

・景気の先行きに対する判断理由

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

1. 北海道（地域別調査機関：（株）北海道二十一世紀総合研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる やや良くなる	－	－
		商店街（代表者）	・自店の立地場所が駅周辺の商圈と地下通路で結ばれる時期となるため、人の流れが良くなることで、多少は売上も良くなる。
		百貨店（販売促進担当）	・来店客の購買行動を見る限り、年明け以降も期待できる。暖冬で気温は例年よりも高めに推移しているが、冬物衣料・雑貨の動きは堅調であるため、このまま消費動向はプラス傾向で推移する。
		旅行代理店（従業員）	・客の低価格志向は相変わらずだが、10月に比べると、1日当たりの来客数や販売額がやや増加しており、受注状況も前年を上回っていることから、今後についてはやや良くなる。
		タクシー運転手	・12月4日に東北新幹線が青森まで開通した影響もあって、当地においても若干観光客が増えており、前年実績よりもやや売上が伸びている。そのため、これからも少しずつ観光客が増えることが期待されるため、今後についてはやや良くなる。
		通信会社（企画担当）	・スマートフォンを中心に、客が新しい形の通信機器に注目しており、買換え需要が高まり続けていることから、今後についてはやや良くなる。
	変わらない	観光名所（職員）	・1～2月は道内各地で冬祭りがあり、国内・海外の客が増加する。また、当施設でもイベント等を企画することで、集客が期待できる。
		商店街（代表者）	・今の商況トレンドでは消費マインドに変化はなく、現状を維持することで精一杯である。
		商店街（代表者）	・通常であれば出費がかさむ月であるが、前年から3月においても買い控え・出控え傾向がみられたことから、今年においても経済情勢が好転しない限りその傾向が続き、売上の増加は見込めない。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・今年に入ってからの売上の推移をみると、売上の良い月は少なく、前年を下回る月がとて多くなっている。ただ、減少幅は幾分小さくなってきている。こうした動きが1年間続いていることから、今後も基調に大きな変化はみられない。
		百貨店（販売促進担当）	・1月も暖冬が予想されていることから、冬物のバーゲンが前年並みか前年割れが見込まれる。一方、春物の展開が早くなることが見込まれるが、前年を押し上げる要因にはならない。
		スーパー（企画担当）	・政局の不安定に加えて、人々が得られる情報がグローバル化していることで、より一層不安をかき立てられる状況にあり、将来に対する閉塞感を覚えるため、今後も変わらないまま推移する。
		スーパー（企画担当）	・ポジョレーヌーヴォー、クリスマスセール、おせちの予約販売等の売上が前年を上回っている一方で、日常の買物の買上点数は伸びていない。ハレの日等の特別の行催事にはある程度お金を使うが、普段の節約ムードは依然として押しよこされていないことから、今後も変わらないまま推移する。
		スーパー（役員）	・地域によって伸び率にやや差異があるものの、今月の売上が前月を上回ったのは、エコポイント半減前に家電等に消費が回ったことの影響が原因とみられる。一方で、家庭の所得は減少しているため、今後もこのまま消費が伸びることはない。
スーパー（役員）	・節分やひな祭りなど、春までの重要なイベントが平日となっているため、大きな需要は見込めず、今後も変わらないまま推移する。		
コンビニ（エリア担当）	・客の低価格志向は続いているが、クリスマスの予約商品の買上客数と購入量が前年を超えるなど、堅調な部分もあるため、今後も変わらないまま推移する。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（エリア担当）	・乗客数の減少が問題である。特に前月までエコポイント効果で電化製品に金が流れていたため、当面は客の節約傾向が続く。低価格路線を取れば、買上点数は確保できるが、価格競争の流れから脱却しなければ消耗戦となる。
		コンビニ（エリア担当）	・たばこの値上げが売上の上乗せにつながっているが、客の来店頻度が減少しており、たばこ以外の商品の販売量が減っている。当面はこうした状態が続く。
		コンビニ（エリア担当）	・ボーナスの出ていない企業がみられること、年末のオードブルの予約が減少していることなどから、今後も変わらないまま推移する。
		衣料品専門店（店長）	・客から話を聞くと、リストラなど、色々な面で心配しているため、今後について良くなるとは思えない。
		乗用車販売店（営業担当）	・9月以降受注量が低迷していることから、今後も変わらないまま推移する。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・新たな集客戦術を打ち出さない限り、現在の景況の悪さは変わらない。
		高級レストラン（スタッフ）	・正月などのレストラン利用が増えそうだが、その後の落ち込みが例年になく激しくなるが見込まれる。
		旅行代理店（従業員）	・先行受注状況を見ると、国内旅行は1月が前年比99%、2月が前年比141%となっており、海外旅行は1月が前年比88%、2月が前年比112%となっていることから、2月以降は若干期待が持てる。
		タクシー運転手	・市内ではハイヤー協会加盟のほとんどの会社がタクシーを10%減車しており、全体ではタクシー台数が約7%減っている。当社も11月までに10%の減車をしたが、1台当たりの売上は10%増とはならず、会社の売上は減少している。
		タクシー運転手	・電話注文や乗客数の増える要素が思い当たらない。客の利用単価も下がってきており、今後も変わらないまま推移する。
		観光名所（役員）	・国内景気が盛り上がりには欠けるなか、海外客については、春節等によるチャーター便の増加が見込まれるものの、これまで海外客数の増加を支えてきた韓国・中国がともに問題を抱えていることから、全体として先行きに明るさが見出せない。
		美容室（経営者）	・今後の明るい材料の話題がなく、どうしても不安感の方が先立つため、引き締めた購買状況が当分続く。また、客の言葉から全体にイライラ感と不安感が混在した暗さを感じる。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・クリスマスのにぎわいがなく、例年と比べて盛り上がりが見られなかったことから、今後についてはやや悪くなる。
		百貨店（売場主任）	・1月から3月までの長期予報では、暖冬であるということから、値下げ時期に入るコート・ニット関係の動きが非常に厳しくなる。ただ、例年2月から動きの出してくる春物については、まだ不透明な部分もあるが若干動きが早まるが見込まれる。
		百貨店（売場主任）	・春先には回復傾向が見えたが、秋以降は乗客数が減少しており、前月からは客単価も低下していることから、今後についてはやや悪くなる。特に、婦人衣料品の苦戦が目立っている。
		スーパー（店長）	・年賀状の印刷依頼が減り、年賀状の売行きが悪いほか、しめ縄等の売行きも悪い。一概には言えないが、生活費の切捨てが相当あることがうかがえる。そのため、今年も必要な物以外の衝動買いや余分に物を買うことはなく、生活防衛意識がますます強くなる。
		スーパー（店長）	・11月はテレビ等の家電製品のエコポイント特需に加えて、衣料品も好調であったが、12月に入りエコポイントが半減した後は、衣料品も冬物処分に入っており、在庫が圧縮している。そのため、初売り終了後に各指標が一気に落ちることになり、現状の乗客数の伸びを維持できなくなる。
		家電量販店（店員）	・エコポイント半減前の駆け込み需要の反動が出てくるため、やや悪くなる。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・原油の高騰により石油製品が値上がりするため、今後についてはやや悪くなる。また、環境税の導入による負担増も影響する。

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
		観光型ホテル（経営者）	・2011年は旧正月と雪まつりの期間が重なっており、需要ピークが1回に限られる。また、デフレの進行が止まらず、低単価傾向が継続しているため、景気が上向き材料も気配も感じられない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・宿泊客のうち、海外客については報道にあるような尖閣問題等の影響もあり、中国・香港が急激に落ち込んでいる。韓国・台湾などは円高が安定してきたためか、回復傾向にある。一方で、国内客については、依然として失業率が高いことやエコポイント効果が沈静化するなかで、旅行に対する消費マインドが下がってきていることから、この先は非常に厳しくなる。
		旅行代理店（従業員）	・円高メリットの低迷、国内航空路線の縮小が響き、今後は伸び悩みが続く。
		美容室（経営者）	・残念ながら景気が上向きになる要素がない。特に北海道はガソリン、灯油、ガスなど、燃料の値上がりがあることから、やや悪くなる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・天候の悪化に伴い、フェリーの欠航回数が増加するため、今後についてはやや悪くなる。
		悪くなる	家電量販店（地区統括部長）
住宅販売会社（従業員）	・このままではより一層のデフレが進行し、客は購入を手控えるか、客からのより一層の値下げ圧力が高まり、不動産業は大打撃を受ける。また、住宅を購入できる客が減ってきていることも深刻な問題である。中小の民間企業に勤めている人の年収が下がっており、住宅ローンの審査が通らない客が増加している。		
企業動向関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	家具製造業（経営者）	・買い控えが長期にわたっているため、短期的にはそろそろ耐久消費財にも動きが出てくるのが期待される。
		建設業（従業員）	・景気浮揚対策の補助金事業で、年度内着工が義務付けられている大型医療施設の建築工事が複数件、稼動し始めるため、多少は景気回復に貢献する。
	変わらない	金属製品製造業（経営者）	・相変わらず単価が低いことから、今後も変わらないまま推移する。
		金属製品製造業（役員）	・住宅着工数の動きは前年よりも良いが、特に大きく増えている傾向もみられないため、今後も変わらないまま推移する。
		建設業（経営者）	・公共事業については、1月から3月にかけて補正予算による工事、ゼロ国債による工事が順次発注されることになるが、量的に少なく、実際工事が動き始めるのは4月以降であるため、景気の実態は現状と変わらない。民間工事についても、融雪後の工事の引き合いが入り始めるが、競争が激しくダンピングに近い金額でなければ受注できず、利益面で非常に厳しい。
		司法書士	・今後とも景気は大幅に回復することはないため、不動産取引、建物の建築等の状況は変わりなく推移する。
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・仕事量が増える気配はあるが、条件が厳しく、利益が出るかどうか微妙な状況にある。
	その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・年度内までの土木工事が潤沢であるため、今後も現状を維持できる。	
	やや悪くなる	食料品製造業（団体役員）	・現状の円高の推移に加えて、政治・経済・雇用状況の先行き見通しが改善する方向にないため、今後についてはやや悪くなる。
食料品製造業（役員）		・2～3か月先は元々売上が低調な時期に当たるが、低い状態のまま、さらに低調になるため、景況感としては大きくは変わらないが、損益やキャッシュフローの面できつくなってくる。	
輸送業（営業担当）		・陸上部門のトラック燃料の軽油がじりじりと値上がりしてきており、コストアップとなる。また、冬場の本州向け輸送は農産物、ビート糖の大幅減により、相当落ち込むことになる。	

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
		通信業（営業担当）	・道内の顧客の今後の需要予測の慎重さに加えて、現政権には経済的大局を見据えた政策的な支援策を期待できない状況から、年度末に向けて景況感是一段と悪化する。
		金融業（企画担当）	・補正予算の効果が表れるのは、建設工事が可能になる雪解け後になる。また、多くの業種で冬期賞与が抑制されており、今後の個人消費も期待できない。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・現在の状況では設備投資計画があっても保留となることがあり、通常売れる消耗資材も販売量が減少している。客先の仕事量が減っているため、無駄なものは極力抑えている状況にあり、今後についてはやや悪くなる。
		悪くなる	輸送業（支店長）
		司法書士	・不動産の売買、建物の新築の低迷期であり、春先まで増加は期待できない。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・建設投資見込額の推移をみると、平成19～20年度と47兆円規模であったものが、平成21年度は42兆円となり、平成22年度は約40兆円となる見込みとなっている。投資額が落ち込んでいることから、今後については悪くなる。
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）	・これまでの我慢が限界を超え、少しだけぜいたくをといた傾向が個人消費関連の求人に表れてきている。底を脱した感のあるこれらの業種が下支えをして、これから徐々に景気回復の兆しが見え始めてくる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・現状の停滞が継続する。1～2月に中途採用の求人が拡大することは望めない。さらに、北海道は建設業界の季節労働者が雇用契約を終了し、失業市場に流入する。また、当社の家電メーカーからの販売派遣へのオーダーもエコポイント制度の見直しにともない減少することになり、3月までは回復の見込みはない。
		人材派遣会社（社員）	・良い人がいれば採用をするという動きは変わらず、採用を無理にしない企業が増えているため、今後も変わらないまま推移する。
		職業安定所（職員）	・景気の低迷は根強く、雇用指標が多少上向いていても、本格的な回復にはまだ相当時間がかかる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・今秋以降、政府の雇用対策が講じられ、北海道における企業側の動き、ハローワーク等の支援に注目しながら、学生の支援に当たっているが、顕著な内定の動きも感じられないまま年末を迎えることとなった。学生側も卒業を間近に控えて、精神的な消化不良状態にある。大学としても支援は年度末まで継続するが、今後の内定回復を望む要因が見当たらない。
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・来年度の北海道開発予算の削減に加えて、農産物の関税関係でもTPP締結への先行き不安からマインドが低下しており、今後についてはやや悪くなる。
		職業安定所（職員）	・11月までは求人数が低水準ではあるが、前年比プラスで推移していたが、12月の動きが鈍く、この先の明るい材料も見当たらない。
悪くなる	—	—	

2. 東北（地域別調査機関：（財）東北活性化研究センター）

（－：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	観光型旅館（スタッフ）	・新体制下での団体営業戦略がようやく芽を出し始め、期初より回復する見通しである。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・新幹線延伸開業の効果を享受できるようなイベントを官民挙げて展開中であり、来客数の増加が期待される。

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
変わらない		百貨店（売場担当）	・2月は来客数が落ち着き、春物の動きはまだ鈍く、冬物セールも売れないため、年間のなかで売上が低く厳しい月だが、前々年は大雪の影響で例年以上に大きな打撃を受けたことから、今年はどこまで雪が降らない限り、前年以上の売上は確保できる。また、3月はここ数年、オケージョンニーズに買い控えがみられ、節約や着回しをして物を買わない傾向がみられたが、少しずつ回復の兆しがあるため、今年は良くなる。
		百貨店（販促担当）	・12月のように、クリスマスなどの大きなオケージョンがある月は客の動きが非常に活発だが、オケージョンが弱い月の売上の推移によっては、まだ手放しでは喜べない状況が続く。
		衣料品専門店（店長）	・客も初売りに前年以上の期待感を持っているように見受けられることから、これをきっかけにマスコミ報道等によって景気回復ムードが高まればと期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・最大需要期である2、3月に合わせた商品投入などにより、やや持ち直すのではないかと予想している。
		乗用車販売店（経営者）	・年末に投入する新型車の影響と地域特性から、2～3か月先はわずかながら改善が期待できる。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・新年度に向け人の動きに合わせて物は動くが、前年を超えるような売上にはならない。就労人口が減り、新入社員も少ないなかで、経費節減による企業の買い控えの傾向は更に高まると予想される。
		通信会社（営業担当）	・今年4月実施の道路交通法改正により、運送業からの駆け込み需要の増加が予想され、多少の期待ももてる。
	住宅販売会社（経営者）	・今春以降の受注確保予定はあるが、年末年始の景気不透明感から1月一杯までの受注が見えない。	
		商店街（代表者）	・現在の生活者は非常に健全な消費志向を続けており、これは今年も変わりそうにない。小型店では良品販売を心がけ、いたずらに価格競争に持ち込まないよう考えている。急激に良くなることはないが、悪くもならないだろうと予想している。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・今後も消費マインドが低迷した状態が続く。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・景気が良くなる要素が見当たらない。
		百貨店（売場主任）	・春物の需要期になり、特にマザーニーズ、フレッシュャーズなど、オケージョン対応の商品に期待している。
		百貨店（企画担当）	・リーマンショック以降、弱含みの景気が常態化していることが気掛かりで、政府の景気対策に期待している。
		百貨店（営業担当）	・個々の施策については前年プラスアルファの取り組みを行っていくが、全体的な流れに大きな変化はないと予想される。ただし、婦人服の売上の好調が続けば、良化も期待される。
		百貨店（経営者）	・新幹線が延伸開業するも、観光シーズンは終わっており、今後2～3か月は大きなプラス要素もなく、今月同様の状況が続くことが予想される。
百貨店（経営者）		・暖冬で前売りが厳しく、今後はクリアランスセールによる値引き販売が中心となる。そのため、商品量や来客数、客単価の増加がなければ、売上を前年と同額まで引上げるのは難しく、粗利益額を確保することも厳しくなる。	
	スーパー（店長）	・クリスマスや年末の単価だけは上がっているものの、その分普段の買物はかなり切り詰め、慎重になる。	
	スーパー（店長）	・商圏内の競合状況は変わらない。さらに、正月明けの儉約ムードにより低単価のチラシ等でなければ集客が難しい状況になっている。景気回復の兆しもみえず、消費は低迷している。	
	スーパー（店長）	・競合店がオープンしたこともあり、下がった数値は戻らず、現在の状況が続くことが予想される。	
	スーパー（店長）	・人口が減少するなか、競合店は確実に増えており、販促策の強化は今後も続けなければならない。客は、より安い店、あるいはポイントなどがよりお得な店を買い回しているため、既存店で今以上の売上と利益を確保するのは極めて難しくなる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（営業担当）	・家電エコポイントの需要も一段落し、今後、景気浮揚が期待できる大きな要因は見当たらない。
		コンビニ（経営者）	・上向きトレンドとはいえないものの、高単価商品が予想より出ており、改善の兆しがみられる。
		コンビニ（経営者）	・求人情報誌の売行きが低調となっており、職についている人が増えつつあるのではないかと見ている。
		コンビニ（エリア担当）	・良くなる理由も悪くなる理由も見当たらないため、変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・景気が良くなる要因が見当たらない。
		コンビニ（店長）	・回復の兆しはほとんど見られない。
		衣料品専門店（店長）	・1月以降は平年よりも寒くなるという長期予報による外部要因の後押しがある一方で、価格にシビアな客が増加している現状を考えると景気が上向いてくるとは考えにくい。
		衣料品専門店（店長）	・景気が良くなる予想が全くたたない。
		衣料品専門店（総務担当）	・景気対策、雇用対策等が全く進展せず、経済の活性化も期待できないなかで、将来に対する不安から消費者の節約志向は続く。
		家電量販店（店長）	・家電エコポイント需要も一段落し、落ち着く。
		住関連専門店（経営者）	・売上が減少傾向にあることは変わらないが、安売り競争に巻き込まれると、地方の業者は淘汰されてしまうので、得意な分野を更に強化し乗り切る。
		住関連専門店（経営者）	・景気対策も思うように進んでおらず、先行きに不透明感が漂うなか、消費者の懐も耐久消費財の購入に至るほどは温まっていないようで、売上の大幅な回復は期待できない。
		その他専門店〔呉服〕（経営者）	・客は我慢できるものは我慢するといっている。高齢化していることもあり、消費も減っている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・出費がかさむこの時期でさえ、消費者は必要なものには出すが、それ以外は徹底的に買い控える傾向が強く感じられ、今後の景気回復を期待する声はほとんど聞かれない。したがって、現状をどう乗り切っていくかで精一杯な状況は変わらない。
		その他専門店〔靴〕（経営者）	・新幹線の延伸開業があり、人の動きは出てくるかもしれないが、それに伴う地元の消費活動へのプラス要因は見当たらない。
		その他専門店〔酒〕（営業担当）	・現在の状況がしばらく続き、年度末を控えた取引先や他社の状況によっては、影響を受けることが予想される。短期間で市場や民間レベルで改善できる状況ではなく、かといって政府の景気対策も期待できない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・原油価格の高騰による仕入れ価格の上昇分を販売価格へ転嫁できず、粗利益が減少しており、冬の需要増も収益にうまく結び付いてない状況である。また、石油以外のタイヤなどの販売も一段落している。そのため、3月中旬までの春の需要が動き出すまでは厳しい状況が続く。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・客の財布のひもはかなり固くなっており、景気は悪い方向で変わりはない。仕入価格を販売価格に転嫁できないので、業者としてはかなり深刻な状態が続く。
		高級レストラン（支配人）	・現政権は思うような力が発揮できず、外交も頼りなく、各種料金も値上げされるなかで、今後、景気が明るくなる要素が見当たらない。
		一般レストラン（経営者）	・繁華街は依然として厳しく、仕入の業者からも伸び悩んでいるという話を聞く。この先もあまり期待はできない。
		一般レストラン（支配人）	・地方の雇用環境が悪化しており、雇用対策がしっかりされなければ、現状維持で精一杯の状況が続く。
		その他飲食〔弁当〕（スタッフ）	・新幹線の延伸開業はあったものの、集客のための施設はほとんど繁華街の方にあり、そちらには1月上旬にも新しい建物がオープンする予定だが、新しい企業の進出といった予定はなく、好景気は期待できない。
		観光型ホテル（経営者）	・現在の入込は前年と比較できないくらい悪く、良くなる要素が見当たらない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・今のところ何とか前年を上回る状況であるため、年末年始は繁忙期であるものの、急激に状況が良くなるというわけではない。この先も、現状を維持するので精一杯という状況は続く。

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
		都市型ホテル（スタッフ）	・2か月先までの予約状況は前年同期比並みで、売上も前年並みで推移する見込みである。
		旅行代理店（店長）	・1～3月は旅行需要が低下するシーズンだが、2月のみ国内、海外共に先行受注で前年同期比を上回っている。1、3月の受注状況は国内、海外共に前年同期比を下回っており、相談件数、受注額共に伸び悩んでいる。
		タクシー運転手	・雇用環境は依然として悪く、仕事を探してもなかなか見つからないという話をよく聞く。不安材料ばかりが多く、好転する見通しが立たない。
		通信会社（営業担当）	・時期による浮き沈みが激しいため、景気が良いと判断できるような材料はまだ見当たらない。
		通信会社（営業担当）	・新幹線延伸開業の効果持続が期待されるものの、景気回復の要因は見当たらない。
		通信会社（営業担当）	・景気が好転する材料が見当たらない。
		通信会社（営業担当）	・政府の景気対策がよく見えないため、現在の状況は変わらない。
		通信会社（営業担当）	・好況感は大企業の一部に限られ、企業の大半は停滞感が蔓延しており、新幹線延伸開業の効果に期待したいが、飛躍につながる材料に乏しく、当面は我慢が続く。
		遊園地（経営者）	・年明けは、自動車関連工場の本格稼働で人口が約4千人増加する反面、春にかけて新規競合施設が開業の見込みであるなど、良し悪し両面あるが、消費の現状はなかなか変わりにくい。
		美容室（経営者）	・現在の客の動向からすると、現在の状況は変わらないことが予想される。
		設計事務所（経営者）	・例年、年度末にかけて仕事量は減るが、今年度は予定も立たない状況であり、厳しくなることが予想される。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・政治の動向から期待がもてず、諦め感があり、消費マインドは上がらない。
		商店街（代表者）	・今月はクリスマス、年末と消費が喚起される時期にもかかわらず、実用品や日常の食品の購入が中心だったことから、1月以降も消費の低迷が懸念される。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・今は年末で売上は上がっているが、来月以降はまた売上が落ち込むことが予想される。
		一般小売店〔雑貨〕（企画担当）	・冬のボーナスが良かったという印象もなく、あるいは今年の昇給も期待できないというなかで、個人消費は盛り上がりには欠け、局面によってはじり貧になることが予想される。
		百貨店（経営者）	・政局が不安定であり、明確な景気対策が出ていないなかで、家電エコポイント終了に伴う反動減も予想される。また、世界的な株価低迷も続いていることから、先行きは不透明である。
		スーパー（経営者）	・単価は低下し、来客数及び購買力が減少している現在の状況は続く。
		コンビニ（エリア担当）	・気温が若干高めである現状を考えると、気温が平年並みかそれ以下に下がった場合、更に来客数が減少することが危惧される。短期間での回復は見込めない。
		コンビニ（エリア担当）	・県内の消費人口の減少に歯止めがかかっておらず、売上は前年比で伸長したものの、予断を許さない。
		衣料品専門店（経営者）	・春物へと移行していくが、スプリングコートなど高単価商品の売上が年を追うごとに減少している。今年もそのような商品の売上は見込めない。
		乗用車販売店（経営者）	・先行きに対する不安感、ガソリン価格の上昇、客の生活防衛意識の高まりに加え、エコカー購入補助金による先食いの影響もあり、環境対応車の新型車が発売されても代替需要の喚起にはつながらず、前年比の20～30%前後で推移することが予想される。
		乗用車販売店（経営者）	・景気が悪いという感覚を持つ客が多く、必要でないものは我慢する傾向にはあるものの、春の需要期に向け、足代わりとなっている軽自動車の動きに期待している。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・今期、地方では耐震工事等が行われており、付随業者は幾分回転が良くなっているが、次年度の仕事はないことが懸念されており、厳しい状況が予想される。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・地元のボーナス支給額は悪く、年末年始にある程度出費をしたとしても、その後の消費は引き締め傾向が強まると予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（経営者）	・良い材料がない。消費者は緊縮の状態に慣れているので、財布のひもはますます固くなることが予想される。
		一般レストラン（スタッフ）	・今年は消費税の引上げも予想され、先行き不安の状態は続くため、支出を抑える動きは更に強まり、景気は悪くなることが予想される。
		スナック（経営者）	・忘年会も例年と比べて予想以上に少なかったため、年明けの新年会なども前年ほどは見込めず、売上も思ったようには伸びないことが予想される。
		観光型旅館（経営者）	・正月も3日には半数の部屋が空室になるなど、1月以降の宿泊旅行へのマインドは極端に低くなっている。
		都市型ホテル（経営者）	・新年会の予約状況をみると、企業では例年と変わらないが、各種団体では前年より減少しており、利用数の減少は続くことが予想される。
		都市型ホテル（スタッフ）	・新幹線延伸開業の効果がでない限り、明るい材料はない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・夏以降、落ち込みの激しい宿泊部門は、販売価格をぎりぎりまで落として対応しているものの、回復の兆しがみえない。また、ブライダルプレビューを毎週開催しているが来客数は少なく、成約率も低い傾向が続く。
		通信会社（営業担当）	・政府は法人税を5%下げることによって景気回復を期待しているようだが、一方で財源確保のために国民の税負担の増加が懸念されており、消費マインドは更に低下する。
		通信会社（営業担当）	・エコポイント終了の影響で、家電メーカーへの需要が減少し、全体的な景気は落ち込むことが予想される。
		観光名所（職員）	・前年同時期の予約状況よりマイナスになっている。それと同時に客単価が落ちているので、売上の落ち込みが予想される。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・春先から回復の見通しではあるものの、需要閑散期の後半にあたることから、今月ほどの動きは見込めない。
悪くなる		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・年末年始のにぎわいもなくなり、これまで同様景気が悪くなる。
		スーパー（経営者）	・ガソリン、灯油価格の上昇に伴う消費マインドの低下が懸念される。
		家電量販店（店長）	・家電エコポイントが半減した影響で、悪くなることが予想される。
		乗用車販売店（従業員）	・客から、今は買うべきではないという話を頻繁に聞くことから、今後一層厳しくなる。
		一般レストラン（経営者）	・良くなる要素が何もない。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・景気が良くなり、消費が活発化するきっかけが何も見当たらない。円高にもかかわらず、年明け早々に原油が値上がりしそうな情勢で、景気は更に悪化するのではと懸念している。
企業動向関連	良くなる やや良くなる	—	—
		電気機械器具製造業（企画担当）	・現在が景気の底であり、今後は良くなるしかない状況であるため、円高による業績悪化は改善すると予想される。
		建設業（経営者）	・少ない問い合わせや来店客のなかにも、春になったら、あるいは退職したら工事を始めたいという人が出てきているので期待している。
		金融業（広報担当）	・新幹線延伸開業の効果が、徐々に波及していくと予想される。
		広告業協会（役員）	・テレビ出稿する業種が増えつつあり、このまま推移すれば久しぶりに前年比で2けたの伸びが期待できる。
	その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・取引先では本社からライン増設の話も出ており、年明けの見通しは明るい。	
	変わらない	農林水産業（従業者）	・畑作の戸別所得補償で転作作物の蕎麦が対象となる見込みだが、米価は相変わらず厳しいので、変わらない。
		食料品製造業（経営者）	・現状の動きでは明るい材料がなく、良くなる見込みはない。
		食料品製造業（総務担当）	・売上増加は期待できず、原材料費の価格上昇によるコストアップにより、収益確保は厳しい。
		繊維工業（経営者）	・原材料が上がるような気配が出てきているなか、個人消費は一向に活発になりそうもなく、停滞感が続くことが予想される。
		木材木製品製造業（経営者）	・住宅着工数が比較的安定的に推移する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		建設業（従業員）	・民間設備投資の上昇感が見られないので、現在の状況は変わらない。
		輸送業（経営者）	・前年比からは収入増となっているが、車両機械、軽油等の価格が上昇傾向にあることから、経費増が見込まれており、収支的に非常に厳しい状況が続くと予想される。
		通信業（営業担当）	・取引先の契約に積極的な姿勢はうかがえるが、契約締結の条件は依然として厳しいものがあり、景気が上向く要素が見当たらない。
		金融業（営業担当）	・当分の間は現在の状態が続くと予想される。
		広告代理店（経営者）	・広告出稿を今以上に押し上げる新しい素材が見つからない。
		司法書士	・不動産取引が低迷しており、住宅着工も横ばいで推移するなかで、地元銀行による住宅ローンのほかにローンの貸出しを専門に行うモーゲージバンクによる住宅ローンも増加しており、住宅ローン市場において従来とは異なる動きが出てくる。
		公認会計士	・業種別にみると建設関係の落ち込みが激しく、小売関係も売上減少が続いていることから、景気が良くなる要因は見当たらない。
		コピーサービス業（経営者）	・年度末が近付いていることもあるが、国の予算の状況からみると、まだごたごたしているもので、良くなるとは考えづらく、現在と同じ状況で推移することが予想される。
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・年間で最も販売ボリュームが大きい今月、一般酒販店から広域流通やチェーン店への売場変化が顕著に現れている。今後も一般酒販店の不振は続き、年明けからの廃業や倒産が危惧される。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・住宅の受注環境が好転するとは思えないが、これまでのような傾向で推移するとみている。
金属工業協同組合（職員）	・受注量に毎月変動があり、安定した受注態勢が取れないなかで、在庫調整の動きが見られることから、受注が減少する。		
やや悪くなる		食料品製造業（経営者）	・今年の4月までは良くなることに期待が持たず、むしろ悪くなっていくことが予想される。今の政権とアメリカとの貿易関係を見る限り、明るい見通しはない。
		食料品製造業（総務担当）	・少し高めの商品を何点か発売し、そこそこの売上を確保しているものの計画は未達の状況が続いており、既存商品の落ち込みをカバーするには至らない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・受注が確保できるかどうか不安を抱えた企業が多く、数か月先が見通せない状況が続く。
		広告代理店（経営者）	・新幹線延伸開業後、それに代わる新規案件は期待できない。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・お盆、歳末、年始など特別の状況下では持ち直すものの、その後は手控え感が強く、広告を出す方も消費者の側も抑える傾向が続く。
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・同業他社や付き合いのある会社の社長に話を聞いても、皆一様にボーナスを出せない状況にある。そんな状況では当面、購買力は上向かない。
悪くなる		一般機械器具製造業（経理担当）	・自動車部品については、低価格車为中心で、採算性が悪くなっている。加えて、現状の為替水準が続くようであれば、非常に厳しい状況が続くと予想される。
雇用関連	良くなる	—	—
		やや良くなる	人材派遣会社（社員）
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・一旦採用を停止していた企業が新卒採用を再度検討する案件が増えてきており、期待が持てる。
		職業安定所（職員）	・新規求人数が5か月連続で増加しており、今後もこの傾向は続く。
		人材派遣会社（社員）	・取引先のほとんどは減員を検討しており、増員の話は極めて少ない。
新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新年度は統一地方選挙や県知事選挙などがあり、景気に対するプラス要因はない。また、観光面では世界遺産登録やブレイスティレーションキャンペーンなどの話題は出てくることと予想されるが、景気を大きくけん引する材料とはならず、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
		職業安定所（職員）	・求人が少なくなる時期であり、求人が大幅に増加するような要因は期待できない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は前年比で4か月ぶりに減少に転じているが、月間有効求人数は4か月連続で増加している。有効求人倍率はわずかな上昇が続いているものの、今後の動向については予断を許さない。
		職業安定所（職員）	・休業などの雇用調整を新規に実施する企業数は減少傾向にあるものの、継続実施している企業数は減少しない。
		職業安定所（職員）	・新卒者の採用意向について事業所に話を聞くと、「良い学生、生徒」がいれば検討するが、先行きが見通せないため積極的に採用しようという企業はほとんどみられず、期待できない。
		職業安定所（職員）	・円高、デフレといった懸念材料があり、雇用情勢の急激な改善は難しい。
		職業安定所（職員）	・現状より更に悪くはならないが、良くなる要因も見当たらない。
		職業安定所（職員）	・中小企業緊急雇用安定助成金の利用が、ほとんど減少することなく続いている。
	やや悪くなる	アウトソーシング企業（社員）	・先行きが良くなる様子もなく、年度末に向け状況は更に悪くなる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・初売りが間もなく始まるが、専門店等も景品を抑えており、今一つ盛り上がらない状態である。初売りはその年の流通関係の景気を占うといわれているが、家電エコポイントも縮小し、消費が盛り上がりせず、低迷した状態が続くことが予想される。ただし、今年は大規模な自動車関連工場の本格稼働などもあるので、多少の期待が持てる。
	悪くなる	人材派遣会社（社員）	・年度末にかけて契約切れが続く。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・企業活動が萎縮しており、年度内は投資も採用も控える企業が多くなる。

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	テーマパーク（職員）	・昨年の4月から始まった新規展示物の好影響が続いていることから、3月までは現状の増加傾向が見込まれる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・今年も11～12月に掛けて今春入学の子どもたちの注文取りをしたが、これだけ景気が悪いという割には、2着ずつ買っていく人が多く、やはり子どものためにはお金を使うと安心している。
		百貨店（営業担当）	・10～12月の秋冬商戦が非常に好調で、それが1～2月まで続く。
		コンビニ（経営者）	・1番の要因はたばこの客が戻ってきつつあるということである。また、クリスマスの予約や売上が前年を超えており、明るい感じがしている。
		通信会社（販売担当）	・冬季ボーナスも前年に比べ持ち直した感があることと、製造業の雇用が持ち直して来ているため、ある程度の回復の兆しがある。
		その他レジャー施設〔アミューズメント〕（店長）	・春に向けて当店に影響するファミリー向け映画の公開がある上、人気キャラクターの景品発売も続くため、しばらく期待が持てる。
		設計事務所（経営者）	・年度末の3月に近づくに伴い、忙しくなっていく。
		変わらない	商店街（代表者）
	商店街（代表者）		・家庭の財政を長く引き締めてきたが、限界にきているような気がする。買物の機会を商店が作るようにすれば、現状よりは良くなる。
	百貨店（営業担当）		・エコポイント効果も一段落で、個人消費はまだまだ弱含みという感じがするため、急激な変化はない。
	百貨店（営業担当）		・やや改善しそうな気配も感じられるが、家計における税負担増の懸念から、個人消費が好転するとは思えない。
	百貨店（販売促進担当）		・期末クリアランス期に入っていくが、以前のような客単価は見込めない。セール品といえども、慎重に吟味して本当に必要なもの以外は買わないという購買スタイルは、より一層強くなる。

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（販売促進担当）	・食品など部分的には好調な部門もあるが、主力の衣料品などはいまだ前年をクリアできずにいる。全体的な流れとして、今後も消費者の節約志向と金銭を使う際の「選択と集中」が進むと思われ、景気の浮揚には至らない。
		スーパー（店長）	・製造業の状況、観光産業の状況などをかんがみても、楽観できる要素が見付からない。
		スーパー（総務担当）	・単価は上がっておらず、安いものは点数がある程度伸びるが、その分絶対額がとれないという状況で、客からは景気が良い様子が全く見られない。景気がこの先上向くとは言えず、現状維持が続く。
		スーパー（総務担当）	・製造業、輸入産業の大手では今期ボーナスが増えているとの事だが、余剰分は貯蓄に回り、消費には直結して来ていない。
		コンビニ（経営者）	・例年1～3月は雪が多いこともあって非常に低迷する時期であるが、2月の節分とバレンタイン、3月のホワイトデーとイベント中心に販売を盛り上げて、なんとか今の状況を維持できると考えている。
		コンビニ（店長）	・コンビニはエコポイントと関係がなく、客が必要なものだけを買っていくという傾向は特別変わっていないので、景気はあまり変わっていかない。
		衣料品専門店（経営者）	・商店街の衰退がもう始まっているというか、来客数がないという一番厳しい状態が続く。
		衣料品専門店（店長）	・春物の実売期であるが、今の状況から推測すると、あまり期待できない。
		衣料品専門店（統括）	・郊外の大型ショッピングセンターに行くと駐車場は満車で、店内も客でにぎわっているが、郊外から中心に向かって行くと、車がだんだん少なくなっていくのが分かる。にぎわいはまるでなく、暮れという気がしない。当分このような状況が続いていく。
		家電量販店（営業担当）	・消費が厳しいのは変わらず、先行き不透明な状態である。
		乗用車販売店（経営者）	・買い控えが続く。
		乗用車販売店（販売担当）	・2～3か月先の景気の動向が全く分からず、毎月毎月販売台数が落ち込んでいる。この先もこのような状態でいくと思うが、どこが底なのかははっきりわからない。努力はしているが、中古車、新車の販売台数がとにかく伸び悩んでいる。
		乗用車販売店（営業担当）	・12月は他の月よりも多くの人と対面接触ができ、その中で少しではあるが自動車の乗換えの話も出てきたが、まだまだ不安定感が強い。
		自動車備品販売店（経営者）	・特に良くなる材料が見当たらないので、悪くならないように自力で努力する。
		住関連専門店（仕入担当）	・冬物の販売は1月にずれ込むことも想定できるが、処分期に入るため利益率が伴わず、期中の売上高も減少してしまう。
		一般レストラン（経営者）	・忘年会シーズンの客の動きや様子等を見ても、良い日と悪い日がありはつきりしており、良いのか悪いのか先が読めない。
		観光型ホテル（営業担当）	・地元企業では、業種により好不況がはっきり分かれているようで、自動車部品にかかわる工場などは好調の様子である。当地の主要産業でもある観光事業は堅調であり、身の回りの景気が大幅に変わるほどのことは無い。
		都市型ホテル（経営者）	・企業の業績が回復しなければ、雇用も生まれない。地方都市の景気回復は都心より1年遅れる。
		都市型ホテル（支配人）	・基本的なビジネスマンの動き、出張等は前年より悪くなっているが、茨城空港や北関東自動車道の開通で新しい市場が発生しているので、プラスマイナスゼロとなっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・大企業では大分勢が良いように聞かすが、我々地方都市ではまだまだ景気は良くなっていない。たまたま忘年会、新年会の時期で多少売上は伸びているかもしれないが、今後も現状のままの不景気が続く。
		旅行代理店（副支店長）	・学生の就職内定率が非常に悪く、先行き不安で学生旅行をはじめ、家族や小グループの旅行まで動きが鈍くなりそうである。また、天候不順や世界の情勢悪化も懸念される。
		通信会社（総務担当）	・まだまだ先行きが不透明である。

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
		通信会社（局長）	・2～3か月先は転入居シーズンになるので、販売数量に大きな変化が発生するが、季節要因によるものであり、景気刺激材料は見当たらない。
		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は依然大きいものと予想され、今後についても楽観視はできない。
		ゴルフ場（副支配人）	・周りのゴルフ場もそうだが、客が全般的に減っているという話を聞いており、先々について、今年同様に不透明な部分がある。
		その他サービス〔清掃〕（所長）	・年が変わり冬物の需要等が出るが、安価な品物の購入や必要以外の品物の購入はしないなど景気が良くなる傾向は見られず、厳しい状況が続く。
		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・同じ再開業のビルが1月に開業予定であり、客の流れがこの地区に集中していることがはっきりしているものの、全体的に動きが多だけで、単価、売上に直接結び付くとは考えられないので横ばいになる。
		設計事務所（所長）	・悪くなる要因ばかりで、良くなるという要因は何もない。せめて、今より悪くなる状態だけは避けたい。
		住宅販売会社（従業員）	・別荘を購入できるような資力のある層の慎重姿勢には変化が見られない。
		住宅販売会社（経営者）	・政局が不安定なことと増税が間近に来ていることなど、不安要因が多すぎるので地方は特に不景気感がぬぐいきれない。悪い状況からの脱却はまだまだ先になりそうである。
		住宅販売会社（従業員）	・リフォーム部門だけでは景況感の押し上げ効果にも限度があり、やはり大型物件の引き合いが活発にならないと良くなったとは感じられない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・4月には大型複合商業施設がオープンするので、それに伴って中心市街地にある既存の大型店が閉店し、人の流れが大きく変わって商店街の空洞化が一気に進む。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・テレビとエコポイント商品の前倒し需要が多かったため、その反動が来そうである。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・全く先の見えない現状に我慢しきれなくなって出費をするのは、もともとが経済力のある人で、一般にはますます必要な物以外の消費はなくなる。
		スーパー（経営者）	・良くなる環境は何もない。
		スーパー（統括）	・電子部品関係の県内製造業の受注状況が前年を割り込んでおり、先行きの見通しは厳しく、年明け早々から苦戦が予測される。
		コンビニ（店長）	・平成22年はたばこ増税月の例外はあったものの、1年を通して客数、単価の低下に悩まされた。いまだ右がりの状態で、大変難儀しており、社長給与カットや、減価償却資産の買い控えなどでなんとかやっているが、限界に近づいている。体力的にも廃業の文字がちらついている。
		乗用車販売店（従業員）	・不透明な経済状況が続いていて、少子高齢化と車離れが進んでいる。
		高級レストラン（店長）	・景気の回復が実感できない中、中心街の衰退により、地域の集客力が著しく低下しており、交通量や歩行者が激減している。今後も厳しい。
		都市型ホテル（スタッフ）	・例年宿泊している大手企業関係の予約が今後2～3か月間はあまり入っていない。やはり大手でも景気が悪いのか、それとも当地が通勤圏内ということで、宿泊しないで日帰りで帰ってしまう現象が生じているためなのかと考えている。
		旅行代理店（副支店長）	・海外需要も羽田空港のプーム的な要素があり、今後右肩上がりで順調に推移するかは楽観できない。
		タクシー（経営者）	・下げ止まりのように見受けられるが、まだ先の見通しは悪い。
		ゴルフ場（支配人）	・新年の3日までの予約はほぼ平常通りであるが、冬の寒い時期に入り、ゴルファーの出足が非常に悪い。
		ゴルフ場（業務担当）	・今月までは入場者数は前年に比べてほぼ同じくらい若干上向きだが、来月以降の予約の取込状況が前年に比べて極めて悪い。引き合いも少ない状況が続いているので、土日の価格などについて敏感になっている。全体的に予約の取込が遅くなってきているため、どこまで影響してくるのか若干不透明な部分があるが、3か月後は下向きになる。

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
	悪くなる	美容室（経営者）	・美容業界は競合店が多い割に、低料金店舗が進出してきている状況である。全国大手チェーンの低料金店舗進出のうわさも聞いている。当分の間デフレ傾向が続くため、客数は変わらないが、単価が下がり、既存店は客数をとれる状況になる。
		家電量販店（店長）	・3月はエコポイント最終となることから、若干の駆け込みが発生して売上を押し上げることも予測の範囲内にあるが、前年比で見ると落ち込む。
		スナック（経営者）	・個店の営業努力ぐらいではどうしようもないところまで来ており、やりようが無い。
		スナック（経営者）	・毎回同じ答えになるが、ともかく良くなる要素が1つも見当たらない。小さい店はただ努力だけではだめなような気がする。
		通信会社（経営者）	・今年度予算が緊急雇用のみであれば、販促への予算は期待出来ない。商品開発しようにも、返済条件を緩和してもらってからは融資枠も無いので、ただひたすらに販路拡大を模索するのみである。
企業 動向 関連	良くなる	その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・独自のビジネスモデルを作っているリサイクルプラントに関しては、5年間のメンテナンス付リースの契約が今年度も進んでいく予定である。
	やや良くなる	一般機械器具製造業（経営者）	・中国向けを中心にショベルカー用部品やトラック用部品等の需要がおう盛であり、当社にも年明けからのスポット応援の要請や、増産計画が入ってきている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品は横ばいに、建設機械部品は微増の状態が続く予定である。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・引き合いや受注量が増加しており、収益は改善される。
	変わらない	食料品製造業（営業統括）	・一般の消費者は安く比較的飲みやすい輸入ワインを求めており、どうしても割高になってしまう国産100%ものは敬遠されがちで苦戦を強いられる。
		化学工業（経営者）	・受注がきわめて低調であるため、生産計画がうまく立てられない。1、2月は稼働日数が少ないため、商品の動きが鈍い。
		金属製品製造業（経営者）	・少しずつ仕事が増えており、年末も忙しいので休みを短くして仕事に入っている。近くの会社などでも休みに出勤しているところがあり、仕事は前から見ると出ている。ただ、急に仕事が入るので、今は良いが先のことは分からず、不安に思っている。
		金属製品製造業（経営者）	・当社の親工場の実績が相当良いので、これからいくらか希望が持てそうである。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・取引先等がこの2～3か月はまずまずの仕事量が出てきているので、今後、良い状況が変わらず推移していく。
		輸送業（営業担当）	・景気が回復しているというよりは、各取引先も売らないと淘汰されてしまうという理由で、物量は大幅に確保できそうである。しかし、メーカーはコストの見直し、運賃の値下げ、燃料の上昇もあり、業界的にも利益の確保は薄くなっていく。
不動産業（営業担当）		・12月は少し良い傾向があったが、これは一時的な需要であり、今後全体的な景気や国際的な動向に左右されて、また、経費が出ないことを理由にしばむこともあると思われるので、状況的には変わらない。	
社会保険労務士		・春先までは今の状況がだらだら続くと思っている事業所が多いため、新卒を採用する所もほとんどなく、景気回復はまだ先になる。	
司法書士		・良くなっていく要因は見えないが、これ以上悪くなることもない。	
経営コンサルタント		・国内需要に期待した経済活動には限界があるので、大企業のみならず、中小企業も国外需要に目を向け、これにこたえる経営をする必要がある。	
やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・価格競争によって悪くなる。	
	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・予算を削られているので、年度末の関係の仕事が出てくるのか心配である。	

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
		電気機械器具製造業（経営者）	・当社の場合は原料高と挙句の果てに中国進出の影響があり、どんどん業績が先細りなので、なんとか生き残りをかけた方法を考えなければならないが、良い方法が見付からない。非常に厳しい状況が今後も続く。
		電気機械器具製造業（経営者）	・先行きの見通しが見つからないことに尽きる。また、生産情報も少なく、不安な状況が続いている。
		金融業（役員）	・製造業において受注が減少してきている。
		不動産業（管理担当）	・建物によっては半分近く空室があるというのに、入居の話はあまりなく、春の更新の時期に向けて賃料の引き下げや面積の縮小など、収入面の減少に関する話が多い。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・業界関係者の話では、車も家電も需要の先食い状態で前年比は大きく落ちるので、どこまで耐えるかが今の最大の課題だとしている。
悪くなる		食料品製造業（製造担当）	・シカゴ相場の穀物や先物原油価格の高騰で、年明け2～3月でリーマンショックと同じくらいの原料高になりそうである。デフレ下で価格を上げるのは非常に困難で、売上、利益共に上がる気配は今のところない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・物件が少ない上に価格競争が激しく、先行きの受注計画が立てづらくなっている。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・主力メーカーからの受注量は今後3か月間、徐々に減産傾向に入る予定であり、減産基調が国内を中心にある。海外についてはまだ少し上昇傾向にあるが、全体として販売量が低下傾向に入っており、受注量も徐々に減っている。一方でコスト圧力は強く、収益面は出にくい状況になっていく。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・金の地金も年当初より10%上がり、材料高と販売不振で新しいデザインを開発する意欲が乏しい。シンプルな低単価の商品で売りつないでいるが、それらの商品が行き渡ると更に苦しい状況が予想される。
		建設業（総務担当）	・受注金額は前年比105%確保出来ているが、受注の工種は土木工事の割合が多いため、工期が長く資金繰りが心配である。
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	—	—
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・求人が安定しておらず、増えたり減ったりなので、3か月先のことは分からない。
		職業安定所（職員）	・円高による先行き不安感が影響し、新規求人数全体としては増加傾向にあるものの、雇用形態をみると、パートの割合が全体の46%と約8%増えている。
		職業安定所（職員）	・求人状況からは、募集、採用に対する企業側の慎重な姿勢が感じられ、円高等の不安要素が少しでも無くならない限り、雇用に対する状況に良い変化は現れない。
		職業安定所（職員）	・11月ごろより製造業の求人が減少しており、派遣求人の内容を見ても、あまり製造業はない。今後も変わっていかない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・円高不安から国内空洞化が止まらず、消費抑制から一般企業の売上に明るさがない。農産物、サービスを含めたすべての国内システムを輸出する対策を早急に講じ、明るさを取り戻さないと、一向に内向きの経済に発展が望めない。
学校〔専門学校〕（副校長）	・本年度卒業生の求人がままならない状況で次年度の求人活動が開始され、正直学校としては混乱している。次年度の企業の状況もほぼ本年度と同様であるため、厳しい状況に変化は見られない。		
やや悪くなる		人材派遣会社（経営者）	・医療、介護関係は寒さが厳しくなるとかなり人手が足りなくなる。冬物の衣料に活発さが見られない状況はまだ続く。製造は一休みするような状態で、電気、機械部品は、自動車関連が停滞すると見通しを立てているところがある。
		人材派遣会社（管理担当）	・年明けに取引が終了する企業が数社ある。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・全体にまだ景気は低迷しているので、求人情報に対しても引き続き悪い状況である。
		職業安定所（職員）	・雇用調整助成金の活用状況は、同水準となっている。1月以降や春ごろの活用相談が目立ち始めている。
		職業安定所（職員）	・11月に入り、管内大手企業、中小企業からの雇用調整もしくは人員削減、または海外移転等に伴う各種相談が数件入っている。これに伴い、多くの方が辞職を余儀なくされるものと予想されるため、やや悪くなっていく。ちなみに相談企業は製造業、サービス業等である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	○	○

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	住宅販売会社（従業員）	・今月が悪すぎたという点を差し引いても、年度末に向かって住宅、不動産が動き、決算を迎える売主の値引き等も期待出来ることから、良くなる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・映画の地元ロケ開始による、来街者の増加が期待される。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・12月は非常に良くなかったが、2～3か月先は今の底の状態から少しずつ上向いていく。
		百貨店（販売促進担当）	・年末のアンケートなどで顧客の意見を聞くと、この春からは今までにない色に挑戦する、今まで踏み切れなかった習い事や仕事に取り組んでみる、といった前向きな意向がうかがわれる。店頭の新鮮な見せ方と、実際の売れ筋在庫の持ち方のバランスが12月に奏功した領域もあるので、更に掘り下げて仕掛ける方向を見極めたい。
		百貨店（販売管理担当）	・今年6月より継続して来客数が増加していることに加え、食品を中心に販売客数、販売数量が増加傾向にある。また、婦人服を中心に高額品にやや目立った動きが出てきたことに加え、クリスマスや年末年始の商戦が前年比100%前後と比較的堅調に推移していることから、客の購買動向は上向きになってきている。
		コンビニ（商品開発担当）	・少しずつではあるが、高額のものにも需要が見られるようになってきているので、先行きはやや良くなる。
		家電量販店（経営者）	・厳しさは続くものの、大きく落ち込んだ12月と比較すると、3月のエコポイント制度終了に向けて少しずつ回復して来る。
		家電量販店（営業統括）	・3月に向けてエコポイント終了前の駆け込み需要がある程度見込める。前年11月末ほどの爆発力は期待できないものの、一定の販売数量増加を見込んでいる。住宅取得に向けた動きも活発であり、3月末に向けて住宅関係の消費も伸びると予測している。
		家電量販店（統括）	・エコポイント駆け込み特需の反動で落ち込んだ客数も1～3月に掛けて戻ってくる。しかし、相変わらず客単価は低い傾向が続くので、購買指数の上昇策が必要である。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・昨年に比べて花粉が飛ぶ予想のため、今からしっかり準備をして対応していく。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・2月に発売予定の新ハードに向け、更なる盛り上がり期待される。
		高級レストラン（副店長）	・2～3か月先の予約状況から判断すると、やや良くなる。
		旅行代理店（経営者）	・今年の夏から秋にかけては景気が良くなっているのか悪くなっているのか定かではなかったが、ここにきて一応安定したようである。2～3月の予約も入ってきているので、全体的にはやや良くなっている。
		旅行代理店（従業員）	・春先の商品の申込、受注状況が良い。
		旅行代理店（従業員）	・羽田国際線の本格稼働が徐々に寄与してくる。
		旅行代理店（営業担当）	・申込に勢いがあるので、先行きはやや良くなる。
		旅行代理店（支店長）	・羽田空港の海外開港もあり、2～3月については海外が順調である。特に周年旅行等、大型団体も受注しているので確実に増加となる。国内は正月から2～3月の暖かい沖縄方面を中心に販売が進んでいる。
タクシー運転手	・今月はタクシー適正化・活性化法の減車、休車2割目標に近い数字が上がってきているので、前年より若干プラスになっている。この先もこれが守られていけば、やや明るい見通しになる。		
通信会社（営業推進担当）	・エコポイント制度の特需によって、高額商品の購入をついに決断する消費者がやっと現れたと感じている。		
その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・企業の予約販売が伸び出している。営業努力以上の勢いがある。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他レジャー施設 [ホール] (支配人)	・これまで低調だった前売りチケットは、その公演の内容によるところも大きいものの、好調なスタートを見せている。景気は決して良いとは思えないが、趣味や余暇への意欲が戻りつつあるように感じている。
	変わらない	商店街 (代表者)	・微増傾向は続いているが、はっきり良くなるとは言いきれない。ただし、クレジットカードの取扱は、確実に戻りつつある。
		商店街 (代表者)	・このままの状況で推移していく。暮れから正月に掛けて多少なりとも出費をするので、それ以降の1～3月、特に2月はあまり芳しくない。
		一般小売店 [印章] (経営者)	・事業の形態を変えるか存続するか、本当に瀬戸際になってきている。高齢化社会を完全に被ってしまい、昔から来ていた固定客が亡くなっているのが、非常に厳しい。
		一般小売店 [生花] (経営者)	・ボーナスが入っても販売が伸びないので、これからやはり景気は良くなりません、このままの状態が変わらない。
		一般小売店 [衣料・雑貨] (経営者)	・デフレの状況下で企業の業績が良くならないと、末端の小売業は全体的に良くはならない。しばらく節約志向や買い控え等の状況が続く。
		一般小売店 [靴・履物] (店長)	・これから賃金上がるような様子もなく、増税などの話も出ているので、客の買物に対する意識が冷え込むのではないかと心配である。なんとか悪くならず、変わらないでいて欲しい。
		百貨店 (売場主任)	・年末調整金も従来ほどメリットがなく、新年以降も低価格への関心度は変わらない。
		百貨店 (総務担当)	・食堂、喫茶、衣料品は前年と比べ良くなってきているが、まだすべてが良い状態ではない。
		百貨店 (総務担当)	・株価もそれなりの水準であるし、一部の業種については良くなっているところもあると思うが、百貨店のような個人消費は回復が遅く、まだまだ良くなっていくとは言えない。
		百貨店 (営業担当)	・株価は1万円台で推移するだろうが、政治不信は依然続いており、企業業績等の改善が望めず、サラリーマンの収入も増えないという推測から、先行きは変わらない。
		百貨店 (営業担当)	・買上単価の下落についてはある程度底が見え、客数の伸びと売上高の伸びに相関が見られるようになってきている。今春の冬物需要に向けて、メーカー側の商品供給と顧客の需要とのバランスが崩れている可能性はあり、楽観はできない。従来と違い、代替品では購入しないといったシビアな見方もできるので、良くも悪くも大きな景気変動はない。
		百貨店 (営業企画担当)	・年明けセールに対しては大変期待が高いが、良いもの安くというトレンドは変わらず、価値と価格の整合性については厳しい目を向けられ続けるものと思われ、状況の好転材料はあまりない。
		百貨店 (営業企画担当)	・以前ほどの落ち込みは無いが、前年確保がぎりぎりという状況が継続していく。
		百貨店 (店長)	・依然景気の先行きが見えず、政治も波乱含みで安定しない状況である。今月の売上はセール前倒しの分が載っているので、クリアランス本番の1月以降が不安である。
		スーパー (経営者)	・以前からやや悪い状態がずっと続いている。国の借金も大分あるので、客が先行きを心配して消費を控えている。あまり良くない状態がこれからも続く。
		スーパー (店長)	・大体の家庭では年末年始の出費も相当なもので、新たな景気対策も見えてこないため、当面は現在のような状態が続く。
		スーパー (店長)	・年末、クリスマス商戦を見ると、客の商品の買い方が大きく変わっている。例えば総菜、ケーキ等といったものは、定価で買わずに値引きのシールを目掛けて買いに来ている。また、競合他社も含め、今までは値引きすることなく販売していた鏡餅、お飾り等の際物商品を、集客のために1～2割値引きをして販売している。年末、クリスマス商戦が厳しいということは、3か月後も非常に厳しい形で継続していくため、景気は変わらない。
	スーパー (店長)	・景気自体は変わらず、各小売店の客の取り合いになる。価格やポイント還元等が予想される。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（総務担当）	・12月の賞与も身の回りでは全体的に下がっており、客の可処分所得についてもそれほど上がっているとは思えないので、欲しい物は買えない、必要な物しか買わないという状況が続いていく。ネットスーパーは伸びているが、実際に来店する客の動向は非常に良くない。
		スーパー（仕入担当）	・1品単価、客単価は上がってきていない。年末で支出が増えた分、年明け以降の財布のひもはまた固くなる。
		スーパー（仕入担当）	・価格が下げ止まっても、売行きが更に鈍るため、結果的に価格競争に巻き込まれざるを得ない状況が続く。
		コンビニ（経営者）	・これと違って良くなりそうな材料が何も見当たらない。
		コンビニ（エリア担当）	・一部単価の高い物も売れているが、景気が良くなったからではなく、そのような商品が置いてなかっただけである。根本的な客数は変わっていないため、景気自体は変わらない。
		コンビニ（店長）	・地域に密着して、何に困っているかというようなすき間を埋めていくサービスを模索することが、これからの課題になる。
		コンビニ（商品開発担当）	・消費が活性化されるような方策が出てくる様相もないため、消費者の財布のひもが緩むとは考え難い。
		衣料品専門店（経営者）	・一般消費者の収入が増えない限り、先々大きな変化は望めず、景気は良くならない。
		衣料品専門店（店長）	・世の中の景気が良くなる明確な理由が見付からない。
		衣料品専門店（営業担当）	・不況の中で客が値段の安い物を求めている。この状況は変わらない。
		乗用車販売店（経営者）	・チラシ、ダイレクトメールへの反応が無く、先の見通しが付かない。
		乗用車販売店（販売担当）	・新車を買えば補助金が出るという買いやすい環境にありながら、先行きが不透明ということで、大型、中型トラックが売れない。今後も悪い状況のまま、変わらない。
		乗用車販売店（営業担当）	・車を必需品と思う客が、車をぜいたく品と言うのが目立つようになったため、先行きは変わらない。
		乗用車販売店（販売担当）	・前月同様に販売台数が落ち込んでいるので景気は変わらないが、イベントによってはかなり来客が増えてきている。低燃費、低価格の車両が出そろい次第、市場が動く。客は今、様子をうかがっている。
		乗用車販売店（総務担当）	・新型車の売行きが今一つで、過去のような爆発的な売行きにはほど遠い感がある。電気自動車への関心が大々的になれば、景気回復につながる。
		住関連専門店（統括）	・現状の売上が伸びる要素も無く、低い状態でこのまま3か月は続く。
		その他専門店〔服飾雑貨〕（統括）	・クリスマス需要が低迷し、衣料品販売量は前年と比べて鈍化している。将来的な景気の不透明感、不安が募り、消費マインドを押し下げている。この状況は今後も続く。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費者の購買意欲は慎重ではあるが、セールにおいては目的買いをしており、やや購買力は戻ってきているように感じている。ただし、景気に対する先行き不透明感が払しょくされていないため、慎重な消費動向と見ている。
		高級レストラン（支配人）	・10月は前年を下回ったが、11、12月は前年を上回るなど月によりばらつきがあり、安定していない。先が読みづらい状況であるが、大きな売上回復はしばらく望めない。
		一般レストラン（経営者）	・今と同じ状態の景気が3か月後もまだ続く。政治やいろいろな部分の景気が戻ってこない、なかなか飲食店などのサービス業には反映してこない。
		一般レストラン（店長）	・単価の低い状態が続く、なおかつ来客数も減少しているという状況であり、2～3か月先まで特にイベントも無いので、先行きは現状と全く変わらない。
		都市型ホテル（支配人）	・先々の販売量も前年と比較して変わらないので、大きな変化は見込めない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・婚礼見込み客の来館が落ちている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・年末年始のような特別な晴れの日需要は見込めるものの、日常の外食利用は伸び悩む。
		旅行代理店（従業員）	・国内の団体旅行の問い合わせそのものが無いため、期待できない。現在が最悪の状態なので、これ以上悪くなるようなことは無い。
		タクシー運転手	・年末年始の利用者は前年より動きが良くなかったため、先行き改善するような気配は感じられない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		タクシー（団体役員）	・景気回復次第のところがあるが、タクシー適正化・活性化法による適正車両数の減車効果が少しずつ表れることを期待している。
		通信会社（経営者）	・慎重な見方だが、集合双方向化及び地上デジタル放送化対応はまだじわじわとくるため、緩やかに加入があり、売上は向上していく。
		通信会社（営業担当）	・現状よりも支払料金が増える多チャンネルサービスは引き続き伸び悩むが、家計を助けるインターネットや電話のサービスは引き続き堅調に推移する見込みである。
		通信会社（営業担当）	・客は買い控え傾向にある。集合住宅の空室や商店街の空き店舗が多いため、顧客見込者も減少している。
		通信会社（営業担当）	・2011年7月までは解約数の増加傾向が続く。
		通信会社（支店長）	・スマートフォンの販売が順調に伸びていく。特に、2～3か月先は学生の卒業、入学シーズン等と重なるので、更に活性化していく。
		通信会社（局長）	・政治不安や消費税増税問題などから、消費を増やそうという傾向にはない。ケーブルテレビ業界的には、高付加価値のサービスが出れば、ある程度は息を吹き返すことも考えられる。
		通信会社（管理担当）	・今年7月のアナログ停波に向け、各社のテレビサービスの宣伝が加速するが、春までは様子見である。
		ゴルフ練習場（従業員）	・景気が良くなる材料は特になく、2～3か月はこのままの状況で推移する。
		ゴルフ場（支配人）	・予約状況はほぼ前年並みを予定しているが、料金改定で値上げをしたため、収支が若干上向くと予想している。
		パチンコ店（経営者）	・毎年2月ごろは一番商売的に厳しい時であり、3月ごろになると面白い機械が出て数字が上がっていくが、例年の同時期と比べるとさほど変わるとは思えない。客は以前と比べるとお金を使わなくなっており、多少来店が増えても売上は大して変わらない。
		競馬場（職員）	・今年度の1日平均売上は前年比で92%、来場者数が同82%と前年割れが続いており、上向く気配がない。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] (店長)	・11～12月の動向から、賞与支給のタイミングでの客単価向上は顕著だが、それ以外に特筆して売上に影響のある傾向は見られないため、先行きは変わらない。
		その他レジャー施設 (経営企画担当)	・ホテルの宿泊に関しては何らかの企画商品を開発して単価の向上を図っていくしかないが、デフレが定着した状況では価格の維持にも限界があるため、変わらない。
		その他サービス [立体 駐車場] (経営者)	・3か月前より来客数が増えているが、客の様子や近隣の商店の話からも、先行き良くなるとは思えない。
		その他サービス [福祉 輸送] (経営者)	・下げ止まりの感はあるものの、上向くようにも考えられない。特にエコ関連の減税等が終了したこともあり、全般的に小売等への良い情報がなく、3か月後の景気が今より良くなるとはあまり考えられない。
		住宅販売会社 (従業員)	・来年度の住宅関連優遇策にあまりインパクトが感じられないので、厳しい状況が今後も続く。
		その他住宅 [住宅資 材] (営業)	・住宅着工の動きが同じように推移すると思うので、その影響を受け、同様に好調な状況が続く。
	やや悪くなる	一般小売店 [和菓子] (経営者)	・正月休みがカレンダー上、少し短くなっているようなので、正月の需要は減少する。また、夏の猛暑の影響でいろいろな面で価格が高騰したり、品不足になっていることから、消費も落ち込む。
		一般小売店 [家電] (経理担当)	・テレビの需要はやはり暮れが一番多い。エコポイントの条件も変わったので、先行きはやや悪くなるが、アンテナ工事などはやり残した分も含め、これからは需要はある。
		一般小売店 [祭用品] (経営者)	・近年、年明けは販売数等伸び悩む傾向にあるため、やや悪くなる。
		一般小売店 [酒類] (経営者)	・前年割れが続く限り、景気が良くなるとは思えない。同業で廃業したいという店が多数あり、当店もその一つである。
		一般小売店 [茶] (営 業担当)	・数か月ごとに大きなホールでお茶の売出しイベントを行っているが、ここ数回は前年売上を1度もクリアしていない。今後もちろん売上増の企画をしていくが、景気が戻らない傾向は、売出し結果、実績からも読み取れる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（広報担当）	・統計数値の発表で雇用者所得、ボーナスなどが伸びたとされているが、消費者の購買行動は長期不況を経て洗練され、貯蓄の傾向も見られることから、所得増が直接百貨店の売上には結び付いていない。また、百貨店はインターネットや外資系専門店など業種業態を超えた競合も激化してきており、今後もしばらくは厳しい状況となる。
		百貨店（営業担当）	・秋物の不振が響き、通常のクリアランスセールよりも早めに値下げをしたところが多く、その影響でクリアランスセールも低調に推移する。
		衣料品専門店（経営者）	・中国製綿製品の定番商品の入荷が遅れ始めている。値上がりの話が出たりと、良い状況の話がまるでない。
		衣料品専門店（営業担当）	・2月中旬から3月に掛けては春物実売期であるが、客は衣料品を節約する雰囲気である。エコポイントや減税があるわけでもなく、アパレル業界は厳しいトンネルから抜けられず、悪循環としてメーカーが売れる良い物も作れないという状況になっている。
		家電量販店（店員）	・家電用品の単価は今後も下落が続く。特に、デジタルカメラやパソコン、テレビ等は単価が下がれば動きは確かに出るが、企業のコスト面での負担が見受けられるため、景気としてはやや下がってくる。
		乗用車販売店（渉外担当）	・補助金終了後の販売量は、この3か月をみても前年比30～25%落ち込んでいる。ハイブリッド車や1,000～1,300CCのクラスの落ち込みは少ないものの、総販売量は期待できない。
		一般レストラン（経営者）	・世の中の儉約ムードが中間層の外食を直撃している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は少しずつ客室のリニューアル工事をしており、価値を上げることで販売単価を上げて、単価下落を防いでいる。レストランは、地元のJAや農家と連携して仕入れをさらに工夫し、価値あるメニューを提供して集客に努めれば、大きな減少は無いものと考えている。婚礼については、近隣のゲストハウスとの競合で今年の受注件数が前年を下回って苦戦しており、この状況は続くものと見ている。会社全体では苦戦が予想される。
		通信会社（経営者）	・エコポイントが少なくなったため、年末と比べて消費は少なくなる。
		通信会社（営業担当）	・地上デジタルへの認識が深まることにより、競合他社との価格競争が一層厳しくなる。
		観光名所（職員）	・年間を通して見ると今年度は前年実績を上回っているが、これから3か月後は一番旅客が少ない時期となる。
		住宅販売会社（従業員）	・昨年に比べて来場者数が減っているの、やや悪くなる。
	悪くなる	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・家電エコポイント制度の変更により、来客数、販売量共に減っている。また、制度終了により先行きは不透明である。
		一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・オーバーストア、消費者の所得が上がらないことや将来への不安から、先行きは悪くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・当地域では大型店が2店、出店計画を出しており、地元の小売業にとっては大変脅威になっている。先行き、地元の小売業は大変厳しい状態になる。
		衣料品専門店（経営者）	・良くなる要因が無く、冬物セールが不安である。特に年明けに寒波が来ると梅春商材的に影響が多い。セールだけでは数字が作り難く、問題である。
		衣料品専門店（店長）	・収入が増えない状況で、地デジ、エコポイント等の政策的な消費の増加は、他に振り向ける余裕が無くなるため、影響を受けて悪くなる。
		遊園地（職員）	・先行きの不透明感が解消されず、支出抑制傾向は今後も続く。
		その他レジャー施設〔スポーツ施設〕（支配人）	・国内産業の低迷により、各企業が海外に生産拠点を移して業績を維持しているが、その分雇用不安があり、失業者の増加、残業代の減少等が浸透し、個人消費は今より更に落ちるため、先行きは悪くなる。
		美容室（経営者）	・客がディスカウント店に流れているようなので、悪くなる。
		設計事務所（所長）	・民間工事のない中では公共工事の仕事が頼りであるが、去年の公共工事は18%減、今年も大幅削減と言われており、先行きはさらに厳しくなる。
		設計事務所（所長）	・計画物件等の見通しがなく、土地物件等も変な動きになっており、上昇の可能性はほとんど無い状況である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
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）	・店頭に来店する個人客の印鑑需要は横ばいだと感じているが、法人関係の外回りの営業部分で問い合わせの電話や見積依頼の件数が増えてきている。
		その他製造業〔靴〕（デザイン担当）	・今までより、高価格でも気に入れば購入する動向が見える気がしている。
		税理士	・エコポイントなどの一過性の商品の購入が終わり、本来の購買習慣にシフトしていく。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・来期計画の話から、やや良くなる。
	変わらない	出版・印刷・同関連産業（所長）	・毎月のレギュラー案件が目減りしていくなかで、いかにスポット案件を拾い、穴埋めをできるかがポイントである。現状、レギュラー案件の拡大は当面見込めないで、1件でも多く新しい受注を見付けることで現状維持ができればベストと考えている。
		化学工業（従業員）	・1回の受注量が少なくなっており、回数が増えている。こん包発送のコストは増加しているが、全体量は同じである。この傾向は今後も続く。
		金属製品製造業（経営者）	・採算に合わない仕事が多くなり、新規顧客開拓でも価格面が一番のネックになっている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・新しい受注は大きなロットのものが少なく、消えていく仕事もあるので、小康状態を保てるかどうか、厳しくなる可能性もあるという状況である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・今までの業績の流れを見ると急に良くなることも悪くなることも無い。水面下で浮上するための準備は進めている。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・悪い状態で年明けを迎えることになる。円高で海外に移転するような話もちらほら聞こえてきている。親会社が定時分の仕事のやりくりが大変なくらい仕事量が少ないので、当社の仕事量はもっと少ない。厳しい状況は今後も続く。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	・良くなるような状況は見当たらないが、かといって特別悪くなるとか悪くなったという情報も聞いていない。ただし、大きな問屋が最近倒産したという情報がある。
		建設業（経理担当）	・新規事業に対し金融機関の融資判断が厳しく、資金が十分に確保できず、事業を断念するものが多々ある。急にこの傾向が変わるような様子もなく、しばらくの間は改修案件等、小規模な工事の受注しか望めそうにない。
		通信業（広報担当）	・現在は踊り場で、当面は一進一退の状態が続く。
		不動産業（総務担当）	・新規入居を希望するテナントは少しずつ現れてはいるが、希望床が小さく空室率の改善に中々寄与しないのが実情である。まだ当面は厳しい状況が続く。
		広告代理店（従業員）	・毎月定期的にあった売上が取引先の経費削減でなくなったことが影響しており、売上が減少したままの状態が続くそうである。
社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない。		
経営コンサルタント	・債務の返済猶予を促す中小企業金融円滑法の期限が1年間延長された。しかし、売上数千万円規模の小企業は、元々余裕がなく、売上増の見込みが立たない限り、資金ショート危機をはらみつつ、法に保護されて時を過ごしているに過ぎない。こうした現状の改善が今後2～3か月の間に起こるとは考えにくい。		
経営コンサルタント	・景気対策にあまり期待できない。		
経営コンサルタント	・世界的な動きの中でみれば、日本の経済環境は良いほうなので、これ以上に良くなるよりも、悪くなるリスクのほうが大きい。中国、東南アジア諸国との関係をどれだけうまくバランスさせていけるかに掛かっている。政治力も要求されるが、現在の政府では期待できない。		
その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・現在のところ、景気回復措置による効果が望めないため、今後も客の財布のひもが緩くなる兆しが無い。		
やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・淘汰の途上にあると思われる業種であり、今後良くなる方向に向かう要因がほとんど見当たらない。	
	プラスチック製品製造業（経営者）	・従来品の受注はそれほど大きな沈みもなく推移しそうだが、顧客の海外生産シフトに歯止めは掛からず、新企画の予定もないため、このままではじり貧になってしまう。	
	輸送用機械器具製造業（経営者）	・円高が長期化する模様なので、輸出関連の自動車等を中心に減産となる。採算が取れないので海外に持って行かれるという状況は今後も続くため、先行きは非常に心配である。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		建設業（営業担当）	・年度末に向け、同業他社の状況も確認すると、運転資金が厳しい企業が多く、倒産も出るのではないかという話がよく出ている。	
		輸送業（所長）	・荷主からの強い値下げ要請以外に、最近急に燃料が高騰してきている。荷主にお願いしても応じてもらえない状況ではないので、自社で値上がり分を負担せざるを得ない。	
		輸送業（総務担当）	・年末の出荷量は計画を下回っており、年度末に掛けても計画を下回る見込みとなっている。また、軽油価格が値上がり始めたので、経費増となり、年末から年度末は厳しくなる。	
		金融業（支店長）	・中小企業金融円滑化法の延長があり、資金繰り破たんへの心配は遠のいたものの、改善しているということでもない。	
		金融業（支店長）	・一時、倒産件数や自己破産が抑えられていたのだが、ここに来て若干増え始めている。融資の返済猶予の話も多くなっているため、今後売上等が見込めないということであれば、やや悪くなる。	
		不動産業（経営者）	・空室をたくさん抱えての越年である。オーナー業も転機の時代である。	
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・3月末で大型物件の解約が決まっているので悪くなる。	
悪くなる		繊維工業（従業員）	・前月、業界のオピニオンリーダーである業界紙を発行する2社が倒産し、業界紙は廃刊となった。当業界では、業界紙すら購読できない状況かと先行きが不安になっている。	
		金属製品製造業（経営者）	・大手製造業では海外生産の動きが盛んになり、国内に残る仕事が少なくなる。円高や海外と比べて日本で生産するとコスト高になることなどから、国内空洞化が一層進む。	
		金融業（渉外・預金担当）	・年末年始の企業倒産の状況によっては、もう一段、二段と連鎖悪化する懸念がある。	
雇用 関連	良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・1～3月は一番求人が多い時期でもあるが、各社に聞くといろいろな事業展開の計画や短期の募集等の話があるので、そういったものが本当に出れば変わっていくと大いに期待している。	
		やや良くなる	人材派遣会社（支店長）	・通信業界や金融系、エコ関連業界、通販業界などで派遣増加の見込みがあるため、契約終了よりも契約開始が上回る可能性が大きい。
			人材派遣会社（営業担当）	・年度末の時期的な需要で求人数は増える。また、数か月前に比べ、派遣市場に回復の兆しが見えているようにも感じている。
		変わらない	民間職業紹介機関（経営者）	・中国や韓国企業からの求人オファーが強いが、日本国内での雇用に結び付いていない。障害者雇用へのニーズも出てきている。なかなか採用決定まで進まないのが現状だが、今後期待している。
			民間職業紹介機関（職員）	・企業の足元業績の回復が底堅いことに加え、米国や日本の金融緩和により過剰流動性が高まった結果、採用に重要な心理的側面が回復してきていることから、先行きはやや良くなる。
			人材派遣会社（社員）	・年明け以降、各社先行き不透明との回答が多いため、変わらない。
				人材派遣会社（支店長）
求人情報誌製作会社（営業担当）	・春先にかけて採用枠は増えると思われるが、時期的な需要増を超えるまでには至りそうにない。			
求人情報誌製作会社（営業担当）	・年内は派遣スタッフの募集案件が増えたものの、2011年以降の動きが読めず、慎重な動き出しを考えている派遣会社が多い。また、全体的な求人数の増加に伴い雇用のミスマッチも顕著になってきており、採用コストを掛ける企業と掛けない方法を考える企業に二分化する可能性がある。			
求人情報誌製作会社（編集担当）	・春先に求人が伸びる要因が全く見当たらない。この年末に希望退職者を募っている中堅企業もあり、前途はまだ険しい状況である。			
職業安定所（所長）	・求人数は漸増傾向だが、求職者数は微減にとどまっており、最悪期は脱したものの、上向いているという判断までは踏み込めない。			

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・4月以降、月間有効求職者数が減少しており、有効求人倍率が改善しているが、月間有効求人倍率はほぼ変わっていない。円高の影響やエコポイントの縮小等で短期的には生産量が落ち込み、企業の採用意欲は依然として低い。また、工場を海外にシフトする動きが始め、更には外国人の雇用を積極的に進める企業も目立ってきており、国内の雇用情勢改善の動きは見られない。
		職業安定所（職員）	・受注量の増加から休業規模を縮小する事業所や休業しない事業所が見られるようになってきているものの、大きな変化は無い。
		職業安定所（職員）	・求人数は今までと変わらず少ない状況にあるので、今後も就職者が増えるとは予想されない。
		学校〔短期大学〕（就職担当）	・各業界、景気が悪く、平成23年度の採用計画がまだできていない企業が多い。合同企業説明会の参加を依頼しても、採用予定が立たないので今回は辞退したいという企業がある。
		学校〔専修学校〕（就職担当）	・次年度の募集数も大きな変化は無く、依然厳しい傾向が続いている。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・下半期の経済動向を慎重に見ている中小企業が多いため、採用についても様子見の企業が多い。
		学校〔専門学校〕（教務担当）	・企業の採用担当者が、仕事の受注がなく、来年度も期待できないと言っているので先行きは厳しい。
悪くなる	求人情報誌製作会社（広報担当）	・新卒の内定率は50%を下回っているが、それが急に回復することはあり得ない。中途採用もいまだに20代の獲り合いが続いており、中高年が仕事を探せるような環境ではない。	

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	コンビニ（エリア担当）	・必要な商品に対しての購入意欲はあり、今後も少しずつ良くなっていく。
		コンビニ（商品開発担当）	・特別な施策、外的要因がなくても回復してきているため、今後も大きな上昇はないが緩やかに良くなる気配がある。
		乗用車販売店（経営者）	・3月の決算期には各社が新型車両を投入してくるため、市場は活気付く。
		乗用車販売店（従業員）	・販売量の動きを見ると、この数か月間はコンスタントに良くなっている。中古車のオークション会場での価格の動きを見ても、全体的に若干高くなってきている。中古車は売れ始めてきており、今後も良くなっていく。
		乗用車販売店（従業員）	・2、3月の増販期には新型車の発表があり、前年並みは難しいとしても、販売台数の増加は見込まれる。
		通信会社（サービス担当）	・地上デジタルのニーズの増加に伴い、光回線の申込みが増加する。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅版エコポイント制度が期限延長されたため、販売量は増えてくると予想している。
		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）	・年度末に向けて、住宅の新築、工場の設備投資関係共に、見積依頼が若干増加している。
	変わらない	商店街（代表者）	・購買意欲はやや高まっているが、原材料価格の高騰が相変わらず続くため、全体としては変わらない。
		商店街（代表者）	・客の様子を見ると、必要以外の物は購入しない状態が続いている。客単価もまた下がってきており、明るい兆しはない。
		商店街（代表者）	・少数ながら高単価商品が、以前と比べれば出るようになってきている。そのため悪くはならないが、全体的には客単価、来客数共に減ってきているため、現状の足踏み状態が続く。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・景気が上向き要因は1つもなく、今後もこのまま続く。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・地場産業の景気が悪く、仕事がない人、パートでしか働けず低賃金の人、年金でやりくりしている人が多くなっている。そのため、今後も上向かない。
一般小売店〔土産〕（経営者）		・高速道路料金の値下げや「パワースポット」ブームなどにより、伊勢志摩地方への観光客数は増加し、全体の売上も増えている。しかし1人当たりの購入額は少なく、今後いつ景気が悪くなくてもおかしくない弱さがある。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔贈答品〕 (経営者)	・贈答品店の売上は付き合い範囲の縮小に伴い減少傾向にあるが、全体的に見ると変わらない。
		百貨店(売場主任)	・今はクリアランスセール待ちで、コート類などの下見客が多い。しかし購買意欲は感じられず、セールに実際に再来店するかはわからない。
		百貨店(売場主任)	・12月はボーナス月のため、今まで買えなかった物を購入する客があり、売上は少し伸びているが、単価はやや低い。また、例年ならば色違いなどをまとめ買いする客が多かったが、今年は一色だけの購入や、長持ちさせるためのケアセット、修理の注文が多くなっている。これらの状況を見ると、今後も相変わらず厳しい。
		百貨店(企画担当)	・今年のクリスマス商戦は、前年と比較して盛り上がりを見せたものの、曜日の並びが良かった面もある。月全体としては、前年とあまり変わっていない。今後も前年と比べれば悪くはないものの、景気が上向くほどの要素は見受けられない。
		百貨店(経理担当)	・一部の高額品に動きが見られるが、今後回復するとまでは言えない。
		百貨店(店長)	・衣料品でもファッションに敏感な分野で動きが止まっているため、今後のクリアランスセールにも期待できない。
		百貨店(販売担当)	・2～3か月先はセールが終わり消費意欲が薄れる時期であるが、年末の節約疲れの反動により消費は高まると予想される。
		百貨店(経営企画担当)	・このところ消費の動きに若干の改善が見られるが、春物商材の動きについては不透明である。消費の更なる拡大までは期待できない。
		百貨店(販売担当)	・定価商品の動きは、前年と比べて良くなる見込みである。ただし、単価は下がる。
		スーパー(経営者)	・年末でもデフレが続いているため、今後良くなるとは全く思えない。
		スーパー(経営者)	・地元の中小企業の売上は伸びておらず、円高やデフレの影響を受けてむしろ縮小傾向にある。停滞は今後も続き、工場の閉鎖、店舗の閉店も続く。供給過剰は当分解消されず、会社の利益や従業員の給料も増えないため、消費動向は今後も変わらない。
		スーパー(店長)	・家電エコポイント制度の終了に伴う家電販売の低迷や、残業の減少に伴う所得の減少などがあり、今後回復するとは考えられない。また、同じ商品ならばディスカウント店で購入し、生鮮食品は鮮度に信用があるお買得な店で購入するという消費者行動も、今後も変わらない。
		スーパー(店員)	・年末年始の出費の反動により、2月以降には買い控えが起きる。
		スーパー(店員)	・この数か月間、客の食品関係の買い方は変わっていない。安い物を最小限の量で購入しており、今後景気が良くなることはない。
		スーパー(販売促進担当)	・今後良くなる要素はない。客の動向を見ると、価格に厳しく、また良い商品しか売っていない。ギフトも、届け先の件数が減少傾向にある。
		コンビニ(店長)	・たばこの売上が回復基調にあるが、値上げ前の水準には戻らない。
		コンビニ(エリア担当)	・客の購買意欲は向上しているが、競争の激化はそれ以上である。
		コンビニ(エリア担当)	・たばこ増税に伴う値上がりにより、売上は増えているが、弁当、ジュースなどの一般商材は変わっていないため、しばらくは今の状態が続く。
		コンビニ(エリア担当)	・現状に満足することなく、販売促進策を施すことで、現状維持はできる。
		コンビニ(店長)	・例年1、2月の売上はあまり伸びないが、今年もあまり動きはない。
		コンビニ(店長)	・新商品など目新しい商品の売行きが少し良くなってきており、今後もこの傾向が続く。
		家電量販店(店員)	・家電エコポイント制度は終了するものの、終了後の値下がり期待して買い控えている人もおり、全体としては変わらない。
		乗用車販売店(従業員)	・年度末に向けて各社が新型車を投入するとの情報があり、市場は活性化する。しかし、今の状況から抜け出すにはしばらく時間が掛かり、苦しい状況が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（従業員）	・3月の決算期に向けて、メーカーは新型車や特別仕様車などを打ち出す。しかし、客との会話からは、あまり手応えを感じない。しばらくは今の水準で推移しそうである。
		住関連専門店（営業担当）	・住宅業界など建築全般は持ち直しているものの、一般の建築投資が横ばいか減少している。そうしたなか、関連業者の数は減っていないため、需要と供給のアンバランスは今後も続く。
		観光型ホテル（販売担当）	・1、2月は、前年にキャンセルとなった団体宿泊のうち半分が復活するため、予算目標はクリアできそうである。しかし、その先の予約は全く読めない。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数の動きに変化はない。
		都市型ホテル（支配人）	・仕入価格が下がらないなか、販売価格はまだまだ下がる状況にある。
		都市型ホテル（営業担当）	・円高による影響が、今後も続く。
		旅行代理店（経営者）	・貯金があっても、娯楽費は使い惜しむ傾向がある。消費を刺激する減税やポイント制度を継続しない限り、今後も厳しい。
		旅行代理店（経営者）	・先行き不透明は今後も続く。
		旅行代理店（経営者）	・先行きが不透明であるため、生産拠点の工場を国内から海外へと移す企業が増えつつある。それに伴い、海外拠点の雇用も現地採用が増え、海外出張は減ると考えられる。
		通信会社（企画担当）	・今後は、競争が一層激化する。地上デジタルへの完全移行に伴い、高単価サービスの契約は解約され、新規加入は地上デジタル対応の最低限のメニューが中心になってくる。
		テーマパーク（経営企画担当）	・節約志向は今後一段と強まり、以前のような消費には戻らない。
		ゴルフ場（企画担当）	・前月、今月と、天候に恵まれたことが大きい。2～3か月先は、予約数を見る限り良くも悪くもない。ただし、天候に恵まれれば良くなる。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・福祉用具のレンタル価格は、限界に近づいている。それでもレンタル会社は、薄利を承知で価格競争を続ける。
		やや悪くなる	
スーパー（店長）	・3か月後には、700メートル先に競合店が出店する。周囲の店を巻き込んで、競争は一段と激しくなる。		
スーパー（販売担当）	・年末の支出は過剰とみられるため、今後は購買意欲が減退する。		
家電量販店（店員）	・家電エコポイント制度の終了に伴い、今後はやや悪くなる。		
高級レストラン（スタッフ）	・家族客が減少しており、土曜日の来客数が前年割れになっている。これは、エコカーや家電への支出増加に伴う影響が、まだ続いているためと思われる。		
スナック（経営者）	・客の話によると、不景気が続いておりまだまだ先行き不透明であり、お金を使わない状況は今後も続く。		
観光型ホテル（経営者）	・今後、自動車関連や家電関連の製造業の稼動が落ちると、会食や宿泊に影響を受けて、悪くなる。		
都市型ホテル（経営者）	・設備投資が回復していないため、今後も出張客を中心に厳しい状態が続く。		
都市型ホテル（経理担当）	・家電エコポイント制度の終了後には、個人消費は落ち込む。		
旅行代理店（経営者）	・年末年始の個人旅行の増加が一過性で終わると、今後の受注は厳しくなる。		
旅行代理店（従業員）	・近場の海外旅行、特に韓国旅行が、朝鮮半島の緊迫化により減少傾向にある。ここ数年、1～3月は激安韓国ツアーが大盛況で、希望のフライトやホテルを確保できない状態が続いていた。今年はそれほどでもなく、売上や収益に影響が出てくる。		
通信会社（営業担当）	・地上デジタル対応へのサービス変更は、ピークを過ぎた感がある。今後の消費には、大きな動きは感じられない。		
理美容室（経営者）	・客との会話では、仕事は出始めているが、給料は増えていないとのことである。そのため、今後も景気は良くならない。		
設計事務所（経営者）	・個人住宅は低調が続いており、企業案件も一段と減少している。今後はますます厳しくなる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	一般小売店〔電気屋〕(経営者)	・家電エコポイント制度による販売の先取りがかなりあったため、今後は悪くなる。
		スーパー(経営者)	・競合相手のスーパーはチラシを増やしているが、すべて赤字覚悟の価格である。今後は共倒れになり、ますます悪くなる。
		その他専門店〔貴金属〕(店長)	・宝飾業界では、景気の良い話は全く聞くことがない。将来不安から客に購入意欲は見られず、今後はますます悪化していく。
		旅行代理店(従業員)	・先行き不透明が続いているため、レジャー産業や旅行業界では、今後は一段と厳しくなる。
		美容室(経営者)	・12月でも来客数は極端に少ないため、寒くなる1～3月はもっと落ち込む。こんな年は初めてである。
		住宅販売会社(経営者)	・買主の預金が少ない上に、金融機関の融資もまだ厳しく、先行きは不透明である。
		住宅販売会社(従業員)	・同業他社との意見交換会では、決算期に向けて一層厳しくなるとの意見が多くなっている。
企業動向関連	良くなる やや良くなる	—	—
		紙加工品〔段ボール〕製造業(経営者)	・中国向けの自動車部品梱包用の段ボール製品は、引き続き増加傾向である。
		一般機械器具製造業(営業担当)	・自動車業界からの引き合い件数が前年同月比で2倍近くに増えており、受注量も増えてきている。円高もあり価格競争は厳しいが、中国だけではなく北米でも設備投資意欲が盛り上がっていることは、良い材料である。
		輸送用機械器具製造業(品質管理担当)	・客先の設備投資量が少しずつ増えてきており、このまま1年くらいは続く。
		輸送用機械器具製造業(総務経理担当)	・2、3月は完成車メーカーが決算対策で増産すると聞いており、下請にもその仕事は回ってくる。
		建設業(経営者)	・今後は少しずつ良くなっていく気配がある。
		輸送業(エリア担当)	・現在の単価では、客が求めるサービスに対応しきれなくなっており、今後は勝ち組と負け組に分かれていく。耐えられれば、良くなっていく。
		金融業(従業員)	・製造業では、2、3か月先までの見通しは多少良くなっている。
		金融業(法人営業担当)	・エコカー補助金や家電エコポイント制度の反動減が、少し緩和される。また、アメリカの大幅な金融緩和に伴う株価の上昇が、個人や企業のマインドにプラスに寄与する。
		変わらない	変わらない
化学工業(企画担当)	・国内政策の不透明さや先進国による景気低迷を、新興国への対応で補完できるかがポイントとなる。		
窯業・土石製品製造業(社員)	・この1年間に多くの注文を受けていた取引先の仕事が一段落するため、他の取引先の状況は上向きであるものの、相殺される。		
電気機械器具製造業(経営者)	・主力の自動車、情報通信、工作機械の各分野の動きが一樣ではなく、全体としては変わらない。		
電気機械器具製造業(営業担当)	・依然として円高が懸念材料である。		
輸送業(経営者)	・自動車関連製造業、小売業、物流共に、先行き不安から一層のコスト削減要求が続く。		
輸送業(エリア担当)	・アジア間の貿易が活発であるため、そうした動きにけん引される。		
不動産業(管理担当)	・今後も引き合いが増加する見込みはなく、変わらない。		
広告代理店(制作担当)	・広告発注の増加はほとんど見込めず、明るい見通しはあまりない。		
新聞販売店〔広告〕(店主)	・不動産の広告チラシが回復しているが、百貨店、スーパーが落ち込んだままであり、今後も変わらない。		
やや悪くなる	やや悪くなる	会計事務所(社会保険労務士)	・良くなる材料は見当たらない。1、2月に仕事の予定が入っていないと話す顧問先がいくつかある。
		バルブ・紙・紙加工品製造業(総務担当)	・家電エコポイントの終了により、受注量、販売量共に減少する。
		印刷業(営業担当)	・当社や取引先、客の状況を見ても、今後景気が良くなる動きはない。経費削減等により販売価格を下げる状況になっており、景気はやや悪くなる。
		化学工業(総務担当)	・家電エコポイント制度の終了に伴う反動減が見込まれる。
		電気機械器具製造業(経営者)	・為替の先行きは不透明であり、生産を海外に移転する企業がまだ増えることも見込まれるため、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
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・海外からの受注は引き続き高水準にあるが、国内受注は年明け以降落ち込みむことがはっきりしてきた。
	悪くなる	金属製品製造業（経営者）	・引き合いの減少と価格の低下傾向が続いており、今後は一段と厳しくなる。
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（経営企画）	・今後の研究開発需要も底堅く、技術者派遣へのニーズも堅調である。
		人材派遣会社（社員）	・正社員採用のニーズは、徐々に増加する。
		職業安定所（所長）	・求人数の回復傾向は今後も続く。
		職業安定所（職員）	・正社員求人数の前年同月比は、今後も上昇が続く。正社員求人割合も、前年同月比で2か月連続上昇している。非正社員から正社員へと雇用のシフトがうかがえる。ただし、業種や職種によって、勢いに差がある。全体的にみると勢いはまだ弱い。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・大都市部ではかなりの求人が出てきているが、条件が非常に高いため、なかなか対応できない。地方部では求人の動きがほとんどない状態が続いている。この傾向は今後も続く。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・当地区の主力産業である自動車製造業では、国内向けはエコカー補助金が終了し、海外向けは円高で輸出がままならない状況にあるため、今後の景気に明るい要素は見えない。
		職業安定所（職員）	・求人は出てきているものの、内容的には良くない。求職者については、減少傾向にはあるが季節的な要因であり、今後は増えてくる。全体としては、あまり変わらない。
		職業安定所（職員）	・新規求職者数は若干減少しているが、全体としては高止まりしている。引き続き厳しい状況が続く。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・取引先企業の収益改善は、コスト削減等による部分が大きく、雇用や人員の強化にはつながらない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・新年会の予約は例年並みであるが、その先の予約状況は良くなく、ホテル、宴会関連の派遣需要は厳しくなる。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・景気が好転する材料は見られない。派遣法改正案は国会での継続審議となり、派遣先企業でも派遣にするか請負にするか判断しかねる状況にある。
		職業安定所（職員）	・輸送用機械器具製造業の求人が減りつつある。2～3か月後もなかなか伸びてこないと思われ、全体的にも一時的に悪くなる。
		職業安定所（職員）	・エコカー補助金の終了や円高などにより、企業の間では先行き不透明感が強い。新規の設備投資や雇用に結び付くには至っていない。
職業安定所（職員）		・エコカー補助金の終了、家電エコポイント制度の縮小の影響が、企業に表れ始めている。今後は求人にも反映してくる可能性がある。派遣、請負関係の求人も減少傾向が続いている。	
悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・大手自動車メーカーが約400名の派遣社員を直接雇用化する動きがあり、他企業にも波及し始めている。人材派遣業界にとっては、あまり良い動きにはならない。	

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	通信会社（営業担当）	・各種割引予定や新商品が全て出そろい、客を漏れなく対応できるようになった。
	やや良くなる	一般小売店〔精肉〕（店長）	・来客数が前年と比較して徐々に多くなっている。
		百貨店（営業担当）	・不要不急のものは買わないとする購買動向は若干緩んでいる。正月明けからのクリアランスセールについても購買が増加する期待感がある。また、春物のトレンドアイテムやこれまで我慢してきた高額品についても動きが出てくると予想する。
		百貨店（営業担当）	・来客数は前年と比較して回復している。買物の決定には至らないものの、目的買い以外に下見やウィンドウショッピングをするなど良い物があれば買物をしたいとする意欲が感じられるようになってきた。2～3か月先には、新たな商品を買いたいとする購買意欲が高まることを期待する。
	家電量販店（店長）	・年度末には家電エコポイントの終了があるので、それまでは現在の状況が継続すると期待できる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金終了の影響でエコカー、小型、低価格車に限られた傾向から変化し、これまで購入を控えていた明確に購入意思を持った高級車志向の顧客層からも受注が増える。
		乗用車販売店（経営者）	・春先需要に向けての新型車発売やイベント開催での需要喚起を予定しており、これからの受注獲得に期待が持てる。
		旅行代理店（従業員）	・販売に直結するMICE市場を中心に問い合わせがあり、年明け以降に業績回復のための仕掛けに資金を投入する動きがでてくると予想する。
		住宅販売会社（従業員）	・客はしっかりと動いている感じがある。特に公務員や、医者、上場企業の安定職種の方が動いており、今後も一定の販売が見込める。
	変わらない	商店街（代表者）	・ファッションへの出費を抑える傾向は変わらない。
		商店街（代表者）	・「安いものしか売れない」といった傾向を変えるほどの要因が、今のところ見当たらない。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・クリスマスや年末年始の後は、どの家計も厳しく締めていき今月より良くなることはない。
		百貨店（売場主任）	・雇用の安定がまだみられず、不安要素が多い。特に1～2月は天候に左右される要素も高いが、富裕層の購買意欲は限定商材など即効性のある商材に目が向いていない。
		スーパー（店長）	・必要でないものは買わない、必要な量しか買わない状況は変わっておらず、現状以上に消費が増える見込みはない。
		スーパー（店長）	・景気を判断する株価や円高傾向が改善されない状況とエコポイントなどの景気刺激策が縮小、終了し、子ども手当需要だけが刺激剤となる状況では、世帯全体の底上げにはつながらない。
		コンビニ（経営者）	・たはこの売上は安定して推移していくと思われるが、ほかの商品で明るい材料がない。
		コンビニ（経営者）	・好調であった12月の流れが一過性のものであるのかどうか見極めがついていない。よくわからないのが実感である。
		コンビニ（店長）	・良くなることはないと思込まれる。5km以内に大手コンビニチェーン店の出店が予定されており、飽和状態となっている現状にさらに出店することで個店の売上が増加することはない。近隣に競合店がない状況で売上が横ばい状況であることから考えると、売上が増加することは考えにくい。
		コンビニ（店舗管理）	・良くなる要素は見当たらないものの、ショッピングセンター内の店舗が来客数微増である。どちらとも言えない感じがする。
		衣料品専門店（経営者）	・価格一辺倒から、適品には反応していくという傾向が出ているが、まだまだ予断は許さない。
		衣料品専門店（経営者）	・先々景気が良くなることを期待したいが良くなる材料はない。一年の締めくりでの安心感が財布のひもを緩めていると感じている。
		家電量販店（経営者）	・家電エコポイントの終了に伴い対象商品の落ち込みは考えられるが、住宅関連が上向きになることによる新築需要も今後は期待できる。
		自動車備品販売店（従業員）	・高額商品である地上デジタル対応ナビゲーションやポータブルナビ、地上デジタルチューナーなどAV関係の単価ダウンがさらに加速している状況で、地上デジタル特需も期待ほど上がっていない。
		その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	・来店頻度が上がらない理由を考えると、収入面の停滞、店舗周辺の外国人労働者が一時減少したままで増えていないことなどである。この状況に変化はない。
		高級レストラン（スタッフ）	・新年会の受注は例年の110%と好調な出足である。首長が変わったため官庁の利用が不安材料である。
		観光型旅館（経営者）	・宿泊業界及び飲食業界に価格破壊の波があまりにも強く押し寄せ、全体的に宿泊単価、消費単価ともに低下傾向にあり今後も続く。
		タクシー運転手	・病院通いにタクシーを使う人が少なくなっており、また、夜は相変わらず利用者数が少ない。
		通信会社（営業担当）	・スマートフォン携帯電話を各社が発売し、消費者の買換えを促進しているが、人気商品については品薄により販売できない状況である。潤沢に人気商品が入庫すれば、販売量は順調に推移するであろう。
		通信会社（役員）	・アナログ契約のデジタル移行推進も最終段階にあり、現状の施策を継続するなかで、2～3か月は現在の勢いが維持できるものと予想している。

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	
		その他レジャー施設（職員）	・給与、冬の賞与の減額などがあった場合、今以上に勤務者、現役世代の入会が少なくなる。	
		住宅販売会社（経営者）	・客の様子に変化はない。	
		住宅販売会社（従業員）	・資材価格の高騰を含め原価の上昇が必至であり、販売価格に転嫁できない状況から採算面悪化の見通しである。	
	やや悪くなる	一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	・全体的に客に元気がない。年度末に向けて設備投資意欲や備品購入意欲がなく心配している。	
		スーパー（店長）	・冬のボーナスが前年を下回っていることもあり買い控えが起こると予想する。	
		スーパー（総務担当）	・衣料品の売上減少が続いており、今後も生活に必要な食品、日用品中心の消費になる。景気は回復せず、景気低迷は今後も続くと思われる。	
		乗用車販売店（経理担当）	・将来への不透明感がぬぐえない状況なので期待できない。	
		住関連専門店（店長）	・住宅版エコポイントがなくなった時の反動で悪くなる可能性は大きい。	
		一般レストラン（スタッフ）	・高速道路料金の上限1000円などの割引も当たり前になり、年末が通常料金のため帰省しないという人もいる。大型テレビを買ったので節約しながら家でプチぜいたくをするという人もいる。翌年は増税の可能性が大きく外食比率は下がると考えられる。	
		スナック（経営者）	・業種にもよるが、経営者の先々に対する警戒心があり、不透明感も加わり楽観できない状況である。	
		観光型旅館（スタッフ）	・予約状況をみると、12月は109%、2月が108%と前年を上回っているのは2か月のみで、1月は87%、3月も85%と大きく前年を下回り、大口団体があつた前年のカバーが現在なされていない状況である。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・予約状況は弱く、売上単価も低下傾向にある。	
		旅行代理店（従業員）	・今冬は大雪の見通しであり、旅行計画の見直しや航空運賃の値下げにより厳しい状況が続く。	
		タクシー運転手	・タクシー台数の減車が進まないなど明るい要素がなく、今後は、利用客の減少はあつても、目に見えて増えるような状況にはない。悪い状況で低迷していく。	
		通信会社（職員）	・家計の支出額を抑えようという客が多く、政治・財政・外交的に安定化が図られなるとさらに加速すると話す業者も多い。	
		テーマパーク（職員）	・消費単価の動きは、前年同月比1割近く下回っており、来客数の動きも団体客を中心に先行予約数が鈍くなつている。全体として悪くなる方向にある。	
		住宅販売会社（従業員）	・個人消費に勢いが見られない。同業他社との競合も激化している。	
		住宅販売会社（従業員）	・これからも新築住宅に関していえば規模が縮小すると考えられるため、着工戸数が伸びない限り、売上金額が上がらず、景気は厳しいと感じる。	
		悪くなる	家電量販店（店長）	・前倒しで11月に家電購入数が増加したため、反動はしばらく続きそうである。
			その他専門店〔酒〕（経営者）	・最悪の場合を想定しなければならないほどの状況である。短期的に良くなることは考えられない。
競輪場（職員）	・12月は年に1度のグレードレース実施月でありボーナス支給月でもあつたため、2～3か月前と比べ1人当たりの購入額が5～10%増加しているが、来月以降はいつもの水準に戻ると予想される。			
企業動向関連	良くなる	—	—	
	やや良くなる	一般機械器具製造業（総務担当）	・円高の影響で設備投資意欲は積極的ではないが、行動を起こさないと企業存亡が危ぶまれるので設備投資が動いている。	
	変わらない	食料品製造業（企画担当）	・消費が低迷している状況は、雇用が促進される様子が見えず先行き不透明感が依然として強いからであつて、ここ2～3か月以内にこうした環境の変化が起こるとは思えない。	
		繊維工業（経営者）	・全体の環境がやや良くなつても、繊維業界は1月以降原材料の値上げが予定されておりコスト高になる。また、円高による輸出も苦戦しそうであり、先行き不透明であることから変わりはない。	
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・住宅市場は短期的には回復は見込めない。回復は3～5年先になるとみている。	

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	
		一般機械器具製造業（経理担当）	・国内需要が低調に推移しており、輸出についても停滞感が否めない。	
		精密機械器具製造業（経営者）	・加工委託先の受注状況は、金型製作・部品加工関連でもここ2～3か月は確保されているところが多いようである。ただし単面的にはかなり厳しい受注が多い。	
		通信業（営業担当）	・相変わらず企業の通信設備に対する投資が停滞している。それも小規模の会社に停滞がある。	
		金融業（融資担当）	・受注量においては現状程度の水準を維持する。	
		司法書士	・事業関係の不動産の購入ができるのは一部の事業者にとどまる。	
	やや悪くなる	繊維工業（経営者）	・国内の政治面での不安定感や円高による輸出減少の影響が消費動向にも現れる懸念があり、先行きが心配である。	
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注の入り具合は現状よりやや悪くなっている。	
		輸送業（配車担当）	・エコカー補助金の終了、家電エコポイント縮小、終了に伴い、車両関連や家電製品などの荷動きが今後急速に悪くなる。	
		不動産業（経営者）	・「先々の景気が良くなる」や「受注が多くなる」などの話が同業者からもなかなか聞かれない。	
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・エコカー補助金の終了、家電エコポイントの縮小でチラシの出稿量が縮小傾向である。	
	悪くなる	電気機械器具製造業（経理担当）	・12月後半からすでに受注が入らなくなっている。1～2月は季節的要因もありさらに悪化する見通しである。3月までは急激な悪化が予想され、回復は4月以降になる。	
		建設業（経営者）	・今年度の公共事業予算は18.3%削減され、来年度はさらに5.1%の削減が決まった。このことで来年4月以降の発注が一段と少なくなることが予想され、平成23年3月の年度末にかけて発注される残工事や早期発注工事の受注を目指して、し烈な価格競争が繰り広げられ、建設業界はますます疲弊するであろう。	
		建設業（総務担当）	・製造業を中心に建設投資が減少しており、期末を控え、し烈な受注価格競争が今後さらにエスカレートすると予想している。	
	雇用 関連	良くなる	—	—
		やや良くなる	○	○
変わらない		人材派遣会社（社員）	・4月の新規採用を予定している会社も多く、中途正社員採用より、パート・アルバイトでの対応が増えつつある。派遣利用はますます減少気味である。	
		人材派遣会社（社員）	・情報化投資などに回復の兆しもあるが、全体的にはまだ設備投資に慎重であり、そのため雇用の増加は見込めない。	
		求人情報誌製作会社（編集者）	・求人主力だった派遣が落ち込み、復活する兆しが見えない。	
		職業安定所（職員）	・新規求人数が、10か月連続して前年同月を上回っている。	
職業安定所（職員）		・新規求人数は全産業で増加しているが、求人開拓推進員の事業所訪問の結果を見ると、従業員の増員を考えている事業所はまだまだ少ない。		
やや悪くなる	民間職業紹介機関（経営者）	・人材紹介の依頼案件が増加していない。人材派遣も適正化プランなどの指導による派遣先の警戒感から利用の手控え、契約終了が増加している。		

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
	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	商店街（代表者）	・商店街に隣接してスーパーが1月18日にオープンする。それに伴って商店街の通行量が増えれば勝機が出てくる。
		住関連専門店（店員）	・今年は学習机、ランドセル共に競合店に比べて品ぞろえが良く、客から褒められることも多いため、販売量はある程度伸びる。
	やや良くなる	百貨店（売場主任）	・店舗リニューアルの途中であるが、株価も上がりつつあるため、客の間で認知度が上がってくれば少しずつ上向きになる。
		百貨店（売場主任）	・客が低価格一辺倒ではなく、低額品と高額品の使い分けようになっており、今後は全体としての消費額も増えていく。
		百貨店（企画担当）	・新年を迎えて消費者心理が良くなるほか、11、12月の売上不振により、クリアランスの商品も豊富にそろっている。
		百貨店（営業担当）	・今月に入って宝飾関係で1千万円を超える高額品の注文が入るなど、今後は徐々に良くなっていく。
		乗用車販売店（営業担当）	・今年は年間を通して更に厳しくなると予想されるが、この2、3か月は新型のハイブリッド車が投入されるため、来客数は多少増加する。
		高級レストラン（支配人）	・ボーナス商戦、クリスマス商戦の客単価は3か月前に比べて113%と大きく伸びたため、今後はやや良くなる。
		その他レジャー施設「球場」（経理担当）	・今年3月にはプロ野球の公式戦やコンサート、子ども向けイベントが予定されているため、来客数の増加につながる。
	変わらない	商店街（代表者）	・客単価は今後まだまだ低下する。
		一般小売店「時計」（経営者）	・入学祝いといったプレゼント需要については、今年は全く期待できない。送っても喜ばれないといった話も聞くが、消費者が予算を割かなくなっている厳しい現実がある。
		一般小売店「衣服」（経営者）	・客の低価格志向が強まっているため、今後も厳しい状況が続く。
		一般小売店「雑貨」（店長）	・たばこの売上はタスポの導入で激減したあと、10月の値上げによって再び激減している。その後は低位安定が続いているため、今後も大きな変化はない。
		一般小売店「カメラ」（販売担当）	・節約志向が年配者だけでなく、若年層にまで浸透してきているため、今後も厳しい状況となる。
		一般小売店「菓子」（営業担当）	・新年を迎えてもあまり景気が良くなることはない。
		百貨店（売場主任）	・個人に対する増税の不安から、今後は主婦層を中心に財布のひもは一層固くなる。
		百貨店（売場主任）	・消費意欲が乏しいなか、商業施設は増床や出店が続く、オーバーストアの傾向が更に強まっている。また、所得が増えないためにデフレも脱却できないなど、外部要因の大きな変化がなければ好転が望めない状況が続く。
		百貨店（売場主任）	・好転する要素がなく、今後も堅実な消費が続く。
		百貨店（企画担当）	・税制の先行き不透明感など、お金が消費に積極的に回る状況ではない。
百貨店（営業担当）		・一部の優良顧客では高級ブランド品や美術品の購入が増えているものの、全体的には買い控えの動きが続く。	
百貨店（婦人服）		・冬商戦の序盤で暖冬傾向となり、冬物の生産を控えた衣料品メーカーが多いため、今年の冬物セールは盛り上がりや持続力に不安がある。	
百貨店（商品担当）	・生活に不要なぜいたく品が売れつつあるものの、余裕のある客は以前よりも減っているため、全体的に良くなることはない。		
百貨店（サービス担当）	・来月以降も変化する要素が少なく、状況は大きく変わらない。福袋の予約状況をみても売れ残りがあるなど、消費者の財布のひもが固まっている感がある。		
百貨店（店長）	・ファッション関連は上向きつつあると感じていたが、今月の状況をみると、年明けのセールにはまだまだ予断が許されない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場担当）	・衣料品は価格一辺倒で選ぶのではなく、この品質でこの価格といった商品の価値で選ぶ傾向もみられつつある。その一方、とにかく長く着られる商品や汎用性の高い商品を選ぶ傾向も衰えていない。
		スーパー（経営者）	・年が明けても激しい価格競争が続くため、客が安い店を買い回る状況は変わらない。
		スーパー（店長）	・今月は中旬以降に気温が低下し、下着類は売行き好調となっているが、婦人関係のジャンパーやコート、ジャケットといった重衣料は依然として動きが鈍い。年明けのバーゲン待ちといった状況であり、今後も衣料品の売行きには不透明感が強い。
		スーパー（店長）	・年末年始の出費が例年並みとなれば、収入が増えていない現状を考えると、その後の消費拡大は困難である。
		スーパー（店長）	・今月の傾向をみると、食料品や消耗雑貨などの必需品はほぼ前年並みの推移となるが、衣料品は相変わらず苦戦が続く。大型家電も、エコポイント制度の影響を受けやすく、買い替えの必要性の高い商材のみが動く。
		スーパー（店長）	・近隣にスーパーが新規出店するなど、オーバーストアとなっている。よほど景気が良くならなければ、業況は改善しない。
		スーパー（店長）	・政治の先行き不安感が大きく、過疎化や少子化、高齢化が進む地域では景気の好転は見込めない。今後、小売店は更に淘汰が進む。
		スーパー（経理担当）	・法人税率の引下げで雇用に好影響が出るまでには時間が掛かるものの、雇用、所得情勢については比較的好材料があるように感じる。所得の動きは販売状況に直結するため、もう少し先には販売に上向き感が出てくる。
		スーパー（販売担当）	・客の動きをみていると、低価格を打ち出した広告商品は開店から走ってでも買いに行くが、その商品のみを購入する姿が目立つ。目玉商品を買って回っているという状況であるため、先行きの見通しは厳しい。
		スーパー（社員）	・前年の売上が相当悪かった反動増で良くなるほか、年末年始の活発な消費に期待している。ただし、今年は冬のボーナスが支給された後も、消費が盛り上がっていない。
		コンビニ（店長）	・直近の3か月の動きをみると、前年に近い状態となりつつあるが、先行き是不透明である。
		コンビニ（店員）	・客の低価格志向は今後も続くため、回復の見込みが立たない。
		コンビニ（広告担当）	・状況が大きく変わる要素はないため、今後も厳しい状況となる。
		衣料品専門店（経営者）	・少し景気が悪くなることはあっても、良くなることはない。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・客との会話でも会社の良い話題が聞かれないなど、見通しは暗い。
		家電量販店（経営者）	・前月ほどではないものの、テレビについては今後も一定の需要が続く。アナログ放送終了後はテレビの売上が落ちるものの、オール電化や太陽光発電、白物家電の販売増で補う。
		乗用車販売店（経営者）	・中国の利上げや米国の景気低迷が国内経済の足を引っ張り、次のステップに進めない。与党内紛や政策の不透明さなどが国民に不安も与えており、消費を刺激する要素がないため、今後もしばらく景気は低迷する。
		乗用車販売店（営業担当）	・販売単価は毎月着実に下がっている感がある。客の間に値引きがないと損をするような雰囲気があり、今後は更にその傾向が強まっていく。
		乗用車販売店（販売担当）	・先行きが好転する材料が見当たらない。
		住関連専門店（店長）	・買い控えの起きやすい業界であり、政治や経済の不安を解消する動きがなければ回復しない。ポイント還元や値引きサービスといった企業努力も行き詰まりつつある。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・依然として客単価は下がっているため、買上点数の押し上げを図っているものの、財布のひもは固い。なかなか消費にはつながらないため、見通しとしては厳しい。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・今後も現在の状況は変わらない。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・円高が今後も続くなか、消費が海外のブランド品に流れる傾向が進む。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（経営者）	・今後も経済環境が客の心理に大きな影響を与えるが、政治も含めてまだまだ不透明感が強い。
		一般レストラン（経営者）	・最近では気候が不安定なほか、統一地方選挙も控えており先行きが不透明である。前年のデータが参考にならないほど、状況が毎年大きく変わっている。
		一般レストラン（スタッフ）	・来客数は増加し始めているが、全体的に価格を下げているため、売上は大きく変わらない。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・最近の来客数の増加は一時的な動きにとどまる。
		観光型ホテル（経営者）	・平城遷都1300年祭の開催中は大変好調に推移していたが、イベント終了後は完全に冷え込んでいる。景気全体が良くないこともあり、先行きはあまり良くならない。
		観光型ホテル（経営者）	・間際になると低価格の個人向けプランは動くものの、団体需要はかなり冷え込んでいるため、先行きの見通しは厳しい。
		観光型旅館（団体役員）	・予約の動きが直前までみられないなど、客は宿泊料金の動向に敏感になっている。安く泊まるタイミングを計っている感があるため、今後も厳しい状況となる。
		都市型ホテル（客室担当）	・旅行会社からは、国内旅行の先行きは非常に不透明といった印象を受ける。宿泊、宴会、レストランのいずれの業態でも、消費者の財布のひもは固いため、今後も厳しい状況となる。
		都市型ホテル（マネージャー）	・各セクション共に予約状況は前年並みであり、大きな変化はない。景気の良くなる要素も見当たらず、先行きは不透明である。
		旅行代理店（経営者）	・海外旅行は円高もあって前年を上回る動きとなるが、構成比のより大きな国内旅行については、経済の閉そく感もあって厳しい状態が続く。
		旅行代理店（広報担当）	・客の財布のひもは固く、自分が良いと思った物にはお金を使うが、納得しなければ使わない。その使い分けは想像以上にはっきりしており、今後もなかなか変わらない。
		タクシー運転手	・上向き要素が見当たらないため、今後も厳しい状況が続く。
		タクシー会社（経営者）	・個人客、法人客共に、交通費や交際費の節約ムードが定着しており、今後しばらくは上向き見通しが立たない。
		通信会社（経営者）	・年度末の春商戦に期待されるが、新商品が少しずつ投入されるため、大きな盛り上がりにはつながらない。
		通信会社（経営者）	・特に変化の兆しを感じられないため、今後も現在の状況が続く。
		観光名所（経理担当）	・クリスマスの24、25日は来場者が増えたものの、ほかの日は大きな変化がないなど、見通しは厳しい。
		競輪場（職員）	・政治や経済に対する不安の解消は難しいとしても、軽減するような明るい材料すら見当たらない。
		その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・天候要因以外に好材料は見当たらない。
		その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージで服を脱ぐため、例年寒い時期には来客数が減るが、特に今年は客が少なく、先行きの見通しは厳しい。昼間はここ何か月か来店がみられない。
		その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・依然として景気の先行きが不透明なため、新たに生命保険の加入を検討する客は増えない。
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・映像レンタルの企画タイトルが支持され、売上は上昇しているものの、CD販売に代わる新規アイテムの導入を検討している。
		住宅販売会社（従業員）	・国内経済の改善する見込みがない。
		住宅販売会社（従業員）	・マンションの購入希望者は減少しつつあるものの、各エリアにおいて需給バランスの良い物件は好調に推移する。
		住宅販売会社（総務担当）	・集客状況は悪化しつつあるが、契約量は微減にとどまっている。現在検討されている、贈与税にかかる生前贈与の優遇措置などが下支えとなり、今後は現状維持で推移する。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・一時的な優遇税制や住宅版エコポイント、低金利などで需要が下支えされてきたものの、個人所得や雇用情勢が基本的に良くならなければ、新築需要はこれ以上伸びない。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・デベロッパーの間では前年ほど在庫を圧縮する動きが強くないため、消費者の購入を後押しする要素は多くない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・今年は年度末の需要が例年ほどは伸びない。
		一般小売店〔花〕（経営者）	・得意先の店舗や会社で経費削減が行われ、クリスマスや正月商品の買い控えが増えている。営業努力は行っているものの、不安材料ばかりで先行きは不透明である。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・当面は買う時と買わない時の差が激しい状態が続く。消費の盛り上がりには、価格競争ではなく消費者の財布のひもを緩める仕掛けが必要となる。
		一般小売店〔花〕（店長）	・年明けも消費者の買い控えは、ますます加速する。政治への不信感や給料カットもあり、先行きの不安感による影響は深刻となる。
		百貨店（マネージャー）	・法人税率の引下げが確実にとなった反面、個人に対しては増税となるため、消費意欲は徐々に低下していく。
		スーパー（経営者）	・今年はお麦やとうもろこしなどの穀物価格が上昇する。政治、景気共に先行き不透明で所得も増えないなか、商品価格への転嫁は簡単ではないため、見通しとしては厳しい。
		スーパー（企画担当）	・先行きに明るい材料がないほか、12月の推移をみると先行きは悪化が進む。
		スーパー（管理担当）	・政治不信や増税への不安など、懸念材料には事欠かないため、消費動向はますます悪くなる。
		スーパー（企画）	・省エネ家電のエコポイント制度も今年に終了するほか、法人税率の引下げに伴って個人に対しては増税となる。それを補う景気対策も検討されていないなど、今後回復に向かう要素が見当たらない。
		コンビニ（経営者）	・近隣の購買人口が回復する見込みは当面なく、他社との競合も激化しているため、セール合戦による客単価の低下が更に進む。
		コンビニ（店長）	・税負担の実質的な増加により、客の財布のひもも固くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・良くなる理由が見当たらないほか、最近の傾向から判断すると先行きは悪くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金の終了後、まるで絵に描いたように仕事が減っている。今月で大体の需要が出切ったため、これからの1、2か月は厳しい状況となる。
		乗用車販売店（経営者）	・12月でも動きがないため、今年に良くなる材料はない。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金の終了以降は新車の販売が全くなく、修理や車検の売上も芳しくないため、先行きの見通しは厳しい。
		一般レストラン（スタッフ）	・政治の混乱や財政悪化のニュースも多いなど、景気の好転する材料が見当たらない。
		一般レストラン（店員）	・年明け以降に新たな好材料はなく、不安材料の方が目立つ。扶養控除の廃止といった目立たない税負担の増加もあり、先行きの見通しは厳しい。
		一般レストラン（経理担当）	・客からは今の状態が続きそうな雰囲気が伝わってくる。前年は賞与の増加期待で消費に薄明かりがみえたが、今年は就職難や倒産、経済対策の遅れといった報道が多い。消費者にもそういった情報が直接影響するため、今後は消費に抑える行動が更に増えてくる。
		スナック（経営者）	・今月は12月であるにもかかわらず前月より悪く、当てにしていた団体客も少なかったため、先行きの見通しは厳しい。
		観光型旅館（経営者）	・1月以降の予約状況では、新年会は例年の半分以下となっている。宿泊も2月はほとんど空いており、3月後半に合宿団体が入っている程度であり、すべての面で客の動きが鈍い。
		都市型ホテル（総務担当）	・冬のボーナス支給の減少や失業率の高止まり、円高の継続、政治の混乱による先行き不透明感など、消費者の動きが良くなる要素は見当たらない。明るい材料は消費者の節約疲れだけであり、先行きの見通しは厳しい。
		タクシー運転手	・客が動くのは週末の限られた時間帯にとどまる。寒さが強まれば動きは多少増えるものの、宴会シーズンも終わったため、今後は下降気味となる。
		通信会社（社員）	・今年の春ごろにかけての好材料に乏しい。エコポイント制度の終了もあるため、地上デジタル放送関連の需要は減少する。

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（職員）	・効率的な消費の促進策が出てこない状況が続き、自分自身も消費をするより、消費せずに済む方を選ぶようになっていく。エコポイント制度関連の駆け込み需要も一段落したため、今後は消費の冷え込みが加速する。
		住宅販売会社（経営者）	・エコポイントなどが一時的に需要を刺激したが、根本的な回復には程遠い。今後はその反動で悪化に向かう。
		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）	・今後もサラリーマンの所得などに明るい展望がない。
	悪くなる	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・販売価格の値上げは避けられないが、消費の抑制につながる。利益率と販売量のどちらを優先するかが課題であり、売上はそれによって左右される。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・節約志向が強まるなか、最近は高額商品も売れていると報じられているが、町の商店街では生活に密着した商品を扱っているため、その恩恵が少ない。客の財布のひもは固く、かなりシビアな状態であるため、年明けは今以上の苦戦を強いられる。
		スーパー（経営者）	・政府の景気対策も尽きた感があり、今後は支出が一層引き締められる。
		コンビニ（経営者）	・近隣に競合店が出店したほか、地域の人口も減少しつつあるため、先行きの見通しは厳しい。
		一般レストラン（経営者）	・年始は年末の利益で乗り切れたとしても、2、3月は運転資金の不足で閉店や倒産が増える。
		その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・今年の12月は前年に比べて来客数が減っているため、先行きの見通しは厳しい。
		都市型ホテル（スタッフ）	・企業による利用が非常に悪く、春先の採用関連の会合はすべて中止となっている。また、一度受注した会合が経費削減などでキャンセルとなる例も目立つ。
通信会社（店長）		・増税に対する不安で、家計を切り詰める傾向が強まる。	
企業動向関連	良くなる	広告代理店（営業担当）	・年末は不調であったが、年明けからの初売りや福袋、バーゲンで少しは持ち直す。
	やや良くなる	食料品製造業（従業員）	・現在の朝の連続ドラマはお好み焼き屋が舞台であるが、お好み焼きを食べるシーンを見た視聴者が食べたくなるらしく、ソースの売上が伸びている。今後もお好み焼き関連では好調な状況が続く。
		電気機械器具製造業（経営者）	・海外の受注は今後もまだ増える見通しである。国内企業も中国を含む東アジアの成長に刺激を受け、生産や販売先を海外にシフトする動きのほか、国内での活動も活発になっている。円高による悪影響や巨額の財政赤字といった懸念材料はあるものの、今年に比べれば好調な推移となる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・受注が少し増えているため、先行きはやや良くなる。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・海外生産から国内生産に回帰する動きがあるため、先行きはやや良くなる。
		建設業（経営者）	・全体的な状況は良くなるものの、回復のスピードは速くない。
		輸送業（営業担当）	・低価格の衣料品や食品の増加で荷物量はかなり増えているため、先行きはやや良くなる。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・受注量の動きをみると、今後はやや良くなる。
	変わらない	食料品製造業（経理担当）	・今月の売上は前年比で96.99%とマイナスに終わっており、見通しとしては厳しい。特に悪かった量販店は30%以上のマイナスとなったが、何が原因なのかが分からない状態である。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・今後も受注量に大きな変化はない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・景気の上向きような話が、取引先からは聞かれない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・新聞には景気の良い記事が出ているが、製造業の立場からすると経営状態に余裕はない。今後、好転するきっかけとなる要素も見当たらない状況である。
		一般機械器具製造業（経営者）	・当社を取り巻く環境は比較的良好いため、今後数か月も現在の状況が続く。
一般機械器具製造業（設計担当）		・どん底の状態が続いているため、良くなるか悪くなるかといった感覚がなくなっている。	

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		
		電気機械器具製造業（経営者）	・メーカーにとって最も気になるのは海外の動向であるが、米国の景気は少しは良くなるものの、日本の景気回復にはまだ時間が掛かる。		
		電気機械器具製造業（企画担当）	・住宅版エコポイントもあるため、住宅関連の好調はもうしばらく続く。		
		電気機械器具製造業（営業担当）	・周囲の会社からも景気の良い話が聞かれないため、今後も現在の状況が続く。		
		建設業（経営者）	・ばらまき型ではなく、効果の見込める景気対策を早急に実施してほしい。公共工事は発注量が増えることはなく、民間の工事でも価格競争が厳しくなる。		
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・今月は少し上向いたが、折込チラシはクリスマスや年末商戦による増加であるため、今後も上向き傾向が続くわけではない。		
		広告代理店（営業担当）	・広告業界では、新年以降の新たな良い話が聞かれない。		
		広告代理店（営業担当）	・広告量が安定していないため、今後も全体的な状況は変わらない。		
		経営コンサルタント	・顧客企業の食品スーパーでは、価格の低下や買上点数の減少により売上が前年を下回っている。価格が低下するなかでの買上点数の減少は、明らかに買い控えが起きている証拠であり、この動きは今後もしばらく続く。		
		司法書士	・年末にもかかわらず、事件数、案件数共に少なく、景気の良くなる要因がない。		
		コピーサービス業（従業員）	・広告物が紙媒体から電子媒体へシフトしつつあり、例年ポスターの作成依頼がある複数企業からも変更の通知があった。今後は電子化によって徐々に仕事が減っていくことになる。		
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・年末年始のCM出稿は上向いたものの、その先は依然として不透明である。		
		やや悪くなる		繊維工業（団体職員）	・綿糸価格の高騰が続き、受注に悪影響が出てくる。販売価格への転嫁も容易ではないため、採算が更に悪くなる。
				繊維工業（総務担当）	・消費者向けの雇事は得意先の戦略に左右されるが、雇事の経費では当社の負担割合が増えるなど、先行きの見通しは厳しい。
化学工業（経営者）	・ここへきて円高の影響が出てきた得意先も増えている。極端に悪くなることはないものの、景気全体に悪影響が出てくる。				
化学工業（企画担当）	・年末年始の特需が落ち着くほか、製菓、製パン業界では定番品、大量流通品の値引き販売が一般化し、価格を戻しにくいため、原料メーカーの販売価格にも影響が出る。菓子、パン類ではコンビニやスーパーといった販売チャンネルによって売行きに大きな差が出るなど、消費者の動向が読みにくくなっている。				
化学工業（管理担当）	・エコポイントの縮小で家電製品の販売がしばらく低迷するほか、原材料価格の値上がり分を製品価格に転嫁できないため、利益が圧迫される。また、米国経済の先行きも依然不透明であり、輸出の回復も困難である。				
金属製品製造業（経営者）	・円高の影響が徐々に出てきているため、先行きの見通しは暗い。				
金属製品製造業（営業担当）	・鉄道車両向けの売上が悪化する。				
金属製品製造業（総務担当）	・受注価格は相変わらず安値が続いており、売上也予定を下回る気配となっている。				
電気機械器具製造業（宣伝担当）	・エコポイント制度の縮小による影響が今後更に出てくる。				
建設業（経営者）	・建築業界もデフレ状態に陥っており、仕事を取るためには受注単価を上げることはできない。人件費を限界まで下げて対応しているなか、政府は最低賃金を上げようとしているため、利益を出すことがますます困難になる。				
輸送業（営業所長）	・大口顧客からは今年早々の運賃見直しを求められており、今以上のコスト削減が必要となる。				
金融業（支店長）	・雇用情勢も不安定であり、衣料品メーカーがバーゲンセールを行っても客は必要な物しか買わないため、今後も景気回復とは程遠い状況となる。				
その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・正月に人もお金も動いた分、財布のひもも固くなり、3月決算に向けては経費節減の傾向が強まる。				

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	繊維工業（総務担当）	・市況の悪化により、多くの輸入業者では値下げしても売れない状態が続いている。高品質を武器に国内生産を続けている当社は彼ら以上に打撃を受けており、今後この傾向は更に厳しさを増す。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・楽観的な展望を持ちたくても不安要素が多過ぎる。仕事量の減少や競争相手の増加、値引き競争の激化のほか、市場の衰退も進んでくる。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・今年も景気の良くなる要素がない。
雇用関連	良くなる	求人情報誌製作会社（企画担当）	・年度末に向けて求人件数は増加傾向となる。
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・公共機関では来年度を見据えたIT業務の求人が増えつつある。これから生保などの金融機関に動きが出てくれば、求人水準については米国の大型金融機関の破たん時まで戻る。
	変わらない	職業安定所（職員）	・有効求職者数は8か月連続減少と回復基調は続いているものの、新規求職者数は一般、パート共に前年比で微増に転じるなど、高止まり状態となっている。一方、有効求人数は4月を除けば10か月連続で増えているため、全体としては今後やや良くなる。新規求人についても、製造業や卸売・小売業で着実に増えているほか、成長分野の介護・福祉業でも大きく増加している。
		人材派遣会社（役員）	・景気に重大な影響を与える政治の先行きが依然として不透明であり、来年度予算の成立も曲折が予想される。法人税率の5%引下げは雇用拡大に多少のプラスとなるものの、家計の所得増加につながるかは判断が難しい。規制強化による雇用拡大のような政策が行われているため、先行きの見通しは厳しい。
	変わらない	人材派遣会社（支店長）	・求職者の間で派遣に対するイメージが悪くなっているため、派遣求人に対する反応は今後も鈍い状態が続く。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・中小企業には赤字企業も多いため、法人税率の5%引下げに雇用対策としての効果はない。大企業も先行き不透明な状況では単純に雇用を増やすとは考えられない。根本的な雇用対策が行われない限り、景気が上向くことはない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・大手企業の業績はほぼ安定しつつあるが、中小企業は全体的に回復が遅れており、求人が増える状況にはない。
		職業安定所（職員）	・夏以降は新規求人数が増加しているものの、年末になって製造業や運送業では減少に転じている。特に正社員の求人数が伸び悩んでいるなど、先行きに不透明感がある。
		職業安定所（職員）	・事業所からは先行きが不安という声が多いものの、求人の姿勢に大きな変化はみられず、当分大きな変化はない。
		職業安定所（職員）	・企業のアジア進出に歯止めが掛からず、海外との競争に精一杯で国内に利益が還元されないため、先行きの見通しは厳しい。
		民間職業紹介機関（職員）	・稼動の見込める日雇労働者層が生活保護に回り、市場に戻らない状況となっている。求人数自体も建設部門ではこれ以上伸びにくいいため、日雇関連の会社の廃業も目立っている。
		民間職業紹介機関（大学担当）	・年明け以降は次の学年の採用活動が始まる。中小企業のほか、福祉業界では採用意欲が若干みられるものの、学生の希望に合わないため内定率は上昇しない。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・人材紹介案件数に変化の兆しがないため、今後も現在の状況が続く。
		民間職業紹介機関（支社長）	・求人数、面接数は増えているが、企業の求める要件が高度化しており、採用者数が伸びていない。景気の上昇局面では採用者数を確保するために要件が下げられるが、現状はその兆しがない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・求人企業数は少し回復傾向にあるが、採用数は明らかに減少しているため、先行きの見通しは厳しい。
		学校〔大学〕（就職担当）	・先行きについても雇用情勢は依然として不透明である。
	やや悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・政治の混迷、円高といった不安要素が多いため、例年比べて動きが鈍くなる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今年1月からの出稿依頼にも全く回復がみられない。関東では求人広告にも回復基調がみられる一方、関西はまだまだ時間が掛かる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・エコカー補助金の終了で自動車関連の新規求人が減少するなど、今後は全体としてやや悪くなる。パート求人が増えており、特に4か月未満の臨時求人の増加がみられる。
	悪くなる	—	—

8. 中国（地域別調査機関：（社）中国地方総合研究センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	商店街（代表者）	・商店街を訪れる人たちの会話などから、景気は良い方向に向かっている。
		百貨店（営業担当）	・テナント各店舗の店長も少し持ち直してきたという感覚を持っている。
		コンビニ（エリア担当）	・主力商品を中心に順調に回復している状況は変わらない。今後消費の拡大が望めるので、2月以降キャンペーンを軸に売上の拡大が期待できる。なおこのところ安売りが減少しており、利益面でも期待が持てる。
		コンビニ（エリア担当）	・売り方の工夫次第で商品は動くため、商品が動けば景気は上向く。
		乗用車販売店（副店長）	・各メーカーからの新型車、特に量販のコンパクトカーの発売や初売りなどで市場が盛り上がり、販売量が増加する。またその流れのまま2月中旬から3月決算商戦にかけて景気が良くなる。
		その他小売店〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・実施企画への反応が良く、12月24日までで売上が前年比で103%と先月に比べて5%上昇しており、購買意欲が向上している。
		一般レストラン（経営者）	・不景気も底を打った感があり、食事券などをセットにした日帰り旅行商品も動きが良くなってきている。
		都市型ホテル（従業員）	・2011年には山口国体が開催されるため特需に期待できる。
		通信会社（広報担当）	・人気のスマートフォンを引き続き予約のあった客へ渡していることに加え、冬モデルのラインナップも充実していること、更に新たなタブレット型端末も選択肢に加わったことで、積極的に新規契約を獲得し販売向上に努めていく。
	ゴルフ場（営業担当）	・3月になれば客の動きが回復するが、競合他社との競争が始まるため売上は芳しくない。	
	変わらない	商店街（代表者）	・店舗の入替わりはあるものの、商店街全体の景気が沈下傾向である。
		商店街（代表者）	・中高年と若者層の購買の傾向が変わらない。
		商店街（代表者）	・12月には客に多少の購買意欲が感じられたが、現状の生活環境や政治動向の最悪さが反動要因となり、今後2、3か月先を含め今年の更なる厳しさにつながる。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・地方の小さな町は少子高齢化が進み、年々活気が失われてきており、土日の街中は静まり返っている。この状況が継続するため流通業に関わる小規模商店は厳しい。すでに大型店や産直市場などへ客足が流れており、今後も変化はなく現状維持の状態が続く。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・店や企業の買い控えや経費節減が続くことから、やや悪いままで変わらない。
		百貨店（営業担当）	・客の選択に百貨店でしか購入できない商品は百貨店で、日用品はディスカウント店等でという二極化傾向がより鮮明となる。
		百貨店（販売促進担当）	・初売り商戦が近づいているが、福袋、セール商材のメーカー在庫が減らされているため、手配するのが難しい状況が継続するとともに、価格だけでは購買決定につながらず、一気に商況が上向くことはない。また郊外の大型ホームセンターの開店も商戦に影響を及ぼす。
		百貨店（売場担当）	・直近3か月は好調であるが、その要因は前年大幅に数字を落していたことがあるため、決して楽観視はできない状況である。好調な商品群も単価は若干落ちており、クリアランス商戦に突入するなかで、単価低下の傾向はこれから顕著に出てくるうえにセール在庫は大手ほど少なく、1月後半は売上が失速する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（購買担当）	・政治施策での給付金や子ども手当の増額等の影響で、客は金を消費に回す気持ちが高まっている。消費に対する客の姿勢は前向きであるが、今後の景気は今月同様良くもなく悪くもならない。
		百貨店（電算担当）	・冬物婦人衣料が牽引して店全体の売上は前年比で0.1%伸びており、特に正月用の掛け軸が34%の伸びを示している。これだけ見ると低下が止まっているが、歳暮売上は10%低下しており、依然消費が冷え込んでいる。
		百貨店（営業企画担当）	・現在に比べ大きな変化はない。
		スーパー（店長）	・販売点数が前年比を大きく下回る状況が半年以上続いている。客も生活防衛意識が鮮明で、今後もこの傾向が続く。
		スーパー（店長）	・景気が良くなるか悪くなるかの要因が見出せない。
		スーパー（業務開発担当）	・近隣の会社の賞与も出そろったが、前年割れのところが多く、客からは節約や切り詰めなどの声ばかり聞こえてくる。テレビ番組で海外旅行や都会のにぎわいが放映されるが、他国の出来事のようなのである。
		スーパー（管理担当）	・11月は売上と来客数で共に前年を割る実績で終わったが、12月現在では持ち直し感が出ている。この先2、3か月はこの繰り返しとなる。
		スーパー（営業システム担当）	・前年と比べても目立った増加も減少もない。このまま行けば前年同様かもしくは緩やかな増加傾向になる。
		コンビニ（営業担当）	・たばこの売上高は改善傾向にあるが、販売数に関しては依然前年割れ傾向が続き、来客数も減少する。
		衣料品専門店（店長）	・先が見えない経済状況で、2～3か月後も不透明である。
		家電量販店（店長）	・エコポイント制度の変更があったため、先月からの反動で、販売量が大きく低迷している。現状は当業界の市場を動かすだけの要因はみつからず、しばらくは現在の悪い状況からの横ばい推移が続く。
		乗用車販売店（経営者）	・明るい材料がない現状では好転は難しい。
		乗用車販売店（営業担当）	・先行き不透明である。
		自動車備品販売店（経営企画担当）	・大きく変わる要素はなく、引き続き厳しい状況が続く。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・当分この景況は続く。経済規模が縮小し全ての市場は調整が進み落ち着いていくが、既存のカテゴリーでの成長はない。小売業では新しいサービスや商品が創造されれば、そこに新しい市場ができてくる。
		その他専門店〔和菓子〕（営業担当）	・急激な上昇が見込まれるような要素が見当たらない。
		一般レストラン（経営者）	・消費者の収入の低下が徐々に進んでいる。来客数減少に加え客単価の低下も進み、デフレスパイラルの状況に変わりがない。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・景気が良くなる話はなく、逆に悪い話が多い。また最近では客の動きが変わる気配も感じられない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会では直前での予約が増えているため、利用人数は増える感があるが、大きく伸びる要素は見当たらない。
		旅行代理店（経営者）	・今の経済状況の変化が2、3か月で変化する材料が見受けられない。
		通信会社（社員）	・サービス利用に関する新規問い合わせに変動がない。
		通信会社（企画担当）	・例年年明けには販売量が低下するが、地上デジタル化への残りの移行期間となり、年度末に小さい山になるため、若干の販売商機となり、景気が幾分回復する。
		通信会社（通信事業担当）	・解約数は依然として多めに推移しているが、新規契約数が少し増えつつある。
		通信会社（営業担当）	・好転する材料がみつからない。
		通信会社（営業担当）	・今年7月の地上デジタル化完全移行を控えて新規加入の動きもあるが、それ以上に他社切替やアンテナ設置による解約も増加しており、しばらくはこの状態が続く。
		テーマパーク（業務担当）	・閑散期になるため来園者の絶対数は減少するが、花にちなんだイベントの開催により、来園者数の前年比増を維持できる見込みである。
		テーマパーク（管理担当）	・計画で予想した数字を下回り始めている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		テーマパーク（広報担当）	・団体客の動きが少し戻ってきている。また韓国からの観光客の増加も見込めるので、冬場の落ち込みをカバーできる。
		美容室（経営者）	・他の業態同様、当業態も販売と技術との力のバランスを考慮して変更する必要がある。ただそれには時間がかかることから、景気回復には時間がかかる。
		設計事務所（経営者）	・良くなる要因が全く見当たらず、今年は更に厳しくなる。
		設計事務所（経営者）	・建築という大きな投資をするには長期的な景気見通しが必要になるが、先が読めない状況が続いている。近いうちに建築を取り巻く状況が好転する要因が見つからない。
		住宅販売会社（従業員）	・客の来場数の停滞傾向が続いているものの、購買意欲までは停滞していない。
		住宅販売会社（販売担当）	・展示場イベントへの来場者数が、前年に比べてマイナス傾向が続いている。
		住宅販売会社（経理担当）	・新年になっても目新しい景気対策がないため、景気は横ばいで推移する。
	やや悪くなる	一般小売店〔酒店〕（経営者）	・新年を迎え新年会が一巡すると例年通り暇な時期に突入するが、この時期を乗り切れるかどうか不安である。
		一般小売店〔印章〕（営業担当）	・年末にもかかわらず企業からのゴム印、印鑑の注文が少なく、企業が前向きでないことがうかがえる。
		百貨店（売場担当）	・今春以降も相変わらず当店から撤退する取引先があとを絶たず、その穴埋め対応が優先されるため、増収できる攻めの品揃え計画への変更が難しい。
		百貨店（販売担当）	・今期は各取引先も生産量を減らしており、春先まで続くセール展開において早期にセール在庫がなくなってしまうため、春物の定価品展開を拡大しても前年実績のクリアは難しい。
		スーパー（店長）	・景気の動向は悪くなるばかりで、客の様子からは買物するという購買意欲が全く感じられない状況で、良くなることはない。
		スーパー（販売担当）	・少人数の家庭が増えているほか、平日は必要なもののみ購入し、休日に郊外の量販店等でまとめ買いをする客が増加している。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・現在の状況では客を呼ぶことは難しい。3か月先に新たな制度もないので、来客数が減少し単価的にも厳しいため、全体的にやや悪くなる。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・前月及び前々月の売上不振が冬物衣料の在庫過剰となり、見切り処分が増加しているため、業績が悪化する。
		衣料品専門店（販売担当）	・来客数が減少することで単価が低下する。
		家電量販店（店長）	・エコポイント制度は継続しているが、客の多くは11月に購入しており、今後2～3か月は厳しい状況となる。
		乗用車販売店（店長）	・販売台数は前年を割り込む状況で、客の動きも鈍くなっているため今後の期待ができない。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・年金の減額等により、客の中心が高齢者の当店にとって、今後良い材料が見当たらない。
		高級レストラン（スタッフ）	・予約が前年に比べ若干下回っている。
		一般レストラン（店長）	・景気はどんどん悪くなる一方である。忘年会の単価や件数が共に減少しているため、新年会も期待できない状況にあり、更なる単価の落ち込みが懸念される。
		観光型ホテル（スタッフ）	・昨年ベースよりも落ち込んでいる。
		観光型ホテル（支配人）	・12月以降の入込みが極端に悪い。
		都市型ホテル（支配人）	・景気が最も停滞する時期であり、各種プランの販売で客室部門の稼働率を上昇させても、宴会部門での売上が低迷すれば全体としての景気は良くならない。
		都市型ホテル（総支配人）	・観光客の入込み状況が低調に推移している。
		競艇場（職員）	・1月末に向けては売上が増加するが、2～3か月後は売上が見込めるレースがないため厳しい状況となる。
		美容室（経営者）	・12月は他の月より売上が伸びるのが普通だが、それを過ぎると例年以上に厳しい状況になる。
		設計事務所（経営者）	・給与などの待遇がしばらく改善する気配が見えないため、しばらくは回復が厳しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	商店街（代表者）	・客は定価の商品は購入せず、値下げ商品やサービスポイント商品等を購入しており、デフレ傾向が顕著になっている。あるものをあるときにより安く、より長く使えるものを買うという意識がうかがえる。今後政治的にも経済的にも明るい見通しが立たない閉塞した状況では売上の増加は望めない。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・急に寒くなり雪も降るようになってきたので、更に人出が減る。
		スーパー（財務担当）	・今後も競合店の低価格競争により、客単価の前年割れが続く。
		衣料品専門店（経営者）	・商店街の同業者のみならず他業種でも閉店に歯止めがかからない。
		家電量販店（店長）	・1月以降エコポイント制度の変更に伴い、対象商品、特に薄型テレビの販売量減が予測され売上の減少となる。
		乗用車販売店（統括）	・エコカー購入補助金が終了し、月を追うごとに前年比較でますます売上状況が悪くなっている。
		住関連専門店（広告企画担当）	・金をすぐ使う必要があるものにしか使わない雰囲気があるため、どの業界も全てが良くなることはない。
		美容室（経営者）	・景気が現状のままだと財布のひもがより固くなり、頻繁に来店する客が減少する。
企業動向関連	良くなる やや良くなる	○	○
		木材木製品製造業（経理担当）	・力強さはないが足元の景況感が継続する。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・地元の有力メーカー以外に数社からの受注が期待できる。
		通信業（営業企画担当）	・取引先から来年度に向けた設備投資に関する見積依頼が年末まで相次いでおり、年明けも引き続き同様の流れが続く。
変わらない		会計事務所（職員）	・先月あたりから製造業は徐々に忙しくなっている。年明けから年度末にかけての受注見積が増加してきており、関連業界の売上高は前年を上回る。
		農林水産業（従業者）	・11月のイカ漁が好調だったが、全体では水揚げ数量は前年並みで、売上金額は1億円の減少となっている。
		食料品製造業（総務担当）	・現状では生産量の絞り込みが限界にきており、欠品が続いている。今後はその見直しを行って客の声に応えることが必要だが、内部での対策は夏場以降となる。
		食料品製造業（業務担当）	・商品価格の下落はこれ以上は起こらないと思われるが、個人消費では客が必要なものしか買わない傾向が続く、他社商品との差異化なしには生き残れない。
		繊維工業（統括担当）	・閉塞した低迷状況からの早期脱却が望まれるが、簡単には変わらない。
		化学工業（総務担当）	・石油石炭税の増税により製品コストへの負担が増加し、業績への影響を受ける。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・大口案件の受注も見込めず、現在水準の生産が継続する見込みである。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・特段大きな動きが見込まれていない。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きに変化がない。
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	・北米を中心とした海外向けの自社製品に順調に注文が入ってきているが、円高による為替のリスクが懸念される。
		電気機械器具製造業（広報担当）	・受注が上半期の好調な状況に戻る見込みがない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・受注動向次第である。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・顧客は大型新製品がないものの海外生産が好調であるため、受注量としては横ばいが見込める。しかしながら好調であるがゆえに現地調達という可能性も否めない。
		建設業（経営者）	・今後景気が回復する大きな要因はなく、悪い状況が継続する。
		建設業（総務担当）	・景気が回復に転じるとしても、材料費等の原価が上昇し利益を圧迫する。
		輸送業（統括）	・向こう3か月間の各顧客の情報を検討すると明るい兆しが見えてこない。他県の顧客や県内の一部の顧客で設備集約の話があるが、その内容に応えられる物件がなかなかみつからないので苦労している。
		輸送業（運送担当）	・地方では景気回復の特効薬でもない限り、現状はなかなか回復しない。

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
		金融業（自動車担当）	・新興国向けの需要が堅調さを維持し、国内需要の低迷をカバーすることで、全体では現状程度の生産量と利益を確保する。
		金融業（営業担当）	・新聞報道では大企業の損益改善のニュースが流れているが、地域の中小企業に恩恵はみられない。取引先に対する融資相談において、設備投資、増加運転資金のニュースはほとんどなく、足元の運転資金をどのように調達するかの話が大半である。多くの中小企業が消費低迷により減収を余儀なくされており、減収打開のため方策を尽くすが、効果が現れたという話を聞く機会は少ない。地域を支えている中小企業の経営陣からのヒアリングでも、景気回復に向けた前向きな発言は少なく、今後3か月間も大きな変動なく景気が推移する。
		広告代理店（営業担当）	・景気が上向く材料が全くと言って良いほど見当たらない。
	やや悪くなる	コピーサービス業（管理担当）	・外部環境に変化が感じられず期待できない。地道に営業展開を図ることしかないが、人材を投入しても長続きしない。新しい人材を投入すべく募集をする人は来ず、本当に不況による就職難の時代なのか不可解である。
		化学工業（経営者）	・主要取引先からの今後四半期の受注予定が見直しされ、下方修正先が出てきている。
		鉄鋼業（総務担当）	・明るい材料が少なくなっている。仕入値は値上り見込みであるうえ、売値は客先からの値下げ圧力が強く収益が悪化が見込まれるほか、販売数量も現在より増えることはない。
		鉄鋼業（総務担当）	・民間の活力が衰退しているなか、政府の景気刺激策に展望が感じられない。
		金属製品製造業（総務担当）	・競争激化による得意先からの値下げ要請や原材料価格の高騰懸念があり、状況は昨年よりもっと厳しくなる。
	悪くなる	その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・国内はもとより海外からの材料や部品の値段が高騰しているなかで、製品価格は低下傾向となっている。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・今年製品価格の値下げをする話がある。
雇用 関連	良くなる やや良くなる	—	—
		人材派遣会社（営業担当）	・依然として求人状況が回復したとはいいがいた状況が続いている。景気が上向いていると実感している経営者は少ないが、停滞している今の状況が長く続いているため、良くなることへの希望的な観測が強い。
		人材派遣会社（支店長）	・1～3月の期間において派遣先より契約を終了する話が昨年度と比較して減少傾向にある。
	変わらない	職業安定所（職員）	・新卒者就職促進の奨励金制度の新設により、若年者層向けの一般求人は増加傾向にある。また心配された円高による影響は現在のところさほどでもなく、好調な輸出に支えられた製造業や人手不足の介護福祉関係で求人意欲が高い。
		人材派遣会社（支社長）	・正社員の求人数は徐々に増加傾向にあるが、製造業を中心に生産拠点を海外へ移管する動きがあり、国内の雇用がどうなっていくか不透明である。
		人材派遣会社（営業担当）	・派遣依頼をした企業も忙しさがどこまで継続するか見極められておらず、相変わらず先行きは不透明である。現契約は年度末までのものが多いため、年度末までは景気も現状が維持される。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・雇う側は引き続き新卒者では優秀な人材、中途採用者では即戦力となる人材の獲得に向けて積極的な活動を続けていくが、特に新卒者の採用活動を本格的に行う企業はすでに媒体への掲載を済ませており、2、3か月後に新たに予算を確保して採用活動をスタートさせる企業は極端に減る傾向にある。
		民間職業紹介機関（職員）	・雇用関係は多少改善に向かうが、景気を左右するほどのインパクトは生じない。
	やや悪くなる	学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・求人情報数、就職内定率には昨年同時期と比べて大きな変化がない。
		職業安定所（職員）	・新卒者とりわけ高校生の状況が厳しい。例年は複数社から内定をもらった大学生が、就職先以外の企業を辞退した際、採用枠を高校生が埋める動きがあった。しかし今年は大卒も就職状況が厳しく辞退者が少ないため、高卒求人の提出が少なくなっている。

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
		職業安定所（職員）	・新年度の事業計画を作成するに当たり、先行きの仕事量が不透明なため、公共工事が減少する建設業、輸出関連企業は円高の影響がある製造業、消費意欲の減退により売上の伸びない小売業の企業から、生産調整や雇用調整を検討せざるを得ないとの話も聞かれ、先行きの雇用意欲が弱い状況にある。
	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	一般小売店〔菓子〕 （総務担当）	・特卖日の消費は意欲的である。	
		コンビニ（店長）	・来客数、買上点数が増えている。客の様子に以前よりゆとりを感じる。	
		衣料品専門店（経営者）	・最近の低気温、もしくは、賞与の増額のため、以前のモードとは随分違う感じがする。今後も好状態が続くと考える。	
		観光型旅館（経営者）	・昨年は大河ドラマの影響はさほどなかったが、ドラマも2年目に入り、春先の予約状況は昨年より良い。	
	変わらない		商店街（代表者）	・商店街内の空き店舗の多くが新店オープンしているが、開閉店のスパンが短く、淘汰が激しい。依然、低いレベルでのせめぎ合いが続いている。
			一般小売店〔酒〕（販売担当）	・政治がしっかりしていないと経済も安定せず、先行きが不安である。
			百貨店（営業担当）	・来客数については年初に比べると下げ幅が縮小している。売上については、相変わらず宝飾品等の高額品の動きが少ないが、ファッション関連、ブランド商品群については下げ幅が縮小している。その他、クリスマス商戦は比較的好調に推移した。この動きが今後も続くことを期待する。
			百貨店（販売促進担当）	・セール期間に入るが、客単価は下がり、買上点数増加の見込みもない。このまま苦戦状態が続く。
			スーパー（企画担当）	・今後も競合店の出店予定があり、客の買い回りがさらに進む。
			スーパー（財務担当）	・閉塞状態を打開する施策が見当たらない。
			スーパー（企画・営業担当）	・今冬は、気候要因により、売上面は好調である。しかし、春以降はその反動が予想される。
			コンビニ（総務）	・来客数が改善する見込みは薄い。
			衣料品専門店（経営者）	・政治が不安定で、経済対策が不透明である。
			衣料品専門店（総務担当）	・身の回りに良いニュースが少なく消費マインドが低迷している。顧客の財布のひもは依然固く、短期的に改善するとは思えない。また、セール待ちの客が多く、ますます薄利の状況が強まっていく。
			乗用車販売店（従業員）	・エコカー購入補助金制度終了後、新車販売台数が大幅に落ちている。需要を先取りしているため、回復時期がいつになるか分からない。
			乗用車販売店（営業担当）	・企業業績は不透明であり、個人の購買意欲も変わらない。今後、3月の企業の決算があることから、春の需要期に期待したい。
			一般レストラン（経営者）	・エコポイント獲得のため大きな出費をしたため、もしくは、景気の先行きが見えないため、消費者は食費関連の出費を控えている。12月の売上高はかなり悪い。
			その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・少し持ち直してきたが、現状維持の範囲内である。
			通信会社（企画）	・アナログ停止・デジタル化など、既存の材料しかないため、現在の状況が続くであろう。
		通信会社（支店長）	・キャンペーン等により一時的に販売量は上向いてはいるものの、今後の状況は予断を許さない。	
		観光名所（職員）	・円高の進行や、不安定な社会情勢のため、すぐに景気が良くなるとは思えない。	
		住宅販売会社（従業員）	・商談数、受注量ともに、先行きは横ばいである。	
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・内需産業・中小零細企業にとって、厳しい環境が続く。	
		商店街（代表者）	・人の動きが鈍く感じられる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔酒類〕 (経営者)	・今まで、高速道路の終点に立地していたため恩恵があった。しかし、3月に高知自動車道が中土佐ICまで伸びることから、少なからず影響が出ると思う。
		一般小売店〔乾物〕 (店員)	・良くなる根拠が見当たらない。
		百貨店(売場担当)	・今は、防寒や迎春のために支出しているが、正月を過ぎると、必要なものしか買わない傾向が強まる。
		スーパー(店長)	・消費者は普段は節約し、「はれ」の日にはお金を使うという傾向が顕著である。年末も過ぎたことから、消費者は節約傾向になると思われる。
		スーパー(店長)	・地上デジタル放送への切替え時期が迫っているため、テレビなど電化製品への出費が多くなる。一方、食品への出費は減るであろう。また、扶養控除等がなくなるため、負担増の世帯は、食品の購買力が低下する。
		スーパー(統括担当)	・雇用面、収入面の不安が続き、加えて、政治の先行きの不透明感もあることから、なかなか消費は上向かない。
		衣料品専門店(経営者)	・企業の業績回復など、消費を刺激する材料が見当たらない。
		衣料品専門店(副店長)	・客の財布のひもは固くなっており、服に対する必要性も減ってきている。この様子なら、春物が入ってきても、必要な時にしか買わないであろう。
		乗用車販売店(従業員)	・全体的な景況は先行き不透明である。雇用問題など、個人消費がまだまだ悪くなる要素がある。
		その他専門店〔酒〕 (経営者)	・12月は、お歳暮・正月用がよく売れているが、その反面、1～3月は売上が下落してくるであろう。
		旅行代理店(支店長)	・4月以降の高速道路料金値下げによって、公共交通機関の利用がますます減少する恐れがある。ひいては、国内旅行の「安・近・短」傾向に拍車がかかるであろう。
		タクシー運転手	・賞与カットや給料の低下を嘆く客が多い。
		競艇場(職員)	・例年、1月は、正月レースがあるため財布のひもが緩む傾向にある。しかし、最近の傾向を見ると、それも単発に終わってしまう懸念がある。ここ数か月間、1日当たりの売上・月間売上ともに前年比10～30%減少していることから、2～3か月先も減少傾向が続くと思われる。
		美容室(経営者)	・所得控除見直しなどの税制改正によりさらに節約志向が強くなりそうである。
		設計事務所(所長)	・既存の事業用地が数多く売りに出されている。
		設計事務所(職員)	・補正予算に期待していたが、公共事業関連の予算規模は小さいものとなった。そのため、年度末にかけて、一段と低価格での受注競争が激しくなる。手持ちの仕事量は底をつき、新規受注量も減少する。また、受注しても採算性の低い業務となるため、景気はさらに悪くなる。
		悪くなる	
住関連専門店(経営者)	・全体の景気が良くないと、販売量は伸びない。		
都市型ホテル(経営者)	・先行きの予約状況は悪い。今後も、低単価、買い控えといった傾向が続く。		
タクシー運転手	・例年、地元水産業者の1～2月の水揚げ量は、年末に比べぐっと落ちる。今年は、例年より落ち込みが大きい予想である。		
ゴルフ場(従業員)	・現在の予約状況を見る限り、予約状況はやや悪い。客数、客単価も下落しており、今後も非常に厳しい状態が続く。		
企業動向関連	良くなる やや良くなる	—	—
		繊維工業(経営者)	・1月以降、商品の一部に値上げを要請するため、受注量が減少する心配がある。しかし、概ね順調に推移すると考える。
		通信業(営業担当)	・最近では、株価低迷や円高傾向に改善の予兆が出てきており、そのためか、金回りが良い人が増えた。年末年始という時期もあり、彼らに食事会、飲み会に誘われる機会が増えている。
		不動産業(経営者)	・近年、各地域からの注文が来ており、特に東京からの注文が増加傾向にある。まだ確実とは言えないが、不動産業界も底であった状態から、やや動きつつあるように思われる。

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
	変わらない	食料品製造業（従業員）	・受注価格の下落が続く、販売量の増加もさほど見込めない状況下で、今後、景気が好転するとは思えない。
		木材木製品製造業（経営者）	・業界全体が前年比、若干プラスで動いている。マンション・アパートは3月頃にピークとなる。戸建て・分譲住宅は現状の水準が続く。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・年末までにある程度の出荷を終え、1、2月は、稼働日数も少なく、年末の出荷の反動が伴うことから、落ち込むものと思われる。前年度は大変悪かったため、今年度は少し良くなるのではないかと思う。
		建設業（経営者）	・変わる要素が全く見当たらない。
		通信業（部長）	・新規投資案件に対する顧客企業の対応はあくまで慎重であり、具体的なコストメリットがないと踏み込まない。消費者需要の増加がなければ、このような企業の姿勢は今後も続く。
		広告代理店（経営者）	・今年度末、自動車関連業者からの広告受注は確保している。しかし、その他の業者は、業績不振のため広告費を削減しているところが多い。
		広告代理店（経営者） 公認会計士	・冬場の繁忙期はさほど大きな変化はないと思う。 ・設備投資に対して消極的な経営者が多い。また、将来の資金繰りや売上が伸びない点を懸念している経営者も多い。今後も景気低迷状態が続くと考える。
	やや悪くなる	鉄鋼業（総務部長）	・円高の影響により、販売先が中国・韓国・ドイツ等との価格競争で苦戦している。
		電気機械器具製造業（経営者）	・家電エコポイント制度の終了により、消費の低迷がさらに深刻になる。
	悪くなる	建設業（総務担当）	・最近、材料費の大きなウエイトを占めている鋼材の値上がり予測されている。このため、資材手当が終わっていない工事については赤字が懸念される。
輸送業（統括）		・客先が商品をストックせず、必要な分だけ注文するため荷動きが悪い。この傾向が年々強くなっている。	
輸送業（支店長）		・荷主の多くは、中国製品に押され生産量が低下している。	
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（営業部長）	・各自治体の緊急雇用対策予算が具体的に動き始める。ただ、人材派遣事業自体は厳しい。
		求人情報誌製作会社（従業員）	・4月に向け求人数が見込める。
		職業安定所（職員）	・企業の生産活動が上昇傾向にあり、フル操業への期待が出てきた。
		職業安定所（職員）	・月間有効求人倍率が先月より0.06ポイント上回った。
		学校〔大学〕（就職担当）	・新卒向けの求人の他、ハローワークの一般求人でも応募可能な求人が増加傾向にあり、内定率の改善が予想される。
	変わらない	職業安定所（職員）	・円高傾向がこのまま続くと、製造業はさらに厳しくなり、それに耐えられなくなる企業が増える。
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・年度末にかけ、受注が少なく不安を感じる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大手就職サイトのサービス水準は、この数年でほぼ同レベルになってきた。今後は価格競争に陥ることが予想される。大手の代理店である当社も、何の対策も打たなければ、利益が減少するため、厳しい環境が待ち受けている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・エコカー購入補助金制度終了後、カーディーラーが次の対策に乗り出すことを期待したいが、先行き不透明である。観光面では、龍馬伝効果がなくなるためもはや特需は望めない。このように、明るい話題がない。
民間職業紹介機関（所長）		・賞与を減少、又は全額カットする企業が増えている。	
悪くなる	—	—	

10. 九州（地域別調査機関：（財）九州経済調査協会）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	一般小売店〔生花〕（経営者）	・2月後半から3月にかけて花屋の需要が高い時期となり、今年も例年同様、卒業式や異動、開店祝い等の需要が見込める。ただ、客の動きをみる限り、過度の期待をせず、仕入れのロスにならないように注視しなければならない。新しい客を探すのは難しいが、新規開拓していかなければならない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや良くなる	百貨店（営業担当）	・宝飾や時計、高級ブランド品等の高額商品の動きが少しずつ良くなっている。また、数年間不振が続いた婦人衣料も最近の冷え込みにより、重衣料のニーズが上昇している。景気は少しずつではあるが回復傾向にある。
		スーパー（経営者）	・客の購買動向等から景気の底打ちをしたような気配が感じられる。
		スーパー（店長）	・年末の売上は悪くはないが、食料品が前年並みで推移しており、若干厳しい状況である。ただ、売上の底はついてきたので、今後は前年を割らない状況が続き、良くなる。
		コンビニ（販売促進担当）	・一番売上が大きい量販店向けの食品について、パンの受注が商談の中で良く出るが、価格が厳しく、売上は若干上がるものの、経常利益はそこまで伸びない。
		家電量販店（総務担当）	・テレビの需要は今年6月ぐらいまでは確実にあり、年明けから売行きが良くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・2、3月と決算次期を迎え、受注が伸びる。
		乗用車販売店（総務担当）	・新型車の商品力による販売台数増加と共に、車検・点検の入庫台数が増える2～3月のサービス入庫台数増大による収益確保を期待する。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・新規の客が微増しており、年末の売上も前年比102～103%とわずかであるが増えている。近隣地域に住宅ができ、純新規客が増えている。これらのことから、今後の売上もわずかであるが増える。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・九州新幹線の全線開業が間近に迫り、商談が増えている。新規客や販路を見出せる状況となっている。
	変わらない	商店街（代表者）	・景気の不透明感は続き、見通しが立たない状況である。客の様子をみると、先行きに対する不安は今後も続く。
		商店街（代表者）	・消費者は昨今の社会情勢から不安が募るばかりで、最低限の必需品しか求めず、必需品についても低単価の物を求める。もしくはエコポイントに象徴されるように、割引等のお得感がないと販売につながらない。所得が限られており、物欲がない一方で、健康管理に重点を置いている様子も見受けられる。
		商店街（代表者）	・政府の経済対策も具体性がなく、客の様子をみても、景気が良くなる要因が全く見当たらない。
		商店街（代表者）	・客をみると、高齢者が増えてきたことを実感する。高齢者からは新しい物を買おうという動きがほとんどみられず、財布のひもがすごく固くなっている。政治や景気の不安定さが影響しており、非常に貧しい国になっている。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・いろんな施策が打ち出されるが、出された施策が客の需要や購買心等に具体的にどうつながっていくかが不透明であり、今後も難しい状況が続く。
	一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・消費者が安心してお金を使えない状況が続いており、安い物にしか目がいけない客が多い。今後も厳しい状況が続く。	
	一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・大幅な売上の増加にはまだ期待できないが、徐々に上がってきている。	
	百貨店（売場主任）	・政局が安定せず、消費者が安心して買物できるような状況が醸成される気配がない。	
	百貨店（営業担当）	・購入に慎重な客の姿勢は変わらないが、便利な購入方法には好反応である。インターネットのおせち料理や一味違うギフトの動きが好調である。一方で年金減額により、買い控えをする客も増えている。	
	百貨店（売場担当）	・今月の来客数が前年比92%であったが、これが一過性のものか、そうではないのか、もう少し様子をみないと分らない。また、天候要因が衣料品の動きに大きく影響しており、現状では良くなるか悪くなるか判断し難い。ただ、流れ的には今月の売上が急激に前年比3ポイント減少し、客単価が上がっていないため、今後は客が増え、施策次第では今より売上が上がる可能性は高い。	
	百貨店（営業企画担当）	・百貨店を取り巻く環境は厳しく、店舗のスクラップや、社内の統廃合を中心とした施策で、客に照準を当てた具体的な浮揚策がみえない環境にある。また政府の景気浮揚策も、決定的なものがなく、悲観的ではあるが今後にも期待できず、厳しい状態が続く。	

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（業務担当）	・当面、客が買物を控える傾向は続く。年が明けても、処分期に入るため、客の単価を大きく上げるのは難しい。
		百貨店（企画）	・春は多くの企業が決算期を迎えるが、回復基調の企業が多い。そのような状況下、企業からの受注は増えるかもしれないが、個人消費については、雇用情勢がなかなか上向かないなか、伸び悩む。総じて、現状と変わらない状況が続く。
		スーパー（店長）	・一昨年の状況までとはいっていないが、前年と比べるとやや良くなっており、野菜の価格が低くなったことなどから、買上点数が伸びている。今後も横ばいの状況が続く。
		スーパー（店長）	・景気動向は非常に先行き不安であり、政治経済の不透明感、閉塞感等に対して、消費者がなかなか前向きに消費できない状況が続いている。
		スーパー（店長）	・社会行事関連の新入学、就職・進学等のギフトマーケットは比較的順調に推移するが、今後の景気の先行き不透明感が続き、客の支出は必要とする物に限られる。購入を我慢する傾向は更に強くなり、市場的には厳しい状況が続き、現状とあまり変わらない。
		スーパー（店長）	・現在の魚介類を含めた生鮮食品の価格高騰が続く。落ち込みにいささかのプレーキがかかるとは言え、全体的に購買意欲の向上までには至らない。
		スーパー（店長）	・雇用情勢や景気の先行きが依然として不透明感を残しており、今後も今の状況が続く。
		スーパー（総務担当）	・相変わらず消費者は価格にシビアで、同業他社を含め低価格戦略で購買意欲をかき立てるしかない状況が続く。
		スーパー（総務担当）	・販売数量や来客数はほぼ前年並みで推移しているが、雇用環境や所得環境は改善の兆しがなく、特に雇用環境は更なる悪化が懸念される。政府主導の経済政策も柱がなく、今後も現況の低調な状況が推移する。
		スーパー（経理担当）	・エコカー購入補助金制度や家電のエコポイント制度の終了とともに、消費は耐久消費財から身の回り品へ向かう可能性がある。しかし収入が減少しており、消費そのものが低迷するため、厳しい状況が続く。
		スーパー（業務担当）	・エコポイント制度の見直しにより、一時的な家電好況はテレビを除いて終息していく。個人消費は横ばいであり、落ち込みは少ないが、バーゲン等を前倒し行っており、今後も今と変わらない状況が続く。
		コンビニ（エリア担当）	・一時的な来客数の増加は図れるが、中小企業の業績が上向きにならない限り、客の購買意欲はあがらない。売上の増加を期待するが、思うようにならない状況である。
		衣料品専門店（店員）	・百貨店に来店する客の年齢層が高く、若い購買層の来店が少ない。高齢化が年々進んでおり、新しい客の獲得が難しい。今後も若い購買層が増えるような状況ではない。
		衣料品専門店（総務担当）	・衣料品関連の消費が若干上向き可能性はあるが、商店街の地盤沈下傾向と相殺されて、結局は変わらない。
		衣料品専門店（取締役）	・低価格の商品に関しては、春夏に楽しい商材や明るい色が増えるため、店内の工夫等により、客の購買意欲が上がる。高額品に関しては引き続き客管理等で好調さを維持して安定させる必要がある。
		住関連専門店（店長）	・今月はボーナス商戦と歳末商戦で来客数が多く、売上も高かったが、1～3月はその反動で支出を抑える傾向にある。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・季節要因と政治不信により、客の節約志向は続くが、節約疲れもみえ始めている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・冬場の灯油出荷の販売量の増加や新入学シーズンの必需品購入における消費マインドの回復に期待する。
		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）	・来客数は増加傾向にあるが、今後どうなるか全く読めない。
		高級レストラン（支配人）	・今年以降の動向はなんとも読めないが、低価格な物を求める姿勢に変わりはない。
		高級レストラン（専務）	・景気が不安定であり、お金を持っていても、先行き不安で使わない消費者が増えている。物が値上がりし、材料費がなかなか下がらない。
		スナック（経営者）	・依然として客の節約志向は続き、この厳しい状況は今後も変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他飲食〔居酒屋〕(店長)	・国全体が不景気であり、小さい企業にとっては本当に苦しい年末となっている。今後もこの状況が続く。
		観光旅館組合(職員)	・雪の影響などもあり、3月頃までは客が少ない。
		観光型ホテル(スタッフ)	・先の予約状況は良いとは言えない。
		都市型ホテル(副支配人)	・例年の受験生やスポーツ大会の団体予約は入っているが、個人の動きが非常に悪い。
		旅行代理店(従業員)	・学生旅行の出足が悪い。特にグループでの予約が少なく、少人数化している。一般客は前年よりやや良いが、手ごたえはあまり感じない。
		旅行代理店(業務担当)	・依然として厳しい状況下であり、景気は回復しない。
		タクシー運転手	・客からボーナスが出ないという声を多く聞く。年末の買物を控える客もいる。また、里に帰らず自宅で過ごすという客も多い。
		タクシー運転手	・景気は依然として回復基調にはないが、給料がいくらか良くなっており、お金が少し出回るようになってきている。
		通信会社(業務担当)	・1月はスマートフォンの追加入荷で、ある程度の販売台数の伸びが期待できる。ただスマートフォン以外の商品の販売が12月より更に厳しくなる。
		通信会社(企画担当)	・需要掘り起こしのキャンペーンを実施するが、トレンドを変化させるほどの効果は期待薄である。
		テーマパーク(職員)	・2月からのスポーツキャンプで例年同様の仕掛けを行うが、団体客の目減りをカバーするには至らない。海外では12月の仕込みで韓国客が増えることが期待される。
		ゴルフ場(従業員)	・3月に新幹線が全線開業するという大きなイベントを控えているが、それに伴う県外客の動向の動きはまだみられない。来客を促すために、料金を下げる施策でしか対応できない。そのなかで営業を行っていかねばならないという厳しい状況が今後も続く。
		美容室(店長)	・2、3か月先の景気はこれ以上悪くならないが、全く先行きが読めない状況である。何か対策を考えなければならない。
		音楽教室	・春に向けた商戦企画はあるものの、先行きが読めず期待はできない。
		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)	・3月ごろまでは当社の主力である訪問サービスの仕事量が伸び悩む傾向にある。また、今年の介護保険改定において、利用者負担増も報道され、利用控えが懸念される。
		設計事務所(所長)	・公共工事の入札が何件か始まり、そのうち1件が取れたことで、今月はやや良くなった。来月も入札が数件あり、今後もこの状況が続く。
住宅販売会社(従業員)	・土地仲介の動きが非常に鈍化している。また、土地の取引状況も良くなく、土地価格も下がっているため、土地を売る客が非常に少ない。		
やや悪くなる		商店街(代表者)	・公共機関の緊縮財政が業界に厳しく響いている。公共図書館や美術館、博物館等の高額商品を買ってくれていた機関が、全く購入しなくなり、売上は落ち込んでいる。今後も続けば、一段と厳しい状況になる。
		一般小売店〔精肉〕(店員)	・得意先の契約が切れるため、やや悪くなる。
		百貨店(営業担当)	・百貨店は端境期に入り、例年通り少し厳しくなる時期である。新規客の来店がなかなかなく、若い人の購買力が落ちている。1、2月は売る商材も品薄感が出てくるため、百貨店以外の客をどう取り込むかが毎年の課題である。今の状況から、今後も取り込むのは難しいと思われ、苦戦する。この傾向は一時続く。
		百貨店(営業企画担当)	・最近の傾向として、1月のセールは短期集中となっており、全体としては厳しい状況となる。また2、3か月先は3月に九州新幹線が全線開業し、駅近辺への期待が高く、既存商業地域は苦戦が強いられる。
		衣料品専門店(店長)	・先が全く読めない。今年の1～3月までいわゆる春物の衣料品はどうなるのか、全く予測がつかない状態である。

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	
		家電量販店（店員）	・先月対応しきれなかったテレビの配送・設置が今月には完了するため、今月までは良い。来月に予定されるエコポイント制度の変更により、更に売上が伸びない、売れない状況になる。今年は猛暑でエアコンが、エコポイントでテレビも売れたが、来月以降、数字が上がる要因はみられない。やや悪くなる。	
		家電量販店（店員）	・家電のエコポイント制度が3月になくなることが与える悪影響は非常に大きい。耐久消費財であるため、今の盛り上がるの分、必ず反動があり、現状だと3か月先の景気は良い状態にはならない。	
		乗用車販売店（販売担当）	・潜在需要はあると思うが、それを掘り起こすような有効な手立てが今のところ見当たらない。色々な手立てをしても購買意欲は向上せず、すぐ良くなる状況にない。	
		住関連専門店（経営者）	・年末の売出しはそれなりの経費をかけ、それなりの数字が出たが、新年度からの初売の計画は今のところないため、先々は厳しい。特に置家具業界は、客の様子や社会情勢から、来年度も大変厳しくなる。景気対策も手詰り感を感じ、エコポイント制度等が終了すればますます厳しい状況になる。	
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・2カ月後、近隣にライバルの商業施設が開業するので、自分の間はそちらに客が流れる。必然的に売上は減少する。	
		観光ホテル（総務担当）	・2010年1～3月は予想以上の売上を上げたが、現時点での2011年1～3月予測は、かなり厳しい。3月の九州新幹線全線開業を契機に、経済が浮揚することを期待している。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・知事選が控えており、全体的に動きが鈍くなる。	
		タクシー運転手	・知事が交代することで、県外の観光客の動きが読めない。選挙が続くと人もタクシーの動きも悪くなる。	
		通信会社（総務担当）	・現在の雇用・所得の状況は、有効求人倍率の改善が足踏み状態であり、また各種政策効果が薄れているなか、円高の進行等景気改善の動きが弱まっている。雇用情勢の悪化や大型店の撤退により、県内の景気は悪くなっている。	
		ゴルフ場（支配人）	・1月前半は寒気団の影響で気温が平年より低いと予報されている。その後は平年並みとのことであるが、寒い冬場は例年客足が伸びず、厳しい状況が続く。同業他社の低価格競争も少し烈になっている。	
		住宅販売会社（従業員）	・税制改革が住宅購入層に対しては不利益に働き、厳しい状況となる。	
		悪くなる	衣料品専門店（店長）	・前年に比べ、商店街への来客数が半減しており、客の購買意欲もない。
			理容室（経営者）	・今まで商売をしてきて、今年は最低の月となった。予想より更に悪く、客の様子をみても2、3か月先は、もっと悪くなる。客の来店サイクルが狂い、話にならない状況である。
企業 動向 関連	良くなる	広告代理店（従業員）	・売上がピーク時と比べて3割近く落ちている。元に戻ることはないが、底からは浮上しつつある。	
	やや良くなる	繊維工業（営業担当）	・中国の物価や賃金が上がるほど、国内の中小企業は出戻り製品に期待ができ、景気は回復する。製造業の中小企業が元気になるれば雇用も増え、景気は回復する。	
		家具製造業（従業員）	・民間の商業施設への投資情報は今年の4月以降低迷していたが、来年度以降やや増えてきた。大手の3月決算状況がやや上向き傾向にあるため投資も増えてくる。また、マンション業界の新築物件も増えつつあり、それに伴う家具の需要も増えてくる。	
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・平成22年度補正予算及び4月の統一地方選挙に向け、若干ではあるが受注量が増える。	
		鉄鋼業（経営者）	・建設需要の急激かつ大幅な回復はないが、中小規模を中心として、共同住宅の新規着工が増加している。加えて学校や病院、特別養護老人ホーム、中小規模店舗などの建築需要もあり、ピーク時には程遠いものの、景気は少し回復する。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・最近、取引先の見積案件が増加傾向にあり、受注見込みが増える。	
		精密機械器具製造業（従業員）	・今年受注計画が、今年を上回っている。	

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
		金融業（調査担当）	・円高等のマイナス影響や政策効果のはく落、景気の力強さに不安が残るなか、九州では新幹線全線開業と商業施設のオープンといった明るい話題があり、これが景気を下支えする。
	変わらない	農林水産業（経営者）	・1、2月は需要期に入るが、大変厳しい状況である。ただ、鳥インフルエンザが沈静化すれば、行楽商品等が良く出る時期であるため、例年通り、ある程度期待できる。
		食料品製造業（経営者）	・数十年前の好景気は二度と来ない。必要な量だけが売れていく状況が続く。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・一般家庭用食器業界は景気が悪く、年末の25日から休んでいるところが前々年より大変多い。今後このような状態が続くことが懸念される。また、ガス料金の上昇から、原価高となり、今年は相当、窮地に追い込まれるのではないかと心配する。
		金属製品製造業（企画担当）	・政治の先行き不透明感、株価及び外国為替の一進一退の動きは当分続く。
		電気機械器具製造業（経営者）	・半導体関連はここにきて非常に安定した状態が続いており、特に悪い状況もないため、この順調さがそのまま推移していく。なお、精密機器に関しても同じ状況である。
		輸送業（従業員）	・12月は例年ほどの荷動きがなかった。また社内をみても、公式忘年会の回数を減らしたり、1人当たりの単価を下げたり、景気が悪いことを反映している。
		輸送業（総務）	・燃料が徐々に値上がっており、先行きに依然として不安がある。
		輸送業（総務担当）	・輸出関係はしばらく良くない状態が続くが、国内向けの生活用品の出荷はあまり変わらない。
		通信業（職員）	・平成22年度の受注が好調であるため、年度末までは景気が良い状態が続くが、4月以降は見通しが立たない。
		金融業（営業）	・製造業は、3月までは輸出を中心とする受注を確保している。しかしその後は、大手企業の海外移転や大手自動車会社の分社化などの影響がみえず不安を残している。
		金融業（営業担当）	・家電のエコポイント制度終了の影響を受ける家電配送や設置工事等の中小企業は、売上高の減少を見据え、手元運転資金確保のための借入申込を始めている。
		金融業（営業職渉外係）	・政府の景気浮揚効果のある具体的な施策に乏しく、景気が良くなる気配がない。
		広告代理店（従業員）	・新聞折り込みチラシの受注枚数は、前年比100.0%で、ここ数か月は前年並みかわずかに下回る状態が続いている。チラシの主流である流通部門やサービス、娯楽等の業種が増加しない。今後も回復の見込みはない。
	経営コンサルタント	・これまでと同様新しい動きがみえず、今の沈滞したままの状態が続く。	
	やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・今年3月の新幹線全線開業までは景気回復の要因は見受けられず、鳥インフルエンザの影響で観光客の減少が予想され、景気はやや悪くなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・現状維持はコストの上昇につながり、それためらうと、好転のタイミングを失い、悪い方向に向う傾向がある。いずれにしても今月の状況を改善するためには、背水の陣で問題解決しなければならない。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・自動車の生産台数が減少するため、景気はやや悪くなる。
		建設業（従業員）	・見積案件は多いが、競合相手が多すぎてなかなか受注に結びつかない。また受注があっても、収益率の悪化により、とても厳しい状況である。地元も製造業の景気は良いが、業界を取巻く環境は大変厳しい。
		経営コンサルタント	・メーカーの倒産や売却案件が出始めている。他業態へのシフトも進んでおり、厳しい状況が続く。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・取引先の売上が非常に厳しい。特に良いと判断されるところがほとんどないことから、全般的にかなり冷え込んでいる。
		その他サービス業〔物産リース〕（役員）	・海外経済の減速による輸出の減少や円高に加えて政治の混乱等、先行きへの懸念材料が多い。企業は防衛のための投資を抑制する等、設備投資環境が悪化しており、今後はますます厳しさを増す。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	農林水産業（従業者）	・とうもろこし等の飼料価格が非常に高騰しており、厳しい状況である。また2、3か月先は需要が停滞する時期なので非常に厳しい。
		建設業（社員）	・官公庁の繰越工事の発注によるが、2～3月に手持ち工事が完了する工事がほとんどであり、発注工事が少なければ悪くなる一方である。今のところ2、3月に補正予算の工事が少し発注される予定である。
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・市町村の建設関係の発注量について、増加する見込みがない。市町村が自ら建設関係の予算をつくる動機付けがないと建設関連事業について、予算化される見通しが立たない。元請は自らの受注量が減少していることから、下請にまわす仕事もなくなり、下請では廃業する業者が更に増える。
雇用 関連	良くなる やや良くなる	—	—
		人材派遣会社（社員）	・毎年、人員需要はこの時期に多くなる傾向にあり、今年も同様に増える。
	求人情報誌製作会社（編集者）	・新駅ビルの再開発による新規求人が活発化し、それに伴う人材不足が周辺企業で起きる。これによって、求人は活発に推移する。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・九州新幹線の全線開業による雇用の増大が期待されるが、まだ具体的な動きは多くない。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年明け以降、九州新幹線の今春全線開業の影響から、福岡都市圏の商業地区は活気付く。雇用もあり、開業までの数か月間は明るいが、福岡都市圏に集中するため、周辺や他地域が沈む可能性もある。	
	民間職業紹介機関（社員）	・年度末を迎え、前年より派遣オーダーは回復する。特に、官需の緊急雇用対策関連事業は一時的な雇用創出として期待が高いが、その事業に従事を希望する人が少なく、マッチングに苦労しそうである。	
	学校〔専門学校〕（就職担当）	・年末の挨拶回りのなかで、採用に関して少しだけ前向きな話が各業界で聞くことができた。	
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・今年へ向けて明るい見通しの話は人事担当者からは聞かれない。現状をみて、ギリギリになったら人材を募集したいという考えのようである。
		人材派遣会社（社員）	・自治体業務の外部委託が増えているが、その金額は民間より低い。民間企業における人材派遣も、不人気業種が多く、人材の質に対する条件が高い。雇用のマッチングが上手くいっておらず、景気回復も見込めない。
		新聞社〔求人広告〕	・求人数自体は増加しても、新聞広告の出稿が減少傾向にあるため、相殺されて変わらない。
		職業安定所（所長）	・新規求職者数は依然として前年比で増加傾向にあり、厳しい雇用情勢が続いている。
		職業安定所（職員）	・雇用情勢は改善傾向で推移してきたが、2011年2～3月にかけて、企業の雇用調整が予想されており、先行きはまだまだ不透明な状況にある。
		職業安定所（職員）	・求人状況は増加傾向を示しているが、大幅な改善は望めず、大きな変化は感じられない。今春には新幹線の開通を控えており、その効果に期待したい。
職業安定所（職員）		・新規求人数をみると改善の兆しはあるものの、依然として厳しい経営環境の企業が多く、先行きは不透明である。	
職業安定所（職員）		・求人数は前年比増で推移しているものの、企業を訪問すると円高、デフレの進行等により厳しい状況が感じられる。	
学校〔大学〕（就職担当者）		・平成24年3月卒業予定者対象の求人数は、伸びてくることが予想される。ただし、人事担当者からは、採用規模を拡大するという声は聞かれず、2010年度並みの水準という傾向が強い。	
やや悪くなる	民間職業紹介機関（支店長）	・労働者派遣法の改正論議が再開すれば、客の採用意欲が再び減退し、厳しくなる。	
悪くなる	○	○	

11. 沖縄（地域別調査機関：（財）南西地域産業活性化センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	スーパー（企画担当）	・競合の出店ラッシュも一段落したこともあり、来客数・買上点数とも回復基調にある。まだ予断はできないものの、底を脱した感があり販売力が上向きつつある。

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
		コンビニ（経営者）	・引き続き、たばこの増税による単価上昇が見込まれ、来客数減少をカバーできる。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・ここ3か月の売上の上昇傾向から、今後2、3か月も消費は増えてくると予測される。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・今月に関しては、前年実績を下回る見込みであるものの、今後2、3か月先は前年を若干上回る見込みである。2月からのプロ野球キャンプに関しては、今年は注目の新人選手がキャンプインすることや、新たに沖縄でキャンプを行う在京球団があるなど話題性が高く、沖縄への入域観光客数の増加も予測される。
		住宅販売会社（総務・企画分野）	・これまで来た客の中にも、真剣に検討している客はいるので、数か月先の販売状況は良くなる。
	変わらない	百貨店（営業担当）	・売上高の前年割れ傾向は一段落した感もあるが、一気に回復には向かわず、しばらくは前年並みの水準で推移が続くのではないかと予測する。
		スーパー（販売企画担当）	・売上低迷の状態がしばらく続くなか、客単価が少し上向き傾向にあるが、来客数、売上は沈滞ムードにあり、今後も変わる見込みは無い。
		コンビニ（エリア担当）	・たばこ増税後、売上減少が懸念されたが、影響は最小限にとどまっている。消費動向に大きな変化は無く、2～3か月後も大きく動くことは無いと判断する。
		衣料品専門店（経営者）	・今月は、前年と比べて1点単価、客単価共に変わり無く推移している。市場全体をみても、良い材料は見当たらない。全体的にセールでの売上を試みているようであるが、それで景気が良くなるとは見込めない。
		その他専門店〔楽器〕（経営者）	・今年は新たに沖縄でキャンプを行う在京球団があるなど、プロ野球キャンプに大きく期待したい。水族館などもまだ人気があり、今月は北部で桜祭りもあるので、沖縄ブームを期待している。
		通信会社（店長）	・現在スマートフォンの販売が好調で、まだ商品が十分に流通していないので、しばらくはこの活気のある状態が続くと見込まれる。
		観光名所（職員）	・日本経済は、円高等で相変わらず厳しい状況にある。ここ2、3か月で景気が良くなる状況は見当たらない。県外入域観光客に頼る沖縄観光は、今後も厳しい状況が予想される。
		ゴルフ場（経営者）	・予約状況や、現状を考慮すると、更に悪化する傾向もあるので、応急処置的な対応を検討するつもりである。
	やや悪くなる	コンビニ（経営者）	・年末年始でお金を使った分節約するため、消費量は減る。
		コンビニ（エリア担当）	・利益率の低いたばこの構成比が予測より4%ほど増えているため、このままだと店舗の利益率悪化に直結する。たばこ以外の売上が必要だが、単なる商品訴求だけでは売れない。3月ごろには、たばこの伸びも安定すると考えられるが、利益率の改善が無ければこの先厳しい。
悪くなる	商店街（代表者）	・中心商店街での観光客の消費単価が落ちている。また、観光土産品店だけになり、地元客は外部の大型店等に流れている。	
	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・低価格均一でのメニュー、食べ放題、美味しさ、ボリューム感、新しいサービスなどを打ち出して色んなイベント、外商を打つが、どうしても平日の来客数が上がらない。今までよく集客していたトレンド地域でも空き物件が増えている。	
企業動向関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	通信業（営業担当）	・受注案件が増えており、来年度は景気が徐々にリーマンショック前の状況に戻ると期待できる。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・公共・民間工事共に新規物件減少を見込む。
		建設業（経営者）	・新規の引き合い件数の動きが鈍い。
		輸送業（営業担当）	・エコポイント制度変更前の駆け込み需要の反動による家電商品の輸送物量減が予測される。その他飲食糧雑貨・家具・建材なども大きく物量が増える要素は無く、足踏み状態は続くとする。
		輸送業（代表者）	・久米島地区は落ち込み、八重山地区は現状維持だが、宮古地区は活気がある。
	やや悪くなる	○	○
悪くなる	—	—	
雇用関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	—	—

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
	変わらない	人材派遣会社（総務担当）	・主要派遣先からの新規の正式受注はほとんど無い。契約満了によるスタッフ交代が主である。相変わらず様子見が続いている。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・年末から年明けに掛けての求人数は増えてきているが、2月、3月は例年どおり求人数が減少するものと見込む。
	やや悪くなる	—	—
	悪くなる	—	—