

・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	一般小売店〔土産〕（経営者）	・米国の大手金融機関の破たんも新型インフルエンザも影を潜めたことから、今後についてはやや良くなる。中国の経済が伸びていること、輸出が増加していることもプラスに作用しているが、国内の中心企業が伸びてこなければ不安は解消されない。現在の政治状況も不安の一面である。	
		百貨店（販売促進担当）	・3月に入って降雪が続いたことで、一部の春物の動きが鈍っているが、客の様子をみると、店内を買い回り、複数の購買を行うケースが増えつつあることから、今後についてはやや良くなる。	
		百貨店（販売促進担当）	・客の購買意欲は確実に高まってきており、今後もこの傾向が続く。	
		高級レストラン（スタッフ）	・1月、2月とも、レストラン全体の客単価は約2,410円だったが、今月は約2,790円まで上昇していることから、今後についてはやや良くなる。特に和食レストランの客単価は、1月と比較すると140%も上昇しており、前年との比較でも114%の上昇となるなど、今までとは異なる動きを示している。	
		観光型ホテル（経営者）	・首都圏、中部圏及びアジア各国の景気回復が進んでおり、6月以降の予約状況に若干の改善がみられる。	
		観光型ホテル（経営者）	・年度末の感謝企画は低単価であるが、地元客を大きく集客できたこと、ゴールデンウィークの予約状況が前年に比べてかなり良いことなどから、春からの観光シーズンについては期待が持てる。ただ、4月中旬までは、例年と同様に反応は鈍い。	
		旅行代理店（従業員）	・2月前半より来客数は安定していることから、今後についてはやや良くなる。ただし、客の低価格志向は変わらないことから、一気に良くなるとまでは言えない。	
		タクシー運転手	・2～3か月後は、ゴールデンウィークがあることに加えて、競馬場も新しくオープンするので、売上が増加する。	
		通信会社（社員）	・プロ野球の開幕やサッカーワールドカップといったスポーツイベントが控えていることから、それらを足がかりにして消費を刺激することができる。多チャンネルを扱う業界としては最大の営業チャンスとなる。	
		通信会社（企画担当）	・個人客を中心に、通信機器の春モデルへの注目が高いことから、今後についてはやや良くなる。大口の受注見込みもあることから、前年度の実績を上回る。	
		観光名所（職員）	・国内及び道内の個人旅行者が増加傾向にあること、また海外の利用客では中国系が年々増加傾向にあることから、今後もこの傾向が続く。特に、北海道はこれから繁忙期に入ることから、イベント等の企画によっては、利用客が大きく増加することになる。	
		美容室（経営者）	・以前よりも、客の購買意欲が強くなってきている。	
		住宅販売会社（経営者）	・予算案も決まり、今後、子ども手当や高校の無償化などの政策が出てくるため、予断を許さない状況ではあるが、今後についてはやや良くなる。	
		住宅販売会社（従業員）	・住宅版エコポイント制度の効果により、今後の住宅の動きが多少は上向いてくる。	
		変わらない	商店街（代表者）	・以前よりは、客の購買意欲が増してきているが、全体としてお金を使おうと後押しするような雰囲気を感じられないことから、今後についても変わらない。
			商店街（代表者）	・客の節約志向、デフレ傾向は変わらず、消費者のマインドにも変化はないことから、今後も景気は低迷したままで推移する。
			商店街（代表者）	・歩行者天国が始まり、集客イベント等も徐々に増えてくるため、商店街としては、今月と同等の販売量の増加が見込まれる。また、前年の6月と比較すると、衣料品及び装飾品等についても、来街者増加にともなう販売量の増加が期待できる。
			一般小売店〔酒〕（経営者）	・3月は売上が増加すると期待していたが、結果的に前年を下回るなど、極めて低調に推移していることから、今後の好転は難しく、しばらくは現在の状況が続く。

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）	・春物商材の動きが3月に入り出てきた。特にジャケット・スカートで顕著な動きがみられる。今後についても、4月以降の行楽シーズンを迎えるに当たって、春物商材の動きが活発化する。ただし、客単価が全体的に低下しているため、全体的な売上はあまり見込めない。
		百貨店（売場主任）	・部門別の売上では、食品は前年を上回る見通しではあるが、衣料品は今後も苦戦が続く。
		スーパー（店長）	・客の買物の様子を見ると、特売を中心に買う客が多く、毎日の買物もメモを見ながら、無駄な買物をしないように心掛けている。必要な物にも、お金を使わないというか、使えなくなってきた様子であり、今後についても変わらないまま推移する。
		スーパー（店長）	・新入学・新生活関連商材の動きをみると、明らかに客単価の低下傾向が強まっている。前年比も90%前後と前年から約10%の低下がみられることから、今後もしばらく客単価の低下が続く。
		スーパー（企画担当）	・足元のホワイトデーや春彼岸での販売動向をみると、ホテルや銘店ブランドの高額商品が敬遠され、小容量の商品や低価格商品が大きく伸びる結果となっていることから、先行きの消費動向も低価格志向がますます強くなる。
		スーパー（役員）	・毎日の数字の流れをみる限り、今後数か月は現在の数字のまま推移する。
		スーパー（役員）	・子ども手当支給の効果が期待されるが、全体としては変わらないまま推移する。
		コンビニ（エリア担当）	・単価の低い商品の売上が伸びている。一方、客1人当たりの買上点数は伸びているが、購入額は前年を下回っており、こうした状態が半年近く続いている。客単価が低いことから景気が悪いとみられるが、来客数が伸びていることから、景気は当面変わらない。
		衣料品専門店（店長）	・今のところ、2～3か月後に景気が良くなる要因が全くみられないため、今後についても変わらないまま推移する。
		家電量販店（店員）	・4月以降になると、薄型テレビの買換え需要が少し落ち着くことになる。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー減税の延長の効果も少なくなっており、今後の販売台数は苦戦する。
		高級レストラン（スタッフ）	・子ども手当の支給により、効果の一部が外食にも回ってくるのが期待されるほか、中国人富裕層を始めとした海外客の増加が国内の不景気によるマイナス分をカバーすることが期待されるが、全体としては厳しいまま変わらない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・前年からの不景気感や企業の設備投資の減少などの影響で、消費者に購買意欲や高級感も求める動きはなく、宿泊料金は下げ止まっていないことから、今後についても変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・台湾や中国などの外国人観光客が堅調な伸びをみせていることから、今後についても変わらないまま推移する。
		観光名所（役員）	・国内客の観光入込は冷え切ったままであり、その穴を外国人観光客の増加で埋めている状況が続いており、全体として上向き気配がまだ感じられない。
		設計事務所（所長）	・良くなる要素も悪くなる要素も見当たらない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・来月、アウトレットモールが新規オープンすることから、特に週末は、客足が中心街からアウトレットモールに流れることになり、売上が苦しくなる。
		コンビニ（エリア担当）	・最近の売上の伸びを支えていた工事需要が、4月以降減少することから、今後についてはやや悪くなる。また、前年比という観点では、前年の定額給付金の反動も生じる。
		家電量販店（経営者）	・新エコポイント制度が4月から始まるが、その効果は小さく、確実に売上は今月よりも少なくなる。
		家電量販店（店長）	・テレビのエコポイント対象商品の減少とICT事業の終結により、AV機器を中心にみられた盛り上がりのピークが過ぎるため、今後についてはやや悪くなる。
		家電量販店（地区統括部長）	・3月のエコポイント制度の改定にともなう特需の反動で、今後は薄型テレビの販売が低迷する。
		乗用車販売店（営業担当）	・2月から受注量が減少傾向にあり、今後、新商品の投入の予定もないことから、今後についてはやや悪くなる。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・健康関連商品の動きをみると、必要不可欠な状態になって、ようやく動きがみられる状態であり、客の財布のひもが固くなっていることから、今後についてはやや悪くなる。
		タクシー運転手	・電話注文数や来客数の増える要素が思い当たらないため、今後についてはやや悪くなる。

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
		パチンコ店(役員)	・今後も消費に対する考え方は変わらない。自分にとって必要なもの、不必要なものは何なのかを考え、本当に必要と感じたものにだけお金を使う傾向がより強くなり、余暇産業などのように、優先順位が低い産業は成長を見込めない。
	悪くなる	旅行代理店(従業員)	・先行受注額をみると、4月は国内旅行が前年比101%、海外旅行が前年比97%とほぼ前年並みとなっているものの、5月は国内旅行が前年比48%、海外旅行が前年比69%と前年を大きく下回って入る。6月以降も同様の傾向にあることから、この先の回復は当分見込めそうにない。
		タクシー運転手	・例年、4月になると暖かくなってきて、タクシーの利用が極端に減ってくる。現在の景気の状態を考慮すると、今年4月以降の利用客は大きく減ることになる。
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	家具製造業(経営者)	・長期的な不安感はぬぐえないものの、欲しいものを我慢する、辛抱疲れて財布のひもが緩みつつあるため、今後についてはやや良くなる。
		金属製品製造業(役員)	・2月の住宅確認申請件数が前年比120%となっていることから、4～5月は前年よりも注文が増える。
		建設業(経営者)	・公共工事については、新年度予算の執行が始まり、ある程度の受注が見込めるので、人、物、金が動き出す。ただし、新政権での公共工事予算の大幅削減により、競争が激しくなるため、価格、量とも大変厳しい状況となる。民間工事についても、景気の落ち込みから投資が控えられ、期待はできない。
		通信業(営業担当)	・最近の景況感は横ばいが続いていたが、ここにきて受注量の回復や中長期での投資計画の復活がみられるなど、景気の底が感じられるため、今後についてはやや良くなる。
	変わらない	食料品製造業(役員)	・新規の受注案件をみても、今後の景況感が良くなるような内容のものが見当たらない。
		金属製品製造業(経営者)	・仕事の動きが全く読めない状況にあることから、今後についても変わらない。
		建設業(従業員)	・新年度予算による公共工事に多くは期待できないこと、生コンを始めとする建設資材が期首から値崩れしていること等から、建設関連の景気回復は期待できない。
		輸送業(営業担当)	・新政権下での第2弾となる事業仕分けが始まり、これ以上、公共投資が抑制されることになると、輸送業にとっては痛手となる。
		輸送業(支店長)	・季節的に物流が増える時期に入るが、新政権の方針にともない公共事業関係の仕事が減っている。建築関係も大型物件があまりないと聞いている。これらの影響で、4月以降も仕事量が極端に量が増えることはなく、当面は横ばい、もしくはやや悪い状況で推移する。
		金融業(企画担当)	・政策効果の一巡で、景気は足踏みとなる。住宅投資は住宅版エコポイントの導入で、リフォームを中心に幾分上向く。公共工事は北海道開発予算が17%も削減されたことで、建設業界は厳しさが強まる。観光関連は外国人観光客が持ち直しつつあるが、全般的に宿泊単価が低下している。
		司法書士	・土地取引、建物新築等については、季節要因からやや上向くが、税制面での特別措置の効果により、一層の増加が期待できる。
		その他サービス業[建設機械リース](支店長)	・デフレの進行により、薄利の商売が続き、企業の体力消耗が進む。
	やや悪くなる	食料品製造業(団体役員)	・原料となる魚の海外での漁獲減から、原料調達不安定となる懸念されるため、今後についてはやや悪くなる。
		その他サービス業[建設機械レンタル](総務担当)	・公共事業の発注量の減少が見込まれるため、今後についてはやや悪くなる。
		その他非製造業[鋼材卸売](役員)	・客先の仕事量が少ないことから、今後についてはやや悪くなる。
	悪くなる	司法書士	・企業等による非正規職員の正社員化の話もあるが、効果が出てくるのは、まだ先の話であることから、今後についても景気は下向きのまま推移する。
	その他サービス業[ソフトウェア開発](経営者)	・現段階における次年度案件の受注が、例年に比べてかなり落ち込んでおり、今後2～3か月は現在の受注残を食いつぶしながら、どうにかつないでいくのがせいぜいの状況となっている。	
雇用	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
関連	やや良くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・前年12月ごろから飲食店の求人が上昇に転じており、他の個人消費関連業種にも上昇機運が感じられる。建設業関連は相変わらず底ばい状況が続いているものの、全体的にはやや良くなる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・前年同月を連続してクリアしたのは、ここ数年来なかったことなので、雇用環境に改善の動きが見られたのかもしれない。底を打って上向いていることを期待している。
		職業安定所（職員）	・新規求職申込件数は前年から4.0%減少し、2か月連続で前年を下回ったことから、今後についてはやや良くなる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	例年、春に依頼のあった派遣が見送りとなったり、新年度以降は社内対応という企業が多くなっていることから、今後についても厳しいまま変わらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・今夏、大型ショッピングセンターが開業予定であることから、求人の動きが若干活性化するものの、地域のパイの奪い合いが続く現状からは、今後も大きくは変わらない。
		職業安定所（職員）	・求人の増加傾向がみられるが、特定の業種のみであるため、今後についても変わらない。しかしながら、景気の底は打った感がある。
		職業安定所（職員）	・経済対策の効果は出ているものの、デフレや円高などの影響もあり、景気の自律回復のテンポが弱く、今後も変わらないまま推移する。
	やや悪くなる	学校〔大学〕（就職担当）	・デフレを背景とした新卒採用の厳しい環境は、当分マイナス傾向で推移する。これまででも、有効求人倍率が相当の数値が示されても、北海道においてはそれを実感できないまま推移しており、就職指導の大変さを実感している。優秀とされる学生においても、結果を得られない事例が多く、大きな社会情勢の変化がない限り、現在の買い手市場は今後更に加速する。
		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	都市型ホテル（スタッフ）	・客室を含めて全面リニューアルし、宿泊部門の営業が再開するため、売上は増加する。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・前年の落ち込みが大きいいため、食品や飲食関係を中心に改善が期待できる。
		百貨店（企画担当）	・来客数、客単価共に上向いており、春闘の結果に明るい兆しもあることから、景気はやや良くなる。
		百貨店（売場担当）	・消費者の関心が購買に向いてきており、価値観や関心に訴えかける施策で売上の増加が期待できる。
		百貨店（販促担当）	・好調が続く食品部門などに加えて、化粧品などの婦人雑貨や婦人服で売上の伸びがみられる。
		スーパー（店長）	・競合店が開店したため、来客数、売上共に落ち込んでいるが、開店セール終了で価格差がなくなるため、来客数は徐々に回復する。
		コンビニ（経営者）	・来客数が前年を上回り、客単価に回復傾向がみられるため、底打ち感が感じられる。
		コンビニ（エリア担当）	・子ども手当が消費に回ることと、景気の下げ止まりが感じられるため、回復の兆しがみられる。
		コンビニ（店長）	・客単価は低迷しているものの、来客数が改善傾向にあるため、持ち直しに期待できる。
		衣料品専門店（店長）	・企業の配置転換などでスーツの需要が回復しており、一部にシビアな客はいるものの、単価を気にしない客も増えているため、買い控えの弱まる傾向がみられる。
		乗用車販売店（経営者）	・4月からの重量税減額は、新車のみならず車検の費用軽減につながり、業界全体に効果が期待できる。節約志向が強まる一方で、少々高額でもディーラーでの整備を希望する声が多くなっている。
		乗用車販売店（従業員）	・自治体のエコカー購入補助金が6月まで続くため、しばらくは販売量の伸びが期待できる。
		高級レストラン（支配人）	・市内のホテル競争は閉鎖や撤退などで転換期にあり、外資系ホテルがオープンするまで来客数の動きに期待できる。
		一般レストラン（経営者）	・人通りが増えているため、悪かった前年に比べて来客数の増加は期待できる。
		旅行代理店（店長）	・予約の受付状況では、前年を上回る月が出始めている。消費動向に敏感なファミリー層やヤング層の動きに注目したい。

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
	変わらない	商店街（代表者）	・厳しい天候が続いて客足が遠のいているため、入学時期の需要回復が期待される。
		商店街（代表者）	・先行き不安から、消費者は財布のひもを固くしており、厳しい状況は変わらない。
		一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）	・子ども手当の支給が決まったものの、貯蓄などに回るため、消費への効果は期待できない。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・来店客の中には、就職先が見つからない調理師や、給料が少ないとこぼすタクシー運転手があり、景気の先行きに明るさは見えない。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・景気の先行きが不透明なため、必要な物しか買わない消費者の傾向が続く。
		一般小売店〔雑貨〕（企画担当）	・新学期や新生活向けの消費が期待できるものの、今後も続くという見込みは薄い。
		百貨店（売場主任）	・母の日などには衣料品よりも雑貨を買い求める傾向があり、ギフト需要の客単価は低迷する。また、食品の大型催事を計画しているが、シャワー効果はあまり期待できない。
		百貨店（広報担当）	・来客数は回復傾向にあるものの、消費者の低価格志向が強いため、厳しい状況は変わらない。
		百貨店（経営者）	・食品や生活用品など売上が前年を上回る部門がみられるものの、主力の婦人服部門で苦戦が続く。
		百貨店（経営者）	・春闘の回答状況から、所得の改善は期待できない。生活に余裕がなければ、消費にはなかなかお金が回らない。
		スーパー（経営者）	・雇用環境に持ち直しの動きがあるものの、来客数や客単価は下げ止まった状態が続いており、当分改善は期待できない。
		スーパー（経営者）	・ゴールデンウィークや子ども手当の支給に期待するものの、消費者に先行き不安があるため、財布のひもは固い。
		スーパー（店長）	・1品単価、客単価、買上点数共に低迷しており、価格競争に歯止めがかからない。
		スーパー（店長）	・消費者の低価格支持が続いているため、当分状況に変化はない。
		スーパー（総務担当）	・子ども手当やエコポイントの延長は景気を下支えするかもしれないが、有効求人倍率の低迷、失業保険の給付期限切れ、社会保険料や公共料金の負担増などの先行き不安があるため、厳しい状況は変わらない。
		スーパー（営業担当）	・来客数は上向くものの、消費者の財布のひもが固いため、買上点数が低迷する。企業の求人が増えないため、地域経済は安定しない。
		コンビニ（エリア担当）	・人口が減少して市場規模が縮小傾向にある。
		衣料品専門店（経営者）	・気温の上昇で来客数の回復が予想されるものの、デフレによる厳しい売上はしばらく続く。
		衣料品専門店（経営者）	・悪い状況は変わらず、景気の先行きに期待できない。
		衣料品専門店（店長）	・買い足しや買換えなどで購入客は増えているが、値ごろな商品でも必要のない物は購入しない傾向は当分変わらない。
		衣料品専門店（店長）	・クールビズでスーツの需要が減少するため、客単価は前年並みに低迷する。
		衣料品専門店（総務担当）	・景気対策の効果が見えないため、消費者の先行き不安による消費低迷は続く。
		家電量販店（店長）	・エコポイントによる需要が高まっているものの、一時的な動きであり今後は続かない。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー購入補助金の延長は需要を刺激するものの、個人、法人共に購買意欲が冷え込んでおり、来客数は減少傾向にある。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー購入補助金の延長に加えて重量税が変更されるため、新車販売と車検入庫の促進に期待できる。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー購入補助金が延長されたものの、新車買換えを我慢する様子がみられ、車検では整備内容の確認が厳しくなっている。
		住関連専門店（経営者）	・中小企業への景気対策が実施されているものの、効果の兆しはみあたらない。
		住関連専門店（経営者）	・新生活や人事異動による需要はあるが、低価格品で間に合わせるため、売上は低迷する。
		住関連専門店（経営者）	・防衛策などで厳しい経営を続ける同業者が多く、正常な商売に戻るには時間がかかる。
		その他専門店〔呉服〕（経営者）	・来客数があっても売上に結び付かないため、先行き不安は続いている。
		その他専門店〔酒〕（営業担当）	・新年度の経済政策が実施されるものの、酒類販売への効果は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
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・季節的な変動はあるものの、全体的な景気は変わらない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・タイヤ需要の回復には期待できるものの、燃料の仕入価格が上昇するため、需要の減少が懸念される。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・週末の市況が不安定な状況に加えて、仕切り価格の取引内容が変更になるため、厳しい経営が続く。
		高級レストラン（経営者）	・景気回復の材料は見当たらないが、更なる悪化や二番底の懸念は感じられない。
		一般レストラン（経営者）	・スーパーなどの激安弁当が売れ、家食が増えているため、外食は厳しい状況が続く。
		一般レストラン（スタッフ）	・来店客から節約ムードが消えており、今後の消費回復に期待できる。
		スナック（経営者）	・歓送迎会などの来客数が例年を下回っており、今後の売上も低迷が予想される。
		その他飲食〔弁当〕（スタッフ）	・東北新幹線の新駅が郊外になるため、ますます中心部には人が集まらなくなる。
		観光型ホテル（経営者）	・周囲ではイベントもなく、直前の宿泊予約が常態化しているため、3か月先の見通しは暗い。
		観光型ホテル（スタッフ）	・消費者の財布のひもは固く、しばらく厳しい状況が続く。
		観光型旅館（経営者）	・旅行代理店が人員削減や閉鎖しているため、厳しい予約状況となっている。
		都市型ホテル（経営者）	・宿泊部門とレストラン部門では来客数の減少が続いており、今後の予約状況も期待できない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・デフレの傾向は強まっており、消費者ニーズに合う低価格商品の提供や仕入価格の引下げ交渉等、生き残りをかけた厳しい企業経営が続く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・長引く景気低迷と売上不振により、なんとか営業を続けている会社も今後の継続が不透明な状況である。
		タクシー運転手	・暖かくなるにつれてタクシーを乗り控える傾向が強まっており、厳しい状況は変わらない。
		タクシー運転手	・先が見えない不安が続くため、積極的な消費は見られない。
		通信会社（営業担当）	・景気が回復する要因はみあたらない。
		通信会社（営業担当）	・抜本的な景気対策を講じない限り、現状からの景気回復は難しい。
		通信会社（営業担当）	・景気の先行きを判断できる材料がみあたらない。
		通信会社（営業担当）	・消費者の様子に、景気対策への期待が感じられないため、景気は当分変わらない。
		通信会社（営業担当）	・景気回復への期待感強いものの、好況感を実感するには時間がかかる。
		遊園地（経営者）	・子ども手当の支給には多少期待するものの、地元テレビ局による大型イベントの影響が懸念され、厳しい見通しは変わらない。
		美容室（経営者）	・子ども手当など景気対策の効果が現れるのは、当分先である。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・新年度の予算成立や子ども手当の支給に期待感はあるものの、先行きは不透明である。
		設計事務所（経営者）	・新しい仕事の話はあるが、実際の受注につながるにはしばらく時間がかかる。
		住宅販売会社（従業員）	・新規受注が見込めないため、受注は低迷する。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・割引やポイントセールの効果は弱く、商店側の販売促進費用が負担になるため、各店舗の体力を弱めていく。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・消費者は、所得の悪化と先行きの不安から、今後も節約の生活が続く。
		百貨店（営業担当）	・厳しい雇用情勢と先行きの不安が続くため、消費の回復は当分期待できない。
		スーパー（店長）	・消費者の節約志向や競合店との価格競争は今後も続くため、客単価、買上点数共に低下する。
		スーパー（店長）	・来客数、売上共に下げ止まりが感じられるものの、近隣に大型競合店が開店したため、今後の影響が懸念される。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数や低価格志向が回復する兆しはなく、企業のリストラなどで更なる景気悪化の懸念がある。
		家電量販店（店長）	・エコポイントによる駆け込み需要の反動減が懸念される。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・消費者は買物にシビアな傾向が続き、低価格品の売上が小売店の利益率を悪化させる。

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
		一般レストラン（経営者）	・地元の企業では人員や採用を削減しており、消費の回復は期待できない。
		一般レストラン（支配人）	・景気対策に対する先行き不安があり、消費に回る効果がなければ不景気は当分続く。
		観光型旅館（経営者）	・ゴールデンウィークを除くと平日や他の休前日などに先行予約が入らない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・前評判の高い展示会が他会場に変更となり、期待している売上が見込めなくなっている。
		旅行代理店（従業員）	・個人の海外旅行に回復の兆しがみられるものの、国内旅行は今後も厳しい状況が予想される。
		通信会社（営業担当）	・契約の見直しなどはあるものの、季節的に来客数が落ち着くため、売上には期待できない。
		観光名所（職員）	・予約状況が前年をわずかに下回っており、売上の減少が懸念される。
	悪くなる	商店街（代表者）	・景気対策は実施されるものの、効果が実感できるまでには時間がかかるため、景気は悪くなる。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・長引く不況に不漁や天災が重なり、先行き不安で落ち込んだ消費マインドは当分回復しない。
		コンビニ（経営者）	・人口の減少や建設関係の仕事が減少しており、景気は悪くなる。
		コンビニ（経営者）	・来客数の回復に期待できないため、売上は今後悪くなる。
		家電量販店（店長）	・エコポイントは延長されるものの、今月のような駆け込み購入はなくなるため、販売台数は落ち込む。
		一般レストラン（経営者）	・労働者の雇用環境が悪化しており、先行きに期待できない。
		タクシー運転手	・中心部の建物には空店舗が多くみられ、景気の悪化が当分続く。
企業動向関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・住宅部材の需要増加に伴い、収益性の改善が続いている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・為替が持ちこたえているため、今後は輸出分野の環境改善が期待できる。
		建設業（経営者）	・一般工事の他に、リフォームや新築工事の受注が少しずつ入っており、現在よりも景気は上向く。
		通信業（営業担当）	・年度末決算の見通しが良いことから、景気回復が期待できる。
		金融業（広報担当）	・積雪期が終わり、年度が変わることから経済活動の活性化が期待できる。
		広告業協会（役員）	・首都圏ではテレビ、新聞関係の出稿が増えており、数か月後には地方にもその影響が期待される。大型案件の引き合いが多少来ているため、先行きに明るさを感じられる。
		広告代理店（経営者）	・東北新幹線の延伸による新しい仕事が動き出している。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・納入単価は低いものの、景気の底を過ぎているため、今後は販売数量の伸びが期待できる。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・今後も首都圏の需要が続けば、地方にも需要の波及効果が期待できる。
	変わらない	その他企業〔企画業〕（経営者）	・住宅版エコポイントの効果で、新築の受注増加が期待できる。
		食料品製造業（経営者）	・人の動きは回復傾向にあるものの、まだ土産物の売上につながる顕著な動きはみられない。
		食料品製造業（経営者）	・春闘の賃金交渉から判断すると、景気がよくなる気配はない。
		食料品製造業（総務担当）	・原料や燃料の価格上昇など収益面の懸念はあるが、売上は当分横ばいで推移する。
出版・印刷・同関連産業（経理担当）		・自治体や企業は経費支出を抑制しているため、例年に比べて受注が低迷している。	
	一般機械器具製造業（経理担当）	・補助金終了による反動減の懸念はあるものの、自動車部品はしばらく回復傾向が続く。	
	建設業（従業員）	・民間の設備投資が活性化しない限り、建設業を取り巻く環境は変わらない。	
	建設業（企画担当）	・一部業界では設備投資が見込まれるものの、厳しいコスト競争が続く。	
	通信業（営業担当）	・契約更新の価格交渉は依然として厳しく、今後も予断を許さない状況が続く。	
	金融業（営業担当）	・特に景気に変化する要因はみあたらない。	
	広告代理店（経営者）	・利益率は低いものの、東北新幹線延伸に伴い観光関連の受注が増加している。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		公認会計士	・公共工事や民間の設備投資が減少しているため、地方企業が業績を回復するには時間がかかる。また、消費者の購買意欲が改善しない限り、小売企業の業績回復は厳しい。
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・出入り業者から明るい話題は聞かれず、工場の設備稼働が回復するのはまだ先である。
		金属工業協同組合（職員）	・受注はしばらく続くものの、取引先から納期やコストダウンの要請が強く、一方では材料価格の上昇傾向が続いている。
	やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・しばらく農業収入がないため、生産資材や個人消費の支出抑制が続く。
		農林水産業（従業者）	・米生産農家への戸別補償制度が固まったものの、補償減額に対する緩和措置などが見送られている。
		繊維工業（営業担当）	・大手企業の景気は回復しているものの、中小企業の回復には時間がかかる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・受注量が回復する一方で利益率が悪化しており、下請の中小企業は厳しい経営が続く。
		輸送業（経営者）	・今後も物量の減少傾向が続き、受注量が確保できなくなるなど厳しい状況が予想される。
		コピーサービス業（経営者）	・民間の動きが悪く、新年度の受注は見通しが立っていない。
	悪くなる		
雇用関連	良くなる	人材派遣会社（社員）	・各企業の採用意欲が強くなっており、日々の求人件数に増加傾向がみられる。
	やや良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・自動車関連の本格的な工場移転に伴い、求人に動きがみられる。不動産や流通関連を中心に景気の回復が期待できる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・東北新幹線延伸に向けた動きがみられ、景気回復の気運が高まっている。
		職業安定所（職員）	・新規求人数、有効求職数共に改善する傾向がみられる。
		職業安定所（職員）	・求人数の増加や各企業の新規採用状況から判断すると、前年に比べて明るい見通しがある。
		職業安定所（職員）	・雇用調整を実施する企業数は変わらないものの、実施する休業日数に減少傾向がみられる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・組織の集約など取引先からは人員削減の情報が多い。
		人材派遣会社（社員）	・年度末に合わせた営業所の閉鎖が多く、景気回復の話は聞こえてこない。
		人材派遣会社（社員）	・求人が低迷しており、景気の回復は程遠い。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・景気の先行きは予測が難しく、良くなることを期待している。
		職業安定所（職員）	・談合疑惑のため建設業者が多数処分を受けており、労働者の処遇が懸念される。
		職業安定所（職員）	・新規求人数が29か月ぶりに増加に転じたものの、前年をわずかに上回る水準であり、厳しい状況は変わらない。
		職業安定所（職員）	・有効求人数が前年を下回っており、有効求人倍率の上昇傾向に一息感がみられる。
	職業安定所（職員）	・企業整備が増えており、求人数の回復は見込めない。	
	やや悪くなる	アウトソーシング企業（社員）	・以前なら避けるような条件の悪い仕事も受注しており、景気は一段と厳しくなる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・公正取引委員会が県内建設業者に対して談合認定したため、指名停止の措置を受ける企業が増える。
		職業安定所（職員）	・新規求人数に回復傾向はあるものの、百貨店の閉鎖に伴う大量離職者の発生が予想され、先行きは厳しい状況である。
職業安定所（職員）		・事業縮小を検討する企業や事業維持が限界にきている企業があり、今後の見通しが立たない事業所は多い。	
悪くなる			

3. 北関東（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	コンビニ（経営者）	・今月は天候不順が続き、その対応に苦慮したが、条件が合ったときは、過去最高の売上や来客数を記録する日があった。これから天気が安定してくるし、ゴールデンウィークや7年に一度の祭等もあるので、好機はある。
		テーマパーク（職員）	・新規投資を行っており、その事業に対する取材などが多数発生し、テレビや新聞など報道の露出が多くなっていることから、4月の事業開始を鑑みると現在の傾向が続く。
	やや良くなる	一般小売店〔家電〕（経営者）	・引き続き、デジタルテレビの売上が伸びてくることに加え、夏物の冷蔵庫やエアコン等のエコポイント対象製品が伸びる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業担当）	・新価格帯の導入、あるいは大型催事等で4、5月は順調にいく。
		百貨店（販売促進担当）	・婦人売り場に引き続き、子ども、紳士関連の商品の動きも今後活発になると予測される。宝飾、美術や一部高額品の売上向上は望めないが、通常商品の買い回り、関連商品の売上は今後伸びるであろうことが予想される。
		スーパー（店長）	・来店客の中には品質重視の人が増えており、安ければよいという状況は少しずつ変化している。
		スーパー（経営企画担当）	・地銀の貸付担当の話では、取引先の試算表がこのところ良くなってきているとのことである。子ども手当が支給されるようになれば、消費は多少良くなると期待している。
		コンビニ（経営者）	・行楽のシーズンに向けて人出があるのと、いろいろな給付金があるので、お金を使う人が増えてくる。
		コンビニ（経営者）	・最近になってやっと、以前からの客がまた店に戻り始めた。来客数は前年を割った日が多かったが、最近は少しずつ前年並みになってきている。客単価はまだ低いが、2～3か月後にはいくらか良くなる。
		家電量販店（店長）	・新年度から新エコポイント制度がスタートするため、テレビ以外にも冷蔵庫、エアコン等の対象商品は若干上向く。
		住関連専門店（仕入担当）	・ゴールデンウィークは巣ごもり傾向が続くと予測され、住関連販売には追い風と思われる。子ども手当の支給開始もプラス要素として働く。
		一般レストラン（経営者）	・観光シーズンと各種行事が重なり、客の動きが良くなってくる。県のメイン会場になるので今年は観光客の増加が見込まれる。
		観光型ホテル（営業担当）	・こここのところ訪日外国人客の予約が好調である。4月からは観光シーズンでもあり、鉄道会社や自治体とも協同して行う観光キャンペーンによる施策にも期待している。
		旅行代理店（従業員）	・新年度を迎え、これから夏場の受注が始まるので、それを期待して販売活動をしている。客の反応もまずまずである。
		通信会社（局長）	・現在デフレバイラルの中で、顧客の財布のひもが固くなってはいるものの、アイデア商品や本当に必要な商品への購買性は増しているため、将来性の感じられる政治判断があれば、決して悪くならないという期待がある。ケーブルテレビにおいても革新的な商品開発や契約後の顧客ケアにより、販売数量は増える見通しである。
		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・映画のロケに関係して集客が見込めるため、若干売上も良くなっている。来客数も前年比8%くらい増えているので、やや良くなる。
		住宅販売会社（経営者）	・徐々にではあるが回復しているような気がする。
変わらない		商店街（代表者）	・客の購買動向を見ていると、趣味的なもの以外は低価格商品にしか手を出さない。
		一般小売店〔乳業〕（経営者）	・景気回復の要因が無い。とにかく消費は冷えている。まだまだ悪くなることもありうる。
		百貨店（営業担当）	・個人消費はまだまだ冷え込んでいる。客単価も下がっており、買上客数も減っている。この状況は当分続く。
		百貨店（販売促進担当）	・米国の大手金融機関の破たん以後の1年間と比較すると、徐々にではあるが回復基調にある。しかし、消費者の低価格志向は今後も続くため、厳しい状況は変わらない。
		スーパー（経営者）	・食品のデフレ傾向は続いている。
		スーパー（総務担当）	・製造業などは受注が増えて来たと聞いているが、小売にはまだ影響が出ていない。食品を中心に価格の安い物に集中している。
		スーパー（総務担当）	・客は価格に非常に敏感で、低価格品を中心に、必需品は数量的に売れているが、その分売上が取れない状況である。良い物についてはほとんど大きな動きはなく、全体的にはほぼ前年割れの95%前後で、ここ数か月も推移する。
		スーパー（統括）	・同業種だけでなく異業種間との競争の激化による単価ダウンが止まるまでは、根本的な消費の回復、経営状況の改善は望めない。
		コンビニ（経営者）	・海や川等の行楽客が増えると思うが、そんなには期待できない。
		コンビニ（店長）	・2～3か月先になると、大分陽気が変わってきて、気候も暖かくなっていくので、それに依りて販売量は若干伸びてくるだろうが、景気自体は変わらない。購買意欲が上がる要因も下がる要因も特別見当たらない。

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
		コンビニ(店長)	・週末、特に日曜日の街の中は大変静かになっており、学校が春休みに入っている今月末は、曜日を問わず暇であった。各種セール連続で、客単価は下がる一方である。先行きは、せめて現状維持ができないと店の体力が持たない。
		衣料品専門店(経営者)	・ファッションにもエコポイント制度が欲しい。
		衣料品専門店(店長)	・今の状況から考えると、2~3か月先も、景気が好転するとは考えにくい。
		衣料品専門店(販売担当)	・現状があまりにも悪い状態であり、これから良くなる要素があるとすれば、暖かさが出てきたときに消費行動に気分が動くというくらいである。安心感がまだない状況なので、これからも厳しい状況が続く。
		乗用車販売店(営業担当)	・3月は、予定外の商談が発生し、販売台数を確保できた。今後は継続中の商談を含め、新規発掘に期待したい。
		乗用車販売店(営業担当)	・車が売れる要素は全くない。
		乗用車販売店(販売担当)	・地元観光地が持ち直していないので、輸入車の販売は悪いままの状態推移していく。
		乗用車販売店(管理担当)	・エコカー購入補助金が9月まで延長されたため、やや販売は上向きであるが、制度終了後、経済が回復しているとは思えない。また、雇用環境も非常に厳しい。
		乗用車販売店(販売担当)	・3月は年度末であり、例年車の販売は良くなるので、今年も良かった。しかし、補助金が出たために今月が良くて、2~3か月後は変わらない。補助金がなくなった後が不安である。
		住関連専門店(開発業務責任者)	・雇用問題、年金及び将来の不安から、小売の販売量増加は見込めない状況である。
		高級レストラン(店長)	・若干人の動きが出てきたように感じられるが、下げ止まっただけで、回復までにはまだ半年くらいかかる。
		一般レストラン(経営者)	・メニューの見直し、単価の見直し等の方策により、一時は続くが、結果として利益増につながる方策とは限らない。
		都市型ホテル(支配人)	・ホテルの宿泊の基本であるビジネスマンの動きが、ここ2、3か月大変鈍くなっている。景気回復の効果が表れてきていないような状況で、もうしばらくは出張が増えない。
		旅行代理店(副支店長)	・良くはならないと思われるが、上海万博に気が向いてくれれば、それを足掛かりに多少は旅行者が増えてくると願いたい。
		タクシー運転手	・春の観光シーズンに期待したいが、マイカーや格安バスツアーでの観光地巡りが多くなり、貸切タクシーを利用する人は激減している。
		通信会社(営業担当)	・ネットワーク利用の更新等に増加がなく、通信費の増加には抵抗感を持ち、請求に対し八つ当たりの怒りをぶつけてくることが増えてくる。
		ゴルフ場(従業員)	・来場予約が前年とほぼ同じである。
		ゴルフ場(支配人)	・民事再生ゴルフコースのプレー料金の低料金化が続き、生き延びていくための予約や、営業収入が圧迫されている。
		その他サービス [フィットネスクラブ] (マネージャー)	・子ども手当等の話題が客の間であがっているが、食事等の慎重な消費に回りそうで、景気が変わるほどの影響力はない。
		設計事務所(所長)	・まだまだ悪いままの状態が続く。周りの雰囲気にも良くなる兆しは感じられない。
		設計事務所(所長)	・来期に向けてキャンペーンなども行う予定であり、良いスタートが切れるよう頑張りたい。
	やや悪くなる	商店街(代表者)	・新学期の入学関連がとても良かったので、このままいくとも思えず、悪くなる。また、クラブ活動等に関係した売上はやや落ちるのではないかとみている。
		商店街(代表者)	・近所で室内装飾の仕事をしている人が、月に10日以上仕事のない日が続いていて、先行きが真っ暗だと言っている。
		商店街(代表者)	・周辺で閉店が増え、新規入店もなく、商店街は灯が消えたようである。
		一般小売店[家電] (経営者)	・引き続き地上デジタル関係のエコポイント制度絡みの商品の動きは見込まれるが、同じポイント対象商品でもエアコン、冷蔵庫の動きは良くない。購買意欲が冷めている中で、商品の動きは天候に左右される面もあり、先行きの売上増は厳しい。
		百貨店(総務担当)	・食品関係は定価品の売上が伸び悩み、目玉商品が多いため、粗利の確保が難しくなった。衣料品は8千~2万円の高額商品が一番売れていたが、今は5千円止まりが多く、全体を見ると減少傾向である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（従業員）	・販売量を上げるのが非常に厳しい状況は変わらない。今後の見通しとしても良くなる状況ではない。
		自動車備品販売店（経営者）	・近郊の工場などがだんだん縮小されて、働く場が無くなっている。働く場をなんとか確保するような動きがあれば将来性もあるが、そうではない機運が強いので、どうしてもマイナス傾向にある。
		一般レストラン（経営者）	・消費者が金を使えないのか、使わないのかは分からないが、非常に財布のひもが固くなっている。流通業、飲食業、サービス業すべてにおいてそういう傾向がある。
		都市型ホテル（スタッフ）	・4～6月は前年比で200～300少ない予約状況にあり、ネットはちょっと読みきれない。エージェントの団体関係は少しずつではあるが増えつつあるものの、以前のような獲得は非常に難しい状況にある。ネットの個人客、法人や企業の動きが今後期待される。
		通信会社（経営者）	・LPガス販売店の話では、月々のガス代金の支払い遅延や全く払えない客がどんどん増えており、みな失業中とのことである。地方の中小零細企業は、もう限界まで疲弊しきっており、何とか保護しないと、この状態のままでは雇用が上向くはずがない。
		遊園地（職員）	・一般家庭の所得減少によるレジャー支出抑制の影響が大きく、消費マインドが冷え込んでいる。もうしばらくは消費単価の大幅な伸びが期待できない。
		ゴルフ場（業務担当）	・現時点で先々の取り込みは前年を大幅に下回り、また、4、5月の出足が少し悪く、ゴールデンウィークの取り込みについては低調になっているため、先行きは少し不安材料が残る。価格面、競争相手の関係など、もろもろあるが、いずれにしても客は価格、金額に敏感であり、なかなか難しく、先行きが読めない状況である。
		競輪場（職員）	・一番大きい大会であるダービーの売上目標額が10%ほど低下した上、前年比も減少している。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・新車の売上台数が徐々に回復を見せる中、車検台数は毎年緩やかに減少を続けている。在庫台数の減少もさることながら、利益が薄く、全く売上が上がらない。
		その他サービス〔清掃〕（所長）	・就職、入学、歓送迎会、5月の大型連休など個人消費の機会は増加するが、所得が減少している中で厳しい状況が続き、回復する見込みはない。
		設計事務所（所長）	・年度末という理由だけでなく、一向に先が見えない。我々の仕事は数か月先になってやっと成果が上がるものであるが、現在の状況から言えば、ここ数か月は良くなる見込みは見えない。
		住宅販売会社（従業員）	・高額な消費は敬遠されがちであり、別荘販売の不振は長期化する。
		住宅販売会社（経営者）	・世情で心配されている二番底が来ると予想して、顧客の財布のひもはいまだ固い。まだまだ地方では政府の発表のような回復は当てはまらないことが多い。
		住宅販売会社（従業員）	・受注の減少は完工高の減少に直結するため、収益の悪化は避けられない。
悪くなる		商店街（代表者）	・いろいろな人が知恵と汗を絞ってもなかなか結果が出ておらず、少しずつ積み上げる努力をしても時間は掛かる。
		一般小売店〔衣料〕（経営者）	・いろいろな状況の中、商売が良くなるような気配は全く感じられない。残念だが、まだまだ良くない状況が続く。
		コンビニ（経営者）	・空きビルが増えているのと同時に飲食店が減り、更には飲食店を利用する人も減っており、夜間の客が減っている流れも目立つ。
		衣料品専門店（経営者）	・特に年配客の購買欲が無いようである。
		家電量販店（営業担当）	・エコポイント制度の反動が予想される。
		旅行代理店（従業員）	・4月からは春の旅行シーズンに入るが、仕事の受注が極端に悪い。
		通信会社（経営者）	・販売量ももちろん重要だが、販売先の入金状況がさらにひどい。サイトが1か月また1か月と延び、運営資金さえまならない現状なので、2～3か月で上向き事はありえない。
		設計事務所（経営者）	・明るい話は無く、将来の客の設備投資等に期待している。
		住宅販売会社（経営者）	・大手企業の閉鎖、撤収などが無くならないと、景気は良くなる。また、デフレ現象に歯止めが掛からないと、景気は上向きにならない。
		企業動向関連	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
やや良くなる	やや良くなる	その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・秋口までの大物は受注、製作、納品に少し間が空くが、新型回収機の開発と合わせて忙しくなる。
		食料品製造業（営業統括）	・休日の高速道路料金引下げの影響もあり、暖かくなるにつれて来客数の増加が見込まれる。各メーカー共独自の企画を立案しており、工場見学者も増加する。
		金属製品製造業（経営者）	・このところの景気動向に関連して、大手銀行の貸手企業の選別があるようで、当社も取引先がすべて大手だけに、われわれ中小企業に対して、貸付依頼の攻勢が非常に激しい。銀行の金余りと企業の資金上の減少が激しくなっていて、今、地方に中央の大手が熱心に攻勢を掛けている。
		金属製品製造業（経営者）	・4月ごろから仕事量が増える予定であったが、予定が延びた。6月になったら仕事量が多くなると期待しているが、やはりその月になってみないと分からないので、早く仕事量が多くなって欲しい。
		一般機械器具製造業（経営者）	・中国向けの自動車部品の量産案件と近隣の自動車メーカー増産に伴う応援加工案件が立ち上がる予定である。建設機械関連の仕事も動き始めている。
		広告代理店（営業担当）	・予算カットや削減も限界までできているので、新年度に入ると宣伝広告費も多少使えるようである。
		経営コンサルタント	・下請製造業の受注、中小建築業の住宅の引き合い、受注などで数量が上向いているところもあるが、まだ多くは直前の業績の山を目指している段階である。
	変わらない	その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・引き合いは増加傾向にあるが、価格面での厳しさは当面続く。収益はなかなか改善されない。
		食料品製造業（製造担当）	・地元の祭りや新規店舗オープンが予定されているので、売上は確実に伸びるが、人口密度に対して店の数が多いので客の取り合いになる。スーパーの価格競争に歯止めが効かなくなると、共倒れになる危険も潜んでいる。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・新製品を開発し、Web、店頭にて発売したが、先行きは不透明である。
		一般機械器具製造業（経営者）	・新規品の受注努力を重ねた結果、4～5か月後から2～3%ほどアップしそうになったが、従来品がなくなる可能性があるため、総受注量に変化はなさそうである。
		電気機械器具製造業（経営者）	・例年であれば3月から客先のシステム受注が上昇するが、この景気状況からあまり期待ができない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・新年度の生産計画は、どんどん増産したり、新機種を出して拡大するといったのではない。60～70%の受注量で推移し、新規受注もかなり厳しく、材料費も高くなっているため、利益も相当圧迫されているのが現状である。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・2、3月は昨年と比較すると、150%くらい仕事が増えて良かったが、今後2～3か月は、これ以上良くなると思えない。しばらくは変わらない。
輸送業（営業担当）	・消費財の物量は、店舗向けは落ちているが、テレビショッピングやインターネット、通販等のセンター向けや個人向けは伸びている。しかし、価格、経費など利益幅が少ない状況で、運賃経費のコストとしても厳しく、現状の景気や燃料の高騰等とのバランスを考えると、現状維持が精一杯である。		
金融業（理事）	・上向きの業種もあるが、製造業を中心に依然として厳しい業種も見受けられることから、総合的には変わらない。		
金融業（経営企画担当）	・製造業においては、米国の大手金融機関の破たん後の最悪期は脱したものと判断される。中国進出、新規事業参入、新規取引先の開拓等、積極的に対応している企業との二極化がさらに進むと思われるが、全体的には今後の見通しについては明るい状況は感じられない。		
金融業（調査担当）	・現在と同様の状況が続く。		
新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・昇給や就職などの具体的事実が伴わない限り、報道だけでは今後、消費に回るものは増えない。新聞購読が出来ない理由の大半は、生活苦やリストラなどで、生活不安を挙げる人が依然として多い。		
社会保険労務士	・物を修理したりするメンテナンス関係の仕事はそこそこあるが、新たに物を買う動きが鈍いので、まだまだ厳しい状況が続く。		
やや悪くなる	やや悪くなる	化学工業（経営者）	・4、5月とメイン商品の受注の話が全く出てきていない状態で、さらに稼働日数も少ないので、頭が痛い。
		電気機械器具製造業（経営者）	・現在は何とか仕事量は埋まっているが、先が全く読めない状況は相変わらずである。長期的には非常に心配している。
		通信業（経営者）	・中小企業における雇用の衰退と経費節減により販売量が減少しつつある。

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	
		金融業（総務担当）	・受注減や、取引内容の見直しによる受注量の減少が見込まれる、と複数の取引先が話している。	
		不動産業（営業担当）	・今は年度末ということもあって特殊な需要があるが、2、3か月後は一旦冷え込む。エコポイントや減税等もあるが、それとはまた違った形での刺激がないと個人消費が伸びないし、お金が回っていかないので、全体的には少し落ちる。	
		悪くなる	電気機械器具製造業（営業担当） その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・客先を訪問しても、4月以降の仕事の話が全く無く、先行きの受注予定が立てられない。 ・一般的に春先はジュエリーが動く時期だが、現在の市況から展示会の採算が見込めず、昨年まで行われた大きな展示会の企画も減少している。販売単価が下がっている中ででの販売機会の減少なので、この先は更に厳しい。
		建設業（総務担当）	・現在の受注状況と工事の進捗状況を考えた場合、5月ごろ資金繰りが厳しい状況になりそうであり、現在当社の置かれている状況では金融機関から新規の融資が受けられないので、先行き大変心配である。	
雇用 関連	良くなる	-	-	
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・エコポイントの家電関係、自動車、住宅等で求人が上がってくると予測しており、周辺の企業でも若干住宅関連が出てきているという声を聞いている。	
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・主要取引先のホテルでは、昨年よりも稼働状況が若干落ちているが、ここのところそれほど差がなくなり、安定してきている。地域により変わることはあるが、客の中でも良いところと悪いところの色分けが出てきている。一方、官公庁関係の仕事は、今年度から新年度にかけて前年度枠の予算で推移しそうである。	
		求人情報誌製作会社（経営者）	・製造業の求人募集は今現在ほとんどなく、まだまだ先行き不透明な現状が続いていく。	
		職業安定所（職員）	・求人数の増加、求職者数の減少は若干見られるが、極端な改善には至らない。	
		職業安定所（職員）	・雇用調整助成金（計画）件数は、同様の数で推移している。2年目の再判定を迎える企業が順次出ている。	
		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、製造部門は海外シフトが続き、雇用確保が難しい。自動車、太陽光、燃料電池関係に明るさが見え始め、期待している。	
	学校〔専門学校〕（副校長）	・新年度の採用計画をすでに明示している会社はまだ少なく、この1、2年採用を手控えていた企業からの採用計画が多いように感じる。長期計画による採用計画が多数出てくるのが景気回復の傾向である。		
	やや悪くなる	人材派遣会社（管理担当）	・今後は取引先の決算期を過ぎて上昇するか、労働者派遣法改正により契約が終了するか不明である。	
		職業安定所（職員）	・製造業、建設業共に、受注量が伸び悩んでいるところが見受けられ、それが求人に反映している状況なので、今後はやや悪くなる。	
職業安定所（職員）		・今月末日において、10人以上の事業主都合離職者が発生する事業所が3件確認されている。その他にも未確認での離職者発生懸念もあることから、更なる求職者の増加が予想される。		
悪くなる	人材派遣会社（経営者）	・各企業の仕事が少なく、売上がほとんど上がらない。		
	人材派遣会社（営業担当）	・失業者の増加による社会不安や、将来の住宅や車等の大型消費に不安がある。政治は「官から民」への時代の流れだったが、「官から官」になっている。また、規制緩和から、規制強化へ逆流しており、大きな政治課題を抱えながらの新年度のスタートとなったため、明るさや展望が不透明である。		

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	家電量販店（営業統括）	・テレビ販売の余波で、4月前半の売上はテレビが支えることになる。次の主役が見付からない状況ではあるが、12月末のエコポイント対象品購入締め切りまでは、継続した販売実績を見込める。景気の持ち直しから雇用情勢が改善に転じてくれば、消費に対する消費者の意識が大きく変化してくると考え、期待している。
		その他サービス〔語学学校〕（総務担当）	・4月1日から新しいネットでの宣伝を始めるので、それに合わせて営業を行う。

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
	やや良くなる	商店街（代表者）	・消費者マインドはそんなに高くは無いが、ここ数か月続いている安定基調は意外と底堅いようである。これで気候が良くなってくと良い数字が出てくるのではないかと少し希望を持っている。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・エコポイント制度が継続したことや、来年からの地上デジタル放送への切替えでテレビの買換えが多くなる。ただし、洗濯機、冷蔵庫などの白物家電は全然売れていないため、厳しい。
		百貨店（広報担当）	・客の声やニーズから生まれた新しいライフスタイルの提案や、様々なオケーションニーズに対応した商品に動きがある。今後も新しい提案の連打を予定しており、百貨店らしさを取り戻していく。
		百貨店（営業担当）	・子ども手当をはじめとする各種給付金の金額や申請、交付日等が現実化してきており、消費者心理も財布のひもと同様に若干緩む。
		百貨店（販売促進担当）	・来客数、購買客数、単価、いずれも伸長傾向にある。商品、顧客購買動向から、新しい商材をただ投入するのではなく、売れた商材に対して何が必要かを仮定し、プラスアルファの訴求を行えば、今後の好転も望めると見込んでいる。
		スーパー（店長）	・ここ数か月、売上や客数の伸びが前年よりかなり良くなってきているので、上昇傾向である。
		コンビニ（商品開発担当）	・高品質、高単価の物が少しずつ売れ始めている。
		衣料品専門店（営業担当）	・近隣の駅ビルがリニューアルし、ミセス向けの店がすべて撤退したため、当店で客が流れてきている。客に喜ばれる価格の品ぞろえ、コーディネートで、客単価、来客数等、今後も上向くと見込んでいる。売れ筋や価値ある商品を仕入れることが1番であり、販売員、販売、レイアウト、打ち出しなど、やるべきことを続ければ数字は上がってくる。
		その他専門店〔雑貨〕（従業員）	・大手の家電量販店が立ち並ぶ地域のため、テレビの買換えなどで一時的に買物をする人が増える。
		その他小売〔ゲーム〕（統括）	・映画、テレビの3D化に伴い、ゲーム機も3Dに対応した物を発売予定である。これはかなり画期的なことであり、歓迎して今か今かと待ち受けている状態である。ただ、すんなりユーザーに受け入れられるのか、コンテンツ会社の力量が試されていると感じている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・子ども手当の支給が始まれば若干消費に回って来るので、今よりは良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・以前はネット経由で安い宿泊料金を出してもなかなか埋まらなかったが、今年に入ってから客が割安な料金プランを待っているようで、すぐに反応がある。相変わらず先の予約は前年より弱い状況だが、ビジネス出張は増えつつある。レストランは土日を中心に個人客のお祝い等の予約が前年比で3%程度多くなっている。宴会も企業主催のパーティ案件が前年同時期より多く、問い合わせの電話も多くなっている。
		旅行代理店（経営者）	・新政権になって、やっと子ども手当や高校授業料無償化といった具体的な政策が取られてきている。客が少しは時間とお金の余裕が出てきたようで、来店数もぼつぼつ増え、電話等も掛かってくるようになってきている。
		旅行代理店（従業員）	・電話受注件数の伸びが確かに感じられるので、先行きはやや良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・国内団体旅行は前年の数字を大きく上回っている。問い合わせの内容から、直近の予約も見込めそうである。
		旅行代理店（支店長）	・6月の動きはまだないので分からないが、5月は比較的順調に予約が入っている。
		通信会社（総務担当）	・3月は引越時期で契約解除件数のほうが多いが、4月以降は転居者の加入が期待できる。また、地上デジタル放送完全移行まで1年となり、本気で対策に取り組む人も多くなる。
		通信会社（営業推進担当）	・地上アナログ放送の終了に向けて、家電の購入からアンテナ、ケーブルテレビ対応まで、何らかの出費を決断する世帯のすそ野が広がる。
		ゴルフ練習場（従業員）	・4月は天候も良くなりゴルフシーズンとなるので、来客数等売上も良くなる。附帯するレストランの宴会等の予約も入ってきてるので、やや良くなる。
		ゴルフ場（支配人）	・2～3か月先の予約が前年同時期に比べ若干増えている。
		パチンコ店（経営者）	・5月ごろには気候も良くなり、人気のある機械も出そうなので少しは良くなると期待している。

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
変わらない		その他レジャー施設（経営企画担当）	・プロ野球が開幕し、テレビ中継などを目にする機会が増えると、関連商品、サービスに対する客のニーズが一段と高まる。
		住宅販売会社（従業員）	・株価が堅調になりつつあるので、マンション購入マインドが上昇する。
		商店街（代表者）	・春物を求めて来る客は安くて良い物を求めており、そのような商材を仕入れるのは大変なので、非常に難しい環境になっている。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・しばらくは現在のような状態が続く。デジタル家電は消費者には難しいことが多いようで、問い合わせも多い。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・同業者や商店街の役員に話を聞くと、大変悪いという話ばかりであり、全体の景気は悪い。当店は近隣の同業者が減ったため、何とか維持できているが、もし協力先が失敗すれば、がたっと落ちてしまうのではないかと心配している。
		一般小売店〔衣料・雑貨〕（経営者）	・4～5月の春夏物全体の売行きはますますと考え、積極的に展開する予定である。単価の下落は今後も続くと思われるので、気を付けていきたい。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・問屋も十分に在庫を置かない。受発注の品数が増えてきている。景気が良くなるとは思えない。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・相変わらず客が少なく、特に日本人客が少ない状況で、今後3か月先は期待できないような雰囲気である。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・点在型の商店街であるが、利便性を求めたインターネット購入などにより、次第に商売のパイが小さくなっているような感じがしている。
		一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・これから所得が上がるわけではないだろうし、良くなる見通しはない。季節的にはこれから暖かくなると品物が動き出す時期だが、どうなるかと心配している。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・周囲の競合店が結構閉まったため、その客が当店に入ってきたりと良い面もあるが、単価や利益率が極端に下がってきている。総じて先行きはあまり変わらない。
		百貨店（総務担当）	・政治が安定せず、内需拡大ができる要素がみられないことが1番の原因である。
		百貨店（売場主任）	・気温の上昇と共に、行楽などの郊外型の動きが増えてくるが、地元で消費の動きはまだ前年より少ない状況が続く。
		百貨店（総務担当）	・主力商品である衣料品の前年比での落ち込みは、近隣店も含めて1けたに盛り返ってきており、回復の兆しが見えるものの、もう少し前年割れの状況が続く。
		百貨店（総務担当）	・企業動向については製造業を中心に良くなっているという話もあるが、家計の財布のひもは相変わらず固い。当分の間、生活レベルでは景気が低迷している状態は変わらない。
		百貨店（企画担当）	・現在の厳しい状況は将来不安の大きいことが要因の一つであるが、新政権への期待感が不信感に移行しているため、今後も有効な施策が打ち出せないままであれば、消費態度は継続して慎重にならざるを得ない。
		百貨店（広報担当）	・株価は日経平均1万円超えを維持しているが、政府による決定的な景気浮上策もなく、価格競争が続いており、デフレを脱却するような要素は見当たらない。
		百貨店（営業担当）	・夏物商戦にかけてはまだ苦しい状態が続く。夏のボーナスに大きく依存している客が多く、夏物は必要不可欠な商品ではないため、回復は秋以降に期待している。
		百貨店（営業担当）	・新卒者の就職率低下など、経済環境についてあまり良い話題がない。政情も混とんとしており、消費者も先行きが不透明な中で生活防衛体制を緩める兆しはみられない。
		百貨店（販売促進担当）	・子ども手当など国政の影響がどう出るか予測が難しい。それ以外に景気が良くなる要因が見当たらない。
		百貨店（業務担当）	・景気そのものの回復基調はあまり大きく変わらないと思うが、少しは良くなるのではと考えている。気温や社会情勢など不安定要素が多いため、今月のように売上が前年実績を上回れるかどうかは判断が難しい状況である。
		百貨店（営業企画担当）	・営業時間の延長等、売上増の要因はあるものの、食料品以外のカテゴリーにおける消費者の購買意欲を高めるための施策が乏しく、現状の打破は難しい。
		百貨店（副店長）	・30歳以上の客の購買意欲はあるが、10、20代は非常に厳しい。
		百貨店（販売管理担当）	・売場では、たんに仕舞っていたようなかなり古い商品券等を使用する客が徐々に増えていると実感している。購買客数や購買単価も前年より上がっていないので、先行きが良くなると判断することは難しい。
	百貨店（営業企画担当）	・食品等、回復基調にある部門もあるが、主力となるファッション関連の回復は更に時間が掛かりそうである。	

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
		スーパー（経営者）	・悪い状態が続く。景気が良くなっていると言われていが、小売業にそういう感じはない。3月は天候が悪く、それで大分悪いということもあるが、買上点数は増えているものの、1点単価がそれ以上に下がり、来客数も良くない状況が続いているので、この先も売上はなかなか伸びない。
		スーパー（営業担当）	・6月から始まる子ども手当の支給が経済全体に与える影響は低いものと思われる。それよりも産業の掘り起こし、GDPの向上をもっと進めていく必要がある。
		スーパー（仕入担当）	・各社とも、売上対策として価格を切り口に集客を図っている。同業種だけでなく、ドラッグストアやバラエティストア等の異業種でも食品を集客の目玉にしており、価格競争が続く傾向にある。
		コンビニ（経営者）	・地域的に中小企業が多い等の特殊事情もあるかもしれないが、これといった良い材料が見付からない。
		コンビニ（経営者）	・競合店の閉店等、外的要因による売上増も現在のまましばらく推移しそうだが、来月以降、大型店の出店ラッシュがあり、厳しい状況が続く。
		コンビニ（経営者）	・今月末で内装工事がほぼ終わり、今度は再開発事業の上のマンション部分で入居が始まるが、ライバル店の出店もあるので、プラスマイナスゼロである。マンションの入居者で間違いなく当商圏の人口は増え、スポーツクラブや映画館の営業も始まるので、後はどのくらい利用があるかである。
		コンビニ（商品開発担当）	・個人消費が上向き好材料に欠ける。
		衣料品専門店（経営者）	・1～3月の来客数、買上客数はすべて前年をクリアしている。仕入れ回数を増やすこと等に客が反応している。前年は春物が大きく売上を伸ばしたので、まずはその前年売上を維持することが目標である。客はかなりシビアで、前年と同じような物は買わない、手を出さないという、非常に固い購買行動を示している。
		衣料品専門店（経営者）	・安い物中心の売上になっている。中級品の動きが良くなないとこのままでは売上が上がらないため、まだしばらくはこの状態が続く。
		家電量販店（経営者）	・テレビの駆け込み消費の後の4、5月は一服感が出るのが予想されるが、同じくエコポイント対象商品のエアコン、冷蔵庫は好調を維持し、6、7月のボーナス商戦では再度テレビの需要も盛り上がっていくと見込んでいる。
		家電量販店（副店長）	・エコポイントの駆け込み需要が終了し、夏のボーナス商戦前の買い控えが懸念される。ただし、サッカーワールドカップでのテレビ需要が見込めるので、現状維持で推移する。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー購入補助金の延長が決まり、客の購買意欲が薄くなり、先送りになった感がある。
		乗用車販売店（経営者）	・整備は順調に入っているが、販売が今一つ芳しくない。この状況は今後も変わらない。
		乗用車販売店（店長）	・減税と補助金に下支えされながら販売している状況で、決算期も終わり、客の様子見の期間が増える。景気がまた上向いていくのは7月以降である。
		乗用車販売店（営業担当）	・まだまだ先行きが不透明でクレジットを組んでまで買換える必要がないというユーザーが多い。やはり自動車は必需品というよりぜい沢品という意識が強いようである。
		乗用車販売店（渉外担当）	・新車受注は、リコール問題の影響による様子見があるのか、思うように伸びない。サービス在庫量は増加しているが、売上単価が下がっている。年度の切り替わりで毎年上期は落ちるし、新車受注残も減少しているため、良くなるとは思えない。
		乗用車販売店（総務担当）	・減税延長により幾分回復の兆しが見えるが、全体の景気が回復しないことには、わざわざ車購入へ気持ちが動かないのではないかと懸念されるため、今後が心配である。また、電気自動車が出回るであろう今秋からは、ガソリン車との関係が難しくなるのではないかと考えている。
		乗用車販売店（販売担当）	・自家用車の助成金は残っても、大型分の助成金は6月ごろに枯渇するのではないかと予想している。トラックは営業車が主力であるため、助成金が出なくなると需要が大きく落ち込む。また、8月以降にはポスト新長期で現状の車両が販売できなくなるので、車両代が上がり、ますます販売が大変になる。2～3か月先はこのまま悪い状態が続く。
		住関連専門店（統括）	・現段階では良くなる要素が見当たらない。この低迷はまだしばらくは続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他専門店〔服飾雑貨〕（統括）	・デフレの悪循環に陥っているような気がする。特に、競合相手がバーゲン時期でもないのに日常的にディスカウントをしており、消費者も価格にまひしている様子である。
		高級レストラン（支配人）	・全体的な景気はやや良くなると思うが、当社の身の回りとなると、法人、個人客共に支出を控えており、来客数、客単価が前年を下回っている状況で、まだ先行き不透明である。
		一般レストラン（経営者）	・エコポイント制度や地上デジタル放送等の外的要因で物が動く現状は堅調だが、その特典のない外食に関しては自助努力が必要である。
		一般レストラン（店長）	・ゴールデンウィークを控えているので、皆ゴールデンウィーク用にお金を取っている。外食にお金が回ることがなかなか少なく、厳しい状況が続く。
		都市型ホテル（支配人）	・先々の販売量についても前年並みか前年をやや下回る状況となる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・結婚披露宴についての予約状況は大変厳しく、新規客も増えてきておらず、思ったほど単価も上がってきていない。
		タクシー運転手	・乗車率は低迷しているが、近距離客の歩き疲れや節約疲れから、今までタクシーを利用するのを我慢していた客については回復しつつあるように思われる。今後もこの回復が続くことを期待している。
		タクシー（団体役員）	・業界全体で適正台数に向けて減車していくと思うが、景気の底上げがないことには個人消費は上向かないので、まだまだ厳しい営業状況が続く。
		タクシー（団体役員）	・政府の景気対策がしっかりしない限りは、お金の回りが悪い状況は変わらず、利用者数も今まで通りとなる。
		通信会社（経営者）	・昇給もままならず、将来の保障も不安な状況なので、消費は変わらず推移する。
		通信会社（営業担当）	・CS放送についても大手他社との競合が激しく、一進一退が続く。
		通信会社（営業担当）	・他社との競争が今後も続くことが予想されるなか、さらなる低価格プランを打ち出すなどしないと客数の伸びは期待できない。
		通信会社（営業担当）	・先行きに対する不透明感が強く、消費者の支出を抑える傾向は今後も続く。
		通信会社（営業担当）	・アナログ契約者のデジタル化に伴う解約と、他社への乗換えによる解約は今後も続く。
		通信会社（営業担当）	・新築住宅の着工件数も増えており、地上デジタル放送対策も認知され始めたため、これからは横ばいまたは良くなる方向に向かう。
		その他レジャー施設〔ホール〕（支配人）	・従来からある近隣商業施設の関係者の話では、天候の問題だけでなく、春物衣料の売行きが前年よりかなり悪く、先行きが見えないとのことである。一方、新規大型ショッピングセンターは若者向け中心の店舗が多く、衣料品もかなり好調とのことで、一人勝ちの様相である。駅周辺の地域全体としては決して良くはないが、努力次第で好転する可能性はありそうである。
		その他レジャー施設〔アミューズメント〕（店長）	・母体ショッピングセンター内の新テナントオープンや映画館での話題作公開が控えており、来客数の増加が見込める。客単価の低い傾向が続くが、来客数の増加でカバーできると考えている。
		設計事務所（職員）	・官民共に医療施設関係の各種補助金が確定した案件が4月より動き出すが、良くなるレベルまでは達しない。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅版のエコポイント制度が今月からスタートしたが、消費者の関心は非常に低いようである。最近、中古物件の購入がブームであると新聞やテレビでよく見かけるが、現実には長期固定金利住宅ローン等がリフォームに対応していないことがあり、銀行ローンも含め、リフォームに住宅ローンを使えるようにならないと、劇的には変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・展示場への来場者数は前年とあまり変わっていない。
		住宅販売会社（従業員）	・土地の売買が若干動き始めているが、前年を大きく上回るような状況ではない。また住宅版エコポイントの効果は徐々に出るだろうが、大きく期待できそうにはない。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・現状が少し良くなっているのは、昨年が悪くなり過ぎたことに対して少し回復している状況にあるためであり、建築関係を中心に見るとまだ回復はしていない。
	やや悪くなる	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・新年度になり期待感はあるものの、近隣で大型ディスカウントスーパーや同業者の開店などがあり、影響が出る。

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	
		一般小売店〔家電〕 (経営者)	・エコポイント制度が12月一杯まで継続されるということで、新しい商品に入れ替わり、客がもう少し時間を掛けて見ようかという話になる気がする。	
		一般小売店〔祭用品〕 (経営者)	・来店や問い合わせはあるが、実際の購入に至らないケースが多い。買い控えや、品質より価格に移行する傾向が顕著にみられる。	
		一般小売店〔茶〕(営業担当)	・会社の社員用のお茶だけでなく、接待用や飲食店の客用のお茶までコストダウンの動きが目立ち始めている。なりふり構わないところまでコスト削減を迫られるような景気になっている。	
		衣料品専門店(経営者)	・まだまだ実体経済では底打ちかどうか分からない状況である。子ども手当等、政権が代わったことによる動きもあるので、様子を見ている。	
		衣料品専門店(営業担当)	・節約ムードが大分減っているが、不況で財布のひもは固いままである。	
		家電量販店(統括)	・3月特需の反動が来る。昨年4月～5月15日まではエコポイント制度の報道により買い控えムードが高まり、急ブレーキがかかった時期であるため、それを考慮すると前年比での落ち込みは少ないと思うが、5月15日以降は少し厳しい。	
		その他専門店〔ドラッグストア〕(経営者)	・6月で改正薬事法の施行から1年になるので、それまでは非常に厳しい状態が続く。しっかりとした販売体制を整えられなければ、その後も落ち続ける可能性があるため、今が正念場である。	
		都市型ホテル(スタッフ)	・来客数が落ちているので、今後の成約件数も減少する見込みである。	
		旅行代理店(従業員)	・前年同期比で先行受注が約8割くらいに収まっており、先の見通しが不透明である。	
		通信会社(支店長)	・当業界も商流変更によって、大手代理店傘下に集約されていく動きがこれからますます加速していくと考えている。	
		通信会社(管理担当)	・滞納者に聞いたところ、電気、ガス、水道、電話等、ライフラインの支払いが限度であり、テレビ等、娯楽、嗜好に対する支払意識は希薄になっている。支出を最低限に抑えようという顧客が急増している。	
		遊園地(職員)	・消費マインドの冷え込みがまだ継続していることから、物販、飲食等の消費単価の大幅な伸びは期待できない。	
		その他サービス〔学習塾〕(経営者)	・生徒数が減る一方で、景気の回復は望めない。	
		設計事務所(経営者)	・民間の建築設計は大変冷え込んでいる。当社では人数が多いので行政の仕事もしているが、年度末の今がピークで、4月以降については全く状況がみえない。ホームページの充実等、営業を展開しながら頑張りたいと思っているが、先の見えないのが不安である。	
		設計事務所(所長)	・これから新年度を迎えるが、国の予算をとっても公共工事等が非常に削られているなかで、福祉と環境ばかり伸びてもなかなか景気が浮揚しない。思い切った策、予算がないと良くならないが、景気が良くならないと税収が上がらないので、良くならない。	
		設計事務所(所長)	・デフレ経済の中で、建設関係の動きはほとんどない。上向き兆しもない。	
		住宅販売会社(従業員)	・仲介業者が客をかなり抱えているようなので、販売的にはもうしばらく今の状況が続くと思うが、在庫が少なく仕入ができない状況なので、今後は伸び悩む。	
		悪くなる	商店街(代表者)	・ショッピングセンターに行く客が非常に多くなっており、当商店街に来る客は激減している。いろいろなイベントを組んで集客を図っているが、一向に成果が出ない。当分は新しい流れになることは期待できない。
		一般小売店〔食料雑貨〕(経営者)	・競合店が多すぎる。営業時間や年間休日など、早急な大型店の規制作りが必要である。	
		コンビニ(店長)	・世の中では景気が多少上向いてきていると言われていたが、店の客の買物の様子を見ている限りでは、景気はまだ悪くなる。	
衣料品専門店(経営者)	・天候不順と買い控えの現状から、新しい商品を購買に結び付ける策が無い。ファッション傾向も昨年と大きく変わらず鮮度が薄く、客はたんす在庫で間に合わせるため、訴求が難しい状況が続く、春物の消化が懸念される。			
衣料品専門店(店長)	・雇用状況が改善しない限り、消費が増える要素はない。			
都市型ホテル(経営者)	・ホテルを取り巻くサービス業は依然としてデフレスパイラルに陥っており、好転しているような要素は全くない。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
		タクシー運転手	・大手の一部では底を打ったと言う客もいるので、若干薄日が差すような状態になってきたのかもしれないが、非常に悪い状況がもう2年近く続いており、まだどこで底を付くか見通しが付かない。
		通信会社（経営者）	・受注要件がこの数か月で極端に悪くなっている。良くなる要因は見当たらない。
		美容室（経営者）	・3月に商店街にあった大型スーパーが倒産して無くなり、それにあわせて2件が店を閉めたため、人通りが全然無く、見通しは非常に暗い。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・先行きの不安材料が多く、購買意欲が感じられない。政府の対応の悪さに疑心暗鬼になっている。
		設計事務所（所長）	・箱物から人へと大幅に予算が切り詰められており、税収不足から地方の案件も相当少なくなることが予想されている。特に、4月以降はかなり厳しい状況になる。
		住宅販売会社（経営者）	・昨年の夏までは緩やかな回復基調に乗っていたと思うが、政権交代後は即効性のある景気対策が無くなってしまったため、明らかに後退している。中小企業は資金繰りで困っているため、即効性のある景気対策と中小企業の資金繰り安定策が必要である。
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（営業担当）	・個人需要はあまり感じないが、法人関係の需要がやや上向いてきているようなので、先行きはやや良くなる。
		その他製造業〔ゲーム〕（経営者）	・政府のエコポイント制度、補助金等の施策延長が底堅い景気刺激となる。3月のエコポイント第1弾期限の家電テレビ売り場は、空前の活況を呈していた。
		通信業（経営者）	・子ども手当、高校授業料無償化に期待している。
		通信業（広報担当）	・リプレースの需要があるため、少なくとも今年前半は好調に推移する。
		経営コンサルタント	・残業の多い業界として定評があるIT業界でも、他業界と同様に所定外労働時間の減少が続いていたが、このところ増加に転じつつある。中堅ソフト開発会社では、2月以降、中核従業員は連日深夜まで残業しているということで、所得環境は最悪期を脱しつつあるのではないかと考えられる。
		経営コンサルタント	・悪いながらも、輸出関連の建設機械等の設計や機械加工を受注している業者に回復の雰囲気がある。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・新年度を迎えて、広告宣伝費を使う動きが多少出てきたようなので、2～3か月後は少し良くなる。
	変わらない	繊維工業（従業員）	・消費者の購買意欲や行動が低価格帯にシフトしたまま全く動いていない。この傾向は、景気が明らかに上向いたと消費者が認識するまでは続く。
		出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・取引先が発注する印刷物を厳選するようになっている。当面はこの状況が続く。
		化学工業（従業員）	・販売先に話を聞くと、売上が30%減少しており、今後も増える見込みはないということである。当社についても今後の生産量は少し減産の予定である。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・ここにきて新規取引の可能性や、現顧客が新企画の話を持ち出すようになってきており、うまく実現すれば少しずつは上向いて行く気配がある。
		金属製品製造業（経営者）	・期末の駆け込み受注が増え、久しぶりに残業、休日出勤が続いているが、20日以降、案件の少ないのが気掛かりである。
		金属製品製造業（経営者）	・客の生産調整も一段落したらしく、発注量が多くなってきているようだが、価格が安く、売上の割に利益につながらない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・このところ見積は何件か来ているが、取れたとしても今年後半くらいにならないと立ち上がらないようなものばかりなので、2～3か月で景気が良くなるということはない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・2～3か月以上前からずっと、良くなる気配がほとんど見当たらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・建設業界は官民共に仕事量が減っており、当社もそのおろを受けている。懸命に受注活動をしてパイが縮小してきており、必然的に受注量は横ばいが減少に向かう。
		精密機械器具製造業（経営者）	・前月に対して10%以上の増加がないと、景気が良くなることは実感できない。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・4月は年度始めなので、ここで上向きになるか下向きになるかわからないが、これから分かれる。3月はほとんど1、2月と同じくらいでまあまあであったが、まだ良くなっているという感じではない。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・来月あたりから良くなる兆しも見えるかもしれないが、現在は見えない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他製造業〔靴〕 (デザイン担当)	・ここ数か月は全く見当が付かない。
		建設業(経理担当)	・個人客から家の耐震診断やエコポイントの付く窓の改修工事等、補助金が絡んだ工事依頼がぼつぼつと入ってきている。この先もこのような改修工事は多少見込めても、なかなか大型の工事は無さそうである。
		建設業(営業担当)	・不動産の動きが出ているが、地価はいまだ下落方向にあり、地主の土地活用投資は貧困である。建設コストもまだデフレ状態である。
		通信業(総務担当)	・営業活動の展開は続くが、新しい商品の魅力だけで販売数を持ち直せるまでに至っていないため、変わらない。
		金融業(審査担当)	・下請部品製造業では、アジア向け半導体設備関連の受注は好調であるものの、自動車関連の設備向け部品は相変わらず低調で推移していく。
		不動産業(従業員)	・企業による土地買収、取得意欲はあるものの、融資希望額が受けられず、契約に至らない場合が多くある。
		不動産業(総務担当)	・オフィスの空室率改善が一向に進まないように、賃料の下落が続いている。そのため業績の悪化が顕著になるなか、明るい話題もなく、景気が良くなるとは思えない。
		経営コンサルタント	・子ども手当などに期待したいが、どこまで流通等に回ってくるかが見えない。
		社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない。
		税理士	・経費節約、人件費の見直し等できることはし尽くした印象のなか、何とか現状を維持していく。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕(経営者)	・顧客工場の稼働率が、わずかではあるが回復傾向にある。しかし、先行きの不透明感も根強く、現状維持で推移する。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕(経営者)	・既存事業は新規契約が無い状況なので新規事業を立ち上げているが、成果として出てくるのはまだ先である。
		その他サービス業〔ソフト開発〕(経営者)	・今の株価を維持できれば良いと思うが、全体として薄氷を踏むような危険性が漂っている。
		その他サービス業〔情報サービス〕(従業員)	・新年度の開始時期に向けて提案物件数が減少しており、また受注量の継続的減少が始まってきたようである。
		その他非製造業〔商社〕(営業担当)	・客先の反応は変わらない。
	やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業(経営者)	・2月末から3月半ばころまでは、仕事の話も量もそこそこあったが、3月末になった途端にぱったりと途絶えて、先行きが不安である。
		金属製品製造業(経営者)	・現在、仕事量が増えているのは、一時的なものである。
		電気機械器具製造業(経営者)	・当社の業態は輸出産業には関係ないので、経済の見通しが明るくならない限り、景気の見通しは良くなるとは言にくい。
		その他製造業〔靴〕(経営者)	・今は非常に不況だと、国中がそういう状況になっている。お金を持っている人でも使わない。また、働く場所がないなど良い材料がないため、こういう状況はまだ続く。
		輸送業(経営者)	・配送先の閉店が増え、町に出ても空き店舗の埋まらない状況が目立ち、改善の兆しは見受けられない。
		輸送業(所長)	・来期に向け、新しい案件や情報が今のところ無い。また、取引先からは現在の業務の再見積の依頼や、同業他社との比較による運賃の見直しなどを迫られている。したがって、来期早々厳しい環境が考えられる。
		金融業(支店長)	・個人預金量は順調に増加している。先行き不安から投資、消費せず、蓄えておこうとする人が増えている。資金の流れは良くなる気配がない。
		金融業(支店長)	・客の財務内容がかなり悪くなっている。受注、売上等の回復がまだまだ見込めず、倒産、廃業、破産件数が増え始めている。
		不動産業(経営者)	・借金過多で身動きができないオーナーを今月やっと整理した。1988年に建築した物件で、このオーナーは建築業者のために借金したのである。古い物件の対応がだんだん難しくなっている。
		広告代理店(従業員)	・取引先より値下げ要求があり、応じざるを得ない状況にある。そのため、仕入先に相応の値引きを要請するため、物価の下落を現実に体験することになり、利益も減少することになる。
		広告代理店(従業員)	・取引先各社の新年度の宣伝広告費が今年度より軒並み少なくなっている。

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
	悪くなる	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・公共事業の工事が4月に入って来ると減少してくるため、売上に響いてくる。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年度が変わることにより状況が変化して好転するという予測が立てられない。逆に悪化する予測のほうが立てやすい。
		建設業（経営者）	・建築材料が高騰し始めている。鉄骨も国内でなく国外への輸出が占めるため、なおさら国内では売れなくなる。また、便乗して他の材料も上がり始める。
		輸送業（総務担当）	・荷主からは、運賃、料金、作業賃の値下げ要請が頻繁にある。値下げに応じない場合は取引が継続できないニュアンスの話をされる。取引条件が徐々に悪化しており、物流業者は給与等を含めたコストダウンをしてしのいでいる。
		金融業（渉外・預金担当）	・中国向けにかじを切っている会社は良いが、アメリカ向けは依然として飽和状態と聞いている。実際に仕事が来ないのだから仕方がない。
		広告代理店（経営者）	・今の引き合い量から想定すると、悪いと考えざるを得ない。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・まだまだ楽観視はできない。
雇用 関連	良くなる やや良くなる	人材派遣会社（支店長）	・派遣だけにこだわらない採用の総合サービスという視点で考えると、ニーズはまだ見込める。
		求人情報誌製作会社（編集担当）	・求人数は相変わらず伸びないが、わずかではあるが以前よりも業種が増えている。
		職業安定所（職員）	・一部の事業所においては、受注量の増加から休業規模を縮小する事業所、一時的に休業を実施しない事業所が見られるようになってきている。
		民間職業紹介機関（経営者）	・急募の求人案件が見られるようになってきている。10人規模の新規営業職や環境関連企業での技術者案件など、新たな人材ニーズが出てきている。
		民間職業紹介機関（職員）	・採用に関して慎重であることには変わりがないが、少しずつ歩留りが上がってきており、心理的改善がみられる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・製造系企業等はコスト削減のため、国外での製造、部品調達に移っており、国内での生産、消費が活発化する要因が現在では乏しい。
		人材派遣会社（業務担当）	・様々な料金や賃金がまだ下降傾向にある以上、物量やお金の流れが悪い間は景気の上昇は望めない。忙しいばかりで利益が出ない、忙しく仕事はきつい賃金は安いという状況が当分続く。このような状況では企業淘汰もますます進む。
		人材派遣会社（支店長）	・エコ関連など、業種により派遣の利用を増やす企業がある一方、まだ様子見の企業もあり、今までと変わらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・人材市場の回復は当分先になる。ただし、外資系企業の一部に中途採用の動きが出てきたことが明るい材料である。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・1～3月と変わらない状況できており、今後も何も変わらない。良くなる兆しが見えてこない。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人数は少しずつ増えてきている傾向にあるが、それ以上に求職者数が多いため、応募者が集中している。一方で応募があっても採用できないという雇用のミスマッチも起きている。採用コストを抑える傾向が強いため、ミスマッチの改善が進まず、採用増につながらない可能性がある。
		職業安定所（職員）	・求職者数は高い数字のまま変わっておらず、求人数もそれほど目立った動きはないため、今後も就職者が増えるとは予想されない。
		職業安定所（職員）	・雇用調整助成金の新たな申請が続いており、減少する傾向が見えない。
		職業安定所（職員）	・求人数はわずかに上昇しているものの、新聞記事等であるように、新年度の新卒採用についても今年度並みである。あるいは海外での現地採用を進める企業が増え、国内の雇用が改善される要因が見当たらない。また、雇用調整助成金の申請についても、わずかであるがまだ増加傾向にある。
		職業安定所（職員）	・雇用情勢の改善する動きがみられるが、正社員や新規卒者の雇用創出は依然として厳しい状況で、景気の回復には慎重な判断が必要である。
職業安定所（職員）	・新規求人申込件数は前年同月比で減少が続いている。有効求人倍率に若干の改善がみられるが、景気改善を期待できるほどの数値とは言い難い。		

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
		民間職業紹介機関（経営者）	・人材紹介のほうのクライアントにはメーカーが多いが、これから中途採用に切り替えていく傾向があり、そういった意味では景気が悪くなる2年前の7～8割に戻ってきている。慎重ではあるが、少しずつ、今まで必要としていたような人材、あるいは良い人がいれば採用しようという動きになってきている。
		学校〔専修学校〕（就職担当）	・採用人数の増員、採用活動の復活などの企業依頼はほとんど無く、求人依頼企業数の増加は見込めない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・引き続き派遣労働者数の減少傾向で推移する。多くの原因は各企業の業績低迷が中心となるが、労働者派遣法改正も大きな要因となり、派遣労働者の総数は減少する。
		学校〔短期大学〕（就職担当）	・企業訪問をしていて22年度の採用予定を聞くと、未定という返事の企業が多い。
	悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・労働者派遣法改正が採決されたことにより、派遣採用に対して慎重になっている企業が増えている。派遣ではなく業務委託に変えようとする企業が増えているが、正しい業務委託を正しく発注できる体制を整えている企業は少なく、また、派遣よりコストが掛かるため、業務委託に踏み込めないでいる。しばらくは、就業先企業も人材会社も下地を作る時間が必要である。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・特に新卒採用は、各企業が前年に策定した人件費予算が消化される。2010年は各企業が米国の大手金融機関の破たんまで引き締めた予算で動くことになるので、求人広告業界は1年遅れで今年が底になると言われている。世の中の景気が復活しても雇用が戻ってくるまでに最低でもあと1年は掛かる計算である。しかし、各企業は製造拠点の海外進出や業務効率化を進めているため、爆発的に求人が増えることはないという憶測が出ており、求人広告業界にもうバブルは来ない。
		学校〔専門学校〕（教務担当）	・仕事の受注がほとんど無く、1案件に30～40社が応募している状態であるとの話である。仕事も「実務経験3年以上の社員」が対象というような条件のため、新卒の採用をしたくてもできない。

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	-	-
	やや良くなる	商店街（代表者）	・今まで節約して我慢してきたことと、子ども手当等の影響により、客の購買意欲は上がる。
		一般小売店〔惣菜〕（店長）	・周囲の業者を見ても、底は脱した様子である。急速に回復することはないが、緩やかに回復に向かう。
		百貨店（売場主任）	・全体の来客数はあまり変わらないが、若者の来客数は増加する。春から若者向けデザインの靴や低価格の輸入品を入荷し、若者が来店する売場作りをしている。おしゃれに敏感な若者の来客数が増加すれば、売上は増加する。
		百貨店（販売担当）	・自分の価値基準を持った消費者が、不況の下で企業努力した商品に対して反応する環境が、整いつつある。独自性がある定価品に対する反応は、セール品など低価格品と比較しても堅調に動いている。「価値感」や「安心・安全」は、世代を超えてキーワードとなっており、それらに対するニーズはますます高まる。
		乗用車販売店（従業員）	・補助金と減税の効果もあり、9月までは販売が見込める。
		ゴルフ場（企画担当）	・2、3か月先の予約数は、例年並みに入っている。天気さえ特別悪くならなければ、ゴルフ場の景気は多少良くなる。
		美容室（経営者）	・寒さと多雨のためか、正月明けからずっと、客足が悪い。今後はその反動により、客足が戻る。
		その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・売上の推移から判断すると、景気の底は脱しつつある。
	変わらない	住宅販売会社（従業員）	・住宅版エコポイント制度が始まり、ゴールデンウィークに向けて、来客数は少し戻ってくる。
		商店街（代表者）	・客は必需品以外は買わず、購入単価も低下している。今後良くなる材料は全く見つからない。
		商店街（代表者）	・新しい住宅減税の影響は、今のところ不明である。
		商店街（代表者）	・消費者の財布のひもの固さは、今後も変わらない。ただし500円以下の商品やテイクアウト商品の売行きは、上向きになってきているため、これ以上落ち込むこともない。

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
		商店街（代表者）	・テレビのアナログ放送の終了までいよいよ一年となり、地上デジタル放送関連は忙しくなりそうである。ただし、白物家電の売行きが悪い状態は続く。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・販売量は一時的に増えているが、今後も好調が続くとは考えられない。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・地元人口は少なくなっており、地場産業の景気は悪い。今後良くなる要素は見当たらない。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・良い天気が続いて来客数が増加することぐらいしか、売上が増える要素は見当たらない。客の購入姿勢は依然として慎重であり、景気は横ばいが続く。
		百貨店（企画担当）	・景気が確実に回復する背景は、見当たらない。低価格志向が弱まることも期待できない。
		百貨店（売場主任）	・春物でも、トータルコーディネートして購入するというよりは、買い足し購入が目立っている。このような動きは今後も続く。
		百貨店（企画担当）	・客の消費に対する関心は、高まりつつある。低価格志向は変わらないため、低価格に対抗する努力が必要であるが、努力すれば結果が出る兆しはある。良くなりつつある状況は、しばらく継続する。
		百貨店（販売担当）	・現状は良くなっているとはいえ、ここしばらくが悪すぎたため、今後良くなる明確な要因があるわけではない。
		百貨店（外商担当）	・本来ならば盛夏物が動く時期であるが、今年は夏物のクリアランスまで、買い控えが発生する。
		百貨店（販売担当）	・3月は卒入学、就職という実需がある時期であるが、必要最小限の購入になっている。今後も早い時期からのセール待ちが予想されるため、ゴールデンウィーク明けから6月ごろまでの売上は、かなり厳しくなる。
		スーパー（経営者）	・デフレが続き、小売チェーンでは軒並み利益が減少している。空き店舗が増えるなど、消費の減少は様々な所に波及しており、景気はまだ悪い状況は今後も続く。
		スーパー（経営者）	・年明け以降、悪い月が続いている。今後も横ばいが続く。
		スーパー（店長）	・特売品、見切り品、競合店との価格競争で値下げした商品の動きは良いが、定価品の買物は依然として弱い。客単価の低迷は、今後も続く。
		スーパー（店長）	・客単価や客の購買動向の改善は一時的であり、今後も厳しい状況が続く。
		スーパー（店長）	・景気が良くなる実感がわからない。買得商品は売れても、高付加価値商品の売行きは以前と比べて落ち込んでいる。先行き不透明であるため、客の動向は今後も変わらない。
		スーパー（店員）	・景気が良くなる話は聞かれない。周囲でも、良くなる傾向も悪くなる傾向も見られない。
		コンビニ（エリア担当）	・売上の前年割れは、今後も継続する。
		コンビニ（エリア担当）	・客の購買意欲が盛り上がる兆しは、まだまだ見えない。
		コンビニ（商品開発担当）	・ここ数か月間は、相変わらず厳しい状況が続いている。下げ止まってはいるものの、回復する気配はない。
		衣料品専門店（経営者）	・得意客に電話しても反応は鈍くなっており、敬遠されている。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・全体的に、良くなっていく兆しはない。
		家電量販店（店員）	・今月の好調の要因は、エコポイント制度の駆け込み需要と思われる。今月で、ピークはいったん終わる。
		乗用車販売店（経営者）	・これといった好材料は見当たらない。今後も低水準で推移していく。
		乗用車販売店（従業員）	・上向きではあるが、来客数が減少しており、売上単価も少しずつ低下してきているため、これ以上は伸びない。また、前年と比べて、新卒者等初めて車を持つ人の購入割合が、かなり低くなっている。
		乗用車販売店（従業員）	・景気対策等により、9月ごろまでは今の水準が続く。
		乗用車販売店（総務担当）	・エコカー補助金が9月まで延長されたことにより、今の状況が今後も続く。
		乗用車販売店（営業担当）	・エコカー減税等により、需要を先取りしている状態にある。新型車の効果も、あまり期待できない。
		住関連専門店（店員）	・新生活需要は、前年同月を下回りそうである。そうなる、ゴールデンウィークまで、店は閑散となる。
		高級レストラン（スタッフ）	・春闘、夏季賞与の動向からみて、当面は多くを期待できない。

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
		スナック（経営者）	・ゴールデンウィーク明けからしばらくは、繁華街の入出は例年通り落ち込む。今年も売上は減少傾向である。
		観光型ホテル（経営者）	・予約状況を見ると、4月と6月はやや良くなるが、5月は4月の良い分を打ち消すほど悪い。やや明るくなる兆しが見えてはいるものの、持続力はまだない。極端に悪くなる要因もないため、現状並みが続く。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数は、変わっていない。
		都市型ホテル（支配人）	・宴会の法人需要が厳しくなっている。
		旅行代理店（従業員）	・数年前までは、大規模なイベントがある年は、経済効果があった。しかし、今年のバンクーバーオリンピックは、全くの低調であった。上海万博やサッカーのワールドカップも、景気回復の特効薬になるとは思えない。
		タクシー運転手	・乗車数が増えていく要因は、見当たらない。忙しい日は、雨など天候が悪い時だけである。各営業所の売上も、前年を大きく下回っている。
		通信会社（企画担当）	・エコポイント対象製品の変更に伴う買換えが一段落し、今後はまた厳しい状況に戻る。
		通信会社（営業担当）	・設備増設の完了待ちとなっており、新年度も今の状態が続く。
		テーマパーク（職員）	・観光産業では、今後も現在のような少し低調な状態で推移する。
		美容室（経営者）	・客との会話でも明るい話題は少なく、厳しい状況が当分続く。
		住宅販売会社（従業員）	・建築関係は、住宅版エコポイント制度が動き出したので、引き続き受注の増加が見込まれる。ただし、どこまで景気が良くなるかは不透明である。
		住宅販売会社（従業員）	・マスコミでは住宅版エコポイント制度を盛んに取り上げているものの、住宅購入には多額の資金が必要になるため、住宅購入の決断を早める材料にはならない。
		住宅販売会社（企画担当）	・住宅版エコポイント制度が始まったが、新築の場合、書類の準備に手間が掛かったり代行手数料が掛かったりすることに加えて、5万円ほどの審査費用も必要となるため、客にメリットはあまりないと思われ、変わらない。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔室内装飾業〕（経営者）	・今のところ見積などの引き合い件数が減少しており、1～2か月先には悪くなりそうである。
	やや悪くなる	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・客の財布のひもは固く、企業の広告宣伝費、交際接待費の減少も回避できないため、贈答品の売上は減少する。家庭、企業共に、必需品は購入しても、プレゼント等は買い控えたり単価を下げたりし、付き合いの範囲を狭める傾向が続いていく。
		百貨店（企画担当）	・子ども手当の支給などはあるものの、消費に対する効果は限定的と考えられる。
		スーパー（経営者）	・大型店、小型店共に価格破壊して、売上を確保するために戦っており、以前のような明るさが失われている。今後も厳しい状況は続く。
		コンビニ（経営者）	・友人や同業者、客と会話していても、景気が良くなる話は聞かれない。全体的に金銭的余裕がなくなっていることが、伝わってくる。このような状態では、景気は良くならない。
		乗用車販売店（従業員）	・3月の受注は、今後の需要を先食いしている感がある。これからゴールデンウィークに向けて、新車の購買意欲をどこまでかき立てられるかが重要となる。新型車の発表も予定されており、補助金が継続している時期を大切にして、販売活動を進める。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・周囲に新規店舗が何軒か開店するため、客の流れはそちらに向かう。
		都市型ホテル（経営者）	・稼働率は少しずつ改善してきているが、客単価は改善していない。今後もまだ回復しない。
		旅行代理店（経営者）	・決算月ということもあり、販売量が若干増えている。しかし、今後の予約が不確かであるため、先の見通しは立っていない。
		旅行代理店（経営者）	・旅行業界では、大手航空会社の動向が大きな影響を与える。燃料価格も徐々に上昇傾向にあるため、今後の客足はますます遠のく。
		旅行代理店（従業員）	・所得の先行き不安がまだ残るため、レジャー費は減らされる。先行きは厳しい。
		美顔美容室（経営者）	・新規客の獲得が最近難しくなっているため、4～7月までキャンペーンを実施する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・今後、低価格戦略で拡販できたととしても、薄利多売の悪循環に陥る心配がある。
		設計事務所（経営者）	・個人案件、企業案件共に、計画中の案件数が極端に減少しているため、今後実施設計に移る件数も少ない。
	悪くなる	その他専門店〔貴金属〕（店長）	・高価格品の売上が回復しておらず、低価格品のみが動く現状が続く限り、見通しは厳しい。
		パチンコ店（経営者）	・販売単価が低下傾向にあることと、原価率の高騰によって来客数の減少が予想される。
		理容室（経営者） 住宅販売会社（経営者）	・近隣の企業が人員整理しているため、今後は厳しくなる。 ・所得が減少しているため、今後も住宅購入には至らない。
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・受注量、販売量は、前年同月比で3～6%増加する。
		化学工業（人事担当）	・景気は底を打っており、不安感は払しょくされている。今後株価がこのまま安定または上昇すれば、経済活動は上向く。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・アナログ放送の終了に向けて、市場はいよいよ本格的に動き始めている。関連案件を含めて、手応えを感じる。
		輸送業（エリア担当）	・アジアの経済拡大が更に進むため、アジア向けの輸送量は一層増加する。
		行政書士	・一部の業者の動きは、少し良い方向に向かっており、今後はやや良くなる。
		経営コンサルタント	・北米向け輸出の回復により、自動車産業の稼働が良くなる。株価が持ち直しつつあり、地価も都市部の商業地を中心に、反転する動きがある。ただし、住宅の見通しは悪い。
		食料品製造業（企画担当）	・低価格帯の製品が小売店での販売動向と連動してよく売れているが、企業にとっては利益確保が難しい。個人消費の回復には時間が掛かるため、今後も景気は変わらない。
	変わらない	紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・新規の引き合い数が伸びておらず、動きはどちらかといえば低調である。そのため、今後もリピート注文が中心になる。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・発行予定の自社商品の売上が増える見込みであり、粗利益は増加する。
		化学工業（企画担当）	・一部鉱工業には回復の兆しがあるが、他の分野ではデフレの影響で持ち直す様子が見受けられないため、全体的には変わらない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・例年のことながら、ゴールデンウィーク前の事業収支は減収減益となる。その一方で、窯業界の先行指標となる住宅着工件数は、平成21年8月～平成21年10月期の188,050戸に対し、平成21年11月～平成22年1月期は202,447戸と7.7%増加しているため、総合的にみると変わらない。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・取引先を回っていると、ほとんどが横ばいとの返事であり、新規開拓しないと売上は伸びそうにない。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・前年に比べて、北米、アジア共に自動車産業関連の設備投資計画が増えてきているが、引き合い件数はまだ最盛期の50%程度である。しかも、一度下がった価格は元に戻らず、価格競争が厳しい状況は改善されていない。価格競争に負け受注できないが、受注できたとしても利益がでない状態は、今後も続く。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・今月は決算時期のため受注は増えているが、これから先は不透明である。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・国内受注が低調である分、韓国、中国、東南アジアといった海外へのアプローチに傾注している。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・期変わりでも新規案件は増えると思われるが、前年比では改善は見込めない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・今年1～3月はゆっくりとした回復傾向であったため、4～6月も横ばいまたは微減の見込みである。需要が急回復して納期に問題が出ている分野と、まだ在庫調整が続く分野が混在しており、先行きは不透明である。
		建設業（営業担当）	・今後は、例年仕事が出てくる時期であるが、全体を見渡すと、部分的に仕事が減少していたり、定期的にあった仕事も減少していたりしている。
		輸送業（経営者）	・デフレ傾向は変わらず、低運賃のため、荷量が回復している割に売上は増えない。
輸送業（エリア担当）		・主要客等の話によると、しばらく変化は見られない。	

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
		金融業（法人営業担当）	・4月以降の見通しに不安をもつ取引先企業が多く、景気の先行き不透明感は拡大している。特に建設業者は、公共工事の減少を懸念している。製造業の多くにも、これまでの生産の持ち直しに頭打ち感が出てきており、先行きは横ばいとの印象を持っている。
		金融業（企画担当）	・売上が伸びておらず、企業の設備投資は償却の範囲内にある。売上を伸ばすための積極的な設備投資が行われていないと、景気は上向いてこない。また、不動産価格の下落により、不動産の購入意欲が高まりは期待されるが、もう一段の下落も想定されるため、投資には慎重となっている。
		不動産業（管理担当）	・新年度に向けての、オフィス賃貸料の値下げ等の交渉はない。このまま、横ばいで推移する。
		広告代理店（制作担当）	・取引先の新年度の広告予算費が増えることは期待できず、新規の取引もかなり厳しくなりそうである。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・新聞の電子化が始まり、不安材料がまた1つ増えている。
		会計事務所（社会保険労務士）	・大手自動車メーカーの動向もあり、良くなるとはいえないが、現状では単価は安くても仕事は出てきているため、しばらくはこのままで推移する。
		その他サービス業〔広告印刷〕（従業員）	・どこも元気のいい話は聞かれない。注文を出すにも、抑え気味である。
やや悪くなる		印刷業（営業担当）	・周辺では全体の景気が悪く、景気が良くなっているとの話は聞かれない。協力会社でも、倒産していく会社が多く、本場に厳しい状態と実感している。今後もこの状態がまだ続くと思われ、景気が良くなることはない。
		金属製品製造業（従業員）	・仕事量が少ないなか、原材料価格の高騰によって、不安は更に増している。
		電気機械器具製造業（経営者）	・鉄鉱石が90%近くの値上げが決定したという情報があり、4、5月からは原材料の値上げが実施されると予想している。販売量の確保のため、値下げせざるを得ない状況になり、売上は減少する。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・例年3月をピークとして、6月は生産が落ち込む。今後は、地元の大手自動車メーカーのリコール問題の影響も出てくる。
		輸送業（従業員）	・原油価格や原材料価格が高騰しており、今後は景気全体に影響してくる。荷主への運賃転嫁も難しい。
		不動産業（経営者）	・売り物件が買い物件よりも数倍多く、金融機関から短期営業資金を調達できない状況は、今後も続く。これは今後、取引を後退させて、不良債権化を増やす。
		不動産業（開発担当）	・鋼材等の原材料価格の急激な高騰により、コスト増が懸念される。消費者への価格転嫁が困難である以上、企業収益の悪化は避けられない。
		会計事務所（職員）	・製造業、建築業共に受注量が少なく、今後も短期、単発中心で安定していない。
悪くなる		鉄鋼業（経営者）	・素材価格の2割以上の高騰によって、需要は減退している。建設や工作機械等の需要も前年同期と比べて少ないため、前年2～3月の水準にまで、需要は落ち込む可能性がある。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合い件数の減少が顕著になっている。
		公認会計士	・中小企業の業績が回復する兆しは、見えていない。大手企業の取引条件は、厳しさを増している。また、淘汰されるべき企業が、補助金や金融機関への返済猶予等によって生き残り、収益性を無視した取引を拡大しているため、堅実な中小企業に今後しわ寄せがくる。
雇用関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（経営企画）	・技術者派遣に対する需要は、今後も徐々にではあるが、回復していく。
		人材派遣会社（社員）	・中途採用の求人が増えつつあり、正社員の雇用も少し活発になってきているため、今後はやや良くなる。
		人材派遣会社（営業担当）	・大手製造業の設備投資が、増加に転じてきている。その関係で、関連業者の事業活動も活発になってくる兆しがある。
		民間職業紹介機関（職員）	・今の求人は、大手企業を中心に、中小企業にも少し見られる。これからは、中小企業にもより広がってくる。
民間職業紹介機関（支社長）	・求人数には表れていないが、採用意欲は明らかに上向ってきている。この傾向は、今後も続く。		
変わらない	人材派遣会社（経営者）	・求人に関しては、今の状態が続く。求職者数は相変わらず増えてくるため、良くなる兆しは見えない。特に静岡県西部では大手企業が不調であるため、それに伴い、中小企業も伸びてくるとは思えない。	

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
		人材派遣会社（営業担当）	・求職者数はまだまだ多いことから、今後も短期間での景気回復は難しい。
		人材派遣会社（支店長）	・当地域の有効求人倍率は、すぐには改善されない。また、特に女性、短大卒の新卒の就職が大変厳しく、今春卒業後も就職先が見つからない人が、依然として多い。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・東海地域の雇用は、製造業の回復がない限り、今以上に力強くなることはない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・中途採用の一般求人は少し持ち直してきているものの、基幹産業である製造業の求人が冷えたままである。特に製造業が集中している静岡県西部の雇用が悪いままであるため、今後も横ばいが続く。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・新年度に入るが、新聞の求人広告では、下げ止まった状態が続く。
		職業安定所（所長）	・平成22年2月の新規求人数は前年同期に比べて増加しているが、製造業の求人は常用雇用ではなく、3か月程度の期限付きが多い。平成22年1～2月の新規求職者数は、前年同期に比べて減少しているが、窓口の職業相談、紹介件数は、前年同期と同程度となっている。以上を総合すると、今後もあまり変わらない。
		職業安定所（職員）	・正規労働者としての雇用を希望している人が多いが、製造業では雇用を増加していないため、今後も現状並みが続く。
		職業安定所（職員）	・地元の基幹産業である製造業で、1年7か月ぶりに求人数が増加に転じている。なかでも、輸送用機械器具製造業が増加してきており、関連する金属製品、一般機械器具製造業でも増加してきている。さらに、サービス業では、派遣業、請負業で若干の増加に転じている。ただし、社会情勢が先行き不透明であり、厳しい状況には変わらない。
		職業安定所（職員）	・景気はまだ不透明であり、事業所でも求人数の増加や設備投資は未確定な状況にある。転職を見込んで仕事を探しに来る在職中の求職者も、多く見られる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・各業界共に、先行き不透明感を口にしている。
やや悪くなる		人材派遣会社（社員）	・今後の予約状況は、あまり良くない。また、仮に良くなったとしても、今月の水準には及ばない。
		人材派遣会社（支店長）	・派遣職種の精査が、厳しさを増している。保険業界などコンプライアンス意識の高い企業では、直接雇用への切替を控えており、派遣会社の売上は減少にある。派遣市場は、今後も縮小することが確実である。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・前年暮れからの派遣就業先との契約が、今月末で満了となる事業所が多い。また、新たな派遣契約が増える見込みは、見られない。
		職業安定所（職員）	・雇用調整助成金の申請件数が、かなり増加している。二輪製造業関係の下請企業が、先行き不透明で悪くなる可能性がある。
		職業安定所（職員）	・年度末に閉鎖する事業所等が増えるため、今後は悪くなる。
悪くなる		職業安定所（職員）	・年度末での人員整理、雇止め等による求職者の増加が予想される。

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	商店街（代表者）	・価格だけでなく、おしゃれをしたいという願望が強くなりそうであり、しかも、市場が求めているそのような商品を提供できそうである。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・新規顧客の取り込みも順調で、町全体も活気を感じられ期待できそうである。
		百貨店（売場担当）	・新生活関連の商品の動きが例年よりやや良い。
		コンビニ（店長）	・前年が悪すぎたこと、天候の回復などの要因もあり売上は上昇するであろう。来客数に大きな変化はないが、客単価の上昇に期待ができる。
		コンビニ（店舗管理）	・ここ最近の売上からみると改善方向にあり、今後もこの傾向は続く。
		家電量販店（経営者）	・テレビの売上はしばらくは落ち込むが、夏場以降は3Dテレビも多く発売され期待できる。
		家電量販店（店長）	・家電エコポイントを商品券などに交換した人のうち、さらに家電エコポイント対象商品のエアコンや冷蔵庫の購入を検討している人が多い。

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
		都市型ホテル（スタッフ）	・改善の兆しが見えた当月の伸びが続くかどうか不透明だが、宴会受注などが持ち直している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊、レストランの予約は前年以下の状況であるが、宴会予約は前年を上回っている。
		旅行代理店（従業員）	・年度明けより各企業の業績にも復調の兆しが見られ、旅行業界にその影響が感じられるのは5～6月頃になると予想している。
		通信会社（職員）	・3月中旬以降活発化している客からの問い合わせを受け、マイナス要因を逆転できる売上げが期待できる。
		通信会社（役員）	・競合する大手通信会社との商品ラインナップ統一の観点から、電話事業に進出した。申込件数も順調に推移しており、今後の加入1世帯あたりの月間売上高を表すARPUの増加に寄与するものと期待している。
		住宅販売会社（従業員）	・以前に展示場へ来場し、新築やリフォームなどに関心を示した先の掘り起こしにより、住宅版エコポイントの申込が新築、リフォームとも期待でき、展示場来場者の落ち込み分を補える見通しである。
	変わらない	商店街（代表者）	・近隣企業では業績悪化が多く、決算期を終えるとその状況が明白となり消費が増えそうな話題がない。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・まだまだ来客数が少ないので冷え込んだままであろう。
		百貨店（売場主任）	・一部に高額商品の販売が目立つようになっているが、大多数の消費者の購買意欲が向上してこない。特に宝飾関連の動きが悪く、買い控え傾向に変化は見られていない。
		百貨店（営業担当）	・これまでファッション関連では、不景気なときはカラフルなカラーが好まれ、これに沿った提案を行ってきた。現在、汎用性の高い黒や茶といった地味な色使いに飽きており、カラーバリエーションの提案が今後の需要につながる。
		百貨店（営業担当）	・春物の動きを見ていると、慎重な買物が続いており、現状のまま、春物のセールや夏物投入時期に入っても、この傾向は変わらない。店側でもセールをやらざるを得ず、春物の早期セールも予測され、単価の伸び悩みは続く。
		スーパー（店長）	・客の様子からは下げ止まり感がうかがえる。日々必要な食料品は最低水準にまで低下しており、これ以上の買い控えや少量パックへの移行は考えられない。一方、たばこやアルコール類に関しては販売数量が低下しており、さらにアルコール類についてはより安価なものへの移行がみられる。
		スーパー（店長）	・売上が伸び悩み傾向にあり、景気回復の兆しが見えない。
		スーパー（店長）	・客単価が前年比約5%程度低下して推移しており、今後2～3か月程度も変化はないであろう。
		スーパー（店長）	・サラリーマンの定期昇給に期待ができないため、所得増加の見込みも薄い。入学・新学期などの出費もかさむ時期に入るため、消費者の買い控えは当分続くであろう。
		コンビニ（経営者）	・来客数や客単価が下げ止まった実感はあるものの、上昇に転じる感触は得られていない。
		衣料品専門店（経営者）	・引き続き消費者の買物は単価を中心に厳しい態度で臨んでいるようである。
		衣料品専門店（経営者）	・来客の層がわずかではあるが広がっているように感じており、悪い方向には向かわない。
		乗用車販売店（経営者）	・減税やエコカー補助金の効果はある程度期待しているが、あくまで対象は限定的で景気を押し上げるまでは見込めない。
		乗用車販売店（経理担当）	・補助金が9月まで延長されたので、現在のような水準で推移する。しかし、前年の春先以降は回復傾向にあったので、その水準を維持できるかどうかは疑問である。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・先行きに何の期待も持てない状況が続いている。
		その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	・地元製造業の操業時間が少しずつ延びてきた好影響が、小さいながらも認められる。しかし、実質的に消費につながっている実感はまだない。
		高級レストラン（スタッフ）	・花見の時期が若干遅れているのはプラス要因である。できるだけ春休みとゴールデンウィークの間に開花したほうが、兼六園に近い立地では観光需要が高まり売上げにつながる。
		スナック（経営者）	・経営者の「回復しつつある」との話から、今後国際的な悪要因が発生しなければ、現在の状況が続く。
		観光型旅館（経営者）	・今年に入り1人当たりの消費単価の低下が続いており、入込客数は前年並みに確保できても売上総額の下落が続いている。

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	
		観光型旅館（スタッフ）	・予約状況では5月が93%、8月が77%と前年を下回っているが大きな減少ではなく、他の月は前年を上回っている。このまま勢いが止まらなければ良いと感じている。	
		旅行代理店（従業員）	・団体旅行の予約状況が引き続き不振である。	
		タクシー運転手	・新年度に入って歓送迎会や花見などで人出があっても、一過性のものであり、全体としては変わらない。	
		タクシー運転手	・これまでの我慢や不満が蓄積されているものの、花見などで街に繰り出すことによってこれらの解消が期待できる気配がある。	
		その他レジャー施設（職員）	・新規入会者数の前年割れが続いており、回復の兆しが見られない。	
		住宅販売会社（経営者）	・来社した客の話から判断すると、今後しばらくは現状維持が続く。	
		住宅販売会社（従業員）	・現在、展示場来場者数は一定数あるが、良い住宅をより安く購入したいと考える人が多くなり、成約まで厳しい要求が増えている。また、融資審査も厳しい状況が続いており、収入状況や勤務先、勤務年数など属性が良くなければ思うように借入れができない。	
		住宅販売会社（従業員）	・受注が安定するのかどうか、この2～3か月が今後を占う上で重要な期間であると考えている。市場は活発化してもまだまだ個人所得は厳しい状況が続いており、今以上に大幅な改善は難しい。	
	やや悪くなる	スーパー（店長）	・県外資本・大手資本のディスカウント業態の出店が春以降にいくつか控えており、パイの奪い合い、安売り競争で厳しい状況になる。	
		スーパー（総務担当）	・子ども手当の支給が決定されたが、それ以上に今後あるかもしれない増税に対して消費をさらに引き締めるようになる。	
		コンビニ（経営者）	・現場の仕事がないのか、来客数が減少している。この傾向に変化は予想されず、売上の増加が見込めない。	
		家電量販店（店長）	・家電エコポイントの駆け込み需要の反動により販売台数の落ち込みが予想される。	
		乗用車販売店（経営者）	・春先需要期に販売が低迷している状況から考えると、4～5月の販売量は期待できない。	
		自動車備品販売店（従業員）	・前年はE T C特需で売上をけん引したが、今年はその分をカバーすべき商品が無く物品販売では厳しい予想をしている。	
		通信会社（営業担当）	・新機種が販売間近になるため、買い控えが発生する。	
		競輪場（職員）	・購買量の流れが全体的に下降傾向である。	
	悪くなる	住宅販売会社（従業員）	・地価の下落について毎年右肩下がりの現状では、なかなか景気の上向きは期待できない。	
		通信会社（営業担当）	・ゴールデンウィークがあり、旅行などにお金を使う人が増え、そのため、そのほかの部分にお金をかけられる人がかなり少なくなる。	
	企業動向関連	良くなる	-	-
			やや良くなる	繊維工業（経営者）
			化学工業（総務担当）	・工場からの報告では受注予想が増加傾向である。
			一般機械器具製造業（総務担当）	・今年後半からは本格的に設備投資が動いてくる。ただし、価格的には厳しく利益確保が難しい状況が予想される。
			電気機械器具製造業（経理担当）	・4月以降の新規製品の受注が生産に結びつけば、確実に初夏以降は売上が上がる。
			通信業（営業担当）	・受注額が回復しているので、4月以降期待できる。
			不動産業（経営者）	・取引先の話では、2～3か月先には不動産取引にわずかではあるが明るさが見え、業界でも売り物件に少しずつ問い合わせが増えていていると聞いている。
			変わらない	繊維工業（経営者）
			プラスチック製品製造業（企画担当）	・住宅版エコポイントの影響で先行き明るい光が見えているものの、売上に寄与するかどうかは現在のところ不明確である。
一般機械器具製造業（経理担当）			・引き合い、ボリュームからみても変化が無い見込みである。	
精密機械器具製造業（経営者）	・今後夏場にかけては、季節的な要因で仕事量は少なくなるが、当面この状況が続く。			

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
		輸送業（配車担当）	・物量が減少し売上が低下するなかで、燃料などのコストが高いまま推移し、急激な変化は望めない。
		輸送業（配車担当）	・建物やビルが建築されないため鉄骨などの運搬が少ない。
		金融業（融資担当）	・ボトムからの回復感が継続する。
		金融業（融資担当）	・株価と為替相場が落ち着いているのが幸いだ、郵貯の問題で国債の需給バランスが大きく崩れることが懸念される。また、政権内の足並みが乱れ、国民の不信感が募っており、財政健全化や景気対策が遅れることも懸念される。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・2～3月はエコポイントなどで家電量販店などからの駆け込み需要があったが、4月以降は期待できそうにもない。
	やや悪くなる	司法書士	・取引先からの、現状は「良くなった」には、「一時的なものかもしれない」「今後はわからない」という言葉が続いて聞かれる。
		食料品製造業（企画担当）	・主原料の価格が1割程度値上がりするものの、商品価格に転嫁できる環境下ではないため、収益に影響を与える。
		金属製品製造業（経営者）	・受注の入り具合は、現状よりやや落ちる。
	悪くなる	税理士（所長）	・製造業は順調に回復しているものの、建設業では、翌月以降の受注状況の見通しが一段と暗い。建設業を中心に非常に厳しい状況となり危機感を持っている。
		建設業（経営者）	・公共工事の発注が全体的に少なくなっているなかで、3月は新年度工期の公共工事を例年より少ないものの数件受注できたが、全く受注できなかった業者も多い。4～5月は公共工事の発注が少ないので、手持ち工事が無い建設業者は非常に苦しくなるであろう。
		建設業（総務担当）	・製造業からの工事発注量が大きく落ち込み、当面回復が期待できないことから、工事量と採算の両面で厳しい状況が続くと見込まれる。
雇用関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・当社が実施した県内企業主要56社の集計では、来春の採用動向は25%の企業が「増やす」との回答で、「減らす」の12.5%を大きく上回っている。製造業や金融などの一部に採用意欲の回復傾向がみられる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・新入社員の採用で、社員数も安定するので企業からの需要はしばらく見込めない。また、求められる人材のスキルは高い半面、派遣料金の低下がみられ人材確保が厳しい。
		人材派遣会社（社員）	・正社員の求人数は依然として少なく、1人の求人にも20人もの応募がある状況である。この状況は当分続く。
		求人情報誌制作会社（編集者）	・正社員募集の動きがアルバイト・パート募集に比べて良くない。
		職業安定所（職員）	・製造業などにおいて底打ち感はあるものの、特に建設業においては厳しい状況が続いている。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・雇用調整助成金の支給申請が引き続き多く行われている。
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	-	-
	やや良くなる	商店街（代表者）	・商店街全体の動きからみて底を打った感があるため、これから徐々に上昇傾向となる。
		商店街（代表者）	・2、3月に毎週行ったイベントの効果が出てくる。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・米国の大手金融機関が破たんした際の落ち込みを考えると、現状は良い方である。最近は商談も増えているため、今後はやや良くなる。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・少しずつ良い物が売れるようになっているので、今後はやや良くなる。
		一般小売店〔酒〕（店員）	・様々なイベントや、パック商品などの企画も幾つかあるため、やや良くなる。
		百貨店（売場主任）	・前年は新型インフルエンザの影響で苦戦したため、今年は前年の水準を上回って推移する。業界では店舗の閉鎖が話題となっているが、継続店舗にはその分、客や商品などの集中する傾向が進む。
		百貨店（売場主任）	・リニューアルはまだ3分の1が終わったところであるため、これから順次進んでいけば来客数はかなり増える。
百貨店（売場主任）	・前年は新型インフルエンザの影響で落ち込んだため、よほどのことがない限り、売上の前年比は5月中旬から下旬にかけて良くなる。		

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
		百貨店（売場主任）	・前年は新型インフルエンザによる来客数の減少に加え、セールによる1品単価、客単価の下落が進んだが、今年は来客数、購買率の回復が続いているため、先行きの見通しは明るい。
		百貨店（企画担当）	・売場面積の減少が一巡し、前年比の数字上は回復が進む。ただし、それぞれの商品の動きについては楽観視できない。
		百貨店（企画担当）	・出店ブランドの拡大、充実により、持ち直しの動きが進む。
		百貨店（営業担当）	・富裕顧客のなかでもトップクラスの客の間では、美術品や宝飾品といった高額品の引き合いが増える。ただし、以前のように海外高級ブランド品なら何でも売れるわけではなく、本当に良い商品があれば売上の伸びる傾向が進む。
		百貨店（売場担当）	・衣料品にデニムジャケットなどのヒット商材が徐々に出てきたほか、高級ブランドが堅調に推移しているため、先行きはやや良くなる。
		スーパー（広報担当）	・天候不順で季節商材の動きは鈍いものの、衣料品の下取りセールといった新たな取組が客の支持を集めつつある。ただし、全体を押し上げるまでには至らない。6月からは子ども手当が支給されるため、消費意欲を喚起できれば消費の回復につながる。
		スーパー（社員）	・客の間では、多くの店を買い回りしている様子がみられる。買物額は全体として堅調に推移しているため、今後きつかけがあれば少し改善に向かう。
		家電量販店（経営者）	・夏商戦となり、エアコンや冷蔵庫といったエコポイント制度の対象商品の買換えが進む。
		乗用車販売店（営業担当）	・利益率の高い車検の依頼で前年割れの続いている点は気がかりであるが、リコール問題も特に影響はなく、修理の依頼は順調に入ってきている。
		高級レストラン（支配人）	・桜の開花以前から観光客が増え、開花後も安定した予約状況であるため、先行きの見通しは明るい。
		一般レストラン（経営者）	・価格以外での商品PRに対して、客の間に反応が出始めているため、先行きはやや良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・会社創立10周年のイベントに向けた企画で客を増やすほか、ウェディング事業の見直しにより売上が上向く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・前年の新型インフルエンザのような落ち込みは予想されないほか、ビジネス客の動きが回復している。不況による単価の低下は避けられないものの、予約件数が増加傾向にあるほか、宴会では先の予約も前年を上回っている。
		都市型ホテル（マネージャー）	・前年は新型インフルエンザの影響で落ち込んだため、大半の部門では予約状況が前年を上回っている。ただし、新年度のビジネス客の動きは不透明であり、予断を許さない状況である。
		旅行代理店（店長）	・前年は新型インフルエンザの影響で最悪の状況であったため、今後はやや良くなる。
		タクシー運転手	・貸切りでの利用は激減しているものの、どん底の今に比べれば良くなる。
		通信会社（企画担当）	・販売に動きが出てきたほか、消費者が活発に動き始めたため、先行きは明るくなる。
		テーマパーク（職員）	・少なくとも子ども手当などにより消費が刺激され、動きが出てくる。
		その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・プロ野球のシーズンが始まるほか、5月には家族向けのイベントや人気アイドルグループのコンサートも予定されているため、若年層を中心に来場者が増える。
		その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設]（企画担当）	・株価の回復や子ども手当の支給により消費マインドは改善するものの、本格的な回復には業界の努力や相当な時間が必要である。
		住宅販売会社（従業員）	・不動産価格は底を打った状況であり、今市場に出回っている物件には買得感が出てくる。
		住宅販売会社（総務担当）	・特に、アパートなどで住宅版エコポイント制度の効果が出てくる。
		その他住宅[展示場] （従業員）	・住宅取得資金の贈与に係る非課税枠拡大のほか、住宅版エコポイントの受付も始まり、客の関心も高まっているため、住宅の潜在的需要の喚起につながる。
	変わらない	商店街（代表者）	・天候が良くなって外出しやすい時期となるが、今後も昇給は望めないため、財布のひもは固いままとなる。
		一般小売店[花]（経営者）	・会社の経費削減で定期的な納品依頼が減少し、いまだに回復の見込みがない。一般の祝い事も予算が抑えられたままで、先行きに回復の兆しはみられない。

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
		一般小売店〔鮮魚〕 (営業担当)	・客の支払の様子をみると、ここ数か月は千円札が多くて1万円札が少ない。客の財布のひもが固くなっているため、まだまだ先行きの見通しは厳しい。
		一般小売店〔衣服〕 (経営者)	・消費者の購買意欲は以前ほど落ち込んではいないものの、決して上向きに転じているわけではない。将来に対する安心感がなければ、購買意欲はなかなか上向かない。
		一般小売店〔菓子〕 (経営者)	・昨今の景気回復は経費削減や在庫調整の結果であり、企業収益が回復したわけではない。今後も雇用情勢は厳しい状況が続くため、消費は伸び悩む。
		一般小売店〔野菜〕 (店長)	・一般小売店を取り巻く環境はまだまだ厳しいため、今後も厳しい状況となる。
		一般小売店〔雑貨〕 (店長)	・今後もたばこの販売量が増える要因は見当たらない。
		一般小売店〔コーヒー〕 (営業担当)	・春になると共に外出機会が増えればよいが、年末年始や連休の人の動きをみると見通しは明るくない。
		一般小売店〔カメラ〕 (販売担当)	・景気が悪いなりに消費を楽しんできた若年層も、長引く不況で守りの姿勢となっているため、今後も厳しい状況となる。
		一般小売店〔菓子〕 (営業担当)	・今年は4月が近づいても寒い日が多いため、果物などを使った水物商品の動きは悪くなる。
		百貨店(売場主任)	・内需拡大を進めて消費を押し上げなければ、変化につながらない。
		百貨店(売場主任)	・食堂街を充実させたことでリピーターも増えるため、今後も好調が続く。
		百貨店(営業担当)	・紳士物や中年以上の婦人物の動きが相変わらず低迷している。
		百貨店(婦人服担当)	・客は価格に対してまだまだ敏感で、買物の姿勢はシビアであるため、今後も厳しい状況が続く。
		百貨店(店長)	・景気の上昇要因は見当たらないが、ここ数年は前年割れが続いているため、客も買い控えを我慢できなくなっている感がある。
		百貨店(サービス担当)	・全体的に景気回復はみられないが、新しい商業施設が郊外に多くオープンしているため、大阪市内への集客が徐々に難しくなっている。
		百貨店(商品担当)	・売上はかなり回復しており、最悪期を脱した感はある。ただし、周囲の取引先では人員整理や給料の削減が続いているため、見通しは依然として厳しい。
		百貨店(マネージャー)	・一部の経済指標では改善もみられるが、その影響が個人消費にまで出てくる感はないため、しばらくは今の状況が続く。
		百貨店(外商担当)	・給与やボーナスを中心に所得が伸びなければ、消費は増えてこない。
		スーパー(経営者)	・来客数は維持できても、客単価の落ち込みが止まらないため、見通しは厳しい。
		スーパー(店長)	・施設全体では、来客数、販売点数がほぼ前年並みの推移となっている。ただし、衣料品は依然として1品単価、来客数の悪化が目立つなど、見通しについては不透明感が強い。
		スーパー(店長)	・高齢者の割合が高い地域であり、客からは先行きへの不安で消費をなるべく抑えよとの声が多い。
		スーパー(店長)	・安い商品を買って回る客が多いなど、一度減少した消費の増えるきっかけが見当たらない。
		スーパー(店長)	・食品では競争が厳しくなっているほか、生活関連でもエコポイント制度の対象商品の変更により、薄型テレビの売行きが若干悪化している。ただし、衣料品は若干回復に向かうことから、全体としては変わらない。
		スーパー(店長)	・輸出企業の動きには少し明るい兆しもみられるが、国内で良いのは一部の環境関連のみである。現状では、日用品などの一般的な商品は価格維持が困難である。
		スーパー(企画担当)	・今後もデフレ傾向が進むなど、好転する材料が見当たらない。
		スーパー(経理担当)	・大手生保の上場や子ども手当の支給による消費マインドの向上に期待しているが、郵便貯金の限度額引上げは、消費に対するマイナス要因となる。
		スーパー(企画)	・しばらくは今の状況が続くが、夏の賞与支給額によって大きく左右される。
		スーパー(管理担当)	・現在より更に悪くなるとは考えにくい。非常に悪い水準ではあるが、大きく変化することはない。
		コンビニ(経営者)	・これから季節的に来客数も増えていくが、弁当、飲料水などの価格が下がっており、菓子類でもプライベートブランドが増えているため、売上増にはつながらない。

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
		コンビニ(マネージャー)	・景気全体が少し回復する可能性はあるものの、流通業が回復するのはもっと後になる。
		乗用車販売店(経営者)	・新車購入に伴うスクラップインセンティブが9月まで続くため、しばらくは今の状況のまま推移する。
		乗用車販売店(経営者)	・年度末の需要はほぼ例年どおりであったが、新年度からの重量税の変更で月後半は車検台数、登録台数が若干減少するなど、来月以降の動きは不透明である。
		乗用車販売店(経営者)	・修理の入庫台数にはほとんど変化がないほか、新車の契約もあまり伸びていないため、先行きの見通しは厳しい。
		乗用車販売店(販売担当)	・政治不信や雇用不安などの悪材料が多く、環境の好転する要素はまだ足りない。
		住関連専門店(店長)	・最近セールや値引きをひたすら繰り返すだけで、業界全体としての突破口や成功例がまだ見当たらない。
		その他専門店[宝石](経営者)	・政情が不安定なまま推移するため、客の購買意欲、来客数共に向上することはない。
		その他専門店[医薬品](店員)	・季節の変わり目で各メーカーが商品の入替えを行っているが、今後の新商品の売行きについては不透明である。
		その他専門店[スポーツ用品](経理担当)	・子ども手当が購買の増加につながる予想は少ないため、今後も厳しい状況が続く。
		その他専門店[宝飾品](販売担当)	・購入意欲のある客が少ないため、今後も厳しい状況が続く。
		一般レストラン(スタッフ)	・景気はやや持ち直していると報じられているが、消費の向上している感はないため、今後も厳しい状況となる。平日の支出を我慢し、日曜日の外出が増える傾向が進んでいる。
		スナック(経営者)	・3月は期待外れであったが、来月は大きなイベントが予定されているため良くなる。
		その他飲食[コーヒーショップ](店長)	・消費者の財布のひもは相変わらず固い。ポイントカードの導入で何とか来客数を確保しており、今後はそれに伴う経費の増加が利益の圧迫につながる。
		その他飲食[ジャズバー](店員)	・客足が落ちているほか、早く帰る客が増えているため、先行きの見通しは厳しい。
		観光型ホテル(経営者)	・今後も団体客の回復にはあまり期待できず、単価の低いインターネット予約に頼らざるを得ない。金～日曜日の集客にはある程度の見込みが立っているが、月～木曜日は単価を下げても非常に厳しい状況である。
		観光型ホテル(経営者)	・大企業では業況が好転していると報じられているが、末端の消費にまではお金が回っていないため、見通しは厳しい。
		観光型旅館(経営者)	・この4月から電気料金が上がるため、家計の動きに悪影響が出る。
		観光型旅館(経営者)	・春シーズンの予約が鈍いため、明るくなる見通しが立たない。
		観光型旅館(団体役員)	・全国ネットで展開しているホテルチェーンのなかには、業況の悪化で組合を脱退する動きもあるなど、見通しはまだ厳しい。
		都市型ホテル(スタッフ)	・先行予約には大きな波があり、見通しが立ちにくい状況である。5月は極端に悪いが、6月は好調となるなど、偏りが大きくなっている。
		都市型ホテル(役員)	・宿泊、レストランは値下げで来客数の確保を図っており、売上は前年の水準に届かないものの、来客数は増加傾向となっている。また、宴会は企業からの注文が減少しており、個人客向けパーティも伸びていない。ただし、前年は新型インフルエンザの影響でキャンセルが相次いだため、今年は低水準ながらも売上は前年を上回る。
		都市型ホテル(営業担当)	・宿泊については、春休み中は個人客の利用で高稼働となり、それ以降もアジアからの団体客の予約が入っているが、キャンセル率も高いため不透明な状況である。一方、一般宴会は謝宴会や歓送迎会の予約が順調に入っているため、前年並みに戻る。
		旅行代理店(経営者)	・前年比では新型インフルエンザの影響が小さくなったことで確実に良くなるが、一昨年の水準にまで戻るか是不透明である。
		旅行代理店(広報担当)	・上海万博も始まり、旅行マインドは向上くと期待しているが、客の様子では不要不急の出費には全く関心がない。出張や帰省といった必要な物以外は、問い合わせや申込の動きが鈍い。
		タクシー運転手	・景気を押し上げる政策が打ち出されていないため、状況はまだ変わらぬ。
		タクシー運転手	・3月は異動の増える月であるが、例年に比べて動きがないため、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
		タクシー会社（経営者）	・タクシーでなければ移動が困難な高齢者や身体の不自由な人、急用のある人には最低限の利用が見込める。ただし、それ以外ではタクシーを必要としない習慣が定着しているため、今後も利用状況は底の状態となる。
		通信会社（経営者）	・例年、春商戦が大きく盛り上がることは少ないが、通信会社からの代理店向け販売手数料が減額されるとの情報もあるため、大きく販売の伸びる月は今までよりも少なくなる。
		通信会社（社員）	・ユーザー当たりの収入の減少が気がかりである。新しいサービスをユーザーにアピールしても反応が芳しくないため、先行きの見通しは厳しい。
		観光名所（経理担当）	・今月は寒暖の差が激しく天候も不順であったが、月の中ごろからは人出も増え、売上も前年並みとなっている。前年は来客数、売上がかなり悪かったことを考慮すれば、消費はまだまだ良くなっていない。ただし、体験教室は好調で来客数も増えているため、全体では現状維持となる。
		観光名所（経理担当）	・来場者数は少し増えつつあるが、客単価は戻っていない。客の財布のひもは依然として固いため、今後も厳しい状況が続く。
		遊園地（経営者）	・景気全体は必ずしも上向きとは言い切れないため、今以上に良くなる感はない。
		競輪場（職員）	・ゴールデンウィークには期待したいが、それを過ぎればかなり厳しい状況となる。
		その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・イベントの入場者数が下げ止まったものの、政治分野での課題の先送りが続く限り、株価が多少回復した程度では先行きに期待できない。
		その他サービス [コインランドリー] (経営者)	・例年は売上の低迷する時期となるが、有人営業による客足の増加で一定の売上は確保できる。
		その他サービス [生命保険] (営業担当)	・各業種共に新年度の賃金交渉は厳しい結果となり、家計の引き締めが続くため、生命保険への加入を検討する客は増えにくい。
		その他サービス [ビデオ・CD レンタル] (エリア担当)	・今後の売上については、CD 販売の落ち込みを新アイテムの導入でカバーする。
		住宅販売会社 (従業員)	・株価の値動きも重く、景気の好転する材料に乏しいため、購買意欲は上向かない。
		その他住宅投資の動向を把握できる者 [不動産仲介] (経営者)	・全体的には変わらないが、金融機関の融資姿勢によって左右される。
		その他住宅 [情報誌] (編集者)	・消費動向は引き続き厳しい状況であるため、販売活動は苦戦が続く。
	やや悪くなる	一般小売店 [花] (店長)	・例年どおり春は忙しくなるが、客の買い渋りは収まらない。
		一般小売店 [花] (店員)	・客の節約志向は変わらず、先行き不安からますます買い控えが進む。
		スーパー (開発担当)	・今年の春闘の結果次第であるが、政府の景気対策も遅れているため、先行きの見通しは厳しい。
		コンビニ (経営者)	・低価格の弁当やおにぎりの新製品で集客を図っているが、それほど効果が上がっていない。近隣の購買人口の減少による悪影響は今後も続くため、見通しは暗い。
		衣料品専門店 (経営者)	・主婦は自分の服も買い控えしており、安い商品しか買わないため、見通しは厳しい。
		家電量販店 (店長)	・現在の好調は、エコポイント制度が終わると勘違いした客の駆け込み需要によるものである。4月以降の需要を先食いしている状態であるため、3か月後にはテレビや冷蔵庫、エアコンといった主要商品の販売台数が悪化する。
		乗用車販売店 (経営者)	・客の財布のひもは固く、買物をする意欲もないため、先行きの見通しは厳しい。
		一般レストラン (店員)	・良くなる材料が見当たらず、先行きは更に悪化が進む。
		観光名所 (所長)	・全体的に売上や入場者数が停滞しているため、見通しは厳しい。
		住宅販売会社 (経営者)	・取引先の建築予算が明らかに少なくなっている。
		住宅販売会社 (経営者)	・依然として買換え層の動きが鈍いほか、住宅業者も新規分譲より在庫調整を優先させるため、売却物件の減少が更に進む。
		住宅販売会社 (経営者)	・根本的な底上げが進んでいるとは考えられず、春の異動シーズンが終われば市場は再び停滞する。

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
	悪くなる	一般小売店〔時計〕 (経営者)	・消費者の関心はエコポイント制度やエコカー減税などに集中しているほか、最近では量販店やアウトレットで同じような品が安く売られているため、小さな個人店舗としては厳しい状況となる。
		一般小売店〔精肉〕 (管理担当)	・春休みやゴールデンウィークのホテル、レストランの予約状況は例年以上に悪いと聞いている。外出に出かける人も大きく減っていることから、消費全体の見通しは悪い。
		コンビニ(店長)	・この2、3か月の間に競合店が近隣へ出店する予定であり、悪影響が出ることは間違いない。
		衣料品専門店(販売担当)	・企業によっては、早めのクールビズを導入して経費を抑える動きが増えている。
		乗用車販売店(営業担当)	・政府やメディアの発表する景気の底打ち、上昇を感じている人はほとんどいない。これまで需要の先取りで帳尻を合わせていたため、今後は厳しい状況となる。
		一般レストラン(経営者)	・客からは、今までにないぐらい厳しいといった声がよく聞かれるため、先行きの見通しは暗い。
		タクシー運転手	・政府の主導による景気回復は期待できず、気候が良くなれば乗客も減るため、今後の動向は不透明である。
		通信会社(店長)	・今後は増税や収入減が予想されるなど、消費者が明るい見通しを立てられないため、更に悪化が進む。
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	-	-
		食料品製造業(経理担当)	・子ども手当の支給や高校授業料の無償化なども始まるため、消費の押し上げを通じて零細企業にも良い影響が出てくる。
		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なってきているため、先行きはやや良くなる。
		木材木製品製造業(経営者)	・新規事業の効果が徐々に出てくるため、収入の増加につながる。
		化学工業(経営者)	・まだまだ力強さはないため、かなり良くなるとまでは言い切れないものの、各営業担当者は随分と明るさを感じている。
		化学工業(管理担当)	・最近では受注の動きが底堅いほか、為替相場も円安傾向に変わりつつある。当社は販売先に輸出企業が多いため、先行きはやや良くなる。
		電気機械器具製造業(経営者)	・好調な業種については、半年間は良い動きが続くほか、円高の緩和も進む。ただし、全体的に不況であることに変わりはないため、今後1年は楽観視が許されない。
		電気機械器具製造業(宣伝担当)	・サッカーワールドカップの開催やユーザーの関心が高い3Dテレビの登場などで、AV関連の荷動きは堅調となるほか、単価の上昇にもつながる。
		輸送用機械器具製造業(経営者)	・設備の更新工事などの引き合いが増える。
		輸送業(総務担当)	・全体的な景気の回復により、既存顧客の出荷が増え始める。
	輸送業(営業担当)	・今月は個人向けの荷物が前年よりも15%増えている。家電量販店や食品、衣料品のメーカーが低価格の通信販売に力を入れ始めているため、今後はやや良くなる。	
	金融業(支店長)	・住宅版エコポイント制度がどこまで消費者に浸透するかによって、住宅業者の業績は左右される。	
	変わらない	食料品製造業(従業員)	・少し上向き傾向になりつつあるが、極端に安い製品の動きが増えている。販売量は増加するものの、景気の動きが大きく変わる気配はない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	・季節的要因を除けば、特需に関する話は聞かれない。
		出版・印刷・同関連産業(情報企画担当)	・4月から新年度がスタートするが、企業の販促の動きは冷え切ったままであるため、状況に変化はない。今後は景気に左右されにくい業界を中心にインターネット経由の取引が拡大するため、印刷業界でも在庫を持たない方式の流通を積極的に取り入れねばならない。
		プラスチック製品製造業(経営者)	・製造業については良くなる要素が見当たらない。減った需要を多くの企業が取り合ういす取りゲームの状況であり、いかに有利な条件でゲームに参加できるかが今後を左右することになる。
		金属製品製造業(総務担当)	・新年度の予算執行に期待しているが、量的に前年以上の受注は困難である。
一般機械器具製造業(経営者)		・当社の顧客には原子力発電関連の企業が多く、この分野に限れば業況は非常に良いため、3か月程度では大きな変化はない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		電気機械器具製造業（経営者）	・中国やインドを中心に景気が良いため、輸出関連企業の好調は続くが、設備関連の増設については今後も厳しい動きとなる。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・現状はまだ本格的な回復ではないため、前年並みの推移が続く。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・先行きについては製品の開発スピードに大きく左右される。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・社会全体の不況感が薄まらず、融資の抑制や業界への規制強化といったマイナス要素が目立つため、見通しは厳しい。エンドユーザーにも資金確保に注力している様子がみられる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・案件が増えず、現状維持が精一杯の状態である。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・景気刺激策の浸透には時間が掛かるため、大きな変化は生じない。
		建設業（経営者）	・宅地価格を大きく下げて販売する業者が出始めており、その周辺の宅地は同様に値下げせざるを得ない。建物でも低価格業者が増えているため、ますます価格競争が厳しくなる。
		輸送業（営業所長）	・来期に入れば新規の作業が多少は増えるが、先行きは依然として不透明である。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・折り込み件数は良くなっているが、購読者数は経済的な理由による減少が増えているなど、今後も一進一退の動きとなる。
		広告代理店（営業担当）	・今年になって注文件数は増えているものの、今月後半から失速し始めているため、先行きの見通しは厳しい。
		司法書士	・年明けから低迷が続いており、好転する材料もないため、今後もこの状態が続く。
		経営コンサルタント	・季節的な動きとして4月には受注が増えるものの、景気の先行きは不透明である。昨今の政治の混乱が不安感を助長することもあり、回復は期待できない。
		コピーサービス業（従業員）	・子ども手当の支給や高校授業料の実質無償化に伴い、塾や予備校といった教育関連業界に活気が出ている。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・商品の購入につながる見積依頼も出てこないため、先行きは不透明である。
やや悪くなる		繊維工業（団体職員）	・国内景気全体の回復感が感じられないため、先行きは更に厳しくなる。
		繊維工業（総務担当）	・現状は問屋としての役割が果たせていないため、ますます取引経路の短縮化が進む。それに伴い、メーカーでは小売店に訪問する出張経費などが増えることになる。
		繊維工業（総務担当）	・価格の安い靴下といえども、消費者の購買意欲が前年に比べて低下している。この傾向は今後も更に続くため、先行きの見通しは厳しい。
		建設業（経営者）	・建設関係の受注価格は低下している一方で、鉄などの素材価格は値上がり傾向にある。今後は受注競争が更に激しくなるのに加え、中国などの需要が増えて建設資材が高騰する可能性もあるため、見通しは非常に厳しい。
		経営コンサルタント	・取引先の中小企業ではコスト削減などのプレッシャーも強いいため、回復傾向が進まないどころか更に厳しくなる。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・良くなる要素がなく、今後は更に悪化傾向が進む。
悪くなる		金属製品製造業（営業担当）	・鋼材の値上げに伴いコストが増加するものの、取引先への価格転嫁は困難な状況にあるため、収益が悪化する。
		金属製品製造業（管理担当）	・注文量が毎月落ちているため、先行きの見通しは厳しい。目立った案件の情報もなく、スタッフの出勤調整などの経費削減を行っているものの、大きな赤字が続いている。
		不動産業（営業担当）	・当市の賃貸事務所の需要は悪い状況であり、解約が続いている。新たに入居してくるテナントもなく、賃料が下がり続けているため、先行きの見通しも暗い。
雇用関連	良くなる やや良くなる	-	-
		人材派遣会社（経営者）	・メーカーや物流関係でかなり求人案件は増えているが、派遣に対する規制が厳しくなっているため、先行き不透明な部分もある。長期と短期で対応も変わってくるなど、派遣依頼に今までのスタイルでは対応できなくなる。
		人材派遣会社（経営者）	・先行きの不透明感が強いほか、労働者派遣法の改正案が国会に提出されたことで、派遣社員の利用の減少や、契約期間を短期化する傾向がみられる。ただし、派遣求人件数などの大幅な増加は期待できないものの、最近の人手不足に対応した微増傾向は続く。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・海外向けではなく、国内営業の求人が増加しているほか、ゴールデンウィーク明けの求人案件が既に出てきている。

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
変わらない		職業安定所（職員）	・新規求人数が増加し、新規求職者数は減少傾向にあるため、全体的に明るい方向へ向かう。
		職業安定所（職員）	・求人倍率が毎月徐々に改善しているほか、業種に偏りはあるが周辺企業からも良い話が聞かれるため、先行きはやや良くなる。
		民間職業紹介機関（支社長）	・企業業績は着実に回復しているものの、新卒採用は絞ったままであるため、現場の人材不足感は強まってくる。それに伴い、ゴールデンウィーク以降はキャリア採用ニーズが高まるため、採用者数は増加傾向となる。
	やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・積極的に求人活動を行う企業がどれだけ増えるかがポイントとなる。新たなビジネスモデルが生まれてくることも重要で、安定した仕事をどう確保するか、どう創出するかという具体的な政策が必要となる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・一部に下げ止まり感はあるものの、閑散期となるゴールデンウィークを挟むため、売上の回復は進まない。
		職業安定所（職員）	・求人数は底打ちとなったものの、好調な事業所は一部に限られ、先行きが不透明という声も多い。求人動向は今後大幅に悪化することはないが、横ばいが若干の回復にとどまる。
		職業安定所（職員）	・新規求職者の増加は落ち着いてきたが、職業相談件数や職業紹介件数は増えているため、全体的な状況は今後も変わらない。特に最近では、在職者からの相談や、パート希望の相談が増えている。
		職業安定所（職員）	・メーカーからの求人数が回復傾向にあり、ほかの業界でも増員を目的とした求人が出始めているなど、先行きに明るさがみられる。ただし、転職に有利な若年者でも、再就職が決まらない状況に変化はない。求人数が回復傾向にあるとしても、企業の採用基準が下がっているわけではない。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・好転する要因が見当たらないため、今後も厳しい状況が続く。
		学校〔大学〕（就職担当）	・雇用関連で新たな政策が打ち出される見込みもないため、今後も厳しい状況が続く。
	悪くなる	学校〔大学〕（就職担当）	・各統計では回復がみられるが、雇用の改善につながるまでには時間が掛かる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新年度の4月以降は企業の景況感が更に悪くなるため、特に宣伝関係の予算削減が進む。売上減少に苦しむ企業の間では、支出の抑制による利益追求の傾向がますます強まっていく。
			民間職業紹介機関（職員）
		民間職業紹介機関（大学担当）	・夏のボーナスには期待できないほか、給与の減少が進むことから、雇用に関する見通しは厳しい。

8. 中国（地域別調査機関：（社）中国地方総合研究センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連	良くなる		
	やや良くなる	商店街（代表者）	・子ども手当、高速道路無料化は客の間でもかなり話題になっており活性化につながる。
		百貨店（販売促進担当）	・今後も客数の増加は期待できる。新規の客の購買促進をいかに図って行くかが売上回復のポイントであり、低価格商品の拡大、食品充実等を図り売上の拡大を図っていく。前年比マイナス幅は改善してきており今後若干ではあるが明るい兆しが見える。
		スーパー（店長）	・販売点数、客単価共に、3%程度改善している。
		乗用車販売店（統括）	・9月まで補助金効果が継続する。
		乗用車販売店（営業担当）	・補助金延長による13年超過の対象車が増加したこと、及び子ども手当を期待している客が増加していることから、しばらくは良い。
		その他小売店〔ショッピングセンター〕	・買上客数の増加が見られる。
		一般レストラン（店長）	・来客数は前年比80%が続いていたが、3月に入ってからは90%台まで回復してきている。ゴールデンウィークに向けて予約等もあり徐々に回復している。
		その他飲食〔ハンバーガー〕（経営者）	・自社内競合も一巡し、前年比の実績も良くなる。また、店舗のオペレーション力も上がっており、人気の出そうな商品を予定している。
		タクシー運転手	・タクシー業界では、7割の企業が9%の料金値上げを行ったため、売上は増加する。

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
		テーマパーク（業務担当）	・春季イベント期間を控えており、先行しているイベント期間の来園動向を踏まえると、春の行楽による動員が堅調になるものとみられる。
		テーマパーク（管理担当）	・個人支出が発生しており、包括的に経済を押し上げるのではないかとみられる。
		住宅販売会社（従業員）	・来場の客は、これまでじっくり検討されるだけのことが多かったが、徐々に積極的な動きが出てきており、受注量も増加傾向にある。
	変わらない	商店街（代表者）	・中心商店街では動きが活発になってきているが、人の流れを作るところまでは来ていない。
		一般小売店〔印章〕（営業担当）	・企業の注文は増えてきているが、一般の消費者はまだ厳しい状況である。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・花見、春の祭り、歓迎会などでテンションが上がってきており、人、物が動く様子がある。大学の入学者に期待するところがあるが、昨年より入学者が減少しており、地方の小さな学園都市にとって影響も大きく、厳しい面もある。
		一般小売店〔酒店〕（営業）	・子ども手当などが実現されれば上向くと思うが、相変わらず地方は疲弊しており、浮上するきっかけをつかめない状況にある。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・客は、先のことを考えて買い控えをしている。
		百貨店（購買担当）	・子ども手当について、客からは買物より保育料やローンに使うという声をよく聞くので、支給されたものが消費に回ることには疑問がある。
		百貨店（電算担当）	・前年に比べて、来客数が大幅に減少し、固定的な売場の売上は、減少しているが、北海道うまいもの大会などの催事が好調で、全体の売上は前年比3%の増加である。消費者は、珍しいもの、おいしい物を求めている。
		百貨店（販売促進担当）	・先月には期待も含めてやや良くなるとしたが、3月の状況を見ると、上向きとは思えず、期待を込めて見ても「変わらない」としか言えない。
		百貨店（営業担当）	・消費低迷の原因はさまざまあるが、所得の目減りが続く限り改善されない。
		スーパー（管理担当）	・中心部で回復したとしても、地方に波及するまでにはかなり時間が掛かる。景気回復を実感する頃には、景気はまた低迷しているのではないか。
		スーパー（販売担当）	・高齢者が出掛けやすい季節となるが、買上点数、客単価共に伸びは見込めない。
		スーパー（店長）	・景気が上向く材料はない。子ども手当にしても、一部の生活必需品や子供の塾、貯蓄へ回る感であり、期待できない。
		スーパー（経営企画）	・1品単価、客単価共に一進一退の推移が続き、下降は止まった感があるが、上昇に転じたとは感じられない。客の低価格志向が続いている。
		スーパー（管理担当）	・緩やかではあるものの、来客数、客単価の下降傾向は止まっておらず、売上はなかなか伸びない。そうしたなか、利益を確保していくため試行錯誤している。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数が数パーセント減少しているなか、売上は現状のままで推移しており、良くなる材料は見られない。
		コンビニ（エリア担当）	・天候が良くなること以外に、来客数が増加する要素は見当たらない。
		衣料品専門店〔地域ブロック長〕	・今後も、厳しい低価格競争は継続する。
		家電量販店（店長）	・エコポイント制度の延長が決定し、引き続き対象商品の販売量、特にテレビの特需は継続すると思われるが、単価の下落が著しく売上の大きな伸びは期待できない。
		自動車備品販売店（経営者）	・これ以上の悪化は考えられないが、来客数の状況を見ると、大きく好転する気配もない。
		その他専門店〔和菓子〕（営業担当）	・今月以上の伸びを期待できる要素はない。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・企業収益が悪く、当社の主力商材である宝飾品は、引き続き動きが見込めない。
		その他専門店〔海産物〕（支配人）	・良くなる要素は見られない。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・6月からの高速道路の料金制度の変更により、客の動きは読み難く不透明である。
		観光型ホテル（スタッフ）	・5月までは、前年比プラスで動いているが、6月以降は前年同月比で予約が少ない。

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
		都市型ホテル（従業員）	・公共、一般団体とも定例会などは減少傾向にあるものの、一部に祝賀会や記念事業を実施する団体もあり、一進一退の状況になっている。
		都市型ホテル（総務担当）	・現状では景気の動向が読みにくい。第1四半期での予約状況は芳しくなく、苦戦が強いられる。医学関係の学会が何回もあり、集客に結び付けば状況は変わるが、Webでの宿泊予約が主流となりつつ昨今、主催者側からの発表ではホテル単体での予約状況が読みにくい状況にある。
		タクシー運転手	・予約状況を見ると、観光は若干の改善傾向にあるが、その他は厳しい状況である。
		タクシー運転手	・乗車率が低い。特に夜の乗車率が低い。この状況は、年明け以降継続しており、今後も期待できない。
		通信会社（社員）	・通信サービスに関する新規加入などの問い合わせ件数に変動がない。
		通信会社（企画担当）	・半年前、1年前と比較すると、前向きと思うが、新年度やその後ゴールデンウィークを迎える時期で、期待感や羽を伸ばそうとする話は出てこない。財布のひもが緩む話題は出ない。
		通信会社（通信事業担当）	・最近、企業などの人事異動による転出入が非常に少なくなっている。それに伴い契約の異動（解約、新規加入）は少なくなる。
		通信会社（営業担当）	・テレビ・ネットともに、不況による節約志向や他社競合による解約が増加しており、新規獲得も苦戦が続いている。
		通信会社（営業担当）	・新規案件が出てきたり、既存ユーザーがなくなったりしており、先行きも現状と変わらない。
		テーマパーク（広報担当）	・高速道路の料金制度の変更や無料化社会実験の動向により、観光客の動きが変化してくる。
		ゴルフ場（営業担当）	・通常の販売方法では集客につながらない。新年度について集客人員を前年並みとし、単価低下による売上減少分をアルバイト等の経費削減で対応する予算とした。
		美容室（経営者）	・良くなる材料が何もない。
		美容室（経営者）	・景気全体が良くならない限り、客の意識は変わらない。
		設計事務所（経営者）	・住宅版エコポイント制度が始まり、リフォーム工事を期待しているが、消費者の財布のひもは固く、動きも少ない。
		設計事務所（経営者）	・設計事務所を取り扱う物件では、住宅版エコポイント制度の効果は期待できそうにない。
		住宅販売会社（販売担当）	・受注件数は前年比マイナスで推移しており、今後の見通しも厳しい。
		住宅販売会社（経理担当）	・現在の販売状況を維持できると考えている。子ども手当も正式に決定となり、住宅ローンの一部として考えている人もいる。住宅購入の後押しにはなっている。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・今後良くなる要素は見当たらない。
		百貨店（売場担当）	・子ども手当について、効果は部分的、一過性のため、消費動向が向上するとは思えない。
		コンビニ（エリア担当）	・消費動向は変化なく、取引先の不振の影響も出ている。売上もあるが、回収あつての供給という視点に立って経営に当たらざるをえない。
		コンビニ（エリア担当）	・中小企業の状況には改善がみられず、客の財布のひもも固いままである。
		衣料品専門店（店長）	・定期昇給の見送りなどがあり、消費マインドの向上にはつながらない。
		衣料品専門店（販売促進担当）	・最近の客の動きは、低価格志向のもと、「商品のお買い得感」がないと購入されない。まだまだデフレは継続する。
		家電量販店（店長）	・エコポイント制度に変わる政策もなく、現行制度の対象品目が絞られたことの影響が今後出てくる。
		乗用車販売店（販売担当）	・例年大幅な販売増加が見込める3月に入っても、来客数が伸びない状況のため、4～5月は状況が厳しくなる。
		観光型ホテル（経理総務担当）	・宿泊部門の予約は順調であるものの、宴会部門の予約が低調である。特に売上金額の大きい婚礼が不調であるため、今後も苦戦が予想される。
		都市型ホテル（経営者）	・新年度にならないとはっきりと見極められないが、現時点では今後の予約率が前年比5ポイント以上のマイナスとなっている。
		旅行代理店（営業担当）	・経済が持ち直す様子もなく、すべての面で控えておく傾向がうかがえる。
		設計事務所（経営者）	・共働きによる家計の充実を志向する家庭が増加しているが、収入総額は依然として伸び悩んでいる。

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	設計事務所（経営者）	・地方活性化策は、全く見えてこない。東京への一極集中がますます進み、東京以外の都市では明日への希望が見えてこない。
		百貨店（売場担当）	・取引先の撤退申し入れが相次いでおり、売場の新規導入が図れていない。前年と同じ売場条件での取引ができず、更なる苦戦が予想される。
		スーパー（店長）	・テナントビルの空洞化が進んでおり、先行きが不透明である。
		スーパー（財務担当）	・所得環境の改善が見られないため、今後も消費者の節約志向が続く。
		コンビニ（エリア担当）	・客単価の低下の影響は、今後も続く。
		住関連専門店（広告企画担当）	・家具への出費は控える傾向にある。全体的な景気の先行きが良くならない限り、解消は難しい。
		一般レストラン（店長）	・客単価、来客数共に悪化が続いており、外食控えはしばらく続く。
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・受注量は今後増加する。
	やや良くなる	電気機械器具製造業（総務担当）	・向こう3か月の受注が入ってきたが、依然設備能力一杯の受注となっており、工場はフル生産となっている。エアコン、自動車関連ともに高止まりの生産計画が続いている。
		化学工業（総務担当）	・取引先の新年度の動向が明るいため、受注は回復する。
		鉄鋼業（総務担当）	・大手自動車メーカーのリコール問題もあり、自動車産業では二番底が懸念されるものの、今年上期は現状並みの受注で推移する。
		金融業（業界情報担当）	・当面中国での販売増加が続き、北米も緩やかながら回復が期待できることから、売上は緩やかに回復する。
	変わらない	食料品製造業（業務担当）	・買い控えのこれ以上の悪化は考えにくい。通販部門の持ち直しを待っている。
		化学工業（総務担当）	・景気が回復する兆しは、なかなか見えてこない。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・大口の引合もなく、今後も現在の生産水準が継続する。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・受注見込みに、特に目立つ動きはない。
		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、国内市場では回復の兆しが見え始めている。しかし、海外市場は冷え込んでおり、売上不振が続く。
輸送用機械器具製造業（経理担当）		・先行き不透明感が漂っており、短期予想の変動が激しい。そのため、今後良くなる材料が打ち消されてしまっている。	
輸送業（運送担当）		・よほどの景気対策でも発表されない限り、地方ではなかなか回復が見込まれない。	
通信業（営業企画担当）		・大型の取引案件については、価格交渉が増える。その一方で、中小規模の客からの引き合いは増えつつある。そのため、現状の景気は維持される。	
金融業（営業担当）		・倒産件数は多くないものの、地場の中小零細企業では、売上減少の改善見通しが立っていない。そういった企業は、自社の技術革新を行う経営余力もなく、外部環境の改善待ちであるが、その傾向が取引先の経営者から全く聞くことができない。	
コピーサービス業（管理担当）		・大手自動車メーカーのリコール問題等もあり、景気回復は見込めない。	
やや悪くなる	金属製品製造業（総務担当）	・得意先各社からの平均10%の値下げ要請に加えて、3月から鉄原料価格が高騰している。売上減少と材料費増加のダブルパンチであり、採算面ではかなり厳しくなる。	
	電気機械器具製造業（広報担当）	・受注を十分に確保できる見通しはない。	
	建設業（経営者）	・先日地価が発表されたが、商用地も住宅地も下がりっぱなしである。地価が安くなっても、下げ止まって落ち着かない限り、土地は動かない。また、コンクリートの扱いが最盛期の5分の1、前年比3分の2となっており、厳しい状況である。	
	会計事務所（職員）	・現在の製造業の忙しさも、一過性と考える事業主が多い。むしろ、4月以降になって、現在の反動を危惧する声が聞かれる。	
悪くなる	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きも悪く、採用が低迷している。	
	輸送用機械器具製造業（総務担当）	各部署で、対外的な対応に走り回っているところである。社内では、効率性の向上や工具など消耗品の節約に動いているが、どの位の効果につながるかは不透明である。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他製造業〔スポーツ用品〕(総務担当)	・デパート関係の売上が減少しており、受注の減少につながっている。
雇用 関連	良くなる やや良くなる	求人情報サイト運営 (支店長)	・採用マーケットは底を打った感があり、企業の採用意欲に高まりが見られる。2011年卒の新卒採用予定数も、報道発表されてきているが、大幅な減少傾向とは見受けられない。
		職業安定所(職員)	・休業している企業も減少傾向にあり、医療、福祉、パートを中心に緩やかな求人増が続く。
		民間職業紹介機関(職員)	・期末商戦や新年度という節目、足元ではプロ野球の開幕など個人消費が伸びる素地がある。悪天候が続いているが、例年通りに戻れば、これまでの反動から外出や遠出の機会も増え個人消費を持ち上げる。
	変わらない	人材派遣会社(担当者)	・各企業の方からは来期の見通しが不透明という意見が多い。
		人材派遣会社(支店長)	・取引企業からは、経費削減や人員削減の相談が多く、景気の良い話はない。
		求人情報誌製作会社 (担当者)	・決算等を判断材料に採用計画の調整が行われる場合もあり、採用については消極的である。
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・物流業者の話によると、県内、国内の荷動きは相当鈍い状態が続いている。
		職業安定所(職員)	・受注等の回復から徐々に求人意欲の高まりも感じられるが、正社員求人は少なく大半は非正規等の臨時求人となっている。
		職業安定所(職員)	・生産調整をしている製造業ではやや受注が回復し、休業を中止する製造業が増加している一方、サービス業や卸売・小売業からは売上の減少による休業の相談がある。また、受注の回復が見込まれず人員整理の計画をする事業所もあるなど、景気の状態は変わらない。
		職業安定所(雇用開発 担当)	・事業所ヒアリングを雇用調整助成金等計画提出時に実施したところ、4月以降の業績落ち込みを一段と懸念する声为建设業を中心に一部ある。他は現状のまま横ばいという見込みがほとんどである。
民間職業紹介機関(職員)	・景気改善につながりそうな話をほとんど聞かない。良い話より悪い話の方が多い。		
学校〔短期大学〕(就 職担当)	・求人数は前年に比べ減少している職種もあるし、福祉関係は前年とあまり変化が無く、企業も採用を見合わせている様子である。		
やや悪くなる	人材派遣会社(営業担 当)	・大企業から派遣依頼が減っており、年度末(3月末)での契約終了も相当数見込まれるが、それを補う求人受注が確保できていない状況である。	
悪くなる	-	-	

9. 四国(地域別調査機関:四国経済連合会)

(- : 回答が存在しない、 : 主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる やや良くなる	-	-
		商店街(代表者)	・大河ドラマの効果で観光客が多い。3月は、1~2月より来客数は増加している。大河ドラマ関係の催事を見に来た客が、商店街へも流れてきている。また、夏休みに向けても、増加が見込まれるため、商店街はかなりにぎわうと思う。
	一般小売店〔酒類〕 (経営者)	・当地は、高速道路料金の無料化実験区間にあるため、効果が見込まれる。	
	スーパー(店長)	・デフレスパイラルは解消してきた感がある。良い商品が売れてきたため、今後、景気は上向く。	
	スーパー(企画担当)	・子ども手当の支給金は貯蓄に流れる部分もあると思うが、各社子供向けの商品企画を準備しているため、消費が喚起され、景気は良くなる。	
	スーパー(人事)	・子ども手当の支給効果で、購買意識は若干向上する。	
	コンビニ(店長)	・客単価が上がらず、依然として財布のひもは固い。必要なもの以外の衝動買い行動はいまだうかがえないが、客が本当に欲しい物は売れている。来客数は3か月前と比べ増加しており、不景気の風潮さえ落ち着けば、買い控えの状況から脱する。	
	衣料品専門店(経営 者)	・今の客の様子を見ると、今後の業況に明るさの兆しが見える。	
通信会社(企画)	・アナログ放送終了が1年後に迫り、CATVの需要が増加する。		

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
	変わらない	住宅販売会社（従業員）	・住宅ローン減税と、住宅購入時の贈与税非課税枠の拡大を契機に、住宅計画で動く人は増えており、ある程度の効果が見込める。
		商店街（代表者）	・子ども手当などの経済施策は、一般消費者にとってみれば浮き足立っていると映るため、消費刺激効果は小さいとみられる。
		百貨店（営業担当）	・来客数は前年水準を確保した。婦人ファッション関連商品はやや回復傾向が見られるが、紳士関連、リビング関連、高額商品には変化がなく、いまだ低迷しており、今後もこの傾向が続く。
		百貨店（売場担当）	・春闘も厳しく可処分所得の増加が見込めないため、消費行動は慎重なままである。政府の省エネ優遇措置などで対象の商品は活況が見込めるが、その分、他の消費には慎重になる。
		スーパー（店長）	・景気の底を打った感はあるが、介護保険料や高齢者の保険料が少し上昇するため、その影響が見込まれる。子ども手当がどうなるかが鍵になる。
		スーパー（店長）	・低価格だけでは売れなくなった。値ごろ感のある高品質商品や新商品は比較的売れるので、売場や商品の変化が必要になっている。
		スーパー（統括担当）	・客の消費動向が悪く、回復するような心理的状況になっていない。一人当たりの利用単価が前年度に比べ90%程度という状況が続いている。
		コンビニ（総務）	・消費喚起につながる契機がない。この状況が常態化する。
		衣料品専門店（経営者）	・消費者は様子うかがいで、買い控えしている。
		衣料品専門店（総務担当）	・客は、いまだに必要以上は購入しないという姿勢である。客単価の減少傾向はまだ続く。
	衣料品専門店（副店長）	・地元商店街は再開発事業にかかっており、商店街自体は結構人は通っているが、買物袋を持っている人が少ない。店舗の入り状況の見通しもまだついていないため不安が残る。	
	乗用車販売店（従業員）	・新年度に向けて明るいニュースはない。決定的な景気対策が無い限り、相変わらず閉塞感が続く。	
	乗用車販売店（従業員）	・エコカー購入補助金制度が9月末まで延長され、そこまでは平行に推移すると思うが、そこから先は全く見えていない。	
	その他専門店〔酒〕（経営者）	・3月下旬から4月上旬は、花見時期であるため、かなりの需要が見込まれるが、その先は落ち着くとみられる。	
	一般レストラン（経営者）	・入店客数は多くなった気がするが、同業者数の減少のためか、景気上昇のためか、原因がよく分からないため不安要素が残る。	
	観光型旅館（経営者）	・現在の宿泊の予約状況から判断して、5月ごろまではまだ伸びる状況ではない。消費が全体的に伸びて、先行きの心配がなくなると、旅行消費は伸びない。	
	旅行代理店（支店長）	・個人、団体共に、海外旅行の需要は回復してきているようだが、4月以降、航空会社による燃油サーチャージの値上げが需要低下につながる懸念がある。上海万博需要に期待しているが、現在のところ、四国地区での話題性は低い。	
	タクシー運転手	・大河ドラマに関係する施設等の来場者が増えている。また、手軽でお得なタクシー利用プランが始まり、利用客も少しずつ増えるとみられるが、まだ実感として良くなる気がしない。	
	タクシー運転手	・この先、何も良くなるような材料がないため、このまま横ばいで推移する。	
	タクシー運転手	・中小企業の業績が良ならない限り、利用が伸びない。	
通信会社（管理担当）	・既存顧客の端末利用期間の延伸化傾向が今後も続く。		
設計事務所（所長）	・賃貸市場が供給過剰で、家賃を下げている物件が出始めた。		
やや悪くなる	百貨店（営業担当）	・まだ単価が下落したままであり、今後も悪いと見込まれる。	
	百貨店（販売促進担当）	・新卒の就職難や人員整理を行う企業が増えているため、消費は今以上に買い控え傾向が続く。	
	スーパー（財務担当）	・現在の状況からは、消費の急激な回復は望めない。	
	家電量販店（店長）	・家電業界はエコポイントの駆け込み需要で、テレビを中心に盛況である。ただ、4月以降のエコポイント付与の対象商品の減少に伴い、売上は減少する。	
家電量販店（営業担当）	・エコポイント効果により、テレビの需要が一時的に増大したが、その他の商品は、例年より販売台数が減少している。		

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（従業員）	・新車購入補助金制度が6か月間延長されたが、受注台数は伸びていない。登録台数は、2月以前の受注分が多いため、前年を上回っている。
		乗用車販売店（営業担当）	・新車購入補助金制度の延長も決まったが、今後は、今までほどの勢いはない。
		乗用車販売店（役員）	・3月の受注が落ちてきている。4月からは新車購入補助金制度の延長はあるが、現在の客の動向、販売量から判断すると、3か月後の景気はやや悪くなる。
		一般レストラン（経営者）	・デジタル放送移行まであと1年となり、テレビの買換えは更に進む。その一方で、食費の節約が顕著になる。
		ゴルフ場（従業員）	・ゴルフシーズンであるが、例年と比べ、来場者、予約件数は大幅に減少している。景気の影響が大きく、客単価が下落しており、今後また悪くなると見込まれる。
		競艇場（職員）	・4月は、周年レースがあり売上増加を期待したいが、最近の傾向を見ると、一過性の増加にとどまり、月全体の底上げまでは期待できない。
		設計事務所（職員）	・会社及び個人レベルで、過去の貯蓄でなんとか凌いでいるとの話をよく聞く。まさに消耗戦である。買物や遊興費が減り、ますます悪くなる。
悪くなる		住関連専門店（経営者）	・人件費、給料が伸びないため、耐久消費財の消費は、節約意識が強い状態が続くとみられる。
		その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・先行き不安が依然として続いている。消費者は、まず、身の回りの支出を抑えるため、外食は一番節約される傾向がある。
企業動向関連	良くなる やや良くなる	-	-
		木材木製品製造業（経営者）	・4～5月の受注動向に変化がない。6～8月は株価上昇と円高の影響から景気が良くなるとみられ、また、中国を筆頭にアジアの景気が良くなっているため、景気をけん引する。
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・原油、原材料価格が着実に上昇してきている。メーカーは死活問題になるので、価格修正することになるであろう。	
	建設業（総務担当）	・受注確率の高い民間福祉関連施設工事の引き合いがあるため、2～3か月後は手持工事が増加する。	
	通信業（営業担当）	・大型スーパーや家電量販店のマネージャーからは、買い控えも1年半が過ぎ、冷え続けた個人消費も上向くと期待し、個人消費を上向かせるために経営努力中であるとの話をよく聞く。	
	不動産業（経営者）	・不動産業界は厳しい状況が続いている。ただ、最近、東京本社の企業から、店舗あるいは事務所といった事業用案件のオファーが少しずつ増えている。今後の不動産相場の上昇を見込み、満を持して、物件を確保したいというニーズがある。	
	変わらない		食料品製造業（従業員）
一般機械器具製造業（経理担当）			・新年度の工事の予算が、大きく増加する見込みがない。
電気機械器具製造業（経営者）			・海外での需要が、依然として低迷している。
電気機械器具製造業（経営者）			・年度末でもあり、機械設備、電気設備の受注は全般的に順調で、引き合いや見積も続き、この景気が続くともみられる。LED関係の開発商品やその関連の特殊なUV関係効果装置、電子装置、電子関連、素材関係の機械の受注も好調である。
輸送業（社員）			・引き続き、原油価格が高騰している。また、22年上期の荷主出荷数量は、変化がない見通しである。
通信業（部長）			・他社との競合は依然として厳しく、受注量の拡大があったとしても、販売単価下落のため利益拡大は望み難い。この傾向は新規受注案件のみならず、既存案件の更新においても同様である。
広告代理店（経営者）			・大型ショッピングセンターとの新年度販促広告契約は増加したが、多くの地元得意先は、依然、広告予算を削減しており、全体としては変わらない見込みである。
公認会計士			・関与先企業の社長からの話によると、多くの企業は、新規設備投資を控えていたり、将来の資金繰りを気にしており、当分の間、今のような状況が続く。
やや悪くなる			

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
		広告代理店（経営者）	・印刷物全体の量は、間違いなく少なくなっている。逆に、材料費は上昇傾向である。仕事数の確保と利益確保という難しい要素をこなしていく必要がある。
	悪くなる	-	-
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・求人ニーズは低調だが、今までの自社の実績を活かし、行政関連の企業求人支援事業や求職者の就職支援事業を展開していき、事業領域を拡大していく。
		求人情報誌製作会社（従業員）	・景気が底をついた感があり、求人企業が少しずつ増えてきた。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・観光面は順調に推移するであろうが、絶不調の不動産を始め、基本的な産業に明るい動きがない。
	変わらない	職業安定所（職員）	・有効求人数は、前年同月比で32か月連続で減少、有効求職者数は15か月連続で増加している。県や市町村の緊急雇用求人には応募者が殺到しており、採用に外れた人は、緊急訓練に申込している。また、10人以下の小規模事業所は、静かな廃業を続けており、社長と社員がともに求職活動をする姿も見受けられる。ただ、駅前の百貨店のリニューアルが行われるため、効果は期待できる。
		職業安定所（職員）	・3月の月間有効求人倍率は先月と同じ水準となった。
		職業安定所（職員）	・21年度に雇用調整を始めた企業から、2年目も雇用調整を行う相談が続いている。
	やや悪くなる	民間職業紹介機関（所長）	・新年度に向けて、従業員の採用を望む企業が少なくなってきている。求人数も前年度を割り込んできた。
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	その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・春の行楽シーズン、転勤、就職、5月の連休等にあたり、人の動きが今後良くなる。そのため、空港での商品の動きは今までより随分良くなる。
	やや良くなる	百貨店（売場主任）	・状況は大きくは変わらないが、全体の売上高の前年比は若干上昇傾向にある。
		百貨店（営業担当）	・店として仕掛けをしたものに対しての客の反応は数か月前より良くなっている。これから景気はやや持ち直す。
		百貨店（営業担当）	・前年は定額給付金があり潤っていたが、今年は子ども手当等が引き金となり消費は活発になる。
		スーパー（経営者）	・年度替わりもあり需要が増えている。また客の様子をみると、若干のゆとりが出ている。
		コンビニ（経営者）	・客単価を始めとして来客数もここ1、2か月ようやく底打ちをしてきており、良くなっている。
		コンビニ（エリア担当）	・子ども手当や高校の授業料無償化等の実施によって、客の所得が増えるため、客単価等の上昇が少しは見込まれる。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・現状で来客数が回復傾向にある。前年が非常に悪かったため、このトレンドが続くと景気は回復する。
		衣料品専門店（店員）	・百貨店の合併で、新カードの発行や新たな特典が増え、新規客が見込める。
		乗用車販売店（管理担当）	・エコカー補助金が9月まで延長された影響が一番大きい。終わるとなれば駆け込み需要が6月くらいまで続く。車種によっては早期でなければ受注できないという物もある。しかし需要の先食いという不安面も大きい。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・個人で同業や新規事業に新規オープンする店がいくつかある。そういった店の卸業務が新規で増えるので売上は上がる。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・6月の子ども手当の支給により、心理的効果からやや良くなる。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	・売上は底を打った感がするので、横ばいもしくは少し期待できる。
		高級レストラン（従業員）	・歓送迎会があるので客の動きがあり、やや良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・高速道路料金割引で週末の動きが非常に活発化しているが、逆に平日が落ちている。イベント会場や週末に人が集まる場所は売上がかなり伸びるが、平日の動きが非常に悪いので単に喜んではいられない。

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
		旅行代理店(従業員)	・ゴールデンウィークの予約状況は海外、国内共に前年を上回っている。しかも日並びの影響もあるが、近場から遠出する客が増加傾向にあり、購買単価も上がっている。
		旅行代理店(業務担当)	・当業界においては上海万博等による需要喚起が期待できる。
		通信会社(管理担当)	・新年度になりそろそろ景気対策の効果が表れるのではないかと期待している。
		テーマパーク(職員)	・これから暖かくなり行楽シーズンを迎え、ゴールデンウィークに期待を込めてやや良くなる。プラス材料としては今回初めてとなるが4月にラグビーのキャンプの予定がある。
		ゴルフ場(支配人)	・客の様子をみると不景気というより悪天候に抑えられており、天候が回復するにつれ、来場者はこれまで以上に増える。
		設計事務所(所長)	・5、6月に公共工事の設計が出る予定であり、民間も含めてやや良くなる。
	変わらない	商店街(代表者)	・良くなる要素がない。特に年配の方が金を使わなくなっている。要らない物は絶対に買わないという姿勢が定着している。
		商店街(代表者)	・現況の悪い状況が好転する要素は全くない。今月はフレッシュシャーズ繁忙時期であるはずだが、来客数も売上も上がらない日々が続いているので、この先も上がらない。
		商店街(代表者)	・サラリーマンの収入が減って節約ムードになっており、必要な物以外は購入しない。景気はあまり変わらない。
		商店街(代表者)	・客の様子や商店街の様子をみても、いまだ景気回復の要因が見いだせない。
		一般小売店[青果](店長)	・消費動向に関わるプラスの材料が政治を含めて全くないので、景気は変わらないかやや悪くなる。
		一般小売店[鮮魚](店員)	・客の様子をみても売れる気配がない。うなぎ等の季節先取りで販促をする必要がある。
		一般小売店[茶](販売・事務)	・景気安定の声も聞こえず、このまま現状維持していく努力が必要である。
		百貨店(総務担当)	・消費者の購買意欲を刺激する材料が見当たらない。
		百貨店(営業担当)	・地区を挙げて取組んだ中国人観光客の来店でにぎわっている。学生服の採寸と来店増加に取組んだが、粗品交換やバーゲン比率の増加等、買物への慎重な姿勢は続いており、購買意欲の回復は今一歩である。来店促進を目指した食品や物産催事での招客や情報発信による来店促進を怠ると来店数に影響が出る。
		百貨店(営業担当)	・良くなる要因が見当たらない。
		百貨店(営業担当)	・10月以降前年比で商品単価は多少上向しているが、12月以降は前年比100%に達せず、ほぼ横ばい状態である。このトレンドが数か月続く。
		百貨店(売場担当)	・前年はプレミアム付き商品券が1億円と売上で約2%ほど押し上げたという実績があるが、今年はそれが無い。今年の大河ドラマの影響で県外客が多いので来客数の増加は望める。衣料品は天候要因があるが、トレンドの変化により重衣料関係があまり動かず、シャツ系やカットソー等の単価が安い物が単品で動いているので、数字が上がらない。また、まとめ買いがなく、持っている物の着合わせで買う客がかなり見受けられる。物産催事が好評で前年を上回っており、非日用性を求める客が増えている。
		百貨店(営業企画担当)	・客の堅実な購買姿勢は継続している。また給与が上がる見込みはなく景気が良くなる要素がない。しかしながら必要な物は買うので今より悪くなる要素もない。
		百貨店(業務担当)	・支払を先延ばしするクレジットカードでの購入が減っているのと同じで、先行きに対する不安は強くなっている。収入面で底打ち感がないことには、景気は回復しない。
スーパー(店長)	・景気対策が何も打ち出されていないので今のまま推移する。特徴のない店はどんどん閉まっている。業界の再編成も懸念される。		
スーパー(店長)	・これから先就職難と言われており、会社自体も人員を増やす方向にない。なかなか厳しい状況で当社も労働時間の縮小等の対策を打っているのが現状である。景気が上向かない限り労働時間も増えず、消費者の購買意欲も低下する一方である。		
スーパー(店長)	・人が動く変化のある月だが、雇用問題や将来に対する不安により、動きに活性化はみられない。衣料品ではベビー服以外の動きが低単価になっていることもあり、底をついている。また、前年の経済支援効果の反動減が懸念される。		

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
		スーパー（店長）	・過去3か月も含めてこの先3か月先行き不安感を払しょくできるような好材料は見つけにくい。また消費者の節約志向やデフレ傾向は今後も続く。
		スーパー（店長）	・来客数と販売点数は少しずつ前年並みに近づいているが、客単価が前年比約5%前後の低下である。商品も現状より安い方向に向かっているため、今の売上状況は今後もあまり変わらない。
		スーパー（総務担当）	・価格引き下げ傾向が続き、各企業は体力勝負の傾向が止まりそうもなく、悪循環はまだまだ続く。今後はより一層価格引き下げの為に他のコスト削減が加速する。
		スーパー（総務担当）	・現在のデフレ基調と雇用情勢の悪化はこのまま数か月は続く。政治も非常に不安定であり、消費購買力そのものもなかなか伸びがなく低迷する。
		スーパー（企画担当）	・販促内容や売場改善等についての自社取り組みは強化継続していくが、社会的な景気の底上げが不透明であるため、消費者の購買動向に大きな改善は見込めない。
		スーパー（経理担当）	・客の様子や社会情勢をみると、夏までは現在の状況が続く。
		コンビニ（販売促進担当）	・客は余計な物を買わず、節約している状況である。今後もこの状況が続く。
		衣料品専門店（店員）	・景気が良くなる状況にはないが、節約疲れという言葉が最近聞かれるようになり、節約傾向に歯止めがかかる。
		衣料品専門店（総務担当）	・消費動向が良くなるという全く要素がない。デフレ傾向はますます続く。
		家電量販店（店員）	・エコポイントの対象機種が4月1日から変わるということで、旧型品の需要が非常に高まった。エアコンや冷蔵庫、特にテレビは相当数売れている。過剰に作って在庫を余らせるということを一歩恐れ、今は物が足りないという状態が続いているので、景気が上向き加減にある。しかし円高の影響もあり、それを支える力がメーカーや企業にない。伸びる力があるのに伸びきれない歯がゆさがある。
		乗用車販売店（販売担当）	・販売量、単価の動き共にかなり良くなっているが、エコカー補助金の実施が今のところ良い影響を与えている。補助金効果を除けば、基本的には消費動向はまだ低い。
		乗用車販売店（総務担当）	・エコカー補助金の延長が決まり今後の2、3か月先はこのまま好調を維持する。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・子ども手当の支給や新入学シーズン、ゴールデンウィーク等における客の支出に期待したいが、支出を促す要因が乏しい。客の様子もまだ少し節約ムードが漂っている。
		スナック（経営者）	・客の様子を見てもまだまだ財布のひもが固い状況が続く。
		その他飲食〔居酒屋〕（店長）	・他の業界はいいところもあるが、私たちは一向に良くならず不安である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・予約状況はまずまずではあるが、客単価は依然として低い状態である。今後大きく上昇する気配も感じない。
		都市型ホテル（副支配人）	・5、6月の定年の団体は予定通り入っているが、インターネット中心の予約である。なかなか先は読みづらいが、少しずつ動き始めている。
		タクシー運転手	・全体的な売上が減っており、今月から会社が給料を一律下げるといった話があった。皆これから生活ができないと言っている。
		タクシー運転手	・所得が増えないなか、そう多くは期待できない。
		通信会社（営業担当）	・ここ数か月購入意欲が少なく景気が良くなったとは考えられない。今後しばらくは変わらない。
		通信会社（業務担当）	・新サービスや新商品により需要の喚起がなされるが、割高感があり、購買意欲はあまり高まらない。
		ゴルフ場（従業員）	・近辺に量販店、大型店ができていくが、それに追従して近くのショッピングセンターも価格を安くしている。ましてやゴルフ料金も下げざるを得ないなか、コストを抑えるという厳しい状況にある。ここしばらくは厳しい状況が続く。
		美容室（店長）	・売上、来客数も減少しているが、客の様子をみると良くなっていく。
		音楽教室	・先の入会予約が例年と同じくらいしか入ってないため、変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・今月に限ってみると契約件数は伸びていたものの、景気浮揚感とまでは行かず、先行き不透明感は依然払しょくできない。
		住宅販売会社（従業員）	・国の景気対策、民間の再投資の意欲があまりみられないので今のまま推移する。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・景気、生活の先行き不安により消費の低迷が続いている。

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
		商店街（代表者）	・景気が回復する好材料が見つからず消費者の購買意欲も低下したまま推移する。
		商店街（代表者）	・中心街への来街者数は減少し、今の経済状況で客単価も下がる一方である。当社の店頭販売額は年々減少している。しかし減少分以上のネット販売額が順調に伸びており、何とか頑張っているが、空店舗の多い商店街での経営は一段と厳しい状況に追い込まれている。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・夏場は売上が低下するのでやや悪くなる。今年は例年以上に厳しい。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・4月はまだまだ開店祝い等があり、5月は母の日があるので花の需要が見込めるが、それ以降は何もイベントがなく落ちる。
		百貨店（営業企画担当）	・中国人富裕層の来店やテレビ放映のある地域、政府の環境関連施策の中心的な商品群は好転している。子ども手当等の施策に期待は寄せるものの、全体を押し上げるパワーは今後も大きくはない。また7月の参院選に向け、政府の施策が後手にまわる事が予想されるため、現状の推移に大きな変化はない。
		百貨店（企画）	・政府の抜本的な景気高揚策がみえない状況下であり、小売を支える可処分所得も長期にわたり減少が続くなか、消費者の生活に対する疲弊度は更に進み、節約志向がますます強まる。また、客の購買動向も買得感の高い商品に更に集中していく。
		家電量販店（店員）	・この3か月ほどエコポイントのテレビによる需要が非常に盛り上がったので、その分の反動が4～6月と必ず出る。大きな流れとしてはやや良くなるという状況であるが、この4～6月は反動減となるため家電需要は冷え込む。
		乗用車販売店（従業員）	・決算が過ぎ、来客数が減少する。補助金の延長が何よりの救いである。
		住関連専門店（経営者）	・相変わらず来客数は減少傾向にあり、客単価も低く、前年末からの新規企画がまだ軌道に乗っていない。置き家具業界の先行きは厳しい状況である。
		高級レストラン（経営者）	・予約状況をみるとまだまだ動きが鈍い。
		高級レストラン（専務）	・外食がどんどん少なくなっている状況であり、今後も厳しい状況が続く。
		観光ホテル（総務担当）	・3月は好調に推移したが、例年宴会部門が4月以降落ち込む傾向にあり、厳しい。
		観光型ホテル（スタッフ）	・客室やレストランが4月から1年かけて改装に入り、その間営業が出来ないため売上は落ちる。
		タクシー運転手	・3か月後はゴールデンウィーク明けの月で忙しくなく、景気も悪いので期待できない。
		タクシー運転手	・選挙等でタクシーの動きが悪く、県外客も少なくなる。
		通信会社（総務担当）	・新卒者の雇用は依然として良くなく、こうした県内企業の雇用情勢が鈍いため、活気がなかなか出てこない。全体に足踏み感で、今後の景気は更に悪くなっていく。
		理容室（経営者）	・卒入学転勤等で人が動く時期であり、一度に減って徐々にしか増えない傾向にあるので、数か月は人の動きが悪くなり数字が見込めない。
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・医療報酬のプラス改定により高齢者の医療費負担の増大が予想され、後期高齢者医療保険料についても若干のアップとなるなかで、高齢者世帯の家計圧迫から、介護サービスの利用減につながる。
	その他サービスの動向を把握できる者〔フィットネスクラブ〕（営業）	・新年度の国の予算で公共事業費は前年比18%減となる。当地は公共工事等に携わる民間業者が多く、4月以降は更に悪くなる。	
	悪くなる	衣料品専門店（経営者）	・世の中の景気に合わせて、着物業界も同じく良くない。
衣料品専門店（店長）		・売上が落ちる一方で厳しい状況が続く。	
衣料品専門店（店長）		・店内での展示会を5月に計画している。なんとか売上を上げるために何かしなければならぬ。今月から来月にかけて黒礼服の引き合いがある。	
企業動向関連	良くなる		
	やや良くなる	家具製造業（従業員）	・一部の大型商業施設開発に引っ張られ、物件情報が増えてきている。しかし、全体としては厳しい環境下に変わりは無い。ただ景気全体としては底を打った感があるので緩やかに回復基調にある。

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
変わらない		鉄鋼業（経営者）	・原材料の高騰から鋼材価格に先高観が強くなったことが原因であるが、中小物件を中心に新規着工の建築物件が増加している。販売価格も徐々に上昇しており、レベルは低いものの契約残も増加している。しかし価格の先高観から投入された先物の物件も多々あるようで、出荷量が改善するところまでは到達していない。緩やかながら今後も需要の回復が続くのか、一時的なものか慎重に見極めて生産量を決定したい。
		金属製品製造業（企画担当）	・受注動向に明るい兆しがみえてきた。
		一般機械器具製造業（経営者）	・仕事量が多少増えてきたので、海外調達などでコストダウンを図り採算ベースに乗せていけば、多少明るい兆しがみえてくる。
		通信業（経理担当） 経営コンサルタント	・企業努力の結晶である決算がやや好調な方向に転じる。 ・一昨年からかなり厳しい状況が続いているが、3月で下げ止まる兆候がみえており、4、5月にかけては若干持ち直す。ただこれがそのまま続くのではなく、若干持ち直した後また下がる可能性もある。
		農林水産業（経営者）	・例年であれば4、5月は売上増を期待する時期であるが、今年は期待できない。依然として加工メーカー筋の動きも悪く、あまり注文がない。スーパー、居酒屋等も前年のような動きではない。いずれにしても早く景気回復を期待したい。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・現状の状態はいくらか良くはなっているが、今後4、5月の閑散期もあり、厳しい面も出てくる。焼き物業界もガスの高騰や売場面積の縮小で、今後の商品開発にかなり頭を使う。
		電気機械器具製造業（経営者）	・半導体関連全般的に現状での推移であり、急激に上昇気流に乗ることは考えられないが、今の現状であればいい方向に推移する。今後ともその状況が続いてほしい。これからますます忙しくなることを期待している。
		電気機械器具製造業（経営者）	・受注量は極端に減少することはない。しかし価格の面では採算ラインぎりぎりで行っているため、何とか価格を上げたい。材料が少しずつ高騰してきているので、価格が上がらないと材料、工賃の問題で厳しい状況が続く。
		輸送業（従業員）	・今月はかなり動き出し、メーカーは抑えていた生産を増産する。しかし増産すると物が余り、逆に物が売れなくなり、受注量販売量が止まる傾向にあるので今とあまり変わらない。
		輸送業（総務担当）	・預かっている荷物はほとんど変化がなく、しばらくは今の状態が続く。
		金融業（営業職渉外係）	・子ども手当や高校授業料の無償化などにより、消費が刺激され、企業の業績も好転に転じる。ただ、建設業などは公共事業の削減等により低迷は続く。
		金融業（調査担当）	・雇用情勢や個人所得の水準は依然厳しく、内需回復の足取りは重い。また金融円滑化法の施行以降、法人、個人共に返済猶予の相談件数は増加しており、企業業績の先行きは楽観できない。
		金融業（得意先担当）	・現状の借り入れ内容が後ろ向きのもが多い。個人からの申し入れに対しても前向きなものではなく既存の借入金の条件変更という申し入れが多数を占める現状を考えると当面はこの状況が続く。
		金融業（営業担当）	・3か月、半年、1年先を見通した設備投資の計画が中小企業の経営者との話の中にはほとんど出て来ない。
		不動産業（従業員）	・賃貸物件の入居率の落ち込みが改善されない状況が続いている。
	新聞社（広告）	・景気が回復しても、企業が積極的に広告出稿に転じるとは考えにくく、新聞広告にとってしばらくは厳しい状況が続く。	
	広告代理店（従業員）	・3月の折込枚数は前年比100%となったが、前年の数字が非常に悪かったため、受注量が今年になって増えたわけではない。ただ確かに前年ほど減少していないので下げ止まった感はある。	
	経営コンサルタント（代表取締役）	・業績が回復基調にある会社が多いが、向こう2～3か月を楽観視している会社は皆無であり、現在の環境から大きく好転する事象は見当たらない。	
	その他サービス業〔物リース〕（従業員）	・県内においても、一部には回復の兆しがみられる企業もあるが、総じて回復度合いは遅く厳しい状況の中小企業が多い。設備投資等への回復までにはかなりの時間を要するため、当面現状維持が続く。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・来客数の減少と客単価の低迷により納入先の売上が低下している。鹿児島における観光客の入り込み数は目に見えて減少しており、旅行先も龍馬ブームのせいか指宿方面から霧島方面へ変わりつつあるようで売上に影響を与えている。状況を好転させる要素が当面ないことから景気はやや悪くなる。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・3月に駆け込みで発注した分、4～5月は年度初めということもあり、発注等が控えられる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・見積依頼が全くないような状況では、今後もかなり厳しい状態が続く。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・得意先の4月以降の発注量に見直しの連絡があり、厳しい状況である。
		建設業（従業員）	・公共工事の削減や住宅着工率の低下など建設業を取巻く環境は大変厳しい現状にある。経済の先行き不透明感もあり、個人の消費の低迷等景気の回復は期待できない。
		建設業（社員）	・新年度の予算が決まったが、工事として発注されるまでは、早くて2、3か月後である。国、県、市町村が0債での発注が早目にされればいいが、同業者は手持ち工事も、下請する工事自体が発注されない状況では非常に苦しい。
		経営コンサルタント	・今の状況は構造的なもので早急に変わるとは思えず、当分はこの状況が続く。
		経営コンサルタント	・消費者の買い控えが進んでおり、厳しい状況である。
	悪くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・客先から強引なコストダウンの要求があり、厳しい状況である。
		広告代理店（従業員） その他サービス業	・新年度上期の受注量は前年比8%減の見通しである。 ・市町村の発注量が減少するなかで、入札時に大手の企業が低価格で入札する状況が頻繁に出ている。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（管理担当）	・企業の人員計画が削減傾向から、維持、微増に移りつつある。
		人材派遣会社（社員）	・増員傾向にある企業があるが、これは今までぎりぎりの人員計画できた結果であり、超過労働の改定等現在の社員にだけ重責となっていた部分の解消である。本来の業績向上のための増員には繋がっていないため依然として先はみえない。
		人材派遣会社（社員）	・今の段階では、人を増やすほどの安心材料がなく、しばらく様子を見て検討するという企業が多い。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・3月中旬に中心部に大型商業施設が開業したことで人の動きが活発になっている。しばらくこの影響に期待したい。
		新聞社〔求人広告〕	・これ以上減ることはないが、回復基調ではない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・6月から子ども手当の支給開始など教育面への支出が増えることから、塾など教育関連の動きは出てくる。しかし、全体の底上げにはほど遠く、皮膚感覚としては変わらない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数の減少傾向及び求職者の増加傾向は歯止めがかかってきたような感触もあるが、建設業、小売業を中心にした事業所の先行き不透明感は払しょくされておらず、全体としての景気は、現状の低迷した状況がしばらく続く。
		職業安定所（職員）	・企業の採用性は極めて消極的であり、企業を刺激するような景気対策がみられない。
		職業安定所（職員）	・雇用情勢は依然として厳しく所得の減少で消費者物価が下がっているにもかかわらず、個人消費は低迷している。将来の生活に不安感があるため消費より備蓄優先の動きが感じられる。スーパー、百貨店の売上減少がその傾向を顕著に感じさせる。企業収益が減少し、体力が弱まっている。今後の景気が右肩上がりに持ち直すかどうかはまだはっきりしない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数はパート求人の増加で前年比プラスに転じたが、新規求職者数は立ち直りの傾向がみられず、9か月連続で増加している。よってここ2、3か月で景気が回復に向かうとは考えにくい。
		民間職業紹介機関（職員）	・製造業関連、特に中小企業で受注が回復傾向にあり、3月の求人数が改善傾向にある。ただし、一部の職種に限定されており、まだまだ厳しい環境は継続する。
		学校〔大学〕（就職担当者）	・採用に関する学内セミナーの実施状況は低調である。この時期、採用選考に落ちた学生もすでに報告されている。人事担当者との意見交換でも、今後採用計画を拡大するという話題は現状では聞かれない。
		やや悪くなる	人材派遣会社（社員）
悪くなる	民間職業紹介機関（社員）	・派遣法改正を前に客の派遣離れも危惧しており、求人形態が変化する動きが出てくる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		民間職業紹介機関(支店長)	・派遣法改正等の規制強化により市場が縮小し続ける。事業規模も支店の統廃合、従業員リストラ等縮小せざるを得ない。

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	観光型ホテル(総支配人)	・予約の集客状況は前年同期比で105%と好調に推移している。好調な個人旅行に加え、企業のインセンティブ(報奨)旅行の予約が増えている。楽観はできない現状ではあるが、夏に向け景気回復基調による旅行マインド上昇を感じる。	
		旅行代理店(代表取締役)	・同業他社の集客状況を見ても各社善戦している。春先は県内でのイベントも多く、これから景気は良くなる。	
		通信会社(店長)	・子ども手当や高速道路料金無料化などの景気回復策が良い方向に影響して、市場が活性化し消費が増えることを期待している。	
		通信会社(サービス担当)	・携帯電話の機能が進化しており、キャリアもユーザーを囲いこむためにいろいろなサービスを出してきており、緩やかに伸びていく。	
	変わらない		百貨店(営業担当)	・公立高校の授業料無償化や子ども手当の実現などの施策こそあるものの、企業業績が回復に至らない分、給与所得そのものの縮小も懸念され、消費の拡大に期待感を抱くまでには至らない。
			スーパー(企画担当)	・米や肉などの一部カテゴリーの落ち込みが激しく、先行きが読めない状況が続いている。1点単価の落ち込みが主たる要因である。関連販売の強化など対策を取るが思うような効果が得られない。必要なもの以外は買わない傾向が強いように感じる。
			スーパー(販売企画担当)	・前年比でマイナスという状況がずっと続いているなかで、景気回復になるような明るい材料は無く、厳しい状況がまだ続く。
			コンビニ(経営者)	・客は必要な分だけしか買わないし、ぜいたくな生活をする人が少なくなっている感がある。切り詰めた生活に慣れて無駄な買物をしなくなったものと推測される。
			コンビニ(エリア担当)	・客の購買意欲も今が底だと感じるが、今後回復する要因も無い。低価格路線が続き、客単価低下による売上減少傾向が今後も続く。
			コンビニ(エリア担当)	・急激な回復は無い。6月の子ども手当支給以降の動向を注視していきたい。
			衣料品専門店(経営者)	・買上客数が少ない状態が続いている。全体としてこれといった強い材料が見えない。色々な部分から様子を見たい。
			その他専門店[楽器](経営者)	・相変わらず売上が減少しており、人員削減や給与の削減など、更なる経費の見直しやシステムの改善、新商品の開発などを図る。しかし、更に環境が厳しくなると、対応していけるか不安である。
		観光名所(職員)	・国内景気は厳しい状況にあり、当面景気が回復に向かう気配は見られない。県外からの入域観光客数に頼る沖縄観光は、厳しい状況が続く。	
		ゴルフ場(経営者)	・低単価の集客は依然、各ゴルフ場で続いており、ゴルフ場により体力の差が出てくる。営業策のネタが無いので、景気が良くなるまで待てず、経営が困難になるゴルフ場も数年先には出てくる恐れもある。	
	やや悪くなる	その他専門店[書籍](店長)	・相次ぐ雑誌の休刊や出版社の倒産など、出版業界に明るい兆しは見えない。雑誌のネット配信などが検討されているなかで、書店業界は次の一手が打てずにいる。唯一好調なのがファッションブランドの付録付き雑誌で、どこまで売上などをけん引できるか若干の期待はあるが、そう長くは続かないかもしれない。	
悪くなる		商店街(代表者)	・商店街はほとんど観光客関連の店に変わっていて、客の前年割れ状態が相当起っている。一般的な買回り品については、周辺の大型店で買う客が多くなっている。新型インフルエンザの余波もあり、全体的に観光客が減少しているなか、消費低迷も手伝って、大変苦戦をしている。	
		その他飲食[居酒屋](経営者)	・低価格志向はこれからも続くが、仕入の問題、外商などの営業活動の拡大により、慢性的な人手不足でスタッフの負担がどんどん大きくなっている。	
企業	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
動向 関連	やや良くなる	食料品製造業（管理部門）	・受注量が増える見込みである。
		建設業（経営者）	・新築を予定している客と現在打ち合わせをしており、契約が更に見込まれる。
	変わらない	輸送業（代表者）	・季節要因を除いては堅調に推移するが、環境面に配慮して4月から強化される生コンクリート規格の影響が懸念される。
		通信業（営業担当）	・今後の受注案件について、情報は入ってこない。
		広告代理店（営業担当）	・県内企業の次年度販促予算計画がほぼ固まりつつある状況を踏まえると、増額見込み企業が皆無と言っても過言でないのが現実である。
やや悪くなる	会計事務所（所長）	・建設関係も公共工事から民間工事へのシフトが重要であるが、現在の景況では大型の民間受注の見込みは薄い。	
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・公共、民間共に工事受注が減少する見通しである。	
悪くなる	輸送業（営業担当）	・前月に引き続き物流に関する業務委託解約や委託金額の見直しなどが発生し、非常に厳しい状況である。新規受注業務においても受注額が低く、顧客が景気低迷のあおりを受けていることの影響が出ている。更に、追い討ちで燃料高騰に伴い海上運賃が徐々に上がってきている。	
		コピーサービス業（営業担当）	・コピー機の性能も良くなっているため、公共機関が印刷ではなく、データのみ納品やコピーで済ませている。
	-	-	-
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（総務担当）	・景気感はまだまだ「悪い」状況だが、今年に入り徐々に求人件数が増加傾向にあるので多少なりとも上向きになる。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・観光シーズンに突入し、ホテル、観光施設、観光客をメインターゲットにしたショップ、飲食店のアルバイトの求人が増える。求人広告数は今年に入り前年以上の数字を維持しているので今後も期待したい。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・現在は確かに派遣依頼は増えているが、官公庁の派遣は現政権の政策で予算等削減対象にもなる可能性があり、今後の見通しがはっきりしない。また民間も同じ様に様子見のところがある。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・求人数の増加以上に求職者数の増加が上回っており、不景気感が顕著になっている。
学校〔専門学校〕（就職担当）		・県内外の求人数は年明けに少し回復傾向にあったものの、新年度に入ってから新卒向け求人数が減少し、景気回復には程遠い状況である。	
学校〔大学〕（就職担当）		・求人票そのものは前年同様送られてくるが、今後県内大手企業の採用が絞り込まれる可能性がある。	
悪くなる	-	-	