

・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）	・例年、道内外からの観光客が徐々に入り込む時期であり、前年に道央圏と当地が高速自動車国道で直結されたことで、雪という不安要素がなくなり、道央エリアからの客が増加する。さらに、外国人観光客も、東日本大震災から1年を過ぎることで影響が薄まり、観光客が増加することになる。これらのことから、ホテルや交通機関、土産店等で来客数及び売上の増加が期待できる。
		スーパー（店長）	・客は支出に対して敏感であるが、新入学、新生活、新年度という節目に際してのハレ型需要は十分に期待できる。また、雪解けとともに省エネ、健康を切り口にした商品の動きが伸びてくる。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金の復活やエコカー減税の延長に加えて、消費税の増税問題が議論されているため、これから春に向けて、例年よりも販売量が増えることが見込まれる。
		乗用車販売店（営業担当）	・エコカー減税の延長とエコカー補助金の復活が閣議決定されたため、今後の受注量の増加が予想される。
		自動車備品販売店（店長）	・新車の納車待ちの客からの見積り件数が増えているため、来月以降、カーナビなどの販売量の増加が期待できる。
		住関連専門店（経営者）	・前年の東日本大震災の影響が徐々になくなっており、11月以降の売上は前年を上回って推移していることから、今後についてもやや良くなる。
		高級レストラン（スタッフ）	・今年は寒さが厳しく、路面の凍結がひどいことから、外出を控えている客が多いため、2～3か月後は現在の反動が生じ、来客数の増加につながる。ただし、消費税の増税問題や解散総選挙の話題が取りざたされてくることになれば、景気が良くなることはない。
		旅行代理店（従業員）	・徐々に来客数が増えてきていることから、今後は少しずつ良化することになる。ただし、客の低価格志向は相変わらずであり、順調な海外旅行に比べて、国内旅行は低空飛行が続いている。
		旅行代理店（従業員）	・東日本大震災から1年が経ち、少しは人の流れに動きが出てくるようになる。
		旅行代理店（従業員）	・流氷観光、さっぽろ雪まつりなどの冬のイベントによる旅客数の増加が期待できる。ただし、海外からの観光客は、春節が前年の2月から今年は1月になったため、前年との比較では減少することになる。
		タクシー運転手	・3か月前からの売上の伸び率は前年と変わらないが、今年は雪が多いため、売上自体は前年から約2%の増加となっており、今後についても、少しずつではあるが景気は上向くことになる。
		観光名所（従業員）	・東日本大震災後の来客数及び売上の激減からの回復基調は伸びが鈍化しつつあるものの、継続している。また、3月からは航空機の大型化による提供座席数の増加や増便により、観光客やビジネス客の増加も見込まれる。
		観光名所（職員）	・東日本大震災の影響も薄れ、東南アジアからの観光客も戻りつつあるため、今後は外国人観光客による利用増加が期待できる。
		美容室（経営者）	・商品の売行きが徐々に良くなってきている雰囲気があるため、今後の売上増加が見込まれる。
変わらない	商店街（代表者）	・カラーやテイストなど、春物のトレンドが見えてきているが、トレンドに対して客の購買意欲が上向いてくることは期待できない。	
	一般小売店〔酒〕（経営者）	・当店における販売量の90%以上は業務用向けであるが、外食が手控えられて家庭内の内食が増えている状況においては、顧客もなかなか仕入量を増やさないため、今後も厳しいまま推移する。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場主任）	・前年は東日本大震災の影響で3～4月の売上が大幅に落ちたことから、来客数及び販売量は戻ってくるとみられるが、現在の円高や先行き不安といった不安要素もあるため、全体では変わらない状況が続く。
		百貨店（販売促進担当）	・前年の東日本大震災からまもなく1年が経過するが、道内の景況感は依然として厳しく、今後、好転するとは考えられない。
		百貨店（販売促進担当）	・東日本大震災から1年が経つが、一度縮小した消費マインドが大きく伸びる余地はなく、落ち込みの目立った3月以外はほぼ前年並みで推移する。
		スーパー（店長）	・例年と同様に進学、入学関連で動きが出てくることになる。また、前年は東日本大震災の影響により、売上が伸びた商品もあれば、逆に売上が落ちた商品もみられた。今年はまた少し異なった動きになるとみられるが、全体としては前年並みで推移することになる。
		スーパー（役員）	・クリスマスや大晦日など、イベントや行事に対する買物は家庭内でもしっかりと行われているが、現在は新年度に向けた出費を考え、消費を抑えている状況にある。世帯での実質所得が減少しているなか、今後は社会保障制度の将来不安等により、節約に向けた考え方がますます強くなることが懸念される。
		コンビニ（エリア担当）	・給料日の週に入っても来客数の伸びが鈍く、消費自体が鈍化している傾向がうかがえる。特に高単価商品が伸び悩みの傾向にある。
		衣料品専門店（店長）	・現在の状況からは、横ばいで推移すれば良い方である。景気が良くなる要素が見当たらないため、悪くなりやしても良くなることはない。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・顧客の高齢化で先細り傾向が出ているため、今後も厳しいまま変わらない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・ホルムズ海峡の封鎖による原油価格の高騰が懸念される。
		高級レストラン（スタッフ）	・春節を迎えて、たくさんの外国人観光客が市街を歩いていることから、今後に向けての明るい兆しを感じられる。
		スナック（経営者）	・人出が全くないため、今後も厳しいまま変わらない。
		観光型ホテル（経営者）	・道内客は堅調ではあるものの、本州方面からの団体客及び個人客については、来客数、単価ともに低調に推移している。北海道への送客が滞っているため、大手旅行会社を中心に東北方面への支援を強化しているが、今後も厳しいまま変わらない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・東南アジアからの観光客による需要で宿泊客数を稼いでいるが、客単価の低下傾向が依然として続いているため、今後も全体的には横ばいでの推移となる。
		タクシー運転手	・長期予報では、今後も例年より寒い日が多くなるとみられているため、タクシーの利用はあまり落ち込まずに推移する。また、2月のさっぽろ雪まつりなどのイベントを前にして、海外からの旅行者も東日本大震災以前並みに戻ってきていることから、今後も前年並みの売上が見込まれる。
		タクシー運転手	・営業活動を強化しているが、客からの注文数が増える要素が見当たらないため、今後も変わらないまま推移する。
		パチンコ店（役員）	・景気が上向く要因が見当たらないため、今後も変わらないまま推移する。
		住宅販売会社（経営者）	・目先3か月くらいは今の状態が変わらないまま推移する。
		住宅販売会社（従業員）	・当面、分譲マンション市場の在庫が急に増加することはなく、株式市場なども少し落ち着きを取り戻しているため、今後しばらくは現在の成約率の高い状況が続く。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・景気が悪くなっているなか、消費税の増税問題等の影響により、客の消費意欲に陰りが出ている。
		スーパー（企画担当）	・欧州の景気不透明感が強いいため、今後も客の消費意欲がわかないことが見込まれる。
		スーパー（企画担当）	・世界的な金融経済危機、EUによるイラン原油禁輸の決定、政府の増税案の決定、進まぬ行財政改革など、消費者心理を冷やす話題ばかりで、景気を持ち上げるような要因はほとんど見当たらないため、今後についてはやや悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（役員）	・電気料金、灯油代の値上がりの話題がマスコミで取り上げられているため、今後に向けて消費者の節約モードに一層拍車がかかることになる。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数の減少に加えて、販売量も減少している。前年の東日本大震災以降、観光客も依然として減少傾向が続いており、消費マインドも低下しているため、今後についてはやや悪くなる。
		家電量販店（店員）	・春商戦までは、盛り上がるような要素が見当たらない。話題豊富な商材を用意しなければ、景気はやや悪くなる。
		旅行代理店（従業員）	・先行受注状況をみると、国内旅行は2月が前年比88.8%、3月が前年比105.4%となっている。海外旅行は2月が前年比120.3%、3月が前年比66.6%となっている。以上のことから、2月以降も期待は持てない。
	悪くなる	スーパー（店長）	・際物商材など、その時期に応じて力を入れ、売れる商品が以前ほど売れなくなってきている。競合店が増えたことで顧客が分散化しているため、今後については悪くなる。
		家電量販店（地区統括部長）	・前年は3月の家電エコポイント制度の終了を控えて、最後の駆け込み需要がピークを迎えていたが、今年はその反動が出てくる。
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	—	—
		家具製造業（経営者）	・当面は物件需要がおう盛なまま推移するとみられる。
		建設業（経営者）	・公共工事のゼロ国債工事の発注が行われることで、実需は発生しないものの、マインド面で上向く。民間工事についても融雪後の着工物件の引き合いが増えてくる。
		建設業（従業員）	・消費税の増税を視野に入れて、マンションデベロッパーや大型建設投資を予定している法人が、土地入手や着工を前倒しにする動きが出てきていることから、建設関連の景気は上向きとなる。
		輸送業（支店長）	・例年、年度末に向けて、メーカーの決算対策が行われるため、今後の取扱量は増加する。さらに、補正予算もようやく決まったことで、復興関連の貨物が動き出すことが期待できる。また、前年は東日本大震災の影響で荷動きが停滞したが、今年は通常の荷動きに戻るものが何よりである。
	変わらない	その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・客先の受注単価が低く、厳しい状況に変わりはないが、仕事量が増えてきたため、低単価受注が減少し、全体的に収益が改善することになる。
		食料品製造業（役員）	・2～3か月後に販売量が増減するような要因が見当たらないため、今後も変わらないまま推移する。
		出版・印刷・同関連産業（従業員）	・今後の景気が良くなるような要因が見当たらない。
		金属製品製造業（役員）	・住宅確認申請が落ち込んできているため、今後については現状維持が精一杯である。
		金融業（企画担当）	・個人消費は所得環境が改善されないため、低調に推移する。建設関連は公共投資予算の抑制や住宅着工の伸び悩みから前年を下回る水準となる。観光関連は大幅に落ち込んだ前年に比べれば持ち直しが鮮明となる。総じて景気は横ばいでの推移となる。
	やや悪くなる	司法書士	・景気回復に向けての政策が皆無のなか、増税の問題ばかりがクローズアップされるため、客先の購買意欲が上向くことは見込まれない。
		コピーサービス業（従業員）	・エコ商品に対する関心の高まりにより、客先からの商品購入が進んでいるが、現在使用しているものを新しいものに変えるという動きはかなり鈍くなっているため、今後も変わらないまま推移する。
		輸送業（営業担当）	・燃料油の価格が高止まりしており、陸上輸送、海上輸送とも原価率が上昇していることから、今後についてはやや悪くなる。
	悪くなる	通信業（営業担当）	・円高による輸出企業の疲弊、海外流出の構造が続き、加えて消費税の増税論など消費意欲を下押しする政策ばかりであるため、景況感はいよいよ悪い方向に進む。
司法書士		・春になるまでは、不動産の売買、建物の新築等は減少したまま推移する。	
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・来年度に予定される具体的な案件が、例年に比べて極端に少ない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
雇用 関連	良くなる やや良くなる	求人情報誌製作会社 (編集者)	・全業種的に正社員を含む求人が若干増加傾向にある。ミスマッチはあるものの、有効求人倍率もわずかではあるが上昇しており、今後についてはやや良くなる。
		求人情報誌製作会社 (編集者)	・宿泊業や小売業が好調を維持しており、今のところ景気後退の大きな要因は見当たらないため、今後についてはやや良くなる。
	変わらない	人材派遣会社(社員)	・良くなる要因が見当たらないため、今後も変わらないまま推移する。
		新聞社[求人広告] (担当者)	・春に向けて求人が活発になるため、現在の上り調子が維持されることになる。
		職業安定所(職員)	・求人数に占めるパート求人の割合が4割と高止まりしており、求人企業の採用に対する姿勢が慎重であることから、今後も変わらないまま推移する。また、求人に占める更新求人の割合の高さも目立っており、求職者にとって厳しい状況が続いている。
		職業安定所(職員)	・有効求人倍率は19か月連続で前年を上回っているが、依然として低水準で推移しており、厳しい雇用環境が続いていることから、今後も変わらないまま推移する。
	やや悪くなる	学校[大学](就職担当)	・円高による影響から、業績が停滞又は低迷する企業が多くあるため、国内の主力企業の活発な動きがはじめて、地方に影響してくるまでには1年以上はかかる。そのため、雇用動向も厳しいまま変わらない。
		人材派遣会社(社員)	・東京本社の出先からの雇用調整の相談が増えている。道内企業においても、建設業のほか、販売業も業績が悪いことから、今後も採用は手控えられ、雇用の回復にはつながらない。建設業の一部では東日本大震災の復興に向けて、受注を増やしているところもあるが、流通業を始めとしたサービス業は総じて低迷しており、スーパーからは土日の単発業務の依頼が中心となっている。前年は活況を呈した家電量販店からの派遣依頼も激減しており、回復のシナリオが見えない。
		求人情報誌製作会社 (編集者)	・一部の業種で求人件数が前年実績を下回ってきている。全業種の合計でも前年比の増加幅が小さくなってきており、今後についてはやや悪くなる。
	悪くなる	求人情報誌製作会社 (編集者)	・公共事業の削減がどのように影響してくるかが問題である。年末年始の業績によっては、今後に向けて悪い影響が生じることになる。
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)	・3、4月はフレッシュマン需要が高まるが、成人式やリクルートの時と同様に、早めにしっかりと準備をするといった動きになるとみている。2月あるいは3月の前半から、フレッシュマンに加え、卒業入学といったマーケットも例年以上に動くのではないかとみている。また、一般のビジネスマンにおいても転勤等々のある時期であるため、しっかりと準備をしておこうという動きになる。
		乗用車販売店(経営者)	・しばらくは新型車の効果で販売は伸びるとみている。加えて、エコカー補助金制度の復活と減税の延長が決定されれば、需要が更に拡大する気配もある。
	やや良くなる	商店街(代表者)	・個々のばらつきが非常に大きいですが、全体的には気温の上昇とともに多少の動きが出てくるのではないかとみている。
		百貨店(営業担当)	・東日本大震災の影響に伴う現在の景気は4月までは継続すると予想される。また、春物及び初夏物に動きが出てくるとみている。
		百貨店(売場担当)	・今月の売上が良かったので、その反動が心配ではある。また、天候の善し悪しが来客数に大きく影響する季節であるため、降雪が続くのか今後の天候が気掛かりである。ただし、来月以降は冬物最終売りつくし、春物紹介及びオナーションの打ち出しをしていくので、これらの動きに期待している。
		スーパー(店長)	・東日本大震災から1年が経つ。前年は商品の供給不足の影響もあり、売上も大きく低下していたため、今期はその反動で前期売上を大幅に上回る見込みである。
スーパー(店長)	・東日本大震災から1年が経過し、その影響は薄らぐ。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（経営者）	・乗客数は落ち着いたものの、客単価は一昨年比113%、前年比106%、買上点数は一昨年比108%、前年比107%と堅調に推移している。このような状況から、多少は景気が上昇するのではないかと見込んでいる。
		衣料品専門店（経営者）	・現状は売上がほとんどない状態であり、これ以上悪くなることはない。
		衣料品専門店（店長）	・気温低下に伴う冬物需要という実需に加え、インナー、ボトムを中心に春物商材が立ち上がっており、次の季節商材の需要へとスムーズに切替わっていくことが予想できる。
		家電量販店（店長）	・消費者の消費行動が活発になってきているため、景気は若干上向いてくるとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・実施が見込まれているエコカー補助金制度の復活と減税延長により、3月以降も販売促進が期待できる。
		乗用車販売店（経営者）	・3月は年間で最大の需要期であるため、好調な市場の動きが更に活発になることが予想される。
		乗用車販売店（従業員）	・実施が見込まれているエコカー補助金制度の対象となる車が発売になれば、販売量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）	・新入学シーズンには人も物も動くので金額は上がる。ただし、新入社員の数が少ないことが予想されるので、大幅なアップにはならない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・除染事業及び復興工場の需要は堅調に推移するとみており、今後2年前後は特需が期待できる。
		一般レストラン（経営者）	・入学や花見の時期になることに加え、東日本大震災の復興も動き出しているため、やや忙しくなるとみている。
		一般レストラン（経営者）	・復興関連で県外から来ている人はたくさんいるので、今より悪くなることは考えにくく、良い方向に向かっている。
		通信会社（営業担当）	・スマートフォン、タブレット端末の導入が増加傾向にあり、景気が上向きになりそうな様子である。
		美容室（経営者）	・東日本大震災後、客の来店サイクルが短くなっており、この先もそのような状態が続くのではないかとみている。
		設計事務所（経営者）	・工場等の増築図面なども決まってきているので、先行きは良くなっていくとみている。
		変わらない	
商店街（代表者）	・大雪のため街なかに入ることができない。この先、ある程度の好天に恵まれれば、商店街でもイベント等を仕掛けていく予定なので、人出が予想されるが、今の状況では何ともいえない。		
一般小売店〔酒〕（経営者）	・良くも悪くも無く、現状のまま推移する。		
一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）	・当地は東日本大震災の直接被害は受けていないが、全般的に購買が落ちている。大手メーカーの孫請けが多く、円高による海外シフトの影響もかなり出てきそうである。		
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・3、4月は人の動きが活発化する時期であるが、消費税増税や年金の問題などもあり、必要最小限の支出にとどめる若い人たちが多くなることが懸念される。現状、薬1つ買うにも神経を払い、小さな買物になっている。		
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・ここのところ何か月もそうだが、先が読めない状況が続いている。		
百貨店（売場主任）	・マイナス要因が見つからないことから、現在のやや良い状態で推移していくとみているが、天候次第では様子が変わる可能性がある。		
百貨店（総務担当）	・消費税増税の問題など景気に対する先行き不透明感があり、先が見通せない。		
百貨店（企画担当）	・前年から乗客数が増加しており、4月まではこのまま推移すると予想される。その後は、補正予算の事業を始め、いろいろ動き出すのではないかと期待している。		
百貨店（経営者）	・地域の経済情勢において、景気が改善する具体的な要素がない。		
スーパー（経営者）	・仮設店舗等ができており、販売はそれぞれの店舗に分散するため、数字は現在よりも落ちる。また、前年は東日本大震災で店舗がなかった分、3月以降、前年比の数字は上回るが1、2月の数字には追いつかないとみている。		
スーパー（経営者）	・復興景気というほどの盛り上がりは当面期待できない。消費税増税論議などで主婦が将来に不安を感じている様子がかがえる。		

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
		スーパー（営業担当） コンビニ（経営者）	・政府が打ち出した消費税増税の影響が懸念される。 ・将来的には年金の減額があり、求人も復興需要関連に限られた業種が中心で誰でも就職できるわけではないため、厳しい状況は変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・当地域は東日本大震災関連の復興需要の恩恵を受けていないものの、ファストフードの伸長率が前年を上回っており、今後も伸びが期待できる。
		衣料品専門店（経営者）	・復興需要は当分続く見込みであるが、春物衣料は、暖かくなる4月ごろまでは買い控えが続くのではないかとみている。
		衣料品専門店（店長）	・2、3月は入学式や入社式の需要が立ち上がってくるが、人口が減少しているため、来客数は年々減少傾向にある。そのため、予測ができない。
		衣料品専門店（総務担当）	・東日本大震災後の影響はほぼ収まったようで、今後、被災した人々の雇用が安定してくれば、被災地3県の経済もプラスに転じると期待している。
		家電量販店（店長）	・地域によっては復興需要も予想されるが、県内の需要増は期待できない。
		家電量販店（店長）	・家電製品の動きは悪くはないが、ここ1、2か月、復興需要が落ち着いてきており、この先は来客数、販売量共に伸びが鈍化してくるとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・実施が見込まれているエコカー補助金制度の復活と減税の延長、そして新型車効果で、客の反応も良くなっており、この先数か月は販売も活気付くことが予想される。しかしながら、基本的には代替需要の先食いであり、エコカー補助金制度終了後の反動減が懸念される。
		住関連専門店（経営者）	・東日本大震災で壊れた家を建て直している人はまだ多く、そういった人の来店による売上増が見込まれる。
		その他専門店〔呉服〕（経営者）	・客は店に遊びには来てくれるものの、売上にはなかなか結び付かない。客も高齢化しているが、家族の生活不安でお金がなかなか消費に回せないと話している。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・年度末にむけて消費者が動く大事な時期ではあるが、予想以上の大雪に見舞われたり、消費税増税論議など、消費者の買い控えを更に強める要因が多すぎるため、そう簡単には景気は良くなる見込みはない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・市況は徐々に落ち着いてきたが、価格体系の上げ下げは激しいままである。メーカーからの価格体系のままでいくわけにはいかず、市場に合わせているので、特にガソリン関連の値上げはうまくいっていない。
		一般レストラン（経営者）	・3か月後も現在とそう変わらないとみている。
		一般レストラン（経営者）	・当地域は記録的な寒波と豪雪に見舞われている。このような天候では全体の動きが悪くなり、経済にもマイナスである。そのため、先行きにも悪い影響が出ると予想される。
		観光型ホテル（経営者）	・東日本大震災があったため、前年との比較は不可能であるが、これまでの勢いもなくなっていくとみている。全般的に食事付きの日帰り客が増加傾向にある。
		都市型ホテル（経営者）	・東日本大震災以降、震災特需により宿泊の伸びが続いている。宴会についても、夏以降戻っており、前年並みとなっている。また、料飲施設も好調となっている。予約状況も良いことから、2、3か月先も現在の好調が続くのではないかとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・4月以降の予約状況は、各部門とも目立った動きはないが、野球やサッカーなどプロスポーツのイベントが例年以上に多く組まれており、宿泊部門は期待できる。
		旅行代理店（従業員）	・12月、1月の動きと比較すると、2月以降の販売見込みが若干鈍っている。現在の好調は復興関連の特需ではないかと考えられることもあり、3、4月がどのような傾向になるかは読めない。
		タクシー運転手	・乗客が途切れず、乗せる回数も増えているという現在のやや良い状況は変わらないと予想している。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税の動きが定まらなければ、当面は現状のままの状況が継続する。
		通信会社（営業担当）	・改善に向かう良い材料が見つからない。
		観光名所（職員）	・販売量は落ちているが、海外からの客が若干増えているため、全体的には変わらない。

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
		遊園地（経営者）	・復興には期待するものの、東日本大震災の発生から1年が経つ時期であり、世の中のマインドがどうなるか見通せない。
		住宅販売会社（経営者）	・新築住宅受注は計画通りであるものの、地域人口の減少が懸念される。加えて、関東地区に住む家族から空家の解体工事依頼があるような場合、そこに新たな建築の見通しが無いことも懸念される。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・4月にかけて卒業、入学、就職など、特定商品の出費がかさむため、一部業種を除いて低調となるのではないかと予想している。
		商店街（代表者）	・当商店街は被災地と離れているせいか、復興需要は全然別のところで動いているようであり、波及効果は期待できない。
		商店街（代表者）	・政府の景気対策の実現よりも消費税増税が先行しているが、店主は景気低迷のなか商品価格引上げも難しく、対応策が見つからない。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・罹災者は医療費が無料化されているため、従来、自費で購入していた薬も通院して医師に処方してもらう人が多い。医薬品は自己負担で購入するものではないという意識が定着するようだと、私たちの業種は更に厳しくなるのではと危惧している。
		スーパー（経営者）	・来月以降は、売上の伸び率が若干低下しても、前年の東日本大震災の特需が始まるころまでとほぼ同じ推移でいくと予想される。しかし、円高による為替差損や、輸出品及び製造業の需要減が、次第に雇用にも悪影響をおよぼすことが懸念される。東日本大震災の復興投資の波及効果は建設と土木に限定されており、現状の公的投資予算の消化具合では、波及拡大もあまり期待できない。消費税増税論議や失業保険の給付切れ、あるいは東京電力福島第一原子力発電所事故の賠償にかかる和解が進まないなどの話が消費意欲を減退させているようで、景気は良くなる見込みがない。
		スーパー（店長）	・2月は来客数、買上点数共に好調に推移するが、3、4月は前年の東日本大震災の特需のような売上をつくることはできず、前年の70%台後半から80%台前半まで落ち込むことが予想される。
		コンビニ（経営者）	・客の買上商品を見ていると、必要以外の物は買わない傾向が高まっているようであるため、客単価の伸びは今後も期待できない。
		コンビニ（エリア担当）	・今年度一杯は、現状と同じく前年を超える水準で推移することが予想されるが、伸びは鈍化してきており、傾向としては悪くなっていくことが危惧される。復興需要頼みのところが大きく、先行きは不透明である。
		コンビニ（エリア担当）	・弁当やパスタ類が前年から売れていない。また、ファストフードやデザートなどついで買いが期待できる商品の伸びも前年から下降気味であり、その傾向は変わらない。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・忙しくはなってきたという話を聞くが、中小企業の内部事情は一向に良くはなっていないようである。請負、受注をするにしても収支のバランスが逆転しているため、やるだけ赤字になるとのことである。
		その他専門店〔酒〕（営業担当）	・米の価格や景況など、春先に向け不安要素があるため、消費者の生活防衛意識は一段と高まることが予想される。
		観光型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災以降、多かった復興支援関係者の来館が一段落しているため、本来の観光や歓迎会等だけでは、数字が落ちることが予想される。
		観光型旅館（スタッフ）	・当該地域の価格競争が激化してきている。このまま単価が下がる流れが変わらなければ、厳しい状況を脱出するのに時間がかかると予想される。
		都市型ホテル（スタッフ）	・祭事があるため、単発の客が県内を回るなかでホテルへも訪れるが、それ以外にこれといったものもなく、雪も多いため、いろいろな意味で動く客が少ない。2～3か月は非常に厳しくなるとみている。
	タクシー運転手	・働きたくても仕事が無い人が多いという話をよく聞く。仕事が無いような状態では景気が良くなることは考えられない。	
	競艇場（職員）	・消費税増税が取りざたされており、景気は悪くなる。	

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	美容室（経営者）	・業種によっては復興景気といわれているが、就職先がない人がかなり多いので、お金の使い方もかなりシビアになっていくのではないかと懸念される。雇用創出がなければ景気が落ち込む一方である。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・東日本大震災の復興のため人や物資、資金の流れが被災地3県に集中しているなかで、当地域の景気の落ち込みは著しい。この先、何の対策も講じられなければ一層厳しい状況に陥ることが懸念される。
		一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・春以降の給料の伸びが見込めないことや、社会保障費を含め税金の支払が増えそうなことを考えると、個人消費は更に抑制される方向に進むのではないかとみている。
		スーパー（経営者）	・止まらぬデフレや競争激化による客の買上点数の落ち込み、社会保障など将来に対する漠然とした不安といったことにより、景気は悪くなる。
		コンビニ（経営者）	・放射能汚染問題の関係で、町民の数%が自主的に避難しているが、かなり的人数にのぼるため、1日の売上や来客数が少しずつ減っており、今後も減り続けるのではないかとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・売上及び来客数が増加に転じる要因がない。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー減税の延長が決まっても、対象車が絞られるため、扱っている車種のほとんどが減税の対象からはずれる。
		自動車備品販売店（経営者）	・例年より気温が低く雪は多いため、市場活性の条件は良いが、エコカー減税の影響で高年式の車が市場から無くなったため、今後も補修にかかる台数は減少する見込みである。
		高級レストラン（経営者）	・良い材料は出尽くした感がある。東日本大震災の復興支援の人たちが引き揚げていけば、景気が急激に落ち込んでいくのではないかと危惧している。
		観光型旅館（経営者）	・大晦日や正月には来客もあったが、それ以降は客の動きが全くない。顧客の多くは被災しており、経済的にもますます苦しくなっているため、今後の見通しはたない。
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	—	—
		食料品製造業（経営者）	・東日本大震災以降、飲食、土産物共に復興特需が続いている。今後、本格的な復興が始まることから、この先も復興特需は続く見通しである。
		食料品製造業（総務担当）	・消費者の購買意欲は若干ではあるが好転してきており、前年後半から見られる受注量の堅調な動きがある程度は持続していくとみている。
		木材木製品製造業（経営者）	・需給のバランスが良くなることを想定している。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年度替わりの時期ということで受注が見込まれるほか、東日本大震災絡みの報告書の仕事が増えてきており、若干上向きになる見通しである。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・東京電力福島第一原子力発電所事故の対策のために、中央から人が流入しており、その結果お金が動き、県内全体の景気が上向きになるのではないかとみている。
		建設業（企画担当）	・大型案件の発注が見込まれており、量的にも増加していくことが予想される。
		通信業（営業担当）	・大口の顧客からの受注が引き続き見込まれる。
		通信業（営業担当）	・東日本大震災の補正予算による自治体からの受注が期待できる。
		通信業（営業担当）	・決算に向けて予算の消化が高まる。
		広告業協会（役員）	・今年に入って市内中心部の大型物件の発売が始まるなど、マンション開発業者の動きが活発になってきている。一方、新築の戸建て住宅は各社ともかなりの受注残を抱えており、広告はしなくてもよい状態にある。今後は、東日本大震災後のリフォームに力を入れるといっているので期待している。
		司法書士	・消費税増税が喧伝されているなかで、不動産の購入などの前倒しが想定される。
		公認会計士	・東日本大震災の復興の本格的な需要はこれから徐々に出てくる。現状で売上、利益共に業績が回復していることから、少なくとも建設業及び小売業は景気回復が進むとみられる。
		コピーサービス業（経営者）	・年度末の需要期に入ることに加え、復興予算が市場に出回り、市場は活性化するとみられることから、やや良くなる見通しである。

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
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・これまではいろいろな不安材料が多く、買い控えが多分にあったが、これからは不安材料も少なくなり購買力も増してくるのではないかと予想している。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・復興関連事業は冬の雪解けとともに本格化すると予想されるほか、中心繁華街では新規店のオープンが目立っており、これまで以上に飲食、外食需要が増加するとみている。
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・東日本大震災の特需のような勢いは弱含んできており、傾向は変わらない。
		食料品製造業（総務担当）	・市場の状況や競合他社の動きなどから大きな変化は無いと予想される。
		土石製品製造販売（従業員）	・東日本大震災の復旧が終わらない限り、景気回復は見込めない。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・パソコン業界は、今年の後半には業績を含め回復するとの見方があるが、憶測に過ぎず、状況は変わらない。
		建設業（経営者）	・新年度予算や消費税増税問題等で、駆け込み需要が高まるのを期待している。
		建設業（従業員）	・今後も大型公共事業が継続して発注される見通しである。
		金融業（営業担当）	・特に大きな変化要因はない。
		金融業（広報担当）	・個人消費においては、持ち直しの動きが持続しているとみられるが、海外経済の不透明感に加え、風評被害の影響が払しょくされない産業も一部にあり、一進一退の動きが続く。
		広告代理店（経営者）	・観光関連や不動産等で動きが出てきているが、消滅している定期案件もあり、急激な成長は全く望めない。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・被災地における住宅需要の伸長は今後も続くと思われるが、大手ハウスメーカーと地場工務店では供給力に大きなばらつきがあるため、投下費用がそのまま地域経済を潤すかどうかは判断がつきにくい。
	金属工業協同組合（職員）	・現状、受注量は増えもしなければ、減少も見られないが、同業他社との競争から単価が厳しくなっており、先は見通せない。	
	やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・大雪の影響が、春先の作物の作付けや農産物の売上にも影響すると予想される。
一般機械器具製造業（経営者）		・自動車部品については、3月まではある程度受注の増加が期待できるが、4月以降継続するかは不透明である。また、円高が経営に及ぼす影響が非常に大きくなるとみている。	
電気機械器具製造業（営業担当）		・受注の見込みが春先までしか見えていないところが多い。	
輸送業（経営者）		・燃油費の高止まり感や物量増も多くは望めないこと、4月以降に至っては高速道路の無料化も終了もするため、明るい希望は持てない。	
経営コンサルタント		・消費者の選別消費の傾向が強くなる。	
悪くなる	農林水産業（従業者）	・東京電力福島第一原子力発電所事故の風評被害もあり、贈答用ふじりんごの収入が例年の3割程度であったため、この先、生活費を除くと資材に回す余裕がない。	
	繊維工業（経営者）	・円高や政治不安等により、周りの環境が非常に悪くなっている。今後、消費税増税の審議が始まれば、一般消費において多大な影響が出てくる。	
雇用関連	良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・初売りも東日本大震災の復興需要とあいまって、各流通とも前年を上回る売上になった。この流れがいつまで続くか不安な部分もあるが、少なくとも3～5月までは大幅に落ち込んだ前年を大きく上回るとみている。
		人材派遣会社（社員）	・企業は復旧を終え、復興にシフトしようという声が強く聞かれる。国や県、市の様々な政策による補助金や基金を利用しようとする動きが強いため、3月まではにらみ合いが予想されるが、プレマーケティングのようなものも含め、採用意欲はおおむねあるとみている。
	やや良くなる	アウトソーシング企業（社員）	・現在の状況から、今後も復興関連の仕事が増えることが期待される。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・東日本大震災の復興需要があり、多くの業種で採用を見込んでいる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・パチンコ店の広告自主規制の緩和や東北観光博、destinationキャンペーンなど、ソフト面で明るい動きが期待できる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・被災地支援事業が月を追うごとに増加傾向にあり、今後もまだ続きそうである。また、新聞広告出稿も年度末へ向けて問い合わせが来ており、今後に期待が持てる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
変わらない		職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比で増加傾向が続いている。一方、新規求職者数は減少傾向が続いている。こうした傾向から、先行きはやや良くなると判断する。
		職業安定所（職員）	・新規求人が増加していることと、事業主の求人意欲が少し強くなってきている様子がうかがえることから、やや良くなるとみている。
	人材派遣会社（社員）	・行政機関の委託業務の入札ラッシュ時期になる。就労支援関係の業務に特化して積極的に応札していくが、落札できるとは限らず、2、3か月先は不透明である。	
	人材派遣会社（社員）	・良くなる情報も悪くなる情報も特でない。	
	人材派遣会社（社員）	・特に建設業界は資材や人件費の高騰でキャッシュフローが悪化している企業が出始めている。	
	人材派遣会社（社員）	・求人依頼の活発な状況が続く一方、円高等の影響が懸念される。	
	職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比で9か月連続で増加しており、月間有効求人数も前年同月比で9か月連続で増加している。有効求人倍率は少しずつ上向いていたが、ここにきて足踏み状態となっており、予断を許さない。	
	職業安定所（職員）	・求人数は前年同期の水準で推移すると予想される。	
	職業安定所（職員）	・新規求人は、増員求人よりも欠員補充の求人が多い状況が続いている。また、新卒者の求人の申込状況は、引き続き前年並みでとどまっている。先行きもこうした傾向は変わらない。	
	職業安定所（職員）	・企業の採用意欲は業種により温度差があり、まとまった正社員求人を出す企業も一部あるが、まだ予断を許さない。	
	職業安定所（職員）	・今後も求人数の増加傾向は続きそうではあるが、期間雇用の求人が多く、正社員求人の割合は30%と低下している。また、円高の継続やそれに伴う製造業の海外シフト、労働者の賃金の抑制など、悪くなる材料も多いことから、現在より更に良くなるとは考えにくい。	
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・タイの洪水被害の影響で、製造関係は一時的に日本での代替生産が続いているため、派遣求人が増加している。しかし、このまま円高が続くようであれば、国内での生産が停滞するのではないかとみている。
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）	・当社の商売は学校相手のため、一般的にそう良くなったわけではない。ただし、昨年などと比べても生徒に必要な物は減っているわけではなく、これから一番良くなる時期を迎える。
		コンビニ（経営者）	・気候の変化や当店の営業努力で客数が上がり、良くなる。
やや良くなる		商店街（代表者）	・将来に対し悲観的な話題ばかりだが、今年の東日本大震災後に比べると良くなる。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・季節も徐々に良くなり、年度末にも掛かってくるため、太陽光発電、エコ関連の商材に期待できる。
		百貨店（店長）	・先行き不安感に変化はないものの、購買意欲はさほど落ちていないため、気温が上がってくれば売上も付いてくる。
		コンビニ（経営者）	・バレンタインデーやホワイトデーなど大きな企画もあり、本部が打つ細かいイベントも拾っていけば、数字はまだまだ作ることができる。
		コンビニ（経営者）	・3月以降暖かくなってくると、これまでどおり来客数も増える。
		乗用車販売店（販売担当）	・来客数が増えている。今月は上旬より下旬のほうが中身の濃い商談がかなり出てきており、今後3～4か月は続きそうである。
		自動車備品販売店（経営者）	・購買意欲が長い間低下していた客の状況からすると、ここ2、3か月は購買意欲も高まってくる。
		一般レストラン（経営者）	・今後は今年の東日本大震災で激減した客が例年どおりになると考えられるため、期待している。今年は春の観光シーズンに各種行事が実施されるため、来客が増える。
		観光型ホテル（営業担当）	・宿泊は低料金ではあるがプランの売行きが良く、宴会部門では謝恩会、歓送迎会の需要に多少期待している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（スタッフ）	・2月は落ちるが3～4月は歓送迎会と花見の時期に入る。昨年は東日本大震災でほとんどがキャンセルになったが、今年は何もなければ順調にいくため、やや良くなる。
		旅行代理店（経営者）	・省エネ産業が盛んになり、東日本大震災の復興で景気はやや良くなる。
		タクシー運転手	・東日本大震災の復興需要でやや良くなる。
		通信会社（経営者）	・新年度予算の話もかなり具現化し、来年度も東日本大震災の復興関連予算が多く残りそうである。年度末から新年度への橋渡しをしっかりと行えば、多少なりとも景気は回復する。
		ゴルフ場（副支配人）	・3月よりクローズ期間が終わり再開するため、3月からは来場者数も増え、景気は今よりも良くなる。
	変わらない	商店街（代表者）	・動機付けのポップ広告を書いても、最近は衝動買いをする客が少ない。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・大型店が有名店を店内に引き入れるなど、充実を図る企画が始まっている。競合が激しくなり、小さな店は手が出せない。小さな商店が元気にならなければ、景気は動かない。
		百貨店（販売促進担当）	・各種オケージョン商材の最盛期に入ってくるが、消費者の手持ち在庫で済ませようという傾向は依然として払しょくされない。
		スーパー（店長）	・現在も良くないが、前年は東日本大震災前までは非常に悪かったため、今年はその反動で経営的には楽になるはずである。ただし、震災後の特需のころになれば、また苦しい状況になる。
		スーパー（総務担当）	・電気料金の値上げとそれに伴う物価の上昇、増税の議論、年金不安など、財布のひもが固くなる材料が多い。必要な物以外は買わない傾向が続く。
		コンビニ（経営者）	・客数が増えて上向きのため、悪くはならない。
		コンビニ（経営者）	・先行きに明るい材料がないため、やや悪い状況は変わらない。
		コンビニ（店長）	・当店の周りでは景気が芳しくない状況が普通になっている。来客には高齢者が大変目立つようになってきており、今にも倒れそうになりながら買物をしている姿は本当に気の毒である。悪いながらも今の状態がより悪くならないで続くことを願うほかない。
		家電量販店（店長）	・3～4月の春需要は買換えではなく新規での需要となるため、大きな落ち込みはなく、現状の悪さの継続で止まる。
		家電量販店（営業担当）	・電気料金の値上げ等の報道で、省エネ商材の動きが良くなると思うが、不透明である。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車の受注が引き続き見込まれることと、エコカー減税が続くため、変わらない。
		乗用車販売店（従業員）	・期末に向かい需要期になるが、経済の見通しが依然不透明なため、台数が伸びて収益が上がるとは思えない。
		乗用車販売店（販売担当）	・1月はスポット的に販売台数が伸びたが、今後2～3か月先は今のところ風評被害が多少残っており、景気が上向きになるとは考えられないため、これまでどおり低い水準で変わらない。
		乗用車販売店（営業担当）	・過去の販売保有台数に基づき予想すると多少は期待が持てるが、厳しい状況に変わりはない。
		住関連専門店（統括）	・消費税増税の議論や将来の年金問題等があり、可処分所得の減少につながる要素が多いため、変わらない。
		住関連専門店（仕入担当）	・地震が多発しており、防災用品の動きは日増しに高まっている。このような傾向も購買意欲を減退させており、底上げを期待する材料はほとんどない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（従業員）	・やや悪い状況がしばらく続く。
		一般レストラン（経営者）	・総合的に考えると、あまり経済が良くなるという方向性は見えない。
		都市型ホテル（経営者）	・レジャー施設、店舗等の閉鎖が続き、上向きになる要素が無い。
		旅行代理店（所長）	・首都圏の修学旅行の受け皿であるが、福島第一原子力発電所次第となる。行政主導の誘客活動も継続的に行っており、それ次第で効果が全く違ってくる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（副支店長）	・2～3か月前も決して景気が良かったわけではなく、業界的には東日本大震災のため自粛していたものが秋需要で増えただけであり、決して景気が上向いていたわけではない。今後もある程度の動きの後なので、需要が落ちてくる状況は変わらない。
		通信会社（経営者）	・消費税増税の議論など先行き不安が先行しているせい、消費者の購買意欲が全く感じられない状況は変わらない。
		通信会社（総務担当）	・個人消費が低迷し続けている状況は変わらない。
		通信会社（局長）	・季節要因により販売数量は大幅に伸張するが、この季節要因を除外すると景気回復の要因が見当たらず、客の様子からも大きな変化は感じられない。
		遊園地（職員）	・東日本大震災から10か月が経過したレジャー、サービス業界は徐々に回復傾向にあるが、持ち直しのテンポが緩やかになってきているため、今後の景気はあまり変わらない。
		競輪場（職員）	・他場の状況、他種競技と共にそれほど大きな変化は見られない。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] (職員)	・全体的な構成の中では、ゲーム機部門とネットカフェ部門に大きく分けられる。ゲーム機部門は新規機種を導入した所を中心に客数や回収金額が増えているが、ネットカフェでゆっくり過ごす客が減っている。特に集中時間帯はますますだが、早朝、深夜の来客が減っており、両極端な動きがしばらく続くため、全体では変わらない。
		その他サービス [清掃] (所長)	・消費税増税の議論、給与の減額など先行きの景気が良くなることが見当たらないため、厳しい状況に変わりはない。
		設計事務所 (所長)	・前月、前々月は少し上向いてきていたが、また元に戻ったようである。今の状態が平常と考えられるため、変わらない。
		設計事務所 (所長)	・決算イベントなどを計画して上向きになるよう努力したいが、転勤や人事の関係で今のところ大きな変化は望めない。
		設計事務所 (所長)	・今の景気より良くなる要因が全く感じられない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・周囲の工場等では受注が少なく、アルバイト切りや時間切り等、作業時間を短くしているため、買物客が自然に少なくなっていく。
		一般小売店 [家電] (経営者)	・商品の動かないなかで大型店はますます低価格販売をしており、小売業者はいろいろな面でやりにくく、厳しい状況である。また、低価格でも商品の動きは鈍く、明るい兆しは見えてこない。
		一般小売店 [青果] (店長)	・福島第一原子力発電所の事故の問題が改善されない限り風評がいつまでも付きまとうので、大変である。
		百貨店（総務担当）	・今月は中旬から雪と寒波で客が減少しており、今後も同じような現象になる。周囲の店、旅館、ホテル、スキー場などの客数が減少し、その客の買物もシビアになり、売上も減少している。景気回復は悪く、商品購入の回復も遅れているため、厳しい。
		百貨店（営業担当）	・増税の議論や欧州の信用不安で、消費マインドが冷えている傾向が見られる。預金は増えているようだが、消費に回ってこない。
		百貨店（営業担当）	・電気料金の値上げや税制面での不安要因が消費マインドにマイナスの影響を与えるため、やや悪くなる。
		スーパー（統括）	・普段の買物では節約志向が定着し、ハレの日などのモチベーションには需要が活発化する傾向がより顕著になってきたが、昨年東日本大震災後の急激な需要増には届かない。
		スーパー（経営企画担当）	・増税の議論や各種料金の値上げなど景気回復に水を差すようなことが多い。特に電気料金の値上げは、燃料調整費の値上げまで含めれば当社では28%にもなり、経営をかなり圧迫する。
		コンビニ（店長）	・同じ系列の店舗が近所にできるため、影響が出ないということは恐らくない。これから売上は若干落ちていく。
		衣料品専門店（店長）	・収入が減っている家庭が多くなっているなか、将来の増税や地震予測、世界経済などの不安が根強く消費者心理に影響しているため、なかなか景気が良くなる状況ではなく、まだまだ厳しい。
		乗用車販売店（管理担当）	・新車販売はエコカー補助金が施行見込みであるが、当社取扱車は補助金対象車が少なく、新車販売の増加は見込めず、厳しい。
		高級レストラン（店長）	・悪化する要素しか見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		一般レストラン（経営者）	・客単価が抑えられ、材料費は少しずつ上がってきている。福島第一原子力発電所の事故による風評被害の影響がかなり深刻で、一般消費者は国産品にかなり敏感になり、飲食店は信用を得るのが大変になっていく。	
		都市型ホテル（支配人）	・茨城空港ではまだ福島第一原子力発電所の事故の影響で一部航路が再開されておらず、前年にはあったその関係の宿泊客が今はほぼ無いに近いため、やや悪くなる。	
		都市型ホテル（営業担当）	・当社としては4～5月辺りは春先の研修などに期待したいが、消費税増税の議論などが出ているため、雰囲気的に今後悪くなるというイメージが客にあり、それが全体的に影響し、やや悪くなる。	
		通信会社（販売担当）	・好転する材料がないため、やや悪くなる。	
		テーマパーク（職員）	・風評被害が落ち着いたように思ったが、最近になってまた放射性物質の問題が出てきているため、やや悪くなる。	
		ゴルフ練習場（経営者）	・年金や税制改正の議論、電気料金の値上げが報道されている状況で、お金を使わず貯蓄に回す人が多いため、やや悪くなる。	
		ゴルフ場（業務担当）	・3～4月の引き合いは順調にきているが、早割の特別料金、安い料金での反応が多く、間際になってからの取り込みで苦慮している。そのため、来場者数はほどほどに確保できても売上がなかなか伸びない。	
		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・サービス券の売上枚数も伸び悩んでいる。客の来場予約並びに回数券、その他販売、月極定期券の予約状況についてもかなり鈍いため、やや悪くなる。	
		設計事務所（経営者）	・今ある設計もほとんどが終わってくるなか、続けて次へ移れる設計がない。	
		住宅販売会社（経営者）	・円高により基幹産業である自動車、電機関連などが赤字になり、世の中全体がリストラなど規模収縮となり、不景気感をより一層深めている。高額である不動産は一番最初に影響するものであり、買い控えなどが考えられるため、より悪くなる。	
		住宅販売会社（従業員）	・低金利の環境のなか、住宅エコポイント制度などの具体的なメリットはあるが、エネルギー料金の値上げなどの動きといった先行きの不安感がぬぐえず、様子見の顧客が多いため、やや悪くなる。	
悪くなる		一般小売店〔乳業〕（経営者）	・消費意欲が良くなる要素は皆無である。	
		一般小売店〔衣料〕（経営者）	・昨年3月11日以来、観光客が激減している。寒くなるため昔からこの時期は良くないが、それ以上に少なく感じることから、良くなるようには見えない。	
		スーパー（経営者）	・寒さによる消費の停滞が見られ、悪くなる。	
		コンビニ（経営者）	・消費税増税の議論で消費者は財布のひもが固くなり、より一層景気が悪くなる。	
		衣料品専門店（販売担当）	・表現は違うにしても、客が口々にするのは今後の不安材料だけであり、今後はもっと悪くなる。	
		一般レストラン（経営者）	・宴会客に期待したいが、さらに沈滞ムードは続き、悪くなる。	
		スナック（経営者）	・何もしなければ、このまま落ち込んでいくだけである。	
		スナック（経営者）	・いよいよ世代交代かと感じており、本当に良くなる要素が一つも見つからない。	
		タクシー（経営者）	・不景気感が強く、この先も悪い。	
		住宅販売会社（従業員）	・増税の不安、景気後退の懸念など、マイナス志向の消費者心理に反映して、悪くなる。	
		企業動向関連	良くなる	その他製造業〔環境機器〕（経営者）
やや良くなる	金属製品製造業（経営者）			・同業者内でも当社のような1次下請と2～3次下請とでは相当差が出ているが、当社はやや良くなる。
	金属製品製造業（経営者）			・得意先の仕事が急に少なくなるということで、当社も1、2月は予定外に仕事が少なくなってしまったが、3、4月ごろになればまた仕事量が多くなるため、やや良くなる。
一般機械器具製造業（経理担当）	・受注量が多くなれば、全体的に良くなる。			
金融業（役員）	・当地域の自動車部品製造業の2、3社においては前年同月比120%強の受注で推移しており、残業の増加や派遣従業員を中心に雇用が拡大しているため、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
		広告代理店（営業担当）	・昨年は既に広告予算削減の話が多数あったが、年度末が近いにもかかわらず予算を削減するという話をほとんど聞かないため、やや良くなる。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・価格は相変わらず厳しい状況ではあるが、引き合い、受注量共に増加傾向である。
	変わらない	食料品製造業（営業統括）	・今年に入っても相変わらずユーロ安、ドル安が止まらず、欧州、チリ、米国、オーストラリア等の国々からの安価のワインが入ってきており、国産の原価の高い商品は苦戦を強いられている。この厳しい状況はしばらく続く。
		化学工業（経営者）	・東日本大震災の復興支援の仕事で今ごろは忙しいはずだったが、大幅にずれ込みまだ入ってこないため、厳しい状況は続く。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・インターネット販売における節句関連商材及び年度末の贈答品受注に幾らか望みがあるが、全く予想が立たない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・タイの洪水による応援品は今月で完了するが、新規品が珍しく入ってきたため、作業量に変化はない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・主要客先からの受注は、現在と同じ水準で推移する。
		電気機械器具製造業（経営者）	・厳しさは相変わらずだが、企業努力によってまだまだ生き残れる。多くの取引先を細かく開拓することで、より安定した受注を確保していきたい。
		電気機械器具製造業（経営者）	・当社では輸出用製品がかなり減っており、国内、内需向けの仕事が増えてきている。そのため、欧州の信用不安などの影響はなく、3月くらいまでは恒常的な受注が見込める。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・仕事量はある程度確保しているものの、内容は非常に厳しい物件が多い。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・1～3月くらいまでは暇な会社は本当に暇で、忙しい会社は忙しいままである。
		輸送業（営業担当）	・年度替わりにより新社会人、新生活商品等の家電、インテリア、生活雑貨などの物量が例年並みの動きである。物量は確保できそうだが、円高による輸出産業等、自動車関係等の落ち込みもあり、また原油高で燃料負担も厳しく、利益は薄くなっていく。
		金融業（経営企画担当）	・円高が改善される要素がないため、変わらない。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・チラシ出稿量は徐々に安定してきており、希望が持てる。製造業ではタイの洪水被害企業の機械部品の受注が増えているが、多くの企業では円高の長期化による先行き不安で慎重にならざるを得ないとのことである。
		社会保険労務士	・為替や欧州の信用不安といった外部要因がどのように各事業所に影響を与えるのか予測しづらいため、とりあえず例年並みの売上計画を立てている所が多い。
		経営コンサルタント	・前月同様、消費、設備投資、建設投資等の先行き不透明感から、経営業績の向上につながる材料が見当たらない。
	やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・2月から資材価格、特に紙代が上がるため、客との折衝で先行きが少し不安である。
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車関連の忙しさは3月までとの情報があり、4月以降は仕事量が減ることはあっても増えることはない。新規品の立ち上がりもあるが、減少分を埋めきれない。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・基本的には売れておらず、落ち込みが心配である。
		通信業（経営者）	・景気は悪くなる一方で、良くなる要素が何も無い。
		金融業（調査担当）	・製造業では国内、海外需要の鈍化、非製造業では観光面で大きなイベントがなく集客が期待できないため、やや悪くなる。
	悪くなる	食料品製造業（製造担当）	・本格的に新穀が開始すると原価が上がるが、その分を吸収できればよいものの、放射性物質による風評被害等のできる状況にないため、相当厳しくなる。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・相変わらずの競争による価格低下や仕事量の減少で、悪くなる。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・3月までの受注量は比較的水準が高いが、4月以降大幅に落ち込むと同時に電気料金の値上げがくると、コストを吸収しきれない。また、大手メーカーからはコスト削減圧力が強く、2.5%強のコストダウンの要請を受けているため、4月以降は収益悪化が避けられない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		建設業（総務担当）	・前期に続いて今期も土木工事の受注が多い。工期が現場の状況で延長になることが多く、現場管理費がかさむ要因が多くなり、赤字が発生してしまう。いかに工期短縮をはかるかが重要になってきている。	
		不動産業（管理担当）	・4月以降の契約更新に向けてメンテナンス費の削減を求められているが、サービス内容は落とすことができないため、利益を減らして受注せざるをえない状況になっていく。	
雇用 関連	良くなる やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・衣料品や化粧品、その他の販売等は、新年度を見越しての販売活動が活発化していく。自動車、電子も同様に、新機種の販売等での生産などが見られる。住宅関連もそれらに合わせて若干伸びていく気配が見えている。	
		人材派遣会社（経営者）	・年が明けてから大きな仕事が入り、上手くいっているため、先行きも順調である。	
	変わらない	求人情報誌製作会社（経営者）	・まだまだ景気低迷が続くなか、衣料、介護、人材派遣の募集はあるものの、周辺企業全体を見ると正社員の中途採用はほぼ無く、パート、アルバイトが多少あるのみで、厳しい状況が続く。	
		職業安定所（職員）	・今のままの状況が2、3か月は続く。	
		職業安定所（職員）	・現在の求職者の動向には一定の落ち着きが見られるが、今後、年度末に向けて解雇、雇止め等発生への危惧もある。企業側の動きを引き続き注視していく必要がある。	
		学校〔専門学校〕（副校長）	・年明けにも東日本大震災復興のための求人があると言われ続けてきたが、実感はない。現在ある求人に対しても求職者のミスマッチが多く、景気の問題もあるが、この溝を埋めないと就職活動は活発化しない。	
		やや悪くなる	人材派遣会社（管理担当）	・決算期を迎えて例年だと好調に推移するが、今年は在庫調整による減産が見込まれて求人の動きが停滞するため、やや悪くなる。
			職業安定所（職員）	・企業からの明るい話もなく、管内大手企業のこの先1～2か月でのリストラ情報があり、数か月間は下降気味である。
	職業安定所（職員）		・先行きについては円高の影響もあり非常に不透明なため、やや悪くなる。	
	職業安定所（職員）		・来月に家電関連事業の大量解雇に伴う新規求職者数の増加が見込まれるため、今後の景気はやや悪くなる。	
	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	旅行代理店（支店長）	・やはり東京スカイツリーの開業効果である。開業に向けてのカウントダウンということで間近になると様々なセレモニーも始まり、マスコミや新聞の報道も増えるため、ますます関連の旅行や事業が発展し、非常に期待が持てる。
		住宅販売会社（従業員）	・今月の景気が悪すぎたということもあるが、大手の新築建築住宅の供給増や価格の見直しなど決算期の対策により、販売量の増加が見込める。今月中旬から来場者数も増えており、今月の集客が2、3か月後に成約し、販売増につながる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・冬が寒かった分、東日本大震災の時のような反動景気があり、イベントもあまり効果がない冬ではなく、春にあわせて企画しているため、やや良くなる。
		商店街（代表者）	・東北の内需が出てくるため、期待している。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・春を迎え、新年度の準備で若干上向く。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・現在は様々な面での情勢不安感が強く、客が買い控えしているが、これからは少しは和らいでくる。
		百貨店（営業担当）	・根本は変わっていないが、前年は東日本大震災による買い控えが顕著だったこともあり、2、3か月先はやや良くなる。
		スーパー（店長）	・広告の立ち上がりだけに集中していた客の来店頻度が、通常営業日にも高まってきている。通常日の売上も落ち着いてきたため、今後は良い方向に向かっていく。
		コンビニ（経営者）	・接客するなかでは非常に読みづらい点もあるが、相対的にはこれからも良くなる。

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
		コンビニ（商品開発担当）	・徐々にではあるが、設定した予算数値に近付いてきている。
		家電量販店（経営者）	・エコポイント制度と地上デジタル放送化の反動減が続いていたが、少しずつ戻ってきている傾向が見られるため、やや良くなる。
		家電量販店（営業統括）	・来客数は前年を上回る状況になっており、今後、新年度の開始に向けて消費意欲も高まる。住宅着工件数や新築マンションへの入居者は増加傾向にあるため、家電関係を中心に購入機会が増えると予想している。裏付けとして、来店予約をして家電製品を購入する客が、わずかだが増えてきている。
		乗用車販売店（経営者）	・東日本大震災の復興需要が増えてきて、景気はやや良くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・エコカー減税とエコカー補助金の影響に加え、新型車の導入によって、これからまだまだ受注は活発になる。
		乗用車販売店（渉外担当）	・生産はほぼ平常どおりに戻り、環境意識の高まりやエコ意識の浸透もあって来客数は増加し、受注もハイブリッド車を中心に好調である。今後もエコカー減税の継続やエコカー補助金の再導入がほぼ決定的なので、楽観視はできないが期待し、提案活動を継続していく。
		乗用車販売店（販売担当）	・1月は停滞状態で景気がまだ動いていないが、2、3か月後は東日本大震災復興の様々な形のなかでダンプやクレーン付き等の購入や受注が出てきて、その関係物資や資材等が増えていく。あくまで期待を持ちたいが、政治の状況やガソリン価格の高止まりなどが悪影響を与える可能性もある。
		乗用車販売店（店長）	・昨年の東日本大震災やタイの洪水で非常に厳しい状況にあり、円高も追い打ちを掛けているが、エコカー補助金の再導入により、3月までは追い風になる。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・期末、春休みにかけてもう一盛り上がりがあるため、やや良くなる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・復興需要が徐々に大きくなっていく。
		一般レストラン（経営者）	・前年末から今年にかけて周辺が新築ラッシュで、新住民が増え、外食需要が見込まれる。
		一般レストラン（経営者）	・2、3か月先は暖かくなってくるので客の入りがかかなり良くなる。入学式や卒業式等が控えており、イベントが多くなるため、やや良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・婚礼見込みの来客は現在減ってはいるが、スカイツリー効果もあり、今後回復が見込まれる。
		旅行代理店（従業員）	・業務性需要が中心であり、そのニーズは手堅いため、やや良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・年明けから団体旅行の問い合わせの電話、見積依頼のFAXが今までの1.5倍くらい来ている。特に2、3か月先の案件は今までにない動きを見せており、そのまま受注に至っている。
		旅行代理店（営業担当）	・新商品が好調で、やや良くなる。
		通信会社（経営者）	・ケーブルテレビはここきてテレビの購入がここ数か月よりも増え、加入も少しは良くなる。
		通信会社（管理担当）	・消費税率引き上げの議論に対して、それまでに消費者の動向が活発化する。東日本大震災後1年を迎えるにあたって、募金等で使っていた資金が別の方向に向けられる。
		通信会社（営業担当）	・新しい年を迎え、今年は良い年になるだろうと顧客は期待感を持っているようである。
		通信会社（管理担当）	・春は販売量が増加する傾向なので、このまま解約が収まってくれば好転する可能性がある。
		その他レジャー施設〔アミューズメント〕（店長）	・今月は客数、客単価共に異常に落ち込んだものの、月末にかけては回復傾向となっており、今が底と考えているため、やや良くなる。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・中長期的には景気は下降線をたどるが、やや希望的に見れば昨年の東日本大震災以後の景気の落ち込みの反動でやや良くなり、短期的には回復する。
		設計事務所（所長）	・この忙しさは耐震改修の前倒しによって出てきていることだと思うが、今年一年は特に忙しい日が続く。

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
		住宅販売会社（従業員）	・2、3月は現在より契約数が伸びると思うが、まだまだ順調にいくとは思わない。今後、販売促進などを再検討して契約数を伸ばす考えである。
	変わらない	商店街（代表者）	・全体が良くならなないと、今の状態では良くなるという考えは持てない。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・良い話がほとんど聞こえてこないため、客の購入意欲もわからない。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・今月は1月にしてはまあまあ良かったため、今後もこの状態が続く。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・他の食品で放射性物質が規制値より多いと報道されると茶の放射性物質検出のニュースを思い出す、との声もある。挨拶では頑張ると激励されるが、買上には至らない状況が続く。
		百貨店（売場主任）	・前年より気温の低下が予想され、春物への移行の端境期にけん引できる商品が品薄であるため、春物定価品の動きは鈍化する。
		百貨店（総務担当）	・前年は東日本大震災の影響で買い控えがあったため、見目は伸びたように見えるが、世界的な経済状況や電気料金の値上げ、消費税の議論等で、好転するとは言いがたい。
		百貨店（総務担当）	・ヨーロッパに端を発した世界経済の不調から、消費者心理の冷え込みは今後も加速していく。債務や円高の問題についても、景気回復の重しとなり、なかなか回復の兆しは見えてこない。また、国内でも増税や社会保障に関する議論が具体的になってきており、消費者の財布のひもは今後も緩むことは当分ない。
		百貨店（総務担当）	・今後も先行きは不透明で、このような状況が続く。ただし、年末年始などの食品等の売上は横ばいであることを考えると、オケージョンに対する施策を強化していく必要がある。
		百貨店（営業担当）	・1月は低い気温で気候が安定していたことが起因し、婦人服、服飾雑貨、紳士服、子供服のファッション関連商材が好調に推移した。欧州の信用不安もやや緩和しており、景気は緩やかながら回復傾向にある状況は変わらない。
		百貨店（販売管理担当）	・ここ数か月の傾向である買上価格上昇というプラス要素はあるものの、電気料金の値上げなどで企業も家計も直接的なダメージが想定されることから、総合的には差し引きゼロで、変わらない。
		百貨店（営業企画担当）	・年末から前年を上回る状況が継続している。天候等に左右される面もあるが、現状を維持していくことができそうである。
		百貨店（店長）	・政治や円高、ユーロ安の経済などに不安定要素が大きい。
		百貨店（副店長）	・欧州の信用不安、円高、電力、原油などの資源価格の上昇などにより、先行きは変わらない。
		スーパー（経営者）	・昨年3月が少し良かったため、若干厳しい感じはしているものの、現在もあまり良くないため、大筋では今と変わらない。相変わらずあまり良い材料が見えず、いかに客の消費を喚起するかにかかっている。
		スーパー（店長）	・2、3か月後は東日本大震災から1年で、関連需要が増えることは期待できるが、現状、国内では年金あるいは消費税の議論で将来の展望が見えない。海外でも円高、ドル安、ユーロ安、あるいは中国でも最近バブルの懸念があり、今後の見通しがはっきり立たないということが客の中にあるように感じられる。この先の景気は現状とあまり変わらず、あまり良くはない。
		スーパー（店長）	・消費税や電気料金の値上げなどで出費がかさむため、食品関係についてはなるべく切り詰める傾向にある。
		スーパー（営業担当）	・円高、株安の状況が変わらないまま、特に将来に対する不安が払しょくされない限り、景気の上向きは期待できない。
		スーパー（仕入担当）	・地域によっては価格競争が激しくなり、売価だけは下がっていくが点数があまり伸びず、売上に結び付かない状況が続いている。牛乳、豆腐、納豆等の購入や消費頻度の高い商品ほどその傾向が強い。
		スーパー（仕入担当）	・価値がある必要な物だけを買う傾向は続く。買物頻度が落ち、結果として客数が伸びない。
	コンビニ（経営者）	・客の買物動向が落ち着きを取り戻したのか、日用品の買上等、変化が生じる兆しはない。	

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
		コンビニ（経営者）	・消費税又はT P Pの議論、貿易収支の赤字等、将来に対して非常に不安な政情がある。その不安定さが大きな原因になり、閉塞感が続く。
		コンビニ（店長）	・引き続き新キャンペーン等を通じて、客が寄ってくれるような企画を行っていききたい。
		コンビニ（商品開発担当）	・本格的な東日本大震災の復興需要等の景気回復に期待したいが、政治や国際情勢に足を引っ張られる状況が当面は続くと思われる、明るい見通しは立てられず、依然厳しい状況が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災の影響で落ち込んでいた購買力によりやく明るさが見えてきた感があり、これからの景気も少しずつ上向き状況が続くことを期待している。
		衣料品専門店（経営者）	・価格の高い商品の動きは依然として良い状態であるため、景気は下支えで良くなっていく状況は変わらない。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金が行き渡っていくまでには、まだ2、3か月かかる。
		乗用車販売店（営業担当）	・エコカー減税やエコカー補助金があるが、まだまだ認知度が低く、こちらから話をしないと乗ってこない状況は変わらない。
		乗用車販売店（総務担当）	・消費税率の引き上げが実際に行われれば、売行きは大幅に下がってしまうが、エコカー補助金等のおかげで今後は安定した台数が見込まれる。
		高級レストラン（店長）	・宴会予約の状況から、変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・新年になって今月半ば過ぎまでは売上、客数共に前年比100%を超えていたため、今年は上向きになるかと思っていたが、雨と雪で下がってしまい、まだまだ厳しい状況が続くそうである。
		一般レストラン（店長）	・当店の客の90%以上は一部上場企業の大手の人たちだが、やはり円高、世界経済などがかなり影響しているのか、お金の使い方が非常に厳しくなってきた。2、3か月先もこの状況は変わらないか、もしくはもう少し悪くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊はビジネス客の動きは止まっておらず、予約は直前で安いプランに集まるようになってきているが、動きに変化はない。レストランは料金を変えずに内容を吟味して予約する客が増えており、メニュー内容に注意を払う必要は充分にあるが、個人利用を中心に大きな変化はない。宴会は個人会費の歓送迎会を中心に、値下げ圧力は強くなっているが、前年の結果はともかくとして、予約段階ではほぼ前年並みの予約を受けている。
		旅行代理店（経営者）	・昔からの客はある程度年配客が多いので、旅行代理店を通しての手配等があるが、若い人たちはインターネット利用のほうが多いため、なかなか売上等に結び付いてこない。
		タクシー運転手	・将来に期待したいところはあるが、何を期待していいのかわからない部分もある。非常に先が不安だということは、これまでと同じである。
		タクシー（団体役員）	・今の経済状況から見ると、何も先が見えない状況であり、将来の不安から個人消費が良くないため、変わらない。
		通信会社（経営者）	・テレビの新規加入獲得復活の糸口が見えず、しばらくは厳しい展開になる。
		通信会社（局長）	・消費税の議論が浮上していることで身構える感があり、楽観的な感覚はまだない状況である。
		通信会社（営業担当）	・多チャンネルサービスは引き続き上昇の見込みが薄く、ネット及び電話サービスは営業力強化により現状確保を見込んでいる。
		通信会社（局長）	・どの業界においても、低価格競争から抜け切れていない。デフレスパイラルからの脱却のめどは立っていない。消費税増税の議論が活発になり、企業側の納税、仕入値への懸念から、見通しは立たない。
		通信会社（総務担当）	・本来は転居シーズンを迎えて当業界は活気付く時期だが、そのような傾向は全く見られない。来るべき時期に備え、生活防衛に入っている状況は変わらない。
		通信会社（営業担当）	・競合他社によるキャンペーン施策がプレス発表され、当社サービス加入者にも影響が出る。
		通信会社（営業担当）	・先行きに対する不安感があり、購買意欲を向上させる理由が乏しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（支店長）	・これからの春商戦においては学割による新規獲得、番号ポータビリティで獲得するためのキャッシュバック等が高額化し、競争が激化する。
		ゴルフ場（支配人）	・予約状況から見て来場は得意客ばかりであり、新規開拓が少ない。
		パチンコ店（経営者）	・消費税増税の議論で少しお金を使うのを控えていることもあると思うが、当業界自体がイベントなど広告規制が結構あり、客に台の入替えや、このように面白く営業しているということアピールできなくなっている。こういったことも客が遠のいている原因となっており、その状況はこれからも変わらない。
		その他レジャー施設（経営企画担当）	・客の動きは前年同月並みで推移しており、その点で東日本大震災前の水準に回復したといえる。今後も有望な催事が入っており、大幅な上昇は期待できないものの、現状ベースで堅調に推移する。
		設計事務所（所長）	・新しい情報等は多少多くなってきたはいるが、実質的にどうつながっていくか見当がつかず、現状が続く。
		設計事務所（職員）	・東日本大震災復興の進展に伴い、建設需要が東北に多く、型枠職、とび職などの集中である程度の建設物価高が公的資料に顕在化するが、業界全体に及ぼす影響は小さい。
		住宅販売会社（従業員）	・展示場への来客数は平年並みであるため、変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・受注残が前年を上回っている関係で、売上はそれなりに前年比を上回って良い状況になる。受注はユーザーの慎重度が相変わらず厳しく、特別な購入意欲をかき立てるようなものが少ないため、前年を超えるかは疑問である。
		住宅販売会社（従業員）	・土地有効活用部門は堅調な受注量を維持しているが、戸建住宅部門は苦しい状況が続く。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・現在の景気が低迷している要因はいろいろあると思うが、それらが解消される見通しがなかなか立たない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・最近の暮れから新年の初売り等では、大型店は前年並みかわずか1%増などといった状況で推移しているという話を聞いている。ただし、一般の専門店や飲食店等では客はやはり買物に大変慎重になっており、できればあまりお金は出したくないという気分がある。飲食についても、家で食事をするほうが増えている。
		商店街（代表者）	・円高、派遣社員といった不安定な雇用形態の増加、若者の就職難、周りを見てもどこにも景気回復の兆しが見られない。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・消費税増税の議論や電気料金の値上げなど、消費はこれから鈍くなる。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・冬場のお茶の需要期に入っているが、消費税増税の報道や、放射性物質の風評被害の影響もあり、客数、販売量共に前年比1割減の状況である。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・市場や問屋で仕入れるよりスーパーマーケットで買うほうが安い。後継者もいないし、年々販売量も減る一方であり、良くなるとは思えない。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・今後の景気はどう考えても良くなるような要素が一つもない。世界中の経済や東日本大震災後の状況を考えても、良くなるような要素が何もない。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・今期、役所等の案件が早まっているということもあり、早くに需要期が終わってしまうのではないかという懸念がある。そうなると例年よりも早まり、2月は例年よりも良いが3、4月で尻すばみになる可能性が出てくる。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・東日本大震災後の節電及び企業のコスト削減は一時期より軽減されたと思っていたが、お茶、コーヒー等の福利厚生費は回復していない企業がまだまだ多くある。今後、社員の活気が上昇する要因は当分出てこない。物が売れない時代へ突入してしまいそうで、心配である。
		百貨店（総務担当）	・電気料金の値上げ、円高、原油価格の高騰、消費税率の引上げ議論などにより、消費マインドを冷えさせる懸念材料が多い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（広報担当）	・今月は後ろ倒しとなった冬物重衣料の需要等で売上を確保しているが、予報によると今年の冬は寒さが厳しく長いため、本来2月後半から始まる春物商材も後ろ倒しの需要となることが想定される。また、年金改革や消費税の議論などで消費者心理を冷やす材料ばかりが目立ち、ここ数か月で景気が上向き理由は見当たらない。
		百貨店（営業担当）	・前年は東日本大震災の影響で大きくマイナスとなったため、数字上では復調傾向が出るが、消費税増税の議論が本格化することにより、一時的な消費マインドの冷え込みが懸念される。現時点では経済環境のプラス要因はあまりなく、消費マインドの低下による景気低迷が懸念される。
		コンビニ（経営者）	・今までも福島第一原子力発電所の事故、東日本大震災の後遺症の問題等でもっと悪くなると思っていたが、当業界にとっては追い風もあり、そこそこ安定してきた。しかしその安定も、これから徐々に悪いほうにシフトしていく。
		衣料品専門店（経営者）	・天気次第で売上も変わるが、消費税が増税されるとか、年金も危ないなどのニュースを新聞やテレビで耳にしている消費者は、ファッションよりも実用品に目が移っている。不安材料も大変多いため、必要な物以外は我慢している様子が見られ、2、3か月先はあまり上向きにはならない。
		衣料品専門店（店長）	・被災地での実用衣料需要が強いこともあるが、東日本大震災のダメージは薄れてきている。電力不足の不安について、この冬場は乗り切れそうな心配が大きく影響している。ただし、すべての原子力発電所が停止する春以降は、また節約ムードと共に工場などの生産に影響があるものと考えられ、商品の供給に影響が出る。
		衣料品専門店（営業担当）	・不況の折、なかなか商売が良くなりならず売上が伸びていない。また、低価格商品が売れているため、やや悪くなる。
		住関連専門店（統括）	・現在の景気、経済の動き、そして今後の増税等の問題で、これからもまだまだ買い控え等が続く。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・春の数字を何で取るかで大きく変わるが、花粉が少ない予報なので、やや悪くなる。
		その他専門店〔服飾雑貨〕（統括）	・年末、年始商戦は共に好調な売上を残すことができているが、今年度は東日本大震災の影響や節電といった自粛ムードが漂う期間もあったため、その反動が出ている可能性があり、今後の動向に注視していきたい。
		都市型ホテル（スタッフ）	・結婚披露宴の予約受注状況は、4、5月が前年に比べて非常に悪い状況になっている。このままではとかなり厳しい結果になってしまう可能性が出てきている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・先の予約が全く動かない。元々2月は閑散期にあたるが、例年より更に悪い。3月は動く時期だが、今のところないため、直近の受注に期待している。
		タクシー運転手	・大きな差は出ないにしても、少しずつ年を追うごとに悪くなっているようである。明るいニュースも少ない。
		観光名所（職員）	・当地には寺があるため参拝者が正月にはかなり来たが、2、3か月後は閑散期となり客が一番少ない時期を迎えるため、やや悪くなる。
		遊園地（職員）	・先行き不透明感が強く、景気回復に向かうと思える材料が無いので、やや悪くなる。
		その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・電気料金の値上げ、欧州の信用不安、異常気象などマイナス要因がとて多く、現状が良くても将来的には楽観視できない。
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・毎月のように来客数が減っているため、やや悪くなる。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・東日本大震災の影響に加えて、報道された地震の確率の問題で、遠くから通う生徒が辞めて近くの塾に通うという連絡が入っており、これから先の景気は悪くなる。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・消費税増税の議論で、支出が更に制限されるようになる。
		設計事務所（経営者）	・政治の混迷がほとんどを占めている。設計として民間の仕事を取るべくいろいろ模索して頑張っているが、全く先が見えない。この年度末、4、5月を控えてどうなるのか全く分からない。
	悪くなる	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・売上が上がる商品が見当たらない。主力のテレビのような一家に何台もあるような商品がないため、売上を上げるのは難しい。

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
		一般小売店〔印章〕 (経営者)	・インターネットや量販店でも配達付きの販売を行うなど、徐々に商店会としての販売機会や販売網が狭まってきている感じがする。商店会としても宅配サービスやネット販売等を検討する時期である。
		一般小売店〔食料雑貨〕 (経営者)	・競合店の大型ショッピングモールが11月に開店した影響で客数が激減している。また、周辺の道路で渋滞が発生するため、客足も悪くなる。
		一般小売店〔靴・履物〕 (店長)	・当地域の特殊要因だが、大手自動車メーカーの工場がまた部分的に閉鎖という話になってきていることもあり、街全体の活気が悪くなる。また、街中にスーパーが全くなく人の流れがないため、非常に悪くなる。
		百貨店(営業担当)	・欧州の信用不安によって急激に進行したユーロに対する円高や中国の成長鈍化など、ここに来て景気の先行きに対する懸念材料が増えている状況下では、個人消費の回復は期待できない。
		スーパー(店長)	・消費税増税の議論や客からの話の中で将来に対する不安や年金問題等いろいろある。3か月後は客の様子からすると、今よりも悪くなる。
		スーパー(ネット宅配担当)	・競合店出店の影響が大きい。ディスカウント業態の競合店が進出してくるため、売上、利益の減少は避けられない。また、業務用電気料金の大幅値上げは経営に直接影響してくる。消費税の増税も避けられない状況から、消費意欲は下がる。
		コンビニ(経営者)	・昨年の年末から徐々に売上が落ちてきている。周囲の環境はほとんど変化していないため、景気の落ち込みによるものであり、この悪くなる傾向はしばらく続きそうである。
		衣料品専門店(経営者)	・天気予報によると寒い冬が長引く感じであり、梅春、春物商戦は苦戦しそうである。寒さが続くと展開商材の絞り込みが不透明で仕入、粗利益にも大きく影響する。客の購買意欲も、暖かさを感じないと動きが悪い。
		衣料品専門店(営業担当)	・消費者はうんざりといった感じで、今後のことを考えて財布のひもを結び直している。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕 (営業)	・良くなる要素がない。
		一般レストラン(スタッフ)	・街は暗い感じがしており、全体が悪い。当社の各店も悪く、全体的に良くなるような材料がない。
		タクシー運転手	・東日本大震災の復興がいまだに見えてこない。ユーロ圏の崩壊から日本企業の経営破たん等で、タクシー界にも少なからず悪影響が出ている現況では、景気は一層悪くなる。
		設計事務所(所長)	・当地域一つをとっても、国の財政悪化や世界的な金融不安に拍車がかかり、これからますます原油も上がるなど、非常に不安定な情勢と感じている。24年度は新築物件はほとんど見当たらない。ますます低価格競争に拍車がかかることは否めない。
企業 動向 関連	良くなる	出版・印刷・同関連産業(経営者)	・先々に関しては依然として不透明だが、公益法人への移行時期による新規の受注が見込めるため、一時的な要因で好転が見込める。
	やや良くなる	食料品製造業(経営者)	・今の明るさが少しは維持され、やや良くなる。
		出版・印刷・同関連産業(所長)	・来月以降は年度末関連の引き合いが多く来ているため、多少期待が持てる。
		出版・印刷・同関連産業(営業担当)	・法人関係、店受けの個人客とも、緩やかながら上向きになっている。特に個人客は件数が少なくても客単価が少しずつ上がってきていると、販売現場で感じている。
		精密機械器具製造業(経営者)	・混沌とした状況ではあるが、来年度からの本格的な復興需要や新エネルギー関係の急速な立ち上がりに期待している。
		輸送業(経営者)	・新学期向け商品の出荷増が見込まれるが、低迷を続ける元凶の改善までにはほど遠く、今月よりは多少良くなる程度である。
		その他サービス業〔警備〕(経営者)	・年度末にかけて仕事量が増える。
	その他サービス業〔ソフト開発〕(経営者)	・円高が一服したので少しは良くなる。また、株価が少し上向きである。	
	変わらない	繊維工業(従業員)	・円高で輸入原料の確保も大きな問題となっているため、変わらない。
出版・印刷・同関連産業(総務担当)		・低価格での入札や、原料の値上がり分を価格に転嫁できない状況が続く。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		化学工業（従業員）	・東日本大震災の復興による製品の動きは、まだまだ先のようなものである。3～4月にかけて中国向けの注文は入っているが、量的には大したことがない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・円高や世界的な経済不安などの要因はすぐには解消されないため、景気の低迷は続く。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・相対的に受注に関してはある程度見通しがついたため、悲観するような情報は今のところないが、新企画の動きが鈍い。仕入に関しては、円高の影響で原材料価格の値上げ要求が散見される。
		金属製品製造業（経営者）	・受注量は増える傾向にあるが価格が厳しく、採算面での期待はできそうにない。
		金属製品製造業（経営者）	・目先の仕事に追われて忙しい毎日で、このまま続けば景気回復につながってくると思えるが、先が見えないことが心配である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・受注関係は少し活発になってきているが、季節要因のためである。それが経過した時点では方向が不安定なため、良い見通しはつけられない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・国内景気が沈滞しているため、海外市場に打って出る必要性を感じる。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・最近では車も飽和状態で、家電もパソコンも新型を出してもそのサイクルが半年くらいしか続かない時代であるため、ストックを作らず、昔のようにメーカー同士が生産量を競うなどといった状況ではない。2か月くらい良いと思うとまた落ちてきてしまうような状態で、本当に景気がつかめなくなっている。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	・今まで得意先のうち1社はデパートでそこそこの売上を作ってきたのだが、かなり店頭が弱まっているということである。違う角度から売上を作ろうと企画を入れて努力しているようだが、いずれにしてもそれほど大きく変わることはない。
		建設業（経理担当）	・現在施工している現場が完了すると、次の現場がほとんどなくなる。受注できそうな見積案件もほとんどない状態であり、安すぎる競争で少ない仕事の取り合いがこの先もまだ続きそうである。
		金融業（統括）	・年度末に向かって資金のニーズがあまり良くないため、それほど好転はしない。
		金融業（従業員）	・製造業と小売業では若干の改善が感じられるものの、このまま継続的な改善につながっていくとまではいえない。仕入価格にも波があり、安定的な収益が見込めないとの声を聞く。
		金融業（渉外・預金担当）	・為替の状況や欧州の信用不安といった要因、国内の復興にめどが立たない状況では、好転する材料が見つからないとの声が多い。
		不動産業（従業員）	・住宅用地においては引き合いが多々あるが、割安感のある物件しか取引が成立しない状況は変わらない。
		不動産業（総務担当）	・今後、新規入居テナントが決まる予定もあるが、解約予定や賃料減額要請のテナントもいることから、当面は一進一退の状況が続く。
		広告代理店（従業員）	・消費税増税の議論や電気料金の値上げなど、不安材料が多い。
		広告代理店（従業員）	・売上予測等に特に変化はなく、微減が続いている。
		広告代理店（営業担当）	・クライアントからのコンペへの声掛けは増えたが、1案件に対して数多くの広告代理店が競合するため、結局受注量はそれほど変わらない。
		経営コンサルタント	・東日本大震災の復興による景気押し上げがあるかと期待したが、現状では変化はなく、この先もまだ期待はできない。
		社会保険労務士	・良くなるという要因が見当たらない。
		経営コンサルタント	・この先、国際経済への不安はもちろん、消費税増税の議論、公務員給与の引下げ、春闘への期待薄等、消費者の財布のひもに影響を与えそうな材料が多い。また、中小企業金融円滑化法の期限延長で、立ち直り不能企業の倒産が先延ばしにされている。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・客先でも先行き、特に春以降の不透明感がかなり強く、動きが鈍くなる。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・年度末の駆け込み受注や卒業式関連のアルバムなどの映像は年々減る方向で期待ができないため、2、3か月後もあまり景気が良くなるとは思えない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・年末、年始にもかかわらず受注件数が伸びず低迷した状態が継続しているため、今後も低調な景気動向が続いていく。
		一般機械器具製造業（経営者）	・3月まではこのペースでいくが、4月は分からないという頼りない返事がどの客からも返ってくる。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・消費税増税の議論が消費者心理を圧迫する可能性が高い。
		建設業（経営者）	・消費の低迷や先行き不透明な状況であるため、動くに動けないようである。
		建設業（営業担当）	・ドル安やユーロ安の関係で土地購入や設備投資を取りやめる外資系企業が増えてきているため、やや悪くなる。
		通信業（広報担当）	・世界経済の停滞で中小企業のIT投資も減速する。
		金融業（役員）	・輸出関連企業を中心に景気は冷え込む。個人の消費マインドも将来の税負担を懸念して落ち込み、良い材料は見当たらない。
		金融業（支店長）	・円高がまだこのまま続くという予想と、欧州の信用不安のため、景気は悪くなる。製造業等で先の売上、受注等が入っていないことを見ると、建設関係は若干良くなってはいるものの、その他の業種は消費関連も低下しているため、今後はやはり少し悪くなる。
		金融業（支店長）	・海外では欧州の信用不安、国内では消費税の議論もあり、景気が良くなる見通しはない。資金運用投資はますます慎重になる。
		不動産業（経営者）	・上向きになることを期待しているが、現場にはなかなか明るい材料がないため、やや悪くなる。
	広告代理店（経営者）	・10年来続いてきた定番受注では、中止の話が出ている。幾つか行っている新規提案案件では、予算具現化の可能性がまだまだにあまりに不明朗なため、やや悪くなる。	
	悪くなる	金属製品製造業（経営者）	・円高の影響により、国内生産を止めて輸入に変更する得意先の動きが明らかである。受注量が戻ってくるとは考えにくいいため、悪くなる。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・大口契約先2社から、それぞれ2月と5月からの契約単価の減額要請をされている。4年前にも言われたが、今回は非常に厳しい減額となるため、悪くなる。
	雇用 関連	良くなる	人材派遣会社（営業担当）
やや良くなる			人材派遣会社（営業担当）
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・採用する企業が増えてきているため、やや良くなる。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人の問い合わせ内容を見ると、春に向けて動き出そうとしている姿勢が見られる。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・年末年始にかけて多少動きが出てきているため、その流れが継続し、やや良くなる。
		職業安定所（職員）	・今までハローワークによく来ていた求職者が来なくなったりしているため、何らかの仕事をしているようである。一時的に景気が回復し、やや良くなる。
		職業安定所（職員）	・復興需要が依然続いているため求人は相対的に増加傾向にあるが、そろそろ息切れになる。しかし、ここ2～3か月で悪い結果が出るとは考えにくく、しばらくは求人の改善基調が続き、やや良くなる。
		民間職業紹介機関（経営者）	・やや良くなるという実態をつかめているが、これから継続してどんどん良くなるということではない。非常に緩やかに、少しずつ状況を見ながらクライアントは人も組織も動かしていくようである。
		民間職業紹介機関（経営者）	・職種が変化してきているが、採用総数は一時期より若干増えている。
変わらない		人材派遣会社（支店長）	・3月末で派遣から直接雇用に変わる契約が予定されている企業があるほか、企業によっては採用を進めるところもあるが、一方で派遣をやめて社員に変えていく企業もあるため、全体的には変わらない。
	人材派遣会社（営業担当）	・雇用形態、給与水準が改善する兆しは感じられない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		求人情報誌製作会社（編集者）	・公務員試験後、あるいは留学生採用に大手以外の参入があれば採用市場は上向くかもしれないが、それはゴールデンウィーク明け以降に新たな動きがあるかどうかである。
		職業安定所（所長）	・円高を始めとする国際情勢や国内労働者の賃金抑制強化など、景気が良くなる要素があまり見つからない。しかし、求人は増加基調、求職は減少基調というトレンドには変化がないことから、直ちに悪化するとも思えない。
		職業安定所（職員）	・周囲に変化が出ていないため、変わらない。
		民間職業紹介機関（職員）	・欧州の信用不安や円高、タイの洪水の影響で輸出メーカーの求人は軟調だが、東日本大震災の復興需要など、求人が伸びてきている分野もある。プラスマイナスで、全体としては横ばいとなる。
		民間職業紹介機関（職員）	・3月決算企業の事業計画が出てくるタイミングでもあり、来期をどう見ていくかが見えるにはあと数か月かかるため、変わらない。
		学校〔専修学校〕（就職担当）	・来年度採用計画について、今年度以上の採用数増加、新卒採用再開の話が来ている件数は、現時点で非常に少ないため、変わらない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・景気の好転は見込めない。個人向けも検討しているようだが、企業向け電気料金の値上がりなどで、今まで国内で行っていた生産を中国以外の東南アジアを含め海外に持っていくかと、海外生産の割合を増やそうかという所が多くなってきているため、雇用も悪くなっていく。
			・特に自動車業界において、これまで増産に伴う積極的な雇用が目立っていたが、各社落ち着きを見せつつある。4月以降についても生産、雇用状況が不透明であるため、やや悪くなる。
		人材派遣会社（支店長）	・採用自体を手控える企業が増えているため、将来的に明るい展望が見えない。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・同業他社、取引先の中で、展望が良いという話がなかなかない。先行きの見えない不透明感が業界全体にある。
		職業安定所（職員）	・円高の長期化により国内市場が縮小するなか、子会社や下請会社からの受注減少という心配の声も聞いているため、やや悪くなる。
		職業安定所（職員）	・採用に慎重な中小企業が多いため、やや悪くなる。
		学校〔短期大学〕（就職担当）	・企業訪問を現在行っているが、採用計画が立っていない所が多い。また世の中の経済状況を見ても、何の対策もなく、ここしばらくは景気が良くなる感じがしない。
		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	乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金の復活もあり、当面は新車販売の増加が見込まれる。補助金によって、客の購入意欲は高まる。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー減税の延長、補助金の復活が決まれば、自動車業界は必ず良くなる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・店舗によっては売上が増加しているため、今後は良くなる。
		百貨店（経営企画担当）	・消費意欲は、緩やかに改善してきている。円高、タイの洪水の影響等も一段落している。今後はやや良くなる。
		スーパー（営業企画）	・客単価は継続して上昇しており、今後も良くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・3月までは好調な状態が続く。また、エコカー補助金の効果も見込まれる。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー減税と補助金の効果によって、今後は前年同月を上回る可能性がある。エコカー減税の延長後は対象基準が厳しくなることを知らない人も多く、今後マスク等で詳細に取り上げられると、駆け込み注文が加速する可能性もある。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー減税の影響で、3月までは販売量は増加する。ただし、4月以降は減少する可能性がある。
		乗用車販売店（経理担当）	・エコカー補助金の復活など景気対策の効果は、前回と同様に出てくる。
住関連専門店（営業担当）	・復興需要、消費税増税前の駆け込み需要が少しずつ出始めており、住宅、マンション、各企業の設備投資も多少増加している。そのため、今後はやや良くなる。		

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
		都市型ホテル（経理担当）	・2～3月に大口団体客の予約が入っている。
		旅行代理店（従業員）	・例年と比べて、円高に便乗して海外旅行を計画する会社数が増えている。東日本大震災の影響は小さくなりつつあり、オリンピック等の明るい話題も追い風になり、旅行計画も増えている。
		タクシー運転手	・タクシー業界では夜の売上が全体の6～7割を占めるが、数社から、薬品メーカーの接待が3月末まで続くと言われている。そのため、今後の売上は増加する。
		テーマパーク（経営企画担当）	・春から夏にかけて新規開業する施設の前評判が良いため、今後は良くなる。
		美顔美容室（経営者）	・ホームケア用品をリピートする客が増加しているため、今後はやや良くなる。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔室内装飾業〕（経営者）	・店舗、工場等の増改築工事の見積依頼や相談が増えてきているため、今後の仕事につながる。
	変わらない	商店街（代表者）	・生活することに精一杯で、和菓子などぜいたく品にまでは手が届かないと話す客が多く、今後も厳しい状態が続く。
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・消費意欲が高まる状況は見出せない。当店では低価格路線には変更しないため、今後も現状のまま推移していく。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・消費税増税を考えると、今後は現状維持が精一杯である。景気が上向くのはまだ先である。
		一般小売店〔書店〕（経営者）	・1月の売上は、正月の売上と前年と比べてかなり増加したが、2～3月もこの状態が続くかどうかは分からない。
		一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・先行き不安な材料があり過ぎて、予測は不可能である。
		百貨店（売場主任）	・紳士靴は婦人靴よりも在庫が少ないため、売上は良くない。客は雑誌などを見て来店するが、メーカーでは在庫を持ちたがらないため品切れが多く、メーカーの売上も増加していないと考えられる。購買意欲のある客が増加しているが、売上はなかなか増加しない。
		百貨店（売場主任）	・低価格でも、品質も伴った物でないと購入しない状態が続いている。購買意欲の低さは今後も続く。
		百貨店（企画担当）	・前年同月の売上を越えられない状況が続いており、来月以降も急速に改善する材料は見当たらない。
		百貨店（経理担当）	・テレビ放映された催事等は好調であり、何らかのきっかけさえあれば、今後も需要が伸びる余地はある。
		百貨店（経理担当）	・新規の催事等の効果による売上増を期待しているが、全体としては景気が良くなる材料は見当たらない。
		百貨店（店長）	・店舗の縮小、改装や商品の在庫切れの影響により、今後は客離れが予想される。
		スーパー（経営者）	・売上の停滞は今後も続く。
		スーパー（経営者）	・春には電気料金等の値上がりもあり、企業も家庭も経費が増える。限られた収入のなかでのやりくりは一層大変になり、ますます節約志向が強くなる。店舗、工場、個人の家では、修理が必要な箇所もそのままになっている。
		スーパー（店長）	・主婦による夕方の売り切り、見切り、割引セール時の購入が顕著に増えており、少しでも安く買い節約したいという意識が強い。消費税増税も議論されており、このような購買行動は今後より一層高まる。
		スーパー（店長）	・消費税増税の動きもあり、負担が大きくなるとの不安から、先行きに不安を感じる客が多い。今後も、低単価品しか動きは良くならない。
		スーパー（店員）	・年末年始は来客数、単価共に増加したが、その後は伸び悩んでいるため、今後も横ばいが続く。
		スーパー（販売促進担当）	・大型競合店に流れた客は、しばらく戻ってこない。競合店でも低価格のため利益は取れていない状況にあり、非常に厳しい。
		コンビニ（エリア担当）	・今月の状況が、当面継続する。
		コンビニ（商品開発担当）	・カウンター周りの商品の好調は続きそうであるが、それ以外には大きな変化の兆しはない。
		衣料品専門店（経営者）	・季節の変わり目で気分を変えたいという客が増加しても、売上の増加はあまり見込めない。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・東日本大震災からの復興と寒さが本格化したことにより、売上の増加を期待していたが、実際には変わっていないため、今後も変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（店員）	・生活必需品の買換え需要は少ないながらも今後も見込まれるため、全体としては変わらない。
		乗用車販売店（従業員）	・例年2月はあまり良くないが、今年に関しても良くなるという意見と良くならないという意見の両方が聞かれ、どちらとも言えない。
		乗用車販売店（従業員）	・年度末を控えて、客の車への関心は顕在化してきている。しかし、ハイブリッド車が中心であり、納期に長期間掛かるため、今期の決算には反映されない。
		一般レストラン（従業員）	・飲食業では雨や急激な冷え込みなど天候に左右されやすいが、景気の状態も低位で安定しており、今後上向く兆しも見えない。
		スナック（経営者）	・歓送迎会シーズンに入るが、景気の回復は見込めない。当面繁華街の人通りは増加することがなく、客の財布も固いままである。
		都市型ホテル（経営者）	・宿泊単価は、今後も低迷が続く。
		都市型ホテル（営業担当）	・特需がない限り、今後も現状維持である。
		旅行代理店（経営者）	・受注量はやや良くなるが、円高傾向等も考えるとすぐにプレーキが掛かる可能性もある。
		タクシー運転手	・良くなる材料も悪くなる材料も見当たらないため、このままの状態が継続する。
		通信会社（営業担当）	・消費税等の増税の話題がある一方で、景気回復に向けた明るい話題は見当たらないため、今後も現状が続く。
		テーマパーク（職員）	・東海北陸自動車道等のインフラ整備が一段落しており、新規計画等の好材料もないため、今後も大きな変化はない。
		ゴルフ場（企画担当）	・今月と同様に、平地に近いゴルフ場の予約数は3月も順調である。山間部の寒冷地にあるゴルフ場でも、気温の上昇につれて増えてくる。
		その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・今後業況が良くなる要素は、今のところ見当たらない。
		設計事務所（経営者）	・業務量は少ないままである。個人住宅は設計事務所に依頼すること自体が減っており、企業案件も新築は少ない。今は耐震補強も含めて営繕的な業務が主流となっており、この傾向は今後も続く。
	住宅販売会社（従業員）	・碎石の放射能汚染の問題など、今後に向けてマイナス要因ばかりである。	
	やや悪くなる	一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・景気が良くなる要素がないため、客の財布のひもはさらに固くなる。環境が大きく変わらない限り、マイナス傾向は継続する。
		百貨店（販売担当）	・クリアランスセール明けの落ち込みが大きい。安い物しか買わない印象もあり、後はやや悪くなる。
		百貨店（販売担当）	・前年は東日本大震災があったため、今後の前年同月比は良くなるが、実際に景気が良くなる要素は何もない。むしろ、次の天災への不安から、日用品以外の消費は冷え込む。
		スーパー（店長）	・商圈内の小売店同士の競争激化により、厳しい状況は今後も続く。
		スーパー（店員）	・野菜の不作に伴う価格高騰に追い討ちをかけるような寒波と大雪の影響で、後は更なる価格上昇につながる。
スーパー（営業担当）		・円高で、製造業を中心に輸出産業が低迷している。当地域でも大手自動車メーカー関連の雇用が厳しくなっており、昇給等も難しい状況にあるため、後はやや悪くなる。	
コンビニ（エリア担当）		・以前は客単価、来客数、売上共に前年同月比で大幅な改善傾向にあったが、今年に入り前年同月並みの傾向となり、重点管理商品の売上も減少している。そのため、後はやや悪くなる。	
コンビニ（店長）		・来客数が減少している。客は本当に必要な物しか買わなくなっている。この傾向は今後も続く。	
家電量販店（店員）		・欧州など海外の動きの影響を受けており、悪くなっている。財布のひもが固い状況が続いており、後はやや悪くなる。	
乗用車販売店（営業担当）		・現在はエコカー減税や補助金の効果で、一時的に販売量は増加している。客は駆け込み購入している感じがあるため、将来の販売量は減少する。	
乗用車販売店（営業担当）		・エコカー減税の終了前の駆け込み需要が終了すると、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
		高級レストラン（スタッフ）	・客の出費に対する意識が高まっている。生活不安が押しよ くされないなか、消費者の生活防衛や節約志向は今後も続 く。
		スナック（経営者）	・年配客が全体の8割になり、今後数か月間は孫の入園や入 学のお祝いがあるため、来客数、売上共に減少する。
		その他飲食〔仕出し〕 （経営者）	・今後消費税増税の議論が本格的に進むと、売行きは確実に 落ち込む。
		都市型ホテル（支配人）	・2月以降の宿泊予約の動きは鈍くなっている。宴会も低迷 しており、レストランも夜の利用が悪化している。
		通信会社（企画担当）	・消費税増税の議論などによって先行き不透明感は更に増し ており、消費の停滞は一段と進む。
		通信会社（営業担当）	・今後、他社では携帯と固定電話を合わせた割引サービスを 始めるため、競争が激化する。
		パチンコ店（経営者）	・来客数の動きは悪化しており、単価も下落傾向にあるた め、今後の景気はやや悪くなる。
		その他住宅〔住宅管 理〕（従業員）	・年配客の年金不安などから、高額物件の契約には至らな い。
	悪くなる	商店街（代表者）	・中東情勢が不安定であり、今後原油価格が高騰してく ると、商品はますます売れなくなる。周囲でも、資金繰りが ひっ迫して再び倒産が増えるのではないかと非常に懸念して いる。
		一般小売店〔電気屋〕 （経営者）	・完全地上デジタル放送化に伴うテレビの買換え需要が終了 して以降、単価も低下している。この状態は当面継続する か、一段と悪化する。
		一般小売店〔時計〕 （経営者）	・消費税増税が決まれば、消費は一段と冷え込む。
		コンビニ（店長）	・新年に入り財布のひもはますます固くなっている。好材料 は1つも見出せず、今後は一段と厳しくなる。
		その他専門店〔貴金 属〕（店長）	・景気の先行き不安を口にする客が増加している。消費税が 増税されるかもしれないなど先のことを心配して、気軽に買 物もできないとの話をよく聞く。消費は冷え込んでおり、今 後は一段と厳しくなる。
		観光型ホテル（経営 者）	・予約数は前年の同時期と比べて減少しており、春先の動き も悪い。
		テーマパーク（職員）	・団体客が減っており、今後は一段と厳しくなる。
		理美容室（経営者）	・客からは消費税増税やリストラの話題をよく聞くため、今 後も良くならない。
		理容室（経営者）	・今後、財布のひもは一層固くなる。
		住宅販売会社（従業 員）	・住宅建築への客の決断が鈍いため、今後は仕事なくなっ てくる。これまでは増改築でしのいできたが、それすらも決 断が鈍くなっており、非常に苦しい。今後は一段と悪くな る。
		企業 動向 関連	良くなる やや良くなる
食料品製造業（経営企 画担当）	・復興需要がある程度見込まれることから、内需の拡大に よって景気はやや上向き。		
化学工業（人事担当）	・適正な為替水準にならない限り、景気は良くなる。今 後は米国経済の回復や日本の貿易赤字に伴う円安傾向によ り、景気は緩やかに回復する。		
輸送用機械器具製造業 （品質管理担当）	・取引先の生産計画が増加傾向にあるため、今後はやや良 くなる。		
金融業（従業員）	・現在も悪くはない状況にあるが、今後は良い方向へ向かう との声が聞かれる。ただし、自動車関連、建設業の下請など では、売上、仕事量共に減少しているという企業もある。		
金融業（法人営業担 当）	・自動車関連部品メーカーでは、3月期末まで受注残を抱え ている。そのため、当面は生産の増加が持続する。		
その他非製造業〔ソフ ト開発〕（経営者）	・3月に向けて、多くの下請企業では仕事が潤沢にあり、利 益も増加する。		
変わらない	紙加工品〔段ボール〕 製造業（経営者）		・当社では今後数か月間は価格転嫁に重点を置くため、新規 案件の獲得は難しくなる。販売量の伸びも期待できない。
	パルプ・紙・紙加工品 製造業（総務担当）		・現在の需給量、販売量が、今後も持続する。
	化学工業（企画担当）		・今期末から来期に向けて、少しずつ回復が見込まれる。し かし、円高や欧州の信用不安なども勘案すると、全体として は変わらない。
	窯業・土石製品製造業 （社員）		・従来の製品は縮小傾向にある。新製品の引き合いはある が、販売数量はなかなか伸びない。今後も一進一退が続き、 変化はなさそうである。

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
		電気機械器具製造業（営業担当）	・為替が大きく変化しない限り、現在の状態が今後も続く。
		電気機械器具製造業（経営者）	・鉄鋼メーカーからは、値下げの話がある。受注量の減少に伴う対応が実施される見通しである。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・4月にはタイの洪水に伴う代替品の生産が終わり、円高や欧州の信用不安の影響等もあるため、生産は減少する見込みである。
		輸送業（経営者）	・景気が良くなる情報はなく、消費行動の変化も予測されないなか、主要荷主の製造業からの増産対応への要望もない。
		輸送業（エリア担当）	・1月の荷物量は増加したが、今後の増加は疑問である。景気が明るくなる兆しは見受けられない。
		金融業（企画担当）	・ギリシャを中心とした欧州の信用不安が解決に向かわない限り、投資に動きづらいと話す客が多い。
		不動産業（開発担当）	・今後、工事費がどの程度上がってくるかにもよる。現状では先行きを全く読めない状況にある。
		広告代理店（制作担当）	・企業側の積極的な動きはあまり見られない。新規の依頼も、単発物が多少増える見通しに止まる。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・宣伝媒体が多様化しており、折込広告の増加は今後も見込めない。
	やや悪くなる	印刷業（営業担当）	・周囲の企業は、全体的に景気が良くない。景気が良くなる材料も見当たらないため、今の状況が今後も継続する。
		鉄鋼業（経営者）	・現在は自動車産業等が年度末に向けて増産しているが、今後は円高に伴う空洞化が進むため、国内需要は低迷する。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・今後は設備投資の先取りの動きが収まり、引き合い、受注量共に減少する。また、相変わらずの円高のため、利益を圧迫する。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・円高基調が変わらない限り、収益は悪化する。収益の悪化は予算の削減につながり、負のスパイラルが始まりかねない。
輸送業（エリア担当）		・大手自動車メーカーでは、前年の生産台数の遅れを3月までに取り戻そうとフル稼働であるが、その先は不透明である。鉄鋼、木材等の動きも鈍い。	
経営コンサルタント		・中心部のごく一部の地価は良いが、郊外の商業地は売上が伸びていないため、今後も厳しい状態が継続する。	
会計事務所（職員）		・顧問先企業では、設備投資等への新たな資金導入が見られない。現時点では借入金の返済を重視しているため、今後も良くならない。	
悪くなる	窯業・土石製品製造業（経営者）	・住宅着工件数の動向から、タイル、食器の窯業界の2～3か月先の景気は悪くなる。	
	金属製品製造業（経営者）	・引き合い件数が減少しているため、今後は一段と厳しくなる。	
	不動産業（経営者）	・中小企業金融円滑化法の期限の最終延長等が示されたため、中小企業の資金繰りは悪化する。不動産の売買の動きも相当鈍くなる。	
雇用関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・正社員採用の求人が増えてきているため、今後はやや良くなる。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数が増えており、今後もやや良くなる。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・自動車製造業に人材を供給しているが、エコカー減税、補助金が決まれば自動車の増産が予想されるため、やや良くなる。
		職業安定所（職員）	・新規求人数の前年同月比は、17か月連続で上昇している。新規求職者数は減少傾向が続いている。この状態は今後も続く。
	変わらない	人材派遣会社（経営企画）	・客からの需要は落ち着きつつあり、今後は横ばいとなる。
		人材派遣会社（経営者）	・大都市では求人が広がってきているが、地方都市ではほとんど動きがなく、社員を募集してもなかなか集まらない。この状態は今後も続く。
		人材派遣会社（営業担当）	・今後も円高が継続すると、輸出産業の収益の停滞は各方面で続き、厳しくなる。
		人材派遣会社（支店長）	・地域経済の雇用に大きな変化はなく、同水準で推移する。派遣求人数は、大手自動車メーカーでは前年比マイナスとなるが、その他の企業では正社員の退職や派遣社員の補充により前年比プラスとなり、トータルでは前年並みになる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		人材派遣会社（支店長）	・派遣先企業側の都合による契約終了が、2割程度減少してきている。工作機械関連の引き合いも多いことと、一部企業での持ち直しが起きていることから、当面は現状が続く。
		職業安定所（職員）	・製造業を中心とする基幹産業では、円高の影響もあり、小規模企業を中心になかなか利益が増えず、海外で製品を生産する動きも強まる。
		職業安定所（職員）	・受注が4月ごろまではかなり入っているが、それ以降は不透明という企業が多い。
		職業安定所（職員）	・リーマンショック後の回復が思わしくないなか、東日本大震災、円高の影響も大きく、中小企業では厳しい状態が継続しており、各種の助成金を活用した対応も限界に近づいている。旅行業界も東日本大震災、円高の影響で外国人旅行者が前年の半分以下の状態が継続しており、まだまだ景気が良くなる兆しは見えない。
		職業安定所（次長）	・円高等への対応で、大手企業では生産を本体に集約したり拠点を整理する動きがあり、下請企業や大手の地方工場では閉鎖や人員調整も一部にみられる。そのため、雇用面では良くなる動きと悪くなる動きが相殺されて、業種や分野によってばらつきが出てくる。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・採用の問い合わせに3年生と4年生が混在してきている。この時期は採用側にも特に反応はなく、この先の変化を感じない。
やや悪くなる		人材派遣会社（社員）	・歓送迎会への派遣予約状況は例年並みであるが、今までの良かっただけに、今後は少し落ち込み気味である。
		職業安定所（所長）	・生産受注が3月末までとなっている事業所が多い。4月以降の生産受注は、円高など不確定要素が多く、先行き不透明で不安を抱える事業所が多い。そのため、求人募集はやや減少する。
		職業安定所（職員）	・企業からは、年明けから受注量が減少したとの声が聞かれる。年明けの契約更新から影響が出始めた可能性があり、数か月後から雇用徐徐に影響が出てくる可能性がある。
		民間職業紹介機関（支社長）	・電機、電子部品、半導体、鉄鋼など自動車以外の主要産業が停滞している。
悪くなる		—	—

6. 北陸（地域別調査機関：（財）北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・文具業界内で新製品、新企画などが多く見られる。市場も回復傾向に感じられ今後に期待できる。
		乗用車販売店（経営者）	・消費者にとっては、エコカー購入補助金やエコカー減税など自動車関連の政策に優遇感が感じられ、3月までは良いと思われるが、4月以降は現在のところ不透明感が強い。
		乗用車販売店（経理担当）	・前年は東日本大震災などの影響が大きく自動車業界は大変苦労したが、本年は補助金の復活やエコカー減税の継続が見込まれ、さらには各メーカーからの新型車の発売もあり好調に推移するだろう。計画以上の受注が確保できた1月の勢いが2～3月にかけても衰えず、春商戦は期待できる。
		一般レストラン（店長）	・現状の客単価、来客数の増加傾向が春に向けても衰えることはなく、明確な動きとなりそうである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・予約の勢いを見ていると、東日本大震災が発生する前の状況に戻っており、ここ2～3か月は明るい。
		通信会社（職員）	・春以降に、新商品や新サービスに対して消費者の反応を期待したい。消費税引上げ機運が高まるにしたがって、引上げ前に対応しようという動きが広がり、一時的には景気が良くなると推測する。
		通信会社（営業担当）	・新入学生向けの販売とは別に新スマートフォンが全て出そろい、その販売が全体をけん引すると思われる。
		通信会社（営業担当）	・今後しばらくは、欲しいもの、必要なものに対してはお金をかけるという傾向が続く。
		住宅販売会社（経営者）	・客の様子から判断すると、この2～3月にかけては、やや良くなる手ごたえを感じる。
住宅販売会社（従業員）	・復興支援・住宅エコポイントが創設され、客の動きに期待できる。		
変わらない	商店街（代表者）	・購買意欲が向上するような動きが期待できない。	

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
		商店街（代表者）	・例年2月は売上も厳しい時期だが、東日本大震災から約1年が経過し、消費は増えるというよりは減少する傾向が強いのではないかと予想する。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・3～4か月前にテナントとして入居しているビルが設備投資を行い好調を維持している。しかし、今後さらに伸びるかどうかは疑問が残る。
		一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	・4月までは建設業は忙しいと聞いており、こういった業界に見込み販売をしていくしかない。それ以降は、世界情勢、金融などに客がどう対応するのか不透明であり、不安要素である。
		百貨店（売場主任）	・天候の状態にもよるが、例年より早い春商材の投入もあり、客の来店を促進できる企画を開催できる。
		百貨店（営業担当）	・婦人ファッションでは春物が動く時期となるが、来店はあっても下見で終わったり、セールを見るだけの客が多い現状からの回復は難しい。
		百貨店（売場担当）	・すぐに必要な防寒衣料品などは上質な商品で価格が下がったものが売れている。来客数は、食品部門が衣料品部門よりは良いが、客単価が前年同月比97%と落ち込んでおり、今後も不安定な状況が続くものと予測している。
		スーパー（店長）	・景気が変わる要素が見当たらない。当地では電気料金、ガス料金の値上げが3月に予定されており、これが消費行動にどう影響を与えるかが気がかりである。
		スーパー（店長）	・デフレ傾向が強まるなか、消費税増税など客の今後の方向が不透明になっていることから、良くなる状況は当面ありえない。
		スーパー（総務担当）	・東日本大震災以後、商品の動きが大きく変化しているため、これからの商品動向が予想しづらい。
		スーパー（総務担当）	・悪材料や好材料はさまざま耳にするが、業界全体では横ばいと感じる。ただし勝ち組、負け組の差は拡大すると予測する。
		コンビニ（店長）	・来客数に大きな落ち込みは見られないものの、食料品、趣味娯楽商品などを始めとして販売量自体が減少している。通常、販売量の悪い1、2月であるが、このまま2月も同様な動きとなるであろう。
		コンビニ（店舗管理）	・例年よりも大雪が予想され、閉塞感が漂い、良くなることはない。
		衣料品専門店（経営者）	・天候によって一喜一憂しており、今後も予断を許さない。
		衣料品専門店（経営者）	・建設関連の知人は民間には期待ができないと話しているものの、身の回りを見れば、良い材料も悪い材料もない。
		衣料品専門店（総括）	・景気が良くなる要素が見当たらない。
		家電量販店（経営者）	・特に目新しいニュースも無く、新商品発売も無い。
		家電量販店（店長）	・この状況はしばらく続くと思われる。オリンピックなどのイベントを期待して待つしかない。
		自動車備品販売店（従業員）	・新車納車待ちの客情報も多くなり期待感もあるが、純正装備品への移行も強く、市販市場では恩恵も少ないと考えられる。
		住関連専門店（店長）	・飛躍的に変わるとは思えず、この状況はまだ続く。
		その他専門店〔医薬品〕（総務担当）	・消費税引上げの議論の心理的影響が大きく、不要不急の商品の買い控えが続く。
		一般レストラン（スタッフ）	・消費税や年金の問題など、先行きに対する不安から、無理な節約はしないが無駄使いもしない傾向にある。バーゲンにも無駄なものを買ってしまうから行かず、ネットで欲しい物だけ価格比較して購入している。
		観光型旅館（経営者）	・週末はある程度予約は入っているが、平日の集客に苦戦している。2月、3月と総会シーズンだが予約の取り込みに苦戦している。また、一つ一つの団体が小規模化しているのも集客人員が伸びない要因の一つと考えられる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・レストランの予約状況から考えると、第3四半期からの上向き傾向を維持し、今後3か月の見通しとしては大きな変動は無い。
		旅行代理店（従業員）	・心理的に現状の中途半端な状況から明るい方向に改善されないと旅行には向かわない。様子見の状況に変化はない。
		タクシー運転手	・客との会話のなかでは将来に向けて良い話は聞かれない。
		通信会社（社員）	・引き続きスマートフォン販売は好調に推移する予定である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
企業 動向 関連		通信会社（営業担当）	・企業からのスマートフォン導入の声が増えてはいるが、客からの問合せや申込に至るまでの変動がないため、今後も状況に変化はない。	
		通信会社（役員）	・大手通信事業者との競合が激化しているなかで、当社も対抗商品を出すべく準備を進めており、今後順次効果が出てくる。	
		テーマパーク（職員）	・全体的には前年並みで推移すると予想している。個人客は、これまでの傾向から今後も前年同月比でややプラスに推移する。一方、一般団体、募集ツアー、海外団体客の予約は前年を下回っている日が多く、前年水準の維持は難しい。	
		その他レジャー施設（職員）	・雪の状況に影響されるが、大きな変化はないであろう。	
		美容室（経営者）	・景気が良くなる雰囲気にはなっていない。	
		住宅販売会社（従業員）	・大きな影響が考えられる消費税の税率アップがどのようになるかがポイントであるが、駆け込み需要も受注の先食いとなる可能性が強く先行き不透明である。	
	やや悪くなる	百貨店（営業担当）	・春に向けての新商品や、トレンド商品など流行にかかわる部分の商品に対する客の関心が薄くなっている。実用第一で衣食に中心を置いた購買行動が見られ、価格に対して也十分吟味しており、まだまだ財布のひもは固い。	
		スーパー（店長）	・社会保障と税の一体改革の議論が長期的に高まり、先行きが見えづらくなっている。不要不急の商品の購買にはなかなかつながらない状況が続く。	
		コンビニ（経営者）	・近隣に異業態の大型店があり、その店に寄ってから、当店に来店する客が明らかに多くなっている。そのため、当店では必需品だけを購入する姿を多く見るようになった。売上や利益が好転する状況にはない。	
		乗用車販売店（経営者）	・客の希望車種が低燃費、低価格、エコカーなどに集中している。対応車種だけでは計画台数を割り込み、客単価も収益も低下する。	
		スナック（経営者）	・県外からの鋼材関係の客は現場が忙しいため今年は良くなると話しているが、為替の変動や気候などに左右されるこの頃では当店の売上にはプラス要因とはならない。また、2次会利用の多い当店では、客足が遠のいていると実感し、近隣の同業者が今月で閉店するとの話を聞き不安になっている。	
		観光型旅館（スタッフ）	・予約保有でみると前年同月比102%から88%と各月で大きな開きがある。今後、東北支援の動きとして東北地方への観光客が増えてくると、前年実績を確保するのも厳しくなることもあり得る。	
		タクシー運転手	・12月、1月とタクシー利用は何かと多かったが、今後は利用も減少し、供給過剰の状態が改善されない限り、売上は改善されない。	
		競輪場（職員）	・ここ数年のこの期間の傾向を見ると、購買率が5～7%減少して推移している。現状でこれといった打開策が見つかっていないことを考えると、やや悪くなると予想される。	
		住宅販売会社（従業員）	・社会保障と税の一体改革の動きが不透明ななか、高額商品である住宅で需要がどうなるかわからない。時期に左右される状況にある。	
		住宅販売会社（従業員）	・毎年1月は一定数の客の動きが見込め、2、3月の契約につながっている。しかし、今年は来客数が少ない上に競合相手の値引きもかなり強いので消耗戦になっている。	
		悪くなる	コンビニ（経営者）	・1月中旬、2月上旬と近隣に同業他社の店舗が進出し、さらに厳しくなると予想している。
			その他専門店〔酒〕（経営者）	・社会保障と税の一体改革により消費税増税が見込まれており、ますます財布のひもは固くなっている。消費者が商品やサービスを買わないため、金が回らず、悪循環となっており、景気を冷やしている。
		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）		・外国が替市場でユーロが少しずつ戻っているため欧州からの受注に期待ができる。また国内も本格的な復興需要が出ると見ている。	
	司法書士		・これまでほとんどなかった事業用資金の担保権設定、住宅用地以外の売買があった。	
変わらない	食料品製造業（企画担当）	・販売単価の上昇、販売量の微増の要因については、自社努力以外の要因が見当たらないため、現時点ではこれ以上の伸張は厳しい。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		繊維工業（経営者）	・政治や経済ともに非常に混沌としているため、見通しは不透明である。仮需要も非常に慎重である。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・3か月や6か月で変化する状況にはない。タイの洪水の影響で当社の受注に変化が見られそうであるが、まだまだ不透明である。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注の入り具合は、現在と変わらない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・円高状態の継続、設備投資の冷え込みの継続などにより回復の見込みがない。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・電子部品関係はスマートフォン関連のみ活況を呈しており、その他については、横ばいまたは減産を強いられている。
		精密機械器具製造業（経営者）	・特に欧州や米国向け商品については依然厳しく、為替をはじめ好転する状況は見られない。
		輸送業（配車担当）	・原油高などに伴い、燃油価格の高騰が続いている。今後安くなるとは思われず、コスト負担が上昇し、現状より良くなるとは思われない。
		金融業（融資担当）	・景気の緩やかな回復の動きを探るものの、ここ数か月は引き続き横ばいが続く。
		不動産業（経営者）	・個人客からの話では、不動産取引が活発に動いていることはないとの声が聞かれ、変化はないであろう。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・今のところ通信販売系1業種のみが激しい落ち込みなので様子見の状況である。
		やや悪くなる	
輸送業（配車担当）	・原油価格は高止まりしているが今後はさらに上がる気配もある。トラック運賃の値上げも難しく年度末に向け厳しい状況が続く。		
通信業（営業担当）	・個人向けは当然ながら、企業向けでさえ電話機など数十万円の大きな買い物をする場合は、必ずと言っていいほど数社の価格の比較をしており、サービスよりも価格が重視されている。		
悪くなる		建設業（総務担当）	・年度末を控え、受注確保のための価格競争は、工事発注量の低調な見通しから一段と激しさを増し、受注、採算とも依然厳しい状況が続く。
雇用関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	職業安定所（職員）	・有効求職者数は減少傾向が続き、職業相談窓口利用者数が減少している。有効求人数は増加傾向である。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	・大幅な増員計画をしている企業は少ない。また、要求する人材のレベルや質が高く、長期的に求める企業の要望に対し、マッチする人材がいないため成約しない。
		人材派遣会社（社員）	・今春の新採用者の就業時期を間近に控え、派遣スタッフへの需要は乏しい。また、客からの要求スキル水準が高くなっており、マッチングしないケースが増えている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・工場を始めとして正社員募集の求人原稿が増加してこない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・円高などが景気の足を引っ張っており、製造業の求人が少ない。
	やや悪くなる	—	—
悪くなる	—	—	

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（株））

（—：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連	良くなる	○	○
	やや良くなる	商店街（代表者）	・円高が続く限り、海外からの仕入価格が下がるため、低価格での販売が可能になる。
		百貨店（営業担当）	・円高で輸入ブランド品の値下げが進めば、富裕客による高額品の購入が更に増える。
		スーパー（店長）	・来客数が安定しているため、販売促進策の強化などの販売努力により、今月よりも良くなる。

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
		スーパー（社員）	・競合店の出店があった地域は苦戦が続いているが、多くの店舗では売上が増える傾向にある。前年の後半以降はこの傾向に大きな変化がないため、しばらく消費は堅調に推移する。
		コンビニ（経営者）	・ビルの新築工事が始まれば工事関係者の来客が増えるほか、近隣のオフィスビルの入居率も下げ止まってきた感があるため、今後は良くなっていく。
		コンビニ（経営者）	・近隣のマンションの完成で購買人口も増えるため、販売の増加につながる。
		家電量販店（経営者）	・消費者の節電志向が強まり、省エネ家電の販売が伸びているほか、太陽光発電の動きも活発化しているため、先行きは良くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・既存の販売車種の売行きは前年の8割程度に悪化しているが、新型車の販売効果などで先行きは良くなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・徐々に売行きも良くなっているため、先行きの見通しは良い。
		高級レストラン（支配人）	・急激な冷え込みで観光客は少ないが、外国人観光客は徐々に増えつつあるため、春のシーズンに向けて来客数は例年並みに増える。
		一般レストラン（経営者）	・現在進めているプロジェクトが軌道に乗るため、先行きは良くなる。
		観光型ホテル（経営者）	・大雪によるキャンセルなど、天候の大きな影響を受けているが、2～3か月先の予約件数は今月よりも多いため、先行きはやや良くなる。
		観光型旅館（経営者）	・前年の台風による国道の通行規制で京阪神からの客が減っていたが、復旧工事が進み、4月以降に仮設道路ができるため、来客数は増加に向かう。
		観光型旅館（団体役員）	・街全体で進めてきた緊急経済対策により、春ごろには個人客を中心に効果が出てくる。
		通信会社（社員）	・このまま販売量の増加が続けば、全体的な状況が良くなる。
		住宅販売会社（経営者）	・今月の好調は根本的な景気回復によるものではないため、その後の急低下が懸念されるが、しばらくは忙しくなる。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・長引く節約や儉約疲れから高額品の売行きが良くなっているため、日常的な消費も良くなっていく感がある。
変わらない		商店街（代表者）	・先週ごろから雨などで寒い日が続く、早い時間に客足が減る傾向となっている。来月以降もこの動きが続く予想であり、見通しは良くない。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・冬物衣料の最終処分セールでは、低めの気温が続くなど条件はそろっているが、客があまり欲しがらない状況が続く。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・好材料も見当たらないため、大きな変化はない。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・生活必需品の節約志向が進む一方、特別なときにはご馳走を食べる傾向は強まっているが、外食や内食、中食を巻き込んだ競争が激しくなっているため、先行きの見通しは厳しい。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・今の状況で推移していくため、大きな変化はない。
		一般小売店〔花〕（店長）	・まだまだ回復は見込めないため、先行きの見通しは厳しい。
		一般小売店〔花〕（店員）	・増税などで明るい話題もなく、客の購買意欲はますます低下するため、節約を意識した動きが続く。
		一般小売店〔酒〕（店員）	・来店数、客単価が12月に比べて大きく悪化するのとは例年どおりであるが、前年よりも更に苦戦している。いつも利用のある法人客の大口受注も今年はなく、平均単価は2,000～2,500円にとどまっている。地元密着型の店舗であるため、特別な行事やイベントがない限り、単価の上昇は困難である。
		百貨店（売場主任）	・国内だけでなく、海外を含めた景気の後退が懸念される。所得の増加が期待できない以上、売上が上向く要素は乏しい。自店の営業努力だけでは限界があり、劇的な外的要因の変化がない限り、好転することは難しい。
		百貨店（売場主任）	・増税や円高、少子高齢化、人口減少、地震予測などがメディアで取り上げられ、景気回復につながる明るい話題がない。また、3月は前年の東日本大震災の影響もあり、婚礼といったお祝い関連の消費が減少する。

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
		百貨店（売場主任）	・まだ寒い時期から春物の新作を購入するような、先行消費型の客が少なくなっている。先行きが不透明で、慎重になっている感があるため、今後も厳しい状況となる。
		百貨店（企画担当）	・消費税率の引上げ議論や円高など、回復に水を差す要素が目立つため、今後も厳しい状況となる。
		百貨店（企画担当）	・客の動きをみていると、クリスマスやバレンタインなどのイベント時は少しぜいたくをするが、普段は相変わらず財布のひもが固い。消費の使い分けをする傾向がみられるため、先行きも大きな変化はない。
		百貨店（営業担当）	・一部の上位顧客からは、高級ブランドのバッグや時計の新作への引き合いがみられるが、全体としては現在の状況が続く。
		百貨店（サービス担当）	・バレンタインチョコレート予約販売は例年並みであるが、春商戦に向けて話題の商品も少ないため、今後も来客数の減少傾向には歯止めがかからない。
		百貨店（販促担当）	・今後も冷え込みが厳しくなる予想であり、欧州の信用不安や国内情勢も安定しないため、今以上に購買行動が慎重になる。ギフト需要の間際化も進んでいるため、今後も苦戦が予想される。この時期は気候の変化によって売上や来客数に大きな影響が出るため、冷え込みが厳しくなれば更に悪化することになる。
		百貨店（婦人服）	・増税不安から消費マインドが悪化し、節約傾向が強まっているため、今後も一進一退の状態が続く。また、3月以降は出店や増床の動きが一巡するため、客の取り合いが一段と激しくなる。
		スーパー（店長）	・消費マインドが高まる要素は少なく、今後も地上デジタル放送への完全移行後の薄型テレビの落ち込みが、売上の大きな圧迫要因になる。
		スーパー（店長）	・天候不順の影響で野菜価格が上がり、鍋物関連商材の販売が不振となっている。牛肉やカニの販売量も、前年比で約15%減少しているため、先行きの見通しも良くない。消費税率の引上げ問題で客の購買意欲が下がっており、少し高額な商品の売行きが鈍化しつつあることも、先行きに影を落としている。
		スーパー（経理担当）	・気温が例年よりも低めとなるため、衣料品を中心に冬物商材の売行きは好調となるが、あまりに長引くと春物商戦に悪影響が出る。気温が上がってくる春以降については、依然として不透明感が強い。
		スーパー（販売担当）	・客は、広告の初日やポイントサービスなど、各店舗の販売促進の内容を比べながら買い回る傾向にある。固定客による売上がなかなか確保できないため、今後も厳しい状況が続く。
		コンビニ（広告担当）	・社会保障や税制の方向性が決まっても、実現するまでには時間がかかるため、今後2～3か月で大きな変化はない。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金も延長になる見通しであり、大きな変化はない。
		乗用車販売店（経営者）	・基本的な売上は変わらないが、今後は税制面での優遇もあるため、年度末に向けて販売量が増える。
		乗用車販売店（経営者）	・2～3か月先の車検の予約や、新車の購入予定が少ない状況であるため、今後もあまり良くならない。
		乗用車販売店（営業担当）	・エコカー補助金による効果はもうしばらく続く。エコカー減税と補助金によって購入の検討を前倒しする客が増えるため、一時的ではあるが良い状態が続く。
		住関連専門店（店長）	・売上は米国の大手金融機関が破たんする前の水準には戻っておらず、経済全体が上向いている感もないため、先行きの見通しは良くない。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・春商戦に向けた準備も、在庫が動かなければ進められない。
		一般レストラン（経営者）	・消費税や年金の問題などで先行きの不透明感が強いと、消費が回復基調に戻ることはない。
		一般レストラン（スタッフ）	・東日本大震災の復興状況や増税の動きを含めて、先行き是不透明である。
		一般レストラン（店員）	・消費税率の引上げの動きもあり、プラスとなる材料が見当たらない。
		一般レストラン（経理担当）	・増税などで様々な負担が増えるという議論が進むため、今後は景気が大きく上昇することはない。

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
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・400円前後の新商品を発売しても、1週間程度で低単価商品に入れ替えねばならない状態である。先行きが不透明ななか、客の財布のひもは固いままであるため、見通しは厳しい。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・来客数や1品単価は落ち込んでいるが、販売量や売上は今後も前年並みで推移する。
		観光型ホテル（経営者）	・供給過多の状況が慢性化している影響か、先の予約状況をみても、良い日と悪い日の差が極端になっているため、全体としては厳しい状況が続く。
		都市型ホテル（マネージャー）	・宴会部門の3～4月までの法人客の予約状況は芳しくなく、今後も厳しい状況が続く。宿泊部門では、花見の時期には外国人観光客が増えるものの、継続的に増加するかどうかは不透明である。また、宿泊・宴会共に、法人客の動きが上向き気配はない。
		都市型ホテル（客室担当）	・円高の影響で、国内旅行よりも海外旅行の魅力が高まっている。消費税率の引上げ議論による先行き不安から、客は国内旅行の価格に敏感となっているため、今後も厳しい状況となる。
		旅行代理店（経営者）	・円高の継続で海外旅行は好調となるが、経済の閉そく感もあって国内旅行の不調は続く。
		旅行代理店（広報担当）	・今年の2、3月は前年のような3連休がないため、旅行に行く機会が減る。円高の影響も、当初は旅行業界にプラスの部分が多かったが、最近では仕事面への悪影響などから、客の動きが鈍くなっている。さらに、燃油サーチャージの高騰も客の旅行マインドの悪化につながる。
		観光名所（経理担当）	・これまでと同様に、苦しい予算のなかで対策を行っても来場状況は良くなる見込みがないため、先行きの見通しは厳しい。
		競艇場（職員）	・景気改善の動きもみられないなか、購買単価や入場者数が上向きことはないが、これ以上悪くなることもない。
		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開幕し、今年は公式戦が3試合あるほか、人気グループによるコンサートも開催されるため、多くの来場者が訪れる。
		その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・不透明な材料が多過ぎて判断は難しいが、明るい材料が見当たらない。
		その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）	・新規顧客を獲得する具体策もないため、来客数は頭打ちとなる。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・2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動きが出る。
		その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・依然として景気の先行きが不透明なため、生命保険の加入を検討する客は伸びない。
		住宅販売会社（経営者）	・特に大きな材料はないが、消費税率の引上げ問題もあるなど、長期的に上向き要素はない。
		住宅販売会社（総務担当）	・消費税率引上げの動きに伴い、様子見となる客が増えているため、先行きの見通しは良くない。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・新築住宅市場は少子高齢化と人口減少で縮小が進んでいるため、政策による後押しがなければ需要の喚起は望めない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・消費税率や年金保険料の引上げの話もあるため、売上の減少につながる。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・年配客からは年金への不安の声が増え、2万円以上の商品を買えないという声も聞かれる。将来への安心感がなければお金を使わないため、先行きには不安がある。
		百貨店（売場主任）	・消費税をはじめとする税負担の増大や、年金などの将来不安が高まっているため、客の財布のひもは更に固くなる。
		百貨店（マネージャー）	・家具などの大型商材や、宝飾品、美術品といった高額商材のほか、服飾品の動きも芳しくなく、今後良くなる材料も見当たらない。
		百貨店（売場担当）	・気温の低下にもかかわらず、季節商材のコートの売上が前年を下回っていることから、春物商材の売上にも期待できない。また、円高で高級ブランド品を海外で購入する客が増えるため、売上は増えにくくなる。
		スーパー（経営者）	・天候が悪く、生鮮品の価格が上がりやすいため、今後も消費は伸びない。
		スーパー（店長）	・年金や税に関する不安が高まっているほか、年末年始の出費の反動もあり、買い控えの傾向が強まる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（企画担当）	・前年を下回る傾向が続いているため、今後も悪化の動きが進む。
		スーパー（開発担当）	・賃金の上昇が見込めないなか、節約指向が強まっていく。原油価格の高騰が見込まれるため、消費の冷え込みは避けられない。
		コンビニ（店長）	・増税や社会保障に対する不安から、禁煙などの節約に向けた動きが増える。
		コンビニ（店員）	・来月には当店の数百メートル先に競合店がオープンするため、来客数、販売量共に減少する。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・客の間で買い控えの雰囲気が強まっているため、先行きは悪くなる。
		その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・消費税率の引上げが決まれば、一時的な駆け込み需要を除いて、消費は更に冷え込む。
		一般レストラン（経営者）	・外食や出費を控える傾向が進むため、単価を下げてでも来客数が増える余地は少ない。
		都市型ホテル（支配人）	・消費税率引上げの動きがあるなど、景気は当分良くならない。
		都市型ホテル（総務担当）	・法人の宴会や、レストランの利用では、3月までの予約が大きく減少している。
		通信会社（企画担当）	・消費税率引上げによる購買力の低下などで、先行きは悪くなる。
		テーマパーク（職員）	・春の観光シーズンに向けて、新たなアトラクションも準備しているが、周辺では水族館のオープンが予定されている。これで相乗効果生まれるのか、競合施設となるのかの判断は難しいが、見通しとしては厳しい。
		観光名所（経理担当）	・今月の前半は雪の日が少なく、寒さも厳しくなかったため、来客数は前年並みの水準であったが、後半はかなりの寒さと積雪に見舞われた。メディアで当市の積雪予想量が報道され、来客数の大幅な減少につながったことで、月全体の売上は前年の10%増にとどまっている。今後についても、前年はドラマによる効果で良かった分、全体的に悪くなる。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	・来期の不良債権処理に備えて、金融機関が融資を抑えてくるため、先行きは厳しくなる。
		悪くなる	
スーパー（企画）	・消費税率引上げ議論の本格化に伴い、すぐに増税となることはないが、消費者の間では将来不安がますます高まっている。今後は、生活防衛意識がより一層強まることになる。		
衣料品専門店（経営者）	・景気の低迷に加えて、大規模店舗の乱立といったマイナスの要素が多く、先行きに明るさがみられない。		
家電量販店（店長）	・エコポイント制度の終了で落ち込んだ需要が回復する兆しはない。特に、テレビやDVDは深刻であり、今年はロンドンオリンピックが開催されるが、前年の単価を上回ることはない。		
スナック（経営者）	・前月の盛り上がり比べて今月は新年会もなく、少人数の客が若干みられる程度であった。2、3月に期待しているが、あまり良くなることはない。		
その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・ダイレクトメールを送ると今までは反応があったが、ほとんどみられなくなっているなど、先行きの見通しは厳しい。		
競輪場（職員）	・例年に比べて状況は悪くなりつつある。春闘はベースアップがないほか、不況感も一層濃くなっているなど、良くなる要素はない。		
美容室（経営者）	・商店街の人の流れが変わり、客足が減ってきている。ついでに商店街に来ることがなくなりつつあるため、これからは厳しくなる。		
企業動向関連	良くなる		
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・受注量が増加しているため、先行きの見通しは良い。
	やや良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・売上が増加傾向にあり、新規事業の開始も近づいてきたため、先行きはかなり良くなる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・顧客企業の動きから判断すると、原子力発電からの方向転換のための設備投資が活発になる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		電気機械器具製造業（経営者）	・国内市場には期待できないが、東南アジアや日本を除く東アジアの景気は、弱含みとはいえ成長を続けている。当社の海外取引のスキルも上がっているため、業績の改善は可能な状況である。	
		電気機械器具製造業（企画担当）	・新商品の販売方法を改善することで、徐々に販売量が伸びる。	
		建設業（経営者）	・再生可能エネルギー特別措置法などの影響もあり、太陽光発電に関する引き合いは今後も増えていく。	
		コピーサービス業（店長）	・安価なサービスを大量に利用する傾向があり、客単価の上昇につながっている。今後も利用者数の増加が必要となるが、先行きの見通しは比較的明るい。	
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・ロンドンオリンピックの開催を見据え、テレビスポット広告の需要が本格的に回復する。	
	変わらない	食料品製造業（従業員）	・小売店ではプライベートブランドの販売が拡大しているなど、価格を低く抑えれば販売量が増える。当社が受注しているプライベートブランドの出荷も、横ばいから少し増えている。利益は出にくいものの、販売量を増やす手段としての位置づけは変わらない。	
		繊維工業（団体職員）	・地域ブランドとしての取組が、当地のタオルの受注につながりつつあるため、今後もこの傾向が続く。	
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達量に変化がないため、今後も現在の状況が続く。	
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・受注の増加と減少に関する商談が両方あるため、全体的には現在の状況が続く。	
		プラスチック製品製造業（経営者）	・年金や消費税、円高といった不安定要素が多いため、消費者の財布のひもは固くなる。当業界の製品は、生活必需品の次に購入される物が多いため、良くて現状維持である。	
		金属製品製造業（管理担当）	・受注量は増えるが、作業効率が悪い影響で、利益の確保は難しい。	
		一般機械器具製造業（営業担当）	・既に2～3か月先まで仕事が入っているため、新たな仕事の依頼があれば人員の確保が必要となる。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災の復興に伴う需要が増えつつあるため、今後も好調な動きが続く。	
		電気機械器具製造業（企画担当）	・戸建住宅やマンションの販売の好調が続いているため、見通しは悪くない。	
		電気機械器具製造業（営業担当）	・伸びると予想していた受注が伸び悩んでいるため、先行きは不透明である。	
		電気機械器具製造業（経理担当）	・良くなる要素は見当たらないが、多くの取引先からは少し良い話が聞かれる。	
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・海外向け部品の受注は上向き傾向にあるが、国内での設備投資は相変わらず停滞しているため、全体としては現在の状況が続く。	
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・一部のメーカーでは、生産の国内回帰の動きもみられるが、全体的に大きな変化にはつながらない。	
		建設業（経営者）	・東日本大震災の復興の本格化で、建設資材や職人が不足するほか、賃金の高騰も予想される。公共工事の予算配分も復興事業に集中するため、地方の公共工事の減少が進む。	
		輸送業（営業所長）	・欧州の信用不安が落ち着かなければ、航空貨物も増えない。	
		通信業（管理担当）	・良くなりそうな気配が全くないため、今後も厳しい状況が続く。	
		金融業（営業担当）	・公共工事の減少などで厳しい状況となっており、見通しは良くない。製造業の取引先の大半も、今後の見通しをやや悪いか、悪く考えている。	
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込広告を入れる範囲を縮小する企業もあり、1件当たりの数量が減りつつある。折込広告収入も横ばいで、上向き気配がない。	
		広告代理店（営業担当）	・広告単価が下がっているため、売上も前年水準の確保が精一杯となる。	
		経営コンサルタント	・今の経済情勢や景気の現状をみると、しばらくは苦しい状況が続く。	
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・これから必要となる設備や物品の見積が芳しくないなど、先行きの見通しは厳しい。	
		やや悪くなる	繊維工業（総務担当）	・価格が安くなければ売れないため、今後も客単価の低下が進み、それに伴って利益も減少する。
			繊維工業（総務担当）	・新年を迎えて早速、取引先からは値下げ要求が入ってくるなど、先行きの見通しは厳しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		化学工業（企画担当）	・消費の動きが例年と異なるほか、今後の需要拡大につながる要素も見当たらない。
		金属製品製造業（営業担当）	・自動車関連の取引先からは、3月末まではある程度の生産を見込んでいるが、4月以降は全く不透明といった声が聞かれるため、見通しは良くない。
		輸送業（営業担当）	・バーゲン時期で通信販売関連の荷物が増えているが、企業間の荷物の減少で利益が減少しているなど、先行きの見通しは厳しい。
		輸送業（営業担当）	・少子化によって学習機の売行きが悪くなるため、見通しは厳しい。
	悪くなる	化学工業（管理担当）	・円高の影響で輸出量がかなり減少する。
	金属製品製造業（経営者）	・円高などで、取引先の海外工場では現地調達へのシフトが加速しているため、先行きの見通しは非常に厳しい。	
	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・今後良くなることはなく、維持するだけでも大変である。	
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・年度末特有の忙しさが出てきており、3月までは今の動きが続くほか、4月以降も東日本大震災の復興需要により好調が続く。
		人材派遣会社（支店長）	・情報通信業界からの案件が徐々に増え始めているなど、底を打った感がある。
		人材派遣会社（営業担当）	・受注の勢いが衰えそうにないなど、先行きの見通しは良い。
		民間職業紹介機関（職員）	・東日本大震災の復興工事に関する求人が徐々に増えている。労働相談窓口でも現場が東北といった話が徐々に始まっているため、求人の増加につながる。
		民間職業紹介機関（支社長）	・求人の動きが順調であり、今後もこの調子が続く。
	変わらない	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・関西企業の業況は悪いが、薬品業界が好調であるため、全体的には今のままで推移する。
		職業安定所（職員）	・欧州の信用不安をきっかけにした海外景気の下振れや、急激な円高、節電問題、タイの洪水による影響など、先行きにはプラスの要素が見当たらない。今後、雇用にとどのような影響が出るかが懸念される。
		職業安定所（職員）	・産業別にばらつきはあるが、求人が増えている一方、求職者は減少しているため、雇用情勢は回復傾向が続いている。ただし、急激な円高の進行やタイの洪水による影響で、企業の雇用意欲が減退し、求人の提出をちゅうちょする傾向も出てきている。また、今後は電機関連や金融業で大規模な雇用調整が予定されているほか、ゴルフ場や病院の事業廃止も続いているため、雇用情勢にも一部で影響が出てくる。
		職業安定所（職員）	・求人数が減少し、求職者数が高止まりする状態が続いているため、見通しは良くない。
		民間職業紹介機関（大学担当）	・消費税率引上げの話題で持ちきりとなるほか、今後も海外景気の動向に左右されるため、雇用情勢の見通しは良くない。
		職業安定所（職員）	・年末から県内各地で電気機器メーカーの工場閉鎖が相次いで発表されているため、雇用情勢はやや悪くなる。
	職業安定所（職員）	・円高や欧州の信用不安などの影響で、生産調整を始めた事業所もあるなど、先行きの見通しは良くない。	
	悪くなる	—	—

8. 中国（地域別調査機関：（社）中国地方総合研究センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	○	○
	やや良くなる	スーパー（店長）	・東日本大震災より1年が経過し、県も明治維新150年祭を企画しており、やや期待が持てる。
		スーパー（総務担当）	・年が明けてからの落ち込みが予想より少なく、期待が持てる。
		スーパー（販売担当）	・客単価は低下しているものの、来客数と販売量にはそれほど落ち込みはなく、日々接する客の様子からは購買意欲の向上がうかがえ、今後緩やかながら景気が回復していく。
	コンビニ（エリア担当）	・一時販売量が低下したが比較的安価な商品の回転率が上昇している。東日本大震災から1年が経過し、今後は現在売上が順調な低価格商品を中心にやや良くなる。	

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
		乗用車販売店（統括）	・前年は東日本大震災の影響で落ち込んだが、今年はエコカー補助金効果が見込め販売量は上向く。
		乗用車販売店（店長）	・新型車投入の追い風もあり、初売り以降好調に推移している。エコカー減税延長前の買い控えの影響は感じられない。
		乗用車販売店（業務担当）	・新製品の投入、エコカー減税の延長など追い風状況であり、2～3月にかけてはしばらくこの状況が続く。
		乗用車販売店（副店長）	・政府のエコカー減税延長の見通しに伴い、需要が見込まれる。
		自動車備品販売店（経営者）	・季節商材が動き出すが、海外の安価な商品が多く売れるため売上金額は微増にとどまる。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・大河ドラマの影響が大きく、良い状況が継続する。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・今月があまりにも悪いため、2～3か月後は今よりは良くなる。
		その他小売店〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・春物に移行する時期がかなり遅れているため、春先にも使用できる重衣料が定価で稼動すると単価の上昇が見込める。
		一般レストラン（外食事業担当）	・これから入学、入園の時期になるとともに、東日本大震災からも1年が経過しており、前年に比べて景気はやや良くなる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・問い合わせや予約状況が増加している。
		都市型ホテル（総支配人）	・宿泊関係の予約状況は前年比微増である。宴会、婚礼等の予約状況も前年に比べ10%ほど良くなっている。
		通信会社（企画担当）	・東日本大震災の影響は薄れてきており、何とか少しずつでも持ち直そうという前向きな気持ちもあることから良い方向へ向かう。
		テーマパーク（業務担当）	・春に開催する大型行事により、例年以上の動員を見込んでいる。
		テーマパーク（広報担当）	・3月からイベントを開催し、宣伝も強化する予定で、天候が安定すれば来客数は上向く。
		ゴルフ場（営業担当）	・昨年は東日本大震災等の影響により、来客数が減少したが、今年の景気は上向きとなっている。
変わらない		商店街（代表者）	・商店街内の工事の影響もあるが、人通りや来客数が減少し、今後も販売量は伸び悩む。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・春物が入ってきて街の雰囲気は明るい、商店街の空き店舗は更に増加している。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・消費者はこのまま様子をみながらの節約ムードが続く。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・何か起爆剤がない限りこの傾向はあまり変わらない。
		百貨店（営業担当）	・アウトレットパーク等の新設の影響がどの程度続くか予測し難いが、5月連休明けまでは厳しい状況が続くものと覚悟している。影響が少なくなりアウトレットパークオープン前の状態に戻っても、不景気のなかで客の購買意欲が簡単に戻ることはなく、長期低迷状況は継続する。
		百貨店（営業担当）	・今すぐ必要な物は購入しても、あったら便利という物に関しては購入意欲が低い状況が続く。
		百貨店（販売促進担当）	・冬の最終セール、春物商戦が始まるが、客の慎重な購買姿勢は継続しており、客単価の低下も見込まれることから、大きな景気回復感には期待できない。
		百貨店（売場担当）	・東日本の復興需要の期待から、商品供給は平年並みに安定し、トレンドがないものの客単価が安定して前年並みで推移する。
		百貨店（購買担当）	・1月の後半は例年春物が売場の3分の2を占めているが、今年は昨年12月まで気温が高かったため冬物の動きが悪く、1月に入って気温の低下で冬物が動き始めている状況である。メーカーは冬物の売上を優先するため、春物を作らず売れない状況で、春の商材を店頭で見ることがないため、今後春の商材については不透明である。
		百貨店（販売担当）	・競合店のオープン景気も落ち着いてくるものの、土日の来客数が戻らなければ引き続き厳しい状況が続く。
		百貨店（営業企画担当）	・現在の環境からは景気が上向くことは考えられない。
		スーパー（店長）	・ここ半年販売点数は前年を下回っており、この状況は変わらない。

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
		スーパー（店長）	・客1人当たりの買上点数が減少しており、節約志向は続いている。
		スーパー（販売担当）	・客層に変化がなく、今後も客単価、来客数の増加が見込めない。
		コンビニ（エリア担当）	・たばこ値上げから1年が経過し、影響も薄れてきている。また、気温低下もあり現在はやや下向き傾向ではあるが、大きく下がる要因はなく現状維持で推移する。
		家電量販店（店長）	・ある程度の1人暮らし需要が見込めるものの、近年徐々に1人暮らし需要も減っており、現状で推移する。
		乗用車販売店（営業担当）	・エコカー補助金や減税の話などで動き始めてはいるが、まだ金を使うこと自体に抵抗がある客が今後も増える。
		乗用車販売店（店長）	・今の状況が最高点なので、これ以上良くなることは考えづらい。
		住関連専門店（営業担当）	・今後の景気は不透明で、来月以降はどうなるかわからない。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・当地域には明るい材料はないが、これから暖かくなり、他地方の活力で良くなることを当てにしている。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・今後増税の懸念等厳しい材料しかなく、現状のまま推移し景気が上向くことはない。
		一般レストラン（エリア担当）	・近隣店舗の値下げ競争が厳しさを増してきており、危機感を抱いている。
		観光型ホテル（支配人）	・インバウンドを含め宿泊予約は好調なものの、婚礼予約の入込が例年に比べて非常に悪くなっている。婚礼に限れば、地域全体でみても今上期は前年比でマイナスとなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・新年会や歓送迎会も安価な居酒屋に流れており、ホテルの宴会プランも料金を下げざるを得ない状況である。
		タクシー運転手	・現在の状況が良くなる要素が見当たらない。
		タクシー運転手	・これからは異動の時期等もあるが状況は変わらない。
		通信会社（社員）	・好転材料がない。
		通信会社（営業担当）	・上向く要素がなく今の状況と変わらない。
		通信会社（営業担当）	・景気低迷の影響に加え、地上デジタル放送の普及、BS放送の拡充、多チャンネル放送サービス等へのニーズが落ち込んでおり、回復の見通しが立たない。
		通信会社（総務担当）	・依然として販売増に結び付く需要拡大が見込めない。
		テーマパーク（管理担当）	・原子力発電所の問題、政治の問題、今後の消費税の問題など、客の動向を消極的にするものが多すぎる。
		競艇場（職員）	・今後は現在と同等の集客が見込めるレースの開催となっている。
		その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	・ここ2～3か月に景気の変化が特にみられなかったことから、今後2～3か月で特別何か大きな社会情勢の変化でもない限り、景気が変わることはない。
		設計事務所（経営者）	・客の動向が変わらないことから景気の大きな変化がない。
		設計事務所（経営者）	・復興支援、住宅エコポイント制度等の支援制度で、リフォーム市場活性化への動きは出てきているが、消費者の動きは今一步である。
設計事務所（経営者）	・建築材料が入りにくくなったり、値上がり傾向にあるという話を聞いている。春になり新しい年度を迎えると、東北の本格的な復興が始まるので、人手不足や建築物価の値上がりに拍車がかかるのではないかと心配している。		
住宅販売会社（経理担当）	・住宅エコポイントの発行も始まったが一時的なもので、景気回復までは難しい。		
やや悪くなる		商店街（代表者）	・外部環境も厳しいなか、景気浮揚策もない現状では良くなるとは考えられない。
		百貨店（売場担当）	・食品物産展や特別招待会などは順調だが、総じて近隣地区との集客競争に勝てる要素が少ない。
		スーパー（業務開発担当）	・通常の特売価格では売れなくなっており、超目玉を越え超々目玉の価格でないと動かない状況である。特に1月半ば以降顕著になっている。
		スーパー（管理担当）	・売上は依然として前年並みが続き上がってこないなか、増税等のマスコミ報道により景気の上昇は望めない。
		スーパー（営業システム担当）	・増税などの動きが今後どうなるかによって景気の様子も変わる。ただ、一時的に増税前の駆け込み購入から買い控えの流れになることは確実である。
		コンビニ（エリア担当）	・今月末から来月には周辺の道路工事が終わるので、来客数、客単価は元に戻るが、山陰の企業で大幅な人員削減があったので、全体としての景気は悪くなる。

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
		コンビニ（副地域ブロック長）	・本年度も競合他社は過去最高の出店を予定しており、既存店への影響が引き続き懸念される。
		衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる要素が見当たらない。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税の話等が出ると日用品以外の物は厳しくなる。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・客は必需品だけを買う傾向が続いており、今後も昨年と比べて来客数は減少し、客単価も低下する。
		家電量販店（店長）	・エコポイント需要とアナログ放送停波前の特需の反動がしばらく続く。節電を意識した買換え需要も景気低迷によりお盛ではなく、買換えサイクルも伸びる傾向にあり販売量の増加にはつながらない。
		家電量販店（店長）	・客の話から就職難で学生が専門学校等に行く可能性が大きくなることが予想され、家庭の出費が悪化することから売上は悪くなる。
		高級レストラン（スタッフ）	・これからの予約について、レストラン部門は不透明であり、宿泊部門や宴席部門はあまり良くない状況となっている。
		一般レストラン（経営者）	・相変わらずのデフレ傾向で、客は待てば価格が下落するように思っている。この世相を反映して、必要不可欠の物しか購入しない傾向は今後も持続する。また、外食が支出を切り詰める対象に当たるので、今以上の来客数減少が懸念される。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・ここ何か月も良くなる様子はうかがえない。また、報道による景気低迷のニュースも影響して先行きは非常に不安である。
		タクシー運転手	・勤務時間の制限が厳しくなり、思うように仕事ができない。
		タクシー運転手	・当地域は公務員主体の街で、給料の削減等の報道もありやや悪くなる。
		美容室（経営者）	・客の経済状況が改善される気配はない。
		美容室（経営者）	・今までの経済状況からみても、今年は今までより厳しい年になる。
		住宅販売会社（従業員）	・来客数も一段と減少傾向にあるため、今後の受注状況にも影響が及ぶ。
		住宅販売会社（販売担当）	・原子力の問題に起因する電気料金の不安定要素が強く、少なからず光熱費の上昇が予想され、イラン情勢次第では燃料費価格の更なる上昇も懸念される。
		悪くなる	
商店街（代表者）	・年金や円高等の問題で消費者は閉塞感があり、灯油やガソリン等の値上げもあることから今後景気は悪くなる。		
スーパー（店長）	・4月に新たな競合店となるディスカウント店がオープンするため、近隣の競合店6店の販売促進が激化する。		
スーパー（財務担当）	・特殊なイベントでは来客数も増加し、客単価も上昇するが、平常時は節約志向がますます顕著になり客単価が減少する。		
通信会社（通信事業担当）	・受注数はほとんど例年と変わらず、解約数が増える状況が続いていたが、ここに来て受注数そのものが減ってきており、非常に厳しい状況になる。		
美容室（経営者）	・今後景気が良くなる材料が見当たらず、商店街での客との話でも同様である。		
企業動向関連	良くなる やや良くなる	○	○
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・これからも現在の忙しい状況が継続する。
	コピーサービス業（管理担当）	・今月の受注量の落ち込みが大きく、来月は年間でも最低となるが、3月以降は年度末の特需で回復が期待できる。	
	変わらない	農林水産業（従業者）	・平成23年の年間水揚げ数量は26,744トン、水揚げ金額は39億3,129.6万円となっている。水揚げ数量は前年と比べ109.4%で1,520トンの増加、水揚げ金額も106.1%で2億2,631.3万円の増加となっており、今後も大きな変化はない。
食料品製造業（総務担当）		・1～3月、各企業は在庫を持つこともなく、収支に関して敏感になっており、4月からの値上げが心配である。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		食料品製造業（総務担当）	・良い情報も悪い情報も聞かないが、まわりの状況を見てみるとこのままの状況が続く。
		繊維工業（統括担当）	・現在の状態が続く見込みのため、しばらくは変化がない。
		木材木製品製造業（経理担当）	・冬期季節要因もあるが、国内外の不安感、不透明感の影響もあり景気はやや悪くなっている。
		化学工業（総務担当）	・景気の先行き不透明感が強い。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼向けは鉄鋼業減産の影響が出てきて生産が減少するが、焼却炉の新設案件の受注が入り現在の生産量が継続する見込みである。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・現在の状況が続き特段の動きはみられない。
		電気機械器具製造業（広報担当）	・受注が減少したままで当面回復は見込めない。
		建設業（総務担当）	・社会情勢が今一つ落ち着かず、インフラ整備への意欲が高まっていない。
		輸送業（業務担当）	・現行の変化はなく当面は変わらない。
		通信業（営業企画担当）	・来年度への予算時期ではあるが、来期の大型設備投資に関する案件が昨年度と比較し少なくなっている。
		金融業（自動車担当）	・米国経済の回復などプラス要因はあるが、ユーロ危機は当面解決できずに世界的な景気停滞感が持続し、地元自動車部品メーカーは売上が伸び悩み、減収基調となる。
		金融業（営業担当）	・当地で大手メーカーの事業所撤退のニュースが流れており、企業撤退時の雇用の喪失、取引企業の存亡等の問題も今後発生する可能性が高い。地元の経営層と話をしても、まだまだ将来を楽観視する話は聞かれない。今後3か月をみても地域が潤うような話もなく、現状と大きく変化のない状況が続く。
		広告代理店（営業担当）	・年度末で動きが活発な企業もあるが、全体的にみると少し鈍い状況である。
やや悪くなる		化学工業（経営者）	・当社製品は海外を含め日本の自動車メーカーの生産台数からの影響が大きい、欧州の信用不安等景気の悪化懸念材料があり引き続き受注量は減少基調となる。
		金属製品製造業（総務担当）	・原材料価格の上昇はないものの、受注が想定していたよりも伸びず、見込みの70%にとどまりそうである。このままの見通しでは、人員の削減等の合理化をせざるを得ない状況である。
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	・海外向けの自社製品の受注は回復基調にあるが、現況の為替水準では海外事業全体の採算は見込めず、今後大幅な損益悪化が続く見通しである。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・製造業では消費税は大きなインパクトがあるため引上げ動向を懸念している。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・受注減少傾向は決算月後は強くなる。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・以前より多少採用が増え明るさもあるが、円高による海外生産増加には歯止めがかからず、工場移転が相次いでおり、国内の空洞化がますます進む。
		建設業（経営者）	・仕事が減少し、廃業、倒産する取引先も多くなっている。事業所の撤退や閉鎖もあり、地域全体の景気が下降している。
会計事務所（職員）	・公共事業からの受注がパツとしない。製造業は親会社が受注を外国にシフトする動きが見られ、国内の下請に回す量が減ってきているため、価格競争もし烈になってきており見通しは良くない。		
悪くなる		鉄鋼業（総務担当）	・1～3月は自動車関連が年度末であり、当地区の自動車メーカーと自動車関連のメーカーは、そこそこの生産水準を見込んでいる。一方、4月以降は生産した反動で大幅減の見込みとなっている。また、復興需要についても、実需となって具体化するのには今年秋以降となるため来年度上期は厳しい状況となる。
		鉄鋼業（総務担当）	・欧州の信用不安の問題があり、国内も消費税増税など消費マインド萎縮の話ばかりで景気は悪くなる。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きから今後悪くなる。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・親企業は、価格を下げて納品できない関連企業から、中国や韓国の企業に乗り換えることも充分あり得る。
		輸送業（総務担当）	・取扱量が減少するとともに、同業他社との価格競争が激化していく。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	—	—
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・各企業の新卒、中途採用の計画はまだ積極性を取り戻していない状況である。
		人材派遣会社（支社長）	・即戦力を求める求人は増えているが、一方で再就職支援のニーズも増えてきている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・東日本大震災の影響が緩和して、足元の受注は回復しているが、円高や海外景気の減速から先行きは厳しい見通しである。円高などの影響で中小企業でも海外進出の動きが出ており、産業空洞化が現実になりつつある。
		職業安定所（職員）	・11月に管内大手事業所の撤退の発表や、大規模な事故が発生したほか、隣接地域のシリコン製造工場の閉鎖により500人以上の解雇者が出る等、このところ不安定要因が増えている。現在までのところ雇用面では、当初心配されたほどの大きな影響は出ていないが、先行きは不透明である。産業別では、医療や福祉業が依然として求人意欲が高いが、卸、小売業ではパート求人減少が目立っている。
	民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・景気を左右するほどの条件や材料が見当たらない。	
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・当地域の基幹産業である自動車、鉄鋼の大手企業の生産が芳しくなく、裾野の関連企業にも波及し、求人数や派遣社員数が落ち込む。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・求人数が増える要素が少なく、あっても内容が以前から変わらない求人が継続的にある程度である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ごく一部の製造業が好調なくらいで、総じて先行き不安から、より一層のコスト削減を進めるなど、守りの経営が目につく。
悪くなる	職業安定所（職員）	・製造業では円高の影響が引き続いているため求人意欲も低調な状況が続く。販売関係も時期的に低調になることから求人意欲が低調になる。観光関係も降雪の関係で来客数が減少し、低調となる。	

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	乗用車販売店（従業員）	・3月の最需要期にエコカー補助金制度が加わり、追い風が吹いていると予想する。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・4月に新しい商業施設がオープンする予定で、期待が大きく膨らんでいる。
		百貨店（営業担当）	・来客数も戻ってきており、実需商品や高額商品も動いているので、少しずつ回復していくと予想する。
		スーパー（店長）	・寒波で冬物の需要が増えてきている。青果物、特に野菜の高騰により、売上増が見込める。
		スーパー（財務担当）	・東日本大震災復興のための予算執行による景気浮揚などが予想される。
		コンビニ（店長）	・お客様の様子から力強さが感じられる。節約モードから変化が見られる。
		乗用車販売店（従業員）	・ハイブリット車が好調であるため。
		乗用車販売店（営業担当）	・エコカー補助金効果が現れると予想する。
		乗用車販売店（役員）	・受注が伸びてきている。2～3月は確実に減税効果等もあり、市場も盛り上がってくると推測する。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・1月、2月は一番売れない時期だが、暖くなる3月、4月になると、よく売れるようになる。
		タクシー運転手	・3月、4月は入園・入学、送別会・歓迎会等があるため。
		タクシー運転手	・お遍路さんの四国八十八箇所参りが始まり、特に今年は閏年であることから「逆打ち」ということをよく聞く。異動の時期もあり、増えるだろう。
		通信会社（営業担当）	・各社端末がフルラインナップし、春向けの割引施策も発表された。受験が落ち着いて卒業・新入学シーズンを迎えると市場が活性化されると予想する。
		通信会社（営業担当）	・春商戦期に対する期待による。
		設計事務所（所長）	・民間の賃貸マンションや高齢者向けの住宅の発注が増えてきている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	商店街（代表者）	・昨年ほどの観光客の来街は見込めない状況が続く見通しである。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・月末から予約が持ち直しているものの、前年と同じ程度になるか予想が立たない。
		百貨店（営業担当）	・初売は前年並みに推移したが、高級ブランド商品群の苦戦が目立った。夕刻以降の来店客の減少傾向が顕著である。
		スーパー（店長）	・やや良くなる傾向はあるが、消費税等の問題がきちんと片付かないと、景気はなかなか上向かないと思う。
		スーパー（企画担当）	・年度の変わり目に記念セールなど企画する予定であるが、値下げ販売になることから、売上に結び付けるのは厳しい。
		スーパー（統括担当）	・来店客数はあまり変わらない。
		スーパー（企画・営業担当）	・消費行動が好転するような材料は今のところ見当たらない。販売チャネルの多様化などから、既存事業だけでは縮小均衡が今後も続くと思われる。
		コンビニ（総務）	・消費を喚起するような材料が見当たらない。来店客数が増える見込みがない。
		コンビニ（商品担当）	・消費が上向くような政策等がない限りは、好転的な展望は望めない。
		衣料品専門店（経営者）	・良い材料・要素が見つからない。
		衣料品専門店（経営者）	・昨年オープンした大型ショッピングセンターの影響が続き、当面、厳しいものと予想している。
		衣料品専門店（総務担当）	・気温が例年より低いという予報から、春物の立ち上がりへの影響が懸念される。最近では先物買いではなく、実需の動きが強いため、売上は低迷するのではないかと考えている。
		家電量販店（店長）	・売上が伸びている商品がない。
		家電量販店（営業担当）	・消費税増税を口にする客が増えていることから、不安感は根強く、買い控えが一段と進んでいるようにみえる。
		観光型旅館（経営者）	・国内旅行も、外国人の旅行者も減っており、この状況は当面変わらないのではないと思う。予約状況は、宿泊は悪いが、ブライダル、会議や学会等はあるので、売上はなんとか維持できる。
		通信会社（支店長）	・今後の販売量の推移など総合的な判断による。
		観光名所（職員）	・来客数の伸びの変動が少ない。
		ゴルフ場（従業員）	・ゴルフシーズンに入るが、予約の状況や消費単価の面などを考慮しても、現状とあまり変わらないと予想される。
		美容室（経営者）	・年度が変われば少しはよくなると期待したい。
		設計事務所（職員）	・新規受注が見込めないもので、ここ数か月は現状維持できるものの、その後は補正効果が薄れて不透明である。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・良くなる兆しが見えない中で、消費税などの国民負担が増えるような議論が国会で盛んに行われているため。
		スーパー（店長）	・各種増税や手当廃止により消費者の節約志向が強くなる懸念がある。
		都市型ホテル（経営者）	・予約状況が伸びない。人の消費が若干鈍ってきているのではないかと思う。
		旅行代理店（支店長）	・円高の影響から、輸出産業を中心に景気後退が見られ、出張需要や個人旅行需要の低迷が懸念される。
		通信会社（企画）	・特に大きな要因は無く、現状のお客様の様子から今後悪くなると思われる。
		競艇場（職員）	・稼ぎ頭の正月レース単体が前年比13%減で終わり景気上向きへの力強さが感じられない。2、3か月先は好転材料も乏しく、依然厳しい状態が続く。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	・節約ムードに歯止めがかからない。
	悪くなる	衣料品専門店（経営者）	・消費税増税になれば、家計の消費が減ることにより、売上が減少する。
		住関連専門店（経営者）	・東日本大震災や原発事故、政治も不安定であり、明るい兆しが見えず、販売量が伸びない。
		美容室（経営者）	・消費税増税や解散総選挙等が噂されていて、政治・経済共に先行き不安が大きく、消費意欲が上向く要因が見受けられない。
		—	—
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）	・5か国で大統領選挙があり、その選挙対策で、若干、景気が上昇する兆しも出てくる感じがする。また、復興需要に向けて、少しずつ前進しつつあると推測する。

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
		電気機械器具製造業（経営者）	・太陽光設備への引き合いが多い。今年7月の再生可能エネルギー買取制度に合わせて、大幅な受注が見込め、景気は良くなる。
		金融業（融資担当）	・厳しい寒さが当分続くと予想され、冬物衣料や暖房機器購入が増えるものと判断する。
	変わらない	農林水産業（総務担当）	・寒さが緩和されてくると消費増も期待できるが、不透明である。
		繊維工業（経営者）	・円高、欧州危機による景気悪化、国政の混乱などから、消費者は積極的な購買を控えていると思われる。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・ギフトシーズンの3、4月は受注が増加してくると思うが、現在の状況から判断すると、それほど大きな変化はないと思う。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・今の水準以上の極端な円高は想定していない。復興需要も本格化するまでには、今しばらく時間を要する。
		輸送業（経営者）	・現在の状況で推移すると予想する。
		輸送業（営業）	・1月の取扱量は東日本大震災発生前の昨年より低く推移した。年度末にかけて一時的な取扱量の増加は期待できるが、四国は東日本大震災特需の恩恵が薄く、先行きは不透明である。
		通信業（部長）	・欧州の信用不安と円高等の不安材料が解消されない状況がこのまま続くと、法人企業への販売状況は弱含みと考える。
		不動産業（経営者）	・不動産業は非常に厳しい状況が長く続いており、新しい動向も特に見当たらない。金融商品の先行きの不透明が影響していると思われるが、不動産投資に対する物件の引き合いが増えている。
	広告代理店（経営者）	・同業他社が倒産し、一部の得意先を引き継いだことから受注増になったが、多くの地元得意先は広告費の削減が続いている。今後、新しい案件は少ないと予想しており、変わらない見込みである。	
	公認会計士	・企業は、設備投資に関して非常に消極的である。経営者のほとんどが、景気の回復は来年以降と判断しており、今の状態が当分の間、続くと判断する。	
	やや悪くなる	鉄鋼業（総務部長）	・円高が続くと、当社取引先は韓国や中国、ドイツ等の競合先との価格競争に勝てなくなる。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・タイ洪水の影響は解消したが、販売数量が依然として回復していない。欧州、米国市場の低迷が与える影響は今後も続くと考えらる。さらに、ユーロ、ドルに対しての円高も先行き不安で、収支改善は難しい。今後、非常に厳しい状況が続くと考える。
建設業（総務担当）		・公共工事の発注件数が落ち込んでおり、回復の見込みがない。それに加え、落札金額も競争が激しいため、採算ラインには乗らない状況が今後も続く。	
悪くなる	輸送業（支店長）	・景気低迷で企業のコストダウンによる経費圧縮に拍車がかかるため。	
雇用関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（営業部長）	・派遣法改正案が成立すれば状況は上向きになる。ただし人材獲得競争はよりし烈になる。
	変わらない	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・どの業界をみても明るい兆しがみえない。観光面では春先は期待したいが、高速道路の「休日千円」措置が終わったことは大きく、それほど人が動くとも思えない。
		職業安定所（職員）	・求人倍率は高くなっているものの、臨時等の先の見えない雇用が多い。このままの状況では、景気は良くならない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・新卒採用により、派遣先の求人数が減るのではと懸念される。
		求人情報誌（営業）	・雇用、求人状況に関して、各業種とも大幅な改善がみられない。また、数億円規模の負債を抱えた民事再生案件もあって、周辺業種を中心に景気が冷え込むと見込まれる。
		求人情報誌製作会社（従業員）	・例年、求人は年始には増えるが、2月には落ち着くため。
		職業安定所（職員）	・年度末にかけて派遣労働者が大量に離職する情報がある。
	民間職業紹介機関（所長）	・業種別の温度差はあるが、全体的には景気への高揚感が感じられない。公共事業も減少し、公共事業中心の企業は、民需への移行を進めているが、公共事業に変わる安定的な売上になっていない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	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	○	○
	やや良くなる	商店街（代表者）	・客の様子を見ると、3月になると人の動きや購買にも活気が出てくる。
		商店街（代表者）	・今から就職、進学等で人の動きが活発になってくる時期であるので、必要に迫られての需要が多少増える。今と比べて販売量、売上は良くなる。
		百貨店（営業担当）	・平日は来客数が戻っている。また、冬物雑貨のセールと地域との連携催事により集客ができる。さらに、春物の衣料や雑貨の動きに期待が持てるため、景気回復が見込める。
		スーパー（店長）	・3月で東日本大震災から1年を経過し、消費マインドも徐々に上昇基調にある。一方で、消費税増税及び円高の影響等の消費への心理的な影響が懸念される。
		コンビニ（店長）	・卒業、入学のシーズンとなり、今よりはお金を使わざるを得ないため、景気も今より多少良くなる。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・気候、気温にもよるが、客の様子をみると、春に向けて景気は少しずつ上向く。
		衣料品専門店（経営者）	・いろいろな仕掛けを行い、積極的に動くため良くなる。
		家電量販店（総務担当）	・地上デジタル放送移行による前年の反動減も徐々に薄れ、白物家電や携帯電話等に動きがみられ、来客数は増加する。
		乗用車販売店（販売担当）	・これから年間の最大需要時期である2、3月に向かう。ここ1、2か月は前年を上回る販売量を示しているため、最大需要期とエコカーと環境対応車の人気を重ね、やや良くなる。ただし、右肩上がりが必要が伸びていくかどうかは、まだはっきり確認できない。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・前年の東日本大震災による消費の落ち込みは、今後2、3か月には良くなる。
		高級レストラン（専務）	・当地では九州新幹線全線開通により、全国大会が開かれたり、多くの人の往来や交流人口の増加で、飲食店やホテル、交通機関等の動きは良くなる。ただ、市民の財布のひもはまだまだ固く、これからも変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・3か月後は歓送迎会等により売上は伸びるが、景気が本当に良くなる様子ではない。
		その他飲食〔居酒屋〕（店長）	・当地は大自然に恵まれ、たくさんの客が九州新幹線を通じて流れてきており、今後もリピーターを増やすようなおもてなしで今後も良くなる。
		観光ホテル（総務担当）	・今年の冷え込みは例年以上で、これが景気低迷の一因と思われる。春以降暖かくなれば、景気は少しは改善する。
		都市型ホテル（スタッフ）	・大手企業の人員削減等はあるものの、3～4月の法人及び団体等の宴席は順調に予約が伸びている。前年は東日本大震災の影響でキャンセルが続出したが、本年は一昨年並みの件数であり、売上を確保できる。
		旅行代理店（従業員）	・前年3月の東日本大震災影響もあり、前年に比べれば大きく伸びている。依然人気は韓国と南九州で、まだ全体的な需要回復とは言えない。
		旅行代理店（企画）	・円高の進捗と東日本大震災後の自粛ムードの緩和により、やや良くなる。
		タクシー運転手	・消費税増税の問題で消費活動等の駆け込み需要があり、その頃は少しは忙しくなる。
		通信会社（業務担当）	・2月は年間でも最需要期となり、販売施策も充実し、学生とその家族を中心に販売台数が伸びる。スマートフォンを中心に販売が伸びる。
	ゴルフ場（従業員）	・2～5月に九州新幹線全線開通の1周年記念や国際線定期便の就航等イベントが増え、それに伴う予約の問い合わせが増えており、予約状況はここ2、3か月は良い状況が続く。台湾からの客が増えているが、逆に、韓国、中国からの客が少し減少している。	
	理容室（経営者）	・今月は前年と比較して10%のマイナスとなっているが、業界的に2、3月は少しずつ人の動きが良くなるため、期待できる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
変わらない		美容室（店長）	・新学期に向けて子どものカットが少しは増える。前年より平均的に良くなっており、見通しは明るい。
		設計事務所（代表）	・消費税が上がる前の駆け込み需要があり、景気は良くなる。
		商店街（代表者）	・現在の状況から景気が上向く、消費が上がる要因が全くないため、このまま悪い状態が続く。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・このまま魚屋には人が来ないのではないかとというくらい現状は悪い。この状況が好転するのだろうかと不安ばかりで、何にも希望が持てない。厳しい状況が続く。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・寒い時期に大量に販売したいが、仕入価格の高騰により難しくなっている。これで消費税まで上がれば、なおさら売上は減少し、今後にも期待ができない。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税のニュース等、明るい材料が見当たらない。復興需要で東日本の売上が比較的堅調であるため、商材が東に流れる傾向があり、西日本の商材不足が懸念される。
		百貨店（営業担当）	・中間層の消費が回復せずなかなか景気は上向きにならない。何か1つでも明るい材料が出てこない消費は回復しない。
		百貨店（営業担当）	・来客数の減少が続いており、他の九州各店にはみられない当地特有の状況である。とにかく年明けから当社にとっては苦戦が続いている。
		百貨店（売場担当）	・今からは春物の正価販売品の展開時期となり、流れとしては衣料品、身の回り品を中心としてかなり良くなる。前年比107%前後で現状水準を維持し、来年の7月までは確実にこの水準が続く。他店状況をみても、現状の伸び率の水準が続く。ただ天候要因は不安材料である。
		百貨店（営業企画担当）	・年金や消費税等の影響が大きく、将来不安が取り除けない。メインである50～60歳の客の消費マインドは冷え込んだままであり、商品単価も低下傾向が続く。
		百貨店（業務担当）	・消費税増税問題等、先行きに対する不安は大きくなっている。良い物を長く使うという高額品の消費も一巡しており、日々の購買が良くなることは考えにくい。
		百貨店（企画）	・円高の影響により、海外進出企業の撤退等の暗い話題が多い。雇用状況を始め、一向に明るい兆しがみえないなか、消費意欲は今までと変わらない。
		スーパー（店長）	・競合店閉店による来客数の増加と売上の増加で順調に推移しており、今後も前年並みで推移する。特に青果の動きは良く前年比115～116%で推移している。酒に関しては価格競争が激化しており、今までと変わらない。
		スーパー（総務担当）	・今月に入り、先月まで好調であった食品の売上は下降気味になっている。来客数を維持するため、競合店との価格競争がより激化する。
		スーパー（売場担当）	・前年に比べれば、売上は伸びている。しかし、今後は現状を維持するのがやっとである。1品単価は下がっており、販売量が変わらなくても売上は下がる傾向にある。
		コンビニ（販売促進担当）	・特売、安売り傾向が続くなか、客単価が下がっている。今後、買上点数が多少増えたとしても、売上は横ばいで推移する。
		衣料品専門店（店長）	・7月まで商店街改装中につき、来客数は減少する。
		衣料品専門店（店員）	・前年と比べると入学や卒業関連のセレモニー服の購入についての下見が少なくなっている。このことから景気の先行きは良くない。
		衣料品専門店（チーフ）	・衣料品の単価は上がるが、景気は変わらない。ただし、アジア客の来店が増えており、少しは海外の客を取り込める。
		衣料品専門店（取締役）	・前年の東日本大震災以降、少しずつ物が動き始めている。ただし、消費税や社会保障、政治の状況が人々に不安感を与え、財布のひもはより一層締まっている。現金を使わない、必要な物しか買わないという傾向は続く。
		家電量販店（店員）	・今月も非常に良くない。前年の5～6割の実績となっている。テレビが売れず、ロンドンオリンピックまであと約5か月であり、買い控え傾向かとも考えられるが、まだ不透明である。非常に悪い状況が続く。
乗用車販売店（従業員）	・決算月に近づき、客の来店が増える。		
乗用車販売店（総務担当）	・新型車効果が当分続く。またエコカー補助金が復活する見通しであり、新車の販売は3か月先も今月同様、好調を維持する。		

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
		乗用車販売店（代表）	・消費税率引上げ議論等があり、景気が良くなるような要因が見当たらない。政府が大きなテコ入れをしない限り、零細企業は、衰退していくばかりである。また、エコカー購入補助金が始まり、中古車業者が良くなるとは考えられない。
		住関連専門店（店長）	・新生活や異動時期となり、需要が増える時期であるが、新卒者の減少や会社の異動における経費の削減が顕著にみられ、年々売上は落ちている。また、前年は東日本大震災の特需もあり3月の売上が高かった分、前年比でみて非常に厳しい状況にある。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・ここ数か月は寒波の影響もあり、客が外に出ようとしなため、客の来店頻度は必然的に少なくなる。購入する客の割合は前年と同じ水準で推移する。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・燃料油の販売量は、今後大きく増減することはない。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（総支配人）	・正月の福袋販売は好調であったが、ショップの売上は全体で前年並みで推移している。バーゲン等の販売促進の仕掛けは前年以上に実施したが、現状では期待以上の伸びはなく、この傾向は2、3か月は続く。
		高級レストラン（支配人）	・客の様子をみる限り、個人消費が抑えられるのではと懸念される。
		一般レストラン（スタッフ）	・客の様子も同業者の様子もあまり良い話はない。
		スナック（経営者）	・全く先が読めず、打つ手もない状況である。厳しい状況が続く。
		観光型ホテル（スタッフ）	・前年並みの予約状況である。
		都市型ホテル（総支配人）	・当地区は約20数軒ホテルがあり、集客率を上げるために、各々のホテルが大幅に単価を下げ合いながら販売している。この単価の下げ合い合戦が終わらない限り、景気は良くならない。
		タクシー運転手	・事業の縮小や店をやめるといった客が出てきており、先行きは厳しい。
		通信会社（管理担当）	・円高が進み、景気が良くなる材料が見当たらない。
		通信会社（営業担当）	・東日本大震災の復旧等、様々な施策を行い、明るい状況にならない限り、今の経営状態が続く。
		テーマパーク（職員）	・2月はスポーツキャンプと大型団体でにぎわうが、春先の予約の動きが鈍く、これから各種施策を打ち出す、状況は変わらない。
		設計事務所（所長）	・新規の客、物件の数が非常に少なく、今も良くないので3か月先も変わらず良くない。
		やや悪くなる	
商店街（代表者）	・増税や値上げ等の声が多く、購買意欲をかきたてる要素が見当たらない。厳しい状況が続く。		
一般小売店〔精肉〕（店員）	・新駅ビル開業の効果が一段落するため、やや悪くなる。		
百貨店（営業政策担当）	・海外の経済状況が悪く、原材料費の高騰が続き、長期円高にもかかわらず卸価格、小売価格は共にそれを反映しきれずにいる。また、消費税増税議論が表層化しており、社会保障に対する不安感は拭いきれず、今後、個人消費は喚起されない。		
スーパー（経営者）	・消費税の問題や政治不信、また選挙前で、全般的に不安定な先行きとなっており、客は買い渋り傾向にある。		
スーパー（店長）	・近隣に競争店舗ができ、価格競争が更に厳しくなる。客の価格訴求も強まり、売上の先行きは厳しい。		
スーパー（店長）	・政府の消費税アップの方針や円高の影響、また春闘交渉対応等をみる限り、景気の先行き不安は高まる一方である。客の節約志向は更に強まり、消費支出は控えられる。		
スーパー（経理担当）	・前年の東日本大震災による買いだめ等の反動で、今年の売上は減少する。消費も上向きの要素がない。		
コンビニ（エリア担当）	・消費税や電気料金等の公共料金の引上げが懸念されており、客の財布のひもは固く、厳しい状況である。今後も前年割れが続く。		
衣料品専門店（総務担当）	・大型店の閉鎖の影響が商店街全体の来客数の減少につながっている。また、それ以外の店舗においても閉鎖店舗の後継店舗がなかなか決まらないため、商店街が虫食い状態になりつつあり、非常に危機感を持っている。		

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
		住関連専門店（経営者）	・前年末、家具資材の金物屋が破たんした。また今年に入りソファメーカーやネットで急成長していた小売店の倒産等もあり、長引く不況で置き家具業界は更に厳しくなる。
		高級レストラン（経営者）	・一番悪い時から比べると幾分良いが、2、3か月先の景気はまだまだ回復はしない。
		都市型ホテル（副支配人）	・円高の高止まりや東北に人、物、お金が流れており、九州に来る話が少しずつ少なくなっている。
		タクシー運転手	・とにかく客の財布のひもが固くどうにもならない。目的地に着く前にタクシーを降りる客を度々見かける。それだけ客の節約志向は強い。
		ゴルフ場（支配人）	・ゴルフ場料金の低下傾向は変わらず、場所によっては投げ売りのような冬季料金を設定している。また天候次第というところもあり、安定した客入りが見込めない。2、3月の気温は低めと予報されており、この傾向は春まで続く。
		競輪場（職員）	・原子力発電所の再稼働等、電力不足問題の影響がある。
		美容室（経営者）	・国会の動向が問題になっている。消費税増税問題や東日本大震災の復興等様々なかたちでマスコミに取り上げられており、客の財布のひもは固くなっている。おしゃれ産業は一番最初に節約されるため厳しい。
		美容室（経営者）	・暗いニュースや景気が悪い話ばかりで、消費税増税の話もあり、消費はかなり落ち込む。大企業の海外進出は良いが、国内需要が悪くなる恐れがある。今後、消費の落ち込みが懸念される。
		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）	・4月からの介護報酬改定がマイナス改定となる方向であり、全体的に売上が減少する。
		音楽教室（管理担当）	・子どもの数が減っており、体験レッスンにくる人が減っているため、先行きは暗い。
悪くなる		商店街（代表者）	・中心街は年を増すごとに厳しくなり、消費者の節約ムードは高まり、景気は悪くなる一方である。
		商店街（代表者）	・政治情勢をみると、販売側だけでなく消費者サイドも将来への不安を抱き、厳しい状況が続く。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・客は必要なお金、必要でないお金をはっきり区別しており、消費税増税問題等が落ち着くまでは、かなり厳しい状況が続く。
		スーパー（店長）	・消費税や年金等の問題で、消費者の購買マインドは更に冷え込む。それに合わせて競合店の出店計画等もあり、店舗としての状況も厳しくなる。
		スーパー（総務担当）	・国内外に明るい兆し、話題が少なく、負の要因が山積みとなっており、消費マインドの低下は避けられない。欧州の信用不安、止まらない円高、ガソリン価格の高止まりに加え、消費税増税等、枚挙に暇がない。中小企業にとっては、企業体力の限界値にきており、雇用、所得環境の改善に兆しがみえない限り、景気の悪化懸念が更に強まる。
		スーパー（業務担当）	・景気の上昇転換点が全くみえない。接客のなかで感じるのは、消費税論議が客の動向に直結していることである。今後の消費生活は如何にして出費を抑えるかということを消費者が真剣に考え始めている。収入と支出のバランスが改善していかない限り、国会での消費税論議の紛糾に合わせて、景気は不透明さを増していく。
		衣料品専門店（店長）	・婦人服の場合、多少天候に左右されることもあるが、東日本大震災の影響や世の中の状況等、景気は良い方向には向かない。
		家電量販店（店員）	・エコポイントあるいはアナログ放送停波により前年の売上が良かった分、今後は前年と比べると悪くなる。
		美容室（店長）	・所得が増えないため、消費マインドは向上しない。
企業動向関連	良くなる やや良くなる	－	－
		農林水産業（従業者）	・食肉関係が一番不需要期の1月からみると、少しは回復する。ただ依然として消費が伸びていないため、思ったより厳しい状況になるが、若干は上がる。

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		家具製造業（従業員）	・3月は年度末のため多少家具も動く。以前のピーク時のように2月、3月の売上指数が150以上という状況ではないが、120程度は期待できる。民間の商業施設が少しずつ動き出しており、景気のマイナス感は軽減している。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・年度末に向けて、受注は増える。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・現在の受注量は最低である。今後は企画商品がいくらか入っており、現在よりも先の見通しは良くなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・受注量が増えており、価格の切下げも若干少なくなっていることから、今後も良くなっていく。
		金融業（調査担当）	・心配されたタイの洪水の影響も終息宣言が発表され、日本への影響も限定的である。タイの洪水の影響で心配された自動車産業も需要が好調であることから、九州の生産活動は少しずつ良くなる。ただし、東北の復興需要の恩恵は少ない。
		新聞社（広告）（担当者）	・通販関連はしばらく好調となり、東日本大震災から1年を経て、流通施設や旅行関係の広告出稿も増加が見込まれる。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・春先にかけては前年と比べると、比較にならないほど良くなる。東日本大震災の影響で前年の春先は非常に厳しい状況が続いた。今年はそれがかなり緩和され、大幅に良くなる。ただ全体的な流れとしては、急激に良くなるということではなく、現在の状況がしばらく続く。
		農林水産業（経営者）	・2月は厳しいとしても本来3、4月は毎年様々な行事、イベントでかなり期待されるが、今年は供給過剰が心配され、価格的にも量的にも良くなるか不透明である。
		食料品製造業（経営者）	・比較的安定した需要が見込まれる。
		繊維工業（営業担当）	・東北の復興が少しずつ進む。しかし、放射能汚染問題があるため、景気が良くなるほどではない。
		鉄鋼業（経営者）	・建築物件を中心に建材需要は以前よりは回復している。ただし、全体の需要量が少ないため原材料価格の値上がり分を販売価格に十分に転嫁できず、買手市場の状況が続いている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・2～3か月先は、現状のまま推移する。もう少し様子を見ないと現在の好調が今後続くかどうか判断が難しい。
		電気機械器具製造業（経営者）	・半導体関連は非常に不安定な状態が続いていたが、ここに来て安定した状態になっており、景気は良い方向に向かっている。
		精密機械器具製造業（従業員）	・依然として受注に先がみえない状態で、生産量は落ち込んだままの状態が続く。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・生産計画数量が低い水準であり、3か月先まで横ばい傾向である。
		建設業（従業員）	・公共工事の減少や入札方法等で公共工事では、大変受注が困難になっており、一部の業者に偏った状況になっている。民間はマンション建設が回復状況にあるが、戸建住宅は厳しい状況にある。また、欧州の信用不安や株価の低迷、円高等で設備投資をする企業等が少なくなっており、厳しい状況に変わりはない。
		輸送業（総務担当）	・荷動きは悪く、預かっている商品は今の状況がしばらく続く。
		通信業（職員）	・年度内の受注予想や売上予想は現状と大きな変化がない。
		金融業（営業担当）	・中小企業の受注数は増えてきているが、利益面の改善は望めない。
		金融業（営業職渉外係）	・欧州の信用不安や円高等諸問題が山積みとなっており、景気上昇の気配はない。
金融業（得意先担当）	・現在条件変更の申出を受けている企業以外でも、電話等で相談、紹介を受けているので、今後そういった企業が条件変更等を申出をしてくることも予想される。また、再度条件変更の申出をする企業が数多く発生しており、景気はそう簡単に上向きにはならない。		
広告代理店（従業員）	・現在、前年実績と同水準である。今後も最盛期に比べて低水準で推移していく。		
広告代理店（従業員）	・1月の新聞折込受注枚数は前年比100%とかなり前年並みとなった。下げ止まりの感はあるが、上昇しない踊場状態である。春には、近郊に大型の店舗が新規オープンするので期待したい。		
経営コンサルタント	・現在は縮小する一方であり、これから景気が良くなるとは考えられず、今の状況が続く。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
	やや悪くなる	経営コンサルタント (代表取締役)	・自社の受注状況に変化がみられず、取引先に業況を聞いても、大きな変化を予想している会社はない。	
		食料品製造業(経営者)	・前年暮れからやや減速気味であったが、今年に入り更に売上は低下している。営業活動においても需要回復の兆しは見当たらず、九州新幹線全線開通効果が持続することくらいしか期待できない。	
		化学工業(総務担当)	・近隣で工場撤退等が発表され、厳しい状況が今後も続く。	
		金属製品製造業(企画担当)	・欧州の信用不安や円高、貿易赤字など、迷走する新政権等先行きの不透明感がますます強くなっている。厳しい状況が続く。	
		一般機械器具製造業(経営者)	・半導体の客先から、今後も仕事量は少なく、先行きが不透明であるとの声が聞かれる。	
		金融業(営業)	・極端な動きではないが、製造業の海外移転は進行する。今後の受注見込みが立たない中小下請企業は、人員削減等、コストカットの方向にある。欧州景気の後退も予想され、国内の生産量は減少する。	
		不動産業(従業員)	・ホテル部門の宴会予約が減少しており、売上見込みが下降傾向にある。	
		その他サービス業[物品リース](役員)	・取引先における企業業績は好転するケースは少なく、延滞件数や金額は増加傾向にある。現状の海外経済の減速、円高の継続、政治の混迷等が続けば、明るい材料は見いだせず、更に悪化する。	
悪くなる		建設業(社員)	・官公庁の年度が変わり、24年度の発注が本格化するまでは4、5か月かかる。繰越工事がどの程度発注されるかで大分変わる。作業員をたくさん抱えていない業者はこの時期を乗り切れるが、作業員の多い企業が厳しい状況となる。	
		その他サービス業[設計事務所](代表取締役)	・前年まで失業者への緊急雇用のための事業が実施され、調査等発注が見込めたが、平成24年度は、震災後の失業者を対象が絞られたこともあり、この事業の活用には制限がある。市町村独自の土木、建築の発注も少なくなっている。	
雇用 関連	良くなる	—	—	
		やや良くなる	人材派遣会社(社員)	・年度末であり、来期に向けて求人数が増加しそうである。
			人材派遣会社(社員)	・年度末へ向けて、更に注文が増える。実際、2月後半ぐらいいからの注文が入り始めている。
			新聞社[求人広告](担当者)	・中国からの観光客が戻りつつある。九州での景気回復は観光資源の活用であり、外国人観光客が戻ってくれば、良い方向に向かう。
			職業安定所(所長)	・例年に比べ、求職者は減少し、求人は増加傾向にある等、上向きにある。
			職業安定所(職員)	・労働力需給の状況は良好な状態へと向かっており、今後も求人は増加し、求職者は減少する。
			学校[専門学校](就職担当)	・関東から本社機能やセンター機能が九州に移っており、求人が発生している。九州としては、アジア関連のプラス材料もあり、採用は好転気味である。
			変わらない	
	職業安定所(職員)	・新規求人数は17か月連続で前年同月比増で推移しており、現在のところ改善傾向である。ただ、円高等不安要素もあり、先行き不透明な状況となっている。		
	民間職業紹介機関(職員)	・前年末から正社員求人が活性化しており、ビジネスチャンスが増加している。		
学校[大学](就職支援業務)	・厳選採用という現状の厳しい就職環境は、しばらく継続する。			
やや悪くなる		人材派遣会社(社員)	・半導体工場の閉鎖等の発表があり、採用控えが進む。	
		新聞社[求人広告](担当者)	・介護、福祉分野の求人ニーズは依然高いが、期待したほど人材が集まらないところも多く、手詰まり感が出てきている。	
		職業安定所(職員)	・新規求人申込件数について微減傾向にあったものの、雇用兼受給資格決定件数が横ばいから増加基調に転じつつあり、求職件数の増加が懸念される。	
		民間職業紹介機関(社員)	・人材派遣法改正後の企業の動向がはっきりしないなか、派遣離れが進んでいる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	民間職業紹介機関（支店長）	・事務系派遣の7割を占める事務用機器操作の派遣が減少し続けており、景気は上向きにはならない。いわゆる非正規労働者に関する諸問題の抜本的解決がない限り、当分大きな成長はない。

11. 沖縄（地域別調査機関：（財）南西地域産業活性化センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	－	－
	やや良くなる	スーパー（企画担当）	・東日本大震災から一巡し、商品の供給体制もほぼ回復したため景気は今後良くなる見込みである。
		コンビニ（経営者）	・販売促進策が今後も強化され、来客数増に結び付く。
		衣料品専門店（経営者）	・今は決して良いとはいえないが、周囲の店と協力して、店自体も、商店街のある通りもより良くして、来客数を増やすよう努力している。その結果が数か月先に表れると見込む。
		通信会社（店長）	・人気アイドルを使った効果的なプロモーションが行われており、春の新学期シーズンは活気付くと見込む。
		観光名所（職員）	・前年は東日本大震災があり来客数が減ったが、それよりは悪くならないとみている。
		ゴルフ場（経営者）	・客単価上昇を図っており、順調なことから先行きはやや良くなると期待している。
		その他のサービス [レンタカー]（営業担当）	・今年の3月は、例年行っている映画祭、音楽祭のイベントに加えて、人気歌手のライブが開催される予定である。その影響もあり、県外からのレンタカーの予約が若干増えつつある。
	変わらない	百貨店（営業企画）	・衣料品の改装効果が3月まで続く。家庭用品、食品の動向により全体の売上は上下するが、現状を維持できれば、とみている。また、アジアの観光客が増加傾向にあるので、その分のプラスを期待したい。
		コンビニ（経営者）	・デザートの種類が増えたため、客は1品多く買う傾向が出てきている。また、総菜を買う男性客が増えてきている。とはいえ、全体的に今後改善に向かうとまではまだいえない。
		衣料品専門店（経営者）	・今月は、年末からのセールのしわ寄せか、あまり街に人が出てきていない印象がある。また、いつもは新しいシーズンの商品を探す客も多いが、今年はあまり見当たらず、買い控えが多いようにみられる。
		住宅販売会社（総務・企画分野）	・例年の2、3月は、1月と比べ来客数が減る傾向があるので、商談機会が減ると予想される。しかし、客も慎重で真剣な商談をする傾向が以前からみられることから、商談内容や提案方法などによっては、今月と同程度の受注も有りうるため、受注減など悪くはならないと予想する。
	やや悪くなる	スーパー（販売企画担当）	・報道番組では連日消費税議論が行われ、消費者の将来不安はますます高まり、財布のひもは固くなるとみられる。
		コンビニ（エリア担当）	・たばこ値上げ以降、たばこ以外の商品の買い控え傾向は続いており、結果利益率の低下も続いている。ドリンクや食品など量販店に奪われていることもあり、今後体力が落ちる店舗が増えてくるとみる。
その他専門店 [書籍]（店長）		・3か月前から売上高が減少してきている状況は、今月になっても変わらない。年末年始で伸びなかった販売量がこれから上がるとは見込めない。	
その他飲食 [居酒屋]（経営者）		・相変わらず平日の入客がとれない。イベント、チラシ、ネット、タウン誌、屋外での割引チケット配りと手を尽くしており、週末は反応があるが、平日はほとんど反応が無く、費用対効果が期待できない状態である。	
悪くなる	商店街（代表者）	・観光客の来客数は多少は良くなっているようだが、東日本大震災前の水準には回復していない。消費単価も落ちたままのように感じられる。観光以外の商品も同様に、厳しい状況が進行中だと感じられる。いつになったら良くなるか大変危惧している。	
	その他専門店 [楽器]（経営者）	・東日本大震災の影響のせい、県内の観光関連の同業者も、前年に比べて売上が非常に悪くなっている。新規の客も従来の顧客も共に大きく減少している。	
企業 動向 関連	良くなる	－	－
	やや良くなる	食料品製造業（管理部門）	・競合他社との競争が激化しているので対応策を実施し、効果が出ると見込む。
		建設業（経営者）	・引き合い件数が増加しており、景気がやや良くなる。

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
		輸送業（営業担当）	・沖縄県として観光産業を推進していく動きが活発になっている感がある。国内外の観光客を受け入れるためのインフラ整備が進めば、当然市場の動きも活発になり物流業界もけん引されることになる。
		通信業（営業担当）	・新年度の案件も出てきているので、今後とも期待できる。発注者が撤退する等の話も無い。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・年度末に向け、公共工事の需要はやや増加、民間工事は減少の見通しである。
	やや悪くなる	輸送業（代表者）	・全体的に宮古島を中心に好調さはあるが、天候不良や燃料の高止まり、東日本大震災の影響等の不安要素も多い。
		コピーサービス業（営業担当）	・ほとんどの会社が、簡単な広告物は自分達で制作、印刷しているため、その分の仕事が無くなってきている。
悪くなる	—	—	
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（総務担当）	・依然として先行きに対する不透明感は根強いが、大手外資系保険会社の新事務所への移転等により求人が増えている。また、現在は年明けから3月末までの短期派遣となっている受注が、企業の新年度営業体制への足固めのため、4月以降も更新し長期派遣となることを期待したい。
		職業安定所（職員）	・サービス関連の求人が増加傾向にあり、景気の先行き改善を示している。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・新規依頼と契約終了が並行してあるため、数字の変化はあまりないとみられる。また全くの新規でも、紹介予定派遣が多くなってきたため、今後の推移は掴みにくい。
		求人情報誌製作会社（総務担当）	・特に良くなる要素も悪くなる要素も見当たらない。
	やや悪くなる	—	—
悪くなる	—	—	