

・景気の先行きに対する判断理由

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

1. 北海道（地域別調査機関：（株）北海道二十一世紀総合研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	一般小売店〔土産〕 （経営者）	・目の前の不安な事項として、原油の値上がりなどがどこまで続くのかということ話す人が多い。一方で、復興景気に対する期待がある。政権が変わることになれば、今のムードより悪くなることはない。また、放射能問題が収まれば外国からの観光客も戻る。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕 （従業員）	・観光最盛期にともない、輸送量の増加が期待できる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・暖かい季節に向かうことになるため、商店街のイベントが増えることで、人の動きが活発になる。
		商店街（代表者）	・道内からの近隣温泉街等に対する集客は増加傾向にあるため、中心部ホテルを利用する客も2次的な効果として増加すると見込まれる。また、外国人観光客も2月末以降わずかながら増加傾向にあり、ホテルや交通機関、お土産等の売上アップが期待できる。
		商店街（代表者）	・4月は悪かったが、5～8月にかけては、航空機の機材大型化など、明るい話も多いことから、来客数は増加するとみられる。期待を込めて良くなるとみている。
		百貨店（販売促進担当）	・旭川空港発着便の機材の大型化のほか、6月1日以降の旭川平和通買物公園40周年事業による観光客増加の効果が期待している。
		スーパー（店長）	・東日本大震災後の需要がひとまず終わり、これからは自分たちの物を買うようになるとみられる。
		衣料品専門店（店長）	・前年の東日本大震災後と比べて、客の消費が上向いている。気温の影響から来客数は伸び悩んだが、今後の実需に応じて消費が上向くことを期待している。
		乗用車販売店（営業担当）	・エコカー減税やエコカー補助金による特需への期待も含めて、販売量の増加が見込まれる。
		観光型ホテル（経営者）	・旅行会社の先行予約状況が若干回復しており、航空機の供給座席数も増えていることから、夏場にかけて若干の回復が予想される。
		観光型ホテル（スタッフ）	・国内旅行、イベント、大会等の需要が堅調に推移している。近隣アジアからの観光目的の動員は不振だが、トータルでは好況を呈しているため、今後についてもやや良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・海外旅行の見通しは若干の増減はあるものの、夏場はまずまずの滑り出しを見せている。国内旅行も4月が前年比で実質20%アップくらいでスタートしており、当面堅調に推移する。
		旅行代理店（従業員）	・先行受注状況を見ると、国内旅行は5月が前年比116.0%、6月が前年比135.6%となっている。海外旅行は5月が前年比115.3%、6月が前年比116.3%となっている。前年は国内旅行が不振だったため、例年に比べ6月への期待が持てる。
		旅行代理店（従業員）	・北海道からのアウトバウンドは関東のテーマパーク需要が戻ってきていることもあり、拡大傾向が継続する。一方、北海道へのインバウンドは女満別空港や釧路空港などの航空座席供給量が前年比で増加しているため、今後の伸びを期待している。
		タクシー運転手	・これから観光シーズンに入り、タクシー利用客も増えてくると考えられるため、2～3か月先はやや良くなる。
		通信会社（社員）	・必要な物に対しては、前向きにお金を使いたいという客の意識が感じられるため、これから新生活が始まり、落ち着きを見せ始める時期には明るい展望が見えるようになる。
観光名所（従業員）	・今月4月は天候が不順だったこともあり、観光客の利用が停滞したため、東日本大震災からの回復基調が鈍化している感がある。ただし、この先、6月から7月にかけては地元で大きな催事が続くなど、道内外からの来客が見込めるため、地域への波及効果が期待できる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光名所（職員）	・ガソリン高騰の影響もあり、道内や市内からの来場者の増加が期待できる。また、東南アジアからの来場者も期待できることから前々年並みの水準で推移することが期待できる。
		美容室（経営者）	・食事、旅行、買物、コンサートなどの話題が以前より多くなっており、今後消費意欲が活発になる雰囲気を感じられる。
	変わらない	商店街（代表者）	・今年は夏のバーゲンのスタートが遅れると聞いているため、客の買い控えが起きることが懸念される。
		商店街（代表者）	・景気が右肩上がりにならないことに加えて、そうかといってこのままでいくという見通しも立たないため、景気としてはあまり良くないと考えている。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・ここ2～3か月の売上の推移をみると、月単位というよりも週単位で状況がころころと変わっている。良かったかと思うと急に売上が悪くなったり、逆に悪かったと感じると急に盛り返してきたり、非常につかみづらい状況にある。そのため、今後も似たような状況が続く。
		百貨店（売場主任）	・今後の夏の気温の動向が発表されたが、平年よりも気温が高いため、初夏にかけて夏物の商材の動きが活発になることを期待している。ゴールデンウィーク期間中は道央圏と当地を結ぶ高速道路が完全開通した関係もあり、流出、流入も含めて来店促進をかけていきたいと考えている。
		百貨店（売場主任）	・買上客数が2月は前年比96.6%、3月が前年比97.5%、4月が前年比90%台前半と前年割れが続いている。今月に入り、気温も上がり、天候要因によるマイナスはなくなったが、回復傾向がみられないため、今後も変わらないまま推移する。
		百貨店（販売促進担当）	・震災復興や消費税の増税問題など、問題が山積みの状態が続いているため、今後も消費拡大のマインドがなかなか起きてこないとみられる。
		百貨店（役員）	・今後も大きな変化はないとみられる。
		スーパー（店長）	・以前までは誕生祭のような大きな売出しがあった月は、平月と比べて売上が突出して良かったが、最近はどうな企画を打ち出しても一過性の効果しかなく、終日、客でにぎわうことがなくなってきている。
		スーパー（店長）	・一気に気温が上昇したことで、今後に向けて夏型商材の動きが活発化する。また、来客数については、6月で高速道路の無料化社会実験終了から1年が経過することで、それ以降への期待が持てる。
		スーパー（企画担当）	・入学、入社等の家庭内でのお祝いを始めとする特別な行事に際しては、高単価商品を購入する傾向があるが、普段の食材は低価格の商品が動きの中心であり、この傾向はこのところ変わらないため、今後も同様の状況が続く。
		衣料品専門店（店長）	・来店する客と話しても、なかなか良い返事がもらえない状況にあるため、今後も変わらないまま推移する。
		衣料品専門店（店長）	・クールビズが加速し、高単価商品の動きが鈍ることが見込まれる。
		衣料品専門店（店員）	・夏物衣料は商品単価及び客単価が下がることになる。
		家電量販店（経営者）	・売上の半分以上のウエイトを占めていたテレビの売上が急速にダウンしており、今後に向けて回復する要素がみられない。このため、オリンピック需要にもあまり期待できない。
		家電量販店（店員）	・早い時期からエアコンなどが動いてくれば活気が出るが、5月の天候次第の面がある。
		家電量販店（地区統括部長）	・4月が予想以上の落ち込みであったため、2～3か月先の景気も楽観視できず、厳しい需要が続く。
		高級レストラン（経営者）	・景気が良くなる材料が見当たらない。
		旅行代理店（従業員）	・上期実績が前年比97.8%となっているなど、客の動きが停滞気味であることから、今後も変わらないまま推移する。
		タクシー運転手	・4月のタクシー利用実績から判断して、5月以降も東日本大震災で落ち込んだ前年よりは良くなるとみられるが、売上は前年比で若干のプラス程度で推移する。
		タクシー運転手	・この先の経済動向が不透明で先が見通せないなかで、原油価格の動向なども、まだまだ落ち着きを取り戻していない状況であるため、これから先においても今の状態から大きく変わることはない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		タクシー運転手	・景気が良くなる要素が思い当たらない。ただし、注文数が前年比で若干の減少となっていることから下げ止まりの兆しを感じる。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税の増税問題等の関係で政局が安定していないこともあり、株式市場も行き止まっている状況である。
		住宅販売会社（従業員）	・経済情勢に特段の変化がなければ、客のマンション購入に関する積極的な姿勢に変化は訪れないとみられる。そのため、需要が供給を上回っている現在の状況が当分続くともみられる。
	やや悪くなる	スーパー（役員）	・現在の特殊な状況とは別に、消費税の増税問題や社会保険料の問題などの関係で消費者は守りに入るとみられることから、現状より良くなることは考えづらい。また、景気が悪くなると市場価格がますます下がることが考えられるため、消費者の買物動向が安い商品にかたよるようになり、小売業にとって、さらに厳しい状況となる。
		スーパー（役員）	・5月に泊発電所3号機が停止することにより、北海道は全国で最も遅れて原子力発電所停止の影響を受けることになる。今後、電力使用量規制、電気代の値上がりの影響が生じることになれば、消費マインドの冷え込みが予想される。
		コンビニ（エリア担当）	・大雪だった冬以降、来客数が低調に推移している。また、異業種が食品やアルコールを扱うようになり、競争相手が増加しており、客も分散している。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・医薬品のネット販売の自由化が決まりそうで、プラスになる要素が見当たらない。
		高級レストラン（スタッフ）	・厳しい経済状況のなかでも、北海道版グルメガイドの星付きレストランは当分、繁盛が続く。しかし、非掲載店にとっては厳しいものとなる。また、ゴールデンウィークの海外旅行などの反動で、ますます夜の夕食消費が落ち込むことになる。
		高級レストラン（スタッフ）	・製薬会社の接待費が減少されたことで、ホテルやレストランの利用が少なくなっており、今後の売上減少につながる。
		スナック（経営者）	・今年は冬が長かったため、人出が少し増えてくることを期待している。
通信会社（企画担当）		・値下げを望んでいる客が増えているため、今後についてはやや悪くなる。	
パチンコ店（役員）		・原油の値上げに加えて、夏場の電力不足が予想されるため、先行きの景況感是不透明である。	
企業動向関連	悪くなる	○	○
	良くなる	輸送業（支店長）	・震災復旧物件に加えて、北海道新幹線や札幌の大型オフィスビルの建設、競馬場の改修など、大型案件が具体的になっており、これからの荷動きが期待できる。
	やや良くなる	食料品製造業（団体役員）	・工場設備の増設や機械への設備投資、人員確保増を図る企業など、経営環境に改善がみられる。
		建設業（経営者）	・土木、建築とも、公共工事の発注が本格化し、工事の施工も物件によっては最盛期を迎える。民間工事は住宅関連が順調に進捗する。ただし、東日本大震災の復興需要の関係と原油高の影響で労働賃金、資機材の単価高騰が心配される。
		建設業（従業員）	・民間大型医療施設建築工事の発注が相当数予定されており、さらに同種の建替え計画も数を増している。
		通信業（営業担当）	・特定の需要によってではあるが、しばらくは業績が向上する見込みである。
		コピーサービス業（従業員）	・受注量もさることながら、単価も非常に上がってきていることから、今後についてはやや良くなる。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・今後、基幹産業である農業の繁忙期を迎えることで周辺業界の受注が活発になる。ただし、収益性は低く推移する。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・豪雪の影響で建設の発注が遅れているが、今後にかけて回復することになる。
	その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・5月以降、久しぶりに鉄骨案件が多く出始めている。受注単価が安いと、苦戦しているようだが、消耗資材や設備関連の販売に期待が持てる。	
変わらない	食料品製造業（役員）	・今後2～3か月先に、既存受注状況に対して増減が予想される案件が見当たらない。	
	家具製造業（経営者）	・景気の良い状況はしばらくは続く。しかし、日本が抱えている構造的な問題が解決の方向に向かわない限り、成長が鈍ることになる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金属製品製造業（役員）	・現状では客の購買意欲がわからないのではないかと考えられる。住宅減税、子ども手当の拡大、給食費無料化などの政策を行うとともに、消費税を少しずつ増税することで購買意欲を拡大させることなどを期待したい。
		輸送業（営業担当）	・原油の値上がりで船社の燃料調整金は一部荷主転嫁できるが、陸上部分の転嫁はほぼゼロであり、経営上、非常に厳しい。また、朝鮮半島情勢の影響が、日本にも及んでくることを危惧している。
		金融業（企画担当）	・道内観光は最盛期を迎えるが、ガソリン価格の高止まりでドライブ旅行が控えられる。原材料価格の上昇も企業収益を圧迫する。設備投資は医療福祉関連で新增設がみられることから底堅く推移する。
		司法書士	・時期的な面も考慮すれば、今後、景気回復が図られることで多少は回復に向かうことになるが、大きな変化はないものとみられる。
		司法書士	・良くなってほしいが、経済の好転など良い材料がない。政局の不安定、総選挙がらみなど、マイナス要因だけがクローズアップされる状況では、今後への期待が持てない。
	やや悪くなる	○	○
	悪くなる	—	—
雇用 関連	良くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・地域の基幹産業が安定していることに加えて、本州の製造業の好調がこれから波及してくる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・求人件数は前年、前々年と比べて高水準で推移しているため、今後も安定的に増加する。
	変わらない	求人情報誌製作会社（編集者）	・今後も4月と同様に前年比で大幅な求人増が見込まれる。特にこれまで低迷していたスナックなどの飲食店の求人が上向きになりそうな気配がうかがえる。
		人材派遣会社（社員）	・各業界に話を聞いても、今後の景気が良くなる要素が見当たらない。
		人材派遣会社（社員）	・良くなる要素が見当たらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・季節的に経済が動き始めているが、今後、景気が良くなるような良い要素は見えていない。観光関連やアジア系の観光客の推移を見守りたい。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は22か月連続して前年を上回っているが、依然として低い水準で推移しており、今後も厳しい雇用環境が続く。
	職業安定所（職員）	・製造業を中心に小口求人が少しずつ出てきたことから、今後の求人増を期待したいところではあるが、求人開拓で企業訪問しているなかでは、各企業とも現状維持で状況変わらずとの感想が多く、今後も同様の状況が続く。	
	学校〔大学〕（就職担当）	・北海道においては、あまり変動要素が見当たらない。良くも悪くもならないとみられる。	
		やや悪くなる	○
	悪くなる	—	—

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人 東北活性化研究センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	百貨店（売場担当）	・前年は震災の影響と、景気回復が見込めない状況のもと、客の動きも鈍かった。その反動もあり、本年はゴールデンウィークの旅行や買物の仕方などが良い方向に向かっている。
		旅行代理店（店長）	・家庭に支払われている電力会社の賠償金により個人消費が増加し、少なくとも9月ごろまでは好影響が続くと想定している。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・2～3か月先については予想がつかないが、やや良くなるのではないかと。
		商店街（代表者）	・季節的変動、寒さの続くなか、野菜等の価格アップにより街中のスーパーは苦慮していたが、ここにきてやっと落ち着きを取り戻し、客足も良くなってきているようであり、来月以降が期待される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（代表者）	・震災の影響や風評被害は少しずつ薄れつつある。この先、気候がよくなり、好天に恵まれれば、客の出足も好調になることが期待できる。また、各種イベント、特に飲食においては、ファミリー層が増加しており、今後更に良くなることを期待している。
		商店街（代表者）	・観光キャンペーンの効果は当面地元の消費底上げ材料として期待できる。
		百貨店（経営者）	・売行きは必需品からデザイン性を重視した商品に変わりつつある。また、旅行の計画に伴って衣服や靴、鞆などを購入するなど、心理面に余裕が出てきている。幅広い層において、お金を使い始めている状況がうかがえる。
		百貨店（経営者）	・現状、景気を下押しする要因はなく、日銀もデフレ対策を進めるため、徐々に回復していくとみている。
		スーパー（店長）	・前年は震災直後で社会行事、地域行事、イベント共に自粛ムードが強く、販促策を打ち出すことができなかった。今年はこれらに合わせた売場づくりを行うことで、売上、利益共に期待できる。
		スーパー（営業担当）	・震災から1年が経過し、自粛ムードも薄れ、行事や催事への購買行動も戻りつつあるようである。
		コンビニ（経営者）	・来客数が増加しており、特に朝晩の増加が目立っている。また、買上点数もプラスで推移している。こうしたなかで、5、6月と相次いでキャンペーンを実施する予定であり、今後期待が持て、売上は堅調に推移するとみている。
		コンビニ（経営者）	・震災復興による建設関係の動きは今年の秋ぐらいまでは続くと見込まれるため、2、3か月先の見通しは、やや良くなる傾向で推移するとみている。
		コンビニ（経営者）	・天候にも左右されるが、節電モードで飲料等の売上が見込まれる。
		衣料品専門店（経営者）	・震災復興に関わる地域のイベントが数多く予定されており、県外客の来店に期待している。
		衣料品専門店（店長）	・完全に暖かくなり、春夏物の需要が盛り上がりを見せると予想される。
		乗用車販売店（経営者）	・新減税基準に対応した新型車の投入とエコカー補助金の駆け込み等で販売増を見込んでいる。
		乗用車販売店（経営者）	・6、7月のボーナス商戦に合わせた拡販展開の計画を策定する予定である。
		住関連専門店（経営者）	・当店の場合、商品の売上は配達した時点で計上している。2、3か月後の配達を予定している受注が結構あるので、そういう意味では景気は上向く。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・勢いよく右肩上がりになるようなことは難しくても、前年のような猛暑が続けば、特にビールの売上は増加すると見込んでいる。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・震災からの復興需要がしばらく続くとみている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・前年の3～5月は復興需要により販売量が拡大していたため、今月の売上高は前年を下回っている。しかしながら、前年の6月ごろには復興需要も終了し通常に戻ったため、6月以降は売上高の前年比においては高い推移が見込まれる。
		一般レストラン（経営者）	・これから各社の決算も発表されるが、他もみな、前年よりは良くなっているのではないかとみている。今年は前年よりも良くなるとみている。
		一般レストラン（経営者）	・同業者のほか、魚や酒の仕入れ先の話の聞くと、やや良くなってきているという印象がうかがえる。
		一般レストラン（経営者）	・今年は寒さが長引いたが、この先は気候も良くなりそうなので、人が出てき始めるのではないかとみている。
		観光型ホテル（経営者）	・6、7月は旅行シーズンに入るため、予約状況も現時点では多少良好である。復興支援の客は前年のような入込数になるか心配である。
		通信会社（営業担当）	・順調に消費が進んでいる。これからは復興事業も進んでいくため、景気は若干上向きになるとみている。
		通信会社（営業担当）	・お花見シーズン到来で多くの業種が期待している。
		通信会社（営業担当）	・震災から1年が経過し、少しずつではあるが良くなっていくと予想される。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・原油の価格が落ち着いてきており、電気やガスなどの公共料金の上昇の影響も心配したほどではない。活発な取引が回復してくればと期待している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・震災から1年が経過し、業界の動きが見えてきている。
	変わらない	一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）	・もっと個々の商店が販売を頑張らないと、商店街としての魅力がなくなっていく。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・極端に今の状況が変わるということはない。他店舗や同業者の動向を見ても、爆発的にものが売れるということはなく、客は必要なものを必要なだけ買っている。天気さえ良ければ、殺虫剤関係といった夏物の売上が良くなることも見込めるが、今のところはどちらともいえない。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・震災から1年が経過し、生活に必要な物がある程度そろったなかで、先行き模索中のため、商品を追加購入する動きはまだ期待できない。
		百貨店（売場主任）	・電気料金の値上げなど気になる部分はあるが、今の流れのなかでは、消費マインドを揺さぶるほどの変わる要因が見当たらない。
		百貨店（総務担当）	・客の購買意欲や消費動向は弱くはないが、夏の節電や消費税増税についての懸念や、政治的、社会的に先行き不透明な部分があることから、しばらくは一進一退の状況が続くと予想している。
		百貨店（企画担当）	・前年秋からの傾向はここ数か月変わらず、震災の復興需要もまだ継続していくとみている。来客数は若干の減少傾向であるが、買上点数は増加しており、全体の販売量はほぼ変わらない傾向が続く。
		百貨店（買付担当）	・復興需要の鈍化は更に強まることが予想される。
		百貨店（経営者）	・復興拠点となっている地域の好調ぶりは聞こえてきているが、それが当地域に波及してきている気配は無い。また、2、3か月先に特に明るい材料も無い。
		スーパー（経営者）	・川上インフレ、川下デフレ傾向は変わらず、競争激化で利益は低下する見込みである。
		スーパー（経営者）	・景気は、日銀の金融緩和政策で一時回復傾向が感じられたが、原油高と円高、株安が続いて関係業界の収益を圧迫している。また、工事人件費、鋼材等の高騰の影響か、災害復旧及び復興事業が非常に遅れているように感じられるほか、復興投資の波及効果を抑制しているように思われる。さらに、一部地域では除染土壌や汚染土壌の行き場がないことが復旧・復興工事の桎梏となっているようで、停滞感が強まっている。この停滞感が長期化しないことを期待したい。
		スーパー（店長）	・商圏内の競合店の状況に変化はなく、現状の改善は厳しい。
		スーパー（店長）	・競合他店との状況や物価の動きに変化はなく、先行きも変わらない。
		スーパー（販促担当）	・自動車産業が好調なため、当地区においても一部地域では好景気を見込んでいるが、それ以外の地域では相変わらず食料品の消費は低迷すると予想される。また、食品への放射能汚染の影響が懸念される。
		コンビニ（経営者）	・気温の上昇とともに、ソフトドリンクや冷やし麺が全体を押し上げる傾向にある。しかし、復興需要は一段落し、今後はあまり期待できない。
		コンビニ（エリア担当）	・高速道路無料措置の終了によって、一般幹線道路沿いの店舗では売上は上昇したが、継続して上昇していく要因にはならない。復興需要頼みの印象があり、新たな産業が興っているわけではないので夏までそれほど大きな変動はないとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数に増加の兆しがみられない。
		衣料品専門店（経営者）	・海外依存では国内及び地場産業が衰退することが懸念され、頭を悩ます問題である。
		衣料品専門店（経営者）	・先行きについては分からない。
		衣料品専門店（店長）	・節電対応から、クールビズ関連は前年並みもしくはそれ以上の需要が期待できるが、礼服の需要は前年からの縮小が見込まれ、全体としては変わらないとみている。
	衣料品専門店（店長）	・例年並みの気温で推移することが前提であるが、このままの状態が続くと、夏物や秋物の立ち上がりはずれ込むことが予想される。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（総務担当）	・必要最低限のものしか購入しない様子が客から見て取れる。県内では東京電力福島第一原子力発電所事故の補償金等によって一部で景気の良い業種があるとも聞かすが、それは感じられない。
		家電量販店（店長）	・好景気になる社会情勢ではない。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金の終了時期はこの夏場と予想される。それまでは駆け込み需要から、現在の良好な状況が続くとみている。また、ガソリン価格の高値安定により、低価格のエコカーの需要が増加傾向で推移する。
		乗用車販売店（店長）	・エコカー補助金の効果で多少の上乗せはあったものの、この先2、3か月で急激な変動はないと見込んでいる。
		住関連専門店（経営者）	・回復に向かっている兆候が全く無いように見える。地元から仕入先の事務所や物流拠点がどんどんなくなり、消費が減少していることが実感される。
		住関連専門店（経営者）	・2、3か月先、耐久消費財の動きは落ち着き、現状からさほど変わらないとみている。店舗リニューアル時の客の動向がどうなるのかに関心がある。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・震災後、復興がらみの仕事に携わってきた客や業者間の話では、売上は上がったものの利益は赤字という声がほとんどである。また、他の一般市場の業者間では年度替わりして先が見えず、仕事が無い状態になってきているとの声が聞かれる。そのため、現状から変わらないとみている。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・前年のような復興特需が無いため、今後の見通しは厳しい。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・販売価格の高止まりが続いているため、急激な需要の回復は望めない。また、東京電力福島第一原子力発電所事故の風評被害が連休の大型需要にどの程度影響するのか不安である。予算の執行とともに被災地の復興需要が出てくるのが唯一の明るい材料である。
		高級レストラン（経営者）	・良くなる動きもないが、少しずつは回復してきているので、横ばいで推移すると予想している。
		一般レストラン（経営者）	・業種、業態により景気にむらがあるようである。一部の飲食店では混み合っているところもあると聞いているが、レストランというぜいたくな雰囲気のあるところには、まだしばらくは客は足を向けないとみている。
		一般レストラン（経営者）	・世の中の大きな波が感じられないため、悪くもならないし、良くもならないのではないかと。当地域では田植えの時期を迎え、農業関係の人たちが外出しなくなる。一方、工業関係の人たちは新シーズンも落ち着き、出張や部署ごとの飲み会などを開くようになる。結果的には変わらないだろうとみている。
		観光型ホテル（スタッフ）	・個々にみると、良い、悪いのばらつきが大きい。全体的な底上げがないと本来の観光、サービスは戻らない。いまだに震災の影響があり、観光には行けないという人も多く、もう少し時間が掛かりそうである。
		観光型旅館（経営者）	・県内ははじめ東北全般に経済的な復興の兆しはなく、安定した雇用状況が無い。このため、宿泊を伴うレジャーにはつながっていないのを実感している。また、放射能の規制値が厳しくなったこともあり、ここにきて食品に影響が出始めている。東北は観光地として選択されていないのが実情であり、当分はこの状況が続く見通しである。
		都市型ホテル（経営者）	・売上をけん引している宿泊関係は、期待を込めてであるが、復興特需のニーズはまだ続くと予想している。また、5、6月と総会シーズンになるので、これも今のところ動きとしては2年前と同様である。総体的な数字としては、若干高めで変わらないのではないかとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・前年は震災があったため、数字は前年比では倍増しているが、当地域では大手電子部品メーカーの関連工場撤退の影響で、千人規模の人が職を失っているため、その状態が続けば、景気は停滞する。明るい材料として、プレデスティネーションキャンペーンがあるが、観光地が潤うほどの観光客の勢いがあるかどうかは様子見の状況である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・電気、ガスなどの公共料金の値上げや社会を取り巻く環境、外的要因、増税論議に対する不安から、企業ならびに個人ベースで防衛意識が非常に高くなっている。企業としては、企画を立案し、どういったチャンネルで販売し、顧客を拡大させるか、生き残りを真剣に考えなければならない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（スタッフ）	・官民の尽力により、中国からのチャーター便が徐々に復活し、今後の継続が期待される。しかし、最近の政府、自治体間の諸問題発生が、今後のマイナス要因となるのは明らかである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・震災復興に関する宿泊、レストラン、企業団体による利用は共に好調であり、先行予約も来月まで順調に入っている。その先も、好調は続くと思っている。
		タクシー運転手	・仕事をしたいが無いという話をよく聞く。また、放射能汚染問題や政局など不安要因は多いま解消されない。
		通信会社（営業担当）	・良くなる材料に乏しく、今の状況が続くとみている。
		通信会社（営業担当）	・日経平均株価の回復基調、円安傾向の報道から、好況への兆しはみられるものの、増税論議に終始する政治への不信感も根強く、消費拡大には至らない。
		通信会社（営業担当）	・現状維持が見込まれる。
		テーマパーク（職員）	・原発事故の風評被害、高止まりの感もみえない原油高の影響等、好材料が見当たらない。
		観光名所（職員）	・来客数は若干上向きに動いているが、購入品目はさほど変わらない、もしくは若干減少の傾向にあるため、売上は変わらない。
		観光名所（職員）	・今のところ春が遅く、まだ客の動きが見えていない。
		遊園地（経営者）	・電気、ガス、ガソリンの価格動向が懸念されるが、一般客については底堅い推移が見込まれる。ただし、学校や団体がどれくらい戻ってくるかは不透明である。
		競艇場（職員）	・景気低迷の状態が続いているが、今後2、3か月で良い方向に変わるとは考えられない。
		美容室（経営者）	・3か月先はボーナスシーズンに入っているが、全体的に定期昇給の状況も厳しい状態であるため、ボーナスの状況も見通しがたたない。前年よりは良くなっても、2年前よりは減るのではないかとみている。
		設計事務所（経営者）	・今の忙しさは5年は続くと言っているので、しばらくは変わらない状態が続くのではないかとみている。
		住宅販売会社（経営者）	・震災の影響はまだ強く、3か月先の動向が読めない。民間建築は良くなっているが、公共工事は前年にかかり多く発注されたため、新年度の発注予想は少なく、かなり厳しい。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・当地区はこの1年、予想通り、雇用、オフィス及び住居の復興需要があったが、もうこれ以上の伸びは無理で、限界に近い。夏場には下がっていくと予想している。
		商店街（代表者）	・商店街には珍しく3店舗も開店したが、継続できるか先行きは不透明である。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・政治の世界が不安定になっているため、そちらが解決するまでは、安心して飲み食いにお金を使う人は少ない状況が続くのではないかと。景気が落ち込んだ状態が続くとみている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・やや回復傾向にあるとはいえ、その水準自体は採算割れの水準である。現在、経営が持続されているのは、経営者の個人資産及び復興に向けた公的扶助によるものである。知り合いの経営者と話をしても、内情は同じようである。現状のまま推移するだけでも、多くの中小事業者がいずれ廃業することが予想され、景気の先行きは厳しい。
		百貨店（営業担当）	・現状の前年比プラスの状況は落ち着くと予想されるため、現状との比較ではやや悪くなるが、前年の数字はクリアできるとみている。
		コンビニ（エリア担当）	・春から夏へ客足が伸びる時期となり、販売増加が見込めるものの、競合他社チェーンの新規出店が本格化していくので、既存店の売上前年比には好材料が無い。
		コンビニ（エリア担当）	・前年は震災特需があったため、たばこや主食系の販売において、前年を下回る可能性がある。
		コンビニ（店長）	・この1年間の震災パブはややほげつつあるという実感がある。義援金や失業保険も切れ、いよいよシビアな生活となり、被災地の方を中心に当地に移住されてきた方も大分苦しくなっている様子がうかがえる。また、ガソリンや灯油の価格も高く、先行き不透明である。
		衣料品専門店（店長）	・年々企業で、クールビズが浸透しており、サマースーツの売行きが悪化している。ビジネスシャツとスラックスではカバーしきれない。
		家電量販店（店長）	・家電業界では、今後の起爆剤となるような目新しい商品がないため、今のような状況が半年以上は続くと思っている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（店長）	・電力会社から賠償金が支給され、一時的に買換え需要を喚起している。ただし、こういったことは短期的なことであり、この先の家電需要については、大分厳しくなると予想している。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金が今年の夏ぐらいには終了すると予想され、販売量は落ち込むとみている。
		乗用車販売店（店長）	・新卒者需要も一段落し、エコカー減税も新基準に移行したことから、更に需要が減る可能性がある。
		自動車備品販売店（経営者）	・これからエコカー減税導入時の車検が始まる時期を迎えるが、初回の車検では交換部品もほとんどなく、メーカー系ディーラーの囲い込みが購入時にかなり行われているために民間市場に流れる割合は少ないと予測している。
		その他専門店〔酒〕（営業担当）	・一部地域は別だが、東北は経済が落ち込み、明るい材料にも乏しい。政府や自治体に期待はできず、県外に仕事を取りに行くしかない。当然、地元での消費も落ち込むので、景気悪化を覚悟せざるを得ない。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・夏物の商材が果たしてどこまで伸びるか。また、実際暑くなってから注文が来たときに果たして在庫があるのかどうか。そこが心配である。
		高級レストラン（支配人）	・復興特需は業種が限られてくる。人の動きは先細りになると予想している。
		スナック（経営者）	・歓迎会シーズンも終了し通常営業に戻るため、団体客の動きも鈍くなり、売上も厳しくなることが予想される。
		観光型旅館（スタッフ）	・集客が順調であり、売上の見込みも良くはなったのだが、商品単価の下落やサービス残業の増加など、販売条件や労働条件が更に悪くなっていく傾向にある。企業も労働者も過酷な条件となりそうだ。
		旅行代理店（従業員）	・現在のやや良い状況が続くことは考えられない。いつ個人旅行の需要が落ちてくるかは不透明であるが、団体旅行が動いていないため、個人旅行が例年並みになった段階で、若干悪くなるのではないかとみている。
		旅行代理店（従業員）	・受注の伸び率は、例年並みには上がっていない。
		タクシー運転手	・客の財布のひもはますます固くなることが予想される。
		通信会社（営業担当）	・震災復興もまだ進んでいない状況であり、個人消費も伸び悩んでいる。自治体が国の予算に対し足踏み状態だという話も聞いており、中小企業の資金繰りも厳しくなることが予想される。
		悪くなる	
スーパー（経営者）	・電力不足による節電等の動き、更には消費税のアップが現実のものとなるため、マインド的な部分で節約志向が強まる。		
スーパー（店長）	・近隣に大型店の出店があり、最低でも4店舗ほどが影響を受ける見込みである。全店に影響が出ることも考えられるため、非常に悪くなることが予想される。		
スーパー（総務担当）	・消費は冷えたままである。消費者は必要最小限のものを低価格で購入する姿勢を維持している。ガソリン代、水道代は高止まり、最低限のライフラインへの消費で青息吐息である。ボーナスも期待できない状況である。飲食店の利用も低迷している。		
タクシー運転手	・現状は復興関係者で繁華街はにぎわっているものの、建設関係など地元の人たちの話を聞くと、悪くなっていくのではとの声が多く、先行きを懸念している。		
企業動向関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・住宅部材の需給バランスの改善が進むとみている。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・この先2～3か月の受注残は前年同月比で約10%増加している。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・復興プランが動き出せば上向き始めるとみている。
		建設業（従業員）	・各官庁や自治体の発注見通しが公表になったことで、具体的な案件の発注が見込める。
		広告業協会（役員）	・金融、損保等から広告出稿の引き合いがきていることから、業界は好調に推移するものと予測している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		公認会計士	・新年度を迎え、新規予算が順次執行されれば、復興需要により景気が上向きになると予想される。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・都市部のホテルでは、団体の全国大会や国際会議などが多数予定されており、飲食需要にも結びつくと思われる。また、沿岸被災地でも視察や観光の需要に動きがあり、現地の観光ホテルなどからの受注に期待が持てる。
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・県から支給が予定されている損害賠償金が3か月以内に各家庭に支給されるため、景気もやや良くなるのではないかとみている。
		金属工業協同組合（職員）	・若干ではあるが、既存及び新規の客先から受注打診の動きが現れてきており、期待できる。
	変わらない	農林水産業（従業者）	・ももの花が例年よりも1週間程度遅れている。そのため、収穫も1週間程度は遅くなり、最需要期であるお盆に間に合わないのではないかと今から心配している。
		食料品製造業（経営者）	・引き続き復興の特需的なものが見込めるなか、今後2～3か月においても、良い売上が確保できるとみている。
		食料品製造業（経営者）	・前年は特需的な要素が大きかったため、同様の数字をとれるかは疑問である。数字が大きく落ち込む可能性もあり心配である。
		食料品製造業（総務担当）	・大きく増減する理由が見当たらないため、変わらない。
		繊維工業（経営者）	・当県は放射能の問題が解決されない限り、ムードは良くはならない。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・全体的には仕事量は増加しているものの、役所からの仕事が減っていることに加え、価格競争は相変わらず激しいため、プラスマイナスゼロになるとみている。
		建設業（経営者）	・自然災害への対応もあるが、住環境を整備して、少しでも快適な生活を送りたいという願望が客に出てきている。
		建設業（企画担当）	・期待に反し、震災復興関連工事の発注は進んでない。がれきが片付かなければ先に進まないようである。
		輸送業（経営者）	・一部製造業の荷主の人員整理が発表されているが、もう少し様子を見ないと、どのように状況が変化してくるか分からない。
		通信業（営業担当）	・一部の顧客ではあるが引き合いが増加している案件があり、もうしばらくこの傾向が続くと予想される。
		通信業（営業担当）	・景気が上向きに大きく変化する気配は感じられない。
		金融業（営業担当）	・特に大きな変化要因はない。
		金融業（広報担当）	・全体として緩やかな持ち直しの傾向は続いているが、海外経済減速の影響を受けている企業も見られ、良くなるとの判断には至らない。
		広告代理店（経営者）	・地元の市及び県の入札には東北全県から業者が集まっており、価格の叩き合いになっている。急激な好転はないので、根気強く底上げをしていくしかない。
		経営コンサルタント	・近い将来に明るい展望を見いだせる刺激となるトピックがないと、生活者の根底にある閉塞感を払しょくできない。
		司法書士	・登記所における不動産登記事件数が宮城県を除く東北全体で下がっている。復興支援が宮城にのみ偏重している感があり、地域として復興支援を活用していく情勢にない。
		コピーサービス業（経営者）	・復興予算がまだ使われていない状況で、その効果も末端まで行き渡っていない。当業界は特に遅いようである。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・景気が良いと言っている人は周りを見てもほとんどいない。今年いっぱいくらいは、現在の状況が続くのではないかと。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・当方が顧客とする地元住宅メーカーは供給量に限度があり、当面は受注量のピークを維持した状態が続く。
		やや悪くなる	農林水産業（従業者）
	一般機械器具製造業（経営者）		・自動車部品については、販売価格の引下げと競合各社との価格競争激化により、厳しくなることが予想される。
	電気機械器具製造業（企画担当）		・会社の経営状態は厳しく、給与、賞与、昇格などは従来のように期待できず、この状態が1～2年は続くともみている。円高が緩和するかが最大のポイントである。
	悪くなる		—

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
雇用 関連	良くなる やや良くなる	—	—
		人材派遣会社（社員）	・労働者派遣法の規制強化を受けながらも、人材派遣のニーズは例年並みに回復しつつある。また、人材紹介や紹介予定派遣など、直接雇用へ料金を払ってまで採用を急ぐ企業が多くなってきている。
		人材派遣会社（社員）	・季節要因もあると思うが、中途採用に加えて、来春卒業の大学生、新卒採用について小売や物流、食品メーカーからの問い合わせが多くなってきている。
		アウトソーシング企業（社員）	・復興関連の仕事が増えてきているため、今後も期待できる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・冬の豪雪で壊れた箇所のリフォームの申込が殺到している。また、自動車関連など一部の業種でも好調が続く見込みである。
		職業安定所（職員）	・当地域における震災からの復興状況は地域格差が非常に大きい。沿岸部においては、まだまだ復興が遅れている状況はあるものの、がれき処理のプラントの本格稼働を始め、管内に幾ばくかの明るい材料がないわけではないことを考えれば、2、3か月先は今よりはやや良くなる。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率が4月以降も伸びるのではないかと予想しているため、景気はやや良くなるのではないかとみている。
		職業安定所（職員）	・新規求人は増加しており、新規求職者数は減少している。有効求人倍率は0.81倍と前年と同じだが、企業側の採用意欲が上向いていることをうかがわせる。
	民間職業紹介機関（職員）	・物流及び消費が活発になると見込んでいる。	
	変わらない		人材派遣会社（社員）
新聞社〔求人広告〕（担当者）			・現在の復興景気は、ゼネコンを中心とした復興支援の方々の動きによって支えられている。地元にお金落ち、経済が循環するまでは、まだまだ時間が掛かるため、しばらくは現在の状況が続くとみている。
新聞社〔求人広告〕（担当者）			・広告の申込状況から、5月までは様子見が続くとみている。イベントなどが多くなる5月後半以降の経済回復を待っている。
職業安定所（職員）			・目立った景気回復の状況は見られない。当面、今の状況で推移すると予想される。
職業安定所（職員）			・求人の増加は、緊急雇用対策の求人やパート求人が多く、正社員求人の割合は低下している。求職者の滞留も続いていることから、更に良くなるとは考えにくい。
職業安定所（職員）			・長引く円高やデフレの影響、節電対応の動きなど、雇用への影響を注視していく必要がある。
やや悪くなる		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・県内企業の採用が少ないため、求職者が首都圏に出ざるを得ない状況は続く。
		職業安定所（職員）	・受注量減少や円高による収益悪化により、電子部品製造業で人員整理の話が出ている。
		職業安定所（職員）	・製造業の一部で円高に対応するための組織再編が行われ、下請会社との契約解除が行われたことにより、大量の失業者の発生が予想される。
悪くなる		人材派遣会社（社員）	・季節要因等も考えられるが、当県の震災特需はやや落ち着き、求人広告申込数も減り始めている。また、隣県では特に製造派遣、業務請負の求人広告申込数は3か月前と比べると約半分になっている。

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	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	コンビニ（経営者）	・気温の上昇と共にソフトドリンク等の動きが良くなる。また、スポーツイベントが増えるため、それに伴う客数が増え、良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・地元料理等、特色あるメニュー作りを取り入れた結果、徐々にインターネット等で店を選んで来てくれる県外客が増えている。
	やや良くなる	百貨店（営業担当）	・夏物の需要が予測される。
スーパー（店長）		・競合の状況次第でもあるが、客1人当たりの買上点数が上昇してきているため、やや良くなる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		コンビニ（経営者）	・4月に入ってから、天気の良い日の乗客数や売上には目を見張るものがある。また、新商品に対する食い付き、飛び付きも大変良くなってきている。きめの細かい、大胆な提案の品ぞろえで攻めていきたい。	
		コンビニ（経営者）	・ゴールデンウィークや夏に向けての天候、特に気温の上昇に伴い、コンビニの売上は例年上がっていく傾向にあるため、季節的な面を含めてある程度期待できる。	
		コンビニ（経営者）	・当店は国道沿いにあるため、これから気温が上昇すれば客数が増えて良くなる。	
		コンビニ（経営者）	・東日本大震災の自粛ムードからの脱却により、コンビニの週末の人の動き、消費動向は良くなる。当地域においては高速道路のインターチェンジの開設やアウトレットによって、近隣のコンビニは良くなる。	
		コンビニ（店長）	・近隣神社の夏祭り等の季節なので、東日本大震災があった昨年と違って自粛ムードも無くなり、平年並みに活気が出ることを期待している。	
		衣料品専門店（統括）	・気候も大分暖かくなってきて街の中を歩く人が目立つようになってきている。外に出て歩こうという気分は物が動く前兆とも言えるため、これからは期待できる。	
		家電量販店（店長）	・7月のオリンピック関連でテレビやレコーダーに期待が持てる。また、情報関連で携帯端末のスマートフォンが好調に伸びそうである。	
		家電量販店（店長）	・省エネやエコ商材の販売見込みができると思うため、やや良くなる。	
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金が早期に終了となりそうであり、駆け込み需要が考えられるため、やや良くなる。	
		住関連専門店（仕入担当）	・様々な不安要素を抱えたままの消費行動は今後も継続するが、今年も節電の夏に向けた対策等、住関連品の需要は高まってくる。	
		観光型ホテル（営業担当）	・当地域は季節による繁閑の差が激しいが、ようやく春からの観光シーズンに入り、この先の予約状況も悪くない。	
		旅行代理店（経営者）	・東日本大震災の影響はやや薄らいできており、そろそろ客足の動きが伸びてくる。	
		旅行代理店（所長）	・来月、東京スカイツリーの開業となるが、あるシンクタンクの調査によると、スカイツリー来訪者の10%が当地域を訪問すると想定している。楽観的な見方ではあるが、交通アクセスから考えて、少なくとも一昨年の数字を超えることは間違いない。	
		旅行代理店（営業担当）	・国内では東京スカイツリーが開業し、海外ではオリンピックが開催され、旅行気運が盛り上がりを見せつつある。	
		タクシー運転手	・ムード、景気感といったものが出てきている感じがするため、やや良くなる。	
		通信会社（営業担当）	・ボーナス商戦での需要喚起で消費が高まり、季節的要因ではあるが、一時的に景気が高まる。	
		遊園地（職員）	・新東名高速道路開通などアクセス面の充実や、オンシーズンを迎えることにより、今後の景気は良くなっていく。	
		設計事務所（所長）	・ゴールデンウィークのキャンペーンを開催する予定で、ダイレクトメールや呼び込みを強化し、集客に結び付けるよう動いている。今月より良くなることが期待できそうである。	
		変わらない	商店街（代表者）	・やや良くなると言いたいのが、政策の不安定感が水を差し、見えない。
			商店街（代表者）	・新学期が始まり、クラブ活動もこれからぼつぼつ新クラブ員が入るため、ユニフォーム等いろいろな動きが出てくる。
商店街（代表者）	・桜が咲き、気温が高くなって人が大分動いてきてはいるが、飲食店に入っても、今までのように団体客が減っているという答えが返ってくるため、変わらない。			
一般小売店〔精肉〕（経営者）	・現在、各地で歓送迎会がいろいろと開かれているが、参加者は以前より少なく感じる。ゴールデンウィークの予想も天気次第で、祭りの場所は元気だが、周りは取り残されている。			
一般小売店〔家電〕（経営者）	・季節の変わり目で、暑くなってくると夏物が出てくるため期待するが、客の動きがなかなか見えてこないため、心配している。			
一般小売店〔家電〕（経営者）	・商品の動きは相変わらず鈍いが、エコ、省エネなどを意識した商材に消費者の目がいくようになってきている。余分なものは購入しないが、売上増は期待できそうである。			

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（販売促進担当）	・3月を除くとここ数か月、前年比は大きく変わっていない。衣料品が売上の大半を占めるが、今後の気温の変化によって店全体の売上は上下しそうなものの、それ以外の大きな変化をもたらす要因が見当たらない。
		百貨店（店長）	・政府や国内外の動きが不透明で、なかなか購買につながる切っ掛けがつかめていない。
		百貨店（販売担当）	・今年も節電対策商材などが好調に推移することが予想されるが、今より景気が良くなる見込みが立たない。
		スーパー（店長）	・客単価が横ばいであるため、変わらない。
		スーパー（総務担当）	・消費税増税の議論、年金不安、円高の問題と一部の企業は持ち直し傾向にあるようだが、個人の収入が増加しないと景気は回復しない。
		スーパー（統括）	・電気料金の値上げやガソリン、灯油、ガス等の燃料費の高値での推移に加えて、主原料、物流コスト、包装資材価格の高騰など不安要素はあるものの、来客数、客単価は順調な伸びを見せており、先行きに明るい兆しがある。
		コンビニ（経営者）	・今の状態でいくと、競合店の進出が大きい。ここ1、2年の間に競合店が6店も開店しており、現在の売上を維持するのがやっとである。
		衣料品専門店（店長）	・大変な円高は落ち着いてきたが、ガソリンや電気料金の値上げ等、燃料費の値上げが各商品やサービスに波及してくるため、景気が良くなる要素がない。
		衣料品専門店（販売担当）	・客の様子からは幾分安定感が出てきたという印象を受けるが、今後良くなるという判断基準にはならない。背景として、安心して買物ができたり消費行動に移れるような、後押しできる材料がまだ見つかっていない。今幾分出てきた客の明るさが今後少しでも長続きしてくれれば、安定感は増してくる。
		家電量販店（営業担当）	・夏のオリンピック商戦でテレビ、DVDレコーダー等の商品を拡大販売できるかである。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー減税が続くため、堅調に推移する。
		乗用車販売店（販売担当）	・ゴールデンウィークで観光客が盛り返して来るようになれば、多少景気が上向くのではないかと思う。一方、今、新聞雑誌等で、当地域の観光地の放射性物質の値が非常に高いといわれている。そのため、大して観光客が来ることが望めないため、このままで推移していく。
		乗用車販売店（営業担当）	・販売、サービス共にユーザーが自動車に費用を少し多くかけるようになってきたが、利益が思うように上がらないため、変わらない。
		乗用車販売店（管理担当）	・エコカー減税対象車の投入がなく、販売は苦戦する。
		自動車備品販売店（経営者）	・増税の議論、電気料金の問題等、不安材料があり、身の回りの人があまり意欲的、積極的に感じられない傾向にある。
		住関連専門店（統括）	・電力不足、増税、年金問題等の不安定要素があり、購買意欲が減退傾向にある。
		一般レストラン（経営者）	・夏までは今月のような動きのままでいく。悪くなる要素はないが、良くなる要素もない。
		一般レストラン（経営者）	・夏場に向けて動きは多くなると思うが、例年と比べれば相対的には変わらない。国内の政治不信や世界的な疲弊から、良くなる材料が見当たらない。
		スナック（経営者）	・悪くなるということが変わらない。本当に悪く、困っている。
		スナック（経営者）	・良くなるという感じはないが、これより下もないという感じである。どうしたらいいのか分からない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・依然として円高であり、輸出産業は非常に景気が悪いことも含め、消費税増税の議論や公務員の給与減など、様々な面で皆が自粛するため、しばらくの間、景気は変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・円高為替、株など、良くなる要因が見当たらない。
		旅行代理店（副支店長）	・販売動向の先行きは前年度と変わらない状況が続いているため、変わらない。
		旅行代理店（副支店長）	・旅行関係は秋以降に期待している。
		通信会社（経営者）	・販売量が伸びているとはいえ、前年比では8割程度である。建設や事業所の受注は始まったが、中小企業や小売店に広報発注の動きは見られないのが実情であり、景気はまだ回復しない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（経営者）	・特に景気が上向くような要因が見当たらない。
		通信会社（販売担当）	・景気が良くなってきているように感じているが、原油価格の高騰や政治不安など先行きが不透明なため、すぐには上昇しない。
		通信会社（総務担当）	・景気の先行きが不透明である。
		通信会社（局長）	・天候、電力確保など予測が難しく、これらがどのように消費マインドに影響するのかが読めない。
		テーマパーク（職員）	・前年は東日本大震災の影響を大きく受けていたことから数字上は良く見えるが、前々年に比べると景気が良くない状態であるため、変わらない。
		ゴルフ場（副支配人）	・この先の予約状況を見ても、昨年より多く増えたなど大した変化はない。電気やガスなど、いろいろな公共料金等が値上がりになるため、特にそのあたりの負担が大きくなる。
		ゴルフ場（支配人）	・ゴールデンウィークの予約に関しては、ほとんど地元客に集中しており、県外からの来場者は非常に少ない。また、新年度になって料金体系が周辺コースも割引になっていることから、全体の売上が非常に圧迫している状況は変わらない。
		ゴルフ場（業務担当）	・今月は総体的な来場者は前年比で約5%減、売上は10%ほど減少している。土日の悪天候で売上が伸びなかったこともあるが、そのほかのショップ関係、売店の売上が奮わない。プレーには来てもらえるが用品関係の売上が奮わなかったため、総体的に単価が出ずに落ち込んでいる状況である。プレー本来の費用だけで、そのほかパーティー等、売店の売上、ショップ関係、用具、用品関係の売上が伴わないのが実情であり、2、3か月先もこのような傾向が続く。
		競輪場（職員）	・これまでの当場の発売額の変化と、他競技の競技もそれほど買上、発売額が伸びていないため、変わらない。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] (職員)	・今年の年明けあたりと比べると、前月、今月共に客数、単価はまずまずの状態が増加傾向にある。今後は大きな変化に対する予測などもなく、ある程度このままでいく。悪くなることも考えられないが、あまり良くなるという要因も見当たらないため、このままの状態変わらない。
		美容室（経営者）	・これからガソリン価格の値上げ、消費税増税の議論などがある。先日、電気料金値上げの説明会があったが、将来的に経費が大きく膨らんでくる予定であり、美容院の店舗では価格の転嫁ができなくなるため、それほど良くなるとは思えない。
		その他サービス[清掃] (所長)	・給料等が上がっていないため、大型連休等を控えているが、支出は抑える。大きな変化は期待できず、変化は見られない。
		設計事務所（経営者）	・電気料金の値上げ、原油価格高騰などの問題もあり、今後の状況が分からないなか、景気の回復にはまだまだ期間が必要である。
		設計事務所（所長）	・悪いままの状態、変わらない。今までがそうであるように、期待していないほうが良い。
		住宅販売会社（経営者）	・来客数と売上から、今の景気が良くなるとは思えない。
		住宅販売会社（従業員）	・円高、電力問題等の不安要素が大きい。東日本大震災の復興で職人、技術者が東北に集中し、北関東では技術者不足となり、施工が追い付かない状況が1～2年は続く。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・東日本大震災後1年が過ぎ、やっと気持ちにゆとりも戻って外に向けて行動すると思うが、ガソリン価格の高騰などで安く、近く、日帰りの旅行が多くなる。
		一般小売店[青果] (店長)	・当地域では、大手グループ会社が風邪をひくと町も風邪を引くというような状態になる。今、一部の会社でかなりリストラが行われており、その他でもリストラが始まることである。かなりの買い控えや、消費意欲が冷え込むことになる。
		百貨店（総務担当）	・このところの株価の値下がりが見すように、黒星が多く、全体的に嫌気がさしている。それに伴って昇給もなく、電気料金の値上げや年金の減額など、景気向上の要因がないため、これではなかなか購買に結び付かない。
		百貨店（店長）	・欧州の信用不安、為替など外部環境に左右される状況は変わらず、原子力発電所の稼働問題も景気の足を引っ張る。
		スーパー（経営者）	・過当競争に陥っているため、やや悪くなる。
		コンビニ（店長）	・近所にもう一軒、今度は他系列で競合店が出てくるため、また若干悪くなるのではないかと懸念している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（販売担当）	・エコカー補助金が6月には終わってしまうのではないかと いう噂があるため、客は早め早めに来ている。景気は今より 悪くなり、販売も少なくなる。
		乗用車販売店（統括）	・新車販売はエコカー補助金が終了するため、受注が少なくな る。
		観光型旅館（経営者）	・当業界は斜陽産業であり、今後ますますニーズの減少が見 込まれるため、やや悪くなる。
		都市型ホテル（支配人）	・福島第一原子力発電所の事故の風評被害により、ゴールデ ンウィーク及びそれ以降の予約が例年より減少している。
		都市型ホテル（営業担当）	・企業関係では特に電気料金の値上げがあり、個人について も同じような話や消費税増税の議論がある。そのため、いろ いろと経費を抑えようという一連の流れになり、個人の財布 のひもも固くなる傾向である。現時点では良くなる傾向は見 えず、やや悪くなる。
		タクシー（経営者）	・今年の1～4月はすべて前年同月比で減少しているため、 この先も悪くなる。
		その他サービス〔立体 駐車場〕（従業員）	・現在、当社で月極の契約は月に200件ほどあるが、そのう ち5%くらいの客が当社を解約し、他の駐車場へ移動するこ とが分かった。また、回数券の販売量、予約状況についても 伸び悩んでいるため、やや悪くなる。
		その他サービス 〔フィットネスクラ ブ〕（マネージャー）	・政局が不安定なため、やや悪くなる。
		設計事務所（所長）	・建築関係は前年度は東日本大震災対応としての耐震補強工 事や高齢者福祉施設予算が非常に多かったが、今年度はそれ らが縮小傾向にある。例年4月は年度初めでもあり少ない が、それにしても情報がないため、やや悪くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・別荘の売却希望者が増加傾向にある。中古別荘は販売不振 により価格下落を招いているため、やや悪くなる。
		住宅販売会社（経営者）	・自動車はエコカー減税等で消費が良くなっているが、不動 産は地価の下落傾向がここ何年か続いており、一向に出口が 見えない。地価が上昇するような傾向でないと回復はない。
		悪くなる	
一般小売店〔乳業〕 （経営者）	・夏に向けての節電等、経済的なマイナス要因が山積みであ り、今後すぐに改善するような要因は皆無である。		
衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災の処理がなかなか進んでいない。		
高級レストラン（店 長）	・節約や低価格への意識が消費者に完全に定着しており、多 少景気が上向いたとしても消費にすぐ回ることではない。		
企業 動向 関連	良くなる	その他製造業〔環境機 器〕（経営者）	・スプレー缶、ガス缶、ライターは不燃物処理の分類から可 燃性危険物として認識されるようになり、これらの処理装置 が環境装置として納入契約につながってきているため、良く なる。
	やや良くなる	食料品製造業（営業統 括）	・急激な伸びは期待できないが、徐々に見学者の増加が見ら れ、緩やかな景気回復が見込まれる。
		窯業・土石製品製造業 （経営者）	・特注品受注の動きは少ないながら、以前より増えてきてい る。体験工房がシーズンインを迎え、徐々に予約が増えてい る。
		一般機械器具製造業 （経理担当）	・受注内容が、電動工具以外でも少し増え、動き始めてい る。
		輸送用機械器具製造業 （経営者）	・5月は連休で10日ほど休みがあるため若干落ちるが、6月 以降はまた例年どおり、やや回復してくる。それ以降は少し 分らないが、2、3か月先までは良い。
		金融業（経営企画担 当）	・製造業については変わらないが、観光関連産業については 観光シーズンに向かうことから、今より良くなる。
	変わらない	化学工業（経営者）	・新年度になって東日本大震災関係の復興予算が出てくれ ば、今までよりは荷動きが良くなると期待している。
		窯業・土石製品製造業 （総務担当）	・厳しい状況は変わりなく続く。
		金属製品製造業（経営者）	・不特定多数の得意先では細かい設備、食料品関係の設備や ゴンドラ関係の窓枠、窓の清掃器具など、設備に対する注文 が増えている。また、細かいところで一定量ではないが、いろ いろと仕事が出ているため、何とかやっている状況は変わら ない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般機械器具製造業（経営者）	・建設機械関連の仕事の回復も夏以降にずれ込む見込みであり、全体的な仕事の戻りが遅れる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・確定した、安定した仕事は見込めないが、企業努力で維持していくことができる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・3、4月で在庫調整が一巡し、連休明けから増えてくることを願っているが、現在の受注状況では5月も低空飛行が続く。いつになったら回復するのか客とも話をしたが、厳しい状況が続くようである。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・ジュエリーはしやし品であるため、株価の回復、政治の安定といった間接的要素に大きく左右される。東日本大震災のあった前年と比較すれば良いとはいえ、ジュエリー市場自体が良くなってきたかどうかは、数か月たたないと判断できない。
		輸送業（営業担当）	・現状は特に主だった荷動きは伸びそうにないが、都市直下型地震等の対応グッズや、災害予備グッズ等の動きは目立って多く、幅広く対応商材が出ており、物量も伸びている。また、夏場に向けて省エネ家電も伸びるが、業界的には燃料コストが高騰する状況で収益が少なく、厳しい状況が続く。
		通信業（経営者）	・変わる要素がない。
		金融業（調査担当）	・欧州の信用不安や原油価格の高止まりなど、海外の動向に左右される状況が続く。製造業は販売単価の低下と原油価格などコスト上昇との板ばさみが続く恐れがあり、厳しい環境に変化はない。
		広告代理店（営業担当）	・新年度がスタートしたが、宣伝予算規模は変わらない。地元企業の倒産の噂を頻繁に聞くようになったため、支払いの遅れなど、シビアに判断して取引をしていく必要がある。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・用紙などの資材問屋で在庫量が増加していると聞いている。仕入に時間が掛かる資材はあらかじめ顧客の様子を見ながら調整しているようだが、例年のような売上にはつながらず、購入中止や延期などが重なり、3割くらいの在庫増となっているようである。
		社会保険労務士	・新卒を採用した事業所のほとんどが欠員の穴埋めであり、売上が増加していく事業計画を持っている所は少数である状況は変わらない。
		経営コンサルタント	・消費者マインド次第とはいえ、観光関連、飲食業などで業績の改善が期待できる。
		司法書士	・先行きの新しい仕事の依頼が見当たらないため、今のまま推移していく。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・情報化投資は緩やかな回復傾向にあるが、大型投資が少なく、業務改善中心の小型投資が続く。
やや悪くなる		食料品製造業（経営者）	・欧州の信用不安、原油価格の高騰、電気料金値上げなどが日本経済全体にどう影響し、その後、個々の営業活動にどのような影響を与えるかと思うと、不安な要因が多い。
		食料品製造業（製造担当）	・夏場に向けて本格的に動き始めるとは思うが、価格帯が原料の上昇分を吸収していく状況にはない。新規参入の店もあり、低価格の競争があるため、厳しい。デフレからの脱却がない限り、中小零細の未来は開いていかない。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・ペーパーレスへの移行など、印刷の仕事が減ってきている。相変わらずの価格競争などもあり、やや悪くなる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・4～6月の3か月は10%下がることが決定したため、やや悪くなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・ゴールデンウィークの前でもあるが、客先の部品受入、倉庫の動きを見ると、購入部品の数量が少なくなっているようであるため、今後の当社の受注量に陰りが出てくるのが心配である。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・6月まではある程度仕事量を確保しているが、7月以降の見通しが非常に悪い。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・主力自動車メーカーからの受注量は、生産の3か月の見通し上では非常に高水準を維持しているが、ガスや燃料、ガソリンの価格も上がってきており、電気料金の値上げの問題等、コストが非常に負担になってきている。受注量が多くなっても収益は低下傾向に入ったと見ている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	金融業（役員）	・夏が暑くなった場合、電力不足が予想される。また、原油価格がこのまま推移していくと、仕入高、燃料高で仕入が上がり、下げられない。給与所得等も会社の財務内容の改善があまりされておらず、現状維持が精一杯であるため、販売の需要が非常に低迷してくることになる。そう簡単には景気の回復は見込めない。
		不動産業（経営者）	・先行きへの不安があるため、設備機材への投資もはばかっている現状から、やや悪くなる。
		建設業（総務担当）	・公共工事主体で土木、舗装工事を行っているが、現在は長期工事を2本受注しているため、運転資金が前払金だけでは動かないこともあり、今後の資金繰りが心配である。
		不動産業（管理担当）	・省エネ等で空調や照明機器を入れ替えた所もあるが、その操作や調整に時間が掛かったりするため、その分人件費が増えることが予想され、悪くなる。
雇用 関連	良くなる やや良くなる	—	—
		人材派遣会社（経営者）	・春先の桜が当地域では1週間弱遅れていたため、春物商材等や新年度の建設、道路関連の工事等が動き始めた。電気自動車部品、携帯は依然として先行きが見込まれ、小売、サービス業は夏物が幾分早まるという期待から、上昇傾向となる。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・3～5月と売上が大きく伸び、当社では今のところ良いため、やや良くなる。
		職業安定所（職員）	・年度末において懸念された大規模人員整理もなく、求職者数はなだらかに減少を続けている。企業側の募集、採用意欲の向上が徐々に表れてくれば、雇用動向は明るくなっていく。
		職業安定所（職員）	・求人数は若干増えているが、零細、個人事業主からの提出が見られた。中小企業から零細企業に発注が開始したのではないかと考えられるため、やや良くなる。
		職業安定所（職員）	・求人数は若干増えているが、零細、個人事業主からの提出が見られた。中小企業から零細企業に発注が開始したのではないかと考えられるため、やや良くなる。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・欧州の信用不安、株安傾向のため、変わらない。
		職業安定所（職員）	・原油価格の高騰が続いている。電力の安定供給ができるのかははっきりしないため、変わらない。
		職業安定所（職員）	・前年3月は東日本大震災の影響もあって求人数は前年比で増加しており、産業別では医療福祉、製造業、サービス業などで大幅に増加している。職種別で見ると、サービス業ではパート求人が65%と圧倒的に多い。また、一部の企業では震災後の処理などで仕事はあるが、まだ先が見えない様子であるなどの声もあるため、変わらない。
		職業安定所（職員）	・新規求人の全体の割合から、有期雇用求人が多いために求職者とのミスマッチがあり、今後2、3か月先も景気回復は見込めない。
やや悪くなる 悪くなる	学校〔専門学校〕（副校長）	・就職活動の状況は、ここ数年来、新規卒業者にとって非常に厳しい。福祉系の就職だけは例年どおり良好な様子だが、企業の求める人材と学校の教育内容、就職希望者の意識等、ミスマッチの部分を少しでも埋めていかないと、就職は更に難しくなる。	
	人材派遣会社（管理担当）	・製造派遣の契約見込が少ないため、やや悪くなる。	
	悪くなる	—	—

4. 南関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	コンビニ（経営者）	・建設業関係が非常に活発に動き出しており、これからもその関連の仕事が忙しくなりそうである。
		その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・東日本大震災のマイナスの影響もようやくやくなり、これから復興需要がますます大きくなる。
		旅行代理店（従業員）	・先行受注見込みは、前年は東日本大震災があって比較にならないが、前々年とほぼ同じ数字が見込めている。
		観光名所（職員）	・昨年は東日本大震災の影響で自粛ムードになったが、今回は自粛ムードが多少解けて、良い傾向になる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（従業員）	・今月の景気が非常に悪かったため、これ以上の景気の悪化はないと思われ、景気は良くなる。また、年度末、期初の忙しみのピークが過ぎたようで、来場者数、物件の案内数が非常に増加している。今集客できた客が2、3か月後の販売量の増加につながると思うため、景気は良くなる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・世界情勢や電力問題にもよるが、物販を中心に少し芽生えた良い流れが続くような雰囲気がある。イベントの反応も引き続き好調である。
		商店街（代表者）	・唯一の好材料として東京スカイツリーの開業が挙げられる。100万人ともいわれるスカイツリー人気の観光客の第2第3の観光地として「あと1時間をつぶせる観光地になる」を目標とし、当商店街の特徴を生かした計画をしている。スカイツリーの客をつかめる街かそうでないかは、今後の街の景況に大きく影響する。
		商店街（代表者）	・今回、少し政治が変わってくると思うため、それを希望しながら待っている。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・昨年中止になった行事等が今年度は開催され、注文等も入ってきているため、多少売上につながる。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・家庭用エアコンの卸値は競争が激しく安値で推移しているが、業務用エアコン等は価格改定で単価が上がっているため、当社にとっては良い傾向である。各メーカーには量販店に影響されず、強気の価格設定を期待する。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・円高がやや戻ってきたり世界情勢がやや落ち着いてきているため、多少良くなってくる。
		百貨店（総務担当）	・復興需要の本格化、欧州の信用不安の一服、米国経済の底堅さから、日本経済は横ばいのなか、回復の兆しが見られる。
		百貨店（広報担当）	・都内近郊に大型の商業施設が相次いでオープンして消費を刺激し、多大な経済的効果をもたらす。特に東京スカイツリーの開業効果はこれまでの人の流れを変え、既存のパイの奪い合いではなく新規需要の創出が期待される。
		百貨店（店長）	・今月だけを見ると前年より苦戦しているのが不安だが、購買意欲が落ちているかは今月だけでは判断できないため、やや良くなる印象である。
		コンビニ（経営者）	・安心安全を追求する客が増加し、高品質商品の売上げがしばらくは続きそうである。
		コンビニ（経営者）	・今のところあまり変動はないが、これから夏場に向かって売上は上昇するため、やや良くなると期待している。
		コンビニ（経営者）	・近隣の競合店が今月末で閉店となり、やや上向きになる。
		衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災から1年が経って旅行等、出掛ける機会が増え、そのために買物に来る客が大変増えている。婦人アウターの売上がどんどん良くなっているため、これから積極的に販売し、良くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・夏物バーゲン時期でもあり、全体的に単価が下がってはいるが、買上点数が上がってきている。天気次第で客数、売上共に上がってきているため、やや良くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・1年近くの買い控えや安心感からか、やっと客の動きを感じる。街全体的に来街者が多く、明るいムードになりつつあるため、やや良くなる。
		衣料品専門店（店長）	・まだ弱いものの、若干ながら客単価が向上してきていることから、少しずつ回復していく。気になるのは原油価格で、下がる要素がなく、今後の上昇によっては消費意欲に急ブレーキとなるかもしれない。
		家電量販店（営業統括）	・来客数は今後も増加傾向を示し、引き続き販売点数は堅調に推移する。エコポイント関連商材は、需要の先食いをしたことで今後も実績増加を見込めない。当社の強みであるカメラ関係商材を中心に、品ぞろえを拡大することで実績を上げていくことができる。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車業界はエコカー補助金が始まり、売上が伸びてきている。各業界でも売上増の報道を目にする。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金の終了が7月末くらいとの見込みがあり、最後の駆け込み需要で良くなる。
		乗用車販売店（渉外担当）	・エコカー補助金、減税の継続で、総体的に好影響が続く。新車受注は前年並みであり良くなり、中古車も伸びていないが、メーカー増産もあって新車受注残の登録が進み、良い収益が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（販売担当）	・エコカー減税等によって大変割安感もあり、補助金の申請もそろそろ始まっているため、その終了に間に合うように購入する客が多い。そのため、ここ1、2か月はもう少し台数も伸びる。
		乗用車販売店（販売担当）	・車検、整備のほうは前年と比べると伸びが悪く、結果として本当に景気が良いとは言えない。トラックにもエコカー減税が乗用車と同様にあるが、その金額は乗用車の10分の1以下ということで、現状の受注量、登録でいくと5、6月ごろに財源が無くなる。そうすると5、6月以降の景気は当然悪くなるが、今の段階では2、3か月続くため、良くなる方向である。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・今年の節電は昨年以上に厳しい可能性があるため、夏商材の展開を早めに仕掛けて万全の態勢で臨むつもりである。
		その他専門店〔雑貨〕（従業員）	・当地域に今までなかったような商業施設ができ、今までにない顧客層を取り込めると思うため、やや良くなる。
		その他専門店〔服飾雑貨〕（統括）	・電気料金、ガソリン価格のエネルギーコストの負担を実感してくると冷え込む可能性があるため予断を許さない状況だが、余暇消費ニーズは今後も順調に推移する。
		一般レストラン（経営者）	・東日本大震災があった前年よりは、少しは上向いている。ガソリン価格の値上げ、電力不足等の状態で少し外に出る機会が減ってくる気もするが、少しずつ経済は上向いてきているため、少しでも良くなってくると信じている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・今後はスカイツリー開業に伴う来客数増が見込めそうである。
		旅行代理店（従業員）	・2、3か月先の東北方面への団体旅行受注件数が増えている。また、北海道方面のイベントに合わせて団体旅行の申込が多数あり、週末は飛行機、ホテルが手配できない状況が続く。
		旅行代理店（支店長）	・2、3か月後は旅行のシーズンに入っているため、景気は間違いなく良くなる。ただし法人の動きが鈍いので、完全に良くなるとは思わない。また、スカイツリーの販売の動向もこれからのので、見えない部分はあるが、今よりはやや良くなる。
		タクシー運転手	・乗務員が集まらないということは他の業種が多少良くなっているようであり、全体的に景況感が出てきて、これからも多少良くなる。
		ゴルフ場（支配人）	・夏場に向かっても引き続き予約が順調である。
		パチンコ店（経営者）	・低玉貸しという、客が少ないお金で遊べるようにするという営業を始めている。それによって来客数も少し増えたとし、希望を含めて、先々の客数も増える。特にまた夕方からや、朝の客も増えて欲しい。
		その他レジャー施設〔スポーツ施設〕（支配人）	・商環境が減税措置等、消費者の買い求めやすい経済環境になりつつあるため、やや良くなる。
		その他レジャー施設（経営企画担当）	・客数も堅調に推移しており、今後開催の催事も順調に予定している。今のところ、夏期の電力需給も昨年ほどの悪化はなさそうな見込みのため、やや良くなる。
	変わらない	商店街（代表者）	・東日本大震災などで、客はあらゆる面で非常に儉約ムードが強かったが、夏物が多少売れてくるのではないかと思うため、期待している。
		商店街（代表者）	・やはり消費者の意識が非常に消極的になっている。企業の収益性も、改善している所もあるが全くしていない所もあることから、今後景気が上向くようには感じられない。もう少し先になって夏を過ぎるとまた変化してくると思うが、今のところは変わらない。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・今年は天候不順で新茶の出回りが遅れ、家庭用もギフトも値段が下がってから買うという客が多くなっている。来客数、売上共に低迷している状況は変わらない。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・良くなる理由が見当たらないため、変わらない。オリンピックもあるがテレビは望みが薄いため、ブルーレイに期待するしかない。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・1キロ内に同業者が全然ないことで、需要期に良かったのではないかと思っている。普段の状況に戻れば、またあまり売上は伸びない。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・夏までは、このまま続きそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔印章〕 (経営者)	・富裕層は別かもしれないが、一般市民はやはり買い控え、最小限の物の購入でぜいたく品にはあまり手が出ないような経済環境だと思う。これから夏場に向けて非常に厳しい状況が続く。
		一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・世の中の動きは少し良くなっているようで、いろいろと報道されているが、当店では恐らく今の状態が続く。
		一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	・外商などで物件等の案件数が増えているのはありがたいことだが、1件当たりの単価があまり高くないため、総合的に判断するとあまり変わらない。
		百貨店(売場主任)	・暑くなるにつれて夏物の動きが上昇し、節電によるクールビズの関心も強くなると思うが、客単価の上昇にはならない。
		百貨店(総務担当)	・消費税増税の議論や電気料金の値上げ等で予断を許さない状況のなか、夏場の節電により購買意欲が自粛ムードにならないように祈りたい心境である。
		百貨店(営業担当)	・天候が比較的安定しており、気温の上昇と共に春物、初夏物衣料の動きが良かった。食品関連も動きが良く、株式市場の低迷は消費動向にさほど影響もなかったが、本格的な景気回復とはいかないようである。
		百貨店(営業担当)	・原子力発電所停止による電力不足のため、盛夏に向かって依然として省エネを政府が国民に強いることは明確に出てくると思われ、前年ほどではないが、耐える生活を余儀なくされる。
		百貨店(営業担当)	・大型店の開店により、街全体に活気が出てきたのは好材料である。ただし、今後都内でも新たな施設のオープンが控えているため、楽観視はできない。顧客は新しいもの、話題性のあるものに敏感に対応しており、地域間競争はさらに厳しいものになると推察される。消費税増税の議論も結論が先送りに近い状況であり、先の読みにくい状況が続く。
		百貨店(営業担当)	・政権不安、ガソリン価格等の値上げによる付随商品、食品の値上げの影響、電気料金の値上げ不安など、環境的には落ちる要素しかない状況である。
		百貨店(営業担当)	・好転する材料が特に見つからない。また、夏の節電の影響がどのように出るか判断が難しい。
		百貨店(販売管理担当)	・夏季クリアランスの分散化の動きが見られることから、夏物セールの売上確保が困難になる。一方、既に節電対応を見越したクールビズ関連商材の動きが好反応であり、商材も一定量は確保できていることから、好材料もある。結果としてプラスマイナスが相殺され、現在と同様の傾向となる。
		百貨店(営業企画担当)	・昨年は節電や東日本大震災の反動で売れた商材が多く見られた。今年は震災後2度目の夏なので、どこまで客の需要があるかの見極めが求められる。
		スーパー(経営者)	・今月が良かったため、この先も同じような状況が続くという期待を込めて、変わらない。少し予断を許さない状況だが、今月の流れと同じ方向へ持っていきたい。ただし個別の、会社としては競合店が出てくるため、その部分では厳しい状況がこれからまた来ると思い、気を引き締めてやっていく。
		スーパー(店長)	・当店は高齢客が非常に多いため、将来に向かっての消費税の議論あるいは年金の問題でやはり客が買い控え、必要な物しか買わない状況が続いている。客単価は前年から6%も落ちており、如実に表れている。この先の見えない問題が解決しないと、この先もこの状態が続いていく。
		スーパー(店長)	・ゴールデンウィークやボーナス、夏休み等が控えているが、潤うのは出先の観光地なので、逆に普段の食生活はいつもと同じか控えめな状況になる。
		スーパー(営業担当)	・株安、円高、さらには消費税増税の議論等、先行きが非常に不透明な状況が続いている。特に、やはり将来に対する不安が景気を伸び悩ませている一番大きな要因である。
		スーパー(仕入担当)	・アメリカでBSE(牛海綿状脳症)の牛が見つかり、放射性物質も海から検出されたりと、また風評被害的な要素がわき上がってきてしまい、食に対する安全性の目がより厳しくなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（経営者）	・これから先も客全体が節約志向で、節電のような考え方でいくと思う。電気に関するいろいろな問題等が、全体的に節約志向をあおっている。また断捨離など、身の回りを整理しよう、あるいは身軽に生きよう、真の幸せは何だろうというような、客の生活態度に変化が見られる。そのため、いらぬ物や余計な物は買わない、公共料金は節約するといった思考が客のトレンドになっている。
		コンビニ（エリア担当）	・直近トレンドでは若干下げ基調も見られるものの、輸出企業の好決算が予想され、株価も多少持ち直しているため、トータルでは変わらない。
		コンビニ（店長）	・地域のニーズをどこまで取り込めるか。たかがコンビニ、されどコンビニである。
		コンビニ（商品開発担当）	・伸びるカテゴリーと落ち込むカテゴリーがはっきり分かれてくる。
		コンビニ（商品開発担当）	・来客数の減少が恒常的に続いており、今後も来客数が増えるような傾向もないため、変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	・販売単価が下がるため、売上増はあまり期待できない。
		衣料品専門店（営業担当）	・夏物の実売期にあたり、綿物を中心に販売量は増えていくが、低価格の商品ばかりが主流になり、売上はそこまで伸びない。猛暑になれば人手もないだろうし、省エネで電気だけでなく買物まで引きずられそうな感じも見られる。
		家電量販店（店員）	・夏までの需要を考え、難しい局面を各企業が打破することをしない限り、難しい路線をたどる一方である。
		家電量販店（統括）	・2012年度の家電総需要が減少予想のなか、メーカー及び流通のあり方が問われる年となりそうである。
		乗用車販売店（経営者）	・整備は順調に入っているが、販売があまり芳しくない。たまたま今月は良くないが、エコカー減税の影響で6月までは良い状態が続く。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型やマイナーチェンジをした機種を投入しているが、ユーザーの反応は悪い。カタログだけというユーザーも少なくなってきた。
		乗用車販売店（総務担当）	・引き続きエコカー減税の恩恵を被ることができるが、該当車種が少ないため、景気を持ち上げにはいかない。
		住関連専門店（店長）	・気温と天候による。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・これから夏にかけて海外を中心にショーが続き、何か市場に刺激は与えるだろうが、商品ラインナップに力がないため、実売は低調になる。
		高級レストラン（店長）	・前年同時期は東日本大震災の影響があったためあまり参考にならないが、宴会予約の推移からは変わらない。
		高級レストラン（支配人）	・夏場の電力制限あるいは電気料金値上げなど、あまり良い材料が見当たらない。昨年は東日本大震災後の一時的な復興ムードで夏期の景気がやや戻ったが、今年は2、3か月先の受注は昨年を下回っている。
		一般レストラン（経営者）	・前年4月が東日本大震災の反動で良かったため、今月が前年を上回れば上向きになると思えるが、この分では前年割れの気配であり、まだまだ回復は難しい状況である。
		一般レストラン（経営者）	・景気低迷とまではいかないが、心理的に一気に良くなるようなニュースソースがないため、基本的にはこのまま横ばい、もしくは若干落ち込んでいく。
		一般レストラン（経営者）	・客の世代交代があり、つながりは保っているが、価格、内容の明瞭さは一層多く求められていく。
		一般レストラン（経営者）	・飲食業ではニッパチといって2、8月が一番売上が下がる時期である。今現在の売上から見ても急に良くなるとは思えないため、今の状態とあまり変わらない。
		一般レストラン（店長）	・飲食業界は放射性物質や新しく出た米国のBSE（牛海綿状脳症）など、また食物に関する不安がいろいろと多くなってきているため、まだこれから先も厳しい。
		一般レストラン（スタッフ）	・周りを見ても少しも良い状態とは見えず、縮めてみなければ分からないが、当店は悪くない状況は変わらない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・全体的に先々の動きが鈍く、予想を立てるのが難しい状況である。ゴールデンウィークもやっと直近で動きが出てきており、厳しいスタートとなっている。夏休みまでは閑散期に入るため例年売上が落ち込む時期であり、予約も少なく、景気回復への期待は薄い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（スタッフ）	・結婚披露宴の予約状況が大変厳しく、乗客数も減少している。手持ちの予約件数もかなり減少傾向にあり、夏から秋にかけても厳しい状況にあるため、なかなか復活するのは厳しい。
		都市型ホテル（統括）	・原子力発電所の問題、電気料金の値上げなど、悪い材料が多過ぎる。国の政策として、この問題を解決していかないと難しい。
		タクシー運転手	・天候に左右される仕事だけに、長く梅雨が長く続くことを期待したい。
		タクシー運転手	・相変わらず客は皆、世の中の動向を気にしており、迷っている。
		タクシー（団体役員）	・電気料金の値上げや消費税増税などがさやかれているなかで今後、個人の消費意欲が沸くわけがなく、しばらくはこの状況が続く。
		通信会社（経営者）	・ケーブルテレビ業では地上デジタル放送移行後、まだまだ需要が回復しない。
		通信会社（経営者）	・テレビの需要は、モバイル放送やインターネットテレビの選択肢へ分散化する傾向が続き、見通しは暗いため、変わらない。
		通信会社（管理担当）	・消費税増税の議論が明確化される可能性があるため、変わらない。
		通信会社（営業担当）	・変化を予測できるほどの材料が見当たらない。
		通信会社（営業担当）	・先行きの生活に不安があり、消費意欲がなく、貯蓄傾向にある状況が続く。
		通信会社（局長）	・好景気要素が少ないなか、消費税増税の議論や東日本大震災の被災地復興、北朝鮮の問題など、相変わらず顧客の購買心理に悪影響を与える環境下にある。地震対策へのコスト増を考慮しても、全体的には横ばいもしくはやや下降トレンドになる。
		通信会社（営業担当）	・多チャンネルサービスが低迷する状況はしばらく続くことが考えられ、インターネット、電話サービスについても他社との競争が激化する。
		通信会社（局長）	・スマートフォン市場の拡大にはまだ時間が掛かる。スマートフォンの普及にウィルス対策の懸念記事が水を差しており、爆発的に伸びることはない。
		通信会社（営業担当）	・低価格商材への移行が続いており、好転する気配が感じられない。
		通信会社（管理担当）	・通年5～7月は大きな変化はない。一進一退で横ばいという現状のトレンドから、中期的に大きな変化はない。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] (店長)	・前年の好結果に追い付くほどの材料が一切見込まれていない。
		美容室（経営者）	・社会状況や経済の動きが下町では全然変わらず、だんだん下がってくるようである。
		その他サービス [福祉 輸送]（経営者）	・新年度で現在実施されているエコカー減税及び補助金は、補助金がこの1、2か月の受注で予算切れになると思う。そういった意味で受注は客が少し減る状況があるが、現在抱えている受注残が3か月後あたりまではまだ十分にあって同率で続くと思うため、景気は変わらない。
		その他サービス [保険 代理店]（経営者）	・良くも悪くも急激な変化は期待できず、長期的な見通しも予測できない。
		設計事務所（所長）	・世の中何かを求めているようには感じるが、新しい動きがないため、変わらない。
		設計事務所（所長）	・やはり民間の仕事の動きが出てこない、景気の実感は感じられない。
		住宅販売会社（従業員）	・販売価格の見直しや販売促進の強化によっては良くなっていくのではないかと考えているが、今の状況が続く。5、6月が一つの山場である。
		住宅販売会社（従業員）	・ゴールデンウィークの動きで今後の状況が左右される。
		住宅販売会社（従業員）	・来場者数の減少傾向は、そのまま販売見通しの減少に直結する。
		その他住宅 [住宅資 材]（営業）	・東日本大震災の復興需要が出てくるのはまだ先になる。それ以外に景気を刺激するような材料は見当たらないため、変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・当地域では大手メーカーが他地域へ移ってしまうため、その下請なども皆移るといことである。孫請なども皆潰れてしまうといことである。非常に悪くなるのではないかと心配している。また、政治のほうもごたごたして非常に不安な状態であり、心配している。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・今後の新茶の発育によるお茶のおいしさにも左右されると思うが、新茶の発注数が伸び悩むと二番茶、三番茶にも影響を及ぼす可能性が増すため、やや悪くなる。
		百貨店（総務担当）	・消費が上がる要素がなく、むしろ厳しくなると考えられる。電気料金の値上げや消費税増税の議論、株価など、小売業としては何らかの対策を打っていく必要がある。
		百貨店（副店長）	・電気料金の値上げ、政局の混迷により、やや悪くなる。
		スーパー（総務担当）	・皆の可処分所得が上がっていないなかで電気料金の値上げ、ガソリン価格が高値のまま継続し、なかなか消費にお金が回ってこない。情報や自分の趣味、娯楽、旅行等にはお金を使うが、消費にはなかなかお金が回ってこないような状況が見込まれる。
		コンビニ（経営者）	・消費者は不安だけで財布がととても固く、やや悪くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・良い材料がない。今度は夏の電力不足の問題があり、小売業にとってはどのように自衛していくのか、また、購買意欲が上がるのかどうか、そのあたりが大変厳しい。企業努力をするのは当たり前だが、それで賄えるかどうか、まだ不安なところが一杯である。
		衣料品専門店（営業担当）	・不況と消費税増税の議論が絡んで高齢者が用心しているため、なかなか売上が低調で、やや悪くなる。
		住関連専門店（統括）	・消費税等、経済的、国家的な問題はある程度余裕がないと、買い控え等がまだまだ続く。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・電気、ガス等の料金値上げの悪影響が出る。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会場の利用は、近くのホールを利用する学会や大会が夏季にあるものの、今年はその後の懇親会の利用が少ない。レストランは個人利用の海外旅行が増加傾向にあり、国内旅行も増えると予想しているため、今年の夏季は厳しい。また、婚礼は近隣にゲストハウスが新規にオープンし、さらに競合が激しくなっている。
		タクシー運転手	・国の財源不足は否めないが、この先消費税は上がると思うため、景気はやや悪くなる。消費税が上がらなければ景気は良い方向で推移しそうだが、残念である。
		遊園地（職員）	・状況として良くなる材料が見当たらないため、やや悪くなる。
		その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・今夏においては電力不足問題が非常に懸念される。計画停電が実施されれば営業不可能となり、大幅な減収となる。
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・数か月前から景気が悪くなって入庫台数が減る一方である。もうこれ以上悪くなりようがないのに少しずつ減ってきているため、やや悪くなる。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・地震の予告の影響で、遠くから通って来る生徒がどんどん辞めていく傾向にあり、近くの塾に通う、もしくは辞めるという形が多くなっている。来客数は減る傾向にあり、今年の夏は前年の2割減といったところだと思うため、今後景気は悪くなる。
		設計事務所（所長）	・これから先、更に一段と景気が直るとい状況下ではない。世界情勢からしても非常に厳しく、一歩間違えばとんでもない方向へ行ってしまう。一番の要因は政局が不安定で、消費税増税の議論で国民が振り回されている。政界があまりにもだらしなく、景気の先行きはなお一段と不透明であり、騒がしい。消費税が上がることによってどう出るかは非常に厳しい状況だと思うが、いずれにしてもゆくゆく上げざるを得ないものは上げていかなければいけない。それに伴って政治家がやるべきことをやる、自分たちの身を削るという覚悟が必要である。
		住宅販売会社（従業員）	・展示場への来場者数が一昨年より減っているため、やや悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
	悪くなる	商店街（代表者）	・景気は悪い方向に行っていると思うが、最近では良くわからない。零細企業の自助努力では何ともならないようになりつつある。誰が景気対策を取るのか、国連なのか、国、県、市、誰も取らないかもしれず、個人で考えると結果は見えてきている。	
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・客の様子、来客数、販売量、すべてが見通しが付かないくらい、非常に悪くなっている。これから先も期待できない。	
		一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・オーバーストアのため、昨年以上に売上を伸ばすことは難しい。	
		百貨店（総務担当）	・まず政治の混迷、次に少子高齢化、それに年金問題という3本柱について、政府は方針も示さずぐちゃぐちゃになって、大手マスメディアが先頭に立って悲観的な情報を垂れ流している。いわゆる先に希望がない、ということに尽きる。	
		スーパー（店長）	・3か月以内に競合店が2店舗できるという情報が入っているため、近くに競合店が出店すれば当然、客数も売上も落ちる。3か月後は非常に厳しくなる。	
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・社会情勢に良い兆候がない。	
		ゴルフ場（従業員）	・政治の混乱、増税の議論がどうなるかなど、また新たに景気回復が遠のくように思う。安定した政治を願いたい。	
		住宅販売会社（経営者）	・政府が思い切った景気対策を打ち出さない限り、先の見通しは真つ暗な状態が続くため、将来の景気は回復しない。	
		企業動向関連	良くなる やや良くなる	—
出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・大きい会社だけでなく、小さい会社の需要が出てきていることを感じている。小さな会社でありながらも一つの会社を設立したりと、会社の設立が少し増えてきているため、やや良くなる。			
プラスチック製品製造業（経営者）	・今はまだデフレ状態だが、金融緩和や東日本大震災の復興が始まる少し先には、若干なりとも景気が良くなる。			
輸送用機械器具製造業（経営者）	・トラックのほうも2月は悪かったが、3、4月とだんだん良くなっている。5月はゴールデンウィークで連続9日間休みだが、昔のように、今は休み明けに納めるように材料がもう入っている。そのため、夏場まで、あるいは1年だといいいのだが、少しは良くなってくる。ただし、これからどれくらい続くのかは、急にこのように良くなったりするため、判断が難しい。			
建設業（経営者）	・アメリカのエネルギーが軌道に乗ると円高が止まり、輸出も増えそうであるため、やや良くなる。			
輸送業（経営者）	・燃料価格は高止まりしているが、取扱量が増加に転じており、この流れに期待したい。			
金融業（統括）	・東日本大震災の復興需要等が発生する。電力不足がやや心配だが、恐らく何とかなる。			
金融業（渉外・預金担当）	・建築関連では厳しい受注と人材の確保に苦慮している所があるが、徐々にではあるものの、受注が東日本大震災前の水準くらいまで回復してきている所が多くなり、回復の希望を持っている経営者が多い。			
不動産業（経営者）	・来客の動き、さらに来客数の増加で、やや良くなる。			
不動産業（従業員）	・東日本大震災の影響で他地域からの移住が増えており、今後も続くと思われるため、やや良くなる。			
その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・欧州の信用不安が一応片付けば不安要因が消えるため、やや良くなる。			
変わらない	食料品製造業（経営者）			・気温がどのくらい上がるか不安がある。
	繊維工業（従業員）			・1か月だけの明るい兆しに光明を見る思いは情けないばかりだが、こんな些細な状況も中小企業として今までの苦境からすれば嬉しくなるのが現実である。しかし油断は禁物であり、このまま上向くとは決して思えない。
	出版・印刷・同関連産業（経営者）			・東日本大震災後の次年度であり、当社にとっては新年度を迎えるイメージでとらえている。2～3か月先の予測は立てにくいだが、大きく状況が変化することはない。
	出版・印刷・同関連産業（所長）			・電気料金の見直し等、後ろ向きな話題しかないため、厳しい状況は当面変わらない。
	出版・印刷・同関連産業（総務担当）			・原価割れのような価格でないと入札物件が取れない。採算を考えると、できる仕事の量が減る一方である。
	化学工業（従業員）	・建築関係者からは仕事の発注が少し増えており、夏場にかけて忙しくなりそうという話なので、少しは荷動きがありそうだが、全体としては横ばいである。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		プラスチック製品製造業（経営者）	・昨年度の東日本大震災、タイの洪水による一番底は抜け出したようだが、原油の高止まりによる材料値上げの要求が顕在化してきたことと、新企画がなかなか決まらず、投資をする気にはなれない状況は変わらない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・国内の景気が全体に良くなればと思っているが、今の所はもうほとんど横ばいの状態である。
		一般機械器具製造業（経営者）	・実際、4万個の物がアメリカへ行ってしまった穴は大きい。それを埋めるだけの受注をこれから取らなければいけないが、世間的に見ても仕事が少なめという状態であるため、埋めることはまず無理だと思う。他の物が外国へ行かないことを願っている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・過去の売上を見ると10年以上、ほぼ平行線をたどっている。人口が減少するので、売上を伸ばすには海外取引を増やす以外に考えられない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・業界の流れの中で加工、需要関係のバランスが取れている。これ以上増えることはない環境が続き、このまま推移していく状況にあるため、景気が良くなるとは思わない。
		その他製造業〔鞆〕（経営者）	・ここにきて動きが上向きになっていると実感しているが、それほど大きく上向きになるとはあまり考えられない。かなりの努力の中でその成果が出ている気がするため、今後も大きくは変わらない。
		建設業（経理担当）	・この先の仕事はないことはないようだが、相変わらず競争で取り合う案件ばかりのようである。身近で適正価格で受注できそうな工事案件は、この先も望めそうにない。
		建設業（営業担当）	・資材価格の高騰等の理由で顧客から仕事の発注が遅れたりしているなか、当社は売上を上げている。厳しい状況下ではあるが、何とか利益を確保している状況は変わらない。
		輸送業（経営者）	・景気の回復は望んでいるが、零細企業には全く、大変厳しい状況が続いている。これ以上悪くならないで欲しい。
		通信業（広報担当）	・新商品の効果で、しばらくはこの水準を維持しそうである。
		金融業（従業員）	・地域の景況感はずかしながらも改善傾向にあると感じられるが、4月の日銀短観では、大企業製造業で2期連続でマイナスを示しており、大企業の下請、孫請である中小零細企業の先行きは不透明な状況が続く。
		金融業（支店長）	・当面、この流れは続く。
		広告代理店（経営者）	・今のところ、3か月後も前年同月と同じレベルの数字になりそうな見込みである。
		広告代理店（従業員）	・自治体主催のイベントの本数は、若干だが増えてきている傾向がある。しかし、企業協賛を募っての実施で、企業協賛は厳しく、変わらない。
		広告代理店（従業員）	・既存の取引について特に増減はないが、新規の契約なども見込まれない。
		税理士	・円高に歯止めが掛かり、株価も上向きかと思ったが、景気を支えるほどのことはなく、横ばいの状態が続く。
		社会保険労務士	・良くなるという要因が見当たらない。
		経営コンサルタント	・良くなる要因が見当たらない。
		経営コンサルタント	・小規模商業、サービス業の経営者は、主婦たちの消費意欲が盛り上がってこないことを指摘する。政治の先行きが不透明であり、電力不足問題も新たに浮上してきたことが心理的に影響しているようである。また、ベースアップも思うようなものではなかったため、給与が減ったと嘆く主婦もいるようである。
		税理士	・北米での自動車の売上等で、北米の業績等が回復しないことにより、大手自動車メーカーは上がっていない。中国や新興国については同じような調子で日本の売上は増えており、それでバランスを取ってやっているのだろう。また、もう一つ大きいポイントは政治である。
		経営コンサルタント	・景気を良くする材料がない。東北では東日本大震災復興の特需が出ているそうだが、当地域の製造業では一部の建設機械関係程度であり、あまり影響が見えない。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・しばらくは落ち着いている。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・定期的な制作の仕事が増えているわけではなく、編集のみや音楽のみなど、コストの低い仕事が多い傾向は続く。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・先行き不透明感の根強さに加え、厳しい価格の下落傾向がしばらく続きそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
	やや悪くなる	金属製品製造業（経営者）	・期初にしては受注量は多いほうだが、厳しい受注価格に電気料金の上昇など、経営環境は悪くなっている。	
		金属製品製造業（経営者）	・電気料金の値上げ分を売上に転嫁できず、利益がマイナスになる。これに電力不足が重なれば、なお苦しくなる。	
		精密機械器具製造業（経営者）	・先行きが不安である。せっかくいろいろな案件があるが、日本に対する風評被害はデータ添付等、我々でできることは行っているものの、政府が動いてくれないと心配はぬぐい切れない。	
		建設業（経営者）	・消費者の動向は、様子見の状況がまだ続く。	
		金融業（役員）	・海外移転による国内空洞化と電力問題等により、明るい話題に乏しい。廃業を真剣に考える取引先が増えてきており、中小企業金融円滑化法の出口対策が現実味を帯びてきつつある。	
		金融業（支店長）	・消費税増税の不安と、電気料金の値上げが近づいていること、まだまだ円高が続くのではないかということで、先行き不安が大きくなっているため、景気も悪くなる。建売業者は1～3月まではかなり好調だったが、今月あたりは様子見の客も増えてきて少し下火になってきていることも含め、やや落ちる。	
		不動産業（経営者）	・新築物件の成約が順調に進まない。学生の数が減ったことが理由の一つにあげられるようだが、空室をたくさん抱え、どうすればいいか毎日模索中である。	
		不動産業（総務担当）	・空室率の改善は一進一退の状況が続くと思われるうえ、平均賃料については下がる一方である。この先も厳しい経営環境にさらされることは間違いなく、明るい話題は皆無である。	
	広告代理店（営業担当）	・クライアント各社が純粋な宣伝費を減らす一方であるため、やや悪くなる。		
	悪くなる	建設業（経営者）	・政策が実行されていない。	
		輸送業（総務担当）	・国内出荷は激減状態が続き、復旧、復興需要は全く無い。輸出製品も円高で、輸送が激減状態である。今後も運賃が上がらないなか、燃料価格の高騰、高速料金の実質値上げ等で経費が増加し、厳しい経営が続く。	
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・あまりにも現行契約の減額が大きいと、新規事業での売上増加、定年退職者の補充無し等の人件費削減に努めても、3か月先では結果としては悪くなる。	
	雇用関連	良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今月は倒産が3社、廃業が2社あったため、既存客は減っていくばかりであり、補うのに四苦八苦しているという状況だが、かなり大口もいる新規客10社ほどから出してもらえる予定なので、それが入れれば相当拡大し、潤う。
			やや良くなる	人材派遣会社（社員）
人材派遣会社（営業担当）		・一部企業で、必要な業務に必要な人員を配置する傾向が見られつつある。多少投資になっても人を雇う様子が感じられるため、やや良くなる。		
人材派遣会社（営業担当）		・景気回復しているというほどではなく、回復傾向にあるという程度だが、求人数は微増で推移してきているため、若干は良くなる。		
求人情報誌製作会社（編集者）		・グローバル人材の確保、育成に関連した人材ビジネスはこれから本格化していきそうで、新卒、中途採用を含めた展開が期待される。		
求人情報誌製作会社（営業担当）		・仕事の流れが止まるという話も聞いているが、この状況が続くという客が増えているため、やや良くなる。		
職業安定所（職員）		・新規求人数が増えており、求職者がやや減少気味になっていることをかんがみて、やや良くなる。		
民間職業紹介機関（経営者）		・ホワイトカラーの雇用需要は低迷傾向で変わらないが、建築系施工管理者を中心にブルー系労働者の雇用が増えてきているため、やや良くなる。		
民間職業紹介機関（経営者）		・今年になってから求人、採用決定が安定的な微増になってきている。新卒採用との関連もあるが、中途採用の範囲が広がってきているため、やや良くなる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・経営者10人ほどと話したが、株価が若干上がってきているがなぜなのかがよく分からない、燃料費も高い、電気料金は値上げということで、この数か月、良くなるという動きが全くないとのことである。中国が状況不安定であるため、中国から生産を戻してどこか他の東南アジアに持って行きたいとの話が3社から出た。ほとんど皆、それほど景気が良くなるとは思えないと言っている。
		人材派遣会社（社員）	・労働者派遣法の改正も大きな影響はなさそうで、受注量は現状維持となりそうである。
		人材派遣会社（営業担当）	・東日本大震災の復興特需での採用が増えてきているが、長期的な雇用ではないものも多く、継続的な見込みが立っていないのが残念である。
		人材派遣会社（支店長）	・主力となる派遣サービスの受注量が低迷しており、補うための請負や紹介予定派遣、人材紹介も数字が伸び悩んでいるため、変わらない。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人数が増える要因が特に見当たらない。中元期の短期配送スタッフの求人案件が若干あるが、以前ほどの規模は期待できない。
		職業安定所（所長）	・前年同月比で新規求職者が減少し、新規求人が増加する傾向は続いており、2、3か月先も同様の状況が続くが、景気が良い方向に向かっているとまでは判断しきれない。
		職業安定所（職員）	・指標としては緩やかな上昇が見込まれるが、2、3か月の短期的スパンで見た場合、良くなるイメージではない。
		職業安定所（職員）	・エコカー補助金等で車の受注や自動車部品メーカーの仕事は増えているようだが、今一つ明るい話が出てこないため、変わらない。
		職業安定所（職員）	・周囲の状況に変化が出ていないため、変わらない。
		職業安定所（職員）	・福祉、医療、IT関係の求人は堅調だが、新規雇用について慎重に経済動向の様子を見している中小企業も多い。
		民間職業紹介機関（職員）	・現在は悪い状態ではないが、求人数、採用数からこのまま右肩上がりに良くなっていくと判断するのは早計である。
		民間職業紹介機関（職員）	・欧州の信用不安が一段落し、日銀の金融緩和、東日本大震災の復興需要等によって業績が元々回復していたのに加え、経営者の心理的な改善は見られていたが、ここ最近の円高進行、原油価格高騰によって様子見の姿勢にまた戻る可能性があるため、変わらない。
		学校〔専修学校〕（就職担当）	・今年度の採用計画の状況を各企業に確認をすると、募集復活や採用数の増加などを考えている企業は少なく、昨年度より大幅な求人獲得数の伸びは期待できない。
		学校〔短期大学〕（就職担当）	・業種によっては上向きになる企業もあると思うが、この経済不況下では、すぐに全体的に良くなるとは思えない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・直接雇用による派遣契約の終了により、派遣契約の減少が見込まれている。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・非正規社員が増えるとボーナスがなくなるため、収入が減り、景気が下向き。
	悪くなる	—	—

5. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	○	○
	やや良くなる	一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	・そろそろ夜明けである。ちょっとぜいたくしたいという心理があるのではないかと。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・飲食店の来店予約、来客数は、わずかであるが増加している。
		一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・欧州の信用不安等があるが、全体的には回復基調にある。
		百貨店（売場主任）	・紳士靴は1年に1足から2足購入する男性が多いが、4月は新社会人などが増加している。購入まではしないこともあるが、新しい客の来店を期待している。
		百貨店（経理担当）	・今月に関しては、景気は下向きであるが、長いスパンで考えると景気の下げ止まり感はあるので、今後は回復すると思われる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（販売担当）	・より良い物、より長く使える物、より信頼を置ける根拠のある物へのニーズが高く、世の中の一般的な基準ではなく自分自身が設定した基準をクリアできる物や事への欲求が高まっており、新しい価値ある物、事を提案できれば、更に上向き可能性がある。
		百貨店（店長）	・食料品スーパーのテナントの入れ替わりにより、新規客の来店が期待できる。
		百貨店（販売担当）	・季節のずれもあり、動きは遅くなっていたが、高級品の売行きが良い。
		スーパー（営業企画）	・ここ2か月間ほど、客単価、買上点数を中心に上昇傾向が見られ、この先も続くと思う。
		コンビニ（企画担当）	・悪い雰囲気、材料は出尽くしている。円高も一服し、エネルギーも新しいアメリカのシェールガスの開発で、中東や原子力の呪縛から開放されるような明るい雰囲気がある。団塊世代の年金支給の本格化と人口減少の問題はあるものの、底は打っていると思われる。
		コンビニ（エリア担当）	・徐々にではありますが、新商品、カウンターフーズ、生活用品を中心に、たばこ以外の商品も伸長すると思われる。
		コンビニ（店長）	・気温の上昇と共に、飲料水やアイスクリームの売上が増加する。
		衣料品専門店（経理担当）	・ショッピングセンターの数値は、前年同月比で売上は0.7%増、来客数は6.8%増となっている。業界では、百貨店が前年同月比14.1%増であり、前年の東日本大震災の反動とも思えるが、上向きつつある兆しを感じる。食料品がけん引しているの、ややぜい弱な感もある。
		乗用車販売店（経営者）	・今後、エコカー補助金のタイムリミットが近づけば、更に駆け込み需要が進むと予想される。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車が5月に発売される。エコカー減税、エコカー補助金により、客の購買意欲が上昇してきているので、新型車の話題で店頭はさらに活気付くことが期待される。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金の集客効果が余計に表れて、良くなると思う。
		乗用車販売店（従業員）	・5月より、各社が新エコカー減税に対応する車を出してくるので、改めて市場が活性化するのではないと思う。エコカー購入補助金の残額が報道され始めると、より加速しそうである。新型車が発売され各社のCMが多数出ることとも予想されるため、今後の数か月間は期待している。
		乗用車販売店（販売担当）	・主力車種が、ゴールデンウィーク明けにデビューする。
		観光型ホテル（販売担当）	・各企業の決算後の総会を見ると、今のところ順調に受注しており、例年どおりの数字が期待できそうである。
		都市型ホテル（営業担当）	・法人利用、個人利用の予約が順調に推移している。企業の業績が顕著に反映しているように思われる。
		都市型ホテル（経理担当）	・宿泊客や宴会の利用客が少しずつ増えている。
		旅行代理店（経営者）	・販売量もそうであるが、客の様子も良くなってきている感がある。
		旅行代理店（経営者）	・客層の動きがやや良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・オリンピック需要やサッカーのワールドカップ、岐阜清流国体など大イベントが控えており、それに伴うイベントの景気にわく一年になると思う。
		タクシー運転手	・長い間悪い状態が続いたが、ここ2、3か月間は動いている。良くなるまではいかないが、悪くはないと思う。期待したい。
		テーマパーク（経営企画担当）	・新しいアトラクションの導入により、来場者数の増加が見込める。
		美顔美容室（経営者）	・引き続き、キャンペーンにより好調が期待される。
		その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・規模は縮小したけれども、それなりの効果が収支バランスに表れつつある。
		住宅販売会社（従業員）	・ゴールデンウィークから、例年来場者数は増える。起爆剤は少ないが、節電などスマートハウスに興味を持った人の来場が期待される。
	変わらない	商店街（代表者）	・相変わらず客の財布のひもは固い。特に変化はないように思う。
		商店街（代表者）	・株価が下落しているのが気になる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（代表者）	・相変わらず必要な物以外に手を伸ばすことが少なく、販売量、売上に跳ね返ってこない。出入りの業者に聞いても、軒並み苦労しているとの話を聞く。
		商店街（代表者）	・地域専門電気店にとって、テレビはなんと言っても重要な位置付けの商品であるが、価格がこれだけ下がっても、全くと言ってよいほど売れない。前年までで需要の先取りをしてしまった感は否めず、経営の大きな柱を一本失った状態は、この先数年間は続く。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・ガソリンだけではなく、原材料となるチーズ、チョコレート、砂糖、バター、野菜などが、こんな状況でも値上がりしている。その割に、商品価格はなかなか上げられないデフレ状態のような感じが見受けられ、本格的な景気回復には程遠い。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・これまで無料だった周辺の駐車場が有料化された影響が、どう出てくるのか心配している。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・東京などの新名所、大型店舗のオープンなどが派手に報道されているが、地方都市にはそんな話は全然聞こえてこない。ただし、当地域には大手企業の物流センターが進出するので、その影響に期待したい。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・景気対策に期待が持てない。
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・良くなる要因がなく、このまま前年並みを維持していくと思われる。
		一般小売店〔書店〕（経営者）	・以前は期待を込めて少しずつでも良くなるのではないかと思っていたが、1か月の間でも前半と後半で相当な違いが出る月が多く、この調子でいくと良くなっているのか悪くなっているのか分からない状態が続くと思う。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・良くなる要素は見当たらない。
		一般小売店〔惣菜〕（店長）	・今後消費税の増税や政権運営の閉そく感から、将来の展望が望めない。
		百貨店（売場主任）	・天候不順のせいもあり、春物を購入するよりは前年までの服で代用し、夏物の購入にシフトしようかと買い控えている様子がかがえる。
		百貨店（企画担当）	・電気代の値上げが消費に影響を及ぼす可能性及び消費税を巡る政界の混迷など、景気を押し下げる要因が多く見られる。
		百貨店（経理担当）	・消費税等の議論が不透明化してくると、先行きの不安感から消費に悪影響を及ぼす。
		百貨店（販売担当）	・春物の動きがはつきりしなかったまま初夏に入ってしまった、売上は厳しい。
		百貨店（販売担当）	・ボーナス商戦が始まる時期であるが、今年の夏のボーナスはマイナス傾向と報じられており、特に製造業がメインの地域なので、影響が出そうである。
		百貨店（営業企画担当）	・上半期については、現状の傾向が継続すると予測している。
		百貨店（経営企画担当）	・最近再び円高、株安傾向にあり、高額品の動きが今までどおり続くかどうかかわからない。また、セール品の動きなどもあまり芳しくない。しかしながら、消費動向は総じて底堅く推移するものと思われる。
		スーパー（経営者）	・電気料金等の値上がり等があり、所得が増えないなかで支出が増えている。企業も売上が伸びないなかで公共料金が値上がりし、利益の減少につながり、景気の回復にマイナスとなる。そのため、景気も良くならない。
		スーパー（経営者）	・明るい兆しが見えない状況にあり、消費者の買い方の変更等の悪い材料が生まれ、売れない状況は今後も続く。
		スーパー（店長）	・電気代の値上げ等の話が続き、生活全般に関係することで、それに対する不安で先行きは不透明である。ガソリン等燃料の値上がりは収まったが、高止まりという感じで、不安に対して消費という動きはあまり活発ではない。
		スーパー（店員）	・広告を出しても、お買得品や値下げ品ばかりの購入が目立つ。
		スーパー（店員）	・新商品や単価の高い物を新規に入れても客の動きは変わらず、今までどおりの商品を今までどおりの価格で購入する客が多く、大きく変わらないと思う。
		スーパー（店員）	・余分な物は買わず安い物しか買わないので、売れる状況にはなかなかならない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（総務担当）	・生鮮食品、野菜の売上が極めて悪く、初夏に向けての商材の計画が見えてこない。
		スーパー（営業担当）	・今後も変わることはないと思われる。
		スーパー（販売促進担当）	・スーパーの全体の景気動向は良くなく、自店でも競合出店等が今月あり、良くなる傾向がない。
		スーパー（販売担当）	・売上に動きが無い。
		コンビニ（エリア担当）	・購買意欲が改善すると言っても少しずつなので、大きく改善するものではない。
		コンビニ（エリア担当）	・ここ数か月間、来客数や客単価の数値の変動は変わらず、全体の押し上げにはしばらく掛かりそうである。
		コンビニ（店長）	・大企業は今週以降に良くなることを見込んでいるようであるが、客の購買の仕方を見ていると、多少良くなっても消費には回らず、今の状況が続く。
		コンビニ（商品開発担当）	・たばこ増税による効果の恩恵が、下降してくる点はマイナス要因である。5～7月に例年と比較して気温が高まることにより、来客数の増加が見込まれ、売上構成比の高い飲料及びFF商材の販売が高まる。また、節電による需要が見込まれる点は、プラス要因である。双方の効果により、変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	・春が短く、ぱっとしない。
		衣料品専門店（経営者）	・夏物は単価が低く、洗い替えも欲しい。その上バーゲンになっているので、昔のようにまとめ買いという客が少なくても、それなりに売れると思う。
		家電量販店（店員）	・今が底であると考えられる。少なくとも年数の経った家電製品の買換え需要がある。
		家電量販店（店員）	・下期に入るまでは、現状が変わるかどうかなかなか読めない状況である。ただし、家電エコポイントによる売上の影響は、今後2～3年掛かるのではないと思われる。
		家電量販店（店員）	・依然として円高で、オイルショックに近いような状態が起これなくもない。しばらく鳴かず飛ばずの状態が続く。
		乗用車販売店（営業担当）	・客との会話で、景気が良いという話を全く聞かない。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金が車の販売を後押ししており、増販が見込める。補助金の予算が限られており、駆け込み受注も見込めると思われる。
		乗用車販売店（従業員）	・新しい明るい材料もなく、先行きについて具体的な見解ができない。
		乗用車販売店（経理担当）	・エコカー補助金の予算切れがいつ頃になるかにもよるが、とりあえず2～3か月先での予算切れはないと思われるので、現状と変わらないと推測する。ただし、ユーザーの動きによって大きく左右されるので、先行き不透明感はぬぐい去れない。
		乗用車販売店（総務担当）	・東日本大震災による供給不足が解消し、また補助金効果もあり、夏ごろまでは好調な状態が続くとみている。
		高級レストラン（スタッフ）	・東日本大震災による自粛ムードや前年夏の放射能汚染問題による来客数の落ち込みからの反動を考慮すると、最近の来客数の増勢は微弱である。
		一般レストラン（経営者）	・良くなる要因が見受けられない。
		一般レストラン（従業員）	・静岡では東海、東南海、南海沖地震の3つ連動の可能性とその被害等の話題で持ちきりである。災害に備える意識のなかで、自粛ムードが強く漂っているように思う。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・消費税論議の結果次第で、相当左右される。
		観光型ホテル（経営者）	・宿泊者数は前年並みであり、前々年の水準にはない。回復基調にはあるが、弱い需要でしばらく推移すると思う。レジャー関係の消費が著しく良くなるという楽観視はできない。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数から判断している。
		都市型ホテル（支配人）	・材料がない。
		旅行代理店（経営者）	・北朝鮮問題や、ガソリン価格の上昇等の不安定な要素があるため、今後も楽観視できない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（経営者）	・根本的な成長戦略がなければ、多少の景気回復は消費増税と相殺されると企業は考えており、海外への逃避が一時的には増える可能性もあるが、消費の減退と相殺されると思われる。
		旅行代理店（従業員）	・今年も原子力発電所問題で電力不足が言われているが、前年の反動があるので、前年よりは来客数は増加する。
		タクシー運転手	・今年の前年よりは良くなっているが、問題も多く心配である。
		タクシー運転手	・タクシー業界では減車による個人の売上の多少の増加はあっても、全体での需要増加は見込めない。特に朝昼の需要の減少がひどく、この先伸びていく明るい材料はない。
		通信会社（企画担当）	・消費税増税等の先行き不透明感が、節約モードにつながっていると思う。節電等、小さく暮らすライフスタイルに変わってきているのかもしれない。
		通信会社（営業担当）	・新しいサービスの伸びを期待しているが、今年度は難しいと思う。次年度以降に期待したい。
		通信会社（営業担当）	・増税との一体改革と言いつつ、国民の期待感に対して動き等をななら感じることがなく、かつ国民に「あきらめ」と「失望感」を感じる。
		テーマパーク（職員）	・レジャー産業としては、好景気感が感じられない。
		観光名所（案内係）	・特に良くなることは考えられない。
		ゴルフ場（企画担当）	・2か月先の6月は、来場者の予約数に関して、前年同月よりは少し増えている。しかし、景気が上向きというほど増えてはならず、梅雨等の天候によっては大きく変わる可能性もある。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・梅雨に入ると今の出荷傾向も落ち着くが、入浴用品の出荷が増えてくると予測している。
		設計事務所（経営者）	・計画案件がここしばらくの間、件数は増加している。しかし、計画では実収入にならないので、今後いかに実施設計につながるかが問題である。
		住宅販売会社（従業員）	・少し受注は上向き傾向であるが、一時的なものと思われる。
		やや悪くなる	
一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・贈答品は将来的には少なくなる。自分のことには、頭を使いお金を掛けずに幸せを得る方向に向かっている。お金を使ってプレゼントをするという価値観は変わってきているという傾向が見られる。		
百貨店（営業企画・販売促進）	・前年あった防災グッズやクールビズなどの節電需要の盛り上がりは本年は見込めないことから、新たなマーケットのうねりがなければ苦戦が予想される。		
スーパー（店長）	・来客数、売上増加のため、今まで年末しかしなかったチラシ販促を計画中である。この地域に少なからず影響を与えて、身を削った安売り競争になりそうな予感がある。		
スーパー（商品開発担当）	・エリア、部門を問わず厳しい状況が続くが、前年は自粛と巣ごもり需要があった反動で、しばらくは食品部門も含めて現状と同じような動向が続くと思われる。		
コンビニ（店長）	・増税気配で、客の購買意欲が上がらない。とにかく売れていかない。		
コンビニ（店長）	・商品の売上単価は、5%ほど下落している。まだまだ低単価志向は続く。		
乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金が思ったより早く終了しそうなので、補助金効果で上がった景気が落ち込むことが予想される。		
乗用車販売店（営業担当）	・エコカー補助金の実施が始まったが、宣伝不調で思いのほか早く終わっており、それが客にも伝わっている。		
その他専門店〔雑貨〕（店員）	・政府が機能不全に陥っている。		
スナック（経営者）	・この先の来店予約も少なく、東日本大震災以降自分も財布のひもが固くなっており、当然客からも感じ取れるため、あまり期待できない。		
都市型ホテル（経営者）	・来客数は変わらないが、客単価は悪いままで変わらない。		
通信会社（サービス担当）	・移転など、回線の変更がなくなるので、今よりも景気は悪くなると思う。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		テーマパーク（職員）	・今年はスカイツリーや九州新幹線など、他方面への観光が多い。
		パチンコ店（経営者）	・業界全体が薄利多売方向へ動いている。
		美容室（経営者）	・まだまだ見通せない。消費税増税の不安などから、お金を使わない人が多い。
		美容室（経営者）	・今月は新生活ということもあり景気も上向きであるが、今後はそんなに動きはない。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔室内装飾業〕（経営者）	・年度が変わってから、企業の設備投資などの見積り依頼がめっきり少なくなっている。
		その他住宅〔住宅管理〕（従業員）	・来店客との話では、先行き不安で収入、年金、税金などについて様子を見るという人が多い。
	悪くなる	一般小売店〔電気屋〕（経営者）	・企業の統合などで、市内から移転したり配置転換などがあり、今後大きく家電製品が動く予定が少ない。
		その他専門店〔貴金属〕（店長）	・景気回復は依然として進んでおらず、増税、円高、株安で消費者の購買意欲は低下している。高齢者は先行き不安を口にすることが多い。
		理美容室（経営者）	・仕事があっても単価が安く、これからどんどん悪くなるのではないかと。
		理容室（経営者）	・今の状態では、まだまだ景気は良くならない。
		住宅販売会社（経営者）	・所得がまだ減るようで、なかなか家の購入までお金が回らない状況と、買い控えがある。
		住宅販売会社（従業員）	・賃貸住宅を持っている大家達も、賃貸住宅への入居状況が芳しくないため、大家の自宅の修繕等も手控えているようである。賃貸住宅への入居状況が回復するとゆとりができ、自宅を修繕したいと思っている人も増えると思われる。
		企業動向関連	良くなる やや良くなる
	良くなる	食料品製造業（経営企画担当）	・原子力発電所停止による節電対策の問題は残るが、前年の経験から、今年は冷静な対応ができると思われる。むしろ暑さ対策関連商品の販売の伸長を期待したい。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・夏季の飲食店企画を実施する時期であり、売上の増加が見込める。
		電気機械器具製造業	・ある程度の期待を込めている。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・しばらく生産増が続くと思う。
		建設業（経営者）	・欧州の信用不安や原油価格などの懸念材料があるものの、緩やかに景気は回復基調にあり、消費者マインドも決して悪くない。
		輸送業（エリア担当）	・円高が改善されている、欧州の信用不安が小康状態である、製造業が活気付いてきているなどの複合的な理由がある。
		企業広告制作業（経営者）	・前年を底とすれば、良くなる。
		会計事務所（社会保険労務士）	・止まっていた定期昇給を再開したりする事業所がある。また、近くでは中規模な商店が新たにオープンしたりしているので、少しは消費が活発になるのではないかと。
	変わらない	その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・当面、継続しつつある。逆にパートナーの要員がだぶついてきているのか、提案が多い。
		紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・新規見積りの引き合いにおいて、段ボールケースの製品見積りが低調である。従来の製品構成で今後も生産販売するため、変わらない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・現在の受注量、販売量がこのまま続く。全体的には変わらない。
		化学工業（企画担当）	・今後3か月間の受注量は、前年と同様に売上の月割予算に対して平均量が予測されている。中部圏の景気回復傾向の好影響が出てくるには、時間を要すると思われる。
		化学工業（人事担当）	・売上単価、販売量は業界により異なるが、全体的に見て大きく変動する原因は見当たらない。
	窯業・土石製品製造業（社員）	・取引先の増産の可能性は低く、新規品はまだ評価が定まっておらず、定期的な受注が見込めない。現状維持である。	
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・地場産業のタイル、食器の売行きは、住宅着工件数次第である。平成22年9月～平成23年11月の住宅着工件数が204,114戸であるのに対して、平成23年12月～平成24年2月の同件数は201,981戸と1%減少しているが、過去の経験からタイルも食器もあまり変化はないものと考えている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		鉄鋼業（経営者）	・原子力発電所の影響による復興の進展の遅さ、円高ユーロ安による輸出の減少など、政治力の無さにより、国内のものづくりに対してダメージが出ている。
		金属製品製造業（経営者）	・先行して使用される商品の出荷量が比較的多いため、今後使用される商品の出荷量は減少しないことが予想される。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・先行きはまだ不透明である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・自動車は堅調な回復基調にあり、情報通信は増産前の準備期間にある。F A、工作機械は、第1四半期までは在庫調整が続く。
		電気機械器具製造業（経営者）	・例年ならば年度替わりで受注量も上向く傾向であるが、今年は全く感じない。仕入価格が下がるという、年度替わりには通常起こり得ないことも発生しているの、相当悪い状況になってきているのではないかと思われる。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・夏頃に現在生産している車種が生産打ち切りとなり、その後継車がタイで生産されるため、日本での生産量は落ちる。
		輸送業（経営者）	・客の国内生産、輸出入共に、比較的安定的に推移すると考えている。
		輸送業（エリア担当）	・大手自動車メーカー関連は4月から週休2日制になり、しばらくはこのままの状況で推移して行く。
		輸送業（エリア担当）	・荷物は増えているが、それに対して人の集まりが悪い。近辺では時給は上がってきてはいないが、そろそろ上げないと後は人が集まらないかもしれない。経費は増加していきそうである。
		輸送業（エリア担当）	・先行き不透明な状態にあり、世界情勢や円高の問題などの危惧から、今のところ停滞している。
		金融業（法人営業担当）	・当面、自動車部品メーカーの生産は高水準を保つとみられる。
		金融業（企画担当）	・日経平均株価の動きが鈍く、円も高値安定している状況である。株価の上昇や、円安への動きが見られてこない、個人投資家も動きにくく、当面は現状のような景気が続くと思われる。
		不動産業（経営者）	・低迷のまま推移する。
		不動産業（管理担当）	・現行の状態がかなり底の状態であり、当面はここから二番底が来るとは思っていない。
		広告代理店（制作担当）	・夏に向けての企画等を提案しても、先行きが不透明なため、しばらくは大きな変化はなさそうである。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・スポーツ新聞の値上げにより、購読中止の申し出が心配される。
		会計事務所（職員）	・政局不安もあるようであるが、中小企業者は現状確保が一番の得策と考えている人が多い。関与先業者の動向を見ても、方向は見えてこない。
		その他サービス業〔広告印刷〕（従業員）	・動きは出てきたようであるが、勢いが出てきたというわけではないので、現状維持がいいところではないかと思う。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・これから先は円高に振られていくと思うので、全体としては厳しい状態になる。国内はエコカー減税でまずまずの状態が続く。日本銀行は、中小企業に資金が回るようにして欲しい。
		やや悪くなる	
電気機械器具製造業（企画担当）	・夏の節電やサマータイムなど、我慢を強いられる生活に入ることもあり、消費に対する積極性も頭を押さえられた感がある。		
輸送業（従業員）	・原油価格が高止まりして、収まる気配が無い。また、政府も本腰を入れて原油価格に対して対策を打たないなど、国民生活に関心が薄く、期待が持てない。		
金融業（従業員）	・2、3月に生産を上げて作り貯めた分を、4月ははき出させる動きがメインとなる。生産側はさほどストックする必要が無く、仕事量は減少しており、今後は暇になる可能性が高いとの声が多い。		
悪くなる		電気機械器具製造業（経営者）	・パーラー関係の取引先の景気が悪いため、設備投資は見込めない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		公認会計士	・政府による景気対策がない。復興需要が一巡した後は、円高、欧米経済の弱含み等の要因が顕在化すると思われる。製造業の海外移転は、今まで以上に進むと考えられる。金融円滑化法の期限が迫っているが、これへの具体的な対処方法がない。
雇用 関連	良くなる	人材派遣会社（経営企画）	・客の好調状態は継続している。
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・求人数の動きはここ数か月間活発になっているが、人材については厳しく募集をかけてもなかなか集まらない状況が続いている。おそらく、これも改善されるのではないかと思う。
		人材派遣会社（社員）	・引き続き、正社員雇用の求人案件は増加傾向にある。
		人材派遣会社（支店長）	・当地区においても、適正化による業務委託化を決定する企業が増加してきているため、売上は微増であるものの、回復傾向はしばらく続くと予想される。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・東日本大震災に伴う自粛への反発か、車に関してはファミリーカーから高級車まで幅広い購買層がある。今後も、エコカー補助金の後押しもあって、上向きに推移すると予想する。
		職業安定所（職員）	・岐阜では国体が開催されることから、建設関係の求人がやや増えている。建設以外でも、卸・小売業、飲食、宿泊サービス業の求人が、東日本大震災の自粛ムードの緩和からか、やや改善傾向にある。国体の開催は、当面の間は景気回復を後押しすると思われる。
学校〔専門学校〕（就職担当）	・本来は文系学生の志望先である弊社の求人に対して、増加傾向にあった理系学生の志望が減少してきている。企業の雇用の回復がうかがえる。		
変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・政情は不安定であり、原子力発電所問題と景気対策が二の次になっている状況にある。	
	人材派遣会社（営業担当）	・ここしばらく株価は9,500円前後で停滞しており、前向きな期待があまりできない。	
	職業安定所（所長）	・エコカー補助金等の影響により求人は増加するものの、求職者が希望する正社員求人は、円高等の影響による海外からの安い部品の輸入や原油等の高騰による先行き不透明感から、依然として少ない状況が続くと思われる。	
	職業安定所（職員）	・求職者数が減少し、求人数は増加傾向が継続しており、景気に動きが出てきている。そのなかで、小・零細企業では円高や原油高の影響が依然として厳しい。全体としては、まだらな状況が見て取れる。	
	職業安定所（職員）	・新規求人数の増加につながるような要因は、新東名の開通で販売、卸、宿泊等が若干伸びた具合で、今後の先行きはまだ不透明である。ものづくりの方も、年齢構成を考えて求人を出している企業が多いので、まだまだ増産体制にはない。	
	職業安定所（職員）	・休業の相談をする会社もあり、景況感の良い会社と悪い会社の差が拡大している。	
	民間職業紹介機関（支社長）	・夏場以降の半期決算見通しなどで左右されると思われる。	
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・来月は地元の祭りがあるが、前年は自粛で取り止めたため、既に盛り上がっている。しかし、事業の景気にはあまり関係がなく落ち込むが、市内の景気は良い。	
	職業安定所（次長）	・自動車製造企業の話では、現在はエコカー補助金で自動車販売は比較的好調であるが、補助金は本年度上半期で予算を消化してしまう見込みで、下半期は販売が落ち込む可能性がある。そのため、下半期は派遣企業との契約を切るかもしれないとしており、それを考慮している。	
悪くなる		—	—

6. 北陸（地域別調査機関：（財）北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・客数も伸び、販売量も増えこの勢いが続きそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場主任）	・同じアイテムを複数枚重ねて着るレイヤードスタイルの定着や、前年と違った素材感の商品が多く投入され、1品単価のダウンはあると思われるが、それをカバーする販売数量アップが見込まれる。
		スーパー（店長）	・このまま当店の商品を客に認知してもらえれば、2～3か月後には売上は上がってくる。
		コンビニ（経営者）	・デザート部門においてヒット商品があり、従来とは違った動きがみられる。新しい客層が期待できるのではとの希望的観測をしている。気温の上昇に伴って、飲料などの粗利の大きい部門の売上が上昇するのではと期待している。
		コンビニ（店長）	・4月25日以降の客の動向は、天気の良い日が続いたこともあって、ゴールデンウィーク前から売上が好調になっている。商品自体が足りなくなるくらい売れている。例年通り、快調な5月のスタートを迎えられるとみられる。
		衣料品専門店（総括）	・4月度後半に、客の動きに改善の兆しが一部見えた。
		その他専門店【医薬品】（総務担当）	・テレビCMで流れている新商品がよく動いている。自分のニーズにあった商品にはお金を惜しまず消費する人が増えている。
		一般レストラン（スタッフ）	・格安航空会社の参入、スカイツリーなど、旅行を計画している話を聞くようになった。節約はするけど、我慢するだけでなく、少し消費もするようになってきたと感じる。
		観光型旅館（スタッフ）	・予約保有は前年の東日本大震災の影響を加味してもプラスに転じている。しかし、間際受け傾向が多くなっており予断を許さない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・大型の予約、イベントの予約が順調に入っている。
		旅行代理店（従業員）	・東日本大震災の影響は薄れ、自粛ムードから好転する。
		通信会社（職員）	・夏場のエネルギー問題に一定の方向性が出れば、目先においては取引深耕が進むと思われる。
		通信会社（社員）	・スマートフォン需要がより喚起されると思われる。
		通信会社（役員）	・前年7月の地上デジタル放送移行完了後、デジタルテレビの販売台数は大きく落ち込み、これに連動する形でテレビ契約数も伸び悩み傾向が続いたが、新年度に入り契約数もやや回復傾向にあり、当面継続すると予想している。
		美容室（経営者）	・ここ数か月、来客数、売上、客単価とも前年をクリアするようになってきた。この傾向は今後も続く気がする。
住宅販売会社（経営者）	・来客数や客の様子からするとやや良くなる。		
住宅販売会社（従業員）	・来客数は間違いなく増えている。今後契約数は増えてくると思われる。また、宅地の供給量も増えており、その販売も進んでいる状況があり、これから建物販売が進むと思われる。		
変わらない		商店街（代表者）	・衣料品はこれといった流行がない。グルメブームもひと段落し、消費を刺激するようなネタがない。
		一般小売店【精肉】（店長）	・客数、客単価に大きな変化はない。どちらかというと景気は良くなる方向に向かっていると思われるが、身近に具体的な変化はない。良くなる要素も悪くなる要素もはらんでおり、変わらないような感じがする。
		一般小売店【鮮魚】（従業員）	・先行き明るい材料が見当たらない。ゴールデンウィークでどれだけ人出があるかにかかっている。
		百貨店（営業担当）	・初夏から夏にかけては電力問題がマイナス要因である。節電意識から大型耐久消費財の動きは厳しいだろう。また、エコ関連で便利グッズやクールエコといわれる省エネ志向の商品など比較的単価の安い商品が注目されるであろう。全体的には、やや厳しい夏に向かうであろう。
		百貨店（営業担当）	・これから2～3か月先はクールビズの時期となるが、これについては前年、前々年から言われており、特に目新しい商品も出ておらず、ますます洋服のカジュアル化、通勤仕事着のカジュアル化が進むものと思われるが、特に新しいものの実績が伸びるとの予測は立てづらく、数字としては伸び代が少ないと思われる。来客数も前年の東日本大震災以降下げ止まっているものの、特に伸び代の実感は得られず、前年並みに推移すると思われる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場担当）	・ファッション衣料品は前年に買わなかった分、客は我慢していたものを買うようになってきている。婦人服を中心に来客数や売上も前年を上回るようになってきている。この夏の電力不足もあるためクール商材の反応は良いが、生活必需品は他店を比較した上で、価格や品質をよく吟味してじっくりと慎重に選んでいる傾向にある。
		スーパー（店長）	・従業員の家庭環境や来店する客の声からも、現在の野菜の高騰や食品単価の安い状況は以前と変わらないため、今後も厳しい状況が続くように思う。客の要望も価格最優先志向が強く、品質やブランドにこだわる客は少なく、販売数も増えない状況は続く。
		スーパー（総務担当）	・電気料金、社会保険料の値上げ、また消費税率アップなどが検討されているなかでは、景気が良くなったと感じても一時的なものになるだろう。
		スーパー（総務担当）	・おおむね横ばい。円高、電力などの課題はあるものの不安材料にはならないように思われる。根拠は薄いですが、強いていえば上向きになると感じている。
		スーパー（統括）	・この先景気が良くなる材料も、悪くなる材料もない。
		コンビニ（経営者）	・当店の取扱い品のなかでも特に動いているのは、単価の安い商品であるが、方向的にはこの方向は変わらない。客単価が伸びているのは、買い合わせにより商品を何点か購入してもらうように工夫しているので客単価が上がり、売上を維持している。単価的には下がっており、加えて来客数も下がっているなかでは、いかに客単価を高くするかがカギとなっている。そのため売上に関しては伸びていくことは考えにくい。
		コンビニ（店舗管理）	・デフレ状態が長引くなか、米や豚肉などの食材は値上がり基調である。店側が相当部分の吸収を余儀なくされている状況にある。
		衣料品専門店（経営者）	・相変わらず不順な天候に売上が左右され、一喜一憂する毎日である。
		家電量販店（店長）	・前年のような地上デジタル放送化にともなう家電商品が大きく動くのは難しい。
		家電量販店（管理本部）	・売上が天候に左右される時期となるが、全体の中でウェイトが高く天候と関係の無い大型商品の実績が半年間下がったままで、上昇する兆しも見えない。
		乗用車販売店（経営者）	・客の購買意欲は必需品に限られ、アフターサービスでも最小限にとどめた内容を要求される場合が多い。生活費が増える分の節約の表れを感じさせる顧客の声を多く聞くようになった。
		乗用車販売店（役員）	・エコカー補助金の終了時期にもより、また、各メーカーの新型車効果も含めてしばらくはこの状況が続くであろう。年度後半にかけては不透明である。
		自動車備品販売店（従業員）	・新車需要の追い風はあるが、後付け用品の低下とメンテナンスにかける個数ダウンが見られ上向きの兆しが見られない。
		住関連専門店（店長）	・あまり変わる要素がない。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・あくまでも希望的観測である。本音は悪くなる可能性が高い。先行きが見えず、良いことがあればと思う毎日である。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・客からは楽観的な話を聞かない。
		高級レストラン（スタッフ）	・和食部門は底打ちをして前年比110%を安定して推移しているが、特に、ここ1年の鉄板ステーキ部門の伸び率は前年比115%と絶好調である。ユッケによる死亡事故後、事件の地元ということもあり焼肉離れが加速していると思われる。
		スナック（経営者）	・経営者から先々の厳しい話を聞いたり、雲行きの怪しい国際情勢の話を聞いているとマイナスが増し、当分混沌とした感じがする。
		観光型旅館（経営者）	・5月以降も団体の受入れが良く、予約状況は前年、前々年よりも増加している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊やレストランの販売実績としてはやや上向き傾向にあると感じられるが、現状からの積極的な上昇要因は見当たらない。
		タクシー運転手	・節約傾向は依然として強いほうであり、この先もあまり期待はできない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
企業 動向 関連		タクシー運転手	・給料も上がらない状態であるが、その中で消費者は何とかやっているようである。
		通信会社（営業担当）	・この先は上向きになる要素が特に無い。
		住宅販売会社（従業員）	・ゴールデンウィークの展示会などのイベントを考慮しても現在の状況とは変わらず、客の動きに少しは期待しているが大幅に変わることはない。
		住宅販売会社（従業員）	・低価格商品が徐々にウエイトを占めてきている。また、石油の高騰などから調達資材の単価が上がり始め、数量でカバーしても収益面は悪化の見通しである。
	やや悪くなる	一般小売店〔事務用品〕（役員）	・例年通りあまり商品を購入しない時期に入り、新年度予算では、予算があればすでに使ってしまったている。予算どりの作業に入る。よほど今から案件や見込みがない限り、駆け込み需要も考えられないので、やや当初の目標からは悪くなると予想している。
		スーパー（店長）	・相変わらず自社カードの2日間割引5%の日以外はなかなか購買に結びにくい傾向にまだまだある。必要以外のものは買わないとする傾向に変化はみられない。
		衣料品専門店（経営者）	・福井では嶺南地域にある原子力発電所がどうなるかが大問題となっている。福井市に本社のある小売企業の社長は「嶺北はまだまだ伸びている。しかし、嶺南は伸びが止まってしまった」と言っている。そのほかに、電力不足、電気料金の値上げなどが大きな不安材料になる。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー減税や補助金などの利点で購入する客はほとんど終了した状況が感じられ、景気が良くなったとはいえない。
		一般レストラン（店長）	・5月の連休の予約状況などを考えるとあまり期待できない。
		旅行代理店（従業員）	・相談、申し込み、受注件数の伸び悩みがあり、上積みがされていない。
		テーマパーク（職員）	・個人客、インバウンドの観光客はそれなりに安定して推移すると思われる。団体客については、全体として前年から続く九州や中・四国方面の大きな旅行の流れと5月に開業するスカイツリーなど首都圏観光が話題となっており、中部エリア、特に北陸エリアがエアポケットのような状況になると思われる。予約状況を見ると団体については前年以上に厳しくなっている。全体としてはやや厳しい見通しである。
		その他レジャー施設（職員）	・会員数の回復状況が思わしくなく、燃料費の高止まりに続き、6月より電気料金も上がる。
	住宅販売会社（従業員）	・個人の購買意欲に力強さが感じられない。また予算も縮小している。	
	悪くなる	—	—
良くなる	—	—	
やや良くなる	繊維工業（経営者）	・これから秋冬物の生産シーズンに入るが、新しい商品については需要状況が良くなってくる。また東日本大震災の復興需要にも期待している。	
	一般機械器具製造業（総務担当）	・円高も若干是正され輸出が伸びると期待している。	
	建設業（総務担当）	・工事発注量が少ないことから依然として低価格での受注競争が続くと思われ、厳しい状況は改善されない見通しであるが、過大な受注価格競争から脱却しようとする動きも一方ではある。	
	輸送業（配車担当）	・4月の後半になって燃料価格も上げ止まっているが、半年前から比べればまだ高い。しかし、エコカーの需要、東日本大震災の復興で荷物が今後動くと思われる。	
	金融業（融資担当）	・中国や東南アジアからの受注の動向の影響は受けるものの、東日本大震災の悪影響が一巡し、今後やや上向きに向かうものと推定する。	
	変わらない	繊維工業（経営者）	・国内市場については堅調であり、下支えとなっている。しかし、主力の高機能商品については在庫調整および輸出関連の復調に期待しているが時間がかかりそうである。
		化学工業（総務担当）	・社内会議の中では、今後の受注量について現状維持の予定である。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・主要な用途の住宅建材が受注としては伸びていない。少し動き出してはいるが、全体的にみると量が増える見込みがない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・為替の円高戻り、電力不安、主力電気メーカーの業績不安などで消費が好転するような気風が感じられない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		電気機械器具製造業 (経理担当)	・今後2～3か月はスマートフォンやタブレット端末向けの電子部品でかなり好況を呈すると考えるが、半年から1年を展望するとこれらの部品が落ちてきた時が非常に怖い。
		精密機械器具製造業 (経営者)	・在庫調整のため仕入れをストップしていた国内大手の小売チェーンも決算期を終え、仕入れ量は若干戻ったようであるが一部の商品に限られているようであり、厳しい状態はさらに続くようである。
		通信業 (営業担当)	・事業所向けの商品が3月の年度末の追い込みで、いまだかつてない好成績であったが、4月はその反動でかなり苦しいものとなっている。当分一進一退での成果となるものと思う。
		不動産業 (経営者)	・個人の方の要望がなかなか出てこないのに加え、期待感があったが意外に情報が少ない。
		新聞販売店 [広告] (従業員)	・消費税の増税も関連してくるので見通しがつかない。
		司法書士	・個人住宅やマンションについて堅調なのは、前年に控えた反動と思えるし、相変わらず、事業閉鎖に関する依頼が多い。
	やや悪くなる	食料品製造業 (役員)	・主原料の価格が上昇傾向、燃料費も包装資材も値上げの実施が明らかとなっており、いわゆる原料高の製品安といった状況が危惧される。
		金属製品製造業 (経営者)	・2～3月先の分の注文の入り具合を見るとやや悪くなる。
		金融業 (融資担当)	・3月までは株価はしっかりしていたが、4月に入り腰折れしている。これらが相まって、個人消費が冷え込む可能性がある。復興需要なども叫ばれているが、全国的な需要波及も見込み難い。
	悪くなる	建設業 (経営者)	・4月の仕事量は例年以上に少なく、工事部門の技術者、技能者には今冬の除雪時に発生した休日出勤を代休消化させたが、5月の仕事はさっぱりなく、有給休暇を取らせなければならぬだろう。
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社 (社員)	・IT関連の仕事も、若干回復の兆しが見られ、前年比でも今後仕事量が増加するのではと思われる。
	変わらない	人材派遣会社 (役員)	・求人数および採用者数の動きを見ても派遣需要の回復は見られそうもない。
		求人情報誌製作会社 (編集者)	・正社員募集の割合が停滞している。
		職業安定所 (職員)	・新規求人数は前年同月比で増加傾向にあるが、円高の影響などにより一部産業で雇用調整を実施しているなど、先行きは不透明である。
		職業安定所 (職員)	・製造業の新規求人が26か月ぶりに前年同月より減少した。また、新規求人数全体でも増加が頭打ちになっている。一方、新規求職者数は大幅に減少しており、将来の景気動向は不透明である。
		民間職業紹介機関 (経営者)	・まだ、多忙になったという取引先企業の情報を聞かない。雇用計画情報も聞こえてこない。
	やや悪くなる	—	—
悪くなる	—	—	

7. 近畿 (地域別調査機関: りそな総合研究所 (株))

(-: 回答が存在しない, O: 主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	商店街 (代表者)	・当商店街では、積極的に客に喜んでもらえるようなイベントを5月から月2回で開催する。同じ物を買うならこの商店街に来てもらえるように、お客様目線でイベントを行う。
		一般小売店 [衣服] (経営者)	・これからは気候も良くなるため、今の状態が続くのであれば景気は上向く。
		一般小売店 [カメラ] (販売担当)	・今の状態が続けば、気候も暖かくなり、人の動き自体が活発になっていく。今まで辛抱していた反動もあり、少しずつ良くなっていく感がある。
		百貨店 (営業担当)	・上位顧客の一部では、宝飾品や時計、衣類、バッグなどの雑貨に良い物があれば引き合いがあるため、今後も受注が見込める。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（販促担当）	・気温の3か月予報では平年よりもやや高めとなっており、より厳しい節電対応となるため、クール商材を中心とした夏物商材の動きに期待できる。一方、高額品の動きは株価や政策が安定、上昇に向かうことが重要となり、予断を許さない状況である。
		百貨店（売場マネージャー）	・景気は停滞ムードである一方、優待セールの日程を直接聞いてくる客もみられる。春物商材は欲しいが、いつ買うかという計画を立て、待てるなら優待の時期まで待つという買い方が多い。
		スーパー（店長）	・東日本大震災による消費の自粛は緩和され、前年よりも消費が伸びる。ただし、長期的にみるとまだ不安定さが残る。
		スーパー（店長）	・前年の東日本大震災以降、商品供給が困難となり、品薄、品切れ状態が続いたため、今年はその反動でプラスの動きも出てくる。その一方、7月までの地上デジタル放送関連の駆け込み需要に伴う反動減や、ガソリン価格の高騰による様々なマイナス要素もあり、予断を許さない状況ではあるが、全体的には緩やかな回復傾向が進む。
		スーパー（経理担当）	・ゴールデンウィークは海外旅行に行く客が増えるなど、消費自体は堅調である。猛暑による電力需給への影響は気がかりであるが、夏商戦には前年よりも期待できる。
		スーパー（開発担当）	・原油価格の高騰が一時的にでも収まれば、気候的に暖かくなり、景気も少し改善する。
		スーパー（社員）	・新商品を紹介したコーナーや、メニューを提案した際の客の反応が良い状況が続いている。また、高品質型のスーパーの方が売上の伸びが良いため、この流れが定着するように期待している。
		コンビニ（経営者）	・買上点数は今まで1～2点であったが、3～4点買う客が増えてきている。
		コンビニ（店員）	・行楽の季節になれば来客数が増える。
		家電量販店（経営者）	・太陽光発電の販売量増加や省エネ家電の需要増により、景気は良くなる。
		乗用車販売店（営業企画）	・市場の流通台数が減ってきているため、期待はできる。
		乗用車販売店（販売担当）	・今月は繁忙月である3月の反動もあり、販売量が減少する傾向がある。これから先は、6月に向かって販売量や来客数が増加する。
		乗用車販売店（販売担当）	・エコカー補助金の効果も8月末までは見込めるため、あと4か月間は堅調に推移する。
		乗用車販売店（営業担当）	・来客数は3月と比べると減ってはいるが、前年と比べると増えているので、景気はやや良くなる。
		高級レストラン（支配人）	・今月の販売量は東日本大震災の影響もなく、1月と同じく前年を大きく上回ったほか、来客数も増加しているなど、景気回復の兆しがみられる。
		一般レストラン（経営者）	・ウェディング業界が1.5次会に力を入れてきており、レストランでの2次会が激減している。今までは結婚式から披露宴、二次会、三次会という形がスタンダードであったが、経済的、時間的な理由から1.5次会のニーズも増えているため、大口需要の獲得が必要となっている。
		観光型旅館（経営者）	・ガソリン価格の上昇と電気料金の値上がりは、今後の景気に影響してくる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会部門では全体的に会議利用が減少傾向にあるが、製薬会社による利用は復調傾向にある。宿泊部門は団体客の取り込みが好調であり、東アジア諸国を中心とした海外旅行客の予約が順調なほか、レストランは季節の商品が今年に入ってから好調なため、前年を上回る動きとなる。
		都市型ホテル（総務担当）	・5、6月は宴会件数、宿泊客数共に好調な予約状況であり、当分はこの傾向が続く。
		旅行代理店（経営者）	・燃油サーチャージの上昇が気になるころではあるが、海外旅行の好調は円高基調が一気に変わらない限り、今後も続く。
		旅行代理店（店長）	・旅行だけで見ると、行く人が増えるとお金が動く。まだまだであるが良くなっていく。
		旅行代理店（従業員）	・経営者の景気回復感が上昇している。
		通信会社（社員）	・7月ごろには夏モデルの新製品も発売となり、ボーナス商戦も始まる。ただし、それまでは客の買い控えもあり、一度落ち込む。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
変わらない		通信会社（社員）	・スマートフォンとのセット申込については、市場はまだ当分は拡大傾向が続く。
		その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）	・業界の認知度が向上してきたほか、市場シェアも拡大してきている。
		その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・毎年暖かい季節になると来客数が増える。
		商店街（代表者）	・オーバーストアが常態化し、客単価も低水準なままであるため、売上が伸びない。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・デフレ傾向がまだ続くのか、底がどこにあるのかを早く見極めねばならない。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・消費税増税の話もあるため、今後良くなるかどうかは不透明である。
		一般小売店〔花〕（経営者）	・電力問題などの今後の見通しが立たない状況で、どのような影響が出るかも分からないため、景気回復は望めない。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・ある程度消費も落ち着きをみせているため、極端に良くなることも、悪くなることもない。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・全体的に不景気な状況は変わらない。さらに、消費者の動きは業種や業態、商品などによって格差が開いていくため、消費者の動きがとらえられなければ非常に厳しい状況となる。
		一般小売店〔雑貨〕（店長）	・たばこ増税やタスポ導入のようなことが起これば、更に売上が激減するが、それがなければ当面は低位安定が続く。
		一般小売店〔花〕（店員）	・依然として顧客の購買意欲は低く、良くなる要素がない。
		一般小売店〔酒〕（店員）	・依然として客単価が低下しているなか、新規客を含めた来客数を増やすための企画を展開している。来客数が前年よりも伸びているにもかかわらず、売上が前年クリアするのに厳しい状況が続いているため、見通しは厳しい。
		百貨店（売場主任）	・今後も大きくは変わらない。
		百貨店（売場主任）	・もっと国内需要を高める対策が必要である。内需拡大策や国内景気対策に税金などを充当するほか、東日本大震災支援のスピードアップによる国内経済の安定や雇用安定、年金対策などの策定と実施が必要である。
		百貨店（売場主任）	・消費増税の動向や、電力不足による不安感など、まだまだ一般客の消費意欲を阻害する要因が多い。
		百貨店（売場主任）	・購買単価が上がらないなか、来客数の増加がない限り、好転は見込めない。近隣の商業施設の新規出店や、店舗の大型改装などの計画が直近はないため、飛躍的に来客数が増えるとは考えにくい。
		百貨店（売場主任）	・新社会人の消費行動をみても、将来の漠然とした不安で、必要以上の消費を行わない傾向が顕著である。
		百貨店（企画担当）	・消費税増税法案をはじめ、先行きの不透明感が払しょくされず、景気的好転は期待できない。
		百貨店（企画担当）	・前年のゴールデンウィークは東日本大震災の影響で遠出する人が少なく、百貨店での買物客が増えたが、今年は旅行者が増える見込みで売上也厳しくなる。また、6月以降、電力会社からの節電要請の状況によっては、施設運営に影響が出る可能性もある。
		百貨店（営業担当）	・来店促進を試みても、売上は例年よりも落ちる一方、一部の優良顧客は高額な商品をタイムリーに提案することで、更なる売上増につながる。
		百貨店（サービス担当）	・クールビズ商戦が本格化する5月から、夏の猛暑対策や省エネ関連商品の強化など、前年以上の品ぞろえとなることで売上は確保できる。
百貨店（婦人服）	・電機関連企業の大幅な赤字決算で全体的にムードが重く、株価も不安定であり、一時的に好調な商品が出てきても、なかなか持続できない状態が続く。		
百貨店（マネージャー）	・これから夏に向けて、電力事情の悪化などの要因が店頭の動きにどう影響するかが分からない。例えばエコ商材、クール商材といった特徴的な商品にはプラスとなるが、消費者の購買心理といった目にみえない部分への影響が不透明である。		
スーパー（経営者）	・このまま暖かくなっても、客の買物は非常に堅実な動きが続く。味が少々良くても、少し価格が高くなると手を出さないといった買い方がみられる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・東日本大震災から1年が経過したものの、社会状況の影響もあって変化は望めない。
		スーパー（店長）	・夏の電力不足の状況により、節電関連商品の動きが活発化するのか、家計の節約が加速するかの判断が難しい。
		スーパー（広報担当）	・電力不足問題が深刻化すれば、営業に支障が出る可能性があり、消費にもマイナスとなることが懸念される。
		スーパー（販売担当）	・競合相手との価格競争もあり、単価が下がる傾向にある。客が前年と同じ点数を購入しても、買上金額は前年に届かない状況が今後も続く。
		スーパー（企画）	・このまま消費喚起の政策がなければ、景気が回復する見込みは少ない。電気料金の値上げなどの懸念もあり、当面は生活防衛意識の強い状態が続く。
		スーパー（管理担当）	・夏に向けた節電のほか、節約の傾向が強まることが懸念される。
		コンビニ（店長）	・気温の上昇に伴って売上、来客数も通常は伸びてくるが、近隣では競合先がどんどん増えているため、影響が出るのは必至である。
		コンビニ（店員）	・景気の良くなる材料が見当たらない。
		衣料品専門店（経営者）	・徐々に小売価格が上がってきているが、売れている物は低価格商品ばかりである。品質の良い商品を求める客もみられるが、結局は価格が合わないため、今後も厳しい状況となる。
		家電量販店（店員）	・景気の上向き要素が見当たらない。
		家電量販店（企画担当）	・電力不足により、新規購入への意欲が高まらない感がある。
		乗用車販売店（経営者）	・新車が売れ始めているので、それに伴って中古車などが売れる。
		乗用車販売店（経営者）	・中小企業だけでなく、大企業にも円高の影響が出てきたため、雇用や給料などが悪化に向かう。東日本大震災の影響も長引いている。
		乗用車販売店（経営者）	・今後も原子力発電所の問題、電力不足、円高の再進行など、日本経済を取り巻く環境が決して良くないので、景気は良くならない。ただし、東日本大震災の復興需要や税制優遇などで悪くもならない。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の売行きがあまり良くなく、一般修理もあまり良くないため、見通しは厳しい。
		乗用車販売店（営業担当）	・エコカー補助金がなくなると予想されている8、9月までは、前倒しで購入を検討する客が増えるため、良い状態がしばらくは続く。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・急に円高になったり株価が上がったりしなければ、景気は今のまま横ばいで推移する。金の価格も、今の状況であれば大きな変化はない。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・生活必需品の販売は使用量によって左右される。それ以外の嗜好品や健康食品、高額な化粧品はぜいたく品でもあるが、自分のために買って行く客もみられる。客の買いたい価格で、更に便利で機能的な商品の開発を進めることで、売上増につなげていく。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・家に眠る貴金属の換金も、円高が緩和してからは収まりつつあり、購入のきっかけは増えそうにない。
		高級レストラン（スタッフ）	・良くなっていく要素は今のところ見当たらない。
		一般レストラン（スタッフ）	・政局の見通しが立たないなか、増税や電力不足などのマイナスの情報はあるが、節約疲れや自粛ムードからの脱却で消費のペースは上がっているため、全体としては今の状況が続く。
		一般レストラン（経理担当）	・国内外での政治や経済の情勢に大きく左右される。
		一般レストラン（店員）	・悪い材料がなく、商品の回転率も良いため、好調な動きが続く。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・好転する好材料が見当たらない。
		観光型ホテル（経営者）	・東日本大震災以後の日本経済の沈滞、原子力発電所への不安感に加えて、政治情勢の不安定という悪い空気が社会に広がっているため、見通しは良くない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光型ホテル（経営者）	・今月は予想以上の売上と乗客数となり、景気は右上がりともみられるが、燃料価格が高騰しているほか、新年度を迎えて設備投資などの経費も増える。今後2、3か月の予約状況はまずまずであるが、現状が維持できればよい。
		観光型旅館（団体役員）	・宿泊人員、客単価共に、東日本大震災のあった前年は別として、2年前と比較しても95～96%で推移しているため、急激に良くなる見通しは持てない。
		都市型ホテル（マネージャー）	・今月は比較的好調であったが、先々の予約状況はそれほどでもない。原子力発電所の再稼働問題、消費税増税などの政治的な問題のほか、ロンドンオリンピックによる出控えも懸念しており、ホテルにとってはこのまま景気が良くなるとは思えない。
		都市型ホテル（客室担当）	・間際予約が多く先の予測は難しいが、インターネットによる個人客の取り込みも順調であり、今後も変わらず推移していく。
		旅行代理店（広報担当）	・ロンドンオリンピックの開催も近づき、欧州旅行などに行く人が増える。前年の夏休みに行けなかった分、今年は旅行に2回出かけるという客もいるなど、先行きはやや良い状態が続く。
		タクシー運転手	・今月の売上をみても、結果的に前月と何も変わらない。客の利用状況から判断すると、景気が良くなるという雰囲気ではない。
		タクシー運転手	・当地域ではタクシー会社の年金基金問題もあり、次々と廃業する会社が出ている。その影響でタクシーの台数が減っており、運転手が余っているため、今後も厳しい状況となる。
		通信会社（経営者）	・特に変化を感じる要素がないため、今の状況が続く。
		観光名所（経理担当）	・前年は異例な状況での売上であったため比較は難しいが、例年と比較すれば今月は25%増となっている。ちなみに前年比は17%減である。今月は前月と比べて天候も良く、前月から実施している当地のイベントの営業効果が徐々に集客増につながっている。月末からの連休に向けて天候が良ければ、もう少し来客数も伸びる。
		競艇場（職員）	・東日本大震災の復興需要もあり、景気が底上げされる。
		その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・イベント対象者は若年客がほとんどであるが、チケットを買う費用が親から出ているのか、アルバイトで稼いだのかは分からない。親から出ているとすれば、勤務先の景気に左右されるため、今後は分からない。
		その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・プロ野球では交流戦が行われるほか、家族向けのイベントや人気グループのコンサートがあるため、多くの来場を予想している。
		その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設]（企画担当）	・インバウンド客の増加が期待できるものの、足元の市場には好材料が見当たらない。
		美容室（店員）	・今年の夏は節電もあり、涼しくなるように髪を切る客が増える。
		その他サービス [ビデオ・CDレンタル] (エリア担当)	・今後の春のキャンペーンによるレンタルの回復と、大型書店の出店による物販売上のアップに期待したい。
		その他サービス [生命保険]（営業担当）	・依然として景気の先行きが不透明なため、生命保険の加入を検討する客は伸びない。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要もあまり感じられず、政治が安定するまでは景気の上昇を期待できない。
		住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災の復興やエネルギー問題、社会保障、増税、欧州景気など、問題が山積み状態であり、景気回復への期待に乏しい。
		住宅販売会社（総務担当）	・不動産の動き次第で良し悪しが決まるが、一般客は様子見の状況であるほか、政府の住宅施策の効果もよく分からない。
		その他住宅投資の動向を把握できる者 [不動産仲介]（経営者）	・何か特別な優遇措置もなく、金融機関の融資姿勢にも変化はみられない。
		その他住宅 [展示場]（従業員）	・ゴールデンウィーク中の住宅展示場への来場者は、年間の2割近くを占めるが、今年は旅行費用の割安感から旅行が増える気配があるため、展示場への来場がどこまで伸びるかわからない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・ボーナスにも期待できず、物価上昇などで消費者は生活防衛に入っているため、前年と同水準か、更に厳しくなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔時計〕 (経営者)	・一部で高額な時計が売れるなど良くなる兆しが少しみられるが、まだまだ平均的に売れているわけではないため、安心できる状況ではない。夏に向けての予算の優先順位を考えると、時計にはなかなか回ってこない。
		一般小売店〔食料品〕 (管理担当)	・母の日が終われば、販売量は元に戻る。
		一般小売店〔衣服〕 (経営者)	・今の消費者の動きと販売量をみる限り、夏場に商品が売れるとはとても思えない。むしろ、夏物衣料は前年より更に苦戦する。冷感商品もいろいろと出ているが、来店時の消費者の様子は、まだ夏本番になっていない影響もあって、反応が鈍い。
		一般小売店〔花〕(店長)	・今年に入って、業種に関係なく閉店や廃業が目立ち、空き店舗がなかなか埋まらない。先行きは不安であり、今年も良い話がなさそうなので、景気は悪くなる。
		百貨店(店長)	・周辺地域の人の数が減っているように感じるため、先行きの見通しは厳しい。
		スーパー(経営者)	・ガソリンや電気、ガス、水道などが値上げとなる気配があり、消費者が生活防衛姿勢を強める傾向が感じられる。
		スーパー(店長)	・悪化の一番の理由は電力需給の問題である。電気料金の単価上昇懸念に加え、過度な節電対策が業績に悪影響を及ぼさないかが心配される。
		スーパー(企画担当)	・これまでの推移や、競合などの外部環境から判断すると、来客数は下げ止まらない。
		コンビニ(経営者)	・近隣の予備校の学生数が減少しているほか、近隣のオフィスビルの入居率も低水準のまま推移するなど、売上増となる材料が見当たらない。
		コンビニ(広告担当)	・不透明な政治によって、消費増税、物価の高騰、社会保障問題などの不安要素がある。
		衣料品専門店(経営者)	・今後も少しずつ景気は悪くなると思われる。客単価が上がらなければ利益が出ない。
		衣料品専門店(販売担当)	・客からは、電気料金が高くなるために会社や自宅で節電するとの声も聞かれるため、今後は厳しくなる。
		衣料品専門店(営業・販売担当)	・クールビズの影響で、夏物スーツやネクタイの受注が減少する。
		家電量販店(店長)	・ロンドンオリンピックによる需要は若干期待できるが、前年のアナログ放送終了前のテレビやDVD、簡易チューナーの需要増の反動や、単価の下落により、現状からの改善にはつながらない。
		乗用車販売店(経営者)	・個人消費の伸びる理由が見当たらない。
		住関連専門店(店長)	・政治や経済、社会の先行きの方向性があいまいなままなので、様子を見守っている。
		一般レストラン(経営者)	・節電による影響が出てくるため、来客数が減少する。
		その他飲食〔ファーストフード〕(店員)	・良いときもあるが、天候の悪い日が多いため、悪くなってきている感がある。今後は消費増税の議論も進むが、その悪影響も出てくる。
		観光型ホテル(経営者)	・ゴールデンウィーク後も今の好調が続くとは考えられない。予約が間際化しているため、先の予約状況からは判断しにくい。原油価格の上昇や電力不足の問題、政局不安などを考えると、先行きは悪化を予想せざるを得ない。
		都市型ホテル(支配人)	・夏場にかけての関東での電気料金値上げや原油価格の高騰など、景気回復の起爆剤になるような明るい材料は見当たらない。特に、大飯原子力発電所の再稼働問題や、年金支給開始年齢の引上げなど、民主党政権に経済活性化の期待感はない。
		都市型ホテル(スタッフ)	・1～3月にかけて受注が大幅に伸びていたが、4月に入って急に動きが鈍くなっている。先行予約も悪く、見込みが立たない状況である。
		通信会社(企画担当)	・原子力発電所の停止による電力需給の不安定化で、やや悪くなる。
		観光名所(経理担当)	・人気の美術展が6月までで終わるため、それ以降の来場者、売上は厳しくなると予想される。
		競輪場(職員)	・前年の傾向からみると悪くなる。電気料金などの物価が高くなる傾向にあるほか、経済の回復の兆しもみえない。政治も停滞気味で、あまり良くなる要素がない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他住宅〔情報誌〕 (編集者)	・建設費の高騰によるマンション価格の上昇は避けられない状況となりつつあり、消費者の購入マインドへの影響も始まる。ガソリン価格の上昇による消費マインドの低下も発生し始めている。
	悪くなる	一般小売店〔珈琲〕 (経営者)	・消費の減退によるデフレの進行が懸念される。
		一般小売店〔野菜〕 (店長)	・まだまだ社会の状況は悪くなる。
企業 動向 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	木材木製品製造業(経営者)	・新規事業について次第に条件が整いつつあり、近い将来に実現するため、売上、利益共に大幅に改善する。
		出版・印刷・同関連産業(情報企画担当)	・依然として不透明であるが、ここへきて欧州の動きが不安材料となり、大手企業や製造業の状況は好転する兆しが見られない。今後、サービス産業は広く浅く窓口を増やしていく戦略が求められる。印刷業が生き延びるためには、紙とITをどのように組み合わせるかが最も重要となる。
		化学工業(経営者)	・一部の業界ではあるが、全体的に売上に活気が出てきており、問い合わせの動きも活発になっている。過去の経験からいって、ほかの業界も遅れて景気が良くなる。
		電気機械器具製造業(宣伝担当)	・7月からの再生可能エネルギーの固定価格買取制度スタートや、7月末からのロンドンオリンピックなどにより、太陽光発電、AV関連商品の荷動きが活発化する。
		輸送用機械器具製造業(経理担当)	・国内向けの引き合い件数が増加傾向にあり、受注に向けたアプローチを積極的に実施しているため、見通しは良い。
		建設業(経営者)	・過去に止まっていた案件が動き出したようで、大型の案件が続いている。デベロッパーからも、土地の仕入れに動いているという声が聞かれる。土地が動けば、いろいろなプロジェクトも動き出す。
		輸送業(営業担当)	・前月に続き、工場間での荷物が増えている。今月は特に下請の小さな工場で荷物が増えたため、景気はやや良くなる。
		輸送業(営業所長)	・今年度は早々といろいろな案件が出てきているが、事務所移転の案件が多いため、少しは期待できる。
		金融業(営業担当)	・取引先の厳しい状況は変わらないが、徐々に受注は増えつつある。不安も多いが、今後の期待も含めて良くなる傾向がみられる。
		広告代理店(営業担当)	・来客数が戻ってきているため、ゴールデンウィークと夏のセールに向けて回復していく。
		広告代理店(営業担当)	・注文件数自体が月ごとに増えてきているため、先行きの見通しは良い。
		経営コンサルタント	・今の調子が続けば、やや良くなる感がある。
		コピーサービス業(店長)	・若干の回復傾向を感じるが、劇的な変化は期待できない。ただし、来店客へのヒアリングを集約すると、緩やかではあるが今後も右肩上がりで見込める。
	その他非製造業〔民間放送〕(従業員)	・雇用環境などの改善により、消費が刺激される流れが生まれつつある。	
	変わらない	食料品製造業(従業員)	・大きく動きがあるような状況ではない。売上減に対応して低価格の新品を販売するが、どこまで今までの売上減をカバーできるかは分からない。何とかして売上を伸ばさねばならず、厳しい状況である。
		繊維工業(団体職員)	・国内の景況感も良くなく、タオルの需要動向にも期待感はない。逆に原油価格の上昇から外注加工費の値上げ要請もあるが、価格転嫁は容易ではなく、採算性がより厳しくなる。
		家具及び木材木製品製造業(営業担当)	・今のところは配達量に変化がみられないため、現状維持となる。
		パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	・今夏の電力不足が懸念されるが、大きな変化はない。
		化学工業(企画担当)	・著しい原料価格の高騰や販売価格の低迷が進んでいるわけではないが、全体的に低調な状況が続いているため、劇的に改善することはない。
プラスチック製品製造業(経営者)		・関西電力の計画停電の話で、前年の関東における工場の稼働時間帯シフトが思い出され、回復の勢いに乗れない懸念がある。	
金属製品製造業(経営者)		・製造業に円高の影響が出始めているため、見通しは良くない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般機械器具製造業（経営者）	・当社には原子力発電関連の顧客が多いが、それぞれ原子力発電以外の市場への参入を急いでいる。それに伴って新たな投資が必要となり、新しい仕様の発注が多くなってきている。この傾向は今後も続く。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・生活必需品などの値上がりで、現状維持が精一杯である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・自力で革新を図るにも時間が必要であり、中々成果が上がらない。景気は簡単には良くならないとあきらめているが、自力で景気を良くするにはまだ時間が必要である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・欧州の信用不安が高まりつつあり、為替相場が非常に不安定であるため、先行きの見通しは厳しい。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・暖かくなれば電力供給が不安定な状況となるなか、節電、省エネ意識が根付き、店舗や住宅での環境配慮型商品への取替えや買換えが続く。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・受注量は横ばい傾向で、2、3か月先の受注が少ない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・年度末ごろから仕事がない。例年であればゴールデンウィークには仕事があるが、今年は初めて仕事がないため、見通しは厳しい。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・原油価格の高騰により、原材料費の値上げの動きがみられるなど、今後も厳しい状況となる。
		建設業（経営者）	・公共工事でも東日本大震災の復興が中心となり、それ以外では減少が予想される。また、復興の本格化で業種によっては職人不足や賃金の高騰につながる。
		建設業（経営者）	・これから夏に向けて節電や、消費税の引上げなどの不安材料が多く、様子見の客が増える。
		通信業（管理担当）	・変化する要素が見当たらない。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込件数が増えつつあるが、区域調整などで配分を減少させるスポンサーも増えており、折込収益の上昇にはつながっていないため、見通しは良くない。
		広告代理店（営業担当）	・新たな良い材料も、悪い材料もみられない。
		司法書士	・案件が少ないほか、会社の解散や組織の簡素化といった話が少ないうちにもあるなど、良くなる材料が見当たらない。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・ゴールデンウィーク明けの仕事が入っていない。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・外国人観光客や新幹線の乗降客が増えている傾向が続いているため、少なくとも大阪については増収の条件が整いつつある。問題は今夏の電力不足である。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・もう少し中期的な上昇がみられれば、良くなっている実感が出てくるような気がする。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・5月以降も特に大きく変化するような材料はみられない。一方で、徐々に円高が進行しているため、円高によるメリットも経営を安定させるのに役立つ。
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・現状は非常に厳しい状況であるため、これから打開できるとは考えにくい。
	やや悪くなる	食料品製造業（経理担当）	・原材料費が高止まりする一方、今後は電気料金の値上げが懸念されるなど、厳しい状況が続く。
		繊維工業（総務担当）	・しばらくは取引先からの極端な値下げ要求は落ち着いていたが、新年度から強い要求が出てきている。国内製品のみならず、中国工場の製品ですら、価格が条件に合わないケースが出てきているため、見通しは厳しい。
		繊維工業（総務担当）	・催事型の販売では経費がかかり過ぎ、採算割れが起こることも考えられるが、それに代わる手立てが見当たらない。
		化学工業（管理担当）	・原材料価格の高騰による輸出量の減少や、電気料金の値上げによる収益減のほか、電力不足に対する不安がある。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・ガラス瓶の製造業者であるが、3月末で同業者が1社廃業となっているように、先行きは暗い。
		金属製品製造業（営業担当）	・取引先からは強いコストダウン要請がある一方、原材料価格が高止まりしたままであるため、採算はますます悪化していく一方となる。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・受注単価の下落に伴い、やや悪くなる。
	悪くなる	電気機械器具製造業（企画担当）	・まずは当社の経営状態が改善し、身の回り全体も改善しない限り、2～3か月間で景気は良くならない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		不動産業（営業担当）	・神戸から企業が撤退する動きが今後も続き、不動産の賃料も下がるため、将来的な景気が悪化する。	
		その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・円高で景気回復は見込めない。	
雇用 関連	良くなる	—	—	
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・派遣業界全体では底を打っており、特に大阪府下では福祉・介護関係の人材が求められている。ただし、これも4～6月の短期であるため、夏場にはどうなるかが問題である。	
		人材派遣会社（役員）	・本格的な東日本大震災の復興需要による景気の押し上げが始まれば、もっと景況感は良くなる。人材派遣では、社会主義色の強い法案に大幅な修正を加えて、労働者派遣法が改正されたこともプラスとなる。ただし、欧州の信用不安といった外部要因には要注意である。	
		人材派遣会社（支店長）	・求人数が多く、正社員採用が増えているところをみると、先行きに明るさが出始めた感がある。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・関西の地元企業から、新聞広告の出稿への打診が入っている。特に、製造業や医薬品メーカーの堅調ぶりがよく聞かれるため、見通しはやや良い。	
		職業安定所（職員）	・新規求人数は前年を25か月連続で上回っている。産業別にみると、製造業では一部に持ち直しの動きがあるものの、全体的には増加幅が小さいため、今後の動向を注視する必要がある。	
		民間職業紹介機関（大学担当）	・前年まで採用を控えていた企業の採用増が見込まれるが、現在の景気対策がととても重要になる。	
		学校〔大学〕（就職担当）	・希望的な感想を含めて、良くなってほしい。	
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・夏場の電力の供給能力が懸念されるため、変わらないというよりも分からない。	
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・関西地区については、夏に向かって電力不安も解消していない状態では、今後の状況も依然として良くならない。	
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・経済状況の低迷で社会構造、就職構造が変化していることは確実である。関西の雇用情勢はそのなかでも特に緊迫した状況であり、急に良くなるとは考えにくい。	
		職業安定所（職員）	・新規求人数の動きについては、もう2～3か月ぐらい様子をみなければ判断できない。	
		職業安定所（職員）	・求人の増加傾向は当分の間継続する。ただし、企業の採用意欲は高いとはいえず、採用にはなかなか至らない。また、今後も大規模な雇用調整の情報があることから、求職者の増加傾向も当分の間継続する。求人数が増加していても、景気の回復を実感するには至らない感がある。	
		職業安定所（職員）	・今後も雇用情勢は不安定な状況が続く。	
		職業安定所（職員）	・原油や原材料価格の高騰で、収益に影響を受けている事業所もあり、景気が良くなるとは思えない。	
		民間職業紹介機関（支社長）	・大手電機、電子メーカーの業績が戻らないため、今後も厳しい状況となる。	
		やや悪くなる	求人情報誌製作会社（企画担当）	・例年の動きからすれば、求人数が減少傾向となる。
			新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・広告の出稿には持ち直し感があったが、新年度に入って伸びが悪い。株価が低下傾向にあるほか、北朝鮮の核実験や中国国内の政権交代を巡る混乱など、隣国の不安定要素もあるため、しばらくは落ち着かない。
	悪くなる	—	—	

8. 中国（地域別調査機関：（社）中国地方総合研究センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	コンビニ（エリア担当）	・販売量、単価ともに好調に推移する。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・寒暖の差は飲食店にメリットがあり、これから夏に向けてのいろいろなイベントが目白押しで、商店街に面している当店の後押しになる。
		スーパー（店長）	・東日本大震災から1年が経過し、儉約、自粛ムードが一変しつつあるので景気が良くなる。
		スーパー（総務担当）	・気温が上がり、燃料の高騰が生鮮食品の価格に影響することがなくなり、価格が安定して売上が伸びる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		スーパー（業務開発担当）	・販売点数と客単価が伸び、気温が高くなれば涼味商品の動きも良くなり、しばらくこの良い状態は続く。	
		スーパー（販売担当）	・依然として来客数は減少するが、客単価や購入点数が増えて景気は上向く。	
		コンビニ（地域ブロック長）	・節電が懸念される関東・近畿圏からの人の流入があれば県内の景気向上につながる。	
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・昨年は東日本大震災の影響で消費が厳しかったが、今年は全体的に来客数が伸びる。	
		家電量販店（店長）	・今年の夏は暑くなるなどの予報が出てエアコンに期待が持てる。また節電意識の高まりから高省エネタイプの冷蔵庫の動きも活発化する。	
		乗用車販売店（統括）	・前年は東日本大震災による供給不足と買い控えで、大変厳しい状況であったが、今年はエコカー補助金による需要喚起で前年を大幅に上回る。	
		乗用車販売店（業務担当）	・今後数か月はエコカー補助金の駆け込み需要があるため、しばらくは好調の波が続く。	
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・購入単価は上昇しないが、暖かくなってきたので来客数は増加する。	
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・客の買い控えが底を打ったので、今後悪くなるような状況にはならない。	
		観光型ホテル（スタッフ）	・夏休みの予約も昨年以上に入り始めている。	
		観光型ホテル（支配人）	・外国人旅行者の回復が顕著であり、旅行会社に提案している宿泊プランも予約が増えている。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・ビジネスの出張が多くなっている。	
		都市型ホテル（総支配人）	・神話博しまねが始まる7月以降については、観光客の先行予約も順調であり、今後も宿泊客数の伸びが見込まれる。	
		タクシー運転手	・人の動きは昨年より良くなる。	
		通信会社（広報担当）	・新商品の発売が近いことから売上増が見込まれる。	
		テーマパーク（業務担当）	・来園者の9割が自動車を利用するため、ガソリン価格の動向を懸念しているが、ガソリン価格が高止まりする見込みで来園者数は大きく変化しない。一方、外出・行楽に対しての関心も高まってきていることから、季節の花の紹介やイベント開催による動員効果が見込まれる。	
		テーマパーク（広報担当）	・新規展示場のオープンを予定しており、気候も回復して来客数の伸びが期待できる。	
		ゴルフ場（営業担当）	・3か月前と比べ県全体の来客数が伸びており、上昇傾向にある。	
		美容室（経営者）	・経費はかかるが売上は少しずつ上昇しており、ターゲットを明確にして正しいアプローチで集客していく。	
		設計事務所（経営者）	・今後は東日本大震災復興の刺激が他社の受注の行動に現れる。	
		設計事務所（経営者）	・都市防災会議の新しい地震被害想定で木造住宅の9割が倒壊の恐れとの発表があり、住宅の耐震化に動きが出始める。消費増税前の駆け込み需要が出てくる。	
		変わらない	商店街（代表者）	・商店街での売上、来街者数が伸びる様子はない。
			商店街（理事）	・政治不安、天候不順など良くなる要素がない。
			商店街（代表者）	・政治不安、株価、為替などの不安定要素が多々あり、状況次第で景気が悪くなる。
			一般小売店〔酒店〕（経営者）	・ガソリン高、電力不足の問題もあり、特別に良くなる材料がないが、これ以上悪くなることもない。
			一般小売店〔紙類〕（経営者）	・来客数が増加し景気が良くなる。
百貨店（営業担当）	・現在の回復鈍化の原因説明が困難なため、このままの状態が続く見込みとせざるを得ない。			
百貨店（営業担当）	・必要な物しか買わない、ある物を着る、数を減らすということを客からよく聞くので、来客数は増加するが、客単価の伸びは見込めない。			
百貨店（販売促進担当）	・売上と来客数は天候の影響を大きく受けることや、東日本大震災による消費冷え込みの反動もあることから、本格的な景気回復の判断は今後の推移をみる必要がある。			
百貨店（購買担当）	・福島第一原子力発電所事故の問題で節電が求められ、客は衣料品を薄くしたり、接触冷感といった機能的素材を着用する傾向にあり、アパレル業界も機能素材を多数出してくる。また家電についても節電機能の商品の売上が伸びる。			

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場担当）	・今夏の予想では昨年にも増して節電を行っていかねばならず、冷感用品などは更に好調に推移するが、通常の衣料品や洋品などは厳しい状況になる。
		百貨店（電算担当）	・美術品の売上は前年比29%増であるが、紳士服、食品、雑貨、リビングなどの商品は前年を下回っており、全体売上は5%減で消費は極めて冷え込んでいる。紳士服の14%減から見ると、客が低価格商品へ流れているか他店にシフトしている。
		百貨店（営業推進担当）	・これまでの数か月と比較して、良くなったとか、良くなるだろうと感じられる要素が少ない。
		スーパー（店長）	・景気を判断する材料がない。
		スーパー（店長）	・明るいニュースはないので現状維持で推移する。
		スーパー（店長）	・外部環境の変化もなく、消費傾向が好転する要素がみつからない。
		コンビニ（エリア担当）	・現状維持で推移するが、工事現場関係の人が増える可能性もある。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数の厳しい状況はまだ続く。
		衣料品専門店（経営者）	・引き続き景気の良くなる要素がない。
		衣料品専門店（販売担当）	・来客数が増加する見込みはない。
		家電量販店（店長）	・消費税増税問題や介護保険料値上げなどの影響で、客の財布のひもが固い状況が続く。
		乗用車販売店（店長）	・販売においては、最需要月を越えて今月は反動が予想されたが、極端な落ち込みもなく順調に推移する。
		乗用車販売店（店長）	・エコカー補助金の影響で陰りが見え始める8月までは現状維持で推移する。
		乗用車販売店（副店長）	・消費税についての議論が不透明で政局が安定していないため、消費者の消費行動が懐疑的である。
		自動車備品販売店（経営者）	・良くなる材料はない。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・今以上の伸びはない。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・ガソリンの高騰、政治の不安定、欧州の信用不安で、国民は安心して消費ができない。
		一般レストラン（経営者）	・景気が良くなる要因がないので、現状のまま変わらない。
		一般レストラン（エリア担当）	・宴会予約や家族連れの外食が減少し、単価も低くなっているため、景気は上向かない。
		スナック（経営者）	・これまで同様今後も変わらない。
		都市型ホテル（企画担当）	・政情は停滞しており景気対策は出ていない。
		旅行代理店（経営者）	・現在の景気回復に関する施策がみえないので変化は出てこない。
		タクシー運転手	・現状維持が続く。
		通信会社（社員）	・新年度、入進学シーズンであるが新規の問い合わせに変わりがみられない。
		通信会社（企画担当）	・おおむね新商品への関心が高まっているが、夏を迎えると節電、省エネの声がブレイキになるので、現状と変わらない。
		通信会社（営業担当）	・良くなる要素がなく当面変わらない。
		通信会社（営業担当）	・テレビ受像機の販売不振の継続と同様、多チャンネル放送サービスへの引き合いも回復の兆しが無い。当面はインターネット、電話へ営業の軸足を移して対応していく。
		通信会社（総務担当）	・他社の販売攻勢もあり、需要が伸び悩んでいる。
		テーマパーク（管理担当）	・夏場に増加する電力使用量に伴う経費の増加が見込まれるとともに、客の観覧施設に出向く動機が薄れることが懸念される。
		競艇場（職員）	・現行と同等のレースしか開催しないので、あまり変化はない。
		その他レジャー施設（アミューズメント）	・母体のショッピングセンター、隣接する映画館でも、当店と同様に来客数の割に客単価が低めで売上が前年を下回る傾向にある。当店でも景品ゲームの売上が昨年を大幅に下回る傾向が続いており、現状を打開するような商品入荷の予定もないため、しばらく苦戦が続く。
		美容室（経営者）	・景気が良くなる材料がない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	・利用者やその家族はこれまでと変わらない様子で過ごしているため、ここ2、3か月で景気に変化はない。
		設計事務所（経営者）	・人口が少ない地方では、金が全く回らない。
		設計事務所（経営者）	・長期的な景気予測や消費税動向がみえてこない、住宅取得のような大きな決断ができない。
		住宅販売会社（販売担当）	・販売量は徐々に伸びつつあるが、ガソリン価格や燃料費、光熱費全般の費用負担が消費支出を抑制する。
		住宅販売会社（営業担当）	・景気変動する要素が見当たらない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・政治的、経済的状況に明るさを見出せる状況ではなく、客も将来的な不安を持っているので、購買意欲は上がらない。
		商店街（代表者）	・連休が終わるまでは内祝いや観光客の売上が増加するが、その後は行事も減少して売上は減少する。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・大型店やコンビニでの惣菜商品の販売、ディスカウント店、地域特産品直売店舗の新・増設などに客が今以上に流れていくことから、売上確保のため得意先の飲食店、給食の納品等を強化していく必要がある。
		百貨店（売場担当）	・中国地方では郊外店が売上シェアを伸ばす傾向になっており、中心市街地は海外旅行者という新規の客の開拓に頼っている状況である。また、駐車場や施設の老朽化が目立っており郊外店との競合で苦戦が続く。
		百貨店（販売担当）	・売上、来客数とも昨年を下回る状況が続いており、景気好転への特筆すべき要因がない。加えてゴールデンウィーク、夏休み等の大型連休を控え、近隣の大規模商業施設への客の流出が懸念される。
		スーパー（販売担当）	・今月で週2回のポイント3倍セールも終わり、客にアピールできるものがなくなるため厳しくなる。
		スーパー（管理担当）	・ガソリンや電気代の値上げも懸念され消費は低迷する。ディスカウント店出店の影響で、来客数、客単価ともに低下傾向で推移する。
		スーパー（営業システム担当）	・ドラッグストアやコンビニでも生鮮商品を扱うようになり、スーパーまで足を運ばなくても商品が手に入りやすくなっているため、用途別に購入先を分ける必要がなくなり来客数が減少する。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・今後も競合店の出店攻勢は続き、既存店は売上で苦戦する。
		衣料品専門店（経営者）	・暗いニュースが多く消費の動きが鈍くなる。
		家電量販店（店長）	・ボーナス月を迎えるので需要は増え、携帯電話などの商品は客の購買意欲が増すが、そのほかは厳しい状況である。
		家電量販店（企画担当）	・来客数に大きな変化はないが、客は購入に対して慎重になっており、景気は現状からやや悪くなる。
		自動車備品販売店（経営者）	・地元大手企業の破たんに伴う経済情勢の悪化で、地元企業の夏季賞与が不透明であり個人消費が落ち込む。
		住関連専門店（営業担当）	・土曜日の来客数も減少しているのて良くない兆しはない。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・水道料金や電気料金の値上げに伴い消費も鈍くなる。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（営業担当）	・昨年は大手自動車企業の工場の輪番休業により平日が好調だったが、今年は休日の並びが悪く苦戦が予想される。
		高級レストラン（スタッフ）	・予約状況が例年に比べて少ない。
		一般レストラン（外食事業担当）	・収入が減少して外食比率が厳しい状況になる。
		タクシー運転手	・企業のリストラや給料の減少が進んでいる。
		通信会社（通信事業担当）	・新規ユーザーの需要期にもかかわらず、人の動き自体が少なく、問い合わせなども閑散としている状況が続く。
		通信会社（営業担当）	・新生活需要が終わって夏モデルデビューまでのひと息つく時期になる。
		美容室（経営者）	・客に髪を切る以外のプラスメニューを注文するという心の余裕がなく、財布のひもが固いので景気は良くならない。
		住宅販売会社（従業員）	・販売数に動きを出すため単価の見直しを行うが、利幅が減少傾向になる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
	悪くなる	商店街（代表者）	・卒入学、就職シーズンの盛り上がりには欠けたので、今後も良くなることはない。		
		スーパー（店長）	・来客数減少の対策としての価格引下げでは歯止めがかからず、苦戦が継続する。		
		スーパー（財務担当）	・競合店との価格競争がますます激しくなり、買上単価の下落が続く。		
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・受注が多く生産数も上がるので、景気が良くなる。		
	やや良くなる	木材木製品製造業（経理担当）	・東日本大震災復興需要で景気は上向く。		
	悪くなる	化学工業（経営者）	・引き続き受注量、販売量ともに緩やかに増加し、販売単価も仕入原価値上がり分を吸収できる。		
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・現在の受注内示では余剰人員の発生はない。		
	変わらない	金融業（自動車担当）	・オセアニアと新興国での需要は堅調で、操業は高水準が続く。為替は緩やかな円安傾向が予想され、輸出採算は徐々に改善する。		
		広告代理店（営業担当）	・業種別ではガソリンの値上げ等で運送業、海運関係等は打撃があるが、広報業では時計や貴金属といった高額商品の広告宣伝出稿も増えてマーケットが動いており、観光関連での広報も増加しており上向きに推移する。		
	変わらない	繊維工業（統括担当）	・政治が不安定で、先行きに変化はない。		
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・受注済みの大口工事案件の生産が本格化するため、この期間の生産は現状水準が維持できる。		
		鉄鋼業（総務担当）	・主力ユーザーである自動車メーカーの2、3か月先の生産も現状と大きな変化がなく、建築、土木、農機具メーカー等その他の客の販売、生産が良くなるという話しも聞かれず、むしろ厳しくなる。		
		非鉄金属製造業（経理担当）	・エコカー向けはまだ伸びそうだが、その他の分野は良くなる材料がない。		
		金属製品製造業（総務担当）	・受注量は厳しい状況のまま推移する。工作機械業界の得意先が北米や中国からの受注を増やせれば、当社の受注につながる。		
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きに変化はない。		
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	・海外向けの自社製品の売上は回復傾向にあるが、円高による為替の影響で損益面は非常に厳しい状況が続く。		
		電気機械器具製造業（総務担当）	・為替の動きがないため新たな受注が見込めない。		
		建設業（経営者）	・周辺の中小企業の採用は2人辞めても1人だけを雇用という状況で景気向上につながらず、悪いまま推移していく。		
		建設業（総務担当）	・忙しい状態が続いているが、まとまった仕事や利益率の高い仕事にはつながらない。		
		輸送業（業務担当）	・状況が良く進んでも9月で大口顧客が撤退するため、その打撃で変わらない。		
		輸送業（支店長）	・商業、会社関係の荷動き、前年割れが続く個人の荷動きもこのまま推移する。		
		輸送業（総務担当）	・引き続き地元大手電機メーカーの工場縮小に伴う地元経済の地盤沈下が続く。		
		通信業（営業企画担当）	・設備投資に前向きな企業については業種による偏りがあり、小売・流通は件数が増えているが、製造業については昨年度と変わらず減少する。		
		通信業（営業担当）	・東日本大震災の影響もまだあとを引き、現状内閣では景気対策が打てないことから景気見通しが立たない。		
		金融業（営業担当）	・将来に対し明るい兆しを感じている取引先企業の経営者もいるが、依然として不透明感に不安を述べる客が多い。景気回復局面では全体的に設備投資が増加する傾向にあるが、マンション業者、医療サービスなどの一部の業種を除くと設備投資の話は極めて少なく、今後2、3か月はおおむね現状並みの景気状況である。		
		不動産業（総務担当）	・賃貸住宅の需要時期を過ぎたので、来店・成約件数は横ばいで推移する。		
		会計事務所（職員）	・今月は製造業の不振が顕著だが、それに引張られるように他の業種にも不振の傾向が出始めている。建設業の手持ち工事量も例年より少ない。		
			やや悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・価格改定の影響で客離れ、客の商品離れが起きる懸念がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		電気機械器具製造業（総務担当）	・先行き不透明、電気供給等の懸案事項があり、設備投資を控えて縮小経営を余儀なくされる。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・受注量の減少と客からの更なる値下げ要請がある。
		建設業（総務担当）	・この状態は依然として継続する。
		コピーサービス業（管理担当）	・タブレット端末の開発・普及が進み、出力が更に不要となつてコピー需要は減少する。
	悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・節約傾向がより一層強くなる。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・海外から品物を仕入れる企業は、消費が回復すれば立ち直れる可能性もあるが、国内製造業にとっては明るい材料は一つもなく、どう続けていくかが最大の関心事である。
雇用 関連	良くなる やや良くなる	—	—
		人材派遣会社（支社長）	・労働者派遣法改正も大きな変更がなく可決され、派遣利用が回復する。
		求人情報誌製作会社（サイト運営担当）	・3月以降中途採用に関する問い合わせが多く寄せられ、今後もこの状況が続く。
	変わらない	求人情報誌製作会社（採用支援担当）	・中途採用を希望する企業が増え、新卒採用も若干改善され、その傾向が続く。
		人材派遣会社（社員）	・周辺企業からの求人数が活性化しており景気は上向きで、このまま推移していく。
		人材派遣会社（営業担当）	・当地域の主要な製造事業所の求人動向が芳しくなく、それを他の業種からの求人カバーしているが、総数としては今後も横ばいである。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・現状は就職活動の長期化・安定志向の増強により地場の中小零細企業へなかなか目が向かないが、これから中小企業の人材マーケット市場が活性化していくことになる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費面が依然鈍く、好転の兆しはない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・景気が回復してもエネルギーや原材料価格の上昇が企業の収益を圧迫しており、人件費の抑制を弱めることができないので所得の上昇にはつながらない。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・慢性的な人手不足の医療・福祉関係や飲食店の調理、接客などの求人意欲は引き続き高いものの、円高の影響を受けた輸出型製造業の求人意欲は低いまま推移する。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・11月に管内の大手石油精製業の事業所が撤退を発表したり、大手化学工業事業所で大規模な事故が起きたり、周南地域の光市で24年5月に500人規模の工場閉鎖が発表されたりと不安定な要素はあるが、依然として医療福祉関係の求人意欲は高いので雇用面では大きな影響はない。
		民間職業紹介機関（職員）	・2～3年先の受注予測を勘案して、1～2年先に採用をしておきたい人材を現段階から調査し始めている企業が出てくる。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・景気に左右されるような兆候がみられないので変化はない。
学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・変化する要因が見当たらない。		
その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	・年明けの大手電機メーカーのリストラによる大量離職の発生後、傘下の協力工場を始め周辺の多くの業種にわたる企業で求人意欲が冷え込んでおり、このまま推移する。		
やや悪くなる	—	—	
悪くなる	—	—	

9. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる やや良くなる	—	—
		商店街（代表者）	・21世紀型まちづくりの構想が徐々に築き上げられてきた。この流れに乗って中心街の再生を期したい。
		商店街（事務局長）	・4月中旬に大型商業施設がオープンしたことに伴い、近隣の店舗では改装やテナントの入替えをするなど、より魅力のある商業集積へと変化していることから先行きはやや良くなる。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・気温の上がる季節を迎え、販売量が今後増えると考える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・新規顧客獲得施策により来店客数の増加傾向が継続する見込みであることや、夏場の節電の影響から飲料や冷菓の伸びが期待できる。
		スーパー（企画担当）	・昨年商品不足であった商品が回復しているため、先行きはやや良くなる。
		乗用車販売店（役員）	・2～3か月後に新型車の投入が予定されていることに加え、景気も持ち直してきている。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・毎年、4月から8月まで順次売上が伸びているため、先行きはやや良くなる。
		通信会社（営業担当）	・夏に向けての販売拡大に期待する。
		観光名所（職員）	・4月後半に来客数がやや増加したため、先行きはやや良くなる。
		美容室（経営者）	・梅雨に入ると少し来客数が増えると思う。
		設計事務所（所長）	・地価の下落によって、賃貸マンションの収支が改善しつつあり、建設が増えてきた。先行きはやや良くなる。
	変わらない	商店街（代表者）	・多少、家賃が下がってきたこともあり、商店街内の空き店舗に新店舗が開店し出した。ゴールデンウィークに向けて改装するお店や集客力の高い業種に転換するショップも出ており、現状のまま推移すると思う。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・母の日や父の日を控えているが、早めに安い商品を予約する人が多くなっている。
		百貨店（営業担当）	・昨年の東日本大震災後より良くなっていると思うが、節電の影響が続き、先行きは予測できない。
		百貨店（営業担当）	・商品群により好不調がみられ、衣料及び雑貨類共に当用買いが目立つ。
		スーパー（店長）	・車のエコカー減税が継続されたことは、食品業界にとって少々逆風になっていると思う。
		スーパー（財務担当）	・消費税、電力、社会保障等の問題は直接消費に影響するため、今後、注視していきたい。
		コンビニ（総務）	・消費喚起するような施策がなく変わらず推移する。
		コンビニ（商品担当）	・消費者にデフレ慣れの感が出てきており、販売数量を増やすには消費が上向き政策等が必要であるが、そのような施策はみられず、楽観視できない。
		衣料品専門店（経営者）	・良くなる材料がない。
		衣料品専門店（経営者）	・景気対策も具体的になく、今すぐに消費税が上がることもないため、可もなく不可もなく推移する。
		衣料品専門店（経営者）	・7月から大きな夏のイベント、バーゲンが始まるのでばん回できると期待しているが、現状をみる限り、まだ厳しい状態である。
		家電量販店（店長）	・去年はアナログ停波による特需があったが、今年は厳しく、それほど商品が伸びないと予想する。
		家電量販店（店員）	・今後新モデル登場で価格は上がると思われるが、その分買い控えが起こり総量的には変化がないと予想する。
		家電量販店（営業担当）	・手頃な価格の冷蔵庫や洗濯機が売れているものの、数量的に前年を大きく上回るものではない。来客数の回復にはまだ時間がかかる。
		乗用車販売店（従業員）	・政府が補助金制度を延長しない限り、販売量は落ちていく。8月頃までがピークではないかと予想する。
		乗用車販売店（営業担当）	・エコカー補助金が底を突くまでは、このまま推移すると思う。
		観光型旅館（経営者）	・5月、6月の予約状況がそれ程良くない。
		タクシー運転手	・今年は特に日帰り客が目立つ。マイカーでも列車利用でも日帰りする客が多くなっているという話があり、先行きは変わらないと思う。
		通信会社（営業担当）	・例年、ボーナス商戦に合わせて夏モデルの機種が登場するが、市場を沸かすほどの人気商品がでてくればと期待している。
		通信会社（企画）	・大きな変動要因が無いことから、現状とは大きく変わらないと思われる。
		ゴルフ場（従業員）	・来場者数と単価の減少が続いているので、今と変わらないのではないと思う。
		競艇場（職員）	・売上増が期待されるゴールデンウィークであるが、売上は年々減少している。また、6月から7月にかけて新スタンド工事が最終段階に入り、本場開催が休止となるため売上がつかめない。8月以降に期待したい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	美容室（経営者）	・先行きの不透明感がいまだ続いている。今後も節約傾向は続くと思う。
		住宅販売会社（従業員）	・新規の商談数も新しい展示場の来場数も伸びないので、先行きは変わらないと思う。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	・連休明けの5月は普段以上に財布のひもが固くなり、景気回復の見込みもないため、売上は低迷するだろう。
		コンビニ（店長）	・例年であれば気温の上昇とともに客数増、売上増になるが、4月の様子からはゴールデンウィーク後も節約ムードが続くと思われる。
		乗用車販売店（従業員）	・ハイブリッド車などのエコカーを契約できても補助金申請が間に合わない状況が続く。7月まではあまり良い状態にならない。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金が3か月先には終了すると予想され、その後は反動もあり新車販売市場は非常に厳しくなると予想される。
		旅行代理店（支店長）	・5月以降の旅行申込状況は、個人・団体共に前年を割り込んでおり、旅行を控える傾向が見受けられる。
		タクシー運転手	・梅雨に入ると、お遍路さんの仕事が減っていくため、先行きはやや悪くなると思う。
	悪くなる	設計事務所（職員）	・今後は徐々に仕事量が低下し、やや悪くなると思われる。
		スーパー（統括担当）	・乗客数はあまり変わらないが、客単価が減ってきている。
企業動向関連	良くなる	—	—
		やや良くなる	食料品製造業（商品統括）
	変わらない	繊維工業（経営者）	・昨年は国内大手企業の業績が厳しい一年であったが、今後は大幅に改善され、消費も拡大傾向になるとみている。
		木材木製品製造業（経営者）	・例年6月頃から若干上向きに転じる。また、着工数の状態からしても、若干良くなると思う。
		電気機械器具製造業（経営者）	・再生可能エネルギーの固定価格買取制度の価格が42円で答申された。決定になれば、大変忙しくなるとみている。
		輸送業（営業）	・都市部で飽和状態となった消費の拡大を地方に求める県外資本大手企業や量販店の進出が加速し、生産規模を縮小する企業や閉店に追い込まれる小売店が増えており、取扱物量は減少の一途である。大手に買収された地元企業も流通チャネルが変わる為、同様の影響をもたらす。
		輸送業（支店長）	・コスト面での費用増はあるものの、公共投資等の受注増により、先行きはやや良くなる。
		金融業（融資担当）	・東日本大震災、円高、株安など悪い材料も底が見え、前年同期と比べても良い方向に向かっていると感じる。また客からも同様の意見を聞くことが多い。
		不動産業（経営者）	・消費税増税の話もあり、しばらく様子見をしていた客たちに少し動きが出始めているような感じがする。
		やや悪くなる	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）
電気機械器具製造業（経理担当）	・足元の受注数量はやや上向きであるが、今後3か月の受注数量の変動は少ないと予想している。ただ、多くの企業が医療機器に参入してきており、今後、厳しい価格競争が予想される。今年度後半は、再び厳しい経営環境になると想定している。		
建設業（経営者）	・工事が増える要素が見当たらない。		
建設業（総務担当）	・見積案件は一定数確保されているが、成約できるのは少ない。競争激化のなか、特命受注といえども採算割れの可能性があり、収益の改善は難しい。		
輸送業（経営者）	・良くなる雰囲気はあるものの、先行きは変わらないと思う。		
通信業（部長）	・先行きの不透明感もあり、当面は景気動向に変化は無いと考える。		
やや悪くなる	広告代理店（経営者）	・県外得意先の新規広告・求人広告等の受注は多少見込めるが、地元資本の得意先は広告費削減が続いており、全体としてあまり変わらない。	
	鉄鋼業（総務部長）	・海外からの受注は6か月以上のタイムラグがあるため、昨年円高時の影響が最近出始めており、先行きはやや悪くなる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信業（総務担当）	・前年同月と比較すると、大幅に業績が落ち込んでいることから先行きはやや悪くなる。
		広告代理店（経営者）	・印刷業界の淘汰が進んでいることや資材関係の価格上昇が想定されている。
		公認会計士	・不動産価格の下落、金融関係の変化を気にしている経営者が多く、設備投資には非常に消極的になってきている。
	悪くなる	—	—
雇用 関連	良くなる	求人情報誌製作会社（従業員）	・夏休みにはアルバイト等の求人数が増えてくると予想される。
		学校〔大学〕（就職担当）	・前年同時期に比べて求人件数が増えており、採用活動の活発化が感じられる。また1件あたりの求人数も増えている。
	変わらない	人材派遣会社（営業）	・新年度の体制が始まって、夏を迎えるまでは雇用の変動に影響は出ないと考える。経験スキルのほかに、人格、性格などのヒューマンスキルを採用条件に求める傾向が顕著に現われている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ガソリン価格が下がる気配もなく、節電のかけ声も大きくなり、節約意識が徹底され、先行きは変わらない。
		職業安定所（職員）	・今後も月間有効求人倍率は横ばいで推移する。
		職業安定所（職員）	・求人数は増加傾向にあるものの、65%が非正規で、正規雇用は低調である。先行きは変わらない。
		民間職業紹介機関（所長）	・新年度に入り、企業の高揚感を期待しているが、安定経営に至っている企業は少ない。先行きの不透明感もあり、営業戦略を見通せない経営者が多く見られる。
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・労働者派遣法改正が景気に影響すると考える。
	悪くなる	—	—

10. 九州（地域別調査機関：（財）九州経済調査協会）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	コンビニ（エリア担当・店長）	・近くの競合店が閉店した影響もあり、良い状況となっている。また、このまま良い天気が続けば、売上は少しずつ回復する。
		住宅販売会社（代表）	・東日本大震災から1年経ち、客に動きが出てきている。また、消費税増税に伴う駆け込み需要が始まっている。
	やや良くなる	百貨店（営業担当）	・周辺地域で映画館併設の商業施設が開業した。ただ、祭り等地域ぐるみの集客策により、楽しく、ワクワク感と期待感のある街づくりの取組が進んでおり、地域全体のにぎわいが増している。
		百貨店（売場担当）	・前年は競合店閉店セールに対抗するため、バーゲンをしている。その反動で今年の売上は前年比2けたの増加となる。他店状況も悪い状況ではなく、良い状況がずっと続いているので、先行きもそれほど悪くない。確実に今月よりも前年を上回る。傾向としては、客単価、購買率の上昇、買上客数が増加している。ただ、入店客数があまり伸びがないことが懸念材料であるが、総じてやや良くなる。
		スーパー（店長）	・競合店が出店して1年が経過した。売上は前年をクリアできようになっている。今後、悪くなる要素がないので、景気はやや良くなる。
		スーパー（売場担当）	・先月くらいから、来客数が増加している。今年のゴールデンウィークは外出や旅行に行く人が多いとの報道もあり、売上及び来客数は増える見込みである。
		コンビニ（店長）	・ガソリン価格は安定し、ボーナス時期ということもあり、景気は良くなる。
		衣料品専門店（チーフ）	・地域全体に活気があり、テナントビル自体にも来客数が増えており、当店の来客数にもつながる。今後も良い状況が続く。
		衣料品専門店（総務担当）	・客の様子をみると、前向きな姿勢になっており、先行きは明るい。
		家電量販店（総務担当）	・省エネや省電力、ロンドンオリンピック等がキーワードとなり消費回復に繋がる可能性がある。
乗用車販売店（総務担当）	・3か月先にはエコカー補助金の期限切れが迫り、駆け込み需要が発生し、新車販売は現状より盛り上がる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・ゴールデンウィークの動きは良くなる。ただ6月に入ると梅雨の時期になるので、客の外出頻度が減り、来客数は減少する。前年と同様の水準は維持するが、売上は横ばいとなる。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・新しい格安航空会社の路線参入で空港利用客が増えるため、販売の増加に期待が持てる。
		高級レストラン（従業員）	・ゴールデンウィークに入り、来客数は増える。
		その他飲食〔居酒屋〕（店長）	・観光業界においては前年からの成績が良く、それぞれが張り切っている様子であり、先行きもやや良くなる。
		都市型ホテル（総支配人）	・東日本大震災の影響が薄まっている。これから少しずつ景気は良くなる。
		都市型ホテル（副支配人）	・九州域内の客やインバウンド客が非常に活発に動き始めており、団体及び個人のインターネット予約客も活発になっている。予約状況から今後も景気は良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・国内は東日本大震災の影響が大きかった東京方面を中心に、旅行需要は高まる。海外は近場の韓国が根強い人気で、直行便就航のハワイも順調である。今後もこの状況が続く。
		旅行代理店（企画）	・夏の旅行シーズンに入り、更なる拡大が予測されるため、景気の先行きはやや良くなる。
		通信会社（営業担当）	・客の携帯電話需要が増えており、震災の復興需要により、各企業ともうまく回ると予想される。景気はやや良くなっていく。
		美容室（経営者）	・2、3か月先の景気は良くなる。3か月先から化粧品業界は忙しくなり、おしゃれへの関心が高まる時期である。客の購買意欲も出てくる。夏に向けてのボーナスも期待できると思っていたが、政治の動きが悪く、消費税増税問題等もあり、景気はどんどん悪化する。
		音楽教室（管理担当）	・資格取得の需要増により、大人の生徒が増えている。
		設計事務所（代表）	・消費税増税の前の駆け込み需要がある。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅政策効果と消費税増税に対する駆け込み需要から、住宅販売は今後も微増を継続する。
	変わらない	商店街（代表者）	・現状は少し良くなるが、客の消費行動は積極的でないため、売上が大きく伸びるとは考えられない。
		商店街（代表者）	・国内では東日本大震災の復興需要があるが、被災地から遠く離れた当地では、そのような気配は見受けられない。景気の上向きからは程遠く、デフレ傾向が相変わらず続いており、厳しい状況となっている。
		商店街（代表者）	・天候は回復したものの、取り巻く環境は厳しく、先行きは不透明である。
		商店街（代表者）	・5月はゴールデンウィークがあり、家計は旅行や行楽等かなり出費がある。またボーナス前で家庭の財布のひもがかなり固く、先行きは厳しい。
		商店街（代表者）	・景気が良くなるとか、悪くなるといった判断材料がない。毎月先行きが不透明な状況下での商売となっている。
		商店街（代表者）	・ガソリン価格の高騰や消費税増税の議論及び原発の問題等、消費者の不安材料は増すばかりである。消費者の節約ムードは高まり、商店街での購買は変わらず低迷した状況が続く。
		商店街（代表者）	・客の所得は増えず、消費が上向く理由がない。今現在の非常に悪い状況が続く。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・先行きは全く分からない。魚が売れる気配はない。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・景気が良くなる材料があれば売上の増加に繋がるが、現状のままであれば今後も期待できず、売上の減少傾向は続く。
		百貨店（売場主任）	・メンズ業界は5月に入るとクールビズ対応の商材の動きが活発になり、半袖ワイシャツやステテコを中心に売上を大きく伸ばす。今年も多くの需要があることが予測されるが、前年ほど売れるかどうかは不透明である。
		百貨店（営業担当）	・来客数の減少が続くなか、前年を大きく上回る材料がない。新聞広告やテレビ広告等で販売促進を強化しているが、客は動かないのが現状だ。
		百貨店（営業政策担当）	・消費税増税に対して徐々に客の生活防衛意識が高まっている。また九州では夏場の電力供給が前年を大きく下回るとの発表がなされ、いわゆるエコ商材に対する新規需要は促進される。ただそれ以上に節約志向が強まることが懸念される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（企画）	・前年は東日本大震災の影響で売上の低迷が8月ごろまで続いたことを勘案し、今後は前年を上回って推移する。ただし、相変わらず先行き不透明感が拭えない状況は続いている。特に、原子力発電所の再稼働問題に端を発した電力供給問題で、仮に夏場の節電要請があった場合は、営業面で大きな支障が生じる。
		百貨店（営業統括）	・客単価が上がる気配がない。特に買い回りをする客が増えない。
		百貨店（業務担当）	・夏の電力不足を始め、生活の先行きに不安を抱く客が多い。買物に対してのボーナス払いも極力押さえられている。大きな買物を控える機運が強く、好転することは難しい。
		スーパー（店長）	・これから3、4か月後は電力問題が大きく景気を左右する。消費に対して好条件になるのか、あるいは消費にブレーキをかけるようなものになるのか、今のところ不透明である。
		スーパー（総務担当）	・競合他社との価格競争、客の低価格指向は引き続き強く、節電関連の暑さ対策商品以外、これといった売込み商品が見当たらない。
		スーパー（業務担当）	・原油価格の上昇や電力供給問題、放射能による環境汚染といったマスコミによる風評被害は、小売業に直接的な影響を与える。震災復興対策が徐々に進んではいるが、それでも消費動向を支えるだけの回復力はみられない。消費生活への安心感が高まる話題がなければ、先行きは現状より上向きにはならない。
		コンビニ（経営者）	・景気が良くなるような具体的な材料がない。
		コンビニ（販売促進担当）	・売上は上がるが、利益は減少している状況が続いている。今後もある程度の販売量は見込めるが、売上はほぼ横ばいとなる。
		衣料品専門店（店長）	・商店街アーケード撤去工事につき、相変わらず来店客が少ない。今後も厳しい状況が続く。
		衣料品専門店（店員）	・夏は節電の影響等が考えられ、衣料の販売は厳しい。今後もこの状況が続く。
		衣料品専門店（取締役）	・3か月先はセール中の月になる。ただセールになったからと言って、1点を2点、3点とまとめ買いする客はほとんどいなくなっている。売上が上がるかどうかは分からない。政治が停滞しており、消費税増税問題等の先行き不安感により、財布のひもは今後も固く締められる。景気が良くなる要素が一つもない。前年は東日本大震災による自粛もあり、前年より売上は良くなるが、景気とは全く関係ない。
		家電量販店（店員）	・太陽光発電システムが注目されているが、簡単に売れる物ではない。前年のアナログ放送停波に伴う需要増の反動で、テレビの売上は前年比80%減と非常に厳しい状況である。ロンドンオリンピックが近づいてきたが、新たな需要を喚起するまでには至っていない。
		乗用車販売店（従業員）	・客はガソリン代を気にしており、燃費の良い車を選んでいる。当社にはハイブリッド車がなく、厳しい状況である。
		乗用車販売店（代表）	・良くなる要因が見当たらない。余程画期的なテコ入れがない限り、景気は良くはならない。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・消費税の増税問題が懸念され、客の買い控えがすっかり定着している。デフレ傾向も強まっている。
		その他専門店〔書籍〕（地区支配人）	・九州新幹線全線開業効果が一巡し、新しい施策がないと売上は伸長しない。特に本屋は同一商品、同価格の商品を扱っているため、商品の確保やアピール力がないと差がつけられない。前年の東日本大震災程のマイナスはないとしても、景気が上昇に転じるには厳しいものがある。今後もこの状況が続く。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・燃料油の小売価格は、現状から多少上下しながら推移する見込みである。前年と比較しても大きく増減する要因は今のところない。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	・外的要因に大きな変化がないため景気は今後も変わらない。
		高級レストラン（支配人）	・客の消費意欲が低迷している。今後も改善する見込みがない。
		スナック（経営者）	・相変わらず景気が上向く要素が見当たらない。打つ手なしの状態である。今後もこの状況が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光ホテル（総務）	・まだ、先行きの見通しができない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・インバウンドが少しずつ戻っているが、先行きについては何とも言えない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・同時期に大型コンベンション等もなく、宿泊、宴会等の予約状況は一昨年と同様で推移している。
		タクシー運転手	・今年は特にレンタカー利用が多く、タクシーの利用状況は横ばいである。
		タクシー運転手	・ここ2、3か月で景気が良くなる要素がないので、今の状況のまま推移する。
		タクシー運転手	・今のところ良くなる材料も悪くなる材料もない。
		タクシー運転手	・市内の商店街の客の話であるが、価格にしても来客数にしても、郊外の大型店にはかなわないので店を閉めようかという客が何組かいた。景気の先行きは良くない。
		通信会社（管理担当）	・景気が多少改善しても、末端の資金繰りはすぐに改善しない。
		通信会社（業務担当）	・5月は例年ゴールデンウィーク後の販売が落ち込むが、今年はスマートフォンとタブレット端末がけん引役となり、現在の状況が維持される。
		通信会社（総務局）	・競争激化により厳しい環境となるが、常に先手策を打つことにより打破していきたい。
		ゴルフ場（支配人）	・ゴールデンウィークは家庭の外出や地域の行事が増える。また週間天気予報との兼ね合いでゴルフのプレーを決める人が多く、早めに予約している人は例年の半分以下である。プレー予約に空きが多いため、直前になって予約する人が多い。プレー料金も各ゴルフ場とも安くなっている。今後この状況が続く。
		理容室（経営者）	・今月に入って就職、進学等で来客数が一気に減った。それが回復していくのに最低でも2、3か月はかかる。それを過ぎると少し良くなるかもしれない。
		美容室（店長）	・景気はあまり変わらない。ほとんどが固定客となっており、新規の客はあまり望みのない状態である。今後もこの状況が続く。
その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・介護報酬の加算取得体制構築により、増収対策を進めているが、まだまだ先行きが不透明である。		
設計事務所（所長）	・今月の景気の状態が大体2、3か月先に結果が出る業態であり、今月が例年と変わらないので、2、3か月先も変わらない。		
やや悪くなる		商店街（代表者）	・入学、卒業シーズンが終わり、だんだん暑くなるが、衣料品は単価の安い物が動く。また、客は大型店へ流れている。ただ小物や自分の趣味に関する品物はしっかり見て買う様子が見受けられる。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・円高は落ち着いたが、消費税増税問題が残っている。政局が不安定であり、客自身がその様子見の状況で、財布のひもをかなり固く締めている。特にし好品である果物の動きがかなり鈍く、これからは厳しい状況が続く。
		百貨店（営業担当）	・ゴールデンウィークは少し人の動きが良くなっている。今後2、3か月先は電力の問題等があるが、今の様子を見る限り、やや持ち直す。客は我慢していた分、消費をしている様子である。
		スーパー（店長）	・依然として先行きは不透明であり、消費者の財布のひもは固いままである。それにも増して競合店舗の出店計画もあり、厳しい状況が依然続く。
		スーパー（経理担当）	・個人消費は来客数も増加し、徐々に回復している。ただ、競争が激化し、今後は更にそれが強まる傾向にある。
		コンビニ（エリア担当）	・3か月後、収入が増える様子はない上に光熱費が上がるのが考えられ、売上はこれ以上は伸びない。競合店も多く出店し、厳しい状況は続く。
		衣料品専門店（経営者）	・衣料品は季節変動に敏感で、今後、夏物衣料になると売上は下がる。
		住関連専門店（経営者）	・近郊に家具の大型専門店が開業した。置き家具需要は買換えが中心で総量自体は増えないため、中小零細企業の生き残りはますます厳しくなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		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）	・夏本番になれば、節電及び節約志向が加速し、消費低迷が想定される。
		通信会社（企画担当）	・市場を活性化する要因がなく、通減傾向は変わらない。
		ゴルフ場（従業員）	・5月までは調子が良く、例年を上回る予約数であるが、6月以降は梅雨でもあり、予約数は前年に比べてもあまり良くない。6、7月に関しても良い状況でないため、イベント等を企画して販売する必要がある。
		競輪場（職員）	・政治の方向性が不安定なため、景気の先行きはやや悪くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・土地の仲介は、4～6月の株主総会等で各社、非常に厳しい状況を発表している。大きな土地の売買が多くないので、土地流通が少ない。仲介料はあまり良くない。
	悪くなる	商店街（代表者）	・統計上、7、8月は例年景気が下降する。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・例年、3～5月の母の日までが花屋の稼ぎ時である。それ以降の生花、夏のギフト等が控えられる夏をどう乗り切るかが問題となる。ただ現状3～5月の状況も厳しく、これから先が不安である。
		スーパー（店長）	・競合店が500メートル先にオープンする。ディスカウント店なので売上は苦戦する。来客数も現在は前年比7%増で推移しているが、競合店のオープン後は来客数が前年比10～20%減になることが懸念される。
		スーパー（店長）	・競合店の出店があり、ディスカウント店ということもあり、非常に影響を受けている。来客数は前年比8%減と非常に苦しく、今後もこの状況が続く。
		スーパー（総務担当）	・新規の大型店の参入により、企業間競争激化に拍車がかかっており、来客数の確保が喫緊の課題となっている。競争激化での低価格戦略は来客数の維持が厳しく、加えて低価格志向が企業収益を圧迫し、この状況を克服する見通しは厳しい。
	衣料品専門店（店長）	・衣料品は天候にも左右されるが、だんだんと悪くなっている。客の高齢化が大きな要因の1つである。	
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・得意先では生産台数が増加するため、今後は良くなる。
		やや良くなる	家具製造業（従業員）
		一般機械器具製造業（経営者）	・ユーザーの動きが良くなりつつある。
		建設業（社員）	・2、3か月後には良くなる。本格的に官公庁の発注が増える時期である。ただ、受注してもすぐ着工できない案件もある。
	変わらない	農林水産業（経営者）	・例年であれば6月の梅雨シーズンは別として、7、8月は夏の消費がスタートし、居酒屋向け等を中心に大いに期待できる。今年は輸入物の超過在庫に加えて、国内生産も安定しており、供給過多の様相である。加えて、加工輸入肉もゴールデンウィーク明けは原料の鶏がかなり出てきそうな状況で、価格の暴落が懸念される。
		農林水産業（従業者）	・現在、景気は非常に低迷しているが、牛乳の消費は同じような状況で推移をしているので、状況はあまり変わらない。
		食料品製造業（経営者）	・仕入れ先、販売先共に現在の状況が大きく変わるような情報や動きはない。今後も現在と変わらない状況で推移する。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・地図のデータ提供にかかわる案件として、長期的な案件が多い。
		鉄鋼業（経営者）	・統計上は前年を上回る新設住宅着工戸数が続いており、また鉄筋コンクリート構造が主力である共同住宅が増加しているため、鉄筋の受注量が以前よりは増えている。ただ、この先も同様の傾向が続くかは不透明である。また、病院、学校等の建築案件もピークアウトしており、需要の底堅さは不確定である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・新規事業がきているので、5月はやや良いという状況である。6月の状況についてはまだ見通しが定かではない。
輸送業（従業員）		・メーカー各社による新製品の投入等特に目新しいこともなく、景気が回復する要因もないので、景気の上昇はない。	
輸送業（総務）	・景気の良い話は関係各所どこからも聞かえてこない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
		金融業（営業）	・当面は国内設備投資の水準がまずまずであり、景気は下降しない。しかし、長期的には製造業の海外移転が進むため、製造業の市場は縮小する。		
		金融業（営業担当）	・中小建設業に関し、年度末の受注工事が一服している。震災復興関連の受注動向もまだ際立ってなく、当面は低調な業況が続く。		
		金融業（調査担当）	・九州新幹線全線開業効果の継続や商業施設オープンの話もあり、にぎわいをみせているものの、資金需要までの影響はないことから、変わらない。		
		不動産業（従業員）	・賃貸オフィスの賃料水準が横ばいの状況が今後も継続する。		
		経営コンサルタント	・企業が守りの姿勢になっており、攻めの動きがほとんどみられない。		
		経営コンサルタント（代表取締役）	・今年になってからの動きをみていると、特に大きな変化はなくこの水準で動いていく。良くなったり、悪くなったりする特殊な要因は現在のところは見つからない。		
		経営コンサルタント（代表取締役）	・取引先に業況を聞いても、悪い方向に向かっていくという事は聞かず、また自社の受注量も減る気配はない。		
		その他サービス業〔物品リース〕（役員）	・設備投資における引合案件は徐々に増加傾向にあるが、本格的な大型案件の引き合いは少なく、リース需要の本格的な回復には程遠い状況にある。		
		やや悪くなる		食料品製造業（経営者）	・旅行業界が被災地支援の一環として、東北方面への様々なツアーを積極的に企画している。観光業界のパイは大きく変わらないため、相対的に西日本方面への集客数は減少し、売上もやや低下する。
				金属製品製造業（企画担当）	・足元の景気はやや上向いてきているが、ガソリン価格の上昇や夏に向けての電力不足問題、更には欧州債務危機の再燃等不安材料がある。
一般機械器具製造業（経営者）	・得意先分野の設備投資について、例年ではこの時期で何件かの引き合いが出ているが、今年は少ない。先行きはやや悪くなる。				
精密機械器具製造業（従業員）	・受注量の見通しが見つからない状態が続いており、派遣社員等の削減でコスト削減を行っている状況である。今後も厳しい状況が続く。				
建設業（従業員）	・公共工事の減少や民間工事の競争の激化で、採算度外視の受注競争で収益が悪化している。消費税増税になると、企業はもとより個人消費の低迷で景気は悪くなる。				
通信業（職員）	・2012年度の受注見込みの案件が前年度末から全く増えておらず、実績が前年を大きく下回る可能性が高くなっている。				
広告代理店（従業員）	・前年は東日本大震災の影響で新聞折込数は激減した。1年経ったが、震災前の水準には届かない。4月は消費税増税案に怯え、電力不足に不安を覚え、落ち着いた環境で販売促進を出来ない状況が続いている。今後も厳しい状況となる。				
広告代理店（従業員）	・4月に入って急に売上が下がった。この状態が続けば、景気は悪くなる。				
悪くなる				繊維工業（営業担当）	・消費税増税と電力問題により、景気の先行きは悪くなる。
		経営コンサルタント（社員）	・取引先の清酒のメーカーの状況が更に厳しくなる。		
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・市町村が発注する調査、計画、設計等に関する委託業務がないと、仕事がなくなる。また低価格で発注されると、入札等で金額が低くなることから、受注金額が更に低くなる。厳しい状況が続く。		
雇用関連	良くなる やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・東日本大震災の影響が一段落して、回復基調である。		
		人材派遣会社（社員）	・中元商戦に向けて、接客業からの注文が見込まれる。以前の取引先からでなく、新規企業からの問い合わせが増えている。		
		人材派遣会社（社員）	・ゴールデンウィークに人が動いており、これからのイベントシーズンは案件が増える。		
		求人情報誌製作会社（編集者）	・求職者が仕事を選ぶようになってきている。時間帯や休日、時給等条件の悪い求人には、ほとんど反響がなく、ミスマッチが広がっている。		
		職業安定所（職員）	・新規求職者は6か月連続で前年を下回って推移しており、新規求人は増加傾向にある。		
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・現在求人は増加傾向にあり、早めの募集が顕著となっていることから、景気は良くなる。過去3年の大きなマイナス要因が今年はなく、サービス系を中心に好影響となっている。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	新聞社〔求人広告〕(担当者)	・消費税増税前の駆け込み需要から住宅販売は好調であるが、求人結び付くまでには至っていない。
		新聞社〔求人広告〕(担当者)	・消費税増税等政治の方向性次第で、地域経済も心理的に影響を受ける。これといった景気対策もない状況では、今後景気は良くならない。
		職業安定所(所長)	・現状で雇用状況が大きく改善する要素は見当たらず、改善の兆しはみせつつも、当面横ばい状態が続く。
		学校〔大学〕(就職支援業務)	・2013年卒の求人倍率は1.27倍と、前年の1.23よりわずかに上昇する見込みである。求人総数の減少や少子化により、就職希望者数が減少しているため、前年同様に厳選採用は継続する。
	やや悪くなる	○	○
悪くなる	人材派遣会社(社員)	・考える力のある企業、資金力のある企業は国外に出て行く。雇用の空洞化が進み、その結果内需の減退となる。消費税増税が追い討ちとなり、明るいニュースは何一つない。	
		民間職業紹介機関(支店長)	・需要そのものが伸びないうえ、競争による価格低下により派遣労働者の給与は最低時給に限りなく近づいている。派遣労働者の確保もおぼつかない。

11. 沖縄(地域別調査機関:一般財団法人南西地域産業活性化センター)

(-:回答が存在しない、○:主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	一般小売店〔靴・袋物〕(経営者)	・東南アジアからの観光客の購買力が増えており、先行きが期待できる。
		スーパー(企画担当)	・競合の影響はあるが、前年の東日本大震災の反動増により売上は前年を上回り、景気は上向きになる見込みである。
		コンビニ(経営者)	・商店街が活性化しており、来客数の伸びは維持できるとみる。
		その他専門店〔楽器〕(経営者)	・本土や外国からの観光客が増加していくのが目に見えて分かる。県の事業やイベントについてもいろいろ支援がありそうで、少しずつ景気も回復していきそうである。
		通信会社(店長)	・夏の新商品の発売が始まるので、スマートフォンへの買換えのユーザーを上手く捕まえることができれば、良い結果が出ると考えている。
		ゴルフ場(経営者)	・来客数は変わらないが、単価が上がってくる見通しである。
	変わらない	百貨店(営業企画)	・このまま改装効果を保ちながら、前年品薄だった衣料品が伸長できるものとみている。
		スーパー(販売企画担当)	・今月は1点単価は少し下げてきているが、それ以上に客1人当たりの買上点数が伸びてきており、特に変動する要因も無いので2、3か月先も変わらないと考えられる。
		コンビニ(経営者)	・来客数が増加する要因が無く、販売量の増加に期待が持たない。
コンビニ(エリア担当)		・今年は大規模連休があり、また東日本大震災による自粛があった前年よりも観光客の需要も見込めるため、何とか前年並みの売上は維持できるとみる。しかし競合店の出店も多く、客の絶対数は減少傾向にある。	
コンビニ(エリア担当)		・観光の戻りで景気は順調に推移すると判断する。県内の消費意欲は変わらず高く、現在の様子は継続すると判断する。	
衣料品専門店(経営者)		・月の前半は客の出入りが良くなかったが、後半は少し良くなってきている感がする。それでも、前年、前々年と比べるとあまり良くないので、引き続き様子をみていく。	
衣料品専門店(経営者)		・単純にはそう変わらない。	
その他専門店〔書籍〕(店長)		・この3か月の傾向をみるに、下向きになる恐れはあるものの、上向きになる要素は見当たらない。	
住宅販売会社(総務・企画分野)		・行楽シーズンに入るため、住宅検討の行動が鈍くなると予想されるが、より真剣に考えている客がイベントや展示場等に来場するため、動向としては変わらないとみる。来場数の減少が予想できるが接客をしっかりとし、質の濃い商談ができれば、悪くなることは無い。	
やや悪くなる	その他飲食〔居酒屋〕(経営者)	・読みにくい社会情勢を反映してか、財布のひもが非常に固い。ただし、健康を意識した安いヘルシーメニューには意識が高くなっている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・ 今月は稼働率が好調に推移したものの、今後2、3か月先に関しては、予約状況が今年よりも鈍化している。また例年よりも早く梅雨入りの発表があり、今後予約の伸びに影響してくることが予測される。
		観光名所（職員） 住宅販売会社（代表取締役）	・ 円高の影響で海外旅行にシフトしている。 ・ 資材の高騰が予測される。
	悪くなる	商店街（代表者）	・ 商店街の景況は多分に大変厳しい状況であり、その上、外部の大型店に客足が取られているかな、という感がある。日本全体では下げ止まり状況があるようだが、こと小売店舗においては色々な面に対応ができず危機的状況である。
企業 動向 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	食料品製造業（管理部門）	・ 競合他社との競争激化対応策を実施し、先行きに期待する。
		通信業（営業担当）	・ 受注案件の規模縮小等の情報はほとんど無く、規模拡張の情報や新規案件の受注の情報が増えてきている。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・ ほぼ横ばいの見通しである。
		輸送業（代表者）	・ 伊良部架橋や新石垣空港等の大型物件は終盤に掛かってはいるが、周辺工事及び民間物件等で、今年度までは大きな変動が無いものとする。
		広告代理店（営業担当）	・ 県内企業は相変わらず、販売促進費について前年並みかあるいは前年を下回る予算で計画している。県内企業が売上、収益ともに先行きを不安視する傾向が強いとみている。
		会計事務所（所長）	・ しばらくは前年の反動増で推移すると見込むが、円高の影響により企業決算が明らかになる夏場以降は心配である。
やや悪くなる	建設業（経営者）	・ 新規の客のモデルハウスへの来場客数が少なくなっている。	
悪くなる	—	—	
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（総務担当）	・ 受注件数は、前月同様に維持しており、好調である。そのなかでも、新規先からの注文又は派遣、職業紹介についての問い合わせが増加してきており、期待が持てる。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・ ゴールデンウィーク以降に求人数が増える傾向にある。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・ 多数の派遣の契約終了はしばらく続くが、新規依頼も少しずつ増加しているの、さほど変わらないと考える。特に以前から増加傾向にある医療分野の依頼が更に増加している。
	やや悪くなる	—	—
	悪くなる	—	—