

・景気の先行きに対する判断理由

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

1. 北海道（地域別調査機関：（株）北海道二十一世紀総合研究所）

（ - : 回答が存在しない、 : 主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる やや良くなる	商店街（代表者）	・観光客の入込が昨年よりも多くなることが見込まれる。
		商店街（代表者）	・2～3か月後は夏物の最盛期であり、バーゲン時期にも当たる。今月の初夏物の動きからみると、売上が上がってくるが見込まれる。
		スーパー（企画担当）	・来客数が回復しており、前年実績をほぼ確保できている傾向から、2～3か月後もやや良くなることが見込まれる。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数も買上点数も安定的に推移していることから、2～3か月後もやや良くなることが見込まれる。また、雇用が好転してきたのか、各店舗でのパートの募集が以前より難しくなったとの声も聞こえてくるようになってきた。
		コンビニ（エリア担当）	・団塊世代の消費が追い風となっているのか、一時期のように限られた商品のみを購入するのではなく、デザートやビール、ワイン、ウイスキーなどのぜいたく品の販売が好調になってきている。
		高級レストラン（スタッフ）	・周年記念のイベントを設定しているため、少なからず売上が増加することが見込まれる。ただし、地域においては経済の上向き傾向がなく、あくまでも企業的な戦略によるものである。
		観光型ホテル（経営者）	・道外からのツアー客の入込は、前年と同様に堅調であり、総消費単価も続伸していることから、今後についても期待できる。
		旅行代理店（従業員）	・高額な海外旅行商品が好調に販売を伸ばしており、今後についても期待できる。
		旅行代理店（従業員）	・4月の販売額が好調であったため、今後についてもやや良くなることが見込まれる。
		旅行代理店（従業員）	・現在、前年度と比べて10%程度売上が伸びており、今後についても期待できる。
		観光名所（役員）	・ゴールデンウィーク以降の予約状況が強含みであり、今後についても期待できる。
		美容室（経営者）	・ここ数か月連続で、売上が前年を5%程度上回っていることから、客の購買意欲が出てきているように感じられる。
		その他サービスの動向を把握できる者	・例年よりも高山植物の開花が1週間程度早まっていることから、予約の出足が早く、比較的好調に推移している。
	変わらない		商店街（代表者）
百貨店（売場主任）			・相変わらずの天候不順が予想され、特に5～6月と寒さが続くようなので、夏物の動きが懸念される。また、クールビズも3年目に入り、状況が読めないところもある。
百貨店（販売促進担当）			・道内においては、景気や消費動向が改善するような明るい話題に欠ける。一方で、商業施設の新規オープンや増床、拡大などが目白押しであり、小売業では増えないパイを奪い合う構図がしばらく続く。
スーパー（店長）			・毎月一進一退が続いている状況である。衣料品は、気温の推移に大きく影響される。液晶テレビ、携帯音楽プレーヤー、新機能付きの白物家電を除いた日用消耗品については、競合店との価格競争に影響される。気温の推移が影響する面が大きく、一方、食品は、依然として生鮮食品が前年実績を上回って堅調に推移している。
スーパー（企画担当）			・買上客数はほぼ前年実績の水準で推移しているが、客単価は引き続き低下している。特に、販売単価の低下傾向は、月々の上がり下がりはあるものの、底を打つような動きになっていない。
スーパー（役員）			・3か月前と比べて、客の動きも単価も売上もそう大きな変化はなく、今後についても変わらずに推移する。

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	
		コンビニ（エリア担当）	・建築工事従事者の来店が好景気の要因となっているが、工事需要が継続しているため、当面は好調が持続することが見込まれる。	
		コンビニ（エリア担当）	・道路、ホテル等の工事需要が継続しており、工事従事者による利用が引き続き見込まれることに加えて、一般小売店の閉鎖も継続していることから、今後も現状の市場環境が継続する。	
		乗用車販売店（従業員）	・春闘、春の賃上げにおいて、大幅な値上げはみられなかったことから、今後も変わらないまま推移する。	
		高級レストラン（スタッフ）	・地域別の来客数をみると、道内客が前年比160%と増えている。ビジネス客の増加が中心であるようだが、景気が上向いてくるような傾向がうかがえる。	
	やや悪くなる	スーパー（店長）	・朝、開店前に並ぶのは年金生活者が多く、目玉品しか売れない。こうした傾向がずっと続いている。景気が上向くような材料が今のところ見当たらず、今後も変わらないまま推移する。	
		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等のスポーツイベントや札幌地区における地上デジタル放送開始等の特需があり、需要を喚起していたが、今年はそうした特需が無いため、厳しくなることが見込まれる。	
		スナック（経営者）	・今月は市議会選挙があり、客が外出しにくくなった影響もあるが、これまで商売してきた中で宴会も何も無かった年というのは初めてであったことから、今後については少しは上向いても、あまり期待はできないと見込まれる。	
	悪くなる	-	-	
	企業 動向 関連	良くなる	-	-
		やや良くなる	食料品製造業（団体役員）	・統一地方選挙が終わり、新市長が誕生したことで、地域に達成感が生まれ、明るさが見込まれる。
金属製品製造業（経営者）			・受注量が少しずつ増えてきており、2～3か月先についても少しは良くなるが見込まれる。	
変わらない		出版・印刷・同関連産業（役員）	・勝ち組、負け組の格差が大きくなってきており、本州企業、道内大手企業等の少数の勝ち組に仕事が集中してきている。仕事量そのものが減少してきている中で、道内の地場中小企業は仕事を集めるのも困難になってきている。	
		通信業（営業担当）	・ここしばらく景況感は緩やかではあるものの上昇傾向にあると感じていたが、周囲の取引先の動向や言動からは先の需要に確固たる数字が見えていない様子も感じられるため、景況感が横ばいになる可能性が高いと感じている。	
		金融業（企画担当）	・原料価格の高止まりから企業収益は厳しい。官民ともに所得は伸び悩んでおり、個人消費は弱めの動きが続いている。一方で、来年のサミット開催地が洞爺湖町に決定したことで、夏以降の観光客の増加が期待できる。総じてみれば景気は横ばいで推移する。	
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・道内の建築工事量の少なさは変わらないままである。自動車関連産業の工場進出による金属加工業への波及も多くは見込めない。	
やや悪くなる		-	-	
悪くなる		-	-	
雇用 関連		良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・中途採用、派遣ニーズはしばらく続くことが見込まれる。企業業績はまだ回復までには至っていないが、経営者の心理が悲観的な状況からやや前向きになってきており、大量ではないが人材をそろえて、次の展開を計っているように感じられる。	
	変わらない	求人情報誌製作会社（編集者）	・地域全体の人口減少傾向の中で、若年労働力の不足が各業種で顕在化している。特に土木、小売、サービス業で若手人材が集まりにくい状況が続いている。	
		求人情報誌製作会社（編集者）	・求人が好調な業種の顔触れが昨年から固定的である。今後、求人の傾向が急激に好転するとは考えづらい。	
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大型小売店や診療報酬の改訂があった医療系の業種で求人増がみられるが、全体としては大きな動きがみられない。	
求人情報誌製作会社（編集者）		・建設系の業種で動きが出てくると見込まれるが、前年よりも減少することが予想される。そのほか業種の上がり目も感じられない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・新規求人数は増加しているものの、限られた業種での増加であり、それ以外の業種の求人数は依然として前年を下回っている。
		職業安定所（職員）	・新規高卒者の就職内定状況がほぼ前年並みであったことから、今後についても変わらないまま推移する。
	やや悪くなる		
	悪くなる	-	-

2. 東北（地域別調査機関：（財）東北開発研究センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
家計動向 関連	良くなる	衣料品専門店（店長）	・客はイベントに対する要求、要望が強くなっており、新規開店、改装開店セールなどのイベントには確実に反応し、新規客を含め大きな集客がある。	
		タクシー運転手	・街中では新しいビルの建設があちこちで行われており、しかも、建て替える前より大型化している。	
	やや良くなる	百貨店（広報担当）	・単価の上昇傾向がみられる。	
		コンビニ（経営者）	・売上は前年同月比97%と前月と同程度であるが、競合店オープンの影響を受けていた来客数は、前月の93.7%から今月は96.2%となり回復基調にある。また、来月から導入される電子マネーによる客の囲い込み効果がある。	
		コンビニ（経営者）	・特徴ある店作りをスタートしている。近隣で2店舗経営しているものの、それぞれの店の特徴を客が理解すれば売上が伸びる。	
		コンビニ（経営者）	・スポーツ関係の大会が多く、人の動きが良くなっていく。	
		コンビニ（経営者）	・新年度が始まり新規の客が増えていることから、従来の客と合わせ売上が伸びる。	
		衣料品専門店（店長）	・長期気象予報では平年並みかやや高めの気温とされており、予想どおりであれば間違い無く前年以上の売上となる。	
		衣料品専門店（店長）	・団塊ジュニアによる夏物スーツ需要の回復が見込める。	
		乗用車販売店（従業員）	・新型車の投入を控えているので来店数、需要共に増える。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・求人が増え、企業の広告宣伝などが少しずつ回復してきている。その結果、会社説明会など宴会場の利用に関する問い合わせも増加傾向となる。	
		旅行代理店（従業員）	・選挙戦なども終了し、繁忙期でもあるため上向く。	
		住宅販売会社（従業員）	・3月の繁忙期に取り込んだ客が動き始め、また、ゴールデンウィーク商戦を控えていることから、受注数が伸びる。	
		変わらない	一般小売店〔書籍〕（経営者）	・商品的にもあまり期待できる物は無い。仕掛け販売をメインに衝動買いを促していく。
			百貨店（営業担当）	・唯一底堅いギフト需要（中元商戦）に期待は持てるが、主力の衣料品が改善する空気が全く無く、苦戦は続く。
			百貨店（経営者）	・選挙があり、中元商戦は苦戦する。
	百貨店（経営者）		・夏物衣料品のプロパー販売のピーク時期となるため天候に左右される可能性はあるものの、基本的には現在と変わらない。中元商戦、クリアランスセールと続くが、景気回復が個人まで波及している様子は無く、法人も前年以上に経費を使うことはない。	
	百貨店（売場担当）		・客の買い方や状況はすぐには変わると思えないほどにシビアである。必要の無い物は買わないという傾向は2、3か月で変化することはない。	
	スーパー（経営者）		・さくらんぼの出荷などで活気が出る時期ではあるが、大型ショッピングモールの進出により客の流れが変わることも予想され、プラスマイナスで変わらない。	
	スーパー（店長）		・来客数は変わらないが、一点単価、客単価が下落している。客の買い回りが顕著になっており、この傾向はまだ続く。	
	スーパー（店長）		・店舗を取り巻く競合の状況は2、3か月後も変わらないため、現状横ばいで推移する。	
	スーパー（店長）		・天候不順により野菜が高くなっているが、可処分所得は一定であり、ほかの具材にまでお金が回らない。身の回りで昇給などに関する情報は得られていない。	
	スーパー（店長）		・競合店のチラシ内容は日替わり価格などが非常に安くなっている。当店の来客数は競合の兼ね合いで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
		スーパー（企画担当）	・様々な競合の増加と客のライフスタイルの変化に伴い、食品の単価は緩やかな低下傾向が続いている。また、1人当たりの買上点数も減少傾向であり、この先も変化は無い。
		コンビニ（エリア担当）	・今年は暖冬だったこともあり、2、3か月先についても天候が最も気になることであるが、景気のベースとなる部分は変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・オフィスビルやマンションの新築により人口が増えていることがプラス要因であるが、競合店の出店がマイナス要因であり、全体的には変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・天候には恵まれているが、それ以外に景気が良くなる要因が無く、このままの状態推移する。
		衣料品専門店（総務担当）	・前年の売上を下回っている状況が数か月続いており、今後とも同じような状況が続く。
		家電量販店（店長）	・天候に左右されることはあるが、基本的には現状を維持する。AV商品の動きが止まっており、この回復が無ければ売上増につながらない。
		乗用車販売店（経営者）	・新車販売は軽自動車に偏っており、そのなかでも少しでも安くということで中古車のニーズが高い。高額車は商談に1、2か月を要する状態である。「大都市では土地の値上がりにより整備工場の採算が合わず、マンション建設に切替える人が多い」という話を先日の会議で聞いたが、地方ではまだそのような動きも無い。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・原材料や燃料の価格が上がっているにもかかわらず、客は安さを求めている。適正単価以下でなければ取引、契約も厳しい状況からすれば、今後景気が上向きになることはない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・大幅な仕入価格の上昇を販売価格に転嫁できるかが微妙な状況であり、夏場の需要減退期に業界がどれだけ我慢できるかが問われている。価格転嫁が進まなければ収益回復に時間が掛かる。
		一般レストラン（経営者）	・レストランウェディングの分野では多少予約があるが、一般の客の予約は非常に少なくなっており、今後も似たような状況が続く。
		その他飲食〔弁当〕（スタッフ）	・雇用情勢は全国最下位で、市内でも新しい企業進出はほとんど無く、逆に倒産する企業は目立つ。当社の売上は前年キープがやっとであり、2、3か月先も景気が上向きになる情報は無く、悪い状態が続く。
		観光型旅館（経営者）	・宮城県内での景気は低成長なりに安定感はあるものの、宿泊に出掛けるまでの景気回復感はない。予約はインターネットによる県外からのものが多く、地元の客は減少気味である。鉄道会社の大型観光キャンペーンが来年秋から開催されるが、そのプレ効果も3か月先では期待できない。
		都市型ホテル（経営者）	・宿泊特化型ホテルの進出が多く、全体的には景気回復を示唆するものであるが、地元で開催される会議、会合などでのホテル利用についてはこれまでと変わらない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・売上、受注量については、良い月と悪い月が交互している。何周年、というような記念の年でも、「特別なイベントをしたい」という企業は非常に少ない。
		タクシー運転手	・いまだに新規参入の車両が増え、客が減っていることから、この悪循環が続く。
		タクシー運転手	・タクシー業界の規制緩和以降、当地域では約1,000台、30%の新規の車両が増加している。地域の経済が上向いている様子も無く、供給過剰の状態が今後も続く。
		遊園地（経営者）	・時期が後倒しになっている団体客の動向に期待しており、また、新しいイベントの企画もあるが、市内でサーカスの興業があることから、基調の回復は難しい。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・ITの普及で人と人とのコミュニケーションが不要になったのか、商取引での会食の習慣が無くなっている。
		商店街（代表者）	・一部企業の好景気に触発されたかのように、商品の卸価格が上昇している。当然のように小売価格に反映しているが、消費者は非常に敏感に反応しており、完全に黄色信号である。
		商店街（代表者）	・昨年オープンした郊外型の大型スーパーの影響が徐々に本格的になってきており、商店街のどの業種も総じて苦戦を強いられている。

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
		スーパー（経営者）	・地域の基幹産業である建設業の仕事が無く、お金の循環が非常に悪い。
		スーパー（店長）	・競合店がオープンしたばかりであり、影響は数か月続く。商圈地域は既にオーバーストアの状態になっている。
		乗用車販売店（経営者）	・量販車のモデルチェンジ計画も少なく、落ち込んだ需要を掘り起こす材料に乏しい。金利上昇や燃料費高騰といった不透明要素も買い換えマインドを冷やしている。
		住関連専門店（経営者）	・今月はイベントの開催もあり業績が良かったが、5、6月は例年動きが鈍くなる時期でもあり、今月よりは悪くなる。
		その他専門店〔酒〕（営業担当）	・5、6月は新年度での動きにもエンジンが掛かってくる時期であるが、3か月後に当たる7月には参議院議員選挙があるため、飲食店の状態が悪くなる。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・ガソリン等の卸価格が5月は6円上昇し、6月には更に上昇する見込みであり、このままでは客離れが進むことから景気は悪くなる。また、天候不順による農作物への影響も地域としては懸念材料である。
		一般レストラン（経営者）	・転勤シーズンを迎えたが、客の話には「転勤した人の補充が無い」など、全体的に縮小傾向のものが多く、景気が回復する方向ではない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・5月に宿泊特化型ホテルの開業がある一方で、既存のホテルが撤退を表明しており、人口の減少とあいまって景気は悪い方向に向かう。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・金利の上昇、ガソリンの値上げが悪化要因となる。
		悪くなる	スーパー（店長）
乗用車販売店（経営者）	・新型車の発売による一時的な販売量の増加はあっても、客との商談の様子からすれば、新車、中古車共に、販売は前年割れの状態が継続する。		
企業動向関連	良くなる やや良くなる	-	-
		広告業協会（役員）	・個人消費に若干の明るさがみられる。特に不動産が動いている。
		広告代理店（従業員）	・受注価格の下落はあるものの、物件数は増加している。不動産、観光が好調となっている。
		コピーサービス業（経営者）	・仙台圏は民需が活発で、ビル建設計画なども数多くあるので、荷動きも多くなる。店頭への来客数もわずかながら増加しているので、この状況が2、3か月後も続く。
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・首都圏を中心に清酒需要が回復傾向にあり、地元でもその傾向がみえ始めた。	
	変わらない	食料品製造業（総務担当）	・中元ギフトのシーズンで売上の多い月になるが、市場の縮小と競争激化でギフト商品の伸びは期待できない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・自動車部品は為替相場がやや円安に動いていることもあり、輸出を中心に堅調に推移する。
		電気機械器具製造業（経営者）	・製品受注が半減し上期中の業績回復は困難であることから、当面は賃加工を導入するものの、前期での設備投資が負担になってくる。今後は新規客の開拓に全力を注ぐ。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・主力製品の市場価格は、ここ2、3か月が谷と想定しているので、急激な変動は無い。
		建設業（経営者）	・両親の近くに家を建てるか、あるいは同居してリフォームするという傾向が強い。
		広告代理店（営業担当）	・受注が前年割れとなっている現在の状況が2、3か月は継続する。
		司法書士	・不動産の取引数が低迷している。不動産に対する価値観の変化（所有価値から利用価値へ）があり、競売における商用ビルなどの価格の低迷が著しい。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・取引先の業種によって景気のばらつきが大きく、景気全体の方向について判断が難しくなっている。
	やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・農産物、特に米の貿易自由化交渉の行方が予断を許さない状況である。
		通信業（営業担当）	・既存契約についても取引先からの値下げ要請は当たり前になりつつあり、依然厳しい状況は続く。
	悪くなる	繊維工業（総務担当）	・秋冬物受注のスタートが不調であり、産地全体の行く末が不安である。産地のメーカー各社はこれからの生産資金の調達に苦慮している。

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
雇用 関連	良くなる	人材派遣会社（社員）	・東北地方で半導体関連、航空機関連、自動車関連の部品や産業機械などに関する仕事が増えていることから、地元の景気も回復する。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・紹介予定派遣の需要が増加している。また、業務集約センターのオペレータ派遣需要が2、3か月先に見込まれている。
		人材派遣会社（社員）	・取引先が忙しそうであり、増員の雰囲気がある。
		人材派遣会社（社員）	・人材確保が困難になり、賃金など求人募集時の条件が明らかに良くなってきている。こうした状況が、結果的に個人消費の改善につながる。
		アウトソーシング企業（社員）	・契約価格が下げ止まっていることから、将来については価格が回復する。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・大型の工場進出もあり、今後の雇用は増加する。そこから地元企業での雇用促進に波及すれば景気は良くなる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・サービス業の設備投資が活発になっていることに伴い、求人数も増える。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・限られた市場内での人材の取り合いはあるものの、県をまたいでの引き抜きを行うまでの企業体力は無い。忙しさは一時的なものとして受け取られ、結局は既存社員の残業などで消化可能な範囲である。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は低下傾向にある。派遣契約の更新も厳しくなっている様子で、派遣からの転職希望が目立ってきている。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は引き続き増加傾向で推移しているが、パート求人、派遣求人が3割近く占めており、臨時求人も大幅に増加している。管内主要産業の動向をみると一部業種で人材の不足感を感じているが、全体的な過不足は適正となっていることから、正社員求人の大幅な増加は当面見込めない。
職業安定所（職員）		・ここ数か月は新規求職数、新規求人数共に微減傾向で推移する。有効求人倍率を一挙に押し上げる要因は無い。失業率も4%台の前半で推移しており、当面はこの傾向に変化は無い。	
やや悪くなる	職業安定所（職員）	・新規求人数が連続して減少しており、有効求人倍率は低下傾向をたどっている。	
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 動向 関連	良くなる	スーパー（販売促進担当）	・一つの商品群に偏らず、店全体の売上が良いことから、安定的に好調が継続できると予測している。特に気温が安定しないなかでも動いている衣料品は、今後夏に向け更に期待できる。また、ぶれの少ない食品についても、来客数、客単価共に上がっており、売上をクリアし、好循環期に入っている。
	やや良くなる	百貨店（販売促進担当）	・ショッピングセンター出店の影響も薄れ、来客数が戻りつつあるので、今後の売上は良くなる。
		スーパー（統括）	・消費者は安価な物を望み、原材料や経費は原油高で上がっている時代ではあるが、仕入先を固定せずに選択し続けることで現状維持、あるいはそれ以上の結果を出せると見込んでいる。
		コンビニ（店長）	・チェーン店の関係で新しい支払方法が始まる。その関係で少しでも来客数が増えれば、徐々に良くなっていく。
		衣料品専門店（統括）	・来客数は徐々に増えてきている。4月から仕入れ値が上がった商品があり、その影響を懸念している。
		乗用車販売店（営業担当）	・半年ぶりの新型車導入で、来場者数の増加を見込んでいる。
		乗用車販売店（営業担当）	・法人、個人ユーザー共に自動車の台替意欲が少し出てきている。
		一般レストラン（経営者）	・注文の際、単価をあまり気にしない家族連れや女性グループが増えている分、多少良くなる。
		都市型ホテル（経営者）	・市内の自動車工業の好調さによる、関連企業の増産等での出張者の増加に期待している。
		ゴルフ場（従業員）	・来客数は徐々に上向いており、単価も若干上向きに転じているので、相乗的に上向く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		ゴルフ場（従業員）	・2～3か月先の予約数が前年よりかなり良くなってきているので、期待している。
		美容室（経営者）	・普段のヘアカラーやパーマ、カット以外の美容施術への要望が多いため、美容院全体の売上は良い方向に向いている。組合の人との話でも、最近はそのような施術の材料が多く出回っているということである。
		住宅販売会社（経営者）	・同業者の進出もあり、需要供給共に、かなり上向きである。
	変わらない	商店街（代表者）	・大河ドラマの影響が今一つで、期待したほどにはなっていない。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・アナログ放送の廃止までまだ時間があるため、急いでデジタル機器を購入する様子は見られない。消耗品になりつつある家電製品であるが、新製品に飛びつくことはなくっており、客の購買意欲が湧かない以上、景気は回復しない。
		百貨店（売場主任）	・この春夏においては、男のドレスアップというテーマで早くからキャンペーンを行っている。クールビズと共におしゃれなファッションを提案して活性化につなげる予定である。
		百貨店（営業担当）	・客の買い方は慎重で、余計な物は買わない。自分の興味のある物、こだわっている物は買うが、ほかの物は特には買わないという様子である。
		スーパー（統括）	・母の日、父の日、ゴールデンウィーク等のモチベーションに対する消費意欲は、健康志向を柱としますます強く、根強さを感じている。今後も食品を中心に安定的な伸びが期待できる。
		コンビニ（店長）	・バイパスの開通以来1年が経過し、来客数はようやく前年同期まで回復したものの、買上単価は低くなったままで推移している。この連休はやはり大変である。
		衣料品専門店（販売担当）	・良くなる要素は今のところ見当たらず、悪い状態のまま変わらない。暑くなれば単品のTシャツ類などが順調にはけていくが、逆に羽織物などは徐々に落ち込んでいく。何より客足が鈍いのが気掛かりである。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車が発売になっても販売台数、売上高共に増えてこない。この状況はしばらく続く。
		乗用車販売店（販売担当）	・今年に入り随分多くの広告宣伝を行ったが、客の反応は鈍いままであり、販売量の落ち込みは続きそうである。今後は、客がどのような車、車種を好み、どのような支払方法を望んでいるのかを研究し、広告を打つ予定であるが、それほど変わらない。
		乗用車販売店（販売担当）	・今までも燃費の良い車、良い車と客が言って買っていたが、ガソリンが上がったことにより、それが更に加速される。
		住関連専門店（仕入担当）	・順調な現状のまま、大型連休に突入できそうである。植物の動きが活発なため、それに付随する園芸商材の動きも更に期待できる。
		高級レストラン（店長）	・現状の客の様子から、短期的に景気が上向く要素が感じられない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・予約件数が伸び悩んでいる。また、客単価や1組当たりの客数等が非常に減っている。
		観光型ホテル（スタッフ）	・現段階の予約状況では例年並みまでいかないが、新しい試みも始めているため、例年並み程度に持っていきかと思込んでいる。
		旅行代理店（副支店長）	・ここから先は異常気象のあおりが出てきそうである。雪に携わる業種の方々は例年5～7月に旅行をするが、今年は雪不足で収入が減少しており、期待薄である。農家が多い地域でもあるため、これからの季節が冷夏ともなると一段と厳しくなる。
		タクシー運転手	・タクシー料金値上げの影響がどうなるか、先行き不透明である。
		ゴルフ場（支配人）	・現段階での予約実数は前年同期とほぼ同じになってきている。土日の予約は順調だが、平日の予約はまだ弱い。
競輪場（職員）	・グレード2の大会があったが、売上がほとんど伸びていないので、今後もそんなに変わらない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		美容室（経営者）	・美容の客単価は下がっているが、客はエステや岩盤浴、クアハウスなどでお金を使っているようである。消費者の動きに敏感でないと商売が成り立たないので、流行のものは何なのか、とアンテナを立てる必要性を感じている。
		設計事務所（所長）	・周りの状況はそう簡単に変わらない。新年度になって、そろそろ公的な設計物件が発注されるかと期待しているが、予算の切り詰めでそうはいかないかもしれない。
		設計事務所（所長）	・出だしがあまり良くないので、しばらくの間忙しさは期待できない。厳しいスタートとなりそうである。
		住宅販売会社（従業員）	・年度末の繁忙期を過ぎ、特に戸建て住宅販売の低調な状況が続く。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・個店でもそうだが商店街で何らかのイベントをしない人が集まらない。客は買物と遊びと食事のできる郊外大型店に行っている。集客、売上は商店街の企画する地域の祭りやイベント次第である。
		商店街（代表者）	・郊外の開発の話は多いが、街中の再開発の話はなかなか進まない。
		衣料品専門店（店長）	・先日老舗の本屋が廃業し、地方の中心市街地だった商店街は空き店舗が増えるたびに集客力がなくなっており、じわじわと厳しくなる状況が続く。
		一般レストラン（業務担当）	・年度替わりに関連する各種団体の総会及びパーティー件数は前年並みだが、1件あたりの参加者数、料理単価は前年を下回っており、結果として宴会売上も前年を下回っている。地方選前に控えめであった企業関連の宴会は、選挙後にも開かれず、7～8月の納涼会まで先延ばしの感である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・初夏から盛夏にかけては、やはり需要が落ち込み苦戦するが、秋以降に向けて魅力的な商品を企画し、その後につなげていく。
	悪くなる	コンビニ（店長）	・道路事情が変わらない限り、交通量が減ったままで、悪くなる一方である。
企業動向関連	良くなる	-	-
		やや良くなる	食料品製造業（営業統括）
		一般機械器具製造業（生産管理担当）	・建設機械業界、油圧機器業界では、今年の後半から更に仕事量が増加すると見込んでいる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・最悪期を脱し、今まで何年か追いかけてきた新規案件が1～2件、秋口に決まりそうである。それが決まれば、売上はかなり順調になる。また、新しい案件もどんどん出てきているので、これからの頑張り方次第ではうまくいくかとみているが、単価は非常に安く、利益が出るかはまた別問題である。
		不動産業（管理担当）	・面積は小さいが、テナントの新規入居が決まる予定なので、その分賃貸収入は増加する。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・情報化投資は、今後も増加傾向で推移する。客の投資意欲はおう盛であり、販売量の増加を見込んでいる。
	変わらない	一般機械器具製造業（経営者）	・新規品は出尽くした感があり、今後3か月の仕事量は横ばい状況になる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・仕事量は増えているが、新規製品が活発に動くような情報はまだ見当たらない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・新規の設備投資は、各社共に現在計画中のようであり、当社の受注、仕事量も数か月先でないと増えない。
		輸送業（営業担当）	・レジャー用品等の荷動きは例年より早く、荷受量も安定しているが、東北便や九州便などで協力会社の帰り便がつかまりにくくなっている。自社での対応となると、運賃に対してコストが合わない場合が多く、厳しい部分もある。全体の仕事量は増えているが、利益的には増えていない。
新聞販売店〔広告〕（総務担当）		・現在の広告主からは好調業種が見当たらない。パチンコ業界では自主規制の話も聞かれ、その動向に注目している。	
やや悪くなる	電気機械器具製造業（経営者）	・受注が続かず、終わってしまうことが多い。試作や少数の機種でつないでいくしかない状況が続いている。新規取引先の開拓に力を入れているものの、やはり零細企業を相手にしてくれる企業は少ない。	

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
		広告代理店（営業担当）	・クライアントは、経費を掛けても大きな効果が見込めないという認識を抱いている。経費を掛けることのできるクライアントは、首都圏本社の企業が多く、広告制作の仕事が地元業者にまで来ないケースがほとんどである。
	悪くなる	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者） 建設業（総務担当）	・じわじわと環境が悪くなっている。地金が高騰していることもあり、好転する材料が乏しい。 ・公共工事入札制度の見直しの影響が大きく、地方では相変わらず各社、赤字覚悟の安値受注競争を展開している。今後、倒産する建設業者が出てくると思われる。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	職業安定所（職員）	・派遣や下請、小企業からの求人が出ている。
	変わらない	求人情報誌製作会社（経営者）	・1月の半ばから3月までは求人の動きがあったが、このところ広告受注がかなり減少しているため、5、6月に求人が良くなる手ごたえはない。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・周辺、全体の景気にばらつきがある。一部の大手製造業は好調であるが、業種全般でみると横ばい、という状況が続いている。
		民間職業紹介機関（経営者）	・求人をけん引する製造業において、技術、専門職の求人は多いが、相変わらず採用基準が高く、一般作業者は派遣、パートで対応する傾向は変わっていない。新卒が入社して一服感が出ている。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・求人数の増加傾向は今後も続く見通しだが、受注の増加や業務拡充などの増員につながるような募集理由の求人は減少している。
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 動向 関連	良くなる	スーパー（店長）	・乗客数、買上点数が増加しているため、徐々に景気は良くなり、今後数か月続く。
		家電量販店（営業統括）	・利益幅は厳しい状況が続くが、販売数量や単価に関しては拡大傾向にあると考える。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・天候が不順にもかかわらず好調を維持しており、イベントが増えて暖かくなってくると、もっと良くなる。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・新規会社の設立に伴う会社登記印等の受注は少ないが、実印等が個人の顧客に認知されるようになってきているため、少しずつ上向きになる。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・内装、リフォーム関係の需要の増加に伴い、先行きの景気が良くなる。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・一年前と比べると法人の需要が少しずつではあるが良くなっている。
		百貨店（企画担当）	・商圏内において住宅建設が盛んで、2～3か月のうちかなりの数がしゅん工するので、人口流入が想定され、商圏内における小売の販売額、サービスの販売額は増大する。
		百貨店（店長）	・企業収益の改善、雇用の拡大などを背景に、OL、キャリア層からヤングビジネスマンまで購買意欲が高まってきている。客のライフスタイルの変化、ファッショントレンドの変化を予測して、新しい商品提案、サービスレベルの向上を図っていけば、売上高も拡大していく。
		スーパー（店長）	・店単独で号外を打ちながら集客アップを目指し、売上、点数、単価とも前年を大きく上回るよう対策を打つので、今よりも良くなる。
		スーパー（統括）	・売上が前年同期に比べ着実に増えている。来年4月入社採用についても、学生の2人に1人が既に内々定をもらっているという状況で、景気は着実に良くなっている。
		高級レストラン（支配人）	・新しいビルがオープンしたことで、多くの客、遠方からの客が増えて活気が良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・客室部門が好調に推移している。レストランは苦戦しているが客室の先の予約も好調で単価も多少上がっている。
		タクシー運転手	・歓送迎会等に出る客が多いようなので、引き続き現状の景気の上昇が続く。
		タクシー運転手	・今秋を目途に首都高速の一部が完成され走りやすくなるので、景気は良くなる。
観光名所（職員）	・今年に入って、前年比で各月とも1割程度上昇している。		

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
		ゴルフ場（支配人）	・3か月先まで、予約が70%以上埋まっている。
		その他サービス〔語学学校〕（総務担当）	・企業での売上が回復してきている。
		設計事務所（所長）	・建築基準法関係が大きく変わるため、6月以降に確定した物件が出てくるので良くなる。
		住宅販売会社（経営者）	・大企業と中小企業の格差はかなりあるものの、中小企業においてもこれから良くなる気配が随所に感じられる。
	変わらない	商店街（代表者）	・来客数が少し減っている実感がある。さらにそれが今後回復するかは非常に難しい。
		商店街（代表者）	・客の財布のひもは固い。食品は若干伸びているものの、それ以外の衣料品や雑貨関係は厳しく、それほど伸びていかない。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・設備投資等の話が多少来ているので、数字的には昨年と同じようになるが、家電製品の出の鈍さがある。
		一般小売店〔衣料・雑貨〕（経営者）	・夏物商品の売行きが良く、綿商品は今後とも売行きが伸びる。ブラウス、ニット類は中高年への売行きが伸びる。
		百貨店（広報担当）	・改装効果が落ち着くとともに、入店客数、売上げ共に落ち着いてくる。
		百貨店（営業担当）	・6～7月は中元商戦が始まっており、その動向次第で好不調の結果が出る。現在のところ食料品関連も堅調に推移しており大きくマイナスになることはないと推測する。衣料品については今後の気候次第で、この時期売れていない分、反動で大きく伸びる可能性がある。
		百貨店（販売促進担当）	・景気は少しずつ良くなってきているものの、周辺の商業施設のリニューアル、新規の話題スポットなどが相次いでオープンし、相変わらず厳しい状況は続いていく。
		百貨店（販売管理担当）	・一部の高額商品は好調なものもあるが、衣料品などを中心にデフレ傾向は続いていく。
		スーパー（経営者）	・今月が多少良くなっているため、この流れが2～3か月は続く。この先もまだまだ厳しい状況が続くと思われるが、以前のどん底よりは多少上向いてきた。
		スーパー（店長）	・景気が上向きだという報道がされているが、実際生活に必要な商材の動きがまだまだ鈍い。
		スーパー（店長）	・依然、価格や量を見極めた買い方をする客が多いため、売上が大きく伸び切れない。
		スーパー（仕入担当）	・来客数、買上点数は増加しているが、不必要な物は買わない傾向が続いており、客単価は回復していないので、大きな業績の回復はまだ見込めない。
		スーパー（統括）	・客の買上動向を見ていると、価格を打ち出したものや広告商品等の目玉商品には非常に反応が良いが、プロパー商品または価値訴求商品などについては決して反応が良いとは言えない。
		衣料品専門店（店長）	・来客数増加、客単価低下の傾向がずっと続いており、これから客単価上昇は見込まれないため変わらない。
		衣料品専門店（営業担当）	・商品の売上は一向に伸びていないので、今後の動向はあまり期待できない。
		衣料品専門店（次長）	・都市部の店舗については明確に業績が向上しているが、今後の可処分所得の減少は避けられず、消費が冷え込む事を予想しているため、それを差し引くと現状維持がやっとである。
		家電量販店（経営者）	・5～6月は昨年のワールドカップの影響で、テレビ、レコーダーが前年比でやや厳しくなる。一方、昨年は冷夏で不振であったエアコンが、今年は好調なスタートを切れている。パソコンは夏モデルが発売されているメーカーが今のところ好調である。
		住関連専門店（統括）	・新築需要も一段落し、秋需までは今の数字が推移すると思われる。伸び率はあまり期待できない状態である。
		その他専門店〔眼鏡〕（店員）	・大型ショッピングセンターの開店により、競合店が必ず2店ペースで出店しているため、さらに競争が激しくなる。
		その他専門店〔燃料〕（統括）	・原油価格がここに来て昨年同様上昇傾向にあり、市況価格も高くなり、一般需要家の買い控えが懸念される。
		その他専門店〔服飾雑貨〕（統括）	・順調に集客は図られているものの、客単価および買上率の向上が見られず苦戦している。景気格差なのか、客単価に関しては、極端に高い客と低い客が混在し、結果として低単価傾向にある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・商材入荷の安定次第である。
		一般レストラン（経営者）	・飲食業において2～3か月先は、人の動きが激しくなる時期であり、8月は少し落ちるかもしれないが、後はそれほど変わらない。
		スナック（経営者）	・連休が続くことから、レジャーにお金が使われ、景気は良くならない。
		都市型ホテル（支配人）	・現状では先々の予約状況に大きな変化は見られない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・婚礼の予約状況は前年とほぼ同じか若干上回っている。法人宴会は毎年定例の宴席は既に取り込んでおり、伸びは期待できない。宿泊はインターネットを通じて料金を安く設定するとすぐ反応があるので単価アップは期待できないが、稼働率を上げて現状を維持する。レストランは、母の日特別コース、定年退職の家族の記念日コースなど、テーマ別のメニューを設定して個人の利用を伸ばせば、現状は維持できる。
		旅行代理店（従業員）	・見積件数は増えてるいるが、成約に結び付いてない。間際の予約が入ってくる分を期待したい。
		通信会社（経営者）	・見積案件の依頼は増えてきているが、受注までの案件が非常に少ない。
		通信会社（営業担当）	・テレビの大きな需要喚起要因が見当たらない。訪問営業により、どうにか予算90%まで到達させるのが関の山である。デジタルテレビ需要がまだ本格化していない。
		通信会社（支店長）	・限られたパイの奪い合いの中で、サービス競争がますます激化すると予想している。
		その他レジャー施設〔アミューズメント〕（職員）	・家庭用ゲーム機は、携帯型、据え置き型で違いはあるものの、販売数を見ると現在も好調である。この状況が当分続く。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・下げ止まった感はあるが、相変わらず生徒数の増加は見られない。
		設計事務所（所長）	・いつもの年ならば3～4月で仕事が動くが、今年はその動きがまだ全く読めない。先行き不透明である。
		設計事務所（所長）	・経済低迷と価格競争のため非常に厳しい。資材の高騰で仕事をしてもらえない現状がある。
		住宅販売会社（経営者）	・この時期は住宅の特需でもないのに、今後2～3か月はそんなに変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・戸建てローン住宅については、販売すれば売れるが、収益物件については銀行のアパートローンがきついため、買う客が少ない。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・客の購入意欲はそれほど落ちていない状況にあり、受注量も安定する見込みなので、今後もそれほど落ち込まない。
	やや悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者）	・商店街の大会社が年々少なくなってきている。近くには大型ショッピングセンターが開店して2年目になるが、特に土日祭日には幹線道路が1日中渋滞し、商店街は非常に厳しい状態である。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・今年度から茶等のコスト削減を実施する会社が多く、この傾向はしばらく続く。
		百貨店（売場主任）	・近隣に大型ショッピングセンターが開店し、客がかなり分散している。気温の上下に非常に左右されやすい。オケージョンギフトも単価の下落が予想される。
		百貨店（販売促進担当）	・景気が悪いわけではなく、首都圏はオーバーストアの傾向が続くのでこのままの状況は変わらない。今後の街の成り立ちで方向が変わってくる。地域に合った形式を考えていけば光明も見えてくる。
		コンビニ（経営者）	・スーパー、コンビニがいまだに増え続けているのに、来客数が予想よりもあまり増えないので、各店舗ともに売上が伸びない。
		コンビニ（経営者）	・大型店への客の流れが加速し、週末の来客数が減少傾向にあり、今後も大きな変化は望めない。
		乗用車販売店（販売担当）	・ガソリンの値上げが予測され購買意欲がかなり薄れると思われる。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・5月以降、競合店の出店が数社決定しており、今よりもっと厳しい状況が予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（スタッフ）	・結婚披露宴の予約が昨年と比較してかなり落ち込んでいる。
		旅行代理店（従業員）	・新年度に入り、第1四半期がおしなべて前年割れとなっている。観光目的の海外航空券の受注が良くない。
		通信会社（営業担当）	・年度末までの完成マンション等の入居状況は芳しくない様子で、説明会も従来より閑散としている。新体制での営業も、反応、実績は期待外れである。
		設計事務所（所長）	・6月末から大幅に変わる建築基準法関係の改正については、建築設計士の業務の負担増に伴う設計料の見直しが大幅に遅れており、設計業界はますます厳しい。
		住宅販売会社（従業員）	・ゴールデンウィーク中の集客により直近はやや景気が良いと思われるが、2～3か月先は集客数も通常通りに落ち着き、販売量はやや落ち込む。消費税率アップが具体的に becoming となると駆け込み需要があると思われるが、そうでなければ景気はやや悪くなる。
	悪くなる	自動車備品販売店（経理担当）	・ガソリンや銅など色々なものが値上がりして行く状態なので、先行きが不透明な状態である。
企業動向関連	良くなる	不動産業（従業員）	・土地、建物共に価格上昇傾向にあるものの、買い注文が供給を上回っている。
	やや良くなる	その他製造業〔ゲーム〕（経営者）	・家庭用ゲーム機が夏休みに向かってじわじわと販売が上向く。
		建設業（経営者）	・土地自体が少なくなっているのが、チャンスがあればという前向きな経営者が多くなってきている。
		建設業（営業担当）	・数年前に老舗の遊園地などが相次いで閉鎖されたが、近年子ども向きのミュージアム等が増えて、かなりの経済効果が出ている。
		輸送業（経営者）	・百貨店等の販売が伸びるかどうかが、また、夏物の商品がどう動くかによって変わるが、景気は若干上向く。
		輸送業（財務・経理担当）	・通販の新コンタクトセンター立ち上げがあり、売上増が見込める。
		金融業（審査担当）	・金利上昇傾向にあるが、依然として住宅購入ニーズは高い。金融機関による住宅ローン獲得競争が激化している。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・新年度の初めとして通信系投資案件の具現化に向けた検討が活性化してきており、今後受注に向け期待が持てる要素が大きく、好調な状況が続く。
		変わらない	出版・印刷・同関連産業（経営者）
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）		・会社登記の際の設立印受注本数がこのところ変化していない。いつも1か月で5～10本を受注しているのだが、4月は5本だったので見通しは変わらない。
	化学工業（従業員）		・営業の受注は横ばいで、生産量も現状維持が続く。
	プラスチック製品製造業（経営者）		・新企画製品が海外生産に切り替わる可能性が強まっているが、受注量や売値は、前年同期と比べ大きな開きは無い。
	金属製品製造業（経営者）		・期初の仕事量は減少気味であるが、支払い条件の変更、手形サイトの延長、現金比率の減少等の依頼は多い。
	電気機械器具製造業（経営者）		・引き合い状況や取引先の仕事の様子から、取り立てて変わったことはなく、今までどおりの受注は確保できる。
	輸送用機械器具製造業（経営者）		・東南アジア向けの部品を輸出し、現地組立てをしているが、4月になっても動きがなく、後3か月くらいは現在のどちらともいえない状態が続く。
建設業（経理担当）	・工事案件はないことはないが、同業者の見積参加数が増えてきて、競争の激しい状態が続く、低価格の競争がまだまだ続く。		
金融業（審査担当）	・鉄鋼業の業況は活発であり、特に風力発電向けの輸出が数年先まで安定的にある。		
不動産業（総務担当）	・当面、解約テナントが無く、高稼働率を維持できそうなので景気の落ち込みはないと思われる。		
やや悪くなる	広告代理店（従業員）	・行政の入札の物件は多くなってきているが、落札しても利益が薄い仕事が増えている。	
	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・市場先細り感や客先の先行き不透明感が強く、不安定な状態が続く。	
	出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・有力な取引先が官公庁、学校関係のため、この時期の受注は一段落する。	

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	
		金融業（支店長）	・取引先の会社では、金利の引き上げ等が徐々にこたえ始めている。個人の客も、給料はそれほど上がらないにもかかわらず、税金が上がる心配もあることから、総合的な面で徐々に悪くなる。	
	悪くなる	輸送業（総務担当）	・得意先の輸送形態の変更で、地方の営業所の取扱量が激減のままであれば、営業所の閉鎖を具体的に検討せざるを得ない。10人の社員の処遇を労働組合と検討すべく、準備中である。	
雇用 関連	良くなる			
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・新卒採用が出てきてはいるが、派遣の需要も拡大していく。	
		人材派遣会社（支店長）	・各企業とも人材の確保が難しくなっており、今まで料金の値上げに対して消極的だった企業が交渉に応じるようになってきたり、検討するようになってきている。	
		求人情報誌製作会社（編集担当）	・デパート、大型店など中元期のスタッフ求人が昨年よりも早い出足となっている。さらに、求人広告の出稿回数が増えている。	
		民間職業紹介機関（経営者）	・企業の事業業績が良くなっているようで、採用数も少しずつ増える。	
		学校〔専門学校〕（教務担当）	・来春卒業予定者の求人が多い。アポなしで求人依頼に来校する企業の方が多く、求人への切迫感が感じられる。また、学校から採用試験受験依頼の電話をするだけで喜んでくれる。	
		学校〔専修学校〕（就職担当）	・今年度採用意欲が向上している企業が多数あり、採用数の増員や再募集を実施する企業も後を絶たない。	
		学校〔短期大学〕（就職担当）	・合同説明会等に学生に来てほしいとの電話が各業者から入っている。また、学生へのアルバイトの募集も多い状況である。	
		変わらない	人材派遣会社（支店長）	・派遣労働者側の希望時給相場と、企業との合意が得られる単価相場に温度差があり、しばらくこの傾向は続く。
			職業安定所（職員）	・前年同月比で新規求人数の減少が続いているが、パート、派遣求人は増加している。正社員希望の求職者とのミスマッチは改善されない。
		職業安定所（職員）	・求職者数と求人数は昨年と比べて両方とも減少傾向にあり、ここ数か月、その状況は今後も変わらない。	
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・求職者は前年同月比で減少しているが、求人がそれ以上に大きく減少している。新卒者を正規雇用した企業が増えているので、今後有効求人倍率が低下していく。	
	悪くなる	-	-	

5. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	一般小売店〔土産〕（経営者）	・5月から伊勢神宮の遷宮関連行事が始まり、全国から天勢の参拝客が来訪する。今後も全て順調であり、観光客、店舗両方の顔つきが明るい。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・売上が増加傾向にあるが、数か月後には客の購買意欲と共に販売単価も上昇してくる。
		百貨店（企画担当）	・6～7月の婦人服クリアランスセールでは、売上は増加する見込みである。ただし、中元ギフトは苦戦する。
		衣料品専門店（企画担当）	・定番商品の動きが良くなっており、消費者のファッション志向は高まりつつある。
		衣料品専門店（売場担当）	・夏物が急激に動き出しており、今後は商材は夏物にシフトしていき、購買意欲も増す。
		乗用車販売店（経営者）	・今月の来客数が非常に少ない分、6、7月はもう少し多くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・少しずつではあるが、販売台数が伸びてきており、今後も良くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・6月に新型車の発売が予定されており、ある程度の受注増加が見込まれる。
		住関連専門店（営業担当）	・民間の設備投資、住宅リフォーム案件が増加傾向にあり、今後も良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・社員旅行の増加に伴い、5、6月の週末の団体旅行が増えている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	ゴルフ場（経営者）	・3か月先までの予約件数は、料金を変えていないのに、前年同期比で増加している。若い層の来場者が目立ち、ゴルフコンペのパーティーも増えている。
		住宅販売会社（従業員）	・団塊世代には退職金などの余剰資金があり、増改築や子供のための住宅購入など、建て替えの相談が増加している。
		商店街（代表者）	・来客数はそこそこあるが、客単価が伸びないので、今以上の販売量は望めない。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・良い材料も悪い材料もないため、今後もこのままの状態が続く。
		百貨店（企画担当）	・高額品を中心に、本当に欲しいものしか買わない傾向は今後も続く。輸入品は、ユーロ高による値上げが今後も進む。
		百貨店（企画担当）	・来客数は増加傾向にあり、地域全体が活性化している。ただし、売上前年比はプラスになったりマイナスになったりと力強さがなく、今後急に良くなることはない。
		百貨店（外商担当）	・しばらく周辺の新規商業施設に客が流れるため、良くならない。
		スーパー（経営者）	・地元では製造業が良くなっているが、流通業では超大型店がいくつも出店するため、中小スーパーでは今後も売上のマイナスが続く。
		スーパー（店長）	・小麦等の値上がりは今後も続き、パン類、麺類、揚げ物等の多くの食品の原価に影響してくる。しかし値上げはなかなかできないため、利益が圧迫される。
		コンビニ（商品開発担当）	・外的要因に変化がないため、大きな変動はない。一昨年の愛知万博の影響も一巡しており、極端な猛暑にならない限り同じペースで進む。
		乗用車販売店（従業員）	・今後は特別仕様車などの投入が予定されているが、事前の活動での客の反応は今一つである。ローン金利の上昇による、注文の減少も懸念される。
		乗用車販売店（総務担当）	・国内の自動車販売は依然として前年割れが続いており、小型化も進んでいる。販売台数の減少以上に、収益面での影響が今後も大きい。
		住関連専門店（店員）	・来客数に変化はなく、今後も売上は増加しない。
	一般レストラン（経営者）	・ランチタイムは満席で順番待ちが出る日もあるが、夜の来客数は減少傾向にある。昼のスタッフをもう少し増員し、回転を良くすれば売上増加につながるが、今後も現状維持が精一杯である。	
	観光型ホテル（販売担当）	・この先2～3か月間の予約状況は前年比で減少しており、楽観視できない。	
	都市型ホテル（従業員）	・予約件数は横ばいである。	
	旅行代理店（経営者）	・医療費、介護保険等の負担が増加する懸念があり、個人消費の先行きに明るい展望がない。今後も個人消費が増える可能性は少ない。	
	通信会社（企画担当）	・競争環境は今後も厳しく、現状維持が続く。	
	通信会社（サービス担当）	・通信業界ではサービス競争が限界にきており、来月からは値引き競争が厳しくなる。	
	美容室（経営者）	・前年に比べるとかなり良くなっており、今後もこの状態が続く。	
	住宅販売会社（経営者）	・建築資材の価格が少しずつ上がっており、早めに購入しようという客が引き続き増える。	
	住宅販売会社（従業員）	・オフィスビルの新築、改装に伴い、今後は供給が多くなる。ただし、IT関係を含め設備が整ったオフィスビルへの要望が多く、それに対応していないオフィスビルでは空室が多く発生する。	
	やや悪くなる	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・景気が良い会社は一部の大手企業であり、多くの客が働く中小企業では厳しい経営状況が続いている。そのため、客は懐具合を注意しながら生活しており、今後も厳しい状況が続く。
コンビニ（店長）		・郊外では大型店の集客競争が激しくなり、客はそちらに奪われる。日用品などの売上に影響が出てくる。	
乗用車販売店（従業員）		・6月末から7月初めにかけて、新型車が発表される。5月初めに最終注文となるので、それ以降の数か月間の来客数は、厳しい状況になる。	
その他専門店〔貴金属〕（店長）		・輸入品の売上はかなり悪化しており、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
		通信会社（営業担当）	・販売量が増えているが、利益は減少傾向にあり、今後この状況が続く。
		パチンコ店（経営者）	・監督官庁の規制強化により、収益は減少する。
		理容室（経営者）	・客は、今後も値段の安い美容室に流れていく。昔は義理人情もあったが、今は客も生活がかかっているため、仕方がない。
	悪くなる	商店街（代表者）	・大型店の相次ぐ出店に伴い、中小店では軒並み苦戦を強いられ、廃業に追い込まれる可能性もある。
		スーパー（経営者）	・新しい大型店がまた1店出店するため、中小販売業者の販売量はまた減少する。
		スーパー（仕入担当）	・来月にまた、近隣で安売り志向のスーパーが出店する予定であり、安売り合戦は今後も続く。しばらくは、来客数も減少する。
	観光型ホテル（経営者）	・この先2～3か月間の宿泊、昼食、夕食の予約状況は、前年同月の7～8割とあまり良くない。2～3か月先は、かなり悪くなる。	
	通信会社（開発担当） その他サービス〔珠算塾〕（経営者）	・今後、前年並みの業務量を確保できる見通しが立たない。 ・3か月先は子供が夏休みに入る時期であるが、珠算塾は1か月間休み授業料を納めないケースが増える。最近レジャーが学習塾の合宿参加と、親の方針が極端になっている。	
企業 動向 関連	良くなる		
	やや良くなる	紙加工品〔段ボール〕 製造業（経営者）	・自動車関連の受注が少し増加傾向にあるが、今年は大変な猛暑が予想されるため、それに備える食品関係からも受注量が増加する。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・広告出稿量は、今後も緩やかに増加し続ける。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・従来製品の受注量が増加傾向にあることに加えて、新商品が順調に売上に結び付いている。今後もこの調子で良くなる。
		輸送用機械器具製造業（統括）	・主要取引先の業績回復に伴い受注量は増加傾向にあり、今後も良くなる。
		輸送業（エリア担当）	・貨物の荷動きは少し緩慢であるが、客からは受注が多いと聞いており、心配はしていない。
		輸送業（エリア担当）	・荷主からは、輸入貨物を始め貨物量が増加するなどの明るい話を聞いており、今後は良くなっていく。
		不動産業（経営者）	・商談の成立数が増加しており、今後も良くなる。
		会計事務所（社会保険 労務士）	・銀行からの融資を比較的楽に受けられるようになり、資金繰りに余裕が出てきている客が多く、今後は良くなる。
		その他サービス業〔ソ フト開発〕（社員）	・日本版S O X法にまだ対応していない企業は全体の4割あり、対応中の企業もまだ対応に追われている。今後も、コンサルティングのみならずS Eの確保にも忙しい。
		変わらない	パルプ・紙・紙加工品 製造業（総務担当）
	金属製品製造業（経営者）		・引き続き市場の大きな拡大は望めない中、競合他社と競争しながらの販売先への価格交渉は、今後も続く。
	金属製品製造業（従業員）		・ステンレス材料の価格の高止まりは今後も続き、利益を圧迫し続ける。
	一般機械器具製造業（販売担当）		・主要販売先の米国市場では、大手自動車メーカーの不振が今後も続く。引き合い件数は減少しており、大規模プロジェクトの引き合いもない。欧州、アジア市場からの引き合いは多いが、なかなか受注に結び付かず、米国向けの不調を埋め合わせることはできない。
	輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・円安が続いており、海外向けの販売が好調である。下請企業でも業績は良い。当面は、現状で推移する。	
	建設業（経営者）	・仕事量はあるが、受注価格の競争が相変わらず厳しい。厳しい競争は今後も続き、当分は今の状態で安定する。	
	輸送業（経営者）	・客先によって物流量の増減はあるが、全体としては安定が見込まれる。	
	輸送業（従業員）	・石油製品の価格がまた上昇に転じる動きがあり、懸念される。	
	通信業（営業担当）	・引き続き厳しい状況は変わらず、積極的な投資にはつながらない。	

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
		金融業（企画担当）	・金利が上昇する懸念はあるが、金利の水準は引き続き低く、法人も個人も不動産の購入意欲は強い。今後も良い状況は変わらない。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込広告は微増、微減を繰り返している。今後も大きな変化はない。
		経営コンサルタント	・富裕層向け的美容院など、単価が高い店の売上は伸びている。そうした店舗が立地する地域ではテナント料も高く、地価は上昇する。ただし、庶民が住む地域では所得は増加しておらず、今の状態が続く。
	やや悪くなる	食料品製造業（企画担当）	・原油価格の高騰に伴う動燃費と副資材の価格高は定着しており、商品原価は高くなっている。その一方で、販売先である小売業では販売価格が変わらず、収益を悪化させている。また、販売数量も依然として伸びていない。今後は一段と厳しい状況となる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・鉄鋼メーカーが再度30%近い値上げを実施するなど、素材単価は継続的に値上がりしている。得意先に価格転嫁しないと、事業を継続できない。得意先全体から了解を得られるまで、停滞ないし悪くなる方向に進む。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・地元大手自動車メーカーの関連業者からの受注は、今一つである。一昨年のような好調さはなく、今後はやや悪くなる。
		輸送業（エリア担当）	・この時期に荷物量が伸びないと、4～6月の荷物量も厳しくなる。今後は特需でもない限り、荷物量は例年に比べて減少が続く。
	悪くなる	公認会計士	・金利の上昇など、収益圧迫要因の改善の可能性が低い。
		窯業・土石製品製造業（経営者） 鉄鋼業（経営者）	・窯業界の先行指数となる住宅着工件数は、3か月前と比べてマイナス17%と悪化している。 ・素材メーカーでは値上げを続けており、流通側では粗利をこれまで以上に削って、少ない利益を取り合うことになる。
	雇用 関連	良くなる	
やや良くなる		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・大手自動車メーカーでは、国内外での増産計画を背景に、7月までの人員確保が急務となっている。今後はグループ関連企業からも含めて、求人広告の出稿増加が予想される。
変わらない		人材派遣会社（社員）	・今後も求人数の増加を見込んでいる。ただし、人材が足りない状況は今後も続く。
		人材派遣会社（社員）	・今後も求人数の増加を見込んでいるが、派遣スタッフ不足も続く。
		人材派遣会社（社員）	・技術専門職の派遣スタッフの人材不足は慢性的であり、今後もこの状況が続く。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・製造業は、全般的に好調である。派遣や請負への需要も相変わらず多い。しばらくは高い水準で推移していく。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・正社員の採用は拡大しているが、伸びは止まっており、今後は横ばいである。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・製造業は正社員募集が中心であるが、固定費を掛けられないサービス業、流通業では相変わらず非正規雇用が中心である。この状態は今後も続く。
職業安定所（職員）		・求職者数は、底打ちしている。ただし、今後物価の上昇が進めば、横ばいしないし悪くなる可能性もある。	
やや悪くなる			
悪くなる	-	-	

6. 北陸（地域別調査機関：（財）北陸経済研究所）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	一般小売店〔精肉〕（店長）	・能登半島地震の発生後は来客数が非常に減少していたが、ここへ来て買い回り客がかなり増加しており、これから上昇に向かう。
		百貨店（営業担当）	・能登半島地震から1か月が経過し、能登からの来客がほとんど見られなくなっているが、今後復興が徐々に進むにつれ、来客数も多少回復に向かう。
	その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	・地元の大手有力企業が最高決算となったため、関連企業の多い地元の店舗を中心に、来客数、客単価共に伸びていく。	

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
		観光型旅館（スタッフ）	・予約状況はまだ厳しいが、能登半島地震の復興のアピール活動が本格的に行われており、その効果が期待できる。
		旅行代理店（従業員）	・好調な企業業績に後押しされ、個人需要の拡大が見込まれる。また、初夏商品の予約状況も好調である。全国に発信される「元気です、能登」の影響で、地元の動きも活性化する。
		住宅販売会社（従業員）	・若い層の賃貸住宅から新築住宅への動きは非常に底固い。持家のある客層の新築は少ないが、リフォームへのシフトが非常に増えている。
	変わらない	スーパー（店長）	・来客数は減少傾向にあるものの、1人当たりの買上点数は前年に比べ伸びており、現状が続く。
		スーパー（総務担当）	・今後、急激な変化はないと思われるが、梅雨時の天候により青果物に大きな動きがあるかもしれない。
		スーパー（営業担当）	・一品単価、客単価共に下げ止まりとなっており、天候にもよるが、これから徐々に回復傾向をたどる。
		コンビニ（経営者）	・月によって来客数や客単価が上下しており、厳しい現状がこのまま続く。
		乗用車販売店（総務担当）	・団塊世代を意識した新型車が期待はずれとなったため、6月発売予定の新型量販車種に期待したいが、不安材料がある。
		乗用車販売店（経理担当）	・6月にミドルクラスの新型車が登場するため若干持ち直すが、量的回復は期待できない。
		乗用車販売店（営業担当）	・最近の週末の来客数が前年に比べ悪化傾向にある。
		スナック（経営者）	・相変わらず業種間格差があるなかで、好調だった製造業の客からも「減速」の声が聞かれる。当面は現状のまま変わらない。
		観光型旅館（経営者）	・地震の風評被害や原油の高騰など、旅館経営に影響を及ぼす逆風が吹いている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・レストランの利用客の増加傾向はやや弱くなるものの継続する。また、宴会部門でも若干の増収が見込まれる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・予約は前年より減少し、宿泊も能登半島地震の影響から国内の団体は減少している。当面は現状のまま推移する。
		旅行代理店（従業員）	・旅行の予約状況などから見て、現状維持が精一杯である。
		通信会社（営業担当）	・携帯電話の新機種が続々発売され、高性能機種を中心に売れているが、画面の文字が大きい簡単タイプも人気がある。今後も大きな需要が見込まれる。
		通信会社（営業担当）	・携帯電話のキャンペーンは5月も継続するが、買い換え客の大半は4月に購入済みのため、大幅な販売台数増加は見込めない。しかし、5月末から順次新機種が発売されるため、キャンペーンで足りない分をカバーできる。
		競輪場（職員）	・5月はゴールデンウィークなどで一時的に入場者及び売上高の回復が期待できるが、6月以降は客層の高齢化が目立つことから、売上単価に期待が持てず、回復の兆しは見えない。
		その他レジャー施設（職員）	・客単価は上昇傾向にあるが、客層により差がある。商品販売量があまり増えていないことから、景気回復感はない。
		住宅販売会社（従業員）	・民間の金融機関で住宅ローンの金利を0.1%下げたところもあるが、全体的にはまだまだ厳しいのが現状である。春のこの時期に新規客が少ないため、今後の新築についても不安になる。
やや悪くなる	商店街（代表者）	・一気に暑くなると、衣料品などは「合いもの」の売行き不振が心配になる。ゴールデンウィークも農作業に時間を取られ、購買には結び付かない。	
	一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	・能登半島地震の影響は能登のみならず、金沢、加賀温泉、さらには富山・福井県の温泉・観光地にも飛び火している。特に石川県は小手先の復興対策ではなく、構造的な復興対策を成功させなければ、主要産業である観光が危うくなる。	
	スーパー（店長）	・ガソリン価格が上昇しており、これが食品の売行きに影響を及ぼす。消費者は食品への影響を少なくするため、低価格商品を求める結果、価格が低下する。	
	スーパー（店長）	・この1年間に、周辺で一部上場のライバル企業が4店舗も出店しており、競争はますます激しくなる。	

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
		スーパー（店長）	・相変わらず周辺人口が減少するなか、スーパーやドラッグストアの競合店の出店が活発である。今後もこの現象は変わらない。
		乗用車販売店（経営者）	・小型の低価格車が中心の需要構造においては、収益面でかなりの落ち込み状態が継続する。
		高級レストラン（スタッフ）	・能登半島地震の風評被害が予想され、旅行シーズンにもかかわらず県外旅行者による受注が団体、個人とも減少する。
		一般レストラン（スタッフ）	・人手不足はここ1年ぐらいの課題であるが、パートタイマーへの厚生年金適用拡大の閣議決定以降、労働時間短縮や退職希望のパートタイマーが増加し、人手不足に拍車がかかっている。加えて、経費負担増など懸念材料が多く、廃業に追い込まれていく店が多くなる。
		タクシー運転手	・今後、行楽などでタクシー利用は前年以上にあると思われるが、4月があまりにも良かったため、反動で若干落ちる。
		タクシー運転手	・原子力発電所の事故隠し事件、能登半島地震などの特需がなくなり、平常に戻る。
		通信会社（役員）	・ケーブルテレビ業界の全国的課題である区域外再送信問題の解決が遅れているため、今後の契約数の増加見通しは現時点では厳しい。
		テーマパーク（職員）	・新規客の問い合わせが少なくなっており、能登半島地震の風評被害の影響はしばらく続く。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅の資材や原材料の高騰もあり、駆け込み需要が期待されたものの、客の動きは鈍く、現状が続く。
悪くなる	コンビニ（経営者）	・近いうちに、店舗周辺で競合店の出店が控えており、売上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	通信業（営業担当）	・取引先から「大型の受注を取れたので、電話システムの更改を考えた」として、受注になったケースがあった。マーケットの動きとしては上昇ムードである。
	変わらない	繊維工業（経営者）	・衣料は気候次第である。また輸出の企画を積極的に進めないと先行きは厳しくなる。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・原油価格の再上昇など景気の減速要因はあるが、急激な変化はない。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・IT関係では新製品の登場が待たれる状態であり、回復には時間が掛かる。
		精密機械器具製造業（経営者）	・眼鏡のワンプライスショップが国内市場に広がるなか、中国製商品の量的拡大がますます進んでいる。各社は高付加価値商品の開発に躍起であるが、量的にはさほど伸びていない。
		司法書士	・会社解散は多いが、破産に至る前に解散するという事案が多い。
	やや悪くなる	食料品製造業（企画担当）	・今後、主原料の価格が一層上がることが明確であり、収益面では悪化傾向が予想される。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・設備投資が一巡してきており、特殊なものしか受注できない。
		建設業（経営者）	・今後も公共事業の増加が見込まれない状況下で、新年度工事の受注ができずに破たんする建設会社の増加が懸念される。
輸送業（配車担当）		・軽油の値上げが確実になり、上昇幅によっては収益を圧迫し、利益が出てこなくなる。	
悪くなる	建設業（総務担当）	・受注確保のため、低価格での入札競争がますますエスカレートしており、改善の兆しは見られない。	
雇用関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	-	-
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・求められるスキルを満たす派遣スタッフが慢性的に不足しており、また派遣料金の値上げが難しいなかでは業績の伸長が厳しい。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・常用雇用よりも非常勤雇用のニーズが高い状態が、今後も続く。
		職業安定所（職員）	・退職の意思を事業主に伝えていない在職求職者の来所が多い。すぐに転職を希望しているわけではなく、今以上に良い条件の職場があれば転職したいという考えのためとみられる。正社員の求人が増えない限り、このような状況は今後も変わらない。
職業安定所（職員）		・求人は増えているが、派遣求人も多い。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率が1倍台を超え、上昇傾向で推移しているが、新規求人数はここ2か月ほど前年に比べ減少している。
	やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・業種ごとの構造変化や競争激化、雇用形態の変化などにより、広告媒体別の需要にかなりの差が生じる。
	悪くなる	-	-

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（株））

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	コンビニ（経営者）	・昨年12月にオープンした2店舗間で商品の調整を行い、品不足を防いでいることから、今後は徐々に良くなる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・今年に入って売上は少しずつ上向いている。値ごろ品の売行きが順調で、天候次第では夏物商材の売上が伸びる。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・商店街も少し上向き傾向となりつつある。今月は売上が前年割れの店もなく、少し上向いているという声が多い。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・最近の傾向では、売上の良くない時期は続かず、その後は必ず良い月が来る。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・思い切って買物をする客が増えており、回復感が出てきている。5、6月の気候にもよるが、今後も良くなっていく。
		百貨店（売場主任）	・販売量はさほど多くないものの、時には高額商品が売れている。商品のPRをより強めれば、更なる購入の増加につながる。
		百貨店（営業担当）	・家の新築や改築の増加に伴う需要が増えてくる。
		スーパー（経営者）	・客は競合店の特売品を買い回っているが、味が良くて値打ちのある商品をそろえれば徐々に売れていく。
		スーパー（企画担当）	・先の予約についても間際予約が順調に推移しており、今後もこの状況が続く。
		スーパー（経理担当）	・酒類販売の自由化で取扱いを始めてから、関連商品の売上は好調に推移している。
		コンビニ（経営者）	・高付加価値品に対する客の興味が増しているため、購買意欲をうまく刺激できれば客単価が上昇する。
		コンビニ（店長）	・来客数が前年を上回る傾向にあるため、品ぞろえの見直しや、カウンター周辺のファーストフードの販売強化などで、客単価を引き上げる。また、今年の6～8月は猛暑という長期予報も出ているため、コンビニエンスストアにとっては追い風となる。
		衣料品専門店（販売担当）	・客の休日の過ごし方や、夏の一時金に関する話題をみると、今後は良くなる。
		家電量販店（経営者）	・デジタル放送の開始に伴うテレビの販売増加により、今後は若干良くなる。
		観光型旅館（経営者）	・近隣の国道の通行止めが解除されて、観光やレジャー、アウトドア、釣りなどの客が例年どおりの動きとなり、立ち寄り客も元の水準に戻る。
		都市型ホテル（スタッフ）	・前月と同様に先の予約が入ってきている。直近の予約も含めれば売上が増加する。
		旅行代理店（経営者）	・団塊世代の退職が始まったことで、高額な旅行に対する需要が増える。
		タクシー運転手	・タクシー料金の据置きが続いているため、ほかの交通機関に対する割高感が薄れてきている。また、飲酒運転の取締り強化の影響でタクシーを利用する人が増えている。
		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。
	変わらない	商店街（代表者）	・状況はある程度良くなっているものの、京都への観光客の動きは今がピークであり、更に良くなる感はない。
一般小売店〔花〕（経営者）		・商品の注文単価が上がっているものの、まだ一部の現象であり全体的な回復とはいえない。また、商品内容のグレードアップも求められるため、純利益が増えることはない。	
一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）		・天気や気候の問題ではなく、全体的に客の財布のひもが固く、沈滞ムードが広がっている。	
一般小売店〔衣服〕（経営者）		・不安定な気候が続く中で、これから夏場に向けて気候がどう変わっていくか判断がつかない。暖冬の苦い経験があるため、夏場の気候をみて判断する必要がある。	

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
		一般小売店〔カメラ〕 (販売担当)	・ここ数か月は一向に変化がみられない。客も今までは楽しい思い出をプリント保存していたが、今ではデジタル保存で十分という人が多く、カメラを販売してもプリント需要に結びつかない。
		百貨店(売場主任)	・今後は天候のほか、売れ筋商品が確保できるかによって売上が大きく左右される。そのなかで取引先は生産を抑える傾向にあるため、思うように商品を確保できなくなる。
		百貨店(売場主任)	・過去10年は、波はあっても大きな変化は起こっていない。今後も波はあっても一定範囲の動きにとどまり、大きく好転することはない。
		百貨店(売場主任)	・特選ブランドの売上が好調な一方、春物衣料は今一つである。今後、売場が一気に夏物衣料へと移行するため、クリアランスセールが前倒し傾向となる。
		百貨店(企画担当)	・客が店の手持在庫とは違う商品を求める傾向が強まっているほか、購入には慎重さがみられる。
		百貨店(経理担当)	・店頭でのファッションの動きが弱い一方、食品は高級そう菜をはじめ、高級スイーツの動きが良い。また、婦人雑貨ではシーズン商材の帽子や日傘といった紫外線対策商品の中でも、グレードの高い商品が売れている。
		百貨店(サービス担当)	・母の日のプレゼント商材では、いわゆる癒し系商品のほか、お茶や茶器などの企画商品が好調に動いている。その一方、物産催事の売上では前年水準の確保が難しい状況となっている。そろそろ新しい切り口や取引先の発掘も限界に来ている。
		スーパー(店長)	・客の間では、食品や日用品などの必需品には価格志向が依然として強い。食品などでも、こだわり商品への需要はあるものの、量の少ない物を選ぶ傾向がみられる結果、単価には変化がない。
		コンビニ(店長)	・食料品などが値上がりしており、生活費の負担増につながるため、今後も厳しい状況が続く。
		家電量販店(企画担当)	・早くもエアコン商戦の季節となるが、商品単価が毎年下落しているため、買換えを勧めなければ前年並みに終わる。
		乗用車販売店(経営者)	・新車の売行き、車検の予約共に停滞気味である。
		乗用車販売店(営業担当)	・取扱車種が他社の車種に比べて人気が高いほか、系列メーカー自体の利益も減少している。
		住関連専門店(経営者)	・連休明けは一時的に落ち込むものの、既に夏物商材の売出しが順調にスタートしている。
		住関連専門店(店長)	・確かに余裕が出てきた客もみられるが、お金の使い方は依然としてシビアである。
		その他専門店〔宝飾品〕(販売担当)	・健康ブレスレットを取り扱い始めて売上が安定してきたところに、類似品の報道があったため、今後の売上にも影響が出てくる。
		一般レストラン(スタッフ)	・夏に向かって売上は伸びるものの、例年の動きにとどまる。前年の水準を上回ったり、今年の売上目標を上回ったりするほど消費が活発になるわけではない。
		観光型ホテル(経営者)	・間際予約が増えているため先行きの予測が難しいものの、上向き傾向が続くことはない。良くなったり悪くなったりの繰り返しとなる。
		都市型ホテル(スタッフ)	・宿泊は好調が続くものの、宴会、会議は引き合いや問い合わせ自体が減少しており、単価を下げて動く気配がない。
		都市型ホテル(マネージャー)	・夏休みを控えて旅行業界などでは動きが活発になるものの、国内の消費マインドを大きく高めるような要因は見当たらない。
		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。平均単価を圧迫しているものの、契約企業による予約も多い。一方、婚礼は5月からの予約件数が前年よりも少ないほか、土日の新規来場者も少ない。また、宴会も大きな動きはなく、例年よりややマイナスで推移している。
		都市型ホテル(役員)	・改装工事で宿泊、料飲部門の営業休止が予定されており、収入が減少する。
		旅行代理店(店長)	・旅行業界では目玉となるイベントがない。
		旅行代理店(広報担当)	・夏休みの旅行受注の滑り出しはおおむね順調で、高額商品と低額商品が売れている一方、最もボリュームのある中間価格帯の売上が伸びていない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		タクシー運転手	・大阪の景気は良くなる兆しがない一方、タクシーの台数は増えており、客の奪い合いが続く。
		タクシー会社（経営者）	・客のライフスタイルの変化に伴って夜間の利用が減少しており、今後もこの状況が続く。
		通信会社（社員）	・数か月は光ファイバーサービスへの加入が増加する一方、ADSLやケーブルのインターネット利用者の減少が続く。
		観光名所（経理担当）	・今月は天候に恵まれて来客数が増え、客単価も少し上昇するなど、前年に比べてかなり好調に推移している。今後も天候が良ければ上向き傾向が続く。
		競輪場（職員）	・1月までは入場者数が増加傾向となったほか、売上にも増加の兆しがあったものの、2月以降は入場者数、購買単価共に横ばいで推移している。今後2、3か月で状況が好転することはなく、逆に下降気味の推移となる。
		その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・高額な連続公演をすべて観賞する客がいるなど、レジャーや趣味にゆとりが出てきている。その一方、来客数は伸びているものの、物品販売では購買量、購買額共に前年比で横ばいにとどまっている。
		その他レジャー施設 [球場] (経理担当)	・プロ野球のフランチャイズ球団の試合では集客に苦戦しているが、5、6月はセ・リーグとの交流戦が行われるほか、ゴールデンウィークには家族向けイベントが行われるため来場客が増える。
		その他サービス [学習塾] (経営者)	・5月に無料体験キャンペーンを行うため、その結果次第では生徒数が増える。
		その他サービス [ビデオ・CDレンタル] (エリア担当)	・全アイテムの売上合計は前年並みの水準が続く。
		住宅販売会社（経営者）	・客が家を購入する動機に乏しい。将来の賃金に対する不安もあり、チラシやポムページ、住宅情報誌などで広告を行っても集客状況が極めて悪い。
		住宅販売会社（経営者）	・9月から新景観条例が施行されるのを前に、市場では様子見の状態が続く。
		住宅販売会社（総務担当）	・展示場への来場数自体は変わっておらず、需要と供給のバランスが取れ始めているものの、すぐに契約には結びつかない。
		やや悪くなる	
一般小売店 [酒] (経営者)	・今月のように、売上が前年比で125%上昇する水準が続くことはない。ただし、全般的には前年を上回る状況が続く。		
一般小売店 [精肉] (管理担当)	・例年、ゴールデンウィークが終わると中元戦線まで谷間の時期となるため、今年は5月に神戸で婚礼イベントが行われるものの、盛り上がることはない。		
百貨店（営業担当）	・家具などのリビング関連商品への引き合いが減少しているのに伴い、店頭に来客数や売上が減少傾向にある。		
百貨店（統括）	・競合店の進出で客の分散化が進むため、今後は更に悪くなる。		
スーパー（経営者）	・冬季のスキー客や観光客に依存している地域であるため、暖冬の影響で多くの人の収入が減少し、春以降の買物にも影響が出る。		
スーパー（店長）	・周辺に競合店が出店する予定であるため、来客数の減少に伴って売上が減少するなど、更に環境が厳しくなる。		
スーパー（店長）	・商圏内の状況は変わらないほか、今後は大型競合店の出店がみられる商圏外からの影響を受け始める。		
コンビニ（マネージャー）	・ポイントカード会員が毎週着実に増えているものの、近隣の競合店も5月から新規のカード会員を募集するため、当店カードの優位性が弱まる。今後は、高額商品の販売増よりも、客のニーズを的確に捉えた売場作りで来店頻度を高める。		
衣料品専門店（経営者）	・4月に売上が伸びる年は夏まで良い状況が続くが、今年は伸びなかったため良くなることはない。さらに、4月の売上が悪い年は夏物商材の手配が甘くなるなど悪循環に陥る。		
通信会社（経営者）	・前期末は新規販売の促進で売上が大きく伸ばし、今期に入ってから買換え促進策が出されたことで、今後しばらくは大きな盛り上がりが見られる。		
住宅販売会社（従業員）	・新築マンションでは好調物件が少なくなっており、大半の物件で苦戦し始めている。		

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）	・ 今後は高額マンションの販売が予定されているが、客がついて来るのは難しい。顧客の動きが停滞することで、景況感が悪化する。
	悪くなる	商店街（代表者） 乗用車販売店（経営者）	・ 郊外の大型スーパーとの販売競争により、商店街では閉店の話が絶えない。徐々に商店街としての機能を果たせなくなっている。 ・ 業界全体が縮小傾向となっており、そこから抜け出す糸口が見当たらない。
企業 動向 関連	良くなる	広告代理店（営業担当）	・ 不動産ファンドなどがショッピングセンターの売買を始めたことで、ディベロッパーの動きが変わってきており、販促業界にとってはチャンスが増える。
	やや良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・ 受注量、販売量共に増加していく。
		金属製品製造業（管理担当）	・ マンションなどの受注件数が増えているが、構造計算書偽装問題の発生以降は、価格の安さ以外に高い品質が求められる。会社のネームバリューで受注が増える部分も出てきている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・ 自動車や家電業界では設備の増設が行われるなど、増産傾向が広がっている。
		輸送業（総務担当）	・ 海外への出荷が増加傾向にあるなか、大阪の南港地域に外資系企業が物流倉庫を建設するなど、今後は荷物量が更に増加する。
		金融業（営業担当）	・ 鉄鋼関連設備や金属加工などの鉄鋼関連のほか、土木建築業では今後も受注が増加し、増収増益基調が続く。
	変わらない	食料品製造業（従業員）	・ 石油関連製品の値上げや、とうもろこしのエタノール原料への利用増加に伴い、コーンスターチなどの原料価格の上昇が始まっている。中小企業は価格競争力を保つために製品の値上げを抑制することから、経費節減などの動きが増える。
		食料品製造業（経理担当）	・ 油や砂糖の値上がりに伴って製品価格が上昇しており、売り方が非常に難しくなっている。
		繊維工業（総務担当）	・ 各得意先で売上が伸び悩んでいるため、メーカーへの注文が来ない状況である。
		繊維工業（企画担当）	・ 売上を増やすよりも、在庫を減らすことが会社の方針となっているため、今後も現在の状況が続く。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・ 材料の値上げが続く一方で価格転嫁が遅れるため、受注量は微増するものの、利益全体としては変わらない。
		金属製品製造業（経営者）	・ スクラップの品薄で鋼材価格は上昇する一方、製品価格の低下傾向は続く。
		一般機械器具製造業（経営者）	・ 既に6月までの受注が確定している。
		一般機械器具製造業（経営者）	・ 取引先には鉄鋼関連の企業が多いが、各社の積極的な投資姿勢は変わらない。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・ 状況はあまり変わらず、AV関連商品を中心とした荷動きになる。
その他製造業〔履物〕（団体役員）		・ 輸入製品の増加により、国内製品の先行きは不透明である。	
建設業（経営者）		・ 建設資材の高騰が進むことで、厳しい価格競争が繰り広げられる。	
輸送業（営業所長）		・ 新規の注文が取りにくくなっているなど、先行きは不透明である。	
不動産業（営業担当）		・ 土地の値段は上がっているものの、オフィスなどの賃料は上昇していない。また、建売住宅の素地も仕入価格が上昇しているが、販売価格に転嫁するのは難しい。	
新聞販売店〔広告〕（店主）		・ スーパーが広告の配布範囲を狭めているほか、パチンコ店が広告を自粛していることで、折り込み広告数が減少しつつある。	
広告代理店（営業担当）		・ 広告の出稿量は2～3か月変わっておらず、今後増える材料も減る材料も見当たらない。	
やや悪くなる		繊維工業（総務担当）	・ 靴下市場では依然として供給過多の傾向が続いている。中国からの安価な輸入品が増加すれば、国内品の販売量が更に減少するほか、在庫の増加や販売価格の低下が進む。
		化学工業（経営者）	・ 昨年に比べて、大口の注文に動きの遅れている物が多く、売上は一進一退の動きとなる。経験的にみると、景気減退のパターンに入ってきている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・大きなイベントの予定がないほか、新商品投入の予定もない。
		司法書士	・事件数が絶対的に減少しているなかで、好材料が見当たらない。
	悪くなる	-	-
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	職業安定所（職員）	・新規求人数は高水準での推移が続いており、事業主都合離職者も引き続き減少傾向にあることから、当面は雇用失業情勢の改善が続く。しかし、大阪の有効求人倍率は季節調整値で1.25倍と3か月連続の低下となっているほか、新規求人数もほぼ横ばいで推移していることから、今後の動向には注意が必要である。
		学校〔大学〕（就職担当）	・大企業からの内定報告が徐々に増加するなかで、中堅、中小企業の動きも活発になっている。来校企業の多くは、学生の内定状況などの情報収集のほか、連休明けから本格的に始まるセミナー情報の発信を行うなど、採用意欲は高い。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・人材派遣に対する需要は堅調であり、今後も微増傾向が続く。
		人材派遣会社（経営者）	・各社では営業担当が不足しており、特に不動産業では即戦力の派遣依頼が多い。
		人材派遣会社（支店長）	・企業からの派遣依頼に対し、紹介できるスタッフの確保に引き続き苦戦することになる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・全体的に新聞や活字離れが進むなかで、新聞が求人広告に占めるシェアが大きく伸びることはない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・5月以降もほぼ前年並みの推移となるものの、前年が非常に低い水準であったため絶対量は多くない。
		職業安定所（職員）	・同業他社の倒産で仕事量が増加した企業や、競合店舗の閉鎖で事業所を新設した企業など、景気回復が理由とはいえない求人募集がみられる。
		職業安定所（職員）	・求人数の減少は、これまで多くの求人を出していた事業所の閉鎖が大きな要因であるが、請負派遣の求人も減少傾向にあることから、今後注視する必要がある。
		民間職業紹介機関（職員）	・日雇求人数はここ数年になく悪い水準であるが、建設業者からは以前ほど悲観的な声は聞かれない。今後もしばらくは、やや悪い状況のまま推移する。
	やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・金利の上昇に伴い、不動産関係の人材募集の動きが少し鈍くなっている。
	悪くなる	-	-

8. 中国（地域別調査機関：（社）中国地方総合研究センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	家電量販店（店長）	・地上デジタル放送開始に伴い、液晶テレビ・プラズマテレビの需要はこれからも伸びる。
	やや良くなる	百貨店（販売促進担当）	・このまま順調に季節が実感できるようになると、春先に買い控えた客が、ゴールデンウィーク、ボーナスシーズンに積極的な買物をしてくれる。
		百貨店（売場担当）	・5月にはイベントの企画が2つあり、その相乗効果に期待している。また、夏物商品の入荷を前倒しして早めているので、客に案内できる。
		スーパー（店長）	・1品単価は引き続き減少傾向にあるが、買上点数が増加しているため客単価は昨年よりも上回りつつあり、この傾向が続く。
		スーパー（総務担当）	・前年春・夏が悪かった分、特に飲料やソーメンなど冷やして食べる商材が、現在のトレンドで行けば期待が持てる。
		コンビニ（エリア担当）	・定番商品がかなり動くようになってきた。取引先の改装や、新規取引先も3～4か月先までみえており、若干だが上昇傾向である。
		コンビニ（エリア担当）	・前年比で来客数が増加しているので、このままいけばやや良くなる。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・暖冬のため冬物は不調に終わったが、その分夏物の販売期間が長くなり、売上も増加する。
衣料品専門店（地域ブロック長）	・これからの夏商戦に向けて、クールビズ商品、特にワイシャツ等の動きが良くなる。		

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
		自動車備品販売店（店長）	・ 来客数も増加しており、接客の段階で高額商品を考える客が増えてきているので、今後はやや良くなる。
		その他専門店〔カメラ〕（店長）	・ 若干ではあるが、来客数やプリント関連商品の販売が持ち直してきており、この傾向が続く。
		一般レストラン（店長）	・ 4月は来客数が前年比90%台と若干落ち込んだ。しかしながら、予約の状況等から見てゴールデンウィークを挟んで6～7月は徐々に来客数の増加が見込まれる。
		都市型ホテル（従業員）	・ 宿泊について、首都圏からのビジネス需要が増加しつつある。
		都市型ホテル（スタッフ）	・ 春休みにはファミリー客の利用が多く、前年を大きく上回ったので、夏休みに向けて、同じように集客が見込まれる。
		通信会社（社員）	・ 新年度に入ってから通信サービスへの新規加入に伴う売上が増加しており、この分だとボーナス時期はPC購入による通信サービス加入増も見込める。
		通信会社（販売企画担当）	・ 新商品の投入により、市場の活性化が図られる。
		ゴルフ場（営業担当）	・ 前年同月の予約状況によると4～6月までの予約が前年比110%で推移している。
		設計事務所（経営者）	・ 相談件数が徐々に増えているので、今後2～3か月先に向けて受注など、何らかの動きが期待できる。
	変わらない	商店街（代表者）	・ ようやく実感される景気の良さが消費に反映されることを期待しているが、夏枯れということもあり、全体的に現状維持で推移する。
		商店街（代表者）	・ 気温次第ではあるが、ファッションの流行が昨年とあまり変わらないようだから、変わらない。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・ この低調な状態がまだまだ続くと思われる。周辺で、景気の回復傾向がある企業も少なく、消費にまでお金が回らない。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・ 観光客の出足は良く、来客数は増加しているが、客の購買意欲は不安定であり景気としては変わらない。
		一般小売店〔印章〕（営業担当）	・ 法人関係の動きが少なくなったので、横ばい状況が続く。
		百貨店（営業担当）	・ 求人倍率も増加し、大都市周辺では景気が上向く傾向だが、地方都市においてはそのような風が吹いている実感はなく、このまま推移する。
		百貨店（営業担当）	・ ミセスは気温に左右されるので、冬・夏の天候次第で売上は変わる。今年は、大きなファッショントレンド変化がないため、Tシャツなど必要最低限の買換え需要のみとなる。
		百貨店（販売促進担当）	・ 春マーケットがファッション部門中心に前年マイナスで終わり、今後夏商戦へととなっていくが、5月以降についても景気が好転する材料はみえてこない。
		百貨店（売場担当）	・ 3月、4月と婦人靴の売上が前年割れをしており、取引先が急に在庫を絞り込むことが予測され、夏本番での在庫が不足する恐れがある。具体的には、先にお金がいるインポートに頼っている分、取引先の在高がブーツの仕入れに回っており、夏にはサンダルが不足する。
		百貨店（売場担当）	・ 地方の駅前に立地しており、地域全体としての集客力は依然として落ち続けており、来客数減少に歯止めが掛からない。天候の予測もつかず厳しい商戦を強いられる。
		百貨店（購買担当）	・ 2～3か月後はクリアランスの時期だが、今年は春物の動きが悪く商材も多く残っており、その関係で夏物商材の不足が見込まれる。クリアランスも商材の品薄が考えられるし、ヒットアイテムも生まれておらず、先行きが懸念される。
		百貨店（販売担当）	・ 近隣の商業施設の改装もあり、来客数の減少が懸念される。
		スーパー（店長）	・ ディスカウントストアのオープンが近づくにつれ、客の囲い込みを目的に企業間の競争も激しくなるので、売上利益確保が難しい状況が続く。
		スーパー（店長）	・ 良くなる要因も悪くなる要因も見当たらないので、この状態が続く。
		スーパー（店長）	・ 販売点数が102%、来客数が101%という状態が続いている。今後もこのトレンドは続く。
		スーパー（店長）	・ シーズン品の不振により、売上は前年並み程度の現在の傾向は、この先しばらく変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・5月は自動車税等の税金の払込みがあり、急激な回復は難しい。6月以降は天候に大きく左右される。気温が高くなれば夏物商材で点数も伸びてくる可能性もあるが、ほぼ前年並みという大きな流れは変わらない。
		スーパー（経理担当）	・大手スーパーの進出等もあり、まだまだ厳しい状況が続く。
		スーパー（財務担当）	・既存店の来客数が、やや前年を下回っており、競合店の出店により一点単価及び、買上点数のアップが期待できない状況となる。
		スーパー（販売担当）	・暑くなると飲料は良く売れるが、今植えた野菜が育てば野菜の買い控えも懸念され、トータルでは変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数減の流れは底となったと考えるが、今後回復に向けて大きな要因が見当たらない。
		コンビニ（エリア担当）	・必要な物以外は購入しないという客が多く、今後もこの状態は改善されない。
		衣料品専門店（販売促進担当）	・今本当に必要な物しか購入しない客が多く、これから暑くなれば商品も動くだろうが、値段にシビアな客も多く、予断を許さない。
		家電量販店（店長）	・AV商品の販売も思うようにいかず、これからは夏商戦、白物商品の販売競争になると思われるが、どちらにしても厳しい状況が続く。
		家電量販店（予算担当）	・オリンピックやワールドカップのようなイベントが無く、大きな盛り上がりは期待できそうにない。反対に消費が後退するような悪材料も見当たらず、緩やかな拡大はしばらく続くのではないかと。
		乗用車販売店（経営者）	・我々の業界ではあまり良くないが、他業種では景気の良い企業もあり、人の採用も増加しているようである。この層の購入も見込め、大きく悪くなることはない。
		乗用車販売店（店長）	・販売においては、最需要月を越えて今月は反動が予想されたが、前年ほどの極端な落ち込みがなかったためこのまま続く。
		乗用車販売店（サービス担当）	・販売量を増加させる要素がないばかりか、これからのに向けてのメーカーの戦略が鈍い。
		自動車備品販売店（経営者）	・来客数の動きは昨年秋口から前期を下回る動きが続いており、この状況はすぐには回復しそうにない。商品部門ごとの売上状況も波があり、強い期待感はない。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・4月前半は商品の動きが良かったが、後半はまた悪くなったので、このまま推移する。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・人口減や、高齢化により、当地の消費はより厳しくなりそうである。売上にも影響がある。
		その他小売（営業担当）	・販売量、単価共、大きく上下する要素が見当たらない。
		高級レストラン（スタッフ）	・来客数の状況は、前年よりは多少良いが、3～4か月先の予約状況はあまり良くない。単価はますます良いのだが、先行きについては、不透明である。
		観光型ホテル（経理総務担当）	・期待していた大企業の動きがそれほどでもない。これから夏にかけては通常でも宴会部門は閑散期となる。個人客の動向に期待するも多くは望めない。
		都市型ホテル（総務担当）	・宴会及び婚礼等の客単価は上昇傾向にはあるものの、動きとしてはまだまだの状況である。中小零細企業においては景気回復の実感がないという声がいまだにあり、全体的に様子見の感がある。
		旅行代理店（経営者）	・参議院選挙が済むまで、旅行の動きは少ないと考えられ、やや悪い状態が続く。
		タクシー運転手	・特殊なイベントでもない限り、プラスの動きは出てこない。客の様子を見ても全体的に暗い感じがしている。
		タクシー運転手	・運賃値上げのうわさも流れており、夏の参議院選挙の影響もあり、良くなる要素が見受けられない。
		タクシー運転手	・非常に利用客が少ない。普段の移動に関しても観光に関しても少ない。今後夏に向かってもこの傾向は続く。
		タクシー運転手	・日中の動きが非常に悪く、客からのタクシー依頼も電話が減っている。飲食の帰りも家族に迎えを頼むため、タクシーの利用が減少している。一般の消費についても、特定部門を除き、財布のひもが固い状況は続く。観光についても、ゴールデンウィーク、並びにそれ以降も期待が持てない。

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
		通信会社（企画担当）	・IP電話や、動画配信、SNSの需要は、当社においては緩やかで、目立った変化は今年になってなく、この傾向は続く。
		通信会社（総務担当）	・競合他社のサービスへの切替え等厳しい状況が続く。
		テーマパーク（財務担当）	・料金の見直し等の効果もあり、現在の状況はある程度続くが、今以上に良くなるかどうかは不明である。
		テーマパーク（広報担当）	・周辺の類似施設との競合が激しくなっており、差別化に苦労している。PRにより一層の力を入れるが、現状維持が精一杯だろう。
		テーマパーク（業務担当）	・劇的に良くなる材料も悪くなる材料もなく、当面はこのままの状態で推移する。
		競艇場（職員）	・2～3か月先も今月とレースの内容に変化がなく、発売金額・来客数共に変わらない。
		美容室（経営者）	・美容業界は全く先行きが見えず、混戦になっている。
		美容室（経営者）	・固定客・予約制で展開しているので、3か月くらいでは大きな変化はない。
		設計事務所（経営者）	・客との対話のなかで積極的な動きが見受けられなくなり、これからの消費意欲が弱くなっている。
		設計事務所（経営者）	・建築関係では景気の上向きという印象は受けない。民間も公共事業もまだまだ低い状況である。発注方式もいろいろあるなかで、受注が難しい状況になっているし、ダンピング傾向にもある。今後もこの厳しい状況は続く。
		設計事務所（経営者）	・企業に建設投資意欲が見受けられない。
		住宅販売会社（従業員）	・客は購入について慎重に構えており、購買意欲も感じられず、この状況はしばらく続く。
		住宅販売会社（経理担当）	・金利の先高感も継続しているが、駆け込み需要的な契約は月初の予測ほど増えていないのでこのまま推移する。
		住宅販売会社（販売担当）	・契約に至るまでの客の慎重さは、変わる気配がない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・空き店舗の問い合わせなどもあまり無く、商店街活性化の動きもあまりない。また、対策は打っているが効果が出ていない。
		商店街（代表者）	・商店街の店舗がどんどん閉めている。今後の集客が少なくなることが懸念される。
		スーパー（店長）	・近隣の商業施設が、リニューアルのため今後約3か月間閉店の予定である。それに伴い、近隣商圏の集客数に減少が予測され、今後数か月は厳しい状況が続く。
		スーパー（管理担当）	・ここ3か月、価格強化の販促を組んできたが思った以上の売上増加がでていない。さらに夏に向けて競合店が出店するため、売上が前年を下回る。
		コンビニ（エリア担当）	・これから競合出店及びドラッグストアの出店、また、あるスーパーマーケットによる24時間化など悪い材料が重なっている。
		衣料品専門店（経営者）	・一度付いてしまった駐車が難しいというイメージは、そう簡単に元に戻らず、客も当分戻っては来ない。
		家電量販店（店長）	・現在の来客数の減少、不安定な気候による売上の減少傾向を回復させるものがない。
		住関連専門店（広告企画担当）	・価格と品質のバランスをきちんと理解して購入しようという客が少なくなっており、家電量販店のような販売が目立つてくると、単価が下がる傾向が止まらなくなる。
		その他専門店〔書籍〕（従業員）	・既存店の売上が低調で、その主要原因をつかむことができないままに推移する。
		一般レストラン（店長）	・日曜日の集客が悪くなっている傾向は、数か月前からで、回復する兆しがみられない。ちなみに我が家も外食回数が減っている。
		スナック（経営者）	・勤めていた人が退職して家に引っ込んだり、再就職していた人が定年で辞めたりで常連の客は確実に減少しており、これ以上客が増えることがない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・修学旅行シーズンが終わると、今の動きは一段落し、夏に向けての先行予約は、昨年を下回っている。
		都市型ホテル（経営者）	・大きな大会、学会の予約があるものの、それ以外の宿泊客（ビジネス、観光含む）の予約数は、やや落ち込んでいる。
		通信会社（通信事業担当）	・需要期であるにもかかわらず、新規加入数が伸び悩んでおり、今後についてもあまり期待できない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		美容室（経営者）	・過去2～3年のデータを見ても、この3か月あまり良くなり、今の状況を見ても、このまま良くないまま続きそうである。	
	悪くなる	商店街（代表者）	・店主との会話の中で、不安な会話しか出てこない。この状態が続く。	
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・新見市の一般事業予算が46%カットになった。その消費に対する影響が懸念される。	
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）	・自動車・携帯は更に受注が高止まりに入っており、また夏場の猛暑を予想し、エアコンの受注が特に欧州向けが活発にできてきている。ラインは既にフル操業の様態ができてきている。	
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・5月に量産開始の新製品の生産ボリュームについて、既に拡大の打診がきている。	
		通信業（支社長）	・携帯電話に続き光電話は若者の必需品となっており、今後も若い層を中心にかなりの需要が期待できる。このまま順調に推移する。	
		通信業（営業企画担当）	・製造業系の引き合いの他、金融関係のネットワーク整備・拡大の動きが目立っており、その他の業種にも順次展開される。ただし、インターネットを活用した安価型サービス普及もあり、収支的に楽観はできない。	
	変わらない	食料品製造業（総務担当）	・OEMでの期間限定商品の生産がここ1～2か月は続くので、昨年より若干良いか、横ばいの状態が続く。	
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・新規引き合いがなく生産量の回復は見込めない。ただ各地の行政向け需要（ごみ焼却炉）が新年度予算決定と共に発生するので、これに期待する。	
		鉄鋼業（総務担当）	・内需・外需共におう盛な需要に支えられ、高操業を継続する見込みである。輸出黒皮熱延鋼板は、中国の生産拡大により、市況軟化の懸念があったが、逆に需給はひっ迫度を増し、市況も上昇傾向である。	
		鉄鋼業（総務担当）	・為替の動向、IT関連企業の景気の動向等、先行き不透明感は強い。	
		金属製品製造業（総務担当）	・好調な受注を受け、フル操業を行っている。しかしながら、鉄原料の高騰に加え、石油の値上がりも懸念材料である。全体的に見ると3か月先も現在の状況が続くものと思われる。	
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	・自社製品の売上について、国内の市場環境の悪化による減少を、海外向けでカバーする状況が続く。	
		電気機械器具製造業（広報担当）	・受注見込みが現状を上回る見込みはない。	
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・受注量が変わらず、上向きになる気配もない。	
		建設業（経営者）	・プラス面の変化は見受けられない。統一地方選挙で市長が交代し、投資等についてもある程度の期待はしているが、結果が出るのには1年以上掛かると思われ、この2～3か月は変わらない。	
		輸送業（統括）	・即効果の上がる新規業務の計画が、現在はまだない。	
		金融業（営業担当）	・ガソリンスタンドや建設業では、資金繰りが非常に厳しくなっているところがあり、いつ倒産が起きてもおかしくない。その反面、運送業で設備投資が行なわれたり、小さなお店だがお菓子屋・ケーキ屋等独立開業といった様子も見受けられる。業種によってまだまだばらつきがある。	
		会計事務所（職員）	・現在、活気があるのは製造業だが、夏場にかけて大きく伸びる要素が少ない。また、他の業種、特に建設業を中心とした公共工事関連は、先の見通しがなかなか立たない状態である。現在の状況が大きく改善される事はない。	
		やや悪くなる	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が、原材料の価格上昇や調達資金の金利負担の増大、また賃上げ負担増などコストアップの要因を抱え、先行きの状況はますます厳しくなる。
			建設業（経営企画担当）	・談合問題で指名停止している業者がある関係で受注につながる物件が増えたのだが、これも暫定的なことでは今後良くなることはまだまだ言えない。
コピーサービス業（管理担当）			・良くなる理由が見当たらない。設備を含めた固定費の見直しを行うことを検討しなければならない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	-	-
雇用 関連	良くなる	職業安定所（雇用開発担当）	・企業の受注残がどれだけかはわからないが、業務処理する上での労働力について、有期雇用においても、期間が長期化する傾向がある。
	やや良くなる	人材派遣会社（担当者）	・派遣依頼のみから、社員採用への依頼増加が、加速傾向にある。
		人材派遣会社（営業担当）	・企業の採用難から派遣労働者に掛ける金額を上げる動きがみられ、派遣労働者は今までよりも多くの収入を得ることが出来ている。派遣元事業者も値上げ交渉での企業側の理解を得やすく、一定の収益確保につながっている。
		求人情報誌製作会社（支社長）	・求人数と求職者数の動きから、これからはやや良くなる。
		求人情報誌製作会社（担当者）	・求人企画への問い合わせが多い。
		学校〔大学〕（就職担当）	・「業務拡大」を求人の理由にあげている企業が多くなってきている。
	変わらない	人材派遣会社（支店長）	・オーダーはあるが、新たなプロジェクトが立ち上がるというより、スタッフの終了に伴う交替の引き合いが多い。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・現在は多少の景気の良さがあるが、これが季節要因なのかそれとも定着したものなのか、見極めてみるにはまだ時間が掛かる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人数等は増加しているが、それ以外に上向いているところが感じられない。単価的にも低く、個人消費に結びつく動きが今一つである。
		職業安定所（職員）	・一向に上向かない景気の影響で、先月に続き建設業や小売業など幅広い業種で事業廃止となる事例が相次いでおり、求人募集の面でも都会とのギャップが際立っており改善の見込みがない。
職業安定所（職員）		・新規求人数は増加しているが、正社員求人数が変わらず、この傾向に変化はない。	
職業安定所（職員）		・大手化学メーカーの新工場設立に伴う正社員募集求人が提出され、多数の応募が予想されるが、下請企業においては人出不足感があるにもかかわらず、人材の確保が難しい状況が続く。	
民間職業紹介機関（職員）		・地場の中小企業が成長するために必要とする技能・技術系の新卒の採用が、近隣の大企業の工場に新卒として吸い上げられ、中小企業側が思うような人材の充足ができていない。	
学校〔短期大学〕（就職担当）	・昨年に比べ現時点では求人件数は変わらない。		
	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 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	百貨店（営業担当）	・良い物を選ぶ傾向がかなり強くなってきており、また、現実購入する事例が結構増えている。
		百貨店（営業担当）	・来客数が前年比増加傾向にあり、ブランド商品群の動きもやや持ち直している。購入単価も上昇してきた。一方で、婦人ファッション商品群に不安が残る。
		スーパー（店長）	・そうめんやジュース、アイスクリーム、果物などの動きが堅調である。
		スーパー（予算担当）	・連休前の気温上昇で、七分袖・半袖で外出する機会が増えており、半袖等夏物衣料のニーズが少しずつ増えてきている。また、食料品では冷麺など夏商材が増えてきている。
		観光名所（職員）	・外国人観光客がかなり増えている。
		設計事務所（所長）	・大規模な遊休地をマンション業者が取得しており、住宅需要はこれからも見込まれる。
	変わらない	商店街（代表者）	・空き店舗数が少し増えた。また、次の店が入るまでのサイクルが長くなった。各店がかなりダメージを受けており、出店意欲・営業意欲もだんだん減少している。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・例年なら今ごろ、草花などの苗物などがたくさん売れるが、今年は食べ物屋さんや衣料品に流れている。

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
		スーパー（財務担当）	・競合店との競争により、客単価が低下傾向にある一方、購入点数は増加してきている。景気がすぐに良くなるとは思えない。
		衣料品専門店（経営者）	・新しく郊外にオープンした大型ショッピングセンターとの客の争奪戦で一進一退の状態が続くが、既存店の業況は前年比微減で当面変わらない。
		家電量販店（営業担当）	・販売台数は多いものの、新規の客の割合が例年より低くなっている。
		乗用車販売店（従業員）	・ガソリン価格が再び上昇する中で、軽自動車以外の販売は厳しい。
		乗用車販売店（管理担当）	・まだまだ使用できるので、継続して使うという客が多く、乗り換える人が少ない。
		住関連専門店（経営者）	・販売量が思ったほど伸びない。
		一般レストラン（経営者）	・社用ではなく、プライベートな小グループ、家族での来店が増えている。
		観光型旅館（経営者）	・5月全体では予約状況はあまり良くない。6～7月も今のところあまり良くなく、前年並みである。
		タクシー運転手	・夏が来るとお寺参りの仕事が無くなる一方、今月末、大きなショッピングセンターがオープンし、売上が見込める。
		タクシー運転手	・自転車通勤が増えた、給料が増加しない、ボーナスが無い、という声が多いので、現状で変わらない。
		観光名所（経営者）	・予約は前年並みである。
		ゴルフ場（従業員）	・2～3か月先の予約状況は、今月と同じであり、変わらない。
		美容室（経営者）	・相変わらずオーバースタアの状態が続いているため厳しさには変わり無い。消費も一部の客のみで、大半は相変わらず節約傾向にある。
やや悪くなる		商店街（代表者）	・郊外に大型ショッピングセンターが出店したため、だいぶ影響が出る。
		コンビニ（店長）	・コンビニ関係の競争がどんどん激しくなっており、多少厳しくなる。
		衣料品専門店（経営者）	・景気が良いと言われても実際に給料は増えておらず、季節を先取りした買物をしていない。
		その他専門店〔CD〕（店員）	・大型ショッピングセンターの出店によって、客の流れが大きく変わる。2～3か月は厳しい状況が続く。
		都市型ホテル（経営者）	・大きな大会等の予約が入っているが、一般的な予約の状況は昨年と比べるとかなり悪い。
悪くなる			
企業動向関連	良くなる	輸送業（経営者）	・旅行業に携わっているが、「少し値段が上がっても、良い宿に泊まりたい、美味しい食事を食べたい」という客が少なからずいる。
	やや良くなる	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・新商品のフェイスマスク関係の受注が増加してきているので、少しずつ良くなっていく。
		建設業（総務担当）	・最悪期は脱したようで、受注残高が回復してきており、今後は完成工事高も上昇してくる。
	変わらない	繊維工業（経営者）	・百貨店での贈答品販売に陰りが見られる。
		木材木製品製造業（経営者）	・現在、資材の高騰で、随分値上がりしている。着工数の状況からみて、7月ぐらいからは若干上向くが、6月までは大して上昇は見込めない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・北日本や四国の一部地域を除いて、関東・中部・西日本などは総じてクレーンの稼働状況は良好であり、市場への供給不足によるこの状況はまだ続く。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・5月中旬から、シャーシが新長期排ガス規制対応に全て切り替わる。契約の先送りもあり今後の様子見である。また、製鉄・鉄鋼関係も環境へのニーズは強く、対象車の更新需要も見込まれる。
電気機械器具製造業（経営者）		・電子、化学メーカー等素材メーカーが大変好調であり、その受注残、また引き合いもかなりあるが、単価が安く、受注も非常に厳しいことから、まだまだ予断を許さない。	
建設業（経営者）	・見積が増えて受注できても、受注価格は低い。		
輸送業（支店長）	・燃料の再値上げ要請があるなど、明るい材料に乏しい。		

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
		広告代理店（経営者）	・地元資本の小売流通関係得意先は、大手資本出店による競争激化で店舗縮小のため、広告費が減少している。大手の新規オープンに伴う広告も多少見込めるが、結果として変わらない。
		公認会計士	・各業種の社長と話をする、積極的に設備投資をするという人は非常に少なく、まだまだ様子を見たいという人が多い。また、銀行が金利等を引上げ始めた影響もあり、経営者がまだまだ慎重になっている。これらのことから、景気は変わらない。
	やや悪くなる	不動産業（経営者）	・個人住宅、あるいは土地を購入する人のマインドが非常に冷えている。
	悪くなる	-	-
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（支店長）	・正社員の採用が増えており、スタッフの確保が厳しくなりつつある。
		人材派遣会社（支店長）	・大型電機量販店の開店が続くので求人件数は増加する。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・採用関連のワンストップ情報提供サービスを開始したことにより、多様なニーズに対応でき、結果、業績の向上を予測している。
		求人情報誌製作会社（従業員）	・求人数が増えてきた上に、各企業の採用者数も増えてきており、景気回復の兆しがある。
		民間職業紹介機関（所長）	・求人数が前年と比べて毎月5%程度増加しており、人手不足感が多くの企業で見られる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・求人意欲がおう盛で、若干、明るい兆しが感じられる。
	変わらない	-	-
やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・市内でもビル、建物の建築がほとんど見られず、新規事業に取り組む企業も無く、地場産業がじり貧状態である。	
悪くなる	-	-	

10. 九州（地域別調査機関：（財）九州経済調査協会）

（-：回答が存在しない、_：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	ゴルフ場（従業員）	・個人客の動向をみると、団体客や地域のコンペ等が増えつつあり、今後期待できる。
	やや良くなる	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・3か月後はうなぎの需要が動き出す時期であるが、平年並みに暑くなれば良くなる。
		スーパー（企画担当）	・大型ショッピングセンター等の競合店の影響は引き続きあるが、品ぞろえや売価戦略、ポイントサービスの内容拡大等により、来客数アップが望める。
		家電量販店（企画担当）	・相変わらず順調な薄型テレビ、携帯電話は、今後もしばらくこの傾向が続く。一方、冷蔵庫、洗濯機等の生活家電品はあまり変わらない状況で推移する。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・梅雨前までは来客数が増加する。
		その他小売〔雑貨卸〕（総務担当）	・住宅関連業界は、少しずつではあるが上向きになりそうである。リフォーム等の見積も増えてきている。
		一般レストラン（スタッフ）	・客へのあいさつまわりで、感触が良くなっている。すぐに効果は出ないが、2、3か月後には少しずつ効果が出てくるという手応えがある。
		スナック（経営者）	・今年に入り、少しずつ来客数が増えている。この傾向は今後も続く。
		都市型ホテル（副支配人）	・大きな団体の予約が既に入っており、非常に動きが活発である。
		旅行代理店（従業員）	・6月は国内・海外とも長距離・高額商品が増えている。また、団体の動きが久しぶりに活発である。
変わらない	商店街（代表者）	・商店街を取り巻く環境は大変厳しく、今後良くなるとは考えられない。現在の傾向が続く。	
	百貨店（営業担当）	・個人の消費額の増加が見込めない。話題商品も少なく、購買意欲が向上しない。	
	百貨店（販売促進担当）	・一部の富裕層や企業関連の買上はやや上昇傾向にあるが、一般消費は停滞、減速傾向にある。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場担当）	・今の状況から考えると、3か月後の乗客数は前年比98%前後、売上は同101%前後で推移するとみられ、今と比べて大きな変化はない。
		百貨店（営業企画担当）	・現在の顧客視点から推定すると、本質化、自然志向、健康・美容志向、体験型、時間消費等のマーケットは拡大する。また、一部の好調企業や地域、店舗と、低迷する企業や地域、店舗等で、二極化がさらに進展する。
		スーパー（経営者）	・最近の客は、イベントにはお金を使うが、通常は絞る傾向にある。この傾向が今後も続く。
		スーパー（総務担当）	・ここ数か月続いている食品中心の購買傾向は今後も続く。衣料品、住居用品は相変わらず天候に左右される状況が続く。
		スーパー（総務担当）	・客の購買力はまだまだ向上せず、今の傾向が今後も続く。
		衣料品専門店（店員）	・消費動向は変わらない。3か月後はセール時期に入るが、まとめ買いも減っており、利幅は低く全体の利益率は良くないと思われるので、現在と変わらない。
		衣料品専門店（店員）	・来客数は多いが、売上高は昨年並みの状態が続いていることを考えると、客の景気感は楽観的ではないと感じる。もう少し景気回復を実感できたら、消費は上向く。
		衣料品専門店（総務担当）	・店頭にて大々的にヤングからミセスまでのファッションショーを開催したが、通行人は足を止めるが、店内へ客が流れ込むことは無かった。購買意欲が感じられない。
		家電量販店（店員）	・薄型テレビ等の需要が伸びているが、競合他社の動きが非常に活発になっている。また当店は商店街の中にあるが、商店街自体の集客力が低下しており、好調さを阻害する要因となっている。総じて、今後も変わらない。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車が出る予定はあるが、あまり期待はできない。
		乗用車販売店（販売担当）	・来客数は若干増加傾向であるし、商品単価もほとんど変わらないが、販売量は増加しない。乗用車は大型商品なので、購買にはかなり慎重である。
		住関連専門店（店長）	・販売価格は上がり気味だが、客の様子は変わらない。これからも来客数が増えることはない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・5月に燃料油の仕入価格の値上げが予想されており、小売価格も値上げせざるえない。客の中には、値上げによって必要な量だけ購入する客もいるが、小売価格の変動に慣れている客もあり、販売量の大幅な増減はない。
		高級レストラン（専務）	・鹿児島市では、今後九州新幹線の駅付近に大きな小売店や宿泊施設ができるため、競争が激しくなる。
		その他飲食の動向を把握できる者	・新規の客がなかなか来ない。
		タクシー運転手	・団体が増えるが個人客は増えないので変わらない。
		タクシー運転手	・タクシー代が今月末から上がる。高齢者は少々値段が上がっても今までどおり通院等にタクシーを利用するが、一般客は今までのように使うかどうか不安である。
		通信会社（企画担当）	・有力代理店の獲得により販売量は好調だが、販売奨励金コストが増加したため、全体としては変わらない。
		ゴルフ場（スタッフ）	・今後ゴルフ場業界は、高単価高品質路線で行くところと、プレー代の安さをセールスポイントで運営を行っていくところと二極化する。
		競輪場（職員）	・発売額の上昇に反して、入場者が減っており、発売額の上昇ほど収益確保が見込めない。
		美容室（店長）	・店の商品が少しずつ売れてはきたが、あまり変化はない。
		美容室（店長）	・サラリーマンの賃金があまり変わっていないので、今後も変わらない。
	やや悪くなる	一般小売店〔青果〕（店長）	・今までの季節は地物の野菜が主体であったが、これから県外の野菜が中心となるため単価が上がり、売っていくのが難しくなる。また県知事の影響もあり、発送商品の主力となる完熟マンゴの相場が去年より2、3割増しになっている。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・暑くなれば麦茶等の単価が低くなるため、仕事量は増えるが売上は減少する。外販による会社への注文量も、年々減少している。
		百貨店（販売促進担当）	・近隣のショッピングセンター等との価格競争が激化し、売上が伸びていない。以前に比べて高額商品の動きが鈍くなっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（経理担当）	・競合が激しく、年々既存店ベースでの販売量の前年維持が困難になっている。
		コンビニ（店長）	・昨年よりも観光客が少ない。
		コンビニ（販売促進担当）	・量販店の店舗巡回で感じることであるが、今後大型のショッピングモールが何か所かできる中で、それに対する客の流動化、また消費者の特売価格に対する反応が敏感になっている。
		高級レストラン（経営者）	・4月末からぱったり予約が途切れ、ゴールデンウィークの間は予約がほとんどない。今後はかなり厳しい。
		観光型ホテル（スタッフ）	・婚礼の取り込み次第で売上が大きく左右されるが、一般宴席のように予測が難しい。
		観光型ホテル（営業担当）	・ゴールデンウィーク期間も2日のみ満室で、その他ウィークデーを中心に空室が目立つ状況である。この傾向が今後も続く。
	悪くなる		
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	繊維工業（営業担当）	・当社では今の時期に新規の受注の話など全くありえなかったが、今月新しい受注がありそうであり、3か月後にはそれが実になりそうである。
		不動産業（従業員）	・不動産価格が引き続き上昇している。特に中心部で買手が多く、当面この状況が続く。
		その他サービス業〔物 品リース〕（従業員）	・ここ数か月の取引先の引き合い案件の堅調さ、また当社の契約増加傾向から、当面は上向き基調である。
	変わらない	家具製造業（従業員）	・この先3か月の受注量や物件情報がやや少なくなっており、今までの緩やかな景気上昇が、やや鈍化している。また、原材料の高騰や家具の輸入時のユーロ高、円安の影響が大きく、価格の引上げによる売上減少も懸念される。
		鉄鋼業（経営者）	・九州地区では、相変わらず自動車関連・半導体などの製造業が他地区から進出し、設備の新設・拡張を行っており、これらがけん引役となって物流センター・商業施設等の新規建築需要が創出されている。マンションの新築も相変わらず堅調であり、建設資材の需給は逼迫した状態が続く。
		一般機械器具製造業（経営者）	・客から設備関係の引き合いがあまり出てこない。この傾向が今後も続く。
		電気機械器具製造業（経営者）	・電子部品、精密機械部品関連の加工においては、今年度の上期までは不透明な状態が続く。在庫調整、アメリカ景気の下方修正等の状況からみると、全般的な動きが鈍いためである。下半期の持ち直しに期待する。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・メーカーは非常に忙しく、受注量が急に増える等、非常に波が激しい。
		経営コンサルタント	・契約がそう増えるとは思えないし、単価も上昇するとは思えない。
		やや悪くなる	食料品製造業（経営者）
	金属製品製造業（企画担当）		・受注価格・受注量共に依然として厳しい。
	輸送業（従業員）		・荷動きが4月に入って急に悪くなっており、軽油価格も下げ止まった。厳しい状況にあり、今後もこの傾向が続く。
	金融業（営業職渉外係）		・中小企業のオーナーからは金利の上昇を懸念する声が多く、景気が良くなると感じている取引先はほとんどいない。
	悪くなる	農林水産業（従業者）	・飼料価格が高騰しており、価格アップに対する補てん金が非常に枯渇してきているので、この先はますます厳しくなる。
建設業（従業員）		・公共工事の減少に伴う民間工事の受注競争の激化で、採算面が非常に厳しくなっている。また鉄鋼等の価格上昇及び品不足、原油の高騰も懸念されるので、悪くなる。	
建設業（総務担当）		・年度末で工事が終わり、手持ち工事で細々と活動している。新規案件も月末になりやっと見積依頼が来るようになったが受注できるか不透明である。同業他社も非常に厳しい状況である。建築工事は幾らか仕事はあるが土木工事はほとんどない。	
広告代理店（従業員）		・5月初旬の受注量で判断すると、先行きは不安である。	

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
		広告代理店（従業員）	・4月になり極端に受注金額が減少した。一過性のものなのか現時点は判断しかねるが、北九州市の小売業や不動産の受注件数が下降しているのは間違いない。ゴールデンウィークを控え、例年の受注高を期待したが6割程度の反応に終わっている。
雇用 関連	良くなる	民間職業紹介機関（支店長）	・地方企業、中小企業からの求人が増加している。新規契約の際の受注単価において、ある程度売り手側の意向が通るようになった。
	やや良くなる	-	-
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・一般企業からの派遣依頼は3月中旬から4月中旬がピークであったが、5月以降の案件は少ない。現在の傾向が今後も続く。
		職業安定所（職員）	・求職者数は3か月前から増加傾向ではあるが、季節的な要因が大きい。一方求人数は、ここ数か月大きな変動は見られず、全体的に企業活動が活発になった、あるいは人手不足が顕著であるといった動きはない。しばらくの間、このような状態が続く。
		職業安定所（職員）	・例年、補充のためのフルタイム求人数が増える時期であるが、逆に減少している。地方では景気の回復感はなく、人件費がかさむ正社員の求人を手控えている状況にあり、この傾向は短期間では改善しない。
		学校〔大学〕（就職担当者）	・大手企業の求人活動は一段落すると思うが、中小企業を中心に引き続き高い水準での求人意欲が持続する。
やや悪くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・例年、大型連休後は求人件数が減少する。夏休み、中元シーズンに向けての求人件数の増加を望みたい。	
	悪くなる	-	-

11. 沖縄（地域別調査機関：（財）南西地域産業活性化センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる		
	やや良くなる	コンビニ（経営者）	・クーポン券、土日だけのお買い得商品やキャンペーンを増やしているのが良くなる。
		ゴルフ場（経営者）	・確実に利用客が増えつつある。
	変わらない	一般小売店〔衣料品・雑貨〕（経営者）	・今後も客単価が10～15%低下している傾向が続くため、例年並みの売上確保は厳しい。今年の夏期は物販での売上増加を見込むには予想が立てにくい状況である。要因としては前年から懸念している観光客のお金の使用目的が、物販から体験・癒しに変わってきていることがあるが、今年はその傾向が前年以上になる可能性もある。対応策として魅力ある新商品の投入で売上アップを目指す。
		百貨店（担当者）	・天候不順の影響はいかんともし難い。比較的堅調に推移した食品においても来客数減少による影響が出始め、天候の回復状況によっては5月においても同様の影響が出る。
		スーパー（経営者）	・今年に入ってから売上、来客数共に伸びているが、競合店の新規出店があり、今後夏場に向けますます競争が激化してくる。
		コンビニ（エリア担当）	・観光客の伸びはみられるものの、地元客の動きに変化は無い。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数の減少傾向は今後も続く。競合店や大型店の現状からみても来客数が増える要素が無い。売上は減少する上、店舗経費は変動が少ないため、収益構造の悪化が今後も続く。
		衣料品専門店（経営者）	・前年と比較しても来客数、買上点数共に少なく、この3か月の中でも低調なのは気になるが、それほど変わらない。
		その他専門店〔楽器〕（経営者）	・観光客は増加しているがリピーター、競争相手も増加しており、前年の売上確保は厳しい状況が続く。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・イベントに対する地元客の反応が悪く伸び悩んでいるが、その分、観光客数が増えてきている。
		観光名所（職員）	・沖縄への入域観光客数は、順調に推移している。4月の入域観光客数も前年同月を上回る見込みである。これから沖縄は夏本番を迎え、入域観光客数も順調に推移する。
	やや悪くなる	観光型ホテル（商品企画担当）	・5、6月は梅雨の時期で沖縄への観光入域客数も減少するが、前年に比較しても特に団体の集客が悪い状況である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	商店街（代表者）	・現在、金太郎あめのように観光土産品店や飲食店が多くなりつつある。毎年、売上は前年を割れていると推測される。観光入域客数は多くなっている状況であるが、こと地元客に関しては毎月売上が減少して危機的な状況にある。
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	輸送業（営業・運営担当）	・取引先の店舗展開が4～6月で数店舗増加するなど、商品取扱量の増加が見込める。特に外食系については計画どおりに進んでいる。
		広告代理店（営業担当）	・県内における既存取引先において、わずかながら販促経費への投資額が増加傾向にある。不動産関連企業や健康関連企業の販促活動も動き始めている。さらに、官公庁関連プロジェクトにおいても地域ブランド活性をテーマとしたマーケティング需要が高まる傾向にある。
	変わらない	食料品生産業（管理部門）	・原料肉類や副資材類の高値が続いている。
		建設業（経営者）	・引き合い件数の伸びが鈍い。また、成約に至るまでの時間が長くなる傾向がみられる。
	コピーサービス業（代表者）	・先月は多少の黒字が出たものの、今月はマイナスの見込みである。いつもと変わらず営業努力しているが、売上は減少する一方である。その一番の理由として挙げられるのが、インターネットを利用した商品販売である。5、6年前は、商品を宣伝するには紙媒体が主流であったが、今日ではネット販売に移行しつつあり、印刷は今の市場に合った商品開発に必死にならないと生き残れない。	
	やや悪くなる	-	-
	悪くなる	-	-
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・今年の2月くらいからの依頼増加傾向は今月になっても続き、今後もしばらくは同じ傾向をたどる。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・メーカーの新商品売出しが活発化していく事が予想されるため、景気は良くなる傾向が見受けられる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・企業合同説明会が頻繁に行われており、県内企業の参加が増加し、求人に対して積極的な対応が目立つ。特に、観光業とサービス業が積極的である。また、県外企業が早々に求人攻勢を掛けているので、県内企業に危機感が出て、求人につながっている面もある。さらに、今年3月に卒業した無就業者の求人まで出して業務拡大による人手不足を補う企業がかなりある。
	変わらない	職業安定所（職員）	・金属製品製造業、一般機械・電気機械器具製造業、輸送用機械器具製造業の求人については前年比で大幅に減少しており、管内の求人倍率に少なからず影響がある。
学校〔専門学校〕（就職担当）		・新卒採用の前倒し傾向もあり、新規の求人を獲得できなければ全体求人数としては大幅な増加を見込めない。	
	やや悪くなる	-	-
	悪くなる	-	-