

4. 南関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	旅行代理店（従業員）	・新型インフルエンザも終息を迎え、景気自体も多少上向く予想が立っているため、現状よりは回復する。
	やや良くなる	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・エコポイント制度が浸透すれば、また客も戻ってくる。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・エコポイント制度もあり、商店街で定額給付金のセールを計画しているため、夏商戦に期待している。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・定額給付金の給付があったので、客の購買欲が少し上がる。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・夏は祭りのシーズンであり、提灯、祭り用品を取り扱っている当店では今後3か月がピークとなる。ただし、最近では寄付の関係や人材難のため控える傾向もあり、例年通りとはいかない。
		百貨店（総務担当）	・厳しい経済状況は依然継続するものの、トレンドとなった低価格ファッションストアでの購買もやや落ち着き、定額給付金の給付なども影響して、やや購入単価の持ち直しが現れてくる。
		百貨店（販売促進担当）	・厳しい状況は続くが、中元商戦がスタートし、閉鎖店舗顧客の受注を吸収する手立てを講じているため、前年売上増となる要因は少なくない。
		スーパー（店長）	・3か月後は暑い夏のシーズンに入り、新型インフルエンザの心配がなくなる。客自体が不景気風にうんざりしているため、ボーナスが入った段階で、欲しいものや旅行にお金を使ってくるのではないかと期待している。
		コンビニ（経営者）	・政府が打ち出した経済対策が功を奏し、非常に良い方に動いている。
		コンビニ（商品開発担当）	・完全にタスポ効果が終了し前年比でマイナスになるが、薬事法の改正により横ばい、もしくは多少良くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・当地域では6月より定額給付金の給付があるので、それに合わせて当店でも売出し等、イベントを次々に打ちたいと思っている。その影響で売上は上がる。
		家電量販店（営業統括）	・夏のボーナスの支給額によって大きく変動するが、テレビ、エアコンを中心に販売数量が増加に転じる。
		家電量販店（統括）	・エコポイント制度の効果が時限的であり、マスコミ等の効果もあって、2～3か月先の景気は良くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車の整備は順調に入っているが、販売は前年度の5割程度しか出ていない。追加経済対策による来客が増えているので、今後はある程度販売が増えるものと信じている。
		乗用車販売店（経営者）	・それぞれの産業の給与水準、賞与等の大幅な減少が消費にどのくらいのマイナス影響を与えるかという点が心配であるが、補正予算で車の買換え優遇が追加で出されることはプラスとなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・環境に優しい車の発売と共に市場が非常に活発となり、それに伴って他の車種の売行きも好調である。このところ来客数も増加しつつあり、少しずつではあるが先行きの景気は回復する。
		乗用車販売店（販売担当）	・政府の環境助成金の影響で商談が若干出てきており、最悪期は越えたかと見ている。大手については計画的に、前倒しで助成金をもらってトラックを購入する動きが出てきているので、これが実行される2～3か月後については今よりはやや良くなる。
		その他専門店〔雑貨〕（従業員）	・2～3か月後は新型インフルエンザの影響が少し落ち着き、客の動きも良くなってくる。
		その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・政府による景気刺激策が効果を発揮し、やや良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・期待も含めてだが、最近景気が少し今までよりも上向いてきつつある。また、工場等が少しずつ稼働し始めている等の話も聞いているので、今年は上向いて収入も上がっていくのではないかと。
一般レストラン（店長）	・2～3か月先になれば暖かくなってくるので、新型インフルエンザが落ち着きさえすれば多少客が戻ってくる。		
旅行代理店（従業員）	・新型インフルエンザの影響がどう残るかで回復の度合いが変わってくるが、今の落ち着きつつある状況が続けば上向いてくる。		
通信会社（経営者）	・デジタルテレビが売れてきている。この機にケーブルテレビに加入する人も少しは増加する。		

	ゴルフ練習場（従業員）	・来月も再来月もゴルフシーズンに向かっていくので、客数、売上共に微増になる。
	パチンコ店（経営者）	・7～8月は一番暑く、このシーズンは客が涼と楽しみを求めて店に来ることが一番多くなる。また、ちょうど面白く人気のある機械が発売になる。
	その他レジャー施設（経営企画担当）	・夏休みを迎えてプロ野球が最も盛り上がる時期となるため、周辺事業のホテル宿泊、レストラン飲食、グッズ販売等への波及効果が期待できる。
	住宅販売会社（従業員）	・住宅展示場への客の来場数が増えている。
	住宅販売会社（従業員）	・今月の景気が悪過ぎたので、これ以上景気は悪くならないという楽観的な見方をしているが、今後厳しい状況は続く。非常に残念なことだが、住宅ローンの支払いや資金繰りがきつくと、住宅、不動産を売りに出す人が増えている。しかしながら、思っていた価格では売れない状況であり、販売増につながっていない。
変わらない	商店街（代表者）	・当地域でも今月からプレミアム付き商品券が発売され、定額給付金の給付もなされているということで、多少は良くなっていく。自動車の売行きも多少良くなっていくような状況である。
	商店街（代表者）	・客は非常に慎重になっており、なおかつ間に合わせられる物は間に合わせてしまおうという感覚が強くなっている。将来に対する不安感も若干残っており、慎重にならざるを得ない状況なので、どうしても売上を取りづらい。
	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・定額給付金の給付も銀行振込なので購買意欲がみられない。地域限定、消費期限付きの商品券にでもすれば良くなったのかもしれない。
	一般小売店〔家具〕（経営者）	・悪い状況は変わらない。良くなるようなことは、あまり期待できない。
	一般小売店〔米穀〕（経営者）	・報道で少しずつ良くなっているとアナウンスしているが、客からの印象ではまだ時間が掛かりそうである。
	一般小売店〔衣料・雑貨〕（経営者）	・今後の天候次第だが、客の購買力が定額給付金の給付と共に夏に向かって良い方向に続きそうである。個人消費の格差も出てきているようだが、工夫次第で感度の良い商品は売れている。
	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・新茶の出来栄による売上の変化を期待しているところだが、今年は鹿児島地方の出来は良く売上向上が見込めるが、静岡地方の新茶は昨年よりどうなのか懸念が残る状態であり、全体の売上は前年と比べて著しい変化はなさそうである。
	一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・法人に関しては依然として大口の設備投資が減少傾向にある。個人消費はじわじわと下がっているが、その分いろいろ対策をし、来客数を増やしたりしながらやっている。
	百貨店（売場主任）	・定額給付金が給付された現在も、特別な消費につながる起爆剤が無いと、今後も大きな消費に結び付くことはない。
	百貨店（売場主任）	・定額給付金の給付、エコポイント制度、プレミアム付き商品券の発行等、消費を促す対策が講じられてはいるが、即、「プラスアルファの買物を百貨店で」という考えには結び付かない。今後の中元商戦、クリアランスセールと厳しい状況はまだ続く。
	百貨店（総務担当）	・定額給付金の給付を始めとする政府の景気対策はあるが、夏の賞与の支給状況を見てもかなり前年より悪化しており、雇用状況も当面悪い状況が続く。新型インフルエンザの感染拡大とその影響が消費意欲を引き下げる懸念もある。
	百貨店（広報担当）	・今後しばらくは前年比80%台が続く。夏季賞与の支給額が減少していることから、夏のボーナス需要も当て込むことが出来ない。夏季セールは取引先需要に合わせた開催のため、五月雨式の開始となっているが、これが逆に初日のパワーを削ぐ結果となりそうである。
	百貨店（広報担当）	・消費に水を差すのは客の将来に対する心理的な不安要素が大きい。厳しい経済環境の影響、社会保険等将来に対する不安に加えて、国内で急速に広まった新型インフルエンザに対する安全への不安、これらが払しょくされないと、購買意欲どころか、人々が外出する機会も奪われそうである。客の低価格志向については、高付加価値ながら価格を抑えた自主企画商品を提供して対応しているが、入店客数の落ち込みを販売点数でカバーするまでには至っていない。

百貨店（営業担当）	・景気の低迷による売上の減少から、プライスラインの見直し等を行い、売上確保に努めてはいるが、今後婦人服メーカーが商品を絞ることは確実である。商品が不足すると売上は上がらないので、先行きの景気が急激に良くなることは考えにくい。
百貨店（営業担当）	・今後はクリアランス時期に掛かり、婦人アパレル関連の売上動向が懸念される。売上の減少傾向が長く続いているため、取引先の商品の在庫状況により、競合店との商品の取り合いが懸念され、厳しい中での商品確保が売上に影響すると言える。食料品については堅調に推移すると思われるが、ギフト需要における単価ダウンにより、点数は変わらなくても売上は減少する。
百貨店（販売促進担当）	・購買率は上がっているが、前年比での来客数、客単価は依然として改善していない。
百貨店（営業企画担当）	・定額給付金の給付、補正予算等の影響で売上回復の見込みは感じるが、前年同時期の水準に戻る勢いは感じられない。
百貨店（業務担当）	・エコカー、エコ家電は政府のエコポイントの導入で多少の動きがあるようだが、百貨店ではそういった商品の扱いがほとんどないので、購買が進むとは思えない。定額給付金の給付もそれほど大きく消費を上げるようになっていないということを見ると、今後もそれほど景気が上向くとは思えない。今のままか何か悪いきっかけが出てくると下がってしまうところである。
百貨店（店長）	・5月においても消費者を取り巻く環境が厳しい中、4月は回復基調にあった衣料品関連が低迷している。6月以降も厳しさは継続する。
スーパー（統括）	・大規模リニューアル後のオープン景気が5月以降も続く。2、3か月先も良い状態で変わらない。
スーパー（経営者）	・住宅街の店舗はまずまずの成績だが、工場地帯にある店舗は非常に苦戦している。これから出るボーナスの出方次第でまた消費が冷え込むと予想しており、良い面と悪い面を差し引きして考えると、先行きは悪い状態が続く。
スーパー（店長）	・高齢化社会が進んでいく中で、将来に対する不安が払しょくされない限り、生活防衛型の基調は変わらない。
スーパー（統括）	・来客数は前年をほぼ上回っているが、平均の買上単価、買上点数が落ちており、客単価が前年を下回る状況が続いている。
スーパー（仕入担当）	・低単価商品を購入し生活防衛を図る買物スタイルはしばらく続きそうである。
コンビニ（経営者）	・客は他店と比べて安くなっている必要な物は買ってくれるようになった。また、10～20代前半の独身客は割と以前のように価格にこだわらずに買物してくれるようになってきている。
コンビニ（経営者）	・近くの商店街は一時期ポツポツと空いてるところがあったが、なんとか空きがない状態になっている。近くの再開発事業やクリニックビル等が意外に人が集まってくる要素となっており、来客数は増えている。しかし、客単価が落ちており、この状況は今後も続くので現状維持である。
コンビニ（エリア担当）	・タスポの1年経過による反動と低単価商品へのシフト及び上期末の競争店出店の影響があるが、新規商品の投入や買上点数増加への対策による客単価の上昇効果が出るので、総じて変わらない。
コンビニ（店長）	・6月は依然としてタスポ効果が見込まれる。外食に向けた支出を減らしていく分、身近なコンビニでの買上を期待している。
家電量販店（経営者）	・エコポイント制度への期待はあるが、制度の内容が決まるまでは効果は限定的である。また、決定後も効果が現われるのは特定のカテゴリーの商品であり、対象外の商品の反動減が懸念され、全体への底上げ効果は疑問である。
家電量販店（店長）	・不景気の影響、エコポイント制度の実施、定額給付金の給付等、プラスマイナスで相殺され、変わらない。
乗用車販売店（経営者）	・定額給付金の給付やスクラップインセンティブの効果を期待しても現状を上回る期待は持てない。
乗用車販売店（渉外担当）	・4月減税、高速道路料金引下げがスタートし、車利用増による需要喚起を期待したが、エコ車等、一部商品の購買は活発であったが、雇用、賃金減、消費財売上低迷、燃料価格の微増傾向など、景気低迷解消の糸口は見当たらない。販売の底上げは当面苦戦が懸念される。

住関連専門店（統括）	・消費の動向等、販売量の動きは悪い状態が続いており、3か月後も悪い現状のまま変わらない。
その他専門店〔服飾雑貨〕（統括）	・先月に引き続き、来客数の減少は見受けられないが、レジ客数は減少傾向にある。
その他小売〔ゲーム〕（統括）	・従来から7～8月の夏休みが繁忙期であり、また期待されている大型タイトルの発売も予定されていることから、活況となる。
高級レストラン（支配人）	・実際に7月以降の受注（予約）状況があまり良くないの
一般レストラン（経営者）	で、景気の回復はまだ先になる。
都市型ホテル（スタッフ）	・読めない時代であるが、風評等を防げばある程度は景気が回復する。
都市型ホテル（スタッフ）	・新型インフルエンザが落ち着いても、総選挙の前は需要が鈍る傾向にあり、現時点でも8～9月の宴会の予約状況は例年と比較して低迷している。
旅行代理店（従業員）	・良くなる材料が無いため、今後も悪い状態が続く。
タクシー（団体役員）	・団体旅行の問い合わせが多くなってきているものの、新型インフルエンザの影響が沈静化するのにもう少し時間が掛かりそうである。
タクシー（団体役員）	・いろいろな景気対策があるが、利用者のほうにまだそれだけのものが反映されて来ていない。
通信会社（営業推進担当）	・景気と、天候に左右される業界なので、現在の供給過剰状態が解消されない限りは、需要が多少伸びたとしてもまだまだ厳しい営業環境が続く。
通信会社（営業担当）	・倒産企業の影響で一部が伸びても一部で悪化する懸念があるので、トータルでは横ばいである。
通信会社（営業担当）	・一般顧客が地上デジタル放送のテレビを購入するようになり、今が不景気の底だとも思える。
通信会社（営業担当）	・家計の見直しにより、他社より比較的安価なインターネット、電話サービスに乗換える顧客を安定確保できる見込みである。しかし、ライフラインではないテレビサービスは大幅な契約増が望めない状況である。
通信会社（企画担当）	・テレビ、ネット、電話とも復調の兆しがない。
観光名所（職員）	・ケーブルテレビ電話など、順調な予測が出ている。
ゴルフ場（支配人）	・当地は観光地のために5月はゴールデンウィーク等があり、かなり良い数字を上げている。またこれから6、7月と夏に向かって旅客数はそう変わらない。
競馬場（職員）	・2～3か月先は開催競技の数が多いため、ある程度は来場者を確保できる予定である。
その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・客の購買単価の減少は大きい。来場者数は横ばいであり、政府の景気刺激策が当事業へ反映されるのはまだ先となりそうである。
設計事務所（所長）	・近所の数件のテナントビルのテナントが出てしまったり、新しく入居がない。
設計事務所（職員）	・しばらく民間が期待できないが、このところ役所の仕事が出てきているので何とか確保している。完成後の入金のため、つなぎ資金のやり繰りが大変である。
住宅販売会社（従業員）	・悪くなる気配もないが、一方で上昇する気配も感じられない。
住宅販売会社（従業員）	・景気はやや良くなると思われるが、住宅購入はその後から好転すると見られる。
その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・購入申込書は入ってくるのだが、その後取消となる例もあるように、消費者の購入意識が変わっていないため、良くなるとは思えない。
商店街（代表者）	・受注量や単価の動きは、どんどん下がる状況ではないが上向きにはならず、低迷したまま同じような状況が続く。アルミは在庫数が過去最高となっており、懸念事項である。
百貨店（企画担当）	・商店街に流れてくる人の流れは依然として変わらない。購買意欲のある客は来るが、購買意欲の低下している客は大型店等で時間をつぶす人が多くなってきている。客の財布のひもは依然として固い。
百貨店（営業担当）	・今夏のボーナスが軒並み前年を大きく割り込むことが報じられているが、実際に手にした時は更に支出に慎重になると思われる。景気刺激策も限定的と考え、今後についても期待できない。
スーパー（統括）	・夏のボーナス減は必ず消費行動に影響する。
やや悪くなる	・現状も消費が停滞し、悪い状況だが、客の生活防衛意識がますます強くなっており、財布のひもが一層固くなるので、先行きは更に悪くなる。

コンビニ（経営者）	・来客数はわずかな減少で収まっているが、単価が落ち込んで来ているため、売上は伸びない。
コンビニ（経営者）	・客の様子などを見ても、周りに好転しそうな材料が何も見当たらない。
コンビニ（経営者）	・1年間続いたタスポ効果も今月までで、売上増が見込める要因は何も無い。
コンビニ（商品開発担当）	・ボーナスカット等、景気回復へのマイナス要素の方が、世間で際立っているため、楽観的な見通しは立てにくい状況である。
衣料品専門店（経営者）	・プロパー商品の割引セールをしても、客はあまり関心を持たず、無駄使いをしない様子である。定額給付金の給付もスムーズにっていないようで、景気を押し上げるプラスの要因が見当たらないので、このまま良くならない。
衣料品専門店（経営者）	・当地域ではプレミアム付き商品券が発行されたが、もう少したたないと効果は分からない。まだ不安定要素がある。
衣料品専門店（店長）	・年度が変わってから雇用の最悪の状況は過ぎたように感じるが、上昇に向かうにはしばらく掛かる。
衣料品専門店（営業担当）	・不況のため、スーパー、コンビニなどが一斉に値下げし、デフレの様相となっており、客が高級品には手を出さなくなっている。こういった傾向は今後も続く。
衣料品専門店（営業担当）	・失業率が過去最高という状況や新型インフルエンザ等、光の無い時代に売上を伸ばすことはかなり難しい。
家電量販店（店員）	・今後、打開策が無ければ景気回復の兆しは見えない。
乗用車販売店（総務担当）	・今後、新車の投入もなく現行車での販売となるため、非常に厳しい状況に置かれることとなる。これを打開するには、雇用の調整、賃金の引下げを進めるしかない。
その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・6月より医薬品販売が厳しくなるため、医薬品の売上も利益もプラスにはなりにくい状況である。しかも新型インフルエンザの報道が大きく、医薬品販売方法の変更がほとんど認知されていないため、専門家不在時に医薬品を販売できない状況に対して客からクレームを受けそうである。
その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・今年の夏は猛暑になりそうなので、生鮮食品の管理上の問題から顧客の購入量は更に減る可能性がある。
都市型ホテル（スタッフ）	・新型インフルエンザが秋以降再発する可能性が高く、自動車、住宅販売が回復しない状況ではビジネス客の出張も接待も利用が増える要因がない。個人客へ商売の対象を変更しても、どこまで客を取り込めるかは未定で非常に厳しい。また、先の予約状況を客数で見ても、宿泊、宴会共に前年の2割弱減少している。
旅行代理店（従業員）	・夏場は新型インフルエンザの影響は少ないと思うが、秋から冬にかけて流行し始めたら取消になる可能性がある。
通信会社（営業担当）	・初期費用割引キャンペーンを行い加入促進を図るが、夏季はレジャー等に消費が動きがちなので苦戦する。
通信会社（営業担当）	・他社との競合が厳しくなっており、今後も回復の目途が立たない。
その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・生徒数も減少し続けており、周りの保護者に聞いても給料が下がったという話しか聞かない。
その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・購買者の景気に対する不安材料が多く、今は無理な購入をしない。大型廉売店への依存度が高くなる傾向にある。
設計事務所（所長）	・景気がいづらか上向きの状況にあると言いながら、一般の消費と違って建設界はやはり回復の見込みは無い。
住宅販売会社（従業員）	・客が大分時間をかけて検討し始め、競合社にいかにか打ち勝つかがハウスメーカーには求められている。景気というよりも、住宅そのものの構造改革のようなものが必要になる。
悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者）
	・毎年実施している5月の新茶の大売出しについて、今年はチラシを配布しなかったため、まとめ買いをしなくて済むと客は言っている。そのため、売上が大きく落ち込んでいる状況である。
	一般小売店〔和菓子〕（経営者）
	・エコポイント制度、エコカー減税等により大型家電や車などの需要が増えているようだが、その反面、一般小売の嗜好品等は消費が冷え込んでいくため、今より景気が少し冷え込む。
	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）
	・オーバーストアや消費者の将来の不安から、消費意欲が低下していく。
	一般小売店〔靴・履物〕（店長）
	・当店のよう固定客の割合が多いところは、どうしても景気の影響はいつも遅れてくる。良くなるのも悪くなるのも遅い。

		百貨店（販売管理担当）	・ボーナス支給額の落ち込みがクリアランスにも大きく響くと予測される。また、土日祝日の高速道路料金引下げをお盆にも拡充するなどの案も検討されており、休日に百貨店に来店する客がますます減少する。
		衣料品専門店（経営者）	・現状商品が前倒しで、初夏物に近い店頭商品構成となっている。大きく目先が変わらず、セール前の買い控え、6月店頭売上の苦戦が予想される。
		都市型ホテル（経営者）	・新型インフルエンザがどのような形で収束に向かうのかわからない透明であるし、円高の状況がまだ続いているということで宿泊関係が非常に打撃を受け、それに伴ってレストラン等も非常に打撃を受ける。宴会も縮小気味で非常に困っている。
		都市型ホテル（支配人）	・新型インフルエンザの状況にもよるが、先々のキャンセルが出ている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊予約の前年割れが続く中、新型インフルエンザによるキャンセルが追い討ちを掛ける。
		タクシー運転手	・とにかく将来が不安、明日から不安、来月から不安、という客の様子がはっきり見える。
		タクシー運転手	・やはり、非常に街が閑散としている。当業界は良くなるにしても一番最後となるであろうし、これからまだ厳しい時代が続く。
		タクシー運転手	・これからも数か月は協調減車が行なわれそうに無いので、景気は悪いまま推移する。
		住宅販売会社（経営者）	・銀行の融資が非常に厳しいため、不況に陥っている。資金不足を起こした状態がかなり長く続いているので、資金不足に対する金融の緩和等の対策をしないと、どんどん景気が悪くなっていく。
企業動向 関連	良くなる やや良くなる	-	-
		精密機械器具製造業（経営者）	・6月の受注額が前年同月比の3割まで回復する。7月はそれ以上と予測している。また、新規取引先も開拓し、6月より受注できる。ただし、8月にお盆休みがあるため、また落ちるのではと懸念している。来年以降、今期立ち上げ品の増産も見込まれるので期待している。
		その他製造業〔ゲーム〕（経営者）	・定額給付金の給付及び家電のエコポイント制度の実施により、若干の需要喚起が期待できる。
		税理士	・悪い材料は見当たらないが、賞与は昨年並みを期待できず、消費に回る金額は少しだけの模様である。しかし、これ以上の不況にはならない。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・大手の在庫調整が済んだ影響や夏場に向けた動きが出始めるとの話があり、やや回復しそうである。
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・非常に悪いのだが、この状態がしばらく続く。
		繊維工業（従業員）	・国内の衣料産業は、低価格の国内外大手ファッションブランドに市場を席巻され、相変わらず受注は入ってこない状況が続いている。日銀が景気判断を上方修正したと報じられているが、当ニット産業においては全く回復の兆候すら見えてこない。海外生産による安価攻撃により、中小、零細企業が中心の国内衣料産業を衰退させ、産業自体が崩壊しかねない危機にある。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・まだまだ回復する見込みは無いと思うが、これ以上悪くなることはない。
		出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・新規の顧客を開拓してはいるが、売上減をカバーするまでには至らない。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・法人の需要の伸びを感じているが、一方で個人消費の伸びが今一つない。また、客単価が相変わらずで、良いものを薦めても格安のほうの値段に客の思考が向いてしまうというのを現場で感じている。これらを合わせて、見通しは変わらない。
金属製品製造業（経営者）		・既存の客先からの売上が多少戻ってきたが、それでも半年前の半分以下である。受注価格は採算割れのものもあり、依然厳しい状況が続いている。	
金属製品製造業（経営者）		・特に製造業は海外と比べて競争力がなく、構造的に問題がある日本経済が昨年10月から1年で回復するはずがない。もっと根本的に、長い目で見て日本製造業が海外と戦える市場にしていけないと、将来に明るさはない。	
電気機械器具製造業（経営者）		・当社の商品はほとんどすべての産業に使われているため、日本の景気が良くなると当社も良くなる。	
	その他製造業〔鞆〕（経営者）	・得意先が、周囲に無く同業者に無いものを追求してその結果で維持しているため、当社は今のまま変わらない。	

	その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・大企業には少しずつ好材料が出ているという話も聞くが、消費者に恩恵が巡ってくるにはしばらく時間が掛かりそうである。
	建設業（経営者）	・全く先が見えない状況で、新規受注が停滞している。
	建設業（経理担当）	・少し仕事が出始めたが、まだまだ同業者の間では2割も3割も投げ売りする所があるほど、全体では工事量が少ない。
	輸送業（財務・経理担当）	・まだ景気好転の要素が見当たらないため、景気の先行きは変わらない。
	通信業（総務担当）	・景気を刺激する活力ある活動の展開はなく、景気回復待ちの停滞感が漂っている。
	金融業（従業員）	・当社の受注、投資先の受注が大幅に減ることはなくなったが、増える要素は見当たらない。取引先の様子からも増えることは考えられない。
	不動産業（総務担当）	・ビル賃貸のほうは、景気が回復しない限りオフィスの拡張は有り得ないので、当面厳しい状況が続くのは覚悟している。ただ、分譲マンションのほうは物件が少なくなっているせいか、多少値引けば売れるという状況も見られるようになってきている。
	経営コンサルタント	・建設市場の縮小は周知のことであるが、ある建築設計事務所の話では、改修工事は増えている。施主としては建築物そのものに支障が目立っているが、業績見通しが立ちにくい現在、新築は先延ばしせざるを得ないということであろう。設計事務所も手間が掛かって収益性の低い仕事であるが、将来に期待して懸命に働いている。
	経営コンサルタント	・まだまだ回復傾向にはなりそうにない。
	その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・急激に改善されるような要素が見当たらない。必要最低限で我慢することが身に付いてしまっているようである。大企業も広告費などは後回しにする傾向が続くと思うため、低迷は変わらない。
	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・既存契約は継続しているものの、新規受注が無い。
やや悪くなる	化学工業（従業員）	・今年に入ってから前月比で受注量が微量であるが減少が続いており、今後横ばい、あるいは増加する予測が立たない。
	プラスチック製品製造業（経営者）	・従来品の生産数量がなかなか回復する兆しがない。新規の企画が少なく、見通しはあまり良くない。
	一般機械器具製造業（経営者）	・現状では海外調達をされてしまっているので、良くなる可能性はまるで無い。他の物もどうなるか分からないので、非常に不安な状態である。
	一般機械器具製造業（経営者）	・相変わらず受注が少なく同業者が一樣に困っており、なんとかが景気の回復を思っているだけである。仕事を取りに行っても皆ほとんど同じような状態なので困っている。
	建設業（営業担当）	・昨今の経済不況により、企業は設備投資を控えている。そのなかで建設物価が上昇し始めているので、建設関連の経営状況は悪くなるばかりである。
	輸送業（経営者）	・このところハローワークに出向く用事が頻繁に発生しており、行くところ求職者があふれていて職員も非常に大変そうである。求人そのものが少なく、事業所が緊急雇用助成金の申請に訪れている。
	輸送業（所長）	・今2件ほど客から値下げの要請が来ている。断るのはなかなか厳しいので受け入れざるを得ず、今より少し悪くなる。
	金融業（審査担当）	・港湾運送関連業者は、横浜港の輸出入取扱高減少に伴い仕事が激減している。また、海外と取引をしている業者は、世界的な金融収縮のため海外の売掛債権回収に支障をきたし、資金繰りが悪化している。
	金融業（支店長）	・客の倒産件数が増え、中小企業の売上等の増加の目途が立っていない。緊急融資で少し落ち着いているが、やはり返済できるような売上が上がってこない。今後も倒産件数は増え、まだまだ景気はやや下り調子である。
	広告代理店（経営者）	・過酷な引き合いの傾向はしばらく続くと思うため、景気が好転するイメージはまだ持てない。仮に3か月後に新型インフルエンザが関東にまん延していたら「やや悪い」ではなく「悪い」になる。広告業者はイベントに何らかで絡んでいる事が多いため、新型インフルエンザのまん延は死活問題に直結し、逆風、追い討ちになる。
	広告代理店（従業員）	・取引先が経費を減少させる努力をしているようで、宣伝材料用に毎月購入している商品の購入止めが数社であったため、やや悪くなる。

	悪くなる	<p>食料品製造業（経営者）</p> <p>金属製品製造業（経営者）</p> <p>電気機械器具製造業（経営者）</p> <p>輸送用機械器具製造業（経営者）</p> <p>輸送業（経営者）</p> <p>輸送業（総務担当）</p> <p>通信業（経営者）</p> <p>金融業（支店長）</p> <p>その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）</p>	<p>・これから中元の時期に向かって大型店の安売競争になって来ると、零細の商店では太刀打ちできない。</p> <p>・今まで流れていた仕事の量が少ないのに、その部品に改良を加えて良い、コストの低い製品にしようとして試作、設計などがまた始まっているようである。高精度の加工に対して、価格の評価がされるようなことがあれば良いが、評価がされないとなると、これから先、下請としては非常に難しくなる。</p> <p>・現在、過去に納品したもののメンテナンスのみで、新規発注が全然起きて来ない。また現状として、新規発注の引き合いは全く途絶えているので、今後どのように耐えていくか、リストラを更に検討している。</p> <p>・メーカーなどがゴールデンウィークに16連休など、半月も休むということは、本当に仕事がない。6月は休みも無くしているらしく良くなるのかと思っても、またここで米大手自動車会社などが潰れたりすると今度は部品メーカー皆にかかわりがあるので、まだ当分は良くならない。</p> <p>・金融機関、トラック協会に聞いても現在の状況はまだまだ厳しくなるということで、先は決して明るくない。</p> <p>・出荷計画が予定を大幅に下回り、荷が動かない状態である。得意先は今後の需要を見越し、生産をしている。</p> <p>・国の政策において当業界の受注が増加するとは思えない。</p> <p>・産業用工具販売（卸小売）は資金繰り上、手形依存度が高い。取引先倒産等増加により、回収不能発生、資金繰りがひっ迫している中小企業が増加している。</p> <p>・新型インフルエンザの問題、及び、円高の進行のため、悪くなる。</p>
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	職業安定所（職員）	・雇用調整に関する助成金の申請事業主の多くは中小零細な製造業であり、今後在庫がはけることによって、幾分か受注が期待できる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・5社の社長と話したところ、今景気が良いと話したのは設備関係でユニット交換するアフターサービスの1社だけである。それ以外は今後数か月は良くなる兆候が全く無いとのことである。
		人材派遣会社（営業担当）	・エコポイント制度の実施で、家電メーカーや量販店、自動車メーカーでの求人増を期待したいが、他の業界で求人数が増える要素があまり見当たらない。また、総選挙等での短期的な特需にも期待したいが、入札で値崩れする危険も否めない。
		人材派遣会社（営業担当）	・人材ビジネスに関しては市況回復後、数か月遅れての景気回復となるケースがほとんどである。現時点で一般景気が明確に回復している兆しが見受けられないため、変わらない。
		人材派遣会社（支店長）	・少ないニーズに競合も多いため、派遣単価、紹介料単価相場が下落している。成約数も伸びない、成約しても単価が低いと二重苦となってきている。
		人材派遣会社（支店長）	・金融証券で派遣契約が終了する予定がある一方で、新たな派遣を利用する企業もあり、全体として変化は無い。
		人材派遣会社（業務担当）	・売上は下がっているが、それ以上に広告費等の経費を下げて利益を確保できている企業も多い。そのため、2～3か月はこの状態で設備投資や広告投下増大など積極策を打つ企業は少なく景気は横ばいだが、10月ごろにはぜい肉をそぎ落とし競争力をつけた企業が必ず頭角を現し始め、設備や人員の増強を行い始めて景気が上向く。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・新卒、中途を含め9月の四半期決算が注目されるが、予算増で新たなPR（広告宣伝活動）を展開することはなく、年内は現状維持で推移しそうである。来期新卒採用の動きで、勝ち組、負け組で相違が出るかもしれない。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・景気は回復するが、クライアントの動きは遅れて出てくる。
求人情報誌製作会社（編集担当）	・求人の件数は低調のままである。職種もある程度限定され、雇用形態は正規ではなくパート、アルバイトが中心といった傾向が続いている。社会全体の景況感が生じない限り新たな雇用の動きはなく、また雇用が促進されなければ景気も上がらない。一進一退の状況が続くそうである。		
求人情報誌製作会社（広報担当）	・閉そく感は変わらない。とうとう夏のボーナスもカットされ、景気が回復するまで会社が持つかどうか分からない。		
職業安定所（職員）	・製造業の在庫調整は収束に向かってはいるが、現時点では内需の拡大が見込まれず、増産には時間が掛かる。したがって、雇用情勢の回復には時間が掛かる。		



	職業安定所（職員）	・ 求人の減少傾向と求職者の増加傾向が続いている。休業を実施して雇用調整助成金の申請をしている事業所が多い状況が続いている。
	職業安定所（職員）	・ 報道であるように、夏の賞与が軒並みダウンとなり、低所得者の国内の消費は見込めず、安価で大量に消費するものは売れない。所得格差が広がっている中、高額所得者が無理にお金を使わない限り、景気の回復は見込めない。
	職業安定所（職員）	・ 求職申込件数及び雇用保険受給資格者数が増加傾向である一方、求人数は減少傾向である。しばらく労働市場は求人者（企業）に有利に展開しつつ、失業者も増加し個人所得が抑制される。一部の富裕層や団塊世代の消費に期待しつつも、総体的には個人消費低迷により景況に大きな変化は望めない。
	職業安定所（職員）	・ 製造業だけでなく、情報処理産業等でも会社都合で退職する人が目立ってきている。
	民間職業紹介機関（経営者）	・ 現在は非常に悪い状態である。メーカーの人事の退職、その他営業等の退職から、一応底をついたのではないかと感じている。ただし、安定して先に見える状態にはまだほど遠い。
	民間職業紹介機関（職員）	・ 下がり続けるという時期は脱したかに見えるが、様子見の状態は続いている。
	学校〔専門学校〕（教務担当）	・ 企業側の話によると、新規コンピュータソフト開発の受注が4月以降ほとんど無く、新卒採用を積極的に行えないとのことである。
	学校〔専修学校〕（就職担当）	・ 採用検討中の企業の募集実施確定数は、年度当初の見込み数から変化がほとんどない。
やや悪くなる	職業安定所（所長）	・ 新規求人が前年同月比で9.3%減少と、減少傾向に歯止めが掛からない。
	職業安定所（職員）	・ 求職者の増加傾向と求人の減少傾向が鈍化する気配が見えない。
	学校〔短期大学〕（就職担当）	・ 各企業採用の早期化が顕著で、既に採用は終了したという企業が多い。
悪くなる	人材派遣会社（社員）	・ 継続して契約解除が続いている。
	人材派遣会社（社員）	・ 企業に採用意欲が全くなく、正社員を対象に人員配置の見直しを実践している。
	民間職業紹介機関（経営者）	・ 従業員構成のいびつさの解消のため、大手企業中心に盛んだった30歳前半の中途採用が一段落したことに加え、景気後退で増員に慎重姿勢が見られる。できる人が欲しいとのニーズは潜在的にあるようで、今は採用のタイミングではないとの思いが企業側、採用担当者に強い。