

・景気の先行きに対する判断理由

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

1. 北海道（地域別調査機関：（株）北海道二十一世紀総合研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる やや良くなる	—	—
		商店街（代表者）	・ 今後は、3日間で10万人以上の集客がある、当市における最大の夏のイベントが行われる時期となることから、地域住民及び外国人を含む観光客の増加が期待できる。今年に入り、航空利用者も増加していることから、周辺地域のみならず、都心部のホテルや交通機関の利用客の増加も見込まれる。
		スーパー（店長）	・ 売場構成を大きく変えたことから、客からの支持をもらえるのではないかと期待している。
		衣料品専門店（店長）	・ 今年の夏は天候も良いようであることに加えて、復興支援にかかる資金の流れが色々出てくることが見込まれるため、やや良くなる。
		衣料品専門店（店長）	・ 来客数こそ飛躍的に伸びていないが、客単価の上昇傾向が今後も継続するとみられる。購買客の消費が低単価、多購買から、高単価、中購買になってきていることから、今後の見通しも期待できる。
		衣料品専門店（店員）	・ ガソリンの価格が安定してくることに伴い、気温が上がれば外出する機会も多くなる。消費税の増税問題も先が見えてきたことから、今後についてはやや良くなる。
		家電量販店（地区統括部長）	・ 前年7月の地上デジタル放送への完全移行前にみられたテレビの駆け込み特需後のテレビの大幅な落ち込みも一巡して若干回復傾向になる。
		高級レストラン（経営者）	・ 観光シーズンに入ってくることに加えて、道央圏と当地を結ぶ高速道路ができ、利便性が向上していることから、当地にも多少は観光客が来るようになる。
		観光型ホテル（経営者）	・ 夏以降の予約状況を見ると、個人客を中心に堅調であり、ほぼ例年並みとなっている。加えて、海外チャーター便や定期便の開設で中国やタイ、マレーシアなどの新興インバウンドマーケットからの引き合いが強いことから、今後についてはやや良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・ 夏場の北海道発の航空機需要は伸びないが、インバウンドは前年と同様に避暑需要を含めて拡大することになる。
		通信会社（社員）	・ やや良くなるかもしれないというニュアンスであるが、ロンドンオリンピック景気による商機が生じることが期待できる。
		通信会社（企画担当）	・ 夏商戦に向けて、客にとって一層得な条件を提示する予定であるため、今後についてはやや良くなる。
		観光名所（従業員）	・ 当地において、前年にはみられなかった大規模催事が2つ行われる。また、全国大会クラスのコンベンションが前年より多く開催されること、豪華客船の入港船数が前年より多く予定されていることなどから、観光入込客数や訪問入込客数の増加が見込まれ、地域経済や自社の売上への波及効果が期待できる。
		観光名所（職員）	・ 海外からの来場者が前々年並みに戻りつつあることに加えて、5～7月の繁忙期に向けてイベント等の企画を行っていることから、来場者の増加が期待できる。ただし、国及び旅行会社が進めている東北地方の観光復興誘致がどのように影響するのかが不安材料である。
		美容室（経営者）	・ 客の来店回数及び客単価が若干ではあるが確実に上昇傾向にあることから、今後の売上は増加する。
	その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・ 観光最盛期を迎え、輸送人員、輸送車両ともに1年で最も多い時期となる。	
変わらない	商店街（代表者）	・ 今後も季節の変わり目に必要となる商品の買上が減り、需要が落ちたまま季節が移ることになる。	
	商店街（代表者）	・ 今年は残暑が続くと予想されていることから、秋物の動きが遅くなるとみられる。	

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
		商店街（代表者）	・景気の動向としては変わらない方向にあるとみられる。客からもそのような感じで話している声が聞こえてくる。
		商店街（代表者）	・自店は土産屋だが、修学旅行生が前年の3分の1に減っている。修学旅行生は東北地方や、九州新幹線ができたことで九州に行っているという情報もあるが、期待を込めて現状と変わらないとみている。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・毎月一進一退という状況がずっと続いている。今月は良かったと思うと、次の月ががたっと落ちたり、また悪かったと思うと次の月が好転したり、非常に先行きの読みづらい状況が続いている。何とか底割れをしない状況を保っているため、まだまだ景気が良くなったという実感は持てない。
		百貨店（売場主任）	・3か月間の長期予報で、6～7月は平年並み、8月がやや暑いと予想されているが、今年は節電などの影響もあるため、エコ商材などを絡めることで客のモチベーションを上げることができる。
		百貨店（売場主任）	・前年の10月以降から今年の1月まで、店全体の売上が前年を上回る月が多かったが、2月以降、減少傾向に転じており、4月が前年比95.8%、5月も25日時点で前年比95.8%と前年割れの状況が続いていることから、今後も厳しいまま変わらない。
		百貨店（販売促進担当）	・原子力発電所の停止にともなう夏の節電の影響がどの程度になるか予測が付かないが、節電、節約の流れになることが予想されるため、消費が急に上向きになるとは考え難く、このまま横ばい状態が続く。
		百貨店（販売促進担当）	・来客数の増加につながるような施策を計画又は実施しているものの、単発、瞬間的な増加にとどまり、恒常的な来客数の増加となっていないことから、今後も変わらない。
		百貨店（役員）	・景気そのものが良くなっている実感がないため、今後も変わらない。
		スーパー（役員）	・消費税の増税問題や社会保障の問題など、社会的問題の影響により、今後も客の消費マインドが低下したまま推移する。また、ここに来て観光客の減少、人口減が大きく影響しており、利益を落とし、販促に出ない限り、今後の来客数が大きく伸びることは考えづらい。
		スーパー（役員）	・電気料金の値上げや7%の夏期節電要請により、節約モードが高まることになる。
		コンビニ（エリア担当）	・今後も前年のたばこの販売量増加の反動が継続する。天候面でのプラス要因がなければ、前年を上回ることは難しい流れとなる。前年のマイナス要因の反動が期待できるエリアもあるが、低価格業態への変化や、競合他社の出店もみられるため、市況は厳しくなる。
		家電量販店（店員）	・6月以降も天候次第となる。薄型テレビの需要も期待できない。
		乗用車販売店（営業担当）	・東日本大震災後の復興から始まった増販、増益が落ち着きを見せ始めており、今後に向けて特別な好材料が見当たらない。
		自動車備品販売店（店長）	・車の買換えが出てくるとみられるが、カー用品が伸びる要素が特に感じられない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・自動車保有台数の減少や自動車の燃費の向上に加えて、自動車の走行距離も減少傾向にあるとみられることから、今後も厳しいまま変わらない。
		高級レストラン（スタッフ）	・ゴールデンウィークの反動で夜の営業が厳しいことや、居酒屋店などの安価な晩酌セットなどが大はやりであることから、当分、高級レストランでの食事は控ええられる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・6月はイベントや大会の効果で活況を呈しているが、7月以降は動員を見込める案件が少ない。また、依然として低価格競争が続いている。
		旅行代理店（従業員）	・先行受注状況を見ると、国内旅行は6月が前年比125.9%、7月が前年比90.8%となっており、海外旅行は6月が前年比114.5%、7月が前年比92.1%となっていることから、全体では変わらないまま推移する。
		タクシー運転手	・4月以降のタクシーの利用を考えると、東日本大震災のあった前年より少しは期待できるが、あまり大きな増収は期待できない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		タクシー運転手	・一部では、製造業を含めて持ち直しの傾向がみられる経済状況ではあるが、ことサービス業、観光業に至っては先行きの展望への明るさがあるとは言いながらも、今現在の状況と比べてあまり大きく変わるような動きがみられない。
		タクシー運転手	・先の見積依頼やオーダーの状況から、景気が上向きになるような要素も思い当たらず、恐らく注文数も前年並みを推移すると感じる。
		美容室（経営者）	・今のところ、良くなるであろう要因も、悪くなるであろう要因もみられない。
		住宅販売会社（経営者）	・季節要因は解消されつつあるが、株式市況の低迷等で消費や投資の熱が下がる。
		住宅販売会社（従業員）	・マンションの購入を考えている客の潜在需要は減っていないが、その需要を現実的に購入に走らせるだけの刺激がない。ただし、客を購入に向かわせる何らかの要因が働けば、潜在需要が現実の需要に変わることになる。
	やや悪くなる	スーパー（店長）	・客単価が上がっていない。チラシの目玉価格も安値で常態化しており、極端に客が殺到する場面もなくなってきた。安いからたくさん買うということもなく、必要な分だけ買うという志向が客にある。そういう生活防衛のスタンスは今後も変わらない。
		スーパー（企画担当）	・電力不足とそれともなう節電要請に加えて、ガソリン価格の高止まり、消費税増税の打ち出しなど、消費マインドへのプラス材料が見当たらない。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税の増税問題や電力料金の値上げなど、消費マインドを抑制する報道が多く、実際に客からも消費抑制の声が聞かれる。低価格商品の買いため傾向が強い一方、客単価の低下が続いている。
		コンビニ（エリア担当）	・節電の対応により、製造業の残業が減ることになり、収入減が消費減につながり、全体的に経済が落ち込むことになる。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・不景気に結び付くような情報が多過ぎる。大企業のリストラなど、暗いニュースは最終的に購買力の低下につながることになる。
		高級レストラン（スタッフ）	・夏場の節電などの影響で出控えや節約が増えてくると、売上に影響が及ばないか気がかりだ。
		タクシー運転手	・今月は総体的に売上が落ち込んでいる。街の様子をみても活気がみられないことから、このままやや悪くなっていく。
		パチンコ店（役員）	・原子力発電所の停止にともなう、電力使用量7%削減の影響が少なからず出てくる。現在、計画停電までは考えていないようだが、計画停電が実施された場合、業種にかかわらず大きな影響を受ける。
		美容室（経営者）	・どのような角度から考えても、今の状況は良いことが1つもない。この不景気はしばらくは脱却することができない。
悪くなる	乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金の終了にともなう反動減が生じることになる。	
企業動向関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	建設業（経営者）	・今後はある程度の受注が確保され、工事の稼働率も上がってくる。ただし、震災復興にともなう人手、資機材の不足と単価の高騰で採算性に悪影響を及ぼすことが心配される。
		建設業（従業員）	・大型建築工事の着工が相次いでいることから、建設単価は低いものの、取扱量が拡大することになり、建設業界の景気は多少上向く。
		輸送業（支店長）	・震災復興に加えて、北海道内の大型案件が発表されており、動きが遅れ気味であるが、今後、案件が具体的になってくることで輸送量の増加が期待できる。
		金融業（企画担当）	・個人消費は、夏の賞与に期待できないことから抑制気味となる。観光はガソリン価格が低下基調となり、ドライブ旅行が堅調となる。建設は一部であるが復興需要がみられることになる。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・土木建設業界が例年になく繁忙であり、恩恵を受ける業者が増えることになる。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・来月以降、大型鉄骨案件が本格的に始まるため、今後に期待できる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	食料品製造業（団体役員）	・中小製造業では原材料価格の高止まり状況が続くなか、東南アジア諸国との市場競争の強まりから生産コストの抑制を強いられている。一方、企業の求人数や求職者の雇用には改善の兆しがみられる。
		食料品製造業（役員）	・商品の改廃が予定されているが、それによる販売金額の大きな増加は見込めない。また、夏に向けてのスポット商品が順調に決まってきているが、定番品の低価格競争が再燃し始めているため、結果として、販売金額の伸びもあまりないとみられる。
		家具製造業（経営者）	・前年に比べて国内需要が安定してきているため、今後、更に悪くなることは考えにくい。
		金属製品製造業（役員）	・北海道の住宅業界において、特に良くなるような話が聞かれない。
		輸送業（営業担当）	・北海道の農産物の作付けは進んでいるが、低温や多雨等の影響で、平年に比べて約1週間の遅れが出ている。
		司法書士	・現時点において、多少の明るさが見えてきたが、今後、大きな回復に至るかどうかは断言できない。
		司法書士	・消費税の増税が決まることになれば、建物新築等の駆け込み受注が見込まれ、土地の売買も増加する。
		司法書士	・政局の不安定、消費税の増税問題、電気料金やガス料金などの値上がり、景気回復の遅れなどから、今後の客の購買意欲が上昇するとは思われない。現状維持が精一杯とみられる。
		コピーサービス業（従業員）	・少しずつは良くなっているものの、今後の劇的な向上は見込めない。
		やや悪くなる	通信業（営業担当）
その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・今年度になり、いくつかみられた新たな案件の予定が、突然止まったまま進まなくなった。同業他社からも同様の話を耳にする。		
悪くなる	—	—	
雇用関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・農畜産関連の基幹産業が安定していることに加えて、本州方面の製造業の求人が引き続き増加傾向にある。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・すすきのにもにぎわいが戻り始めてきており、今後の求人控えの要因は見当たらない。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・道内の企業活動は横ばいで推移しており、雇用が急回復する要素が見当たらない。また、夏の電力不足に関しては、北海道では初めての経験であり、経営者には心理的な不安となり、企業活動にとってブレーキ要因となることが懸念される。労働者に目を向けると、就職意欲の低下が顕著であり、求人側とのミスマッチがますます広がることが懸念される。
		人材派遣会社（社員）	・今後に向けて変わる要素が見当たらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・一部の業種を除き、ほとんどの業種で求人数が前年を上回っているが、今後、更に伸び続けるエネルギーはあまり感じられない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・観光シーズンを迎え、市場は活性していくとみられるが、外国人観光客の回復状態によって景気動向が左右される。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地域経済は今のところ底堅く、また観光シーズンのピークを迎えることもあり、現在の好調さを維持できる。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は23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、厳しい雇用環境が続く。
		職業安定所（職員）	・各産業分野で求人が増加傾向にあるという状況ではあるものの、同じ業界内でも現状維持さえ難しいところもあれば、仕事量が増えているため増員したいという企業もあり、二極化が進んでいる。そのため、全体としての景気回復は感じられない。
学校〔大学〕（就職担当）	・前年に比べると内定者が多いため、やや上向きにあるとみられる。		
やや悪くなる	○	○	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	—	—

2. 東北（地域別調査機関：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	乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金の駆け込み時期と予想されるため、一時的にも販売の増加が見込める。
		タクシー運転手	・今の状況を見てみると、マイナス部分がないようにみえる。客も明るくなり、大変だったという話はあるが、生活も元に戻り、家族も仕事が見つかって働くようになり、順調にいらしているということで、マイナスの要因がなくなっている。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・前年はまだ県外からの観光客の人は少なかったが、今年は回復しそうである。復興景気にすべて起因するとはいわないが、少なくとも現在のところ被災地は良い方向に向かっていくのではないかと。この間に企業体質をしっかりと固めたい。
		商店街（代表者）	・当商店街の大型店の中に、不足業種であった書籍専門店が開店したこともあり、期待される。
		商店街（代表者）	・本年に入り、緊急雇用で勤務をしていた方々の雇用期間が過ぎ、失業保険やハローワークに回る人が増えている。しかしながら、これからの気候の変化、夏場に向かっての需要も少しずつ始まっており、今後は大いに期待される。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・一部公共工事の持ち直しの動きや新車の販売状況から、これらの業界の好調さが昇給あるいはボーナスの動きにつながってくると予測しており、景気全体を押し上げてくれることを期待している。
		百貨店（売場担当）	・今月は天候の要因が大きく影響し、前年に対して負ける結果となったが、6月はその反動で回復するとみている。しかし、今年の夏物セールの開始が例年の7月1日から2週遅れの7月13日に変更となるため、このことがどのような事態に転じるのか懸念される。近隣の量販店は1日開始、早いところは6月開始であり、出遅れも心配である。
		スーパー（店長）	・前年は震災による風評被害から地元の果物などの農産物に大きな影響が出た。また、それに関連して観光客も激減した。今年はそれらの影響が薄れていることもあり、期待される。
		コンビニ（経営者）	・利益率の高い米飯、調理麺の販売数がアップしている。全体的に調子が良い。
		衣料品専門店（店長）	・気温が上がり、外に出かける気分になるのではないかと。
		乗用車販売店（店長）	・エコカー補助金の消化スピードが想定より早く、早期に枯渇しそうだ。ここ数か月で補助金終了に向けた駆け込み需要が期待できる。
		乗用車販売店（店長）	・エコカー補助金について、次世代自動車振興センターのデータによると、補助金申請状況と残額からみて、7月には予算額に到達すると見込まれるため、客の購入時期は多少早まると予想される。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・天候に左右されるが、消費者の出控えなどの傾向も弱まりつつあるので、ビヤガーデン等でのアルコール需要の高まりに期待したい。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・復興需要が続く。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・ここ3か月の売上高前年比の推移が緩やかな上昇傾向にある。なお、現在も月間累計売上高の前年比が100%を超過していることから、景気は上向き傾向とみられる。
		一般レストラン（経営者）	・例年、暖かくなるにつれ人が出てくるようになるし、祭りなどで人の動きがあるため忙しくなる。復興関係については、あまり影響はないとみている。
		観光型ホテル（経営者）	・前年は6月以降、復興支援で、入込客数は前々年比2割程度の増加が続いていたが、今年は更に1割増となっている。
都市型ホテル（スタッフ）	・大手電子部品メーカーの関連工場撤退の影響は懸念されるものの、新しい商業施設の完成が予定されている。また、気候がいいので、客が非常に外に出ている。加えて、やはり暖かくなると当地も客が訪れる頻度が高くなる。よって、今よりは若干上がっていくのではないかと考えている。		

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
変わらない		通信会社（営業担当）	・6月はボーナス商戦にいよいよ入ってくるので、前年よりは動くのではないかと感じている。それ以降も夏の行事もあり、商売としては上向いていくのではないかと期待している。
		通信会社（営業担当）	・特に具体的な施策はないが、緩やかに上昇してほしい。
		通信会社（営業担当）	・国内では好況へ向いている兆しはみられるものの、海外、特に欧州の信用不安が報道されている通り、中央資本企業からの悪影響を受けかねない。また、電機メーカーの人員削減等の発表により、景気への懸念が生じてくることが予想される。ただし、東北では、夏の観光シーズンに向けての事前投資は活発化されると想定している。
		観光名所（職員）	・夏休みに向け販促策を実施するので期待はしている。
		競艇場（職員）	・暑い時期になり消費者が外に出て買物する機会が増えることが予想される。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・原油の価格安定、震災対策予算の執行による。
		住宅販売会社（経営者）	・住宅だけでなく、介護施設、賃貸マンション等の受注予定がある。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・売上は上がりず今のままで推移するとみている。
		一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）	・市内を大型チェーン店の無料巡回バスが1時間に2～3回巡回しているが、週末はほとんどが満員状態である。集客力の差が歴然としている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・客の流れや販売量、来客数といったものを踏まえると、今後とも特別なことがない限りは変わらない。売出しには集中するが、そうはいつでも前年を多少上回る程度である。平日の売上もなかなかとれない状況であり、特別に何かない限り変わらない。
	一般小売店〔寝具〕（経営者）	・相変わらず被災地では景気の動向がつかめない。	
	百貨店（売場主任）	・今後の気温によって、売れるものと売れないものがはっきり分かれることが予想されるが、総体的にみると変わらない。	
	百貨店（総務担当）	・先行き不透明感に加え、東京等の新しい商業施設への客の流出が懸念材料である。	
	百貨店（企画担当）	・前年見られた震災見舞いに対する返礼ギフトの需要は見込めず、現在のマイナス基調は継続するとみている。また、節電に対する意識も前年同様強いが、エコ商材については既に購入されているとの見方もあり、大きな需要にはつながらないとみている。	
	百貨店（営業担当）	・中元商戦を迎え、前年の地場産品を中心とした震災特需分の売上が減ることが予測される。しかし、消費者の購買意欲は堅調で前年の数字は確保できると予想している。	
	百貨店（買付担当）	・消費税増税問題など、先行き不安感が消費に悪影響を及ぼす。	
	百貨店（経営者）	・震災による復興イベントや復興工事などは特定の都市、場所に集約され、地域間の格差が激しい。流出はあっても流入は期待できない。行政は対外的なことも大切だが、地元の活性化にもっと注力をして欲しい。	
	スーパー（経営者）	・停滞感に変化はない。	
	スーパー（経営者）	・6月度は、景気にプラスの復興事業拡大とその波及効果に期待しているが、海外の不透明な経済情勢や、国内の事業意欲を削ぐような極端な円高と株安が続いているので、資産の目減り、国内投資抑制を招き、工場の海外移転の加速などで雇用ひいては消費に影響が出ないように思っている。ただ、消費環境はしばらく変わらないとみている。	
	スーパー（店長）	・競合店とのチラシ価格競争はより激しくなり、1品単価のダウンにつながり、売上がますます下降傾向になることが予想される。	
スーパー（店長）	・競合の状況及び来客数の動向に変更はないと予想している。		
スーパー（営業担当）	・景気が良くなる要件が見当たらない。		
スーパー（販促担当）	・消費税増税の問題をとってもはっきりせず、今後の政治の先行きが見えず景気が良くなる材料が無い。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（経営者）	・暑くなるにつれ、例年、乗客数は増加するが、客単価は下がる傾向が出てくる。今年は早くもその傾向が出ているため、プラス要因とマイナス要因が拮抗し、変わらないと判断した。また、今月は買上点数が3か月前とちょうど同じ100%である。買上点数が増えてくると、明るい感じがするのだが、ちょっと残念である。
		コンビニ（経営者）	・現状、求人も土木関係が多く、職を求める人とのミスマッチが生じている。したがって、仕事に就けない人もかなりいるのではないかと。
		コンビニ（エリア担当）	・幹線道路沿いの店舗では、渋滞の影響か、売上の良い店、悪い店が混在しており、若干の不安要因となっている。その不安要因を除けば、夏にかけては特に天候に左右されるが、天候が安定していれば、売上、乗客数共に大きな変動はないとみられる。
		コンビニ（エリア担当）	・分類別の前年比の状況から、たばこ以外は前年割れが続いている。
		衣料品専門店（経営者）	・価格競争では地方の中小企業は太刀打ちできない現状である。
		衣料品専門店（店長）	・ジャストタイムで着用できる商材に対するニーズが年齢を問わず広がってきているなか、気温の変化にスピーディーに対応できるか否かが今後の課題となっている。
		衣料品専門店（総務担当）	・客の動向を見る限り、今後のボーナス商戦等でも期待感は見られない。本当に必要としているもの以外の購買が見られない。
		家電量販店（店長）	・客の様子を見ると、必要な物以外は購入していないため、新製品の買換えが進まない。
		家電量販店（店長）	・当県は復興需要があることに加え、電力会社からの賠償金が入っているため、需要としては他県よりも大分成績が良い。しかし、今後この復興需要がいつまでも続くことはなく、他県と同じ伸び率となると、あまり数字は期待できない。家電製品のなかでも特にテレビはデジタル化以降の買換え需要が一段落したので、その伸びは大きくならないとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金の終了がこの夏場と予想されており、個人、法人共に最後の駆け込み需要の発生が期待されているものの、補助金対象車の供給が円滑に追いつかず、販売にブレーキがかかり、市場は約20～30%の反動減になるのではと予想している。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金終了が近づきつつあり、ムード的には良くない。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー減税の対象車はかなり少なくなり、販売量が落ち込んでいる。しばらくはこの状態が続くと予想している。
		自動車備品販売店（経営者）	・前年は通年統計で過去一番悪い5月期だった。それと同等の売上は確保できたものの、突発的なもので内容が悪く、これからの継続的な流れは感じられない。3年経ったエコカーの車検の補修消耗部品に期待したいところだが望み薄である。
		住関連専門店（経営者）	・新築客の購買傾向として、従来のように新築を機会にトータルで家具インテリアを揃える人が減少し、単品買いが多くなっている。
		住関連専門店（経営者）	・先日リニューアルオープンした。せめて誘客して、販売量を伸ばすということがベースにある。ただ、チラシでは客がなかなか戻らないような状態なので、低価格帯はまだ根強いとみている。販売量はそう極端な伸びを見せることはないと思っている。企画を打って、売上を守っていくという方向で対応していかなければならないと考えている。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・それぞれのカテゴリーの中で、今後の動向も含め控えた物流の動きにさせているようにかがえる。個々の企業の控え方が故意なもので、それが寄せ集まり市場の動きを鈍くしているようである。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・メーカー、問屋が在庫縮減を進めているため、商材調達が難しくなっている。特に特価商材が手に入らない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・ここ数ヶ月の業界の動きを見ると、各企業の体力勝負による淘汰の動きが出てきており、その動きが止まらない懸念が強い。そのため、一段落するまで競争が激しくなる恐れがある。収益の悪化が各企業の行く末を大きく変える可能性が強い。地元資本の会社にとって正念場となりそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		高級レストラン（経営者）	・アメリカの景気が上向いているようなので、それにつれて消費も拡大し、日本の景気も上がるのではないかと期待がある。
		一般レストラン（経営者）	・ボーナスはあまりもらえないという話もよく聞かれるが、この先3か月、悪くなることも良くなることも考えられない。
		一般レストラン（経営者）	・来店するいろいろな業種の客から、良くなってきたという話を聞く。それほど落ち込むこともないと思うので、現状維持ではないかと予想している。
		スナック（経営者）	・今月もゴールデンウィーク明けから、一気に売上が減少し、来客数も大分減っているのが現状である。また、薬品メーカーの接待禁止というのが大分効いているようで、今後も売上はかなり厳しい状態が続きそうである。
		観光型ホテル（スタッフ）	・観光面では特に今東京が注目されており、東北は押され気味という感が否めない。売上等については、前々年の約8～9割までは回復している。しかし、今後、国政選挙などがあつた場合や世界情勢によっては下ぶれする可能性もあるので、楽観はしていない。
		観光型旅館（スタッフ）	・増税が決まったとしてももう少し先の話なので、国内旅行としては、大きな影響はなく、インバウンドも円高の影響は前年から続いていることであり、もし大きく円安に変わったとしても、取扱量から短期的には大きな影響は無いとみられる。
		都市型ホテル（経営者）	・全体的な動きとして変わらないと判断した理由として、2、3か月後となると夏休みシーズンに入る。これはゴールデンウィークにも言えることだが、子連れ客の来店が減るのが一番の懸念材料である。夏休みを利用した県外への旅行等により、県内にとどまる人がどうしても少なくなってしまうという懸念材料はある。ただ、一般的な大人の方々の利用に関しては、現在と同じと考えており、それでほぼ変わらないという判断をしている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・公共料金の値上げや社会を取り巻く環境、外的要因に対する不安から、企業並びに個人ベースで防衛意識が非常に高くなっている。少しでも明かりが見えるように政治の世界においても具体的なことを開示して、コスト削減や緩和策を行ってもらいたい。企業としては、企画を立案してどういうチャンネルで販売し、顧客の拡大を図るか、真剣に生き残りを考えるときがきている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・7～8月は高校総体を始めスポーツイベントが多く、宿泊を伴う飲食は期待がもてるが、納涼会を中心とした一般宴会の予約状況は、震災後の前年に比べても今のところ良くない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・震災の復興特需が落ち着き、今月までは法人需要も過去の売上を上回る状況であったが、来月の先行予約状況は過去の状況とあまり変わらない入込で、レストラン等の個人需要は前年比を下回る状況が出始めている。
		旅行代理店（店長）	・電力会社からの賠償金による個人消費は夏まで続くかと予測している。
		旅行代理店（従業員）	・まだ2、3か月後では復興関連の需要が回ってこない。その時期がまだ読めないので不透明だが、今年の末から来年にかけて需要が発生してくると予測している。
		旅行代理店（従業員）	・特にプラスの材料が見当たらない。
		タクシー運転手	・料金は一定料金ではなく安い車と高い車に分かれているため、この先の見通しはあまり良くない。
		タクシー運転手	・相変わらず仕事がないという客が多い。特に常勤の仕事がないというような方の話をよく聞く。仕事がないようでは将来の景気の見通しは明るくない。
		通信会社（営業担当）	・政権交代が重視され、経済への活力となるリーダーが存在していないため今後も変わらない。また、食品の放射能汚染問題により東日本の農業の生産がストップされ、経済はまだ低迷状況が続く。
		通信会社（営業担当）	・景気が上向く材料は特に見当たらず、当面は現状のままで推移することが予想される。
		通信会社（営業担当）	・あまり変化は見受けられないので、現状と変わらないと予想している。

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
		観光名所（職員）	・フリー客の入込は大分良くはなっているが、この先となると、サクランボの生育状況があまり芳しくないで、前年までいけるかどうか。特にサクランボ関連の団体の予約自体は今のところ前年と変わらないか、若干悪いような程度なので、サクランボが始まってみないと分からない。
		遊園地（経営者）	・夏が猛暑とならず、平年並みに推移してくれば、ガソリン高や電力不足などの要因があっても、イベントの展開などで震災前の状況に少しずつ戻っていく見通しである。
		美容室（経営者）	・今の状況がしばらく続くともっている。厳しい状況だが、復興需要で潤っている部分も多少は回ってきて、冷え込んだ部分を穴埋めしている。
		美容室（経営者）	・客との会話のなかで、良いという人がいる反面、まだまだ良くないという人もいるので、変わらないのではないかとみている。
		設計事務所（経営者）	・しばらくは現状維持の状態が続くのではないかとみている。集団移転による住宅の需要増も考えられるが、もう少し先のこととみている。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・上半期はこの状態が続くとみている。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・悪くなるとか良くなるという感覚が不透明な感じが客の様子からよく分かる。予約の状況からみても先行きは不透明で、やや悪くなるのではないかとみている。
		商店街（代表者）	・6月末でJRのデスティネーションキャンペーンが終了となり、反動による落ち込みが予想される。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・できるだけ電気を使わず、不必要な電気は消すようにとの町内会長からの要請でネオンも看板も18時以降ということになり、非常に華やかさが少なくなり静かな町になっている。繁華街なので、ネオンが煌々となっていないと客の入りも悪く、全体的に町が静かになれば、各店の客も少なくなり、営業力が落ち込むのではないかと心配がある。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・地元の1次産業に大きなダメージがある一方で、被災地への各種補助金等のテコ入れがあり、思ったほど地元経済は悪化しなかった。しかし、その各種政策的支援の効果がそろそろ薄れてきているようである。得意客の買い方を見ると、以前より節約を強めている。
		百貨店（経営者）	・百貨店のメイン客である富裕層の消費マインドの悪化が、国債の格付けダウンや株価の低迷により続きそうな気配である。新幹線開業の効果も観光客増、客数増にあまり繋がっていない。
		百貨店（経営者）	・消費税を含めた政権の行方が不透明。円安進行となれば輸出には有利だが、輸入物価上昇は消費減速につながる。
		スーパー（総務担当）	・現在は低価格品ばかりが売れている。食品の場合、客単価あるいは1点単価がいずれも前年を下回っている。来客数は横ばいである。競合各社も価格を全面に打ち出したチラシを出している。今後は安売り合戦が更に大きくなるような感じが見受けられる。
		コンビニ（経営者）	・当県の場合は放射能の影響があり、3、4月で避難していった人もある程度いるので、そういった面では厳しさがどんどん増してくると予想している。
		コンビニ（エリア担当）	・同業他社の新規進出があり、限定的ではあるかもしれないが既設店舗のシェアが縮小するので、厳しい競争環境になっていく。
		コンビニ（エリア担当）	・前年6～8月は来客数の伸長が著しく、現在のトレンドでは前年実績を下回る可能性が高い。たばことコンビニエンスストアのマグネット商材である弁当、おにぎり、サンドイッチなどの不利差異が拡大する恐れがある。
		コンビニ（店長）	・震災の恩恵も前年ベースでいうとほぼゼロに近い状態になっており、ここからは、前年ベースの話になると、苦しい月が続くことになる。前々年との比較では、まだ高い水準で推移してきているが、この先伸びていく材料は見当たらない。節電の影響も不透明なので、予断は許さない。
		衣料品専門店（経営者）	・電力不足や料金値上げの影響で、節約ムードが高まると予想される。
		衣料品専門店（店長）	・震災による復興需要も一服し、さらに、欧州の信用不安などで景況感が落ち込み、消費に対して慎重になる。
		家電量販店（店長）	・家電業界では、これといった起爆剤となる商材が不透明である。節電家電は確かに伸びてはきているが、前年のテレビのように金額をカバーするまでには及ばない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		住関連専門店（経営者）	・震災等による新築がある程度一段落してきたので、耐久消費財である我々の商品の動きも一段落したとみている。	
		その他専門店〔酒〕（営業担当）	・米の高騰等、物価上昇を受け、商材仕入単価の上昇が懸念される。当然 消費者の生活防衛意識も高くなり得ず、楽観視できない。地元の商売がますますやりにくくなりそう。	
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・夏物の販売は実際に暑くなってみないとわからないので正直難しいが、いずれにしてもクールビズ等は加熱気味で販売単価は低くなっており、売上は望めないのが現実である。	
		高級レストラン（支配人）	・格差は更に大きく開き、底辺の層が拡大していくのではないかと。震災をきっかけに網の目からこぼれていく人が増えている。	
		一般レストラン（経営者）	・予約の状況をみても、動きは鈍いままであることが予想される。2、3か月先、半年先、しばらくの間はこのような状態が続くか、もう少し悪くなっていくのではないかと。	
		一般レストラン（経営者）	・世の中の景気が悪いというのは、仕事が無かったり収入が無かったりするのが一番の原因なので、スポット的な所が一時的にいくら良かったとしても、結局は大多数が使えぬお金がなければ、全体的な景気を上昇させるエネルギーにはならない。	
		観光型旅館（経営者）	・山菜やシイタケに基準値以上の放射能が検出され、客からも大丈夫かという問い合わせがある。初夏に向けて山菜料理を提供できないのは非常に厳しいものがある。	
		通信会社（営業担当）	・生活必需品以外に個人消費の増加は見込めず、今しばらくは、余分なものに出費をしない傾向が続くと予想される。	
		悪くなる	商店街（代表者）	・消費意欲が見られない。
			スーパー（経営者）	・競争悪化による収益性の悪化と、あらゆる業種において回復が見られないため、資金繰りの悪さが現れている。
スーパー（店長）	・近隣において、半径20キロを商圈とする大型店の6月末のオープンが迫っている。競合各社も警戒感も隠せず、当社も含め対策に追われているのが現状である。オーバーストアといわれて久しいが、少ないパイを奪い合う戦いがますます激しさを増し、体力勝負になってくると予想される。			
衣料品専門店（店長）	・震災特需の要素が大分薄れて、景気の揺り戻し的なものが起こるのではないかとみている。忙しいなか震災特需で財布のひもが緩くなっていたのが、ここにきて非常にシビアな買物をされるマインドに変わりつつある。景気は伸びず、むしろ少し悪化するのではないかと懸念がある。			
企業動向関連	良くなる	—	—	
	やや良くなる	食料品製造業（総務担当）	・景気の低迷が長期間に渡っている。景気の波も循環する。工場の海外シフトなどマイナス要因もあるが、個人消費が若干だが活発になってきていると感じているので、ゆっくりと回復基調となる。	
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・原発や震災などの対策の補助金が徐々に各産業に回ってきて、良い効果をもたらすのではないかと。	
		建設業（従業員）	・資機材や労務単価の問題、人員不足などの懸念材料はあるものの、今般の復興交付金2次配分額の決定により、地元自治体の発注が具体化し、各種公共事業の発注が進むものと予測される。	
		広告業協会（役員）	・ボーナスシーズンを前に広告業界は各種のプロモーションイベントなどで集客を図るべく準備を進めている。	
		公認会計士	・復興関係の予算等の第2次配分が決まり、これから徐々に復興建設の需要が出てくると予想される。	
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・復興建設関連の本格始動が見込まれ、本当の意味での復興需要は、むしろこれからであるとの感触を得ている。沿岸部に隣接する地域での飲食店、ホテル、旅館向けの需要が見込まれる。	
	変わらない	農林水産業（従業者）	・食品の放射能汚染問題の風評被害が今年も続くので、農家の多くが前年同様、収入が非常に少なくなるのではないかと不安がっている。	
		食料品製造業（経営者）	・当県において復興予算が執行され、それに伴う仕事や作業が始まれば、当然、今現在ある復興特需はまだ継続すると考えている。	
		繊維工業（経営者）	・震災から1年が過ぎ、電力不足等現実はまだまだ厳しい話が多い。市場の早期回復を願いたい。	
木材木製品製造業（経営者）		・住宅着工数が伸びないので、需給状況の改善に時間を要する。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		土石製品製造販売（従業員）	・日本全体としての景気が上向くのは、消費税増税や雇用問題などが解決してからではないか。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・為替レートが景気の大きなバロメーターであるが、円安傾向に向かう兆し、要因はしばらくはない。
		建設業（経営者）	・将来的にみても、生活様式、風潮、あるいは資金的なことを考えると、新築は減少し、リフォーム工事が増加すると予想される。
		建設業（企画担当）	・発注量は増えているものの、人手不足やコストアップ、競争激化で厳しい状況がしばらく続くとみられる。
		輸送業（経営者）	・震災の復興は港湾関係の一部を除き順調に進んでいる。しかし、物量の変動は予測が付きにくい状況にあり、明るい展望が開けていない。
		通信業（営業担当）	・今後については、見通しが見つからない状況ではあるものの、もうしばらくは条件付の案件の増加が見込まれる。
		通信業（営業担当）	・東北では、震災をきっかけに土木建築関連、ハウスメーカー等の景気が良くなっている。反面、企業の無駄の削減として、節電や人員カットの話は絶えず聞こえており、国や県を含め、政治の動向も加味すると良くなるとは考えにくい。
		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）	・個人消費関連を中心に全体としては緩やかな持ち直しの傾向であるものの、海外経済減速の影響を受けている企業が引き続き見られ、上向きの判断には至らない。
		広告代理店（経営者）	・観光や不動産の動きは活発になってきたが、それ以上に前年の震災特需のような物件が減少し、広告物、印刷物の発注は控えられるとみる。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・チラシ折込や新聞購読が減少という感じはしないにしても、増えたり戻ったりを微妙に繰り返しているの、この先も変わらないのではないか。
		経営コンサルタント	・欧州の信用不安や消費税増税問題など、何らかの方向性が見えないとこう着した状況が続く。
		コピーサービス業（経営者）	・大手民間企業は、今年度は緊縮予算を組んでおり、先行きが不透明である。中小企業の活力に期待しているが、業種業態で景況感が違うような状況である。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・地場ビルダーが供給力を増やせば、やや良くなると回答したいところだが、地場は供給力に限度があるため、現在の状況が継続する。
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・3か月前から変化がなく、今後も変化がある様子はない。身の回りでも、景気が良くなる、悪くなるといった話は聞かない。
金属工業協同組合（職員）	・依然として、受注増加の案件は見えない。半導体及び電気関連の動きがまだまだ鈍い。		
やや悪くなる		食料品製造業（経営者）	・前年は8月くらいまで特需が続いたが、今年はそのような動きも期待できない。観光客の入込数も回復していないので、厳しい状況が続くことが予想される。
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品については、輸出の面で、ASEAN地域におけるローン規制の強化による需要の減少が懸念される。
		司法書士	・住宅着工数が低迷している。不動産の取引も少なく、不動産市場が冷え込んでいる。
悪くなる		農林水産業（従業者）	・さくらんぼの着果が少なく、不作が予想される。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・半導体関連では東北地域の製造拠点が縮小、閉鎖の傾向が続いており、買収される話も進んでいる。いずれにせよ人員削減は必至の状況である。円高がそのまま続けば製造拠点が海外へシフトするのは防ぎようがない。自動車や半導体製造装置の開発拠点が当県に来るという明るい部分もあるが、絶対的な仕事量が増えるかどうかは疑問であり、増えるとしても時間がかかるのではないかと予想されるので、当面は悪くなるのではないかと。
		通信業（営業担当）	・増税、円高等、景気回復の兆しはみえない。
		その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・メーカー間の競争だとか、量販店同士の競争があるのはわかるが、卸をしていると、量的にも落ちて、納入価格が以前よりも安くなってきている。小売の方も、以前より値下げして売っており非常に困っているという話を聞く。価格は安く、量も売れないという傾向にある。
雇用	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
関連	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・内陸部と沿岸部での経済格差が開きつつある。沿岸部での復旧交付金の増額は喜ばれているが、給付を受けても使うだけで、職場が無い。給付事業も消化型であり継続性の無い仕事を中心なので、一層復興のスピードを感じづらい。復興の遅れは、内陸部での活性化に水を差すことにもなるので、県全体で見ればイーブンだという印象がある。
		人材派遣会社（社員）	・中堅中小企業から、来春卒業する大学生の募集をしたいという問い合わせがここ数週間のところで増えてきている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・企業の業績が徐々に回復してきた。設備投資計画も少し散見され、採用意欲も期待できる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・業種によって違いはあるものの、今後景気が落ち込むような理由が今のところ見当たらず、賞与などをきっかけに状況が好転するものと、期待を込めて願っている。
		職業安定所（職員）	・求人倍率もリーマンショック以前の状況まで回復しつつある。円高も高止まりではあるが、落ち着きつつあり、今後は微増で推移してくるのではないかと考えられる。
		職業安定所（職員）	・復興関連求人の動向としては、引き続き件数も多いと予想しているが、一方で、そこに対する充足の状況等を考えると、大幅な改善というよりは、このまま改善傾向が推移するとみている。
		職業安定所（職員）	・5月の新規求人も前年より50%以上アップするとみられるので、景気はやや良くなっているのではないかと。
		民間職業紹介機関（職員）	・求人数が増加傾向となっている。
	変わらない	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・観光、飲食関係などに動きがみられるが、まだ顕著なものではない。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は上昇傾向にあるものの、製造業の一部で人員整理の動きもあり、景気の回復は一進一退である。
		職業安定所（職員）	・求人事業所、求人件数とも多く新規求人が多い状況は続いているが、増加傾向に落ち着きが見られる。今後、更に良くなるかは考えにくく、高止まりで推移すると予想される。
		職業安定所（職員）	・長引く円高や今後の電力不足など懸念材料があり、企業の活動も一気に活発化する材料に乏しい。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・被災県の復興関連業務の入札等にかかなりの数を応募したが非常に不調だった。民間の需要が弱含みの環境から2、3か月先の景気感はやや悪化とみている。
		人材派遣会社（社員）	・欧州の信用不安に伴う円高や復興の遅れ、労働者派遣法の改正等、マイナス要素が多い。
人材派遣会社（社員）		・震災復興による建設関係の動きにけん引され、派遣、業務請負業は県内はまだ動きはあるが、隣県はすでに落ち着いてきている。また、消費税の動きはもちろん、電気料金の値上げや電力不足は大きな影響を与えると考えられる。	
アウトソーシング企業（社員）		・復興関連の仕事の受注が無くなってきている。このまま無くなれば、前年と変わらず悪くなるのが予想される。	
新聞社〔求人広告〕（担当者）		・夏場を迎え、製造業を中心に電力不安定の要素がプレーキをかけている。この先、原発再稼働等の動き、そして、電力供給が難しくなるような状態になれば、ますます景気に影響してくるとみられる。	
職業安定所（職員）		・円高に対応するための大手製造業の生産拠点再編により、下請け企業で大量解雇が生じることが予定されている。	
職業安定所（職員）		・有効求人倍率は0.71倍で、前月を0.1ポイント下回り、3か月ぶりに前月を下回っている。円高と欧州の信用不安の問題があり、今後の景気の状況は予断を許さない状況になっている。	
悪くなる		—	—

3. 北関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	○	○
	やや良くなる	一般小売店〔家電〕（経営者）	・エアコンや冷蔵庫の夏物商材、また、太陽光には大分期待ができる。
		百貨店（営業担当）	・昨年の消費の分が回り、やや良くなる。
		百貨店（販売担当）	・6月に一部売場の改装を実施し、客の動員を増やす計画のため、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	
		スーパー（店長）	・周りの競合他社を見ても、価格さえ出せば客数も増えて売上は上がってくる。来客数を増やすことが、これからは重要である。	
		コンビニ（経営者）	・来客数が増えているのに売上がそれほど変わらないことには必ず答えがあり、しっかり検証していけば売上増につながる。また、天候に左右されがちだが、これは予報等や店の特性を考えて対応していけば何とかかなと思うため、やや良くなる。	
		コンビニ（経営者）	・夏場は非常に売上や商品の出荷量が増えるという実績を考慮すると、まだまだ伸びる。	
		コンビニ（経営者）	・外出に良い気候となり、コンビニの利用が増えるため、やや良くなる。	
		コンビニ（店長）	・全体的には良くなるとは思えず、あまり明るい話ではないが、地域として見ると近くの商店街の中で廃業した一般小売店が数件あり、この影響で増える。	
		衣料品専門店（統括）	・東日本大震災後、いろいろな行事が自粛ということで消費が大分下がり、現在もそのような雰囲気は変わっていない。景気の低迷等が絡み、なかなか販売につながらない状態が続いているが、夏秋に向けて祭りの雰囲気が徐々に出てきて売上に期待できるため、やや良くなる。	
		家電量販店（店長）	・気象庁の3か月予報では冬が短くて7月が猛暑になるとのことなので、エアコンが売れば上がり、やや良くなる。	
		自動車備品販売店（経営者）	・あまり購買意欲や販売量は出ておらず、消費税等が上がるのと逆になるが、このままだと消費が停滞気味のため、消費者側の購買意欲は若干高まる。	
		一般レストラン（経営者）	・仕入価格、客の動きは共に、5月は特に落ち着いて商売できているため、この先大きく変わる要因はなく、やや良くなる。	
		観光型ホテル（営業担当）	・来年は近隣観光地が開業して節目の年ということで、企画などイベントが多数催され、追い風となることを期待している。	
		旅行代理店（所長）	・福島第一原子力発電所の事故の問題は依然として影を落としているが、東京スカイツリー来場者の来訪に大きな期待感がある。また、昨年実施された計画停電などが実施されると問題になるが、夏季の節電対策により、涼しい場所への旅行需要にも期待している。	
		旅行代理店（営業担当）	・これから夏の旅行シーズンを迎えるにあたり、旅行需要が前年比で上向き傾向にあるため、やや良くなる。	
		旅行代理店（副支店長）	・東日本大震災の視察旅行等、東北への支援旅行が若干ではあるが動きが出てきている。今後も東北方面への旅行は祭りも含めて増えてくる様子であり、海外旅行も個人型の申込の動きが出てきている。	
		通信会社（営業担当）	・6月のボーナス効果と共に、省エネに向けた関連商材の購買意欲向上で消費が高まる。	
		遊園地（職員）	・新東名高速道路などアクセス面での充実や、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）	・当社においても補助金頼みの物件があるが、交付決定が遅れているようである。そのため、今後決定され次第、少しだが上昇機運になる可能性がある。	
		住宅販売会社（従業員）	・季節的な要因もあるが、3か月前に比べて別荘に関する問い合わせが増えてきている。夏の電力ひっ迫予想を受け、特に首都圏から、他管内かつ涼しい高原である当地域への居住志向が高まっているようである。そのため、別荘需要もやや上向く。	
		住宅販売会社（従業員）	・円高等の問題があって消費マインドは冷え込んでいるが、消費税の議論が終盤を迎えると駆け込み需要が出てくる。住宅に関する消費税の特例措置があれば、なお良い。住宅ローン減税の拡充なども刺激策となるが、消費税の駆け込みも今回で3回目、過去のような大幅増とはいかないと思うため、やや良くなる。	
		変わらない	商店街（代表者）	・人の動きは出てきたが、個別には出費を抑えているように感じるため、変わらない。
			商店街（代表者）	・クラブ活動等が始まり、秋まではいろいろと忙しい状況は変わらない。
商店街（代表者）	・学校販売では子どもの人数がどんどん減少していくため、それに伴って売上も下がっていく状況は変わらない。			

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
		一般小売店〔精肉〕 (経営者)	・役所や上部団体でいろいろなイベントが行われているが、その時だけで継続していかない。安い物は動いているが、値の張る物は動きが悪く、客も考えて行動しているため、変わらない。
		百貨店(販売促進担当)	・電気料金の値上げや消費税増税の議論などの家計に直結する諸問題が横たわり、売上増を期待したいが、容易ではない。
		百貨店(販売促進担当)	・電気料金の値上げや増税議論等、景気が好転する材料は見当たらない。消費者の購買行動はより慎重になる。
		百貨店(店長)	・不安要素は社会の構造によるものが多く、すぐには解決できないことから、今後も今の状況が続く。
		スーパー(店長)	・曜日ごとの客数は数か月変化がないため、変わらない。
		スーパー(総務担当)	・電気料金の値上げ、円高、消費税、年金などの各問題が貯蓄に走らせている。実質的な所得が増えなければ購買意欲が増すことはない。
		スーパー(統括)	・月初の初夏メニューや機能性商材、クールビズ関連商材は好調だったが、中旬以降、株価下落、円高進行と共に盛夏商材の動きが止まっている。来客数は前年並みを維持するも、1品単価や買上点数の落ち込みなど、先行きに不安材料が多少出てきている。
		スーパー(経営企画担当)	・夏のボーナスの支給も前年より悪くなる予測なので、あまり期待できない。
		コンビニ(経営者)	・消費税増税の議論、入れ墨等の社会人としてのモラル、欧州の信用不安等の問題と、日本を取り巻く環境に好転する理由が見当たらず、電気供給問題等、どちらかと言えばマイナス的と感じ、変わらない。
		コンビニ(店長)	・他チェーンの店舗が今後2店ほど出てくるが、動線が若干ずれているので影響はそれほど大きくないと思うため、今月とあまり変わらない。
		衣料品専門店(店長)	・景気が良くなる要素が少なく、先行きが見えない。
		衣料品専門店(販売担当)	・今月が最悪ということをも前提として、天候次第ということもあるが、残念ながら社会補償の部分でまだ先行き不透明な部分、不安材料のほうが多い背景もあり、総合的に判断すると今月の悪さがこのまま続いていく。
		家電量販店(店長)	・オリンピック関連で映像商材が伸びれば上向くが、季節商材のエアコンの動きで大きく左右され、底の状態では景気が悪い現状が続く。
		乗用車販売店(従業員)	・エコカー補助金で販売台数は堅調に推移するが、補助金は6月中くらいで前倒しでなくなるのではないかとされているため、その後の反動に不安がある。
		乗用車販売店(販売担当)	・当社が販売している車種は輸入車が圧倒的に多く、ほとんどが中古車であり、客が飛びつくような目玉商品、電気自動車やハイブリッド車関係などがそれほどないため、あまり販売台数は伸びない。ただし、修理関係は相変わらず入っているため、販売が悪くても修理関係で何とかやっていける状況が当分は続く。
		乗用車販売店(管理担当)	・景気低迷が続き、エコカー補助金も一部メーカーのみ優遇され、8月中には予算が終了する見込みである。代替対象車は優遇されるが、全体とすれば景気回復まではいかない。
		住関連専門店(統括)	・消費税増税の議論、年金問題や政局等により、将来に対する不安材料が多いため、変わらない。
		一般レストラン(経営者)	・東京スカイツリーを始めとする東京方面の景気は恐らく相当良くなると思うが、地方に関してはその分若干悪くなる。下方に向かうことを食い止めるための材料が欲しい。
		一般レストラン(経営者)	・一般消費者の消費が非常に冷え込んでいる。デフレの経済状況が変わらないと、いつまでたっても変わらない。
		スナック(経営者)	・本当なら悪いとしたいが、これ以上は悪くならないという希望から、変わらない。本当に何か良い方法があるのか、教えて欲しい。
		スナック(経営者)	・上向いていくという希望が持てないため、変わらない。
		都市型ホテル(支配人)	・これから夏に向かって観光協会及び県の観光に関わる部課が積極的に海水浴客、行楽客の誘致を目指しているため、マイナス分が通常どおり戻るかどうかが期待している。
		都市型ホテル(スタッフ)	・欧州の信用不安等、円高の傾向が非常にまだ高く、毎回、悪いとか変わらないといった大変な状況だが、しばらくこのまま続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（経営者）	・欧州情勢がなかなか不安定であり、東日本大震災やタイの洪水の被災地の復旧がまだ進んでいないため、景気は変わらない。
		通信会社（経営者）	・被災した地方都市からの大企業の撤退、中小企業の縮小や移転、商店の閉店、廃業等は引き続き速度を増しており、2～3か月程度で回復する気配は全くない。
		通信会社（経営者）	・消費者の購買意欲がなかなか上がらない。キャンペーンや特売をしても客が反応しない状況は変わらない。
		通信会社（総務担当）	・消費者も慎重になっており、消費低迷が続き、変わらない。
		通信会社（局長）	・暑い夏との予報だが、電力需給や料金値上げの問題、消費税増税の議論など、消費に不安を感じさせる材料が多く、これらが景気抑制方向に働く結果、景気に大きな変化をもたらすことはない。
		テーマパーク（職員）	・福島第一原子力発電所の事故による影響から、学生団体や訪日観光団体が減少している状況は変わらない。
		ゴルフ練習場（経営者）	・東日本大震災の影響がまだまだ続く気配があるため、変わらない。
		ゴルフ場（副支配人）	・4、5月とほぼ前年と変わらない来場者数であり、2か月先くらいはちょうど陽気も良くなるが、梅雨が始まり相当暑くなるため、変わらずほぼ前年並みとなる。
		ゴルフ場（支配人）	・4～6月の第1四半期の集客企画コンペが来場者数を伸ばしているが、地場産業を始め企業コンペは少ない状況は変わらない。
		ゴルフ場（業務担当）	・来場者の確保等については予約の取込もそれなりにできてきているため、横ばいである。それ以外の会員の募集や環境については結構引き合いがあるため、前年よりも好転している状況にある。ゴルファーのニーズはある程度横ばいで、安定的なニーズの獲得については徐々に上向きの感じもするが、なかなか単価が伸びずに困っている。2、3か月先については、今のところ来場者の確保や売上は横ばいか、場合によっては落ちていく。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] （職員）	・中心的な顧客というよりイレギュラーな、今まで少なかった客が多少増えている傾向であるため、それほど大きく売上に寄与するとは考えにくい。ただし、そのあたりの新しい客が増えているため、現状プラスアルファになるかどうかというところで見ている。
		美容室（経営者）	・これから夏に向かい温度が上がるにつれて髪をカットする客が増えるが、高単価の施術を希望する客は増えそうになく、全体的には売上は増えない。
		その他サービス [清掃]（所長）	・給料が昇給してもわずかであり、減額になる職場も多いため、節約志向に変化は見られない。
		設計事務所（経営者）	・公共工事など新年度の事業はこれからであり、受注できるかどうかで今後の仕事量に大きく影響があるが、あまり期待できないため、変わらない。
		設計事務所（所長）	・何か行動を起こさないと客が向いてくれない。限定イベントやダイレクトメールなどで行動を起こす必要がある。
		設計事務所（所長）	・もうずっと前から、悪いまま変わらない。現在も良くなる兆しはとても感じられず、景気が悪いままで多くの人は物事に消極的になっているため、変わらない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・客の流出が昨年よりやや多いようである。ガソリン価格は高止まりしているのに、土日の商店街には人が歩いていないため、やや悪くなる。
		一般小売店 [家電]（経営者）	・商品の動きは天候に左右されるが、猛暑予報が出ても客は買い急ぐ様子が見られない。余計な出費より、必要に応じた出費が増えているため、やや悪くなる。
		一般小売店 [青果]（店長）	・社会情勢などいろいろあるが、特に当地域の場合は地元の大手メーカーの景気がかなり悪く、それに左右されるため、景気が上向くような要素が見当たらない。
		百貨店（総務担当）	・6月中旬からお中元が始まるが、毎年世代交代があり、若い人はお中元やお歳暮を贈る機会が少なくなっているため、それだけで売上が毎年10前後～15%くらいは減ってきている。この不足分を何で補うか、これから売り場を確保しなければならず、やっていない催事を考えないと売上は取れない。
		百貨店（営業担当）	・円高や株価の低迷ということで、景気の先行きに不安を感じるため、消費者の動きも低調となる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（店長）	・東日本大震災の影響が一段落した前年5月などは非常に良かったが、今年はゴールデンウィークも非常に悪く、全体的な客数も少なく、勢いが感じられないため、やや悪くなる。
		スーパー（経営者）	・出店増により、競争環境は更に悪化する。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金の需要が終わるため、やや悪くなる。
		高級レストラン（店長）	・近隣で倒産や廃業、店舗の移転などがかなり増加しているため、やや悪くなる。
		一般レストラン（経営者）	・地元の人たちが市外に出かけることが多くなり、来客数が減少するため、やや悪くなる。
		タクシー（経営者）	・客の出足が悪いため、この先も悪くなる。
		通信会社（販売担当）	・国内の大手電機メーカーの業績不振が夏のボーナスに反映されてくると、今年のボーナス商戦は期待できないため、やや悪くなる。
		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・7、8月にもイベントを企画しており、その来客数を見込んでいる。その間も例年同様とを感じるが、来客数は横ばいで単価が若干下がっているため、景気はやや悪くなる。
		その他サービス〔フィットネスクラブ〕（マネージャー）	・原子力発電に替わるエネルギーの確保ができておらず、将来の不安がぬぐえない。石油価格も不安定で、プラス要因が少ないため、やや悪くなる。
		住宅販売会社（経営者）	・不動産については、デフレ解消の道筋が見えず、買うタイミングなのかが判断しきれないため、需要が待ちの状態になっている。商品の回転という視点で見ると、最初の商品が出にくい状態が解消されない限り、地方は落ち込む一方である。
悪くなる		一般小売店〔衣料〕（経営者）	・天候が不順で、雨が降ったり竜巻の問題等があったりと、いろいろなことが発生している。昨年の状況からも、残念ながら全体的に良くなっていくような様子は全く感じられない。
		一般小売店〔乳業〕（経営者）	・企業内、公共施設内の自動販売機需要は落ちており、個人需要も伸びない。相変わらず景気の良くなる兆しが見えない。
		コンビニ（経営者）	・競合店の出店が今3店連続してあり、3か月後にはもう1店オープンするため、客数が昨年の12月から比べて非常に落ち込む。
		乗用車販売店（販売担当）	・エコカー補助金がなくなればよいと思っているが、3か月後くらいに補助金が切れると、本当に車が売れなくなる。修理も減っているため、悪くなる。
		乗用車販売店（統括）	・エコカー補助金終了に伴う需要減が到来するため、悪くなる。
		タクシー運転手	・円高、世界情勢の不安定化により、悪くなる。
		住宅販売会社（経営者）	・現状を見ると、不動産に対する客の意識が薄く、関心がないようであるため、悪くなる。
企業動向関連	良くなる	その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・環境全般が盛り上がってきているため、良くなる。
		やや良くなる	金属製品製造業（経営者）
	やや良くなる	一般機械器具製造業（経理担当）	・いろいろな分野で注文量が増えてきているため、やや良くなる。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・大手自動車メーカーの生産の3か月見通し上では非常に高水準の受発注をもらっている状況のなか、1個当たりの単価が下がってきており、量は増えても収益が追いつかなくなっている。今後、自動車関係では電気料金の値上げ等の問題が控えているため、非常に収益的には厳しくなるが、量はあるため、社員は残業等で給料や手取りが増えてきており、その点では良くなってきている。
		経営コンサルタント	・観光地、商業施設等への人出が見られ、外食産業も少しずつにぎわっており、消費者心理を冷やす要因は当面見当たらない。景気動向が不安定で、国際環境面のかく乱要因もあるため、一方的に良くなるかは不透明だが、企業の設備投資意欲も徐々に上向く。
その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・昨今の引き合い、受注量から推測すると、良くなりつつある。投資は相変わらず小、中規模が多い。また、新規投資より現状のリニューアルや改善のための投資が多く、客も市場を見ながら投資をしている。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	食料品製造業（営業統括）	・欧州の信用不安の問題等もあり、急激な円高が再発している。特に安価な輸入ワインがどうなるかが懸念される。
		化学工業（経営者）	・受注は増えてきている。もう少し増えてくれれば生産メリットが出てくるため、大いに利益に貢献すると期待してる。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・電気料金を始め原材料価格が上昇しているが、製品に転嫁できずに新年度の見積をしている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・建設機械、油圧機器関連について、当初は今年の秋口と言われていた中国の需要回復が遅れそうな気配であり、近々に回復する見通しはない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・不安定な状況は続くが、何とか仕事の確保はしていけると思うため、変わらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・現状では仕事の受注量が増えるという話は全くないため、このままずっと低空飛行でいく。求人などが大分良くなっていると新聞では見るが、当社では受注が全く伸びないことが、非常に悩みの種である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災での特需が一段落してきたため、今年度の客先の動向は不透明である。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・取引先等、受注量、販売量の動きも今のところはあまり急激な変動がないため、2、3か月は良くも悪くもない状況で推移する。
		輸送業（営業担当）	・夏場に向かって例年どおりの気候であれば、昨年同様に扇風機等、夏物家電の出荷量が大幅に増え、物量が確保できる。インターネット販売等の取扱量は大幅に伸びているものの、燃料価格の高騰も続いているため、利幅は落ち込んでいく。
		金融業（経営企画担当）	・最近の円高が更に進行しないことを期待し、変わらない。
		金融業（調査担当）	・欧州の信用不安に伴い海外経済は不安定な状況が続いており、為替も80円を割り込む水準となっているため、主要産業である製造業への影響が懸念され、先行きに対する慎重な姿勢が見られる。国内では経済対策の効果による自動車販売の増加が続き、また、節電需要の高まりにより、避暑地への観光需要の増加が期待できる。
		広告代理店（営業担当）	・東日本大震災の復興活動の息切れか、平坦とも思える経済活動は変わらない。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・商工会議所関係者によると、このところ制度資金の借入申込が減っているとのことである。資金を借り入れて乗り切る設備投資をするより、今は動けずに様子見をしている経営者が多いようで、景気は変わらない。
		社会保険労務士	・小売業等のサービス業は多少動きが出てきているが、製造業は相変わらず動きが鈍いため、しばらく同じような状況が続く。
司法書士	・受注が増えるという思いを持つほど変わっていないため、先行きも変わらない。		
	やや悪くなる	食料品製造業（製造担当）	・販売数量が大きく伸びていくような要素がない。スーパーで売れる物は基本的に価格が安く粗利が取れないため、売上も伸びてこない。企業が生き延びていくだけの粗利がないと、この先が分からないので不安になり、すべてが悪いほうに働き、やや悪くなる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・当初の計画よりは7月から3%程度持ち直すようだが、ダウン傾向であることは変わらないため、やや悪くなる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・周囲の企業の業績もほとんどが低迷しており、当社もこれから先の仕事量の確保が難しくなっているため、やや悪くなる。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・夏場はジュエリーも高額品が売れないため、厳しい状況は続く。価格訴求商材の作成には地金価格の安定が一番だが、国際相場が下がり続けているため、不安要素が強い。
		金融業（役員）	・市場のパイが少なくなっているため、非常に価格競争が激化して収益性が低下する。また、夏の電力供給低下に伴う生産力の低下が見込まれ、今後はやや悪くなる。
	悪くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・仕事量は確実に減っており、価格も下げられている。資金繰りが苦しく、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
		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、この時期は公共工事の発注が少ないため、民間工事で競争しながら受注を凶らざるを得ない。今後の資金繰りも心配である。
		通信業（経営者）	・様々な不安要素を抱えた世界経済の状況下、日本は無策に思える。
		不動産業（管理担当）	・ますます経費見直しの動きは進んでおり、機器の省エネ化などで管理人員を減らして経費を削減する傾向にあるため、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）	・募集傾向は、募集の内容が膨れ上がってきており、量も出てきている。住宅の新築建売等の物件も目立っており、夏物商材は衣料品も徐々にだ動きが出てきており、お中元製品販売の力入れも出てくる。自動車関連、電子も6～7月あたりまでは募集は継続していくと思うため、やや良くなる。
		人材派遣会社（経営者）	・今のところ売上が良いため、3か月先も売上は良くなる。
		職業安定所（職員）	・事業所の求人、採用の動きに大きな変化は見られないが、安定はしてきている。求職者の減少傾向と併せると、雇用動向は徐々に明るさを見せ始めている。
変わらない		人材派遣会社（社員）	・先日オープンした東京スカイツリーを絡めた旅行パックなどで随分と来客があるのではないかという見通しを、リゾート関係の客先は持っているようである。
		人材派遣会社（営業担当）	・高齢者は年金に対して、若年層は雇用率が悪くて将来設計が立たず、人生に対して不安があるため、現状と変わらない。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・これから夏場に向かい、サービス業などのパート、アルバイトの求人は現在より増える。
		職業安定所（職員）	・窓口段階ではやや良くなると思うが、求人数は横ばいである。管内大手企業のリストラが一段落したところだが、別の大手企業のリストラ計画が持ち上がり、この先は変わらないか、悪くなる方向である。
		職業安定所（職員）	・特に景気が上向く材料が見当たらない。
		職業安定所（職員）	・求人は前月と比べても横ばいであり、同水準で推移はしているが、企業の動向を確認すると、6月くらいまでは注文も入っているとのことである。ある製造業の企業などに何社か聞いたところ、4～6月くらいまでは今仕事が入っているが、その後は少し不確定で動向が読めないところがあるという話が多いため、先行きは変わらない。
		職業安定所（職員）	・家電製造業に請負で入っている事業所において、請負先の生産の減少により契約打ち切りの解雇があった。円高等の影響もあり、製造業を中心に雇用環境は極めて厳しい状況にあり、景気回復は期待できないため、変わらない。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・3月末の卒業生については最後の最後で欠員募集の採用ということで、ある程度の成果を収められたが、大学生の就職難から中小企業へ目を向けさせている現状など、大手企業の求人数が伸びていかなければ、さらなる求人難の状況が続く。
		職業安定所（職員）	・取引先企業の生産計画は安定しているが、自社の社員で対応し繁忙期のみ取引となる予定のため、やや悪くなる。
		職業安定所（職員）	・悪くなる

4. 南関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	旅行代理店（支店長）	・東京スカイツリーの開業に伴う団体客の好調が引き続き続く。団体の予約は6か月前からとなっているため、今後1年間はこのような状況が続いていく。個人客もやはり入場したいということで、個人のチケット及びパンフレットの問い合わせが多くなる。また、学校などのセールスも来年にかけて始まるため、そういった面でも多くなり、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
	やや良くなる	商店街（代表者）	・電気の事情があまり良くない。空梅雨であればいろいろな面で衣料、飲料水等が非常に売れると思うが、天気次第である。また、沿線なので東京スカイツリーの効果が多少あると期待している。
		一般小売店〔家電〕 （経理担当）	・今は爆発的に売れる商品がないが、本当に良い物は高くても買う傾向にあるため、対面して販売する小売店にとっては売りやすくなる。
		一般小売店〔家電〕 （経理担当）	・エアコンの季節になるため、やや良くなる。冷蔵庫も省エネ型はよく出るので期待している。周りの状況はあまり良くないのだが、提案、訪問などをして勉めるつもりである。
		一般小売店〔家電〕 （経営者）	・今年の夏は全体的な事情から節電ムードが高く、節電商材の動きがより増してくると期待している。
		一般小売店〔祭用品〕 （経営者）	・今月末から少しずつ動き出していることを感じるため、やや良くなる。
		百貨店（売場主任）	・昨年より梅雨入りが遅れる見込みである。また、クリアランスセール開始も後ろ倒しの見込みのため、昨年より夏物の動きが活発になると想定でき、やや良くなる。
		百貨店（広報担当）	・東京スカイツリーや関連施設がオープンし、事前の想定を超える速さで100万人を超え、開業5日間で113万人以上が来場している。その経済効果は絶大であり、他の商業施設と併せて、夏休みを迎える2、3か月後には首都圏全体で客足の増加が見込まれる。
		百貨店（店長）	・客の購買意欲は落ちていないように思えるため、やや良くなる。
		百貨店（営業企画担当）	・中元期が始まり、来客数増が見込まれる。また、開業20周年を迎え、記念イベント等を企画して販売にもつなげていく予定である。
		スーパー（店長）	・昨今の円高あるいは株安傾向は続いていくとは思いますが、前年のように節電ということで買い控えもなく、気温も高くなり、夏物衣料あるいは節電商材あたりが昨年以上に販売ができる。今月からすると購買意欲が上がってくる季節になることが予想されるため、好調になる。
		コンビニ（経営者）	・売上や来客数を見ると、従来よりは少し違っているという見方ができるため、やや良くなる。
		コンビニ（経営者）	・毎年のことだが、暑い時期は客の動きも良く、売上も伸びるため、今後2、3か月の間はやや良くなる。
		コンビニ（経営者）	・気温も上がり、客数がいつもどおりでいくと増えるため、やや良くなる。
		コンビニ（商品開発担当）	・他社の動向から、期待したい。
		衣料品専門店（経営者）	・オリンピックが近くなり、客が浮き浮きするような事柄が増えていく。店でも便乗してイベントを仕掛けていくため、ここ3か月は良くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・8月の電気料金の値上げや消費税増税の議論、年金の問題等、また、天気もかなり消費に影響を与えると思うが、東日本大震災復興事業の本格稼働によって全体的に動きが出てきているため、消費も喚起してくる。
		家電量販店（統括）	・昨年の地上デジタル放送移行による駆け込み特需が終了した後、少し明るい兆しが見られる。
		乗用車販売店（経営者）	・既存の法人客の景気も上向いてきており、販売量が増えているため、やや良くなる。
		乗用車販売店（渉外担当）	・低燃費車、小型ハイブリッド車の販売が50%を超えているため売上単価が低く、エコカー補助金も8月には終了との予測もあって楽観視はできないが、景気対策が続き、ハイブリッド車を中心に台数は好調に推移する。
		乗用車販売店（販売担当）	・エコカー補助金対象の車両などを購入するユーザーにとってメリットがあるし、特に低価格の車両等はお買い得感があるため、まだまだ販売台数は伸びる。
		その他専門店〔雑貨〕 （従業員）	・これからまだ新店ができる予定もあり、節電対策のような商品等も売れ始めているため、やや良くなる。
		その他小売〔ゲーム〕 （開発戦略担当）	・定番のスポーツタイトルや、秋から年末商戦を見据えたタイトルの発売があるため、盛り上がってくる。
		一般レストラン（経営者）	・ホームページなどでこちらから情報発信することへの反応は良い。売上増加もやり方次第である。

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
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊とレストランは、お得感のあるプランや記念日プランを出してそれなりに個人利用があり、今後も継続してこの対策を進めていく。宿泊はイベントや学会のスケジュールが発表されており、団体予約はこの先大きく増加はしないが、小さなグループ利用を中心に前年同期比で手持ちが良く、レストランも同様に前年同期比で予約が多い。宴会も、企業の周年利用や、個人の婚礼以外のお祝い利用で予約が入ってきており、やや良くなる。
		旅行代理店（経営者）	・客はそれぞれお金は蓄えて持っている感じで、夏に向けての予約等の問い合わせが頻繁にあるため、良くなってくる。
		旅行代理店（従業員）	・円高、ユーロ安が続いて海外へ旅行に行く要素が整い、またローコストキャリア等の台頭もあり、活発に人が動きそうであるため、やや良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・取引先からの依頼が増えてきているため、やや良くなる。
		タクシー運転手	・これからも徐々に良くなる。客からも若干忙しくなってきたという話を聞くため、これから乗務員の確保が難しくなってきた稼働率が下がるということになると、かなりプラスになって動く。
		タクシー運転手	・東京スカイツリー景気でタクシーにも徐々ににおぼれが回って来そうな感じがするため、少々景気は良くなる。
		通信会社（管理担当）	・オリンピック開催による需要が高まるため、やや良くなる。
		通信会社（営業担当）	・主力商材である多チャンネルサービスの低迷はしばらく続く。
		通信会社（管理担当）	・携帯電話の新商品発表や、当社の新サービスの提供など、販売向上要因があるため、若干の販売増が見込める。
		その他レジャー施設（経営企画担当）	・東京スカイツリーが予定どおり開業し、夏季には国内観光客のスカイツリーへの来場増が予想される。この観光客の増加による、都内の観光、レジャー業全体への波及効果を大いに期待したい。
		設計事務所（所長）	・ただ単に期待するしか手立てがないが、方向性としてはプラスに向いていくような気はする。
		設計事務所（所長）	・耐震設計があるうちは、2、3か月というより年度内は忙しい。
		住宅販売会社（従業員）	・現在の状況は、正直まだまだ契約数が足りないため、今後も営業に力を入れて景気を良くしていきたいと考えている。周りの中では悪い話が出ていないため、当社次第で、今後良くなっていく。
	変わらない	商店街（代表者）	・前月は伸びていくような気配を感じたが、今春の天候不良はかなり影響がある。また、首都圏内に大型商業施設が幾つかできたため、その影響も出そうである。
		商店街（代表者）	・何も決められない現状の政治で、真に効果のある施策が期待できない。
		商店街（代表者）	・今年はロンドンで行われるオリンピックがあるが、オリンピックで良い成績を取って金メダルが増えるようなことになれば、かなり景気も上向いてくるのではないかと期待している。なるべく頑張ってもらいたい。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・電気料金の値上げや消費税の議論等の問題で、まだまだ政治的に不透明な部分が多いため、これから良くなるとは思えない。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・今月は少し普通の月とは違い、大口の案件が何件かあったため、全般的に良かったのではないかと考えている。そのため、6月になればまた普通に戻る。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・電気料金の値上げ、消費税の議論と、生活していくうえでダブルパンチ以上のトリプルパンチがいつ来てもおかしくない状況であり、皆の購買意欲は、生活必要最低限の買物しかないような感じがする。非常に財布のひもが固くなっており、あまり良い環境ではないが、早く景気の良い商店街になりたい。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・しばらくは今の景気の状態がずっと続く。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・これから先の見通しは、良くなるような要素が一つもない。客の様子を見ても、景気が良くなるような感じはしない。

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
		一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・今の悪い状態が良くなるような要因が見当たらず、非常に心配している。悪くなる要因は政局の混乱等いろいろあるため、良くなることはないだろうが、悪くなって欲しくないため、変わらないということである。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・あまり案件がないと言えないのだが、先に見えていることは見えているため、変わらない。秋口に近隣に大型の駅ビルができるため影響されるのではないかとこの危惧が今からあるが、店頭売りのほうも、これ以上下がることはとりあえずはないようである。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・県や市の協力を得てお茶の応援キャンペーンを展開している。客にも安全性が伝わっているように感じ、デイリーについては購入者が増えているが、ギフトはまだ販売量が少なく、売上は大きく変わらない。
		百貨店（総務担当）	・円高や欧州の信用不安、株価の不安定、また、電力供給や料金値上げの問題、消費税など増税の議論等、景気が好転する要素が見当たらない。
		百貨店（総務担当）	・良くなる要素が見当たらず、厳しい状況が続く。消費者のマインドを持ち上げるような企画や品ぞろえ、顧客満足などをよく考えて、対策をしていく必要がある。
		百貨店（総務担当）	・業態によっては明るい兆しも見えているものの、欧州の信用不安や原油価格の高騰等、また、この夏はもしかすると電気料金等も値上げされるため、非常に不安定要素が多く、消費動向もまだ決して上向きにはならない。
		百貨店（営業担当）	・急激な円高、株安の影響で宝飾品、時計、美術品、家具等の高額品の売上は前年を大幅に下回っているが、婦人服、婦人服飾雑貨を中心とした婦人ファッション関連商材は堅調に推移しているため、変わらない。
		百貨店（営業担当）	・関東圏の節電は昨年と比べて強制的なものではないものの、消費者心理的には節電モードである。節電関連商材は昨年購買済みの点を考慮し、現状維持が妥当である。
		百貨店（営業担当）	・東京スカイツリーのオープンなど、東京には活気が戻っている感じはあるものの、根本は変わっていない。今後の創造ができず、小売と顧客の心理には隔たりが大きい。
		百貨店（営業担当）	・景気回復を予感させるニュースがあまり聞こえてこない。
		百貨店（営業企画担当）	・天候にも左右されるが、衣料品はこのまま堅調に推移する。
		スーパー（経営者）	・4、5月は良いものの、6月も良いかどうかは少し分からないが、変わらない状況だと思う。7月にまた競合店が出てくるため、当社としては少し悪くなる可能性もあるが、景気に関しては変わらないでいく。
		スーパー（店長）	・社会情勢に良い兆しもなく、夏場に向けて節電等の節約ムードも重なり、消費に対する節約も関心が高くなってくる可能性がある。
		スーパー（店員）	・消費税の議論や電気料金の値上げ等、可処分所得が減少するなかで、本当に必要な物、必要な量に販売動向が変わっていく。景気自体はそれほど変化がないにしろ、ポイント還元や特売を利用した買物が増えてくる。
		スーパー（営業担当）	・円高、株安、更に欧州の信用不安等、世界的な状況についても非常に混んとした形で動いている。日本経済の立ち直りの様相がいまだに見えてこない。
		スーパー（仕入担当）	・電力不足、放射能、増税等、不安要素は山ほどあり、特に夏に向けて節電＝節約的なイメージとなり、消費は低迷すると懸念している。
		スーパー（仕入担当）	・競合店も含めて単価減の傾向になっており、点数増の施策に向いている。点数ベースでは前年並みに動くが、前年と状況が違うため、売上に影響が及んでいる状況は変わらない。
		コンビニ（経営者）	・現在は買上点数も増加したが、夏に向かって昨年以上の節電で店内の室温も上がるため、滞留時間減少が避けられず、今以上の売上増は望めそうにない。
		コンビニ（経営者）	・悪くなる要因も無いような気がするが、今の状況では何とも判断が付かない。
		コンビニ（経営者）	・盛夏時の気温や暑さの続き方等に左右されるとは思うが、節電志向ということで、いろいろな分野でお金の使われ方が変わっていく。店の商品は、夏はやはりアイスクリームなど冷やしておく物や、冷たくしておく飲物などに電気料金が掛かるようになってくる。経費負担が増えて利益が上がらない構造になっていくのではないかと少し懸念している。

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
		コンビニ（エリア担当）	・トレンド予測を実施しているが、特に変化は見られないため、変わらない。
		コンビニ（店長）	・各分類項目の中の検討や、野菜はあまり置いていなかったため野菜導入の検討、この2点ほどを緊急に品ぞろえしていく予定である。したとしてもそれほど良くなることも、すぐには良くなると思えないが、努力はしたい。
		コンビニ（商品開発担当）	・客数の低下傾向が続いており、先行きを見通しても客数が増加傾向に向かう要因が見当たらない。
		衣料品専門店（店長）	・UV対策インナーや省エネルギー、暑さ対策商材などの夏物実需品が、電力不安対応として立ち上がりと共に動き始め、消費を押し上げていく。昨年夏の関東ほどの消費ブレーキは掛からない。
		衣料品専門店（営業担当）	・消費税や税金の議論など不安材料は多くあるが、客が求めている物を店が努力して用意し、うまく回していければ、やっと前年を超えることができる状況は変わらない。当業界は、前年比100%以上というのは大変厳しくなっている。
		乗用車販売店（経営者）	・せっかくエコカー減税があるのに、販売、整備とも前月より3割減となっており、あまり良くない状況は変わらない。
		乗用車販売店（営業担当）	・夏くらいにはエコカー補助金も無くなると予想されるため、良くも悪くもならない。
		乗用車販売店（総務担当）	・エコカー補助金の最終めどが7月か8月と予想されるなかで駆け込み需要が増えてきているが、6月に終わってしまうと、顧客も遠のいてしまう。できれば延長を望みたいが、希望薄で終わってしまいそうである。
		住関連専門店（店長）	・電気料金値上げに対しての節約や、逆に節電、省エネに対する費用は支出しているため、変わらない。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・景気が悪くても日用品は買うため、提案次第で良くなり得る。
		高級レストラン（店長）	・宴会予約の推移から、変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・2、3か月先も今と変わらないような円高で、株価も上がらず、景気が不透明で消費が冷え込む。政治も安定しないために、売上が伸びない。また、サラリーマン等の景気は、ボーナス等良くないようなので、その分費用もなくなっている。
		一般レストラン（経営者）	・欧州の信用不安の再燃や金融不安で株価が下がり、消費税の議論など政治不信が続く。これでは景気が良くなる訳がなく、どうにかして欲しい。
		一般レストラン（経営者）	・昨年から比べて若干良くなっているものの、この後さらに良くなるというような感じはしない。逆に今年よりも少し下がってくるような感じでもなく、一進一退を繰り返していきそうである。
		一般レストラン（経営者）	・2、3か月先という7、8月であり、当業界ではニッパチと言って売上はあまり期待できず、恐らく今とそれほど変わらない。
		一般レストラン（店長）	・特段良くなるというようなことは全くない。
		旅行代理店（従業員）	・2、3か月先は旅行代金上がるため、団体旅行は見積件数は増えているものの受注にまでは至らず、伸び悩んでいる。
		タクシー運転手	・全体的に少しだけ良くなっているようだが、雨や明るいニュースを期待しているようでは、この先不安だけである。
		タクシー運転手	・この先どの方向に向かっているのかが全く見えないため、それが一番不安である。
		タクシー（団体役員）	・景気と天候に左右される業界であるため、契約企業や一般顧客に今の節約傾向が続く限り、現状と変わらない。
		通信会社（経営者）	・現在の経済上の課題、消費税の議論、欧州の信用不安等は解決していないと思うため、変わらない。
		通信会社（経営者）	・今後ロンドンオリンピック等があるが、テレビ需要は弱いいため、顧客獲得を達成するためには営業力を強化せざるを得ない。インターネットや電話は、クロスセルやアップセル営業で順調に増加し、需要がインターネット系にシフトしていく。
		通信会社（営業担当）	・先行きの景気に不安があり、消費者が消費を控えているようである。

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
		通信会社（局長）	・東日本大震災の復興支援の問題や、消費税増税の議論を含む政府の方針に先行きの明るさがなく、そのうえ国内教育問題や中国、北朝鮮を始めとする外交問題も山積していることから、そう簡単に現況を脱すとは考えにくい。
		通信会社（営業担当）	・引き続き他社との競合が続くことが見込まれ、キャンペーン等の施策合戦となり、現状維持で推移する。
		通信会社（局長）	・雇用状況が改善しない限り、消費意欲は低迷している。エアコンを買換えたい気持ちはあるが、十数万円を向こう10年の電気料金で取り返せると分かっている消費に至らないのは、景気の先行き不安から雇用の安定に不透明感が感じられるためである。
		観光名所（職員）	・5月は1年の中でもゴールデンウィーク等があり、繁忙期である。3か月後は夏休みには入るものの、旅客はそれほど伸びないのが毎年の傾向である。
		ゴルフ場（支配人）	・秋口にシーズンになってまた来場者の増員が望めるが、7～9月の夏場は来場者が落ち込む。
		パチンコ店（経営者）	・単価の動きから、やはり客がお金を使わなくなってきた傾向がある。これは急には改善されず、なかなか厳しいため、今と変わらない。
		その他レジャー施設 [スポーツ施設]（支配人）	・数か月前と比較して変化が見られないため、変わらない。
		その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	・インドアスポーツであるボウリング場は、昨年は東日本大震災の影響でアウトドアスポーツを敬遠する世の中の風潮により特需があったが、今年はその反動が出ており、この傾向は秋まで続く。
		その他レジャー施設 [アミューズメント]（店長）	・好材料が見られず、客数の増加では賄い切れない。
		設計事務所（経営者）	・周りでは建築の施工関係において非常に不景気が見られるが、当方では一生懸命に努力した結果、現在に至って仕事が大変多くなっている。これも今まで2、3月に一生懸命頑張ってきた実績ではないかと思っている。行政面においても仕事の発注が大変多くなり、問題なくこなせるかどうか心配なほど仕事が出ているというのが実情である。もっともっと頑張らなければいけない。
		設計事務所（職員）	・新年度に入って建築業界（ゼネコン）の安値受注傾向が弱まり、東日本大震災の復興需要を見据えた動きが読み取れるが、明確な変化には至らない。
		住宅販売会社（従業員）	・ゴールデンウィークを始め、今月のイベント、キャンペーンの集客は前年と変わらない結果だったため、良くなる要因は感じられない。
		住宅販売会社（従業員）	・注文住宅の請負、建売住宅の売買は共に受注見込客の増加には至っておらず、これまでとさほど変わらない状況がもうしばらく続く。
		その他住宅[住宅資材]（営業）	・客に今後の見込みを聞いても、大型物件やその他増量の見込める話がないと同時に、逆にどんどん減っていくような要素もないため、変わらない。
やや悪くなる		商店街（代表者）	・今の世界情勢から考えると、客の購買意欲はかなり委縮しているようである。不安を考えると、消費をするということに対して非常に慎重になるため、消費はなかなか伸び悩む。
		一般小売店[茶]（営業担当）	・新茶の風評被害による売上の伸び悩みもあるが、もう一つ、大きな柱となる自動給茶機のお茶の売上も縮小し続けている。今後もメディアで報道されている節電により、給茶機の電源を落とす会社が増え、それに伴って売上の低下が懸念される。
		百貨店（営業担当）	・通常7月から実施しているクリアランスセール開始時期を2週間遅らせることにより、どのくらい影響を受けるのか判断が難しい。最近では6月後半より値下げが行なわれているため、商材の確保及び取引先の協力、客の反応すべてにおいて、やってみないと分からない状況である。客の反応としては、必要ない物は買わないという行動がより明確になり、売上減、利益は前年並みというところか。クリアランスでお祭りのような要素が欠けることに、消費行動全体の低迷が心配される。

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（販売管理担当）	・夏のクリアランス開始を後倒しすることが確実となり、今までの一斉スタートと比較すると、消費者のマインド的な勢いに大きな違いが生じ、消費意欲が減少すると考えるため、やや悪くなる。
		百貨店（副店長）	・欧州問題により、やや悪くなる。
		スーパー（総務担当）	・これから夏に向けて、節電や消費税増税の議論がある。必要なことは分かっているが、なかなか心理的に購買を後押しすることの妨げになっている。また、大きな流行となるような事柄がないことから、消費が低迷し、やや悪くなる。
		コンビニ（経営者）	・消費税の議論がどうなるのか、小売業には直撃すると思うため、不安だけである。
		コンビニ（経営者）	・客単価はここしばらく落ちてきており、今後も回復が難しい。様々な材料を見ても、今後景気が回復する材料が見当たらない。
		衣料品専門店（経営者）	・業界全体や商店街全体にも起爆剤が無く、例年並みの流れでは売上減少が予想される。特に週末の売上が低下し、客の価格と商品を見る目はより一層冷たくなる。
		衣料品専門店（経営者）	・最近の政治不安、東日本大震災、福島第一原子力発電所の事故等の暗いニュースばかりがいつまでも続き、消費者は衣服への購買意欲が低下している。1か月単位での落ち込みは数%でも、半年、1年のトータルで考えると、金額的にはかなり大きな落ち込みになる。
		衣料品専門店（経営者）	・この夏の電気がどうなるかがまだ見えてこないため、なかなか景気が上向きかどうかは分からない。周辺には関連会社が多いため、工場等の電気の状況によっては景気が悪くなる可能性がある。
		衣料品専門店（店長）	・クールビズの影響で、重衣料、スーツ、フォーマル、ジャケット等の来客が少なくなる。
		家電量販店（営業統括）	・夏の電力需給の問題とも関係するが、節電関連商材の動きは良くなっており、扇風機、エアコンの販売が好調になっている。LED電球も普及期に入り、数量は増加しているが、単価が大幅に下落しているため、単価を上げていく効果は薄い状況である。LED関連商材はコモディティ化がより一層進行する。
		乗用車販売店（販売担当）	・今後3、4か月は悪くなる。大手ITメーカーの破たんや日本のIT産業問題の中での人員削減、また、電機関係でもテレビを国内で製造しないなど、相当人員削減の話が報道で出ている。そういった環境の中で、車両についてはエコカー補助金の間は増えていくが、今後、拡大はなかなか望めないと理解している。3か月先については、今より悪くなるのではないかと危惧している。
		乗用車販売店（店長）	・今はエコカー補助金に支えられている。補助金がなくなった時はバックオーダー不足を純受注の大量獲得でカバーする計画だが、純受注の契約が未達に終わると、また非常に厳しい状況になる。
		住関連専門店（統括）	・まだまだ景気が上向く条件はない。公共料金の値上げ等を控えている現状では、売上の伸び悩みが必至である。
		その他専門店〔服飾雑貨〕（統括）	・夏の賞与支給額は減少し、購買意欲が向上するようなニュースもなく、賞与は税金やローンの支払にすると声を客からも多数聞いている。夏に向けて、電気料金等の値上げも、精神的に消費マインドの低下につながるため、やや悪くなる。
		その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・欧州の信用不安が日本に波及し、景気の足を引っ張る。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・光熱費の値上げ等で悪影響が出る。
		高級レストラン（支配人）	・法人より個人の予約、問い合わせが増えてきている。今後、同窓会、趣味の会等、団塊の世代を中心に取り込みを強化していきたい。ただし、夏場の電力不足で少なからず影響があり、やや悪くなる。
		一般レストラン（スタッフ）	・結果的に電気料金や消費税が上がることはもちろん必要なのだろうが、良い話題が全く無い。東京スカイツリー効果により日本の景気は良くなったと思うが、その他の材料は全く良くないため、良くなるとは思わない。

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）	・夏期に入って節電、停電など懸念材料が多く、先行きが不透明である。予約もその影響から先々の案件が動かず、読めない状況が続く。夏は例年、売上もそれほど上がらない時期ではあるが、一層厳しさが増しそうである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・相変わらず結婚式の受注の伸びが非常に弱く、前年比でもかなり落ち込んでいる状態が続く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・円高や政治の不安定、夏の節電、消費税増税の議論等、非常に経済に悪い状況がそろっているため、悪くなっていく。
		通信会社（支店長）	・学割需要が5月で終了し、起爆剤となるような新商品の発売予定も特にないため、これからも良くなることは厳しい。
		美容室（経営者）	・いろいろな条件があると思うが、よく分からない状況である。
		美容室（経営者）	・早く天気が安定して欲しい。
		その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・多くのディーラーで現在抱えている受注残の登録、売上は、今年度のエコカー補助金の対象が恐らく4、5月の受注ですべて出尽くし、エコカー減税だけになると消費者にとっては少し高めになるため、今までの状況に比べれば受注のペースが落ちる。したがって下半期に向けては、何らかの新車の販売等がない場合、受注量が減り、売上もその影響を受け、やや悪くなっていく。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・電力供給の不安を始めとして、政治不信による経済不安がまん延し、経済活動が沈滞する。ますます購買意欲が低下し、消費には向かない。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・東日本大震災の影響に加えて地震等の情報などで、学校からもあまり遠くに行かないようにといった書類が出ているようである。そのため、塾でも遠くから通う生徒が辞め始め、前年より2、3割程度売上が下がっているため、夏の集客も見込めない状況である。
		設計事務所（所長）	・いずれにしても仕事量がないなか、職人たちが廃業に追い込まれている。現実として、設計業務等では新築が非常に激減していると同時に、大手が非常に小さい仕事にまで手を伸ばしている。こういった状況から、景気そのものが悪くなるなか、仕事にもなかなか有り付けられない。
		住宅販売会社（従業員）	・来場者数が減っており、集客が苦戦している。物件供給数も抑えてきている、もしくは仕入ができていない状況のようで、景気が良くなる要素が見当たらない。
		住宅販売会社（従業員）	・来場者数が前年より減っているため、やや悪くなる。
	悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者）	・福島第一原子力発電所の事故が報道され、放射性物質による風評被害の影響が大きく、客数、販売量共に減少している。今月は景気の悪化で本当にひどく、最悪の状況になってしまったため、悪くなる。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・まず家電の流れが全くない。テレビは行き届いているし、商品に関しても、LEDの交換等でも客は皆、価格で見えており、手が付けられない。今後が本当に、どのようになっていくかが怖い。
		一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・オーバーストアのため、悪くなる。
		百貨店（総務担当）	・資本主義の終えんに掛かっていること、伸び切ってしまったことに気付きもせず無為無策の政府、少子高齢化への対策も無し、そこに加えて財務省の言いなりで消費税一本やりと、消費の低迷で小売業としてももう限界に来ていると思う。やはりサラリーマンの可処分所得を多くしないと、景気は絶対に良くなるならない。
		百貨店（広報担当）	・更なる競合店の出店から、売上減は必至である。
		スーパー（店長）	・できれば期待値を込めてやや上向きになるという回答をしたかったが、ちょうど3か月後に半径500メートル圏内に競合店が出店するというので、今より更に厳しい戦いになりそうであり、悪くなる。
		スーパー（ネット宅配担当）	・競合店の出店があり、客数、単価共に大きく影響が出る。
		衣料品専門店（営業担当）	・不況であり、また気温が例年に比べてあまり上がらず、衣料品の売上が落ちていく。
		乗用車販売店（経営者）	・客の購買意欲がとても低い。エコカー補助金の駆け込み需要を期待していたが、このまま盛り上がりもなく終了してしまっている。

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
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・世の中全体が守りに入ってしまったため、悪くなる。
		ゴルフ場（従業員）	・福島第一原子力発電所の事故の問題、電力不足、大地震への恐怖、異常気象、先行き不透明な経済状況、政治への不信任感、消費税増税の議論、年金問題など、何をもって回復の兆しがあるのか。日本人が元気でいられる、何にでも耐えられる健康増進への取り組みが一番かもしれない。
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・来客数からすると、もうこれ以上悪くなりようがないと思っているが、それでも毎月悪くなっているため、悪くなる。
		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して実行しない限り、先の見通しは真っ暗な状態にあると思うため、日本経済は良くなるらない。
企業動向関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	一般機械器具製造業（経営者）	・何とかここで良くなってもらいたい。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・この夏は暑そうなので、季節需要が拡大しそうである。
		不動産業（従業員）	・店舗用地、工場用地の引き合いは少ないが、住宅用地の引き合いは増加傾向にある。また、それが契約に直結している場合が多々あるため、やや良くなる。
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・電気料金値上げなど、良いイメージがわからない。
		繊維工業（従業員）	・日本の景気は良くなりつつあると言うが、中小製造業者にとっては注文があって始めて生活できるのであり、その注文が本格的でない分、今後の景気に不安が付きまとう。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・当社は、夏場に受注量が大きく低下する傾向のある顧客が中心だが、3か月後から年末にかけて受注増が見込めるため、プラスマイナスで変わらない。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・価格競争の激化や諸々の不安定な状況を打破しない限り、現状の低空飛行状態は変わらない。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・法人関係の得意先は、電力関係では非常に少なく、変わらないかやや下向きである。建築関係では、新築ビルの仕事の注文が出るたびにゴム印の注文が来るが、その件数もやや少なくなっている感じで、横ばいかやや下向きである。一方、個人需要の実印や銀行印はやや上向きであり、トータルすると変わらない。
		出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・昨年は自粛していた花火大会やイベントが復活し、今年の夏は華やかにはなると思うが、復興のムードが徐々に薄れてきている感は否めない。便乗して景気を上げようという材料も無いため、疲労感のみが強調されてしまう。
		化学工業（従業員）	・東日本大震災の復興による建築関連製品の動きはまだまだ先のように、期待はできないようである。また、海外、特に中国向けの製品の動きも少し停滞気味である。
		金属製品製造業（経営者）	・地域内大手企業の県外移転の影響もあり、業種によって受注量の減少が大きくなっている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・来月以降の予定表が出てきているが、今月と変わらないようなペースの受注である。どの客もそうであるため、良くなるような気はしない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・景気の良くなる要素がすべて見られない状況で、中小企業、特に零細企業で景気が良くなることは当分ないものとして、経営を頑張っている。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・ここ3か月ほどは、トラックは材料もどんどん動き、良いほうへ向かっている。円高やユーロ安など要素は多くあるが、8月の夏休みまで続くのか、秋まで続くのかは分からない。しかし、今のような状態であれば、夏休みの8月までは大丈夫だと思っており、今年一杯はそのような状態であればいいと希望している。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	・社会状況の中で景気が上下するというよりも、得意先での相当の努力が出ているということである。そういった意味でこの状況が続いて欲しく、大きく上がったりがったりはしない。
	建設業（経理担当）	・客はやりたい計画があるようだが、どこも少ない予算で計画しているため、建設業としてはなかなか上向きの判断は取れないし、受注に結び付くことも難しそうである。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		建設業（営業担当）	・ 昨年の東日本大震災以来、東海、関東での地震対策に顧客が対応し始め、建替えや新規設備への投資を検討する顧客が増え始めている状況は変わらない。
		輸送業（経営者）	・ 取扱量の少量化が定着しつつあり、収入増加に結び付く材料も見当たらず、現状で推移する。
		輸送業（経営者）	・ これ以上どんなことがあっても悪くならないように希望を持ちたい。燃料価格の高騰等で毎日が首を絞められるような気持ちで一杯だが、荷主に聞いても良い話が戻ってこないのが残念である。
		通信業（広報担当）	・ しばらくは堅調な需要が見込めるため、変わらない。
		金融業（統括）	・ 東日本大震災の復興等の良い材料はあるが、円高や欧州の信用不安等でまだまだ不安要素があり、とても良くなるとは思えない。
		金融業（従業員）	・ 建設業では一部で新築工事の受注が好調で、売上も順調に増加しているとの声を聞く。しかし大手を含む同業者との競争や価格低迷の影響により、収益の改善までには至っていないようであり、変わらない。
		金融業（渉外・預金担当）	・ 欧州の信用不安や株価の変動等の要因のほか、電気料金の値上げによるコスト上昇を不安視する先が多く、個人においても消費が低迷する見通しの意見が多い。
		金融業（役員）	・ 復興需要を中心に建設業に持ち直しの傾向が見られるものの、全体の景気に影響するほどではないため、変わらない。
		不動産業（総務担当）	・ 相変わらず、新規入居希望テナントは足下を見て賃料のさらなる減額を要求してくるのみならず、フリーレントも求めてくるなど、完全な借り手市場となっている。この状況は今後も新築ビルの竣工が相次ぐため、当面は変わらないと見ている。
		税理士	・ 良くなる材料は見当たらない。節電の夏を前にエコグッズに関心は向くだろうが、景気を良くする材料にはならない。
		社会保険労務士	・ 良くなるという要因が見当たらない。
		経営コンサルタント	・ 消費を大きく改善させる要因がない。
		経営コンサルタント	・ 政治の混迷が続き、消費税増税の議論など、結論が先に延びそうである。加えて、非製造業系の中小企業の話では、このところ輸入品を中心とした仕入価格の上昇が目立ってきているということである。収益に直結する問題で、克服には時間が掛かりそうである。
		税理士	・ 北米での売上がそれほど伸びず、画期的にそれほど変わっていない。新興国、中国始め東南アジアは伸びており、この両面でバランスを取り、日本はやっていけていると思っている。もう1つは内的要因であり、日本の今の政治では全く、これから先の展開はないと思う。財政改革をしないで消費税増税の議論をしていたりと、何の手も打たない。政治が変わらないといけない。
		経営コンサルタント	・ 良くなる材料はない。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・ まだ具体的な受注がないため、変わらない。
その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・ 夏に向けて新しく受注するような傾向もなく、景気が良くなるような要素は見当たらない。		
その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・ 同業他社との価格競争が当面続きそうである。		
その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・ インターネット環境整備についてはある程度の割合で整備済みとなっており、今後の新規需要が見込みにくいいため、変わらない。		
やや悪くなる		プラスチック製品製造業（経営者）	・ 2、3か月先には電気料金の値上げ等があるし、消費税の議論が政治的にどう決着が着くのかまだ見えない所があるが、景気が良くなる要素はなく、むしろ悪くなるイメージのほうが強い。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・ 期待している新企画が決まり、プロジェクトが始まれば一気に活気付くが、従来品だけでは息切れするのは時間の問題である。材料価格値上げの要求もここに来てエスカレートし、厳しい状況が続くため、やや悪くなる。
		金属製品製造業（経営者）	・ いつも流れている自動車関連の仕事は少なめながら出てくるようだが、一部の他の仕事は客先が海外発注の話などをしているため、この先が心配である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・ 電気が元に戻らないと、また節電や計画停電とマイナスなことばかりが日本中を駆け巡る。早く原子力発電所を稼働させないと、日本の産業は駄目になる。

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	
		輸送業（経営者）	・今、政治の世界で取り沙汰されている消費税の議論が非常に大きな要因となり、景気は悪くなる。	
		輸送業（総務担当）	・長年取引している荷主の出荷量が、これほど長く減少状態が続いたことがない。現在はスポットの荷主の輸送がそこそこ確保できているが、夏場で終了予定であり、やや悪くなる。	
		金融業（支店長）	・これから消費税が上がる様子が見られることで各消費が落ち、電気料金の値上げで大まかな景気悪化の雰囲気はかなり出てきている。取引先で融資の延滞又は自己破産が増えているため、やや景気は落ちる。	
		不動産業（経営者）	・空室状況には好転の兆しもないようであるため、やや悪くなる。	
		広告代理店（経営者）	・ほぼすべてのクライアントが今年度は予算を削減している業界環境であり、仮に日本全体の景気が上向いてきたとしても、それを実感できるのはかなり先になる。また、感覚的には単位売上に対して費やされる手間暇が膨らむ一方であるため、景気回復が「もうかっている感」に直結しなくなる。	
		広告代理店（従業員）	・このところ売上の減少が続いているため、やや悪くなる。	
		広告代理店（営業担当）	・取引先の数が増えておらず、既存クライアントの業績もあまり芳しくない所が多いため、やや悪くなる。	
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・まだまだ欧州の信用不安が尾を引き、株価に冷や水を掛けそうであるため、やや悪くなる。	
		悪くなる	金属製品製造業（経営者）	・国内政治の不安定、円高、国内景気の回復の遅れ等から、景気が良くなるとは考えられない。大手メーカーは国内市場を見ずに海外市場を見ており、為替の影響で輸出するより海外現地生産を考えているため、国内製造業は厳しく、悪くなる。
			精密機械器具製造業（経営者）	・放射能を理由に日本以外での生産検討、突然の生産中止実施等といった内容を、国を挙げて調べて欲しい。このことが本当であれば、日本は壊滅的ダメージを受けることになる。
建設業（経営者）	・明るい兆しが見えないため、悪くなる。			
建設業（経営者）	・今現在もそれに近いが、競争が今までより激しくなり、採算なしの低価格競争になる。			
建設業（経営者）	・政策が実行されていないため、悪くなる。			
金融業（支店長）	・欧州の信用不安はなかなか収束しそうにない。日本も財政状態が悪く格下げされたが、相対評価から円高水準のままである。投資に最適な環境になるにはほど遠い。			
その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・法人、個人共に節電の影響で消費が落ち込み、悪くなる。			
雇用関連	良くなる		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・そろそろ出てきているが、中元時期や夏限定の募集がおおよそ20社近くある。手を打っている所が出ると、相当の売上がある。
		やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・新たな取り組みや、新たな事業を試そうとしての取り組みが、規模は小さいながら複数聞こえ始めているため、やや良くなる。
	やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・需給バランスはまだ買い手市場に推移しているが、派遣求人に関しては増加傾向で推移している。このままの状態が続く可能性があり、景気が良くなる。	
		求人情報誌製作会社（編集者）	・例年になく学生の動きが活発ではないため、6月からの再スタートで大多数の学生が慌てて活動し、その動きにあわせて中堅中小企業の採用が本格化し、少し採用費を掛ける。	
		変わらない	人材派遣会社（社員）	・経営者たちと話をしたが、消費税、電気料金、法人税の問題等、いろいろとはっきりしないため、良くなるという期待が持てないという人が多い。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・一部の製造業は依然厳しいことが予想されるが、引き続き販売、サービス職の求人は堅調に推移する。	
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数は若干増えているが、採用された人材の定着率がやや悪くなってきているようである。欠員分については補充があるので採用数に変わりはないが、これから求人数が増えるような材料は見当たらない。	
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人数の大きな増減はない。また、医療、介護、理美容など有資格業種も相変わらず同様の顔ぶれで、先につながるような動きが見当たらない。	
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・現在の伸びにそれほどまでの力強さを感じないため、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
		職業安定所（所長）	・新規求職者は減少、新規求人はいわずだが、円高、欧州の信用不安等の不安要因が多過ぎることから、景気が良くなるとの予測はしがたい。
		職業安定所（職員）	・電気料金の値上げなどいろいろなものが、例えば停電等になれば当然、企業、特に製造に影響すると思うため、もしかしたらもっと悪くなるかもしれないが、逆に変わらないで欲しい。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率等、数値の上では若干上向いてはいるものの、管内においても希望退職募集などの情報が寄せられており、先の見通しが付かない。
		職業安定所（職員）	・窓口における事業主の話では、製造業は9月までは仕事が入っているが、10月以降の仕事量は不透明であり、正社員募集の求人も増加していないということである。
		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）	・製造業、サービス業の新規求人数が伸び悩むため、変わらない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・条件が悪くなければ考える中高年潜在求職者が吹きだまりのように増えているが、一気に表面化する企業業績とまではいかない。一部若年層で成約が増している。
		民間職業紹介機関（経営者）	・海外途上国での成長に伴う規模の拡大などはあると思うが、韓国、中国企業の勢いも顕著であり、死守、攻勢も難しい状況が多々見られる。
		民間職業紹介機関（職員）	・新規求人数や、実際の採用決定数から、変わらない。
		民間職業紹介機関（職員）	・大きな変化の兆しはあまり見られていない。構造改革を行いながら成長を目指すために人員を採用するという、両方を実現していく難しいかじ取りを各企業がしている。
		学校〔専修学校〕（就職担当）	・定期的な採用計画調査において、募集計画の復活や採用人数を増加する企業は若干しか見られず、雇用環境においては変化を感じられない。
		学校〔短期大学〕（就職担当）	・近隣の企業に関しては、アルバイト、パート等での求人は増えているようだが、合同企業説明会に参加している企業が少いようである。
		やや悪くなる	
人材派遣会社（支店長）	・節電、円高、欧州の信用不安など当面は景気に水を差す材料が多く、採用も手控える企業が増えてくる。		
人材派遣会社（支店長）	・派遣契約について見れば、契約開始よりも終了のほうが確実に多い状況が見込まれているため、やや悪くなる。		
求人情報誌製作会社（広報担当）	・雇用が減れば収入が減る人が多くなり、支出を抑えるため、やや悪くなる。		
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	商店街（代表者）	・円が高くなって、景気は良くなる。
		美容室（経営者）	・5月は、今までにないくらい出足が悪かった。2～3か月後の夏に向かって、パーマをかけたリ、カットの客が増えてくることと、今後良くなって欲しいという願望もある。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・省エネに関心が高まり、エアコン、冷蔵庫を中心とした買換え需要がある程度見込めそうである。
		商店街（代表者）	・商品やその売り方によっては、客に購買意欲が見られるようになってきている。
		一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	・中元商戦が始まる。東日本大震災直後の前年の中元期より良いだろうとの楽観的な見方もあるが、実態は前年と同様である。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・景気そのものはあまり変わらないであろうが、景気と会社の業績は必ずしも連動しないこともあり、当社の業績は更に良くなっていく。もっとも、TPPの加入や中国との問題などがトリガーとなって、国債のデフォルトなど劇的に日本の経済状況が悪化するようなことになれば、話は別である。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・この地域は来年に大規模行事を控えており、関連行事が始まっている。この恩恵が続く。

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
		一般小売店〔惣菜〕 (店長)	・中元シーズンがやってくるが、前年の東日本大震災の影響はさほどないことが予想されるため、少しずつ中元商戦を機に良くなる。
		スーパー (営業担当)	・夏時間に対応して7時オープンを実施していくことで、朝の売上の拡大が見込める。早朝販促も大々的に訴求して、今夏の売上は伸長が期待できる。
		スーパー (商品開発担当)	・前年の東日本大震災特需が落ち着いた期間に入っていくため、前年同月比ベースでは改善が期待できる。引き続き厳しい状況ではあるが、弁当や惣菜が好調であるため、労働人口増加による単身層の増加の傾向があり、プラス要因となる。
		コンビニ (企画担当)	・景気が良くなるわけではないが、節電対応で飲み物、アイスクリーム、クール用品の需要が大きくなる。
		コンビニ (店長)	・梅雨が明け、暑い夏がやってきて、飲料水やアイスクリームの需要が回復して、売上は増えてくる。そのようなセオリーで行ってほしい。
		コンビニ (商品開発担当)	・節電効果により、前年の動向から来客数の増加が見込め、特に販売構成比の高い飲料の伸びが予想される。併せて、コーヒー販売の強化による売上増が予想される。
		衣料品専門店 (経理担当)	・東日本大震災から1年経ち、売上は前年同月比プラス、来客数も前年同月比プラスと消費は回復している。ただし、このう勢が継続するか否かは、消費税率の問題や欧州の信用問題等があり、不透明である。
		衣料品専門店 (販売企画担当)	・勝ち組と負け組がはっきりしてきている。勝つところは、より強く大きくなっていく。
		乗用車販売店 (従業員)	・エコカー補助金の駆け込みが、今よりは出てくると期待して、少し良くなる。
		乗用車販売店 (従業員)	・今月は拍子抜けのような感があったが、今後は補助金の残数も少なくなってきたので、ある程度の駆け込みが予想される。工場への在庫数も増えてきているので、前年同月を上回る勢いが続きそうである。
		乗用車販売店 (販売担当)	・来客数が増えていることと、在庫ももう少しすると安定してくる。
		乗用車販売店 (経理担当)	・エコカー補助金の駆け込み需要の増加により、やや期待できる。
		住関連専門店 (営業担当)	・建築需要全体が盛り上がってきていること、また、消費税増税の問題や、土地、建物を含めて下値の価格が出てきていることから、需要はおう盛になりつつある。
		その他専門店〔雑貨〕 (店員)	・夏のボーナスが支給される所があるので、多少買物は増える。
		一般レストラン (従業員)	・店は相変わらず低いレベルで安定しているが、少しずつ売上は右肩上がり、なんとか頑張っている。今後、サッカーのワールドカップ予選、ロンドンオリンピックなどのイベントが目白押しなので、経済効果を期待している。
		スナック (経営者)	・この先、予約が入っているの、多少上向きへとつながる。
		その他飲食〔仕出し〕 (経営者)	・オリンピック等のイベントで、前向きな心理状態が作り出せれば、消費も上がってくる。
		都市型ホテル (経理担当)	・少しずつではあるが、東日本大震災以前の宿泊客水準に戻りは始めている。
		旅行代理店 (経営者)	・旅行会社としては、夏が一番の売上になるので良くなる。
		旅行代理店 (従業員)	・オリンピック景気に沸く夏になると予測している。日本人が渡航しやすい国であるため、海外旅行者は増える。また、スポーツ団体も活発に動いており、好調を維持できる見通しである。
		旅行代理店 (従業員)	・前年は東日本大震災の影響で出控えの客が増えていたが、今年はその反動もあって、客の伸びは良くなる。
		タクシー運転手	・夏の暑い時期に入り、タクシーを利用する客が増えるので、良くなる。
		タクシー運転手	・ゴールデンウィーク後の引き締めの状態から、ボーナスの時期を迎え、多少財布のひもも緩んできて、活発化してくる。
		通信会社 (営業担当)	・現状からみると、今後、通信設備の利用増が緩やかになることが見込まれる。
		美顔美容室 (経営者)	・これから秋冬のメイク用品が出てくるので、販売量は少し伸びそうである。
		美容室 (経営者)	・今月、来月と一般の人はボーナスなどの臨時収入が入ってくるので、多少景気は上向きになる。

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
変わらない		その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・規模縮小により、採算分岐点が下がった効果がある。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・希望的観測が強いが、値下げ対応による効果と夏季需要で、売上増加を見込む。
		住宅販売会社（従業員）	・国会次第では、大きく上昇もし下降もする要因を含んでいる。しかし、ゴールデンウィーク以降の来客数から判断すると、今後の3か月間は少しだけではあるが良くなる。
		商店街（代表者）	・これ以上悪くならないことを願いたい、良くなりそうな要因も特にない。材料や仕入品の値上げも見込まれることから、更に収益は圧迫されそうである。
		商店街（代表者）	・相変わらず必要のない物は買ってもらえない傾向が続いているので、これ以上はしんどい。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・政局の安定が第一である。小売業では、消費税増税が非常に問題となっている。
		一般小売店〔電気屋〕（経営者）	・今月は悪いので、このまま変わらずに、また今月と同じような感じである。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・飲食店への来店が増加する傾向などの、変化する材料は増えていない。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・いつも書いているが、当地方の地場産業は全滅であり、株式市場も低迷するなど、景気が良くなるとは考えられない。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・良くなる材料はない。
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・デフレ傾向が進み、同業他社の販売状況も安価に向く傾向にあり、全体で単価を下げていかないと売れないと見ている様子である。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・世の中はデフレが進んでおり、客への販売価格は下がっているか、値上げがないように見えるが、販売店側ではガソリン代、仕入れ値などいろいろなコストの値上げが発生している。すべての値上げを販売価格に転嫁できない苦しい状態が続いている今の傾向は変わらず、マイナス傾向が続く。
		一般小売店〔果物〕（店員）	・3か月ほどでは変わらない。
		百貨店（売場主任）	・消耗品以外は前年までに購入した物で済ませ、新たに買わない傾向が続いている。引き続き、買い控えは続く。
		百貨店（経理担当）	・前月に引き続き、衣料品は低調に推移している。食品関連は堅調である。
		百貨店（経理担当）	・これから中元商戦が本格化していくが、節電や電気料金値上げ等が影響してこないか不安である。
		百貨店（販売担当）	・特に悪くなる要素が見当たらないなか、過度な購買は見込めないことと、客が手堅い消費行動へとよりシフトしていくことを予測すると、大幅な改善は見込めない代わりに、大きな下振れも起こさない可能性がある。例年通りの気温、気候になった時に、顧客心理がどうなるかに、今後の展望のヒントが隠れている。
		百貨店（店長）	・夏物商戦が不透明なため、これ以上の回復は望み薄である。
		百貨店（販売担当）	・いつも以上に早く、夏季セールを意識している様子がかげえる。セール待ちの買い控えで影響が出そうであるが、セール開始後も目的のブランドのみを購入する傾向は変わらない。
		百貨店（販売担当）	・前年同月比で良かっただけで、停滞感は否めない。
		百貨店（営業企画・販売促進）	・社会的な仕組みが変革しない限り、変わらない。
		スーパー（経営者）	・3か月先は夏場になるが、ギリシャから始まった欧州の金融不安が日本にもボディーブローのように効き、この地域にも影響を与えそうである。中国等との取引も前年より少々悪くなる。この地域でも各企業のボーナスが少なくなり、消費は不活発になり、3か月先の景気も良くならない。
		スーパー（経営者）	・特にない。
	スーパー（店長）	・一部企業では良くなってきている所もあるようであるが、全体ではまだまだ非常に先行き不透明であり、消費につながっていくような状況にはなっていない。来客数も大きく伸びることはなく、単価の下落はそのまま、買上点数は若干伸びるという状況のなかで、今後、大きく改善される見込みはない。	
	スーパー（店長）	・客が店内を、価格をあまり気にせずに買物している感じがあり、2～3か月間は現状と変わらない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・安さがないと客から選ばれない店になってしまう。低価格を打ち出しながら利益を出している経営が求められる時代であり、今後ますます低価格競争は激しさを増すと思われ、景気回復は見込めない。
		スーパー（店員）	・気温上昇により、果物がそれなりに売れるであろうと予測しているが、特に大きな変化は見られない。
		スーパー（店員）	・最小の点数しか買っていかない動きがずっと続いているので、なかなか売上に結び付かない。
		スーパー（総務担当）	・来客数が減少し、1人当たりの客単価も低下している。
		スーパー（販売促進担当）	・特に前年より改善する傾向のイベント、仕掛け作りがない。節電等の節約傾向が続く。
		コンビニ（エリア担当）	・売上が前年同月をクリアする今月の状況は、当面継続する。
		コンビニ（エリア担当）	・傾向としては来客数の減少は続きそうであるが、施策、商品開発を強化することにより、客単価を改善してカバーすることで、維持を継続する。
		コンビニ（店長）	・特に良くなるような傾向は見られない。来客数、売上、その他において、現在のよう状況が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・天気予報では今年の暑さは例年並みとのことであるが、消費を抑えるために外出を控えるというよりは、暑さのために外出を控えるようになるので、猛暑にならないことを願っている。
		家電量販店（店員）	・買換え需要があるので今以上に悪くなることは考えられないが、良くなる要素もない。
		家電量販店（店員）	・テレビの需要は4年先までエコポイントで先取りしている状況であり、売上の構成比の高かったテレビが前年の4～5割という状況で推移している限り、まだまだ先は良くなるようには思えない。また、新規需要を掘り起こす事業についても、テレビを補える売上には至っていない。
		乗用車販売店（経営者）	・8月上旬で終了と言われているエコカー補助金効果が、ここ2、3か月は持続する。より駆け込みが増えることが見込まれる。
		乗用車販売店（経営者）	・特に良くなる兆しはない。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金の予算がいつ終わるか不透明ななか、前回の補助金終了後の反動を考えると、先は心配である。
		乗用車販売店（従業員）	・好調で動きが良いのは、ここ1、2か月のものなのか、続くのかは分からない。金銭的なことでは、皆給料が少ないため、あまりこの先どんどん良くなるというような楽観視はしていないと思う。中古車業界全体で、楽観視はどこもしていないと思う。当社もそうである。
		乗用車販売店（従業員）	・想像ではあるが、前年は東日本大震災の影響により買い控えなどで我慢した分、今年はその我慢の反動がきている気がする。そのため、多少、この良い状況が続く。
		乗用車販売店（総務担当）	・東日本大震災の影響がなくなり、エコカー補助金効果もあり、8月ごろまで好調が続く。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・景気が上昇するきっかけは何もない。
		一般レストラン（経営者）	・良くなる理由は見つからない。
		観光型ホテル（販売担当）	・もともと夏場は弱い月なので、ピンスポットで催事でもやらない限り、予算の達成は今のところ望めない。
		都市型ホテル（営業担当）	・変わらず好調である。
		旅行代理店（経営者）	・年内は、よほどの天変地異がない限り、活気が出る。
		旅行代理店（経営者）	・このまま上向き傾向で進んでいってほしいが、節電対策や欧州の信用不安などのマイナス要因も存在するので、差し引くとこの判断になる。
		旅行代理店（経営者）	・客層に応じて、消費できる層と消費できない層とに分かれている。今後も経済状況によって、国内消費は夏休みの動きが変化する。海外消費については、早くも前年より上向き傾向である。
		旅行代理店（経営者）	・名古屋地区では既に三次加工メーカーの海外流出が顕著であり、この流れが一段落した後は、ますます日本経済の落ち込みがはっきりする。現状は、海外へ出て行く仕事で何とか支えているだけである。

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
		タクシー運転手	・客が少ない状態でずっときているので、3か月経っても今と変わらない。客の話でも、景気が良いという人よりも全然良くないという人のほうが多い。全体的に景気が良くなっていく気がしないので、繁華街の人出は少ない。
		通信会社（営業担当）	・社会保障と税の一体改革に政治生命を賭けているとの総理の発言に対し、期待できそうなことは感じない。海外への援助等を否定する気はないが、日本国内の景気回復に対し、明るい兆しに期待するものは見当たらない。
		通信会社（サービス担当）	・無線LANサービスを訴求したサービスへの展開で、販売量も増えていく。
		テーマパーク（職員）	・周辺に変化は少なく、投資にも消極的である。
		テーマパーク（経営企画担当）	・経済状況の先行き見通しの悪さや節電など悪い材料がそろっているが、企業努力により乗り切る体制ができそうである。
		ゴルフ場（企画担当）	・前年の夏は節電により大手企業が平日を休日にしたため、平日にも来場者が多く入り、予算を上回った。今年度は7、8月に企業が通常通りの営業を行うならば、来場者数は前年を下回るが、大きく予算を割ることはない。
		設計事務所（経営者）	・実施件数は相変わらず少ないものの、計画件数は増えている。しかし、計画案件が実施設計になっても、設計料は伸びない。
		住宅販売会社（従業員）	・不安要素ばかりで、上向きになる材料は見当たらない。
		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）	・相変わらず見積依頼は少ない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・これから暑くなるので、だんだん消費行動は落ちていく。
		商店街（代表者）	・商店街内の売店、駅売店、量販店のどれを見ても、客単価が落ちている。客の購買傾向を見ていると、これは今後も続く。1箱千円以上の商品には手が伸びない。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・欧州不安もあり、日本は円高で株価も大きく下がっている状態で、先行きの景気はなかなか見通しが立たない。商店街を見ていると、店舗の入れ替わりが続いている。このようなことで、この先景気は若干下向く。
		一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・世界情勢、欧州情勢、国内の政治等、非常に不透明な所が多く、先行きは不安である。これからも前途は厳しい。
		百貨店（売場主任）	・だんだん、クリアランス待ちの客が早くなってきた。「いつからセールなのか」「これは下がるのか」という質問が、月末になると多い。今履いている靴を修理ができるならば修理し、クリアランスまで新しい靴を買わないという客は多い。修理のほうが安いので、修理コーナーは忙しいが、靴売場は暇な日が続いている。厳しい月末である。
		百貨店（企画担当）	・現在でも買上客数は伸びず、その結果売上も伸びない状況であるに加えて、株価の低迷や消費税導入への動きなど、景気を押し下げる動きが見られる。
		百貨店（販売担当）	・この夏のボーナス次第であるが、製造業中心の東海地方は厳しそうである。よって、やや悪くなる。
		百貨店（経営企画担当）	・ギリシャ問題に端を発した欧州の信用不安からの円高、株安は、まだまだ続くと思われ、消費マインドを冷え込ます要因になっており、財布のひもはさらに固くなってしまうと想定している。
		スーパー（経営者）	・ここ数か月間はずっと悪い状態が続いており、5月の連休明けは特に売上が悪いという状況が続いている。2、3か月先も今よりやや悪くなる。
		スーパー（店員）	・前年度も夏場は、経営状態、供給、来客数、単価のいずれもかなり下がっていたので、今年も状況的には前年よりもやや悪くなる。
		コンビニ（店長）	・客がより安い商品を求めるようになっており、景気回復感はない。また、高級輸入酒が円高で安く入らないといけなところ、中国の買占めによってかえって品薄となり、高くなっている。
		コンビニ（エリア担当）	・競争状況が更に厳しくなって、売上を大幅に減らす店が増える。
		コンビニ（店長）	・毎日、2つか3つの同じ物だけを買っていく固定客が多く、それ以外の商品には見向きもしない。余裕のなさの表れではないか。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（店員）	・将来良くなるというのは、単に前年に比べて上り坂であるというだけの話である。
		乗用車販売店（営業担当）	・客のなかで、消費税率が上がるのではないかとといった心配があるようで、そのためか買い控えが進んでいる。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金の終了が迫るにつれて、今後の商談では、納車が間に合うかどうか大きな鍵となる。車種が限定されてくることにより、客の購買意欲がそがれてくることを心配している。
		高級レストラン（スタッフ）	・前年の同時期は東日本大震災後の自粛の影響が残り、来客数は減少していたが、最近の来客数はその当時をも下回っている。業績の良くない企業が増えているようである。
		観光型ホテル（経営者）	・これからの景気については、特に景気をけん引するような材料が施策に出していないことと、消費税増税という市中からお金を吸い上げるようなことばかりで、消費者心理は減退するのではないかと懸念しており、やや悪くなる。復興の年を迎えているので、本来は前年よりも良い調子で旅行が入らなければならないが、そういった勢いは止まってきている。
		都市型ホテル（経営者）	・あまりにも不安定、不透明な要素が多く、消費マインドは冷え込む。
		都市型ホテル（支配人）	・夏場の出張需要の減少という例年の状況に加えて、大型の会議もない。
		パチンコ店（経営者）	・業界が低単価競争をしている。
		理美容室（経営者）	・この辺りは景気が良くなり、あまり良い話が聞こえてこないの、良くならない。
		美容室（経営者）	・いろいろなと世の中が安定していないので、不安である。
		設計事務所（職員）	・建築業界は立ち直りが遅いが、新聞等でも経済的には世界中が悪く、これからまだ波が日本に押し寄せるといことである。今は悪いがもう少しで良くなるといったニュースが出ないうちは、見通しは暗い。
		設計事務所（職員）	・エネルギー、特に石油関係の割高感や、円高が恒久的に続いた場合を考えると、やや悪くなると考えざるを得ない。
		その他住宅〔住宅管理〕（従業員）	・来月ごろから金利が大きく下がるとのニュースもあり、消費税増税の動向も分からないので、客は様子見する状態であり、動かない状態が続く。
	悪くなる	一般小売店〔書店〕（経営者）	・現政権がこのまま続けば、確実に悪くなる。総理には期待したが、全くだめなのがはっきりした。「隼より始める」ことが全くできていない政権には、ほとんどあきれている。それが消費者にも伝わっている。皆が自己防衛のために、お金を使わないというのが目に見えて分かる。商売をしていて、このようにつくづく感じる。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数が減ってきている時期は、大体長続きして、ずるずると悪くなっていく傾向がある。今回もそうなる懸念がある。店舗近くの工場で人が減らされる話があるので、基本的には厳しくなっていく。
		乗用車販売店（営業担当）	・エコカー補助金の支払上限額が少なくなっており、7月ごろになくなるのではないかとという情報が錯そうしているなかで、既に購入に至った客は、それを見越して買っている。今後、ハイブリッド車両に関しては、補助金に関わらず注文が増えてくる可能性はあるが、意外とガソリンが安くなっている状態が続いているので、いささか話がしづらくなっている。
		その他専門店〔貴金属〕（店長）	・来店客の様子を見ている限りでは、余裕のなさがうかがえる。気持ち良く買物する人は見られない。依然として販売が上向く気配は全くない。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数からこのように判断している。
		通信会社（企画担当）	・消費税増税を始め、政治の混乱によって更に先行き不透明感が広がり、海外情勢も相まって、厳しい状況は続く。
		理容室（経営者）	・当分、景気が良くなるとは思えない。財布のひもは固い。
住宅販売会社（経営者）	・所得が増えないため、低単価の物しか売れず、購入者も減っている。		
住宅販売会社（従業員）	・客からは、「消費税率が上がるならば、上がる前に住宅を建ててもいいかな」という話はあるが、消費税率が上がらないのであれば少し待っているという状況で、なかなか決断ができない状況である。そのため、2、3か月では景気は変わらない。		

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		
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	—	—		
		食料品製造業（経営企画担当）	・期待を込めて、国内の消費意欲は上がる。夏場の節電対策も2年目を迎え、今回は準備期間があるだけに、いろいろなビジネスチャンスがある。節電関連商品の動向に期待したい。		
		紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・自動車部品梱包用の段ボールケースが、今後も増加傾向である。また、食品向け段ボールケースも、夏場に向けて増加する。		
		化学工業（企画担当）	・今後3か月間の売上も、月割予算を超える予測になっており、今のところ、欧州危機や円高、株安の影響は出ていない。		
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・当社はタイル及び食器用の窯業原料の加工販売を主たる業務としているが、副業として鉱山の採掘跡地を活用して、不動産賃貸業をしている。これらの賃貸収入が大幅に増加したことが、増収増益の大きな原因となっている。		
		電気機械器具製造業（経営者）	・ハイブリッド車が引っ張る自動車分野は堅調である。他は弱含みのまま推移する見込みである。		
		建設業（経営者）	・欧州危機などの懸念事項があるが、現状から少しずつ景気回復が見込まれる。		
		輸送業（経営者）	・しばらくは需要増が続く。		
		輸送業（エリア担当）	・急に荷物が減り出したが、荷主の景気が悪くなっているわけではない。現在は一時的な現象である。		
		金融業（法人営業担当）	・地元自動車メーカーの国内生産計画は、8月まで高水準を見込んでおり、当面は生産面での下振れはない。		
		会計事務所（社会保険労務士）	・運転資金として新たな借り入れを必要とする顧問先はなく、長らく据え置いていた役員報酬の増額を検討するところも多い。少し先までの受注も確定しているところが多い。		
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・6月までは当面継続する案件が増えつつある。		
		変わらない	変わらない	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・原材料の値上がり分の売上増加もほぼ完了するので、この状況はあまり変わらない。
				化学工業（人事担当）	・国内企業の動きを見ると、長期にわたる円高に対応した企業努力がうかがえるが、その一方で欧州不安が再燃し、日本の努力だけではどうしようもなくなる状況も予想される。プラス要因とマイナス要因があり、しばらくは景気は低迷する。
窯業・土石製品製造業（社員）	・現在の円高が続く限り回復は望めそうもないが、新規開発品の評価が良かったため、補うことができそうである。				
金属製品製造業（経営者）	・年度前半は引き合いも少なく、期待できない。				
一般機械器具製造業（営業担当）	・円高に対応するためコストダウンを続けているが、限界に近く、このままでは価格がネックとなって受注できない。あるいは、受注できても利益が出ない状況が続く。				
電気機械器具製造業	・顧客の設備投資意欲は、社会の動向や環境に影響される。閉塞感がある、あるいは変化を感じないという世相から、顧客もそれに呼応して様子見になる。				
電気機械器具製造業（営業担当）	・円相場の先行きが不透明である。				
電気機械器具製造業（企画担当）	・電力不足や電気料金の値上げなどの国内問題や、欧州の通貨危機などの不安材料は多々あるが、その問題が数か月の間に顕在化するとも言えない。				
輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・現在の生産計画面上では、このまま横ばいで、少し上がるように進んで行く。				
建設業（営業担当）	・現状と同じであるが、良い時期と悪い時期が両方重なるので、伸びることはなかなか難しい。急に下がることも想定できないので、どちらとも言えない。				
輸送業（エリア担当）	・円高基調で、中部地区の強みである輸出中心の製造業に好材料がない。				
輸送業（エリア担当）	・主要顧客の設備関連の輸送は少しずつ良い方向に向かってきているが、燃料の軽油価格が高値止まりで推移しているので、この先が心配である。				
輸送業（エリア担当）	・荷物のトン当たり単価は落ちているが、荷物量はそこそこあるので、デフレ傾向が続いていることは間違いない。デフレと景気の動向を関連付けて考えると、もう少しこの状況が続く。荷物のトン当たり単価が落ちて荷物量が減ると景気は後退するが、荷物量はそこそこあるので、どん底ということではない。景気はまだ横ばいである。				

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		
		金融業（企画担当）	・6月のギリシャの総選挙までは何も動けないと話す個人投資家が多い。その後も景気回復の要因は見当たらず、当面現状の景気は続く。		
		不動産業（経営者）	・現状と大きく変わらない。		
		不動産業（管理担当）	・この2、3か月間では景気の変動はないと思うが、欧州危機や中国の経済状況等が悪くなれば、来年度にかけて景気は悪くなる。		
		不動産業（開発担当）	・復興需要の本格化に端を発する建設費の高騰が始まっており、供給側としては今月より厳しくなるが、需要側としては今月と比較すると同等もしくは上向き可能性がある。その双方のバランスを考慮した場合、変わらない。		
		企業広告制作業（経営者）	・来年度の新卒採用の枠に、増加傾向は見られない。		
		広告代理店（制作担当）	・広告予算はあまり変わっていないので、全体としては横ばいが続く。		
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・各新聞社の電子版が出揃い、販売店としては先行きが不透明である。		
		経営コンサルタント	・中小企業金融円滑化法が来年3月にも終わるということで、いろいろな物件を処分する段階になってきている。不動産市況としては、これから賃貸、一般住宅を含めて、悪化することが予想される。需要面としては、まだ正社員の雇用が不十分な状態であるので、十分な給与水準の確保の見通しが立たないために、住宅取得等は低迷傾向にある。生産についても、中国移転など出ていくばかりで、こちらに転入するという傾向はあまり見られない。新規の設備投資も鈍いので、需要としては弱く、供給としては過剰ということになっている。引き続き弱い状況が続く。		
		行政書士	・新年度の動きは思ったほどではない。		
		会計事務所（職員）	・消費税増税が決まれば、駆け込み需要で生産、販売、消費共に活発化するが、現状では変わらない。		
	やや悪くなる	その他サービス業〔広告印刷〕（従業員）	・そこそこ動きはあるが、大きな波は来ていないので、小幅な動きがしばらく続きそうである。		
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・日本としては円高に付き合わなければならないが、良い面もあるので、このあたりで頭を切替えて取り掛かることがいよいよ求められる。より素晴らしい物を作るか、輸入するか、舵取りはいよいよ難しくなっている。		
		印刷業（営業担当）	・周りの状況があまり良くなく、外注先、客、自社を見ても、あまり景気が良くなる材料はない。自分の周りだけかもしれないが、急激に景気が良くなるということはありません。		
		金属製品製造業（従業員）	・受注残が積み上がるような発注があるかどうか不透明であり、物件情報も少ない。		
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先関係の設備投資が進まないことと、自社のオリジナル商品の販売が今一つであるため、悪くなる。		
		輸送業（従業員）	・原油価格はやや落ち着いているが、高止まりの状態である。メーカーは原料高を製品価格に転嫁できず、物流費を削減するなどしている。物流業者は、燃料費の割合が高い業者ほど厳しい経営となっており、費用削減にも限度がある。		
		金融業（従業員）	・今後数か月先を見ても、あまり見通しは良くないという状況である。中国などアジアでの生産が多くなっており、国内での販売生産自体が比較的右肩下がりになっている。		
		公認会計士	・ギリシャ等の欧州情勢が不透明であり、欧州の銀行、欧州への輸出が多い中国経済、ひいては日本経済にマイナスの影響を与える可能性がある。円高で製造業の海外移転等が進んでおり、中小企業にとっては依然として厳しい環境である。政治も不安定である。		
			悪くなる	鉄鋼業（経営者）	・円高、ユーロ安などにより、国内のものづくり企業の空洞化が進んでいる。大手企業の連結決算だけは良くても、中小企業のものづくり需要は一向に回復しない。
				輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・欧州経済に不透明感がある。欧州の景気が悪くなると円高になり、ドルに対しても円高であり、輸出がしばらく減っている。その分、当社への発注数も減っている。
雇用関連	良くなる	—	—		
	やや良くなる	人材派遣会社（経営企画）	・顧客の研究開発ニーズは底堅く、しばらく継続する。		
		人材派遣会社（社員）	・上期末を迎え、人事の動きが活発になってくる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		人材派遣会社（社員）	・正社員の求人が徐々に増加しており、企業の採用意欲は徐々に高まっている。
		人材派遣会社（支店長）	・東京、大阪に次いで名古屋地域でも、民間企業から業務委託へのシフトの相談が増加してきており、夏以降から回復傾向が見込まれる。
		民間職業紹介機関（支社長）	・各社の採用計画が本格稼働し、人材流動は顕著になってくる。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・前年同時期と比べて、男性のエントリーが減少してきている。景気の良い時期は、当社への志望者は男性が少ない。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・求人数の動きが良くなってきているのは事実であるが、まだ特定の業界に絞られている状況である。同時に、人がいない、募集しても来ないという状況が続いている。
		人材派遣会社（社員）	・今月下旬から法人関係の利用が増え、求人数も増えている。来月の予約状況は良いが、例年に比べるとあまり良くない。
		人材派遣会社（営業担当）	・電力不足により生産性は低下する。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・現状の自動車生産数を維持しており、今後2～3か月先は現状と変わらない。
		職業安定所（職員）	・求人数は横ばいであり、それほど伸びを見せず、求職者数は今の状況では若干ずつ増えている。状況としては、求人数、求人倍率から判断すると、若干は悪くなる。
		職業安定所（職員）	・自動車関連業界を中心として活発な動きが見られるが、一方で休業等の事業所が見られ、かなりまだらな状況にあり、全体としては変わらない状況が続く。
		職業安定所（職員）	・中心の製造業の求人がなかなか伸びず、海外シフトも多くなっているため、当分変わらない。
		職業安定所（職員）	・環境が不透明なため、事業所の新規求人への意欲はやや低下している。
	やや悪くなる	職業安定所（次長）	・特に上向く要素は考えられない。
		人材派遣会社（営業担当）	・日経平均株価の下げに加えて、欧州の財政問題も依然として明るい兆しが無い。
		職業安定所（所長）	・エコカー補助金の原資が上半期で終了することが見込まれるとともに、円高等の先行き不透明感から自動車部品等の生産量が減少し、求人はやや減少する。
	悪くなる	職業安定所（職員）	・現状の求人増の要因が弱含みであることや、現在国会で議論されている消費税増税が決定されると、回復しかけている景気に逆効果になることを心配している。よって、2、3か月先の景気は場合によっては変わらないかやや悪くなる。
		—	—

6. 北陸（地域別調査機関：（財）北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連	良くなる	通信会社（営業担当）	・新商品の発売に伴う旧商品の値下げや幅広い年代層の客がスマートフォンに興味を持って来店している。
	やや良くなる	一般小売店〔精肉〕（店長）	・ゴールデンウィークの反動で来客数が落ち込んだが、今後落ち込んだ分伸びてくるように感じている。6月以降は全体的に客足は戻ると思われる。
		百貨店（営業担当）	・前年のこの時期のことを考えると、東日本大震災の後、夏に向けて節電、節約といったことが消費者にかなり浸透していた。1年が経過し、また新たな電力問題が出ているが、前年のようなシビアな節電、節約志向は薄れていくように思われる。そういった意味で前年同月比ではエコ商材を含めながら、期待ができると思われる。
		スーパー（店長）	・店側の客に対する姿勢であったり、品揃えなどを意識することによって、客に支持してもらえらると思う。
		家電量販店（管理本部）	・季節商品の動きが出てくると節電への取り組みが高付加価値商品へとシフトする期待感がある。
		その他専門店〔医薬品〕（総務担当）	・定番商品の売行きに変化は見られないが、テレビCMなどで流れている新商品への関心が高く、まず試してみようと購入する人が多くなっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・全部門の予約は順調に入っており、引き続き好調に推移する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		タクシー運転手	・これから夏場にかけて、行楽など外出の機会も増え、いろいろとイベントも企画されているので、現状よりは良くなる。
		通信会社（職員）	・夏の省エネ対策による需要増に刺激され、若干上向きになる。
		通信会社（社員）	・スマートフォン需要が堅調に推移している。
		通信会社（役員）	・今後2～3か月にかけて、提供商品の改善強化を順次実施していく予定であり、商品の魅力アップによる新たな需要層の掘り起こしに期待している。
		住宅販売会社（経営者）	・客の動きから、2～3か月後は良くなるであろう。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税の問題がどう処理、解決されるかにもよるが、増税やむなしの中で駆け込み需要が期待できる。
	変わらない	商店街（代表者）	・欧州の信用不安、株安、天候不順と買物の支障になるような材料は豊富だが、買物を促進するような話題が地方には一切ないような気がする。
		百貨店（売場主任）	・気温の上昇とともに夏商材に動きが出てくると思われるが、急な天候不順による来客数の減少が消費にマイナスとなる。
		スーパー（店長）	・周辺の競合店の状況を見ても、チラシ回数が増えたりポイントサービスを増やしたりと厳しい状況が見えている。春の給与関係の伸長を見ても良くないところから、無駄な買い物を控える傾向が依然として続いており、食品スーパーとしてもシビアな買物をしているように思われる。
		スーパー（総務担当）	・緩やかな回復基調だと思われる。ただし、不安要素として電力不足、円高、原油高騰などが極端な動きをすれば、回復は止まると思う。
		スーパー（統括）	・夏場に向けて梅雨などがあるが、今年天候がどうなるかがポイントである。近年は暑い夏が続き、夏場が好調だったが、天候次第で売れるものなど、客の買物動向が変わると思うため、やはり天候が関係あると思う。
		コンビニ（経営者）	・来客数に関しては微減、客単価は微増だが、売れているものが利幅の少ないタバコや、利便性がよくてコンビニで買う機会が多い商品のうち利益のとれないものがたくさん売れている状態である。逆に一番利益がとれそうな商品の売上が下がっている状態であり、芳しくない状況が続いている。
		コンビニ（経営者）	・現在の状況が、大きく変化するという要素は見当たらない。このまま推移するのではないだろうか。
		コンビニ（店長）	・良くなるというものは思っているのだが、天候などが極端に悪いわけでもなく、期待値を約1割ほど下回り、前年実績も下回っている状況である。外的要因が変わっていない状況で、5月が期待値を下回るような売上だったため、本来なら上がって欲しい月に突入していくのだが、自信を持って上がるとも予測できない。下がっている原因自体が、全体的なコンビニの数の増加によるものではないかと思うのだが、明確な原因がわからないため、どちらとも言えない。
		コンビニ（店舗管理）	・様々な不測の事態の悪影響から、ようやく脱出したように思う。
		衣料品専門店（経営者）	・今後大きく売上が変動することは予想しがたく、当面は変わらず推移していくものと考えられる。
		衣料品専門店（総括）	・今月も良くなる要素が見つからない。
		乗用車販売店（経営者）	・景気回復の要件は全く見えない。販促の施策費用はかさむ一方でありながら、収益はほとんど伸びない。
		乗用車販売店（経営者）	・客の話から購買意欲より、状況維持を考えていることがうかがえ、売上増加には期待が持てない。
		乗用車販売店（役員）	・エコカー補助金制度終了後は車に対する実需がどれほどのものなのかは疑問を持っている。新型車や魅力ある車の開発が期待される。
自動車備品販売店（従業員）	・夏商戦はナビゲーションをメインにAV関連商品のウエイトが大きく売上に影響するが、今期は魅力的な商品導入も無く苦戦が予測される。また、エコカー減税による新車販売も落ち着き付帯用品販売も期待薄な状況である。		
住関連専門店（店長）	・良くなる要素があまり感じられない。		
その他専門店〔酒〕（経営者）	・景気が良くなるという話が見えないが、これ以上悪くもならないであろう。		

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
		高級レストラン（スタッフ）	・6月は、法人や組合、協会の総会後の会食が多い月だが、今年は定例だった宴席が単価が合わなく受注できないケースが増えている。
		一般レストラン（店長）	・欧州の経済不安など消費者心理としては良くなる要因がない。
		一般レストラン（スタッフ）	・近隣に競合店の出店予定もあるが、海外からの観光客が増えていること、北陸新幹線工事関係者の需要もあり、前年並みで推移しそうである。
		観光型旅館（スタッフ）	・予約状況は前年同月比大幅増加となっている。前々年同月と比較しても個人客は安定して受注している。しかし、今後東北支援や東京スカイツリー開業の影響があるのか団体の伸びが弱い。
		都市型ホテル（スタッフ）	・初夏から盛夏に掛けて、特別なプランなどを打ち出すものの、他の季節の商品に比べ伸びが弱く、大きな消費材料とはならない。
		旅行代理店（従業員）	・個人のレベルであり、大きな変化が短期的に見込めるとは感じない。
		通信会社（営業担当）	・スマートフォンが定着し、販売数は増加の一途をたどっているが、来客数は横ばいである。
		テーマパーク（職員）	・先行指標となる団体予約の数字を見ても、前年並みに厳しい数字である。東日本大震災のあった前年同月と並ぶ厳しい予約状況にあり、当地エリアへの客の流れが鈍くなっているように感じている。この状況がしばらく続くように思う。
		競輪場（職員）	・本場でのビッグレースが控えているものの、売上が伸びる要素がない。
		住宅販売会社（従業員）	・客の動きは少なくなっているが、確実に住宅を求めたいと考えている客が多く、実需は期待できそうである。例年夏場の需要は減少するが、今年は今の状況がまだ2～3か月続きそうである。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税の法案成立か否かの影響が大きい、様子見の状態が続いている。
		住宅販売会社（従業員）	・今後は太陽光発電がどこまで伸びるかにもよるが、現状以上に上向きになるとは考えにくい。
やや悪くなる		一般小売店〔事務用品〕（役員）	・これからの3か月間は、販売しているものの動きが少なく、コピー機や複合機といったものを売り歩くぐらいしか数字が見込めない。したがって、今後の経済状況を考えると、やや悪くなるのではないかと考えている。
		百貨店（売場担当）	・全体の売上は前月比で非常に悪くなっている。全体で前月比4.1%の低下、特に衣料品が同5.9%の低下となっている。その中でも主力の婦人服、衣料品が同9.6%の低下と前月を大きく下回っており、マイナス傾向が見られる。
		スーパー（総務担当）	・ドラッグストアでは食品の取扱品目を拡大しており、これまでの競合と異なる競争が始まっている。
		衣料品専門店（経営者）	・周囲の話を総合すると、なだらかな下降予測になると思っている。景気とは離れるかもしれないが、国の対応の評判が随分悪いと思う。国のリーダーは国家意識を持ってもらわなくては困る。国のリーダーであることを知っていないのではないか。こんな話をする人が周囲でも増えているように思う。
		家電量販店（店長）	・売上は、前年同月と比べて80%を下回っている。
		スナック（経営者）	・国際的なプラスやマイナス要因で左右され、現在でも右往左往の状態では、先々は悲観的かと思われる。
		観光型旅館（経営者）	・大型団体の予約の無い7月以降は苦戦している。夏休みを中心とした個人旅行はますます間際化しているために予約状況が読みにくくなっている。
		旅行代理店（従業員）	・現状でもまだまだ手控えている状況において、消費税論議が本格化してくると、景気の「気」に悪影響を与え、財布のひもが固くなりそうで厳しくなる。オリンピックやワールドカップはテレビ鑑賞で、外出する機会が減少するので、旅行需要にはマイナスの面もある。
		タクシー運転手	・年取が下がっている人が非常に多くなっているように感じられ、これからより良い景気の回復が見込めないと思う。
		その他レジャー施設（職員）	・この夏以降、商圏内に競合施設2社の出店予定が決まり、この夏に向けての入会を控える状況が出てきそうである。

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		
	悪くなる	百貨店（営業担当）	・2～3か月先、夏のセールの特集となるが、現在では来客数や売上の悪さからセールも日常化しており、年々このセールの起爆力が下がっている状態である。今年には特に、セールや贈答時期が業種やアイテムによってずれる可能性があり、前年並みの起爆力のないことが予測される。		
企業 動向 関連	良くなる	—	—		
	やや良くなる	建設業（総務担当）	・過大な受注価格競争から決別する動きが一部に出ている一方で、依然として低価格での受注競争が起きており、工事受注は厳しさを増す見込みである。		
		通信業（営業担当）	・事業所の通信設備の投資については、前年度の業績から製造業がコストセーブしており、サービス業や流通業では若干活性化しているように思われる。また、リース契約期間も事業の長期展望が見えず、5年程度で設定している事例が多くなっている。		
	金融業（融資担当）	・海外の受注動向もあるが、国内企業の製造業を中心とした設備需要が出てくれば、景気の緩やかな上向きが期待される。			
変わらない		繊維工業（経営者）	・期待感はあるものの、再び円高、ユーロ安などの状況になっており、輸出関連の回復は期待薄である。また、エネルギーや電力の不安もあり、ますます国内でのものづくりが厳しい状況となっており、生産の海外移転、それにともなう雇用の縮小が懸念される。		
		繊維工業（経営者）	・4月から6月の状況はやや横ばい状態であろう。環境が、為替の問題や電力の問題など非常に厳しい状況になっているので、先はまったく不透明である。		
		化学工業（総務担当）	・当社会議の中で、今後の受注量は現状維持の予定との報告があった。		
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・東日本大震災後の特需や消費税のことがなかなか決まらない状況では、3か月や6か月の範囲では、特に伸びるという要素が見つからない。		
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の分の受注の入り具合を見ると現状と変わりがない。		
		精密機械器具製造業（経営者）	・そこそこ仕事量があるメーカーはごく少数に限られており、今後の全体的な好材料は全く見受けられない。		
		不動産業（経営者）	・身の回りの情報からは、そんなに不動産取引の活発な話が聞けない。		
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・売上見込みなど景気の上がる材料が見当たらない。		
		やや悪くなる		食料品製造業（役員）	・原料、包装資材など外部購入価値の品目は、総平均にて投入価格が決められており、高くなっている品目の割合が増えるにつれ、原価に影響を及ぼす状況が色濃くなっていく。
				一般機械器具製造業（経理担当）	・欧州債務問題の影響により、下支えしてきた新興国における消費にまで影響が及んでいるように感じる。この問題が払しょくされない限り、国内景気が上向きになることが難しい。
一般機械器具製造業（総務担当）	・円高や電力不足の影響で、国内生産拠点の海外移転が進むと考えられ、また円高が一向に是正されない状況で、海外受注も取れない状況が続くと考える。				
電気機械器具製造業（経理担当）	・6月以降、新規の金型、新規の製品の受注が極端に減少しており、その製品が立ち上がるであろうこの先3か月後や6か月後というのは、非常に落ち込むのではないかと懸念している。				
金融業（融資担当）	・円高、ユーロ安、ドル安を発端として、株安が避けられない。株安がさらに個人消費の意欲減退を呼び起こすというマイナスのスパイラルを、今後避けられなくなると思う。それによって、景気は先行き下降ラインと考える。				
司法書士	・金額は大きくはないが、小規模事業者の破産の相談が複数あり、通常より多くみられる。				
悪くなる	建設業（経営者）			・「東日本大震災や紀伊半島豪雨など多くの犠牲者を出した前年の自然災害を受けて、国民の間で建設業の重要性が見直されてきた」と公共事業の発注者は言うが、それに対応しての発注は東北地方に限られ、地方では安心、安全のための社会資本整備はお題目だけで実際の工事発注は財政難を理由に少ないだろう。	
雇用 関連	良くなる	—	—		
	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（役員）	・企業側の景気動向による人員増加となり、その上で派遣需要につながる。今のところ回復は遠い。
		人材派遣会社（社員）	・求人数は底入れ感もあり、前年より改善傾向にあるが、今後さらに増加する要因は見当たらず、現在の状況が継続する。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・新しい求人の話が少ないため。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比27か月連続して増加しており、今月も増加傾向にあるが、一部では雇用調整を実施しており、今後もこの状況が続く。
		民間職業紹介機関（経営者）	・車関連企業で例年この時期発生していた残業が、今年はかなり減少していると聞いた。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・新規求人数の増加のテンポが鈍っており、先行きは不透明である。
	悪くなる	—	—

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	○	○
	やや良くなる	商店街（代表者）	・新たに新企画のイベントを開催している。
		百貨店（売場マネージャー）	・クールビズや雨天用など、問題解決型の商材の動きが例年になく早い上に調子が良く、市場も広がっている。準備をしっかりと、夏に備えたいという客の声がとても多い。
		百貨店（マネージャー）	・これから夏に向けて、節電への関心の高まりと共に、いわゆるクールビズやクールライフといった、節電・避暑商材の動きは活発になると予想する。また、今年はオリンピックイヤーでもあり、それにちなんだスポーツ関連の商材の動きも良くなる。
		スーパー（店長）	・前年の東日本大震災による影響も沈静化し、今買い控えられている分が夏休みなどに消費される。
		スーパー（店長）	・3か月予報で7月後半からの気温は平年並みかそれ以上となっており、気温が上昇するにつれて、景気も回復してくる。ただし、仮に6月に入っても現在の低温傾向が続くと、予断を許さない状況になってくる。
		スーパー（社員）	・温度差の激しい日が続いたこともあり、夏に向けて大きく増加するはずの肌着や制汗剤、飲料、めん類といった季節感のある商品の動きが例年より鈍い。これからの気温上昇による需要増加に期待している。
		コンビニ（経営者）	・ファーストフードの売行きが良くなってきており、今後客単価の上昇が期待できる。
		コンビニ（店員）	・盛夏になって来客数も増え、ドリンク類やアイスクリームの売上が伸びる。
		家電量販店（経営者）	・夏の節電の山場に向けて、節電商品の需要が一層高まる。
		乗用車販売店（営業企画）	・供給過多の流れが止まり、ここ半年ぐらいのめどは立っている。
		乗用車販売店（販売担当）	・来月は3か月ごとの繁忙月で、ボーナス支給もあるため、その余波で7、8月も来場数が増える。
		高級レストラン（スタッフ）	・これからどんどん暑くなり、仕事帰りの飲食が増える。
		観光型旅館（団体役員）	・前年の東日本大震災や紀南地方の大水害の影響で、団体旅行が途絶えていたが、後はやや回復していく。
		通信会社（社員）	・携帯電話の夏モデルは6月下旬ごろから順次発売されるが、スマートフォンブームもあり、販売は伸びる。
		通信会社（社員）	・まだ1年程度は、スマートフォンへの乗換えなどが進んでくるため、それに連動して申込数が増加する。
		その他サービス [マッサージ]（スタッフ）	・オイルマッサージのため裸になるので、夏場になると来客数が増加する。
		住宅販売会社（経営者）	・金融機関による融資姿勢の緩和などに期待している。
		住宅販売会社（経営者）	・短期的なものではあるが、現在の受注見込み客の動きで先が読める。長期的には不透明ではあるが、過去2年間の最悪であった状況に比べると楽観できる部分が多い。
			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
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・省エネの夏がまたやって来るが、関連商品は動くものの、長い目でみると景気が良くなるとは考えられない。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・良くなる材料が見当たらない。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・景気よりも、消費者マインドが冷たく固まっているように感じる。使うところにだけに使い、我慢するところは絶対に我慢する。特に、食品の原料については価格が下がっている一方、出来上がり品は高付加価値商品が認められるようになってきている。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・今後は売上、来客数共にさほど伸びないので、景気は横ばいとなる。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・政治、経済がすべて不安定で、先行きに落ち着いた見通しが立たない。
		一般小売店〔雑貨〕（店長）	・売上はタスポ導入前のピーク時の約半分のままである。仕入れや棚卸しから感じる実感としては、3分の1にまで減っているような感覚がある。今後も売上は減ることはあっても増えることはない。
		百貨店（売場主任）	・非常に悪いわけではないが、良くなる要素がない。
		百貨店（売場主任）	・国内需要の拡大や、サラリーマンに対する減税、国内景気対策、雇用の安定、社会保険料の引下げ、年金の支給拡大などが必要である。
		百貨店（売場主任）	・電力供給などの不安要素があるものの、予想される猛暑に対する消費は活性化するため、盛夏商材の在庫確保がポイントになる。
		百貨店（売場主任）	・ボーナスや給与が伸びないなか、電力不足や電気料金の値上げによる影響が懸念される。また、百貨店においては夏のクリアランスセールが分散するため、セール需要の高まりが期待できない。秋物ファッションについても、気温と連動することから先物買いがなくなり、ジャストシーズンで着るカットソーやブラウス中心となるため、単価アップにはつながらない。
		百貨店（企画担当）	・夏のクリアランスセールのスタートが遅くなるが、大きな影響はない。他社よりも早いスタートとなるので、早期の集客や、売上のかさ上げにつなげたいが、業界全体では分散化によって盛り上がり欠ける懸念がある。
		百貨店（企画担当）	・株価が一時上昇したが、また元に戻ってしまっている。今後も消費税の増税など不安な話題が多い。
		百貨店（営業担当）	・気温の関係で夏物は本格的な受注となっていないが、今後は気温の上昇と共にブランドの衣料品を中心に、受注が上向いてくる。
		百貨店（営業担当）	・超優良顧客の高額品の買上を更に伸ばせるかがテーマであるが、富裕客全体の約95%の買上は減少する。
		百貨店（サービス担当）	・省エネ商品やクールビズ商品への関心が高く、展開場所を拡大しているほか、前年から実施している雨の日対策として、客の印象に残るようなお買得セールを実施することで、梅雨の時期の集客につながる。
		スーパー（経営者）	・5月の天候は暑くなったり寒くなったりと安定しなかったが、今後も商品によってかなり売行きに差が出るような動きが続く。
		スーパー（経営者）	・大企業や一部業種で改善の兆しはあるが、個人消費の伸びに波及するまでには至っていない。
		スーパー（店長）	・消費増税などの政治の混とん、節電要請や光熱費の値上がり傾向など、景気の上昇する話題に乏しく、節電関連商品の好調では賄いきれない。
		スーパー（店長）	・政治及び経済の動向がはっきりしない現状では、電力需給の問題ともあいまって改善する材料が見当たらない。
		スーパー（経理担当）	・猛暑予想もあり、夏商戦に期待している。ただし、節電や計画停電の動向次第では、好影響が減殺される可能性がある。
		スーパー（広報担当）	・消費増税論議の着地と電力不足問題の状況次第では、悪化する可能性がある。
		スーパー（開発担当）	・原油価格が安定し、ガソリンの小売価格は下がっているが、消費増税法案の行方や欧州の安定が、これからの景気に対する肝になる。

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
		スーパー（販売担当）	・競合店との価格競争で定価品の価格を下げているのが現状である。買上点数は前年をクリアしているが、価格が下がっている分、買上金額が前年に達しておらず、売上がクリアできない状況が続いている。
		スーパー（管理担当）	・節電や節約がいわゆるなか、余分な物を買ひ控える傾向は今後も続く。
		コンビニ（経営者）	・近隣にマンションが建ち、生活関連の売上が増えているが、コンビニが増えすぎているため、売上が分散する。
		コンビニ（店長）	・近くにパン屋や弁当屋ができ、一時的には売上に影響も出るが、新たにマンションができるなど、ぎりぎりのところでバランスが取れているので、しばらくは今の状態が続く。
		コンビニ（店員）	・この先気温が上がり、飲料水やアイスクリームの売上は伸びるが、パンや弁当は落ち込んでいく。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・夏物の売れる見通しが立たない。
		家電量販店（店長）	・前年3月に終了のエコポイント制度に伴う需要、7月のアナログ停波需要をカバーできる需要の動きが悪く、ロンドンオリンピック需要にも期待できないため、収益部分でのマイナスが大きくなる。また、メーカーの収益減により、更に厳しい価格環境になる。
		乗用車販売店（販売担当）	・エコカー補助金による駆け込み効果もあるものの、車種も偏り気味で受注全体としては期待薄である。
		乗用車販売店（営業担当）	・車の修理や車検は、販売が伸び悩んでいるので少なからず伸びている。ただし、やはり販売が増えてこそであるため、先行きは楽観できない。
		住関連専門店（店長）	・消費税率引上げもどうなるか未定で、政府の助成や援助策もない業界なので、消費者の購入動機を高めにくい状況が続いている。もはやセールだからといって単純に飛びついてくれる消費者も少なく、鈍化傾向は継続している。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・日本の経済と政治の状況が今よりも良くならない限り、株価は上がらない。ましてや欧州や米国も安定した状況ではないため、変化するとは思えない。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・今年はクールビズの取組が1か月ぐらい早くなったが、業界に対する影響はない。気温も上がっていくことで、より薄着になるため、健康食品の動きが良くなる。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・ローン決済による商品購入の客から後日キャンセルがあった。本人は購入意欲や支払能力があるにもかかわらず、家族に消費の優先順位を指摘され、反対されている。このように優先順位に対する意識が強まる傾向はまだ続く。
		その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・家電不況や電力不足に伴う節約で、消費が拡大するきっかけがない。
		高級レストラン（支配人）	・販売量は前年をやや上回ったが、年度目標には届かず、回復には至っていない。
		一般レストラン（スタッフ）	・15%の節電が生活やレストランの営業にどのような影響を及ぼすのが不透明である。
		一般レストラン（経理担当）	・個々にみると良し悪しのばらつきが大きい。全体的な底上げがないと本来の消費が回復しない。公共料金の値上げや節電など、社会を取り巻く環境や外的要因、増税論議に対する不安から、企業ならびに個人の間で自己防衛意識が非常に高くなっている。
		一般レストラン（店員）	・競合店の影響は当分受けるだろうが、打撃になることはない。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・前年と比較して天候は安定しているようだが、猛暑になるとの情報もある。喫茶店では、今夏の電力需給の問題次第で営業に影響が出る危険性もあり、先行きは不透明である。
		観光型ホテル（経営者）	・欧州の経済危機をはじめ、米国、世界的な景気の動向は良くない。日本も東日本大震災以後の諸問題があり、閉そく感が漂っている。これを明るくする方向に持っていくような政治経済の方向性をはっきりと示さない限り、今の閉そく感を崩すことはできない。
		観光型ホテル（経営者）	・6月から生ビールフェアや花火大会など夏のイベントが増える分、来客数も増えるが、単価は特別価格が多くなるので、売上の減少が見込まれる。ただし、天候なども来客数を左右するため、予想が難しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光型ホテル（経営者）	・関西の電力不足が深刻で、最終的にどの程度の節電要請になるかは不透明であるが、関西の宿泊施設にとっては大きなマイナス要因になる。また、ロンドンオリンピックの開催も、東京スカイツリーに加えてかなりのマイナス要因になる。
		観光型旅館（経営者）	・大手企業では夏の休暇を増やして節電対策を試みる傾向にあるが、物価が不安定となる懸念がある状況で、レジャーやバカンスへの波及効果のほか、経費の動向は不透明である。
		都市型ホテル（支配人）	・節電が7月2日から開始し、節電ムードが高まるため、消費拡大は期待できない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊・宴会共に単価が伸び悩んでいる。来客数はそれなりに見込めるが、動向をみていると価格重視の問い合わせが多い印象がある。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は先行予約が悪く、見込みは厳しい。また、夏のロンドンオリンピック開催による旅行控えの影響が出てくる。宴会は定例会合を中心に、先行予約は例年どおりであるが、値引きなどの経費削減を訴える企業が増えている。
		都市型ホテル（マネージャー）	・V字回復のためとはいえ、大企業の人員削減や、欧州の信用不安、不安定な株価など、景気が良くなる要素は見当たらない。今月が良くなかった明確な原因が不明であることが、一層先行きの不安感を高めている。
		旅行代理店（経営者）	・海外旅行の好調は続くと思われるが、オリンピック期間は毎回旅行の需要は落ち込む。今年も同様の動きが繰り返される。
		旅行代理店（広報担当）	・大きなイベントリスクさえ起こらなければ、現状の動きが続く。ロンドンオリンピックもカウントダウンを迎え、客の楽しもうという気持ちが大きくなっている。
		タクシー運転手	・企業関係の利用に若干の回復傾向がみられるものの、流し営業での客の不景気感根強いものがあるなど、タクシーの乗り控え傾向が続いている。
		タクシー運転手	・必要最小限の利用が今のところは定着している。歓送迎会などがあっても電車を利用する状況は今後も続く。ただし、金曜日や学会などの会議、会合のあるときには少し動きがある。
		観光名所（経理担当）	・前年度は異例な状況下での数字であるため、例年の動きと比較すれば、この5月は売上が10%増となっている。ちなみに前年比は27%減となる。今月は天候も良く、連休も前年に近い来街者となったほか、当地での展示会による営業効果が徐々に集客増につながっている。ただし、飲食・喫茶の部門に比べて、当社のメインであるガラス製品の売上は来客数の割には伸びておらず、客単価も上がっていないが、ガラス体験教室はかなり伸びている。やはり手作りに関する関心はまだまだ強いいため、もっと力を入れて伸ばしていく必要がある。
		その他レジャー施設 【球場】（経理担当）	・プロ野球の公式戦や人気歌手グループのコンサートが行われるほか、夏休み期間となるので多数の来場者を見込んでいる。
		その他レジャー施設 【飲食・物販系滞在型施設】（企画担当）	・基本的に根本的な好材料は見当たらないが、節電ムードは当地のような山にある行楽地には前年も追い風であったため、一応は期待したい。
		美容室（経営者）	・連休で出費したほか、出かける所がなくなったので来客数は少ないが、これから蒸し暑くなるのでカットの客が増える。
		その他サービス【保険代理店】（経営者）	・良くなる材料は全くなく、為替、株価も最悪でどうしようもない状態である。このような状況では大企業は輸出も苦しく、企業財務が改善されるはずもない。大企業が悪ければ、中小企業も同様で、零細企業は倒産を逃れることばかり考えることになるため、当然ながら良くなることはない。
		その他サービス【ビデオ・CDレンタル】 （エリア担当）	・映像関係は、引き続き価格競争もあり厳しい状況が続くが、書籍関係は前年並みで順調に推移している。
		その他サービス【生命保険】（営業担当）	・欧州の信用不安など、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（従業員）	・今後、消費税率の引上げが予定されており、消費者にとっては、それまでに気に入ったマンションが販売されれば購入しておけばよいという、心理的な後押しにつながる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（総務担当）	・現状を打破する材料が見当たらない。消費税が上がることを考えると受注が増えるが、当面は様子見となり、駆け込み受注が中心になる。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	・金融機関の融資姿勢にも左右されるほか、不良債権処理の動向によっては、市場価格の変動がそれなりにある。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・少子高齢化で住宅着工戸数も頭打ちのなか、政府のストック重視の政策で新築市場は当分停滞が予想される。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・現在は活況な新築マンション市場であるが、今後の発売物件の価格上昇が顕著になり始めたときに、顧客マインドの低下が心配される。
	やや悪くなる	一般小売店〔花〕（経営者）	・夏に向かい、生花の購入が減少するほか、夏期休暇などで定期販売の売上も減少する。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・客の平均年齢が高いため、最近出てくる話題の多くが夏の節電であり、真夏の暑さを避け、家での消費電力を少なくするために、大型商業施設に避難するという話が頻繁に出てくる。小さな路面店としては、どのぐらい集客できるかが悩ましい状況である。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・電力供給不足の懸念があり、計画停電などで飲食店の営業時間が短縮される影響が心配される。
		一般小売店〔食料品〕（管理担当）	・6月中旬にはお中元商品が落ち着くため、売上は元に戻る。
		百貨店（売場主任）	・夏の電力不足に伴う節電により、景気全体が抑制される。特に、百貨店は営業時間を短縮せざるを得ない可能性もあり、そうなれば売上減少につながる。また、欧州の信用不安もあり、直近は景気が悪くなる要素の方が多い。
		百貨店（売場主任）	・節電意識の高まりが節約意識につながる。ボーナス減額の声も聞こえており、前向きな消費を促すきっかけがみつかりにくい。
		百貨店（販促担当）	・夏物セールスタート日が一部ずれ込むため、単純に買い控えとなり、7月前半の動向が悪化する。セールの開始が遅くなると、その分だけセール待ちの期間が長くなり、前年の実績を確保することすら困難が予測される。
		百貨店（婦人服）	・アパレル関連で夏のクリアランスのスタートを遅くする流れのなか、晩夏から初秋商材の手当てが十分とはいええず、せっかく堅調な流れが滞る恐れがある。
		百貨店（店長）	・当地域では人口の減少及び産業の衰退が進んでいる。
		スーパー（店長）	・節電対策を以前から実施しているが、目標削減率が高いため、日々の営業に支障が出る。
		スーパー（企画担当）	・夏期の電力不足に伴う計画停電の懸念があり、営業時間の短縮や家庭の停電に備えた冷凍、冷蔵商品の買い控えで、売上が減少するほか、対策に伴う経費の発生で想定外の営業利益減が予測される。
		スーパー（企画）	・節電が始まるほか、電気料金が大幅に上がるということもいわれており、節電に関する物以外の動きはかなり鈍くなる。さらに、消費税増税など、景気回復の明るい材料が全くみえてこない。
		コンビニ（広告担当）	・今後2～3か月先は、不安要素としては電力不足が大きな問題である。
		衣料品専門店（経営者）	・今後、売上を伸ばしていくためには、客が買いやすい価格帯のヒット商品を出す必要がある。
		衣料品専門店（販売担当）	・企業自体が節約志向になる。
		家電量販店（企画担当）	・テレビ需要の減退により、家電販売全体が冷え込んだままになる。
		乗用車販売店（経営者）	・欧州経済圏の不安定化が株安を誘導している。
		乗用車販売店（経営者）	・商店街のシャッター通りが増加してきている。東京スカイツリーは毎日20万人の人出とのことで、大阪も起爆剤になるような物が欲しい。
		乗用車販売店（経営者）	・欧州の信用不安への懸念が常にあり、円高、株安を引き起こしている。各国が景気刺激策を行っているが、あまり効果がない状態である。先行きへの不安感から、しばらくは消費に関心が向かわず、景気は低迷し続ける。
		乗用車販売店（経営者）	・車両の販売や、車検予約、一般修理のすべてにおいて仕事の受注が少なく、来客数も少ない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スナック（経営者）	・客の話で、団体で予約する場合はインターネットで調べて、珍しい店を探していると聞いた。景気、不景気は別として、商売の形を変えていかなければならない。
		都市型ホテル（総務担当）	・宿泊の予約が減ってきている。また、宴会の予約も芳しくない。
		都市型ホテル（客室担当）	・計画停電が実施されるかどうかに加え、ロンドンオリンピックによる客の出控え、東京スカイツリーへの話題の集中といった懸念材料があるため、先行きに不安を覚えている。
		タクシー運転手	・周辺企業や店舗で人の数が減っている。客からの注文の激減が顕著となっている。
		タクシー運転手	・客の動きは下火になっているが、これがどん底という感覚があり、この状態が続く。
		通信会社（経営者）	・消費税率引上げ議論による影響が懸念される。
		通信会社（企画担当）	・節電による悪影響が出てくる。
		テーマパーク（職員）	・近隣の施設で大きな火災があり、その影響が懸念される。また、情報があいまいで事実確認が取れないが、今年は関西圏でも電力不足が見込まれており、その影響をどの程度受けるかがまだ予測できない。
		観光名所（経理担当）	・近隣美術館での人気展示会が7月に終了するため、来場客が減少する。
		競輪場（職員）	・依然として経済に活力があるようには思えない。
		競艇場（職員）	・今夏の15%のピーク電力削減目標により、サービスの低下が避けられず、それによる来場者数の減少が懸念される。今後はマイナス要因が多いため、やや悪くなる。
		その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・消費税の増税、電気料金の値上げなど、生活必需品に影響を及ぼす物がいろいろと出てきている状況下で、個人消費も冷え込み、中小企業、特に個人商店などはますます落ち込んでいく。その解決策、対応策がないと、一向に改善されない。
		住宅販売会社（従業員）	・電力問題、消費税問題、ギリシャ問題、円高問題等、国内外に景気回復を阻害する要因が多く、景気の下振れリスクが大きい。
悪くなる		商店街（代表者）	・公共料金の値上げや計画停電により、どのような影響が出るかが予想できない。
		一般小売店 [貴金属製品]（従業員）	・ギリシャの破たんが懸念される。
		一般小売店 [衣服]（経営者）	・計画停電のうわさもあり、節電が一層必要とされるこの夏場、小売店だけでなくメーカーやその現場の工場の苦労は避けることができない。そうしたなかで関西の景気が上向していくとは決して思えない。
		一般小売店 [野菜]（店長）	・これから起こる電力不足は、致命傷になる。
		一般小売店 [花]（店員）	・繁忙期でも客の節約志向が高く、売上が落ちているため、この夏の繁忙期も例年に比べて売上が落ちる。
		衣料品専門店（経営者）	・節電で外出を控えたり、節電対策の支出でほかの消費を控える傾向が強くなる。
		一般レストラン（経営者）	・前年の猛暑時のデータでは、来客数がかなり落ち込んだ。今年、関西で節電協力や計画停電が実施されれば、来客数や売上は落ちる。
		一般レストラン（経営者）	・節電などで商店街よりも大型ショッピングセンターに人が集まるため、人通りが少なくなり、売上も伸びない。
		その他飲食 [ファーストフード]（店員）	・ゴールデンウィークの天候が悪かった影響で、客足が減っている。今後も景気が悪いので、悪い状況が続く。
		通信会社（企画担当）	・関西の空洞化が進む。
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	—	—
		食料品製造業（営業担当）	・前年のこの時期は、ミネラルウォーターを中心に飲料水の供給がままならない状況であった。ミネラルウォーターの需要は気温の上昇と共に高まるため、前年以上に受注は伸びる。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達量が増え出して、忙しくなっているため、先行きはやや良くなる。
		木材木製品製造業（経営者）	・新規事業及び新たな提携事業の計画により、今後は売上、利益が増加する。
		化学工業（経営者）	・この1年ぐらいいは景気がこまめに良くなったり悪くなったりしており、現在のような景気の悪さが長く続くとは思えない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
		金属製品製造業（営業担当）	・自動車向け出荷は秋口まで今の状態が続く。		
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・ロンドンオリンピックや節電など、社会状況に応じた需要増が期待できる。		
		建設業（経営者）	・ホームページをみた客からの問い合わせは、この時期にしては多いと思うので、これからやや動きが出てくる。		
		輸送業（営業担当）	・繊維関係で小売店や問屋の新規の会社が増えたこともあり、荷物が増えている。		
		通信業（管理担当）	・ボーナス商戦で若干上向きとなる。		
		金融業（営業担当）	・企業の新規開拓の成果が徐々に始まる時期だと期待している。		
		広告代理店（営業担当）	・交通の要所での出店や開発が増えてくれば、再度マーケットの活性化が見込まれる。		
		広告代理店（営業担当）	・各クライアントの広告出稿意欲も前向きになってきており、出稿の話が増えてきている。		
		コピーサービス業（店長）	・前年は在庫切れなどで、うちの販売チャンスを逃したが、今年は各卸業者の対策も進んでおり、在庫切れはなさそうである。今年も需要は多いと予想しているため、若干見通しは明るい。		
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・欧州の信用不安が解決の方向に向かえば、経済自体は上向いているので、先行きはやや良くなる。		
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・引き合い件数が増えており、先行きに期待できる。		
		変わらない		食料品製造業（従業員）	・これから夏に向かい、節電の影響で蒸し暑い状態で過ごす場合、当社の製品は敬遠されると思われるため、厳しい状況になる。快適な状態の生活であれば影響はないが、本格的に節電すると食生活も大きく変わってくる。9月ごろには新商品も何品か発売するが、即座に全体をカバーするまでには至らない。
				繊維工業（団体職員）	・外注加工費の値上げ要請もあり、コスト高の製品安で採算の悪化が懸念される。
				繊維工業（総務担当）	・商品の工夫にかかる経費がなかなか商品価格に転嫁できないのが現状であり、単価が上がってこない。
化学工業（企画担当）	・高機能な製品よりも、安価である程度の機能を有する製品の売行きが良く、利益があまり取れない状態が続いている。				
プラスチック製品製造業（経営者）	・新しい物、売れる物を生み出そうという動きはあるので、極端な落ち込みはないが、逆に爆発的にヒットしそうな物の前兆も見受けられない。				
一般機械器具製造業（経営者）	・比較的良好な景況で推移する。				
一般機械器具製造業（設計担当）	・電力不足や節電問題などの影響も出てくる。				
電気機械器具製造業（経営者）	・やや悪い景況は当分続く。今後も国の債務問題を筆頭に多くの問題が残っており、それが爆発しないことを願っている。得意先の海外移転について行く企業や、コストを下げるために海外拠点を作る企業が出てくるなか、国内で日本企業と取引するだけの企業は、これからも厳しくなる。自社ブランドで国際的な販路を広げ、貿易実務も自力で処理できる企業は、まだ希望が持てる。全体的には変わらないが、企業の体質によって結果は変わる。				
電気機械器具製造業（企画担当）	・電力不足などの危機感から店舗や施設での節電意識は高まっているが、一般の消費意欲は値上げ要因で削がれることが考えられる。				
電気機械器具製造業（営業担当）	・大きな案件がなく、現状を維持するのが精一杯である。				
電気機械器具製造業（営業担当）	・景気が良くなる要素がない。この先夏になって停電になれば、どうなるか分からない。				
輸送用機械器具製造業（経理担当）	・海外向けについては、現在仕掛中の物件で安定した売上が見込める反面、国内の景気回復が不透明で積極的な設備投資が手控えられており、厳しい状況にある。				
その他製造業〔履物〕（団体職員）	・夏場の電力不足の影響が懸念される。				
建設業（経営者）	・民間関係の価格競争が激しいなか、東日本大震災の本格復興も始まりつつあり、労務費や建設資材の高騰が予想される。官庁関係も震災復興が中心となり、各地の公共事業の予算は削減される。				

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
		建設業（経営者）	・住宅の案件は増えつつあるが、新築1件当たりの単価が依然下がり続けている。
		輸送業（営業所長）	・新規の案件も出てきているが、運送業界も運賃の下落が大きいほか、燃料価格の高騰も利益を圧迫している。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・インターネットや携帯端末に読者が流れているため、購読者数の減少傾向は避けられない。
		広告代理店（営業担当）	・変動する要素があまりみられない。
		経営コンサルタント	・特に良い材料が見当たらない。
		司法書士	・案件もほとんどなく、現状を変えるような要因も見当たらない。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・何も変わる要素がない。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・欧州の信用不安問題の日本国内への余波が危惧され、関西では電力不足による節電要請も見込まれるなど、小売事業者にとっては決して明るい要素はみられない。ロンドンオリンピックに期待したいところであるが、こちらも経済効果は期待できない。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・経費削減という意識が消費者にかなり刷り込まれているので、回復傾向がみえてこない。
		やや悪くなる	
出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・夏場にかけての節電キャンペーンがマスコミをにぎわせているが、情報通信の業界では次々と新しいモデルが出てきている。秋には新商品が発売される情報もあるが、タブレット端末との互換性によって、企業に対する新しいビジネスモデルの提案チャンスが生まれる。		
化学工業（管理担当）	・電力会社による15%の電力削減要請で、生産活動に支障が出てくる。また、円高やユーロ安によって輸出量が減少する。		
窯業・土石製品製造業（経営者）	・デフレの継続や政治の不安定があり、瓶などの庶民的な商品は売行きが悪い。		
金属製品製造業（経営者）	・電力不足の報道から荷動きが悪くなってきている。計画停電などが実行されれば関西経済は壊滅状態になる。		
金属製品製造業（管理担当）	・都心の再開発関連の受注が7月ではほぼ終わり、次の大型物件の受注情報が入っていない。		
電気機械器具製造業（経営者）	・世界経済の不透明感で経済が収縮する感もあるため、前向きな商談は影を潜めている。		
経営コンサルタント	・ここ2～3か月での回復見込みは非常に薄い。		
その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・円高が続くようであれば、輸入商品が出回って受注するのが難しくなり、今後も問題であるため、何らかの対策を練らなければならない。		
悪くなる			
		一般機械器具製造業（営業担当）	・来月も仕事がないと取引先からいわれている。
		不動産業（営業担当）	・円高などで神戸から事業所や従業員がいなくなり、不動産の空室率が上がるため、将来的にもまだまだ景気が悪くなる。
		その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・欧州の信用不安と円高で、先行きが見通せない状態となっている。
雇用関連	良くなる やや良くなる	—	—
		人材派遣会社（経営者）	・6月までの契約が既に9月まで延長となり、更なる追加もあるなど好調である。
		人材派遣会社（支店長）	・いつもは閑散期である5月が好調なので、繁忙になる7月以降は更に良くなる。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・この地区で最も不安視されることは今夏の電力需給だと思われるが、大飯原子力発電所の再稼動が多少みえてきたことで、景気に対するマインドが上向きになる。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・停滞感はあるものの、全体的な傾向は今年に入って以降、上向きの動きが続いている。
		民間職業紹介機関（支社長）	・半導体製造装置メーカー、電機メーカーがやや持ち直しているほか、家計動向も明るいいため、サービス関連業界の求人にも期待できる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
変わらない		学校〔大学〕（就職担当）	・企業の人事担当者から、支店の増加などの事業拡大に伴い、採用数を増やしたいという話を最近よく聞くようになってきている。
		学校〔大学〕（就職担当）	・企業側が景気回復が見込めると予測しているため、企業の採用意欲が活発化している。
		人材派遣会社（役員）	・外部環境の不透明さが懸念材料である。欧州の信用不安の行方や中国経済の失速リスク、イラン問題、国内政治の推移など、いずれも景気への影響が大きく、注意を要する。
		人材派遣会社（営業担当）	・電力不足による産業の空洞化が懸念される。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・トピックス的な採用計画は特にない。節電などで先行き不安が残るなか、抑制気味の動きとなる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費増税などが景気回復にマイナスの影響を与えることが懸念されるが、オリンピック景気にも期待される。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・全国の地域で農業や林業、漁業など、1次産業の担い手を求める声を聞く機会が増えたような気がする。また、地方都市も有能な人材を地域で確保したい思いが強く、東京一局集中型の雇用形態が、徐々に変化してくる可能性もある。
		職業安定所（職員）	・回復傾向にはあるものの、今夏の電力供給の制約などによる雇用への影響が懸念される。
		職業安定所（職員）	・新規求人数の動きについては、1、2か月ほど様子をみないと判断できない。
		職業安定所（職員）	・求人の増加傾向は当分の間継続すると思われる。しかし、製造職の正社員求人（未経験者可）に応募者が殺到するなど、求職者には厳しい状況が続いている。また、今後も大規模な雇用調整の情報があることや、欧州の信用不安や節電、計画停電の状況など、不安定な要素が多い。景気が回復基調にあるのは間違いないものの、情勢の変化によっては一気にしぼんでしまう恐れを含んでいる。
		職業安定所（職員）	・求人数の急激な増加は見込めない。
		職業安定所（職員）	・円高、電力不足などが雇用に影響を及ぼす懸念があるため、景気が良くなる見通しが立たない。
		民間職業紹介機関（職員）	・当地の建設日雇労働市場では、長期低迷と高齢化などによる熟練作業員の不足をハローワークなどからの若年層補充では賄いきれず、企業が仕事の受注量を抑える傾向も定着しつつある。
		民間職業紹介機関（大学担当）	・本当の景気改善がない限り、安定的な採用環境は期待できない。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・特に大きな変化を感じていない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・全般的に不透明感がぬぐえない。
やや悪くなる	○	○	
悪くなる	—	—	

8. 中国（地域別調査機関：（社）中国地方総合研究センター）

（—：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連	良くなる	家電量販店（店長）	・デジタル放送移行の需要が終わった昨年8月と比較すると前年の売上を超過するのは確実である。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・今の動きをみていると、ガソリンはようやく下がり始めており、またオリンピックイヤーでスポーツ関係の催しが増え、関心が高いことから団体での動きが活発になる。
		通信会社（広報担当）	・新商品の発表、ボーナスや夏商戦の開始により客は増える。
やや良くなる		商店街（代表者）	・欧州の信用不安と消費税問題の動向により状況は変わるが、ボーナス時期に当たるため影響が懸念される。
		スーパー（店長）	・夏場は気候や気温により売上が変わってくるが、来客数増加傾向が続けば昨年並みの実績となる。
		スーパー（店長）	・まわりの関連企業のボーナスも上向きとの情報もあり、期待もふくらんでいる。
		スーパー（総務担当）	・客単価はそれほど変動がないが、価格も落ち着いてきているので売上増加は期待できる。
		スーパー（業務開発担当）	・節約傾向は変わらないものの、生鮮商品を中心に堅調に推移しており当面はこの状況が続く。

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
		家電量販店（店長）	・電力供給状況のひっ迫感から消費者の節電意識が高まり、高省エネタイプのエアコン、冷蔵庫やLED照明の需要が更に高まるとともに、太陽光発電の需要の高まりにも期待が持てる。
		乗用車販売店（統括）	・昨年の東日本大震災の影響とエコカー補助金効果で4～5月の販売量は前年を大きく上回っており、この状況はしばらく続く。
		乗用車販売店（業務担当）	・エコカー補助金の駆け込みが今後更に増える。
		乗用車販売店（営業担当）	・ゴールデンウィーク後は毎年動きが鈍くなるが、来月からはボーナス商戦へ突入するので、少しは動きが良くなる。
		乗用車販売店（副店長）	・エコカー補助金の駆け込み需要が予想される。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・6月は良くない状態が継続するが、夏には島根県で「神話博しまね」、鳥取県では「国際まんが博」が始まるので観光客増加が見込まれる。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・夏休みやお盆の帰省客で販売量の動きは活発になる。
		観光型ホテル（支配人）	・7～8月の宿泊予約は現段階では弱含みであるが、この夏の各家庭での節電対策で、ホテルなどの宿泊客や食事客は増える。
		都市型ホテル（総支配人）	・7月から出雲で始まる神話博しまねに伴う観光客の増加が見込める。
		通信会社（企画担当）	・モバイル化に応じた商材やサービスの動きは当面続き、3か月後も上向きに推移する。
		通信会社（営業担当）	・スマートフォンを中心とした夏モデルの新商品が6月以降順次発売されるとともに、夏キャンペーンが6月中旬以降スタートして、新商品購入目当ての客や冬春モデルのプライスダウン等を期待する客への販売が期待できる。
		テーマパーク（業務担当）	・夏季の利用促進として新規施設を軸としたイベントを開催し、特に家族連れの来園促進を強化する効果を見込んでいる。
		その他レジャー施設（アミューズメント）	・当店客層と親和性の高い併設映画館で夏から秋にかけて話題作の公開があり、施設への来店が少し増える。また夏季休暇は輪番休業のあった昨年より家族での来店機会が増える。
		設計事務所（経営者）	・消費税増税の報道を受けて、良い条件の物件があれば消費に向かう意識は高まる。
		設計事務所（経営者）	・民間工事の耐震リフォームに動きが出ており、消費税増税前の駆け込み需要が見込まれる。
変わらない		商店街（代表者）	・客の財布のひもが非常に固く、余計な物を買うことがないので客単価が低いままとなっている。
		商店街（理事）	・客は必要な物を必要なときのみを買うので、消費は盛り上がりがない。
		商店街（代表者）	・まわりの異業種の人といろいろ懇談してもこれから良くなっていくとの話は聞かれない。
		商店街（代表者）	・夏に向かってイベントがあるが、東北や九州に客が流れる。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・地方の消費経済状況は悪く、商店街はますますガタガタになっていく。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・売上は横ばい状態が続く。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・夏休みや盆シーズンまで特別なイベントや話題もなく、落ち込むような材料も見当たらないので通常どおり推移する。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・購買単価が高いまま推移する。
		百貨店（営業担当）	・景気の回復を期待できる要因が見つからないので、景気は変わらない。
		百貨店（営業担当）	・セール長期化傾向継続のなかで、どれだけ売上につながるかがポイントになる。
		百貨店（営業担当）	・単品買いや必要な商品のみを購入する傾向に変化はなく、クリアランスセール前の買い控えもあるので景気に変化はない。
		百貨店（販売促進担当）	・クールビズ、中元、夏セールと大型商戦が続くが、クールビズは競合店との価格競争、中元は法人を中心とした件数絞込み、セールはスタート時期のズレも想定され、一気に消費が回復するとの期待は薄い。

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
		百貨店（購買担当）	・昨年までは7月1日よりクリアランスセールが始まりかなりにぎわっていたが、大手アパレルは7月中旬からスタートさせるため客のばらつきが出てくる。今でも単品買いが目立っており、安くなってもまとめ買いをする客がいるかどうかは疑問である。
		百貨店（電算担当）	・売上は前年比5%減である。好調商品は靴や靴で、クールビズ関係でワイシャツが42%増である。それ以外は苦戦しており、来客数が減少している。目的買いが多く、回遊して遊んで帰る消費者が少ない。
		百貨店（販売担当）	・客単価は前年並みまで戻りつつあるが、来客数が依然として減少傾向にあり、しばらくは現状が続く。
		百貨店（営業推進担当）	・衣料品関係の数値は一進一退であり、夏商戦の展開も不透明感がある。
		スーパー（店長）	・景気を判断する材料が見当たらない。
		スーパー（店長）	・現状が継続する。
		スーパー（店長）	・気温が上昇し、エコや省電力に対する需要がやや期待できるが、全体的には昨年の東日本大震災復興景気を上回れない。
		スーパー（販売担当）	・消耗品以外については販売量の減少が懸念されるが、今後2～3か月の短い期間で景気は変化しない。
		コンビニ（エリア担当）	・流れはしばらく好調が続くが、この夏は猛暑の予想もありパンや和菓子の売上が軒並み前年並みか前年以下になる恐れもあり、流れは良いがやや平行線という動きとなる。
		コンビニ（エリア担当）	・まだ厳しい状況が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・不景気のため衣類の買い渋りの傾向がある。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・必要な商品だけを買う傾向は変わらない。
		家電量販店（店長）	・競争が激化しなかなか販売に至らない。単価が非常に低下し安売り合戦の真ただ中にあり多くの期待はできない。
		家電量販店（販売担当）	・変わる要素がない。
		乗用車販売店（店長）	・市場に左右されることなく、欲しい商品を当たり前のように買う状況が推移する。
		自動車備品販売店（経営者）	・目立った政策もなく、消費税アップばかりが取りざたされ何も良くなる要素がない。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・来客数が上げ止まりである。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・消費税増税問題や人口減少で景気浮上の要素がない。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・欧州の信用不安が再燃し、安心して客が購買する状況ができない。
		高級レストラン（スタッフ）	・予約状況はほぼ前年並みである。
		一般レストラン（エリア担当）	・メニューの改訂等戦略を打っているが、大幅な改善はなく、客の様子をみても良い声は聞けない。
		スナック（経営者）	・国会で審議されているのは増税のことばかりで、景気対策はおざなりで、景気回復の論議が先になっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・今後も婚礼に関しては厳しい状況が続く。
		都市型ホテル（企画担当）	・前年の反動による影響が続く。
		旅行代理店（経営者）	・景気が回復するような施策が見受けられず、あまり期待できない。
		タクシー運転手	・イベント頼りなところが続いている。
		タクシー運転手	・人の動きもあまり変わらないので昨年と変わらない。
		タクシー運転手	・特に景気が良くも悪くもなる見込みはない。
		通信会社（社員）	・新規の通信サービスの申込を見込める年度初めに変化がなかったため、上向き要素はない。
		通信会社（通信事業担当）	・サービス内容の問い合わせだけに終わってしまうケースが多く、見込み客が一向に増えず、なかなか好転の兆しが無い。
		通信会社（営業担当）	・消費者の節約志向が強く、多チャンネル・インターネットともに利用しないことを理由とする解約が多くなる。
		通信会社（総務担当）	・ぜいたく指向は影を潜めており、買い控えなどで販売数は伸び悩む。

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
		通信会社（工事担当）	・景気が上向く理由がない。
		テーマパーク（管理担当）	・市場が動いておらず数字に変動がない。
		テーマパーク（広報担当）	・遠方からの来客数が伸びず、特にゴールデンウィーク時期に近県からの集客が中心となる傾向がある。その一方で韓国、台湾、中国からのインバウンドの観光客は伸びてきている。
		ゴルフ場（営業担当）	・梅雨時期になると客の動きは悪くなる。
		美容室（経営者）	・景気が良くなる材料はない。
		美容室（経営者）	・ボーナス時期になるため来客数は多少増えるが、そこまで変化はない。
		美容室（経営者）	・ここ数年景気の変動はなく、2～3か月では大きな変化は望めそうにない。
		その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	・最近数か月で身のまわりに景気の変化がある様子はない。
		設計事務所（経営者）	・地方経済の活性化策は何も出てこない経済状況下で、消費税増税案が可決されれば多くの中小零細企業の破たんが相次ぐことは火を見るより明らかである。政治家は過去の政官癒着による国家崩壊の歴史を本気で学ぶべきである。まさに今の日本が崩壊前夜である。
		設計事務所（経営者）	・消費税増税の方針が決まれば駆け込み需要から引き合いが増えるが、建築物価も急上昇するので成約件数に期待はできない。
		住宅販売会社（従業員）	・客は将来の不安感で慎重に構えて動く。
		住宅販売会社（営業担当）	・数か月で段階的に良くなる見込みはない。
		やや悪くなる	
一般小売店〔酒店〕（経営者）	・今月が想定範囲外の景気の悪さだったので、楽観視できなくなっている。これで消費税増税が決まれば更に景気が冷え込む。		
百貨店（売場担当）	・ファッショントレンドがないなかで、節電・クールアイテム頼りの夏商戦になり苦戦傾向になる。クリアランスセールの後ろ倒しは短期的には売上を落とすことになる。		
百貨店（売場担当）	・長期天気予報では西日本は暑くなるが、それでもなく暑い時期は客の出足が鈍いので、今年は更に厳しくなる。		
スーパー（販売担当）	・ディスカウント店の値下げ競争のあおりを受けて、単価を下げざるを得ない状況になる。		
スーパー（管理担当）	・東日本大震災特需に加え、ディスカウント店オープンで3～4月が前年を下回った状況からは回復傾向にあるが、前年実績にはまだ届かず伸び悩みの状況であり、新たなディスカウント店オープン情報もあるため先行きは厳しい。		
スーパー（営業システム担当）	・客に安ければ買う傾向があまりみられず、ただでさえ生鮮商品の価格が下がらないなか、梅雨の時期を目前に売上増の期待は難しい。		
コンビニ（エリア担当）	・工事の客の増加は見込めないので売上の伸びが鈍化してくる。		
コンビニ（副地域ブロック長）	・コンビニ各チェーンは本年度どこのチェーン店も大量の出店を行う計画を立てており、当地も昨年同様に大量の出店が予想され、既存店にとっては苦戦が予想される。		
衣料品専門店（経営者）	・日用品の買物も価格競争で安い所へと客が流れて行き、昔からある地元の店は消え、交通弱者には不便な世の中になっている。中央の企業に金が吸い取られて地方の経済が冷えて行く。		
衣料品専門店（販売担当）	・ダイレクトメールの反応が良くないので売上は悪くなる。		
家電量販店（企画担当）	・節電商品需要に期待するものの、節電意識で家電製品購入から足が遠のき景気はやや悪くなる。		
乗用車販売店（店長）	・前年販売実績に対し極端な落ち込みはないものの、販売内容は通常以上の値引き等で対応しなければならず、厳しい状態になる。		
自動車備品販売店（経営者）	・常連客からの情報では夏季賞与が出ない企業が増えている。		

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	
		その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・所得が増えない状況のなかで公共料金の値上げ等の話題が多く、ますます生活防衛意識が高まる。	
		一般レストラン（経営者）	・昨年に比べ自由裁量になる生活費が減少し、家計節約にも限界を感じる客が増加している。	
		観光型ホテル（スタッフ）	・予約数、販売数が減少し、今後の売上に影響してくる。	
		住宅販売会社（販売担当）	・ガソリン等の燃料価格は落ち着いているものの、今夏の節電対応による生産業種の残業手当等の減少もあり、しばらくの間消費支出にブレーキがかかる。	
	悪くなる	商店街（代表者）	・商店街は中高年の客が多く、気温が高くなると出控える傾向があるので、販売量の動きは鈍くなる。	
		スーパー（店長）	・ディスカウントストアを中心に集客合戦や各企業の体力勝負など、非常に今後も激しくなることが必至で、自社競合も大きく影響する。	
		スーパー（財務担当）	・企業の業績悪化により賞与が減少し、ますます節約志向が強くなる。	
		一般レストラン（経営者）	・政治が安定せず消費税増税となれば、今よりも景気が悪くなる。	
		一般レストラン（外食事業担当）	・低価格商品の展開が続いており、利益が取りにくい状態になってきて、大手は良いが中小ではなかなか対応ができない。	
	企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・新部品の製造が立ち上がるのでこのまま好調に推移する。
やや良くなる		化学工業（経営者）	・製品の受注量が前年同月比10%程度増加基調にあり、これに加え主力商品の一つである苛性ソーダの値上げが浸透し、利益率が改善される。	
		鉄鋼業（総務担当）	・為替環境にリスクはあるものの、米国と新興国で景気動向が堅調に推移する。	
		金属製品製造業（総務担当）	・得意先からの受注は上昇傾向にあり今後も伸びる。	
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・売行きの良い製品の増産を予定している。	
		輸送業（業務担当）	・行政の助成金の効果が2～3か月先に現れる。	
		輸送業（支店長）	・集荷の件数が持ち直しておりこの傾向が続く。	
		通信業（営業企画担当）	・IT関連サービスへの客の関心が高まっており、設備投資に関する提案需要が増える。	
		金融業（自動車担当）	・欧州経済の低迷は続くが、新興国を中心に回復基調で、輸出も徐々に増加する。生産水準は増加基調で採算も改善傾向になる。	
		広告代理店（営業担当）	・夏場のシーズンに向けて観光行楽地の観光事業の増加、大学関連、ホーム販売広報で伸びる時期を迎える要素があり、現状よりは上向きに転じる。	
		変わらない	農林水産業（従業者）	・4月は水温が低く全魚種で不漁であったが、今後は水温が上昇する。
			食料品製造業（総務担当）	・中元商戦に入るが、当店の商品は秋冬向けなので例年通りの販売受注量になる。
			木材木製品製造業（経理担当）	・復興需要も徐々に実現しつつあるが、逆に円高懸念や政局等があり不透明感は増す。
			化学工業（総務担当）	・欧州の信用不安問題等先行き不透明感がある。
			窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・現在生産に着手している焼却場の生産は終了するが、引き続き他所向け焼却場の生産に着手するので、生産量は現在の水準が維持できる。
			非鉄金属製造業（経理担当）	・特段の変化の兆しはない。
一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きから変化はない。			
一般機械器具製造業（経営企画担当）	・自社製品の売上は、海外向けが回復傾向にあるものの、国内向けは市場が冷え込んでおり厳しい状況が続く。			
輸送用機械器具製造業（総務担当）	・受注量が増えない。			
建設業（経営者）	・市長選の影響で様々な計画の先延ばし、変更の可能性もあるが、大きな変化はない。			
建設業（総務担当）	・仕事を取るためには施工経験が必要で、施工経験を得るためには仕事を取る必要があるといったジレンマの状態であり、なかなか好調と言える状態にならない。			
輸送業（総務担当）	・今後扱うことになる農産物が順調に推移する。			

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信業（営業担当）	・景気浮揚への対応に具体的な取組がみえず、円高や欧州の信用不安は結果的に国内企業へ間接的に影響する。
		不動産業（総務担当）	・賃貸物件の需要時期ではないので秋口まではほぼ横ばいで推移する。
	やや悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・良くなる材料がなく節電節約等がさらに加速する。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・材料費の高騰や原油割高感等による海外進出による国内生産空洞化や国内受注単価の引き下げによる工場稼働率の低下、雇用の自粛などで景気に影響が出てくる。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・製造委託を受けていた商品の受注減により景気は悪化する。
		金融業（営業担当）	・多くの経営者にとって売上改善は大きな課題であるが、実現している企業は少ない。経営者との話でも、社会全体の雰囲気を受注が左右される面が大きいとのことである。欧州の動向、消費税問題等の不透明さが増しており、消費活性化に悲観的な経営者は多く、今後3か月でやや景気は悪くなる。
		会計事務所（職員）	・事業者全般が沈滞ムードになっていて覇気に欠ける。先行きの見通しができなと感じており、経費面での削減も限界で成り行きに任せるしかない状態になる。
	悪くなる	その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・ギリシャ財政危機が全世界の経済を不安定にしており、原油価格の上昇や電力などの各種公共料金の値上げも景気に影響する。
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（支社長）	・法改正に関して方向性が定まり、敬遠されていた派遣での需要が改めて出てくる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・求人の動きが活発であり、今後景気が良くなる兆しである。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・今夏の電力・経済情勢の不安定さを踏まえ、求人活動に積極的でない企業が多いため、上向きにはならないが、現状でマイナスになる要因もない。
		人材派遣会社（営業担当）	・当地域の主要製造業からの求人が期待できない状況であり、それを医療・福祉業界やサービス・小売業などの需要がおう盛な分野でいかに補いマッチングしていけるかが鍵である。
		求人情報誌製作会社（サイト運営担当）	・中途求人数の変化がない。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・今後夏場を迎え、特に企業の景気が上向くような外部的な要因があるわけではなく、新卒、中途採用を含め正社員採用には引き続き厳しい目での採用活動を継続していく企業が多くなる。
		求人情報誌製作会社（採用支援担当）	・企業の業績が大幅に良くなっているわけではなく、リーマンショック以降に採用を抑えてきたことが現在の求人数の回復の理由であるため、このまま採用の増加が続くことはない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・人口減少が加速されて消費動向も鈍く、上向く材料がない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・東日本大震災の影響を大きく受けた昨年の同時期に比べ景況は改善傾向にあるが、円高や原油高などにより、依然厳しい状況に変わりがない。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・慢性的な人手不足の医療・介護分野の職種、飲食店の調理等などの求人意欲は引き続き高いが、製造業の求人意欲は低い状態が続く。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・当地域で5月末にシリコン製造工場閉鎖のため500人規模の大量の解雇者が出るので、新規求人が増加しても求人倍率は減少する。
		民間職業紹介機関（職員）	・相変わらず不安定な情勢であることから、新規採用含め雇用の維持は図れても、景気を底上げできるほどのものが出てこない限り上向くことはない。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・東南アジアを中心に海外での企業進出の動向は活発化すると思われるが、国内での新たな動きがみられない。
	学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・特に目立った大きな動きがない。	
	その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	・大手電機メーカーのリストラによる大量離職の発生以後、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む。	
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・欧州の状況や政治の不透明感などから景気は変わらない。

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
	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	乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金の締切りは、7月から8月になると思われる、前回同様、かなりの駆け込み需要が見込まれる。	
		乗用車販売店（役員）	・ハイブリッド車の受注が思いのほか良く、エコカー補助金終了まではこの状況が続いていくと思う。	
	やや良くなる	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・気温が上昇して、ビールやその他飲料の需要が伸びることを期待したい。	
		スーパー（店長）	・野菜の高値安定もあり、順調に推移すると予想する。	
		家電量販店（営業担当）	・エアコンの需要時期を迎えるが、買い控えは解消されていない。不安材料も多く、期待通りには望めそうにない。	
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・暑くなるごとにビールやソフトドリンクなどの飲み物がよく売れて、売上も上昇する。	
		タクシー運転手	・晴天が続く7月、8月は、人の出も良くなり、やや良くなると判断する。	
		通信会社（営業担当）	・新商品の発売に期待したい。	
		競艇場（職員）	・7月後半の新スタンドオープンにより、来店客数、売上高の増加が期待される。	
		設計事務所（所長）	・まちの中心部で民間の都市開発が出てきた。	
		変わらない	商店街（代表者）	・商店街内の大型店撤退跡地の開発計画も発表になり、明るい話題もある。景気は現状のまま推移すると予想する。
			商店街（事務局長）	・新たな商業施設の開店による景気は、今後は落ち着いてくることになると思われる。
	一般小売店〔酒〕（販売担当）		・好転する要素が無く、耐えしのぐしかない。し好品は節約の対象なので、生活に余裕が出るのは随分先になるだろう。	
	スーパー（店長）		・景気が良くなる要因が見つからない。ただ、ガソリンの価格上昇も落ち着きつつあることから、それ程食品の購買力が落ちるといったことはないと思われる。	
	スーパー（店長）		・節電関連の需要は出てくるが、当店への影響は薄い。もっとも、電気料金値上げの懸念から家計の節約志向が強まると思われる。	
	スーパー（企画担当）		・昨年は放射能問題などで東北産の商品が売上が極端に落ちた。今年は信頼回復とまではいえないものの、回復傾向にあり、売上増加が見込まれる。ただし、前々年並みの伸びは見込めない。	
	スーパー（財務担当）		・しばらくは大きな変動はないものと考えている。	
	コンビニ（店長）		・日頃はお金を使わない、イベント時にも無駄なものは買わない。財布のひもはより固くなってきている。以前はポイントカードに無関心だった層が利用するようになってきている。節約、得したい思いが客から強く感じる。	
	コンビニ（商品担当）		・消費が上向き政策等の好材料がないので、楽観的な展望は抱けない。	
	コンビニ（総務）		・気温や天候にも左右されるが、経済状況が上向き要素がなく、このまま横ばい傾向になると思われる。	
衣料品専門店（経営者）	・郊外大型店の影響が着実に薄れている感じがある。ただ、平日はレディースが特に厳しいところがあり、まだ大きな変化はないと思う。			
衣料品専門店（副店長）	・秋物衣料の立ち上がる頃であるが、当地域は、着用する時期になれば買うという方が多い。			
家電量販店（店長）	・テレビの需要は縮小しており、この状態が今後も続くと思われる。			
家電量販店（店員）	・新モデルへの移行時期にかかり、その分販売数は減少すると思われる。			

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	
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金終了が8月末から9月初旬と予想しており、その間は爆発的な販売を期待しているが、駆け込み需要と補助金終了後の販売の落ち込みが相殺されて、結局のところあまり変わらない。	
		乗用車販売店（営業担当）	・エコカー補助金の駆け込み需要を期待したいが、盛り上がりには欠けている。6月は第1週と第2週目の大規模フェアに期待したい。	
		観光型旅館（経営者）	・東京周辺ではスカイツリーブームに沸いているが、四国には足が向かないと思う。予約状況を見ると、今の状態がしばらく続く。	
		都市型ホテル（経営者）	・現在の予約状況は、昨年とほとんど変わらないが、若干弱含みの部分もある。このまま維持できればと考えているが、悪くなる可能性もある。	
		旅行代理店（支店長）	・夏場の節電対策が旅行需要にどのような影響を与えるか不明であるが、自宅の節電対策で旅行へ出かける客が増加する期待感がある。	
		通信会社（営業担当）	・ボーナス商戦で景気回復に期待したいところであるが、節電対策等を理由に消費全体が落ち込む可能性もあり、容易に判断できない。	
		美容室（経営者）	・夏に向けて電気料金の値上げや節電等で、節約志向がより強くなる。	
		美容室（経営者）	・既存客がほとんどで新規客が少ない。今後も変わらないと思う。	
		住宅販売会社（従業員）	・具体的な商談数があまり増えておらず、受注も大きく変わらない。	
		やや悪くなる		一般小売店〔生花〕（経営者）
一般小売店〔乾物〕（店員）	・増税や政治の混乱など、良くなるイメージが湧かない。			
百貨店（総務担当）	・今夏の節電意識が購買行動にも影響し、不急不要な物の購入を控える傾向が予想される。			
百貨店（営業担当）	・夏に向けた節電の影響と、高額商品が動かなくなってきたことからやや悪くなる。			
スーパー（統括担当）	・支店の統廃合で地域の企業の従業員数が減少しているように感じる。来店客数が減り、しばらく回復しないように思う。			
衣料品専門店（経営者）	・電気料金値上げなどに伴う買い控えのため。			
衣料品専門店（総務担当）	・客単価の減少傾向が顕著に出てきており、今後の売上は厳しくなると予想する。			
住関連専門店（経営者）	・東日本大震災の影響と原子力発電所及び電力不足問題が解決しておらず、販売量が伸びない。			
タクシー運転手	・お遍路さんの仕事もほとんどなくなるから、やや悪くなる。			
通信会社（企画）	・大きな要因もなく、引き続き低下傾向が続くと思われる。			
ゴルフ場（従業員）	・予約状況は、昨年よりも非常に悪い。			
設計事務所（職員）	・公共事業予算は、今年度も減少している。四国は他地域と比べて減少していないものの、競争が激化し、落札率が大きく低下することは必至で、採算性が低下すると予想される。悪くなることは避けられない。			
悪くなる				商店街（代表者）
		一般小売店〔菓子〕（総務担当）	・好況の材料がなく、先行きの不透明感が大きい。	
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金の効果が薄れてきたように感じる。補助金終了までに購入しておこうという客が減少しているように思う。	
企業動向関連	良くなる	電気機械器具製造業（経営者）	・再生可能エネルギーの固定価格買取制度の価格が内示されたので、客からの問い合わせ、また仮注文書で忙しい。	
		やや良くなる	食料品製造業（商品統括）	・欧州財政問題の状況がはっきりし、対策が取られていると思われ、円安方向への為替の安定も進むと予想される。
			繊維工業（経営者）	・タオル関係は高価な商品よりも、魅力的な商品開発をすることで、今後も販売は順調に拡大するものと思われる。

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
		パルプ・紙・紙加工品 製造業（経営者）	・3月から5月までは、前年と比べても、また計画よりも数字を大きく落としているが、これ以上悪くはならないと予想しており、やや良くなる。
		輸送業（営業）	・東日本大震災から1年が経過した現在、四国地方では太平洋沿岸地域において、東海・東南海・南海の連動型地震発生を想定した具体的対策の実施に向けた動きが、自治体や民間企業の間で活発化している。いまだ準備段階ではあるものの、物資の備蓄や被害想定地域からの物件移転等に伴う物流事案についての見積依頼も増えてきたのは良い兆候である。閑散期の夏場は、季節商材の動き如何にかかっており天候次第である。
		金融業（融資担当）	・マンション購入や自家用車購入などの消費活動が活発化しているが、東日本大震災の影響による土地価格下落・株価低迷の環境は変わらず、若干の改善にとどまるものと判断する。
		不動産業（経営者）	・4月頃から広告の反応、あるいは不動産展示会等の集客も多くなってきている。他の同業者からも同じような傾向だと聞いている。
	変わらない	一般機械器具製造業 （経理担当）	・国内においては復興需要が顕在化しつつあるものの、為替次第では海外での受注・販売活動に悪影響を及ぼす可能性がある。
		建設業（経営者）	・公共事業も民間工事も受注に向け努力はしているが、見通しは非常に悪い。
		建設業（総務担当）	・受注競争はますます激化しており、特命受注の場合でさえ、適正利潤を確保するのが難しくなっており、これ以上悪化はしないと思うが、良くもならないと判断する。
		輸送業（経営者）	・良い点と、悪い点が交錯するので、変わらないと思う。
		通信業（部長）	・特に需要を喚起する要因が見当たらない。
		広告代理店（経営者）	・地元資本の得意先は、消費低迷と県外大手資本との競争により依然として広告費削減が続いている。県外大手流通得意先とは四国四県店舗の取引をしているが、全国的な販促見直しから広告費が削減される見込みである。明るい話は、県外大手求人会社との四国エリアの広告取扱が増加している。全体としてはあまり変わらない予想である。
	やや悪くなる	農林水産業（総務担当）	・夏の電力不足、節電による影響で流通業者や末端消費者の買い控えを懸念する。
		電気機械器具製造業 （経理担当）	・受注数量がやや上向きで良くなると見込んでいたが、為替が円高傾向、特にユーロの為替動向が厳しく見受けられる。収益は若干悪化方向と予想する。
		広告代理店（経営者）	・教育関係に関して言えば、個々のビジネスモデルは縮小を前提にしており厳しさを増していくのは間違いない。
		公認会計士	・消費税増税の問題、中小企業金融円滑化法が来年3月に終了することで、返済猶予を受けていた企業がどうなるのか心配して、将来の景気に不安を感じている経営者が多い。
悪くなる	鉄鋼業（総務部長）	・当社への海外向け製品の受注が激減すると予想される。	
	輸送業（支店長）	・荷主サイドによるコスト削減、並びに生産調整の実施、海外シフト計画が発表されたため悪くなる。	
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（営業）	・夏の賞与時期でもあり、消費意欲の向上が期待されること及び季節雇用もあり若干の求人ニーズの高まりも期待されることから、景気はやや改善される。しかし、節電対策がどの様に市場に影響を及ぼすか予測できないところもある。
		求人情報誌製作会社 （従業員）	・夏休みに向けて学生の求人募集が増えてくると予想される。
		民間職業紹介機関（所長）	・多少、景気上向きの傾向が見られる。建設・建築業界では1年先、2年先まで受注がある企業もあり、今後、他の業種への波及効果を期待したい。
		学校〔大学〕（就職担当）	・求人件数は昨年同時期より2割ほど増加しており、内定率も順調に伸びてきている。
	変わらない	求人情報誌（営業）	・欠員補充等の求人はあるが、業務拡大や新規事業対応等、増員のための求人が現状では見込めない。
		職業安定所（職員）	・求人倍率は高水準で推移しているが、求人の過半数を非正規雇用が占めている。
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・労働者派遣法改正などによる影響が懸念される。

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
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・電力供給の状況によって、再度の生産性低下が予想される。また、都市部の企業の残業や操業日数が少なくなって余暇が出来たとしても高速道路料金引下げもない現状では遠隔地までレジャーに来るとも思えず、観光面も難しい。震災復興需要の恩恵に預かる可能性のある企業も県内にはあまり見当たらない。
		職業安定所(職員)	・欧州債務危機の再熱が日本経済に悪影響を及ぼす。
	悪くなる	—	—

10. 九州(地域別調査機関：(財)九州経済調査協会)

(—：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	百貨店(売場担当)	・競合店が前年7月に閉店し、前年の6、7月はバーゲンを仕掛けており厳しかったが、今年はその反動増でかなりの伸びが期待される。今の流れと変わらない伸びを示す。天候がどうなるかが一番危惧されるところであるが、おそらく婦人衣料がけん引し、良い状態で推移する。
		コンビニ(店長)	・ボーナスが出る時期であり、例年通り夏に向けて売上が伸びる。
		コンビニ(エリア担当・店長)	・客の様子をみる限り、このままの気温と天気であれば、客の買物金額は少しずつ伸長する。
		乗用車販売店(総務担当)	・2、3か月先にはエコカー補助金の期限切れが迫り、駆け込み需要で新車販売が今より増加する。
		その他飲食〔居酒屋〕(店長)	・当地の景気はとても良く、今後も1人1人がこのチャンスを逃さないように頑張ることで景気はますます良くなる。
		都市型ホテル(副支配人)	・7、8月の団体の予約は例年より非常に良い。個人のインターネットの予約がこれに続けば、相当良い数字になる。
		旅行代理店(従業員)	・夏休みの旅行申込は出発が非常に早い。7月以降、ハワイ直行便が毎日2便になるため、予約が拡大しており、東京や大阪のテーマパークへの予約も目立つ。
		理容室(経営者)	・季節柄、梅雨が始まり暑くなれば、来店頻度が増え、来客数は増える。
		美容室(店長)	・暑くなり、例年通り来客数は多少多くなる。景気はやや良くなる。
		設計事務所(代表)	・消費税増税前の駆け込み需要があり、景気はやや良くなる。
		住宅販売会社(従業員)	・消費税増税に対する駆け込み需要が見込まれる。
		住宅販売会社(代表)	・消費税増税があり、駆け込み需要によりこれから2年ほどは良くなる。
	変わらない	商店街(代表者)	・前年の東日本大震災以後、自粛されていた人の動きは解放され、消費行動が活発になっている。ただ、これから梅雨や真夏の時期に入ると、人の動きは例年通り少し落ち込む。購買意欲はあるが、購買に対して非常に慎重な姿勢は変わらない。
		商店街(代表者)	・消費税増税は高齢者特に年金生活者の消費行動の妨げとなる。景気が上向き方向には結びつかない。
		商店街(代表者)	・消費税増税案の話も上がっており、先々の景気が全く読めない。近くに新規スーパーが開店し、にぎわっている。そのため我々近隣の商店街ではかなりの客が減退し、売上がかなり下がっている。今後も厳しい状況が続く。
		商店街(代表者)	・将来の見通しや景気予測等は本当に雲を掴む状態で分からない。
		商店街(代表者)	・変わらず厳しさは続く。消費を喚起する政策や施策がなされず、消費の低迷は続く。また、失業者や生活保護受給者の増加に歯止めをかけなければ、消費の増加は望めない。
		商店街(代表者)	・消費税増税や年金の切り下げ、雇用状況の悪化などにより、客は先行きに不安を感じており、消費がかなり抑制されている。景気が悪い状況がこのまま続く。
一般小売店〔鮮魚〕(店員)		・これ以上、売上は下がりようがない。今年がウナギの価格が高いので、注文分しか焼いていないが、単価が高い分、売上は上がる。売れ残りを出さないようにすれば、良くなる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場主任）	・クリアランスセールスタート時期の問題など懸念材料はあるが、気温も今のところ季節なりに上昇しており、売上は3～5月の水準を維持できる。ただ6月以降は電力問題が不透明である。
		百貨店（営業担当）	・ダイレクトメールで粗品提供催事を行うと、来客数が増加した。物産催事の抽選会で他のフロアへの客の誘導に努めたが目的買いが多く、買い回りには到らない。チラシで自分の欲しい物、お得で条件の良い物を購入し、競合他店と当店の使い分けもみられる。今後もこの傾向は継続する。
		百貨店（営業担当）	・夏場は節電関係など夏を涼しく過ごすための機能的な商品は売れるが、高額品やぜいたく品は非常に厳しい状況である。この状況はまだ続く。
		百貨店（営業政策担当）	・海外の金融事情に対する不安や原油、原材料価格の高止まりがあり、国内では電力供給や電気料金に対する不安、中長期的には消費税増税問題など、消費と景気を取り巻く環境は依然厳しい。少なくとも個人消費が本格的に回復する兆しはまだみえない。
		百貨店（企画）	・前年同様に客の節電に関する意識は高くなるが、ファッションを中心にヒット商品となる新たな商品開発がない状況で厳しくなる。
		百貨店（業務担当）	・販売量の動きは堅調なもの、持続性がある動きかどうかは不透明である。節電や消費税増税を心配する客が多く、夏物商戦ならびにギフト商品の動きが改善されるか、先行きは不透明である。
		百貨店（営業統括）	・客単価が上がる気配がない。今後も厳しい状況が続く。
		スーパー（経営者）	・景気が回復するような話題がなく、厳しい状況が続く。
		スーパー（店長）	・回復の兆しはあるが、一進一退がずっと続いている。この傾向が今後も続く。
		スーパー（店長）	・来客数が若干は増えるが、夏場のヒット商品がなければ、現状からは変わらない状況にある。
		スーパー（店長）	・現状のところ消費動向が上向きような明るい材料が見当たらない。それにも増して先行きの不透明感は強く、雇用の問題や夏の節電問題など消費回復の兆しはない。
		スーパー（総務担当）	・夏場に売上拡大を担う暑さ対策の関連グッズの出足が今一つで、前年ほどの売上は期待できそうにない。競合の出店も続き、狭い商圏で価格競争による客の奪い合いが続く。
		スーパー（経理担当）	・食品の放射能汚染問題で落ち込んだ牛肉が回復すると予想されるが、電力問題や節約志向から消費全体に及ぼす影響は大きい。
		スーパー（業務担当）	・放射能汚染や景気対策の不備などの諸課題は相変わらず改善されず、一般消費者の可処分所得も上昇傾向にない。安全安心な消費生活をイメージできないといった客の声は依然として根強い。今後も今の状況と変わらない。
		スーパー（売場担当）	・来客数は少し増えているが、売上は変わらない。1品単価は下がり、買上点数はほぼ変わらない。今後もこの状況が続く。
		コンビニ（経営者）	・円高等の影響によって消費マインドは冷え込んでいる。良くなる要素は何もなく、今後も厳しい状況が続く。
		コンビニ（販売促進担当）	・最近の朝食は米よりもパン食が普及しているなか、食パンの売上は増加している。ただ単価が低く、売上の伸びにはあまり期待できない。今後も現状と変わらず、ほぼ横ばいで推移する。
		衣料品専門店（店長）	・商店街アーケードの撤去工事中につき来街者が少ない。今後も厳しい状況が続く。
		衣料品専門店（店員）	・夏のセールのスタート時期が例年と違うので、売行き予測がつけにくい。出遅れると売上はとりにくい。
		衣料品専門店（取締役）	・今年は電力不足と言われており、それに対してひんやり感があるような素材の物が色々出ている。ヒット商品は動きがあるものの、全体的な売上は伸びない。衣料品については、秋物が立ち上がる時期であるが、暑さが続く厳しい月であり、動きは鈍い。全く先が分からない。
		衣料品専門店（総務担当）	・景気は最悪の時期に比べるとある程度改善している。この先、景気はこれ以上良くも悪くもならない。
		衣料品専門店（チーフ）	・クールビズ関連の商品はすでに動きがかなり鈍っている。単品買いの客も多く見受けられ、単価が減少している。景気はあまり変わらない状況が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（店員）	・アナログ停波以降、テレビが売れてなくなっている。しばらくずっと悪い状態が続く。
		家電量販店（店員）	・全く先がみえない状況である。ロンドンオリンピック開催まで日にちが迫ってきたが、薄型テレビの販売量が前年の5分の1程度になっている。それが足を引っ張り、売上は伸びないという状況が続いている。また消費税増税問題もあり、厳しい状況が続く。
		乗用車販売店（代表）	・良くなる要素が見当たらない。今後も厳しい状況が続く。
		乗用車販売店（販売担当）	・エコカー補助金により、販売量は増え、3か月はこの状況が続く。ただその予算にも限度があり、買換え需要が増えているわけではないので景気が良いという訳ではない。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・ここ1、2か月の売上の見込みは横ばいの状況になる。ただし3か月先になると夏場のコーヒー需要、特に冷たい飲料系が出るため、例年通り売上は増加する。また、中元シーズンも同時に始まり、コーヒー以外のギフトの売上が期待できる。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・消費税増税に対する懸念や政治の混乱などがあり、消費動向は厳しい状況が続く。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・消費税増税問題があり、客の節約志向は引き続き継続している。必要なサービスは購入するが、必ずしも必要でないサービスは控える様子がうかがえる。今後もこの状況が続く。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・格安航空会社の就航で空港利用客が増えているが、空港利用以外の客の集客に努力が足りず、売上は増えていない。
		高級レストラン（専務）	・当地は九州新幹線全線開業に伴い、景気は落ち込んでいない。東北方面よりは南九州方面へ来ている客が多い。ただ、次第に少なくなっている。
		高級レストラン（支配人）	・日々の来客数の浮き沈みをみる限り、数か月先、景気は良くなる見込みはない。
		スナック（経営者）	・街の雰囲気をもても活気がなく、通りも閑散としている。明るい材料がなく、先行きは厳しい。
		観光ホテル（総務）	・雇用情勢が回復し、所得も改善しているが、個人消費は拡大しているようには感じられない。今後もこのままの状況が続く。
		観光型ホテル（スタッフ）	・予約時期が以前に比べ遅くなっており、先がなかなか読めない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・大規模集客施設のため、夏場の節電がどう影響するかが読めない。
		旅行代理店（企画）	・オリンピックにより応援や観戦需要などで良い状況は続く。ただユーロ危機や円高が進むことによる企業の業績悪化など、間接的に旅行業界への影響が懸念される。
		タクシー運転手	・全体的にみて何か良くなるような要素はないので、現状のまま推移する。
		タクシー運転手	・相変わらず客の動きは良くない。ここにきて県内でも大手の建築会社がつぶれるなど、先行きが不安定な状態である。
		通信会社（管理担当）	・景気が回復しても、身の回りに影響するわけではない。今後も現状のまま推移する。
		通信会社（企画担当）	・ボーナス商戦による販売拡大は見込めるが、大きな販売基調が変化する要因が見当たらない。
		通信会社（営業担当）	・国会においても消費税増税を含め抜本的な改革がなされない。このような状況下で客の様子をみてもいつまでたっても景気が良くなるような話はなく、今後もこの状況が続く。
		ゴルフ場（支配人）	・3か月先の入場者数の増減は、梅雨期間の長短にかかっている。長期予報では、降雨は平年並みとなっているが、温暖化現象により、年々天候の変化が大きく、ゴルフ場にとっては懸念事項である。
		競馬場（職員）	・あまりかんばしくない状況が長期間継続しており、上昇する要因も見当たらない。今後も同様に推移する。
		美容室（経営者）	・何もしないと売上はどんどん悪くなり、客も安い物を求める傾向を強めている。材料費はどんどん高くなっているが、広告を出し、どうにかしのいでいる。今後もこの状況に変化はない。
		その他サービスの動向を把握できる者〔介護サービス〕（管理担当）	・介護報酬改定の影響は少なかったが、まだまだ先行きが不透明であり、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
やや悪くなる		音楽教室（管理担当）	・これからの時期は子供の入れ替わりの時期もなく、転勤族も落ち着いており、大きな変動はない。
		設計事務所（所長）	・案件数が少ない状態が続いており、今後も景気は良くない状態がずっと続く。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・購買力に直接プラスになるようなニュースがほとんどなく、ユーロ安などで大騒ぎしており、客の心理にかなり影響している。今後もかなり厳しい状態が続く。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・暑い時期に入ると高級緑茶の販売量は半減する。価格が安い麦茶などの販売が中心となり、例年通り売上は伸びない。
		百貨店（総務担当）	・原油高や消費税増税問題など先行きの不透明感から、夏のボーナスは消費に回らず、貯蓄に回すというような風潮が強い。
		百貨店（販売促進担当）	・売上に占める割合が高い中元シーズンだが、売上や来客数は共に年々減っており、全体の売上にも影響がある。
		スーパー（店長）	・客の会話内容から、家計支出を緊縮しようとする傾向がうかがえる。先行きは明るくない。
		スーパー（店長）	・競合店対策でチラシ等を準備しているが、商圈内にあと1店舗できる。競合店の出店ラッシュで客の奪い合いが続き、先行きは厳しくなる。
		スーパー（店長）	・前年クールビズ関連商品や節電対策商品、クールエコ商品などが相当売れていた。今年は前年に購入していることも踏まえ、前年ほどの大きな消費を取り込むのは少し厳しい。
		コンビニ（エリア担当）	・今後も大手コンビニエンスストアチェーンの大量出店が決まっており、厳しい状況は続く。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税問題により消費者の購買意欲はかなり減り、今後も厳しい状況が続く。
		住関連専門店（経営者）	・景気の先行きが見えないなか、社会保障や消費税増税問題に消費者は理解を示しているが、実際消費税が上がれば置き家具の買換えなどの出費は控えられる。今後は厳しくなる。
		その他専門店〔書籍〕（地区支配人）	・業績が一向に回復しない。特に我々の業界はアナログ販売が主体であり、ネットやスマートフォンによる情報獲得手法を消費者が優先して使用する頻度が高くなれば売上は悪くなる。図書館との競争もあり、予断を許さない。全分野が不振というわけではないため、伸びている部分に力を入れて販売を伸ばす必要がある。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	・節電の影響で節電関連商材は動くが、全体的に消費は停滞する。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（支配人）	・原子力発電所停止による節電や異常気象が不安感を醸成する。更なる節約や自己防衛感の高まりにより、消費低迷が懸念される。
		高級レストラン（経営者）	・6月の予約状況をみてもまだ伸びが悪い。5月よりはまだ良いが、例年の6月に比べると少し動きが鈍い。
		タクシー運転手	・客の様子などをみると、今夏のタクシー利用は昼は悪く、夜もあまり期待できない。
		タクシー運転手	・今度の夏のボーナスは前年度と比べるとかなり悪く、その分、財布のひもは固くなり、かなり厳しい。
		通信会社（総務局）	・前年の反動減に加え、円高や電気料金の値上げ、消費税増税などマイナス要因ばかり先行し、個人消費は今以上に冷え込む。
		通信会社（業務担当）	・6月は例年、新商品発表とキャンペーンの月となり、販売は伸びるが、今年は新商品発売の遅延も懸念されるため、需要は少し落ちる。
ゴルフ場（従業員）	・今月まではゴールデンウィークもあり、県外客やインバウンドで台湾からの客など好調を維持できたが、夏場の動きは予約数も鈍く、厳しくなる。東京スカイツリーの開業もあり、観光の目が中央に向いており、夏場は苦戦する。		
競輪場（職員）	・電力供給問題の影響があり、景気はやや悪くなる。		
美容室（店長）	・ヨーロッパの政治、経済が安定しておらず、消費動向にも影響する。先行きの景気はやや悪くなる。		
住宅販売会社（従業員）	・円高に加え、技術力や生産力の国際競争力がなくなっており、厳しい状況が続いている。経済復興に対する政府の指針が不透明であり、株安やデフレなどの対策をしないと景気は好転しない。		

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
	悪くなる	商店街（代表者）	・前年度の販売数量は6、7、8月は下降をたどっており、今年も今以上に悪くなる。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・夏場は例年通り花の需要があまり見込めず、今よりもかなり厳しくなる。
		百貨店（営業担当）	・消費マインドが大きく低下している。その他株価の問題や原発の問題、電力の問題、消費税増税問題などがある。諸問題がクリアにならない限り、消費者はどのような生活設計を立ててよいか分からない。そのなか、消費は上向かない。今後も厳しい状況が続く。
		スーパー（総務担当）	・近隣マーケットに新規同業種の参入が相次ぎ、規模も大規模な状況となっているため、今後の来客数維持や業績獲得は厳しい状況となる。今後は来客数の維持に欠かせない集客装置が必要となるが、コスト支出に耐えうる資本力が必要である。体力を超えた競争を避ける以外に生き残る方法がない。
		衣料品専門店（店長）	・大型店やチェーン店、全国規模の店が増える。衣料品店だけでなく小型店は厳しくなる。
企業 動向 関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・新車生産開始に伴い生産量が大幅に増加し、従業員も15%増員する計画がある。
		金融業（得意先担当）	・代表者の景況感に対する話では、依然として楽観視していないことが多い。ただ、足元では融資の条件変更の相談や申込が大きく減少しており、良くなる。
	やや良くなる	農林水産業（経営者）	・6月は梅雨入りで厳しい時期であるが、7、8月はビールの消費にあわせて焼き鳥など居酒屋向けや量販店向けの動向に少しは期待できる。輸入については若干抑制されているが、国内生産は供給過剰の状態にあり、鶏に関しては昨年のような消費が期待できるか不安なところである。
		食料品製造業（経営者）	・通常は端境期で生産が減少する時期であるが、新商品の生産開始予定があり、仕事量が安定する。
		家具製造業（従業員）	・復興需要に対する期待は大変高く、それに伴い商業施設や住宅、マンションなどの新設が多くなっている。総体的には前年度より新規物件が多く、家具の売上も10%程度は伸びている。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・計画停電等で電力に関するインフラについての地図需要が予測される。
		精密機械器具製造業（従業員）	・6月から急激な増産計画がある。7月は増産に対応し、派遣社員の雇い入れも計画中である。
		建設業（社員）	・発注予定が出され、営業の動きやすい時期であり、2、3か月後は良くなる。前年比3%減の公共工事費となっており、競争は激化するが良くなる。
		通信業（職員）	・省エネルギー関連の需要が増えており、今後、受注量が若干回復する。
		変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）
鉄鋼業（経営者）	・住宅着工戸数や床面積など建築指標の数字は前年同月を上回っており、回復しているようにみえるが、実際の受注量や価格、出荷量などには反映されておらず、回復しているという実感はない。また、これまで建築需要の下支えになっていた病院の移転改築や増築がピークアウトした感があり、先行きの建築需要が不透明である。		
一般機械器具製造業（経営者）	・機械部品加工の引き合いはほぼ横ばいとなっている。設備関係の引き合いも3か月前と同じ程度で、特に目立った傾向はみられない。		
一般機械器具製造業（経営者）	・受注元の動きが非常に悪く、先行きは不透明である。		
電気機械器具製造業（経営者）	・半導体関連の大規模集積回路は不透明さが増しており、実際に受注に繋がる線が非常に薄くなっている。今後どう対応するか、良く検討する必要がある。		
輸送業（従業員）	・今後、景気が良くなる要因はなく、身の回りでは大手の合併の話なども何件か挙がっている。業界の淘汰が更に進む。		
輸送業（総務）	・暑くなれば季節商材の動きは良くなるが、電力問題で人の動きや購買意欲にあまり期待できない。		
金融業（営業）	・取引先の話では、設備投資などの需要はあるが、受注に結び付いておらず、今後は不透明との意見が強い。		
金融業（営業担当）	・建設業を始め受注産業は期末を越え、売上は落ち込む傾向である。現状の低迷状況は続く。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
やや悪くなる		不動産業（従業員）	・賃貸ビル事業の稼働状況は良好で安定しており、今後も継続する。
		新聞社（広告）（担当者）	・今夏は昨年に続いて節電の周知を図る自治体や製造業の出稿が見込まれる。ただ、全体的に広告予算の縮小傾向は変わらず、出稿量は大幅には増えない。
		広告代理店（従業員）	・5月の受注枚数は前年比5%減と前年を大きく下回った。九州新幹線全線開通など特需要素があり、受注量が増加していた前年の反動である。衣料品や家電などの需要がなくなり、活性化しない。車もエコ特典が再開されたが、大きく上昇する兆しがみられない。全体に低調なまま推移する。
		広告代理店（従業員）	・広告の出稿状況を見ると、景気回復の見込みはない。
		経営コンサルタント	・今の状況が続く。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・商品に関する問い合わせ件数に大きな変化はなく、当面景気の浮き沈みはない。
		食料品製造業（経営者）	・先行きは人口減少など業界としてマイナス要因が多々ある。製造業の景気は変わらない。
		食料品製造業（経営者）	・前年比の伸び率が次第に小さくなっている。納入先の主たる客が団体観光客から個人観光客にシフトしつつあり、業績向上に結びつきそうな要因が見当たらない。今後も伸び率の低下傾向が続く。
		金属製品製造業（企画担当）	・欧州債務問題の再燃によるドル安やユーロ安で輸出企業は打撃を受けている。また、今夏は電力不安や株安など悲観的な材料も多い。
		電気機械器具製造業（経営者）	・ここ数か月は仕事量が増えたが、2、3か月先は再びコストダウンと短納期という客の要望が非常に強くなっている。短納期で納めるためには設備が必要になり、コストが余分にかかる。仕事量があと1、2か月先まではみえているが、それから先は非常に不透明な状況となっている。
		建設業（従業員）	・設備投資や個人消費の低迷でまだまだ景気は回復しない。業界では耐震改修や東日本大震災の特需で活性化しているが、当地にはその恩恵はない。たしかに耐震改修はあるが、競合が激しく、なかなか受注に結びつかない。
		輸送業（総務担当）	・円高や節電など消費を抑えるような話題ばかりであり、景気は良くならない。
		通信業（経理担当）	・電力不足により、何にでも控えめという傾向が影響し、景気マインドは更に落ち込む。
		金融業（調査担当）	・欧州問題の深刻化による輸出企業や関連の取引先への影響が心配される。また、円高も心配材料として浮上していることから、景気の減速を懸念している。
悪くなる	経営コンサルタント（代表取締役）	・実際の景気に対してどの程度影響があるのかが未知数であるが、欧州の信用不安から発生した円高がいろんな業態にダメージを与えている。もちろんプラスになるところもあるが、地方都市においては株価も問題の1つであり、海外客の減少や商品が販売しにくくなるといったマイナスの心配をする人が多い。	
	その他サービス業 [物 品リース]（役員）	・エコカー補助金制度の政策効果等により一部業種に改善の兆しがみえるものの、地方における取引先中小企業等の設備需要は低調である。当面は今の状況が続くが、延滞の増加も顕著に現れており、景気の悪化が懸念される。	
悪くなる	経営コンサルタント（社員）	・消費者の買い控えが続いている。今後もこの傾向が続く。	
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	学校 [専門学校]（就職担当）	・現時点では大手を中心とした採用が活発であるが、夏から秋にかけて中小の採用も継続される。欠員を見定めてから採用人数を決めるといった消極的採用から、早めに人員を確保する積極的採用に少しずつ移行している。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・単価が低くなっており、回復は見込めない。今後もこの状況が続く。
		人材派遣会社（社員）	・新聞などの求人欄が増え、企業担当者からお願いするかもしれないという話を聞くことが多い。
		人材派遣会社（社員）	・景気が上向く要素が見当たらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・求人数は順調に伸びているが、企業からは景気が良いという話はあまり聞かない。今後も今の状況が続く。
職業安定所（所長）	・先月同様、雇用状況については大きな動きはなく、横ばいの状態が続く。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・新規求職者は7か月連続で前年を下回って推移しているが、新規求人への伸びは鈍化傾向になっている。今後も現在の状況が続く。
		職業安定所（職業相談）	・新規求人数は増加傾向にあるが、円高が及ぼす県内主要産業への影響が懸念されることから、先行きは不透明である。
		民間職業紹介機関（職員）	・前年の同時期に比べると求人数は1割強増加傾向にあるが、業種についてはサービス業が強くなっている。ただし、若年者層の割合が高く、総合的に雇用状況は悪化している。今後もこの傾向が続く。
		民間職業紹介機関（社員）	・新規に派遣を利用しようという動きがまだみえてこない。改正労働者派遣法の動きを慎重にみている。特に、地方は民間の求人需要は上がっていない。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・リクルートが発表した2013年卒の求人倍率は前年の1.23倍から1.27倍とわずかに上昇している。しかし、求人総数の減少とともに就職希望者数も減少しており、依然として厳選採用が継続する。
	やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・夏の節電が製造業などの工場稼働率にどれ位影響を及ぼすか不透明で、人材派遣などの様子見が続く。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・昨年の震災の影響は少なく、夏のボーナスの影響も大きくはないが、節電による景気後退が心配される。
		民間職業紹介機関（支店長）	・夏の商戦に係った販売職の求人数などの注文が遅く、少ない。厳しい状況が続く。
	悪くなる	人材派遣会社（社員）	・ものづくりの雇用がなく、先行きは暗い。政府の方針として自然エネルギーへの転換に予算と雇用を造る必要がある。

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	コンビニ（経営者）	・商店街が活性化しており、来客数の伸長は続くと思込む。
	やや良くなる	スーパー（企画担当）	・東日本大震災の反動で、今後2～3か月の売上高は増加する見込みである。
		コンビニ（経営者）	・これから夏場に向かって来客数や売上高が期待できる。
		コンビニ（エリア担当）	・今年の夏は例年より暑くなるとの予測と、観光客の戻りで、ある程度の売上は期待できる。飲料を中心とした売上で利益も確保でき、前年に比べて収益内容も良くなるとみられる。夏場で利益を確保して、後半の落ち込みに備えたい。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・来月以降は、前年度を上回る稼働率の見込みである。夏場は今のところ予約受注の動きを見ても前年を上回る調子で推移している。ただやはり、円高基調が相変わらず強いことで海外方面との競合や、スカイツリーの開業に伴う東京旅行の人気急増などがあり、他方面との旅行需要の取り合いは激化する見込みである。
		通信会社（店長）	・今後は夏の新商品の発売時期となるため、現在の好調を維持していけば期待が持てる。
		ゴルフ場（経営者）	・客単価が上昇してきており、この傾向が2、3か月後でも変わらない、あるいはもっと良くなるかもしれないとみている。
		住宅販売会社（総務・企画分野）	・イベント等で顧客が増やせたので、今後追加の情報提供や商談に取り組むことにより、2、3か月後は今月より受注数が増やせると見込む。
	変わらない	百貨店（営業企画）	・改装効果や外国人買物客の推移により、現状を維持できるものと予測している。
		スーパー（販売企画担当）	・新規出店等の影響は、今月は半月間だけであったが、翌月からは月間で影響を受けると考えると、景気の悪さは続いていくとみられる。
		コンビニ（エリア担当）	・県内消費動向は安定しており、現在の状況が継続すると判断する。
		衣料品専門店（経営者）	・今月の前半は前年と比べて良い感じで推移していたが、後半は来客数も減少傾向になり、売上也伸び悩んでいる。これからのこのような状況が続くとみられる。
		家電量販店（総務担当）	・7月までは前年の地上デジタル放送への切替えの反動で、売上は厳しい。
	その他専門店〔楽器〕（経営者）	・夏休みまでは客の動きは期待できない。梅雨明け後と夏場のイベントに期待したい。	

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
		その他専門店〔書籍〕(店長)	・今年に入ってから前年の売上をクリアできたのは今月だけであり、期待こそすれど、まだ予断を許さない状況には変わらない。
		住宅販売会社(代表取締役)	・まだ景気の先行きに対しての不安感があり、消費を手控える傾向に変化が感じられない。
	やや悪くなる	その他飲食〔居酒屋〕(経営者)	・いろんな挑戦をしてはいるが、低価格、食べ放題が当たり前になっていて、なかなかヒットが出ない上に、仕入れ価格がじわりじわり上がってきている。
		観光名所(職員)	・特に東京スカイツリーのような他地域への旅行や、また円高の影響で海外旅行にシフトする。
		悪くなる	商店街(代表者)
企業動向 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	建設業(経営者)	・住宅相談のための来客数が増加している。
		輸送業(本社事業本部)	・夏物商戦に向けて各家電量販店、スーパーマーケットの物量増が期待でき、更にコンビニにおいても出店計画等により、取扱物量の増加が見込める。
	変わらない	広告代理店(営業担当)	・一括交付金によるソフト事業の強化に期待している。ただし、県外大手企業の参入によって県外へ予算が流出する可能性を不安視する声もある。
		窯業・土石製品製造業(経営者)	・工事着工の延期等で、横ばいの見通しである。
		輸送業(代表者)	・架橋や空港等の大型物件は終わりを迎えるが、小中学校や病院などの建て替えがあり、今年度までは大きな変動は無いとみられる。
	やや悪くなる	コピーサービス業(営業担当)	・契約規模の拡大の情報はあるが、契約単価は安価で景気に影響するような案件ではない。現状を維持する程度の仕事は確保しやすい状況にあるとみられる。
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)	・コールセンターやIT関連企業を中心に、企業の求人意欲は堅調である。即就業といった案件や、良い人材を求めて1~2か月後にスタートという案件もあり、期待が持てる。
		学校〔専門学校〕(就職担当)	・東日本大震災の影響から、企業データの分散化を図る必要があるとの理由で事業所を移設してきた企業が複数社ある。時流に乗っている企業が進出してきたことと、学生のニーズにあった職種での雇用が創出されたことは良い傾向である。
	変わらない	求人情報誌製作会社(営業担当)	・県外からの求人数が増加していない。
	やや悪くなる	—	—
	悪くなる	—	—