

## ・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）	・全般的な先行きは依然として不透明感が根強いが、東北新幹線の延伸効果はしばらく続き、観光関連業は上向き傾向となる。
		商店街（代表者）	・春物のトレンドカラー・アイテムがはっきりしていることに加えて、3月に駅前通の地下通路が開通することから、客の流れに変化が出てくることが期待される。
		商店街（代表者）	・3月末に羽田便で航空会社が新規参入するため、4月にかけて当地及び当商店街を訪れる客の数が増加する。さらに、入学及び新卒時期と相まって売上増加が見込まれる。
		百貨店（販売促進担当）	・天候条件さえ安定すれば、景況感は横ばいで推移する。
		スーパー（企画担当）	・青果物の価格高を中心に商品単価の低下幅が縮小しており、来客数の減少幅も縮小傾向にあるため、今後についてはやや良くなる。ただし、懸念材料として、今冬の豪雪などの天候リスクが挙げられる。
		コンビニ（エリア担当）	・寒くて雪が多いにもかかわらず、来客数が堅調に推移していることから、今後についてはやや良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・円高やエジプトの動向が気になるが、海外旅行については今後も伸びる要素がある。ただ、国内全体の閉塞感が気がかりである。
		旅行代理店（従業員）	・先行受注状況を見ると、国内旅行は2月が前年比128%、3月が前年比96%となっているほか、海外旅行は2月が前年比100%、3月が前年比121%となっており、今後についてはやや希望が持てる状況にある。
		通信会社（企画担当）	・競合他社に対して十分対抗できるキャンペーン、価格設定、販売戦略を前年以上に用意していることから、今後の販売の伸びが期待できる。
		住宅販売会社（経営者）	・金利や土地、株価に底打ち感があるため、将来的にはやや良くなる。
	変わらない	商店街（代表者）	・消費税や社会保障の問題など、明るいニュースがなく先行きに希望が持てない状況にあることから、できるだけ消費を抑えて将来に向けて蓄えたいと考えている人が多いため、今後も変わらないまま推移する。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・ここ数か月、一進一退の状況が続いていることから、こうした基調は今後も半年程度は変わらない。
		百貨店（売場主任）	・長期予報で、2月は平年と同じくらい寒いということから、冬物の最終処分の数字が見込める。また、3～4月は例年よりも暖かくなるということから、春物のスーツ・ジャケット・コート・ニット関係の動きが期待できる。
		百貨店（売場主任）	・寒さのせいで防寒物は好調なものの、衣料品全体としては苦戦しており、食品も前年割れの状況にあることから、今後も厳しいまま変わらない。
		百貨店（販売促進担当）	・1月の異常な冷え込みや大雪の影響、灯油の高騰による生活費の圧迫などを受けて、今後については、客が消費に積極的になりきれない。
		スーパー（店長）	・来客数の動きをみると、1月に入り若干減少傾向にある。また、社会情勢の不安、鳥インフルエンザや九州の火山活動などのマイナス要因もみられることから、今後については厳しい。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数の回復が遅れており、たばこ以外の売上の回復もなかなか見込めない。今後についても、たばこのけん引で売上は前年以上を維持できるが、それ以上の回復は望めない。
		家電量販店（店員）	・駆け込み需要の反動で、エコポイント対象商品の売上が落ち込んでおり、今後どの時点で回復するか、予想が付かない状況にある。
家電量販店（地区統括部長）		・3月の家電エコポイント制度終了までは、需要がほぼ横ばいで推移する。	
乗用車販売店（営業担当）	・潮目を変えるような商品計画もなく、地元経済の疲弊もあるため、年度内は現在の状態が続く。期待感を持ちたいが、正直先が見えない状況にある。		

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
		高級レストラン（スタッフ）	・客の消費意欲は現状のまま、低下傾向で推移する。
		一般レストラン（スタッフ）	・冬の観光時期はある程度期待できるが、4月以降は良くなる要素が見つからない。
		観光型ホテル（経営者）	・本州方面の景気が若干改善しているものの、原材料の国際価格が上昇していること、デフレ状況が一向に改善しないことなどから、今後も現状とほぼ変わらない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・北海道内外からの宿泊を誘客するイベント、学会、大会の開催がないことから、今後も大きくは変わらない。不安材料としては恒常的な円高傾向による海外旅行者の増加があるが、一方で、好材料として今春市内に大型観劇施設が開業することから、学校単位での誘致が進む可能性もある。
		旅行代理店（従業員）	・1月後半から来客数は前月並みに戻ってきたが、相談が多く、売上に直結していないことから、今後も変わらないまま推移する。
		タクシー運転手	・電話注文や来客数の増える要素が思い当たらない。
		観光名所（役員）	・国内外とも観光入込増につながる材料はすでに出尽くした感があり、当面これといった新しい材料が見当たらないことから、引き続き厳しい局面が続く。
		美容室（経営者）	・明るい先行き感が出てこない現状では当面現状維持の状況が続く。
	設計事務所（所長）	・客の慎重姿勢と低価格志向は相変わらずなことから、今後も変わらない。	
	やや悪くなる	スーパー（店長）	・通常の売出し目玉価格より更に5円～10円下げただけでも売れ方が極端に違ってきている。客は本当に今必要な物しか買わないし、買う時の価格にますます敏感になってきていることから、今後についてはやや悪くなる。
		スーパー（店長）	・競合店の様子も見て、年明けより状況が悪い。今後も顧客の購買意欲の低下や客単価の低下傾向が続く、売上苦戦の傾向が続く。
		スーパー（役員）	・今月の来客数の減少は、客の購買意欲低下とも判断できる。地方の企業の業績悪化や所得減少の状況下において、しばらくの間は、今以上の上昇は考えられない。
		コンビニ（エリア担当）	・アルコールや雑貨品などの売上が低調であり、たばこを抜いた客単価は前年割れとなっている。必要最低限の商品しか購入しない傾向が顕著であることから、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）	・何も対策がないと来客数の減少は防げない状況であるが、確たる対応策もないことから、今後についてはやや悪くなる。
		高級レストラン（スタッフ）	・統一地方選があるため、飲食店においては接待などの出控えがかなり影響する。また、食品の値上がりも始まっており、経費面でも一層圧迫されることになる。
タクシー運転手		・今月は雪も多く、寒い日が続いていたが、タクシーの売上は伸びてこなかった。タクシーは天候に左右されるため、このような天候の際は売上は伸びるはずであるが、そうでなかったことから、今後の景気はやや悪くなる。	
観光名所（職員）	・国内客・海外客とも、利用者が減少している。今後も円高等の影響が続くことが考えられることから、上半期の利用者の増加は見込めない。		
悪くなる	住宅販売会社（従業員）	・不動産業界ではデフレ傾向が厳しくなっている。じりじりと下がり続ける客の所得に合わせて、デフレも進行していることから、今後については悪くなる。	
企業動向関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	食料品製造業（役員）	・2月以降に大型案件が2件ほど予定されているので、今よりは良くなる。
		家具製造業（経営者）	・1月だけの短期間ではあるが、得意先の動きが活発化し、受注が大幅に伸びてきたことから、今後についてはやや良くなる。
		金属製品製造業（役員）	・微増ではあるが、住宅着工件数が前年よりも伸びてきていることから、今後についてはやや良くなる。
		建設業（経営者）	・2～3月にかけて補正予算での公共工事やゼロ国債工事の受注がある程度見込まれる。実際の工事の稼働は4月以降になるが、マインド面で若干明るさが出るのが期待される。建築工事についても官・民ともに動きが出てくることを期待している。
		建設業（従業員）	・雪解け後の着工を予定している高齢者住宅の新築や医療施設の改築の見積りの引き合いが若干増えていることから、今後についてはやや良くなる。

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
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・客先である鉄骨加工業の仕事は少なく、厳しい状況だが、金属加工業の仕事量が少しずつ増えてきたため、今後の緩やかな回復が見込まれる。
	変わらない	輸送業（支店長）	・前年の政策効果の息切れや多少の季節要因から、秋口からの物流には落ち込みがみられ、今月から来月にかけてが最も底となる。ただし、春先以降も極端な回復は望めないため、しばらくは厳しい経営環境が続く。
		司法書士	・現在の経済情勢から判断して、不動産取引や建物の建築が上向くような要因はないため、今後も変わらないまま推移する。
	やや悪くなる	金属製品製造業（経営者）	・鋼材などが値上がりするため、今後についてはやや悪くなる。
		輸送業（営業担当）	・ビート糖、でん粉、いも、玉ねぎ等の農産物の輸送、保管は予想通り激減している。また、船運賃も4月以降、燃料調整金が値上がりしそうなことから、輸送コストの上昇が見込まれる。これらのことから今後についてはやや悪くなる。
		通信業（営業担当）	・第3四半期の後半より商談の引き合い件数の減少が顕著であるため、今後の業績への影響が危惧されることから、今後の身の回りの景況感は現状より更に悪くなる。
		金融業（企画担当）	・住宅着工は分譲マンションの在庫調整が進展し、持ち直しが続く。しかし、個人消費は、雇用・所得環境が厳しいことから低迷が見込まれる。特に家電・乗用車は需要を先食いしていることから、大幅の減少となる。
	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・中国・東南アジアと技術力ではなく、価格で競わなければならなくなっており、今後の価格競争に更に拍車がかかる。	
悪くなる	その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・公共事業削減の影響が4月以降大きく生じてくるため、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	学校〔大学〕（就職担当）	・北海道においても、いよいよ2012年卒業生向けの就職イベントが本格化する時期を迎えるが、学内における企業説明会に参加する企業数が、ピーク時の200社には届かないものの、前年を1割程度上回っている状況にある。ここ数年、道内においては求人件数が横ばいを維持しているが、求人数が減少傾向にあり、こうした状況下での回復であることから、今後への期待が持てる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・企業の業績が回復する要因が見当たらない。さらに、消費動向の低迷、労働意欲の低迷、雇用不安、企業経営者のモチベーション低下などから、今後については模様眺めの状態となる。
		人材派遣会社（社員）	・今後の求人数や採用数については、年度変わりのため、人事異動、退職者の補充等で動きは出てくるが、雇用数の増加にはつながらないため、景気回復とは言えず、現状維持の状態が続く。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・求人数の動きに前年比で若干の伸びがみられるものの、以前と比べて、いまだ本格的な回復とは言えず、様子見の状況が続く。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・国の雇用対策の影響で、紹介・派遣業での求人の伸びが見込まれるが、全体的には春頃まで大きく状況が変わることはない。
		職業安定所（職員）	・景気の回復に一服感があるため、雇用についても、しばらくは足踏み状態が続く。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は前年を上回って推移しているものの、製造業は減少傾向が強く、特に消費の低迷からか水産食料品等の食品分野での落ち込みが目立つなど、基幹産業の求人が振るわないことから、今後も変わらないまま推移する。
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
	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	衣料品専門店（店長）	・初売りでの客の様子から、財布のひもが前年よりは少しゆるくなっていることがうかがえるので、前年は非常に厳しかったフレッシュャーズ商戦も、来客数の増加が期待できる。	
	やや良くなる	商店街（代表者）	・新幹線延伸開業の効果で、観光客の入込数並びにホテルの稼働率は前年比で2けた増となっている。今後この動きが更に加速され、商店街並びに専門店の売上が増加することを期待している。	
		百貨店（営業担当）	・婦人服や婦人雑貨など主力商品における前年秋からの持ち直しの動きは今後も続き、全体の売上を押し上げていくことが予想される。	
		百貨店（経営者）	・新幹線はやぶさの運行開始が3月に控えており、流入人口増加に期待している。	
		百貨店（売場担当）	・春物オケージョンなどを中心に売り出していく。動員をしっかりと計画立てていけば、今月のように大きく落とすことにはならない。	
		コンビニ（経営者）	・主力の米飯等が堅調に推移していることに加え、たばこの販売数も若干ながら前月より改善しており、数字の回復に期待が持てる。また、近隣で2件の建築工事が予定されており、こちらもプラスに働くと予想している。	
		コンビニ（エリア担当）	・現在の傾向から来店客数の増加が見込めるため、売上の伸びが期待できる。	
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・新年度に向けて動きはあるだろうが、前年を上回ることはない。就労人口の減少とともに、経費削減が進むことが予想される。	
		観光型旅館（スタッフ）	・同業他社との競争激化から宿泊単価は厳しい傾向にあり、きめ細かな原価管理に注意が必要であるが、宿泊人数は外国人観光客に加え、国内団体客に好調の兆しがある。	
		観光名所（職員）	・台湾や中国等の外国人客が順調であるため、このままの状態が続けば良くなることが期待される。	
		住宅販売会社（経営者）	・2月以降の受注予定が十分確保できている。	
		変わらない	商店街（代表者）	・景気が底打ち状態で、これ以上、下がりほしくないが上がりもせず、変わらない。
			商店街（代表者）	・気候の影響を受けやすいため、来客数が少ない現在の状況は続く。
一般小売店〔書籍〕（経営者）	・個別の商品の動きは上向きつつあるが、消費全体のマインドは持ち上がりの傾向にあるとは言い切れない。			
一般小売店〔酒〕（経営者）	・高額商品が売れないので、今後も売上低迷の状態は続く。			
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・月末から降り始めた雪ともものすごい寒さで、人通りが少なくなっている。近所の商店の方々からも、やっていけるかどうか非常に不安だという声が出てきている。今後もこの状態が続くのではないかと懸念している。			
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・客が必要なものしか購入しない傾向がますます強まっており、現在のあまり良くない状態が続くことが予想される。			
百貨店（売場主任）	・マザーニーズ、フレッシュャーズなどの春のオケージョン対応商品の販売を強化したいが、客は必要以外のものは買わない傾向が強くなっているため、単価の低下は避けられない。			
百貨店（企画担当）	・躍動感を期待できるまでの景気回復を願っているものの、依然として経済状況は厳しく、原油等も値上がりしているため、景気に勢いが出るまでには多くの時間を要するものと予想される。			
百貨店（広報担当）	・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考えられない。			
百貨店（経営者）	・政局が不安定で、明確な景気対策も出ていない状況であるため、消費への刺激は期待できない。また、デフレ対策も進んでおらず、小売業態の競争は一層激化することが懸念される。			
百貨店（販促担当）	・前年ベースまでは回復しているものの、勢いは弱く、さらにビッグトレンドやヒット商品がないため、大幅な売上増加は見込めない。			

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
		百貨店（経営者）	・客からは「株価低迷で含み損が出ている」「政府方針が増税、年金支給引上げなど先行き不安を煽るものが多い、購買意欲がわからない」「収入が減少し儉約志向を強めている」などの声が多く聞かれることから、厳しい状況は変わらない。
		スーパー（経営者）	・基本的には変わらないことが予想されるが、穀物、原油、鉄など原材料の仕入価格が上昇しても売価を据え置く可能性があるため、上昇の程度によっては厳しくなる可能性がある。
		スーパー（店長）	・単価の回復は見られず、消費の低迷は続いている。この状況は変わりそうにない。
		スーパー（店長）	・商圏内はオーバーストアの状態である。景気回復の兆しが見えないなか、競合対策や価格打ち出し等で、買上点数を増加させる取り組みを継続するしかない。
		スーパー（店長）	・食品スーパーであるため、競合店の出店がない限り大きな変動は無い。また、地方都市では消費環境が良くなる要素は見当たらない。
		スーパー（総務担当）	・食品製造加工の原材料である小麦や穀物等の価格が高騰し続けており、国内加工食品へ影響は避けられない。平均価格が上がり始めてくることは確実で、買上点数の推移を注視していく必要がある。また、寒波の影響で野菜も高値が続いていることや、鳥インフルエンザによる鶏肉や鶏卵への悪影響も気になるところだが、そのほか特に地域経済に大きなプラスになる要因は聞かない。そのため、現在の状況が続くことが予想される。
		スーパー（営業担当）	・荒天による農作物の高騰に加え、特恵関税制度の見直しなどで生活用品の値上がりの懸念から、新生活への出費も多くなることが予想され、全体に景気が良くなる要因が見当たらない。
		コンビニ（経営者）	・景気は上向きと言われているものの、新卒の就職率の低迷や、客の生活防衛を意識した買い方を見ると、今後も非常に厳しい状況は続く。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数が回復しないことには実質の伴う売上回復とはならない。たばこ以外の一般商材の動きも好調とは言えず、今後2、3か月で景気が良くなるとは思えない。春先の来客数は天候や気温によるところが大きいので、好天を期待したい。
		衣料品専門店（経営者）	・中小企業は価格競争で太刀打ちできない状況下であり、生き残りのため必死で頑張っているものの、地方ではいまだに景気回復の兆しが見えてこない。
		衣料品専門店（店長）	・寒さが続けば、冬物の消化が図れる一方で、春物の立ち遅れが懸念される。
		家電量販店（店長）	・今年は、エコポイント特需により、集客、売上共に実績が大きかった前年を下回る。
		家電量販店（店長）	・2～3か月先を見越しても、景気が良くなる要素は見当たらない。
		乗用車販売店（経営者）	・客は先行きに対する漠然とした不安感を持っている影響から購買意欲が低下しており、今後も前年比で20～30%の反動減があると予想される。
		乗用車販売店（経営者）	・2～3月の需要期に向けて、宣伝広告を増やしたりイベント案内を行っているが、商談が増えない。さらに、生産能力を絞っているなかで、需要期に受注が集中しても商品が間に合わず売上に繋がらないことも懸念される。
		乗用車販売店（経営者）	・春の需要期に向け、燃費の良い新型の小型車の発売と低金利政策に期待している。
		乗用車販売店（従業員）	・客と話をしても明るい話題が出ることはなく、今後も販売量の伸びは期待できない。
		住関連専門店（経営者）	・大都市近郊と地方で回復感に温度差がある。経済にしても下請は地方にあるし、可処分所得が増えない状況が続いているので、耐久消費財は必要なもの以外は購入しないという状況はしばらく続く。
		その他専門店 [呉服]（経営者）	・我慢できる物は買い控えるという傾向は続く。
		その他専門店 [靴]（経営者）	・今のところ新幹線延伸開業のプラス効果はない。また、入学、就職シーズンとなるが、厳しい環境を反映して、プラスアルファの購入は見込めない。
		その他専門店 [酒]（営業担当）	・異動シーズンだが好転の要素がなく、むしろ不安材料が多い。このままであれば前年並を目標にせざるを得ない。
		その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	・春に向けて、暖房用の燃料の需要は減少するため、業務利益の減少は避けられない。また、景気回復が足踏み状態になっており、効果的な景気対策が取れないことで、消費者のマインドの冷え込みを招く恐れが強い。

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
		高級レストラン（支配人）	・不安材料が溢れている一方、好転するよう明るい材料が乏しい。
		一般レストラン（経営者）	・消費者には先行きに対する不安があり、財布のひもは固くなっている。良くなる材料も見当たらず、低調な営業は続く。
		一般レストラン（スタッフ）	・競争が激化しており、この先も価格競争は続く。
		スナック（経営者）	・1月に入り客足が一気に途絶え、売上がかなり落ち込んでいることから、この先の歓送迎会のシーズンもあまり期待できそうにない。
		その他飲食〔弁当〕（スタッフ）	・新幹線の開業効果も多少はあるが、今年は雪が多いため、2～3か月先に景気が上向くと予想するのは難しい。
		観光型ホテル（経営者）	・シーズンオフでもあり、週末と連休はかろうじて8割入るが、平日は非常に少ない。2、3月は高齢者の方の人生の節目の祝賀や同級会が目につく。
		観光型ホテル（スタッフ）	・来客数を増やすためには単価をリーズナブルにしなければならぬため、売上を増加させるには厳しい状況である。また、春に統一地方選挙があるため売上の落ち込みが懸念されるが、今後しばらくは一進一退が続くと予想される。
		都市型ホテル（スタッフ）	・現在改装中の競合ホテルが4月にオープンするので、それまでは現在の状況が続くことが予想される。
		都市型ホテル（スタッフ）	・春のプライダルフエアでは、フリー客が数組しか来場しなかったことから、客の会場選びにはかなり慎重な姿勢がうかがえる。一方、官公庁の歓送迎会は週末を中心に予約が入り始めている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・2～3月の予約状況を見ると、前年をやや上回る状況であり、今後しばらくこの状態が続くと予想される。
		旅行代理店（店長）	・2月、3月の先行受注はやや回復しているものの、来店数、相談件数の動きが鈍くなっている。また、ファミリー層は例年並みであるが、熟年夫婦や熟年グループの申込の減少が目立っているため、見通しがつかない状況である。
		通信会社（営業担当）	・新幹線の延伸開業効果には期待したいが、それ以外に大幅な回復が見込めるような要素は見当たらない。
		通信会社（営業担当）	・東北新幹線はやぶさの開業により、一時的に観光客の増加が期待できそうであるが、一部の企業に限定した好況感であるため、その他の企業は投資に慎重である。景気回復への期待感強いものの、好況感を実感するまでには至っていない。
		通信会社（営業担当）	・スマートフォンの販売数が伸びていく一方で、通常商品の落ち込みが予想されるため、全体的には変わらない。
		遊園地（経営者）	・長期予報では、春の天候は平年並みかやや暖かくなる見通しであるため、寒かった前年を下回らない程度の来客数が期待される。
		設計事務所（経営者）	・新築等の話が来て実際に仕事に取りかかるのは1、2か月先がほとんどだが、現状、そういう話もないので先行きは良くならない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・久々の豪雪が経済活動を鈍化させており、春まで盛り上がりは期待できない。
		一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）	・店頭販売は最低となっており、この先どこまで落ちるのか予想ができない。
		一般小売店〔雑貨〕（企画担当）	・個人所得の増加は見込めないため、個人消費の低迷は続く。
		スーパー（経営者）	・根本的にはデフレの抑制だが、現在、原材料が若干値上がりしてきているので、少しは歯止めになる。ただし、円安方向に大幅に振れない限りデフレは解決せず、個人消費も増えない。
		スーパー（経営者）	・原材料や原油の高騰分を吸収するための値上げに伴い、消費の冷え込みが予想される。
		スーパー（店長）	・野菜や灯油、ガソリン価格の値上がりや節約志向に一層の拍車をかけることが懸念される。
		コンビニ（経営者）	・仕事に就けない人や就職が決まらない学生がかなりいるので、この先消費は下降傾向になることが予想される。
		衣料品専門店（経営者）	・今月はセールで売上が好調だったが、商品が春物に移行すれば、また慎重な購買行動に戻ることが予想され、価格を下げるまでは厳しい状況が続く。
		衣料品専門店（総務担当）	・趣向性の高い冬物商材は購入者が限られ、売行きも一時的であり、市場全体が活性化されるわけではなく、先行きの不透明感は払しょくできない。

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	
		一般レストラン（経営者）	・例年にないほどの大雪により、仕事前や帰宅後の雪の処分に追われ、時間的にも外食する余裕はないようである。少なくともあと2か月はこの状態が続く。	
		観光型旅館（経営者）	・長期化する景気低迷のなかで、中小企業や農家の疲弊感がますます大きくなっている。入学や卒業、就職、異動の時期とも重なることから、宿泊を伴う観光旅行に家計の予算が回らない。	
		都市型ホテル（経営者）	・出張客による直前予約が多いということもあるが、宿泊の予約状況を見ると2月は非常に厳しくなっている。歓送迎会を含めた宴会状況についても、現状では悪い。レストランについては、寒い日が続くなど、天候が安定しなければ悪くなる見込みである。	
		タクシー運転手	・一般消費が伸びなければ景気回復は望めず、伸びるためには高齢者に働いてもらうほかない。働きたい元気な高齢者もたくさんいるが、働く場所が全くない。当地区では、若い人でさえ、就職内定率が50%である。このような状態では、景気は絶対良くならない。	
	悪くなる	乗用車販売店（経営者）	・エコカー購入補助金終了直後の10月から需要が落ち込んでおり、販売環境は更に悪化する。	
		タクシー運転手	・客からは、金融業もこの先厳しくなるのではという話を聞いている。また、建設業でも雇用の厳しい状況は続いているとのことで、しばらくは現在の状況が続くことが予想される。	
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）	・住宅着工数は当面、堅調に推移する。	
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年度末ということで官公庁の仕事は増えているが、民間の仕事は増えていない。		
	建設業（経営者）	・雪解け後の工事発注依頼が出てきており、景気回復の兆しが見られる。		
	通信業（営業担当）	・景気低迷の反動から多少の上ぶれが考えられ、楽観的かつ好感触な見通しである。		
	金融業（広報担当）	・新幹線延伸開業の効果に加え、春から始まるデスティネーションキャンペーンにも期待が持てる。		
	広告業協会（役員）	・不動産販売が好調であれば、新しい住宅にふさわしい家具、什器類が売れることになり、この分野の広告宣伝が活発化してくる。テレビスポット、チラシ折込などにその傾向が現れてきている。		
	広告代理店（経営者）	・4月下旬から始まるデスティネーションキャンペーンに向け、印刷物等の増加が予想される。このような大型のキャンペーンや官公庁からの物件がないと状況は厳しい。		
	コピーサービス業（経営者）	・前年度のスクール・ニューディール構想のような特需は期待できないため、売上の減少が予想されるものの、民間企業の考え方が前向きになっているようなので、落ち込み幅も多少は抑えられると考えている。		
	その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・生産量の増加に対応したライン増設の話もあり、見通しは明るい。		
	変わらない		食料品製造業（経営者）	・今後、原材料は少し安くなりそうな気配だが、売上動向としては良くなる見通しが立たない。
			食料品製造業（総務担当）	・消費者が積極的に購買するような要素もなく、消費環境は節約ムードが続く。
			電気機械器具製造業（企画担当）	・販売価格は現在が底の状態であり、もう少しこの状態が続くと予想されるが、2～3か月後には徐々に回復し、前年半ば頃の状態に戻る見通しである。
建設業（従業員）			・建設投資が減少しており、現在のやや悪い状態は変わらない。	
建設業（企画担当）			・出件数の減少や熾烈なコスト競争等、しばらくは現状のまま厳しい競争が続く。	
輸送業（経営者）			・荷主はほぼ安定した生産量となっており、大幅な減産も予定されていないため、現在の状況は続く。	
通信業（営業担当）			・今後の入札案件に参加できるかどうかを含めて、取引先からの条件次第であり、予断を許さない状況となっている。	
広告代理店（経営者）			・どの広告主にも新しい広告素材が見つからない。	
新聞販売店〔広告〕（店主）			・折込チラシの部数、回数をみても、また、集金時に購読者の話を聞いても、景気が良くなる要素が見当たらない。	
公認会計士			・建設及び小売関係はあまり良くないので、公共事業、民間の設備投資、消費者の支出増加等が見込まれないと、景気回復は難しい。	

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
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・コンビニでのバック酒の値下げ等、いまだ販売の低価格化が進んでいる。利益商材である高品質の商品の需要が回復しなければ、小売、卸共に厳しい状況は続く。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・今年の冬は例年に比べ寒く、住宅エコポイントを利用した窓のリフォームによる恩恵がしばらく続く。
		金属工業協同組合（職員）	・製造業では、事業内容による受注量の増減が大きくなっているが、全体としては良くも悪くもない状況が続く。
	やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・大雪の影響で、春先の農作業の遅れが予想される。
		食料品製造業（経営者）	・新たにTPPといった問題も出てきているなかで、BSE問題発生以降のアメリカ産牛肉の日本における全頭輸入再開の話がまた遠のくことが懸念される。
		繊維工業（経営者）	・店頭の売行きが悪化に加え、原材料が値上がりしており、原材料高、製品安となることが予想される。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・主力の自動車部品については、エコカー購入補助金終了後、厳しい状況が続いているが、現在の円高が続けば、輸出環境は更に悪化することが予想される。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・利益率の悪化が著しく、量で稼ごうとしているが、その分、更にリスクが増すという構図になっており、景気が良くなる兆候はない。
	悪くなる	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・取引先からの受注の動きが1月に入って止まっており、売上は悪かった前年から更に10%以上落ち込んでいる。同業他社でも10%もしくはそれ以上落ち込んでいるところがあり、厳しい状況は続く。
		輸送業（従業者）	・灯油等の値上がりに加え、大雪の影響も出てくる懸念される。
雇用関連	良くなる	人材派遣会社（社員）	・来年の4月入社の新卒採用に関して、採用人数を前年と同等かそれ以上にするという企業が増加している。
	やや良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・徐々にではあるが企業の新規出店の動きも出てきており、期待が持てる。
		職業安定所（職員）	・例年、春先は求人が増える時期であり、新規求人数は前年同月比で増加傾向が続くと予想される。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・企業の採用は一時的であり、かつ4月以降の雇用契約が見えてこない。3月末、6月末での契約終了の話も少しずつ出てきており、油断できない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・流通が回復するのを待っている状態だが、3か月先も現在の状況は変わりそうにない。
		職業安定所（職員）	・一部では閉鎖や縮小の動きも見られる。
		職業安定所（職員）	・ここ数か月わずかずつだが上昇傾向にあった有効求人倍率に一服感が見られ、減少に転じており、今後の状況は予断を許さない。
		職業安定所（職員）	・求人数は増加基調であるものの力強さはない。
		職業安定所（職員）	・求職者数の減少は続いているものの、円高やデフレ等により、大幅で急激な求人の増加はないと予想される。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・現状より悪くなる要因も見当たらないが、良くなる要因も見当たらず、当面は現状並みで推移する。
人材派遣会社（社員）		・入札案件の落札や年度末の人員不足による派遣依頼はあるものの、地域間に格差がみられることから、全体としては前年までの落ち込みにややブレーキがかかる程度で推移する。	
アウトソーシング企業（社員）		・自治体では、委託していた業務を内部で行うことに変更したところもある。民間への発注が増えない限り、景気は良くならない。	
新聞社〔求人広告〕（担当者）		・年末年始の大雪による除雪費の増額等、地元建設業にプラス要因は見受けられるものの、消費者の外出控えや節約志向等の将来へのマイナス要因も多くなっているため、景気先行きはやや悪くなる懸念される。	
		職業安定所（職員）	・事業所都合による離職者及び離職予定者の増加傾向は続く。

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
	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	商店街（代表者）	・景気が悪いという割には新人生向けの販売に前年度並みの注文があるため、これから良くなると期待している。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・客数が増えてきているため、あと1つの商品を買い上げてもらえるようなアプローチができれば、期待できる。
		一般小売店〔家電〕 （経営者）	・エコポイントと地上デジタル対応の需要が出てくると思われる。エアコンの需要も上向いてきそうである。
		百貨店（営業担当）	・2～3月においては、全店規模のキャンペーンがあるので、相当数の来客数が見込める。2月末は決算月であるので、総決算最終処分を行い、これからの春の展開ができる。
		スーパー（店長）	・ここに来て降雪が思ったより良い感じで、スキー場等の観光地の状況が好転している。そちらの方面のまとめ買いが多い。3月くらいまではこれが期待できる。
		コンビニ（経営者）	・近くのホテルとカラオケ店の開業が夕～夜間の客数増につながる。
		衣料品専門店（販売担当）	・数か月前から比べると、客の買う意欲が見受けられる日のサイクルが短くなってきたので、これからは若干持ち直して良くなると期待している。
		家電量販店（店長）	・エコポイントの発行が3月で終了となるため、春の異動需要と重なって上向きに消費が回復していくと予測される。
		自動車備品販売店（経営者）	・車業界には10月から暮れにかけて、補助金の反動がきているが、3か月後にはこの悪影響が大分薄れて平準化し、例年並みになると予測できるので、良くなっていく。
		観光型ホテル（営業担当）	・春の観光シーズンが始まり、当地周辺が舞台となる連続テレビ小説の放送開始があるので、来客数増加に多少の期待をしている。
		通信会社（経営者）	・これまでの事業だけでは受注が落ち込む一方なので、紙媒体から電子媒体への移行も兼ね、新規事業の展開を推進している。まだ受注は少数だが、感触は良いので、ここを切り口に前向きな展開を図りたい。
		通信会社（販売担当）	・低価格志向は変わっていないものの、スマートフォンなどの特定機種は指名買いが増えてきているので、多少上向きになってきていると感じている。
		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のテナント入れ替え等が成功しており、レジ客数、売上共に伸び続けている。来月から施設内で大型のイベント実施が控えており、さらに館内の客数が増えると予想される。併せて人気キャラクター景品の投入もしばらく続くため、当店へのファミリー客の入店機会も伸びると予想している。
		設計事務所（所長）	・実際の業務に結び付くかは不明であるが、顧客が先行きに対して、少し明るい気配を感じてきているようである。
	住宅販売会社（経営者）	・問い合わせ、来客も多くなり、予約件数も伸びつつある。	
	変わらない	商店街（代表者）	・買物が増加するような気配は何も見えない。安価なその場限りの品物で売行きが決まりそうである。
		一般小売店〔家電〕 （経営者）	・子どもの就職が決まらず、いつまでも親の負担が軽減されない様子が多々みられる。出費が商品等の購入でなく、子どもを含めた生活費では、先行きの明るさは感じ取れないので、小売業はますます厳しい。
		一般小売店〔乳業〕 （経営者）	・消費傾向が良くなる要素は全く無いが、これ以上悪くなる要素も見当たらない。
		百貨店（営業担当）	・為替相場が相変わらず円高で、株価もあまり伸びる要素がなく、またガソリン価格も上昇傾向が続いているなど、個人消費については良い要素はない。
		百貨店（販売促進担当）	・昨年夏から堅調に推移している婦人服は、今後、マザーニーズ、フレッシュヤーズ等、比較的高額品への拡販に期待が持てる。
百貨店（販売促進担当）		・店頭の上はやや底をついた感があるが、外商が依然苦戦している。個人客は節約疲れなどによる一時的な消費はあるが、外商の主要顧客である法人の回復がネックとなっており、この先も景気の改善は見込めない。	
スーパー（経営者）		・販売価格は上げられる状況ではない。	
スーパー（総務担当）		・衣料品はシーズン、気温に左右される部分が多々ある。食品についてはほぼ横ばいという状況で、良くなったり落ち込んだりと今後3か月の間に大きく変化する要素は無い。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（総務担当）	・一部の企業では改善傾向にあると聞けるが、家計収入が増えなくても貯蓄に回し、将来に備える傾向は今後も続く。年金、子育て等の不安材料のせいで、消費には回らない。
		スーパー（統括）	・県内製造業の不振が続いており、先行きは厳しい。消費者の収入減に対する支出抑制への対応が非常に素早くなっている。
		コンビニ（経営者）	・もう一つ店に盛り上がりとは活気がない。
		コンビニ（店長）	・テレビ番組で紹介された商品があれば、急激に出るので、切羽詰まっている状況ではないようだが、あまり変わっていない。
		コンビニ（店長）	・来客数はほぼ変わらない状況で推移するであろうが、たばこの単価が上がった分、他の商品の単価が低下しているので、経営上、厳しい状態が当分続く。店の中で高齢者がやたらと目立つようになっているので、先はますます厳しいが、何とか現状維持を期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・それほど販売量の回復が多くなる見込みがない。
		乗用車販売店（従業員）	・先の見通しが不透明であるため、変わらない状況は続く。
		乗用車販売店（営業担当）	・2～3か月先に売れる要素が見当たらないため、決算期にもかかわらず、車は売れない。
		乗用車販売店（販売担当）	・2、3か月前から排気量の多い4,000～5,000CCクラスの大型車が、中古車、新車共に売れない状況が続く。景気が良くなる要素が全く見付からない。このままの状態では販売が落ち込んで行き、最終的にはサービスだけで運営してしまうだろう。
		乗用車販売店（営業担当）	・今までのような自動車の保有台数の伸びが見込めない中、アフターサービスを含め、ユーザーへのよりきめ細かいサービスをどのようにするか生き残っていくポイントだと感じている。
		乗用車販売店（管理担当）	・消費低迷が続くなか、今の経済が急激に回復するとは思えない。
		住関連専門店（仕入担当）	・大きく上向きになるとは考えにくい。日用品含め底を打った感はあるが、昨年不調であった園芸を含めて期待は大きい。
		住関連専門店（統括）	・将来の生活に対する不安が強く、消費に結び付いていない。
		一般レストラン（経営者）	・同業者とのいろいろな交流を図っているが、これ以上先は変わらないという意見が多い。
		都市型ホテル（支配人）	・中心客であるビジネスマンの動きが良くなる予想はしていない。また、周辺の企業及び出張の回数がこれから増加してくるような様子も無い。
		旅行代理店（副支店長）	・羽田空港発商品の売行きと格安航空会社関連の話題性から春先の海外旅行需要を期待したいが、昨今の政治的不安定及び先行き不安感が、消費マインドを鈍らせ、現在のところ景気浮揚が期待できない。
		通信会社（総務担当）	・閉店する商店や長期の空き店舗が目立ち、個人消費の低迷が定着している。
		通信会社（局長）	・転居シーズンには販売数の伸びが予測されるが、ここ数年、転居数量そのものが縮小傾向にあるので販売数の伸びについてやや心配である。
		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（支配人）	・予約が弱い。社員、アルバイトなどの出勤調整を行っており、非常に厳しい時期を迎えている。
		ゴルフ場（業務担当）	・こここのところ、衣類関係とショップの売上が前年比で少し鈍っている。プレー代についても単価の安い日に集中し、売上が伸び悩んでいる。2、3月の予約の取り込みは土日を中心に前年をやや上回っており、先行きはやや明るい兆しが見えるが、ショップ等の売上は依然低迷しているため、総体的な単価と売上が伴っていくかどうかは微妙である。
		競輪場（職員）	・正月の記念競輪の売上が、前年を下回っている状況から、変わらない。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] (職員)	・ネットカフェとアーケード、ゲームコーナーが隣接しているが、レンタルDVDは良く、ネットカフェが悪く、アーケード、ゲームコーナーが良いという、ばらばらの状況があり、傾向がつかみにくい。景気が踊り場に来ているのではないかと考えるが、もう少しこの傾向が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		その他サービス〔清掃〕（所長）	・退職、就職、卒業、入学等、記念品の購入や懇親会等があり少しは上向き要素はあるが、購入金額は控えることになり大きな変化は見込めない。	
		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・平日定期と連日定期に移行している客が増えている。相対的に販売額は変わらないと考えられる。来客数に関しても横ばい状況で変わらない。	
		設計事務所（経営者）	・3月までの仕事はあるが、その後どうなるか、まだ予想もつかない。	
		設計事務所（所長）	・いつまでか分からないが、しばらくの間は悪いままの状態が変わらない。特に、建設関連業種はこのまま下降線をたどっていく。	
		住宅販売会社（経営者）	・最近周りのムードが非常に沈滞している。土地はまだ下がるのではないかというイメージがあるため、客がなかなか飛びついてくれない。	
		住宅販売会社（従業員）	・顧客が希望するエリアの土地を仕入れることができたので戸建住宅部門は良くなると見込んでいるが、アパートや店舗など地主の土地の有効利用を提案する部門は依然として厳しい状況が続く。	
	やや悪くなる		商店街（代表者）	・4月に隣接大型店が複合大型店として移転開店し、大変厳しい状況になる。
			一般小売店〔青果〕（店長）	・世の中の動きに良くなる傾向がまるでない。子ども手当が廃止になるのではと、ますます買い控えの傾向が出る。
			コンビニ（経営者）	・2月下旬に近隣に競合店がオープンするため、景気がやや悪くなる。
			高級レストラン（店長）	・中心市街地の衰退が著しい中で、3月には郊外に県内最大級の巨大ショッピングモールが開業するため、中心街は長くは持たない。
			観光型ホテル（スタッフ）	・最近、石油関連製品、食材が値上がりして来ており、景気回復機運の足を引っ張っている。
			都市型ホテル（スタッフ）	・今のところ、良くなる理由がなく、地方都市では不景気な状態が続く。
旅行代理店（副支店長）			・不安定な為替と鳥インフルエンザ、燃油の高騰と、景気の良くなる話が無い。これから春休みにかけてどのくらいの受注があるかにもよるが、現状、前年同期比60%くらいしか受注ができていない。	
タクシー（経営者）			・下げ止まりの状況も見受けられるが、この先もまだ悪いと思われる。	
住宅販売会社（従業員）			・別荘など的高額な商品を求める富裕層の消費意欲が回復するには、まだ相当な時間を要する。	
住宅販売会社（経営者）			・地方の中小零細企業ではどんどん格差が広がり、大した支援策がないので淘汰されてしまう企業が増える気配がある。3月の決算で差がはっきりするだろう。	
悪くなる		スナック（経営者）	・地元商店街の店舗もどんどん閉めている状況で、良くなる希望がまるで持てない。	
		スナック（経営者）	・本当に良くなる要素が1つも見当たらない。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・市内ではホテルが十分間に合っている状況のところ、新規ホテルがどんどん進出してきて、全体的な稼働がふさがっている状況である。また、首都圏の通勤圏内であるため、大手企業による宿泊の減少が心配なところである。	
企業動向関連	良くなる	その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・廃家電プラントの関連設備が忙しい。	
	やや良くなる	化学工業（経営者）	・3月の年度末に向かって注文も少しずつ入ってくるのではないかと期待している。それに合わせて工場の稼働体制を整え始めている。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・トラック用部品、建設機械用部品に関して、客の増産に対応するための新規応援立上げが軌道に乗る計画である。また、しばらく動きの無かった他分野の部品も確実に動きが開始、広がりが出てきている。	
		一般機械器具製造業（経理担当）	・当社は二次下請で、注文があれば作るというタイプなのだが、そこにいろいろな注文があったということは、これから良いほうに向かっていく。	
変わらない		食料品製造業（営業統括）	・一部のメーカーによる欧州への甲州ワインのプロモーション活動があるものの、その影響は極一部で、全体的には低コストの輸入ワインに押され気味で推移する。	
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・良くなる見通しなど全く感じられない。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品は多少減少する予定であるが、建設機械部品は微増が続き、全体として受注量は変わらない。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・4月以降はまだ分からないが、現在、2、3月については久しぶりに受注が入っている。	

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（営業担当）	・新年の挨拶回りでは、先行きに対する見通しは良くないとの意見がほとんどを占めていた。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・取引先と数量が結構戻ってきているので、2～3か月はこのままの状況が変わらず続く。
		輸送業（営業担当）	・季節が変わり、新生活商品等の家電や雑貨等の商品の動きが良くなるが、まだまだデフレ経済は変わらない。また、一部の荷主からはコスト見直しによる運賃引下げの要求もあり、まだまだ厳しい状況が続く。
		不動産業（営業担当）	・数か月で、各企業の景気が大きく良くなるという材料はまだ乏しく、少し悪い数値や何かしらの影響があれば、少し良くなって来たのが下がったりする。全体としては2～3か月後も極端に良くなるという状況はなく、平均すれば変わらない。
		新聞販売店 [広告]（総務担当）	・中小製造業の中には受注が順調にきているものの、価格をたたかれるので、残業をしないように時間内に収める工夫に忙しくしているところがある反面、小売、流通業の中には依然として厳しいというところも多い。新聞の求人広告は、明らかに前年や昨秋より増えていると話している。
		社会保険労務士	・3月末の資金の借り換えを心配する声があるのと、大型案件の話などを特に聞かないのとあまり変わらない。
		司法書士	・数年前と比べるとかなり落ち込んでいるため、現状では、今とそれほど変わらず、伸びもせず推移して行く。
		経営コンサルタント	・遅々としているが、製造業が持ち直し、農業と食品関係に需要面の動きが期待できる。
		その他サービス業 [情報サービス]（経営者）	・年度末までは、追い込みで販売量が増加すると思われる。しかし、4月以降はまた減少する不安要素もあり、何とも言えない。
		やや悪くなる	
出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・官庁関係からの見積等が例年より少ないので、3～4月あたりが厳しくなると予想している。		
輸送用機械器具製造業（総務担当）	・今後3か月間の見通しは、受注量は前年比10%と増えるが、販売額にすると前年比横ばいもしくは減少という、収益が上げづらい状況になってきている。増収減益もしくは前年比では減収減益の状況が予想される。		
金融業（調査担当）	・全体的にやや下降気味の傾向が続く。		
金融業（役員）	・当地域では、自動車部品関連の製造業が数多くあるが、各社共、今後3か月間の受注見通しが、前年同月比で約20%近く減少すると伝えられている。		
不動産業（管理担当）	・ビルテナントの空室への入居の話があまりなく、年度更新の賃料も引き下げてほしいという話が少し出始めている。		
悪くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）		
		電気機械器具製造業（経営者）	・来年度の製品や見積の話がここに来てまるでなく、すべての商品に関して先細りが懸念される。また、取引先の廃業による連鎖倒産の可能性もあり、厳しい状況に置かれている。
		その他製造業 [宝石・貴金属]（経営者）	・顧客の仕入意欲は少ない。展示会においても春先を見据えた品ぞろえのためのオーダーというより、現物のみの購入で目先の変化で当座をしのぐ傾向にある。
		建設業（総務担当）	・前年並みの受注確保は出来たが、今期は工期の長い土木工事が多いので、資金繰りが心配である。国の前払金制度もフル活用して対処しているところである。

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
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・自動車関連等と携帯関連の電子電機関係は順調に伸びていき、募集もそれに伴って継続的にいくものと思われる。新年度に向けて、サービス部門、学校、学習関係、といった教育関連が少しずつ伸びていくと見受けられる。住宅関連の製造加工はまだ暫定的であるが、幾分例年並みに戻る。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・これから忙しそうだが、まだ仕事が安定していない感じで、引き取りの話も出てくるのではないかと心配している。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・これから春に向けて多少は求人が増えてくる時期であるが、求人誌など広告費を使って募集する企業は少ない。
		職業安定所（職員）	・新規求職者数の動きに落ち着きが現れて来ているが、求人を担う企業側の募集、採用意欲が依然薄いことから、状況の好転はまだ期待できない。
		職業安定所（職員）	・事業所訪問をしている職員に確認したところ、今後の見通しが不透明で求人が出せない、という事業所が多い。
		職業安定所（職員）	・雇用調整助成金の活用状況は、活用日数と活用人数は減少傾向にあるものの、活用企業数は同程度となっている。
		民間職業紹介機関（経営者）	・大手企業の求人が大変少なく、受注増が見込めても、現行社員への負担で賄い、有効求人倍率に好転の兆しが無い。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・来年度の求人が届く時期ではあるが、昨年同様、来年度の求人はほとんどない。この時期の専門学校1年生は、まだ就職活動をする時期ではないので求人が大学等に流れていると思われるが、それにしても求人はない。企業側は人数、職種、学歴など、求人を絞っている。
	やや悪くなる	人材派遣会社（管理担当）	・取引先である製造業の生産計画発表が無く、先行きが見えない。
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	百貨店（販売促進担当）	・クリスマス、初商と大きなモチベーションに関しては非常に好調である。そのため、春物も着実に大きな動きとなる。
		コンビニ（経営者）	・商品の荷動きが3か月前より活発になっており、上向き傾向にある。
	やや良くなる	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・3月でエコポイントが終わるので駆け込み需要がある。アンテナ工事がまだという人も多いようである。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・今月はまあまあの状態だったので、この状態が続いていけば2～3か月後は少し良くなっていく。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・最近テレビで深蒸し茶が健康に非常に良いと取り上げられて、お茶屋にとっては追い風が吹いている。その後、他の番組でも深蒸し茶の特集が報道され、客の関心も高く、声を聞く。この不景気に少しでも歯止めを掛けられる状況になって欲しい。
		百貨店（営業担当）	・特定のカテゴリーではなく、全体的に業績は回復傾向にある。2、3か月後は卒業式、入学式、就職、転勤等のイベントが集中する時期でもあり、少しずつではあるが堅調に回復に向かっている。
		百貨店（販売管理担当）	・来客数が前年6月以来、継続して前年を上回っており、現在は気温の低下が後押ししているものの、日常使用する実用品中心ではあるが、客の消費意欲が少しずつ回復しているように感じるため、先行きはやや良くなる。
		コンビニ（商品開発担当）	・少しずつではあるが、見込んだ予算に結果が近付いてきているので、先行きはやや良くなる。
		家電量販店（経営者）	・エコポイント終了の3月末に向けて対象商品を中心に売上の盛り上がりが見込まれる。ただし、その後4月以降の反動減も予想される。
		家電量販店（統括）	・3月のエコポイント駆け込み特需が期待できる。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・新ハードの発売を2～3月に控えているので、盛り上がりつつある。
		高級レストラン（副店長）	・宴会予約の推移から判断すると、先行きはやや良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・2～3か月先の3～4月は人の動きも活発になるので、今よりは2割くらい景気が良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（経営者）	・団塊の世代が続々と定年退職等になってきており、預貯金をするよりは残された時間を有意義に夫婦で過ごしたいとか、グループで旅行して良い景色を見たり、おいしいものを食べたりしたいという、今まで抑えていた願望を一気に行ってみようかという気持ちになってきている。テレビやメディアの影響もあると思うが、このまま良い方向に向かってくれれば上向きになると期待している。
		旅行代理店（従業員）	・企業のインセンティブ活動や学生旅行が増えてきており、特にヨーロッパ方面の旅行が前年比170%で伸びている。
		タクシー運転手	・今年は政府の方針で訪日観光振興の推進に力を入れるような報道もあるので、景気はやや良くなる。タクシー業界も期待は大きい。
		通信会社（企画担当）	・7月のテレビ完全デジタル化に向け、最終的な駆け込み需要があり、この先も好調である。
		通信会社（局長）	・タブレット端末の販売増加に伴いケーブルテレビとの融合の可能性が高くなり、有線と無線の融合による付帯サービスの加入増加が期待できる。
		通信会社（営業担当）	・7月のアナログ停波までは、デジタル化への設備改修の依頼や問い合わせが増加し、それに伴いサービス加入も増加していく。
		ゴルフ練習場（従業員）	・今後春先に向けて来客数は伸びていくので、その分販売量も増えていく。併設するレストランも、微増だが売上が増えているので、全体的な景気はやや良くなる。
		ゴルフ場（支配人）	・今月は来場数が減少しているが、向こう3か月先の来場予約が平年並みに埋まっているため、3か月後は平年並みに戻る。
		パチンコ店（経営者）	・2～3か月先は時期的にも良い機械、リニューアルされた台が出ることや、春先になるといろいろな面で客の気分も高揚してくるので、今あまり良くない数字が今後上がってくるのではと期待している。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] (店長)	・ここ1～2か月客数が増加している状況に加え、それに伴って客単価が上昇していることから、今後やや良くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅、不動産業者が決算時期を迎え、大幅な値引きが期待できるために販売量は増大する。周辺エリアでの供給増も販売量の増大につながるため、景気はやや良くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・在庫も少しずつ増えてきており、春は不動産が動く時期なので、販売的に今月よりは良くなる。
		変わらない	
商店街（代表者）	・ここ数か月、平行に近い形だが、ゆっくりと右肩上がりになっている。この傾向は今後も続く。		
一般小売店 [家電] (経理担当)	・エコポイントが半分になったことにより、商品が全然売れなくなった。エコポイントは3月までであるが、あまり期待できない。		
一般小売店 [印章] (経営者)	・もう日本全体が成熟しすぎてしまったというか、ほとんど身の回りに必要とするものが少なくなっているのか、もしくは将来的に不安があるために買物を控えているのか、というようにしか考えられない。非常に厳しい低迷した時代が続いている。		
一般小売店 [衣料・雑貨] (経営者)	・年明けも依然として買い控えや節約志向が続いており、低価格、値ごろ商品にシフトしているので、景気は今後も変わらない。		
一般小売店 [靴・履物] (店長)	・客の可処分所得が全然上がらず、上がる見込みもない状況で、消費税が増税という話もあり、絶対良くはならない。心配である。		
百貨店（総務担当）	・ここ数か月の売上の推移を見ると、近隣店も含め、前年の売上を上回ったり下回ったりという状況が続いているので、先行きも変わらない。		
百貨店（総務担当）	・それほど飛躍的に良くなる要素はなく、今後についても客単価等に注視する必要がある。		
百貨店（広報担当）	・政権が不安定で、このままでは将来に対する不安で多くの人財のひもを引き締める一方である。また、雇用も各社現状の人員でオペレーションできる体制に取り組んでおり、景気の状態で一気に雇用状況が改善するとは考えられない。		
百貨店（営業担当）	・百貨店の主軸である婦人服は前年割れ予測をしている。世界の工場である中国の物価上昇（工賃、素材の値上げ）によるプライスラインの上昇は確実に今後ダメージがあり、また、原油やその他の投機的値上げにより洋服に関心が向かないとも予測している。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（販売促進担当）	・気候に対してのニーズは、セールと差が付かない価格対応商材へは高い反応があるが、この先のオケーションニーズ以外の春物は気候と価格次第と見られるため、前年以上に予想が付かない状況である。
		百貨店（営業企画担当）	・まだセールは続くが、春物へのニーズは高く、多くの来店が期待される。新入学や新生活での買いそろえ、買換え需要でも、きちんとした品物へのニーズが見込まれ、高質でリーズナブルな商品をそろえて、期待にこたえていく。
		百貨店（営業企画担当）	・衣料品など天候に左右される面もあるが、売上が回復していくような力強さは感じられない。
		スーパー（経営者）	・客の買物の仕方など、やや悪い状態がこのまま続く。まだ実際には分からないが、競合店が出てくる可能性もあるので、悪くなる傾向もある。どちらにしろ、あまり良い状況ではない。
		スーパー（店長）	・1月からずっと節分の予約をしているが予約件数が伸び悩んでいること、鳥インフルエンザの報道があったことから、この先買い控え傾向に向かうのではないかという状況を考えると、3か月後の見通しは現状と変わらない。
		スーパー（店長）	・競合店においては、集客目当ての価格がまだまだ続く。客の購買数、単価等は上がる傾向にはあるが、小売側としては一概に景気が上がっていくという判断はなかなか難しい。
		スーパー（総務担当）	・エコカー補助金終了や家電エコポイント等の反動での売上減は落ち着いたと思うが、昔でいうダウンやカシミアのような皆が買う、全体的な数字を底上げするヒット商品、話題の商品がないので、非常に厳しいまま推移する。
		スーパー（営業担当）	・まだ将来に対する不安感が払しょくされていない。短期的にはやはり景気回復策が何よりも求められている。
		スーパー（仕入担当）	・インフルエンザが流行すると客は外出を控えてしまう。また、鳥インフルエンザの発生での風評被害が懸念される。
		スーパー（仕入担当）	・今春よりまた競合店が増加する状況となっているが、当社も含め価格での顧客囲い込みを図っているが、持久戦の様相となっており、低価格の維持が難しくなっている。
		スーパー（ネット宅配担当）	・節分の状況を見る限りでは、ひなまつり、お彼岸、お花見等の販売については堅調に推移すると考えられる。また、鳥インフルエンザや宮崎の噴火の影響もあり、物価が若干上昇することで、売上は維持できる。
		コンビニ（経営者）	・3か月で固くなっていた客の財布が急に開くということはなく、このままデフレから脱却できない状況が続く。
		コンビニ（経営者）	・客観的に見て、良くなりそうな材料が見当たらない。
		コンビニ（経営者）	・乗客数は若干増えていく。たばこの影響が完全になければ客単価もこのままでいく。しかし、国債の問題や住宅ローン金利が上昇したりすると厳しい。
		コンビニ（経営者）	・客の買物の仕方が更に賢くなり、高級品と安価な商品の使い分けが進む結果、売上は横ばいが続く。
		コンビニ（エリア担当）	・円高、原料高も続いており、今より良くなるとは思えないので、変わらない。
		コンビニ（商品開発担当）	・消費が上向くような有望な施策が見えないため、消費者の財布のひもが緩むような展望が見出せない。
		衣料品専門店（経営者）	・衣料品は必要だから買うという傾向がますます強くなっている。おしゃれにとか、可愛いからという衝動買いの人は非常に少なくなり、気温などに左右されて購入する傾向が強くなっている。
		衣料品専門店（営業担当）	・不況だと思われる昨今、年配客の財布のひもは特に固い。
		家電量販店（店員）	・パソコン市場は目まぐるしい単価ダウンがない限りは変わらない。
		乗用車販売店（経営者）	・整備は順調に入っているが、販売があまり芳しくない。昨年9月のエコカー補助金終了よりあまり良くない状態が続いている。
		乗用車販売店（販売担当）	・輸送量が年々減っているということで、運送業界の景気は今後2～3か月もまだ良くならない。しかし、今までは節約、我慢していたが、消費が増えてきつつあるという情報もある。将来的に消費、輸送量が増えていけば景気は良くなるが、現状のままだと2～3か月先も悪いままで変わらない。
		乗用車販売店（営業担当）	・3月の決算に向けて既に他社メーカーがCM等を打っているが、時期が早すぎて決算の優位性やお買い得感への印象が薄くなっている。

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
		乗用車販売店（総務担当）	・今後については、不透明感が強い。客は電気自動車に興味はあるものの、急速充電器の普及に不安があるようで、購入に至っていない。短時間で充電できれば安心して購入できるのではないかと。今更ながら、補助金制度の恩恵が購入意欲を鈍らしている。
		住関連専門店（統括）	・良くなる要素がなく、悪い状態がこのまま進む。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費動向は慎重であり、まだまだ財布のひもが固い状況が続いている。店頭は春物商戦であるが、まだ寒い日が続いているため、これからの気候次第である。
		一般レストラン（経営者）	・材料代は上がり、物価はデフレが続く状態なので、3か月先も今と変わらない。
		一般レストラン（店長）	・春になると良くなるのかと思いましたが、花粉症とか、お金もないといったところで、景気の悪い状態は変わらない。
		都市型ホテル（支配人）	・先々の販売量の動きも前年と比較して大きな変化はない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・年度末、年度初めは需要の大きいシーズンではあるが、低価格傾向や外食離れに歯止めが掛かる様子は無く、引き続き厳しい状況と予測される。
		都市型ホテル（スタッフ）	・先の予約状況を見る限り、宴会の客数が前年の同時期より減っており、特に、法人宴会の客数が減少している。レストラン、宿泊はこれから予約が増えてくるが、お得感のあるプランを提示しないと予約が入らない。ネット等を活用して機動的にプランを発表して集客に努めたい。
		旅行代理店（従業員）	・羽田空港の国際化が本格化すると、景気の低迷が引っぱり合って変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・一時の問い合わせの電話が鳴らない状況からは脱し、社内が活気づいてきたものの、鳥インフルエンザや新燃岳の噴火の影響で、早くも団体旅行のキャンセルが相次いでいる。
		旅行代理店（営業担当）	・新しい商品ができていないので変わらない。
		タクシー運転手	・これから先の見通しは、やはり今までと同じように一進一退というような形で、なかなか良くなるという状況下にはない。
		タクシー（団体役員）	・今タクシー業界は、減休車等により、供給過剰解消に努力している。景気が明るくなる要素はなく、厳しい状況は今後も続く。
		通信会社（経営者）	・当社の持ち出しによる集合双方向化改修工事が1月より実績が出始め、改修棟からの加入獲得を推進中である。しかし需要が弱く、大手競合との激しい競争は今後も続く。
		通信会社（営業推進担当）	・商品や技術、制度面で目新しいものがない。世界規模のスポーツ大会の予定もなく、カンフル剤に該当する材料が少なすぎるため、変わらない。
		通信会社（営業担当）	・7月のデジタル放送切替までは現状維持見込みである。
		通信会社（営業担当）	・地上デジタル対策も買い控え傾向にあり、保留となることが多い。
		通信会社（営業担当）	・世間が地上デジタル放送に関する周知を進めることでアンテナ受信への転向も増えてくる。
		通信会社（支店長）	・各社、学割プランを発表し、これから迎える卒業、入学、新社会人への取り込みを含めてかなり活性化しそうである。例年この時期が最大の商戦期となるため、例年並みの盛り上がりを見込んでいる。
		通信会社（総務担当）	・消費税増税の検討もされているなかで、生活防衛のため、一般消費者の財布のひもはますます固くなる。
		その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・企業の予約が増加しているものの、一般来場者はいまだ横ばい状態が続いている。
		その他レジャー施設〔ホール〕（支配人）	・就職率が低迷し、国際債の評価がワンランク落ち、消費税増税も取りざたされている状況から、消費者はますます生活防衛型となり、余暇や趣味へお金を払う意欲は落ちる。当面この状況が変わるとは思えない。
		その他レジャー施設（経営企画担当）	・ニーズにマッチしたイベント等は集客力がある。政治の景気への悪影響も懸念される状況だが、民間企業は客に支持される企画を提供することができれば一定の成果も期待できる。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・売上が一時下げ止まった感はあるが、今後、伸びる要因があまり無いので、下げ止まっただけで変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・購入意欲はあってもそれ以上の不安が先に立つようで、商談に大変時間が掛かっている。この状態はもっと目新しい購入メリットが出ない限り長引きそうである。

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
		住宅販売会社（従業員）	・顧客マインドに与える好材料は見当たらない。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・住宅エコポイントの影響もあり、とりあえず今の販売量は維持できそうな状況である。
	やや悪くなる	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・砂糖や小麦粉など原材料の値上がりがあり、また大雪や火山の噴火など天災による食料品などの値上がりが見込まれるので、し好品は厳しくなる。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・年々販売量も減る一方で良くなるとは思えない。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・家電エコポイントももう出尽くしたようで、客の様子を見ていても良くなる様子は全くない。
		スーパー（店長）	・来客数はとりあえず前年を維持しているものの、相変わらず財布のひもは固く、必要最低限の買物しかしないため、買上点数、単価共に上昇する要素がない。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税などのニュースに生活防衛意識が強くなり、収入が増えない限り、我慢できるものは我慢し、消費を控える様子がうかがえるので、しばらくは停滞する。
		衣料品専門店（経営者）	・依然としてデフレスパイラルが続き、なかなか上向きを感じられない。消費者の購買意欲も浮上しているとは思えない。
		衣料品専門店（営業担当）	・景気回復の兆しもみられないまま、春の実売期に突入するが、需要がどうなのか不安である。
		乗用車販売店（渉外担当）	・新型車の効果はあるものの総販売台数は伸びず、補助金終了後低迷が続き、4月には自賠責保険料値上げも控え、車販売への影響は大きい。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・競合店が1月後半に出店したため、より厳しい対応を迫られている。花粉症対策等は早めに仕掛けているが、客にもらえる作戦を必死で考える必要がある。
		都市型ホテル（スタッフ）	・客の来館は昨年と変わらないが、披露宴の参加人数が減っている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・ブライダルの予約業務をしているが、期近な案件の引き合いも弱いし、なかなか数字が伸びない状況である。
		旅行代理店（支店長）	・例年、3～4月は年度末または年度初を迎える企業が多いため、旅行の需要が下がる。今年の前約状況もやはり同じような傾向となっている。ただし、今年は4月に京都である宗教の遠忌があるため、その分はプラスとなるが、今月と比較するとトータルではやや悪くなる。
		タクシー運転手	・消費税の増税も取りざたされており、将来に不安があるため、消費意欲が回復しない。
		その他レジャー施設〔スポーツ施設〕（支配人）	・円高、原油高、雇用不安の影響で、生活必需品等に関しても安い商品を求める傾向がある。そんな状況下、レジャーなど手控えても日常生活にさしたる支障をきたさないものに対しては、更に出費を抑える傾向に向かう。
		その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・一部大企業を除いて中小企業の需要は大体減退しており、これがリストラあるいは人員、給与下げといったものに結び付きそうな様相を示している。そしてそれがまた市場に跳ね返るといふ悪循環が始まっている気がしている。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・若年層の購買意欲が無いように感じる。商品そのものの良いところをアピールし、廉価なものでは味わえない安心を買ってもらえるよう、自助努力を怠りなく持続していかなければならない。
		設計事務所（経営者）	・身の回りは不景気であるが、当社は3～5月まで仕事が目一杯である。しかし、その先の仕事が全く見えない。民間の仕事が冷え切っている中では、ホームページを整理して顧客を準備するといった営業面の方向性をもっと考えていかなければならない。
		設計事務所（所長）	・仕事量がますます減っている。業者が多くなり仕事が減っている状況では景気が良くなる様子は一切見当たらない。
		住宅販売会社（従業員）	・来場者数が減っている。
	悪くなる	一般小売店〔家電〕（経営者）	・3月まででエコポイントが終わってしまうが、その後はどうなるか。地上デジタル放送のアンテナ工事が多少あるにしても、単価的にはあまり上昇していかない。
		衣料品専門店（店長）	・家電エコポイント、エコカー補助金などが昨年末から今年に掛けて駆け込み需要により支出がなされてしまったため、優先順位の低い衣料雑貨等に家計支出が回っていない。例年より厳しい寒波で追い風になっているはずの実用衣料が昨年を大きく割っている現状からすると、この状況はまだ続く。
		遊園地（職員）	・燃料高騰もずっと続いており、景気回復の兆しが見えてこない。

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
		設計事務所（所長）	・本年は選挙の年となるが、新政策等、建築に対する明るさが見えず、逆に建築に対する要項等がますます厳しくなるので、良くなる要素が見当たらない。
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）	・今月は1か所だけからの特需はなかったが、顧客数が増えてきたと感じている。将来的にもこの傾向が続くのではないかと感じている。
		金属製品製造業（経営者）	・見積、成約件数共に多くなり、残業や休日出勤が急激に増えている。このままいけば受注金額も先行き改善されると期待できそうである。当工業団地内もトラックの出入りが多く、活況がある。
		金属製品製造業（経営者）	・長年の営業活動により新規取引が成立したので、受注量に見合っただけで良くなる。また、良くしなければならぬということで努力している。
		電気機械器具製造業（経営者）	・成約には至らないものの昨年よりは引き合いが活発になってきているため、売上も改善していくのではないかと期待している。
		輸送業（経営者）	・新学期を控え、教科書等の特需を迎える時期なので、これからの取扱量の増加に期待している。
		広告代理店（経営者）	・これまで同業他社が受注していた案件の幾つかが、来期から当社にスライドしてくるという下話を受けているため、それが実現すれば、前年比でややプラスになる。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・来期の予算計画に対して前向きな話が多いため、やや良くなっていく。
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・実需は起きていないが、話題というか空気は感じている。ただ、3か月で実需に至るかどうかは自信がない。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・2月に入ると年度末需要が見えてくるのでその動き次第ではあるが、前年実績を超えるような案件は無いと思われるため、現状維持が精一杯である。
		出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・見積依頼も、他社と比べて安くなるかどうかという内容になり、まだ経費を抑えたい意向がうかがえる。
		化学工業（従業員）	・今年に入って原料の値上げが始まっているが、現状では製品の値上げは無理であり、荷動きも良くなる気配はない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・2、3月は年度末に向けて多少、受注残が残っているが、4月以降については全く先が見えない。
		精密機械器具製造業（経営者）	・良くなりそうになると不安材料が出てきて、まだ踊り場が続く。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	・つい最近大所が倒産したという情報が耳に入ったが、当社の関係する中では相変わらずの状況が続いているということで、特別良くなる材料や悪くなる材料はない。
		建設業（経理担当）	・見積依頼は少し出始めているが、相変わらず予算が乏しく、材料代はじわりと値上がりしているため、受注希望価格と客の予算の差が広がっている。銀行の新規事業への貸出し条件も厳しく、まだしばらく適正価格での受注は望めそうもない。
輸送業（所長）		・家電エコポイント政策も落ち着き、全体的に荷物を動かす要素が無い。取引先からは、原料（砂糖、小麦粉）の高騰で値上げ前に一時的に荷が動く可能性があるが、値上げが実施されれば悪くなると言われている。	
金融業（役員）		・円高や政治の混乱等に基づき、取引先、特に中小零細企業の受注状況が非常に厳しい。当面、この状況に大きな変化はない。	
不動産業（経営者）		・今まで新築物件は完成前にすべて契約が埋まるのが定番であったが、条件の良い新築でも申込が少ない状況で、賃貸業務は厳しい状況が続く。	
広告代理店（従業員）		・当面、新規案件等の予定がないため、既存の売上が継続する。	
社会保険労務士		・良くなるような要因が見当たらない。	
経営コンサルタント		・県内のある市の商工業実態調査にたずさわっている。経営者たちの来年度の売上見通しは、「伸びる」「少しずつ好転」を合わせて20%弱。「現状維持」32%、「減少」30%弱であった。これが現場の実感であり、当面は変わらない状況が続く。	
その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・年度末に入るが、まだ広告費や映像にまで回るような要素が見当たらない。低迷したまま変わらない。		
その他サービス業〔警備〕（経営者）	・現在の受注状況がしばらくは続く。		
その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・新規の案件が少なく、見積依頼も少ない。新規事業を立ち上げたが、当面の予測はつきにくいので、現状維持の状態となる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
やや悪くなる		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・先行きの不透明感がかなり強く、動きが鈍い。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・地上デジタル化に対する動きも活発にならず、景気が変わっていく要素が見えない状況であり、今後の展望が期待できない。
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・価格競争は悪いことではないが、早く安くするには新しい機械を入れないとできない。1社が入れると他社もという風に競いすぎて赤字になってしまい、巻き込まれないようにと思うと仕事が無いという状況である。	
	プラスチック製品製造業（経営者）	・どこの顧客も海外生産シフトに拍車が掛かり、新企画や受注増の期待も持てず、楽観は許されない。	
	金属製品製造業（経営者）	・中国、新興国向けが現地生産化した場合、内需で生産をしていかなければならないが内需は少ない。円高が現状のままか更に進めば、大手はより海外生産を進めてしまうため、景気が良くなるとは考えられない。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・現状、客も景気があまり良くないと思っているようで、在庫を絞りだしている。在庫を絞ると、材料が出たらいきなりやれということになるが、そうすると当社は受注量が少ない上に、残業や休日出勤をしなければならない。これで良くなるわけがない。これから先はやや悪くなる。	
	建設業（営業担当）	・昨年からの周辺での分譲マンション計画が増え続けているが、工事単価は非常に厳しい。仕事が無い中で支払い条件が厳しく、状況判断に迫られる時があり、デフレ現象になってきている。	
	輸送業（経営者）	・非常に景気が踊り場的な状況にあるということは報道されているが、現在その次の階段を上れるかどうか、判断しにくいところである。一気に良くなるというような考え方はできない。	
	輸送業（経営者）	・我々零細企業はこれから先どうなるのか全く分からず、廃業したくても借金があつてなかなか廃業することもできず、倒産を待つ以外ないのかという感じである。	
	金融業（支店長）	・中小企業金融円滑化法により中小企業倒産は大幅に減少したが、問題が先送りされただけであり、業況、資金繰り改善の兆しは見えない。	
金融業（支店長）	・製造業等は受注の先行きの見通しがついていないということ、取引先の財務状況がやはり悪化しているということ、中小企業金融円滑化法に基づいて返済を猶予しているが、それすら返済できないという客が増えていることから、企業にとってみるとまだまだ予断を許さない、仕事がないという状況が今後も続くという予想がつくので、若干悪くなる。		
悪くなる	繊維工業（従業員）	・原料の糸が急激に高騰、かつ不足しており、中小企業が中心の製造業では、納期遅れや商談不成立が急増している。中国の金余りから糸を投機の対象に買い占めが起っており、このままでは我が国の繊維製造業は、大きな打撃を受ける。	
	輸送業（総務担当）	・荷主から運賃、作業賃の値下げ要請がある。また、年度末に掛けて出荷量が激減する一方、燃料価格が年末年始から大幅な値上がりが続いており、今後も値上がりが続くそうである。経営環境は良くなる気配が全く無い状態である。	
雇用関連	良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・客の半分以上が新規採用を抑えていたが、ここにきて少ない人数でも増やしているという動きがある。また、新しい事業展開などの計画もあり、それに基づいて募集をしていると、2～3月の話が出るところもあるなど、動きが活発になっている。
	やや良くなる	人材派遣会社（支店長）	・人材を必要とする業界はあり、人材のマッチングのために既存のメンバーのほかに、新たな人材を募集する必要がある。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数が増え、雇用が増えればやや良くなる。季節的な要因かもしれないが、年度明けに向けた企業の動きが徐々に聞こえてくるなか、予断は許されないが、雇用についても薄日が差す印象がある。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・新卒採用に関する政府予算に関連して、いろんな提案要請がありそうな気配である。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人数が増えてきている。
		民間職業紹介機関（経営者）	・障害者雇用の法整備に伴い、中堅企業の雇用ニーズが出てきている。新規株式公開を目指す企業は、最優先人事マターと位置付けている。
		学校〔専門学校〕（教務担当）	・政府の雇用対策（採用拡大奨励金対象求人）のためか、ここにきて少々ではあるが求人がある。ただし、企業からは、ハローワークの紹介状を要求される。

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	人材派遣会社（社員）	・製造業では景気回復の兆しが見えつつが、他業界については特に変化が見えず、総体的には変わらない。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・春先にかけて新規取引需要は若干高まりそうな気配がある。
		求人情報誌製作会社（編集担当）	・求人数及び雇用形態、採用業種の傾向は去年の後半からほぼ同様である。今春に向けての強調材料もなく、しばらくはこの状況が続く。
		職業安定所（所長）	・新規求人はわずかに増加傾向ではあるが、低い水準で推移している。一方、求職者はあまり減っておらず、雇用情勢が厳しいことに変わりはない。新卒者の内定状況も改善されておらず、景気が良くなるとの感触は得られていない。
		職業安定所（職員）	・大学生の就職内定状況が調査開始以来最低を記録し、極めて厳しい状況にあるが、政府の施策で各種奨励金を充実させたことにより、新卒求人は増加傾向にある。一般求人も1月以降は若干増加傾向になっている。新規求職者数が増加に転じなければ、有効求人倍率は改善していく。
		職業安定所（職員）	・受注量の増加から雇用調整助成金の申請は減少傾向にあるが、大きな変化はない。
		職業安定所（職員）	・求人数が増えず変化がない状況なので、今後就職者が今よりも増えるということは予想されない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・国内需要が全く伸びていない状態で、海外の状況は一部東南アジア系、中国含めやや安定しているようだが、国内需要が冷え込んでそのままになっている状況なので、まだしばらくは良くならない。
		民間職業紹介機関（職員）	・景気状況、企業業績等の安定感が高まってきており、心理的な改善傾向が見られる。この動きは少し継続していく。
		学校〔専修学校〕（就職担当）	・2012年3月卒業生向きの求人依頼は、昨年採用予定確認状況と変化はなく、厳しさは変わらない。
やや悪くなる		人材派遣会社（営業担当）	・求人数は微増だが、雇用条件等が低下してきている。そのため、労働市場全体的で考えると景気は低迷している。また、派遣市場はコンプライアンス面から直接雇用への切替え等が発生しており、派遣労働者総数は減少していく。
		人材派遣会社（支店長）	・自由化業務満了に伴う契約終了が今年も相次ぐが、埋める材料となる引き合いや見込みが少ない。
		人材派遣会社（営業担当）	・簡単な事務や製造拠点等を海外へ移す計画を進めているという企業が増えてきている。今後の国内の雇用に不安を感じる。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・採用環境が大きく変わり、企業にとって人材を選ぶことが厳しくなっている。全体的な求人件数の増加に伴い、採用コストも増加する傾向が出てくる。その流れに乗れない中小企業は、採用活動がコスト面で制限されることで採用が進まない可能性がある。
		職業安定所（職員）	・一般、パート、契約社員の求人数も若干減少していく。
悪くなる		○	○

## 5. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連	良くなる	○	○
	やや良くなる	百貨店（営業企画担当）	・前々年12月以降、回復傾向は継続している。一巡した前年12月も回復は継続しているため、今後も緩やかに消費は回復する。
		百貨店（店長）	・天候に恵まれて、商品の提案が客のニーズとマッチすれば、購買につながる。
		スーパー（店長）	・品質が良く美味しい商品など価値ある商品は、高価格でも買い求める傾向が少しずつ出始めている。しかし、全体的には節約志向が強く、同じ物なら低単価という傾向が依然として強い。
		スーパー（総務担当）	・加工食品関係が値上がりするという情報がある。しかし、特に容量が多い商品の動きは良く、今後はやや良くなる。
		スーパー（営業担当）	・地元の自動車製造業の業績が上向いてきていることから、今後は徐々に良くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・単価上昇は多少なりとも消費が改善していることの表れであり、今後消費は活発化する。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・国内生産が見直されており、周囲の工場でも春夏物の生産を始めている。前年の生産がかなり少なくなっていた分、今年は今より良くなりそうである。

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
		乗用車販売店（営業担当）	・景気が良くなってきたと話す客が出始めている。これまではそういった話は聞かなかつたため、これからはやや良くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・今年の決算期には、売上は増加する見込みである。
		乗用車販売店（従業員）	・決算期に入っていく時期なので、ある程度の販売量は確保できる。エコカー補助金の恩恵があった前年と比べれば良くないかもしれないが、例年に比べると客の動きは良く、今後はやや良くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金終了から一定期間が過ぎ、多少回復傾向が見られる。
		一般レストラン（経営者）	・消費者は、買い控えに飽きてきている。そろそろ出費が増える。
		その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・宣伝やイベント開催等の販売促進策の効果が、今後出てくる。
		住宅販売会社（従業員）	・現状が良いため、条件が合いやすくなる3月決算期には、客は更に動く。消費税の増税が現実化してきたら、駆け込みを期待できる。
変わらない		商店街（代表者）	・来客数は減少しているが、客に購買意欲はあるため、今後も現状と変わらない。
		商店街（代表者）	・客の様子や、客単価が極端に落ちていることから、良くなる兆候は全く見られない。
		商店街（代表者）	・売上は、横ばいが続く。ただし、手間の掛かる商品が売れ筋となっているため、燃料費や小麦粉、砂糖等の原材料価格の上昇をカバーできず、不安定な要因も増加している。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・贈答品店の業績は、この2年間ずっと落ち込んできた。落ちる所まで落ちた印象を受ける。今後もしばらくはこの状態が続く。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・小麦、砂糖、ココア等の輸入品の急激な値上がりや、国内の野菜を始めとする原材料の値上りが、一番懸念される。厳しい経営を迫られる。
		一般小売店〔惣菜〕（店長）	・値段以上の価値がある商品には客が集まるが、割高感がある百貨店の通常商品を売るには、厳しい状況が続く。
		百貨店（売場主任）	・客は、バーゲンでもすぐに購入するわけではなく、十分に品定めしてから、本当に必要なものだけを購入するという姿勢が続いている。今後も同じ傾向が続く。
		百貨店（売場主任）	・高額な輸入品が売れず、2万円以下の靴を探している客が多いため、単価が低下している。取引先も厳しい経営状態にあり、1社倒産している。今後も厳しい状況が続く。
		百貨店（企画担当）	・前年並みの売上を確保できているが、前年同月比100%を確保するのがやつの状況である。この状況はまだ続く。
		百貨店（経理担当）	・一時期は持ち直していた美術品や宝飾品の動きがさえない。全品目で、客単価もやや低下している。今後もこの状態が続く。
		百貨店（販売担当）	・一部の客層の消費意欲は、今後もおう盛である。しかし大半の客層は、先行き不安から、購買をますます手控える可能性がある。我慢や商品の代替は常態化しつつあり、打開策は見当たらない。
		百貨店（経営企画担当）	・現状では気温の低下によって季節商材の販売は好調に推移しているが、消費の拡大に結び付く動きは見られない。
		百貨店（販売担当）	・以前ならば、春は新作の展開が本格化し、卒業、入学、就職等の準備やお祝いによる売上が見込めた。しかしここ数年は、その傾向はあまり見られなくなってきている。セールでの客の買い渋りを見ても、売上の増加は難しい。
		スーパー（経営者）	・来客数が増えているにもかかわらず、売上には結び付かない状況が続く。
		スーパー（店長）	・今のところ、良くなる要素も極端に悪くなる要素もない。今後税金面で変化があれば、景気は変わってくる。物の動きには明るい兆しが見えるが、単価については今後も様々な要因で変わるため、先行きは不透明である。
		スーパー（店員）	・良くなる雰囲気はなく、来客数も変化しない。政治が変われば変わる可能性もあるが、現状では考えられない。
スーパー（販売促進担当）	・周辺の企業は、経費の削減などによって動きは鈍い。残業の減少や時短などにより家計所得は前年と比べて減っており、家計は守りに入っている。必需品のみが動いている状況であり、消費者の所得が増加しない限り、購買には結び付かない。		
コンビニ（企画担当）	・客単価は継続的に好転しており、良くはならなくても、これ以上悪くもならない。		

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
		コンビニ（エリア担当）	・ 今月並みの好調な売上が、今後も継続する。
		コンビニ（店長）	・ 来客数、販売量共に横ばいであり、今後も横ばいが続く。
		コンビニ（商品開発担当）	・ 製造業など海外需要で伸びている業種もあるが、劇的に良くなる要因にはならない。販売状況を見ても、おにぎりが伸びてもサンドイッチが落ち込むなど、全体の改善は難しい状況が続いている。今後も上昇は見込めない。
		衣料品専門店（経理担当）	・ 繊維卸売業の業況は、前年同月比3～7%増で推移している。ただし、改善は小売業にはまだ達しておらず、今後も変わらない。
		乗用車販売店（従業員）	・ 最近の販売台数は、激減している。これ以上悪くなることはないが、良くなる見込みもない。
		乗用車販売店（従業員）	・ 自動車販売は落ちるところまで落ちたので、今後は徐々に増えるかもしれないが、例年の3月決算と比べて盛り上がりは見られない。来客数は、車検客が少し増える見込みである。
		住関連専門店（営業担当）	・ 住宅関連は、夏ごろまでは現状通り増加してくる。しかし、民間設備投資やその他のビル関係は少ない。価格の下落も続く。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・ ボーナスが出ていないため、今後も現状維持が精一杯である。
		高級レストラン（スタッフ）	・ 予約客の動向や販売促進策に対する客の反応には、目立った変化はない。前年同月比で見ても、回復力は弱い。
		スナック（経営者）	・ 企業の先行きは不透明であるため、社員は経費を自由に使えない。個人消費も見込めないため、当分冷え込んだ状況が続く。
		観光型ホテル（販売担当）	・ 新年度を控え、学校等の歓送迎会の予約は例年通り受注している。しかし、企業の新年度催事が催行されるか、現時点では何とも言えない。
		都市型ホテル（従業員）	・ 予約数から判断すると、現状並みが続く。
		都市型ホテル（営業担当）	・ 今後も現状維持が続く。
		旅行代理店（従業員）	・ 今後の天候にも左右されるが、例年と比べると、学生の旅行の動きが良くない。
		タクシー運転手	・ 景気が上向いているという実感は、全く感じられない。明るい兆しや好材料もない。一度落ち込んだ消費意欲が上向くのは難しい。
		テーマパーク（職員）	・ レジャー関連は、良くなる要素が少ない。海外旅行者等の需要が増えても、大きな変化は生まれない。
		ゴルフ場（企画担当）	・ 各ゴルフ場の予約数は、2、3か月先も順調である。1、2月は雪による閉鎖が増加し、ゴルフができない期間が長くなったため、3、4月の来場者数は増加する可能性がある。悪くなる気配は特に見当たらない。
		美容室（経営者）	・ 客との会話からは、明るい話題が出てこない。また、経済に対する愚痴が多くなっている。今後も厳しい状態が続く。
		住宅販売会社（企画担当）	・ 先行き不安を感じている客が多いため、今後も厳しい状態が続く。
		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）	・ 毎日2件以上の見積依頼又は引き合いがあり、今後も現在の受注量を維持して行く。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・ 油、コーヒー、鶏肉など食料品価格の上昇が見込まれるため、日用品以外の消費は停滞し、デフレが進みそうである。
		一般小売店〔電気屋〕（経営者）	・ 家電エコポイント制度の終了に伴い、客の財布も固くなる。
		百貨店（販売担当）	・ 原材料高が進み、このままでは近々、価格を改定せざるを得ない。そうなると、買い控えが起きそうである。
		スーパー（経営者）	・ 地元の製造業が、積極的に海外進出していると聞く。下請業者にとっては良い話ではなく、工場を閉鎖するという企業も多く、先が見えない状況にある。
		スーパー（店員）	・ 愛知の農場で発生した鳥インフルエンザは、大きなダメージである。今後は卵の仕入価格が上昇するとの情報がある。更に、宮崎の火山噴火に伴う作物被害によって、今後は野菜価格の高騰が懸念される。
		コンビニ（店長）	・ たばこの販売は徐々に回復しつつあるが、店全体の売上は前年並みまで回復しておらず、今後も厳しい状態が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・ 1月の売上を見ると、明るい兆しは全くない。街全体が暗い感じがする。
		家電量販店（店員）	・ 家電エコポイント制度が終了するため、更に落ち込む。

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
		観光型ホテル（経営者）	・宿泊者数、昼食客数、夕食客数のすべてにおいて、前年を上回ることにはできない。動きは非常に乏しい。
		都市型ホテル（支配人）	・宿泊予約、宴会予約の状況が悪い。
		旅行代理店（従業員）	・統一地方選挙を控えて、旅行に出控える人が多くなる。春休みの旅行の申込状況も、今一つである。旅行シーズンの到来にもかかわらず、ヒット商品の企画が重要になるほど、春先の旅行需要は厳しい。
		パチンコ店（経営者）	・業界全体で客単価が年々低下してきており、今後も厳しい状態が続く。
		理美容室（経営者）	・「仕事は増えているが、利益の出る仕事が少ない」と話す客が多い。景気は今後も悪くなる。
		設計事務所（経営者）	・この半年間、悪い状態が続いている。個人案件、企業案件共に全く動かない。
		住宅販売会社（経営者）	・所得が増えないため、新築の購入は今後も難しい。今の政治状況を見ると、先行き不安である。
	悪くなる	商店街（代表者）	・家電エコポイント制度の特需の後は、テレビの売上が激減している。しばらくは厳しい状態が続く。
		スーパー（店長）	・1週間後に、1キロ先に新たな競合店ができる。2か月後には、市内にショッピングセンターが開業する。
		家電量販店（店員）	・家電エコポイント制度の終了を境に、家電量販業界は一段と冷え込む恐れがある。価格が高くなり、販売量は減る。
		その他専門店〔貴金属〕（店長）	・宝飾業界の新年会では景気の良い話は全く聞かれず、景気の底はまだ見えない。
		一般レストラン（経営者）	・明るい兆しが見えない。
		理容室（経営者）	・客は安い店に流れるため、今後は一段と厳しくなる。
		住宅販売会社（従業員）	・新築から増改築へと変更するケースが目立つが、予算は自己資金の範囲内になるため、工事代金は少ない。手間は掛かるが、工事量の増加にはつながらない。
企業動向関連	良くなる	建設業（経営者）	・大手自動車メーカー系企業の業績は予想以上に回復しているため、マスコミで報道されるほどの懸念材料は見当たらない。
	やや良くなる	紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・食品関係の工場稼働率は、2、3か月先に大きく上昇する。そのため、製品梱包用の段ボール箱の需要も増加する。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・今年度の決算は、前年度よりも良くなる見込みである。また、今年度の生産計画も、今期と比べて多くなる見込みである。
		化学工業（企画担当）	・円高による影響は、変化していない。しかし、今期末や来期に向けた販売予測は好転してきており、景気は回復する。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・窯業界の景気の先行指標となる住宅着工件数は、平成22年9～11月期は、平成22年6～8月期と比べて103.3%であり、わずかながら増加傾向にある。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・円高のため価格競争は厳しいが、引き合いや大型プロジェクトはかなり増えている。短納期への対応ができれば、なんとか利益を確保できそうな案件も出てきている。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・業界全体で見ると景気は上向きであり、今後は良くなる。
		輸送業（エリア担当）	・当社の景気は良く、業界全体でも通販市場が更に伸びるため、荷物量は増えていく。
		不動産業（開発担当）	・販売価格が相場並みならばマンションは売れるという認識が広がっている。用地取得に積極的な会社が増えてきている。
	変わらない	食料品製造業（企画担当）	・販売数量は、依然として伸びていない。砂糖、小麦粉、大豆などの原材料高は、企業収益を圧迫する。販売価格に転嫁すると、消費量に影響が出る。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・新規の引き合い件数は高水準であり、成約率も高い。利益は少ないが、量をこなしてカバーする状況が続きそうである。
		電気機械器具製造業（経営者）	・下期末までは、現状維持である。来期の上期以降は、取引先各社からは慎重な内示があるが、上振れする可能性が高い。
		電気機械器具製造業（経営者）	・鋼材の値上がり分を販売価格に転嫁できていないなか、取引先からは逆に値下げ要求が継続的になされている。今後は、円高や海外の動向にも影響されるが、極端な変動はない。
		建設業（営業担当）	・積極的に新規の営業に取り組みれば、仕事につながることはある。しかし契約が取れても、受注量がすぐに増えるわけではない。

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
		輸送業（従業員）	・原油を始めとする原材料や素材関連の値上がりや、全体的なコスト高につながっていく。運輸業界では、燃料やトラック、タイヤが値上げされるため、厳しい経営を強いられる。
		輸送業（エリア担当）	・アジア諸国の景気回復によって、貨物量は引き続き漸増する。しかし、動きはやや鈍くなる。
		輸送業（エリア担当）	・バイパス国道や第二東名自動車道の一部の工事が動きだしているが、他には目に見えて良くなる情報はない。
		通信業（営業担当）	・リーマンショックのダメージから回復してきている取引先が、増えてきている。ただし、2、3か月ではまだ変わらない。
		金融業（法人営業担当）	・設備投資は、原価償却の範囲内にとどまっており、年度内の増加は見込めない。原油や原材料の価格上昇による影響は、円高との相殺もあり、今のところ苦しいという話は聞かない。年度内は、現在の状況のまま推移する。
		金融業（企画担当）	・売上は回復局面にある。ただし、業績回復はコスト削減が主な要因である。従業員の所得の回復から個人消費の回復へと進まない限り、景気は良くなっていかない。
		不動産業（管理担当）	・オフィス賃貸業界では、事務所の拡張の話題もないが、縮小の話題もない。
		広告代理店（制作担当）	・企業からの積極的な依頼は、相変わらずあまりない。今後も厳しい状況が続くそうである。
		会計事務所（職員）	・中小企業はコストを削減する方法が乏しいため、現状維持が精一杯である。安価な商品が出回る一方で、ガソリン、電気、ガス等の公共料金は上昇傾向にあり、企業、消費者による支出額はそれほど変わらない。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・新年度には国際会計基準の導入といった要因もあり、各企業ではソフト開発予算を準備しているはずである。
	やや悪くなる	印刷業（営業担当）	・景気は底だと思っていたが、勤務先や取引先の状況を見ると、まだまだ悪くなる。
		金属製品製造業（従業員）	・受注価格は低下傾向であるのに、鉄材は値上がり傾向にあるため、懸念される。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・3月は完成車メーカーが決算対策で大量生産するが、4月にはその反動があり、ゴールデンウィークの稼働日数も減少するため、業況は悪化する見込みである。
		輸送業（経営者）	・荷主からは、値下げ圧力が続いている。
		輸送業（エリア担当）	・同業他社との顧客獲得競争が激化している。景気を楽観視していない表れであり、先行き不安がうかがえる。
		会計事務所（社会保険労務士）	・事業主が死去したり60代半ばになると、業績の回復が見込めないとして、廃業するケースがある。新しい顧問先を増やしたり顧問料の値上げができないため、事務所の景気も悪くなる。
	悪くなる	鉄鋼業（経営者）	・素材の価格高騰と供給数量の減少により、3月までは物量の確保が非常に難しい。需要の減少に伴う前年同月比約2割の生産減に加えて、物量確保ができないことによる生産減も1～2割ありそうである。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合い件数が減少している。
		不動産業（経営者）	・今の厳しい状態がすぐ回復するとは思えない。また、不動産賃貸料の未収入が増加する。
		公認会計士	・大手自動車メーカーの生産計画を見ると、前年比で大幅減少している。中小企業は、この影響を受ける。また、欧米経済の立ち直りが遅く、円高傾向が強まると予想される。政府の景気対策も実効性に欠ける。
雇用関連	良くなる	人材派遣会社（経営企画）	・研究開発需要は底堅くなっており、技術者派遣に対する需要は今後も継続的に出てくる。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・製造業などでは雇用意欲が増しており、今後は良くなる。
	やや良くなる	職業安定所（所長）	・求人の増加傾向は、今後も続く。これまで求職活動をあきらめていた人や転職希望者が増加し、労働市場には活気が出てくる。
		人材派遣会社（社員）	・ここ1年以上、求人の動きは全くない。これからは、求人に動きはない。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・求人と求職のマッチングが難しく、求人件数の割には採用まで至らないというケースが多くなっている。この傾向は今後も続く。
		人材派遣会社（営業担当）	・年度末を迎え、例年ならば今の時期から人材派遣等の依頼が増えてくるが、今年はなかなか増えてこない。派遣法改正関係は一段落しているためその影響とは考えにくく、景気の先行き不透明感が主な要因と考えられる。

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	
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・企業による生産調整は、3月まではほぼ現状並みで推移し そうである。そのため、アウトソーシング需要も現状並みが 続く。	
		職業安定所（職員）	・求人動きは、非常に少ない。それに加えて、退職者数も 若干減少傾向にある。全体的に動きが少なく、今後も変わら 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、有効求職者は高止ま りしている。企業整理に関する情報も入ってきているため、 まだまだ厳しい状況は続く。	
		職業安定所（職員）	・円高等の影響から、景気の先行きに不透明感を抱く企業が 多い。そのため、雇用についても手探り状態が続き、なかなか 先に進めない状況にある。	
		職業安定所（職員）	・エコカー補助金の終了や家電エコポイント制度の縮小によ る雇用への影響は、数字上はそれほど見られない。その一方 で、今後に向けてプラスの材料もあまり見当たらない。学卒 求人についても、厳しい状況は今後も続く。	
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・当社の就職説明会への学生の参加希望者数は、前年と比べ て顕著な増減は見られない。ただし、参加希望者の中には現 在の4年生も含まれている。	
		学校〔大学〕（就職担当）	・追加求人若干の上向き傾向は見られるが、現在の大学3 年生の就職活動が本格化するなか、雇用の本格的な改善は感 じられない。今後も厳しい状況が続く。	
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・2、3か月前の予約状況はあまり良くなく、送別会の予約 も現時点では少ない。	
			人材派遣会社（支店長）	・大手自動車メーカーによる直接雇用化により、当地域にお ける人材派遣の売上は、大幅に減少する。その他の取引先企 業でも、派遣法改正に伴い直接雇用が進んでおり、1～2割 の売上減少は避けられない。
			人材派遣会社（支店長）	・2011年3月末時点で、派遣求人数の減少が見込まれる。
	悪くなる	—	—	

## 6. 北陸（地域別調査機関：（財）北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	通信会社（営業担当）	・スマートフォンの潤沢な入荷が見込めることと、他社から の乗り換え数が一番増える時期でもあることから、それなり の販売が見込める。
	やや良くなる	一般小売店〔精肉〕 （店長）	・良くなる要因として、販売量・来客数ともに増加してい ることが挙げられる。
		百貨店（営業担当）	・年末から年始にかけてファッションも含め消費の活性化が 見えてきたが、大雪による消費の減退は一過性であり、 ファッションを中心としたものが売れている。いままでの不 要不急のものは買わないとする消費態度からの変化が見ら れ、財布のひもを緩めさせるであろう。
		乗用車販売店（経営者）	・春先需要を控え、各メーカーの新型車発表があり、それ によって販売台数の増加が見込まれる。
		旅行代理店（従業員）	・格安航空券販売業者と組んだチャーター便などをはじめ として多くの企画商品が出てきた。
		旅行代理店（従業員）	・海外視察案件を中心にMICE関連も複数の案件が出てく るなど、海外市場に活路を見いだした企業が業績回復し、M ICE需要全体を押し上げる兆しが出てくる。
		通信会社（社員）	・政局では不確定要素が多いため、全体的な潮流としては変 わらないものの、年度末の予算消化など局面的な需要によ り、限定的だが一時的改善が期待できる。
		その他レジャー施設 （職員）	・現在入会の動きがないので、その反動が出てくると期待し ている。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅版エコポイントやフラット35の金利優遇の延長があ り、購買層の気持ちを盛り上げている。また、フラット35の 金利が若干上昇傾向にあることも購買層の気持ちを焦らさせ ている。
		変わらない	商店街（代表者）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔書籍〕 (従業員)	・消費者の購買意欲を上げる要素が何もない。商品を見る目が厳しく、必要なものしか購入しない傾向が続く限り、景気が良くなることはないだろう。
		百貨店(売場主任)	・業態別で突出するような購買動向は見られないが、ライフスタイルに合致した提案があれば購入することは安定的にあり、地産地消的な地元志向も高まりを見せつつある。ただし、全体的なデフレ感は否めず、売上が向上するにはしばらく時間がかかる。
		百貨店(営業担当)	・来客数は一時期の落ち込みからの回復は見られるが、前年と比較すると依然として戻っていない。客は必要なもの、品質の良いものを見極めての買物が目立っており、衝動買いは見られない。
		百貨店(売場担当)	・2月に子ども手当が給付される予定だが、前年の6月、10月の給付時には景気があまり変わらなかったため、今回も同様であろう。
		スーパー(店長)	・今の客の様子から見ると3か月たっても変わらないであろう。食べるものに関しては必要なものは購入するが、必要でないものは購入しない。また、必要なものでも必要な量だけを購入する傾向については変わる見込みがない。このあと異常気象にでもならない限り、良くなる要素は見込めない。
		スーパー(店長)	・高単価商材の動きが盛んになっている状況は変わらないと予想する。
		スーパー(店長)	・景気が不透明な中、ハレの日商材は最低限度の需要を期待できるが、余分な購買をしない傾向や日用品中心の動向は変わらない。子ども手当や年金問題、消費税などの不信感が生活防衛型消費へ拍車をかける懸念がある。
		スーパー(店長)	・将来の明るい材料が見当たらない。現状から察すると、来客数、買上点数などの数値が上昇してこない。ただ、買上単価が前年を少し上回る日が多くなったようである。その点だけが良い点だと感ずる。
		スーパー(総務担当)	・衣料品部門は相変わらず低迷しており、景気が良くなったという実感はない。
		コンビニ(経営者)	・売上が下降しないように、チルド弁当や新しい惣菜などのいろいろな新商品を採用し、まねされないよう工夫をしながら展開している。しかし、財布のひもが固いせいか、単価の高いものにはなかなか手を出してもらえず、買上点数が少ない状況が続いている。たばこが下支えしているものの、売上が増加するまでには至っていない。
		コンビニ(経営者)	・たばこの売上も前年を上回っているほか、ホットドリンクの売上も増えており、明るい面がたくさんある反面、相変わらず弁当の売上が落ち込んだままで、よく分からないのが実感である。
		コンビニ(店舗管理)	・たばこの値上げも値上げ金額分だけ販売数量が減少し、結果的には売上は変わっていない。
		衣料品専門店(経営者)	・冬物セールが一段落してから先物買いの客の動きが鈍い。
		衣料品専門店(経営者)	・40人程度の旅行会に参加したが、参加者は財布のひもが固いと言うより、会費以上のお金は使わないと決めて参加した人が多い。予算以上にお金を使うことは避けているようで、お金の使い方の傾向に変化はみられない。
		衣料品専門店(総括)	・景気回復の要素が見当たらない。消費より貯蓄中心が続く。
		家電量販店(経営者)	・家電エコポイント対象のテレビは2台目、3台目の追加購入が目立ち始めた。小型が多いため、単価下落が激しく台数は持ち直しているものの売上金額は伸び悩んでいる。エアコンは暖房機としての購入が多く見受けられ単価アップとともに売上は完全に回復してきた。冷蔵庫はまだ販売台数が戻っていない。
		乗用車販売店(経理担当)	・集客施設でのイベントはまずまずの成果を得られたため、最大の需要期である2～3月に向けて、少しは期待出来るようになった。
		自動車備品販売店(従業員)	・地上デジタル需要でプラス要素はあるが、降雪が長引く予想もあり春タイヤ商戦に影響が考えられるため、大きくは変わらないと予想される。
		住関連専門店(店長)	・良くなる気配はない。特別追い風となる項目もなく現状と変わらない。
		その他専門店〔酒〕 (経営者)	・何も良い材料はなく、悪くなる状況に変化はない。
		その他専門店〔医薬品〕 (営業担当)	・地方都市における高齢化が進んでおり、1世帯あたりの所得が伸びていない。この状況は早急には変わらない。

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
		高級レストラン（スタッフ）	・売上下げ止まりを感じてはいるが、一年で最も季節指数の高い春に売上を落とすと挽回できないので、数年ぶりにテレビコマーシャルによる販売促進を準備している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・レストラン利用客の回復感がつかめず、厳しい状況が続く見通しである。
		タクシー運転手	・運転手不足が影響しており、売上増加が望めない状況である。
		通信会社（職員）	・経済界の年頭談話の多くが、年度後半に期待するというものが多かったが、当業界においても、完全デジタル化後の道筋が不透明な部分も多い。客においても年度前半は様子見状態が続くと見る向きが大勢である。
		通信会社（営業担当）	・携帯電話市場に占めるスマートフォンの割合は上昇しているが、それ以外の商品の動きが鈍い。結果的には、状況に大きな変化は見られない。
		通信会社（役員）	・テレビ契約のデジタル移行は最終段階となり、相応の件数が期待できる。一方でインターネット契約の獲得は、大手通信事業者との競合が一段と厳しさを増しており、短期的な回復は見込めない。
		美容室（経営者）	・短期間で今の状況が変わるとは、とても思えない。
		住宅販売会社（経営者）	・客の動きに変化はみられない。
		住宅販売会社（従業員）	・受注数量は横ばいを予想している。今後の伸びは期待できない。
	やや悪くなる	一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	・年末年始をみても忘年会・新年会の減少や規模の縮小が目立った。この傾向はしばらく続くと考えられる。
		スーパー（店長）	・いろいろな商品の仕入れ値が上昇しているため、値上げせざるを得なくなり今まで通りの販売数が見込めなくなる。
		乗用車販売店（経営者）	・ハイブリッド車や電気自動車への期待が大きすぎて、現行車には目を向けない傾向が強くなった。燃費やサイズにとらわれすぎて自身のライフスタイルや使い勝手など本来の選考基準がずれている。当分この傾向が続きそうである。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・大手工場への納入量は若干回復しているが、零細業者からは悲観論が目立っている。
		一般レストラン（スタッフ）	・円高の影響もあり周囲でも海外旅行に行く話を聞くようになった。逆にガソリンやサラダ油、小麦などが値上がり、仕入れ業者からは値上げの話や大手スーパーやメーカーが買い占めていて手に入らないなどの話が多くなった。今後、原材料費・経費増が利益を圧迫していく。
スナック（経営者）		・海外に工場を持っている一部の客に限れば、先々明るい会話も聞かれるが、それ以外では、原料の値上げや、一段と厳しさが増しているという声が聞かれる。さらに個人商店の廃業が増えつつある現状では、悪いほうに向かっていると感じる。	
観光型旅館（経営者）		・なかなか消費単価が伸びないなか、原油高や気象状況による仕入単価が上昇傾向にあるが、宿泊単価には転嫁できないため今後の利益率が心配である。	
観光型旅館（スタッフ）		・予約状況及び予測は、1月が前年同月比88%、2月が同82%、3月が同106%、4月が121%と先に行くほど回復しているように見えるが、間際になってからの予約がどれだけ入るか、確保できるかは未知数である。	
都市型ホテル（スタッフ）		・消費単価の下落に歯止めがかからないことに加え、予約は弱含みである。	
タクシー運転手		・1月は新年会や降雪のため利用客が増え売上が増加したが、先行きは暇な状況に転じる。	
テーマパーク（職員）		・近隣の宿泊施設の予約状況を聞いても、向こう2～3か月はやや鈍い状況にあり、やや悪くなる方向にある。また、今シーズンは降雪量が例年より多くなる予測もあり、来場者数に悪い影響を与える。	
悪くなる	一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	・2～3か月後は年度末需要が完了した後になるので、例年通りではあるが悪くなる予定であり改善する気配はない。2～3か月後を見据えて新たな受注の見込みなどを探す必要が出てきた。	
	家電量販店（店長）	・家電エコポイント終了のため、さらに販売量は落ちる。	
	競輪場（職員）	・年末のビッグレース及び新年競輪が終了し、客の購買意欲も一段落する時期に入る。	
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）	・客の機械の稼働状況が上れば、設備投資意欲もわいてくと予想する。

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	金融業（融資担当）	・外需主導の要因もあるが、受注量や販売量の動きがやや上向きに推移していく。
		繊維工業（経営者）	・不安定な政治情勢のうえに、原燃料の値上がり懸念材料である。円高が輸出にどのように影響するか注視している。
		繊維工業（経営者）	・今月から原材料の価格が3～5%程度値上がりしており、価格交渉に入らなければならないが、全体の環境が良くないため、先行きは非常に不透明である。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・住宅着工数は微増していると聞いているが、当社の業況にまで影響が及ぶことはまだない。住宅市場の回復には3～5年必要と考えている。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注の入り具合は、現状と変化がない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・ここへきての鋼材の再値上げなど収益圧迫要因が出ており、国内需要が回復しない。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・客先は年度末に向けて在庫調整に入っており、3月までは現状維持で落ち込んだままの状況が続くと予想している。ただし、4月からは若干上向くとも見込んでいる。
		精密機械器具製造業（経営者）	・産地全体の生産能力が縮小された状況のなか、特に金型・部品などの製造業者は2～3か月先の受注を多少抱えているようで、段々と残存メーカーに発注が集中している。ただし価格的にはかなり厳しい状況であると思われる。
		通信業（営業担当）	・年度末に向かって設備更改の案件が進んでいるが、全体的に設備投資のガードは固い。
		不動産業（経営者）	・2～3か月先には、不動産取引に動きが出そうであるという同業者の話が聞かれる。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・折込チラシの基本となる食品スーパーが前年同月比で伸びない。この業種から前年並みの出稿があると売上も上がってくる。
		司法書士	・個人住宅以外の不動産売買や会社設立の話が無くなった。
		税理士（所長）	・2～3か月先は、官公庁を中心に年度末需要が潜在的にあり、手堅い動きとなる。円高に伴う大手企業の海外への設備投資が続いているので、機械関係・工作機械関係は、円高の状態が続けば安定する。4月以降を考えると、為替相場の問題、長期的に見れば、産業の空洞化が進行しているので心配である。
		やや悪くなる	
輸送業（配車担当）	・急激に燃料費などの経費が下がるとは考えられず、また、エコカー補助金の終了、家電エコポイントの縮小により車関係の部品、家電関係の製品の荷動きの先行きが良くなると感じられない。		
輸送業（配車担当）	・軽油価格が上昇している。これ以上上昇すると利益を圧迫する。		
金融業（融資担当）	・公共工事などを含めた予算策定および執行の遅れが景気の足を引っ張る。		
悪くなる		建設業（経営者）	・統一地方選挙がある年は、工事の発注が例年より遅れる上に、次年度は県にも市にも大規模な工事は無いといわれ、前年比5.1%の減少となる。国の次年度公共事業予算も、成立が遅れれば発注も遅れることになる。8月、9月まで仕事らしい仕事は無いのではないかと悲観的観測をしている。
		建設業（総務担当）	・工事の採算より受注優先の動きが強く、今後も破格の受注価格競争が続くと予想され、ますます厳しい状況が見込まれる。
雇用関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・一部プログラマーなどの技術職には不足感も始めている。情報化投資などにも取り組む企業が増えつつある。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	・安定した就業を求める求職者は、一時的な期間契約である派遣契約に対する反応が悪い。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大型の雇用につながる新規出店の情報が出てこない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数のうち、正社員の占める割合が約4割の状態が長期間続いており、上昇する気配が見えない。
		職業安定所（職員）	・依然として有効求人倍率は1倍を下回っている。また、従業員を増員しようとする事業所はまだ少ない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・政府の雇用対策が講じられているが、現在も就職先が未定の学生に対する効果が見当たらない。
	やや悪くなる	民間職業紹介機関（経営者）	・派遣を直接雇用に切り替える企業が増加している。ただし雇用条件の悪化と有期契約などにより直接雇いを望まない人の失業も出ている。

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	○	○	
	やや良くなる	百貨店（売場主任）	・ファッションの流行は「きれいめ」にシフトしているため、その分野のファッションが得意な百貨店に客が戻ってくる。 ・近隣で大型商業施設が今春オープンする予定であるが、百貨店には立地産業の面もあるため、地域としての集客力も重要である。消費が分散する懸念もあるものの、地域の集客力が高まるため、売上の回復につながる。	
		百貨店（売場主任）	・現在は暖かくなる予報が出ているため、回復の動きが進む。	
		百貨店（企画担当）	・高級食材を使用した弁当やおにぎりを高価格で提供することで、1品単価の引き上げにつながる。	
		コンビニ（経営者）	・仕事のスーツ以外に、普段に着的ジャケットのオーダーが増えているなど、先行きはやや良くなる。	
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・エコポイント制度やアナログ放送の終了に伴う駆け込み需要により、売上が押し上げられる。	
		家電量販店（経営者）	・徐々に単価が上がってきている感があるため、先行きはやや良くなる。	
		乗用車販売店（営業担当）	・現在は一定期間内に再来店すると割引を受けられるサービスを行っており、1回目の来店時には買い控えが発生しているため、今後はやや良くなる。	
		住関連専門店（店員）	・厳しい寒さやインフルエンザの流行で、今は我慢の時期となっているため、今後はやや良くなる。	
		高級レストラン（スタッフ）	・新年度に向けて販売が伸びているなど、徐々に良くなってきている。	
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・宿泊部門では、新入社員研修に伴う宿泊や出張での利用は単価が低下傾向にあり、薄利多売の状況になることは避けられない。一方、宴会部門は歓送迎会や株主総会の予約が順調に入ってきている。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・ゴールデンウィークの日並びが良く、先行受注状況も堅調である。客の間には早く申し込まなければ満員になるといった感覚もあり、海外だけではなく、国内旅行の申込も増えている。	
		旅行代理店（広報担当）	・今年度はこれまで大きな盛り上がりが見られなかったものの、期末に向けて各通信会社が売り込み競争を仕掛けるため、先行きはやや良くなる。	
		通信会社（経営者）	・少しずつではあるが来客数も伸びているため、先行きはやや良くなる。	
		パチンコ店（店員）	・首都圏の回復が近畿にも徐々に及んでくるため、先行きはやや良くなる。	
		住宅販売会社（総務担当）	・1品単価の下落が依然として止まらないため、先行きの見通しは厳しい。	
		変わらない	商店街（代表者）	・全体的な景気回復の兆しがないほか、企業による経費削減も続くため、現状維持の状況が続く。
			一般小売店〔花〕（経営者）	・現在の傾向をみても、良くなる材料がない。
			一般小売店〔衣服〕（経営者）	・当面は今の傾向に変化はなく、原油価格の高騰による生活関連物資の値上がりや野菜の高騰による悪影響が出てくる。
			一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・寒さが和らげば客は少し増えるものの、それ以外に好転する材料が全く見当たらない。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・景気が回復に向かう雰囲気が全くない。	
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・売上が激減しているなかで、売れ筋銘柄が少し変わってきている。前は誰も吸う人がいなかった昔からの安いタバコが売れ出しており、仕入量を増やしている。今後も全体的には今の状況が続く。	
		一般小売店〔雑貨〕（店長）	・現状を考えると、今後良くなることはない。	
		一般小売店〔野菜〕（店長）	・よほどのことがない限り、状況が向上することはない。一部の勝ち組企業だけがどんどん利益を上げているが、大多数の会社には依然として恩恵が及んでいない。	
		一般小売店〔カメラ〕（販売担当）	・依然として景気回復の見込みは立たない。当社の取扱商品はぜいたく品であるため、景気が上昇しなければ良くならない。	
		一般小売店〔菓子〕（営業担当）		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場主任）	・今春には大阪で百貨店戦争が始まる。各社共にオープニング時は盛り上がり期待できるものの、営業面積が前年の1.5倍となるため、パイの奪い合いが避けられない。
		百貨店（売場主任）	・ファッション関連を中心に単価は回復傾向にあるものの、入店客数は回復していないため、今後も厳しい状況が続く。
		百貨店（企画担当）	・気温に左右される傾向が強いため、一概に良くなるとは言えない。
		百貨店（営業担当）	・ブランド品の購買意欲が落ち込んでいるものの、一部の上顧客の間では高品質の商品であれば高額でも引き合いがみられる。今後も全体としては今の状況が続く。
		百貨店（サービス担当）	・バレンタインデーチョコの予約販売は、1粒が高額な商品から売り切れとなっている。本命チョコではなく自分用に購入する傾向がみられるため、来月も前年並みの実績は確保できる。
		百貨店（売場担当）	・30代以上のニューミセス、ミセスのボリューム層は購買意欲がおう盛であるが、20代のヤング、ヤングアダルトのほか、高級ブランドの主要顧客である富裕層に元気がないため、現状と大きな変化はない。
		スーパー（経営者）	・今月は特に寒い日が続く、客の動きが鈍くなっているものの、これからは上向いていく。
		スーパー（経営者）	・地域産業の中心となる観光や漁業が苦戦しているため、全体的な消費の改善は進まない。
		スーパー（店長）	・今月は天候要因で良くなったが、前年の状況を考えればもっと伸びるべきところであり、今後も冷静に状況を見る必要がある。
		スーパー（店長）	・エコポイント制度の縮小や不安定な政治により、経済環境に悪影響が出てくる。前年も政治は不安定であったが、今年もその傾向が続く。
		スーパー（店長）	・衣料品には底打ち感があるものの、食料品は競争の激化で来客数が減少し、生活雑貨でも客が減るなど、今後も全体としてやや悪い状況が続く。
		スーパー（店長）	・奈良県が平城遷都1300年記念のプレミアム商品券を2月に発行するため、一過性の動きではあるものの好調となる。ただし、2月も気温は平年を下回る予想であるため、来客数の減少が心配される。
		スーパー（企画担当）	・今後も価格競争が続くため、客の買い回り傾向に変化はない。
		スーパー（経理担当）	・節分やバレンタインといったイベント関連の消費は、年末のクリスマスケーキやおせち料理のように前年を上回る動きが続くため、全体的に堅調な推移となる。
		スーパー（広報担当）	・新興国を中心とした輸出の回復で、製造業を中心に上向くと報じられているが、すぐに内需拡大へつなげるような要素はない。
		スーパー（販売担当）	・広告初日の目玉商品や低額商品には朝から客が異常なほど集まるが、目的の商品を買うだけで帰る客が多いため、先行きの見通しについては依然として厳しい。
		スーパー（社員）	・食品フロアはにぎわっており、売上也堅調である一方、衣料・雑貨部門は依然として不振が続いている。厳しい寒さで買物が活発になる期待はあるものの、先行きの見通しは厳しい。
		スーパー（管理担当）	・日本を含む世界的な政情不安が足を引っ張るほか、鳥インフルエンザにより畜産品の売行きも悪化してくる。
		スーパー（企画）	・大きく伸びる要素もないため、しばらくは現状のまま、少しずつ良くなっていく傾向が続く。
		コンビニ（経営者）	・近隣ビルの入居率が低いままで購買人口が増えないなか、他店との競合上、今後も一部商品の値引きを続けざるを得ない。客単価の低下により、売上の増加は今後も困難である。
		コンビニ（店長）	・長引く不況に対応し、客は決まった金額で買物をしている感がある。たばこの値上げ分は別の消費を削っているため、たばこ以外の商品は売上が伸びていない。ただし、競合店の出店による影響はオープンセールが終われば落ち着くため、全体的に大きな変化はない。
		コンビニ（店員）	・たばこの売上は回復傾向にあるものの、来客数が以前よりも減っているため、全体的に大きな変化はない。
		コンビニ（広告担当）	・各業界からは今年は上向くとの声も聞かれるが、アジア各国の動向や国内の鳥インフルエンザ、猛暑に伴う作物の値上げを考えると、そう簡単には良くなる見込みはない。
		乗用車販売店（経営者）	・車検の予約台数や新車の販売台数があまり増えず、修理の予約も少ないため、今後も厳しい状況となる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住関連専門店（店長）	・客の低価格指向は続いており、定価品がいつ安くなるのかをよく聞かれる。セールねらいが当たり前となっているため、今後も厳しい状況となる。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・客の購買意欲を高めるようなきっかけが見当たらない。
		高級レストラン（支配人）	・今月は販売量や1品単価は維持できたものの、中旬からは寒波の影響で来客数が減少しており、回復の兆しもない。
		一般レストラン（経営者）	・春には近くの桜並木を目当てにした花見客が当店にも流れてくるが、エコポイント制度の終了に伴う駆け込み需要で財布のひもが更に固くなるため、全体的には売上に大きな変化はない。
		一般レストラン（スタッフ）	・良くなる材料が見当たらない。全体的な経済環境が良くならない限り、横ばいか悪化傾向で推移する。
		一般レストラン（店員）	・当店は顧客満足度が非常に高いため、周囲の店よりも不況に耐えることができる。
		一般レストラン（経理担当）	・前年に比べれば来客数は増えているが、前年は新型インフルエンザの影響で来客数が減少したため、実質的にはやや悪くなっている。春以降は横ばいでの推移となる。
		スナック（経営者）	・月末近くになって客足が少し増えたため、2～3月は少し良くなる。
		その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・来客数が減り、閉店していく店が増えているなど、先行きの見通しは厳しい。
		観光型ホテル（経営者）	・全般的に景気は上向きと報じられているが、末端では本当にデフレ傾向が強く、景気の良くなる気配はない。
		観光型ホテル（経営者）	・4月以降は大きな記念行事の団体参拝などで、団体客がある程度増えるものの、2、3月は特に大きなイベントもないため厳しい状況が続く。
		観光型旅館（経営者）	・今月に入ってガソリン価格が2円、4円と立て続けに値上がりしているため、今後悪影響が出てくる。
		観光型旅館（団体役員）	・宿泊人員は前年比で微減となっており、先行きの見通しは厳しい。特に、宿泊単価、付帯消費の単価については低下が著しい。
		都市型ホテル（客室担当）	・景気悪化の影響が最も早く出る一方、景気回復の影響は最も遅く出る業種のため、回復感はまだまだ出てこない。消費者の節約志向も強まっているため、来客数が増えても売上は減収となることもある。
		都市型ホテル（マネージャー）	・例年、春は外国人旅行者の増加がみられるものの、現時点では不透明である。近隣に新たな施設がオープンして昼間の人通りが増えているため、食堂は多少良くなるものの、法人による宴会の予約状況は良くないなど、動きが活発になる要素は見当たらない。
		都市型ホテル（総務担当）	・新興国向けの輸出企業では業績が回復している一方、それ以外の企業はリストラで経営を続けているのが実態である。雇用が回復して社員の給与総額が増えない限り、景気は回復しない。
		旅行代理店（経営者）	・今年はゴールデンウィークの日並びが良いほか、円高で海外旅行が有利な状況であるものの、上向き兆しはまだみられない。
		タクシー会社（経営者）	・個人客、法人客共に、交通費の節約志向が定着しているため、今後も厳しい状況が続く。特に、個人客のライフスタイルの変化に伴い、交通費の節約につながっている。
		通信会社（経営者）	・取引先の厳しい様子に変化の兆しはない。
		通信会社（店長）	・消費者が増税をまだシビアに受け止めている様子はないが、景気を押し上げる材料には乏しい。
		通信会社（社員）	・エコポイント制度関連の特需が一段落したほか、7月のアナログ放送終了に向けても需要はあまり伸びない。
		観光名所（経理担当）	・ホームページやメールマガジン、駅の広告などで来場客を逃がさないように努力しているが、苦戦続きであるなど、今後も厳しい状況となる。
		観光名所（経理担当）	・今月は前年よりも雪の日が多く、特に中旬からは大雪に見舞われた。当県で一番の積雪地が前年に当市に吸収され、その地域の積雪量が当市のもので報道されるため、客足が途絶え、体験教室などの予約もキャンセルが相次いでいる。月全体の売上は前年を少し上回っているものの、天候の影響は大きいため、今後も集客状況が左右されることになる。
		競輪場（職員）	・例年この時期は正月よりも良くなることはなく、今年も売上が回復する兆しはない。
		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り、今年は3月に3試合が行われるため、来場者数が増える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・来月に無料体験キャンペーンを行うため、その結果次第で生徒数に変化が出る。
		その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・景気の先行きが不透明なため、生命保険の加入を検討する客は増えない。
		住宅販売会社（経営者）	・春の繁忙期を迎えるが、住宅取得に熱心であった客は既に購入済みで、現在の客は家賃よりもローン返済の方が安いという人が多く、基本的に自己資金を持っていないため、成約は期待できない。中間所得層の買い換え組は相変わらず動きが鈍いため、全体的には停滞した状況がまだまだ続く。
		住宅販売会社（従業員）	・政治不安の続くなか、景気回復のための効果的な対策が行われる期待は乏しい。企業業績の回復も輸出頼みとなるなど、先行きは依然として不透明である。
		住宅販売会社（従業員）	・マンション販売では首都圏での売行きが良い一方、近畿圏はやや厳しい状況が続いている。今までは首都圏から半年遅れで近畿圏の状況も変化していたが、今回はもう少し遅く、現状の厳しい状態がしばらく続く。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・新築住宅市場では、低金利や税制優遇などで契約数が増えたと伸びてもおかしくないが、実需層の給与所得が伸びていないほか、将来不安もあって需要の喚起には至らない。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・不動産の購入検討者の動きはまだ弱く、今後も購入マインドが上向き要因は見当たらない。
	やや悪くなる	一般小売店〔時計〕（経営者）	・客の平均年齢が上がっているため、先行きの見通しは厳しい。若年層の所得の低下もあるが、よい時計を身に付けるステータスが失われている。
		百貨店（営業担当）	・梅田や難波地区で各百貨店がリニューアルオープンするため、それ以外の商業地域の落ち込みが大きくなる。
		百貨店（婦人服）	・大阪地区での出店、増床ラッシュで消費の地域分布に影響が出るなど、先行き不透明な状況である。
		スーパー（経営者）	・コーヒーやサラダ油などで、資源価格の高騰による値上げが徐々に始まっている。今回は米国の大型金融機関の破たん前のような好景気ではないため、所得の増加で値上げ部分をカバーする余裕が消費者にはなく、今後は買上点数の減少などにつながる。
		コンビニ（店長）	・現状の客単価で推移するとすれば、来客数を大幅に増やす必要があるなど、厳しい状況は変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	・高級品が売れないため、今後も客単価の維持が難しい。来客数にも大きな変化はないため、先行きは悪くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・生活必需品の価格が徐々に上昇しているため、客の財布のひもは更に固くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・大企業の業況は良くなったと報じられているが、小売業はまだまだ良くなる材料がない。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・コーヒー豆の価格高騰により、今後の値上げも検討中である。ただし、販売価格に転嫁すれば、来客数の更なる減少といった負のスパイラルに陥る。
		観光型ホテル（経営者）	・今年は大雪に見舞われて客足が遠のいたほか、灯油などの光熱費の高騰で経費がかさんでいる。今後も天候が悪い間は来客数に悪影響が出る。
		都市型ホテル（スタッフ）	・ホテル周辺では企業の撤退が続き、ビルの空室率が高まっているなど、今後は更に厳しくなる。宿泊だけでなく、宴会部門でも他社による大幅な値引きが横行し、客の流出が始まっている。
		タクシー運転手	・新年会のシーズンも終わったため、タクシーの利用は限られてくる。夜の時間帯も同じで、乗客数が少なく活気がないため、先行きの見通しは厳しい。
		テーマパーク（職員）	・施設内のリニューアルを計画しており、営業を続けながらの工事期間は1年以上となる。やはり客は完成を待って来場するため、これから非常に厳しい1年となる。
		競輪場（職員）	・前年はやや悪くなる傾向で推移したが、これを覆すような要因が見当たらない。
		その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・根本的に良くなる材料が見当たらないほか、今年は花粉の飛散も増えるため、行楽には逆風となる。
		住宅販売会社（経営者）	・各金融機関では住宅ローンの審査が厳しくなっており、しばらくは貸し渋りの動きが続く。
	悪くなる	商店街（代表者）	・商店街の近隣で大型スーパーがオープンし、商店街の生鮮食品の店舗では売上が減少しているなど、先行きの見通しは厳しい。商店街の通行量の増加にはつながっているため、全体的に危機感がなく、対抗策を打てていない。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・原料価格の高騰で販売価格の調整が必要となっているが、デフレ傾向が強いため値上げはできない。

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
		一般小売店〔衣服〕 (経営者)	・政治、経済共に不透明感がぬぐえない。消費者の間でも閉そく感が強く、衣料品の売れる冬商戦ですら非常に厳しいため、春商戦で回復するとはとても考えられない。
		一般小売店〔花〕(店長)	・生花の販売量は、会社や個人、商店向けのすべてで伸び悩んでいる。今年も目を追うごとにますます厳しくなる。
		家電量販店(店長)	・エコポイント制度の終了に伴い、3月には駆け込み需要が生まれるものの、それ以降は盛り上がる要素がない。政府は7月のアナログ放送の終了に向けたスケジュールをもっと明確に発表すべきであり、6月の3週目以降は文字放送のみという告知が少な過ぎる。
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)	・新規事業の計画が遅れながらも進みつつあり、実行されれば売上、利益共に大きく改善する。
		建設業(経営者)	・取引先からは関西の土地が少しずつ動き出しているという声が出始めており、年度末に向けて受注が例年並みに戻ってくる。
		新聞販売店〔広告〕(店主)	・新しい学習指導要領により、来年度から小学校で新聞を活用した学習が実施される。新聞各紙は子どもを持つ家庭への売り込みに力を入れており、若い世代で進む新聞離れにも歯止めが掛かってくる。
		経営コンサルタント	・顧客企業の様子をみていると、少し投資に積極的な動きが出始めたため、今後はやや良くなる。
		その他非製造業〔民間放送〕(従業員)	・地上デジタル放送への完全移行により、各社がコンテンツ開発に力を入れ始める。
		その他非製造業〔商社〕(営業担当)	・受注の動きが上向いているため、先行きはやや良くなる。
	変わらない	家具及び木材木製品製造業(営業担当)	・注文に動きがないため、先行きの見通しは厳しい。
		パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	・取引先からは、増産の計画などがほとんど聞かれない。
		出版・印刷・同関連産業(情報企画担当)	・出版・印刷業は構造的な不況業種といわれて久しいが、Webで企業とエンドユーザーが直結する体制が整い始めるなか、Webで顧客を開拓する動きが受注につながりつつある。
		プラスチック製品製造業(経営者)	・春先の新入学、新社会人による購入が増えるものの、全体を押し上げる力は不足している。
		金属製品製造業(経営者)	・豪州の水害の影響で鉄鋼原料が高騰しており、4月からの鋼材値上げをはじめとする影響が出てくる。
		金属製品製造業(営業担当)	・新規の引き合いが増えつつあるなど、今後も好調な状況が続く。
		一般機械器具製造業(経営者)	・今月は大きな受注が決まったものの、取り巻く環境に大きな変化はない。今後数か月で景況感が大きく変わることはない。
		一般機械器具製造業(設計担当)	・企業としては業績の回復が続くものの、経営者が人件費を抑えるため、全体的な状況は変わらない。
		電気機械器具製造業(経営者)	・国内については好材料に乏しい感があるものの、新興国の勢いが良いため仕事量は増加が続く。
		電気機械器具製造業(営業担当)	・3月以降の受注量が少ないなど、依然として状況は厳しい。
		電気機械器具製造業(企画担当)	・来年度に建設されるマンションが増えてきており、来年度の下期は売上増となるが、3月末に向けて販売するマンションは少ないため、状況は変わらない。
		建設業(経営者)	・建設業では景気の回復後に企画や設計が始まるため、工事が始まるまでに時間が掛かる。景気回復の兆しもない状況では、業界の回復はまだまだ先となる。
		建設業(経営者)	・大雪の影響で今冬は売上が減少するため、春になれば需要はその分増える。ただし、景気自体が良くならないため、全体的には現状のまま推移する。
	輸送業(営業担当)	・中小の製造業が少し回復した感がある。先行きについては、エコポイント制度の終了による影響は小さなものとどまる。	
	輸送業(営業所長)	・取引先からは、年度末の事務機器の動きは前年を少し上回るといった声も聞かれるが、一時的な好調にとどまる。	
	広告代理店(営業担当)	・良くなる気配がないため、今後も厳しい状況となる。	
	広告代理店(営業担当)	・新たな良い材料が見当たらないため、今後も厳しい状況となる。	
	広告代理店(営業担当)	・今月は広告の受注が増えたものの、月によって不安定であるため、先行きは不透明である。	

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
		経営コンサルタント	・年度末までは明るい材料がなく、年度替わりの需要に期待するしかない状況である。
		司法書士	・今月も事件数は少ないが、解散登記は複数みられる。また、不動産登記も融資の実行のためではなく、抹消登記が多い状態であるなど、良くなる要因が見当たらない。
		その他サービス業 [ビルメンテナンス] (営業担当)	・政府による景気対策が何も行われない以上、良くなる気配は全くない。また、消費者の意識としても景気回復に向かう雰囲気が出てきている感はない。
	やや悪くなる	食料品製造業 (従業員)	・今後は砂糖などの原料価格が大幅に値上がりするという情報が入ってきている。消費者が価格の安い商品を求めるなか、メーカーが板挟み状態となる局面もあるため、先行きの見通しは厳しい。
		繊維工業 (団体職員)	・綿糸価格の高騰がタオル業界に与える影響は大きいと、非常に深刻な状況となる。
		化学工業 (経営者)	・新年の同業他社との情報交換でも、ここへきて動きが悪くなっているとの話でほぼ一致しているため、今後景気は下降線をたどる。
		化学工業 (企画担当)	・小麦粉や食用油、コーヒーといった原料価格が高騰しているため、長期保管分がなくなれば製品価格に転嫁せざるを得ず、消費の減少につながる。
		化学工業 (管理担当)	・円高で輸出が伸びないほか、エコポイント制度の終了により、当面は関連製品の購入が減る。
		金属製品製造業 (管理担当)	・建築、土木関連の受注が減り、売上が落ち込んでいるものの、ソーラーパネル関連では過去最高の利益となっている。部門によって大きな差はあるが、会社全体では利益が出ているため、休業補償制度が3月で打ち切られる。政府による公共事業の削減により、3月以降の公共事業関連の受注もほとんど決まっていないことから、先行きは厳しい状況となる。
		電気機械器具製造業 (宣伝担当)	・3月にはエコポイント制度が終了するため、荷動きが更に鈍化する。
その他製造業 [履物] (団体職員)		・原油をはじめとする原材料価格が徐々に上昇しているが、上昇分を販売価格に転嫁できないため、やや悪くなる。	
その他非製造業 [機械器具卸] (経営者)		・中小零細企業では受注が依然として減少しており、上向いていないなど、先行きが不透明である。	
悪くなる	繊維工業 (総務担当)	・原料価格の高騰で製造コストが上昇する一方、販売先からは値下げ要請が更に強くなっている。デフレの動きが改善されない限り、この傾向は変わらない。	
	その他サービス [自動車修理] (経営者)	・先行きについては良くなる要素が見当たらない。	
雇用関連	良くなる	民間職業紹介機関 (支社長)	・年明け以降、中堅、中小メーカーからの求人依頼が増えている。大企業でも来年度の採用計画が約半数の企業で上向くなど、一部の職種では完全な売手市場となる。
	やや良くなる	人材派遣会社 (経営者)	・雇用面では底上げが進んでおり、関西企業にも動きが出始めたことで、来年度の受注獲得につながっている。
		人材派遣会社 (役員)	・政治の混乱がある程度落ち着くという前提であるが、新興国の成長が多少鈍化しても、米国の緩やかな回復が続くことで景気は少しずつ良くなる。雇用については、不必要な規制がなければ、より確実に回復傾向が進む。
		人材派遣会社 (支店長)	・すぐに求人増につながるわけではないが、製造業から順に回復へ向かう。
		職業安定所 (職員)	・有効求人数が4月を除く11か月連続で増加、新規求人数も増加傾向が続くなど、前向きな動きが続いている。特に、建設業やサービス業、医療・福祉、製造業で増加が顕著であり、新規求人の増加もパート中心から一般求人へと変わりつつあるなど、今後も上向き傾向の動きが続く。
		学校 [大学] (就職担当)	・景気の先行きについて、ある程度は見通しが良いと判断されていることが、大卒求人の増加につながっている。その反面、緊急保証制度や中小企業金融円滑化法などが期限切れとなった後は、その反動で悪くなる。
	変わらない	人材派遣会社 (経営者)	・製造業務の求人回復の勢いが落ち着きつつあるなど、先行きはやや不透明である。
人材派遣会社 (支店長)		・3月までは今の状態が続くが、4月以降の状況は分からない。	
新聞社 [求人広告] (営業担当)		・4月以降の動きには期待しているが、関西の求人動向が決して良くないことは確かであるため、当面は厳しい状況となる。	
新聞社 [求人広告] (担当者)		・今後3か月の新聞広告出稿の推移をみても、今のままほとんど変わらない。今後はV字回復ではなく、L字回復の動きとなる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・新規求職者数は、横ばいから少し減少気味となっている。ただし、休職相談内容では基金訓練や生活支援金の相談が増えているなど、先行きが良くなる材料はない。
		職業安定所（職員）	・求人は増加しているが、先行きは原材料費の値上がりなどが不安といった企業の声も多い。求人倍率は改善傾向が続くものの、求職者数は高止まりするなど回復は緩やかなものとなるため、大きな変化とはならない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数や新規求職者数は現状の動きが続くが、今後はガソリンや綿製品、食料品などの値上げは避けられず、価格転嫁のできない企業は非常に厳しくなる。
		民間職業紹介機関（職員）	・日雇求人が多少は増えても、日雇労働者が生活保護に緊急避難したまま戻らないため、求人数も徐々に頭打ちとならざるを得ない。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・良くなる具体的な要因が見当たらない。
	やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・抜本的な雇用対策が講じられておらず、言葉だけが先走りしている。実行力の乏しい政府の対応をみると、雇用情勢は今後更に悪化する。
悪くなる		職業安定所（職員）	・消費が低調で物が売れず、生産が減り、給料も下がるという悪循環に陥っているため、先行きの見通しは厳しい。
		—	—

## 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	その他専門店〔海産物〕（経営者）	・予約状況をみると雪のため例年より来客数が少なくなっている。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・入学シーズンなど季節的な要因も一部にはあるが、総じて商店街への来客数が次第に増加してきている。
		スーパー（店長）	・春にかけて駅前再開発が完了し、ホテル、クニリックモール、商業施設等のオープンも控えている。多少良くなる。
		スーパー（店長）	・販売促進行事等が重なる。
		スーパー（業務開発担当）	・現在前年実績をクリアしており、節約志向は変わらないものの、販売点数の伸びの中に少し高めの商品も含まれており、これが販売量を押し上げている。
		コンビニ（エリア担当）	・例年2月は客の動きが良くないが、天気が回復に向かうため、今よりは客の動きが多少なりとも良くなり、売上が伸びる見込みである。
		コンビニ（エリア担当）	・天候に左右される部分があるが、昨年上半期にかなり苦戦し前年割れの状況だったが、今年は2月から始まるキャンペーンの景品の評判が良く、売行きも結構良くなり期待できる。
		乗用車販売店（店長）	・初売りから来客数、販売台数ともに前年並みに回復している。
		乗用車販売店（営業担当）	・エコカー購入補助金終了の影響がまだ尾を引いている。消費税の増税が本格化すれば、また需要の先食いで販売量の増加は見込めるが、その後はまた冷え込みそうである。
		乗用車販売店（副店長）	・各社とも3月決算期には何としても販売台数を伸ばしたい意向であり、キャンペーンなどに例年以上に力を入れて取り組むことが予想される。このため来客数や販売台数は増加する見込みだが、販売会社の収益はあまり良くならない。
		一般レストラン（経営者）	・現在の景気は一番底なので、今後は良くなっていく。
		一般レストラン（経営者）	・政治が心配だが景気は確実に上向いている。
		都市型ホテル（総支配人）	・雪による影響も収まり、ビジネス客、観光客、学生などの動きは現状より良くなり、予約状況も前年並みとなっている。
		テーマパーク（業務担当）	・春先にかけて閑散期が続くものの、花にちなんだ利用促進イベントを3月下旬から開催し誘客を図ることとしている。花の品種や数を増やし、特徴付けを行うことで例年以上の来園者を見込んでいる。
テーマパーク（広報担当）	・新規店舗のオープンもあり、春のイベントにも力を入れているため、気候さえ良ければ来客数は増加すると見込んでいる。		
変わらない	商店街（代表者）	・来客数よりも購入単価が低下していることの方が問題であるため、現状より良くなることはない。	

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
		商店街（理事）	・景気が悪化する確定的な要素も良くなる要素もあまり見当たらない。
		商店街（代表者）	・政治経済状況に良くなる要因がないため、消費が向上しない。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・シーズン初めや売出しなど、企画を打ち出しても、その一瞬にしか客足が伸びず、ある程度持続できないのであまり変わらない。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・会社関係からの注文が少なくなっており、先行きは見えない状態である。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・1月は寒さも厳しく景況感も乏しかったが、2～3か月後は天候も回復し、今以上に悪くなることにはならない見込みである。また商工会議所など関係団体がB級グルメに取り組んでいるが、まだ活性化につながる好材料とはなっていない。その一方で政治の混乱や日本国債格下げのニュースばかりで、消費者心理が向上する情報がない。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・個人客の家計に少々ゆとりが出てきている様子だが、この先それが継続する保証がないので景気は変わらない。
		百貨店（営業担当）	・寒さによる野菜など食料品の価格高騰の影響で、春になっても必要がなければ衣料品の購入はしないという状況に変わりが無い。
		百貨店（営業担当）	・10～12月にかけて景気が回復するかに思えたが、1月のセールが終わったとたん売上の伸びが止まってしまい、先行きが分らなくなっている。ただ売上状況はテナントによりそれぞれであり、全体的な買い渋り傾向ではなく、客の嗜好と合えば売れる状況であることから、全体的には変わらない。
		百貨店（販売促進担当）	・売上拡大には購買客数の増加が不可欠であり、バレンタイン、春の新生活と大型商戦もスタートするが、1月の商況をみても価格が購買決定の大きな要素となる状況が継続するため、一気に景気が回復する要素が見当たらない。
		百貨店（売場担当）	・顧客にとっての百貨店のメリットは、2～3月の売りつくし、決算処分、ギフト解体などで在庫処分品が買える点である。そのためセール売上は維持できているが、マザーニーズやフレッシューズなど従来目的買いであったものは、着回しにして新たに購入しなかったり、低価格の量販3点セットものを選択したりして安く済ませる傾向にある。一方、バレンタインデーやホワイトデー向けのギフトは前年超えする基調にあり、何とか前年水準を維持する見込みだが、一昨年比でみると85%程度の水準となっており、経費カットの流れは変わらない。
		百貨店（購買担当）	・例年だとアパレル業界から春物が少しずつ投入され、ヒット商品を生み出しながら少しずつ動き始める時期である。しかし、今のところ全くと言ってよいほど春物の動きがない。一方、クリアランスや良い物が安く買えるギフト解体セールなどでは顕著に数字が伸びている。2～3か月後にセールが終わる時期の動向は、現時点では良いのか悪いのか、判断が付きにくい。
		百貨店（売場担当）	・売上は少し落ち着いてはきているものの、まだ前年を超えるところまでは至っておらず、現状のまま推移する様相であり、上向き要素が少ない。
		百貨店（電算担当）	・1月2～4日の大雪の影響で交通機関が止まり、来客数が減少したため、売上が昨年に比べて8%、金額では2日分の売上高に相当する4,000万円減少しており、その後なかなか元に戻らない状態である。
		百貨店（販売担当）	・セール期の客の購買動向をみても、税制の先行きに不透明感があるなかでは、現在の状況が大きく改善されることはなく、売上も良くて前年クリアに止まる程度である。
		百貨店（営業企画担当）	・ここ2～3か月の動きに変動はないが、6か月以降はやや持ち直す見込みである。
		スーパー（店長）	・販売件数も客単価もやっと前年をクリアできてきている。来客数も前年並みであり、今後この状況に大きな変化はない。
		スーパー（店長）	・好転する要素が見当たらない。
		スーパー（販売担当）	・来客数の増加も見込めず、客単価が低いままの状態がしばらく続きそうである。
		スーパー（管理担当）	・商戦時期である年末年始にかけて大雪となった影響が大きく、寿司やオードブルなどのキャンセルが相次ぎ、ロスが増加した。しかし後半にはほぼ前年並みまで回復してきているため、今後は売上、荒利ともほぼ前年並みで推移する。
		コンビニ（営業担当）	・周辺環境に大きな変化がない。

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	
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・単価的には引き続き安い物が売れるが、徐々に高額で良い物もやはり売れてきている。今後3か月は同じような状況で、こうした傾向が続いていく。	
		家電量販店（店長）	・家電エコポイントを目当てで12月までに駆け込みで購入した人以外は、家電エコポイント自体がまだあるとの認識が薄い。なかなか購入につながらない状況が続く。	
		乗用車販売店（業務担当）	・年末から続く悪天候が今後も続く見込みで、客足に影響を与えそうである。	
		自動車備品販売店（経営企画担当）	・単価低下と必要以上のものを購入しない客の動きは変わらない。タイヤ交換での来客数は増える見込みだが、売上はその際のついで買い次第である。	
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・当地の人口減少率は県内でもワースト1であり、この不景気で消費が伸びることもないため、経営をコンパクトにして、観光等で当地を訪れる人を増やすことでバランスを取っていくしかない。	
		その他専門店〔和菓子〕（営業担当）	・良くなる要素がない。	
		その他小売店〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・12月、1月と売上高が前年並みで推移しており、今後も同様の状況が続く。	
		一般レストラン（店長）	・これ以上悪くなりようのないところまできているが、週末には若干下げ止まりを感じる。	
		スナック（経営者）	・客や各組合理事長の集まりの中で、景気が上向きになる話が出てこない。	
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・購買意欲が減少している状況だが、売上は前年と同じような数字で推移している。	
		観光型ホテル（スタッフ）	・昨年に比べると3か月後の予約状況はやはり悪い。	
		都市型ホテル（支配人）	・景気の低迷と言うよりも、閑散期の来客状況が市内同業他社と同じであるため、売上も含めて変化がない見込みである。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・個人客は少し増えてきているようだが、企業での利用がまだ減少したままであり、回復するにはもう少しかかりそうである。	
		旅行代理店（経営者）	・消費税の税率引き上げの話もあり、客はますます旅行に行く気分にはならない。しかし、日帰りの安い物には多少動きがある。	
		通信会社（社員）	・新たにサービス利用をしたいとの問い合わせが少ない。	
		通信会社（通信事業担当）	・加入キャンペーンに対する反応は非常に鈍く、通常とほとんど変わらない状態である。	
		通信会社（営業担当）	・状況が変化する材料が見当たらず、客の動きが継続してよくなるとは考えにくい。	
		通信会社（営業担当）	・地上放送のデジタル化への対応としてケーブルテレビを選択する顧客もいる。一方、デジタルテレビ購入を機にアンテナ受信に切替える顧客も多く、7月までこの状況は変わらない。	
		通信会社（総務担当）	・客に購買意欲がうかがえず、需要の伸びが見込めない。	
		通信会社（広報担当）	・新生活商戦に突入し、商品ラインナップとプロモーションにより市場全体としては大きく販売の伸びる時期であるが、各社の競争激化により優劣が出てくるかも知れないため、予測が難しい側面がある。	
		テーマパーク（管理担当）	・景気の動向からも全体的に明るい要因がない。	
		その他サービス〔介護サービス〕（管理担当）	・業界の景気の影響より、社内の戦略検討が先である。	
		設計事務所（経営者）	・このところ建築設計業界に明るい話題がない。2～3か月前に今より良くなると思える情報が入ってこない。	
		設計事務所（経営者）	・建築関連で景気が改善するような話題は何もみつからない。	
		住宅販売会社（販売担当）	・正月イベントへの来場者数が前年比1割減となり、今後も受注量は増えそうになく厳しい。	
		やや悪くなる	商店街（代表者）	・天候不順もあるが、全体的に非常に閉塞感があるため、観光客を含む客の動きが緩慢である。
			スーパー（店長）	・2月は各社とも決算月に突入し、販売促進策が強化され、集客面で苦戦が見込まれる。
			スーパー（営業システム担当）	・天候不順がまだ続く見通しであり、生鮮品に加え精肉にも影響が出てくる可能性が大きく、安定した仕入れが見込めない以上単価の高騰は仕方がない。

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（エリア担当）	・鳥インフルエンザの影響で、今後卵や鶏肉の高騰が大変危惧される。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・引き続き単価は下落傾向にある。春物の動きも鈍く、実需傾向が強くなるため、販売期間が短縮され値下げを先行せざるを得ないため利益が圧縮される。
		衣料品専門店（販売担当）	・客の目が厳しく、なかなか購入しない。
		乗用車販売店（統括）	・エコカー購入補助金による需要の先食いの影響が、今年度中続く。
		高級レストラン（スタッフ）	・昨年と予約状況を比較しても、この先3か月は予約数が前年をかなり下回る状況となっている。
		観光型ホテル（支配人）	・現時点での2月以降の入込見込みは前年を大きく下回っており危機的状況である。唯一、婚礼予約のみは件数で前年比プラスとなっているものの、営業を強化したインバウンドは動きが鈍い。
		都市型ホテル（従業員）	・宴会部門で婚礼市場が縮小を続けており、今後の回復は見込めない。施設は増加しており、それに更に拍車がかかる。
		タクシー運転手	・客との会話では、最近特に年金支給年齢が上がるとか、消費税、健康保険料、介護保険料が上がるなど生活が苦しくなるような話が持ちきりである。今後も消費は落ち込んでいく。
		ゴルフ場（営業担当）	・まだ寒い日が続けばしばらくは来場者が減る。景気は多少回復してきているが、地方のサービス業は不振である。
		美容室（経営者）	・客は皆、今の状況では絶対景気は良くなると言っている。
		美容室（経営者）	・節約志向がそのまま維持されるため、このままでは悪循環となり景気は徐々に悪化していく。
		設計事務所（経営者）	・競争激化のなかで受注単価の下降傾向が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・低水準の中で競争が激化しており、収益率の悪化が見込まれる。
		住宅販売会社（経理担当）	・景気の先行きが不透明なため、新たな景気対策がなければ住宅業界の景気改善に期待ができない。
		悪くなる	
一般小売店〔茶〕（経営者）	・雪のため、せっかくの高齢者向けのイベントが閑散としている。今年は2月にも野外イベント事業がたくさん行われるが、雪のためになかなか厳しくなりそうである。		
スーパー（財務担当）	・消費者の所得環境が改善されていないため、今後も節約志向による来客数の減少が続く。		
衣料品専門店（経営者）	・セールの際に欲しいもの少しだけ買う傾向に変化がない。		
家電量販店（店長）	・12月からの家電エコポイント制度の変更により、テレビ、冷蔵庫の売上の減少が顕著であり、3月末の制度終了に伴い、対象商品の売上が更に減少する。また2月上旬、近隣に競合店がオープンするため、その影響が当分続く。		
家電量販店（店長）	・家電業界においては11月の家電エコポイント特需以後は、エコポイント対象商品を中心に実績低迷が続いている。直後の反動に比べれば反動幅は縮小傾向ではあるものの、今後の景気回復は非常に難しい。		
住関連専門店（広告企画担当）	・単価の低下に拍車がかかっており、良いものが売れない状況では全てが良くなる。ならない。		
競艇場（職員）	・今月ほど売上が見込める月がない。		
企業動向関連	良くなる		
	やや良くなる	電気機械器具製造業（総務担当）	・1月～3月の半導体製造装置の受注は前年比10%増加と好調が続くそうである。
	変わらない	農林水産業（従業者）	・例年11月、12月に寒ブリの水揚げがあるが、今年の水揚げは1月末と1か月以上遅れており海の異変を感じる。また1月から12月までの漁獲集計では、水揚げ量は前年対比で673トンの増加であるが、水揚げ額は1億2,170万円の減少となっている。
		食料品製造業（業務担当）	・食品業界では生産効率の良い大手メーカー主導で価格が決まるが、自社商品の種類に限りがあるため、販売価格を上げさせることが難しい。
		木材木製品製造業（経理担当）	・売上は前年同期比では増加しているものの、至近月では横ばい状態である。
		化学工業（経営者）	・受注の進捗がよく見込み通りに推移している。
	化学工業（総務担当）	・今後も円高の影響が継続するとともに、今後は環境税である脱炭素税の導入があれば利益を圧迫する要因となる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・各地から注文が入っている廃却場の案件は、好調ながら単発の寄せ集めのため今後の動向は不透明だが、年末生産を行なった案件は、後半の工事が計画されており、生産量の確保はできる見込みである。またグループ他社が生産担当であった案件が一部当社生産に変更になる計画があるため、それが実施されると生産部門の一部ラインが非常に多忙となる。		
		鉄鋼業（総務担当）	・需要をけん引する新興国に息切れの懸念があり、景気浮揚策も尽きている。		
		非鉄金属製造業（経理担当）	・当面の受注見込みに特段の変化はみられない。		
		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）	・自社製品の売上に関しては、海外向けは回復基調にあるものの、国内向けは伸びが見られず厳しい状況が続く。		
		電気機械器具製造業（広報担当）	・受注が省エネ減税時のレベルまで回復する兆しが見受けられない。		
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・現在自動車部品の下請業務に新しい受注も入ってきており、このまま忙しい状態が2、3か月先まで続く。		
		建設業（経営者）	・年度末であるため周辺の中小建設関連企業はそこそこ仕事がある見込みだが、4月以降の見通しが立たないところが多く、なかなか改善の見通しが立っておらず、厳しい。		
		建設業（総務担当）	・受注確保を最優先に取り組んでいるため、利益率は低下傾向にある。また建設材の価格は上昇傾向にあり予断を許さない。		
		輸送業（統括）	・3～4月は引越シーズンになり物量は増えるが、競争相手が増えているため一部に不安材料が残る。		
		輸送業（運送担当）	・目玉となるような対策でも出ない限り、地方での景気回復はなかなか見込めない。		
		通信業（営業企画担当）	・引き合いは継続するものの受注件数が横ばいであり、受注額としても大幅な伸びもなく、前年同期と比べて上向き状況にない。		
		金融業（自動車担当）	・今程度の為替水準であれば輸出しても採算は確保できることから、おおむね現状程度の売上と利益が続く。		
		金融業（営業担当）	・地元の中小企業が元気にならなければ景気が良くなったとの実感はなかなか持ちにくい、今後3か月で景気が良くなるとの期待も持てない。取引先の多くは成長を期待できず、成長につながる投資への意欲が停滞しているため、経営者も将来への展望を描けない。		
				会計事務所（職員）	・製造業関連の業界の忙しさはこの先もまだ続くが、納品関係の業界は年々厳しくなっており、年度末に向けての受注の出足は例年以上に鈍い。
		やや悪くなる		鉄鋼業（総務担当）	・主要ユーザーである自動車会社は4～6月の生産量が現在よりも減少する見込みである。また原料の鉄鉱石や石炭は大幅な値上がりが見込まれるため、大幅なコストアップは避けられず、収益が圧迫される見込みである。
金属製品製造業（総務担当）	・得意先からの値下げ要請や4月からの原材料価格の上昇懸念があり、収益性は悪化が予想される。				
輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・今月の受注内示量の急激な減少からすると、先行きが不透明であり状況はやや悪くなる。				
悪くなる		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・新しい仕事の確保に動いている。		
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・周囲の企業の動向も相変わらず芳しくない。		
雇用関連	良くなる	—	—		
	やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・企業からは1月になっても継続的に求人引き合いがあり、数的にはまだまだ少ないが、傾向としては上向きの感触がある。		
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・新年度に向かい採用活動の縮小もしくは停滞が考えられるため、官公庁委託事業の落札次第で景気状況に変動がある。		
		人材派遣会社（営業担当）	・年度末までは求人依頼数も現時点の水準を維持できる見込みである。ただし年度替わりのタイミングで契約更新がなく終了する契約も多く発生する可能性があり、今より景気が良くなるとまでは言えない。		
		人材派遣会社（支社長）	・今後の労働者派遣法改正の進展が不透明である。		
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・先行きが非常に不透明で、各企業とも無理をして採用目標数まで採用人数をそろえることは控える傾向にあるため、積極的ななかでも慎重に対応している。		

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
		新聞社〔求人広告〕(担当者)	・市内では大型設備投資もなく、今秋に控えた山口国体絡みで建設業に動きがあるくらいである。パート以外には厳しい状況は今後も続きそうである。
		新聞社〔求人広告〕(担当者)	・自動車関連会社などは業績が前年比で落ち込んだことや、求職関係でも来年の大学卒業生の内定者が過去最低であったことから、再来年についても比較的厳しいことを言う企業が多い。
		職業安定所(職員)	・生産関係は海外からの受注が好調であるが、円高の影響で今後生産や雇用を調整しなければならない心配がある。販売関係は、エコカー購入補助金の終了や家電エコポイント制度の見直しのため、今後反動での売上減少が心配される。大雪による景気への影響に関しては、観光業など悪い影響が及ぶ産業もあれば、雑貨販売業など良い影響が及ぶ産業もある。
		職業安定所(職員)	・新卒者就職促進奨励金制度の創設により、若年層向けの求人が増加していたが、3か月経過してその効果も一段落した感がある。一時求職者数が減少したため有効求人倍率は上昇したが、1月以降求職者数は増加すると予想され、一進一退の状況が続く見込みである。
		民間職業紹介機関(職員)	・少しずつではあるが増員目的の求人案件が増えてきている。補充のための採用一辺倒から将来を見据えてのリクルーティングに変わる状況も出始めてきているため、雇用状況も上向き見込みであるが、個人消費には結び付かない。
		民間職業紹介機関(人材紹介担当)	・今後も閉塞感は変わらず給与などが増える兆しもない。
		学校〔短期大学〕(学生支援担当)	・一般職の求人数に変化がみられない。
	やや悪くなる	職業安定所(職員)	・特に、高校生の状況が厳しい。例年、複数内定を得た大学生は就職先以外の企業を辞退するため採用枠が空き、それを高校生で埋める動きがあった。しかし今年は大卒も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。
	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	通信会社(管理担当)	・新生活時期を迎え、携帯電話の需要が拡大する。
		スーパー(店長)	・新規競合店の影響が一巡し、今後、売上の回復が見込まれる。
		コンビニ(店長)	・客の様子が変わってきた。以前は単品買いが多く、客の節約感があったが、最近はプラス一品を買うように回復してきた。
		衣料品専門店(経営者)	・昨年秋以降の客の動き、販売量の動きを見ると、底打ち感がある。今後、プラスの方向に行くことを期待している。
		衣料品専門店(副店長)	・本当に必要な時に必要な物を買うという客が多いため、春物が出始める2~3か月先は、今より良くなってくる。
		乗用車販売店(役員)	・新型車種の投入等があり、個人の購買意欲は少しずつ良くなりつつある。企業の3月決算の状況に期待をしたい。
		タクシー運転手	・人事異動の時期で、昼夜を問わず、人の動きは多くなる。四国八十八箇所周りの遍路客の仕事も、3月頃から徐々に増えてくる。
		通信会社(企画)	・特にテレビ業界は地上デジタル移行の影響から、しばらくは好調だと思う。
	変わらない	住宅販売会社(従業員)	・フラット35の影響で、展示場来場数が少しは増えている。今後の受注増加に繋がると思う。
		商店街(代表者)	・政局が不安定ななか、購買意欲を刺激する策がない。
		商店街(代表者)	・生産労働人口の減少と高齢化の急速な伸展で、内需、ひいては個人消費の低迷は長く続くであろう。消費税増税論議があり、消費の前倒しの動きが見られるかもしれないが、その後は低迷が続くだろう。
		商店街(代表者)	・現在の経済状況では、良くなる点が見当たらない。
		百貨店(営業担当)	・冬季クリアランスセールなどを見る限り、防寒商品の動きが前年に比べて良く、単価も上昇している。宝飾品を含む高額品の動きは相変わらず鈍いが、衣料品・袋物・革製品は単価上昇がみられた。
		百貨店(営業担当)	・開店2周年のため集客が良くなると思うが、不安定な政治情勢のため、先行きが見えない。
		百貨店(販売促進担当)	・今の冬物の動きを見る限り、春物の売上も期待できない。

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
		百貨店（売場担当）	・3月末で家電エコポイント制度が終了し、気候的にも寒さが和らぐと、購買意欲を刺激する材料が乏しくなる。
		スーパー（店長）	・寒さのため、冬物の動きが良くなっている。
		スーパー（店長）	・今年は冷え込みが厳しいため、食品販売に良い影響があった。子ども手当等の支給は、消費の拡大にはなかなか結び付いてこないと思う。
		スーパー（企画担当）	・年度替わりにより、学費などの出費がかさむため、一般消費は厳しくなる。
		コンビニ（総務）	・景気が回復するような消費喚起策は見当たらない。
		衣料品専門店（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。
		衣料品専門店（総務担当）	・今年は、例年よりセール待ちの客が多く、定価販売が難しくなるほど低価格志向が強い。
		家電量販店（店員）	・新生活準備のため、一時的に販売量は増えそうである。しかし、その後は収束するであろう。
		家電量販店（営業担当）	・新入学・新社会人関連の商品販売に大きな期待は持てない。客の財布のひもは固くなってきている。
		乗用車販売店（営業担当）	・主力車種のモデルチェンジがあったが、その効果が見られない。また、来店客そのものが少ない。
		一般レストラン（経営者）	・これだけ気温が低いと、外に出るのが億劫になるため、外食支出に悪影響が出る。
		都市型ホテル（経営者）	・先行きの予約状況は良くも悪くもない。消費については、若干戻りつつあるが弱含み感がある。
		タクシー運転手	・年取が減少したという客が多い。なかには、80～90万の下落という人もおり、自分が使える小遣いがないという声もある。
		通信会社（支店長）	・現在の景気状況を見る限り、販売量の増加は望めない。
		ゴルフ場（従業員）	・予約状況は、例年と比べさほど変わらない。
		美容室（経営者）	・状況はさほど変わらないと思う。
設計事務所（所長）	・中心部のテナントに空きが多く、売りに出ているビルも結構多くある。		
やや悪くなる		商店街（代表者）	・昨年は大河ドラマ放映効果で、観光客が多かったが、今年は、急激に減った。3～4月は、観光関連の様々なイベントがあるが、大河ドラマ効果ほどではないため、今後、観光業界は厳しくなる。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・繁華街へ届ける御祝用贈答商品の販売数と単価が減少している。また、開店する店が少なくなる一方で、閉店や送別用に使われる商品の注文が入るようになった。
		スーパー（企画・営業担当）	・現在の消費は気候要因が強いため、春以降、その反動がくることが懸念される。
		衣料品専門店（経営者）	・政局が不安定である。また、原油や穀物の価格が上昇しているため、買い控えが予想される。
		家電量販店（店長）	・新入学関連の需要や、エコポイント終了間際の駆け込み需要があるとは思いますが、例年と比べると低調であろう。
		観光型旅館（経営者）	・新幹線が鹿児島へ開通したり、東北新幹線も青森まで開通するなど、日本の幹線は非常に強化された感がある。しかし、枝葉となる四国には、国民の目が向かないのではないかと懸念がある。また、四国内でも、観光都市としての集客力のある街作りが出来ていないところもある。それなりの経営努力はしているが、厳しい経営状態が続いている。
		旅行代理店（支店長）	・景気の動向に大きな変化が見られないため、国内旅行は引き続き低調に推移するであろう。ただ、九州新幹線全線開通による旅行需要がどこまで高まるか期待感はある。海外旅行は、円高に陰りが出てきていることと、2月から一部航空会社による燃油サーチャージの値上げがあることから、需要は減少するであろう。
		観光名所（職員）	・天候が悪いことから、観光客の入場者数は減少している。そのうえ、社会情勢も不安定である。
		競艇場（職員）	・正月レースは前年比減となり、今後、ビッグレースの開催もないことから、2～3か月先は減少傾向が続く。
		美容室（経営者）	・消費税の増税がまことしやかにささやかれているため、節約志向が高まり、消費活動がさらに抑えられる。
		設計事務所（職員）	・新年度から仕事量がほとんどなくなる見込みである。
悪くなる		一般小売店〔乾物〕（店員）	・景気が良くなる要素がない。そのうえ、消費税が上昇しそうなので心配している。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	・政治が不安定だと、市民の生活にも不安が残る。

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） 住関連専門店（経営者）	・エコカー購入補助金制度により、需要の先取りをしたため、今後1年間は相当の落ち込みがある。 ・販売量の低迷が続いている。
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（経営者）	・ギフト関連の引き合いが増加傾向にある。
		電気機械器具製造業（経営者）	・大手メーカーが、太陽電池の材料の発注を一気にかけてきている。また、LED関連の受注は非常に好調である。化学的、素材的なものが活況である。
		通信業（部長）	・年度末を控え、業績余裕のある企業は、積極的な動きを見せている。しかし、受注競争は依然厳しく、量的拡大が業績に繋がりにくい状況であり楽観はできない。
		通信業（営業担当）	・友人や法人マネージャーとの対話のなかで、これからの景気について明るい話題を聞く機会が増えてきている。円高もピークを迎えた様子のもようであり、株価にも明るさが見えていることから、今後、景気は良くなる。
		不動産業（経営者）	・ここ数か月、県外、とりわけ、都市部からのオファーや問い合わせが増えてきている。都市部は動きが出てきており、その余波が、地方にも届いている。
	変わらない	鉄鋼業（総務部長）	・長引く円高の影響でマイナス要因はあるが、スポット的な受注も出てきている。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・国内向けは増産に向かって体制をとりつつあるが、海外はまだその兆しがない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・欧米市場の需要低迷が依然として続いている。
		建設業（経営者）	・今後も公共事業が縮小すると、業況はますます厳しくなる。
		広告代理店（経営者）	・新聞広告などメディア広告の前年比売上は下げ止まり感がある。一方、地元の得意先には広告費を削減しているところが依然多い。
		公認会計士	・関与先の社長との話によると、設備投資に消極的な意見がまだ多い。また、土地の価格が下落していることから、銀行の担保評価が厳しくなり、信用収縮を生んでいる。
	やや悪くなる	食料品製造業（従業員）	・販売・受注価格ともに下がるなかで、原材料価格の上昇がコストアップとなり、状況がますます厳しくなる。
		繊維工業（経営者）	・綿糸価格などの原材料価格が高騰しており、厳しい方向に向かうと思う。
		建設業（総務担当）	・来期の受注量はある程度確保できる目処が立ったが、ほとんどの工事は利益ゼロ、もしくは赤字が見込まれ、収益的には非常に厳しい。
輸送業（経営者）		・政府の政策運営に嫌気が差し、今後は、海外に国民の目が向きそうである。	
広告代理店（経営者）		・受注量が変わらずとも、原材料価格や固定費の上昇などから、利益が下がる傾向にある。	
悪くなる	輸送業（統括）	・不況の最中、価格競争により客が安い方に行く。	
	輸送業（支店長）	・例年2～3月は駆け込み需要があるものの、荷主の生産調整が続くという情報が入っている。	
雇用関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（営業部長）	・中途求人数の持ち直しや、雇用対策予算等による就職支援の需要の高まりに期待を寄せている。
		職業安定所（職員）	・月間有効求人倍率が、先月より0.08ポイント上回った。
		学校〔大学〕（就職担当）	・未内定者向けの県からの支援があることや、求人そのものも増えていることから、今後は内定が増えていく。
	変わらない	人材派遣会社（営業）	・企業の決算前となるこの時期に、薄利多売な営業戦略を持つ企業と、予算範囲内で来年度に向けた堅実な営業戦略を持つ企業とで二極化される。また、景気の影響かは定かではないが、労働者の精神疾患がここ最近目立つようになった。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ガソリンや小麦などの値上がり圧力があるので楽観視できないが、景気は落ちるところまで落ちているので、今後は現状維持で推移する。エコカー減税の今年3月の終了に向け、駆け込み需要があるかもしれない。ただし、製造業からは、相変わらず明るい話題が聞こえてこない。
		職業安定所（職員）	・景気上昇傾向が見られるが、輸出産業等を筆頭に、将来に対する不透明さを訴えており、自動車産業からは経済対策後の状況の悪化が報告されている。
やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・労働者派遣法改正の影響から、企業から求人依頼が減る可能性がある。	
	求人情報誌製作会社（編集者）	・中小企業を中心に、人材採用には慎重な姿勢が続いている。	

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
		民間職業紹介機関（所長）	・現状は、既存の従業員の入余り感に対し、どのように対処するかで悩んでいる企業が多い。今年に入っても求人数の伸びはほとんど見受けられない。
	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）	・卒業式、入学式シーズンとなり、例年、生花が一番売れる忙しい時期となる。ただ今年は、例年注文があった卒業式用の何百本という花の注文が、不景気による経費の削減等で減らないか、また同業他社へ流れないか等の不安要素もある。卒業式、入学式の個人の花の消費をどのように促すかが課題であり、しっかり対策できれば良くなる。	
	やや良くなる	百貨店（営業企画担当）	・少しずつ高額品に動きが出ている。3月には九州新幹線が全線開業するため、人の動きが活発になり、街全体が活性化される。	
		スーパー（経営者）	・年度替わりの異動等により、新しい需要が発生すれば良くなる状況となっている。	
		スーパー（店長）	・1年前の売上が一番底で、今は少しずつ景気が回復している。底をついたという感じで、売上は順調に推移している。売り方を工夫すれば客の反応もあるが、依然、客は価格に敏感である。衣料品は寒波の影響もあり、冬物衣料が断続的に売れており、寒波がまだ続けば、まだ伸びる可能性がある。	
		スーパー（店長）	・社会行事関連の新入学や卒業あるいは就職、進学への祝い需要が発生し、前年以上に売上が伸びているトレンドがあり、大いに期待ができる。	
		コンビニ（経営者）	・目的買いの客が大半であり、乗客数の増加はなかなか見込めないが、客単価が上がっており、明るい兆しもみえてきている。	
		家電量販店（総務担当）	・3月末終了のエコポイントの駆け込み需要が期待できる。	
		乗用車販売店（従業員）	・他社との競争は激しくなるが、決算時期を迎え、攻勢をかけて販売促進を行なうため、いくらか良くなる。	
		乗用車販売店（総務担当）	・12月末に新型車が投入され、5月にも新型車の発売が予定されている。新型車の魅力を客に訴求し、乗場者数及び販売台数の増大を図るため、売上、利益は多少伸びる。	
		自動車備品販売店（従業員）	・地上放送のデジタル化に伴い、地上デジタル放送対応チューナーやナビの動きが活発になる。	
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・地域的にも寒い地域であり、寒い時期は客足が鈍くなる。これから3か月先は気候が緩やかになり、客の来店頻度は上がり、売上は良くなる。また新規契約もあるので、前年と比べるとその売上も見込まれ、良くなる。	
		高級レストラン（専務）	・九州新幹線の全線開業により景気はかなり良くなる。	
		観光旅館組合（職員）	・卒業旅行等のシーズンとなり、気候的にも過ごしやすくなるため乗客数は増える。	
		都市型ホテル（副支配人）	・九州新幹線の全線開業や駅への百貨店進出等の影響から、団体客の予約が2、3月に入ってきており良くなる傾向となっている。	
		ゴルフ場（従業員）	・3月に九州新幹線の全線開業のイベントを行うため、その効果が出て、良くなる。しかしながら、それに伴う予約はまだ出ていないので、若干の不安もあるが、大きく期待している。県内の景気は依然として厳しい状況が続くが、九州新幹線の全線開業により少なからず上向く。	
		美容室（店長）	・現在の店の状況が最悪なので、これ以上は悪くならない。2、3か月先は少しは良くなる。	
		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月以降は気候的に暖かくなり、客である在宅高齢者のサービスキャンセル率が大幅に低下することが考えられる、客が増え、売上の増加も期待できる。	
		変わらない	商店街（代表者）	・特に好転するような理由はないので、今と変わらない状況が続く。
			商店街（代表者）	・現状の悪い状況が好転する要素が全くみつからない。この悪い状況のまま続く。
	商店街（代表者）		・当店は割と年配の客が多く、年金等に大きく左右される。年金は定額であり、増額する見込みはないため、消費に回すことを警戒する状況が見受けられる。おそらく今後も変化はない。	

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
		商店街（代表者）	・公務員や大企業の給料が下げ止まりとなってきている。それに伴い、消費意欲が少しは向上すると期待するが、大きな変化はない。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・良くなる要素が見当たらないため、今後も今の状況が続く。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・季節的に活動しやすい時期となり、例年、客の出入りが増える。高額の贈答品が出るように対策する必要がある。
		百貨店（売場主任）	・政局が安定せず消費者が安心して購買できる環境にならないため、今後も良くならない。
		百貨店（営業担当）	・買上率、買上客数は依然マイナス基調であり、消費の力強さは感じられない。クリスマスケーキやおせちの売上は前年並みであったが、商品単価の低下傾向は続いている。
		百貨店（営業担当）	・お買得、ちょっと良い物を自分用に購入する客は多く、ギフト解体催事には敏感に反応する客が多い。来客数が多く催事場への入場制限も実施し、客の熱気を感じた。防寒衣料や冬物衣料についてもセールが好調であり、買物への慎重な姿勢は続いている。また寒波の影響か、近くの店舗を利用する人が多く、サテライト店が好調である。
		百貨店（売場担当）	・競合店が前年割れをする状況になく、百貨店は厳しい状況となっている。客単価、1品単価、買上率は上がっているが来客数が減少している。比較的高い商品が売れていることや入店客が良く買っていることで前年をキープしているが、この先客が少し減り、単価に変動があれば、売上が落ちる可能性もある。天候要因が読めないが、今後も変わらない。
		百貨店（営業企画担当）	・経済環境の好転や消費拡大の望みも薄く、現状の状態が続く。
		百貨店（業務担当）	・消費者の節約疲れにより、しばらくは必要な物への消費は幾分期待できる。一方で高額品の動きは限られたものとなる。
		百貨店（企画）	・円高の影響は引き続きあるものの、企業業績は概ね回復基調にある。しかし、個人消費の源となる雇用の回復が一向に進まないなか、国の景気対策も不透明な状況下で消費意欲が高まる兆しはみえない。
		スーパー（店長）	・今は寒さの影響で鍋物やおでん材料等の冬物商材が良く動いているが、寒さが和らいだ頃には元の悪い状況に戻るのではないかと懸念している。気候の影響を受けやすい消費動向が続いている。
		スーパー（店長）	・食品はデフレからインフレに変わる可能性があり、単価の上昇を期待しているが、自動車のエコカー減税や家電のエコポイント制度等の終了により、マイナスになる可能性もある。また企業業績は上がってきたが、雇用が依然厳しいため、消費がマイナスとなる可能性もあり、いずれもプラス要因とマイナス要因が相殺されて変わらない。
		スーパー（店長）	・価格志向が相変わらず強い。燃料代の値上がりの影響か、余分な買物をしない傾向が顕著となっており、今後もこの状況が続く。
		スーパー（店長）	・今後も円高が続けば輸出産業の業績悪化につながり、個人消費は更に冷え込みかねない。需要不足が継続的に続き、食品等の店頭価格の値下げが続く可能性がある。
		スーパー（総務担当）	・来客数は前年並みに推移しているが、客単価が上がらない状況が続いており、今後も1回の買物で使用する金額は変わらない。
		スーパー（業務担当）	・小売業は可処分所得の増減が売上に影響し、景気対策が明確にならなければ、一般消費者の購買動向は予測しづらい状況である。現状では大きな変化はない。
		コンビニ（エリア担当）	・大企業の給与は増加に転じているが、店舗周辺の中小企業は以前と変わらず厳しい状況である。いつもコンビニを利用していた客もスーパー等の安い弁当を買っている様子が見受けられる。今後もこの状況が続く。
		衣料品専門店（店長）	・気温の低い日が続いており、客の出足が途絶えている。しばらく大きな変化はない。
		衣料品専門店（取締役）	・春夏の衣料品は単価が落ちるため、数を売らなければならない。ただ、春夏は楽しい商材が増えることで、幅広い客層に1枚でも多く売ること現状維持はできると考えている。ただ、今より良くなる材料は何もない。あとは企業努力をすすしかなく、商品の補充を考えている。
		家電量販店（店員）	・3月のエコポイント制度の終了に伴い、最終的な駆け込み需要があり、若干プラスになる。ただ、その反動減は避けられず、最終的にはプラスマイナスでゼロとなり、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
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・冬に対応する生活必需品の販売が好調であるとの話を客から聞くことが多い。
		高級レストラン（支配人）	・営業にもよるが、来客数の増加が見込めず現状が良くなる要素がみえない。
		スナック（経営者）	・街全体が閑散としていて活気が感じられず、この状態はまだまだ続く。
		その他飲食〔居酒屋〕（店長）	・九州新幹線の全線開業の影響で街中がととても張り切っており、これから春の催し物に期待できるが、現状ではまだ変わらない。
		観光ホテル（総務担当）	・3月には九州新幹線が全線開業するため、宿泊を中心に、現在の調子を持続できる。
		旅行代理店（従業員）	・海外旅行の予約は前年比でやや増加している。寒さの影響か、ハワイやグアム等のリゾート地が人気である。国内旅行は前年を上回るが、学生旅行が例年より少ない。
		タクシー運転手	・閉店する百貨店の跡地の活用が決まっていない。また、商店街で空き店舗プロジェクトというものをやっているが、こもなかなか思うような集客ができていない。この先は不透明である。
		通信会社（業務担当）	・2月から春のキャンペーンがスタートするが、スマートフォンの品不足解消には目途が立たず、他の商品の販売はさらに厳しくなる。
		通信会社（企画担当）	・季節要因で販売量は増えそうであるが、底上げとなるような要因は見当たらない。
		テーマパーク（職員）	・例年2月はスポーツキャンプ等により週末は高稼働であるが、今年は1月に発生した鳥インフルエンザの影響が懸念されるため、現状と変わらない。
		ゴルフ場（支配人）	・ゴルフ場料金の値引き競争は収まる気配がなく、プレー料金は下降の一途をたどっている。来場者を例年並みに確保したとしても売上は落ちる。厳しい経営環境にある。
		理容室（経営者）	・3月後半は例年通り客の動きが一時的にはあるが、全体的にまだ落ち込んでいる状態であり、明るい兆しはみられない。サービス業は、景気が上向きになるような要素が全くない。
		やや悪くなる	
設計事務所（所長）	・新しい打ち合わせが増えているわけではない。仕事量は相変わらず少ない。		
商店街（代表者）	・2、3か月先は卒業、入学、就職と出費が多い月となり、食に対する出費はかなり抑えられる。そのため、売上はあまり期待できない。		
商店街（代表者）	・消費税の増税や将来の年金需給者年齢の引上げ等、消費者には明るい材料が見当たらず、商店街は厳しい状況が続く。		
百貨店（総務担当）	・新しく百貨店が開業する等、福岡商圏がますます魅力を増すなか、個々の商業施設、テナントの努力では当地区の景気回復は大変厳しい。		
百貨店（営業担当）	・春闘や雇用の問題等が明確にならないと、個人消費はなかなか上向かない。一部の層についてはやや持ち直してきているが、それ以外のところの客の来店が非常に不安定でマイナス要因となっている。		
百貨店（営業担当）	・鳥インフルエンザや火山の噴火により、客が外出を控える状況にあり、当店の来客数にも大きく影響が出ている。したがって、今後の景気はやや悪くなる傾向が強い。		
スーパー（総務担当）	・雇用環境の改善見通しが立っておらず、消費を控えた生活防衛が更に進むと考えられる。一方、来客数の増加を図り販売促進の経費がある程度必要となるが、収益バランス悪化の懸念が残る。		
スーパー（経理担当）	・いつも今月が底だと思わされるが、それ以上に悪くなることが続き、非常に悪かった前年を更に下回る状況が続いている。負のスパイラルに陥ったかのように先がみえない。		
コンビニ（販売促進担当）	・不安材料として原材料、特に小麦粉、卵等の価格が上がっている。また物流も燃料費のコストが上がっている。予算に達しても利益はそこそこであり、やや厳しくなる。		
衣料品専門店（店長）	・直接の影響はないが、鳥インフルエンザや火山の噴火等暗いニュースばかりで、客の買物に対するマインドの低下が懸念される。春に向かって明るくなる雰囲気が必要である。		
衣料品専門店（店員）	・新しい百貨店の新規オープンで競争が激化する。来客数が増えるとは考えにくく、厳しい状況となる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		家電量販店（店員）	・家電のエコポイント制度が見直されたが、その対象商品が非常に売れなくなった。年が変わって2011年になっても動向は全く変わらず、エコポイント対象商品の売上が上がらない。特に液晶テレビが苦戦している。今後、改善するような見込みは見当たらず、かなり苦戦し、悪くなる。	
		住関連専門店（経営者）	・毎月のキャンペーンはここ1年横ばいの状況で底打ち感があるが、店舗での販売は年々厳しくなっている。大口の商談がなかなかなく、設備等での置き家具需要も期待できない。	
		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目前であるが、空港を主体に商品の納入をしている業者への影響が不明である。ただ好転する兆しもないため、少なからず売上は落ちる。	
		観光型ホテル（スタッフ）	・4月に統一地方選挙を控え、宴席が少なくなる可能性が大きい。宿泊に関しては2月のイベントで増えるが、それ以降は活況を呈していたNHK大河ドラマの影響も落ち着き、伸びる可能性がない。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・統一地方選挙に伴い企業の歓送迎会や業務出張等の動きが鈍くなるため、今後はやや悪くなる。	
		タクシー運転手	・とにかく消費者の財布のひもが固い。少しでも節約しようという動きが顕著になっている。高齢者の病院通いでも少しでも節約しようとする状況が出ている。	
		タクシー運転手	・ようやく県内外からの人の動きが始めたところに、鳥インフルエンザの影響で人の動きが制限され、口蹄疫に続き大変なことになるそうである。	
		タクシー運転手	・鳥インフルエンザ、火山等の悪影響がこれからもっと出てくる。全体的には景気は悪くなる。	
		美容室（経営者）	・2、3年前からずっとやや悪くなる状況が続いている。せめて現状維持、少しでも良くなることを期待しているが、このまま悪い状況が続けば、いよいよ死活問題になるというところまできている。	
		住宅販売会社（従業員）	・土地の売買に関する問い合わせが今月、先月と減っている。例年、新年度になると土地の動きは少なくなるが、今年は非常に不安を感じている。社会情勢上やはり土地の取得をすることが少なくなっている。	
		住宅販売会社（従業員）	・来年度予算によっては増税となり家計支出が増え、住宅購買意欲が減退する材料となり、厳しい状況が続く。	
		悪くなる	一般小売店〔青果〕（店長）	・野菜相場高騰の影響もあり、2～3か月は厳しい状態が続く。また火山噴火や鳥インフルエンザの終息等がはっきりみえず、それに対する政府及び県の援助がどうなるのかみえないところもあり、先行きは不透明である。
			衣料品専門店（総務担当）	・百貨店の閉鎖が決まり、商店街の集客装置が一つなくなることで、商店街の業況は非常に悪化する。
			通信会社（営業担当）	・鳥インフルエンザ、火山の噴火、あるいはこれらの影響で各スポーツ団体のキャンプのキャンセル等が増えており、今後良い方向にはまらずならない。ただ早くこれらの問題が解決し、景気が良くなることを願う。
通信会社（総務担当）	・景気は季節要因で悪化しており、業績もますます悪化していく。自助努力で業績の向上を目指したいところであるが、消費者の動きが何分にも鈍く、更なる客単価の落ち込みも懸念される状況である。雇用についても低調で、個人消費は依然、低迷して推移する。			
企業動向関連	良くなる やや良くなる	—	—	
		家具製造業（従業員）	・高級輸入家具の価格が為替の影響で下がりつつあるなか、これまでの低価格商品や品質に多少問題があっても価格ありきで購入していた客が少し高額でも品質がしっかりとした家具を購入している。マンションの供給も持ち直しており、回復の兆しが少しみられる。	
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・年度末を迎え、残予算対応が増えると見込まれ、やや良くなる。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・特定業種からの引き合い件数が増えており、今後に期待したい。景気は持ち直す方向である。	
		精密機械器具製造業（従業員）	・前年も装置を導入したが、3月にも装置を導入し、生産アップを図っていく。	
		金融業（調査担当）	・駅ビルの開業による期待感に市場のマインドは盛り上がっている。大きな景気上昇要因であり、景気はこれからやや良くなる。	
		新聞社（広告）	・九州新幹線の全線開業等広告出稿に結びつきやすい話題があり、回復傾向が続く見込みである。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス業〔物 品リース〕（役員）	・足元での設備投資は足踏み状態であるが、小口案件は増加傾向にあり、一部半導体関連企業での増産対応の投資、医療機関等の大型投資の引き合い等が出てきており、若干上向きに転じる。
	変わらない	農林水産業（経営者）	・鳥インフルエンザ流行の終息具合にもよるが、2、3月は例年以上に非常に厳しい月となる。風評被害に加え、原料の集荷にも余計な費用を要している。工場稼働に必要な原料を集荷できるかについても大いに不安がある。3月は異動や行楽シーズンのスタート月であるので例年期待しているが、鳥インフルエンザの悪影響が長引けば3月にも大きな影響が残る。
		農林水産業（従業者）	・飼料価格が非常に高騰しており、今後とも下がるとは言えない状況である。また、牛肉の消費についても厳しい状況であるので、景気の悪さは変わらない状況である。
		食料品製造業（経営者）	・いろんな工夫やアイデアは頭打ちの状態である。何かプラス要因が出てきても減少分を補う、またはプラスにするような要因は皆無である。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・機能性食器に注目が集まり、普段使いの食器類がほとんど動いていないのではないかと危惧している。今後、進学等の時期となり、若干は良くなるのではないかと期待しているが、現状をみる限りあまり変わらない。
		鉄鋼業（経営者）	・建築物件を中心に需要の減退は底を打っている。マンションや中小規模の店舗、病院、物流倉庫等の新規物件が増えている。建材製品の先高感から建築物件を対象に前倒しに材料が発注されたものもありそうで、実需の見極めが必要であるが、基調の変化は明らかではない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・仕事の絶対量が少ないうえに、コスト競争を強いられている。そういう状況のなかでは回復は望めない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・半導体関連の動きとしては安定した状態が続いており、このまま今の状況で推移する。変動はあるかもしれないが、変動があるとしても大きな影響はなく、非常に安定した状況が続く。
		電気機械器具製造業（経営者）	・景気回復につながる要因が見当たらない。受注価格の低下や新卒の就職状況が非常に厳しくなっていること等マイナス要因に振り回されており、当分景気は変わらず現状維持でなんとかいく。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・3月までの内示数をみると、横ばい傾向が続く。
		輸送業（従業者）	・今後、消費者の購買意欲をかき立てるような国の政策もなく、仕事量は現状のまま推移する。
		輸送業（総務）	・ジワジワと燃料価格が上がっており、苦しい状況は変わらない。
		輸送業（総務担当）	・預かっている荷物全ての荷動きがあまり良くない。特に明るい材料が見当たらず、しばらく今のままで推移する。
		金融業（営業）	・取引先の製造業は増産しており、当初は不透明であった4月以降の受注も下請企業に入っている様子である。将来は、工場の海外移転等の事態も考えられるが、当面は好調を維持する。また、求人面では大手製造業が単価を上げている。
		金融業（得意先担当）	・現状では条件変更の申し出、受け付けが多い。その予備軍として電話等による問い合わせ等も頻繁にあり、この状況はしばらく続く。当面は現状の状況から変わらない。
		不動産業（従業者）	・商業施設の売上がほぼ前年並みで推移しており、今後もこの傾向が続く。
		広告代理店（従業者）	・身の回りの状況は決して良くない。売上を伸ばすための投資はなく、売上が伸び、利益が出れば投資するという状況である。
		広告代理店（従業者）	・この3か月の新聞折込枚数は前年比100～101%の間で推移している。前年の受注枚数が最悪の水準だったので、下限で止まってるとは言え、回復の兆しを感じられない。不動産や百貨店、流通業界の主要チラシが増加する話はどこからも聞こえてこない。
		経営コンサルタント	・末端のコンサルタントの業界は、仕事が縮小気味で、これが急速には回復しない。今のような状態が当分は続く。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・鳥インフルエンザで被害を受けたり、火山が噴火したりとマイナスの要因が多く、厳しい状況が続く。九州新幹線の全線開業の影響は大きくプラスになる。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・業況が回復している取引先もあれば、投資をやや抑え始めている取引先もあり、総じて大きな変化はない。

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
	やや悪くなる	建設業（従業員）	・ここ最近は見積案件が減少し、大変厳しい。3か月先も大型物件がなく、住宅着工率も停滞している。企業も設備投資を見合わせており、景気は低迷したままである。
		通信業（職員）	・前年度と比較すると、今年度は官庁情報通信工事の発注量が落ち込むことが予想され、厳しい状況となる。
		金融業（営業担当）	・取引先の設備工事等の中小企業は、採算の合わない発注工事が多く、利益面を考慮した選別受注を実施すると仕事がない状態が続いている様子である。年度末にかけた受注もまだ見通せない状況であり、厳しい。
	悪くなる	建設業（社員）	・年度末を向かえ、手持ちのある業者と手持ちが完了した業者との差が表れてくる。民間工事に期待できない現在は、官公庁の繰越工事への期待しかないが、一部の業者を潤すだけになってしまう。
その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）		・市町村の建設関係や調査、計画の新年度予算は、問い合わせや見積依頼の状況からみると、予算の金額が減少している。今年度追加発注の業務についても、予算額が従来の業務の半分以下というものも見受けられることから、建設や調査計画の発注が減少することが予測され、景気は更に悪くなる。	
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・決算が上向いている企業が多く、年度末での人材を強化する企業が増える。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・九州新幹線の全線開業に伴うイベントが各地で開催され、地域が活性化される。したがって、求人及び求職も活発に動くことが期待される。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・九州新幹線全線開業による地元企業への波及効果が期待されるが、一方で福岡への一極集中が進むことによる人材の流出も懸念される。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・3月に九州新幹線が全線開業し、関西地区からの観光客が増える。また九州全体への経済波及効果も期待され、景気が良くなると期待される。
		職業安定所（所長）	・新卒及び一般求人増加の傾向がみられる。
		職業安定所（職員）	・直近の求人状況は新規求人、有効求人とも前年同月比でプラス傾向を示している。新規求人倍率は7か月連続で1倍を超えており、有効求人倍率も0.69倍となっている。また、九州新幹線全線開業等少し明るい材料もある。
		職業安定所（職員）	・企業間で業況に差はあるものの、企業への訪問等の状況をみると以前より業況の改善がみられる企業が増えている印象がある。また、求人数もここ数か月前年同月比で増加しており、不透明な部分はあるが、改善傾向で推移する。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・採用担当者レベルでは増員の希望が多いように感じられる。ただし、経営陣の判断はまだ慎重かもしれない。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・新年度に向けて、人を増やすという話は聞かれぬ。派遣が終了になった場合、今の人員で対応したり、パートを増やすという企業が多い。フルタイム勤務を希望する人には厳しい状況が続く。
		人材派遣会社（社員）	・大型の派遣先が新年度から派遣社員を直接雇用に切替える予定である。派遣会社への打撃は大きい。
		新聞社〔求人広告〕	・新卒を含めた求人が低調ななか、3か月の短いスパンで回復はしない。
		職業安定所（職員）	・企業の雇用動向は上向きつつあるが、まだ限定的な範囲であり、新規学校卒業者の内定率が低い場合、就職できない場合、新規に求職者が増加する可能性がある。また、大型商業施設の撤退等により離職者が増加することが考えられ、先行きは不透明である。
		民間職業紹介機関（社員）	・派遣依頼は短期的な案件が増加しているが、紹介のみであったり、2、3か月のみの短期的な依頼であったりと、長期的な依頼ではない。ただ、派遣契約の終了数は減少傾向にある。
学校〔大学〕（就職担当者）		・人事担当者との会話からは、採用規模の拡大は見込めない。厳選採用傾向は変わらず、内定が特定の学生に集中する傾向が続く。	
学校〔専門学校〕（就職担当）		・緊急雇用対策の施策で若干の増加はあるかもしれないが、景気の不透明さにより、変わらない。	
やや悪くなる		人材派遣会社（社員）	・雇用は確実に海外にシフトしている。グローバルに対応できる人材はいいが、そうでない人材は産業の転換を図らねば、日本の雇用は確実に縮小する。
	民間職業紹介機関（職員）	・季節要因もあるが求人数は増加傾向にある。ただし、一定層に偏っている傾向もあり、4月以降は減少する。	

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
		民間職業紹介機関（支店長）	・3月末の契約終了者が前年同月とほぼ同数である。一方で新規のオーダー数は微増である。
	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	コンビニ（経営者）	・たばこの値上げによる単価上昇が今後も続くと思込む。
		観光型ホテル（総支配人）	・年度末の追込み需要で持ち直すものの、宿泊人数は前年比で若干落ちると予測する。ただ、プロ野球キャンプ効果には例年以上に期待できる。
	変わらない	百貨店（営業担当）	・今月は既に前年実績をコンスタントにクリアする状況になっているため、この水準はある程度継続するとみるが、更に上向くとまで見込むのは、もう少し経過をみなければならぬ。
		スーパー（企画担当）	・単価下落により、買上点数が伸びても売上とリンクしない。競合の新規出店の情報もあり、価格競争の再燃など懸念材料が多い。
		スーパー（販売企画担当）	・競合店出店が多いなか、特に景気に影響があるような材料は無く、2、3か月後も変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数は前年比で4%減少しているが、売上が前年比2%増加している要因はたばこである。たばこ以外の売上は前年比で4%減少しており、この傾向は続いている。客離れをカバーできるたばこ以外の商品の底上げが無い限り、店舗収益は低下し続ける。
		コンビニ（エリア担当）	・2月は沖縄でキャンプを行うプロ野球球団の増加等、期待できる要素はある。ただし3月以降、子ども手当等の政府予算も安定せず、危機感もある。
		衣料品専門店（経営者）	・前年と比べて、客単価、一点単価共に変化は無いが、来客数が減少傾向にある。街も活気が無く、客の買い控えも感じられる。
		衣料品専門店（経営者）	・ニュースなどで世の中や政府の動きを見てみると、良くなる印象は無い。実際にここ最近の表通りの通行者数が減少しているなど、活気が無いように感じられる。
		その他専門店〔楽器〕（経営者）	・厳しい状況だが、プロ野球のキャンプがあり、少しでも人が増えて活況が増すことを期待している。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・書店業にとって2、3月は売上の低い月であり、なおかつここ3か月の来客数の推移を見ると、良くなる兆しは無い。むしろ下げない努力をするので精一杯である。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・プロ野球のキャンプシーズンに入る2月に関しては、今年は話題の新人選手の影響もあり若干特需を受け、前年実績を上回ると見込めるが、その先に関してはまだまだ予約状況の伸びが弱く、厳しい状況が続くと考えられる。
		通信会社（店長）	・年末から年始にかけてスマートフォンによる市場の活性化はあったが、現在は落ち着いており、注目を集めるような新商品が出るまでは、現在の状況が続く。
		観光名所（職員）	・沖縄は、2月からのプロ野球キャンプで例年以上に入城観光客数は増えるものと見込まれる。ただ、国内経済が回復しなければ、県外入城観光客に頼る県内観光は今後も厳しい。
		ゴルフ場（経営者）	・今後も景気が良くなる材料が見当たらず、全体的に減少傾向は続く。
		住宅販売会社（総務・企画分野）	・問い合わせや来場者数は例年同様の動きをみせており、悪い状況ではないと考えるが、客が競合他社との比較、相見積等でより慎重に行動しているため、今より良くなるとはいえない。
	やや悪くなる	○	○
	悪くなる	商店街（代表者）	・今の不景気のなかで客の消費単価、販売単価が下落し、売上も当然減っている様子であり、観光土産関連は大変苦戦している。地元客用の買回り品も、収入減に伴い販売価格が低下して、大変危機的な状況に陥っている。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・客はより低価格で美味しくボリュームのある商品を探しているが、ガソリンや仕入れ、人件費の値上げと経費は上がる一方で利益の出しにくい構造になっており、飲食業は生き残りをかけた戦いを続けている。
企業動向 関連	良くなる	－	－
	やや良くなる	通信業（営業担当）	・契約案件は確実に増えているので、景気は良くなる。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・公共、民間共に新規大型物件予定は無く、全体で横ばいの見通しである。

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（経営者）	・引き合い件数の動きが鈍い。
		輸送業（営業担当）	・物流業界においては県内の景気が良くなると大きくは期待できないが、海外への農産・水産商品の輸出案件が若干だが増えてきている。
		輸送業（代表者）	・宮古地区は生コンクリートとアスファルトの両方が共に順調で、全体的に活気がある。
		広告代理店（営業担当）	・県民の消費支出が高まる傾向に無い市況において、景気回復に期待できない。結果として、企業の販売促進費の減少傾向も止まらないように感じる。
	やや悪くなる	○	○
	悪くなる	—	—
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（営業担当）	・これからは、新卒採用や中途採用にも企業が力を入れていくように感じられる。
	変わらない	人材派遣会社（総務担当）	・派遣先からの長期の受注案件が見込めない状況である。短期の案件も同様であり、単発の案件の受注のみの状態である。
		求人情報誌製作会社（総務担当）	・求人件数が前年4月ごろより徐々に回復しつつあり、最悪を脱して「どちらとも言えない」状態ではあるが、2、3か月という短期間で景気が良くなるまでの力強さは、まだ感じられない。
		職業安定所（職員）	・漸次求職者の増加がみられる。求人は県内産業構造の偏りがあり、医療・福祉、サービス業に増加がみられる。また、資格・経験等におけるミスマッチがある。安易に就ける仕事ほど離転職が激しい。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・求人や採用をしたくても経費が無い企業が多く、支援金も一時的なものであるため、それを上回る好材料が見当たらない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（経営者）	・単発含め契約期間終了の派遣先が多数出てくる。新規の依頼の動きがまだみえない。
	悪くなる	—	—