

## ・景気の現状に対する判断理由等

景気の現状に対する判断の理由及びそれに対する追加説明等について、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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連	良く なっている	○	○	○
	やや良く なっている	一般小売店 〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・今月半ばまではあまり良いと言えない状況であったが、後半に入ってから売上はかなり盛り返している。
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・天候が安定し、気温が上昇するにつれて、衣料品を中心に客の購買量が増えてきている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・1月以降、販売量は上向きになってきている。
		スーパー（役員）	販売量の動き	・前年は東日本大震災で工場が被災したことで、食料品等が十分に供給されず、欠品する商品が多数あったが、今年は潤沢に商品が供給されているため、品ぞろえも良く、売上が増加している。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・東日本大震災後の売上変動の反動があり、売上の変化を読みづらい状況ではあるが、来客数は少しずつ回復傾向にある。
		衣料品専門店（店長）	それ以外	・前年と違い、天候状況が良くなかったことから販売動向が弱い印象であったが、気温が上昇するにつれて、消費が上向いてきている。また、東日本大震災から1年が経過し、消極的だった買物動向も回復している。
		家電量販店（地区統括部長）	販売量の動き	・前年の家電エコポイント制度の終了と地上デジタル放送化の影響は依然として続いているが、年末から比べるとテレビの販売量が若干増えつつある。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・エコカー減税とエコカー補助金の効果により、前年よりも売上がかなり良い。
		乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・新型車効果の持続とエコカー減税、エコカー補助金の効果が大きい。
		観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・依然として低価格競争は続いているが、国内のメディア募集型商品とWeb商品で人員を稼ぐ結果となった。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・3月のビジネス需要及び観光需要は伸びてきている。前年は東日本大震災の影響でアウトバウンド、インバウンドともに大きく減少していたため、前々年との対比でどこまで回復できるかが上期のポイントとなる。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・来店時に関連商品の説明をすると以前より客の反応が良く、買上につながるが多くなってきた。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・為替が円安基調に振れているなか、復興需要への期待もあって、客の消費や投資のムードが大変良くなっている。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・広告量を減らしているにもかかわらず、販売量については月初めの段階で3月の目標を達成した。分譲マンションの販売については、価格が手ごろであればとにかくよく売れる。
		変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子
	商店街（代表者）		お客様の様子	・春めいてきて、少しは消費者の声にも弾みが出てきている。しかし、先行きへの心配感があるためか、客の慎重な購入態度は依然として変わらない。
商店街（代表者）	お客様の様子		・例年であれば、3月は春物に動きがみられるが、今年は気温が低いままであるため、なかなか客の購買意欲がわかないようであり、卒業、進学、就職関連以外の春物の動き出しが遅い。気温にも左右されており、良かったり悪かったりを繰り返して、販売量がなかなか伸び切れない状況にある。	
商店街（代表者）	お客様の様子		・景気に変化はない。天候状態により客の動きが違うため、基本的な状況は以前と変わらない。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		商店街（代表者）	販売量の動き	・今月初旬は、世界ジュニアスピードスケート選手権大会の効果により、若年層を中心とした客層による飲食及びスポーツ関連衣料品等で売上の増加があったが、大会終了にともない、売上は激減した。しかしながら、下旬に入り、地元客による入学卒業及び就職等のための買物が百貨店を中心に目立つようになっており、販売量が増加傾向となっている。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	来客数の動き	・客との会話からは、自己防衛の気持ちが強く、なかなか消費をしようという気になれないという話をよく聞く。福島県からの被災者の旅行者も少しずつみられるようになってきているなど、少しは期待感も出てきているが、大きくは変わっていない。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・前年は東日本大震災後の来客数減少の影響で売上も非常に厳しく、前年比90%を下回っていた。今年は、前年以上に寒さが厳しく、雪の降る日も多かったが、春物の動き、物産催事での客の動員が多く、売上が非常に増加している。特に婦人物のニット、カットソーの売上は前年比120%を超えている。
		百貨店（販売促進担当）	来客数の動き	・来客数を前年と比較すると、東日本大震災直後の営業日こそ増加になったものの、その後は前年並みか減少で推移している。前年は駅前通に地下歩行空間が開通したことの恩恵で3月後半から来客数が増加で推移していたが、一巡した今年は震災の影響を差し引いても苦戦している状況にある。
		百貨店（役員）	来客数の動き	・今年は大雪による影響がかなり出ている。今月も春物ファッションが動かず、購買につながっていない。自転車も前年の半分以下の販売量となっている。自転車は雪解け後に動きがずれ込むとみられるが、減少分をばん回できるかは微妙である。
		スーパー（企画担当）	販売量の動き	・前年の東日本大震災の反動から足元の売上動向は読みにくいだが、前々年と比較しても売上が伸びておらず、やや停滞気味の状況にある。
		スーパー（役員）	来客数の動き	・前年に東日本大震災後の仮需要やメーカーの資材不足から商品の品切れ等が発生したこともあり、今月は消費者動向を比較しづらい月である。来客数は前年比で0.7%上昇しているものの、商品単価の低下などもあり、客単価は前年比100.4%と、ここ数か月変わらない状況で推移しており、全体的な状況に変化はみられない。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・前年の東日本大震災にともなう一時的な商品買いだめの反動で、今月の売上は前年比では厳しい。しかし、夜間の来客数は、震災以降、依然として減少し続けている。
		衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・なかなか景気が良くなるに焦っているが、良くなることを願っている。
		衣料品専門店（店員）	単価の動き	・入学、卒業や転勤、異動のシーズンで出費が大きいなか、ガソリンの価格高騰の影響もあり、春物衣料の消費動向については、質が良くて少しでも安くなっている商品が求められている。
		家電量販店（店員）	お客様の様子	・春商戦の1人立ちセットは例年並みによく売れているが、余計な買物をしない客が多い。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・マスコミ品ナショナルブランドは大手スーパー、ドラッグの専売となった。小規模店は独自の専門品に特化しないと生き残れない。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数がさほど増えていない。
		高級レストラン（スタッフ）	単価の動き	・前年は東日本大震災の影響もあったため、前年との比較はできないが、前々年との比較では売上は93%となっている。3月中旬までは天候が悪く、客足が鈍かったが、下旬からは週末のランチはほぼ満席であった。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・寒い日が多かったため、客の入りはやや悪かった。通常メニューはあまり人気がないが、低価格のフェアメニューは好調である。地方都市の飲食店は、以前の繁盛店も来客数の減少に歯止めがかからず、苦しい状況が続いている。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・個人、法人ともに1か月前受注が多く、先行案件が少ない。消費者も先行きを手探りしているようで、結果的に間際の受注となっている。ただ、前年の東日本大震災の影響は薄れてきている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
やや悪くなっている		タクシー運転手	来客数の動き	・前年は東日本大震災の影響で観光客が全く来なくなり、地元も自粛ムードでタクシーの売上も激減したが、今年は前年よりも売上が増加している。3か月前と比べても客の利用状況は変わらない。
		タクシー運転手	販売量の動き	・例年より雪の日が多かったため、タクシーの利用客は若干伸びているが、景気そのものが良くなったというわけではない。
		通信会社（社員）	お客様の様子	・報道をみると、株価の上昇や景気回復の兆しに関する好調が報じられているが、一般の個人事業主の話を聞くと、決してそのような感じはなく、来客数の減少、売上の維持又は減少がほとんどで何も変わっていない。都市部と地方部との温度差がとても大きく、違和感がある。
		通信会社（企画担当）	競争相手の様子	・春商戦の効果もあり、想定以上の客から通信機器導入、更新の引き合いを受けているものの、競合他社への流出が前年以上に増加している。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・来場者については冬のイベントなどの効果もあり、3か月前に比べると153%と増加しているが、東南アジアからの来場者が減少傾向にあるなど、依然として東日本大震災の影響が残っている。
		美容室（経営者）	販売量の動き	・この3か月間、売上が前年を約5%下回っている。特に何が悪いというわけではないが、売上の伸びない状況にある。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・景気があまり良くないため、先が全然見えない。意見の述べようがないほど世の中が大変な状況である。灯油高騰、ガソリン高騰、その他社会の動きがあまりにもひどすぎる。もう少し国がしっかりしてくれないと困る。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・年度替わりの3月だが、来客数の動きに変化がみられない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・売上としては、前年の東日本大震災の反動もあり、前年を上回っているが、来客数が増えていない。ガソリンの高騰が影響しており、車で来店する客が減っている。
		百貨店（売場主任）	単価の動き	・3月は25日までの全店での売上が前年比96.3%、買上客数が前年比96.6%、客単価が前年比99.0%となっており、客単価はやや前年を下回って推移しているが、買上客数が96.0%前後に落ち込んでいる。10月から1月まで売上が前年並みに回復してきたが2月から苦戦傾向にある。
		自動車備品販売店（店長）	販売量の動き	・寒さが長引いていることと、店内改装のため、数日臨時休業したことがマイナス要因となっている。しかし、季節の影響を受けない商品も動きが鈍いため、全体としてはやや悪い状況となっている。競争相手の様子を確認めたくて、取組を見直したい。
		その他専門店 [ガソリンスタンド]（経営者）	販売量の動き	・石油製品価格の急騰により、節約志向が強くなっている。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・東日本大震災のあった前年よりは来客数が増えているが、原油高騰とまだ冬のような天候が続いていることがマイナス要因となっており、とても上向きとは言えない状況にある。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・1月は海外客の回復もあり、若干持ち直したが、依然として首都圏、関西圏からの国内客が大幅に落ち込んだままである。さらに、旅行需要が弱いため、旅行会社を中心に宿泊単価の値下げ要請が相次いでおり、非常に厳しい状況となっている。
タクシー運転手	販売量の動き	・前年の3月と比較すると、120%の売上であるため、東日本大震災の影響による落ち込みは回復したと思われるが、3か月前の売上と比較すると約8%の落ち込みとなっている。3か月前は、非常に寒く雪が多かったため、タクシーの需要も伸びた。しかし、3月に入って、動きが落ち着いている。		
タクシー運転手	来客数の動き	・前年と比べて注文数が減少している。特に観光目的の客からの注文数が大きく減っている。		

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	悪くなっている	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	乗客数の動き	・20数年ぶりに本格的に流氷が到来し、数日間にわたり全便又は一部欠航となったことから、当初予想していた輸送量を大幅に下回った。
企業 動向 関連	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	家具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・請負物件のほか、百貨店や住宅関連向けの商品も活況である。
		建設業（従業員）	競争相手の様子	・予算や補助金の関係から年度内着工が条件とされた公共建築工事が一斉に着工したため、見積照会や労務者確保の動きが増えている。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・ここしばらくの身の回りの景況感は低迷を続けていたが、2月下旬から販売量が明らかに回復傾向となっている。
		コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・受注量は非常に増えている。期末という影響を考慮しても上向きである。
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が増えている。ただし、年度末ということでの一時的な動きとみられる。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	受注量や販売量の動き	・官庁関連からの年度末の駆け込み需要が多かったせいかな今月はやや好調だった。
	変わらない	食料品製造業（団体役員）	それ以外	・年度替わりにともなう消費需要と新規雇用者の増加に明るさがみられるものの、原油価格高騰により、燃料油や光熱費などの生産コストが上昇しており、経営環境に厳しさがみられる。
		食料品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・受注が伸びず、以前のままの状態で推移している。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・円安傾向となったことで、スクラップの輸出が開始されている。また、震災復興向けとみられるが、東北への道産カラ松の内航船輸送が決定している。
		輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・通常であれば、年度末を迎えて、メーカーの決算対策から物流量が増加する月であるが、大きな変化がみられない。政府の補正予算がようやく決まったが、全体的に遅れが目立っており、スピード感に欠ける。北海道は雪解けが遅れているが、具体的な案件の動きも鈍い。
		金融業（企画担当）	それ以外	・個人消費は、大雪や寒波の影響で春物衣料の出足が鈍るなど弱めの動きとなっている。観光関連は外国人観光客の入込がほぼ東日本大震災前の水準に戻っている。建設関連は一部ではあるが復興需要がみられる。
		司法書士	取引先の様子	・不動産取引、建築関連は低調のまま推移している。ただし、冬期間が終わり、若干の明るさが見えてきている。
		司法書士	取引先の様子	・雪解けとともに不動産取引も若干増えてきたが、依然として景気回復の兆候は見えないため、取引が活発化している状況にはない。消費税の増税問題だけがクローズアップされ、経済政策の方向性が見えないため、景気動向に変化が出てこない。
その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）		取引先の様子	・燃料費の値上がりが深刻との話を多業種のユーザーから聞く。	
やや悪くなっている	司法書士	取引先の様子	・冬期間で建物工事が皆無のなか、土地の売買も少ない。	
悪くなっている	—	—	—	
雇用 関連	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・土木建設業の回復と農産品加工業の安定性もあり、求人広告受理件数は前月比で2%、前年比で9%増加している。
求人情報誌製作会社（編集者）		求人数の動き	・2月に引き続き、東北の復興需要の影響もあり、建設関連の求人が増加している。宿泊業もアジア人観光客が戻ってきており、上向き傾向になっている。また、ホテルだけでなく、年度末の契約更新に向けた案件対応による清掃系の求人も増えている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は13.9%増加し、25か月連続で前年を上回った。また、月間有効求人数は19.7%増加し、25か月連続で前年を上回った。
	変わらない	求人情報誌製作会社（編集者）	周辺企業の様子	・リーマンショック以降、少しずつ回復基調にあるが、景気回復に向けての決定的な明るい材料がない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・3月の募集広告売上は前年比110%と大きく伸びた。特に小売、土建不動産、自動車関連での伸び率が顕著だった。また、大口の医療、派遣も微増となり、全体の底上げに貢献した。
		職業安定所（職員）	雇用形態の様子	・管内の1月の新規求人数は前年比11.7%の増加となった。新規求職者数は前年比12.6%の減少となった。この結果、月間有効求人倍率は0.63倍となり、前年の0.51倍を0.12ポイント上回った。しかし、求人数のうち正社員求人の占める割合は42.9%にとどまっております。求人者と求職者との間における職種や労働条件のミスマッチも少なくないことから、依然として厳しい状況にある。
		職業安定所（職員）	それ以外	・管内の求人倍率は0.54倍と前年を0.09ポイント上回ったが、依然として高い水準とは言えない。
	やや悪くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・例年であれば、春商戦に向けて家電量販店やスーパーからの派遣需要が多くなる時期であるが、今年は東日本大震災のあった前年並みの需要で推移している。また、労働者派遣法改正の議論を受けて、大手企業で派遣の活用について神経質な対応が目立っており、派遣需要の盛り上がりには欠けている。
		人材派遣会社（社員）	求職者数の動き	・求人数に比べて求職者の数が圧倒的に多い。
	悪くなっている	—	—	—

## 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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連	良くなっている	一般小売店〔書籍〕（経営者）	来客数の動き	・来客数、客単価共に上昇傾向にある。
		百貨店（経営者）	販売量の動き	・前年の震災による各種イベント等の休止、中止による購買動機消失の反動か、祝い事の需要や、旅行関連、外出着など、前年半分まで落ちたカテゴリーの回復が全体を大きく押し上げている。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・フレッシュマンの客が例年以上に多く、単価も増加している。また、4月から部署替えや転勤など異動が決まった人も多く訪れており、来客数及び売上が大幅に伸びている。
		旅行代理店（店長）	販売量の動き	・前年に中止となった企業、団体から旅行申込があり、販売量は2年前を上回る水準まで回復している。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・住宅の建て替えや工場の増築及び建て替えなど、震災に関連した仕事が続いている。また、今まで取引したことのない所や何年も取引していない所から仕事の依頼が入ってきている。
	やや良くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・天候は不順であったものの、思いのほか好調である。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・販売単価、販売量共に上向きとなっている。特に衣料品や小物関係、文具が好調である。
	商店街（代表者）	来客数の動き	・前年は東日本大震災の影響で3～5月に来客数の落ち込みが大きく、客単価も落ちたため、前年比では増加している。	
	商店街（代表者）	お客様の様子	・2月のやや悪くなっている状態は脱した感がある。例年より天候の回復は遅いものの、最近消費者が時節の催し物に反応するようになっており、売上、来客数共に前年比プラスとなっている。	
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	単価の動き	・健康上の相談を受け、客とまとまった時間会話する機会が増えてきている。震災以前の普通の生活に戻りつつある。	
	百貨店（営業担当）	販売量の動き	・東日本大震災があったため前年との比較は困難である。2年前との比較では催事、セールを除いても2けた近い売上増があり、景気の好調さは続いている。前半は気温が低く春物の動きが鈍かったが、後半は気温も上がり動きが出てきている。物産展は相変わらず好調である。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（経営者）	販売量の動き	・震災後の復興資金の浸透により、販売量もやや良くなっている。
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・前年は震災のあった月なので比較にならないが、2年前との比較では来客数が多少プラスになっている。
		スーパー（経営者）	来客数の動き	・前年は震災の影響で、営業できない店舗と震災特需のあった店舗があり、前年との比較はできない。2年前や実数値の推移と比較する限り、1品平均単価はほとんど変わらないものの、来客数の伸びは良くなっている。
		スーパー（営業担当）	単価の動き	・客単価が上向きの傾向にある。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・売上は2年前と比較して120%と好調を維持している。来客数や買上点数よりも、客単価の伸びが著しい。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	道路工事や家屋の補修など復興関連事業に従事している人たちによる購入や、高齢者が昼食用等に購入しているため、米飯やパスタ、ベーカリーの販売量が伸びている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・全体的に売上が良くなってきている。特に米飯主食系商品の動きが良い。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・低温で推移しているが、震災の影響で東北への人の流入が増えており、2年前との比較でも来客数は2けた以上伸びている。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・復興需要は依然として続いている。また、客の会話からは電力会社からの賠償金をあてにしている様子がかがえ、購買意欲もみられる。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・エコカー補助金制度の効果で販売が上向いている。回復している生産状況も安定しており、年度末需要に対応できている。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・年間最大の需要期であることに加え、新型軽自動車の売行きが好調である。また、エコカー補助金制度の効果が現れている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・エコカー補助金と現行のエコカー減税終了の影響で、かなり好調となっている。
		乗用車販売店（店長）	それ以外	・現行のエコカー減税終了前の駆け込み需要とエコカー補助金制度の復活により、好調である。
		乗用車販売店（店長）	お客様の様子	・原油高懸念を背景に、ハイブリッド車を含むエコカーが多く商談されている。
		住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・住宅建築がまだ進んでいるので、それに伴い売上が良くなっている。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・県が行う放射性物質検査の安全性が浸透してきているためか、多少ではあるが良い方向に作用している。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	販売量の動き	・年度末ということで予算消化等もあり忙しくなっている。ただし、例年に比べると新入社員の数が少ないようで、制服の追加が少ない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	販売量の動き	・震災の復興需要により、販売量が伸びている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・多少は忙しい日もあり、徐々にではあるが上向いてきている実感がある。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・良い状態が続いている。
		観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・地元の歓送迎会と県外からの復興支援の客の利用により、来客数は前年比約10%増となっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・震災復興特需が続いており、個人利用の宿泊やレストランの売上も順調であり、法人利用の一般宴会も2か月先まで前年の売上を上回る予約状況となっている。
		通信会社（営業担当）	来客数の動き	・入学シーズンを前に財布のひもも緩んでいるようで、携帯電話の契約数も通常月の20%増となっている。来客数も多くなっている。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・家電量販店や建設業など一部業種では景気が上向いているが、他の業種は冷え込んでいる。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・業界としては繁忙期である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		テーマパーク (職員)	お客様の様子	・復興支援ムードの高まりにより、復興ツアーの団体客が増加している。また、被災地にお金を落とそうと いうことで、商品購入の際も被災地産のものを探して 購入している様子が見られる。
	変わらない	商店街(代表 者)	来客数の動き	・震災特需は続いているが、全体的な景気は良いか悪 いか判断できない。
		一般小売店 [酒](経営 者)	単価の動き	・異動の時期でもあり、高価な酒の売行きが良い。
		一般小売店[ス ポーツ用品] (経営者)	来客数の動き	・大雪の影響か客足が鈍くなっており、単価も下がっ ている。
		一般小売店[医 薬品](経営 者)	販売量の動き	・地震があった前年とは売上の比較はできない。天候 不順により客足がなかなか伸びず、買上点数も少なめ ではあるものの、全体的にはそう悪いわけでもない。
		一般小売店[雑 貨](経営者)	お客様の様子	・商品を目的買いする傾向がみられる。
		一般小売店[カ メラ](店長)	販売量の動き	・新製品の高額商品の販売が好調で、来客数も増加傾 向にある。販売量、売上も共に上向きで推移してい る。
		百貨店(売場主 任)	お客様の様子	・前年の異動シーズンに震災があったため、今年にま とめた形での異動の動きがあり、それに伴う記念品、 餞別、返礼などのギフト需要が多いのと、卒業、入 学、就職、新生活準備などのオケーション対応の動き だけが目立つ。寒さが抜けず、春物の購買行動は鈍い 傾向にある。
		百貨店(総務担 当)	お客様の様子	・後半の天候の回復とともに客が動き始めた。震災か ら1年が経ち、消費マインドの低下も懸念されたが、 それほどでもなかった。
		百貨店(企画担 当)	販売量の動き	・卒業や入学、ホワイトデー、返礼ギフトなど行事及 びモチベーションニーズは活発に推移しているもの の、低温が続き、春物衣料など自家需要アイテムの動 向は厳しい。
		百貨店(買付担 当)	来客数の動き	・震災から1年が経ち、来客数を含めて前年を下回っ ている。
		百貨店(経営 者)	お客様の様子	・単月では伸びを示しているが、景気そのものは3か 月前とほぼ同様の状況である。アパレル部門がやや持 ち直しているが、低温降雪の影響もあり、春物服飾雑 貨等は厳しくなっている。ガソリン価格の上昇も、光 熱費の上昇と相まって悪影響を及ぼしている。
		百貨店(売場担 当)	お客様の様子	・前月の大雪による来客数減の反動で売上がプラスと なっている。気温が低い日はセール品の冬物コートが 売れ、前月に伸び悩んだオケーション需要も駆け込み でプラスとなっている。冬物、春物共に好調である。 地震により来客数、売上の減少があった前年だけでな く、2年前もクリアしている。
		スーパー(店 長)	販売量の動き	・前年の震災特需の影響で、一部の部門を除き、売上 が最低を記録している。
		スーパー(店 長)	販売量の動き	・前年の東日本大震災の影響が大きく出ている。被災 地域では前年は営業していない店舗が多かったため、 前年比2倍近い実績をあげている。一方、被災してい ない地域では、前年の特需の影響が大きく、前年比 90%台で推移している。
		スーパー(店 長)	単価の動き	・販売量は3か月前と変わっていない。
		コンビニ(経営 者)	来客数の動き	・天気が不安定で気温も下がったままであり、客足は 依然として鈍い。
		コンビニ(エリ ア担当)	来客数の動き	・3か月前と比べて特別悪くなっている印象はない が、おにぎりやサンドイッチ等の実績は見込みよりも 低い。気温によるものだけではなく、来客数が伸びて いないことが大きい。
		衣料品専門店 (経営者)	それ以外	・海外への進出により国内産業が衰退する傾向にあり、 雇用状況が悪化している。
		衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・相変わらずの不景気のためか、寒さのためか、客足 が鈍い。
		衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・前年は震災により来客数が大幅に減少していたの で、比較するのが難しい。
	衣料品専門店 (総務担当)	お客様の様子	・3か月前と比べて来客数、客単価、販売量等、特に 変化はなく、景気の変動は感じられない。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・販売量が少なく、高付加価値商品の需要も少ない。依然、景気は低迷している。
		家電量販店（店長）	単価の動き	・家電製品すべてにおいて単価の落ち込みが加速しており、数量も伸びないため、売上の確保に苦戦している。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・エコカー減税及びエコカー補助金制度の効果、新型車効果並びに、個人、法人共に復興需要の発生が重なり、前年3月の約2.5倍の販売となる見込みである。ただし、昨今のガソリン価格の高騰を受け、ハイブリッド車に受注が集中しており、納期の長期化が懸念されるところである。
		住関連専門店（経営者）	来客数の動き	・3か月前は季節商材に動きが見られたが、ここにきて足踏み状態となっている。前年の震災後に比べれば大分回復はしているが、まだ厳しい状態である。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	競争相手の様子	・競争相手の話では、年度末でもあり駆け込み受注があるなど、いつもより回転は良いようだが、利益の面では最悪のようである。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	単価の動き	・ここ半年、売上の低迷が続いている。販売数量の回復が思わしくないため、販売価格を下げてボリュームを出したいのだが、その分収益が低迷し、業績を押し下げている。
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・復興特需が続いていることに加え、円高が抑制されてきたことから、景気は改善されてきている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数は3か月前と変わらない。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・送別会シーズンでもあり週末は混み合っているがそれ以外はさっぱりで、景気が良いとはいえない。
		一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・歓送迎会や卒業式、新学期に向けての準備等で世の中が動いていたようだが、季節的な動きと捉えている。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・前年は震災直後であり、売上がほとんど無かったので比較にならないが、2年前の同期と比べると、低調なままで推移している。
		観光型旅館（スタッフ）	販売量の動き	・2年前と比較しても特に目立った変化はない。しかし、単価が低下傾向にある厳しい状況は依然として変わらず、体力を振り絞っている状況である。
		都市型ホテル（経営者）	来客数の動き	・県外からの客がほとんどであるが、宿泊及び宴会部門は堅調に推移しており、レストラン部門にもプラスに働いている。婚礼関係の動きはやや悪くなっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・雪解けとともに客の出足も良くなり、宴会件数も増えてきている。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・送別会シーズンであることもあり、宴会、レストランは高稼働している。それに伴い、宿泊も単価は低いものの稼働率は上がっている。ただし、期待された婚礼は、予定件数に届かず、1件当たりの人数も少ないため、予算には届いていない。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・震災復興関連の需要はあるものの、それ以外の需要が戻ってきていない。
		タクシー運転手	単価の動き	・復興支援に来ている人に利用してもらっているため乗客はいるものの、近距離客が多いので、思ったような売上にはなっていない。
		通信会社（営業担当）	それ以外	・常時雇用ではなく、短期雇用が多くみられる。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客の設備投資意欲に特段の変化は見られない。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客の新規投資はいまだに無い。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・客との商談からは好況感がうかがえない。建築、土木関連以外の業種では復興特需はみられない。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・前年以上の人事異動があったため、消費者の加入動向も上向している。消費者の購買意欲が強かった3か月前とほぼ同様の加入状況まで持ち直してきている。
		競艇場（職員）	販売量の動き	・売上は少しずつ低下している。
		美容室（経営者）	単価の動き	・単価は前年比20%減の状態が続いている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・ガソリンや灯油の価格も上昇しており、客も節約しながら生活しているため、美容室に通う回数も減らしているようである。



分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		住宅販売会社 (経営者)	来客数の動き	・完成内覧会における新規来場者数の割合がかなり低い。受注についても、新規客ではなく、既存管理客が時間をかけて契約に至っている。
	やや悪く なっている	商店街(代表 者)	販売量の動き	・例年より天気が悪く、客足が遠い。
		一般小売店〔医 薬品〕(経営 者)	競争相手の様子	・近隣のドラッグストアが東京の大手ドラッグストアに吸収され、商売をするものとしては、身の引き締まる思いがしている。
		スーパー(経営 者)	販売量の動き	・前年は震災があったので、前年比では非常に良い数字が出ているが、このところと比べると下降気味である。
		スーパー(店 長)	来客数の動き	・震災後、休業していた商圈内の大手ディスカウントスーパーが1年ぶりに営業を再開したが、激安ディスカウント業態に変更してのオープンとなったため、来客数、売上共に影響を受け、厳しい状況となっている。
		スーパー(販促 担当)	単価の動き	・原油の高騰によるガソリンの値上がりがか計を圧迫し、食品の消費が抑えられている傾向がうかがえる。前年は災害があり比較はできないが、ここ数か月の単価は確実に下がっている。そのため、特売等のより一層の低価格で消費者は店舗を選択している。
		コンビニ(エリ ア担当)	販売量の動き	・前年から続いていたたばこ増税の効果と震災後の来客数増加に一服感が出てきている。また、被災地以外では景気に明るい材料が無いことも影響し、販売量に伸びがみられない。
		衣料品専門店 (経営者)	来客数の動き	・天候の影響で、来客数、単価ともに落ち込んでいる。特に春物の購買が落ち込んでいる。
		衣料品専門店 (店長)	お客様の様子	・今月に入りようやく春らしい気温で推移する日が出てきているが、前月までの冬の気候の影響もあり、春物の立ち上がりが例年と比べ2～3週間ずれ込んでいる。
		衣料品専門店 (店長)	来客数の動き	・彼岸を過ぎても雪が降ったり気温も上がらず、来客数も少ない。
		自動車備品販売 店(経営者)	販売量の動き	・先月よりは良くなっているが、悪かった前年同期と比べると販売量が落ちている。
		住関連専門店 (経営者)	お客様の様子	・大雪と寒い日が続いている影響で、来客数が非常に少なくなっている。
		その他専門店 〔酒〕(経営 者)	お客様の様子	・商売を継続させていくため、ばらで注文するなどの対策を講じる店も多い。あまりに我慢の時期が長すぎて耐えきれない店も出てきており、年度末という節目に閉店する店も少なくない。
		その他専門店 〔靴〕(従業 員)	販売量の動き	・初旬は気温が平年並みに戻り、来客数も増えたが、12日の大雪でまた冬に逆戻りした。雪は下旬まで残ったため、春物商材の動きが鈍くなっている。
		観光型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・歓送迎会等も一段落し、本来の観光による集客も予約状況を含め悪くなっている。震災後、全体的に観光は二の次という雰囲気は漂っている。
		都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・卒業、入学、就職に関連した季節特性的な行事はあるものの、震災があった前年と比較することはできない。
		旅行代理店(従 業員)	販売量の動き	・販売量に勢いがなくなり、落ち着いてきたような様子が見受けられる。
	タクシー運転手	来客数の動き	・相変わらず、昼も夜も乗客が少ない。特に夜は本当に少ない。	
	通信会社(営業 担当)	単価の動き	・原油高が懸念される。	
	観光名所(職 員)	来客数の動き	・ここ1、2週間の土日は、フリー客が若干減っている。自家用車の運転代行サービスの利用が減っており、ガソリン価格の上昇が影響し、自家用車で来る客が減っているのではないかとみている。	
	遊園地(経営 者)	来客数の動き	・ここ10数年見られなかった寒波と雪、週末の悪天候の影響で、震災前と比べても来客数が10%以上下回っている。	
	その他サービス 〔自動車整備 業〕(経営者)	お客様の様子	・例年であれば、卒業、進学、入学、転勤など、慌ただしく動きがある月だが、ひっそりと静まりかえっている。	
	悪く なっている	一般小売店〔寝 具〕(経営者)	お客様の様子	・例年ならば、暖くなる3月に入ると布団の作り直し等が増えるが、今年は寒さが長引いている影響か、客の反応が悪い。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・原油高に伴うガソリンの値上げ等により、客の買い回り傾向が弱くなっている。また、低価格志向が強まり、競合他社においてもデフレ価格がみられる。
		コンビニ（エリア担当）	競争相手の様子	・競合店の出店が多く、当店への影響が大きくなっている。
		その他専門店〔酒〕（営業担当）	来客数の動き	・東日本大震災から1年が経過し、地元の景気に悪い影響が出てきている。地元の仕事が無いため、事務所や営業所の閉鎖、県外への移動などが目立ってきている。来客数の減少に加え、消費者の生活防衛意識は一層高まっており、客単価も下がっている。
企業動向関連	良くなっている	○	○	○
	やや良くなっている	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・震災復興における特需的な利用があり、一部店舗では、夕方以降震災復興の応援で近辺のビジネスホテルに泊まっている人たちが飲食に訪れる姿が多く見られる。
変わらない		食料品製造業（総務担当）	取引先の様子	・小売店では以前に増して客が増えている。また、受注量も堅調に推移している。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・売上が前年と比べ増加している。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年度末で、短期的に受注が増加している。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年度末ということもあり、従来どおりの受注売上までに回復している。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・円相場の落ち着きが下請型製造企業の採算性を好転させつつある。
		農林水産業（従業者）	それ以外	・前年の農業収入は、東京電力福島第一原子力発電所事故の賠償金を含めても例年の8割程度であった。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年は震災があったため比較のしようがないが、2年前との比較では、天気があまり良くなかった影響が良くない。
		食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・前年は震災の仮需要で大幅に伸びた売上也、2年前並みに戻っている。
		木材木製品製造業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・震災の影響で住宅部材の需給バランスが崩れ、供給過剰から価格が下がり、収益が良くない。
		土石製品製造販売（従業者）	受注量や販売量の動き	・決算月でもあり、年度末の駆け込み工事が中心で、景気を左右するような工事の発注はない。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・自動車部品については、自動車メーカー各社が増産体制に入っており、受注量は増加傾向にある。加えて、為替相場がやや円安に動いたこともあり、経営環境も改善されてきている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・とりあえず、直近の受注は確保できているところが多い。
		建設業（従業者）	競争相手の様子	・高速道路や海岸防潮堤、防波堤などの復興工事が継続的に発注されている状況である。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・一部顧客からの受注の増加傾向が続いている。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・半導体大手の会社更生法の申請と大手電子部品メーカーの工場閉鎖による影響が出ている。
		金融業（広報担当）	取引先の様子	・大雪の影響で、一部除雪関連用品に売上増加の動きが見られたものの、生産活動や住宅投資では一進一退の動きが続いている。
		広告業協会（役員）	取引先の様子	・新聞広告については、求人は好調だが地元企業からの出稿は依然として低調である。テレビ広告については、スポットは季節要因もあり好調だがタイムは落ち込んだままである。チラシ広告は遊技場関係が積極的に折り込み、震災前まで回復してきている。
		広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・今年度の特需的な予算消化は終わり、新年度を前にして発注控えがあるようである。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・商業活動や消費活動の指標になる折込チラシだが、予想外に入ることがある一方、急に少なくなることもあるなど、まだまだ安定しているとはいえない。
		公認会計士	取引先の様子	・クライアントの月次、決算状況を見ると、同じ建設関係でも業績好調な会社とまだまだ受注が低迷している会社があり、全体的な底上げには至っていない。
コピーサービス業（経営者）	受注量や販売量の動き	・震災以降、官公庁の購買意欲が低下しているため、大口の受注が少なく、その分が業績に響いている。		

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・依然として、復興の拠点となる都市部や内陸部においては、飲食店向けの出荷が好調である。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	取引先の様子	・津波による被災者の新築受注が顕在化している。近隣の市町に移転しても、新築を希望する施主が増えている。
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	取引先の様子	・取引先の様子を見ても、受注量や納品量は変わらず、景気は3か月前と変わっていない。
	やや悪くなっている	農林水産業（従業者）	取引先の様子	・取引先からの売掛金の入金が遅れている。
		繊維工業（経営者）	それ以外	・東京電力福島第一原子力発電所の問題は長期化が予想される。また、円高、製造業の衰退、原油の値上がりなど景気が良くなる明るい材料が無い。
		電気機械器具製造業（企画担当）	それ以外	・経営状態が悪化し、非常に厳しい状況に陥っている。
		建設業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・受注した震災復興工事の労賃や材料費等のアップが損益見通しに影響してきている。
悪くなっている	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・燃油の高騰、値下げの要請、物量の減少など厳しい状況にある。	
	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	取引先の様子	・地域のスーパーの状況を見ると、受注は低価格の商品に集中しており、量的にも以前よりは少なくなっている。	
雇用関連	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	人材派遣会社（社員）	採用者数の動き	・前月の売上が今期前年同月比最高の128%増を計上し、年末の大方の予想よりも好転した。
		人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・季節需要が各業界で強く出ており、予測通りの繁忙が訪れている。人材へのニーズもそれに伴った動きが見られる。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・製造の請負やアウトソーシングをしている会社のほか、イベント会社からの求人がきている。
		アウトソーシング企業（社員）	それ以外	・復興関連の仕事が増えてきている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人数の前年比増は続いている。しかも、地元の募集が増えつつある。ただし、基幹の地元製造業及び流通業はほとんど見られず、地元が良くなっているとはいえない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・企業の広告活動が多少活発になっている。消費者のレスポンスが上向き傾向との声が聞かれる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・年度末ということもあるが、広告出稿が活発で予想を上回っている。県南地区の国産車ディーラーでは単月で新車40数台、中古車10数台という驚きの売上状況の報告もあった。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は引き続き前年同期比で増加しており、有効求人倍率も6か月連続で上昇している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人が震災とは別の要因で増加していることに加え、求人者の求人意欲が上向きになっている様子がうかがえる。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人は引き続き増加基調であり、有効求人倍率も0.93まで改善している。また、平成24年3月新卒者向けの求人も前年同期比で増加に転じている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は増加傾向が続いており、有効求人倍率も上昇を続けている。
		変わらない	人材派遣会社（社員）	求人数の動き
	新聞社〔求人広告〕（担当者）		周辺企業の様子	・本県は復興需要の恩恵を受けていない。求人広告の申込は、震災後の前年同時期との比較でも増えていない。
	職業安定所（職員）		求人数の動き	・建設業で震災復旧のための求人が増加している。新規求人数は前年同月比で大幅に増加し、11か月連続での増加となっている。
	職業安定所（職員）		求人数の動き	・新規学卒者向けの求人数は前年度並みであるものの、他の求人数は減少傾向にある。
	職業安定所（職員）		求人数の動き	・新規求人数は一進一退が続いており、求職者数の減少は続いているものの、有効求人倍率は低迷している。
	職業安定所（職員）		周辺企業の様子	・特に状況が好転したり悪化したりといった様子はみられず、変わらない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	やや悪くなっている	—	—	—
	悪くなっている	—	—	—

### 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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連	良くなっている	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数、売上は共に103%と好調である。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・一部の車種によっては前年同月比で250%の台数が出ており、全体平均でも180%ほど出ている。整備も同じく、約140%入っている。
		乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・エコカー減税やエコカー補助金、新型車効果により3か月前とは雲泥の差であり、良くなっている。
		観光型ホテル（経営者）	それ以外	・あくまでも風評被害で実数値とは異なるが、福島第一原子力発電所の事故による風評被害が徐々に収まってきている。
	やや良くなっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・新学期の高校入学に向けて3月末からサイズ取りをしているが、前年とほとんど変わらない枚数の注文が来ている。子供のためにはやはりお金を使うようである。
		百貨店（店長）	販売量の動き	・ここ1週間でようやく気温が上がり始めたこともあり、春夏衣料を中心に商品が動き出している。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・グループ内の他店舗では厳しい状況にあるため、一概に景気が良いとはいえないが、当店の駐車場入口に新規に信号機が付いて入りやすくなったことから、1割以上の来客数の伸びにつながっている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・春らしい天気になり、観光目当ての客などが増えているようで、売上増につながっている。
		衣料品専門店（販売担当）	来客数の動き	・月の前半はかなり来客が少なく、相当ひどい状況だったが、お彼岸を過ぎたあたりから春の陽気や日差しに誘われた雰囲気、動きが幾分良くなってきている。単価はそれほどでもないが、今までのことを考えれば幾分明るい兆しが見えている。
		家電量販店（営業担当）	販売量の動き	・販売量は厳しい状況が続いているが、以前より単価を上げることはできているため、やや良くなっている。
		自動車備品販売店（経営者）	来客数の動き	・月ごとに売上が少しずつ上がってきている。今まで消費を控えていたところが大分伸びてきている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3月という時期もあるが、昼夜共にいつもより客数が増えている。それによって客単価も上がっており、売上も少し伸びている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・前半は寒さの影響で客足が悪かったが、後半は順調に予約も入り、売上増となっている。
		旅行代理店（経営者）	来客数の動き	・地元の自動車製造会社が本気で頑張っており、新車の販売が絶好調になって街全体が非常に活気付いている。
		旅行代理店（所長）	来客数の動き	・3月に入って観光客数が増えている。福島第一原子力発電所に近いということもあって相当減っていた外国人客が、ここ最近は欧米人も含めて増えてきている。時期的に卒業旅行生と思われる大学生くらいのグループ旅行も多く見られる。
		タクシー運転手	来客数の動き	・株価の上昇等から人々の気持ちも上向いているため、若干の上向きに感じる。
		通信会社（経営者）	販売量の動き	・ほぼ行政外郭系の予算消化が中心だが、年度末ということもあって受注量は拡大している。一般企業の動きは見て取れないが、工業系が多少動き出す兆しがある。
		通信会社（販売担当）	販売量の動き	・進入学、新生活を控えて携帯電話の需要が増える時期だが、例年より販売数が120%ほど向上している。スマートフォン、タブレット端末の普及が進んできている。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・依然として前年を大きく下回っているが、東日本大震災の影響から回復傾向にある。
		ゴルフ場（支配人）	それ以外	・寒い日が続き、週末雨天による予約減が多いが、来場者が前年よりも多くなっている。周辺コースの値引きも限度までできている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
変わらない		その他レジャー施設 [アミューズメント] (職員)	販売量の動き	・前月からその傾向はあったが、客数が戻りつつある。平日はそうでもないが、週末や夜間の客が以前のように少しずつ戻りつつあり、当然ながらその結果として売上も少し伸びる傾向にある。
		美容室 (経営者)	来客数の動き	・今月は卒業式やイベント等があり、来客数は増加している。春に向かっておしゃれをしようとする女性の若年層や成人層で動きが見られる。今までの節約志向が薄れてきて気温も上昇すれば、忙しい店が増加してきており、やや良くなっている。
		設計事務所 (経営者)	お客様の様子	・年度末で完了する仕事があり、少し忙しくなっている。まだ順調に仕事がある状況ではないが、来年度の仕事も少しずつ入ってきている。
		商店街 (代表者)	販売量の動き	・学校販売のかばんを何校にも出したが、お下がりを使用する子どもが多く、対象人数の75%という所まであり、驚くばかりである。
		商店街 (代表者)	お客様の様子	・例年に比べて寒い日が続いているためか、春休みの人出が感じられない。
		商店街 (代表者)	来客数の動き	・来客数は前年比82%だが客単価は120%を上回ったため、どうにか前年の売上を維持している。
		一般小売店 [精肉] (経営者)	お客様の様子	・寒い日が続いており、人出が悪い。子どもの新入学や卒業で人が少し動き出している気配はあるが、あまり変わっていない。
		一般小売店 [家電] (経営者)	来客数の動き	・太陽光発電やリフォームの物件が出てきて売上は確保できているが、客の動きは決して良くない。
		一般小売店 [衣料] (経営者)	来客数の動き	・当店自体は学校、学生関係の販売店のため、新学期の準備等で多少は伸びている。観光客は増えてきてはいるものの金額等、実質的な面は分からないため、あまり良いとはいえない。
		百貨店 (営業担当)	来客数の動き	・天候が安定せず、春物が動かない。
		百貨店 (販売促進担当)	販売量の動き	・上旬は天候に恵まれず春物商材の動きが鈍かったが、中旬以降は堅調に推移し、一昨年の売上実績は確保できている。
		百貨店 (販売促進担当)	販売量の動き	・前年は東日本大震災の影響もあり、単純比較は大変難しいが、前年同月の震災直前までと比較すると、前月までとあまり変わらない動きである。
		スーパー (店長)	単価の動き	・客単価、1点単価も変わらない。
		スーパー (総務担当)	来客数の動き	・前年の特殊与件から、直近では落ち込みの傾向が見える。
		スーパー (統括)	販売量の動き	・食品、雑貨は前年の東日本大震災による特需は超えていないが、前々年比ではわずかながら上回ってきている。衣料品は前年落ち込んだ分を取り戻す形で、大きく前年比を伸ばしてきている。
		コンビニ (経営者)	販売量の動き	・たばこの販売量は前年比115%と伸びているが、客単価がその分大きく下がり、売上も前年を割っている。
		乗用車販売店 (経営者)	販売量の動き	・エコカー減税の追い込み需要があったため、やや良い状況は変わらない。
		乗用車販売店 (経営者)	単価の動き	・エコカー補助金の効果で商談数も増えているが、契約は主に新車の軽自動車や中古車においても安価な車が占めているため、大きな利益にはつながっていない。
		乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・新車販売台数が前年比で170%以上に伸びている。前年は東日本大震災もあったため比較にはならないが、良い方向には向いている。
		乗用車販売店 (販売担当)	販売量の動き	・卒業、入学、入社時期ということで、高い車は無理だが中古車や安い新車等の販売台数が今のところ思ったより出ているが、特別良いという状況ではない。
住関連専門店 (統括)	販売量の動き	・買上客数もほぼ変化なく推移している。		
住関連専門店 (仕入担当)	単価の動き	・デフレ傾向は変わらない。特にチラシ掲載商品の価格は、安値の底が見えない。		
その他専門店 [ガソリンスタンド] (従業員)	お客様の様子	・目立った変化はない。		

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・東日本大震災から1年がたったが、前々年のように春らしく来客数が増える季節なのに、今年は前年より良いだけで、今後に期待できるような来客数にはなっていない。寒さの影響だけではなく、政治、経済、すべてで先の見えない状態であるため、世の中全体が沈んでいるようである。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・昼間の来客数は戻りつつあるが、夜は減少している。
		スナック (経営者)	来客数の動き	・送別会は例年並み程度にはあったものの、それ以外の客が本当に少ない。用も無いのに飲んで歩くということがほとんど無くなっているようである。
		観光型ホテル (営業担当)	来客数の動き	・ツアー客が減少しているが、個人客はおおむね順調であるため、総じて堅調である。付帯売上に伸びは見られず、財布のひもが固い印象である。
		都市型ホテル (経営者)	お客様の様子	・価格を安くしても稼働は上らず、他社も同様の現象である。金額が安いから利用するのではなく、安くても用がなければ利用しない状態であり、企業の経費節減が響いている。
		都市型ホテル (スタッフ)	販売量の動き	・前年は東日本大震災でひどいことになったが、今年は何事もなく進行しているものの、相変わらず景気は良くなっていない。また、ガソリン等いろいろな価格が高くなってきているため大変であり、皆四苦八苦している。
		都市型ホテル (営業担当)	販売量の動き	・3月ということもあっていろいろと人事の切替えや異動などの需要で飲酒の機会が多少多くなり、ホテルの宿泊につながっている部分はあるものの、それを差し引いた場合、あまり良くなっておらず極端に悪くもなっていないため、変わらない。
		旅行代理店 (従業員)	お客様の様子	・一部では業績が回復してきていると言われているが、周りが駄目だと言っている顧客が増えてきている。
		旅行代理店 (副支店長)	販売量の動き	・販売量がこのところ、また伸び悩んでいる。
		旅行代理店 (副支店長)	お客様の様子	・簡単な安近短の国内旅行が主で、長期間の海外旅行や少し高めの旅行の需要が少なく、海外出張も伸び悩んでいる。春休みも日帰りツアー等の低料金のもが多く、より高額な旅行への参加者が少ない。
		タクシー (経営者)	お客様の様子	・全体の動きは相変わらず悪い。特に深夜の動きが悪く、前年同月比3%減である。
		通信会社 (局長)	お客様の様子	・転居、新入学シーズンで販売数は大幅に上昇しているが、織り込み済みのことである。この季節的要因を除外すると、3か月前と比較しても客の購買意欲などに大きな変化はない。
		遊園地 (職員)	来客数の動き	・3月に入って週末の悪天候が影響し、来客数の動きは良いとはいえない。東日本大震災からの回復傾向が見られた3か月前と比べると、来客数の動きに大きな変動は見られない。
		ゴルフ場 (副支配人)	来客数の動き	・公共料金、電気料金やガス料金の値上げ、また、ゴルフ場でも使っている重油の値上げは非常に不透明な部分があるものの、来場者数はほとんど変わらない。
		競輪場 (職員)	お客様の様子	・来場者数、買上単価は共にほぼ横ばいで推移している。
		その他サービス [清掃] (所長)	それ以外	・桃の節句、お彼岸等、時季的な行事で商材等が動いているが、正月以降、目に映るほどの大きな動きはない。
		設計事務所 (所長)	お客様の様子	・引っ越しや転勤などで多少影響が出ると思ったが、それほど影響はなく、3か月前と比べても変わらない。
		設計事務所 (所長)	販売量の動き	・行政からの受注は年度末ということで期待していないが、民間からの依頼も少なく、販売量、売上が低迷している。
		設計事務所 (所長)	来客数の動き	・クライアントからの問い合わせは少しずつ増えてきているが、あまり変わりはない。
		住宅販売会社 (経営者)	お客様の様子	・相変わらず土地の動きは非常に悪くなっている。まだ土地が下がるのではないかとということで、客は決断せずに待っている状況が強く見られる。また、貸事務所についてもほとんど引き合いがない。強いて言えば、飲食店関係のスナック、ラーメン屋等についての引き合いはたまにある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・寒さは街へ出てくる障害になるようである。品ぞろえは春に変えていくが、来客も少なく、商品を手取る客も少ない。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	お客様の様子	・商品の動きが非常に鈍い。量販店の価格を疑ってしまうが、安いからといっても電化製品は余分には必要とせず、地上デジタル放送移行、エコポイント終了後は売上が厳しい状態である。太陽光発電などの提案も、興味は示しても成約にはなかなか結び付かず、消費者は出費を抑えている。
		百貨店（総務担当）	それ以外	・一番の有名な菓子メーカーが当店の売場から無くなってちょうど1年が経過したが、まだ毎日その菓子目当ての来客や電話の問い合わせがかなりある。年に1度しか来店しない客が年間では膨大な数になるのは、このメーカーの偉かさだと思わざるを得ない。前年同月も1か月間に650万円という数字があったため、店全体の今月の売上は前年比70%と悪かったが、来月からは通常になる。
		スーパー（経営者）	競争相手の様子	・ディスカウント店が急激な拡大展開をしてきているため、やや悪い。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・競合店が入ったため販売量は若干落ちてきてはいるが、客単価は変わっておらず、売上は若干落ちているがやや悪くなっている程度で済んでいる。
		衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・春物実売期に入ってはいるが、例年より寒い日が続いて暖かい春の陽気が少ないため、春物商材の動きが大変悪い。東日本大震災があった前年の売上と比べても、大して変わっていない。
		高級レストラン（店長）	それ以外	・売上や来客数などはまだそれほど変わらないが、街中に活気が急速に無くなってきている。
		都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・景気よりむしろ福島第一原子力発電所の事故の影響による風評被害で、外国人客や観光客がまだ戻ってきていない。
		ゴルフ場（業務担当）	販売量の動き	・以前に比べて、物品販売、用品関係の売上が伸び悩んでいる。
		美容室（経営者）	販売量の動き	・卒業式などの予約は前年より減少している。また、髪を染める客が減少している。家庭で自分で染めているようで、節約をしている様子が見られる。
		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	販売量の動き	・3か月前の年末も売出をしたが、各テナント共に客足が伸びていない。当社も同様に来客数、単価共に横ばいで、販売量自体も上がっていない。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・2月以降の寒波や大雪による気象要因のため、やや悪くなっている。
		住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・地価下落のため、土地の所有者である一般の地主が売ろうとしない。急きょ資金が必要になった人を除き、売物が極端に少ない。仕入ができないことには売買案件もできず、供給で苦労している。
		住宅販売会社（従業員）	単価の動き	・ガソリンの単価が上昇し、景気が読めない状況になりつつある。資材単価、物流単価への転嫁が心配である。
	悪くなっている	家電量販店（店長）	販売量の動き	・前年3月は家電エコポイントの最終月だったため、駆け込み需要が期待されたが、東日本大震災の影響で本格営業ができなかった。前年との比較は困難だが、入進学や異動によるマーケットでにぎわうはずが、まとまった買物が少ない。
		スナック（経営者）	お客様の様子	・来客数の動き、販売量の動き、単価の動き、客の様子、競争相手の様子、すべて当てはまり、前が見えない状態で、本当に大変である。
企業動向関連	良く	—	—	—
	やや良くなっている	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・ずっと長く続くことはないと思うが、今は取引先の設備関係の注文が増加している。
		金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・例年は年度末を終えて、4～6月生産分の受注は減少傾向にあるが、今年は4月生産分の3月受注は年度末と変わらない。特装車両（ミキサー車）の販売納期回答は、3月発注で9月納期となっている。中古市場も品薄の状態、新車販売が大変好調である。取引先も復興需要の関係が3～5年続くとみて、増産体制に入っている。
一般機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・数量的に大きな伸びはないが、今まで動きが止まっていた印刷関連の仕事等、久しぶりに動き出す案件が出てきている。		

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明	
変わらない		金融業（役員）	取引先の様子	・当社の景況レポートでは3月は若干落ちる予測だが、当営業部の取引先の数字はまだすべて出ていないため、まだ分からない。前年の9月と比べると12月は上昇傾向だったため、少し様子見といったところである。	
		経営コンサルタント	取引先の様子	・季節的要因や、これまでの低調な状態からの小反動的要因による、強さに欠ける一時的な回復ともいえるが、金属製品、化成品等の製造業、建設業、文具事務用品の卸売業、観光地の小売業などでやや売上が戻っている。	
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・引き合い、受注量共に増加傾向にある。価格などは厳しい状況に変わらないが、少しずつ改善されつつある。	
			食料品製造業（営業統括）	受注量や販売量の動き	・ガソリン価格の高騰による影響で来客数の減少が見られ、土産品店への出荷減、工場売店での売上減となっている。
			化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・工業用製品の受注では、例年に比べて今回は駆け込みの注文が非常に多い。
			窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・特注品については動きがないものの、店頭商品の受注には多少の動きがある。
			窯業・土石製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の被害を受けながらも、良い成果が出せるように今、一丸となって頑張っている。
			電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・期末でもあり、受注量は安定している。
			電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年だと3月末決算の企業が多いため仕事が減少するが、今年は途切れることがなく、予想以上に多い。
			輸送用機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・11～3月までは同じような状況である。別に悪くもなく、やや良くなっている感じだが、取引先、販売量等は変わらずに推移している。
			その他製造業〔環境機器〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月まで年度末の計画設備の販売が続き、来月以降も行政向けがメンテナンス込みのリースで、9月まで予定がほぼ埋まっている。
			輸送業（営業担当）	取引先の様子	・荷主のなかには、特に新生活商材や節電等の状況で、白物家電や引っ越し依頼等は前年並みの仕事量を確保している。また、雑貨、防災グッズ等の動きで、インターネット通信販売系の物量が増しているが、現在の原油高による燃料コストの負担が増して利益が薄く、厳しくなっている。
			金融業（経営企画担当）	取引先の様子	・売上が増えず、減少している。
広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・売上が好調な取引先と、非情に厳しい取引先とに二極化している。特に飲食やサービス業態ではその傾向が強い。最近、結婚式場を多店舗展開していた運営会社が倒産した反面、来客数が非常に好調な式場などもあり、この傾向は変わらず続く。			
新聞販売店〔広告〕（総務担当）	取引先の様子	・前月に続き、春物の売行きが鈍い。靴店では新入学用や婦人物関係などが伸びておらず、百貨店でも前年を下回っていると聞いている。チラシ出稿量は東日本大震災の影響で前年比は134.8%となっているが、前々年比では98%と、戻り切っていない。			
社会保険労務士	取引先の様子	・厳冬の影響は各業種それぞれで、全体では大きな変化はない。			
やや悪くなっている		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今年に入って受注量が徐々に減ってきており、3月に年度末の駆け込み需要があるかと思ったが、在庫調整のためか逆に受注量が一気に落ちてしまった。例年なら駆け込み需要で大きく返ってくるが、今年に限っては無く、売上の的にも工数的にも大分余ってしまった状況である。	
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・主力自動車メーカーからの受注量は3か月前と比べて高水準にはあるが、少しずつ生産の3か月見通しが下がってきている。3月までは何とか水準は高いものの、4月以降は見通しの上で落ち込み始めている。	
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・展示会を行ったが、集客、売上共に目標を10%ほど下回っている。地金が高止まっている。	
		不動産業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・契約価格を履行してもらえない状況が生じている。	



分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		不動産業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・年度末を迎えて、経費が掛かるような清掃など設備面の維持管理はテナントの意向により見合わせるというような話があり、仕事が減少している。
		司法書士	受注量や販売量の動き	・決まりきった仕事しかない状態で、景気の回復の兆しが見えない。
	悪くなっている	食料品製造業（製造担当）	それ以外	・灯油単価が跳ね上がり、このままの調子でいくと年間150万円以上は値上がり分で取られてしまう。そこに電気料金まで上がるとなると、完全に赤字になる。更に原料まで上がり始めているため、相当苦しくなっている。
		建設業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・公共工事主体で土木、舗装工事を行っており、3月末時点で受注高は前年比94%と健闘している。今後は時期を考えると発注が少なくなるため、新規顧客先の確保が重要だが、同業他社も同じ状況であり、一層の営業努力を強いられている。
雇用関連	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	人材派遣会社（経営者）	求職者数の動き	・このところ仕事量が増え、会社の売上も少し上がってきたため、3か月前よりは良くなっている。
		人材派遣会社（営業担当）	求職者数の動き	・円安で、輸出産業が好調である。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・周辺企業の様子は電子、電気、自動車関係の部品等が若干持ち直しているようである。また、募集も若干、傾向としては増えてきているようだが、あくまでも12月までの動きとほぼ同じくらいに向かっているようである。それ以外の小売販売等の動きは、一般的に活発さが見られる。
		人材派遣会社（管理担当）	求人数の動き	・派遣の求人数が停滞しているため、3か月前と比較して派遣社員の退職に対する穴埋めの補充は必要無い状況である。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比で増えているが、緊急雇用創出事業求人が多く、求職者が希望している製造職や事務職での正社員求人が少ないため、紹介就職件数に反映されず、景気が上向きになっているとはいえない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・建設業者からの現場作業員を主とした求人申込が順調で、持ち直しの動きが感じられるが、他の業種においては目立った動きが見られず、雇用動向は横ばいである。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・特に3月は大量に解雇する事業所が目立っている。
		民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・製造業は円安傾向で一服感は多少あるものの、受注が不安定で先行き不安が消えず、求人に明るさが全く戻らない。
		学校〔専門学校〕（副校長）	求職者数の動き	・求人数は例年どおりこの時期増加するが、ここ数年続いている欠員補充の状況は変わらない。また、求人はあるが企業の求める人材との開きがあり、求人があっても応募できないミスマッチの状況も多くある。
やや悪くなっている	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者が若干増えているが、求人数は伸びておらず、景気の良い事業所の情報も聞かない。	
悪くなっている	○	○	○	

#### 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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連	良くなっている	○	○	○
	やや良くなっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・下町の商店街では客足が依然少ないが、春になって暖かくなったため、やや良くなっている。
		百貨店（総務担当）	販売量の動き	・売上と来客数から、若干だが良くなりつつある。ほぼ前年と同じくらいの売上が上がってくるようになったため、やや良くなっている。
	百貨店（広報担当）	お客様の様子	・東京スカイツリー、東京ソラマチの開業が近づき、事前の販売促進活動もあって、小売業全体が活気付いている。また、株価も日経平均1万円越えで安定しつつあり、客の購買心理が上向いている。前年は東日本大震災があったため単純比較はできないが、現在は前年比130%以上で売上が推移している。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・東日本大震災の影響を受けた前年比では大きくプラスで推移し、目標に対してもプラスとなっている。紳士、婦人、食品と各部門とも好調で、特選品の売上前年比、目標達成率が高くなっている。
		百貨店（販売管理担当）	お客様の様子	・今まで放射能の影響等で苦戦していた食料品において、いまだ牛肉等は完全回復していないものの、ひな祭りやホワイトデーといった家族や友人との絆をキーワードとしたモチベーション需要が回復基調にあり、客の買上動向や需要が堅調であるため、やや良くなっている。
		コンビニ（経営者）	お客様の様子	・総菜を含め、食卓を豊かにという思いが感じられる商材の売上が伸び、客単価、買上点数共に上昇してきている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・季節的な要因もあると思うが、客数が若干増えている。
		衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・一般ビジネスマンの動きが例年になく活発化している。
		家電量販店（営業統括）	販売量の動き	・単価の下落が販売数量の伸びを打ち消している状況が続いているものの、3月末に東北地域でアナログ放送が終了するのを受けて、東北エリアでのテレビ販売が好調に販売数量を伸ばしている。単価が低く、全体の業績を上げるまでに至っていないが、スマートフォン本体と付随するアクセサリーの販売数は引き続き増加している。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・前年は東日本大震災の影響で激しい落ち込みだったが、今年は景気が回復して前々年以上の販売量である。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・整備は3月が一番忙しい月であり、順調に来ている。また、販売もエコカー減税の影響で前年比2割増となり、順調である。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・前々年比からは若干ショートしているものの、3月需要期とあって登録は順調で、前年の東日本大震災時と比べて150%の勢いで推移し、景気回復の兆しが見られる。
		乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・車両については低公害車ということでのエコカー補助金が決定し、その影響でトラックは前年同月比2、3割増と大きく増えているが、外部的な要因で動いているということであり、本当に景気が良くて販売量が増えていると言うにはまだ疑問の余地がある。ただし、修理については今まで設備投資、修理を抑えていたために一般修理の入庫台数が増えているため、景気はやや良くなっている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・送別会の時期ということを除いても、昨年の東日本大震災の反動、盛り返しによって、客の動きや販売量の増大などが少し出てきている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・3月は人の動きが激しくなるので、3か月前よりは景気が良く、3か月前比で2割くらいは良くなっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宴会部門は間際になって人数減少があっても集客が増えず、法人の宴会は厳しい状況だが、レストランでは単価や商品内容の見直しで個人消費分がわずかに増え、全体では増加傾向にある。また、宿泊部門も近隣でイベントが多く開催された関係で、客数が増加している。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・国内団体旅行の問い合わせは多いとは言えないものの、ある一定の水準では推移している。東北方面への団体旅行の問い合わせが多く、問い合わせ電話の本数も増えてきている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・3月に入り、特に会社からの無線オーダーが前月より多く感じられる。会社への訪問客、機械のメンテナンス業者などの利用もあり、終電後はかなり悪いものの、1日を通して平均して客の動きが良くなっている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・東日本大震災から1年がたち、ようやく今月は若干明るさが見えている。法人の乗務員が足りないこともあるかもしれないが、景気が上向いているような実感がある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		タクシー運転手	来客数の動き	・都心の夜間の空車待機列は相変わらず数百メートル続いているが、早く前進する動きを感じる。春めいて来たせいか、多少利用客が多くなったようである。今月は少々落ち着いている円安と株価の影響もあるようで、遠距離チケット客もちらほら混じっている。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・低迷していた多チャンネルサービスの契約数に持ち直しの兆しが見える。
		通信会社（局長）	販売量の動き	・当社が関係する携帯と固定通信の融合による割引サービスが好調である。家電製品が不調のなか、スマートフォン関連の携帯電話だけが脚光を浴びて元気が良い。金額の大きいキャッシュバックも、該当商品、サービスへの期待感から企業が投資している様子が感じられる。
		通信会社（支店長）	販売量の動き	・高額なキャッシュバックで各社の競争は激化しているが、卒業、入学シーズンを迎えて学割の需要とその家族の巻き取りで大きく実績を伸ばしている。
		ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・まだ寒い日が続いていたが、今月半ばから会員、ゲスト共に来場数及び収益が急に増えてきている。
		その他レジャー施設 [アミューズメント]（店長）	来客数の動き	・母体のリニューアルに伴う客数増もあるが、1月ごろと比較して無目的の立ち寄り客が多く来店しており、目的外での消費をしている客を見かけることが増えてきている。
		その他サービス [福祉輸送]（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災で遅れていた受注済み車の納入が現在進んでおり、前年を大きく上回る登録台数を3月は記録している。そういった意味では、3か月前に比べて受注量は売上高の面で非常に大きくなっている。また、年末に発表されたエコカーが非常に人気で、当面の間はこのエコカーを中心とした受注で、大分受注量が増えるような状況が見られる。
		その他サービス [保険代理店]（経営者）	販売量の動き	・年度末の雰囲気の中における一過性の購買意欲の上昇を感じるため、やや良くなっている。
		設計事務所（所長）	お客様の様子	・長い時間止まっていた案件がようやく動き出して契約に至ったため、契約金の収入がある。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・昨年を除く例年3月の契約数に比べると全く足りていないが、3か月前と比べれば良くなっている。他社の状況を聞くなかでは悪くないとの話が多いが、地区によってかなり状況が違うようである。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・契約内容及び契約数が少しずつ伸びている。
	変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・多少は春めいてきたため衣料関係が多少良くなってきている状況にはあるが、空き店舗がやはり埋まらない。3軒ほどあったうちの1軒に学習塾が入ってくるような状態である。商売をしている側としては集客性がないため、はなはだ困っている状況である。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・最近の天候が良くないため、客の出足が非常に悪くなっている。少し暖かくなってこない今の状態が続くのではないかと心配している。
		商店街（代表者）	それ以外	・悪くはないが、少なくとも良くなってはいない。寒過ぎた冬から少し抜け出しつつあることと、株価が若干良くなっているため、クレジットカード取扱の中心である近郊の富裕層は、少しずつ財布のひもを開き出しそうな気配はある。
		一般小売店 [和菓子]（経営者）	来客数の動き	・3月になっても寒い日が続く、お彼岸も雨などが降って客足が鈍かったため、売上が良くない。
		一般小売店 [家電]（経理担当）	販売量の動き	・商品単価は下がっているが、新築などで一式まとめて買う客が多かったため、売上はあまり落ち込んでいない。
		一般小売店 [文房具]（経営者）	販売量の動き	・前年は東日本大震災等の影響で大変良くなかったため、前年比では良いが、決して良いわけではなく、変わらない。
		一般小売店 [印章]（経営者）	来客数の動き	・消費税増税の議論、電気料金の値上げと、環境は決して良くない。本来しなくてはいけない復興事業もあり、政府は欲張りのような感じがする。もう少し1つに絞って、市民の、国民の賛同を得ながら進めるべきである。
		一般小売店 [家電]（経営者）	お客様の様子	・新しい商品を勧めてみても、ほとんどの客の反応は良くない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		一般小売店〔米穀〕（経営者）	販売量の動き	・昨年と比べるとやむを得ないのだろうが、大幅減である。当店の取扱商材は必需品ばかりだけに、非常時は極端に動く。陽気が良くなって活動するようになり、お米が売れることを期待している。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	単価の動き	・前年並みの来客数だが、自家需要が主でギフト需要は引き続き少なく、売上が12%落ちている。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・今月は東日本大震災の反動で前年比は参考にならないが、前々年比では若干のマイナスである。天候不順の影響と価格関心の定着により、客単価上昇につながっていない。
		百貨店（総務担当）	それ以外	・高級雑貨商材に動きが見られたものの、気温を含めた天候に恵まれず、スプリングコート等の春物衣料の動きが鈍く、衣料品が苦戦している。
		百貨店（総務担当）	来客数の動き	・来客数が芳しくない。それに伴って食料品の売上減が顕著になっている。特に夕方の来店が悪く、集客について策を講じる必要がある。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・3月になってもなかなか気温が上がらない状況で、春物衣料は不振であるため、来客の買上単価も低迷している。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・前年の東日本大震災の影響もあって前年比では3月に入ってから伸びているものの、前々年比やいわゆる10年比較では伸びている数字は出していない。来客数は減っており、多少の単価増で維持している状況である。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・広告等の日替わりサービスは盛況だが、他の商品などは依然厳しい状況である。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・前年の東日本大震災の影響で実績上の前年比は25%増だが、前々年比ではここ2～3か月と同様に大きな変化は見られない。前年は食料品以外では大きく落ち込んだが、食料品は比較的影響が少なかった。今年はその反動を鑑み、衣料品の持ち直しを期待したが、動きは鈍い。一方で、食料品は前々年比4%増であり、堅調な動きを見せている。カテゴリーごとの好不調が見られる。
		百貨店（販売促進担当）	単価の動き	・昨年の東日本大震災の影響でプチギフト系のニーズはあるものの、ヤングキャラクターの婦人服領域で単価が低下し、セット購買に至っていない状況である。また、寒気の影響か、婦人雑貨領域の定価品の品ぞろえとニーズのギャップで冬の売れ残り品に偏重傾向があり、実績が伸長しない結果となっている。
		スーパー（経営者）	販売量の動き	・良い時もあるが雨など天気が悪い日が多いため、少し悪くなってきている状況である。前年比ではあまり良くないというより非常に悪いが、前月、前々月比では同じような状態である。
		スーパー（店長）	単価の動き	・以前と比べて単価の下降傾向はかなり落ち着いてきたものの、前年割れは依然として続いている。少しでも安くといった状況は拭き切れていない様子で、通常時と特売時の売上の格差もかなり出てきている。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・単価や販売量の動きもあるが、必要な物だけを必要な分だけ購入している。また、ここに来て産地のこだわりが非常に目立ってきている。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・特に客の様子から、例えば茨城産のお米を特売に掛けて売った場合と、茨城産以外のいわゆる西方面、熊本など九州等のお米を販売した場合は、九州方面のお米のほうが売れる。放射能の問題など安心、安全の部分で、客は不安が多少なりともあるようである。
		スーパー（営業担当）	単価の動き	・単価が相変わらず低迷を続けているが、販売量がやや持ち直してきており、その分ではほぼ同じ状況である。
		スーパー（仕入担当）	お客様の様子	・前年度は東日本大震災の発生した月で仕入が安定せず、非常食を中心に異常な販売が生じたり、計画停電によって店舗の営業もばらばらになり、異常値であった。今年は気温が非常に低く、消費自体が喚起されていない。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・来客数は見た感じ前よりも多いかと思ったが、実際に確認するとあまり多くなく、変わらない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・前年3月には東日本大震災という大変不幸な出来事があったが、コンビニにとっては置いてある物が何でも売れてしまう、売り場から売物が無くなってしまいう、売物がまた入荷しない、それほど売れてしまう大変な追い風だった。その数字の前年と比べると、今年はやはり平年に戻っている。
		コンビニ（商品開発担当）	単価の動き	・目的買いのみで、衝動買いがあまり見られない。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・3か月前の12月と比べて景気が良い悪いの判断はできない。売上、客数、販売量、すべてにおいて年間を通じて一番の月と最下位の3月を比較できない。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・3月の気温は低めで春物の動きは少し遅れているように感じられるが、それでも前年比で見ると売上は結構良い。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・消費税増税の議論、年金問題、地震予測の報道、北朝鮮問題など、生活に安らぎと希望を与えるニュースが少なく、また、3月の異常気象で外出を控える様子が見られる。旅行などの話は聞くが暖かくなってからということで、なかなか春の洋服が動かない。3か月前と比較して、客数、売上とも多少下がっている。
		家電量販店（店員）	単価の動き	・電化製品の単価下落、テレビの売行きなどから、明らかに各企業において厳しさが突き詰められている。
		家電量販店（統括）	単価の動き	・単価は前年比80%前後が続くなか、客数で補うには125%の集客が必要であるが、現実問題として非常に厳しい。
		乗用車販売店（営業担当）	単価の動き	・相変わらず軽自動車、スモールカー中心の販売となり、高額な単価が見込めない。
		その他専門店〔雑貨〕（従業員）	来客数の動き	・新生活を始める時期で家具が売れるはずだが、来客数があまり伸びず、なかなか売上が思うように伸びない。
		その他専門店〔服飾雑貨〕（統括）	販売量の動き	・低温傾向が継続して冬物重衣料の動きが良く、在庫も確保されていたため、売上が確保できている。
		高級レストラン（店長）	来客数の動き	・昨年の東日本大震災直後を除き、ここ数年と予約状況は変わらない。
		高級レストラン（支配人）	来客数の動き	・3月11日を過ぎて、急激ではないが企業の会合受注もやや戻りつつある。個人的利用の同窓会や県人会などは、少し前に比べると活発になってきている。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・3か月前の12月の前年比は売上97.37%、客数98.2%であり、今月は売上119.9%、客数117.8%である。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・2、3か月前と比べて伸びている部分もあるが、変わらない状況である。東日本大震災から1年が過ぎたこともあって客の気持ちの晴れ具合を多少感じている。客数は、多少は増えているというより横ばいの状態である。
		一般レストラン（店長）	来客数の動き	・1週間のうち良い日と悪い日ははっきりしており、良い日は満席になるが、悪い日は全く来ない。この繰り返しであり、5日あれば2日は良くて3日は駄目という感じで推移している。
		一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・売上は落ちているが、それほど落ちていない。前年は東日本大震災があり電車が止まったりなどして悪かったため、それと比べると良くなっているが、普通この時期にある送迎会や歓迎会等が少ししかなく、さほど景気が上がってるとは思えない。当店は50年と長くやっていて常連客がいるため他店よりは悪くないが、結局、悪い状況でそれほど変わっていない。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・東日本大震災もあった前年はデータとして不十分のため、前々年比では婚礼の受注が5%遅れている。
		都市型ホテル（統括）	競争相手の様子	・当社の動向では上向いているように思うが、周りを見ると回復基調にはまだ遠い状況である。
		旅行代理店（経営者）	お客様の様子	・今年は天候も定まらず、豪雪もあって客の出足が悪く、なかなか難しい状況である。
		旅行代理店（支店長）	お客様の様子	・今月からスカイツリーの個人の販売も始まったため、その関係を含めてスカイツリー人気で団体及び個人は非常に伸びているが、各企業は年度末ということもあって動きが鈍く、その他の会や団体の動きも悪く、思っていたほどの売上が上がっていない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		タクシー（団体役員）	お客様の様子	・今月は契約企業や一般利用客の送別会等により多少需要があったものの、1か月を通してみると3か月前と変わらない。
		通信会社（経営者）	販売量の動き	・インターネット、電話は堅調に推移しているが、テレビが再び計画割れで、なかなか復調してこない。
		通信会社（局長）	お客様の様子	・ケーブルテレビサービスの契約数は伸びているが、単価は下がる傾向となっているため、客が掛ける費用面は伸びているようには感じられない。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・顧客から契約内容の見直しや解約についての問い合わせが相変わらず多い。見直しの理由について、生活が苦しいためと具体的に言う客も結構いる。
		通信会社（管理担当）	競争相手の様子	・南関東を中心に競合の攻勢が激化してきている。
		通信会社（営業担当）	お客様の様子	・マンションの売行きが悪く、顧客見込数が減少している。顧客のインターネット利用は低価格商品になっており、価格に対してシビアである。
		通信会社（管理担当）	販売量の動き	・2月の加入数を純増数で割った販売量は下降しているが、例年3～4月は増加に転じる時期なので、それを含めて微増にとどまっており、変わらない。
		観光名所（職員）	来客数の動き	・観光地のため、3月は一番少ない時期であり、3か月前、2か月前と比べてほとんど変わらない。
		パチンコ店（経営者）	競争相手の様子	・当店も競合店も客足が伸びない。昼もあまり良くないが、夕方のピーク時に来店するサラリーマン客が減っている。また、1週間に来る頻度も落ちているようである。
		設計事務所（所長）	競争相手の様子	・年度末のためか、一段落している状態である。
		設計事務所（職員）	それ以外	・いろいろな局面で特に変化は感じられない。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・年度末の3月とあって通常月より契約も売上も多くなっているが、景気が回復しているというほどの伸びはない。前年は東日本大震災の関係があったため、比較にはならない。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・2～3月は新年度を新居で迎えようということで分譲住宅の契約が増加する期間だが、放射線量が高いという報道の影響か、今年度はそのような顧客が例年に比べて少ない。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・今月の販売量は目標数字の約60%であり、例年と比べると年度末にしては販売量が上がり、苦戦している。取引業者に聞いても状況は一緒で、例年より非常に厳しい販売量とのことである。景気はやや悪いものの、3か月前と比べると販売量はそれほど変わっていない。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	販売量の動き	・例年だと建材関係の動きが2、3月は大きい、今年度は少し悪い。
やや悪くなっている		商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街内の通行量はあるが、店の中に入って来る客数はかなり少なくなっている。また、買物をするというより、いろいろな分からないことを相談しに来る客が多いようで、売上は大分弱っている。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	販売量の動き	・3月に入って物が非常に売れなくなっている。内装関係、工事関係は従来どおり需要があるようだが、景気そのものは悪い。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	来客数の動き	・3月に入っても春らしい動きが全く見られない。
		一般小売店〔靴・履物〕（店長）	単価の動き	・単価の動きは3か月前よりやや悪くなっており、客はますます、非常に低価格志向になっている。特に靴などの場合、靴とも言えない千円くらいの本当に安い物を探している。以前は客が良ければ2、3千円くらいまでは買ったが、もう低価格に慣れているようで、探してなければ買わないといった傾向がますますひどくなってきている。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	単価の動き	・文具事務用品関係の当業界では年度末需要が結構ある。企業や役所などの残予算だが、こういった物の単価が極端に落ちている。物件数はそこそこあるが、単価が大変下がっており、1案件に対する金額が相当下がっている。また、店頭での販売単価も下がっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	競争相手の様子	・煎茶やコーヒーなどの1回当たりの注文個数がどんどん小さくなってきている。例年、寒い季節は売上が増えるのだが、今年は極めて注文数が減ってきている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・今月は気温が低く、また週末の雨がずっと続いて春物衣料の動きが非常に悪かったため、悪くなっている。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・今年は単純に前年の東日本大震災以降と比較できないが、前年に7割程度落ち込んだ衣料が1割くらいしか回復していない。また、食品などについては前年の9割程度の売上しかない。客数が伸びていないなかで単価が下がっているため、非常に厳しい状況になっている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・客数の減少傾向が見られるため、やや悪くなっている。
		コンビニ（店長）	競争相手の様子	・11月に1店、3月に2店と合計3店、近くに競合店が出店したため、やや悪くなっている。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・昨年より寒く、来客数が大きく減っている。商店街全体でも来街者が減り、全体的に苦戦している。顧客に関する訴求に対する来店比率が悪く、まだ春物は要らないようである。
		衣料品専門店（営業担当）	販売量の動き	・通常は3月5日くらいからスプリングコートやボトム、インナーなどすべての単品が上がってくるが、今年は買い方が違う。東日本大震災のあった前年と比べても仕方がないが、前年比は155%、前々年比は70%と、出口のない不景気のトンネルを抜けている感じである。消費税が増税となれば、更に財布のひもを強く結ぶ客が増える。
		乗用車販売店（店長）	来客数の動き	・前月同様、エコカー補助金による効果で受注の拡大やマッチ率の改善は3月の前半は進んでいる。しかし彼岸入り以降、客足も急に止まり、非常に厳しい状況である。
		住関連専門店（統括）	販売量の動き	・土曜、日曜にかかわらず来客数は少なく、それに伴って販売量も大分減っている。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	販売量の動き	・前年同時期に東日本大震災によるパブル景気があったため、今月の売上は前年比90%がやっとである。ただし、前年売れた物は日用品や食品だったため、売上の前年に比べて利益はそこまで落ち込んでいない。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・例年は集中する歓送迎会の予約が極端に少ない。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・この時期は歓送迎会などの実施が多くなるが、例年と比べて動きが鈍く、件数確保が難しい状況である。景気の影響で、小規模案件についてはレストランや居酒屋に流れているようである。
		通信会社（経営者）	お客様の様子	・受注率が低い。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・経済的事情による、主力商材であるデジタル多チャンネルサービスの解約が増加している。
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	来客数の動き	・3か月前はこれ以上悪くなりようがないと思ったが、微妙に客数が減っている。
		設計事務所（所長）	競争相手の様子	・仕事量の減少とは逆に、業者数は毎年のように非常に多くなっているのが現状である。不況による倒産等でその会社にいた人が独立をし、どんどん会社数が増えている。特に規制緩和から簡単に法人等が立ち上がるため、ますます会社が簡単にでき、非常に悪循環である。
	悪くなっている	一般小売店〔家電〕（経理担当）	販売量の動き	・3か月前は暮れなので、そこと比べれば仕方がないとは思いますが、例年と比べても商品の動きは少ないようである。
		一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	来客数の動き	・近くに大きな競合店がオープンし、土日の集客が悪くなっている。
		百貨店（総務担当）	お客様の様子	・当社のような末端からすると、デフレスパイラルの状態にもかかわらず消費税増税まっしぐらという状況は、到底考えられない。大手マスメディア、テレビ、新聞等のマイナスのアナウンス効果や少子高齢化等を上げれば、先はあまり良くならず、これで消費税が上がったら、ますます消費の低迷が起こる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		衣料品専門店 (営業担当)	単価の動き	・3月に入っても寒いため、春物が全然売れていない。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕 (営業)	販売量の動き	・取引先で事業の縮小、撤退が増えてきており、非常に困っている。
		ゴルフ場(従業員)	それ以外	・新卒でも就職難、さらに若い世代、働き盛りといわれる中年、あらゆる層の失業者がかなりいることを実感しているため、悪くなっている。
		住宅販売会社 (経営者)	単価の動き	・政府は景気回復について何の手も打たずに、消費税を上げることばかり考えているようである。このような状況では当分日本経済は立ち直らずに、将来についての不安が募るばかりである。そのため、不動産売買も建設工事も低迷状態が続き、すべての価格が下がっており、デフレ経済から脱却できないでいる。
企業 動向 関連	良くなっている	その他サービス業〔警備〕 (経営者)	受注量や販売量の動き	・新しい施設警備の仕事が4月より受注できたため、良くなっている。
	やや良くなっている	食料品製造業 (経営者)	受注量や販売量の動き	・客単価は低いままだが、客数が増えてきている。
		出版・印刷・同 関連産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・今月は年度末関連の受注が多く、例年に近い業績になっている。
		出版・印刷・同 関連産業(経営者)	受注量や販売量の動き	・昨年は東日本大震災の影響で年度末の様相が一変したが、今年は景気そのものが目に見えて好転しているようには思えないものの、いつにも増して繁忙感が強く感じられる。
		出版・印刷・同 関連産業(営業 担当)	受注量や販売量の動き	・今月は1つの得意先から大きいゴム印の注文が30個あった。これだけで10万円ほどと、非常な特需である。通常1か月で10万円あれば多いほうなのだが、1口でこれだけの注文が出ている。菓関係のチェーン店からのイラストのゴム印等と、どうしても必要な物ではない注文が出たため、少し上向きの法人が他にもあるようだ現場では感じている。
		電気機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・前年の東日本大震災で凍り付いた受注が少しずつ溶けてきている。まだ本調子ではないが、今月の売上は前年比約20%増になりそうである。
		電気機械器具製 造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・引き合いはやや多くなってきており、成約率も通常より上がってきているため、少し明るい状況が見え始めている。
		その他製造業 〔化粧品〕(営 業担当)	受注量や販売量の動き	・数か月前より前年比が回復してきている。
		建設業(営業担 当)	受注価格や販売 価格の動き	・建設資材が上がり始めている。また、東日本大震災の復興のためか職人が不足しており、人件費も上がり始めている。
		輸送業(経営 者)	競争相手の様子	・消費税増税の議論が出ているが、それを感じてか、建築確認の申請が非常に多くなっているとのことで、なかなかスムーズに許可が下りない。そういった関係から、少し明るくなってきている。
		金融業(支店 長)	取引先の様子	・欧州の信用不安が遠のき、円安が進行し、国内景気の回復期待から株価上昇もあり、投資家も資金運用に前向きになっている。
	金融業(役員)	取引先の様子	・為替相場や株式市場の状況から、製造業を中心に受注状況が改善している。建設業も復興需要の本格化が見込まれ、先行きに明るさが出てきている。不動産は依然として海岸地区の動きが悪いが、駅近くの再開発マンション等による需要拡大が見込まれる。	
	不動産業(従業 員)	受注量や販売量 の動き	・新年度を迎えることもあり、住宅用地の取得希望や賃貸住宅の物件も引き合いが割と強くなっている。	
	その他サービス 業〔ソフト開 発〕(経営者)	取引先の様子	・受注案件が増えているようである。	
	変わらない	繊維工業(従業 員)	受注量や販売量 の動き	・受注量は3か月前より好転しているが、製品単価の値引きを要請されている所が多く、収益面から見ると、ニット業界としての景気は好転しているとはいえない状況にある。
		プラスチック製 品製造業(経営 者)	受注量や販売量 の動き	・受注量は前年並みで、特に変わりはない。



分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		金属製品製造業（経営者）	取引先の様子	・年度末での短納期のものが多い。忙しい思いはしているが価格が安く、定期受注にはつながらない。
		精密機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・この3か月間、上がり下がりが大変激しい。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社に入っている業者の油屋や工具屋は当社とは反対で、1、2月はまあまあで3月になったら一気に落ち、仕事量が少なくなったという話である。今は電気関係や車など業種によって、少しばらつきが出ているようであり、まだ良くはなっていない。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	取引先の様子	・ここ数か月ずっと同じような状態が続いている。確かに景気が悪いとか売行きが落ちたと得意先等も言っているが、ずっと同じくらいの仕事量を保っているため、相当な努力をしているようである。当社の得意先もベテランの経験者なので、その点も大きいのかもしれない。
		建設業（経営者）	それ以外	・基本的に先行き不安がある状況は変わらない。
		建設業（経理担当）	受注価格や販売価格の動き	・発注者の予算が厳しく、受注単価が同じなのに外注単価はじりじりと上がり気味で、思うような採算の取れる工事が無い。廃業してしまった会社も大分出てきているため、例年の年度末より人手不足感もあり、受注単価に反映できない原価上昇が出てきている。
		輸送業（経営者）	取引先の様子	・今月は今までにないような仕事量があったが、取引先の話ではこの仕事は今月一杯で、4月からはまた元に戻って厳しい状況が続くとのことであり、変わらない。
		輸送業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・新規業務の引き合いが増えてきているが、そのすべてが交渉にならないほど価格が大変安い。荷主側の物流費削減が厳しさを増している影響のようである。
		通信業（広報担当）	受注量や販売量の動き	・1月は伸び率が若干低下したが、それ以降は持ち直している。
		金融業（統括）	取引先の様子	・取引先の資金ニーズが低調である。また、円高は一服して落ち着いているが、原油関係が上がっていることで不安材料があるため、変わらない。
		金融業（渉外・預金担当）	取引先の様子	・好転の希望的観測は増幅してきているが、実際に受注量等に大きな変化は生じていない。
		金融業（支店長）	取引先の様子	・取引先の客の財務内容を見ると、やはり悪化傾向にある。受注も伸びておらず、円高の関係もあって製造業は仕事が海外に流れているということが如実に表れている。総合すると、2、3か月前と同じような形で悪い。
		広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・クライアント各社の来年度の予算は変わっていない。むしろ更に広告宣伝費が減る所が多いが、新規クライアントとの取引も増えそうであるため、差し引きゼロで変わらない状況である。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・飲食関係の機械に関する部品や、自動車、建設機械関係の部品の機械加工については、まずまずの売上を上げているが、東日本大震災後に止まった状況の取り直し景況とも言える。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・今月末で決算期を迎える企業が多いが、決算予測の発表内容が良くない。特に大企業の業績悪化の報道は、生活者の消費に大きく影響する。中小の小売業経営者たちの話は共通しており、先の不安感が消費を慎重にさせ、生活資金の多少よりもこうした心理的要素が大きいのが特徴ではないか、とのことである。
		社会保険労務士	取引先の様子	・資金繰りの厳しい会社が多く見られる。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・例年に増して寒かったことにより、外出の手控えなどで影響が出ている店舗がある。
		税理士	取引先の様子	・ガソリン値上がりや電力の今後の供給状況が見えない。政府の動きも不透明である。これ以上の不況は避けたいが、良い材料が見当たらない。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・年度末にかけて駆け込みで問い合わせが何件もあったが受注には至らず、景気が上向きになっているとは思えない。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・価格競争が激しく、単価が安くなっている。仕事量が売上につながっていない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・新規の受注量は少し増えたが、既存契約の減額があるため、最終的には変わらない。単価も安くなっているため、現状維持が精一杯である。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・年度末であるにもかかわらず、マンションへのインターネット環境整備関連の受注件数が伸びない。
	やや悪くなっている	出版・印刷・同関連産業（所長）	受注量や販売量の動き	・昨年の東日本大震災後には特需的な案件が多数発生していたが、今年に限ってはその数字を穴埋めできるだけのものが動いておらず、かなり厳しい状況となっている。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	競争相手の様子	・同業他社の営業から、年度末（3月）以降納めの仕事量が昨年より減っていると聞いている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・医療容器、住宅関連部品の受注は比較的順調だが、毎年3月になると入る夏場へ向けての網戸部品の受注は、まだ在庫がはけていないようで、今年は注文が来ていない。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・円高の関係で、月産4万個作っていた物が現地調達ということでアメリカへ行ってしまい、あまり良い状況ではない。
		建設業（経営者）	競争相手の様子	・新規物件の入札では、民間も含めて参加業者数が増えている。また、金額についても赤字覚悟の金額でないと落札できない。非常に危険な状況で、創業以来の仕事の無さとも聞く。
		不動産業（経営者）	競争相手の様子	・繁忙期の3月でも、長引く景気低迷で空室が増加し、賃料の下落も続いている。礼金敷金も減少傾向で、学生の数も減っているようである。2時間ほどであれば自宅から通う学生も増えたようである。
		不動産業（総務担当）	取引先の様子	・新規テナントの入居もあるが、退去するテナントも後を絶たず、一進一退の状況が続いている。ただし、賃料水準はテナントの入れ替わりによって確実に低下するので、業績の悪化につながっている。
		税理士	取引先の様子	・取引先の中古書籍、CD、ゲーム等を売っている店は、2店舗のうち1店舗は早くに閉店し、残りの1店舗は大変な赤字になってきている。以前は中古の物を扱っている所は良かったのだが、こういった物まで売上が急落してきているということから、景気は悪くなってきている。
	悪くなっている	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・各得意先の受注額は増えないと言うより減っている。ある得意先では定時割れの仕事量のため、当社のような協力企業へコストダウン要請をしてくれている。
		輸送業（総務担当）	取引先の様子	・荷主の出荷計画は、当初計画を大幅に下回り、修正計画をも下回っている。例年、年度末は繁忙を極め、年間出荷量の帳尻を合わせてきたが、今年は全く違っている。
		広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月は売上が前年比で激減している。今年度は東日本大震災後という未経験の環境下で、クライアントはぎりぎりのなか、多方面の調整をしながら広告活動をしてきたが、それがこの年度末でガス欠したように感じる。また、その空気を察知した媒体社は期末需要を早々と諦め、縮小が大勢の来期予算の獲得に例年以上に注力し、当社もその渦と共に過ごし、あつと言う間の1か月間であった。
	雇用関連	良くなっている	—	—
やや良くなっている		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・3月退職者の補充や短期、単発の派遣依頼が増えてきている。また、近隣にオープンするアウトレットでの販売職の求人が増加している。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・新規の外注の引き合いが増えてきている。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	周辺企業の様子	・以前、利用してくれていた広告主が戻りつつある。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・管内の2月の新規求人倍率、有効求人倍率は共に前月を上回り、引き続き右肩上がりの状態である。特に有効求人倍率は1倍を突破し、これは平成23年度では初であり、22年度を見ても1倍を突破した月はない。東日本大震災後を底として、着実に求人倍率は上昇を続けている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明	
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・エコカー減税の延長もあって低燃費車、ハイブリッド車を中心に販売が好調なことから、自動車関連、製造業の受注が増加している。	
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・フルタイム、パートタイム共に新規求人数が増加している。	
		民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・当社のクライアントは製造メーカーが多く、以前から海外進出の動きはあったが、最近では東南アジアを主としてその傾向が強くなっている。中途採用面では人事、経理、営業、技術などの領域で語学ができる海外経験者を望んでいるが、語学のできる適任者がなかなかおらず、苦勞している。	
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・欠員補充などだけでなく、組織拡大などの攻めの求人も増えてきている。	
		民間職業紹介機関（職員）	採用者数の動き	・例年3月は、4月からの新年度に備えて採用者数が多くなる傾向にあるが、欧米や東日本大震災の復興といった外的環境の改善を見越して、企業側の心理的な改善も見られ、求人、採用数共に増えてきている。	
	変わらない		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・目立った求人の増加は、どの業種においても見られない。
			人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・求人数は数か月前に比べて若干増加傾向にあるが、雇用景気が回復傾向にあるという程度である。
			人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・今月は新年度に向けての引越し関連会社や新店舗オープンに伴う電話業務の求人数が多く、求人は順調ではあるが、既存契約の終了が開始を上回っている。
			求人情報誌製作会社（編集者）	採用者数の動き	・新卒採用は本番を迎えているが、刈り取り中で次への新たな動きは無い。
			求人情報誌製作会社（営業担当）	求人数の動き	・今月は美容、理容関連のスタッフ募集が多く見られるが、春に向けて人の動きがスタートしたのか、あるいは事業拡大のための増員なのかは定かではない。全体の求人数には大きな変化はない。
新聞社〔求人広告〕（担当者）			求人数の動き	・今月は3社倒産、2社廃業で、その中の1社がかなり大口の客だったために相当痛い打撃だったが、他にしている所から大口の1件が入ってきたため、差し引きゼロになっている。	
学校〔専修学校〕（就職担当）			求人数の動き	・求人獲得数は前年同月比でほぼ横ばいである。	
やや悪くなっている		人材派遣会社（支店長）	それ以外	・大型の派遣や委託の依頼が一部にはあるが、自由化業務抵触による取引終了数も多く、良くなってはいない。	
		求人情報誌製作会社（広報担当）	周辺企業の様子	・取引先等で、経費削減のため賃料の安いビルに引越したり、1人当たりの席の面積が半分以下になるといった話もあり、やや悪くなっている。	
悪くなっている		—	—	—	

## 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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連	良くなっている	乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・今月は過去にもあまり経験がないくらい、販売が好調である。来店すれば成約につながる確率が非常に高い。国の補助金制度がプラス要因として需要を押し上げていると思われる。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・来客数は、前年3月の東日本大震災や夏の放射能汚染問題の影響による落ち込みからようやく立ち直り、前々年同月の水準を上回ってきている。平日、土日祝日いずれも来客数は回復している。客単価も前々年同月の水準を回復している。
	やや良くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・客の様子を見ると、景気は良くなっている。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・東日本大震災から1年が経ち、自粛ムードから明るさが戻ってきて、客の表情、購買力共に回復の兆しが見える。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	販売量の動き	・売上が伸びている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	お客様の様子	・今年は花粉症の当たり年ではないと言われていたが、調剤も一般の医薬品の販売も好調である。客の動きも良い。3か月前のインフルエンザは大したことがなかった。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	販売量の動き	・例年3月は需要が最も多い時期であるが、東日本大震災の影響がなくなり、販売量も少しずつではあるが伸びてきている。卒業、退職等のギフトもますますである。
		一般小売店〔書店〕（経営者）	販売量の動き	・まだ月によって波はあるが、悪いながらも少しずつ良い方向に向かっている。景気の底打ち感がある。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・土日は家族連れのお客が多い。入学・卒業シーズンで、子供向けに高額商品やまとめ買いをする客もおり、売上は良い。
		百貨店（経理担当）	販売量の動き	・物産展は好調に推移しているが、気温が低い状態が続いており、相変わらず春物の衣料品の動きが悪い。ただし、宝飾品の展示会については来客数、販売量共に好調である。
		百貨店（営業企画・販売促進）	お客様の様子	・春の到来とともに、購買に至らないまでもショッピングを楽しむ様子が見受けられる。
		百貨店（店長）	販売量の動き	・婦人服の春物の動きが良い。ただし、洋品・雑貨は動いていない。
		百貨店（営業企画担当）	販売量の動き	・前年の12月と比較して、売上は増加している。他方、商品単価の低下傾向は継続しており、販売数でカバーする構造になっている。
		百貨店（販売担当）	販売量の動き	・前年は東日本大震災に伴う影響があったことを除いても、今までになかった物の動きがある。特に実需であるセーターやカットソーといった数量を必要とする商品が、ここ数年にないほど大幅に伸びている。従来は低価格品が購入されていたが、現在は品質を伴った高単価品が好調であり、新しい物への関心がうかがえる。
		百貨店（経営企画担当）	お客様の様子	・引き続き、宝飾、特選輸入雑貨などの高額品の動きが顕著である。物産展も好調に推移している。ただし、気温の低下傾向もあり、春物商材の動きが一部で鈍いが、全体を総じて見るとやや良くなっている。
		スーパー（総務担当）	単価の動き	・客単価が3%上昇し、来客数は2.8%増加している。
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・新生活に関する需要が底堅い。
		乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・減税や補助金の関係で少し良い。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・減税、補助金等があり、3月の販売台数、登録台数共に、前年をオーバーしており、販売会社としては大変に喜ばしい現状である。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・買い控えしていた分が徐々に購入に動いている。
		住関連専門店（営業担当）	販売量の動き	・民間工事の設備投資が増加し、消費税増税前の駆け込み需要でリフォームは相変わらず堅調である。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・少しではあるが客のニーズが上向いている。
		スナック（経営者）	単価の動き	・送別会等のグループ客が思ったより増加し、売上は1割ほど増加している。しかし、今まで以上に経費が使えず、個人での飲食となるため単価が低下しているが、今後はこのような傾向にあるため仕方がない。
		都市型ホテル（営業担当）	販売量の動き	・客の利用が増えてきている。企業の業績が良くなってきている。
		旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・1月以降売上が増加しており、3月は前々年並みの売上である。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・春休み、期末を利用した旅行需要が増加している。最近、空港に出向く機会が多いが、空港の出国ゲートはここ数か月からでは考えられないほどの渡航者で熱気に満ちている。余暇を旅行に充てている人が多い。
		タクシー運転手	来客数の動き	・各企業が異動の時期で送迎会の客が前年同月と比べて増加している。遠方への客も増加している。昼間の客は低迷したままである。
		タクシー運転手	来客数の動き	・景気がやや良くなったというものの、歓送迎会でも2次会をやらない、夜遅くまで人がいないということで昔と比べると寂しい。
		通信会社（サービス担当）	販売量の動き	・年度末で、移転と同時に光回線への切替えや映像系サービスの申込が増加している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		美顔美容室（経営者）	販売量の動き	・キャンペーンにより予想以上に好結果となり、販売量がかなり増加している。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・卒業、入学シーズンでイベントも多く、その機会であ店する客が多い。
		美容室（経営者）	それ以外	・年明けは寒かったせいで来客数が悪かったので、1月、2月に比べると今月は客が増加している。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・期末ということもあり、販売数は前月よりも伸びている。株価も少し上昇しているなどのニュースも聞いている。若干景気が上向いてきていると客も感じているのか、3月は動きが良くなっている。
	変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・今月は週末の入出が多くなり、それに伴い500円以下の商品が良く売れている。ただし、1000円以上の商品になると、売行きは鈍る。
		一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	販売量の動き	・食品業界は景況感の反応が鈍い。株式市場がやや好転しているが、その影響を受けず大河の小船のごとく緩やかに運行している。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	お客様の様子	・個人経営の飲食店の閉店と開店の両面が見られる。
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	販売量の動き	・例年の動きとして3月下旬は年度末や学校の休みなどの影響で動きは少なくなるが、前年は東日本大震災後の買いだめがあったものの、今年はその分を差し引いた動きとなっている。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	お客様の様子	・小寒い日が続いたが、春休みになり来客数が増加し、売上も前年同月比を上回る勢いである。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・気温が低いせいもあるが、春物の動きが鈍く購入を控えている様子がうかがえる。
		百貨店（経理担当）	販売量の動き	・売上の前年比は、100%を超えているが、前年は東日本大震災による影響が大きかったので、実質的には景気回復とはいいいがたい。
		百貨店（販売担当）	お客様の様子	・目的買いがほとんどで、余計なものは買わないという傾向がある。
		百貨店（販売担当）	お客様の様子	・ここしばらくイベントには集客があり、数字も伸びて景気が上向きになりそうな様子が見えるものの、イベント終了後は来客数、売上共に大幅減であり、トータルで見ると良くなっていないということの繰り返しで変わらない。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・原油の値上げで油を使用している各企業は原材料等が値上がりし、加工品の値上げが進んでいる。デフレは脱却しつつあるが、中小企業で働く各家庭全体の所得が上がらないため、消費に回す金額が限られ買物も安い商品が中心となっている。
		スーパー（店長）	単価の動き	・客単価は低下している。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・店舗売上高は前年同月比100%を達成しているが、来客数は2%ほど減少し続けている。1品単価の上昇と買上点数の上昇のためであるが、来客数が減り続けているのは、あまり良くない傾向である。
		スーパー（店長）	単価の動き	・客単価は前年同月比100%前後の推移であるが、前年は東日本大震災特需があり今後は低下が予想される。
		スーパー（営業担当）	単価の動き	・1品単価、買上単価はまだ上昇してこないと言っている。しかしながら株価の上昇もあり、マインドとしては少し上昇傾向にある。原油の値上がり、消費税論議もあり、景気も足踏み状況である。
		スーパー（販売促進担当）	お客様の様子	・前年は東日本大震災の特需があり、今月は厳しい。
		スーパー（商品開発担当）	販売量の動き	・前年は東日本大震災特需で売上が増えた分、ほぼ同じ金額だけ減少している。高付加価値型店舗よりも価格競争が激しい生鮮系店舗の競争が激化して売上を落としている。
		コンビニ（企画担当）	来客数の動き	・気温が上がらず寒い日が続き、来店に少し影響が出ている。
		コンビニ（エリア担当）	それ以外	・売上は前月同様に前年をクリアしている。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・前月と比較して、来客数の前年同月比は2%改善している。新商品とオリジナル商品のPR効果で来客数が増えている。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・来客数、客単価共に上昇していない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		コンビニ(店長)	来客数の動き	・来客数の減少が止まっていない。先行きも良くない。
		衣料品専門店(経営者)	お客様の様子	・暖かくなり、来客数は増加している。買い控える様子もない。
		衣料品専門店(経理担当)	販売量の動き	・特にない。
		家電量販店(店員)	来客数の動き	・客の動きが軽くなってきている。
		乗用車販売店(従業員)	販売量の動き	・年明けからの景気の良い状態を維持している。
		乗用車販売店(従業員)	販売量の動き	・メーカーの車両生産が順調に回復し、更に不足している車両の増産効果により、販売台数は順調に回復している。しかし、年度末という状況を考えるならば、商談・受注件数の伸びをあまり感じる事ができず、客の検討車両がハイブリッド車・低燃費車両により集中してきている。
		乗用車販売店(従業員)	販売量の動き	・販売量は前年同月比160%を記録し、久々の手ごたえがある。これは現行グリーン税制が終わるのを見越しての駆け込み需要があったからである。補助金も追い風になっている。ただし、サービス工場への在庫量は依然として厳しく、収益的には若干目標に届かない状況になっている。
		乗用車販売店(販売担当)	販売量の動き	・決算期にもかかわらず、あまり台数が増加しない。
		その他専門店[雑貨](店員)	来客数の動き	・セールの日とそうでない日の来客数をはっきりしている。
		一般レストラン(従業員)	お客様の様子	・今月の週末は雨と寒さのため全く客が外出しないという悪循環である。
		その他飲食[仕出し](経営者)	販売量の動き	・増税論議で、消費者心理がシビアになっている感は否めない。
		観光型ホテル(経営者)	来客数の動き	・3か月前の時点でも東日本大震災の影響はほとんどなく、3月に入っても予約のスピードはそれほど変わらない。
		観光型ホテル(販売担当)	来客数の動き	・今月は前年実績をクリアしていくとは思いますが、まだまだ本来の水準に達したとは決していえないレベルにある。
		旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・東日本大震災前の状況まで回復するには、まだ時間が掛かりそうである。
		旅行代理店(経営者)	お客様の様子	・客の動向としては、ゴールデンウィークの旅行や夏休みの旅行などの問い合わせも前年よりは多くあり、若干上向いている。また、円高傾向も抑制されていて、環境も整ってきている。しかし、唯一の懸念材料が原油高であり、燃油サーチャージ等が高騰する可能性がある。
		旅行代理店(経営者)	来客数の動き	・景気の良い層と悪い層に大幅な開きがある。景気の先行き不安の材料が多すぎるイメージがある。
		旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・福島第一原子力発電所事故の影響から回復しつつあるが、円高等の影響が県内企業の海外進出を促進しているため、国内の動きについては販売量から見ると成長しているとはいいがたい。
		旅行代理店(従業員)	販売量の動き	・3月は春休み、卒業シーズンで学生の旅行が増加するが、今年は気温が低く一般の行楽客が減少している。
		タクシー運転手 タクシー運転手	来客数の動き お客様の様子	・3か月前とは変わらないが、前年と比べ多少良い。 ・前年は東日本大震災後の自粛ムードで来客数が減少したが、今年は歓送迎会も多く、夜の集まりも多く、週末の木金土辺りは売上が増加している。
		通信会社(企画担当)	販売量の動き	・環境が悪いことは変わらないが、やや下げ止まりした感がある。
		通信会社(営業担当)	お客様の様子	・電話での照会を含めて来客数にも変化がなく、新たな商品に対する問い合わせも少ない。
		通信会社(営業担当)	販売量の動き	・次世代ネットワークの提供エリアが拡大しつつあるが、他社への変更もあり、現状維持である。
		テーマパーク(職員)	来客数の動き	・冬季の温泉施設への来客数が今一つである。景気感はまだあまり上がっていない様子である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
企業 動向 関連		ゴルフ場（企画担当）	来客数の動き	・今月は寒い日が多いにもかかわらず、来場者数は前年並みで、売上は少し増加している。入場者数は今のところ予算目標に届いていないが、3か月前と比べるとほんの少し良くなってきている。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	販売量の動き	・暖かくなってきて移動用具の貸し出しが増加しつつあるが、解約件数も1、2月と変わらず多い傾向が続いている。
		住宅販売会社（経営者）	お客様の様子	・消費税増税を懸念し、早めに購入している様子である。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・特に変化はない。横ばい状態である。
	やや悪く なっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・売上が伸びないにもかかわらず、ガソリンを始めとする費用等が値上げされ、利益がひっ迫されており、非常に苦しい状況となっている。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・来客数は増加しているが、客単価がより一層低くなっており販売量につながっていない。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	お客様の様子	・3月は余剰の資金が出る会社はなく、売上は増加していない。4月は卒入学等でお祝いが増える時期であるが、相対的に結婚する人や子供が減少しているのので、人口が減少することで冠婚葬祭の量がすべてマイナス傾向に進んでいる。
		スーパー（経営者）	お客様の様子	・小売店や八百屋などの売上が悪いが、野菜の高騰などにより更に売上が減少し廃業なども出ている。
		スーパー（店員）	販売量の動き	・前年は東日本大震災の影響で売上があったが、今年に入り来客数、単価共に落ち込んでいる。
		スーパー（店員）	単価の動き	・野菜の高値水準が依然として続いたままである。3か月前と比べて、果物、野菜の全体の値段が2割程度上昇して推移している。
		スーパー（店員）	単価の動き	・客単価が非常に低く、必要な物しか買わない動きである。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・低温傾向で飲料水の売上が減少し、チルド飲料などでロスが出ている。
		衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・単価だけではなく、来客数や販売量などの状況も悪く、景気の低迷につながっている。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	単価の動き	・来客数の減少に加えて、デフレスパイラルが加速している。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・寒い日が続き来客数に影響が出ている。
		都市型ホテル（経営者）	単価の動き	・宿泊単価が相変わらずデフレのままである。
		都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・出張自体は増加しているように感じるが、宿泊予約の期間が非常に短く、当日の予約が多い。3月は、宿泊、宴会共に前年比マイナスである。
		理美容室（経営者）	来客数の動き	・暖かくなり来客数も増加するはずであるが、あまり変わらない。
		美容室（経営者）	競争相手の様子	・今の景気が不安なのではないか。
その他住宅〔住宅管理〕（従業員）	お客様の様子	・中古住宅の価格交渉がきつくと、売主との予算が合わず商談が進まない。景気もかなり悪くなっているのので、価格交渉が厳しくなっている。		
悪く なっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・消費税増税でマインドが下がっている。	
	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・たばこの販売が前年を下回っており、一般商品も悪く、来客数も減少している。	
	その他専門店〔貴金属〕（店長）	お客様の様子	・高額商品の動きは止まったままで、余裕のなさがかがえる。不透明な社会情勢が変わらない限り回復は見込めない。	
	テーマパーク（職員）	お客様の様子	・前年に比べて来場者数が少ない。	
	パチンコ店（経営者）	販売量の動き	・来客数の動き、単価の動き共に悪くなっている。	
	理容室（経営者）	お客様の様子	・景気の悪い話は何もなく、客の回転が悪く、金を使わない。	
	住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・取引先の業者から、工事量が減ってしまっただけで社員に辞めてもらわなければならないくらいになってきたと聞いている。	
企業 動向 関連	良く なっている	金融業（法人営業担当）	取引先の様子	・自動車部品関連メーカーでは、円高の修正、タイの洪水の影響からの復興、エコカー補助金などのプラス要因から、順調に生産が増加している。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
やや良くなっている		食料品製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・季節的な要因かもしれないが、休日の入出、外食店舗のにぎわいなどが徐々に増えてきている。先行きの不安はあるものの、節約疲れの反動のようなものが表れて、消費が膨らむ傾向にあるのではないかと。
		紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・主要顧客である自動車産業向けの段ボールなど、梱包材の販売量が伸びてきている。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量、販売量共に3～5%増加しており、やや良くなっている。
		化学工業（総務担当）	それ以外	・半導体関連は振るわないが、東日本大震災の復興需要がやや動き出している。
		化学工業（人事担当）	それ以外	・一部の業界の業績悪化報道が出されてはいるが、少し円安に振れ、また欧州の信用不安の危機感が少し薄らいだこともあり、景気が若干良くなってきている雰囲気がある。また、企業の新卒採用数が上向きであることもその背景にある。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・販売数量が増加傾向である。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・一時的な円安傾向で自粛傾向が緩んできている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	それ以外	・日本銀行の金融緩和などで円安の方向にあることと株価の回復などが好材料になっている。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・不動産開発業では、マンション、戸建共に順調な売行きである。リーマンショック後と比べて随分と景気回復を実感している。
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・ここ数か月、前年と比較して輸出と輸入共に増加している。特に輸入の増加は大きい。
		金融業（企画担当）	取引先の様子	・わずかながらも株高、円安の方向にあり、個人の客の投資意欲が戻ってきている。欧州問題も落ち着き感が出てきているため、景気への回復期待という心理的要因かもしれないが良くなってきている。
		会計事務所（職員）	取引先の様子	・建設関係業者にとっては3月が年度末とあって受注が増えていると聞いている。例年と比較しても今年は東日本大震災の影響により補修、補強を兼ねた工事が多い様子である。また、消費税増税前の駆け込み受注も見られるようである。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	受注価格や販売価格の動き	・新規案件が好調で、取引先からの調達が活気付いてきている。
		変わらない		化学工業（企画担当）
窯業・土石製品製造業（社員）	受注量や販売量の動き			・徐々に回復していた受注量が、3月に入ったとたんに急に少なくなっている。前月までの受注品の生産、出荷で、売上は前年並みを確保しているが、先行きは厳しい。
金属製品製造業（従業員）	取引先の様子			・物件が減って暇になるという声が聞かれるが、短納期のため忙しさは減っていない。
一般機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き			・米国の自動車産業の業績改善をうけて、北米、南米において設備投資に対する客の意欲は向上しており、引き合い件数は毎月増え続けている。しかし、円高もあり実際の受注金額はここ数か月変化はない。
電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き			・米国の景気に光が見え始め、受注の先行きが好転してきている。円高が一服した感があることも好材料である。
電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き			・車載電子業界では、サプライチェーンの混乱から脱却しており、回復中である。情報通信、FA業界では、新興国がピークを過ぎ、受注は徐々に減少中である。足元の前年同月比は回復傾向であるが判断しにくい。
輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	取引先の様子			・受注量が平行線をたどっている。
輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き			・前年は東日本大震災後であったこともあり、比較すると発送、到着共に増えている。しかし、前年は救援物資の配送が多く、単価が高かったため、前年比で見ると単価は下落している。



分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		輸送業（エリア担当）	受注価格や販売価格の動き	・売上上の3か月前比は前年同月が▲0.9%、今月は▲1.0%とその差はわずか0.1%となり、とても落ち着いてきている。
		輸送業（エリア担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比べて荷物量はほぼ同じもしくは減少気味である。
		通信業（営業担当）	取引先の様子	・取引先の状況から変化は感じられない。底堅く堅調という感じである。
		不動産業（管理担当）	受注価格や販売価格の動き	・客からの新規事務所の問い合わせが増加しているが、坪単価が安い物件への移動であり、経費の圧縮は更に進んでいる。
		企業広告制作業（経営者）	それ以外	・景気は低迷したままであるが、女性向けの商品は元気である。その分を相殺すると変わらない。
		広告代理店（制作担当）	取引先の様子	・受注量や、売上等は3か月前と比べてもほぼ同じであるが、企業側からはよりコストダウンを求められている。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・年度末で例年ならばチラシの量が一番多い月であるが、4%減少している。
		会計事務所（社会保険労務士）	取引先の様子	・ガソリンが急激に高くなって、相当影響が出るかと思ったが、顧問先からは特にそういった話は出ていない。新年度を迎えるにあたって仕事も様子見の気配である。
		その他サービス業〔広告印刷〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・問い合わせ等は増えてきても、実際の受注にはなかなか結び付いてこないが、動き自体は出てきている。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	競争相手の様子	・現在はライバル社の仕事量もまざまざで、取引先も変わらず繁忙が続いている。このまま円安が定着すれば景気は上向くが、アメリカの財政赤字が改善されていないため、ある程度落ち着いたところで円高に向かう。
やや悪くなっている		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・工作機械関連を始め設備関係も軒並み停滞、減少傾向にある。ただし部分的にハイブリッド自動車や電気自動車の部品関係は好調を維持している。
		輸送業（経営者）	それ以外	・軽油の高騰で利益が圧迫されているが、燃油サーチャージなどでの価格改定が認められない。
		金融業（従業員）	取引先の様子	・自動車産業の子会社の部品製造業が4月から比較的暇になるという情報を聞いている。
		不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・金融機関の決算期のため回収及び案件が停止されている。
		不動産業（開発担当）	受注価格や販売価格の動き	・工事費が上昇基調にあるため、いずれは販売価格へ転嫁されることになり、販売への影響が懸念される。
		行政書士	受注量や販売量の動き	・荷動きに格差がある。
		公認会計士	それ以外	・会計事務所の取引先の業績が悪化している。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・一般住宅の売上が芳しくなく、地価は引き続き下落傾向にある。消費税増税の駆け込み需要は見込めるが、引き続き景気は明るくない。
悪くなっている		鉄鋼業（経営者）	受注量や販売量の動き	・前年は東日本大震災の影響で3月以降の受注が前年同月比でも3割以上減少したが、今年も前年並みの受注量がやっとの状況にとどまっている。
		輸送業（従業員）	受注価格や販売価格の動き	・年度末で荷主の来年度に向けての予算編成にあたり、運賃値下げの要請が例年になく多い。
雇用関連	良くなっている	人材派遣会社（経営企画）	周辺企業の様子	・客の研究開発ニーズは総じて好調なため、技術者派遣求人も増えている。
	やや良くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・正社員採用の求人が増えている。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・前年の反動か送別会が例年以上に入っており、学校関係の謝恩会も例年並みで、求人数も増えている。
		人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・有効求人倍率の回復具合が良くなっている。
		人材派遣会社（営業担当）	それ以外	・日経平均株価が1万円台を回復している。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	雇用形態の様子	・自動車製造業において増産体制が続いており、雇用も増員体制で上向きになっている。
	職業安定所（所長）	求人数の動き	・3、4次下請で自動車部品を製造している事業所などは、取引先からの生産受注が増加し残業で対応できず、新規に求人を募集する事業所が増えている。また、介護関係では、新たに進出する事業者と既存の事業者で施設拡張により求人を行う事業者など全体的に新規求人は多くなっている。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規、有効求人数としては、前年同月比での増加傾向が続いており、上向きの方角といえる。ただし、内訳をみるとパート求人が増加が著しく、また新規求人に対する充足率は横ばいか又は低下傾向にある。賃金等を上げられないなど、労働条件的に厳しい求人が増加している部分もあるのではないかと。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数が一般、パート共に前年同月比で増加幅が拡大している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人倍率が1倍を上回る月が続いている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・求人数の増加傾向は依然として継続している。
		民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・自動車業界を中心に来期の採用計画が増加傾向にある。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・名古屋地方では意外に良くなっているが、当地域では派遣募集しても人が来ないし景気の悪い状態が続いている。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は高い水準で安定しているが、非正規の求人も多く、景気が回復しているとはなかなかいえない。
		民間職業紹介機関（営業担当）	周辺企業の様子	・求人を出す企業数、求人数はほとんど変化しておらず、内容的にも発注する背景は通常求人である。繁忙期や繁忙予測を踏まえた場合は複数オーダーになる傾向があるが、その傾向も見えない。
	やや悪くなっている	人材派遣会社（支店長）	雇用形態の様子	・各労働局から、派遣社員の従事業務に関する適正化が再度厳しく実施されている。適正化に伴い自由化業務として契約を取り直す際に、起算日を過去にさかのぼるケースが続発しており、派遣先における直接雇用化が増加している。
		職業安定所（次長）	周辺企業の様子	・新規求人数は引き続き好調を維持している。しかし、管内大手工場からは500名を超える雇用調整が4月末で実施され、管内の景況に与える影響は大きいと、やや悪化している。
悪くなっている		—	—	—

## 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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連	良くなっている	通信会社（営業担当）	販売量の動き	・新規契約需要の増加、および旧商品の値下げによる機種変更の増加がきっかけとなり、来客数の増加につながった。また、契約者の家族および同伴者のプラス1台購入が増えたため販売増につながっている。
	やや良くなっている	一般小売店〔精肉〕（店長）	来客数の動き	・天候が良かったこともあって、来客数が増加している。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	来客数の動き	・売上の伸びはそれほどでもないが、来客数の伸びは勢いを感じる。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・催事での提案によるモチベーション需要が高まる時期でもあるが、ギフト部門においては、価格よりライフスタイルにあった商品は高くても購入する客が増加傾向にある。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・ギフト関連の商材が好調に推移した。卒業や進入学などで人の動きが一層活発となり、お祝いや内祝いなどが、前年同月には自粛ムードでできなかった分、今年は大いに動いている。
		百貨店（営業担当）	単価の動き	・例年と比較して、スプリングコートの動きが良い。中でも低価格のもの、機能性を重視したコートが好調である。
		乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・春先需要とエコカー補助金が重なり、売上が大きく増加した。
		乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・新型ハイブリッド車が好調に受注を伸ばしているほか、エコカー減税やエコカー補助金の復活もあって受注や販売ともに前年をかなり上回っている。
		乗用車販売店（経理担当）	販売量の動き	・エコカー補助金やエコカー減税効果もあり、車の販売台数は前年同月比で50%増加している。
	都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・前々年同月と比較しても宿泊やレストランの来客数が伸びている。企業の宴会は大型物件の当たり年などの要因があるものの、利用を控える動きも特にみられず、歓送迎会などでの利用が堅調に推移している。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・これまで抑えていたと思われる出張と業務関連の動きが顕著にみられる。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・前年同月と比較すると販売量が上がっている。
		通信会社（役員）	販売量の動き	・地上デジタル放送移行後、デジタルテレビの売行き不振と連動してケーブルテレビ新規契約件数は低迷していたが、円安や株価上昇のなかで、わずかながら個人の消費マインドも好転しているようであり、契約件数もやや回復傾向にある。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・ほぼ3年ぶりぐらいに、前年同月比で来客数が増加している。それに伴い売上も5%近く伸びている。
	変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子	・春物に対する購買意欲があまり感じられない。
		一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	お客様の様子	・景況については底打ち感はあるものの上昇の気配はない。取引先に聞いても客単価は依然低いままで推移しているとの声が多い。
		百貨店（営業担当）	来客数の動き	・前年同月と比較して気温が10度近く低いこともあって、年配客にとっては外出がおっくうになったようである。そのため春物の買物の来店が2週間ほど遅れている。
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・気温が上がらずダウンコート着用の客も見られ、なかなか薄着にはなれないとの声を聞いている。足元はゴム長靴からブーツやパンプスに変化しているため、気温の上昇で変化すると思われる。品目別では、婦人服が特に好調で前年同月比で120%以上の伸長となっている。衣料品全体でも同110%、雑貨は同101%、食料品は同102%となっている。ただ、前々年の実績と比較すると大きな変化はない。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・買上点数は前年同月比で下回っている。野菜などの高騰に加え、ハレの日に使われるごちそうメニューが期待したほど売れていない。
		スーパー（総務担当）	来客数の動き	・気温が上がらず春の訪れは遅いようだが、衣料品の動きは少しではあるが良くなっている。
		スーパー（総務担当）	お客様の様子	・ここ数か月の1人当たりの買上点数は上向き傾向、1品単価はやや下落傾向で、必要な品は特売などでの購入頻度が高い状況が続いている。3月単月では前年の東日本大震災の影響で単純比較できないものの、ここ数か月と同じ状況が続いている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・前年同月は東日本大震災の影響で日用品や飲料などの売上が増加したが、今年はそれと比較すると減少している。しかし、例年と比較すると客数が2～3ポイントの微減、客単価が2～3ポイントの微増、全体としてここ2～3か月は前月比100%で推移しており、大きな変化がない。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・2店舗を経営しているが、1店舗は近隣に競合店ができたことで売上は前年同月比で85%と落ち込んでいる。もう一方の店舗では、ファストフードなどが前年同月を大きく上回っており、全体で110%の売上となっている。
		コンビニ（店長）	販売量の動き	・売上は依然として前年を下回っているが、前年割れの割れ幅は前月、前々月と同等程度の割れ幅であり、苦戦が続いている。売上だけではなく、来客数の減少割合も売上と同程度の減少率である。単価が高いものが売れるものでもなく、春休みの動向も含めてここ数か月間は変化がない。
		コンビニ（店舗管理）	単価の動き	・店舗の半数以上で、客単価が前年同月比90%前後の状況が続いており、苦戦している状況は変わっていない。
		衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・客足は増え販売量もやや戻っている。客の愚痴を聞く機会も減少し顔つきも良く見える。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・目的の商品で良いものは購入しているが、必要のないものは買っていない。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・2月に雪で買い控えていた客が、やっと春らしくなったため来店し買物をしている。
		衣料品専門店（総括）	お客様の様子	・以前は安さが購入の決め手だったように感じたが、最近の消費者は品質も求めているため購入数量が減少している。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・前年同月と比較するとテレビの売上の落ち幅をカバーできない状況が続いている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		家電量販店（管理本部）	単価の動き	・乗客数の落ち込みと比較して客単価の落ち込みが大きい状況に変わりはない。
		乗用車販売店（経営者）	単価の動き	・小型、低燃費で低価格は車選びの必須条件となり、どの世代にも選択される傾向が強い。顧客の要望に答えられる車種のみ好調な受注となっている。
		自動車備品販売店（従業員）	単価の動き	・天候に左右されることもあったがタイヤの動きが鈍いのに加え、低価格の商品を希望する傾向が強く、単価は低下している。また、エコカー減税で新車の動きは高まっているが、アルミホイールやオーディオ、カーナビなど従来のオプション装着率が低下している。
		住関連専門店（店長）	販売量の動き	・3か月前と比べ変わっておらず、売上は相変わらず良くなっていない。
		その他専門店〔医薬品〕（総務担当）	販売量の動き	・2月下旬から、店頭は春物商材に切り替わっているが、3月に入っても寒い日が続いていることから、例年売れている防虫剤や化粧品の動きが遅くなっている。カイロなどは容量の少ないものを買っているのので、買物の量は少なくなっている。
		高級レストラン（スタッフ）	販売量の動き	・学校や官庁、病院関係の送別会を中心に例年通りにぎわっている。個人利用では合格、卒業祝いなどお祝いの利用が多く、通常月より客単価を2割ほど引き上げている。
		一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・春休みに入り観光客は前年と比較すれば増えていると感じるが、全体では特別に客数が増加しているとは思えず、前年の秋ごろからの傾向は変わらない。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・冬場の地元客中心のシーズンに入ってから集客が思わしくない。グループ、団体の少人数化も来客数減少の要因になっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・東日本大震災の影響を考慮した場合、宴会部門は前年同月比でそれほど増加はしていない。ただし、宿泊部門とレストラン部門は好調に推移している。
		旅行代理店（従業員）	お客様の様子	・客からの案件数が増加してこない。東日本大震災から1年が過ぎたが旅行需要に活気が戻っている実感が無い。法人からの問い合わせが依然として増加してこない。
		通信会社（職員）	お客様の様子	・春先の需要増を期待していたが、ガソリンの値上がりをはじめ政局や政策不安などのマイナス材料が影響し、客の動きが停滞している。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・前々年の同月を基準とすると、3か月前と比較して個人客の動きに変化は見られず、まずまず堅調である。団体客は順調に利用があったため、全体としては変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・毎年入学シーズンは分譲住宅に動きがでて不思議ではないが、今のところ客の動きは鈍い。
		住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・展示場来場者は降雪量の影響も薄れ増加しているものの、実需までつながるかはわからない。
		住宅販売会社（従業員）	販売量の動き	・今年も3か月前よりは販売件数は伸びているものの、例年の伸び率と変わらない。住宅取得等資金の贈与に係る非課税措置の延長など住宅関連税制の決定も遅れており、販売増は望めない。
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	来客数の動き	・春休みに入って新学期需要などで街にも活気が出てこなくてはいけない時期だが、今ひとつ人出が少ない。また滞在時間も短いようで、休日もほとんど家で過ごすという人が増えているようだ。
		一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	お客様の様子	・全社的には売上目標を達成したが、個々の数字を見ると非常に苦戦しているメンバーもあり、万遍なく客が元気で購買力があるとは限らない。特定の客や会社だけが投資できる環境にあるのではないかと思われる。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・寒暖の差が大きくなかなか春めいてこないことや、一部野菜の高騰、消費税増税の議論などがあって、全体の販売量は伸びていない。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・衣料品の売上は前年同月と比較するとクリアするが、前々年同月と比較すると下回っている。さらに、食料品の売上は前年同月と比較しても下回っている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	販売量の動き	・地方のガソリンスタンドでは良い話が聞かれることはほとんどない。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・不景気に慣れてしまっており、現状が当たり前の感覚になってしまった。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・前年同月よりも売上はわずかだが良いものの、同業者からは客がとにかく少ないといった共通の話題があり厳しさを実感している。会社経営者の話では、電気やガソリンの価格が不透明、流動的となり、先々良くなると言っていた客も今では慎重になっている。
		観光型旅館（スタッフ）	来客数の動き	・総売上は前年同月比で92%、宿泊人員は同95%、消費単価は同95%、1名から14名のグループが減少したため消費単価が低下した。1月から予約状況は弱含みで推移した。
		タクシー運転手	販売量の動き	・東日本大震災後に冷え込んだ前年同月の売上にも届くか届かないかの水準にしかない。
		その他レジャー施設（職員）	お客様の様子	・例年以上に年度末に会員の退会が多く出ている。特に子ども会員の減少が目立っている。
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・客は動いているが、契約に時間が費やされている。また他社との競合が激しくなっており、契約につながる精度も下がっている。
	悪くなっている	タクシー運転手	来客数の動き	・3か月前は年末であり、忘年会や天候不順のため客足は良かったが、徐々に春めき、足元の状態が良くなってくるとともに、タクシーを利用する客が少なくなってきた。
企業動向関連	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・全体的には衣料、非衣料関係ともに受注環境が良くなってきた。
		化学工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が増えている。
		一般機械器具製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・主力市場の欧米は依然として低調であるものの、決算期の影響があり、エネルギー需給構造改革推進投資促進税制対応の機械受注及び納品があった。
		輸送業（配車担当）	取引先の様子	・止まっていた荷動きが少しづつではあるが改善している。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災から1年が経過する3月11日以降受注が増大した。
		司法書士	取引先の様子	・年度末には、個人住宅やマンションが中心だが、久しぶりに多くの不動産取引があった。
		税理士（所長）	受注量や販売量の動き	・現在、輸出企業に製品を収めている中小の下請製造企業では稼働率が上がっている。
		変わらない	繊維工業（経営者）	受注量や販売量の動き
	プラスチック製品製造業（企画担当）		受注量や販売量の動き	・住宅資材の動きはわずかに良くなっているが、産業資材は不透明感があり、かなり悪い分野もみられるため全体的には変化はない。
	電気機械器具製造業（経理担当）		取引先の様子	・業界全体の動きとしてはやや良い状況が続いている。客によっては、100%海外生産、100%国内生産と2分化がさらに進んでいる。数量をみると依然として良い状況が続いている。
	精密機械器具製造業（経営者）		受注量や販売量の動き	・ここ2～3か月の販売数量については、ほぼ同レベルで推移している。
	金融業（融資担当）		取引先の様子	・円高の修正がやや進み、地元製造業では海外売上に対する修正期待感が出ている。
	やや悪くなっている	食料品製造業（企画担当）	それ以外	・重油をはじめとする燃料費の価格および主原料、包装資材の価格がいずれも上昇しており、コストアップが顕在化している。しかし、商品の値上げは経済環境から受け入れられず、収益面で厳しくなっている。
		輸送業（配車担当）	取引先の様子	・先般の円高により輸出関係の物量が減少し、原油高によるコスト増も加わってますます厳しい。
		通信業（営業担当）	それ以外	・大企業の来年度の新規雇用は、まだ抑えている傾向に思える。客先で契約社員の募集を転職サイトに掲載したところ、高学歴の人材が多く集まり逆に困ったとの話を聞いている。
		不動産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・同業者に聞いたところ、今月は不動産の購入者がいなかったということであった。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	悪く なっている	建設業（経営者）	競争相手の様子	・地元の公共土木主体の建設会社2社が、5月末の決算をもって廃業する。2社とも、公共事業が激減した現在、清算できる体力が残っているうちに廃業しようとの勇気ある決断であった。地方の建設業界にとってはこのように景気は悪いが、借金があるので仕方なく安値受注をして綱渡りの経営を続けている業者が多い。
		建設業（総務担当）	それ以外	・東日本大震災の復興需要の影響で、鉄筋、型枠、タイル職人などの不足と単価上昇により、工事原価や一部資材価格の上昇が続いており、業績のマイナス要因となっている。
雇用 関連	良く なっている	○	○	○
	やや良く なっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は増加傾向、新規求職者数は減少傾向で推移している。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	採用者数の動き	・新卒採用を控え、派遣社員の需要は減少傾向にある。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数は、東日本大震災前と同程度の水準までには回復しているが、まだ新規の長期需要に本格的な回復はみられない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	求人数の動き	・求人数に大きな変化がない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・求人広告の売上は、前年同月の約8割である。この水準はここ2～3か月大きな変化はない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年同月比で増加傾向が続いている。一方、新規求職者数は横ばい傾向が続いている。
	学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・求人数は変わらないが、企業の採用活動が早まっている。	
やや悪く なっている	民間職業紹介機関（経営者）	求人数の動き	・例年2～3月は、紹介や派遣の求人数は増えていたが、今年は低調なままである。	
悪く なっている	—	—	—	

## 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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明	
家計 動向 関連	良く なっている	○	○	○	
		やや良く なっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・春休みに入って、人出、売上共に良くなっている。
			商店街（代表者）	お客様の様子	・毎年2、3月は週末ごとにイベントを開催してきたため、時間はかかったが、同じ物を買うなら客は当商店街へ来てくれるようになった。特に今年は、毎週目玉商品を用意したことで、売上の増加につながっている。
			一般小売店〔時計〕（経営者）	販売量の動き	・今月は高額商品が売れたほか、高級時計の修理があったため、売上がかなり伸びている。それ以外の客の動きは良くないが、これまでの閉そく感が少し和らいだ感がある。
			一般小売店〔花〕（店長）	販売量の動き	・競合店の閉店で販売量が増えたため、売上も少し伸びている。
			百貨店（外商担当）	お客様の様子	・前年は東日本大震災の影響で買い控えの動きがあったため、今年は前年に比べると改善しているが、2年前の水準にはまだまだ届かない。
			百貨店（商品担当）	単価の動き	・百貨店では富裕客の動きが活発化しており、高額品を中心に売上が回復している。その結果、今月は来客数が減少したものの、客単価は上がっている。
			スーパー（店長）	来客数の動き	・週末の天候が良くないため不安定であるが、客単価は横ばいで、来客数はやや回復傾向にある。
			コンビニ（経営者）	来客数の動き	・近隣のマンションの入居が始まり、夜の8～11時ごろまでの来客数が増えたため、客単価の上昇につながっている。
			家電量販店（経営者）	販売量の動き	・消費者による太陽光発電への関心が高まっており、今年度の補助金の期限が近づくにつれて受注が増えている。
			家電量販店（企画担当）	販売量の動き	・株価が上昇するなか、新生活関連の販売量も増加している。
			乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・今月は決算期でもあるため、仕事量はほかの月よりも多くなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		乗用車販売店 (販売担当)	販売量の動き	・エコカー減税の効果もあり、特にハイブリッド車の売行きが良く、全体を押し上げている。
		乗用車販売店 (営業担当)	販売量の動き	・エコカー減税に関する駆け込み需要で、新車販売の目標達成率は80%を超えるなど、好調となっている。
		その他専門店 [宝石] (経営者)	お客様の様子	・円安が若干進み、株価も少し上がってきたため、客の気持ちが前向きになりつつある。
		高級レストラン (スタッフ)	来客数の動き	・今月は特にディナーの動きが良く、客単価は若干低いものの、団体客の予約などで連日満席となっている。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・月～水曜日を中心に平日の来客数が改善している。
		一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・中小規模の歓送迎会が増えているほか、リピート客の数も増えている。
		一般レストラン (店員)	来客数の動き	・春休みに入ると例年忙しくなるが、今年は前年以上の忙しさとなっている。
		観光型ホテル (経営者)	販売量の動き	・前月までとは状況が一変し、今月中旬からは個人客、団体客共にかなり動き出している。今までの寒さが少し和らいだほか、東日本大震災から1年が経過し、旅行気分が高まってきた影響が大きい。
		都市型ホテル (スタッフ)	来客数の動き	・前年は東日本大震災後の避難者による特需があったため、宿泊は前年比で悪化傾向にあるが、春休み以降は予想以上の動きとなっている。ただし、単価は低迷が続いている。一方、宴会関連も好調であり、新規の会議利用に加え、歓送迎会の受注が例年以上に増えている。
		都市型ホテル (総務担当)	来客数の動き	・客単価の低迷により、売上は米国の大型金融機関の破たん前には大きく及ばないが、1～2月には低迷していたレストランの来客数が増えつつあるほか、宴会も直前の予約が増加、宿泊も稼働率が90%以上の日が続いている。
		都市型ホテル (客室担当)	来客数の動き	・前年に比べて客室単価を少し下げているが、その分、稼働率が約6ポイント上がっている。
		旅行代理店 (従業員)	販売量の動き	・東日本大震災から1年となり、消費の動きが勢いを増しつつある。
		タクシー運転手	競争相手の様子	・例年になく不調であるが、年度末を迎えて企業は多少動いている。
		通信会社 (経営者)	お客様の様子	・取引先の販売状況が改善している。
		通信会社 (経営者)	来客数の動き	・春は業界の一番の繁忙期であり、来客数が大幅に増加する。
		通信会社 (社員)	販売量の動き	・スマートフォンとのセット申込の割引が好調で、新規顧客の獲得にもつながっている。
		テーマパーク (職員)	来客数の動き	・寒い日が続く、桜の開花も例年に比べて遅いため、来客数が思ったほど伸びていない。
		住宅販売会社 (従業員)	お客様の様子	・今年に入って3件の大型マンションを販売しているが、いずれの物件も集客状況は好調である。
		その他住宅 [展示場] (従業員)	来客数の動き	・住宅展示場への来場組数が増加傾向にある。
		その他住宅 [情報誌] (編集者)	お客様の様子	・新築分譲マンションのモデルルームへの来場者数は前年比で伸びており、購入検討者も増加傾向にある。新規発売物件が増加するなか、好調物件も増えてきている。
	変わらない	一般小売店 [衣服] (経営者)	販売量の動き	・前年は東日本大震災の影響で衣料品販売が大きく減少したが、今年も前年の水準を上回るのがやっとである。当社店舗の半数では売上が前年並み、残りの半数では前年の96～98%となっている。
		一般小売店 [事務用品] (経営者)	販売量の動き	・年度末は様々な商品の動きが良くなるが、米国の大型金融機関の破たん以降、商品が動かなくなっている。動いたとしても量が少ないなど、かつての年度末需要は消えつつある。
		一般小売店 [菓子] (経営企画担当)	販売量の動き	・12月と3月の売上前年比を上位5店舗の平均でみると、関西は12月が92.2%で、3月が89.8%と、依然として不安定な状態が続いている。
		一般小売店 [衣服] (経営者)	販売量の動き	・今年に入って不安定な気候が続いており、春物衣料の動きが非常に悪い。
		一般小売店 [衣服] (経営者)	お客様の様子	・寒い日が多かった影響で、客の動きが鈍く、春物商材の売行きが悪い。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		一般小売店〔菓子〕（営業担当）	販売量の動き	・以前ほどの落ち込みはなくなっているが、上向いている感はない。
		一般小売店〔カメラ〕（販売担当）	お客様の様子	・年配客が梅の観賞などに出かける回数が増え、卒業旅行などで若年客の動きにも活気が出る時期であるが、今年はそれらの動きが全くみられない。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・依然として消費の動きは鈍く、衣料品では需要のカジュアル化が進んでいるほか、季節のずれによる悪影響も受けている。ただし、食料品は堅調であるほか、限定品やトレンド商品については、客の敏感な反応がみられる。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・大阪店はリニューアルオープンしたにもかかわらず、気温がまだまだ低いこともあり、来客状況は非常に悪い。それに伴って食料品の売上也苦戦しており、前年比で5%減となっている。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・東日本大震災の影響で落ち込んだ前年に比べると、春物衣料を中心に好調であるが、2年前の実績は確保できていない。一部の商品を除けば、品質が良くても価格に見合わなければ売れない傾向が強まっている。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・今月は気温が低く雨も多かったため、来客数は伸びず、春物衣料の動きも悪い。3月11日以降も、来客数や売上は前年を若干上回っているが、2年前の売上には届いていない。
		百貨店（企画担当）	お客様の様子	・今月になっても春らしい天候には恵まれず、客足も前年に東日本大震災や競合他社のオープンで落ち込んだ反動を期待していたが、実際にはわずかな伸びにとどまっている。
		百貨店（企画担当）	来客数の動き	・訴求力の強いイベントや商品によって来客数が増え、それ以外の商品の売上増につながるという傾向が続いている。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・受注が見込めるのは特別優待の期間だけであるなど、全体的に購買意欲は低調である。
		百貨店（販促担当）	単価の動き	・前年は東日本大震災の影響で落ち込んだため、今年の来客数は前年を上回る推移となっている。ただし、気温の低下で春物商材の動きが鈍く、客単価が前年を割り込んでいるため、売上は厳しい状況である。
		百貨店（サービス担当）	お客様の様子	・今月も来客数の減少が続いている一方、食品を中心とした物産展の集客や売上は好調であるが、以前ほどの勢いはなくなりつつある。
		スーパー（店長）	お客様の様子	・販売促進関連のイベントが自粛される動きはないが、売上は前年を少し上回る程度である。客の節電志向や原油価格の上昇、消費税率引上げが消費に与える悪影響は大きい。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・前年は東日本大震災によって水や加工食品などの特需が生まれたが、それらの反動を差し引けば、今月は前年並みとなっている。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・今月は動きが芳しくないが、前年の東日本大震災後に特需が生まれた反動であるため、判断が難しい。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・前年は東日本大震災後に買いだめが増えたため、単純な比較は難しいが、電池などを除けば堅調な動きとなっている。
		スーパー（広報担当）	販売量の動き	・気温があまり上がらず、春物商品の動きは鈍い。その一方、前年の東日本大震災による特需の影響で判断は難しいが、ひな祭りや入園・入学、新生活といった季節需要の動きは堅調である。
		スーパー（管理担当）	販売量の動き	・相変わらず購買点数は少ないままとなっている。
		スーパー（販売担当）	販売量の動き	・前年は東日本大震災による特需で、水やガスコンロ、カップヌードルといった商品の売上が非常に伸びたが、今年はその反動で売上は前年を大きく下回っている。
		スーパー（社員）	単価の動き	・来客数は前年比で増加基調にあるが、競合店による出店の増加に伴い、店頭価格が下落している。その結果、売上は停滞した状況が続いている。
		コンビニ（経営者）	単価の動き	・セール品に需要がシフトする傾向が続いており、客単価が低下しているため、来客数が多少増えても売上増につながらない。
		コンビニ（店長）	お客様の様子	・ここ数か月は、他社との競争でたばこの売上が低迷しているものの、客の様子や来客数に大きな変化はない。



分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		コンビニ(店員)	単価の動き	・近隣に競合店がオープンしたが、それほど影響を受けることなく、パンや弁当はよく売れている。
		衣料品専門店(経営者)	単価の動き	・前月から更に悪くなっており、価格の安い商品だけが売れている。
		衣料品専門店(販売担当)	お客様の様子	・来客数は少し増えたが、実際に商品を購入する客は少ない。
		乗用車販売店(経営者)	お客様の様子	・年明け以降も水準としては円高が続いているほか、東日本大震災の影響が尾を引いているなど、良くなる材料がない。
		住関連専門店(店長)	販売量の動き	・今月は冬の気候が続いたこともあり、盛り上がりが見られなかった。新年度になれば売上は一度落ち着くため、このまま売り逃しにつながる。
		その他専門店[医薬品](経営者)	来客数の動き	・来客数や客単価、買上点数のすべてが悪化気味である。今年は花粉の飛散量が少ないため、花粉症の薬やマスク、クリーム関連の動きが非常に鈍い。
		その他専門店[食品](経営者)	販売量の動き	・新規事業もなく、大きな変化はない。
		その他専門店[宝飾品](販売担当)	販売量の動き	・販売量が増減する動きはみられない。
		高級レストラン(支配人)	販売量の動き	・気候不順で桜の開花が遅れ、観光客の動きにも影響が出ているため、販売量の減少につながっている。
		一般レストラン(スタッフ)	来客数の動き	・依然として、来客数は前年の水準を上回るまでには至っていない。
		一般レストラン(経理担当)	それ以外	・週末の天気が悪く、気温も低かったため、客足が伸びていない。また、消費税率引上げに関する連日の報道により、消費者の節約ムードも強まっている。
		スナック(経営者)	来客数の動き	・前月の落ち込みに比べると、今月は異動の時期でもあるため、少しは客の動きがみられる。
		その他飲食[コーヒーショップ](店長)	来客数の動き	・東日本大震災以降は、東日本の店舗では売上が前年の110%となっているが、西日本では前年並みで推移している。
		観光型ホテル(経営者)	単価の動き	・東日本大震災によって急激に悪化した業績が、ここへきて徐々に回復しつつあるが、デフレ傾向により客単価は大きく低下している。
		観光型旅館(団体役員)	来客数の動き	・東日本大震災や台風の影響で、宿泊客数は依然として前年の90%前後となっているが、客1人当たりの消費単価や宿泊単価は、やや落ち着いている。
		都市型ホテル(支配人)	販売量の動き	・円安や株高の効果を期待していたが、原油価格の上昇などで良くなる兆しはみられない。
		都市型ホテル(マネージャー)	来客数の動き	・個人客が中心のレストランは比較的好調であるが、企業が中心の宴会部門は苦戦が続いている。宿泊部門も海外の観光客は戻りつつあるが、やはりビジネス利用が伸び悩んでいる。
		旅行代理店(経営者)	販売量の動き	・前年の春休みに見送られた旅行需要が、今年国内旅行に少し上乗せされている感はあるが、全体的に上向くまでには至っていない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・この時期は春休みや卒業、入学関係で昼間の動きが増えるほか、夜も歓送迎会で動きが出てくるが、今年の動きは例年並みとなっている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・今月に入っても寒い日が続いているにもかかわらず、乗客が増えている感はないなど、客が利用を控える動きが続いている。
		競艇場(職員)	単価の動き	・3か月前から客単価に変化はない。
		その他レジャー施設[イベントホール](職員)	お客様の様子	・イベントの開催状況はほとんど変わらないが、入場者数がやや少なくなっている。ただし、人気のあるアーティストの場合はグッズの売行きにも変化はなく、特に減少している感はない。
		その他レジャー施設[飲食・物販系滞在型施設](企画担当)	来客数の動き	・東日本大震災の影響を大きく受けた前年に比べれば良くなっている。ただし、それは海外からの観光客の動きによるものであり、国内客の需要は強くない。
		美容室(店員)	来客数の動き	・季節の変わり目で来店はみられるが、客の来店周期が伸びている感がある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他サービス 〔保険代理店〕 (経営者)	お客様の様子	・株高、円安が進んでいるものの、確実に景気が良くなっていく実感がないため、客の動きにも勢いが無い。利益の出ている企業も内部留保している状況であるなど、景気の良くなる実感が出てこない限り、本格的な回復にはつながらない。
		その他サービス 〔ビデオ・CD レンタル〕 (エリア担当)	販売量の動き	・CDレンタルやDVD販売、書籍関連は前年比でおおむね好調となっているが、価格競争の激しい地区では、レンタルと販売の総売上は前年割れが続いている。
		住宅販売会社 (経営者)	販売量の動き	・消費税問題の動向や景気の先行き不透明感により、買手だけでなく、住み換え客による売却の動きにも影響が出ている。中古物件もあまり市場に出ておらず、市場全体が停滞気味となっている。
		住宅販売会社 (従業員)	それ以外	・株価の回復や円高傾向からの脱却はまだ確実ではなく、企業の投資マインドが好転する材料に乏しい。
		住宅販売会社 (総務担当)	販売量の動き	・転勤、異動で不動産が動く時期であるが、今年は大きな動きはみられない。また、新築物件についても、今必要としている客だけが動いている。
		その他住宅投資 の動向を把握できる者〔不動産 仲介〕 (経営者)	販売量の動き	・事業用不動産の取引件数は横ばいであるが、戸建住宅は少し取引件数が増加している。
	やや悪くなっている	一般小売店〔鮮魚〕 (営業担当)	販売量の動き	・販売量は前年比で15%減となっているが、特に上等な商品ほど減少が激しい。
		一般小売店〔自転車〕 (店長)	お客様の様子	・買い換えたいが、お金がないという客が多い。春は進学や新学期で商品が動くはずであるが、なかなか動かない。
		百貨店(売場主任)	来客数の動き	・前年が東日本大震災で落ち込んだため、今月の売上前年比は参考にならない。一方、気候や気温による影響もあるが、来客数が前年を下回っている
		百貨店(営業担当)	お客様の様子	・客からの引き合いや問い合わせが少なくなっており、春物衣料の売行きが思わしくないほか、高額商品の売行きにも陰りが出ている。
		百貨店(マネージャー)	お客様の様子	・来客数に大きな変化はみられないが、消費マインドの低下による影響か、依然として財布のひもは固い。まとめ買いや、ついで買いといった余裕のある買い方ではなく、吟味に吟味を重ね、必要な物だけを買っていく感がある。
		百貨店(婦人服)	販売量の動き	・気温の上昇や店舗の入替えて、客の動きが活発になっており、ファッション関連は比較的好調となっている。その一方、年末年始に比べて、食品や住関連はやや不調となっている。
		スーパー(経営者)	お客様の様子	・卒業、入学を控えた買物でも、客の節約志向が感じられる。今月末まで寒さが続いたため、商品の動きが悪い。
		スーパー(店長)	来客数の動き	・テレビの販売不振や前年の東日本大震災による特需の反動もあり、今月も来客数の減少がみられる。
		スーパー(企画担当)	来客数の動き	・来客数が前年の97%と下げ止まる気配がない。微減にとどまっているものの、経営への影響は徐々に広がっている。
		コンビニ(広告担当)	単価の動き	・前年は東日本大震災の影響で特需が発生したため、今月は前年比でみると良くない。
衣料品専門店 (経営者)		販売量の動き	・気温が上がらないため、春物衣料の動きが悪い。	
衣料品専門店 (販売担当)		お客様の様子	・今月も買い控えが続いており、単価の安い商品を購入する客が多い。	
乗用車販売店 (営業企画)		単価の動き	・来客数は増加しているが、それ以上に単価が低迷している。	
一般レストラン (経営者)		来客数の動き	・平日の夜などは商店街の人通りが全くなく、近隣の店舗にも客が入っている様子はない。	
観光型旅館(経営者)		お客様の様子	・客足が伸びず、来客数は前年比で12%減となっている。	
旅行代理店(広報担当)		お客様の様子	・円安が若干進んでおり、海外旅行への客の関心が薄くなってきている。ゴールデンウィークに海外旅行を申し込んでいる客が、国内旅行に変更しているほか、例年であれば申し込んでくる客もためらっている。	
通信会社(企画担当)	お客様の様子	・企業の関西離れが進み、客の間では雇用に対する不安の声が高まっている。		

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		競輪場（職員）	単価の動き	・今月の客単価は10,034円と、3か月前の10,639円よりもやや悪くなっている。
		美容室（店長）	販売量の動き	・今月は例年に比べて気温が低いため、セット販売を行っている化粧品の売行きが非常に悪い。売上も前年比で1～2割減少している。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	来客数の動き	・前月に行った無料体験キャンペーンへの参加者が例年を下回った結果、この時期としては生徒数が少ない。
		住宅販売会社（経営者）	来客数の動き	・春の需要期になっても相談や問い合わせの動きは低調であり、購買意欲が高まっている感はない。
	悪くなっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・天候不順により、商店街を訪れる客が少ない。
		スーパー（企画）	お客様の様子	・前年の省エネ家電のエコポイント制度に代わる消費喚起策がない。また、ガソリン価格の急騰により、消費者の間で生活防衛意識がかなり高まっている。
		タクシー運転手	お客様の様子	・どん底の状態であり、これ以上悪くなるかどうか、目が離せない状況にある。
企業動向関連	良くなっている	プラスチック製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月を上旬と中旬、下旬に分ければ、下旬になるにつれて減速しているものの、景気は良くなりつつある。
	やや良くなっている	出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	受注量や販売量の動き	・大学、専門学校からの新年度に向けた販促物の依頼では、紙だけでなく、デジタルでの作業効率を考えた要望が増えている。一方、通信や家電などの弱電関連の受注は、いまだに増えてこない。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社には原子力発電関連の顧客が多いが、この分野での設備投資は低調である。ただし、関連技術を他分野に応用した投資が活発であるため、引き合いや受注が増えつつある。
		電気機械器具製造業（経営者）	それ以外	・日々の受注、販売量は割と堅調に推移しているが、海外の顧客に活気があり、国内の顧客に活気がない構造に変化はない。為替は再び円高に戻りそうで安心できないが、厳しい環境が少し和らいだ感はある。
		電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注、売上共に増えている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・電力不足の問題や、東日本大震災以降の省エネ意識の高まりで、設備の買換え需要が増えている。
		建設業（経営者）	それ以外	・住宅用地に関する問い合わせが増えている。
		輸送業（営業所長）	受注量や販売量の動き	・年度末となり、事務機器や店舗用品の配送が好調となっている。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・購読数は減少傾向にあるが、折込件数の増加で収益が上向いている。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・インターネット広告の注文が増えており、受注全体を押し上げている。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年度末の駆け込み需要で受注が増えている。
		その他サービス〔店舗開発〕（従業員）	受注量や販売量の動き	・例年よりも冷え込む日が多く、ドラッグストアではいまだに温感商材がよく売れている。飲食店でも、おでんを中心に売上が伸びている。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・チェーン店での日用品の荷動きは順調である。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	受注量や販売量の動き	・価格は下落気味であるが、受注件数は増えている。
	変わらない	食料品製造業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・3か月前に比べて、得意先の小売店では販売価格が少し上がっているが、前年よりも物流が増えていることもあり、格安となっている商品もみられる。
		食料品製造業（経理担当）	それ以外	・寒さが長引き、売場の雰囲気盛り上がりがない。
		化学工業（企画担当）	それ以外	・原材料の輸入価格は比較的安定している。
		金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注は減少気味であるが、大きな変化はみられない。
		電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・米国経済も回復傾向にあり、市場は良い雰囲気となっているが、3月としては受注が少ない感がある。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・薄型テレビなどのAV関連商品の売行きは依然として厳しく、全体的な状況をみても厳しい状況が続いている。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・民間の工事案件は相変わらず厳しい受注競争が続いており、官庁からの発注も低迷している。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・年度末から4月にかけての受注は少し落ち着いているが、新たな案件の相談はあるため、全体として大きな変化はない。
		通信業（管理担当）	それ以外	・市場価格は上がったたり下がったりで判断が難しく、どちらともいえない。
		金融業（営業担当）	受注価格や販売価格の動き	・取引先の様子をみると、住宅の売行きは横ばいであるほか、製造業も売上が増えるまでには至っていない。
		広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・最近は広告に大きな動きはないが、かといって企業が広告出稿を手控えている感もない。
		経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・顧客企業は関西のメーカーが中心であるが、今のところ明るい様子はみられない。
		経営コンサルタント	取引先の様子	・小売業の顧客企業の景況感は良くなっているが、これは季節変動によるものであり、景気の改善に伴うものではない。
		コピーサービス業（店長）	受注量や販売量の動き	・来客数が徐々に減る傾向は続いているが、売上が前年を上回ったり問い合わせも増えたりと、全体として不安定な状態が続いている。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	取引先の様子	・依然として円高水準が続いているため、低価格の輸入品が多く出回り、価格競争が激しくなっている。
やや悪くなっている		食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・今年に入ってから販売量は前年を下回っており、販売価格の低下も目立ち始めている。今月は競合他社の決算時期であり、売上確保のため安い商品を大量に供給していることから、厳しい状況となっている。
		繊維工業（団体職員）	受注量や販売量の動き	・1～2月は生産量も前年比で増えていたが、今月は受注が低迷している。
		繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・販売量が前年比で20%減となっているほか、3か月前に比べても10%減少している。
		金属製品製造業（営業担当）	競争相手の様子	・前月の中旬以降、荷動きが悪いという同業者が増えている。
		一般機械器具製造業（設計担当）	取引先の様子	・受注量がやや減少傾向となっている。
		輸送業（営業担当）	取引先の様子	・前年の売上を超える店舗がほとんどみられない。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	取引先の様子	・単価の下落がまだ続いている。
悪くなっている		不動産業（営業担当）	取引先の様子	・当地域から事業所が撤退する動きが続いている。それに伴い、事務所の空室が増えているほか、住宅の空室も増えてきている。
雇用関連	良くなっている	求人情報誌制作会社（企画担当）	求人数の動き	・最近3か月の平均求人件数が、前年比で20.2%増えている。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・大学に寄せられている求人数が、前年比で17.7%増と大きく増えている。
	やや良くなっている	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・来年度の仕事が入ってきているが、雇用情勢は徐々に力強さを増している。大阪市は市長の交代で雇用や介護、福祉関連での変化が予想されたが、現時点でその兆しはない。
		人材派遣会社（役員）	求人数の動き	・求人数は徐々にではあるが着実に増加している。労働者派遣法案が大幅に修正されたことも、雇用ムードの改善につながっている。
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・業界や業種で好不調の差がはっきりしているものの、円高の影響も少し落ち着きつつある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・3か月前に比べて、新聞広告の動きは確実に良くなっている。特に、関西企業が元気を取り戻してきた感がある。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	求人数の動き	・本格的な回復とはいえないものの、大手企業を中心に製造業などの求人は増えている。
職業安定所（職員）	求人数の動き	・有効求人数が米国の大型金融機関が破たんした直後の水準に戻るなど、非常に緩やかであるが持ち直しの動きがみられる。		

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	変わらない	民間職業紹介機関（支社長）	求人数の動き	・東日本大震災の復興需要が各産業で高まり、雇用の増加につながっているといた声が、顧客企業からも聞かれる。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・新聞の求人広告の動きは悪くなっていないが、いまだに良くなっている兆候はみられない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数の前年比は2か月連続で減少となっていたが、今月に入って増加に転じている。
		職業安定所（職員）	周辺企業の様子	・雇用調整助成金の支給件数は減ってきたが、依然として新たな問い合わせも見受けられる。
	やや悪くなっている	学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・大学生の卒業時期となったが、就職活動中の学生が3割近く残っており、非常に心配している。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	求人数の動き	・求人数が大きく改善している状況ではなく、不安定な雇用情勢が続いているため、転職市場も低迷している。優秀な人材は求められているが、全体的には動きの少ない状況が長引いている。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・管内では、新規求人数は建設や運輸、学術研究、宿泊、サービス業で大きな増加となり、特に請負業では前年比90%増と大幅に増えているが、複数企業が大規模な雇用調整を行ったため、有効求職者数が増加傾向にある。
	悪くなっている	職業安定所（職員）	求職者数の動き	・周辺地域の企業による事業の見直しなどに伴い、求職者が少し増えている。
		—	—	—

## 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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連	良くなっている	コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・食パンの新製品の売行きが好調である。
		乗用車販売店（店長）	来客数の動き	・決算期を迎えたことやエコカー補助金支給が決まったことで、来客数は平日が前年比80%増、土・日が150%増と順調に伸びている。
		観光型ホテル（スタッフ）	販売量の動き	・春休みシーズンでもあり、家族向けの商品プランを中心に販売量が増えている。
	やや良くなっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・昨年同期と比較して売上が5%増となっている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・客単価がやや上昇してきており、客の話しぶりは以前と比べて格段に明るくなっている。来街者数はあまり増加していないが、気候も暖かくなってきて、気持ちよく買物ができている。
		商店街（代表者）	それ以外	・売上額が前年を上回り景気は上向いている。しかし商店街においては、業種により売上確保が難しい商店もあり、全体で上向きとの判断は難しい。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	販売量の動き	・個人、会社関係の印鑑注文が増加している。
		百貨店（営業担当）	販売量の動き	・春物が少し売れるようになるとともに、近隣のアウトレット施設の影響が薄らいできたため、テナントの約半数が昨年同月を上回るなど、徐々に回復の兆しが現れている。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・月初めの外商の催しでは、毛皮や高額品の売上が前年比60%増となり月々の目標を上回っており、景気が上向いている。
		百貨店（販売促進担当）	お客様の様子	・宝飾、美術、婦人服で高級品の売上が回復してきている。またここ数か月、来客数も前年比プラスで推移しており、若干ながら景気回復感がある。
		百貨店（販売担当）	来客数の動き	・昨年は東日本大震災後売上が大きく落ち込んだが、現在は来客数、売上ともに昨年を大きく上回っている。
		スーパー（店長）	単価の動き	・客単価が前年比1～2%増と良くなるとともに、販売点数も前年並みとなっている。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・東日本大震災後の特需を差し引けば、販売点数が昨年に比べ徐々に改善されている。
		乗用車販売店（統括）	販売量の動き	・エコカー補助金効果により販売量が増加している。
乗用車販売店（副店長）	販売量の動き	・新型車効果や現行のエコカー減税終了に伴う駆け込み需要、更にエコカー補助金延長の3点が追い風となっている。		

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		その他専門店 〔和菓子〕（経営者）	販売量の動き	・3月に入り販売量、乗客数ともに前年に比べ大幅に増加している。
		その他専門店 〔海産物〕（経営者）	来客数の動き	・土曜、日曜は特に天候が悪く来客数も例年より少なかったが、桜開花情報等に伴って団体客がやや回復傾向になってきている。
		その他専門店 〔ファッション雑貨〕（従業員）	来客数の動き	・天候も良く、入学・進学等の社会催事で客の動きは活発となっている。
		その他小売店 〔ショッピングセンター〕（営業担当）	販売量の動き	・昨年度は東日本大震災の影響による物流の不具合や、消費マインドの低下などで厳しい時期があったが、今年度は気温上昇の時期が遅れているものの、順調に推移している。
		一般レストラン （外食事業担当）	来客数の動き	・和食の来客数を始め全体的に来客数が増えており、宴会の件数も増加している。
		その他飲食 〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	来客数の動き	・前年同期は自粛ムードで客の動きが悪かったが、今年は3月に入りバス、自家用車ともに動きが良くなり、特にスポーツ関係の団体客が多くなっている。
		観光型ホテル （支配人）	来客数の動き	・先月に引き続き外来の食事客が増えており、特に週末はにぎわっている。宴会部門は低調だが宿泊客の増加でカバーできている。
		都市型ホテル （スタッフ）	来客数の動き	・宿泊客が順調に伸びるとともに、ビジネス客の長期滞在も増えている。
		都市型ホテル （総支配人）	来客数の動き	・観光客の宿泊数が少し伸びてきている。
		都市型ホテル （企画担当）	来客数の動き	・個人客が増加してきている。
		通信会社（企画担当）	お客様の様子	・年度の区切りということもあるが、東日本大震災後1年を経過して復興工事が始まるとともに、株価も回復しつつあることから、客から明るい声を聞くことが多くなってきている。
		通信会社（広報担当）	販売量の動き	・新生活のシーズンを迎え販売が大幅に伸びている。
		ゴルフ場（営業担当）	お客様の様子	・3月に入っても寒い日が多く客の予約が少ない。特に事前予約が少なく、直前の天気で来場が左右されている。
		美容室（経営者）	お客様の様子	・3月は人が動く時期で景気が良くなるはなっているが、3か月前と比べて目立って良くなっているわけではない。
	変わらない	商店街（代表者）	来客数の動き	・商店街の交通量調査では、アーケード撤去工事など通行止めの影響もあり、前年に比べ交通量が減少しているとの結果が出ている。
		一般小売店 〔靴〕（経営者）	販売量の動き	・大型商業施設や通信販売のポイント制度による集客力に太刀打ちできない。
		一般小売店 〔茶〕（経営者）	販売量の動き	・毎日が寒くまだ雪も時々降るような不順な天候が続くため、最低限の物しか購入しない節約ムードが漂っている。
		一般小売店〔酒店〕 （経営者）	お客様の様子	・例年より寒い日が多く天候の変化も激しく、荒れ模様の日には客足に影響があり売上が悪い。また、ガソリン高騰の影響で節約意識が更に高まっている。
		一般小売店〔酒店〕 （経営者）	販売量の動き	・雪などの影響があった先月よりは大幅に持ち直しているものの、3か月前とは同じ水準となっている。
		一般小売店〔紙類〕 （経営者）	お客様の様子	・店の売上の大きな割合を占める60歳以上の客が、天候の影響で外出を控えたため売上が減少している。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・東日本大震災の復興需要を期待したが、気温の低下もあって帽子など季節アイテムが振るわず、特に3月後半は来客数が少なく店全体として前年割れの基調となっている。また客は賢く消費するスタイルとなり、防災対策、花粉対策、美白対策など、悩み別の購入の傾向が強くなるとともに、ブランド志向は薄まり、フレッシュャーズやマザーズーツなどは価格志向の量販店に流れる傾向となっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		百貨店（購買担当）	お客様の様子	・入園・入学の時期であるが、婦人用スーツの動きは鈍くなっている。一方で、紳士ビジネススーツは機能性に富んだものが豊富に出ており順調である。また、気温が定まらず秋冬のセール品を求める客が多くなっている。
		百貨店（売場担当）	お客様の様子	・前年は東日本大震災という特殊条件があり、今月は前年との増減面の単純な比較はできないが、アパレル部門や食品部門などで客は活発化しており、ここ数か月との比較においては良好に推移している。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・客単価は変化なく推移している。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・自粛、節約ムードがしばらく続いていたので、徐々に回復しているものの、昨年の東日本大震災需要の影響で、今月は5%減の売上と低迷している。
		スーパー（販売担当）	単価の動き	・機能性より低価格な商品を求める客が増えている。
		スーパー（販売担当）	それ以外	・競合店に対抗する形でポイント3倍の日を復活させたが、来客数は増加していない。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・気温があまり上がらず、気温上昇に伴う来客数の戻りが例年に比べ少なくなっている。
		衣料品専門店（経営者）	販売量の動き	・客からも景気の良い話を聞かない。
		衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・3月の展示会では、今の景気状況で消費に前向きな客もそうでない客もいろいろである。個人の事情によるところが多く把握の困難な面もあるが、注文品のなかには数は少ないものの、高価な物を希望する客も出てきている。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	来客数の動き	・フレッシュマンセールで必要品の購入はあるが、一般の来客数が少なくなっており、トータルでは前年並みである。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・競合店が出店攻勢を強めており固定客が流出する傾向にある。
		家電量販店（店長）	来客数の動き	・目立ったことは特になく状況は変わらない。
		家電量販店（販売担当）	来客数の動き	・決算時期だが動きが今一つで、シングル向けも少なくなっている。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・メーカーは原料高騰を理由に商品の値上げが可能だが、実際の小売販売価格は上げることができないうえに、販売量は変わらないことから、利益はますます圧迫されている。中小零細企業は虫の息となっている。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	来客数の動き	・来客数が減少し高級品はあまり動いていない状況である。
		高級レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・3月末は年度替わりに伴う人の動きがあり、来客数はますますとなっている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・来客数が少し増加したが、3か月前から悪い状態が続いている。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・今年に入り販売量が前年実績未達の状況で苦戦している。特に天候不順による影響もあるが、消費自体の落ち込みに加え労務の質の低下も一因となっている。
		一般レストラン（エリア担当）	来客数の動き	・歓送迎会の予約も少ない状態で客単価も低くなっている。
		旅行代理店（経営者）	単価の動き	・昨年度は東日本大震災の影響でかなり数字が落ち込んでいたが、本年度はその影響はないものあまり好景気とは言えない。春休みで旅行シーズンであるが変化があまりみられない。
		タクシー運転手	来客数の動き	・引き続き昨年比マイナスで推移している。
		タクシー運転手	お客様の様子	・東日本大震災の影響がなくなり景気は良くなっている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・送別会でタクシーを利用する客が比較的多かったが、大きくは変わっていない。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・客の反応は鈍く景気が上向きになっているとは言えない。
		通信会社（営業担当）	販売量の動き	・地上デジタル放送への移行完了以降は、多チャンネル放送サービスへの関心が明らかに低下している。
		テーマパーク（管理担当）	来客数の動き	・来館者数の動向が3か月前と変わらない。
		テーマパーク（広報担当）	来客数の動き	・昨年からの気温の低い天候がずっと続き、雨や雪の日が多かったため客足は不調となっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
やや悪くなっている		その他レジャー施設（アミューズメント）	来客数の動き	・来客数の伸びが前年実績を超えない状況が昨年末から継続している。特に夕方以降来店していた若者層が少なくなっている。母体のショッピングセンターへの来客数も同様に前年実績を超えていない。
		美容室（経営者）	単価の動き	・客は新しいメニューや提案は受け入れず、従来のままの注文を行っている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・客単価や販売量は伸びているが、来客数は減少し来店周期の長期化が目に見えてわかる。
		その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	お客様の様子	・客やその家族との会話のなかで、具体的に景気や経済状況の変化の話は一切聞かれない。
		設計事務所（経営者）	販売量の動き	・受注の動きにあまり変化がなく大きな変動はない。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・相変わらず低価格の商品しか売れない。相次ぐ低価格商品販売の大型店出店により、更なる価格破壊が始まっている。客の動向は更なる低価格商品に移行していく。
		設計事務所（経営者）	お客様の様子	・東日本大震災の影響もあり、耐震性向上に関する動きはみられるものの、新築に関しては動きが悪い。
		設計事務所（経営者）	来客数の動き	・消費税アップの議論が続いているので住宅の取得を検討している客は多いが、住宅金融支援機構の長期固定金利の引き下げや、住宅版エコポイントの条件が昨年と比べると悪いいため踏み切れないでいる。
		住宅販売会社（販売担当）	お客様の様子	・景気の先行き不安感のためか、貯蓄額と購入限度額とのバランスをかなり慎重に検討する客が多くなっており、万が一のための蓄えに回す生活感が色濃くみえる。
		住宅販売会社（営業担当）	お客様の様子	・客の様子や来客数、問い合わせ件数などから、前期とほぼ同様の状況である。
		商店街（理事）	お客様の様子	・寒さが続いており客の消費意欲が湧いていない。
		商店街（代表者）	単価の動き	・最近ではインターネット通信販売を利用する客が増えている。また、今月は気温が上がらず春物の売行きが悪くなっている。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・貴金属、美術品などの高額品の売行きが伸び悩んでいる。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・例年に比べ転勤などが減少していることに加え、卒業や入学準備などの新生活関連商材の動きが悪くなっている。
		スーパー（業務開発担当）	単価の動き	・買上点数にも増して買上額が減少している。客の購入量の節約と合わせ低価格商品購入へのシフトが顕著となっている。
		スーパー（管理担当）	来客数の動き	・商圈内にディスカウント店がオープンし来客数が減少している。前年に比べ客単価の低下は、来客数の減少ほどではないが、影響は大きくなっている。
		コンビニ（副地域ブロック長）	競争相手の様子	・1、2月に競合店の出店が相次ぎ、来客数の前年割れが続いている。
		衣料品専門店（販売担当）	来客数の動き	・販売は常連客中心で一般客が少なくなっている。
		家電量販店（店長）	販売量の動き	・デジタル放送への移行とエコポイントの終了で、テレビなどのAV機器の販売が低迷している。
		家電量販店（企画担当）	単価の動き	・商品単価は年々低下しているが、客からはより安く良いものを求める気持ちが強くなっている様子がうかがえるとともに、客単価も低下してきている。
住関連専門店（営業担当）	来客数の動き	・土日の来客数が大幅に減少している。		
その他専門店〔時計〕（経営者）	単価の動き	・売行き全体はし好の変化によるものか景気の低迷によるものか判断が難しい。宝飾品は限られた客が購入しているが、その販売価格の低下に歯止めがかからない。		
スナック（経営者）	来客数の動き	・2、3月ともに来客数の減少により売上が落ちてきている。		
競艇場（職員）	来客数の動き	・3か月前はG1競争の開催や年末年始のレース及び人気の高いレースの全国発売を行ったため、集客が増加し売上が伸びたが、それ以降は通常の企画内容で売上は伸び悩んでいる。		
住宅販売会社（従業員）	来客数の動き	・減少傾向にあった3か月前より更に1割の受注減となっている。また、店舗や現場見学会への来客数も同様の状況となっている。		



分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	悪く なっている	商店街（代表者）	お客様の様子	・今の商店街の商売で潤っている店舗はなく、何もできないまま利益が不十分な店舗が半分以上存在している。また状況は年々悪くなっており大変厳しい状況となっている。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・観光客が増加せず来客数が減少している。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・ディスカウントスーパーの出店で集客の競争が激しく、来客数が平日、週末ともに大きく落ち込んでおり、特に週末には大きな影響が出ている。
		スーパー（財務担当）	来客数の動き	・所得が増えないなかガソリン、電気代の値上げ等生活に不安要素が多いため、節約志向が一段と強くなり来客数が減少している。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・公共事業工事とその関係労働者が減少し、来客数にも影響している。
		自動車備品販売店（経営者）	販売量の動き	・売上金額が前年比30%減の見込みとなっている。
		テーマパーク（業務担当）	来客数の動き	・今期は本来なら来園者数が増加する週末に天候不順が続く、前年を大きく割り込んでいる。また、来園者の9割近くが自家用車で来園するが、ガソリン価格の高騰が続いているため出控えが起りやすい状況が続いている。
企業 動向 関連	良く なっている	—	—	—
		やや良く なっている	鉄鋼業（総務担当）	それ以外
	やや良く なっている	通信業（営業企画担当）	取引先の様子	・客の情報関連機器の見直しに伴い、クラウドサービス等の新サービスへの検討が増加しており、案件により予算の前倒しによる導入も見込まれている。
		不動産業（総務担当）	それ以外	・来客数と成約件数が増加している。
		広告代理店（営業担当）	取引先の様子	・物流業界の動きが上向きになっている。物が動くなかで、年度末でもあり人事異動、卒業、入学等活発になるシーズンであり、引越し業者も活動シーズンを迎え準備を整え活動時期に入っている。介護施設開所もあり、求人募集も多く見かける状況となっている。また、官公庁及び業界イベントも多くなり人、物、金が動き出している。
		会計事務所（職員）	取引先の様子	・年度末という事情もあり、先月と比べどの業種もそれなりに忙しくしている。しかし内容的にはどの経営者もあまり手ごたえのある状況ではない。特に公共事業の依存度の高い建設業では、大口やある程度の利益の見込まれる案件の受注はまずみられない。
		変わらない	食料品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き
	変わらない	化学工業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・円高は少し緩和傾向であるが、販売価格への影響はまだ厳しい状況である。
		非鉄金属製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・エコカー向けは好調が続いているが、電子向けは稼働率に余裕が生じている。
		金属製品製造業（総務担当）	受注量や販売量の動き	・受注量は3か月前に比べ30%減少しており、厳しい状況である。工場の稼働を低下させないため、納期が先のを前倒しで生産したり、営業が受注とともに生産工程に組み入れている。
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	受注量や販売量の動き	・自社製品の売上は、国内向けの市場の冷え込みによる売上不振と海外向けの円高による為替の影響で、厳しい状況が続いている。
		電気機械器具製造業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・復興需要への期待が持たれるものの、円高、電気代の値上げを含めた原油高等が間接的にボディブローのように影響を及ぼしており単価への多大な影響が懸念されている。
輸送用機械器具製造業（経営者）		受注量や販売量の動き	・新車種が立ち上がり忙しくなっている。	
輸送用機械器具製造業（経営企画担当）		受注量や販売量の動き	・新製品のみ好調だが、受注量全体としては停滞傾向である。	
輸送用機械器具製造業（総務担当）		競争相手の様子	・関係業界の状況にあまり変化はない。	
建設業（総務担当）		受注量や販売量の動き	・依然として小口工事が主体で、忙しい割に利益につながらない。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		輸送業（業務担当）	受注量や販売量の動き	・年度末の特殊事情により一時的に荷動きが多くなっている。
		輸送業（支店長）	受注量や販売量の動き	・東日本大震災の特需もあり、引き続き順調に推移している。
		輸送業（総務担当）	取引先の様子	・地域の大手メーカーの経営統合による規模縮小により、引き続き経営環境は悪くなっている。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年度末の駆け込み需要で若干の受注増はあるものの、SOHO市場への営業活動では、例月・例年どおりで目立った景気回復感は得られない。
		金融業（自動車担当）	取引先の様子	・自動車部品メーカーの操業は完成車メーカーの新型エコカーの受注が好調であり、高水準で推移しているため、売上高は前年を上回り底を打った感が強くなっている。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・取引先の経営者へのヒアリングでは、景気回復を明言する人はいないが、ここ数か月で悪くなったとの話も聞くことはなく、一部の小売業やサービス業では売上が下げ止まっている様子がうかがえる。ただ夜の飲食等に出向く人は依然として少なく、景気回復を実感するまでには至っていない。
	やや悪くなっている	食料品製造業（総務担当）	受注価格や販売価格の動き	・客の一回の購入単価が低くなってきている。
		木材木製品製造業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・冬期という季節要因もあるが、3か月前と比べ新設住宅の着工件数が減少している。
		化学工業（経営者）	受注価格や販売価格の動き	・景気の不透明感からサプライヤーが販売価格を見直す動きがあり、製造原価上昇の要因となっている。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	受注量や販売量の動き	・3月半ばより鉄鋼業向けと各地のゴミ焼却炉向けとがともに受注に伸び悩んでいることから、生産量確保のため一部の部門で臨時休業による生産調整を実施している。
		建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・公共、民間ともに苦戦しており、不動産の動きも低調である。初めて入居者が決まらないという事案もあり、景気の状態は悪くなっている。
	悪くなっている	農林水産業（従業者）	それ以外	・3か月前と比較すると水揚げ数量は600トン、水揚げ金額も2億1,000万円の減少となっている。2月単月の水揚げ数量は前年と比べ41%増で、816トンの増加、水揚げ金額も18%増で、8,050万円の増加となっている。
その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）		受注量や販売量の動き	・販売価格低減のための海外生産が最近特に進んでおり、国内生産の状況はますます厳しくなっている。また当社では円安により海外からの部材の仕入れ値が上昇している。	
雇用関連	良くなっている	職業安定所（職員）	求人数の動き	・電気機械製造関係の企業から製造工の求人意欲が強くなるとともに、公共工事の増加により建設業の土木作業員の求人意欲が強くなっている。また、慢性的に求人意欲の高い飲食業の調理員やホール系の求人も増加している。しかしながら円高の影響で引き続き輸出関係製造業の求人意欲は低くなっている。
		求人情報誌製作会社（サイト運営担当）	周辺企業の様子	・決算期でもあり中途有料募集広告の売上が伸びている。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	求人数の動き	・地場の大手企業の採用が一段落する5月中旬～6月ごろから中小企業が採用活動をスタートさせる動きが出てきており、今は採用に向けた具体的な戦略を検討している状況であるとともに、機械・電機系を中心とした理工系の採用ニーズが高くなってきている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・1月の新規求人が3年11か月ぶりに1万5,000人台に回復している。産業別では建設業が15.8%増と16か月連続、卸小売業が25.6%増と17か月連続で上昇している。一方、製造業は4.3%減と8か月ぶりにマイナスとなっている。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・2月の新規求人数は前年同月比では17.9%増加、前月比では4.0%減少している。一方、新規求職者数は前年同月比では9.8%減少、前月比では10.3%減少している。年度変わりの時期を迎え、特にサービス業で新年度向けの臨時求人が多く、新規求人数は大幅に増加している。また新規求職者数は前年同月比では10%前後の減少を続けており、この傾向はしばらく続く見込みである。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	求人数の動き	・消費の増加に伴う人員補充の面から、サービス業のアルバイトやパートの募集が増加している。
		学校〔短期大学〕（学生支援担当）	求人数の動き	・大学生の就職先がほぼ決まった状態となっており、求人数が増えてきている。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・年度末の繁忙時期に対応するため派遣での求人依頼はあったが、一時的なものである。
		人材派遣会社（支社長）	求人数の動き	・求人数は横ばいだが、社内異動等交代での求人数が増加しており、増員による求人は増加していない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	雇用形態の様子	・昨年秋ごろから地元の中堅食品製造の事業所では、管理・事務部門の新規・補充採用の従業員を、従来の正社員から人材派遣会社からの要員に切替えて採用している。現場は従来からパートが中心だが、コスト削減策には人材派遣で対応するしかないとの経営者の声もある。
	やや悪くなっている	人材派遣会社（営業担当）	求人数の動き	・主要企業の4月の派遣求人依頼が例年以上に減少している。特に製造業では、為替が円高から円安基調に変化している好材料が、新規求人の依頼にまではまだ及んでいない。
		民間職業紹介機関（職員）	周辺企業の様子	・地場の大手企業による早期希望退職募集等のリストラ策が業界関係者に通知されたり、拡大路線を歩んでいた中小メーカーが取引先の設備投資抑制等の影響で倒産するなど、身近なところで消極的な話を耳にするようになっている。
		その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	求人数の動き	・求人は新規に進出する食品メーカーから大量求人がある一方で、大手電機メーカーのリストラに伴う事業縮小などの大量離職が数件発生し、求人全体としては前年比で減少となっている。
	悪くなっている	—	—	—

#### 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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連	良く なっている	乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・エコカー減税とエコカー補助金の効果から、前年を上回り、前々年比でも107%を見込む。
		一般小売店〔書籍〕（営業担当）	単価の動き	・季節柄、辞書のまとめ買いが多いが、前年以上に売れている。
	やや良く なっている	百貨店（営業担当）	来客数の動き	・2月に引き続き、来客数が増えている。前年の東日本大震災の影響は薄れ、景気が持ち直している。
		コンビニ（店長）	単価の動き	・客単価、買上げ点数は上昇している。
		衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・気温の上昇に伴い、春物の動きが良くなっている。東日本大震災の影響が大きかった前年と比べると好転しているが、前々年との比較では、まだまだ厳しい状況にある。
		家電量販店（営業担当）	販売量の動き	・3月中盤までは2月と同水準で推移していたが、後半以降は新入学、新社会人、転勤による需要が増えてきた。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・エコカー補助金の影響が大きい。販売量は、ハイブリッド車を中心に順調に推移している。
		乗用車販売店（役員）	販売量の動き	・2月以降は受注増と販売増が続いている。エコカー減税の継続とエコカー補助金復活により、新型ハイブリッド車の売行きに効果が表れている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・少しずつ暖かくなり、花見シーズンに入ったので、徐々に売上が上昇している。
		観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・3月の来客数は、前年比で大幅増となった。団体旅行が入ったことによるが、地元による宴会等もそれなりにあり、人の動きが多少出てきている。
		タクシー運転手	来客数の動き	・春が近づき、お遍路の仕事が少しずつ増えてきた。特に、今年ほうほう年なので、四国八十八箇所を逆に回る「逆打ち」の年であるため、前年と比較して売上は増えている。
		美容室（経営者）	来客数の動き	・卒業や入学シーズンのため、来客数が増えている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	変わらない	設計事務所（職員）	販売量の動き	・3次補正予算の執行以降、節目の年度末納期により、販売額は上昇している。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・今春、中心商店街に6年ぶりに映画館が復活した。アニメ専門館として、地域と提携してアニメ・イベントを展開する。どこにでも存在するシネマコンプレックスではないため、全国からの集客が期待できる。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・春休み、新入学シーズンとなり、親子連れによる新入生の買物特需で商店街の人は多くなっているが、売上増加にはなかなか繋がらない。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	お客様の様子	・送別用商品の注文数が若干増えたが、単価は下落しており、安い商品を沢山贈る傾向がある。
		一般小売店〔菓子〕（総務担当）	販売量の動き	・気温の上昇に伴い販売量は増加しているが、前年と比べて減少している商品もある。
		百貨店（営業担当）	それ以外	・来客数、売上高共に前年並みとなった。宝飾品、リビング用品、ブランド商品群は苦戦したが、衣料、雑貨などファッション商品は婦人、紳士共に好調に推移した。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・東日本大震災特需のあった前年と比較すると、販売量は減少している。
		スーパー（店長）	それ以外	・前年の東日本大震災により救援物資として特需のあった水、電池などの反動が出ている。日用品は、トマトや塩麴など話題性商品を中心に堅調である。
		スーパー（人事）	販売量の動き	・前年は東日本大震災の特需があったため、前年割れとなっている。
		スーパー（統括担当）	単価の動き	・3月は、東日本大震災の影響で増加した前年と比べると来客数、売上共に減少しているが、今年1～2月の流れとしては下落せず順調に推移している。
		コンビニ（総務）	来客数の動き	・来客数は2月に比べ若干良くなっているが、依然として前年割れが続いている。
		家電量販店（店長）	単価の動き	・3か月前と状況は変わらない。来客数の減少に加えて、買上点数も少なく、単価も下落している。特にテレビの単価の下落に歯止めがかからない。
		家電量販店（店員）	単価の動き	・来客数は新生活需要により増加しているものの、購入点数、単価は予想以上に低く、年末商戦と変わらない水準で推移している。
		乗用車販売店（従業員）	来客数の動き	・エコカー補助金により、販売量が増えている。
	乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・エコカー補助金効果により、新車販売の市場は前年を上回って推移している。	
	都市型ホテル（経営者）	単価の動き	・単価の下落に対応した商品を開発したことにより、薄利多売でありながらも売上は全体としてさほど変わらない。	
	通信会社（営業担当）	単価の動き	・型落ちでも廉価商品に人気が集まっている。来店客数及び販売数は前年を大幅に上回っているが、前年は東日本大震災の影響で買い控えがあったため、景気回復とまではいいがたい。	
	通信会社（企画）	お客様の様子	・予想に反して、現状を維持している。	
	美容室（経営者）	お客様の様子	・卒業シーズンで、客単価が一時的に増加したが、来客数は微減している。	
	やや悪くなっている	商店街（代表者）	販売量の動き	・年末年始と比較すると、販売量は下落している。
一般小売店〔酒〕（販売担当）		お客様の様子	・価格をみる消費者の目が厳しく、酒類専門店からドラッグストアへ客が流れている。	
スーパー（企画担当）		単価の動き	・東日本大震災後に保存食や耐久資材の特需のあった前年と比べると、大きく下落している。	
スーパー（財務担当）		販売量の動き	・東日本大震災による特需があった反動で、販売量は減少している。	
旅行代理店（支店長）		販売量の動き	・国内旅行は、大手テーマパークへの旅行が増えたことで、前年よりも若干販売は増えている。一方、海外旅行は円安基調から3か月前より徐々に販売が減少してきている。	
ゴルフ場（従業員）		来客数の動き	・前年よりも来場者数、単価共に減少している。	
競艇場（職員）		販売量の動き	・3月の売上は、3か月前比20.4%減と大幅減となり、前月比でも5.4%減となった。昨年12月以降、売上は減少傾向である。	

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	悪くなっている	一般小売店〔乾物〕(店員)	来客数の動き	・客数が非常に少ない。
		タクシー運転手	お客様の様子	・売上は、3か月前比で20%程度下落している。
企業動向関連	良くなっている	一般機械器具製造業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・円安による価格競争力の回復、及び復興需要の顕在化により受注、販売共に好調である。
	やや良くなっている	繊維工業(経営者)	受注量や販売量の動き	・全国的に小売店は上向き傾向にある。特にタオルは高額品の受注が多く、客単価が上昇している。
		パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・年明けごろより引き合い件数、受注量が増加してきている。また、清掃事業関連も同様に増加してきている。
		不動産業(経営者)	取引先の様子	・同業者から、広告を打った場合に、以前に比べて反響がやや良くなっているとの話を聞く。
	変わらない	農林水産業(総務担当)	受注価格や販売価格の動き	・末端売価が高く、引き合いは強くない。出荷の増量で売価が下がれば需要は高まる。
		電気機械器具製造業(経理担当)	受注量や販売量の動き	・輸出台数が若干上向いている。
		建設業(経営者)	受注量や販売量の動き	・受注量はまだまだ不足している。
		輸送業(経営者)	受注価格や販売価格の動き	・原油価格の高騰や、原子力発電所の停止など取り巻く環境は厳しいが、株価が1万円台に回復したことにより、雰囲気は良いと感じる。
		輸送業(支店長)	取引先の様子	・荷主の販売数量減少による生産調整やコストダウン要請に加えて、原油高でコストも上昇している。
		金融業(融資担当)	取引先の様子	・東日本大震災の影響は聞かれなくなったが、高知の観光業界は坂本龍馬効果が薄れ、旅行客は減少傾向にある。
		広告代理店(経営者)	受注量や販売量の動き	・3月は比較的販促予算が多い月であり、前年よりチラシ折込部門・県外得意先の受注は増えたが、地元得意先の多くは従来通り低調であった。
		公認会計士	取引先の様子	・決算や月次の試算表等をみると、概ね前年並みの企業が約75%あり、景気は横ばい状態である。
	やや悪くなっている	電気機械器具製造業(経営者)	受注量や販売量の動き	・年度末でも引き合いが無く、残存工事のみで、大変厳しい。特に再生可能エネルギーの固定価格買取制度関連では価格が決まらないため発注が無く、手持ち無沙汰である。
悪くなっている	建設業(総務担当)	受注価格や販売価格の動き	・久々に大型公共工事の入札に参加した。予定価格を下回る価格で入札したが、それ以上に低価での入札があり、落札は見込めない。	
雇用関連	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	人材派遣会社(営業)	求人数の動き	・年度末は、新規雇用のニーズが高まっている。また、緊急雇用対策事業による求人数も高まっている。
		求人情報誌(営業)	求人数の動き	・求人倍率が改善しつつあることに加えて、中途求人も増えている。ただ、正社員よりもパート求人の割合が多く、一概に良くなっているとはいえない。
		学校〔大学〕(就職担当)	求人数の動き	・平成24年度の学生向けの求人募集が例年より2か月遅れのスタートであったにもかかわらず、求人件数は前年同時期と同程度の数がある。
	変わらない	職業安定所(職員)	求人数の動き	・新規求人の半数は非正規雇用で占めており、求職者の望む正規雇用の求人は競争が激しくなっている。
	やや悪くなっている	人材派遣会社(営業担当)	求人数の動き	・新入社員採用や人事異動などの調整により、求人数が抑制されている。
		新聞社〔求人広告〕(担当者)	周辺企業の様子	・エコカー減税にエコカー補助金など、今が攻め時のカーディーラーの動向が思ったほどではなく、絞り気味である。建設業界は利益の出る仕事はほとんどない様子である。今後、社会保険料の会社負担が増えるなら、まだ廃業したほうが良いとの声まで聞く。
		職業安定所(職員)	求人数の動き	・当職業安定所における新規求人倍率、有効求人倍率が、前年12月をピークに下降線を描いている。特に、2月の新規求人倍率は、前年12月に比べ、0.5ポイント程度下落している。
		職業安定所(職員)	それ以外	・2月の有効求人倍率は0.75倍と、3か月前より0.02ポイント下回った。
		民間職業紹介機関(所長)	周辺企業の様子	・組織内で事業再編に取り組むところが増えており、不採算部門を廃止したり事業を縮小する企業が目立つ。好調な部門へ資金を傾注しようとする方針のためとみられる。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	悪く なっている	—	—	—

## 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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連	良く なっている	旅行代理店（企画）	来客数の動き	・客の様子をみると、寒さが和らぎ桜の開花宣言も出たことで、旅行に対する支出意欲が高まっている。
	やや良く なっている	一般小売店〔精肉〕（店員）	販売量の動き	・今月は多量の受注があり、好調であった。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・東日本大震災の影響で今年3月の売上の前年比が良いのは当然のことであるが、紳士の重衣料、高額商品の動きが良い。購買を我慢していた富裕層が、以前よりは積極的に購買し始めている。
		百貨店（総務担当）	販売量の動き	・東日本大震災や駅ビル開業の影響があった前年を実質的に越える状況となっている。
		百貨店（営業担当）	単価の動き	東日本大震災と九州新幹線前線開業から1年が経過し、買物をする客が増えてきた。また、観光客の増加や婦人雑貨の新ブランドの導入、既存ブランドの拡大、店頭のリニューアルにより、平日、土、日祝いずれも来客数が増加している。近隣通り会と一体となった集客策が功を奏し、街ににぎわいがみられる。
		コンビニ（店長）	来客数の動き	・卒業式シーズンや春休みの影響で、客が多くなっている。
		衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・創立100周年の記念行事のおかげで、順調に推移している。
		衣料品専門店（チーフ）	それ以外	・3月初旬来客数が依然減少する見込みであったが、月末を迎えるにつれ、3月の前半に来なかった客の来店があり、後半の売上がかなり伸びている。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・エコカー減税、補助金の効果で受注が伸びている。
		乗用車販売店（総務担当）	販売量の動き	・今月は例年販売が増える月である。3か月前と比べ新車、サービス共に増収となっている。特に今年は新車販売が新型車効果とエコカー減税、補助金のダブル効果で大幅な増収となっている。
		自動車備品販売店（従業員）	お客様の様子	・新車販売動向が良くなっている。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	来客数の動き	・最近暖かくなってきたせい、ここ数日間、客の入りがかかなり増えつつある。
		その他専門店〔書籍〕（地区支配人）	販売量の動き	・販売量は前年を数%程度上回って推移している。決して上昇基調にあるわけではないが、通減傾向から横ばいになりつつある。また販売力のある書籍が供給されており、売上の増加をあと押ししている。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	販売量の動き	・昨年の3月は売上が大幅に減少していたが、東日本大震災の復興及び九州新幹線全線開業の影響で、今年は前年を20%を超えるほどに回復している。
		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）	来客数の動き	・前年と比較すると、来客数、売上共に増加している。2、3か月前と比較しても上昇基調になっている。
		その他飲食〔居酒屋〕（店長）	来客数の動き	・当地は九州新幹線全線開通によって、県外客が著しく増えており、びっくりするほどにぎわっている。ただ、消費者の財布のひもは固い。
		観光旅館組合（職員）	来客数の動き	・東日本大震災から1年が過ぎ、海外からの客が多くなっている。
		都市型ホテル（副支配人）	販売量の動き	・特別大きな団体があるわけではないが、九州新幹線あるいは駅ビル開業1周年等を含め、当地に客が増えている。
		旅行代理店（従業員）	販売量の動き	・3月に入り取扱量が増えている。3月後半は、東日本大震災があった前年の反動で大幅に伸びている。
		通信会社（総務局）	販売量の動き	・キャンペーンを1か月前倒しで始め、入学や就職の時期ということもあり、景気は良くなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		通信会社（業務担当）	販売量の動き	・3月も2月に引き続き、卒業シーズンで年間でも最大の需要期である。今年は特にスマートフォンの人気ピークに達し、販売台数が伸びるとともに、アクセサリやSDカード等の関連商品の売上も好調を維持している。
		美容室（店長）	お客様の様子	・旅行に行く予定があるという客が多くなっている。
		住宅販売会社（代表）	お客様の様子	・暖かくなってきて、客の動きがかなり出ており、問い合わせも多くなっている。新築に関しては、消費税の増税があるので、それを見越して受注依頼が多くなっている。
	変わらない	商店街（代表者）	お客様の様子	・例年3月になって気温が上がれば客の動きが良くなり、それに伴い洋服等が売れる。ただし、今年は3月になっても気温が上がらず、客は極端に買い控えをしている。
		商店街（代表者）	お客様の様子	・商店街の来客数がかなり減っており、客単価も下がっている。客の財布のひもは非常に固い状況である。
		商店街（代表者）	販売量の動き	・3月になって天候も大分回復し、過ごしやすくなったが、来客数や売上は伸び悩んだ。
		商店街（代表者）	それ以外	・景気が良くなる材料がない。消費税増税法案が上がっており、景気が良くなるはずがない。
		商店街（代表者）	来客数の動き	・好天の週末は来客数が増加しているが、平日の来街者が減少傾向にあり、景気は相変わらず低迷している。
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・来客数はやや苦戦しているが、前年の東日本大震災以降の客の買い回りの状況は転勤、異動等の典礼ギフト等で堅調な動きをみせており、やや回復基調か先月と変わらない状況である。
		百貨店（売場担当）	競争相手の様子	・3か月前の12月の競合店3店の売上はそれぞれ前年比8%増、同5%増、同12%増であったが、今月は前年比4%増、同4%増、同9%増と前年実績は超えているものの、12月と比べると悪い。しかし、状況的には悪くはなく、競合店の閉店と東日本大震災の影響で落ち込んだ前年の反動で良くなっている。特に婦人用品が前年比20%増と伸びている。食料品については前年比横ばいであったが、身の回り品は同12%増となり身の回り品や衣料品関係が売上の増加を牽引している。ただし、紳士服については横ばいであった。
		百貨店（営業統括）	来客数の動き	・来客数の減少幅が3か月前と大きくは変わらない。また、客単価も上がっていない。
		百貨店（営業政策担当）	競争相手の様子	・東日本大震災から1年が経過し、弊社でも当月の短期間業績はプラスに転じている。しかし九州全体では、長く前年実績を上回ってきた百貨店において、マイナスに転じたところもあり、足元の景気が回復しているとは言えない。
		百貨店（企画）	販売量の動き	・寒さの影響で動きが鈍かった春物衣料がやっと動き出した。ただし、前年比でみた場合は、前年の東日本大震災の影響があったり、催事の有無等で判断は難しいが、想定したほどの売上は確保できていない。
		百貨店（業務担当）	お客様の様子	・3月と言えば衣替えによる春物需要により支えられるが、今年は気温がなかなか上がらず、春物衣料の動きが遅れている。ただし、時期的に必要な物の動きは堅調である。
		スーパー（店長）	販売量の動き	・3月に入っても例年より気温がかなり低く、春物商材、特に衣料等の販売量の動きが前年に比べて大変悪い。また、ここ2、3か月と比較しても衣料品全体の動きが良くない。食品については青果物特に野菜の価格が高止まりとなっており、客単価が多少高いため、全体的には安定した状況にある。
		スーパー（店長）	来客数の動き	・競合店の状況もあるが、来客数が全然伸びない。
		スーパー（総務担当）	単価の動き	・来客数は前年を若干上回っているが、前年の震災後の買い置き需要の反動で客単価は前年を下回っている。
		スーパー（経理担当）	販売量の動き	・1年前の自粛ムードや品不足から正常な営業に戻っているが、競合店の出店が多く、競争が激化しており、厳しい状況となっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		スーパー（業務担当）	お客様の様子	・年度末を迎え、家具や家電製品などの新生活需要に若干の動きはあるが、例年に比べて来客数は少なく、高単価商品の動きは低迷している。生活必需品の需要期なのに、節約、儉約志向が強く大型商材が動かない。
		スーパー（売場担当）	お客様の様子	・毎月お客様の動きが変わらない。気温が上がり、行楽関係の商材の動きは良くなっている。
		コンビニ（エリア担当・店長）	販売量の動き	・移転オープンから1年が過ぎ、少しは客の認知度が高まったが、プラス1品の買物が伸び悩んでいる。
		衣料品専門店（店員）	販売量の動き	・セレモニー用のスーツの売上が減少している。気候のせい、スプリングコートが少なかった。前年割れのペースでここ数カ月推移している。
		衣料品専門店（取締役）	お客様の様子	・3月前半は寒い日が続いたり、風が強い日が続いたりという傾向が定着しているため、3か月前も今もあまり変わらない。ただ、3月後半の景気は良くなり、明るい感じにはなっている。
		衣料品専門店（総務担当）	お客様の様子	・ある時は非常に簡単に高額品を買う客がおり、またある時は中級品に対して慎重な購買態度を取る客もいる。景気判断が難しい局面にある。
		家電量販店（総務担当）	販売量の動き	・商戦の盛り上がりがなく、家電業界全体の冷え込みを切実に感じる。
		住関連専門店（経営者）	単価の動き	・3月に順調だった学習機の動きが、今期は早めに止まった。毎月のキャンペーンは3月は順調だったが、店全体としては売上が減少している。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	お客様の様子	・燃料油の小売価格は、数か月前と比較すると上昇しており、客の節約志向がうかがえる。
		高級レストラン（支配人）	来客数の動き	・来客数に変化がない。
		高級レストラン（従業員）	来客数の動き	・来客数は多いが、売上は伸び悩んでいる。
		一般レストラン（経営者）	販売量の動き	・今月は歓送迎会等が入るため、12月と似たような動きがある。前年の年末は、東日本大震災後の落ち込みがあったが、3月はまた伸び悩んでいる。
		一般レストラン（スタッフ）	お客様の様子	・学校の卒業式があり、若い客は多いが、一般客は伸び悩んでいる。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・来客数は月末に若干取り戻したが、それまでの状況がひどく、厳しい状況となっている。
		観光型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・前年は東日本大震災の影響でキャンセルが相次いだが、今年はその反動で、予算、来客数共に大幅に伸張している。
		タクシー運転手	お客様の様子	・3月上旬は昼、夜ともに動きが良くなってきたが、半ばを過ぎると昼の利用が激減し、宿泊でも団体でも夜の送迎も少しずつ減り、タクシー利用がすごく落ち込んでいる。
		タクシー運転手	来客数の動き	・今月は3か月前に比べると横ばいの状況である。
		タクシー運転手	来客数の動き	・日中の繁華街は客の動きが大変悪い。また歓送迎会のシーズンであるが、例年になく繁華街の客が少なく、思うように売上が伸びない。
		タクシー運転手	お客様の様子	・3か月前と比べて、人の流れは変わらない。
		通信会社（管理担当）	それ以外	・資金繰りが厳しい状態が続いている。
		通信会社（営業担当）	それ以外	・現在、消費税増税問題や日経平均株価、あるいは為替レート等良い話がないなか、景気はなかなか上向きにならない。
		通信会社（企画担当）	販売量の動き	・競合事業者の新サービスが投入されたが、販売量に大きな変化はみられない。
		テーマパーク（職員）	来客数の動き	・3月は謝恩会や卒業式等の利用はあったが、宿泊やゴルフ、各種スポーツなど全体でみると、ここ数か月の状況に変化はない。
		ゴルフ場（従業員）	来客数の動き	・今月は今年に入って好調な月であった。計画的な旅行でゴルフに来る客や直前のインターネット予約客が増えている。また、直接予約してきたインバウンド客なども増え、当初の予約数より増えている。



分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明	
企業 動向 関連		美容室（経営者）	販売量の動き	・景気がどんどん良くならないといけない時期であるが、今一つ上がっていない。国会において、景気回復の計画がなされていないためである。消費税が増税されれば、景気はますます悪くなる。消費税を上げる前にやるのがいっぱいある。それを先にして国民の気持ちを考えなければ、景気は向上しない。	
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	来客数の動き	・3月は例年大幅な客の増加が見込まれるが、医療報酬及び介護報酬改定の影響で利用控えの傾向が強まっており、客の増加幅が小さい。	
		住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・不動産の宅建業仲介は、前月と比べて土地の問い合わせ件数、制約等に変化はあまりない。	
	やや悪く なっている	一般小売店〔青果〕（店長）	お客様の様子	・当地は2、3月に特産品の日向夏という果物があり、例年それを県外に発送するが、前年の猛暑の影響もあって全体の生産量は前年より少ない。それでも前年並みの値段は出ない。消費者は買い控えの傾向があり、横並びで果物、野菜も同じような傾向となっている。	
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	来客数の動き	・天気が悪く、入荷量が少ない。魚価が高いことも要因としてあるが、売上は鈍っている。	
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	来客数の動き	・客単価は低く、まだ寒さも残っているため来客数も少ない。不景気からか空き店舗がかなり増え、客足が遠退いている様に感じられる。	
		百貨店（営業担当）	お客様の様子	・株価が回復しており、高額品の動きが極めて良くなっている。それに比べてそうではないところの層の買上はまだまだ厳しい状況である。高級既製服を中心とした春物ファッションの動きが良く、年代的には50代以上の客層がかなり回復してきている。	
		スーパー（店長）	販売量の動き	・前年は東日本大震災もあり、旅行等のキャンセルでかなり売上が落ちた。今年に入って、その分が大幅な伸びとなり、売上が上がっている。ただし、食品に関しては非常に厳しい状況が続いている。	
		スーパー（店長）	お客様の様子	・東日本大震災後の需要増による前年の反動減もあったが、競合店の出店により、更に厳しい状況が続いている。特に単価は落ちてないが、買上点数がかなり落ち込んでいる状況である。	
		スーパー（店長）	それ以外	・生鮮食品の価格は相場高で売上は良いが、前年に東日本大震災の影響で特需があった一般食品や加工食品、飲料、乾電池で反動減となっている。	
		スーパー（店長）	単価の動き	・競合店舗の増加で単価が低下している。加えて客の低価格志向は以前に比べると顕著となっている。	
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・今月は寒暖の差が激しく、春先の売行き商品である飲料の売上が大幅に減っている。また、春休みに入った途端前年比10%減となっており、厳しい状況である。	
		コンビニ（販売促進担当）	販売量の動き	・今月の実績は前年比0.2%増となっている。パンの販売動向は前年比10%の減少となった。	
		家電量販店（店員）	販売量の動き	・家電については、前年、テレビの駆け込み需要があった月でもあり、現状は非常に悪い。3か月前も悪かったが、今月も悪く、景気は上向かない。	
		高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・忘年会と比べると歓送迎会は、今一つ予約が入らなかった。大きい団体がもう1つ、2つ入れば店としての景気は良くなっていたが、それがなかったのも景気は悪い。	
		ゴルフ場（支配人）	来客数の動き	・本来3月は寒さも緩み、春に向けて客足も上向くが、今年の3月は半数以上が雨であり、来客数が伸びない。	
		音楽教室（管理担当）	来客数の動き	・無料の体験レッスンには客は来るが、お金を払うレッスンへの継続にはつながらない。	
		悪く なっている	衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・依然として気温が低い状態が続き、来街者がほとんどない。
			衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・ここ2、3か月、来店する客が非常に少ない。景気が悪く、来客数が少なくなっている。この落ち込みは今まで経験したことがない。
良く なっている	新聞社（広告）（担当者）	受注量や販売量の動き	・化粧品や食品関連の広告出稿が好調であり、前年比2倍以上の伸びである。この2業種が牽引する形で全体でもプラスとなっている。前年は東日本大震災の影響があったが、一昨年と比較しても若干程度上回っている。		

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
やや良く なっている		繊維工業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・先月まで閑散期にほどうなるか心配していたが、2か月先まで仕事がある。東日本大震災の影響で全く仕事の受注がないことも考えられたため、珍しい現象である。
		家具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・オフィス家具やコンタクト家具共に久しぶりに忙しさが戻ってきた。民間商業施設の出店が相次いだため、木工所もキャバをオーバーする事態となった。特に3月度は大型の物件が多くなり、職人が不足している。オフィス家具も前年比20～40%程度伸びた。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注関係は以前よりも大分良くなっているが、円安であり、原油価格の高騰でガスの原料が大分高騰しており、景況感に変動はない。
		電気機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・受注量が急激に拡大している。景況感の良い方向に向かっており、仕事をこなすのに苦慮するような状態である。
		通信業（経理担当）	それ以外	・株価の動きが上昇傾向にある。
		金融業（営業担当）	取引先の様子	・リーマンショック以降マンション等の完成在庫が減少したため、市内を中心に大手銀行が箱もの融資に対して積極的な姿勢を継続している。ゼネコンやその中小の下請け企業は受注量が増加している。また年度末でもあり、繁忙を極めている様子である。
		金融業（調査担当）	取引先の様子	・期末という特殊要因もあるが、資金需要や資金の動きが多少多くなっている。
		経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・受注量や見込案件数が増えており、企業の投資意欲は衰えていない。
変わらない		農林水産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3月は年度末ということもあり、前月と比べると上向いている。加工メーカーは原料肉の供給が少なく、引き合いは相変わらず強い。ただし、量販店や居酒屋は前年に比べて動きが少し弱い。
		食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・例年であれば、この時期は仕事量が減るが、今年は今のところ安定的に受注がある。
		一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・東日本の復興需要や円安など景気回復の条件はあるが、電機業界は大企業の落ち込みも激しく、景気の上昇機運は感じられない。
		精密機械器具製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・依然として受注量は変わらず厳しい状況が続いている。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・生産量が横ばい傾向である。
		輸送業（従業員）	受注量や販売量の動き	・今月は決算期にもかかわらず、物の荷動きが悪く、特に雑貨や紙、鉄等の動きが非常に悪かった。飲料関係はそこそこ動きがあった。
		輸送業（総務）	受注量や販売量の動き	・2月は例年のことであるが、落ち込みが大きい。特に今年は厳しい。
		金融業（得意先担当）	取引先の様子	・取引先の状況を見ると、金融円滑化法のもとで耐え忍んでいる企業もあれば、条件変更もせず企業努力により事業を行っている企業も多くある。競争原理の社会のなかで一生懸命頑張っている企業がなかなか報われないといった状況下にあるのが実情である。現状そういったこともあり、前向きな資金対応がない。
		金融業（営業）	取引先の様子	・取引先の様子を見ると、製造業でも造っているものにより業況が大きく違う。自動車部品などは回復傾向にあり、生産は順調である。一方、電機関連は海外移転を進めており、下請けメーカーでは雇用調整助成金を申請して休業する企業もみられる。
		経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・前年から仕事量が増えていない。そして仕事の内容は新しい仕事よりも守り姿勢の仕事のほうが多い。
		経営コンサルタント（代表取締役）	受注量や販売量の動き	・3か月前と今月は横ばいで、目立った変化はない。
		やや悪く なっている		その他サービス業〔物品リース〕（役員）
一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き			・定期的に受注していた半導体関連の加工部品が半減している。また自動車関連の機械部品加工も少なくなっている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
		建設業（社員）	競争相手の様子	・東日本大震災の影響がまだあるのか、官公庁からの繰越工事が発注されていない。民間工事が微増しているが、業者を潤すほどの工事量は見込めない。下請け受注に向けて見積単価の低下が心配される。
		輸送業（総務担当）	取引先の様子	・例年お預かりしている荷物は年度末は少し動きが良くなるが、今年は全然違っており荷動きは良くならない。
	悪くなっている	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・食肉関係は3月に入れば、ある程度景気は良くなるが、非常に寒く天候が悪いので、厳しい状況である。
		経営コンサルタント（社員） その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	取引先の様子 競争相手の様子	・消費者のアルコール離れで消費が減少したため、酒卸問屋、小売店が倒産している。 ・東日本大震災復興のための事業で、全国的に営業所がある企業は調査や設計の人員を東北に派遣し、臨時の事務所を設けて仕事を受注し、景気が良くなっている。しかし県内だけに営業所のある中小企業はその対応ができない。さらに、県内の建設需要は低迷しており、厳しい状況である。
雇用 関連	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・単発、短期ではあるが、新規雇用分での注文が多くなっている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・アジアの玄関口として中国や韓国の観光客の増加が鍵となる。春休みに入り、九州新幹線全線開業の効果などに伴い九州内で観光客が増えている。また、韓国や中国への飛行機の定期便も良い効果がある。
		職業安定所（所長）	求人数の動き	・3月の新規求職者数は2月に比べ3%程度の増加となる。また求人数も依然として前年より増加傾向を続けており、3月は先月に比べ5%程度の増加となる。求職者数は減少傾向で、求人数は増加傾向が続き、景気は回復基調にある。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は前年比9.7%増となっており、19か月連続でプラスに推移している。このため、企業間で業況に差があるものの、改善傾向で推移している。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数は4か月連続の増加となり、新規求職者数は5か月連続で減少している。有効求人倍率は2か月連続で0.7倍台となった。雇用情勢に若干の改善の兆しが見受けられる。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	求人数の動き	・多くの業界で採用の話が出ており、景気は上向きの状況となっている。西日本の支店や本社の一部が移転してきており、そこでの採用も増えている。
	変わらない	求人情報誌製作会社（編集者）	求職者数の動き	・求人をしてもらっても応募者が少なく、採用が難しくなっている。売り手市場になっている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・大都市圏からの求人数が回復傾向にある。ただし、地元まで波及するかは不透明である。
		職業安定所（職員）	求人数の動き	・新規求人数や新規求人倍率が依然として堅調な動きを示している。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	採用者数の動き	・採用予定数に満たないまま選考活動を終了している企業が見受けられる。また、一時的に増加していた求人数も最終的には前年を若干上回った程度にとどまった。
	やや悪くなっている	人材派遣会社（社員）	それ以外	・入札案件の最低価格が例年より低くなっている。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・求人数が減り、求職者数が増えている。
		人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・メーカーが生産拠点を撤退する動きが早く、100名以上の退職が見込まれる企業が続出している。このままでは、日本で生産するものは1次産業しか残らない。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・3～4月においては派遣求人数が多くなる時期であるが、事業所の閉鎖や派遣社員対応ポストをアルバイトやパートへ変更する企業が出ている。
		民間職業紹介機関（社員）	求人数の動き	・単発や短期の人材需要が一段落し、4月からの新需要に期待しているが、前年並みかそれ以下程度の依頼しかない。派遣から新たな人材需要の掘り起こし活動中である。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	悪くなっている	民間職業紹介機関（支店長）	求人数の動き	・求人数が前年実績を下回っている。契約満了後の更新や追加、新規の注文数がいずれも前年比マイナスである。

### 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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向 関連	良くなっている	百貨店（営業企画）	販売量の動き	・前年の4月からの改装効果に加え、本年3月は一部のフロアをファッション雑貨中心に改装を行い、店舗合計では前年比115%の進捗状況となっている。ギフト需要の高い3月に、ハンカチギフトやお菓子ギフトに加え、雑貨が加わることにより伸長している。前年の東日本大震災後の自粛ムードから一転して、商品量の動きは良くなっている。
	やや良くなっている	観光型ホテル（マーケティング担当）	販売量の動き	・今月の稼働率が、3か月前と比べ前年比で上回っている。ただし、前年は東日本大震災の影響を受け大きく落ち込んだことが大きい。
		その他のサービス〔レンタカー〕（営業担当）	来客数の動き	・車両貸出状況は、東日本大震災の影響でキャンセルが相次いだ前年と比較できないが、前々年並みに推移してきており、東日本大震災前の水準に戻ってきたといえる。
		住宅販売会社（総務・企画分野）	お客様の様子	・客が真剣に検討している様子が感じられる。競合他社との比較を行っており、他社との競争も激しくなっている。ただし客が、住宅建設をより具体的に考えて行動していると考え、住宅販売の状況としては、良くなっていると感じる。
	変わらない	スーパー（販売企画担当）	販売量の動き	・前年は東日本大震災により乾電池やガスボンベなどの家庭雑貨の需要が多かったが、今年は大変厳しい。また、原因がはっきりしないが水産、精肉も厳しい状況である。ワインやチューハイなどが増えているが、全体の販売量は前年に比べ減少している。
			お客様の様子	・近くの会社等で人事異動があり、忙しく出入りをしている。買物に割く時間があまり無いようである。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数前年比が110%のまま、安定して推移している。
		コンビニ（エリア担当）	販売量の動き	・食品類と菓子類が大きく前年割れしている。なかでも主力のラーメンやガム系の売行きが不振である。ヒット商品がなく、業界自体が不振とはいえ、直結する原因が分からない。
		その他専門店〔楽器〕（経営者）	販売量の動き	・3月は観光客等が増えた感じはする。しかし、財布のひもは固く、消耗品や価格の安い物が出るが高額商品は厳しい状況である。外国人、主に中国人観光客が増えている。いずれ、商品の説明のため中国語でパンフレットを作成しなければならない。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	販売量の動き	・依然として、前年比を下回っている状況には変わりはないが、落ち幅自体は3か月前とさほど変わりなく、景気が良くなっているとも、悪くなっているとも言えない。
通信会社（サービス担当）		お客様の様子	・様々な商品が発売されユーザーの目を引くも、売れなくなる商品もあり、プラスマイナスでゼロである。	
ゴルフ場（経営者）		来客数の動き	・実質的には利用人数は若干減少しているが、客単価上昇を図っていたため、売上はわずかながら増加している。	
住宅販売会社（代表取締役）		お客様の様子	・景気不透明感から建築予算を抑える傾向にある。また建築相談においても建築会社数社との競合見積が増えており、利益額が低下気味である。	
やや悪くなっている	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	来客数の動き	・3月は売上の上がる月ではあるが、週末を除いて地元客の歓送迎会の予約が例年の7割ぐらいに減っている。中国語、英語のメニューを追加してから、外国人観光客が少しずつ増えてはきている。	
悪くなっている	－	－	－	
企業動向 関連	良くなっている	－	－	－
	やや良くなっている	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・3か月前に比べて、新築、リフォーム共に受注件数、金額が大幅に増加している。
		通信業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注額の良い案件も出て来ている。

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・公共工事向け及び民間工事向けは、共に前月比で増加している。公共は学校改築が主で、民間は個人住宅、賃貸アパートが主である。
		輸送業（代表者）	受注量や販売量の動き	・天候不良で遅れていた需要も出てきているが、全体的に活況感が弱い。
		会計事務所（所長）	受注量や販売量の動き	・観光面では、入域数は東日本大震災前に戻っているようだが、沖縄での消費活動は、入域数からみてもまだ十分でないと感じる。
	やや悪くなっている	コピーサービス業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・年度末は業界的には相当忙しいはずであるが、今年は、前年に比べると忙しくはない気がする。
	悪くなっている	—	—	—
雇用関連	良くなっている	—	—	—
	やや良くなっている	人材派遣会社（総務担当）	求人数の動き	・長期案件の受注件数は、徐々に増加しており、また短期案件も年度末を越える案件が増えてきている。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	求人数の動き	・前月の求人の動きが今月にずれ込んでくると見込んでいる。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・前年後半から少しずつ新規依頼が増え続けており、その状況は現在もあまり変わらない。特に医療関係の依頼が多い状況である。
	やや悪くなっている	—	—	—
	悪くなっている	—	—	—