

・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	観光名所（従業員）	・前年は東日本大震災や福島第一原子力発電所の事故の直後だったが、今年は回復基調のまま推移することになる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・気温の上昇や雪解けが進むにつれて客足が戻ることになる。
		商店街（代表者）	・春物衣料のトレンドがはっきりしていることに加えて、春物衣料に対する客の興味が高いため、今後、気温の低い日が続いたとしても、春物衣料の動きが期待できる。
		商店街（代表者）	・道央圏と当地を結ぶ高速道路の全面開通後、初めてのゴールデンウィークを迎えるため、道央圏からの観光客及び外国人観光客の増加が見込まれ、交通、飲食、温泉、みやげ物等での売上増加が期待できる。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・2月は気温の低い日が続き、降雪量も非常に多かったため、客の外出や飲食の機会が減っているが、1月まではそれほど大きな落ち込みがなかったため、これから春に向かって天候が回復し、雪解けが進むことになれば、今月のような落ち込みはみられない。
		百貨店（売場主任）	・前年は東日本大震災の影響もあり、3月11日以降の売上が大幅に減少したが、今年はその影響がないため、少し上向きになる。また、3～4月は暖かい日が続くという長期予報が出ているため、春物衣料の動きも活発になる。
		百貨店（販売促進担当）	・東日本大震災から一巡となるため、客単価の上昇を維持しながら、来客数が増加に転じることになれば徐々に回復することになる。
		スーパー（店長）	・全体的に景気が悪い流れにあるが、当店の開店記念セールをベースとしたロングランの売出しイベントによるてこ入れを予定しているため、前年からの売上の増加が期待できる。
		スーパー（店長）	・天候の影響により、来客数がやや減少したが、暖かくなれば客の来店頻度も上がり、春物衣料も一気に動くことになる。
		衣料品専門店（店長）	・春から初夏にかけて購買が上向きことになる。前年は東日本大震災があり、消費が低下したが、徐々に回復傾向にあるため、今後に関しては期待が持てる。
		家電量販店（地区統括部長）	・前年は、家電エコポイント制度が終了した直後で需要が大きく落ち込んでいたため、今の状況よりは若干良くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー減税とエコカー補助金の効果により、販売台数が前年より増加することになる。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車効果とエコカー補助金の復活により駆け込み受注の持続が見込まれる。
		高級レストラン（スタッフ）	・前年は東日本大震災の影響により、来客数、売上とも減少したが、今年はその反動から来客数、売上とも増加する。
		旅行代理店（従業員）	・前年の東日本大震災や福島第一原子力発電所の事故による観光需要減少の反動から、前年比は上昇することになる。また、春の観光シーズンを迎えることで、現状より観光需要は増加する。ただし、前年比はあまり指標とならず、現在の景気低迷感などのマイナス要素のなかで前々年実績と比較して、どこまで回復するかが問題となる。
		タクシー運転手	・前年は東日本大震災以降、観光客が激減しており、自粛ムードもあったため、タクシーの売上は大きくマイナスとなったが、今年は前年と比べれば、売上が増加することが期待できる。
通信会社（企画担当）	・春商戦に向けて、通信端末の買換え需要の声が高まっていることから、今後についてはやや良くなる。		
観光名所（職員）	・東日本大震災の影響もなくなりつつあり、東南アジアからの観光客の予約も回復傾向にあることから、今後についてはやや良くなる。また、国内の旅行会社からも企画等の動きがみられる。		
住宅販売会社（経営者）	・株式市況がもう少し上向きとみられるため、今後は客のムードが大変良くなる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	商店街（代表者）	・前年の東日本大震災の影響で滞っていた面があるため、3～5月の前年比は上昇することになるが、決して良いとは言えない状態である。
		百貨店（売場主任）	・前年10月以降、売上が前年を上回る月が出てきているが、買上客数がなかなか前年を上回らないため、今後も変わらないまま推移する。
		百貨店（販売促進担当）	・前年に東日本大震災による影響があったため、3月はプラスで推移するが、4月以降については、今のところ上向きになる要素が見当たらないため、横ばい又は微増で推移となる。
		百貨店（役員）	・ホームセンターの除雪用品需要が好調であるなど、消費マインドは冷えてないため、今後も変わらないまま推移する。
		スーパー（店長）	・来客数も含めて大きく状況が良くなったり、悪くなったりする要因があまり見当たらないため、現在の景気が続く。ただし、3月に入り、気温の低さが持ち直してくるになれば、客の動きが例年並みに戻るため、プラス要因となる。
		スーパー（役員）	・やや悪い現在の状況が今後も続く。3月以降、前年の東日本大震災の反動から各業界の各種数値はよく見えるようになるが、一時的な現象で終わる。将来への不安や可処分所得の減少が懸念されることから、今後の消費行動も低迷しながら推移することになる。
		コンビニ（エリア担当）	・2月は売上にプラス効果がみられたが、前年の2倍の積雪量があったことで、近くの小売店での買物にシフトしたためであり、あくまでも一時的な傾向である。来客数の回復が鈍いことが懸念材料であり、今後については、変わらないまま推移する。
		家電量販店（経営者）	・前年の11月ごろから、販売量が減少しており、客単価も低下している。今後についても、特に販売量の増加につながるような要因がないため、苦戦を強いられることになる。
		自動車備品販売店（店長）	・今年に入り、新車の納車が回復してきているため、今月はカーナビ等の販売量の増加を期待していたが、実際にはあまり増えなかったため、今後も変わらないまま推移する。
		高級レストラン（スタッフ）	・最近では外国人の利用が頼みの綱であるが、街中を歩いている外国人が前月ほど多くはないため、今後への期待がしにくい状況にある。
		観光型ホテル（経営者）	・デフレの継続、東日本大震災後の需給バランスの崩壊により単価の下落傾向が続いており、今後も変わらないまま推移する。また、原油高によるエネルギーコストの増加で利益が圧縮される懸念がある。
		観光型ホテル（スタッフ）	・今後に向けて需要を喚起するようなイベントがない。また、オフシーズンであるため、低価格競争が続く。
		旅行代理店（従業員）	・販売額については、ようやく上向き傾向が見えてきたが、売れる商品は単価の低い物や利幅の少ない物が主であり、販売額の割に利益の回復は緩やかである。また、2～3月の需要に比べて、新年度スタート部分の需要は今一つ伸びに欠けるため、今後も変わらないまま推移する。
		タクシー運転手	・例年にない大雪も一段落し、寒さも峠を越すとタクシーの利用客も減少することになるが、移動の活発な時期となるため、歓送迎会などでの利用増加が期待できる。全体としては変わらないまま推移する。
		美容室（経営者）	・東日本大震災前の状況に戻ってきているが、今後については、消費税の増税や年金の減額、電気料金値上げなどの話題が出ているため、今以上に景気が良くなることは難しい。
		住宅販売会社（従業員）	・全体として、客単価が上昇傾向にはなく、また、販売量も大きく伸びているわけではないため、売上は下降気味である。こうした傾向は長く続いており、今後も同様の状況が続く。
	やや悪くなる	スーパー（企画担当）	・増税や各種料金の値上げに関する報道がみられるなど、消費者心理を冷やすような話題が続いている。また、足元では年金の消失問題の発生など、将来不安も増すばかりであり、今後に向けて消費が喚起されるような要因がほとんど見当たらない。
		スーパー（役員）	・前年は東日本大震災の影響により、米、飲料水、カップ麺などの需要が一気に高まった。今年も防災セール等を企画しているが、前年ほどの伸びは期待できない。

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
		コンビニ（エリア担当）	・前年は東日本大震災以降で特需が発生し、特にたばこの品薄でコンビニエンスストアは恩恵を受けた。そのため、前年との比較ではマイナス要素が強くなるが、今年はそれを跳ね返すような要因が少ないため、今後についてはやや悪くなる。また、気温の低い日が続いていることで、客の消費マインドも低調になっている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・イラン情勢の影響から、原油価格が急騰し、国内の石油製品価格も高騰することが懸念される。
		タクシー運転手	・景気が良くなる要因が思い当たらない。付き合いのある業界の担当者や同業他社との話でも、どこも現状維持が厳しいとの話ばかりであるため、今後についてはやや悪くなる。
	悪くなる	旅行代理店（従業員）	・先行受注状況を見ると、国内旅行は3月が前年比93.9%、4月が前年比73.4%となっており、海外旅行は3月が前年比84.6%、4月が前年比66.1%となっていることから、今後については悪化することになる。
企業動向関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	家具製造業（経営者）	・住宅関連産業は、前年と比べて活況を呈しているため、今後についてはやや良くなる。
		建設業（経営者）	・4月に入れば民間建築工事が徐々に着工となり、ゴールデンウィーク明けにはゼロ国債工事が動き出すことになるため、今後についてはやや良くなる。ただ、震災復興需要の関係で、人手や資材、機材の不足、更には単価の高騰が予想されるため、工期と採算面への影響が心配される。
		建設業（従業員）	・東日本大震災による東北地域の復興や新年度予算による公共工事発注が本格化することになるが、建設資材や労務費の値上がりが懸念される。
		輸送業（支店長）	・補正予算が決まったこともあり、今後については災害復旧関連の資材、原料、製品が動くことになる。また、北海道新幹線、メガソーラー、二酸化炭素回収貯留の大規模実証実験など、新規事業の着工も具体的になってきているため、今後については期待できる。
	変わらない	食料品製造業（役員）	・現在の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。
		金属製品製造業（役員）	・特にユーザーの購買意欲を高めるような環境、状況になる要素が見当たらないため、今後も横ばいで推移する。
		通信業（営業担当）	・当社の業績の推移や周辺企業の様子から、現在の景況感は2～3か月前よりは上向いているが、今後については、まだまだ不透明な状況にある。好悪両方の材料があるため、現状維持での推移が精一杯である。
		金融業（企画担当）	・個人消費は所得環境の厳しさや、将来不安もあり、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一服感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、大幅に持ち直す。全体としては変わらないまま推移する。
		司法書士	・原油高の影響による物価上昇による支出増加にともない、今後の不要不急な支出は減少することになる。
		コピーサービス業（従業員）	・中小企業の動きが活発になってきているが、大手企業の動きが悪いため、今後しばらくは横ばいで推移が続く。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・3月は決算月を迎えることで駆け込み需要が期待されるが、全般的に厳しい状況であり、今後も厳しいまま変わらない。
	やや悪くなる	輸送業（営業担当）	・イラン情勢の悪化により、燃料価格が高止まりしており、収支を圧迫している。今後の荷主への価格転嫁も難しい状況にある。また、鉄道輸送において、豪雪の影響や種々の事故、トラブルの発生など、順調さがみられないことから、今後、荷主の商売へ影響が生じることが懸念される。
司法書士		・現状から雪解けを迎えても、建物新築のための土地の売買等に動きがみられないことが懸念される。このため、今後に向けて、業績が向上されることは期待できない。	
悪くなる	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・4月以降の新規案件、あるいは4月以降も続く案件が極端に少ない。	

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	—	—
		人材派遣会社（社員）	・道内の企業に直接影響を及ぼすわけではないが、為替相場の安定、株価の上昇などにより、経営者心理や消費者心理が回復することになり、景気に良い影響を及ぼす。雪解けによる経済活動の始動も景気上昇をけん引する。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・若干ではあるが、パートやアルバイトなどの非正規求人が製造業から販売まで幅広く増加傾向にある。これから需要が本格化する季節となるため、今後に向けて、ますます景気が良くなる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・前年は東日本大震災の影響で求人数が減少したため、求人数は前年を上回る。また、春の人の入替え時期を迎えるため、求人はやや活発化する。
	学校〔大学〕（就職担当）	・企業の採用広報活動が短期集中型になったこともあるが、前年よりも意欲的で活発に行われている。また、業界により違いもあるが、採用予定数も増えつつあるため、今後の雇用の活発化が期待できる。	
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・良くな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。
求人情報誌製作会社（編集者）		・特に景気が良くなるような材料は見当たらない。ただし、2～3か月後から観光シーズンがスタートするため、それに伴うプラスの効果が期待できる。	
新聞社〔求人広告〕（担当者）		・落ち込みを懸念していた2月も前年比のプラスを維持したことから、3か月後も同様の傾向が継続する。	
職業安定所（職員）		・新規求人の動きをみると、人手不足感のある医療介護を除き、前年と状況は変わっていない。製造業については水産加工以外伸びておらず、先行きが不透明である。	
職業安定所（職員）		・有効求人倍率は20か月連続して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ため、今後も変わらない。	
やや悪くなる	○	○	
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）	・私服高校の卒業式に向けて、早目に服を用意する客が多く、単価も前年より良くなっている。この先も入学、入社を控えた人の来店が多くなり、堅調に推移するのではないかとみている。メンズに加え、レディース物の動きも非常に良く、女子学生においても少しずつフレッシュャーズの認知度が高まっているようであり、この先の伸びにも期待が持てる。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金制度の復活が決定したことにより、しばらくは販売増が期待できる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・イベント等の実施により来街客は増えつつあり、今後も期待が持てる。
		商店街（代表者）	・購買の動きが少しずつ出てきている。今後、雪が解けるにしたがって人の動きも活発になってくるのではないかと。また、商店街もなお一層の連携強化のイベント等を企画しているので、大いに期待している。
		百貨店（経営者）	・東日本大震災から1年が経過し、前年の水準からは様々な面で改善するとみている。特に、復興関連と観光面での改善が期待される。
		百貨店（経営者）	・前年の反動増が見込まれる。それに加えて、営業、販売施策や動員集客などを強化し、積極的に攻めてトレンドをつくっていく。
		百貨店（経営者）	・復興予算の執行による活性化を期待している。
		スーパー（店長）	・前年は東日本大震災の影響で商品が十分にそろわなかったが、今年はそういったことがなく十分な販売が期待できるため、前年に比べ数字は良くなる。
		コンビニ（経営者）	・主婦層において、総菜やサラダ関係に手が伸びており、財布のひもが少しゆるくなっている様子が見受けられる。また、買上点数及び客単価のここ2、3か月の推移をみても、この先やや良くなると判断できる。
		コンビニ（エリア担当）	・東日本大震災から1年が経過し、東北への人の流入やボランティアの再加熱などのプラス要素が期待できる。

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
		コンビニ（店長）	・国の復興予算の金額も決まり、この先、本格的に建物の建築などが進むため、県外から多くの作業員などが訪れ、景気は良くなることを見込まれる。
		衣料品専門店（店長）	・天候も春らしくなってくるので、春物が本格的に動き出し、売上の増加が見込める。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金制度が復活したことで、客の動きが更に活発になることが予想される。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・負担だった除雪作業からも解放され、卒業、入学シーズンで人の動きが出る季節を迎えるため、送別会や謝恩会等で飲食店にもぎわいを見せるとみている。消費者の購買意欲の高まりを逃すことのないようにしたい。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・新年度になれば人も物も動く予想される。また、気温が暖かくなればクールビズの流れも加速していくのではと期待している。
		一般レストラン（経営者）	・気温が高くなるので、寒さの反動で客が出てきてくれればと期待している。また、復興支援のお金が回り始めれば、少しは良くなることを見込まれる。
		都市型ホテル（経営者）	・今月に入り祝賀会が多くなっていることから、自粛ムードは脱したのではないかとみており、この先の歓迎会や送別会についても期待が持てる。また、周年記念も含め、今年は予約が早目に入っている。それにつられて料飲関係や宿泊も堅調に推移するのではないかと予想している。
		通信会社（営業担当）	・商圏内における東日本大震災の被害は非常に大きかったが、この先、公共事業を含めて復興需要が予想されることから、多少は持ち直してくるとみている。
		通信会社（営業担当）	・これまで抑えられていた購買意欲も新生活のスタートに合わせ、若干高まることと予想される。新生活応援キャンペーンも展開するため、客の動きも更に加速するとみている。特に前年は東日本大震災の影響で小規模であった異動も今年は活発化し、新規の顧客もやや増加することが予想される。
		美容室（経営者）	・春とともに天候が良くなれば人出も増え、来客数にも良い影響が出てくることと予想される。
		住宅販売会社（経営者）	・前年末から大手ロードサイドショップ及びスーパー等の出店の動きが活発で、隣県も含めた不動産の検索依頼がかなり多く、民間建築は忙しくなるとみている。
変わらない		商店街（代表者）	・現在の好調は、もうしばらく続くとみている。
		一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）	・雪解けが遅くなり、春物の出足が鈍くなることが予想される。また、農作業等の遅れもあり、販売期間が短くなるとみている。良くなる要素が見出せない。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・さまざまな施策が奏効しているためか、店頭での客の雰囲気は良くなりつつあるが、マイナス要因も依然として多く、大きな変化は期待できない。
		百貨店（売場主任）	・東日本大震災後に増加していた来客数は変わらず、春にかけてもこのままで推移するとみている。
		百貨店（総務担当）	・景気の先行き不透明感から、判断はできない。
		百貨店（営業担当）	・東日本大震災から1年が経過するので、前年比でみると今までのような2けた増にはならないが、復興に関わる予算も決定したなかで、引き続き景気は安定して推移していくとみている。また、春夏物衣料の買換え需要が続くと予想している。
		スーパー（経営者）	・東日本大震災からの復興がなかなか進んでいないことや失業者が増えていることから、数字は上がらない。また、失業保険の給付期限が切れる人も増えているので、消費行動に結び付かない状況がこの先しばらく続く。
		スーパー（経営者）	・円高の反転や株価の改善により、多少は明るくなるとみている。
		スーパー（経営者）	・復興投資効果はいまだ局所的だが、継続されることで景気回復地域が拡大することを期待したい。東京電力福島第一原子力発電事故の補償も始まるようなので、消費拡大に結び付き、有効需要になることを期待したい。だが、給付や補償金ばかりでは一時的な動きにしかならない。一番は継続雇用の場の確保を期待したい。現実はずぐには変わらずしばらくは現状のままとみている。
		スーパー（店長）	・来客数、売上共に大きな変化はないが、買上点数及び客単価の増加傾向は続くとみている。
		スーパー（営業担当）	・景気が良くなる要因が見当たらない。

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
		スーパー（販促担当）	・震災復興とともに、被災した地域でも新たな商業施設の建設、開店が進んできており、震災特需は徐々に薄れてくることが予想される。特に小売業では更に価格競争が激化し、既存店の売上は厳しくなる。
		コンビニ（経営者）	・当店の周辺の復興関連事業は先細りになっている。また、その他を見ても伸びる要素はない。
		コンビニ（エリア担当）	・店舗が立地する地域が持つマーケットを掘り起こしてできる商材の展開を強化し、売上伸長基調を維持していきたい。
		衣料品専門店（経営者）	・単価ダウンの傾向はこれからも続くと思っている。また、高額商品には期待できない。
		衣料品専門店（店長）	・4月以降、一般ビジネス客の需要が回復するかは不透明である。
		衣料品専門店（総務担当）	・景気の先行きが不透明である。また、消費税増税や社会保障改革など政治も混迷し、不安を生じさせているため、景気は変わらないとみている。
		家電量販店（店長）	・景気回復の好材料が見当たらないため、現在の状況が続くとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー減税及び補助金の効果と新型車効果で、現状の水準が続くとみているが、昨今の雇用情勢やガソリン価格の高値安定により、需要構造としては先食い状況であり、また、低価格の低燃費車に集中していることも懸念される。
		乗用車販売店（経営者）	・4月以降のエコカー減税延長で、一部車種が減税対象から外れるのが気がかりだが、順次イベントを実施していく予定で、現状維持を期待している。
		住関連専門店（経営者）	・地域全体の消費ムードが沈滞しており、状況は変わらない。
		住関連専門店（経営者）	・進学や転勤により人が動く時期であり、新生活に必要な物として家財道具が動くはずであるが、現在の状況からすると、節約ムードもあり低価格の物に目が向くのではないかとみている。販売量の増加は望めそうにない。
		住関連専門店（経営者）	・売上が上向きの状態は2、3か月後も継続するとみている。東日本大震災で壊れた住宅の建て直しが進んでおり、仏壇を購入する客はまだいると見込んでいる。
		その他専門店〔呉服〕（経営者）	・客からは、将来が不安で、食料品も安いスーパーへ買いに行っているというような話が聞かれる。そのような状況が続く限り、我々呉服屋の商品は動かない。
		その他専門店〔靴〕（経営者）	・春は気温が例年より高めになるとの予報が出ており、春の到来とともに購買意欲の向上が期待される。
		その他専門店〔酒〕（営業担当）	・春先は農家の繁忙期であり、観光や物産もどう動くかは不透明である。景気の状態をみると楽観視はできない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・原油価格が高騰しているため、末端への転嫁が遅れば収益を圧迫する状況が当面続きそうである。夏場に向かい需要は後退するが、省エネの動きがさらに加速されそうな状況で化石燃料への依存は減少する時代の流れに変化はなく、需要減退傾向に拍車がかかるとみている。
		一般レストラン（経営者）	・特に変わることはないと思っている。
		スナック（経営者）	・歓送迎会のシーズンで団体が動く時期になるので、売上は期待できる。しかし、4月からは製薬会社による医師への接待の自主規制が強化されるため、差引ゼロになる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・デフレ感が強くなっている。いろいろな刺激策の継続で全体の底上げをすることなしに今後良くなるはずはないので、しばらくは今の状態が続くとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・先行き不透明で閉そく感があるなか年度末を迎えるが、防衛意識は企業並びに個人ベースでも更に高まっている。いかにして当館に足を運んでもらえるかにかかっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・当初予定されていた大会や学会、ブロック会議等の開催が、震災復興支援の一環として東北他県に変更となっている。今後1年はこの傾向が続くとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・顧客企業からは業績悪化等の理由によりキャンセルも出始めているため、今後の状況は予断を許さない。
		旅行代理店（従業員）	・風評被害も含めて、今後どのような対応がなされるのかによって、景気が浮上してくるかどうかが決まってくる。現状のような状況が続くようなら、変わらないか、もしくは徐々に下がっていくのではないかと感じる感じが否めない。
		タクシー運転手	・現在のような状況が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		タクシー運転手	・客からは、仕事がないという話をよく聞く。しかし、就職状況が良くなるようにも感じられないし、景気が良くなるような要因は全く見当たらない。
		通信会社（営業担当）	・景気が良くなる要因が見当たらない。
		通信会社（営業担当）	・景気好転の具体的な材料が見当たらない。
		通信会社（営業担当）	・一部の大手企業では好況感があるが、その他の企業は投資に慎重である。東日本大震災から1年ということで、各種復興事業に拍車がかかり、景気が回復することを期待しているが、実際は好況を実感するまでには至らないとみている。
		テーマパーク（職員）	・当地域は東京電力福島第一原子力発電所事故の風評被害を受けているが、風評というより、その地域に対するアレルギーとなっているようである。原子力発電所問題が沈静化し、マスコミ等で報道されない日が来ない限り、復興は遠い。
		美容室（経営者）	・この先も、全体的にやや悪い状況で推移していくとみている。
		設計事務所（経営者）	・さまざまな調査の仕事は確実に増えてきているものの、メインの仕事ではないため、現在より仕事量が増えるかどうかの見通しは立たない。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・受注後の残工事を消化することで例年の閑散期が繁忙期並みの完工となっている。このまま繁忙期に差しかかってくることで、しばらくは現在のような状況が続くとみている。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・被災者の失業保険の打ち切りなどにより、今後は復興がより厳しい局面に向かうとみている。
		スーパー（店長）	・今月末には近隣に競合店の出店、数か月後には大型店の進出が決まっているため、価格競争、顧客獲得競争はますます厳しさを増していく。
		スーパー（店長）	・東日本大震災による影響が大きく、正直、営業してみないとどうなるかわからない。売上予算も地域によって大きく分かれ、前年比90%前半の地域と同110%以上で計画している地域がある。
		コンビニ（経営者）	・競合の出店による来客数の前年割れは、2、3か月続くとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・被災による居住人口の変動や一部業種の復興需要のため、売上は好調に推移しているが、復興が進んだ結果として地域経済が良くなっているという印象はない。東日本大震災の影響が一巡してくると、地域間格差がより顕在化し、全体としては悪くなっていくことが懸念される。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数の増加が期待できる要因がない。
		衣料品専門店（店長）	・春物の立ち上がり次第だが、小売業においては暦通りに気候が推移しないと、今後厳しい状況になることが予想される。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・原油を取り巻く状況は世界的に不安定となっており、価格も上昇してきているため、今後、買い控えが相当出てくることが予想される。
		高級レストラン（経営者）	・良くなる要因は見当たらない。むしろ、悪くなることを懸念している。
		一般レストラン（経営者）	・近隣の繁華街の人たちからも震災特需はもう終わったのではないかという声が聞こえてくる。この先、決して良い方向には向かわないと予想している。
		観光型ホテル（経営者）	・現在の好況もいつまで続くかは見通しがつかない。
		観光型旅館（スタッフ）	・予約状況も悪い。価格競争の流れから脱することができずにいるため、この先も景気が落ち込む可能性が高い。
		都市型ホテル（スタッフ）	・大手電子部品メーカーの関連工場6か所の閉鎖が決まっており、ホテル業にどの程度影響してくるのか懸念している。全県規模で影響してくるとみっており、会合等もなくなり、人の移動に伴い結婚式等も少なくなるのではないかとみている。
		タクシー運転手	・国家公務員の給料が下がるのに伴い、自分の会社も下がるという人がいるようなので、乗り控えの傾向は続くとみている。
		通信会社（営業担当）	・年度末の決算状況によると、赤字決算の企業が多くなる見込みで、投資を控えるとみられることから、先行きは悪くなると予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	観光名所（職員）	・現在の前年比20～30%マイナスの状態が続くか、更に落ち込むと予想している。
		競艇場（職員）	・震災特需が一段落したことにより、全体としては下降傾向で推移すると予想している。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・買物をする人もできるだけお金は使わず、小さな買物をしている。客からは、お金はどこにも預けず、貯めておくという声が多く聞かれるような状況であるため、景気はますます悪くなっていくのではないかとみている。
		スーパー（経営者）	・間もなく東日本大震災発生から1年が経つが、マイノリティ的な部分も含め、いまだ復旧復興が進まず、消費税増税の動きが加速しているため、消費者が守りに入るのではないかとみている。
		コンビニ（経営者）	・子どもの学校が春休みになるタイミングで引越しをする人が出てくる可能性が高いため、売上も更に下がっていく懸念がある。
		乗用車販売店（経営者）	・当社はエコカー減税の対象車種が少なくなるため、景気は悪くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー減税は延長されるものの対象車種が絞り込まれるため、現行制度の適用終了による販売量の落ち込みが予想される。
		観光型旅館（経営者）	・温泉の大きなマーケットである沿岸部は復興のめども立っていない。また、復興予算も一部に偏っている感があり、一般の消費者の懐にまでは届いていない。客も一様に将来への不安を抱いており、遊興費にお金を回すような雰囲気にはなりそうにない。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・消費税の増税論議に加え、電力料金及びガソリン価格の値上げなど、先行きの不安により、急激に消費が鈍ったような感がある。しばらくは、景気の悪い状態が続く。
企業動向関連	良くなる	その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・冬の今でさえ大変好調なので、春を迎え復興関連の土木事業が本格化すれば、工事関係者らによる市場人口の更なる増加により、飲食需要の面で今以上の復興景気が予想される。
		やや良くなる	食料品製造業（総務担当）
		木材木製品製造業（経営者）	・4月以降は需要が上向いていくとみている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・通常の仕事以外に取り組んできた自社独自の新品が完成しつつあり、そちらの販売を予定している。
		建設業（経営者）	・新年度に入り転入や転出もあることから、リフォーム等の工事の引き合いがきている。また、耐震補強の工事も続いているため、やや良くなるのではないかと期待している。
		建設業（従業員）	・被災地住宅の高台移転造成案件や除染本業務案件の発注が見込まれる。
		通信業（営業担当）	・決算時期を迎えて、予想より上振れの可能性がある。
		広告業協会（役員）	・行政、自治体などの広報活動が活発になってきていることから、復興への意気込みがうかがえる。地場企業の復活が次へのステップになるとみている。
		公認会計士	・沿岸部を始め、これから本格的な復興需要が徐々に出てくるので、建設業を中心に回復基調は更に続くことが予想される。
		コピーサービス業（経営者）	・国の予算も確実に動き始めているため、特に建設関連においては仕事の増加が予想されるほか、大手企業も復旧工事が終わり、次は復興に向けた工事が始まる。そのため、コピーサービス業界にも好影響が出るのが期待される。
		その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・東日本大震災から1年が経ち、やや落ち着きを取り戻している。客の購買力も高まっていくのではないかと期待している。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・住宅関係においては、大工の確保が進展したことにより、被災地の潜在的住宅需要に供給体制が整ってきている。現在は需給バランスでみると需要が上回っている状況であり、先にも期待が持てる。
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・前年は東日本大震災の影響から売上が半分以下の月もあり、そんななかでの比較のため、前年比では良くなるかとみている。しかし、あくまでも東日本大震災の影響による売上減のためであり、傾向としてはこの先も全く変わらないとみている。
		食料品製造業（総務担当）	・消費者の節約志向により、嗜好食品の購入に慎重な傾向が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		電気機械器具製造業（営業担当）	・現在受注が多いところも、半年後は不透明なのが現状である。前年からこのような状況が続いているが、何とか仕事が入っているので、2、3か月先については変わらない。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・受注価格の低迷はおよそ半年は続くともみており、2、3か月先の景気は現状維持の見通しである。
		通信業（営業担当）	・部分的ではあるが、引き合いの増加傾向は今しばらく続く見通しである。
		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）	・全体としては緩やかな持ち直しの動きが見られるものと予想されるが、欧州経済の動向や為替動向の方向性が確認されるまでは、当面一進一退の動きが続く。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・復興が進まず、活発な消費の動きも見られないため、変わらない。
		経営コンサルタント	・震災特需は薄れ、徐々に通常の経済活動に戻る。また、春を迎えて消費者のマインドも前向きになる。
		司法書士	・不動産取引件数が低迷しており、住宅着工件数の伸びも期待できない。
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・取引先からは景気が良くなる話も悪くなる話も聞こえてこない。現状維持のままいくのではないかとみている。
		金属工業協同組合（職員）	・受注量はここ2、3か月安定しているものの、この先4月以降の受注量は全く読めない。
やや悪くなる		農林水産業（従業者）	・風評被害が何十年も続くのではないかとということに加え、賠償金もこの先同じようにもらえるのかという不安がある。
		農林水産業（従業者）	・農業を巡る今後の情勢は変わらず不透明だが、政府は戸別所得補償制度の助成金額の減額を明言しており、TPPへの参加問題と併せ、農家は更なる苦境に立たされることが予想される。
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品については、輸出環境はやや改善が見込まれるものの、競争の激化により販売単価が低下し、採算の悪化につながる懸念される。
		建設業（企画担当）	・今回の官庁工事の発注急増で量的には一段落するも、人手不足やコストアップ等の影響が表面化することが懸念される。
		輸送業（経営者）	・荷主から、コスト削減への努力を求められていると同時に燃料高、車両装備品の値上げもあり、ますます厳しい局面が予想される。
		広告代理店（経営者）	・東日本大震災関連の動きも一段落し、復興支援の好景気も落ち着くのではないかとみている。不動産関連の仕事は引き続きあると予想されるが、全体としてボリュームダウンは免れない。
悪くなる		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・取引先からの需要が減少しており、印刷の仕事の増加は見込めない。東京電力福島第一原子力発電所事故対応の予算に対して、関連する仕事をいかに受注できるかがポイントになってくる。
雇用 関連	良くなる やや良くなる	—	—
		人材派遣会社（社員）	・新年度から、行政の受託がやや増加の見通しである。また、他社事業買収による受託が2、3か月先の業績を下支えするとみている。
		人材派遣会社（社員）	・建設、設備業ばかりが繁盛しており、飲食業を除くサービス業やその他産業にはまだ波及していない。景気の盛り上がりはゆっくりと時間をかけた持続的なものになると予想される。
		アウトソーシング企業（社員）	・復興関連の仕事が増えることを期待している。
		職業安定所（職員）	・前年同月比で新規求職者数が減少し、新規求人数が増加する傾向が数か月続いており、その傾向は変わらないとみている。
		職業安定所（職員）	・求人意欲が上昇してきていることに加え、災害復旧工事の影響もあって、人手、資材共に不足がちであり、特に建設業では工期の遅れなども出ている。そのため、求人数の動きはやや良くなるのではないかとみている。
		職業安定所（職員）	・新規求人は増加基調が続き、雇用調整を実施する企業も減少している。また、新規求職者も減少基調が続いている。こうしたことからやや良くなるとみている。
職業安定所（職員）	・新年度に向けて、新規求人が増加傾向にある。一部に風評被害で落ち込んでいる産業はあるものの、それらも徐々に回復傾向にあり、当面は良くなると期待できる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	職業安定所（職員）	・求人数の増加に加え、求人件数、求人事業所数も増加してきている。また、東日本大震災関係の支援事業にかかる求人もあり、今後も求人は増加する見込みである。
		人材派遣会社（社員）	・年度替りということもあり、求人数の増加も多少落ち着く可能性がある。
		人材派遣会社（社員）	・宅建の資格保持者が採れなかったり、土木の施工管理者、建築士の人数が足りないなど、人が採用できず、思うように仕事を受けられない企業が出てきている。人材不足が景気にブレーキをかける懸念がある。
		人材派遣会社（社員）	・大幅に良くなる要素に乏しい。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比で10か月連続で増加となり、月間有効求人数も前年同月比で10か月連続で増加している。有効求人倍率はわずかずつ上向きで推移するとみている。
		職業安定所（職員）	・新規求人の大幅増加の兆しはみられず、引き続き、円高やデフレの状況を注視する必要がある。
	やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・東日本大震災の発生から1年が経過し、中央からきている企業が少しずつ撤退していく気配があるため、やや悪くなるのではないかと予想している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・東北でも東日本大震災の被害がなかった当県では復旧需要の恩恵もない。今後、人や物、金が被災県に集中し、経済的に取り残されそうで不安である。
		職業安定所（職員）	・大手製造企業で雇用調整の動きがあることが懸念材料としてある。
	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	コンビニ（経営者）	・この冬はとても寒かったが、いよいよ春が来るため、冬の閉塞感から解放されて気分が良くなって人もお金も動き、良くなる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・東日本大震災から1年がたち、前向きではないが、前年に比べるとやや良くなる。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・季節も良くなってくるので、エアコンや太陽光発電関連になお一層の力を入れることにより道は開け、やや良くなる。
		百貨店（営業担当）	・気温の上昇で春物の動きが良くなる。
		コンビニ（経営者）	・近隣のレジャー施設の増設や気候が良くなって来客数が増えるため、やや良くなる。
		コンビニ（経営者）	・これから春の到来と共に、暖かくなると人も出るため、良くなる要因のほうが多い。
		コンビニ（経営者）	・店前の道路工事が数か月かかるので、その来客が見込め、良くなる。
		衣料品専門店（店長）	・前年は東日本大震災で春物から初夏物商材の動きが極端に悪かったため、前年に買い控えていた分、商材の動きが良くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・需要時期になり、エコカー減税の効果で良い方向に推移する。
		乗用車販売店（統括）	・エコカー補助金や新型車等の影響によって販売量が多くなっている今の状態が、半年は継続される。
		自動車備品販売店（経営者）	・東日本大震災の影響による不安や、いろいろお金が掛かることがあり買い控えがあったが、やや購買意欲が高まってきて数字が上がってきているため、やや良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・春の謝恩会や観光シーズンで、5月までは順調に来客数が増える。
		一般レストラン（経営者）	・この時期も節約傾向にあるとは感じず、この先の予約状況は良い。
		観光型ホテル（営業担当）	・当観光地は冬期は閉鎖となり、例年では繁閑の差が激しい。4月にはシーズンインとなり、それを機に来客増を期待している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・前年は東日本大震災で予約等のキャンセルが続々と発生して非常に大きな痛手となり、大分切ない思いをしたが、今年はそういうことがないよう祈念するし、少しは良くなりそうである。
旅行代理店（経営者）	・陽気のために客の動きが上向いているため、多少良くなる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
変わらない		タクシー運転手	・東日本大震災の復興事業による内需の拡大や円安、株価上昇により、やや良くなる。
		通信会社（経営者）	・一般企業の動きは期待できないが、行政、外郭団体は共に3月からの新年度予算の見積が動き出し、年度明けの受注につながりそうであるため、やや良くなる。
		ゴルフ場（副支配人）	・当社は1月にクローズし3月から再開する。3か月後の予約はかなり来ているため、来場者数は増加し、やや良くなる。
		商店街（代表者）	・昔のように何でも買うというわけではないが、これからいろいろなスポーツシーズンに入り、必要な物は購入するため、しばらくの間はやや良い状態が続く。
		商店街（代表者）	・今のところ飲食店以外でも非常に悪いといわれているが、春の暖かさが戻れば人が出てきてくれる。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・良くなる要素もなく悪くなる要素もないが、当地域は福島第一原子力発電所の事故の風評被害がかなり厳しく、収束に向かわないと地方発送や進物等が伸びない欠点があり、やや悪くなるか、変わらない。
		百貨店（営業担当）	・石油製品や電気料金の値上げといった消費を抑制する話題が多いため、まだまだ消費マインドが上がる買物というところまでは気持ちがいかない。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税の議論など、消費マインドの低下が懸念される。数字上、今後2～3か月は東日本大震災の影響によるマイナスとの比較となるためプラスと予想できるが、本当の意味での景気回復には至らない。
		百貨店（販売促進担当）	・全体の売上をけん引するような部門が見当たらず、今後も同様の流れが続く。
		百貨店（店長）	・改善に向かう要因が当面見当たらないため、変わらない。
		百貨店（店長）	・数字が2、3年前及び数か月前よりは悪くはないが、これが伸びていくようには感じられない。
		衣料品専門店（統括）	・客の状況を見ていると、需要の停滞、他地区への流出など、街に客が戻る様子がまだ見られない。
		衣料品専門店（販売担当）	・来客数の動きはますます落ちていく一方である。客も先行きの不安を口にしている。底も先も見えない雰囲気、真っ暗闇で戦っているような状況である。暗中模索だったらトンネルを抜ければ何とかかなりそうだが、残念ながら希望の光はどこにも見えないため、変わらない。
		乗用車販売店（販売担当）	・エコカー補助金やエコカー減税が続いている間はこのような売行きが続く。本当に今までそういうものがなかったため、前回もそうだったが、今回の補助金もかなり景気に影響している。
		乗用車販売店（販売担当）	・当地域は観光地であるため、早く福島第一原子力発電所の事故の風評被害がなくなるように頑張っていくが、観光客が増えてホテルあたりが活気づけば、やや景気が良くなる。ただし、まだ風評被害はあり、ホテルも活気づいていないので、現状が続く。
		乗用車販売店（営業担当）	・ショールームに来場した客をいかに早期に契約に結び付けるかが重要なポイントになる。
		住関連専門店（統括）	・消費税増税の議論、年金問題や福島第一原子力発電所の事故等、先行きが不透明なため、買い控えが続く。
		住関連専門店（仕入担当）	・放射性物質の影響による余波が継続しており、家庭園芸やアウトドアレジャー中心に苦戦する状況は変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・異業種、同業種などいろいろな話を聞いても、良くなるという話はあまり聞けず、逆に悪くなっているという話のほうが多いため、変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・変わらない円高傾向と、福島第一原子力発電所の事故による食材への風評被害の影響を考えると、商売や取引がしばらくなくなり、大手優位で結局は一般業者にしわ寄せがききそうである。
観光型旅館（経営者）	・景気そのものはバブル崩壊以降、経済成長が緩やかに成長する動きになっており、この20年間変わっていない。時代の変化でビジネスモデルは激しく変わってきているが、景気自体は極端に良くも悪くもなっておらず、変わらない。		
都市型ホテル（営業担当）	・通常4月は新しい動きもあるので宿泊率が上がるが、電気料金値上げや消費税増税の議論などがあり、いろいろな会社や法人はなかなか経費が出ない状況で、宿泊への経費も絞る形になるため、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
		旅行代理店（副支店長）	・個人旅行はかなり回復している感があるが、当店の法人営業、法人旅行は先行きがなかなか伸びず、商品自体が間際化しているため、変わらない。
		旅行代理店（副支店長）	・円高による企業ダメージで、決算次第ではこの先の業務渡航や一般旅行は減るが、春から夏に向けての受注は前年の東日本大震災前に比べると悪くはなく、現状とあまり変わりがない。
		旅行代理店（営業担当）	・例年、年度初めは旅行需要が伸びないため、変わらない。
		通信会社（総務担当）	・個人消費の低迷が継続する。
		通信会社（局長）	・電気料金値上げの可能性や消費税増税の議論などの不安材料が消費マインドを阻害する要因となる状況は変わらない。
		通信会社（販売担当）	・消費税増税の議論や電気料金値上げなどにより、先行きが不透明なため、変わらない。
		テーマパーク（職員）	・先行き不透明感が強く、今よりも良くなる気配が感じ取れない。
		遊園地（職員）	・東日本大震災からの回復速度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。
		ゴルフ場（業務担当）	・平日の来場はシニア層が多いせいか、比較的安定した顧客層を確保できている。今後1年間は平日はあまり変わらない推移をしていくと思うが、土日は安いプランに集中して早めに組数が埋まり、なかなか売上が伴わないため、総体的には前年比くらいに行けば良い状況である。コスト面の削減は既に一杯の状況なので、収支の改善は見込めない。
		競輪場（職員）	・他場の売上もそれほど変化が見られない。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] （職員）	・近場の客が利用することの多い、当店のようアミューズメント施設では、景気の影響が遅れてくるというより、あまり影響を受けづらい分野である。このところ両替機で1万円札を使う客が増えてきているため、どちらかという向上気があるが、全体的にはそれほど大きな変化はない。
		美容室（経営者）	・3月になれば卒業式等、出掛ける機会が増え、少しでもおしゃれをしようとする客が多くなるが、前年と比べて予約が遅く、数的にはそれほど変わらない。
		その他サービス [清掃]（所長）	・卒業、入学、就職などによって消費が見込まれるが、最小限の買物、低廉なものなどで明るい見通しはなく、厳しい状況が続く。
		その他サービス [立体駐車場]（従業員）	・前年は東日本大震災でかなりダメージを受けた。今年はパレタインダーのイベントも行ったが、来客数及び予約状況は横ばいだったため、今後2、3か月先も横ばいで変わらない。
		設計事務所（経営者）	・新たな計画数は少なく、仕事量を維持していくことが難しい状況は変わらない。
		設計事務所（所長）	・決算時期なので何とかここで貯金を殖やし、2、3か月後安定させたいが、今月と同じように順調であるならあまり変わらない。
		設計事務所（所長）	・今のところ良くなる要因は見当たらない。景気対策の具体性が見えず、消費者の先行き不安がぬぐえない現状と同じような状態で推移する。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅購入の条件として、住宅エコポイント制度を始め、低金利、太陽光等の補助金制度、優遇税制など需要側に有利な条件がそろっているにもかかわらず、先行きの不安感から、消費購入マインドは停滞する。
	やや悪くなる	一般小売店 [家電]（経営者）	・年度が替わり、消費者の購買意欲に期待したいところだが、消費者に訴えるこれといった商材もなく、売る側の元気が出てこないところまで冷え切っているため、やや悪くなる。
		一般小売店 [乳業]（経営者）	・良くなる要素も悪くなる要素も見られないため、消費意欲は少しずつ冷えていく。
		スーパー（店長）	・前年は東日本大震災による特需があり、商材によっては通常ありえない販売があったため、この先数か月は厳しい状況が続く。
		スーパー（総務担当）	・電気料金の値上げが実施されれば企業のコストが高まり、勤め人の給与減と物価の上昇が見込まれるため、売上減につながる。

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
		スーパー（統括）	・長期にわたる円高、原油価格高騰や消費税増税の議論、社会保障問題、更に電気料金の大幅値上げなど、消費マインドを減退させる要素ばかりが大きく取り上げられ、景気回復の兆しは見えない。
		コンビニ（店長）	・前年夏に当店の商圏内にオープンした同一チェーンの他店の影響と思われる来客数減が、徐々に数字に表れてきている。周りをバイパスに囲まれた商店街立地の不利さがかなり出てきて、陽気も良くなる3か月後は更に影響が大きくなると思われるため、大変心配している。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車の受注が一段落し、エコカー減税が変わるため、やや悪くなる。
		高級レストラン（店長）	・郊外に県内最大のショッピングセンターがオープンしてちょうど1年がたつが、中心街の衰退が目に見えて進んでいるため、やや悪くなる。
		都市型ホテル（支配人）	・当地域の観光イベントが2月に始まったが、予約率及び来客数が前年に比べ半分程度になっているため、やや悪くなる。
		設計事務所（所長）	・余力のある企業は参加費無料の設計コンペに参加しており、設備投資は今がチャンスと考えているようだが、今の状況では今後好転する材料がない。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税の議論、電気料金、ガソリンなどの値上げによる消費意欲の停滞感が強くなるため、やや悪くなる。
		住宅販売会社（経営者）	・ここ数十年デフレ傾向にあっても慣れてきたが、東日本大震災以来、不景気感が徐々に感じられる。特に製造業が苦戦しているようで、売りたい案件が多くなっているが価格が折り合わず、インフレへの期待はあるが借入がある以上は金利上昇は厳しいかもしれず、やや悪くなる。
	悪くなる	商店街（代表者）	・客も不安で買物を控えているようであるため、消費税増税の議論とインフレ経済への対応が明確に伝わらないと、悪くなる。
		一般小売店〔衣料〕（経営者）	・前月から客の出入りも少なく、かなり状況が悪くなっていく傾向である。
		スーパー（経営者）	・心理的影響は更に悪化する。
		コンビニ（経営者）	・来客数及び客単価の減少により、悪くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・先行きに不安があるため、悪くなる。
		家電量販店（店長）	・節約、節電、エコロジーなどのキーワードで販売促進や品ぞろえを展開しているが、これといった需要の掘り起しがないため、厳しい状況が続き、悪くなる。
	スナック（経営者）	・底が抜けた感じであり、どこまでも悪くなっていくようである。	
	スナック（経営者）	・当店のような商売にはとにかく競争相手が多過ぎるし、個人営業としても見えないことが数多くあるため、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）	・廃家電プラントで使われる高性能フロン回収機の開発が完了し、ラインの改良と新設が続いているため、良くなる。
	やや良くなる	化学工業（経営者）	・主要商品の4月以降の受注も入り始めて一息ついており、東日本大震災の復興支援の仕事も入り始めてきたため、やや良くなる。
		金融業（役員）	・当社の取引先のなかには製造業が多々あるが、特に自動車部品製造業において受注増が見込まれており、その結果、人手不足の状況から雇用の拡大が期待されるため、やや良くなる。
変わらない		食料品製造業（経営者）	・不安材料は数多くあるが、現状を維持する。
		食料品製造業（営業統括）	・円高等による景気低迷に加えて、消費者の購買意欲減退の影響で、比較的高級に見られているワインは敬遠されがちな商材であるため、この状況がしばらく続く。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・悪い状況は依然として続く。
		金属製品製造業（経営者）	・ロシアへ輸出している自動車用エアバックの部品の仕事が無くなって困っているが、それ以外の仕事量が多くなってきているので何とかなっている。一つの仕事が無くなり片方が多くなっても、結局は変わらない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・当社は東日本大震災の被災地にあるが、復興が思ったより進んでおらず、伸び悩んでいる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・まだ長期的な見通しは立っていないが、細かな開拓の努力が成果を出し始め、しばらくは安定した受注を見込める。

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）	・引き合い件数が少なくなっており、先行きの受注見通しは不透明である。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・1～2月は前年同月より大分調子が良かったが、今後2、3か月はあまり先が見えないため、若干良くなるくらいか、変わらない。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・良い所、悪い所がはっきりしてきている。店舗規模、品ぞろえというよりも顧客の取り込みがしっかりできているかどうかが鍵となる。
		金融業（経営企画担当）	・慢性的な景気低迷は変わらない。
		広告代理店（営業担当）	・東日本大震災の復興需要が一段落してきたため、変わらない。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・日刊紙、ミニコミ誌などへの広告出稿が低迷している。3～4月は例年でも出稿が多い月だが、出稿をためらう広告主が増えている。また、定期的に出稿している広告の中止も目立ってきている。
		社会保険労務士	・為替が大幅な円安になって輸出中心の企業が利益を上げたりしない限り、内需は大きな変化がなさそうであるため、今と変わらない。
		経営コンサルタント	・良くなるのではないかという期待感はあるものの、明確な根拠があるわけではない。相変わらず東日本大震災の影響や福島第一原子力発電所の事故の風評被害が続く。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・特段の変化は見られない。
やや悪くなる		食料品製造業（製造担当）	・急激な原油価格の高騰が商品の直接原価に響き、利益がないほどまで追い込まれていくが、スーパーの安売りはいまだに続いているため、店や製造メーカーの財務内容は見せかけ以上に厳しくなる。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・官庁関係の次年度の入札がかなり安値になってきており、仕事も取りづらくなってきているため、やや悪くなる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・3月一杯は忙しい予定の自動車関連の仕事も4月からは減少傾向に入り、他の分野でも大きく仕事が増える予定はない。
		輸送業（営業担当）	・年度替わりに向かって新生活関連の取扱量は例年並みを確保できているが、景気対策的な対応がよく見えず、反対に消費税増税の議論などの消費の落ち込みが見込まれる。また、荷主より運賃見積の値下げ等を求められる状況も発生しているため、厳しい状況が続く。
		通信業（経営者）	・現在の景気を維持できる要素がない。
		金融業（調査担当）	・外需の減少により、製造業の弱い動きは続く。持ち直しは新年度以降になるため、東日本大震災復興需要の恩恵も小さいと見られる。
悪くなる		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・主力自動車メーカーからの受注は4月以降、大幅に減少する。一方では4月からコストダウンということで、非常にコスト低減要請が強く、その分の原価低減がある。また、電気料金の値上げのコストが吸収されず、赤字経営になるのではないかと心配している。そういった面で派遣社員、期間社員の調整をせざるを得ない。
		建設業（総務担当）	・公共工事主体で土木、舗装工事を行っている。受注額は前期比大幅増だが、2、3年工期の物件があり、資金的に回転が悪く効率の良い工事でないため、手持ち資金の流出になってしまい、今後の資金繰りに影響が出る。
		不動産業（管理担当）	・来年度の保守契約の中で、オーナーから価格の見直しを迫られており、保守回数などの削減により売上の減少が見込まれる。必要最低限の部分は減らすことができないため、利幅を少なくするしかない。
雇用関連	良くなる	○	○
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・電子機械、自動車関連等の製造業はまだ厳しい状況だが、衣料品、製菓、菓子類は徐々に増えてきているように見られる。募集採用等の動きも活発さを見せてきているため、3～4月に向けては比較的上向き傾向である。
		人材派遣会社（経営者）	・このまま長く良い状況が続くとは思っていないが、従業員も増えて売上も上がっているため、やや良くなる。
	人材派遣会社（営業担当）	・円安で輸出企業の収益が向上し、雇用にも前向きである。雇用環境の改善により、景気の回復感がある。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	求人情報誌製作会社（経営者）	・周辺企業では、ごく一部の企業以外は全体の状況が低迷しており、経営に対しても募集に対しても厳しい状況は変わらない。
		職業安定所（職員）	・一般的な景気は円安方向に向かって良くなるかもしれないが、雇用面はそれに遅れていくため、まだ少し悪い状況が続く。
		職業安定所（職員）	・年度末に向けての求人増加は例年並みと考えられるが、景気回復の表れと判断できそうな各業界の従業員募集、採用の意欲上昇は、今のところ感触としてない。
		職業安定所（職員）	・ここ数か月、求人票が比較的高く推移しているが、企業などのヒアリングの回答によると、円高などによって先行きが非常に厳しい等の意見も結構出ている。先行きは若干落ちてくるが、急激にはそれほど変わらない状況が当面は続く。
		民間職業紹介機関（経営者）	・企業業績において現状維持、拡大、衰退といった3つの方向が一層はつきりし、勝敗が顕著になってくる。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・既に平成24年度生の就職活動も開始されているが、採用を計画している企業数はほぼ例年と同数で、次年度の就職活動も画期的な変動はない。また、東日本大震災関連の求人も年明けに予想されていたが、特にない。
やや悪くなる		人材派遣会社（管理担当）	・東日本大震災やタイの洪水の影響がなくなって平常になったようで、派遣契約期間が短くなっているため、やや悪くなる。
		職業安定所（職員）	・この先も大手企業のリストラで会社都合離職者が大量に出るため、景気は下降となる。
		職業安定所（職員）	・円高や電気料金の値上げ等、求人数に対して不安な要因が考えられ、今後はやや悪くなる。
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	コンビニ（経営者）	・乗客からは従来とかなり違った売上が上がり、また求人をしてなかなか人が集まらないといったことから、総体的に良くなっていく。	
		衣料品専門店（経営者）	・春物衣料が本格的に動き出す時期に入り、そのうえ購買力に明るさが見えてきているため、大いに期待している。	
		その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・いろいろな経済市場が好転することが要因となり、良くなる。	
		一般レストラン（経営者）	・2月が一番悪いため、2、3か月先は良くなる。特に3～5月は2月よりも約20～30%増の売上が見込まれる。	
		観光名所（職員）	・昨年は東日本大震災の影響でかなり旅客数が減ったが、今年は今現在でも戻ってきているため、増える傾向にあると期待している。	
	やや良くなる		商店街（代表者）	・この1～3月に直接受けた低温の影響が強かった分、イベント等の仕込をしていると気候が良くなった時は所々で良い反応を感じるため、やや良くなる。
			一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・近隣の同業者の廃業に伴って前年には入らなかった季節、行事の注文が何件か入ってきているため、多少売上につながっていく。
			一般小売店〔文房具〕（経営者）	・今月は特に寒さの影響で人出が悪かったため、暖かくなれば順調に売上は上がっていく。
			一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・春を迎え、イベント、祭事も行われることを期待している。
			一般小売店〔家電〕（経営者）	・将来に対する不安から買い控えをしているようだが、いつまでも我慢できずに買うようになる。
		百貨店（広報担当）	・株価が回復傾向にあり、底の見えなかった為替も円安の方向に向かうなど、足元の景気がやや良く見えてきている。消費税など小売の景気に与える影響として解決すべき問題は多いが、東日本大震災で景気が大幅に下落した昨年に比べれば明るい傾向にある。また、今年は花粉の飛散も昨年の半分以下と予想され、顧客の外出、買物の機会も増加が期待される。	
		百貨店（営業担当）	・前年3月は東日本大震災のために大きく売上を下げ、その影響が4、5月まで続き、その後も計画停電などもあった。実際は前々年比で見なくてはいけないため、厳しい状況は変わらないが、夏までは前年比の計数上では良くなる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（販売促進担当）	・気候が寒いこともあり、春物の本格稼働がこれから見込める。また、前年の東日本大震災の影響で買わなかった物や、逆に買って置いて良かった物などの思い出し購入が想定されるため、やや良くなる。
		百貨店（販売管理担当）	・今月は気温が低かったこともあり、いまだに防寒具を中心にセール品が好調だったものの、一部スプリングコートや春色の明るめのニットなど先物の動きが堅調である。今後も入卒関連のマザーニーズやフレッシュャーズに期待が持てるため、やや良くなる。
		百貨店（営業企画担当）	・衣料品等の動きが不調なので気候が春に向いてきたころにばん回すべく、客向けの施策を打っているため、やや良くなる。
		百貨店（店長）	・欧州通貨の安定化が言われるなか、株価の安定もあるため、今年の前半まではやや良くなる。
		スーパー（店長）	・現状、円が80円台に入ってきて円高が緩和されてきたり、株価も上昇基調になってきているため、今後は若干良くなっていく。前年は東日本大震災の影響もあって食料品は非常に良かったが、それ以外は衣料品を含めて厳しかったため、これらが改善される。
		衣料品専門店（経営者）	・客は寒い寒いと口にしながら、春物商材をよく見ている。買上にはつながらなくても、来店して見ていく客は多いため、暖かくなれば商品は動く。
		衣料品専門店（経営者）	・東北の東日本大震災の復興事業が本格的に動き出すようになれば、回り回って全体的に動きが出てくるため、今年よりは動きが良くなる。
		家電量販店（営業統括）	・ここに来て株価の持ち直し、行き過ぎた円高の調整が進んでいるため、少しではあるが明るい兆しが見えてきている。スマートフォン、デジタル一眼レフカメラ、そのアクセサリに関しては新商品の発売によって販売実績を伸ばしているため、引き続き春商戦に期待したい。また、花見ツアーの訪日中国人の購買意欲に期待したい。
		乗用車販売店（経営者）	・来月で東日本大震災後1年が経過し、さらに復興も進んで景気が良くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・今月もエコカー減税と補助金の影響か、非常に低燃費車両の受注が好調である。法人、企業関係では、以前東日本大震災の影響で納期が随分かかった影響か、納期予定が3、4か月先の受注も入っているため、やや良くなる。
		乗用車販売店（渉外担当）	・エコカー補助金の復活、エコカー減税の継続で来客数が増え、正常生産によって受注残の登録も進んでいる。受注はハイブリッド車に集中し総数は思ったより増えず、売上単価も低いため、今後も楽観視はできないが、フォローの風をとらえ続けていく。
		乗用車販売店（販売担当）	・東日本大震災の影響で、いろいろな話のなかから景気はやや持ち直す。全体的にガソリンや税等の対策が遅れていることもあって将来的にはまだ安心はしていないが、特に震災関連で中古車市場が高値になっており、東北への輸送量が増えているため、今後は多少とも良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・昨年は東日本大震災等があり、計画停電もあった。震災後1年ということで報道がされ、多少は消費控えがあると思うが、今年は震災はないと思うため、昨年よりは多少良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・今年の2月は例年より営業日が1日多いため、売上、客数共に前年は超えられ、3月も昨年は東日本大震災で営業日や営業時間が短縮されたため、2月同様に前年超えは確実である。ここに来て株高、円安、前年比超えと明るい数字が出ていくため、やや良くなっていく。
		一般レストラン（経営者）	・依然厳しい状況ではあるが、客の様子や話を聞いていると、前向きな発言が若干増えてきている。心理的に東日本大震災を乗り越えて、少し本業も頑張ろうという感じが見られる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・東京スカイツリー開業効果の恩恵を受けられそうであるため、来客数も伸びる。
		旅行代理店（経営者）	・気候がだんだん暖かくなるにつれて客からの問い合わせが大分増えてきたため、3～5月についてはやや期待を持っている。
		旅行代理店（従業員）	・先行の販売受注状況が前年比140%で推移しているため、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
		旅行代理店（支店長）	・東京スカイツリー開業の5月がいよいよ近づいてきており、6か月前ということで秋の団体予約も始まる。環境的には非常に良く、当社にとってメリットが大きい部分が多々あるため、今後も増え、当社の周りは良くなる。
		旅行代理店（営業担当）	・前年に比べてゆとりが出てきたため、やや良くなる。
		通信会社（経営者）	・昨年7月の地上デジタル放送化の反動減が底を打ちつつあり、集合住宅一括契約を中心にテレビの獲得に出直りの兆しがある。
		通信会社（管理担当）	・春の販売商戦に向けて新商品の開発やサービス展開を考えているため、やや良くなる。
		ゴルフ場（支配人）	・特に3月中旬から4月にかけて、予約状況がおおむね好調である。
		その他レジャー施設 [スポーツ施設]（支配人）	・昨年3月は東日本大震災の影響があり、消費がかなり落ち込んだが、現在は底打ち状態である。復興計画に伴う消費拡大がやや前進し、現在よりは良くなる。
		その他レジャー施設 [アミューズメント]（店長）	・両替金額に対しての使用金額が上がる傾向にあるため、顧客の消費動向が回復している感が強く、やや良くなる。
		美容室（経営者）	・卒業式、入学式、入社式と人の動きがあるため、良くなる。
		設計事務所（経営者）	・前年度の様子では、4月になると新しい行政の仕事で、一気に入札関係が増えてくる。目新しいものはないが継続的なもの入札があるという、そのような豊富さに期待している。民間の仕事も相談事が大変多くなってきており、多少、耐震診断的なものが増えてきそうである。
		設計事務所（所長）	・耐震の改修設計がまだ今年も続くなか、生産施設の工場等の発注は今後の景気への兆しが出たものだと考えているため、やや良くなる。
		設計事務所（所長）	・何か動き出しそうな雰囲気を感じるため、多少なりとも上を向いていくようである。
		住宅販売会社（従業員）	・現状があまり良くなく、他の同業者はそれなりに景気が良いとのことなので、当社も今後やや良くなっていく。ただ待っているのではなく、良くなるように販売対策は行わないといけない。
住宅販売会社（従業員）	・来場者数が前年より増えているため、やや良くなる。		
変わらない		商店街（代表者）	・最近株が上向き円安方向になっていることなどから、市況からすると良いとは思いますが、当店のような中小零細企業の、特に物品販売に対する客の反応は、非常に買い控えの気持ちが強くなっている。そのため、今後景気が良くなるにはまだ時間がかかる。
		一般小売店 [家電]（経理担当）	・移動の時期なので、そういった需要があればと期待しているが、先行きが見えず、良くなる理由が見当たらない。
		一般小売店 [米穀]（経営者）	・陽気も良くなり人の動きは良くなるだろうが、大きくは変わらない。
		一般小売店 [印章]（経営者）	・身の回りの環境は消費に非常に消極的で、生活最低限の品でも客足が悪くなっている状況である。耐久消費財は我慢すれば何とか生活できるため、購買意欲が非常に乏しくなってくる。
		一般小売店 [文具]（販売企画担当）	・ある程度外商等の案件はあるのだが、取れるか取れないかよく分からない、不安定要素のあるものがかかりある。また、店頭の客数がここ1か月ほど、少し伸び悩んできている。特に競合があるなどということではないため、全体的に消費者がお金を使わなくなってきた傾向が見られる。3月の新入学、新学期、新年度と、本来であれば大きく使うはずの文房具をこのあたりで使わないのはなぜか、不思議なところである。
		百貨店（売場主任）	・3月からは東日本大震災の反動で上昇するが、現状の株安、円高が続く予想のため、前々年より上昇するとは思わない。
		百貨店（総務担当）	・経済は日本経済にとどまらず先行きが不透明であり、まだまだ現在の状況が続く。
		百貨店（総務担当）	・各店舗の売上等を見ると、若干明るい兆しも見えているが、欧州の信用不安や国内でも産業の空洞化など、これから良くなる兆しのインフラがしっかり整っているとは言えず、先行きは非常に不透明であるため、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
		百貨店（総務担当）	・短期間では消費が上向くなどの楽観視はできない。今後も電気料金の値上げなどがあり、家計から消費に回することは依然厳しいと考えるのが妥当である。社会全体か、当社か、その複合か、問題を確認しながら営業施策を考えていく必要がある。
		百貨店（営業担当）	・欧州の信用不安の後退に起因するユーロ高、ドル高、円安と日本株への外国人投資家の流入は景気改善につながる。また、婦人服、服飾雑貨、紳士服のファッション関連が堅調に推移しており、景気改善につながりつつあるが、個人消費に及ぶにはもう少し時間がかかる。
		百貨店（営業担当）	・電気料金等の値上げが各企業に与える影響が大きく、各企業は更なる経費圧縮策を実施することは必至である。消費税の議論も佳境にあるなか、好材料がない現状では、景気が回復して良くなることはない。
		百貨店（営業担当）	・東日本大震災の影響により、見かけでは前年比は上向きになる。また4、5月は人が動く時期でもあり、消費活動も活発になるが、電力料金の値上げ、円安による燃料価格の高騰の影響が読みにくく、全体としてはあまり変わらない。
		百貨店（営業企画担当）	・春先の天候、気温等にも左右される面はあるが、今の状態が継続する。
		スーパー（経営者）	・昨年は競合店ができ今年はまだ2店舗と、景気よりも競合店の影響が出そうだが、今後も景気はずっと同じような、あまり良くない状態が続いていく。
		スーパー（店長）	・客単価の上昇がある程度目安となるため、安売り競争が激しい状況下で、なおかつ必要以上には買物をしないという環境での回復は、かなり厳しい。
		スーパー（店長）	・東日本大震災から1年、備蓄商品やその他、通常とは異なる消費動向が多くなる。また、電気料金の値上げに伴う可処分所得の減少で、実際の食費は抑えていく傾向にある。
		スーパー（仕入担当）	・昨年よりクリスマス、節分等の催事や行事の際の需要が確実に伸びている。3月以降もひなまつり、お彼岸等の催事や行事が控えているため、客の内食需要の高まりによって売上が堅調に伸びる状況は変わらない。
		スーパー（仕入担当）	・客数減により、回復には非常に厳しい状況が続く。
		コンビニ（経営者）	・安価で高品質な物は更に売上が増えるが計画的な買物で必要以上に買うことがなくなっているため、売上は現状維持がやっとである。
		コンビニ（経営者）	・久しぶりに今月末、公共料金の支払件数が大変多くなったが、その公共料金は大変細かく、景気が良いような使われ方ではない。また、先々の天気の様子、あるいは東日本大震災の後遺症がどれくらい回復するかなども不透明であり、年金の問題もあるため、まだ財布のひもは固いままである。
		コンビニ（エリア担当）	・販売高のトレンドに特に変化が見られないため、今後も変わらない。
		コンビニ（店長）	・今年は競合店の影響を受けそうである。
		コンビニ（商品開発担当）	・昨年末を底に回復基調にはあるのだが、目に見えるような回復は見込めないため、横ばいである。
		衣料品専門店（店長）	・電力供給に若干の不安はあるものの、来客数や平均単価が横ばい傾向なので、しばらくは今のような状況が続く。
		衣料品専門店（営業担当）	・消費税増税の議論や国民保険料の値上げ、個人ではまだ上がっていないが電気料金の値上げなど、すべて購買意欲をなくすことばかりが目立っている。このままだと中小企業は倒れるだけという状況である。
		家電量販店（統括）	・3月以降も大きな変化はない。
		乗用車販売店（経営者）	・整備は順調に入っているが、販売はあまり芳しくない。せつかくのエコカー補助金も、来客は結構あるが将来が不安ということでなかなか成約には結び付いていないため、変わらない。
		乗用車販売店（総務担当）	・4、5月は全般的に販売状況は芳しくないが、エコカー減税の延長で早めの購入が予測されるため、横ばい傾向になる。
		住関連専門店（店長）	・東日本大震災からちょうど1年となるため、防災用品の購入又は検討をする客が多くなるものの、政治経済における大きな動きはない。
		その他専門店〔雑貨〕（従業員）	・新生活などの販売が始まっているが、あまり売行きが伸びていないため、変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他小売〔ゲーム〕 (開発戦略担当)	・昨年末に大型タイトルが異常に集中し、初夏のショーまでは大きな発表もないため、全体的に停滞ムードで推移する。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕(営業)	・先が見えず、見通しは暗い。
		一般レストラン(経営者)	・周辺で増えている同業のチェーン店とのすみ分けが、個店も含めて街の活性化になっているようである。
		一般レストラン(店長)	・2、3か月先は歓送迎会も入っておらず、ゴールデンウィークもあるため、今と変わらないかもっと悪くなる。変わらないでいくぐらいでないと、店を維持していけないような状況である。
		都市型ホテル(スタッフ)	・消費税や円高、電気料金の値上げ、夏の節電等、いろいろ不安定な事項が多いため、変わらない。
		都市型ホテル(スタッフ)	・若者の間で披露宴に費用をかけずに開催する新しい手法が発表され、単価が下がる一方であり、婚礼の受注もなかなか伸びない。近くにゲストハウスの新規開店もあり、今後も年に1軒ほど増える見込みで、競争が激しくなっている。また、婚礼のゲストハウスの一部で日にち限定で一般法人宴会を受注しており、法人宴会も競争が激しくなってきた。レストランは、昼はターゲットを女性に絞って料金設定と料理内容を誤らなければ大きく変化することはなく、宿泊もイベント会場の催し物のスケジュールを見ながら料金に強弱をつけて販売を続ければ、大きく変化することはない。
		旅行代理店(従業員)	・業務性需要が堅調であるため、変わらない。
		旅行代理店(従業員)	・国内団体旅行に限っては、受注もあれば取消も相次いでおり、決して良くなる兆しが見えてこない。
		タクシー運転手	・株や円安の流れから若干期待していいかとは思いますが、今までの例もあるため、あまり変化はない。まだ東北の復興に対してあまり期待が持てないような状況であるため、変わらない。
		タクシー運転手	・卒業式や入学式など行事もあるため、前年並みの動きはある。
		タクシー(団体役員)	・良くなって欲しい願望はあるが、今月の利用客の状況からはどうなったら景気が良くなるのか分からず、しばらくは厳しいままで変わらない。
		通信会社(営業担当)	・客は通信について、安い商品には興味を持ち、消費に対して敏感になっている。
		通信会社(局長)	・当社としては伸張する想定ではあるが、全体的な景気回復感はない。若年層のスマートフォンの伸びに販売がつながっていく感があるが、電気料金値上げや消費税増税の議論などが克明となった際には、それも鈍化する。
		通信会社(営業担当)	・多チャンネル、インターネット、電話サービスと、いずれも大手他社との競合はますます激しくなる傾向にあり、一進一退を繰り返す。
		通信会社(局長)	・新生活に伴う消費意欲すらかき立てられていない現状から、夏のボーナス時期までは消費は低迷し、変わらない。
		通信会社(営業担当)	・低価格志向が定着しており、改善の兆しが見られない。
		通信会社(支店長)	・卒業、入学シーズンを迎えて、学割需要がこの先5月ごろまで続くともみている。
		競馬場(職員)	・23年4月から24年2月までの売上累計での前年度比は100%であり、前年度並みとなっている。前年度も同様の傾向であり、プラスとなる材料もない。
		その他レジャー施設 (経営企画担当)	・今後も催事の開催など営業活動は堅調に推移する見込みだが、現状からの上積み要因は見当たらないため、変わらない。
		設計事務所(職員)	・新年度に残業手当の支給割合変更を主とした給与改定があり、社内のみで考えれば上向きではあるが、基本的には平行線である。
		住宅販売会社(従業員)	・現状では景気が良くなる要素が見当たらない。住宅金融支援機構のフラット35の融資審査基準が4月から今より厳しくなるとのことで、ますます低所得者の住宅購入が難しくなり、全体の販売量に影響がある。新築建売の投げ売りによって販売数は増えそうだが、単価が落ち込んでいるため、景気は変わらない。
		住宅販売会社(従業員)	・ゴールデンウィークのユーザーの動きによるが、現在の集客の状況では大きな変化は感じられない。

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
		住宅販売会社（従業員）	・顧客が買い求めやすい値段で販売できる土地の仕入に苦勞しており、年間で最も引渡が多い3月を過ぎた後の戸建住宅の販売は全く見通しが立たない。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・現在の低調な状況がしばらく続く。ただし、急激にどんどん悪くなっていく感じではなさそうである。
	やや悪くなる	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・今月はまあまあだったが、今の来客数の動きなどを見ると、3か月後は少し悪くなっていく。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・客が慎重に、より満足する安い商品だけを買う傾向が続くと、顧客数の多い商品は売上減少の一途をたどる。高くても良い煎茶などはぜひたく品という客の認識が増えてしまうと、利益減少の状況が断続的に続く。
		百貨店（総務担当）	・電気料金の値上げ、施策の遅れ等により、景気はやや悪くなる。
		百貨店（営業担当）	・日本企業の収益環境は厳しく、所得の減少は続き、消費行動は更に堅実かつ縮小傾向にある。
		スーパー（総務担当）	・前年は東日本大震災で衣類関係を中心に非常に落ち込んでいたため、単に前年比では良くなると思うが、前々年以前の平年比では、消費税、電気料金の上昇、公務員を含めての給与減などで、小売業としては景気はやや悪くなる。
		コンビニ（経営者）	・電気料金の値上げ、その他原油価格の高騰による値上げ等で、財布のひもが固くなる。
		コンビニ（経営者）	・客の財布は固い。給料日は1日だけ大変売れたりするが、翌日からは全くといったことが続いているため、やや悪くなる。
		コンビニ（経営者）	・これと良い材料が見当たらない。中東情勢から原油の供給が不安定になれば、急激に経済も悪化しそうである。
		衣料品専門店（経営者）	・当店の周りでは最近少し大きな倒産があり、その影響もある。なかなか景況感が良くなく、購買意欲も起きないため、やや悪くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・春物の売れ筋が読みづらく、仕入が苦戦している。天候にも左右されて消極的な仕入、販売促進で苦戦が予想され、現状は顧客の動きも悪く、今後も客単価共に不安である。
		衣料品専門店（営業担当）	・東日本大震災がまだ尾を引き、年配の客は不況のために財布のひもを固くしている。
		家電量販店（経営者）	・前年は東日本大震災の影響で3月は大幅に減速したが、5～7月までは震災後の節電特需と7月下旬のアナログ停波の影響で10%ほど伸張したため、7月までは厳しい状況が続く。
		家電量販店（店員）	・今後も電化製品に関しては低価格化が進み、あまり良くない。
		住関連専門店（統括）	・まだまだ買い控えが続き、必需品以外の消費はなかなか望むことができない。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・前年は東日本大震災後のバブルがあったため、非常に厳しい数字になる。
		その他専門店〔服飾雑貨〕（統括）	・メディアでも騒がれているライフラインコストの上昇や消費税増税の議論といったネガティブ要素が、客の購買心理を低迷させる原因となりそうである。
		高級レストラン（支配人）	・同窓会など私的な会合は数か月前に比べると予約が増えてきているものの、当初は3月11日を過ぎればほぼ元に戻ると予測していたが、4～6月の予約状況は前々年と比べても低レベルである。企業も業種により好不調がはっきりと分かれている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・結婚披露宴の予約業務を扱っている仕事だが、4、5月の手持ちの予約状況が非常に伸び悩んでいる。
		通信会社（経営者）	・デジタル化以降、テレビに対する関心が低下し、今後も持続しそうである。
		通信会社（営業担当）	・大手他社の競合サービスにおける基本料金の値引きが、当社の加入者及び新規加入の受付にも少なからず影響する。
		パチンコ店（経営者）	・今のパチンコ店にはいろいろと広告規制がある。また、消費税増税の議論により、客が何となくお金を使わない、客にアピールできない、さらに客がお金を使わない、という傾向が強くなっているため、先行きも厳しい。
		その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・来客の動向を見ていると、明らかに金銭的な理由で2ゲーム目、3ゲーム目を投げずに精算する客が目立つため、やや悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	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地震が起きる確率が5年以内に70%という報道が出たため、遠くから通う小学生が少なくなっている。景気は下向きになっており、塾離れも大変進んでいるようである。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・3月からの新期生の申込が前年比20%くらい減少しているため、やや悪くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・所得税の増税によって、先行き不透明感がある。住宅購入は大きな買物なので、その点に敏感である。
		商店街（代表者）	・何とかしなくてはならないが、良くなる手段が探せない。周りの状態に流されたままいくと、どうしようもない状態になりそうである。
		一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・オーバーストアにより、悪くなる。
		一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・今は給料も下がり、年金の問題もあり、パートも少し減っている。そういった非常に所得が減っている状況のなか、客は大変な低価格志向になっていく。格差が非常にあり、消費税などが上がったとしても低所得者に一番響くと思うため、これからますますひどい世の中になっていくのではと心配している。
		スーパー（店長）	・ここ3か月以内に競合店が2店ほど出店する予定であり、当然影響がある。競争が激しくなり、売上が今よりも大幅に下がり、厳しく、悪くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・例年なら動いている案件が止まっており、新規受注も少ないため、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（経営者）	・良い方向に動き出しているように感じるため、やや良くなる。
		食料品製造業（経営者）	・気温の上昇と共に財布のひもが緩くなることを期待する。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・新規の組織改編等に伴う需要が期待できるため、新年度に期待感を持っている。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・法人は数物が少し出たりといった部分から、やや上向きになっている。個人客に関してはリフォームとあって、いらなくなった物を再利用することがある。別にする必要がないことで、コストが掛かっても掘り直して作り直したいという需要が出始めているため、やや上向きと現場では感じている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・電気料金の値上げで電気を使う商品への影響が出てくるかもしれないことが気になるが、東日本大震災で記録した大幅な販売不振が今期はカバーできると思うため、今後に期待している。
		輸送業（経営者）	・減少していた配送先がわずかだが増加に転じてきていたり、新規に受注した業務が軌道に乗り始める時期なので、景気回復に期待したい。
		金融業（渉外・預金担当）	・欧州の対策と為替相場、株価の回復により、好転してくるという希望的観測も増加してきている。受注も前月よりは若干回復してきている先も見られるため、やや良くなる。
変わらない	変わらない	金融業（役員）	・為替が好転し、輸出関連企業を中心に元気が出てきている。まだ具体的な動きには至っていないが、経営者の気持ちは好転しているため、やや良くなる。
		金融業（支店長）	・依然として欧州の信用不安は残るものの、米国の景気回復の予兆もあって株高、円安の動きが続き、個人投資家の投資意欲は高まる。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・新しい警備の仕事も4月から始まり、売上が上がる見込みである。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・日本銀行の金融政策の影響によって、デフレを脱却するだろうし、円安に進むと思うため、やや良くなる。
		出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・年度末という特殊な要因で仕事量は増えるが、予算の決まっている発注が多いために利益の確保が難しく、仕事量の割には景気が良くなったと感じるには至らない。
		化学工業（従業員）	・1回の注文量が少なくなっており、注文回数は変わらない傾向は当分続きそうである。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・日本銀行の政策により株価が若干上がってきたことや、円安に振れてきたことで、景気が良くなると期待している。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・発注量に大きな変化はないと思うが、仕入先から材料値上げの要望が続いているため、仕入価格の上昇が懸念される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金属製品製造業（経営者）	・期末ということもあり、続けざまに受注が増えているが、4月以降は不透明との話である。大手受注先では在庫調整のため、一部操業短縮を始めた所もある。
		電気機械器具製造業（経営者）	・経済の流れが上向きにはなっていないため、引き合いは活発に出てきているが、金融面で景気が落ち込み、上昇の雰囲気にはなっておらず、良くなるという見通しはしづらい。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	・特に良くも悪くもなる理由は聞いておらず、また見ていないため、細かい努力の積み重ねの中で売上を作っていく。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・好転する理由が見えないが、今以上に悪化する要素もないため、変わらない。
		建設業（経営者）	・先が見えないだけに、設備投資案件が止まったまま、変わらない。
		建設業（経理担当）	・現状の受注工事の内容は、老人施設関連の建設がほとんどになってしまっている。工場の設備投資関連の発注はなくなってしまい、根本的に当地域での景気が悪い状態を表している。老人施設の仕事が増えても景気が良くなるとは言えない。
		輸送業（経営者）	・今の様子では、先が良くなるということは当業界では全く見えていない。当社の得意先が悪いのかもしれないが、そう悪い企業ではないため、何とか良くなることを念じて待っているものの、なかなか良くなってこない。
		通信業（広報担当）	・景気はしばらく不透明な状況が続く。
		金融業（統括）	・特段の好転材料がないため、変わらない。
		金融業（従業員）	・わずかに改善が感じられていた地域中小企業の業況感は、足踏みの状況になっている。一部の製造業では復興需要による受注増などが期待されているものの、多くの企業では先行き不透明との意見が多いようである。
		不動産業（従業員）	・商業用地、工場用地の引き合いが非常に少なく、また住宅地については引き合いがあるものの、割安感があるものしか成立しない状況は変わらない。
		不動産業（総務担当）	・既存テナントからは賃料の値下げ要求が強く、また新規入居のテナントからはフリーレントの要望が強く、どちらの条件を飲んだほうが得策なのか思案しなければならない状況下に置かれており、先の見通しが読めない。
		広告代理店（経営者）	・3か月後すなわち来期は、現時点では全く読めない。空気的にはやや悪いが、今期が底のような気もするため、変わらない。
		広告代理店（従業員）	・あまり変わらないと思うが、エコカー減税が継続されたため、取引先の自動車販売店で新年度の落ち込みが少なくなると見込んでいる。
		広告代理店（従業員）	・印刷関連の仕事は減ってきており、それに伴って売上も減少傾向が続く。
		経営コンサルタント	・中途採用関係に変化があり、採用活動が動いている。まだ一部ではあるようだが、サービス関係の採用に動きがある。ただし、大勢として厳しい状況は変わらない。
		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	・良くなる要因が見当たらない。
		経営コンサルタント	・経済団体の会合が続くこの時期に、集まった中小製造業の社長たちの話は暗いものが圧倒的に多い。大手メーカーの巨額赤字の報道があつてからは特に、発注先との受注価格の交渉に難儀しているという。新年度予算の策定期間でもあるが、内容は極めて控えめなものが多いようである。
		税理士	・先の見通しが付かず、このままの不景気が続きそうである。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・顧客の値下げ要請のみならず、中東情勢の影響で原油が上がり、輸送トラックや機械の燃料、原材料への値上げが始まってきており、利益が圧迫される。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・年度末になっても新規事業はあまり期待できず、低迷したまま変わらない。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・前年立ち上げた新規事業の成果が出てくるにはもう少し時間がかかると思うため、変わらない。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・年末年始の受注件数は低調な状況で終わっているが、年度末が近づいても受注件数が伸びていかない。回復の兆しも見えず、今後も低調な状況が続いていく。

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	
	やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（所長）	・年度替わりの繁忙期までは何とか良い水準を維持できるが、それ以降は前年実績を維持できる予測が立たず、かなり厳しくなる。	
		金属製品製造業（経営者）	・量産で流れている物についてはあまり変わらないで流れてくると感じているが、4月以降の客先の計画が見えないため、この先は心配である。	
		金属製品製造業（経営者）	・仕事量が減った分の新しい仕事を取ることが難しい。海外生産との価格競争となり、海外競合品には価格でかなわないため、やや悪くなる。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・輸出関係のものが来月の内示では落ちてきているため、少し心配である。他の内示はこれから出るので少し分からないが、心配している。	
		精密機械器具製造業（経営者）	・国内メーカーの海外進出は加速するため、ますます国内のGDPは下がる。	
		建設業（営業担当）	・見積価格競争の中で減額を施主側から要望され、社内で見込んでいる経費をかなり落とさなければ競争に勝てない状況が続き、やや悪くなる。	
		金融業（支店長）	・税金に関する議論が、消費税を含めて増税することを前提としているため、消費者の消費低迷を招いている。企業は親会社からの受注が現在も減っているということで、なかなか利幅を取れないことが続き、苦しくなる。また、中小企業金融円滑化法が1年間延長になったため、少しは倒産率が減るだろうが、これもあと1年ということであるため、今後あまり良い材料がなく、やや悪くなる。	
	悪くなる	建設業（経営者）	・消費税増税前の駆け込みはあったとしても、人口減少社会で建設業界は全体としては斜陽産業であるため、悪くなる。	
		輸送業（総務担当）	・出荷量が激減し、燃料価格が高止り状態から更に値上がりし、売上は計画を大幅に下回って激減、経費は大幅増となる見込みである。	
	雇用 関連	良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年度替わりの時期なので集中的に予算を使ってしまおうということと、今から6件話が来ている。新しい事業計画に基づく募集で、かなり大口の案件が入るため、相当上がる。
		やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・求人案件の内容で、時期需要での求人が発生し始めており、各企業とも繁忙期に外部人材を利用するようになってきている。今後、各企業の業績が更に向上すれば、外部人材の活用もますます見込まれる。
			人材派遣会社（営業担当）	・このまま求人増に合わせて採用、雇用が増加すれば、やや良くなる。
			求人情報誌製作会社（営業担当）	・やや求人数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）	・相変わらず景気低迷のまま推移している感があるが、東日本大震災後1年を迎えた今、中小企業、個人商店にかかわらず、少しでも活気を取り戻そうと考えている経営者が多いため、やや良くなる。
職業安定所（所長）			・前年同月比で新規求職者の減少が続いており、一方、新規求人数は増加基調を維持している。円高等の不安要因はあるものの、当面は復興需要も見込まれることから、やや良くなる。	
職業安定所（職員）			・求人を受理している窓口担当者の話では、今月も例年と比較して求人数が増加しているとのことである。また、日本銀行の金融政策によりここ最近、株価も上昇している。これらの状況を踏まえ、今年はしばらくの間、景気の回復基調が継続する。	
職業安定所（職員）			・原子力発電所停止による電力不足が懸念されるが、企業においては夏場に向けて、消費電力の削減に向けた設備投資や電力不足対策の準備を着々に進めているという話を聞いたため、徐々に景気は良くなっていく。	
民間職業紹介機関（経営者）			・企業活動に落ち着き感が出てきている。次の展開をにらんだ動きが感じられ、やや良くなる。	
民間職業紹介機関（職員）			・企業の採用計画数から、やや良くなる。	
民間職業紹介機関（職員）			・円高の改善等により輸出企業の業績アドオンが見えてきたことなどから、さらに心理的に改善していく可能性がある。	
変わらない		人材派遣会社（社員）	・電気料金の値上げ、燃料費の高騰等で、国内での継続が非常に難しくなっているという企業が多く、将来について非常に悪影響を及ぼしそうである。	

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
		人材派遣会社（社員）	・製造業を中心とした生産回復、増産に伴う人員募集に陰りがある。一部では余剰、人員調整の動きも見られるが、先行き不透明であり、地域でばらつきも見られる。東北、被災地での求人需要は引き続き小売、サービス関連の雇用が活発化しており、雇用環境悪化の材料は特段見られない。
		人材派遣会社（支店長）	・売上が大きく上がるほどの案件見込みがなく、見通しは良くないため、変わらない。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・東日本大震災から1年が経過し、震災前のレベルにまでは戻ったが、それを上回るような力強さは感じない。
		職業安定所（職員）	・状況の見込みはまだ先行き不透明であり、今と変わらない。
		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。
		職業安定所（職員）	・人手不足のIT、医療関係の求人が増加しているが、中小零細の事業所には経済動向を様子見し、採用を控えている企業も多い。
		学校〔専修学校〕（就職担当）	・大手企業求人数は若干の伸びを示しているが、中小企業の求人が減少傾向であり、全体の求人数に大きな伸びは期待できない。
		学校〔短期大学〕（就職担当）	・依然として経済は不況で厳しい状況にある。また1、2月と企業訪問をしているが、24年度の採用計画がまだ未定という企業が多い。
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社（広報担当）	・時間当たりの労働単価が下がっており、リストラも多い。今までと同様の仕事内容でも収入が減ったり、失業者が増えると、景気が上向くとは思えない。
	悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・労働者派遣法の適正化に伴い、派遣契約の縮小が見込まれている。

5. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	－	－
	やや良くなる	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・街への人出が増えており、外食の機会が増え、乗客数も少しずつ増えてきている。今後もこの傾向が続き、やや良くなる。
		百貨店（販売担当）	・景気がこれ以上悪くなる大きな要素は見当たらない。新商品や新たな提案の動きが、ここ数年のなかでは早くなっているため、大きな環境変化がない限り後はやや良くなる。
		百貨店（店長）	・今後、前年同月比はやや良くなる。
		スーパー（総務担当）	・客単価は前年同月比で3%ほど上昇しており、後はやや良くなる。
		コンビニ（商品開発担当）	・前年は東日本大震災の影響で数値が大きく落ちたため、今年はその反動で多少改善される見込みである。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー減税の駆け込み需要はまだまだ見込める。エコカー補助金もあり、更に追い風になる。
		乗用車販売店（従業員）	・3、4月に現行のエコカー減税が終了し、新たなエコカー減税に変わるが、メーカー側も新制度に合わせるようにマイナーチェンジするため、不安はある程度払しょくされる。今のところ土日祝日を問わず乗客数は増えてきているため、しばらくは前年同月を上回る月が続きそうである。
		乗用車販売店（経理担当）	・車両のフルモデルチェンジが予定されているため、新車効果が期待できる。
		住関連専門店（営業担当）	・東日本大震災の影響で、中部地方でも工事は増加している。また、消費税増税前の需要も出始めているため、後はやや良くなる。ただし、設備投資関係や公共投資は横ばいであり、需要増加はあまり見込めない。
		旅行代理店（経営者）	・東日本大震災から1年経ち、復興需要によって景気は少しは良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・旅行に出掛けやすい時期になり、旅行料金も手頃な商品が大半を占めてきている。好条件が揃っているため、今の状況は当面継続する。
		タクシー運転手	・半年ほど前から、少しずつ良くなっている。今後も多少良くなる。
変わらない	商店街（代表者）	・相変わらず必要な物以外は購入せず、客単価も一段と落ち込んでいる。今後もこの傾向は変わらない。	
	商店街（代表者）	・電気料金の値上げや増税が具体化しそうであり、貯蓄志向が強まり財布のひもは一層固くなる。	

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
		一般小売店〔書店〕 (経営者)	・前年12月以降客単価が低い状態が続いており、乗客数が前年同月比で2割ほど上がらないと、前年と同じ売上にはならない。この傾向は今後も続く。
		一般小売店〔贈答品〕 (経営者)	・客は付き合いの範囲を広げることも減らすこともせず、現状維持が続いている。今後もこの状態が続く。
		一般小売店〔自然食品〕 (経営者)	・現状維持が今後も続く。上向く要素もなかなか見つからない。
		一般小売店〔食品〕 (経営者)	・商店街や他店の様子を見ると、業績が順調に伸びている店と伸び悩んでいる店がある。全体的に景気が回復に向かうには、まだ時間がかかる。
		百貨店(売場主任)	・天候に左右される客が多いため、3月も寒い日が続くと春物には目が行かない。新聞や雑誌の掲載商品を目当てに来客する人も多いが、名古屋には商品がそろっていないことも多く、売上の増加は今後も厳しい。
		百貨店(企画担当)	・前年は3月に東日本大震災が発生し、3～4月は購買意欲が減退していた。その反動で今後数か月間は上向く可能性があるが、継続的に景気を押し上げる要素は見当たらない。さらに、電気料金の値上げ等に伴い、消費財の値上がりも懸念される。
		百貨店(経理担当)	・催事等の特殊要因による売上増は期待できるものの、景気が良くなるという状況ではない。
		百貨店(販売担当)	・消費が伸びる要素は全く見受けられない。現状の悪い状態が続くそうである。
		百貨店(経営企画担当)	・婦人服などの服飾商材の単価は、引き続き低下傾向にあり、売上面では厳しい状況が続く。また、消費税増税や年金問題などがマスコミなどで取り上げられており、消費を減退させないか懸念される。
		スーパー(経営者)	・今の悪い状況が改善する見通しはない。
		スーパー(店長)	・スーパーは既に過当競争の状態にあるにもかかわらず、今後も新規出店が続く。安さ以外の要素では勝てないため、単価の低迷は今後も続く。
		スーパー(店員)	・今後良くなる見通しはないが、これ以上落ち込む要因もない。
		スーパー(店員)	・果実や野菜の価格は、ある程度時間が過ぎればゆっくりと下がってくる。ただし、価格低下の時期が分からないほど、まだ高値を維持しているため、今後の見通しが立たない。
		スーパー(販売促進担当)	・前年は3月に東日本大震災があり、それに伴う特需があった。それに対応して販促を計画しているが、前年をカバーすることは難しい。また、4月には競合店が開業する。
		スーパー(営業企画)	・し好品の単価は上昇しているが、全体的に良くなる印象は受けない。これ以上の単価の上昇も見込めない。
		コンビニ(エリア担当)	・厳しい状況は、当面継続する。
		コンビニ(店長)	・日々の来客数の動きや商品動向を総合的に勘案すると、良くなることはない。
		衣料品専門店(経理担当)	・販売量、乗客数共に、前年並みの横ばいが続く。今後も一進一退である。ただし、男女の衣料品は堅調に推移しており、東日本大震災後は回復基調にある。
		家電量販店(店員)	・今は壊れたらなるべく安く買換えようという需要が中心であり、底である。これ以上悪くなることは考えられない。
		家電量販店(店員)	・家電エコポイント制度の終了に伴う反動減は、当分続く。オリンピック効果などを考慮に入れても、前年を上回ることはない。
		乗用車販売店(営業担当)	・景気が良くなる要素は全くない。
		乗用車販売店(従業員)	・エコカー補助金には予算上限があるが、少なくとも先行き3か月以上は持続すると思われるため、その間の自動車業界では景気の良い状態が続く。
		乗用車販売店(従業員)	・エコカー補助金、減税によって、ある程度の需要喚起は今後も続く。
		乗用車販売店(従業員)	・明るい見通しになる要素は特にない。客の動きや販売量は良くも悪くもなく、今後も横ばいが続く。
		乗用車販売店(従業員)	・来月は年度末の決算期になるが、例年のような盛り上がりは感じられない。客の関心は燃費の良い車やハイブリッド車に向かっており、新年度に入っても現在と状況は変わらない。

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
		乗用車販売店（総務担当）	・東日本大震災後に続いた消費控えの反動が続くことに加えて株高もあり、消費者の財布のひもは少し緩んでいる。今の状況はしばらく続きそうである。
		乗用車販売店（販売担当）	・4月以降はエコカー減税の対象車種が絞られるため、今後の状況は少し不透明である。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・電気代等の値上がりにより、客は買い控える。ただし、必要な物は購入するため、今の状態が継続する。
		高級レストラン（スタッフ）	・今は来客数が増加しているが、大幅な落ち込みの後の回復に過ぎず、底打ちではない。イベントの効果は長続きしない。イベント期間以外の客の動きは相変わらず弱い。
		一般レストラン（経営者）	・良くなる兆しは1つも見当たらない。
		一般レストラン（従業員）	・最近、仕入先の八百屋が自主廃業した。建築関係の客との話でも、消費税増税になれば一戸建てを建てる人は皆無となり、マンション等の集合住宅に移行し、小さな工務店は倒産するといった話題ばかりであり、景気の良い話が出てこない。このような状況が今後も続く。
		スナック（経営者）	・ゴールデンウィークは9連休の企業が多くなり、全体的にレジャーなどに流れる。飲食街や繁華街への人出は見込めず、売上は減少する。
		都市型ホテル（経理担当）	・景気はまだ上向いておらず、客単価は今後も上がらない。
		旅行代理店（経営者）	・1、2月の状況があと2か月間も続けば、やや良くなると判断するところであるが、今はまだ今後悪化する要素もあり、変わらないと判断する。
		旅行代理店（従業員）	・ゴールデンウィークの動きは良いが、その前後の予約はかなり落ち込んでいる。
		タクシー運転手	・タクシー業界全体で15%の減車を行ったが、運転手の売上は前年と比べて5%ほどの増加に止まる。客のタクシー利用は、前年同時期よりもますます減少している。今後は歓迎宴会などで多少の利用を見込めるが、その先は売上が増加する要因はない。
		テーマパーク（職員）	・今後良くなる兆しは見えない。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・介護保険法が改正されても、良くなる材料はほとんどない。
		やや悪くなる	
スーパー（店長）	・単品単価の下落は今後も継続する。不安要素も多いため、今後景気が回復することはなく、良くて現状維持である。		
コンビニ（エリア担当）	・今までは客単価が低下しても来客数で補っていたが、客単価、来客数共に減少している現状は厳しい。それに加えて、今後も競争店が出店してくるためますます厳しい。		
コンビニ（エリア担当）	・今は客単価の上昇により何とか前年比をクリアしているため、売上の大きな減少には至っていない。しかし、重点管理商品が右下がり傾向にあるため、今後は厳しい。		
コンビニ（店長）	・余分な物は買わないという節約志向は強く、売上が増える気配はない。		
家電量販店（店員）	・客は経済的な余裕がない様子であり、今後も厳しい。		
その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・消費税増税の話題が出ているだけでも、当面財布のひもは固くならざるをえない。		
観光型ホテル（経営者）	・前年は東日本大震災の影響があったため、今年は前年を上回ると思っていたが、今のところ動きは非常に悪い。東北地方に人が流れているのか、企業業績の悪さを反映しているのかわからないが、4～5月の売行きは非常に悪い。		
観光型ホテル（販売担当）	・4月以降の宴会の受注が全く思わしくない。前年に消えてしまった案件が今年も消えたままかと、不安で仕方ない。		
都市型ホテル（経営者）	・客単価が上がりにくい環境は、まだまだ継続する。		
通信会社（企画担当）	・競争激化によって解約件数が増加しているが、新規契約の減少は競争以外の要因も大きい。増税などの先行き不透明感が影響している可能性がある。		
理美容室（経営者）	・暖かくなってきても来客数はあまり増加しておらず、今後も厳しい状態が続く。		
設計事務所（経営者）	・良くなる材料はほとんどない。2、3か月先の実設計につなげる計画もない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		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）	・4月以降の工事見積依頼は、ほとんどない。
		その他住宅〔住宅管理〕（従業員）	・消費税増税の懸念による先行き不安から、とりあえず貯金をしておこうという客が増加している。今後もこの傾向は続く。
	悪くなる	商店街（代表者）	・テレビを始めとしてAV関連機器の売行きが悪い。また、東日本大震災後は住宅の電化の推進が控えられているため、震災前の水準には戻らない。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・消費税関連法案が成立すると、また消費が冷え込むことが予想される。
		コンビニ（店長）	・客の高齢化や先行き不透明なこともあり、購買意欲の減退が顕著である。この傾向は今後も続く。
		その他専門店〔貴金属〕（店長）	・低価格志向は続いている。客は買物に慎重であり、通常のセールでは売上が伸びず、経営はますます厳しくなる。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・今後消費意欲が好転する要因は見当たらない。
		パチンコ店（経営者）	・業界全体で、単価は低下傾向にある。今後は一段と厳しくなる。
		住宅販売会社（経営者）	・土地、建物はまだまだ値下がりするのではないかとこの予想により、買い控えをしている客が多い。今後もこの傾向は続く。
住宅販売会社（従業員）		・過去の消費税増税の際は住宅建築の駆け込み受注等があったが、今回は客の反応が鈍くその傾向は見られない。逆に住宅投資に対して一層消極的になる。	
企業動向関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・前年から持ち越しているやや大きな企画が、5月に実施となる。その波及効果も見込まれる。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・円高が少々解消されて価格競争力が戻ってきているため、今後は受注が増える。また、米国の自動車会社が黒字化したことを受けて、北米では設備投資に積極的なムードが出てきている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・2～3か月後には、新製品の出荷量が増加する。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・円高が緩み株価も上昇傾向にあるため、積極的な雰囲気が出始めている。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・取引先の計画では、あと2年間ほどは増産する。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・エコカー減税の延長や、タイの洪水による影響が落ち着き増産することなどにより、今後は良くなる。
		金融業（法人営業担当）	・自動車関連では、エコカー補助金などの政策効果に加えて円安に伴う輸出増加も好材料となり、生産の増加が見込まれる。地元の部品メーカーでは、4月以降の受注も増加している。
		金融業（企画担当）	・円安に動いてきていることと、日経平均が上昇してきていることから、個人投資家の心理が良くなりつつある。鈍いながらも少しずつ動き始めており、景気はやや良くなっていく。
	広告代理店（制作担当）	・前年並みとまではいかないが、4月ごろから新規の受注が少しずつ増える。	
	変わらない	紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・取引先の販売計画を見ると、受注量が増加する見込みはない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・主要な取引先の受注量、販売量は、今の水準で推移する。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・現在の受注増は、取引先が在庫を絞り込み過ぎた反動であるように見受けられる。これ以上は伸びない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・円高のままであるため、今後も大幅な好転は見込めない。
		建設業（経営者）	・しばらくの間、今の状態が続く。
		輸送業（エリア担当）	・好転する材料はなく、今の状態が続く。
		輸送業（エリア担当）	・日々の仕事は増えてきているが、燃料価格が少しずつ上がってきているため、今後は心配である。
		輸送業（エリア担当）	・近隣の支店の荷物量が減り始めてきているため、今後は当店の伸びも鈍くなっていく。
		通信業（営業担当）	・取引先との来季予算に関する話では、注文が増加する要素はない。

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
		金融業（従業員）	・自動車関連の取引先企業でも、今後の見通しは立たないとの意見が多い。
		不動産業（経営者）	・すぐに大きな変化が出てくることはない。
		不動産業（開発担当）	・工事費は増加基調にあるものの、急激ではないため、すぐには大きな影響は出てこない。
		会計事務所（職員）	・大企業では良くなりつつあり、その恩恵を受けている下請の中小業者も少しはある。しかし、個人事業者までは回っていない。
	やや悪くなる	印刷業（営業担当）	・取引先からは値引きの話しか聞かないが、値引きをすれば売上は減少する。この状況は今後一段と加速する。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・欧州の信用不安は、まだ安心できる状況にはない。円高も一段落した感はあるが、輸出企業にとって苦しい状況は変わらない。原材料価格の値上がり傾向も相変わらずであり、電気料金の値上がりも待っているため、後は更に厳しくなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・受注量の変動はないが、後は鉄鋼メーカーから値下げの話が出るなど、先行きに不安がある。
		建設業（営業担当）	・公共関係等の予算が付かなくなり例年の仕事が発注されなくなったり、企業からも値段交渉や年に数回やっていた作業回数が減少するなどしている。後は更に厳しくなる。
		輸送業（経営者）	・原油価格の上昇により、3月から燃料費の値上げを申し入れられている。
		輸送業（従業員）	・原油価格の高騰が、停滞感をもたらしている。円安傾向も石油製品の輸入にはマイナスであり、物流業界では明るい材料が見当たらない。
		輸送業（エリア担当）	・2月にこれだけ落ち込むことはあまりなく、先が見えない。例年は年度末に向けて荷物量が増加するが、今年はその兆しが無い。東京でも荷物量が減少していることから、景気が良くなることはない。
		不動産業（管理担当）	・若干円安傾向にあるが、先行きはまだまだ不透明である。今後企業によるオフィス需要は、一層冷え込む。
	悪くなる	鉄鋼業（経営者）	・現状が相当に落ち込んでいるため、今後良くなる要素は見当たらない。復興需要も年度末の駆け込み需要もなく、改善は見込めない。
		金属製品製造業（経営者）	・新年度に向けての引き合いが減少しているため、後は悪くなる。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・タイの洪水で影響を受けた分のばん回が終わると、売上は減少する。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（経営企画）	・おう盛な研究開発需要は今後も続くため、技術者派遣への需要も、今後続く。
		人材派遣会社（社員）	・正社員求人が増加傾向にあるため、後はやや良くなる。
		人材派遣会社（営業担当）	・東日本大震災からの復興需要により、ここ1～2年間は特需が続く。
		人材派遣会社（営業担当）	・株価は少しずつ上昇してきており、求人も比較的多い。この状況は今後も続く。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・エコカー減税の継続により自動車の購入が増えるため、自動車の増産につながり、後は多少上向きになる。
		職業安定所（職員）	・求人数は引き続き増加する。ただし、求人に対する充足率は低下傾向にあり、求人条件が改善しているかどうかはわからない。総合すると、やや上向き程度である。
		職業安定所（職員）	・運輸業、情報通信業、飲食業などの内需関連企業では、新規求人数が前年同月比で3割以上増加している。この傾向は今後も続く。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・東日本大震災やタイの洪水の影響が一段落し、悪い要素がなくなっている。円安傾向もあり、後はやや良くなる。
		民間職業紹介機関（支社長）	・自動車業界では、本格的な増産に入っている。それに伴い、後は求人数の増加が見込まれる。
		変わらない	人材派遣会社（経営者）
	職業安定所（職員）		・後は求人増加は見込まれない。求人、求職共に、横ばいが続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・円高が緩和する兆しは見られるものの、厳しい状況に変わりはなく、輸出関連の製造業を取引先とする中小零細企業の受注量に改善は見られない。また、今後1、2次下請企業の工場の海外シフトが加速すると受注は減少するため、企業の存続にも影響しかねない。
		職業安定所（職員）	・現在は有効求人倍率が0.8倍を超えているが、しばらくは現在の状態が継続する。7、8月以降は不透明である。
	やや悪くなる	職業安定所（所長）	・為替等の先行きが不透明であるため、受注量が減少している事業所もあり、今後の求人数はやや減少する。
		職業安定所（次長）	・大手自動車メーカーが、これまで下請企業が生産していた軽自動車の生産を本体に上げたため、下請企業では連休前後に数百名の雇用調整が発生する。地方でこの規模の雇用調整が発生すると、地域経済への悪影響は避けられない。
	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〔精肉〕 （店長）	・来客数が伸びなかった原因は断続的な降雪の影響であり、気候が良くなればそれほど来客数に影響を与えない。
		一般小売店〔書籍〕 （従業員）	・前年の同時期と比較すれば、新学期を迎え新規客の増加などに期待できる。
		百貨店（売場主任）	・前年の東日本大震災の影響による売上低下の反動はある。
		百貨店（営業担当）	・人が動く時期でもあり、ギフト関連商品が、例年よりは顕著な動きになると予測している。ただし、従来型のギフトからパーソナル志向が高くなり、金額より内容の充実志向がみられ、ギフト全般は上向くとみている。
		スーパー（店長）	・東日本大震災の自粛ムードも解け、ハレの行事でのもてなし商品は前年より良くなるであろう。
		コンビニ（店長）	・前年末からの前年同月実績をクリアできない推移をみると完全復活とまではいかないまでも、雪の影響がなくなれば、例年並みには戻るはずである。
		乗用車販売店（経理担当）	・話題性のある新型車もあり、業界としては春先以降も好調さを維持できる環境にある。
		その他専門店〔医薬品〕 （総務担当）	・今年の花粉飛散量の予報では、前年比で3割減となっているので、花粉症関連の鼻炎薬、マスクの売上は前年比で減少すると思われる。一方、3か月予報では、暑くなるとの予想が40%となっていることから制汗剤の販売が増加するなど物の動きが活発になることから景気はよくなると考える。
		一般レストラン（店長）	・近隣の大型小売店が再オープンするため、来客数は多くなるであろう。
		都市型ホテル（スタッフ）	・前年の東日本大震災の影響を差し引いても、予約は順調に入っている。
		競輪場（職員）	・ビッグレース開催や4か月ぶりに実施される本場開催が控えているので、やや良くなるものと期待している。
		その他レジャー施設 （職員）	・大雪の反動で春先の動きは良くなる。
		住宅販売会社（経営者）	・客の様子からするとやや良くなる雰囲気がある。
		住宅販売会社（従業員）	・復興支援・住宅エコポイントの申請受付が開始されたことにより、受注が増加傾向にあり、今後客の動きがさらに活発になることが予想される。
変わらない	商店街（代表者）	・消費意欲が向上するような状況にない。	
	商店街（代表者）	・値上げが予想されるものが結構あり、その分をどこで割るかを消費者は考えている。結局は消費を減らすしかなく、従来以上の消費は期待できない。	
	百貨店（営業担当）	・最近のセールの様子を見ていると、安くても必要のないものは買わない、また、春物、新作の動きをみても良いものは買うが、数はでない状況になっている。今後の本格的春物商戦では、良いもの、必要なものは買ってもらえるであろうが、点数、来客数は前年を上回ることはないであろう。	
	百貨店（営業担当）	・セレモニーやブライダルシーズンに突入し購買意欲が出てくる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場担当）	・現状は衣料品、雑貨、食品まで、前年売上実績に届かず、品定めにかかりの時間をかけ、最低限必要なものだけを購入している。雪が解け、気温が上昇すれば回復も見込めるが、不安定な状況は続くものと思われる。
		スーパー（店長）	・2、3か月といった短期間での変化は予想されない。
		スーパー（総務担当）	・スーパー業界は競争激化が進み厳しい状況である。回復要因もないが、悪化する要因もこの2～3か月では消費に反映しない。
		コンビニ（経営者）	・現状、店内調理のファストフード類、たばこの売上は調子が良いが、日用品など近隣のドラッグストアと重複している商品の売上は、前年をかなり下回っている。近隣のドラッグストアの改装もあり、当店に影響を及ぼす品ぞろえとなっているため、売上は伸びにくい状況が続く。
		コンビニ（店舗管理）	・電気料金値上げや消費税のアップと家計を圧迫する負の話題が飛び交っており、良くなる要因が見当たらない。
		衣料品専門店（経営者）	・天候などに大きく左右され、なかなか予定以上の売上は確保できず、厳しい状況が続く。
		家電量販店（経営者）	・震災後1年が経過するが、依然として原子力発電所問題や電気料金値上げなどの課題が解決される見通しがたっておらず、家電を売る側としては不透明感が漂う。
		家電量販店（店長）	・必要な商品以外は購入見込みはなさそうである。オール電化の伸びしろで、前年実績を維持できる状況である。
		乗用車販売店（経営者）	・高額車の需要が低下し、エコカー中心の需要傾向は当分続きそうである。売れる車種は限定的で全体では変わらない。
		自動車備品販売店（従業員）	・エコカー補助金の影響で新車待ちの客が多いが、用品付加、オプション以外での購買要望が低く恩恵は小さい。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・景気が良くなる条件が、政治的にも、社会的にもない。
		高級レストラン（スタッフ）	・春の受注は、例年より夜の集客が1割ほど多く、好調に推移しているが、全体的には変化はない。
		一般レストラン（スタッフ）	・現行のエコカー減税廃止前に車を買替えることや円高で海外旅行に行くような消費の話題より、消費税値上げや年金受給のことなど将来に対する不安、税金の使い道などの話題が多い。消費に対しては堅実でムダ使いはしない傾向が続く。
		観光型旅館（経営者）	・春以降は、東北地方の復興支援や東京スカイツリー、大河ドラマなどで人の流れが東と西に流れて、北陸地方には厳しい状況になる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災から1年を迎え、各種行事が続くなかで自粛により消費者心理の冷え込みが懸念されるものの、景気そのものを下振れさせる程の勢いとはならない。
		旅行代理店（従業員）	・外的要因に左右される観光業界では、まだまだ不確定要素が多く、客の心理は冷え切ったままで、多くを期待できない状況である。
		タクシー運転手	・天気が回復した2月後半は稼働率が落ちたので、春めいてくる季節であればなおさら稼働率が上がることはないであろう。
		通信会社（職員）	・客は、物価、為替、株価、政局、外交、新商品の動向などに注視しつつ、しばらくは様子見の状況が続く。
		通信会社（社員）	・年度末で一旦新規需要が落ち着くと想定される。
		通信会社（役員）	・例年3、4月は企業の人事異動や学生の入学などで人が動き、それに伴い契約件数も伸びる時期であり、今後の契約増加に期待している。
		テーマパーク（職員）	・団体の予約状況は、前年同月比でやや鈍い状況である。また、例年3～4月にはある企業団体などの予約が、業績の悪さを反映してか鈍い。
		美容室（経営者）	・2、3か月の短期間で景気が良くなる雰囲気ではない。
		住宅販売会社（従業員）	・現在動いている客数が少ないこと、消費税アップの駆け込み需要にはもう少し期間があること、住宅に関する減税や控除が徐々に減ることもあり、堅実な客層しかいなくなってくると思われる。
		住宅販売会社（従業員）	・個人の購買意欲が改善する要因がない。
	やや悪くなる	スーパー（店長）	・良くなる様子が見られない。新生活、新入学シーズンでもあり、通常月以上に出費がかさむことから、食費については財布のひもが固い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		スーパー（総務担当）	・前年は東日本大震災関連の需要で、3月中旬より売上が増加している。4月以降もその傾向が続いたため、今年の売上は低下する見込みである。	
		コンビニ（経営者）	・前年は、東日本大震災があり、特需とも思える商品があったが、今年はそのような商品がなく、確実に売上は落ちると考えられる。	
		衣料品専門店（総括）	・消費増税など先行きが不安定でよくなる要素が見当たらない。	
		乗用車販売店（経営者）	・春先需要期を終えると、購入意向の客が減少する。	
		観光型旅館（スタッフ）	・予約状況は、2月が94%、3月が87%、4月が77%と前年12月までの勢いがなく、間際予約も弱くなってきた。	
		タクシー運転手	・この冬は例年になく大雪であったため利用客数は良かったが、この先は良い材料はなく期待はできない。前年の東日本大震災のころよりは良くなると思うが、冬の時期が良かった分やや悪くなると予想している。	
		通信会社（営業担当）	・スマートフォンの必要な客はある程度購入を終えていると思われ、今後停滞期に入る。	
		住宅販売会社（従業員）	・降雪による展示場への来場者が減少し、今後の商談件数に影響がでることは必至である。また、情報量の減少による新規見込先が減少するなか、住宅展示場にきたものの未成約の客と商談を始めようとする、長期間にわたる場合が多く、降雪の影響は大きい。	
	悪くなる	一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	・5、6月は全く物が動かない時期であるので、既存の案件が収まれば、ネタがなくなり売上が低下するであろう。	
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	—	—	
		繊維工業（経営者）	・衣料分野では、今年の秋冬ものに対して前向きな話が多くなっている。	
			一般機械器具製造業（経理担当）	・為替、株価がこのまま順調に戻ってくれば良くなる。
			一般機械器具製造業（総務担当）	・欧州の信用不安が落ち着き、また円高も是正傾向が見られるので設備投資が動くと考えている。
			通信業（営業担当）	・ここへ来て、企業の設備投資が伸びている。
			金融業（融資担当）	・欧米経済の不服感、国内経済についても株高傾向、円高の不服感などから足元の不安材料が払しょくされた。また、復興需要への期待もある。
			不動産業（経営者）	・個人からの問い合わせ、法人からの問い合わせが増加している。
	変わらない		食料品製造業（企画担当）	・外部要因に大きく変化はないため、現在の環境が続いていくものと思われる。ただ、主原料がすでに10%前後高騰しているため、この原料が入庫し影響が出始める半年先ごろから動向を注視していく必要があるとの認識である。
			化学工業（総務担当）	・社内の打合せのなかでは、受注量について現状維持で推移予定との報告があった。
			プラスチック製品製造業（企画担当）	・まだ先行きが読めない状況が続いている。
			精密機械器具製造業（経営者）	・各社春先の繁忙期が、以前のレベルでもなく過ぎようとしており、厳しい状況が当分続くようである。為替の状況もいったん戻したものの、一時的なものとの見方が強い。
			輸送業（配車担当）	・デフレが急激に解消されることに期待が持てず、購買意欲も引き続き低下傾向にある。また、原油価格が急激に安くなることも考えられず、コスト増により良くなることは考えられない。
			金融業（融資担当）	・為替相場や株式相場にやや修正の動きがみられ、将来的には前向きな見方もできるが、この3か月では大きく変化はないであろう。
			新聞販売店〔広告〕（従業員）	・1、2月で出稿累計が前年比100%となったが、3月の予測がつかない。
		司法書士	・前年末に続き、大型の企業倒産があり、取引先である地元企業に影響がでると予測している。	
やや悪くなる		繊維工業（経営者）	・円高やユーロ安に歯止めがかかり、受注の改善が期待されるものの、先行き不透明感は引き続き強い。	
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注の入り具合からすると、現状より悪くなる。	

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
		電気機械器具製造業（経理担当）	・国内向けのもは機能的に高付加価値を求められており、海外はもちろん国内でも他社で製造できないものだけが生き残るのではないかと予測している。従来品の延長線上で考えては今後うまくいかない。
		輸送業（配車担当）	・軽油価格が上昇している。現在でも厳しい状況だがこれ以上の価格上昇で利益が出せなくなる。
		税理士（所長）	・年度末が近いこともあって、官公庁の動きが鈍くなっており、需要も新年度になりそうである。大手企業も新年度をにらんだ様子見の状況にある。中小事業者にとって、大手、官公庁からの需要が低下しつつある状況では、先の見通しがかなくなっている。より早く新しい方向性が決まれば、明るい見通しがつくであろう。
	悪くなる	建設業（経営者）	・東日本大震災の復興に予算が振り向けられることは、十分理解するところであるが、その分、そのほかの地方に公共事業の予算がつかなくなるのは必定である。少なくなるパイをめぐる競争は、地方の建設産業を疲弊衰退させ、住民の安心、安全を守るという建設産業の第一義的責任が果たせなくなるであろう。
		建設業（総務担当）	・年度末を迎えており、各社とも受注量確保のため、発注工事量が低調なかで価格競争が一段とし烈な状況が続いており、ますます厳しい状況が予想される。
雇用 関連	良くなる	○	○
	やや良くなる	○	○
	変わらない	人材派遣会社（役員）	・新卒採用もあり、期待できそうもない。
		人材派遣会社（社員）	・一部ネットワークや携帯アプリなどの技術者のニーズはあるが、全体的にはIT投資も増加傾向が見えず、技術者不足もあり稼働人数は増えると思われない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大きな雇用の計画がどこからも出てこない状況が続いている。
		職業安定所（職員）	・新規求人数の増加幅が縮小している。
	民間職業紹介機関（経営者）	・小さい人材活用の仕事でも増えていけば期待感があるが、まだ受注数が少なく従来の不況感が続いている。	
やや悪くなる	職業安定所（職員）	・ここにきて、円高に対する影響が出ており、窓口で休業計画に関する問い合わせが多くなっている。	
悪くなる	—	—	

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・プロ野球が開幕して公式戦が行われるほか、3～5月にかけてコンサートが12日間開催されるため、例年以上の来客数となる。
		住宅販売会社（経営者）	・注文住宅への問い合わせが増え、契約の見込み客も数人出てきている。このような状況は数年ぶり、消費税率の引上げ前に家を建てたい人が増えているため、先行きの見通しは明るい。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・円高であれば格安の輸入雑貨の販売で利益が増やせるほか、設備面でも照明をLEDに入れ替えたことで電気料金が半額以下となっている。余剰金を仕入れに回すことで、新たな客を獲得するチャンスも広がる。
		百貨店（売場主任）	・短期間で回復することはないが、株価も徐々に上がっているため、来客数は改善に向かう。
		百貨店（企画担当）	・今月の反動で動きが出てくるほか、メインフロアの改装効果で来客数も増えるため、春物、初夏物を中心に売上が伸びる。
		百貨店（商品担当）	・富裕客とそれ以外の客に大きな差はあるが、高額品や宝飾品を中心に回復しているなど、良くなる兆しがみられる。景気の先行きは不透明であるものの、買い控えの動きも底打ちした感があるため、見通しは良い。
		スーパー（店長）	・消費を抑える動きが長引くなか、ここへきて単価が上がり始めているため、今後は徐々に回復の動きが進む。
		スーパー（社員）	・天候や気温に売上が左右される衣料品や住居関連品に比べて、食品部門の動きは堅調である。春にかけて実施するイベントや販売促進策が、ハレの日の需要を喚起することで、消費全体が上向く。

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
		コンビニ（経営者）	・近隣のマンションが来月末に入居開始となり、当地域の夜間人口が増えるため、土日や祝日の売上が増える。
		家電量販店（経営者）	・太陽光発電設備の工事が増えることで売上が伸びるほか、節電志向で省エネ家電などの需要も増えるため、業況は良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・固定客数が伸びてきているため、順調にいけば歓送迎会シーズンと重なって売上は増える。
		観光型ホテル（経営者）	・今月から特に状況は変わらないが、来月の予約状況では、個人客、団体客共にある程度の動きがみられる。
		観光型旅館（経営者）	・国道の通行規制の解除などで交通量が回復するため、先行きは良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・ビジネス利用が回復傾向にあり、出張に伴う宿泊の増加が目立っている。宴会部門でも、今月は新年会や歓送迎会での利用が前年を大きく上回っている。レストランも前月ほどではないが、土日や祝日のランチ利用が増えていることから、見通しは明るい。
		都市型ホテル（総務担当）	・原油価格の上昇や電力不足による影響は不透明であるが、欧州の信用不安の緩和や株高、円安による安心感から、徐々に法人需要が増えてくる。
		旅行代理店（店長）	・客の声から判断すると、先行きはやや良くなる。
		通信会社（社員）	・ケーブルテレビの加入数は全体的に減少しているが、他社からの乗換えは増えている。あと半年程度は今の状態で推移するため、先行きはやや良くなる。
		テーマパーク（職員）	・観光シーズンを迎えるほか、リニューアルした新施設もオープンするため、来客数は例年以上に増える。
		美容室（店員）	・来客数は増えつつあるので、メニューの提案次第で客単価は上がる。
		住宅販売会社（総務担当）	・現時点では不透明な部分もあるが、新年度は転勤などの動きも例年並みに回復するため、それに伴う需要も出てくる。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・新規発売のマンションが増加することで、不動産市場の活性化につながる。
	変わらない	商店街（代表者）	・良くない状況が長く続いているため、急に良くなる雰囲気はない。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・輸入時計の流通ルートが変わったり、タイの洪水の影響で大手メーカーの生産がストップしたりと、個人経営の店舗で対応できない問題が増えているため、見通しは厳しい。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・最近では消費のメリハリが大きくなっている感がある。金を使うときには使うが、イベントがないときには極力節約する動きがみられる。通常の消費は非常に勢いが弱く、活力が感じられないため、全体的に良くなることはない。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・3、4月には宴会などの増加で若干持ち直すものの、消費マインドは更に悪化が進む。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・客の様子をみても、今後良くなる気配はない。
		一般小売店〔花〕（店長）	・客の買い控えが続くなど、先行きはまだまだ不安である。
		一般小売店〔雑貨〕（店長）	・たばこの売行きには好材料が見当たらず、良くて現状維持、悪ければ更に売上が悪化する。
		一般小売店〔酒〕（店員）	・来客数が前年を上回る日が多いにもかかわらず、まとめ買いが少なく、客単価の低迷が続いているため、今後も厳しい状況となる。
		百貨店（売場主任）	・製造業を中心とする大企業の業績が悪化しており、個人所得の減少でデフレから脱出できない状況にある。閉そく感が漂うなか、個人消費が飛躍的に伸びる要素は少なく、景気の大きな回復は期待できない。
		百貨店（売場主任）	・先行きの不安を払しょくする材料が見当たらず、一部の富裕客以外は消費に慎重な声が多いため、見通しは良くない。
		百貨店（売場主任）	・春物衣料にもヒットアイテムが見当たらないほか、格安航空会社の就航が始まることなどで、百貨店での買物に対する客の関心が薄れる。
		百貨店（企画担当）	・売上が気温の変化に大きく左右され、対応が難しい時期であるため、今後も厳しい状況となる。
		百貨店（営業担当）	・一部の富裕客による高額品の買上は更に増えるが、全体的な消費者の節約傾向に変化はない。
		百貨店（営業担当）	・ブランド品の需要は一巡した感があるため、こだわりのある新たな商品が出てこない限り、販売の増加は見込めない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（サービス担当）	・話題の不足や商品提案力の低下による来客数の減少が続 き、売上全体の不振につながっている。春物商材の販売も苦 戦している状況であるため、今後も厳しい状況となる。
		百貨店（売場担当）	・高級ブランドなどの高額品を海外旅行で購入する動きが増 え、特に年末年始は不振であったが、徐々に回復しつつあ る。ただし、量販品の動きは鈍いことから、全体的な動きは 今と大きく変わらない。
		百貨店（婦人服）	・景気が一進一退で推移するなか、投資顧問会社に委託した 年金資産の消失問題が浮上し、消費マインドに水を差す形に なりつつある。
		百貨店（販促担当）	・今後も寒い日が続くほか、欧州の信用不安などから、消費 マインドはまだまだ慎重な状況が続く。
		スーパー（経営者）	・大手メーカーの大幅赤字や国内生産の縮小といったニュー スで、中小企業が多い関西では消費マインドの一層の低下に つながる。競合各社のチラシでも、前年に値上げした商品を 再び値下げするなど、今後はデフレ傾向が強まる。
		スーパー（店長）	・前年は東日本大震災による一時的な特需の後、品不足の状 態が続くなど、プラス要因とマイナス要因が混在する状況で あった。今後の見通しも非常に不透明であり、今以上の回復 は困難となっている。
		スーパー（店長）	・円高による輸出企業の業績悪化に伴い、雇用情勢や所得環 境の悪化が更に進む感がある。社会保障と税の一体改革も議 論されているが、実施されることになれば更に大きな影響を 受ける。
		スーパー（販売担当）	・客には安い商品を買って回る動きがみられるため、販売点数 は前年並みとなるが、価格が安い分、客単価は前年を下回る ことになる。
		スーパー（企画）	・新たな消費喚起策はなく、消費税率の引上げや電気料金の 値上げの動きもあるため、消費者の節約志向は更に強まる。
		コンビニ（経営者）	・競合店同士の値引き競争がしばらく続くため、売上の増加 は困難である。
		衣料品専門店（営業・ 販売担当）	・冬物商材のセール、春物商材の売行き共に良くないため、 見通しは暗い。
		乗用車販売店（経営 者）	・新車の購入や車検の予約が少なく、一般修理の依頼も少な いため、今後も厳しい状況となる。
		乗用車販売店（営業担 当）	・最近あまり変化がないため、2、3か月後も現在の状況 が続く。
		住関連専門店（店長）	・この数年は、政治経済の不安定な動きに対する客の反応が 敏感で、売上の変化に直結している感がある。まだまだ社会 情勢は不安定であるため、先行きは全く楽観できない。
		高級レストラン（ス タッフ）	・歓送迎会シーズンとなるが、今月の様子では現状維持とな る。
		一般レストラン（経営 者）	・消費税や年金問題の解決に向けた方向性はみられず、消費 の改善につながりにくい。
		一般レストラン（ス タッフ）	・良くなる材料が見当たらない状況が続いている。
		一般レストラン（店 員）	・客の回転率が上がらない限り、これ以上の客を受け入れる 余地はない。
		その他飲食〔ジャズ バー〕（店員）	・消費者が不況に慣れてきた感があるため、今後も大きな変 化はない。
		その他飲食〔ファース トフード〕（店員）	・雨や寒さの影響で早い時間に客足の減る傾向となってお り、来月以降もこの動きが続く。
		観光型ホテル（経営 者）	・今月の売上が例年の水準を上回っており、来月の予約件数 も伸びているため、今後も回復傾向が続く。
		観光型旅館（経営者）	・春の予約が入ってこないなど、客の動きが例年と比べて遅 いため、今後も厳しい状況となる。
		観光型旅館（団体役 員）	・宿泊客1人当たりの消費額は、前年の90%前後で推移して おり、今後もほぼ現在の状況が続く。
		都市型ホテル（マネー ジャー）	・海外からの観光客の回復が遅れており、アジア方面はほぼ 東日本大震災以前の水準に戻りつつある一方、欧米方面はい まだに3割程度にとどまっている。株価の上昇や円高の一服 で企業の動きが良くなればよいが、先の予約状況は決して良 くないため、見通しは厳しい。
		都市型ホテル（客室担 当）	・予約の間際化の定着などで、先行きの見通しは立ちにくい が、全体としては現在の状況が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（経営者）	・前年の4月以降、旅行需要に悪影響を与える大きな事件が起きていない。最近は何も起きなかった年がなく、先行きは不安であるが、大事件さえなければ需要は堅調に推移する。
		旅行代理店（広報担当）	・燃油サーチャージの低下は追い風となるが、円高の緩和で相殺される。今年はゴールデンウィークの日並びが良く、2日間休むと9連休となるが、受注状況はまだ芳しくないため、今後も大きな変化はない。
		タクシー運転手	・4月からは製薬業界で医師への接待が禁止となるため、勉強会などの減少につながれば利用客にも影響が出るが、現時点では不透明である。
		タクシー運転手	・日に日に悪化する感があり、夜の飲食店街も人通りが落ち込んでいるなど、良くなる気配はない。
		タクシー運転手	・業界は構造的にもうからなくなっており、各社の営業努力も限界があるため、状況が上向くことはない。
		観光名所（経理担当）	・来場者数の少ない状態が続いており、状況をみながら中長期的な集客策を検討しているが、なかなか打開策がないため、今後も厳しい状況となる。
		競艇場（職員）	・客単価は下落傾向にあるが、来場者数の減少はみられないため、今後も売上の大きな変化はない。
		その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・円高は海外旅行の魅力を高めるほか、原油高がコスト増につながるため、先行きは非常に心配である。全体的にレジャー消費が上向く材料は乏しい。
		その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）	・例年とほぼ変わらない実績で推移しているため、今後も大きな変化はない。
		その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・依然として景気の先行きが不透明なため、生命保険の加入を検討する客は増えない。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	・政策などに変化はないため、今後も現状維持となる。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・根本的に新築住宅の需要が高まる要素はないため、政策的な後押しがなければ、現状の打破は困難である。
	やや悪くなる	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・円安の進行で仕入コストが上昇するほか、電気料金の上昇が消費の冷え込みにつながる。
		百貨店（マネージャー）	・景気の先行き不透明感や電力不足などが暗い影を落としており、消費者の生活防衛意識が高まっている。今後は一層の買い控えが進み、資産価値の高い金などの動きも鈍くなる。
		スーパー（店長）	・バレンタインデー商戦の売上が前年の95%程度となるなど、特別な消費でも節約志向がみられることから、先行きの不透明感が高まっている。
		スーパー（管理担当）	・食料品の値上がりは確実であるため、今後は買い控えが進む。
		スーパー（開発担当）	・中小企業では賃金の引上げも見込めないため、消費の冷え込みが進む。
		コンビニ（店長）	・景気が回復する材料が見当たらないほか、増税議論による悪影響が出てくる。
		コンビニ（店員）	・近隣の競合店に客が流れているなど、良くなる兆しが少ない。
		コンビニ（広告担当）	・税金や社会保障に関する不安で生活防衛意識が強まり、消費意欲が高まらない。
		衣料品専門店（販売担当）	・客の勤務先では、残業代などの諸経費の削減が進んでいるなど、先行きの見通しは厳しい。
		乗用車販売店（営業企画）	・3月以降の市場の動きは不透明であるが、全体としては厳しくなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・現行のエコカー減税が今後終了するほか、決算時期も終わるため、客の動きには勢いがなくなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は今後も低価格競争が続くほか、東日本大震災後に始まった関西方面への旅行客の流入がなくなるため、厳しい状況となる。宴会部門も円高や消費税率の引上げといった不確定要素が多く、企業が出費を抑える傾向も顕著であるため、先行きは厳しくなる。
		その他レジャー施設 〔イベントホール〕（職員）	・イベントに関しては、東日本大震災や景気の悪化による影響が徐々に出てきている。また、一時の憩いを求めて来場する客が多く、グッズの購入などは節約する傾向があるため、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
	悪くなる	住宅販売会社（経営者）	・地価が上昇する気配はなく、金融機関が個人向け住宅ローンを絞っている様子もあるなど、業界を取り巻く状況が上向き感はない。
		住宅販売会社（従業員）	・前年よりも土地の仕入価格が上昇しているほか、今年に入って新築マンションの工事費も上昇し始めている。これらの販売価格への転嫁が難しいため、事業利益の確保が難しくなる。
		商店街（代表者）	・商品価格や公共料金の値上げが予定されているなか、消費税率の引上げや社会保障の負担増に向けた議論もあるため、消費者の生活防衛意識が高まる。
		一般小売店〔花〕（店員）	・例年であれば3月分の注文がかなり入ってくるはずが、今年は注文数が少ないため、今後の売上の見通しは厳しい。
		スーパー（経営者）	・前年よりも天候の悪い日が多く、来客数、客単価共に悪化している。さらに、特売品などの利益の少ない商品しか動かない状態であるため、先行きの見通しは厳しい。
		衣料品専門店（経営者）	・電気料金の値上げや、円安による輸入価格の上昇で物価が上昇する一方、収入は増えないために内需が低迷する。特に、衣料品の需要にはすぐに影響が出るため、見通しは厳しい。
		乗用車販売店（経営者）	・例年はこれから年度末に向けた動きが始まるが、今年はあまりみられないなど、2、3か月先の見通しは良くない。
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）	・大手の取引先から注文が入ったため、売上、利益共にかなり良くなる。
	化学工業（経営者）	・売上の増加につながるには、まだ少し時間がかかりそうだが、建築関係を中心に問い合わせも増えつつあるなど、徐々に良くなっていく。	
	金属製品製造業（管理担当）	・大阪の中心部で行われている再開発関連の受注が増えてくる。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・特注品の売上が減少し、標準的な製品の売上比率が上がっている。これは日ごろの経営努力の成果であり、生産効率の上昇などにつながるため、見通しは比較的明るい。	
	電気機械器具製造業（営業担当）	・売上、受注共に増える見込みであるため、今後はやや良くなる。	
	その他製造業〔履物〕（団体職員）	・小売店には取扱商品を輸入品から国産品に切り替える動きがみられるため、見通しは明るい。	
	建設業（経営者）	・大雪による被害に伴う復旧、修繕工事が増えるため、見通しは良い。	
	建設業（経営者）	・東日本大震災の復興関連の需要も重なり、例年は閑散期となる5月以降も受注が増える。	
	輸送業（営業担当）	・通信販売といった個人客向けの荷物が減り、今月は荷物量が減少している。ただし、この2か月はメーカー間の荷物に増減がなかったが、来月は増える兆しがあるため、先行きはやや良くなる。	
	金融業（営業担当）	・様々な工夫により、取引先は少しでも利益の出る体質に変わりつつあるため、先行きはやや良くなる。	
	その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・今年の夏は暑くなるという長期予報が出されており、関連業界からの出稿も増える。	
	変わらない	繊維工業（団体職員）	・景気は良くないが、国内需要に占める国産品の割合が高まっているため、産地としては前年の水準を維持できる。
		繊維工業（総務担当）	・売上の増加よりも利益率の向上を目指しているが、具体的な対策が見当たらない。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・最近では配達量が一定の水準で推移しているため、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）	・生産量が増加している得意先と減少している得意先があるため、全体としては今の動きが続く。
		一般機械器具製造業（経営者）	・福島第一原子力発電所の事故をきっかけに、取引先の事業が変化しつつある。まだ新たな市場で十分な地位は築けておらず、当社を取り巻く環境が良くなることはないが、新たな需要が出てくる気配がある。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・今後も現状維持が精一杯の状況が続く。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・現時点では仕事もあるが、先行きは不透明で見通しが立たない。
輸送用機械器具製造業（経理担当）		・海外向けの部品受注は堅調な動きが続いている一方、国内向けの引き合いも増加傾向にあるが、価格競争の激化で大企業には太刀打ちできないため、大きく改善することはない。	

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	
		建設業（経営者）	・国の来年度予算では、東日本大震災の復興事業を中心に予算配分されるため、東北以外の地域では更に厳しくなる。	
		建設業（営業担当）	・東日本大震災の復興関連の動きに伴い、関西も人手不足となることが懸念される。既に一部では労務費や材料費が上昇し、収益に悪影響が出始めている。	
		輸送業（営業所長）	・新規案件などの明るい話もあるが、年末から徐々に上がっている軽油価格が3月から大幅な値上げとなる気配もあり、利益が圧迫される。	
		広告代理店（営業担当）	・回復が実感できる材料に乏しいため、今後も現在の状況が続く。	
		司法書士	・解散する会社があるなか、新規事業の案件も出てきているが、4月からは登録免許税が引上げとなるため、先行きは不透明である。	
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・駅構内の店舗の約4割がスイーツ関係であるが、スマートフォンの利用の急増でインターネット経由の購入が伸びている。今後スイーツに関しては、実店舗での購入頻度が減少に向かう。	
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・底の状態が続くなか、新たな景気対策もないなど、良くなる気配はない。	
		やや悪くなる	食料品製造業（従業員）	・量販店のチラシに対抗するためには、それ以下の価格まで値下げせざるを得ず、利益のない価格競争に陥りつつあるため、先行きの見通しは良くない。
			繊維工業（総務担当）	・良くないうわさが聞かれる取引先もあり、販売先の確保に苦勞しているなど、今後の見通しは厳しい。
			化学工業（企画担当）	・慢性的に収益が良くない状態であるため、短期間で回復することはない。
化学工業（管理担当）	・イラン情勢の緊迫化によるナフサ価格の上昇で、販売量の減少につながる。			
金属製品製造業（経営者）	・自動車部品関連の現地調達が進みつつあるため、受注に悪影響が出る。			
金属製品製造業（営業担当）	・自動車関連では現地調達となる製品が増え、売上のなくなった物も数点出ていることから、先行きの見通しは厳しい。			
新聞販売店〔広告〕（店主）	・経済的な理由で購読をやめる客が多く、購読料の滞納も増えているため、先行きはやや悪くなる。			
コピーサービス業（店長）	・今後も駅の工事が進み、今以上に駅の北側に人が集まる傾向が強まるため、店舗の立地次第では極端な変化が出かねない状況となっている。			
その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・販売価格の低下が進んでいるため、見通しは厳しい。			
悪くなる	不動産業（営業担当）	・最近は少し円安が進んでいるものの、かつての水準に比べれば円高であることは間違いない。円高が続く限り、メーカーは海外に出て行かざるを得ないため、当地域からの撤退の動きも続く。		
雇用関連	良くなる	—	—	
		やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・年度末の好調が4月以降も続く可能性が大きいほか、情報通信関連でも忙しくなっているため、見通しは明るい。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・不確定要素はあるが、少なくとも求人数は若干増えているため、全体としてはやや上向いてくる。	
		民間職業紹介機関（支社長）	・円安や株高の傾向が進みつつあるほか、求人数の増加が続いていることから、先行きはやや良くなる。	
		学校〔大学〕（就職担当）	・今後は、今まで採用を抑制していた企業の採用意欲が高まってくる。	
	変わらない	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・新聞の求人広告の動きが変化する要素は見当たらない。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・東京の景気が良くなっており、それが大阪にも波及してくるため、新聞広告の出稿は前年を少し上回る動きが続く。	
		職業安定所（職員）	・円高の影響で、製造業では海外生産の比率を高める動きが増えるため、雇用情勢が良くなることはない。	
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は緩やかに上昇しているが、円高や海外景気の停滞、電力不足などの問題が、雇用情勢に悪影響を及ぼす。	
		民間職業紹介機関（職員）	・建設関連の日雇求人は東北の被災地域が中心となっているが、今後は徐々に関西で募集する動きも増えてくる。それに伴い、地元関西での工事や求人などに悪影響が出る。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・労働者派遣法の改正が決まらず、企業の姿勢が様子見となっているなど、見通しは良くない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・期末を迎えたが、大幅な増収増益となる企業は多くない。来年度に大きなトピックスも見当たらないため、状況が好転することはない。
		職業安定所（職員）	・産業によって差はあるが、求人は概ね増加傾向となっている。ただし、東日本大震災や円高の影響で企業の雇用意欲は低下し、求人の提出をためらう動きが続いている。この年度末には、大手電機メーカーの大規模な雇用調整や、業務請負の契約打ち切りで離職者がかかり増えるため、今後は雇用情勢に悪影響も出てくる。
		職業安定所（職員）	・来月に百貨店が閉店となるほか、電気機器や船舶製造業で事業の縮小が始まるため、先行きはやや悪くなる。
		民間職業紹介機関（大学担当）	・卒業後3年間は新卒扱いとなるため、学生には就職を先延ばしする傾向がみられる。ただし、企業の採用担当者による評価を考えると、非正規雇用が中心となる懸念もあるなど、今後は雇用形態に大きな変化が出てくる。
	悪くなる	○	○

8. 中国（地域別調査機関：（社）中国地方総合研究センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連	良くなる	テーマパーク（業務担当）	・春季のイベントによる集客を見込んでいる。
	やや良くなる	百貨店（営業担当）	・アウトレットモールのオープン景気も落ち着き、売行きも通常ペースとなる。株価上昇で景気の見通しが明るくなり、暖かくなれば客足も戻る。
		スーパー（店長）	・季節が変わっても購買指数は上昇しないが、来客数の伸びから判断すると売上高は昨年を上回る。
		スーパー（店長）	・昨年は東日本大震災の影響で、花見、イベントなどが自粛ムードであったが、今後は販売量が着実に伸びる。
		スーパー（業務開発担当）	・積雪で一時的に減った来客数も回復傾向で、野菜関係の価格が安定すれば購買頻度が上昇する。
		スーパー（販売担当）	・昨年は東日本大震災の影響で商品供給が間に合わず、客の購買意欲も低かったが、現在は欲しいものを欲しいときに届けられる状況に回復しており、春から初夏に向けての商戦は好調に推移し徐々に上向く。
		コンビニ（エリア担当）	・歩道の拡幅工事で駐車場から歩道までが平坦になり、車の出入りがしやすくなり来客数も増加する。
		コンビニ（エリア担当）	・市場ではディスカウント店も入って客単価は低下するが、販売数量は安定して伸びる。
		コンビニ（地域ブロック長）	・昨年は東日本大震災によるマイナスの影響があったため、今年は前年以上の収益が見込める。
		衣料品専門店（経営者）	・少しずつであるが客に購買意欲が戻ってきており、結婚式参列のために新しく式服を作ったり、子供用品をそろえる客が増える。
		家電量販店（販売担当）	・企業の決算や新生活の開始で需要が膨らむ。
		乗用車販売店（統括）	・前年は3月の東日本大震災による車両の供給不足で販売量が落ち込んだが、今年はエコカー補助金もあり前年を上回る。
		乗用車販売店（副店長）	・自動車に関しては、新しい税制体系が正式に成立すれば反響はある。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・大河ドラマの影響で売上が増加する。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・現状の来客数が多いにもかかわらず春になれば今よりは増える。
		その他小売店〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・昨年の東日本大震災の影響を考慮すると、今年は前年比で基調が上向きになる。
		高級レストラン（スタッフ）	・春先から宿泊の予約状況も回復しているので、レストランの利用も増加する。
		一般レストラン（経営者）	・東日本大震災の影響からの回復で景気は少し良くなる。
		スナック（経営者）	・東日本大震災復興の影響で、売上が伸びている会社が出てきており、そろそろ景気が回復していく。

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
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕(支配人)	・前年は東日本大震災の影響で、いろいろなことが自粛されていたが、その反動で景気はやや良くなる。
		観光型ホテル(スタッフ)	・向こう3か月の予約状況も昨年、一昨年に比べて上回っている。特に休前日の個人客の予約がかなり多くなっている。
		観光型ホテル(支配人)	・3月以降、台湾からの外国人旅行者に加え、4月からはカナダからのツアーも入っており、昨年の東日本大震災でキャンセルになった来客数の2倍以上の予約が入っている。
		都市型ホテル(スタッフ)	・婚礼の問い合わせが増えており、結婚式の需要が期待できる。
		テーマパーク(広報担当)	・春シーズンに向けて宣伝も行き、イベントも実施するので天候が回復すれば増加する。
		ゴルフ場(営業担当)	・春を迎えて早めのPRの効果で予約も増えてくる。
	変わらない	商店街(代表者)	・景気が良くなる要素が客の様子にもなく、今まで以上に余計なものを買わなくなる。
		商店街(理事)	・先行き不安で客の消費活動は活発にはならない。
		商店街(代表者)	・入学シーズンが終了した後のことが分からない。
		一般小売店〔靴〕(経営者)	・季節の変わり目で人の流れはあるが、景気が良くなる要素はない。
		一般小売店〔酒店〕(経営者)	・昨年は東日本大震災があり自粛沈滞ムードだったが、観光シーズンに入り、今年はイベントも通常通り行われる予定で期待できる。
		一般小売店〔酒店〕(経営者)	・相変わらず地方経済は疲弊しており、例年並みまで回復しない。
		百貨店(営業担当)	・ゆとりのある客は常に買物をするが、それ以外の客の来店が良くないので変化はない。
		百貨店(販売促進担当)	・客の価格に対する厳しさは継続し、春の新生活マーケットは単価下落が想定され、景気の回復感はない。
		百貨店(売場担当)	・関東地域は震災復興需要の期待感から前年比150%程度の売上予算計画を作っているが、仕入は関東に依存する商品群が多く、商品確保が地方では困難になる。相変わらず新しいトレンドはなく、大きく伸びる要素がない。また、小売側から問屋側のリストラの兆候が顕在化する。
		百貨店(購買担当)	・3か月後の天候によって春物、初夏物の動きが変化する。消費税増税問題、子ども手当の動向の影響が出る。
		百貨店(売場担当)	・東日本大震災から1年が経過し経済活動も活発化しているが、厳しい状況は続いており、地場産業であるコンビナートの状況悪化や大型企業の閉鎖などが悪影響を及ぼす。
		百貨店(販売担当)	・先行き不透明で消費税増税の懸念、年金問題など消費者心理を冷え込ませる材料が目立ち景気は上向かない。
		スーパー(店長)	・景気判断をできる材料がない。
		スーパー(店長)	・客は消費税増税などの不安と地方都市の経済先行き不安があり、余計なものに金をかけられない。
		スーパー(総務担当)	・必要なものに対する購買意欲は強くなるが、購買の有無ははっきりしているので衝動的な伸びはない。
		スーパー(販売担当)	・季候が良くなり人の動きも活発になって売上が伸びるが、買物が一度で済む大型店へ客足が向くので変化はない。
		スーパー(営業システム担当)	・生鮮商品の価格に安定感があれば先の見通しが立ちやすく、消費者も購入しやすくなるが、価格に安定感がないので商品にあまり手が伸びない。
		衣料品専門店(経営者)	・景気が良くなる要素がない。
		衣料品専門店(地域ブロック長)	・今後も買い控え傾向にあるが来客数に変化はない。
		衣料品専門店(販売担当)	・単価が低下するが来客数は変わらない。
		家電量販店(店長)	・先行き不透明感が客の消費を抑制しているので景気は良くならない。
		家電量販店(店長)	・家電エコポイント終了、アナログ停波による特需の反動が7月までは続く。LEDや高省エネタイプの冷蔵庫、エアコンは伸びるが、テレビの落込みをカバーできない。また、景気の先行き不透明感から消費者の財布のひもはなかなか緩まない。
		乗用車販売店(店長)	・新型車の投入により来場者数も多くなっており、販売も順調に伸びる。
		乗用車販売店(営業担当)	・今は一時的にエコカー補助金と減税で順調だが、4月以降は不透明である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（店長）	・エコカー補助金の支給が終わるまでは現状で推移するが、それがピークで良くなることはない。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・春の行楽シーズンを迎え観光客の流入で多少景況が良くなるが、一般品の商況は地元の人口減少の問題で良くはならず、一般的に景気は変わらない。
		一般レストラン（エリア担当）	・繁華街も平日夜の人通りが少なくなっており、客の声も寂しい内容が多く、明るい材料がない。
		都市型ホテル（総支配人）	・前年は東日本大震災の影響もあり、今年は来客数、収入とも上回るが、予約状況が良くなる要因はない。
		都市型ホテル（企画担当）	・原油高騰、電気料金の値上げで景気が良くなる要因はない。
		旅行代理店（経営者）	・東京では新名所がオープンするが、それ以外に景気が良くなる材料がない。
		タクシー運転手	・客の様子からタクシーの利用頻度が上がることはない。
		通信会社（企画担当）	・東日本大震災から1年経過したが、弾みがつく要素が乏しく、節約ムードもあって新年度になっても状況は上向きにならない。
		通信会社（営業担当）	・卒入学、異動の時期であるが、新規予約が前年に比べて増えず、景気が上向き兆候はない。
		通信会社（営業担当）	・テレビの販売台数が低迷している状況では、多チャンネル放送サービスの新規加入も回復は望めない。
		通信会社（総務担当）	・販売量や需要も好転する見込みがない。
		通信会社（広報担当）	・増税路線が政界で話題となり、所得が増える見込みもなく、子育て世代で共働きでない場合は非常に苦しい。消費は必需品以外は購入しなくなっているため、現状では変わる要素がない。
		テーマパーク（管理担当）	・来館者が前年比減の状況で、館内販売額もこれに比例して減少する。
		競艇場（職員）	・売上、来場客数とも変化はない。
		その他レジャー施設（アミューズメント）	・当施設の客と親和性の高い映画館での話題作の公開予定が少なく、娯楽目的での母体ショッピングセンターへの来店客増が見込めない。また話題性のある景品やゲーム機の発売も予定が立っていないことから、しばらく難しい状況が続く。
		美容室（経営者）	・今の経営状況や客動向をみても、ここ数か月で大きな変化はなく、攻めの経営をしてもこの先良くならない。
		その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	・利用者の様子を見る限り、ここ2、3か月で景気の変化はない。
		設計事務所（経営者）	・大きな動きが何もない。
		設計事務所（経営者）	・暖かくなってくると特需スピードがついてくるが、西日本では今までと変わらず動きは鈍い。
		住宅販売会社（従業員）	・客の動きが大変鈍くなっている状況では、販売量、販売金額への影響がなかなか出ない。
		住宅販売会社（営業担当）	・変動する要素がなく、従来どおり推移する。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・経済状態、政治動向から客の可処分所得が増えることはなく、消費税増税の懸念によって客の生活防衛的な消費行動で厳しい状況になる。
		商店街（代表者）	・増税や地場の大手企業の会社更正法申請などの影響により消費の冷え込みがある。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・客が郊外店に流れるとともに、買い控え傾向で景気が悪くなる。
		スーパー（財務担当）	・競合店の価格競争が続くなか、消費の二極化はあるものの、客は低価格商品を求めて店を選んでいるため買上点数が減少する。
		スーパー（管理担当）	・大型ディスカウント店のオープンにより、来客数の減少や販売価格の混乱が懸念される。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・競合店出店の影響で売上が悪くなる。
		家電量販店（店長）	・景気が良くなる要因がなく、このまま更に悪くなる。
		家電量販店（店長）	・就職難で進学者が増加し、授業料で家計が圧迫されるため4月から厳しい状況になる。
		乗用車販売店（業務担当）	・新商品の納期が半年待ちのため、販売が停滞気味である。2月の大需要期を過ぎると更に下降気味になる。
		タクシー運転手	・当地は公務員のタクシー利用が多いが、今後収入の減少に伴う売上への影響が出る。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
		通信会社（社員）	・通信サービスを提供しているが、新年度に向けてスマートフォンなど携帯電話系のサービスに切替えられるため、会員数が減少する。		
		通信会社（営業担当）	・新生活需要のある2～4月上旬が過ぎると来客数、販売数ともに落ち着きをみせ、7月の夏ボーナス商戦まで変化の乏しい時期となる。この時期にスマートフォンの積極的な販売促進を行い、来店を促し販売数アップ及び客へのサービス強化を行う。		
		美容室（経営者）	・同業者が閉店し景気が良くなる要素がない。		
		美容室（経営者）	・公共事業の削減や労働者の賃金の抑制などの影響で景気が悪くなるという客の話から、当店の売上も減少する。		
		悪くなる	スーパー（店長）	・新たな競合店の出店に伴い、販売促進、集客合戦が激化する。	
		通信会社（通信事業担当）	・大手キャリアの無線系新サービスなどの影響もあり、一定数の解約などが生じるため、より厳しい状況になる。		
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・地元の大手自動車メーカーの推移をうかがう一方で、他社の自動車メーカーの仕事にも期待できるため、景気が良くなる。		
		金融業（自動車担当）	・円高の一服と世界経済の持ち直しが進んでおり、輸出は徐々に回復し生産水準が高まり収益が改善する。		
		金融業（営業担当）	・株価も回復し、小売・サービス業の経営者も消費が回復する期待を持っている。観光業者から下げ止まりの兆候についての報告もあり、株価が現況から大きく冷え込まなければ消費は改善する。		
		変わらない	食料品製造業（総務担当）	・4月に商品の値上げが始まったときの客の動向がつかめない。	
企業動向 関連	良くなる	木材木製品製造業（経理担当）	・東日本大震災の復興に伴う職人不足で住宅着工が遅れており、状況改善がなかなか進まない。		
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・納入が遅れていた自治体向けごみ焼却炉等の工事案件の納入が始まって生産量を下支えするが、鉄鋼業向けの生産ラインでは減産が続く。		
		非鉄金属製造業（経理担当）	・特段変化の兆しはない。		
		金属製品製造業（総務担当）	・鉄原材料価格は現状のまま大幅な上昇はないが、造船関係は競争激化で4月から2～4%の値下げを受け入れる。工作機械業界向けでは、現状の受注量では生産能力の50%にとどまり、極めて厳しい状況になる。		
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きに変化はない。		
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	・国内市場の冷え込みによる売上不振の状況が長期化しており、今のところ回復の兆しもなく当面厳しい状況が続く。		
		電気機械器具製造業（総務担当）	・良くなる要因がない。		
		建設業（経営者）	・昨年秋に発生した近隣工場事故の復旧、その関連事業の影響でこの地域の特殊業種だけは少し状況が良くなる。		
		建設業（総務担当）	・得意先の施設整備等の大きな動きがないため、小口工事での対応になる。		
		輸送業（業務担当）	・主要取引先の海運関係の動きが悪く今後もあまり変化はない。		
		会計事務所（職員）	・景気が低迷している現状では、貸し倒れを警戒して積極的に新規得意先を開拓したり商品の売り込みを図ることに及び腰になっている。現状維持で良しとするムードになる。		
		やや悪くなる		食料品製造業（総務担当）	・原油高の影響で更に原材料の値上げが続く。
				化学工業（経営者）	・やや円安基調にあるが国内消費の伸張がなく、輸出主体の取引先が海外生産のウェイトを上げる方針を改めて打ち出し、その影響で徐々に受注が減少する。
				鉄鋼業（総務担当）	・主力客である自動車メーカーの生産が4～6月は1～3月に比べ大きく減少する。当地区は自動車関連メーカーが多く影響が大きい。
				電気機械器具製造業（総務担当）	・製造が海外へ移行することにより先行き不透明感がある。設備投資も慎重になり事業活動も縮小せざるを得ない。
輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・今後2、3か月は更に主要客からの受注が減少する。				
輸送用機械器具製造業（総務担当）	・受注量の減少と価格の引下げがある。				

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		輸送業（総務担当）	・取引先の企業統合により受注量が大幅に減少しており、同業他社間での競争が激化する。	
		通信業（営業企画担当）	・昨年度末と比べ来期の大型案件が減少しており、中期的に売上増が厳しい見込みである。	
		コピーサービス業（管理担当）	・営業の訪問結果からも客が経費削減に取り組む傾向にあり、コピー等はすぐに削減対象とされる経費項目になる。	
	悪くなる	その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・国内で景気が回復していない現在、自助努力のみでは到底どの企業も先行きが懸念される。	
雇用 関連	良くなる やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・地元企業の求人数はわずかながら増えてきており、景気回復の兆しとまではいかないが、良い傾向にある。	
		求人情報誌製作会社（サイト運営担当）	・期末で中途の募集企業が徐々に増加してきている。	
		民間職業紹介機関（職員）	・昨今の円安傾向は3月期決算の上方修正をもたらし、数字的にも心理的にも景気を浮上させる要因となる。	
			民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・求人、求職の動きが活発化すると同時に、新卒、新社会人が活動を開始する時期になる。
	変わらない		人材派遣会社（社員）	・株価の上昇や円安傾向で輸出企業にとって良い材料もあるが、半導体メーカーの破たんによる中小企業への影響など悪い材料もある。
			人材派遣会社（支社長）	・外需産業の製造業の求人数は減少傾向にあるが、内需産業の小売や医療分野の求人数が増加傾向にある。
			求人情報誌製作会社（営業担当）	・向こう3か月では進展はない。
			求人情報誌製作会社（広告担当）	・半導体メーカー破たんの影響が出てくる可能性があり、マイナスの要素はあってもプラスの要素は非常に少ない。
			新聞社〔求人広告〕（担当者）	・当分は不透明感のなかで同じ状況が続く。
			職業安定所（職員）	・先行きは依然不透明であるが、産業別では製造業が依然好調で、それに関連する派遣業や運輸業で求人意欲が高いが、臨時求人が多いため常用求人の増加にまでは至らない。
			学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・良くも悪くも変化して行く材料が見当たらない。
		その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	・基幹産業の製造業では年明けの大手電機メーカーのリストラによる大量離職の発生後、協力工場はもとより周辺の多業種にわたる企業で求人意欲の冷え込みが続く。	
	やや悪くなる		人材派遣会社（営業担当）	・新年度に替わるタイミングで派遣スタッフの直用化を計画している大企業が多い。それらの官製不況的な要因に加え、当地域を代表する製造企業の求人動向も良くない。円高は若干持ち直しているものの、まだ先行きは不透明であり、医療福祉・販売等需要のある分野での求人開拓やマッチングを強化していく。
			新聞社〔求人広告〕（担当者）	・大規模自動車製造工場において、乗用車ラインは円高の影響による操業悪化を受けて3月から昼夜2交代勤務を中止し、余剰となる社員を県外の他工場に派遣し、期間従業員の雇用期間満了後は再雇用しないなど、県下の下請企業にも大きな落ち込みを与える。
		悪くなる	職業安定所（職員）	・景気の低迷による個人消費の減少や円高の影響で、小売業からの求人、製造業は輸出関連企業からの求人募集意欲が低くなる。

9. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる やや良くなる	－	－
		商店街（事務局長）	・商店街内に大型商業施設が4月中旬にオープンするため、来街者の増加が見込まれる。
		百貨店（営業担当）	・東日本大震災から1年経過し、企業活動に期待ができる。客数も増えており、売上増加を期待する。
		スーパー（店長）	・昨年は東日本大震災の影響などで商品の欠品が続いて苦労したが、今年はないと思うので順調に推移すると予想している。
		コンビニ（店長）	・少しずつではあるが、客の購買力が上がっている。景気はゆっくりと回復していると考えている。
		衣料品専門店（経営者）	・客数は少しずつ増えている。他府県の店舗も動きが良いようなので、景気は良くなると予想する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（副店長）	・顧客の購買意欲は依然厳しいが、これから気候が良くなることもあり、この先は景気も良くなると見込んでいる。
		乗用車販売店（営業担当）	・エコカー減税、エコカー補助金効果で良くなると期待している。
		乗用車販売店（役員）	・2月は減税効果等により市場の盛り上がりが出ており、特にハイブリッド車の受注が増えている。今後、半年程度は現在の状況が続くと考えられる。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・花見シーズンも近づき、少しずつ売れるようになって、景気は良くなると思う。
		タクシー運転手	・年度替わりは人事異動や歓迎会、学生の入学等で人出も増え、売上も少し良くなると判断する。
		設計事務所（所長）	・事業用の建物や賃貸マンションの着工件数が、若干増えている。
	変わらない	商店街（代表者）	・昨年暮れにオープンした大型店の他地区への影響は極めて軽微。3月には、10年ぶりにアニメ中心の映画館が中心市街地に復活するなど、風向きは徐々に変わりつつあると推測する。
		商店街（代表者）	・商店街内に新しい施設や店舗のオープンもあるが、消費税増税問題も含めて政局がかなり不安で、消費マインドが上向くのはなかなか難しいと思う。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・2月末から異動シーズンに入るので少しずつ差別用商品が動き始めた。単価は前年並みを見込んでいる。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	・地方の活性化は無いに等しく、人口の割に大型店が多く消費者の取り合いで、商売はますます厳しくなるだろう。
		百貨店（営業担当）	・衣料品は、冬物商品が好調で推移した一方、春物商品は例年に比べて動きが少ない。また、靴、バッグ、ファッションパーツ等も同様であった。
		スーパー（店長）	・消費税増税が予想され、景気が上向くとは思えない。
		スーパー（企画担当）	・小型の店舗は競争力でどうしても劣るため、売上が回復する見込みが無い。
		コンビニ（総務）	・生活用品が回復基調になく、明るい兆しが見えない。
		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（総務担当）	・去年は東日本大震災の影響で売上が伸び悩んだが、今年はプラスに転じると予測している。しかし、今の客足の動きからは、消費状況が改善するとは思えない。
		家電量販店（店長）	・テレビに代わる主力商品が無く、この状況は今後も続く。
		家電量販店（店員）	・3月までは新生活準備等で需要はあると予想するが、その後は別段目立った需要が無く、例年通り推移すると思われる。
		家電量販店（営業担当）	・例年であればテレビの需要が見込めるが、今年はそれが無く、主力商品の1つが欠けた状態での営業が当面続くと思われる。
		観光型旅館（経営者）	・3月の予約状況は少し良いが、4～6月は前年と比べて良くない。今後、それなりに予約が入ると思うが、現在の状態がしばらく続くと考える。
		通信会社（営業担当）	・各社とも端末・サービスが出そろい、飛びぬけて何かに偏っているという感じは受けない。同じキャリアで機種変更するより、キャッシュバックなどが適用される携帯番号ポータビリティを使って安く手に入れようとする客が見受けられる。3月、4月の入学・新生活にあわせて市場が活性化すると期待している。
		通信会社（企画）	・特に大きな要因も無く、また、現在の顧客の状況からみても変わらないと思う。
		観光名所（職員）	・来客数に変化がない。
		ゴルフ場（従業員）	・例年は気候が良くなると客の動きも活発になるが、今月が非常に悪かったので、あまり期待できない。
		美容室（経営者）	・消費意欲の改善はみられず、客単価の増加が見込めない。
		住宅販売会社（従業員）	・商談数が増えていないため、成約も変わらないと思う。
やや悪くなる	スーパー（財務担当）	・原油高や、消費税増税案が国会を通過するかどうか、今後の小売業の売上に大きな影響を与える。	
	衣料品専門店（経営者）	・円高による企業の収益悪化や消費税増税など、買い控えの要素が多くあるため。	
	住関連専門店（経営者）	・販売量が伸びていないことに加え、東日本大震災からの復興と東京電力福島第一原子力発電所事故の収束が遅れているため。	

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（経営者）	・予約状況は、今のところ良くない。良くなる材料も無く、景気は少し落ち込むのではないかと思う。
		旅行代理店（支店長）	・円高と欧州の信用不安の影響による企業の業績悪化に伴って、個人旅行や出張需要の減少が大いに懸念される。
		競艇場（職員）	・当面ビッグレースの開催がなく、増加要因は乏しい。2、3か月先も減少傾向が続くと思われる。
		設計事務所（職員）	・3月の年度末納品で手持ち仕事量が大きく減少するため、数か月先はやや悪くなると見込む。ただし、第3次、第4次補正予算執行によって例年に比べ、手持ち仕事量の落ち込み度は緩和されている。
	悪くなる	一般小売店〔乾物〕（店員）	・景気が良くなる要因が全く見つからない。
		乗用車販売店（従業員）	・減税などの駆け込み需要が減少することに加え、ガソリンが徐々に値上がりしていることから、新車の販売市場は厳しくなると予想される。
美容室（経営者）		・スタッフの入れ替わり等、人材確保が難しく、その影響が出ると予想する。	
企業 動向 関連	良くなる	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・1月、2月の状態が悪いので、これ以上悪くはならないと思う。年度末の3月は、ギフト関係が増える予想する。
	やや良くなる	食料品製造業（商品統括）	・欧州の信用不安も最悪のシナリオから多少持ち直し感が出てきており、このまま円安傾向が徐々に進むのではと考える。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・東日本大震災の復興需要が顕在化しつつある。円安は輸出増につながる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・再生可能エネルギーの固定価格買取制度の価格が3月に決まり、適切な価格になると大変な仕事量になると予測している。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・輸出は新商品を中心に若干の受注上積みが見られる。また、円安傾向による収支改善を期待している。
		輸送業（支店長）	・年度末を迎えて物流量が増えている。来年度は、東日本大震災特需が見込め、今年度より燃料コストが増えても収入増になると見込む。
		不動産業（経営者）	・持ち主が宅地や住宅を早く処分するために値下げするケースが出てきており、満を持して購入を検討される人が増える可能性がある。
		変わらない	農林水産業（総務担当）
	繊維工業（経営者）		・日本全体に閉塞感が漂っており、先行きに対する不安がある。高い物を買わない、安い物もこれ以上要らない、という傾向にある。
	鉄鋼業（総務部長）		・円安傾向にあるが、80円台でも受注量増にはつながらないと予想する。
	建設業（経営者）		・長い間仕事が少なく、何かきっかけがほしい。
	輸送業（経営者）		・株価が上昇するなど良い雰囲気もあるが、地方の景況感は悪く、トータルでは変わらないと思う。
	輸送業（営業）		・東日本大震災によるサプライチェーンが復旧した事を考慮しても、直近の状況は非常に厳しい。例年であれば、年度末からゴールデンウィークまでの間は取扱量が増えるが、地方における取扱量の大幅な増加は発着貨物共に期待できない。
	通信業（総務担当）		・変動のきっかけとなる要素が見当たらない。
やや悪くなる	金融業（融資担当）	広告代理店（経営者）	・地元の得意先の多くは、広告費等の経費削減が続いており、今後もあまり変わらないと予想する。一部の全国ネットの得意先は、広告費削減を解消して新年度から通常の予算規模に戻る見込みである。県外の得意先が多少増えた関係で予測が難しいが、全体としては大きく変わらない。
		公認会計士	・取引先の社長に話しを伺うと、ほとんどが設備投資を控えている。
	建設業（総務担当）	・熾烈な受注獲得競争が長期間続き、地方の建設業は疲弊しきっており、回復の兆しがみえない。	
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（営業）	・求人数が増加するとともに、労働者も増加していくと考える。今後も企業と労働者とのミスマッチは解消されることなく、大幅な景気回復は見込めないと推測する。
		求人情報誌製作会社（従業員）	・例年、求人数が増加する時期であるため。

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
		学校〔大学〕（就職担当）	・求人数が増加傾向にあり、内定者数も伸びている。来年卒業予定者向けの求人にも活発な動きが感じられる。
	変わらない	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・観光的に新しい案件も無く、商工業の面でも上向くようなニュースが無いため。
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・企業の決算時期になり、求人が減っている。
		求人情報誌（営業）	・求人数は僅かに増えているが、円高に加えて、大手半導体メーカーの会社更生法申請の影響を受ける企業も少なからずある。上向く要素が少ない。
		職業安定所（職員）	・国の緊急雇用対策事業の終了等もあり、年度替わりの時点で下がっていくのではないかと思われる
		職業安定所（職員）	・年度末に向けて更に退職者が予想されるが、製造業では求人が増加する要因がない。
		民間職業紹介機関（所長）	・東日本大震災やタイの洪水等の影響が、主に製造業にボディーブローのようにきいてきている。
	悪くなる	—	—

10. 九州（地域別調査機関：（財）九州経済調査協会）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	○	○
	やや良くなる	商店街（代表者）	・客の様子から2月の非常に厳しい月を経て、3月になると人出が増える。これから景気は良くなる。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・大量に在庫が出ていく時期となり、販売量は伸びる。
		スーパー（総務担当）	・前年を大きく下回っていた衣料品は回復傾向となっており、来客数も前年を上回っている。今後も競合店との価格競争は続くが、売上自体は若干上がる。
		コンビニ（店長）	・客の様子をみると、新年度を迎えるにあたって、今後は多少良くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・現在の寒さの反動により、今後、暖かくなると来客数が少し増える。
		家電量販店（総務担当）	・テレビ以外の商品に少しずつ動きが出たので今後は良くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・客のエコ志向やエコカー減税、エコカー補助金の影響で良い状況が当分続く。
		自動車備品販売店（従業員）	・前年の東日本大震災とタイの洪水の悪影響がなくなっている。また、新車の供給が始まり、関連部品・用品の販売が増えていることから今後はやや良くなる。
		その他専門店〔書籍〕（地区支配人）	・東日本大震災以降の客の心理、市場の心理は大きく変化している。株価の上昇もあり、景況感は回復基調にある。その影響が個人消費にも大きく寄与する。売上は前年比で伸び、購買意欲も促進する。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・3、4月にかけては、例年人の動きが出る。今年も客足の伸びに期待ができる。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（総支配人）	・前年は東日本大震災後、需要が大幅に低下した。天候要因により、現在の消費は低迷しているが、円高の一服や株価の上昇等により、景気は回復しつつある。今後、卒入学、進学、新生活、ゴールデンウィーク行楽等の客の消費意欲も向上し、消費は多少良くなる。
		高級レストラン（専務）	・当地は九州新幹線の全線開業から1周年を迎えるということで、いろんなイベントが出ており、5月までは人の動きがあるため、盛り上がっていく。
		一般レストラン（経営者）	・3月はレストランの売上が安定する時期である。また、4月は前年、東日本大震災後で客の動きが非常に悪かったが、それも緩和されている。客の動きが自粛ムードからお祝いをできるムードに向かっているため、売上は伸びる。
	観光型ホテル（スタッフ）	・宿泊、宴会共に予約が順調に入っている。	
	都市型ホテル（総支配人）	・前年3月に発生した東日本大震災による自粛ムードも緩和の方向に向かっており、前年に比べ来客数の動きが良くなっている。	
	都市型ホテル（スタッフ）	・5月は大型団体の予約が好調で、前年比120%の状況である。前年は東日本大震災の影響が色濃く出た月であったが、今年順調に予約を伸ばしている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
変わらない		旅行代理店（従業員）	・東日本大震災の影響の反動で前年実績は大きく上回るが、近場の商品ばかりが売れている。
		旅行代理店（企画）	・円高の影響とともに4月以降の燃油サーチャージの値下げもあり、客の海外旅行に対するニーズが高まる可能性がある。
		タクシー運転手	・やはり2月が一番悪いので、今から3か月後は暖かくなり、その分動きも良くなる。ゴールデンウィークもあり、客の様子をみても景気は今よりは良くなる。
		通信会社（総務局）	・入学、就職時期のキャンペーン期間であるため、需要は増える。ただ、廉価プランに流れる傾向は引き続きあり、大幅な売上の増加にはつながらない。
		通信会社（業務担当）	・3月は最需要期となり、学割施策も認知され、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は更に伸びる。
		テーマパーク（職員）	・春休みやゴールデンウィークに向けての施策を発信し始めている。前年は3月の東日本大震災の影響で春先から夏休み前まで大打撃を受けたが、旅行マインドは回復傾向にあり、やや良くなる。
		ゴルフ場（従業員）	・九州新幹線全線開業の影響もあり、3月の予約は前年比10%以上伸びている。また、東日本大震災の影響による反動で、4月も前年比で非常に良く伸びている。また海外船の新規就航もあり、5月までは堅調に入場者数の確保ができる。非常に良い方向に動いている。
		設計事務所（代表）	・消費税増税前の駆け込み需要があるため、やや良くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅所得にかかわる優遇政策の継続と消費税増税が今年一杯は住宅取得意欲を下支えしていく。
		住宅販売会社（代表）	・例年4、5月は良くなるが、販売状況等をみて中長期では良くなる様子ではない。
	変わらない	商店街（代表者）	・例年3、4月は人が動き、お金が動く時であるが、明るい材料がなく、期待が持てないため、悪い状況が続く。
		商店街（代表者）	・贈答品等の動きが悪くなっており、客の買い控えが目立っている。今後もこの状況は変わらない。
		商店街（代表者）	・法人の客が多いため、周辺地域が活発にならないと景気は良くならない。今後も周辺企業の業績改善が見込まれないため、この状況が続く。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・新入学シーズンになれば食金をかけなくなり、鮮魚はなかなか売れない。何とか工夫で売上を上げたいがなかなか思うようにいかない。
		百貨店（売場主任）	・先月と同じように、景気を浮揚させるような話題がみられない。クールビズ需要は前年ほどではなく、実際に動き出すのも5月以降と考えられる。
		百貨店（営業担当）	・明るい話題がなく、今の状況のまま推移すれば、悪い状況が続く。
		百貨店（営業担当）	・来客数が増えない。この傾向はまだまだ続く。
		百貨店（営業政策担当）	・欧州の信用不安は本質的な解消にいたらず、引き続き原材料価格高騰の影響が長引く。国内では消費税増税議論が続いており、消費マインドは更に停滞していく。
		百貨店（売場担当）	・1、2月の売上は前年とほぼ変わらなかった。今後もこの流れは変わらない。ただ、3月29日から週1便、乗船客数が1,000名程度の上海航路が開設されるため、中国人観光客の動向を注視したい。
百貨店（業務担当）	・ここ数年、春物商戦の時期が短くなっている。必要のない物は価格が安くても、購買につながらない傾向が続いている。機を逃すと売上の山は消失しかねない。プラスに働く要素が見当たらない。		
スーパー（店長）	・現状は寒波の後押しで比較的好調に推移しているが、本格的な景気の回復とは判断しない。ただ東日本大震災から1年が経過し、自粛ムードの反動で活発な消費活動が期待でき、3～4か月後は好調に推移する。ただ、増税や年金問題等があり、心理的な不安要素が節約志向あるいは生活防衛という形で表れる可能性を危惧している。		
スーパー（店長）	・店舗周辺にコンビニエンスストアやディスカウントストア、食品スーパー等が増え、来客数が分散している。また60歳以上の客は近くて便利な店に行くようになり、当店のような中型の店舗の来客数は、より厳しい状況が続く。		
スーパー（経理担当）	・東日本大震災から1年が経ち、自粛ムードによる買い控えが一巡し、安定してくる。		

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
		スーパー（業務担当）	・これから春物の収穫期を迎え、生鮮関係が冬商材から変化を迎える時期になるが、放射能汚染や輸入食材に対する消費者の反応は相変わらずシビアである。食品のみならず、生活用品でもとりわけ中国製は敬遠される傾向が強い。コストダウンを図るため生産拠点を海外に移す企業が増える状況が続く限り、個人消費は安定しない。
		スーパー（売場担当）	・景気が良くなる要素がない。単価は毎月下がっているが、来客数が微増しており、総じて変わらない。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・本部からの施策にもよるが、惣菜等の商品開発がこの先必要になる。来客数を伸ばすにはキャンペーン並びにセールをやる必要がある。
		衣料品専門店（店長）	・商店街の工事が続き、来街者が少ない状況が続く。
		衣料品専門店（店員）	・百貨店フロアを回遊している客が減っている現状をみると、景気は良くならない。しばらくはこの状態が続く。
		衣料品専門店（取締役）	・客の動きをみる限り、景気が良くなる様子はない。
		家電量販店（店員）	・前年、テレビが売れ過ぎたため、売上は前年比6割程度で推移している。この厳しい状況が今後も続く。
		乗用車販売店（総務担当）	・新型車発売による良い効果が当分続く。4月には小型スポーツ車が発売される。来客数の増加が予想され、新車販売は3か月先も今月同様に好調を維持する。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・客の様子をみると、デフレ脱却のめどが立たない。今後も厳しい状況が続く。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・燃料油の小売価格が安定しており、燃料油の需要の増減はさほどない。
		高級レストラン（経営者）	・3月の予約状況を見ると、歓送迎会が増えている。その人数も多くなっているが、中旬以降の予約状況の動きがまだみえない。
		高級レストラン（従業員）	・1、2月はセールがあったので客の動きがあったが、来客数はだんだん少なくなる。
		一般レストラン（スタッフ）	・最近では天候が悪くなくて、客の様子もあまり良い雰囲気ではない。来店しても早々と食事を済まして帰るような状況である。今後もこの様子は変わらない。
		スナック（経営者）	・毎月ここが底だと思って頑張っているが、売上が戻る気配を感じない。
		その他飲食〔居酒屋〕（店長）	・当地は九州新幹線全線開業により、この1年はとても良かったが、これからはそうはいかない。
		観光ホテル（総務担当）	・まず国内需要については、九州新幹線の全線開業による好景気がいつまで続くかが鍵となる。ただ今年は東北に目が行きそうである。海外の客は円安が進めば、集客は期待できるが、先行きは不透明である。
		都市型ホテル（副支配人）	・市内でのイベントが少なく、団体予約も4、5月まで少ない。インターネット販売に頼らざるを得ないということが苦しいところである。
		タクシー運転手	・今月に入り、当地でIT関係の大きな会社が撤退し、同業者2社が他社の傘下に入った話があり、明るい材料がない。また客は大変財布のひもが固くこの先も厳しい。
		通信会社（企画担当）	・転居シーズンの季節要因により、販売の増加は見込めるものの、ベースは低調なままである。
		ゴルフ場（支配人）	・3、4月の週末を中心にコンペの予約が活発に入っており、冬季シーズンの終了と春季ゴルフシーズン到来の期待が反映されている。ゴルフの冬季休みに入っていたシニア層が、春にどれだけ復帰してくるかがキーポイントとなるが、毎年シニアのゴルフ引退は増えている。
		理容室（経営者）	・2月は日数が少なく落ち込むので、今月は企画を1月の終わりぐらいから開始し、前年比で5%増と売上が上がった。ただ、3～4月になると進学や就職等で客が減り、あまり期待できないため、景気は変わらない。
		設計事務所（所長）	・現況がずっと良くない状態で変わらないため、2、3か月先も変わらない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・2～3か月先は卒業や入学シーズンでお金がかかる時期である。消費者が食費にかかるお金が減り、厳しい状況となる。
		商店街（代表者）	・取り巻く社会環境の不安からか、特に高齢者の購買欲がない。今後もこの状況が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業企画担当）	・現状の推移に大きな変化はなく、売上の低下傾向が続く。国際情勢や政治、株価等も好転の兆しがみえず、景況感の上昇は感じられない。
		スーパー（店長）	・3月にまた競合店の出店があり、競争が更に激化し、ますます厳しくなる。
		スーパー（店長）	・経済が活性化しないなか、年金や雇用の問題が払しょくされず、厳しい状況となっている。競合店の出店も続いており、ますます悪くなる。
		スーパー（総務担当）	・為替は若干改善の兆しはあるが、原燃料価格は依然高止まりであり、所得環境や雇用環境共に改善の兆しが無い。当分の間、来客数の維持には価格操作がポイントとなる。荒利益の確保が相当厳しく、売上、収益共に厳しい状況が続く。
		コンビニ（販売促進担当）	・消費者の様子をみると、このところスマートフォンやインターネットが急速に普及し、その分、小遣いが減っている。消費は減少し、売上は今後も厳しい状況が続く。
		衣料品専門店（チーフ）	・来客数が減少し、客の購買意欲は低下している。また新しい物を買いたすという動きより、小物を買いたすといった動きが強まっていることからやや悪くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金は続くが、現行の減税が終わるので、現状のようにはいかない。
		住関連専門店（経営者）	・地元の中堅資材屋の経営不振の話や同業者の店閉まいセール等があり、先行きは厳しい。
		高級レストラン（支配人）	・医療関係の接待等が減少傾向にある。
		タクシー運転手	・朝、夜かかわらずタクシー利用がだんだん減っている。この状況は今後も続く。
		タクシー運転手	・客の給料は前年と比べると下がっており、その影響が先々出てくる。
		美容室（経営者）	・消費者は年金問題や震災等、いろいろな不安を抱えており、厳しい状況が続く。
		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月の介護保険の改正による介護報酬見直しの影響により、今後、売上が減少する。
		悪くなる	
コンビニ（エリア担当）	・東日本大震災の影響により、たばこの売上が大きく変化している。全体の売上が前年と比較して大幅に減少しており、現状より厳しい状況となる。		
衣料品専門店（店長）	・東日本大震災以来、世の中が全体的に様子見の感がある。周りのムードが買物に行きにくくしている。		
企業動向関連	良くなる	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・取引先企業や自治体からの駆け込み受注が見込まれる。
		やや良くなる	農林水産業（従業者）
		食料品製造業（経営者）	・当地発の塩麴ブームに対応するため良くなる。発売が来月になる予定であり、売上の増加が期待できる。
		家具製造業（従業員）	・今後、本格的な復興需要が見込まれ、被災地に限らず、需要の広がりが期待できる。ただし、家具業界においては、大手の販売会社のスケールメリットを生かした低価格競争により、中小の販売会社は、より付加価値の高いニッチな戦略をとるしか生き残る方法はなくなっている。メーカーも同じで市場規模がますます縮小するなか、大手による価格破壊は業界全体を弱体化させている。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・3～4月は新入学や入社等があり、食器等の需要が出てくるため、良くなる。欧州の信用不安も薄れており、今後はいくらか良くなる。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・来期4月以降の増産が見込める。
		輸送業（従業員）	・1、2月はかなり荷動きが悪かったが、これからは上昇基調になっていく。
		金融業（営業担当）	・大手銀行が建設関係の融資に積極的になっているため、その影響で建設業の受注件数が増え、資金が動き出している。当面、銀行の融資姿勢が消極的になる要素がないため、この受注状況は続く。
		金融業（調査担当）	・取引先の海外ビジネス検討の話聞くことも多い。マインド的にも前向きな検討を行う取引先が多い。

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
		新聞社（広告）（担当者）	・九州新幹線の全線開業から1年が経過し、鹿児島、熊本を中心に県外広報が増える。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・1、2月で少しずつ景気は良くなっており、3月以降も良くなる。また東日本大震災があった前年と比べると今年は良くなる。
	変わらない	農林水産業（経営者）	・春先の行事等の需要は若干期待できるが、加工メーカー向けの原料肉はますます厳しくなる。理由は前年の円高や東日本大震災等による輸入の在庫過剰と国内生産の安定で、供給過剰を避けることができず、価格の暴落と荷余りが予想される。
		食料品製造業（経営者）	・季節性のある商品や新商品の生産開始予定があり、今のところ安定した需要が見込める。
		食料品製造業（経営者）	・景気は悪化傾向であったが、業績にやや改善がみられる。将来の予測が非常に困難な状況であることに変わりはないが、売上に好影響を及ぼす要素がないことから、今後2、3か月先の景気は特段の変化はない。
		金属製品製造業（企画担当）	・円安や株高で景気は上昇していくが、当社が属する業界は公共投資に依存するところが大きく、景気上昇の効果はすぐには出ない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・最近、円安傾向となり、景気は回復状況となる期待感はあるが、具体的な動きはない。自動車関連は東日本大震災やタイの洪水から少しは持ち直すが、メーカーが低価格車にシフトしているため、部品価格の低下が厳しい。
		精密機械器具製造業（従業員）	・まだ先行きに見通しはつかない状況で、今のところ、受注生産計画では来期からの計画はあまり変わらない。
		輸送業（総務）	・特に明るい材料もなく、景気は変わらない。
		金融業（営業職渉外係）	・日銀のインフレ目標設定で大きく市場が動き始めたが、消費低迷は続いており、企業の収益回復も時間がかかる。
		金融業（得意先担当）	・金融円滑化法の再延長が決まり、企業は条件変更により資金繰りが安定している。今後も現在の状況が続く。
		不動産業（従業員）	・宿泊部門の売上が横ばいで推移する。
		広告代理店（従業員）	・1月の受注枚数は前年比0.5%増と何とか前年をクリアしたが、主要な新聞折込業種である流通やパチンコ等の折り込み枚数は前年を下回っている。加えて通信販売チラシも新規参入がない。まだまだ不透明な状態が続く。
		経営コンサルタント（社員）	・小売店が価格を安くしても消費者の反応が鈍い。厳しい状況が続く。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・取引先から聞いた業況見通しから判断すると、今後3か月は大きく上向き可能性は低く、当面景気は変わらない。
		その他サービス業【物産品リース】（役員）	・海外経済の減速や欧州の信用不安、円高、政局の不安定等不安材料が多々あるなかで、県内における持ち直しの動きも鈍化している。設備環境等においても当面慎重な動きが続く。
	やや悪くなる	繊維工業（営業担当）	・これから閑散期に入っていくのに、現在の受注量では景気は悪くなる。
		鉄鋼業（経営者）	・需要面では、新設の住宅着工戸数が前年を連続して上回っており、特に分譲マンションの着工が増えている。しかし、全体では企業の設備投資に伴う建築物の着工が非常に少なく、また公共土木は極めて少ない。今後、関東地区以北の震災復興需要が本格化すれば、西日本地区、九州地区の需要の落ち込みが懸念される。
		建設業（従業員）	・仕事量の少なさに伴い、競争が激化し、収益力が低下し、業界では景気は悪くなる。
		通信業（職員）	・2012年度の取引件数に伸びがなく、今年度よりもやや厳しい状況となる。今後も大きくは変わらない。
		金融業（営業）	・大手製造業の海外への生産移転の影響が来年度から出てくる。対応できる中小企業とできない中小企業に2極化する。
		広告代理店（従業員）	・売上は前年より下がる見込みであり、厳しい状況が続く。
	悪くなる	一般機械器具製造業（経営者）	・引き合い状況をみると、今後、ますます受注が困難になる。
		建設業（社員）	・現在施工中の手持ち案件は、3月でほぼ完成する。3～4件の繰越工事はあるが、今年は例年に比べ、官公庁からの繰越工事が発注されていない。今後も案件は発注されるが、補正予算は我々の地区までは回ってこない。今年は非常に厳しい。

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	
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・前年と比較して、委託業務の発注量や金額が少ないため、建設業界や調査計画コンサルタントの業績は悪化する。補助金が出る国や県の事業が減るため、市町村から委託に出す業務は、今後減るといった話も聞かれる。	
雇用 関連	良くなる やや良くなる	—	—	
		人材派遣会社（社員）	・公務員の人員削減の話をよく耳にするようになった。この人員削減の結果、民間への業務委託が増えるため、景気は良くなる。	
			新聞社〔求人広告〕（担当者）	・円安傾向もあり、低調だった工場等の生産部門の求人が伸びる。震災の底打ち感からじわじわと景気回復基調になってくる。
			職業安定所（所長）	・例年に比べ求職者数は減少し、求人数は増加傾向にある。景気は上向きに推移している。
			職業安定所（職員）	・平成23年9月以降、道路貨物運送業の新規求人数においては5か月連続で大幅に前年比で増加している。とくにトラック乗務員の増加が大きく、荷動きが活発化している。
			学校〔専門学校〕（就職担当）	・各企業の2013年卒対象の求人状況が良く、今後、景気は良くなる。
	変わらない		求人情報誌製作会社（編集者）	・介護関係の求人難が続いており、看護師や作業療法士、介護福祉士、社会福祉主事等の有資格者の採用や24時間体制で介護をするヘルパー等の求人が厳しくなっている。また、労働集約型の求人もますます採用が難しくなっている。
			新聞社〔求人広告〕（担当者）	・好調だった前年と比べると求人数は減少しており、景気回復の動きは弱い。ただし、看護系ガイダンスへ参加する病院は増加している。
			職業安定所（職員）	・求人数の動きや求職者数が改善傾向を示していることから、企業の採用意欲は堅調な動きを示している。現在の状況がしばらくは続く。
			職業安定所（職員）	・新規求人数は18か月連続で前年を上回って推移しており、現在のところ改善傾向である。ただ、円高等の不安要素や再編する企業等も目につくようになってきている。このため、先行き不透明な状況である。
			職業安定所（職員）	・求職者数がこのところ横ばいで推移しており、引き続き高止まりとなる。
			学校〔大学〕（就職支援業務）	・厳選採用という厳しい就職環境がしばらく継続する。
	やや悪くなる		人材派遣会社（社員）	・3月で契約終了となる案件が多くあり、今後については、もう少し経ってから様子を見るという動きがほとんどである。厳しい状況が続く。
			人材派遣会社（社員）	・半導体工場で閉鎖が決まっているところもあり、採用を手控える企業も多いことからやや悪くなる。
		人材派遣会社（社員）	・ますます進む産業の空洞化は、報道されているより早いペースで進んでいる。各企業は海外移転を検討あるいは実施している。このままいけば雇用がなくなっていく。	
		民間職業紹介機関（社員）	・毎年3月で契約終了者が増える傾向にあるなかで、今年は電力関連企業からの求人までも減っている。厳しい状況が続く。	
	悪くなる	○	○	

11. 沖縄（地域別調査機関：（財）南西地域産業活性化センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
家計 動向 関連	良くなる やや良くなる	—	—	
		百貨店（営業企画）	・3月に改装を行い、雑貨売場の強化を図るため、来客数の伸びが期待できる。また、東日本大震災から1年経過となることで、一時の消費低迷からの回復を期待したい。	
			スーパー（企画担当）	・東日本大震災から一巡し、商品の供給体制も安定しており、今後3か月は景気が良くなる見込みである。
			コンビニ（経営者）	・近隣のホテルで観光客が増えるとの情報があり、期待している。
			コンビニ（経営者）	・前年は東日本大震災により、3月中旬から主力商品の受注ができなかったが、今年は問題無いとみる。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・今月に関しては前年並みの稼働率を見込んでいるものの、今後2、3か月先に関しては前年実績を上回る見込みである。格安航空会社の進出や、今年は沖縄本土復帰40周年でもあり、この先は上向き傾向にあると見込んでいる。	

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
		通信会社（店長）	・卒業、入学シーズンにスマートフォンの購入が増えるの見込まれる。また、家族も同時にスマートフォンへの買換えをすると予想されるので、プロモーションの後押しもあり今年の春商戦は期待が持てる。
		観光名所（職員）	・東日本大震災があった前年より悪くはならない。予約状況も良い。
		その他のサービス〔レンタカー〕（営業担当）	・前年は東日本大震災があり、震災直後から予約のキャンセルが相次いだことから、前年よりは利用者は増えるものと見込んでいる。
		住宅販売会社（総務・企画分野）	・年度末に向けて、今後、競合他社も含め、見学会等のイベント開催による集客活動を強化することが考えられ、その効果が2、3か月後に現れると期待できる。商談内容によるが、事業活動上は上記のように良い要因があるので、やや良くなる。
	変わらない	スーパー（販売企画担当）	・不況といわれるなか、同業者との競争はますます激化し、また異業種との競争も激しくなっており将来も大変厳しいと予想される。
		コンビニ（エリア担当）	・相次ぐ競合店の開店セールにより、客を奪われている。自社でも特売をかけて、単価のアップを図るが、実際は特売品の購入だけにとどまることが多い。お得だから、もう一品多く買うという意欲がまだまだ乏しい。結果、売上は同じでも利益が減り、このままだと増収減益傾向になっていく。
		コンビニ（エリア担当）	・東日本大震災の影響もほとんど無くなり、県経済は落ち着いている。基地問題は残るが、観光客も伸張しており、県経済は現状通り推移すると判断する。
		衣料品専門店（経営者）	・現状では街にあまり人が出ていない。目的買い以外の客も少ないようである。セール商品にも、新シーズンの商品にもあまり関心を示してもらえていない状況で、この先もあまり変化が無いようにみられる。
		家電量販店（総務担当）	・地上デジタル放送への切替えと家電エコポイント制度の反動が続く。特に地上デジタル放送への切替えの反動は7月まで続く。
		ゴルフ場（経営者）	・良くなったり、悪くなったりで先が読めない。
住宅販売会社（代表取締役）		・景気の先行きが不透明である。	
やや悪くなる	その他専門店〔楽器〕（経営者）	・中国人観光客が目抜き通りや市場に増えているが飲食だけで、商品を購入することは無く、通訳の同行も見られない。中国人観光客への地元情報のPRが不足しているままでは、良くならない。	
悪くなる	商店街（代表者）	・消費単価が伸び悩み、今後、どこが底なのか分からない。	
	その他専門店〔書籍〕（店長）	・客単価の減少傾向は今年に入って一層悪化している。この先の展開としては新学期、就職と売上の増加を見込める月にはなるが、前年比を上回ることにはないと予想する。景気の回復からは程遠い。	
	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・地元客からは外食に出る余力が無くなっているとの声を聞く。ここにきて本土のフランチャイズ店の出店が相次いでおり、競争の激化は避けられない。	
企業動向関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	建設業（経営者）	・引き合い件数が増加し、先行きは良くなる。
		輸送業（営業担当）	・一括交付金による様々な分野での需要増へ期待したい。
		通信業（営業担当）	・プロジェクトチームはすべて稼働しており、開発要員も全員稼働している現状から、今後は受注額の高い仕事の確保にシフトしていくことが予想される。
	変わらない	食料品製造業（管理部門）	・実施している競合他社との競争激化対応策の効果が継続する。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・公共工事は年度末に向けやや増、民間工事は横ばいか減少と予測している。全体で横ばいの見通しである。
		コピーサービス業（営業担当）	・東日本大震災の影響がまだ続いているので、それが回復しない限りそれほど変わらないとみる。
	やや悪くなる	輸送業（代表者）	・宮古だけは依然好調であるが、全体的には下降気味である。天候不良や燃料高騰が大きく影響してくるとみる。
	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）	・県外に拠点を置く企業が、本社機能の一部または半分程の業務を、本格的に県内に拠点を移ってきており、それに伴う職業紹介、紹介予定派遣や通常の派遣の需要が見込める。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	<ul style="list-style-type: none"> ・このところの求職者数の減少、求人数の増加傾向から、先行きは良くなる。 ・県内企業から求人予定の話がある。合同企業説明会も活発に行われており、採用数増加に期待したい。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	
	変わらない	○	○
	やや悪くなる	—	—
	悪くなる	—	—