で受注は好調で、当面フル操業が継続する見込みである。中国の生産拡大による輸出汎用品市況は、北米での在庫調整の進展等により、状況改善方向であるが、引き続き注視が必要と考えている。                                  |                 |  |
|                  |  | 鉄鋼業（総務担当）                 | ・円高や原材料高が、日本企業の収益力を圧迫する恐れあり。パソコンを中心とした電子機器部品関係も、売れ行き次第だが、上期は大きくは変わらない。  |                 |  |
|                  |  | 金属製品製造業（総務担当）             | ・鉄原料の値上がりが懸念要因としてあり、その分を製品価格に転嫁するべく、得意先と価格交渉を行っている。値上がり分程度は受け入れてもらえる見通しである。「価格より納期」、「得意先の業績の改善」が要因と思われる。                              |                 |  |
|                  |  | 一般機械器具製造業（経営企画担当）         | ・当面、国内市場の悪化により、売上が伸び悩む状況が続く。  |                 |  |
|                  |  | 輸送用機械器具製造業（経営者）           | ・この先2～3か月も、クライアント先の生産量は落ちついているようであり、人材発注も変わらず推移する。  |                 |  |
|                  |  | その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）      | ・まわりの状況を聞くと地方では依然として厳しい状況が続いているようである。同業他社は増えてきているが、肝心の購買層は先細り状態であり、休業や廃止等も増加している。   |                 |  |
|                  |  | 建設業（経営者）                  | ・賃金改定の情報も入ってきている。大手の企業はそこそこの様子だが、地方の中小企業、特に建設不動産業はそれどころではなく、地元の購買力は上昇する気配はない。地価もまだ低下しており、業界ではまだまだ我慢の時が続く。                             |                 |  |
|                  |  | 輸送業（統括）                   | ・4月からの新規業務も始まるが、3月末で終了する業務もあるため、あまり変化はない。   |                 |  |
|                  |  | 金融業（業界情報担当）               | ・米国経済の減速懸念はあるが、欧州・アジア圏の景気は引き続き好調を期待でき、当面は高水準の受注が続く。   |                 |  |
|                  |  | 会計事務所（職員）                 | ・製造業は好調なのだが、小売、サービス業では今年の3月度の売上高は前年同月を下回る見通しのところも多く、思いのほか苦戦している。  |                 |  |
|                  |  | その他サービス業〔清掃具レンタル〕（情報管理担当） | ・官公庁関係の入札は相変わらず厳しい状況であり、この傾向は変わらない。   |                 |  |
|                  |  | やや悪くなる                    |   | 食料品製造業（総務担当）    | ・製品の発注にブレがありすぎる。食品製造なので、前もってのつくりだめができず、納期間近の注文に体制が立てにくく、この状況が続く。 |
|                  |  |                           |   | 電気機械器具製造業（広報担当） | ・受注が十分確保できる見通しになっていない。   |
| 輸送用機械器具製造業（総務担当） | ・受注量・生産高共に横ばいの状況が続くと思われるが、原材料などの調達価格は高止まりのままであり、調達資金の金利負担の増大や、春の賃上げ・定期昇給などの負担など先行きの状況はますます厳しさを増すものと懸念している。 |                           |   |                 |  |
| 金融業（営業担当）        | ・建設業においては、公共工事の発注が夏くらいまで減少する。またガソリンスタンドにおいては、販売量が非常に少なくなり、経費がかさみ買掛金が増加し、赤字企業が続出することが懸念される。                 |                           |   |                 |  |
| 雇用関連             | 悪くなる   |                           |   |                 |  |
|                  | 良くなる   | -                         | -   |                 |  |
|                  | やや良くなる   | 人材派遣会社（担当者）               | ・パートや派遣を正社員化するなど、全国的に人材の囲い込みが活発になってきている。生活の安定化により若干ではあるが、消費意欲も高まり景気も改善される。  |                 |  |
|                  |  | 求人情報誌製作会社（担当者）            | ・採用応募層の母集団不足感が強く、企業に従来の採用手法では適正人材の確保が厳しいという認識がうかがわれる。   |                 |  |
|                  |  | 学校〔短期大学〕（就職担当）            | ・求人数が昨年に比べ増加し、採用件数も増加している。来年度も景気回復が期待できる。   |                 |  |
|                  | 変わらない  | 人材派遣会社（営業担当）              | ・引き続き企業からの需要は変わらないと思われるが、求職者確保がますます困難になり、受注に応えられず、業績に影響を与える可能性がある。企業が望む「派遣」という人員確保の手段と、派遣会社に登録希望の求職者の正社員という希望雇用形態が一致しないケースが益々多くなっていく。 |                 |  |
|                  |  | 新聞社〔求人広告〕（担当者）            | ・企業の3K（広告費・交際費・交通費）をはじめとする予算の削減等、厳しい状況が続いている。こういった現象が回復しないと、景気回復にもつながらない。   |                 |  |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種        | 景気の先行きに対する判断理由   |
|----|----------|--------------|--|
|    |          | 職業安定所（職員）    | ・転職希望による在職者・自己都合離職者の求職申し込みは引き続き多くなる。また新規求人数もほぼ横ばいで推移すると思われ、そのうち正社員の求人割合も40%前後で推移する。    |
|    |          | 職業安定所（職員）    | ・相変わらず企業には人手不足感があり、各企業共あの手この手で求人はしているものの、求職者に求めるキャリアや資格がないといったミスマッチが生じ、人材の確保が難しい状況が続く。 |
|    |          | 民間職業紹介機関（職員） | ・非正規雇用を社員化する企業があるが大半は契約社員であることが多いので、まだ々安定な雇用者増にはなっていないし、近い将来にもならない。                    |
|    | 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<br>動向<br>関連 | 良くなる     | -                                    | -  |
|                | やや良くなる   | スーパー（店長）                             | ・季節が早く来ていることから、飲料やアイスなどの動きが良く、引き続き期待が持てる。  |
|                |          | 家電量販店（営業担当）                          | ・客単価が多少上昇してきているが、依然、来客数は前年を下回った状態が続いている。しかし、3月下旬から少し改善の兆しが出て来ている。                              |
|                |          | 旅行代理店（従業員）                           | ・団塊世代の大量退職を控え、国内外への旅行需要が相当期待されており、店頭での相談などにもその傾向が見られる。社内旅行が少し回復してきており、6～7月ごろに実施したいとの相談が出て来ている。 |
|                |          | タクシー運転手                              | ・お遍路さんがもう少し増えてくると、街中のタクシーが減り、1台当たりの仕事も増える。また、夜の状況も少し動いていることから、今後歓迎迎会等もあり、少し期待できる。              |
|                |          | 観光名所（職員）                             | ・外国人観光客を始めとして、来客数がどんどん増えている。   |
|                |          | ゴルフ場（従業員）                            | ・現在と昨年との状況を比べても、予約状況も含めて数字は良く、やや上向き傾向にある。  |
|                | 変わらない    | 一般小売店〔生花〕（経営者）                       | ・私生活に使うものはホームセンターや大型店で買い、プレゼントや贈答品に使うものは専門店で買うなど、客の業態の使い分けが明確になってきており、全般的に消費が伸びる見込みは無い。        |
|                |          | 百貨店（営業担当）                            | ・この2～3か月、良い物を買うという傾向は続いているが、一気に更に良くなるということは考えられない。今の、やや景気が回復している状態が少し続く。                       |
|                |          | 百貨店（営業担当）                            | ・来客数増加による恩恵が一部の商品群に偏り、ファッション性の高い商品の動きが鈍い。また、宝飾品、美術品等の高額品も前年に比べ動きが少ない。                          |
|                |          | スーパー（店長）                             | ・客の話からも、定率減税の廃止など、悪くなることはあっても良くなることは見込めない。一層の節約に客の意見が傾いている。                                    |
|                |          | スーパー（財務担当）                           | ・狭い商圈に中央の大手スーパーのショッピングセンターが4月に進出してくるなど、競争の激化は止まらない。  |
|                |          | 乗用車販売店（従業員）                          | ・ここ数年、新卒需要が減少する傾向にあり、期待ほどの販売量は望めない。景気全体も、変化が予想される要因が見当たらず、変わらない。                               |
|                |          | 乗用車販売店（営業担当）                         | ・2～3月の需要期を期待していたが、なかなか思うように販売台数が伸びず、この先、良くなる兆候は全く無い。   |
|                |          | 乗用車販売店（管理担当）                         | ・消費に関してガードが堅い。   |
|                |          | 住関連専門店（経営者）                          | ・販売量がなかなか伸びない。   |
|                |          | 一般レストラン（経営者）                         | ・新規オープンのお店が増えたため、リピーターとして戻ってくるのに時間が掛かる。  |
|                |          | 都市型ホテル（経営者）                          | ・予約状況等はそう変わっておらず、景気も変わらない。   |
|                |          | 観光名所（経営者）                            | ・食事予約が少し増えてきた。   |
| 設計事務所（所長）      |          | ・福祉分野など一部の分野では成長が感じられるが、まだまだ限定されている。 |  |

| 分野             | 景気の先行き判断 | 業種・職種   | 景気の先行きに対する判断理由  |
|----------------|----------|---|---|
|                |          | 住宅販売会社（従業員）   | ・ここ3か月程度、展示場の来客数や商談数は大きな変化が無く、これからの数か月も大きな変動は無い。  |
|                | やや悪くなる   | 商店街（代表者）  | ・春物のスタートはなかなか良かったが、春休みになって集客力、来街数がかかり落ち込んでいる。夏物のスタートについても、郊外店の攻勢が一層強くなりそうなことから、なかなか明るい見通しは無い。               |
|                |          | コンビニ（エリア担当）   | ・非常に競争が厳しい中で、来客数・客単価は前年を下回っている。客の様子を見ると、特に土木・建築関係は、とにかく景気が悪いと言っている。景気が良くなる材料を、我々の身の回りでは感じる事ができない。           |
|                | 悪くなる     |   |   |
| 企業<br>動向<br>関連 | 良くなる     | -   | -   |
|                | やや良くなる   | パルプ・紙・紙加工品<br>製造業（経営者）  | ・原料高によるコストの上昇は、価格修正で何とか対応できた。今後は新商品が売り出されるので、良くなっていく。   |
|                |          | 輸送業（役員）   | ・耐震対応工事による公共施設の移転作業や、アジアマーケットへの輸出入増に加え、原油価格高騰も下火になり、物流環境は上向く。   |
|                |          | 通信業（営業担当）   | ・訪問している企業のマネージャークラスの、景気に対する強気な言葉を、半年前に比べると特に今は多く聞く。また、客の中に、システム提案を前向きに検討してくれる姿勢が見えてきた。                      |
|                | 変わらない    | 一般機械器具製造業<br>（経理担当）   | ・建設用クレーンは、来期以降も高稼働が期待され、首都圏では来期工事予定のリース料金について上方改定の動きが見られる。  |
|                |          | 電気機械器具製造業<br>（経営者）  | ・仕事はあるが後ろ向きの仕事であり、景気が良くなるというものではない。   |
|                |          | 電気機械器具製造業<br>（経営者）  | ・受注量に大きな変化が無い。  |
|                |          | 輸送業（支店長）  | ・引き合い、案件はあるが、いずれも小規模のものであり改善材料としては少し物足りない。  |
|                |          | 金融業（融資担当）   | ・一部の製造業を除き、すべてが停滞しており、今後、良くなる兆しが無い。   |
|                |          | 広告代理店（経営者）  | ・大型ショッピングセンターの新規オープンに伴い販促広告が見込めるが、従来の取引先の広告需要は依然として少なく、全体としてはあまり変わらない。                                      |
|                |          | 公認会計士   | ・各社長の話では、マンションの売行きが下落してきている、将来の金利について不安がある、会食等の回数が減ってきているなど、景気が良くなるという判断はできない。                              |
|                | やや悪くなる   | 一般機械器具製造業<br>（経理担当）   | ・製鉄関係の受注は落ち着き、また6月から新長期排ガス規制の対象シャーンが売り出されることから、4～5月は様子見のユーザーが増えると予想され、やや悪くなる。                               |
|                |          | 建設業（総務担当）   | ・今後、金融機関の金利引き上げが一層厳しくのしかかり、収益にもろに影響が出てくる。   |
|                |          | 不動産業（経営者）   | ・住宅、あるいは土地・建物に対する消費者のマインドがかなり冷えてきており、しばらくこの状況が続くそうである。  |
| 悪くなる           |          |   |   |
| 雇用<br>関連       | 良くなる     |   |   |
|                | やや良くなる   | 人材派遣会社（支店長）   | ・派遣料金のアップに応じる企業が増えてきた。  |
|                |          | 民間職業紹介機関（所長）  | ・製造業だけではなく、サ・ビス業、建設業、情報通信業も好調を維持しており、採用意欲は高く、求人数も増加している。  |
|                | 変わらない    | 職業安定所（職員）   | ・新規求人数は増加しているものの、正社員求人についてはあまり変化が無く、景気はあまり変わらない。  |
|                |          | 学校〔大学〕（就職担当）  | ・採用は持続傾向にあるが、人数はまだ少ない。  |
|                | やや悪くなる   | 人材派遣会社（支店長）   | ・6～7月に企業のボーナスが出始めるころ、ないしは出た後の人の動きに期待しているが、例年であれば大体予測ができるが、来月以降は不透明感が非常に強い。企業の積極的な採用は増えているが、派遣の利用は少し落ち着いていく。 |
| 職業安定所（職員）      |          | ・一部自動車関連の下請では、設備投資をし、採用の増加が見られるが、小売業やサービス、電子機器などでは縮小する動きがあり全体としては変化が無い。 |   |



| 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<br>動向<br>関連 | 良くなる     | 競輪場（職員）  | ・入場者数は減少傾向にあるが、購買方法の多様化により、発売総額は上がっている。今後も発売額の上昇が見込まれる。  |
|                | やや良くなる   | 商店街（代表者）   | ・春物衣服の動きが鈍かったため、反動で初夏物になると販売量は増える。   |
|                |          | 一般小売店〔茶〕（販売・事務）  | ・新茶になり商品単価が上がるため、例年より売上は上がる。他に特価商品が何品かあるため、販売量は増える。  |
|                |          | スーパー（店長）   | ・食品に加えて衣料品の動きがかなり良くなっており、単価の上昇が顕著になっている。来客数も増えており、今後も良くなる。   |
|                |          | スーパー（企画担当）   | ・大型ショッピングセンターや総合スーパーなどの影響は引き続き大きいほか、自店の改装休業もあり、来客数・客単価の急速な回復は難しい。しかし春以降は、店舗数の増加による増収の効果が徐々に出てくる。                 |
|                |          | 家電量販店（総務担当）  | ・近隣に新しい商業施設ができ、消費者の購買意欲を喚起するため良くなる。  |
|                |          | 家電量販店（企画担当）  | ・新製品が出ており、薄型テレビ、DVD関係の動きが好調である。パソコンも少し上向いてきており、今後も良くなる。  |
|                |          | その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）   | ・熊本の郡部では団塊の世代が新規の店を出すという流れがある。それに伴い、店の開業準備や手続き、コンサルティング等の打ち合わせをする客が増えており、今後の売上増加も見込まれる。                          |
|                |          | タクシー運転手  | ・売上が前年よりかなり良くなっており、今後も良くなる。  |
|                |          | 通信会社（企画担当）   | ・順調に販売量が増加しており、今後もこの傾向が続く。   |
|                |          | テーマパーク（職員）   | ・4月の大型団体、春休みやゴールデンウィークの一般予約の伸びが期待される。  |
|                |          | ゴルフ場（従業員）  | ・2004年と比較して1割増の予約が入っている。また、週末の利用が増えており、客単価が上がる。  |
|                |          | 設計事務所（所長）  | ・新年度は官公庁からの発注工事が多くなると予想され、例年より少し良くなる。  |
|                |          | 住宅販売会社（従業員）  | ・問い合わせが増えており、受注残の引き渡しも予定されているので良くなる。   |
|                | 変わらない    | 商店街（代表者）   | ・売上自体は上がっているが、来客数がだんだん減っており、今後もこの傾向が続く。  |
|                |          | 一般小売店〔青果〕（店長）  | ・野菜の相場が上がらず、青果物はかなり厳しい状況で推移する。   |
|                |          | 一般小売店〔生花〕（経営者）   | ・卒業式シーズンや母の日などのイベントでは、お祝いの花の需要があるが、イベントがない時は厳しい。   |
|                |          | 百貨店（営業担当）  | ・新しい仕掛けや店舗等は集客効果があるものの、購入には至らない。趣味やし好にあった商品には支出するが、不要な商品は購入しない慎重な姿勢が続いており、今後もこの傾向が続く。来客数とレジ客数がほぼ一致し、目的を持った来店が多い。 |
|                |          | 百貨店（営業企画担当）  | ・一部の顧客の購買力は上がっているが、大多数の客における消費行動に大きな変化はない。新商品などの提案は話題性があり、健闘するものの、全体の底上げにはつながらない。                                |
|                |          | 百貨店（業務担当）  | ・イベントに対する客の反応が鈍い。季節衣料を始め、天候に左右され部分が大きく、安定的な動きが期待できない。  |
| スーパー（店長）       |          | ・青果の単価が落ちており、春物衣料の動きも悪く低調に推移している。                          |  |
| スーパー（店長）       |          | ・客の魚離れで生鮮部門の苦戦が続いている。                                      |  |
| スーパー（総務担当）     |          | ・食品、住居用品は何とか前年並みに戻りつつあるが、相変わらず衣料品専門店等が前年を大幅に下回っており、今後も厳しい。 |  |
| スーパー（経理担当）     |          | ・競合店の出店が続いており、既存店は回復する間もなく厳しい状態が続く。                        |  |
| コンビニ（エリア担当）    |          | ・春から夏にかけて大手コンビニエンスストアの出店があり、苦しい状況が続く。                      |  |

| 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   |
|--------------|---|----------------------|--|
|              |   | コンビニ（販売促進担当）         | ・キャンペーン等を行っても買上点数が上がらず、客の購買意欲は低い。これからも買い控え傾向は続く。   |
|              |   | コンビニ（エリア担当・店長）       | ・近隣の事業所撤退が以前に比べて多くなっている。アパート、マンションも新築される予定はなく、人が増える要素が見当たらないため厳しい。                               |
|              |   | 衣料品専門店（店員）           | ・春、夏物衣料になると1品単価が下がり、セール前でも多く売ることが重要になってくる。今のように安くなっても買上点数が伸びなければ、厳しい状況になる。消費者の財布のひもは全く緩んでいない。    |
|              |   | 家電量販店（店員）            | ・パソコンの売行きが非常に落ちているものの、液晶テレビ、プラズマテレビ共に非常に良い伸びを示しており、今後この状況が続く。ナンバーポータビリティの導入から携帯電話の動きも非常に良くなっている。 |
|              |   | 乗用車販売店（販売担当）         | ・来客数、販売量が前年の9月くらいから低下傾向にあり、この流れはずっと変化しないと思われるため、今後も変わらない。  |
|              |   | 住関連専門店（経営者）          | ・キャンペーン時に売上が上がるものの、今後置き家具市場は先行きが不透明で厳しい。   |
|              |   | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括） | ・4月の燃料油仕入価格の上昇が予想され、小売価格の上昇が見込まれる。消費者は燃料油の価格変動に慣れ、価格が安い時に多量に購入し、高い時は必要な分を購入する傾向にある。              |
|              |   | スナック（経営者）            | ・新規の客も増えてはいるが、定着率は低い。常連客に頼っており、今後もこの状況が続く。   |
|              |   | 都市型ホテル（副支配人）         | ・4月を除けば予約状況が非常に良い。   |
|              |   | 旅行代理店（従業員）           | ・ヨーロッパなどの高額商品の売行きが順調で、販売額は前年を上回る。予約人員ベースでは、国内・海外共に前年よりやや悪い。直近の予約が非常に多い。                          |
|              |   | 通信会社（業務担当）           | ・4月はある程度の販売は見込まれるが、下旬以降は新商品や価格改定などもなく、あまり販売数は伸びない。   |
| 設計事務所（代表取締役） | ・公共の建設事業は減少傾向で推移する。自治体が指名競争入札制度から一般競争入札制度に変わっていくと業者の価格競争が激しくなり、民間の建設需要も低価格が主流になりつつある。 |                      |  |
| やや悪くなる       |   | 百貨店（営業担当）            | ・大型ショッピングセンターが開業し1年になるが、集客力を維持しており、商店街の来街者数は依然少ない。   |
|              |   | 百貨店（販売促進担当）          | ・一部の富裕層の消費は活発であるが、大多数の客は前年以上に無駄な出費を抑える傾向が強い。   |
|              |   | 百貨店（販売促進担当）          | ・売上、来客数、客単価のいずれも落ち込みが激しく、今後も同様の傾向が続く。  |
|              |   | コンビニ（店長）             | ・観光客が減少しており、来客数も減少している。今後も厳しい状況が続く。  |
|              |   | 衣料品専門店（総務担当）         | ・売出し用の新聞チラシ、あるいは個別のダイレクトメールを出しているがなかなか効果が出ず、来客数の減少が続いている。今後もしばらくはこの傾向が続く。                        |
|              |   | 乗用車販売店（従業員）          | ・契約台数が少なくなっており、やや悪くなる。   |
|              |   | 乗用車販売店（従業員）          | ・大型トラックの受注台数が減っており、今後も厳しい状況が続く。  |
|              |   | 高級レストラン（経営者）         | ・来月の予約の状況をみても、観光客の様子をみても増加する気配がなく、悪くなる。  |
|              |   | 観光型ホテル（スタッフ）         | ・一般宴席の予約受注は順調であるが、婚礼予約が前年を下回っている。婚礼の売上減を一般宴席ではカバーできない。   |
| 悪くなる         |   |                      |  |
| 企業動向関連       | 良くなる  | 電気機械器具製造業（経営者）       | ・人材不足により、グループ化を図った共同受注がこれから伸びていく。専門分野を強化し、数社で物事を成り立たせていく、そのような連携プレーが発揮できてきた。                     |
|              | やや良くなる  | 農林水産業（経営者）           | ・4月の月間注文が少しずつ増えている。5、6月の行楽シーズンもあるので大いに期待する。ただ加工品の輸入量が増えているので、国内メーカー向けの取引は厳しくなる。                  |
|              |   | 家具製造業（従業員）           | ・金利上昇の影響もなく、特に福岡では博多駅前開発を始め大型商業施設案件が年内に3件控えており、かなりの需要が見込まれる。                                     |

| 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）  | ・設備受注にやや一服感があるものの、引き合いの感触では、夏から秋に向けて受注量が増えてくる。   |
|      |                 | 不動産業（従業員）   | ・都市部の土地取引が盛んになっており、価格高騰も続いている。   |
|      |                 | その他サービス業〔物リース〕（従業員）   | ・契約状況から判断すると、地域間の格差はあるものの少しずつ中小企業への景気の回復、設備投資の増加意欲が出始めてきている。   |
|      | 変わらない           | 食料品製造業（経営者）   | ・季節限定の商品を製造販売するため、若干の忙しさは増すものの、全体では特に良くなる見込みはない。   |
|      |                 | 窯業・土石製品製造業（経営者）   | ・商社の荷動きが鈍い。原料、燃料の値上げでメーカーとして幾らか値上げをしないといけないが、現在の荷動きではそれもできないため、大変苦戦している。   |
|      |                 | 鉄鋼業（経営者）  | ・建築需要は、自動車関連・IT関連・マンション・商業施設などの新設・増設計画によって堅調に推移すると思われ、現在と同じく需給がひっ迫した状況が続く。しかし、生産者側は主原材である鉄くず価格の暴騰に見舞われており、販売価格への転嫁を加速させることになり、多くの物件はコストの見直しを余儀なくされる可能性がある。 |
|      |                 | 一般機械器具製造業（経営者）  | ・複数の取引先で受注予定があり、4月以降も期待出来る。  |
|      |                 | 電気機械器具製造業（経営者）  | ・電子部品関連の動きはさほど変わらないが、機械加工、精密機械装置関連に関しても同様に順調に推移し始めた。   |
|      |                 | 輸送業（従業員）  | ・軽油価格の小幅な下落が続いており、しばらくは横ばいの状況が続く。  |
|      |                 | 通信業   | ・現状の受注量を維持し、今後も変わらない。  |
|      | やや悪くなる          | 経営コンサルタント   | ・ビール等の新商品の動きは良くなる。   |
|      |                 | 農林水産業（従業者）  | ・アメリカのトウモロコシの輸入価格が上がっており、今後飼料急騰が予想されるので非常に厳しい状況である。  |
|      |                 | 食料品製造業（経営者）   | ・納入先の売上状況は相変わらず低調で、回復の兆しが見えない。逆に販売にかかる手数料等の経費が増加しており、利益も減少傾向にあるため、今後も厳しい状況が続く。   |
|      |                 | 金属製品製造業（企画担当）   | ・メイン事業である環境空調事業が属する建築設備業界は、例年4～6月は閑散期であるが、販売量、受注量の見通しは例年と比べても厳しい。  |
|      |                 | 建設業（従業員）  | ・見積案件は多くあるが、なかなか受注まで結び付かない。また、鉄鋼等鉄製品価格の高騰、品不足で施工面でも重大な問題になっている。  |
| 悪くなる | 金融業（得意先担当）      | ・地銀の追加利上げに伴う金利の見直しを3月末に行った。前回の金利引上げ時にはそれほど大きな影響はなかったが、今回は難色を示す企業が増えている。今後、更なる金利引上げが推測されており、景気が上向いていない地方で金利の先行的な引き上げを懸念する声が多く聞かれる。 |  |
|      | 輸送用機械器具製造業（経営者） | ・取引先の生産台数が下がるため、厳しくなる。  |  |
| 雇用関連 | 良くなる            | 建設業（総務担当）   | ・手持ち工事が少なくなり、非常に厳しい状況である。  |
|      |                 | 民間職業紹介機関（職員）  | ・キャリア採用を含め、第二新卒を含む若年層の求人数が急激に伸びており、人材が追い付かない状況である。今後3か月間は更なる求人増加が見込める。   |
|      | やや良くなる          | 民間職業紹介機関（支店長）   | ・企業の来年度の採用計画が公表され、自動車・エレクトロニクス・情報通信業界の大手企業を中心に雇用情勢が好転しており、求人数の増加に期待できる。  |
|      |                 | 新聞社〔求人広告〕（担当者）  | ・地元自治体が自動車産業の振興政策を打ち出すなど、大手メーカーの工場新設の話題があるので、この分野の求人は期待できる。  |
|      |                 | 職業安定所（職員）   | ・雇用保険を受けている受給者数は昨年より若干減っている。しかし、給付の日数を一定以上残して早く就職した場合に出る手当での受給者の増加は目覚しく、この傾向が続けばこの先も若干良くなる。  |
|      |                 | 職業安定所（職員）   | ・新規学卒求人意欲の向上、求人全体の底上で、雇用条件の改善が図られており、良くなる。   |
|      |                 | 学校〔専門学校〕（就職担当）  | ・今後、情報処理関係の求人が増える。   |

| 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   |
|----|----------|----------------|--|
|    | 変わらない    | 人材派遣会社（社員）     | ・新年度に向けて直接雇用の募集があっても反応が無く、良い人材がいないので派遣オーダーとなるケースが増えている。就職支援業者も求職者の登録は増加傾向にあるが、受入先の交渉に難航しているようである。        |
|    |          | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・5月のゴールデンウィークに向けて、サービス業での求人はやや活発になるものの大きな動きは見られない。6月に入ると中元シーズンを迎える製造業や倉庫内作業などでの求人が活発になるが、今年も例年どおりで変わらない。 |
|    |          | 職業安定所（職員）      | ・3月末の退職者による新規求職者数も6月頃になると落ち着き、今のところ大企業の進出の予定もないことからあまり変わらない。   |
|    |          | 職業安定所（職員）      | ・当所管内は製造業と建設業が多い地域であるが、建設業に関しては公共工事の減少から景気の回復感に乏しい状況である。   |
|    |          | 民間職業紹介機関（社員）   | ・人材需要は例年並みに推移し、需要が大幅に伸びている業界はない。九州は自動車関連企業の進出が著しいが、事務系、オフィス系の人材需要は必ずしも活発ではない。                            |
|    | 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<br>関連     | 良くなる  | その他飲食〔居酒屋〕（経営者）    | ・徹底した外商活動で地元客が安定している。また、去年来店した観光客の口コミで4月以降の観光客の予約が前年比で20%ほど多く入ってきている。   |
|                |   | 一般小売店〔衣料品・雑貨〕（経営者） | ・例年なら「良くなる」を選択するが、今年の状況から判断して予測が困難なため「やや良くなる」としている。当社のビジネス商材（Tシャツ）からして、今後半年間は現状の20%～50%の売上げが見込める。   |
|                |   | コンビニ（経営者）          | ・在庫を持たないよう仕入れを抑えていたが、食材を大量購入する客が増えており、弁当、おにぎり、サンドイッチ等の商品を増やして客の様子をうかがっている。  |
|                | 変わらない   | 衣料品専門店（経営者）        | ・この冬から春にかけては、客は何を買えば良いのか分からないという雰囲気だったが、季節が変わり、夏物の時期になると大分良くなる。   |
|                |   | 百貨店（担当者）           | ・天候不順の影響はいかんともし難い。天候が安定しなければ、4月初旬までの大きなウエイトを占める新生活需要に少なからず影響がみられる。ただし、返礼ギフトを始めとする食品ギフトは依然堅調に推移していることから、店舗全体に対しては大きな変化は少ない。  |
|                |   | スーパー（経営者）          | ・チラシ販促が奏功し、売上、来客数共に前年を上回っている。ただし、依然客の買い回り傾向は続いており、今後競合店の出店もあって、競争はますます激化する。   |
|                |   | コンビニ（エリア担当）        | ・来客数の横ばい、単価の微減傾向は今後も変わらない。  |
|                |   | コンビニ（エリア担当）        | ・競合店等の出店や地域の衰退による客数減少が売上の減少に直結している傾向が続き、客単価の定着からみても今後も販売動向の上昇はしばらく無い。販売点数や商品の販売動向をみても余分な購入は無いため、個人の消費力は変わらない。   |
|                |   | その他専門店〔楽器〕（経営者）    | ・観光客の増加とリピーター率の上昇で商品の選択が厳しくなっている。競争相手も増加している。商店街の日曜日の歩行者天国で地元の人が増えているので、それに伴う販売促進策の実施を積極的に進めたい。   |
|                |   | 高級レストラン（営業担当）      | ・4～6月は観光需要として修学旅行が例年どおり好調の見込みである。観光施設の当社も期待するが、必ずしも学生のニーズにマッチするとは限らず、修学旅行が好調になれば当社は反比例する傾向にある。そのため、観光入域が若干成長すると仮定しトータルでは変わらない。別の角度で見ると、競合店の相次ぐ閉鎖で当社指定の客は増加する見込みである。 |
| 観光型ホテル（商品企画担当） | ・稼働率は前年を少し下回るペースで推移しているが、収入は単価の上昇により前年並みを確保できる見込みである。 |                    |   |

| 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   |
|----------------|----------|--------------------------|--|
|                |          | 観光名所（職員）                 | ・3月の沖縄への入域観光客数は、前年同月以上の数字を確保している。これから先も大きな変動要因は見当たらず暖かい沖縄、沖縄ブームで沖縄への入域観光客は順調に推移する。   |
|                | やや悪くなる   | 観光型ホテル（営業担当）             | ・去年に比べ団体客の予約が減少している。   |
|                | 悪くなる     | 商店街（代表者）                 | ・中心商店街では現在、観光客が足を踏み入れても金をなかなか使わない状況に反して店が増えて、大変厳しい状況下にある。観光関連で何とか売れている店もあるが、他の買い回り品は大変苦戦している。国が景気は良いと言ってもどこが良いのか分からないという話をよく耳にする。        |
| 企業<br>動向<br>関連 | 良くなる     | -                        | -  |
|                | やや良くなる   | 広告代理店（営業担当）              | ・県内企業は、減収増益傾向にある現況に対して課題認識を強めている。増収を目指す姿勢が見え、実際に2007年度からの販促活動についても、効果が期待できるのであれば積極的に行なっていく機運も高まっている感がある。                                 |
|                | 変わらない    | 食料品生産業（管理部門）             | ・原料の肉類や副資材類が高値で安定している。   |
|                |          | 通信業（営業担当）                | ・市場のパイが限られているので、法人向けの大幅な回線増は期待できず、価格競争も激しい。一方、個人向け光ファイバー回線は、都心部のマンション建築の増加に伴い、マンション用回線の受注増が期待できる。  |
|                |          | 会計事務所（所長）                | ・小売業では消費者が価格に対して敏感に反応している。したがって、当分は客単価も向上する要素がない。  |
|                |          | コピー業（代表者）                | ・紙媒体の印刷業は、年々ITあるいは、他の情報産業との競争に遭い、厳しい状況にある。2～3か月で好転はしない。印刷は製造業であり、設備投資を行ったとしても影響が出てくるまで時間が掛かる。  |
|                | やや悪くなる   | 建設業（経営者）<br>輸送業（営業・運営担当） | ・引き合い件数が減少傾向にある。<br>・新年度より大口の取引が終了となる。また例年どおりゴールデンウィーク、その後の梅雨入りと荷物の動きが鈍くなる時期になるなど、現時点では良い条件は見当たらない。                                      |
| 悪くなる           | -        | -                        |  |
| 雇用<br>関連       | 良くなる     | -                        | -  |
|                | やや良くなる   | 学校〔専門学校〕（就職担当）           | ・企業の採用活動はこれからというところもあり、求人数増加に期待が持てる。また、特に大手で新規求人企業の採用の話もあるため、これからの期待が持てる。  |
|                |          | 学校〔大学〕（就職担当）             | ・県内企業の大多数が2006年度より雇用を増やす、少なくとも現状維持するという予定である。また、企業合同説明会では採用側と学生側が共に熱気が出ている。更に県が雇用目標を達成するために様々なワーキンググループを召集、開始しているので雇用環境が大変明るく、かつ改善基調にある。 |
|                | 変わらない    | 人材派遣会社（経営者）              | ・結構良い状況で推移している。この状況を大幅に超える依頼や売上というより、現在の数字を堅調に維持していく。  |
|                |          | 求人情報誌製作会社（営業担当）          | ・年度初めであり、大きなイベント等による人材の動きもあまり感じられず横ばいの状況が続く。   |
|                |          | 職業安定所（職員）                | ・4月、5月は契約満了等の保険手続き者が増える傾向で新規求職者が増加すると予想されるが、製造業の大量求人は見込まれない。   |
|                | やや悪くなる   | -                        | -  |
| 悪くなる           | -        | -                        |  |