

・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	衣料品専門店（店員）	・3月上旬に札幌駅前に衣料店の新規オープンが多数あるので、その相乗効果に期待したい。来客数の増加により売上も向上するのではないと思われる。
		家電量販店（地区統括部）	・3か月後はシングル需要が期待されるなど、好材料があることに加えて、当社では50周年を迎えるため、積極的な販促活動に転じる予定であり、十分に需要を喚起できると思われる。
		一般レストラン（スタッフ）	・単価の下げ止まりがみられる。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅業界は非常に厳しい閉塞的な状況にあるが、今後の税制改革等に大きな期待をしている。
	変わらない	商店街（代表者）	・駅前開発に伴い、これから2か月先はかなり来客数が増えると思われるが、一定の時期に集中するため、自店の立地条件を考えると、その翌月は厳しい状況になると思われる。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・引き続き客数、客単価が横ばい状態で推移しているため、2、3か月もこのまま続くのではないかとと思われる。
		一般小売店〔土産〕（店員）	・客数はそれほど減少していないが、消費マインドが大変低いために購買につながらないと思う。
		百貨店（売場主任）	・依然として高額商品が売れず、単品で購入する客が多い状況が続いている。
		百貨店（売場主任）	・春のトレンドを意識した商品が入荷してきており、いつもより早く展開しているが、依然として冬物同様買い控えがある。また入・進学のマザーニーズ対応商品も動きが例年より遅い。
		スーパー（店長）	・大型家電専門店オープン、競合店のリニューアルオープンで客の流出が懸念される。
		スーパー（企画担当）	・2月は雪まつりの開催を控え、消費活動は停滞する可能性が高いと思われるが、3月には札幌駅前に大手百貨店の進出が予定されており、これが消費の起爆剤となるかどうか注目される。
		コンビニ（エリア担当）	・客1人当たりの購入金額が、前年に比べて減少している傾向が続いている。
		コンビニ（エリア担当）	・客単価の減少や競合店の動きなどから、販促促進回数が増加しても変化がない。
		衣料品専門店（店長）	・消費税の引き上げなどの消費者に直接関わってくる話題などで買い渋りが進むと思われる。
		家電量販店（経営者）	・客のふところ具合はかなりきつく、財布のひもは堅い。客単価アップを目指して努力しているが非常に難しく、春になってどういう方向になるかももう少し様子を見たいが、3か月先も今とはさほど変わらないと思われる。
		家電量販店（店長）	・3月は新生活需要で多少持ち直すことと、官公庁や一般企業の年度末需要が見込めるが、本来の消費者の購買意欲は高まっていない。また、家電製品にも目玉商品、ヒット商品が特でない時期である。
		乗用車販売店（従業員）	・同業他社をみても日々の動き、客の動きが悪く、良くなる要素は全くない。また、新型車が出て販売の動きが鈍い。
		住関連専門店（経営者）	・今月はバーゲン月だったため、その反動が懸念される。
		住関連専門店（営業担当）	・販促媒体を強化して集客化アップを図っているが効果が出ておらず、来客数も前年を下回っている。
		高級レストラン（スタッフ）	・客単価は今後とも低下すると思われるため、総販売量アップを図る対策を講じるとともに、経費の見直しを行っていかなければならない。
		高級レストラン（スタッフ）	・3月の予約状況は割とよいが、4月の選挙でディナーの客足が遠のくことが見込まれる。

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
		観光型ホテル（経営者）	・これから、北海道は冬のシーズン真っ盛りになり、雪まつり等のイベントに來道客は増加するが、これらの來道客に対して、余計なものに対する支出は多くは望めない。現在の景気は、春まで続くと思われる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・道内向け観光客の増加が期待できるが、一方でアメリカのイラク攻撃の懸念があり、それがどう影響するか判断できず、相殺として変わらないものと思う。
		旅行代理店（従業員）	・冬休みの旅行が一段落し、春先の受注に期待がかかるが、現状から爆発的な勢いは出ないと思われる。
		タクシー運転手	・全く先行きが見通せるような状況ではないので、景気の悪い状況が当分続くと思われる。
		観光名所（役員）	・現状以上の伸びは期待しがたい。
		美容室（経営者）	・來客数、単価ともにほとんど変化がなく、明るい兆しは見えない。
		設計事務所（所長）	・業界全体としての景気を左右するような材料は見当たらない。
		住宅販売会社（従業員）	・今の客層の動きをみると、物価が下落したことを実感する。今後も販売量が伸びない状態が続くと思われる。この状態を脱却するような要素がないため、状況は変わらない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・「インフレ」「年金」「雇用」「融資」など身近な問題に不安を感じ生活している現状に加えて、春は統一選挙や決算期があるため、消費は依然としてやや弱めに推移する。
		コンビニ（エリア担当）	・高単価商品が売れない代わりに、販促商品などの価格の低い商品の動きが顕著になっている。今後、さらにその傾向が強くなるとと思われる。
		衣料品専門店（店長）	・これから2、3か月後には国政選挙、地方選挙など選挙を多く控えているが、選挙のある年は売上が非常に悪くなるという傾向にあるため心配している。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・風邪、インフルエンザなどプラスの要因を除外すると、まだまだ不安定な動向である。
		一般レストラン（スタッフ）	・不景気の世の中がまだ続き、消費者の目が本当の価値のあるものに向けられるため、外食業界でも勝ち組、負け組の差がはっきりすると思われる。
		旅行代理店（従業員）	・海外旅行や遠距離の国内旅行から、道内の温泉宿泊など、単価の安い商品にシフトしているので、販売額の伸びが全く期待できない。
		旅行代理店（従業員）	・国内旅行、海外旅行とも、先の受注動向に回復の兆しがない。
	悪くなる	百貨店（販売促進担当）	・個人所得の減少により、家庭での需要は本当に必要なものだけを買うため、販売点数、客単価ともに減少の傾向は引き続くと思われる。また、ギフトも所得にあわせて、一戸当りでは点数、金額ともに減少しており、先の見通しは立たない。
		スーパー（店長）	・デフレ継続は間違いないという判断のもと、商品単価はさらに下がり、それにより総合的な客単価の低下につながる。
		スーパー（店長）	・将来に対する生活不安が増大する傾向にあり、消費支出は減少傾向になるとと思われる。最近の株安、失業率の増加、大手銀行の経営悪化に伴う連鎖倒産の懸念など、消費マインドへのマイナス要因が増加する傾向にあり、政府の大胆な政策への取組がない限り、現状の景況感は改善にならないと思われる。
		コンビニ（エリア担当）	・倒産件数は減少してきているが、依然としてボーナスや給与の減少が続いており、客の収入も減少してきている。収入の減少はしばらく続くと思われ、客の消費行動にも大きく影響してくると思われる。
		スナック（経営者）	・景気が底をついたという話が出ているが、社交場である飲食店街はもっとも悪くなると思われる。今後、リピーター客が少なくなり、常連客がいなくなれば、当然淘汰されていくこともあり、規模を縮小して営業していくことも考えなければならないと思われる。
		旅行代理店（従業員）	・來客数が減って売上が落ちていることに加えて、近くにある百貨店が8月に閉鎖になるため、人の流れが変わってくると思われる。
		美容室（経営者）	・同業者や商店街の店舗の売上が一様に昨年より悪い状況になっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	家具製造業（経営者）	・昨年8月以降の受注量を各月、前年同月対比でみると、下げ止まりから多少上向きに転ずる気配が感じられる。
		建設業（経営者）	・3月から公共工事の発注が始まるため、実需はまだないがマインドは若干良くなる。
		広告代理店（従業員）	・札幌駅南口商業施設の3月初旬の開業に伴い、広告出稿関連が少し動きを見せている。良い意味で、消費動向にもかなり影響が出ると思われる。
	変わらない	輸送業（営業担当）	・期待の持てる材料がない。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・金融機関の金利引上、諸手数料引上などの申し込みがあるとの話を複数で聞いており、明るい話題がない。
		その他非製造業〔機械卸売〕（従業員）	・鋼材出荷価格の値戻しが浸透すれば、関連する生産財価格の是正にも反映されることが期待できる。出荷量の増加が見込まれないだけに期待したい。
	やや悪くなる	食料品製造業（団体役員）	・業界企業の当期稼働状況が前年より悪くなっており、従業員の時短稼働や休日対応が起こっているなど、景気の動向はさらに悪い状況に向かっているとと思われる。
		その他企業〔コンベンション担当〕（従業員）	・今月は前年に比べて良かったが、3か月後の受注量の入りが悪いため、全体として昨年並みではないかと思われる。
	悪くなる	食料品製造業（社員）	・給与の昇給も見通しがなく、さらに一段のリストラが促進され、北海道十勝独特の公共事業の発生減少の傾向など、先行きに対する暗い見通しとなっている。
輸送業（支店長）		・輸送業界を取り巻くデフレの波は当分おさまりそうもないこと、また新年度に向けた公共工事の見積りや発注に向けた作業も順調に進んでおらず、新年度の第一四半期は企業淘汰を含め、最悪の状態になるのではないかと心配している。	
その他サービス業〔システムハウス〕（経営者）		・4月以降の案件が全くみえない。取引先や同業他社の話を聞いても同様である。	
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	-	-
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・企業経営者および消費者の心理がここまで冷え込んでいる状況では良くなる見通しが立たない。土木業者を始めとして経営者は2、3月の資金繰りの不安を強く持っており、労働者は倒産の不安を抱えている状況である。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・求人の良いのは先月の傾向と変わらないが、短期的な原因であり、3か月先も同じように良いとは思えない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・正社員数が相対的に減少し続けており、臨時採用要素の求人が増える傾向に歯止めがかからない状況である。これらから判断して景気の先行きが見えない状況である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・農業は良いが、その他の業種には明るい話題が少ない。特に土建関係は今後一層、公共工事が削減されることに危機感を抱いているほか、住宅産業も新規着工件数の減少に伴う価格競争で収益を大幅に落としており、信用不安説が流れる企業が多くなっている。
		職業安定所（職員）	・新規求職者の減少は今後もみられず、就職件数は前年と変わりなく推移してくとと思われる。
		職業安定所（職員）	・建設業および関連産業が工事完了により、事業を縮小していることから、雇用需要が見込まれない。また、建設業においては、受注量の減少により、通年雇用していた従業員を解雇する事例が散見された。
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・今後も求人件数が増加していくと予想されるのは、裾野が広がりつつある医療、介護系だけで、他の業種に関しては明るい材料がほとんどない。

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	職業安定所（職員）	・建設業、サービス業を中心に事業主都合の解雇が止まらず、求人倍率も低下傾向にある。

## 2. 東北（地域別調査機関：（財）東北開発研究センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
家計 動向 関連	良くなる やや良くなる	-	-	
		スーパー（店長）	・競合出店も一段落し、競争によるディスカウント価格も底値になっている。これまで売上に大きく影響を与えてきた一品単価の低下が解消され、前年並みになる。このままで行けば、なんとか前年並みを維持できる。	
		衣料品専門店（店長）	・顧客向けのマーケット、マーチャンダイジングをしている店はしっかり客を確保しているの、当店も顧客向けのセールを実施すれば客は戻ってくる。	
		衣料品専門店（店長）	・隙間を狙った商品、タンス在庫に無い商品の提案が受け入れられ、今後の商品構成の目処がついた。	
		乗用車販売店（経営者）	・販売後のアフターケアに実施しているDMが、来客頻度向上に効果を発揮している。	
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・1月に抑えられた需要の反動や、4月からの低排ガス車の優遇税制改正などの動きがあり、駆込み需要が予想されるため、一時的に景気が良くなる。	
	変わらない	変わらない	住宅販売会社（経営者）	・少なくとも、新年度に向け、各企業共新入社員が入ったりでユニフォームの切り換えがあると期待している。全体的に新入社員が減少してはいても、ユニフォームは長持ちするものでもないの、切り換えが必ず来る。
			商店街（代表者）	・展示場来場者数は減少しているが、出店ごとの地域格差があり、全体的には悪くはない。あとは営業力の発揮である。
			商店街（代表者）	・初売りやバーゲンの反動が出る時期であり、景気は春を迎えるまでは厳寒の状態である。
			百貨店（企画担当）	・忘年会に続き、新年会などの宴会でも、客単価が低く、3千円程度で飲み放題というパターンが多いため、忙しくても利幅が出ない。
			百貨店（広報担当）	・温泉地などの広告を見ても、一泊二食付きで1万円を割り込み、極端な宿では5～8千円という企画が出ている。
			スーパー（店長）	・消費に興行き、体力が無く、前半が良くても後半まで続かない。計画達成に向けこつこつ貯えた実績も、ちょっとした拍子で失ってしまい、予算を下回ってしまうという脆弱な消費構造である。
			スーパー（店長）	・価格消費の流れが終息しつつあり、欲しいものは多少高くても買うが、不要なものは安くても買わないという価値消費の傾向がますます強くなっている。価値消費が強まると、消費者の選択が厳しくなり、その対応を的確にしなければ、大量消費は期待できず、打開策を見出すのは難しい。
			スーパー（店長）	・年末は新幹線の影響で一時的に需要が増えたものの、今月は安価な商品で本当に必要なものでなければ手に取ってくれない状態に戻っている。
			コンビニ（エリア担当）	・商品単価はまだまだ安くなりそうな勢いで、売上維持が難しい状況である。
			乗用車販売店（経営者）	・競合店対策としての価格対応はこれまで以上に続く。客単価低下、客単価前期割れはずっと続く。
			乗用車販売店（経営者）	・コンビニエンスストアにはプライベートブランドが無いため、既存商品の売上がポイントとなるが、現在は目新しいヒット商品が無いため、変わらない。
乗用車販売店（従業員）	・低価格の新型車以外は軒並み大幅な前年割れを起こしており、法人需要も大幅に落ち込んでいる。このような市場実態は当面続く。			
乗用車販売店（従業員）	・新車、中古車に限らず、例年1月から出てくる新卒需要は、内定率が低いためか、成約数が例年より少ない。			
乗用車販売店（従業員）	・季節要因でプラスになるが、従来よりも車輦保有期間が延びており、大きく壊れなければ買い替えには慎重であり、台数の伸びは期待できない。			
乗用車販売店（従業員）	・現金で支払う客が増え、クレジット利用者数と逆転している。			
乗用車販売店（従業員）	・3月は自動車業界は最大の需要期であるが、それでも新型車の売行きが足踏み状態であり、それほど客の様子からも良くなるような雰囲気ではないので、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
		高級レストラン（支配人）	・一般宴会、婚礼予約の件数は月別に増減はあるが、総数では前年並みを確保できているため、基本的には変わらない。 ・宿泊については、現在同日比の予約状況は同じである。 ・レストランについては駅前デパートの改装オープンが4月であり、その時期になれば、カジュアルレストランの売上も回復する。
		一般レストラン（経営者）	・不況によって、当店のような小さなレストランでの結婚式需要の増加が見込まれるため、差し引き変わらない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・昨年、当県では大きな倒産やリストラが相次いだが、もうマイナスの方向ではなくプラスの方向に向かう動きが出てきており、当ホテルでも、販売量が若干上向き、過去3年の比較でも良い。 ・6か月先も見えており、下げ止まっており、ベクトルは上向きつつある。
		遊園地（経営者）	・団体客については、旅行代理店からの問合せが一定程度あるが、基調が変わったかについては判断がつかない。
		設計事務所（経営者）	・客に出しているプランが、決まるとは思うが、いつになるか分からない。 ・変わらないでいて貰わないと、潰れそうである。
		住宅販売会社（従業員）	・決算対策のキャンペーンで、来客数は増加するが、値引やサービス工場の増加も予想されるため、売上利益を確保できるとは思えず、景気は変わらない。
	やや悪くなる	百貨店（売場主任）	・返礼ギフト、新入学、新生活とモチベーション需要がピークとなり、売上を期待したいが、単価、数量などは最低限度のシビアな買い方が主流となる。 ・自家需要対応の商品を買い求める方には、ヒット商品や話題の商品がないと難しい。
		スーパー（経営者）	・松が明けた頃から、買上点数が減少している状態が続いており、悪くなる。
		スーパー（経営者）	・今後を取り巻く状況や、収入に関する項目などが好転する材料は無い。今後具体的な賃金交渉や賃金改定の話が出てくれば、一段と厳しい話ばかりになる。一品単価はますます下落し、収入面経済面での環境は悪化し、消費は更に冷え込む。
		スーパー（店長）	・スーパーセンターを中心とする競合の出店情報があり、客は単価の安い店に流れる。
		スーパー（総務担当）	・年末年始の需要期に、在庫を抱え、予想以上にはけなかった企業が、これから資金の支払い時期になるため、資金ショートが懸念される。
		スーパー（企画担当）	・価格の引下げも限界に近く、チラシでの集客も以前ほどの効果が得られなくなっている。 ・3月には大型競合店の出店が計画されており、回復は極めて厳しい状況である。
		家電量販店（店長）	・良くなる材料が見当たらず、兆しもまったく感じられず、昨年はサッカーワールドカップなどのエポックもあったが、今年はそれも無い。
		乗用車販売店（経営者）	・サービス売上はほぼ前年並みであるが、今年の小雪による板金売上の減少に加え、低価格車指向による車輛売上の減少が見込まれる。
		住関連専門店（経営者）	・今年の春はこれといったファッショントレンドが見当たらないため、新しい需要が見込めない。 ・新卒者の就職難から、スーツ需要も見込めない。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・12月商戦は活発であるが、その後の反動が例年より大きいいため、不安を感じている。
		その他専門店〔靴〕（経営者）	・現在行っている閉店セールが、2月末まで続くため、その後の売上に影響が出る。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・客の動きが買い控えになっており、現場での必需品購入においても鈍くなっている。灯油と冬場商品がなくなる時期で、売上が減少し、粗利益も減少する。
		観光型ホテル（経営者）	・2月以降の予約状況は、組合関連の会合が極端に減少し、1割減である。3月の歓送会の予約はほとんど無く、4月は選挙があり最悪である。 ・辛うじて女性グループの日帰り客は好調である。
		観光型ホテル（スタッフ）	・2、3か月先の予約状況は、去年から毎月、前年比と前月比が低下を続けている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		観光型旅館（経営者）	・節約を基調としながらも、経費をかける時には思い切っ かけようと、今月中旬から3月末までの長期企画を実施して いるが、2か月半という長期であり、追い込みがきつい。 ・地元客が主体のこの時期に、地元景気が厳しく盛り上がり に欠けているのが、先行きの厳しさを感じさせる。	
		観光型旅館（経営者）	・ここ数か月間の予約状況は、週末や休日前日、連休は数か 月前から予約が集中しており、平日は閑散としている。 ・平日の予約のタイミングも2～3日前の直前予約が多く、 売上予想が立てにくい。 ・当日客は減少しており、平日の売上減少は今後も続く。 ・観光温泉地の町作りのために、観光客誘致の企画を行って いるが、増客よりも観光客の減少を食い止めるので精一杯で ある。	
		都市型ホテル（経営 者）	・新年会が一段落し、現在年間の予約見通しを立てている が、昨年の予約状況より1割減少している。 ・市場全体のパイが小さくなっており、各社が生き残りをか けてセールスを展開している。また同業者の新規参入が予定 されており、ますます業界は厳しい状況に追い込まれるた め、経済が良くならない限り、まだまだ厳しい状態が続く。	
		通信会社（営業担当）	・IP電話の普及が、加速的に広まっており、料金的に現状 よりかなりの値下となる。それにより売上が減少し、結果的 に景気は悪くなる。	
		テーマパーク（職員）	・近隣のホテルや旅館を見ても、価格競争が始まっており、 不景気な状況である。	
悪くなる		スーパー（経営者）	・アメリカの動向による石油製品の値上げと先行き不安、ド ラッグストアなどの競合店の出店などにより悪くなる。	
		一般レストラン（経営 者）	・昨年暮れあたりから、社用で使っていた建築会社がまった く来店しなくなった。常連客の来店回数が減少している。	
		その他飲食【そば】 （経営者）	・今年に入ってからの客の話は、事務所の規模を更に縮小す ること、給料や手当てのカットなど厳しい話ばかりである。 周辺のオフィスビルの空室は去年より更に増え、通りにも活 気が無い。	
		タクシー運転手	・乗る人が少ない状況で、タクシー会社は増えている。少な いパイを皆で取り合っているため、この業界はますます悪く なる。	
		通信会社（営業担当）	・IP電話化の流れが、今後ますます早くなり、客単価の低 下が急激に進む。	
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	電気機械器具製造業 （経営者）	・新年度に向けて、試作製品の動きが出てきている。大手企 業がリストラのし過ぎで、自社での設計・製造ができなくな り、開発からの丸投げが増加している。	
		広告代理店（従業員）	・年度末ということもあり、当社の繁忙期に入るが、昨年実 績と比較しても、販売量は15%程度の減であり、喜んでばか りもいられない状況である。	
	変わらない	食料品製造業（経営 者）	・スーパーの棚替に合わせ、春夏向け新商品などの商談時期 に入っているが、どの程度定番採用になるかがポイントであ る。しかし消費の停滞感が強く、多くの期待はできない。	
		食料品製造業（総務担 当）	・酒類の増税に伴い、一時的に荷動きが活発化するが、景気 には悪影響である。	
		一般機械器具製造業 （経理担当）	・自動車部品、携帯電話用部品は好調が続くと見ているが、 アメリカのイラク攻撃が始まれば、その影響が出てくること や、為替相場などの輸出環境が悪化しつつあるという懸念材 料がある。	
		電気機械器具製造業 （企画担当）	・受注量、価格共に低下したままの状態であり、新しい製品 の動きも少なく、先行きの心配の種はある。	
	やや悪くなる	コピーサービス業（経 営者）	・現状より良くなることは、国、自治体、民間大手の予算の 流れから見ても、国の補正予算から見ても考え難く、独立行 政法人化の動きも予算圧縮に向かうため、当社では厳しい状 況が続くと予想している。	
		電気機械器具製造業 （営業担当）	・研究開発投資が具体的成果が出るような形で進んでいな いことが原因で、悪くなる。	
			電気機械器具製造業 （総務担当）	・平成15年度の予算編成中であるが、前半の受注量見通しは 今期よりやや落ちると見ている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		建設業（経営者）	・建設業は、重層下請構造であり、下に行くほど苦しんでいる。 ・工事の減少に伴い、各専門工事業者は仕事量確保のため価格競争に走り、単価が下がり工期も厳しいことを押し付けられ、これらについていけない業者も出てきている。
		輸送業（従業員）	・内需も厳しく、海外展開も苦心の策で行っている中、航空貨物輸送業界各社も最大限のコスト削減努力を続けているが、毎月のように家賃や倉庫料の値上げ交渉が続いている。
		金融業（営業担当）	・企業業績は依然として回復の兆しが見られず、雇用情勢も高校生の就職内定率が低調であるなどと厳しく、こういったマイナス要素は景気全体に重くのしかかってくる。
	悪くなる	繊維工業（総務担当）	・産地生え抜きの企業が破綻し、産地経済が混沌としている。淘汰された後の企業のサバイバルになることは必定であり、中小企業の将来が懸念される。
		建設業（経営者）	・製造関連工場の海外進出や、県、市町村の来年度の建設投資の減少などから、設計事務所やコンサルタントの仕事が減少しており、建築会社の仕事も減る。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・年度末の季節需要もあるかもしれないが、官公庁関連のシステム会社への派遣や、アウトソーシングの相談など数十人単位の話が出てきている。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・ゼネコンや銀行などの決算期を見てから判断するという客が多いため、それまではこのままの状態であるし、良い決算が出るとは思えないので、悪くなる。
		人材派遣会社（社員）	・各企業は、全国的な業務の集約化を図りつつあり、当地での仕事自体が減るか撤退する傾向があり、先々不安はある。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・業種間での格差というよりは、同業者間での勝ち組、負け組が混在しており、一業種で括る事が困難になっている。プラスマイナスでは変わらない。
		職業安定所（職員）	・派遣や請負求人が増加しているが、就業場所が県外で、必ずしも地元雇用に結び付かないものや、欠員補充などが目立ち、状況に変化がみられない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・社員に代る労働力としての派遣利用が一般化し、雇用という面では不安定さを増す。
		職業安定所（職員）	・製造業における生産拠点の海外移転や、その影響によるリストラが収まっておらず、建設業の受注不振、小売業の売上不振が続いており、採用マインドの回復が無いまま、雇用保険適用事業所数、被保険者数共に、毎月減少が続いている。
	悪くなる	アウトソーシング企業（社員）	・今後、良くはならない。当社では市町村の合併により客数が減るということもあり、また合併すると新しい事業に取り組まない傾向があるため、客が減って仕事も減るという状況になる。
		職業安定所（職員）	・不良債権処理に伴い、失業者の増加が懸念される。

### 3. 北関東（地域別調査機関：（財）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	その他専門店〔携帯電話〕（従業員）	・進学、就職者の携帯電話需要が、一番多くなる時期である。加えて、チラシも投入するため、良くなる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・現在準備中の新入生向け体育衣料の販売が、2月から始まり、やや良くなる。
		百貨店（売場主任）	・春物の早期導入を図り、前倒しの結果が出るように努力する。特に、フレッシュズには期待しているので、できる限り早く商品を導入し、チラシを含めてアピールしたい。
		乗用車販売店（営業担当）	・来客数の動きが徐々に活発になってきている。2、3か月後に購入を考えている人が多いので、やや良くなる。
		その他サービス〔自動車整備業〕（事務長）	・車検の戻り年に当たることに加え、3月は納税最終月になっているため、2、3月は若干の車検料が見込める。
		住宅販売会社（経営者）	・来場数が増加しており、具体的な打ち合わせに入っているため、3か月後はやや良くなる。
	変わらない	一般小売店〔精肉〕（経営者）	・たばこや発泡酒の値上がりが決まり、他の物も値上げになるのではと、皆戦々恐々としている。行政の補助がカットされ、元気の出るイベントもできず、悪いままで変わらない。
		百貨店（販売促進担当）	・昨年11月以来、厳しい状況が続いている。単価の低下や春物の動きが悪く、回復の兆しが見えないので、低迷したまま推移する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・この数か月の乗客数は、対前年比95～98%の間で推移しており、客単価は徐々に回復してきている。この春には、近隣に競争店が建つ予定があり、その影響を考えると、全体では変わらない。
		スーパー（販売担当）	・衣料品の春物が、以前と比べてかなり早く動いている。早く春物を展開した企業は良い成績を出し、冬物の在庫を抱えたところは苦戦する。企業間の格差があるが、景気は大きくは変わらない。
		スーパー（副店長）	・売上を維持するのに精一杯である。地域に新規出店の計画が出ており、更に悪くなるか、せいぜい変わらない。
		衣料品専門店（店長）	・旅行、入園、入学の需要シーズンとなるが、持っている服に合わせた単品を購入する客が多く、コーディネートして数点を買う客、スーツを購入する客は少ない。
		乗用車販売店（従業員）	・決算月を迎えるに当たり、大型イベントを企画しているが、例年のような来店、受注実績は望めない。
		乗用車販売店（販売担当）	・毎月、展示会のチラシ、広告等を出しているため、中古車の販売量はコンスタントに見込まれるが、新車販売の見通しは全く立っていない。
		住関連専門店（店長）	・乗客数は多少伸びているが、点数ではあまり大きな伸びがない。
		スナック（経営者）	・12月よりはやや上向きだが、予約の動きなどもあまり良いとは言えず、期待はできない。入出が少なく、厳しい状況は変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・乗客数は増加しているが、イラク問題をはじめとする不安材料から、客は旅行を控えている。
		タクシー運転手	・夜の飲み屋関係が悪くなったが、お年よりの病院通いや交通弱者の利用は変わらずにあるので、このままの状況が続く。
		タクシー運転手	・夜間の利用が見込めないことには上向かない。中高年層の仕事が安定しないと変わらない。
		通信会社（社員）	・同業各社の値下げ競争激化により、月額使用料金は低下傾向にある。携帯電話市場の成熟化に伴い、これまでのような右肩上がりの伸びは、期待できなくなっている。
		観光名所（職員）	・旅館、ホテルの土日祭日の利用は例年並み、平日はかなり落ち込むと見込みである。レストラン関係では、客が安い店に集中し、高級店は閑散とする傾向は、今後も更に強まっていく。
		ゴルフ場（副支配人）	・12、1月に雪の被害で休業する日が何日かあったので、春先は反動で、乗客数が増加する。周囲に更生法等を適用し、料金を下げて営業しているゴルフ場があるため、来場者数が伸びても、低価格化により売上は伸びない。
		住宅販売会社（経営者）	・事務所の撤収の動きは収まってきたが、リストラや異動により、アパートの空室が目立つようになっており、住宅、アパート関係は引き続き厳しい状況下にある。
	やや悪くなる	一般小売店〔青果〕（店長）	・客は、多少価格は高くても、欲しい物を買う。干し芋などは昨年より価格が高いが、売上、点数ともに前年実績をクリアしている。全体としては、商品の動きが悪く、価格も上昇しない。
		百貨店（販売促進担当）	・春のモチベーション関連商材の動きが前年と比べて悪く、苦戦する。
		コンビニ（経営者）	・人口に対するコンビニ店舗数が全国でもベスト5以内の商圏内にあるが、2月前後に同チェーンの店が更にオープンする予定があり、必ず影響を受ける。
		コンビニ（経営者）	・1月末に競合店の出店が予定されている。客の奪い合いで競争が激しくなる。
		乗用車販売店（経営者）	・先行きが不透明な状況は続いている。新社会人の就職難により、販売量は減少していく。
		乗用車販売店（営業担当）	・例年であれば、新社会人向けの商談が出る時期であるが、全くない。商談件数も予定より少なく、今後も厳しい。
		一般レストラン（業務担当）	・2、3月の宴会予約客数が減少している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・歓送迎会シーズンの入り込みが少なく、婚礼の春の入り込みも、あまり芳しくないため、やや悪くなる。
		ゴルフ場（支配人）	・今年は異常ともいえる降雪回数であるが、更に雪による閉鎖が続くと、ゴルフ場のプレーへの意欲が削がれ、予約状況が悪化する。



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
	悪くなる	美容室（経営者）	・知事選、市長選の関係で、来客数がやや増加するが、他に良くなる要因はなく、今後も良くはならない。
		一般小売店〔金物〕（経営者）	・春に大型複合ホームセンターがオープンする予定があり、地元商業者は生き残りの瀬戸際に立たされている。既存の大型店は、地主に地代の値下げを交渉している。今後、大型店同士のサバイバル競争が激化し、地元の商店は今以上に体力を削がれていく。
		衣料品専門店（経営者）	・店舗数が半減した商店街の活気を取り戻すのは難しい。
		衣料品専門店（経営者）	・来客数の減少傾向に歯止めがかからない。周辺大型店も同様で、昨年秋に入替えオープンした百貨店も、食品売場を除いたフロアは、非常に厳しい。
		一般レストラン（経営者）	・例年2～3月は、組合の会議、歓送迎会等の時期であるが、今年は予約状況が悪く、客の様子からも、この先良くなることはない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・通常であれば、月初の予約数が2千～2千6百件、1か月平均5千名前後の客数であるが、予約数が1千名がやっとという状況が続いており、動きが大変鈍くなっている。
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	一般機械器具製造業（経営者）	・受注量が増加傾向にあり、今後も緩やかではあるが、4、5月ごろまでは上向く。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・3～4月にかけて、モデルチェンジ車の生産体制に入るので、4、5月は上向く。新車の売行きに不安は残るが、決算上は良くなる。
	変わらない	プラスチック製品製造業（経営者）	・家電は下向きであるが、自動車関係が上向きなので、全体では横ばいである。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・最も忙しくなる時期が近づき、徐々に生産内容も増加してくる見込みである。大口の受注がいつ入るか分からないが、期待している。PRとして、商品をオークションに出品したところ、驚くほどの入札があり、薄利ではあるが売上が出ている。オークションもうまく活用すれば、商売につながる。
		金属製品製造業（経営者）	・失業者が増加しており、以前は正社員採用でなければ来なかった技術者が、最近では3か月契約や臨時パートでもどんどん入ってくる。仕事を持っている企業や、景気が良くなるとすぐに技術者が不足する中小企業にとっては、やりやすい状況ともいえる。
		精密機械器具製造業（経営者）	・受注量が少ない状況は変わらない。
		金融業（経営企画担当）	・製造業においては、一部特殊な技術力を持つ企業を除いて、受注減などにより厳しい状況が続いており、今後も不透明な状態が続く。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・厳しい状況は今後も変わらない。客も必死であり、我々が必死に対応しても、現状維持が精一杯である。
	やや悪くなる	化学工業（総務担当）	・金が余っているためか、銀行が安い金利で盛んにアプローチしてきている。我々と同様に、商品が売れないということである。全ての商品の値段が弱く、購入の際、買い叩くのが当たり前になってきている。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・イラク危機の影響で、金、プラチナ等の地金が高騰している。これからの展示会シーズンで受注を期待しているが、地金の高騰は原価アップにつながり、収益を圧迫する懸念がある。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・チラシサイズの小型化には歯止めがかかったものの、地元企業の出稿量が減少しており、大型店等の新規出店予定もないことから、通販等の県外広告に頼るしかない状況で、大変厳しい。
		司法書士	・破産手続きや民事再生手続きなど、後ろ向きの仕事が増加している。
その他サービス業〔放送〕（営業担当）		・スポットコママーシャルは出てきているが、期間が短く、受注金額も小口化している。全体の売上は減少傾向にあり、利益の落ち込みが厳しい。	
悪くなる	食料品製造業（営業統括）	・各メーカーとも、新年に入ってから工場を訪れる見学者数も減少しており、消費の落ち込みも更に深刻になっている。	
	一般機械器具製造業（経理担当）	・海外生産による空洞化のため、悪くなる。	
	建設業（総務担当）	・受注した工事は、なるべく自社で行い、外注などによる支出をできる限り少なくするよう努力しているが、厳しい。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		広告代理店（営業担当）	・経営状況の悪い会社が目立ち、支払い状況が悪いので、こちらから催促するのが当たり前になりつつある。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	-	-
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・年度の切り替えや春物の出荷などで、販売関係の人材は動きが出てくるが、賃金は抑えられており、厳しい状況は変わらない。
		人材派遣会社（経営者） 職業安定所（職員）	・仕事の状況は良くも悪くもなく、あまり変わらない。 ・主要企業のアンケートによると、主力製品の受注不振、製品価格の下落等により、厳しいという声がほとんどである。雇用を取り巻く環境に、明るさがみえてこない。
やや悪くなる	人材派遣会社（経営者）	・3月の契約更改期を控えて、クライアントから契約解除や派遣料引き下げの要請がきている。派遣社員の賃金低下は避けられない情勢であり、派遣業の経営を圧迫することは必至である。	
	求人情報誌製作会社（経営者）	・3、4月とアウトレット、ショッピングモールが立て続けに開店し、地域の商店ならびに各デパート等については、相当数の客が流れて、売上が減少する見込みである。そのため、雇用情勢は厳しくなる。	
	学校〔短期大学〕（就職担当）	・大手電機メーカー2工場の生産海外移転に伴う退職者、約1700名の再就職について、職安が引き続き積極的に斡旋を進めている。景気低迷と合わせて、今後の新卒採用の懸念材料となっている。	
悪くなる	人材派遣会社（社員）	・顧客からの値引き要求が以前より増えている。値引きに応じられず、他の派遣業者を利用することになった取引先もある。	
	民間職業紹介機関（経営者）	・大型店が2月20日で閉店するため、雇用がなくなり、悪くなる。	

#### 4. 南関東（地域別調査機関：（財）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	家電量販店（営業部長）	・高機能、高付加価値の商品群による市場の活性化が図れるため、景気回復の期待がある。 ・店舗側には、単価を押し上げる商品の見せ方、提案力が問われる。
		一般レストラン（経営者）	・近隣の再開発が3月に完成するので、見通しは明るい。
		旅行代理店（従業員）	・受注には至らないものの、2、3か月後の団体旅行の問い合わせが多くなっているため、やや良くなっていく。
		ゴルフ場（支配人）	・2、3か月先の予約が、少しずつ入ってきている。
		住宅販売会社（経営者）	・4月1日に、建物、土地に対する登録免許税の軽減措置が実施されることに加え、季節的要因もあり、現在よりもやや良くなる。
	変わらない	商店街（代表者）	・カード売上と来街者数が、良くなったり悪くなったりしており、完全に良くなるともいえない。このままの状態が続く。
		一般小売店〔靴・袋物〕（従業員）	・ヤング、ファミリー、ミセス、シニアという形で、月によって購買層が変動していく。2、3月については、フレッシャー需要で、ファミリー層、シニア層によるお祝い、ランドセル等の購買があるが、単価は低下する傾向にある。ヤングでは、4月まで横ばい状態が続く。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・価格訴求の低単価品に向けており、売上増に結びつかない状況が続く。
		百貨店（売場主任）	・売上の低迷が続いており、来客数が少なく、高額品も売れない。今のところ、良くなるような兆候はない。
百貨店（売場主任）		・春物衣料には、メインとなるアイテムがなく、客単価も低下している。	
百貨店（広報担当）	・ファッション分野で、ヒット商品、トレンドアイテムがみられない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（販売促進担当）	・この時期は、インポート物やブランド物の中に、春商品、新作商品が展開され、動きがみられるが、今年は、商品を投入しても、従来のような動きがみられない。クリアランス商品にまだ人気が集集中しており、例年とは違った消費動向となっている。
		百貨店（副店長）	・競争店の動きから、衣料品の冬物処分が早まりそうであるが、処分価格としても、大幅な売上増を見込めるほどの来客数の増加は期待できない。 ・書店コーナーでイベントを実施しても、客の反応は鈍く、集客、購買になかなかつながらない。
		スーパー（店長）	・来客数、客単価は下がっていない。むしろ客単価は下げ止まり、少しずつ上昇する傾向にある。客が必要としている物、例えば新商品、流行商品を取り入れるなど、やり方次第で販売はプラスになる。 ・カレンダー行事にも、ダイナミックな展開ができるかがポイントとなっている。節分、バレンタイン、ホワイトデー等への取り組みを他より早く進めて、他より先に客に買ってもらうことが、売上増につながる。
		スーパー（店長）	・デフレの価格に消費者が慣れてきたため、多少の価格ダウンでは、集客効果につながらない。
		スーパー（総務担当）	・3、4月は、住宅関係で出費が多くなるため、食品の節約ムードが大きくなっていく。売上も厳しくなり、価格競争がますます激しくなる。依然として厳しい状況が続く。
		コンビニ（経営者）	・来客数はそれほど変わらないが、夜の来客減により、客単価が低下している。この状態は変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	・1～3月は、入園入学用品のウェイトが大きくなるが、入学児童数の減少等で、あまり良い状況にない。
		家電量販店（店員）	・2、3か月先は、春の入進学、新入社員セール等、いろいろな需要に期待できるが、客は必要な物しか買わず、衝動買いもせず、勤めたからといって買わない。更に、価格にはシビアであるため、景気は今までと変わらない。
		乗用車販売店（総務担当）	・アウトドアグッズ、フィッシング、ウエアが好調な反面、カー用品売上は相変わらず低調で、安定しない。
		乗用車販売店（店長）	・1月の車の販売量は相応に良かった。2、3月は不透明な状況が続くが、それほど変わらない。
		その他専門店〔眼鏡〕（店員）	・新作商品については、デザイン、機能面で特徴のあるものが少なく、あまり変わり映えがしない。更に、商品の同質化が価格競争につながり、市場規模の縮小が起こる。
		高級レストラン（宴会予約担当）	・販売量増加のための方策を考えているが、当たるかどうか確信できない状況が続いている。
		一般レストラン（店長）	・来店客のほとんどはサラリーマンで、給料のベースアップがないと言っているため、今後良くなることはない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・低価格競争がますます激化し、厳しい状況が続く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・本来ならば、3月の謝恩会、3、4月の歓送迎会の予約が入るが、いまだパラパラとしか予約がない。取り込みに苦戦している状態で、先行きは楽観できない。
		タクシー運転手	・春に向けて陽気は良くなるが、先行きにあまり期待できない。 ・ハッピーマンデーが年7、8回あるが、それによりマイナスの影響を受ける。
		通信会社（営業担当）	・業界では、インターネットやデジタル化で消費拡大を期待しているが、ユーザーの可処分所得の面で、むしろ厳しさが増している。
		観光名所（職員）	・この3か月間の来客数が、対前年比を上回る月がないので、現状維持が精一杯である。
		その他レジャー施設〔アミューズメント〕（職員）	・市場は縮小気味ではあるが、家庭用では携帯ゲーム機の新製品、業務用では2月の業界の展示会に向け、新製品の開発を急いでいる。これにより、市場が活性化することを期待している。
		美容室（経理担当）	・正月、成人式と予約があり、売上も20%増加し、資金繰りが幾分楽になる。従来どおりの姿になりつつある。
		その他サービス〔フィットネスクラブ〕（企画担当）	・来客数が平年よりも減少しており、この傾向はしばらく続く。
		設計事務所（所長）	・動きは停滞気味で、変化が出るとは考えにくい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（従業員）	・税制が少し変わるが、住宅政策、金利に劇的な変化がないため、今後も大きくは変わらない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・商店街を通る客の袋を見ても、購入点数は非常に少ない。こうした状況はしばらく続くため、期待できない。
		百貨店（売場主任）	・客の買い控えが続く。安価で良い物と、高価で価値のある物、こだわりのある物の購入という二極化が進み、通常の商品が厳しくなる。
		百貨店（企画担当）	・食品以外のファッションで、単価の前年割れが続いている。来客数の増加がなければ、全体を押し上げるのは難しい。
		百貨店（営業担当）	・コート、ジャケット等冬物重衣料のクリアランスセールによる売上拡大が期待されていたが、今まで個人消費を支えていたミドル、シニア層の購買が低迷して、婦人服を中心に厳しい状況であった。 ・大手百貨店問題、金融不安、株価の下落等に加え、雪、雨等が例年になく多い天候不順の影響により、個人消費が冷え、売上に結び付かない。 ・2月の冬物最終処分や春物正規価格商品の売出しにも、期待が持てない。
		百貨店（営業担当）	・既存の客だけでは、売上の確保は非常に難しくなっているため、新規顧客を増やす必要があるが、新規の客を呼べる目新しいブランド、企画、イベントがなく、商品の同質化がみられ、魅力に欠けている。コートなど、単価の高い商品の低価格化も進み、来客数の減少に加え、ダブルパンチである。
		百貨店（営業企画担当）	・客の冬物クリアランスセールでの買い方に、変化が出ている。従来は、立ち上がり早々にまとめ買いをするパターンであったが、吟味して気に入った物だけを購入するパターンとなっている。安くなっても、購買にはつながっていない。春夏物の正規価格需要に懸念が出ている。
		スーパー（経営者）	・客が真剣な眼差しで買物をしている。単価の高い物や安い物をうまく買い分けている。いくら以上であればキャベツや魚を買わないなど、商品に対する価値観を持って買物をしている。
		コンビニ（経営者）	・酒販の免許制が9月で廃止される。魚屋が刺身に合う純米酒を販売したり、パン屋がワインなどを販売できるようになり、異業種の酒類販売業者が増加する。良くなることは考えられない。
		衣料品専門店（経営者）	・1～3月は、中学生の制服の注文時期であるにもかかわらず、中学3年生のお下がりを持っている状況で、購入に来る客はまばらである。
		家電量販店（店長）	・昨年は冬季オリンピックやサッカーのワールドカップがあり、4月以降、非常に需要が増加した商品があった。今年は大きなイベント等もないため、けん引する商品があまりない。
		高級レストラン（支配人）	・宴会予約の受注状況は、昨年10月以降、対前年比で約2%減となっている。一昨年の同時期と比べ、レストラン部門の客単価も約500円低下しており、今後もこの状況が続く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・婚礼の獲得は、出店する競合相手と同じマーケットでパイを取り合うこととなるため、じり貧状態となり、なかなか回復しない。 ・街のレストランとの価格競争でなかなか勝てない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・客は、内容と価格のバランスやお得さにシビアになっている。 ・寒波による野菜の高騰などがあり、近年努力し続けたコスト削減策も厳しい状況である。バレンタインの盛り上がりも今一つである。
	タクシー運転手	・乗車の客が非常に少なく、繁華街も閑散としている。今のところ良くなる要素がないので、利用客の減少傾向は続く。	
	通信会社（営業担当）	・契約数の激減と解約数の増加という状況が激しくなるため、悪くなっていく。	
	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・生徒数が減少し続けている。	
	悪くなる	商店街（代表者）	・客の雰囲気もこれまでと若干違っており、買物を予定して来店しても、他店を2、3軒見て決めるといった傾向が強くなっている。値段が少し高いと我慢をしてしまう傾向が、かなり顕著に出てきている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（経営者）	・3月20日に、近隣に大型店舗及びテナントが100店近く出店し、加えて大手ドラッグストアができる。競合店が増え、客の流れが大分変わる。
		コンビニ（経営者）	・店頭での売上停滞による外商強化に合わせ、同業他社も類似行為を行い、競争がますます激化し、売上を確保するため、コンビニ同士、同じチェーン店同士で、特定客への値引き合戦が始まっている。これにより、利益率が更に悪化する。
		衣料品専門店（経営者）	・消費者の不況感が強く、タンス在庫の見直し、無駄な物の整理等で、新たな購買意欲にはほど遠い。成熟した社会環境の中、消費者は衣料品に対して、更にシビアな目を持つようになる。
		スナック（経営者）	・近隣の大手建設会社、家具販売店の倒産に加え、大手都市銀行による不良債権整理に伴い、特に建設会社の下請等を含めた会社倒産の懸念が客の間にある。単価の低下、来客数の減少が心配される。
		旅行代理店（従業員）	・米国とイラクとの戦争が始まれば、平和産業である旅行業界が、海外旅行を中心に、一気に冷え込むことは目に見えている。
		設計事務所（所長）	・1月以降、ほとんど引き合いがない。競争相手も同様の状態である。
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	-	-
		一般機械器具製造業（経営者）	・新規の客で、何店か立ち上がるものがあり、今後はやや良くなる。
		金融業（渉外担当）	・この数年、企業融資には積極的でなかったメガバンクが、中小企業向けの融資を推進すれば、滞ってきた資金循環が良くなる。
	変わらない	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・年度末に向けて、IT関連設備への投資を年度末に向けて予算化する顧客がある。IT化の相談件数が増えているため、若干ではあるが、回復の兆しが出てきている。
		食料品製造業（関連会社担当）	・3月後半から4月にかけて、季節要因によるプラス面は見込めるが、ベースとなる部分には大きく変化する要因がない。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・印刷に代わり、ホームページやCD-ROMの作成のために文書をデジタル化する仕事が増える一方、同業他社との価格、値引き競争が今後も続く。
		化学工業（従業員）	・2、3か月先の生産計画に増産も減産もなく、受注量にも大きな変化はない。
		金属製品製造業（経営者）	・昨年後半からの環境関連の試作の仕事以外では、全般的に受注量が落ち込む傾向にある。継続している案件では、値下げ要求が数度にわたって続いている。新規の取引については、採算割れの価格で、受注を断念する状態が継続している。
		電気機械器具製造業（経営者）	・新商品の開発を手掛けてはいるが、売出すまでに時間がかかる。その間、仕事量は速いテンポで減少していく。しばらくはこの状態が続く。
		建設業（経理担当）	・景気が良くなる雰囲気も、状況も出てこない状況である。
		輸送業（経営者）	・3か月先まで仕事は確保されているが、とりたててよい状況ではない。
		通信業（営業企画担当）	・大胆な値下げを行わないと、客が興味を示さない。他社との大きな差別化を行うが、質を落とさず、低価格での設定を行う必要があり、なお一層の企業努力が求められている。2、3か月で景気が回復するとは考えられない。
		広告代理店（営業担当）	・業界他社の売上状況を見ると、対前年比実績が一進一退しており、状況が著しく変化することはない。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・良くなる兆候がみられず、その要素もない。
やや悪くなる	繊維工業（経営者）	・手形決済が3月に集中する。これらの処理において、中小企業に相当の問題が起こる。	
	建設業（営業担当）	・以前から、官、民とも仕事量は減ってきているが、最近は大物件も少なくなっており、価格競争が激化している中で、物件の獲得をしていかなければならない。当分の間は、景気の回復は見込めない。	
	金融業（審査担当）	・客の受注状況、販売状況、設備投資の予定から判断して、先行きが厳しい。	
	不動産業（総務担当）	・テナントの要望により、新年度から、賃料の値下げを実施せざるを得ない状況にある。	

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	金属製品製造業（経営者） 電気機械器具製造業（経営者） 輸送業（総務担当）	・受注価格の下落が止まらない。客のこれからの予定も分らず、先行き真っ暗である。 ・全国の代理店からの発注が、ぱったりと止まり、需要の動きがほとんどない。 ・得意先の3月決算対応で、生産、在庫、出荷の調整がなされる。売上が大きく落ち込むことが予想されている。 ・輸出物件についても、海外の情勢によって、長期的に延期になる可能性がある。
雇用 関連	良くなる		
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（営業担当） 職業安定所（所長）	・人材流動化により、求人の需要が少しずつ増える気配がある。 ・パートを主体として、新規求人数が増加し、新規求職者の増加幅が縮小していることから、新規求人倍率が1倍台で、改善傾向にある。雇用保険の受給資格決定件数も減少している。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・今後も、正社員の早期退職を募る企業が見込まれている中で、新たな雇用を考えている企業は、一部の業種に過ぎない。
		人材派遣会社（支店長）	・企業の人事担当と話をしても、しばらくは人員を増やすよりも、全体的に減らす方向である。派遣の人員に関して、長期間の契約形態を短期間に変えるケースもある。派遣料金についても、下げてほしいとの要望が増えている。こうした状況は変わらない。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・各企業の中途採用意欲が、極端に低下してきている。
		職業安定所（職員）	・今までの状況を見ると、求人数が増加する予想はあるが、1月中にもリストラ等があり、退職者などの求職者が今後増えると予想される。
職業安定所（職員）	・フルタイムの求人は前年並みである。各企業の経費節減のために、アウトソーシング業の大量パート求人が目立つ。管理職の求人は前年より減少しており、今後も、正社員、管理職などが減少するため、厳しい状況は変わらない。		
職業安定所（職員）	・求職者数をみると、前年比で10%ほど減少しているものの、小、零細企業の新規求人が多く、求人条件の改善がなかなかみられない。まだまだ厳しい状況が続く。		
やや悪くなる	職業安定所（職員）	・正社員雇用に対し、企業の極めて慎重な姿勢がうかがえる。新規雇用は、技術者等の即戦力者に偏る傾向がより強くなってきている。 ・一時的、臨時的受注増等に対応するためのパートタイム求人に、動きが全くみられない。企業の生産活動等に停滞感が色濃く出ていることの表れである。	
		民間職業紹介機関（経営者）	・求人数の動きが、決して良くなっていない。数か月、あるいは半年先の状況を推測しても、決して上向きような気配はなく、現在と同等か、更に厳しくなる。
		学校〔専修学校〕（就職担当）	・情報技術系、販売系企業では、来年度採用人数を今年度より減少させる計画を立てている。
	悪くなる		

### 5. 東海（地域別調査機関：（株）UFJ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	百貨店（企画担当）	・最大規模の店舗改装により、来客数が増え消費の起爆剤になる。
		乗用車販売店（従業員）	・月末から来客数が予想以上に増えている。新型車の発売もあるが、既存車種でも商談が増えてきている。 ・下取り車はバブル期のものが多く、耐用年数を超えていて、増税を見極めて買い替えを進めている。
		旅行代理店（従業員）	・個人旅行に動きが出てきており、見通しも前年よりも良い。
		旅行代理店（従業員） 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）	・海外への個人のグループ旅行が発生している。 ・顧客の動きをみていると、2～3か月先には受注が有りそうである。
	変わらない	商店街（代表者）	・季節商品が伸びず、定番商品しか売れない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（代表者）	・プラズマテレビの売上は伸びるが他商品はあまり期待できず、全体としては横ばいである。
		百貨店（売場主任）	・以前はバーゲンでも繰り返し来店する客が多かったが、今はリピート客が減っている。
		百貨店（企画担当）	・客単価の低下傾向は依然として続く。
		百貨店（企画担当）	・各百貨店とも春の改装が進行中だが、パイの拡大はできず客の奪い合いが激しくなる。勝ち組と負け組の差が激しくなるのではないかと危惧している。
		百貨店（経理担当）	・バーゲンなどでの客足は伸びるが、全体としての回復はまだ先である。
		百貨店（販売促進担当）	・必要以上の物は購入しない傾向が続き、売上は伸び悩む。
		スーパー（店長）	・単独店では仕入先問屋の倒産やメーカーによる販路の選定などにより仕入れが難しくなり、品ぞろえが狭められている。
		スーパー（店長）	・自分に関心のある物、必要な物は積極的に買うが、無駄になりそうなもの、必要以外の物には見向きもしない状況は続く。
		スーパー（店員）	・消費者の財布のひもは依然として固い。
		スーパー（店員）	・客の買控え傾向が続いている。
		スーパー（仕入担当）	・年末は商品の動きが良かったが、競合店の進出の話もまだまだまだ予断を許さない。
		コンビニ（経営者）	・同業者がまた2件廃業している。競争相手が減るプラスと景気が悪くなるマイナスとで経営は現状維持が精一杯である。
		コンビニ（エリア担当）	・回復スピードは鈍く、客単価の低下、売上の前年割れ状況は今後も続く。
		コンビニ（エリア担当）	・客数は戻ってきているが、競合店が営業時間や営業日数を増やしているため、厳しい状況はまだ続く。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・物が動かない状況は続く。
		家電量販店（店長）	・冷蔵庫、大型テレビ等は買い増しよりも買い替えのほうが多い。新型パソコンも来客数は増加しているが購入は少なく、価格も低下している。
		乗用車販売店（総務担当）	・例年なら年度末は活況となるが、年末のボーナス商戦の状況から判断すると今年は盛り上がらない。
		その他小売〔総合衣料〕（店員）	・相変わらず倒産企業は増え、在庫等が市場に流出し単価が下がる傾向は続く。
		一般レストラン（経営者）	・コンビニが増えているため深夜飲食の客が減少している。
		一般レストラン（スタッフ）	・客単価が低下している。
		スナック（経営者）	・客の間でレストラン、倒産などの話題がますます増えている。
		観光型ホテル（スタッフ）	・花見期の宿泊、宴会予約が15～20%落ち込んでいる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・すべての面で前年を下回っている。
		旅行代理店（経営者）	・イラク情勢や北朝鮮問題等への不安で旅行控えが見られる。
		通信会社（営業担当）	・携帯電話の契約は例年最も良くなる時期だが、飽和状態で前年程の盛り上がりはない。
		ゴルフ場（企画担当）	・例年来客数が増加する時期だが、昨年と比較して良くなる気配はみられない。飲食が減少しているため、来客数が増加しても厳しい。
		パチンコ店（経営者）	・客の可処分所得が増加しないため売上は増えない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・季節商品も売れなくなっており、消費者の自己防衛意識はますます強くなっている。
		商店街（代表者）	・競争相手が増えていることに加えて、安価な輸入品の扱いが増加し単価も低下しており、売上が減少している。
		百貨店（外商担当）	・消費者の所得増加が見込めないため高額商品の販売は難しく、売上の増加は見込めない。
		百貨店（売場担当）	・客の購買意欲は冷え込んできている。
		スーパー（経営者）	・地元企業の倒産やレストランもあり消費意欲は低下してきており、安い商品だけを買う状況にある。
		スーパー（店長）	・たばこ、発泡酒等の増税や消費税率の引き上げが懸念されており、消費はさらに落ち込む。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（総務担当）	・乗客数がいっこうに上向かず、昨年と比べて減少している。
		コンビニ（経営者）	・近隣にコンビニの競合店が進出する。
		コンビニ（エリア担当）	・競合店の進出が続いており、また高額ハイウェイカードの販売終了も影響してくる。
		コンビニ（エリア担当）	・他業種を含めて競合が激化する。
		家電量販店（経営者）	・前年と比べて売上は徐々に減少してきている。
		家電量販店（従業員）	・単価の低下傾向が根強く続いている。
		自動車備品販売店（経営者）	・ETC等の販売は伸び悩んでおり、また消耗品も価格に対する目が厳しいため、単価は伸びない。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車の販売も一息つき、販売量は減少する。また他社で新型車が発売される。
		住関連専門店（営業担当）	・新築の減少とともに価格競争の激化はさらに進む。
		高級レストラン（経営者）	・大人数の宴会はますます減少する。
		旅行代理店（経営者）	・受注量に変化はないが、売上が前年を上回らない。オプション売上の減少や同業者との価格競争により単価が低下傾向にある。
		旅行代理店（従業員）	・旅館やテーマパークの閉鎖が続く、この先も厳しい。
		タクシー運転手	・昼の買物客、夜の飲食客などの動きが少し悪くなる。
		ゴルフ場（経営者）	・3か月先の予約は前年を下回っており、上昇する兆しが見えない。ゴルフクラブの買い替えも減ってきている。
		理美容室（経営者）	・来店客は減少する。
		悪くなる	
一般レストラン（経営者）	・地元の老舗がまた一つ、また一つと閉店している。		
スナック（経営者）	・客からリストラや賃下げの話を聞き、昨年以上に悪くなる。小さい店で人件費を減らして営業しようかと考えている。		
設計事務所（経営者）	・新規案件が出ていない。また既存案件も中止が増加している。		
設計事務所（職員）	・仕事の予約がなく建築事業だけではやっていけないため、介護系の事業へ手を広げるなどしている。		
企業動向関連	良くなる やや良くなる	輸送用機械器具製造業（統括）	・引き続き新型車の発売が計画されており期待できる。産業機械部門も最悪期は脱している。
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・地域的には自動車関連が元気で大きな落ち込みはないが、新規の引き合いは少ない。
	変わらない	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・現状の維持が精一杯である。
		一般機械器具製造業（販売担当）	・引き合い件数は相変わらず多く、受注率の低下傾向も変化がない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・輸出、国内販売とも増加する要素が見えてこない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・完全に横ばいで、需給のバランスが取れている状態である。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・忙しい状況は続くが、価格、利益については厳しい状態が続く。
		輸送用機械器具製造業（工務担当）	・生産予測は前年よりややよい状態を維持している。
	やや悪くなる	金属製品製造業（従業員）	・企業の設備投資は減少する。
		金属製品製造業（社員）	・仕事量が減っている。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・米国景気は悲観的に考えざるをえない。
		税理士	・建設関係は年末まで仕事が減少傾向にあったが、現在ではまったくないという状況にまできている。製造業も仕事が減っている企業が増えており、全体的に売上、受注量は減少している。
	悪くなる	非鉄金属製品製造業〔鋳物〕（経営企画）	・引き続き厳しく、引き合いも減少している。
		経営コンサルタント	・倉庫の賃料が暴落している。



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
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・自動車関連の好調が続けば、介護福祉、建設関係のパート、アルバイトも期待できる。
		職業安定所(職員)	・東海環状自動車道の建設が地域経済の悪化を防いでいるなか、自動車販売、製造関連の新規求人増加の芽がある。
	変わらない	人材派遣会社(社員)	・各企業とも年度末の派遣需要は必要最低限である。
		人材派遣会社(社員)	・派遣料金の値下げ圧力は続いているが、受注は前年並みに回復してきている。
		人材派遣会社(社員)	・新年度に向けた投資への派遣需要が見込まれるはずだが、動きが見えにくい。
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・技術職や技能工、看護師、薬剤師等の専門職、営業職は好調だが、流通、小売業界では人件費の圧縮が続いている。
		職業安定所(所長)	・求人の増加と求職者の減少が続いていく。
		職業安定所(職員)	・増加している求人は請負と派遣がほとんどである。
		職業安定所(管理部門 担当)	・求人数はやや増加しているものの求職者数も増加しており、雇用のミスマッチが多く見られる。
やや悪くなる	人材派遣会社(社員)	・取引先企業はどれも業績が悪化している。	
	人材派遣会社(営業担 当)	・取引先企業からはリストラによる社員の再就職支援等の案件もよくある。	
	アウトソーシング企業 (エリア担当)	・これまで採用者数を増やしていた自動車やIT関連が徐々に減少に転じ、これに代わる業種も現れない。	
	求人情報誌製作会社 (企画担当)	・リストラを進めている企業の大半は年度末にタイミングを設定しており、求職者は増加する。	
	職業安定所(職員)	・企業の人員整理は落ち着きを見せ、やや減少傾向にある。しかし今後は不良債権処理が進む影響で労働市場は厳しさを増す。 ・雇用形態は、サービス業を中心にパートが拡大している。中小企業における正社員のリストラは避けられない。	
	職業安定所(職員)	・大手銀行の不良債権処理に伴い、早期退職者の募集や倒産は増加傾向にあるため、求職者は増加する。	
	民間職業紹介機関(経 営者)	・採用者数はさらに減少する。	
悪くなる	-	-	

## 6. 北陸(地域別調査機関：(財)北陸経済研究所)

(- : 回答が存在しない、 : 主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	衣料品専門店(経営 者)	・昨年暮れと比較すると、客の動きがわずかながら活発になってきた感じがする。
		一般レストラン(店 長)	・県外客や歓送迎会の増加が期待できる。
		住宅販売会社(従業 員)	・今年は住宅に関して税制改正等もあるため、春からの客の動きはやや上向きになる。
	変わらない	百貨店(売場主任)	・客の重衣料の買い方は慎重で、買上点数も減っている。このような動きから判断して、春に気温が上がっても紳士物の購入は後回しになる。
		百貨店(営業担当)	・ファッション性の高い商品や遊び心のあるぜいたく志向品はごく一握りのブランドしか動いていない。メーカーは一般のボリュームゾーンの商品について在庫過多を恐れ、必要最小限の供給しか行わないため、目新しい商品が生まれてこない。
		百貨店(営業担当)	・春物の下見が始まっている。しかし、春物商材の中でヒット商品がまだ現れていないため、客もただならんと全体を見ていくという感じで、目的を持った下見とはなっていない。
		スーパー(店長)	・客単価や販売量に下げ止まりがみられるが、やはり消耗品など必要な物だけを購入し、しかもビッグセールの際の安い価格で必要な分だけを買うという動きが続いている。
		スーパー(総務担当)	・食品など必要なものは現状どおりで推移するが、衣料品や日用品は本当に必要な物しか買わないという厳しい状況がこのまま続く。
		家電量販店(経営者)	・ブロードバンドの普及は見込めるが、通信費は更に安くなり、また使用中のパソコンの買換えを行わないため、消費の増加は見込めない。
家電量販店(店長)		・昨年及び例年に比べて、独り暮らし用の家電製品の下見客が少ない。	

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
		乗用車販売店（営業担当）	・初めての来店客が前年に比較して少ない。
		住関連専門店（店長）	・平日の来客数が大変冷え込んでいる。最近、競合する大型店が大型チラシを配布したため、若干客を奪われたが、この期間が過ぎれば従来の流れに戻る。
		高級レストラン（スタッフ）	・年明けに県庁が移転したことにより、新庁舎の近隣が活性化している。
		スナック（経営者）	・客の経営者からは「引き続き社内で締めるところはもっと締める」「この3月をなんとか乗り切りたい」「体力勝負だ」「イラク攻撃が始まれば、一時的にもっとひどくなる」など、良い話は全く聞かれない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・前年の2～4月にあった大型の宿泊団体利用に代わる物件にセールスをかけているが、見込みがなく、また婚礼の受注が減少しているため、売上額は前年を下回る見通しである。
		通信会社（営業担当）	・通信費の節約意識が強まっており、料金プランの見直し相談や解約が目立って多くなっている。
		住宅販売会社（従業員）	・昨年の県内の持家着工件数は若干減少したが、統計にはリフォームが含まれていないため、金額的には増えていると思われる。今後、明るい面としては消費税アップの先取りの動きが、住宅を求める客の中から出そうな気がする。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・当店が出店しているショッピングセンターでは、今年から年中無休となった。 ・6か店で店舗展開しているうどん屋さんでは、期間と時間限定で大幅な価格割引を行っているため、100席以上もある大きな店内が満席になっている。
		一般小売店〔鮮魚〕（店長）	・前年の客単価の低下ペースが今年も同様に続いているため、更に悪化する。
		百貨店（営業担当）	・企業がリストラのまっただ中に加え、客に対する目新しい商品が春に向けて全くみえない。
		スーパー（店長）	・バーゲン期になっても買わない低価格志向が更に進み、来客数の減少が一層顕著になる。
		スーパー（店長）	・生活用品に対する客の買物意欲は感じられるが、一方で商品や購入店を選ぶ客の目は一層厳しくなり、他店との競合もあって、先行きの展開は難しくなる。
		スーパー（総務担当）	・1月に入り、販売量も単価の動きも悪くなっている。季節要因もあるが、春に向けて客の財布のひもはますます固くなる。
		スーパー（営業担当）	・客は必要ときに必要な量だけ買うなど、ますますシビアな買い方になっている。し好性の高い菓子や果物の動きも悪い。
		乗用車販売店（経理担当）	・1～3月の年間最大の需要期を占む1月の大規模イベントは、成約数が前年並みであるものの、来場者数は減っている。 ・低年式車の下取りが多く、仕方なく代替せざるを得ないという客の態度が見受けられる。 ・低価格車志向のため、1台当たりの単価はますます低下している。
		乗用車販売店（総務担当）	・割賦販売の不渡り、未入金が増えている。また、地方裁判所からの和議申請等の書類も目立っている。周囲の資金繰り状況は悪く、今後一層厳しくなる。
		観光型旅館（スタッフ）	・大河ドラマが終わった影響もあり、3月末の予約状況が当初の予想を下回り、前年比較でも大幅に減少している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会部門の予約状況は悪くないが、レストラン部門の予約状況が前年に比較して極端に悪い。加えて、春の婚礼予約も少なく、売上は減少する。
		タクシー運転手	・週休2日制の普及により繁華街への人出は金、土曜日の夜のみで、平日のタクシーの利用は少ない。また、春闘も賃上げよりも実質的な賃下げが予想されるなど、先行きが不安である。
	悪くなる	乗用車販売店（経営者）	・ニューモデルやこれまで人気のあった限定車にも客の反応が全くない。
		観光型旅館（経営者）	・4月の統一地方選挙を控え、3月以降の客の予約数が伸びていない。
		旅行代理店（従業員）	・石川県の大河ドラマのイベント、福井県の古刹のイベントがそれぞれ終わり、北陸地区の観光は悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		テーマパーク（職員）	・旅行ツアーの雇用状況は前年同月に比べて悪くなっている。また、レストランの予約状況も2ケタ以上減少している。最近では人数の減少だけでなく、低価格志向のため消費単価もかなり低下している。
		競輪場（職員）	・今月は最強メンバーで走るビッグレースのため、売上高、入場者数とも若干増加したが、1年前の同レースと比較すると1割程度減少している。
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	電気機械器具製造業（経理担当）	・春先まで特需があるため、業界は活況を呈している。
		不動産業（経営者）	・先行きの不動産企画が進展しているため、やや動きが出てくる。
	変わらない	食料品製造業（企画担当）	・当社の得意先やパイヤー関係から「価格はもう底である。今後はいかにして価値ある商材をより高く販売するか」という声が大きくなってきている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・取引先の多くは設備投資を希望しているが、資金手当がおぼつかないため、実行に移せないでいる。
		通信業（営業担当）	・携帯電話の市場が飽和状態となり、他社との奪い合いの中で端末の値下げが続く。
		通信業（営業担当）	・システム系の提案に対して、客はコストの削減を目指して、IT化を一層進めたいという意向を潜在的に持っている。ただ、すぐに行うべきか否かで迷いがあり、需要がなかなか顕在化しない。
	やや悪くなる	プラスチック製品製造業（企画担当）	・都市部のマンション関係が引き続き好調であったが、3～6か月先は少し陰りがみえる。
		精密機械器具製造業（経営者）	・小売の販売状況が12月から極端に落ちており、この影響が2、3か月先に大きく出てくる。
	悪くなる	金属製品製造業（経営者）	・昨年堅調であったIT関連の受注が今年に入ってめっきり減少し、今後の受注残もどんどん減少する傾向にある。また、東京の大口の建築関係の物件も一段落し、その反動も懸念される。
建設業（経営者）		・従来は同業他社の倒産などがよく発生し、次第に身近に迫ってきていたが、いよいよ当社も取引先の倒産被害を受けるに至った。また、入札において地元業者が指名に入らず、全国大手業者と市外業者がひしめき合うという状況で、非常に受注しにくい環境になっている。	
建設業（総務担当）		・特に建築工事物件が少ない北陸3県では、価格競争が採算割れの水準の物件が多く、依然として体力消耗合戦が続き、悪化の一途をたどる。	
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人広告の通年の売上は、前年と変わらない。ここ2、3年は減り続けていたが、ようやく下げ止まった感があり、徐々にではあるが、増加が期待できる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・現在の受注状況や求職者数に大きな波が感じられない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・例年は年明けから欠員補充の求人問い合わせや依頼が来るが、今年は低調で、まだ3割の未内定者が残っている。当面、不安な状態が続く。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・2～3月に大企業の数社が雇用調整を予定しており、関連下請企業への影響が懸念される。
職業安定所（職員）		・先月と同様に、求人数は堅調に伸びているが、求職者数の増加傾向に歯止めがかからず、雇用失業情勢は依然として厳しい。	
悪くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・新年度に向けて、求人広告予算の見直しや縮小を検討する企業が出始めている。	

7. 近畿（地域別調査機関：（株）大和銀総合研究所）

（-：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	その他レジャー施設〔球場〕（企画担当）	・プロ野球シーズンの開幕で、今シーズンはドーム内の人工芝の張替え、有名選手の残留、在阪人気球団の戦力強化もあって観客数が増加すると見込まれる。
	やや良くなる	一般小売店〔家具〕（経営者）	・来客数が比較的増加している。人出が多くなってきている。
		乗用車販売店（経営者）	・当社だけに限れば自動車の販売が好調で、引合いもあるようになったので今後は少しくなる傾向にある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（営業担当）	・今年の昇給はベースアップが見込めないが、以前からの買替えのユーザーが我慢できなくなってきた。商用車も少し売れてきており、3か月先は法人客の売上が見込める。
		その他専門店〔医薬品〕（店員）	・チラシ広告の効果が出ている。季節商品の販売量、来客数の動きが順調である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・春休み時期の観光客及び例年より早く開催する甲子園の選抜大会への期待が大きいが、前年に比較すると単価も下落しており、厳しい環境自体に変わりはない。
		旅行代理店（店長）	・3月出発の海外旅行の受注はますますであり、国内も春に向かってテーマパーク等の問い合わせが徐々に増えてきている。
		通信会社（経営者）	・わずかではあるが新規案件の問い合わせが増えてきている。
		通信会社（社員）	・県内サービスエリア展開の加速やIP電話の導入など、ニュースが多いので期待できる。
		通信会社（社員）	・元来需要期ではあるが、それに乗じての新型機種投入もありうる。
		住宅販売会社（従業員）	・生前贈与非課税枠の拡大がもっと世間に認知され、契約量の増大につながる。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・各種住宅取得促進策が打たれているため、不動産購入は継続して好調に推移している。この動きは低金利が保たれた場合、住宅ローン控除特例の期限が来る今年末まで続く可能性がある。
	変わらない	一般小売店〔時計〕（経営者）	・卒業、入学シーズンでお祝い品の需要はあるが、単価が上昇するというのは難しい。
		百貨店（売場主任）	・よくなる要素がない。一部のトレンドを追いかけるOLを除けば、消費意欲は春になっても回復しない。
		百貨店（売場主任）	・ギフトについては、乾物関係の低迷もあり今後良くなる要素が見当たらない。
		百貨店（売場主任）	・業種自体が新規オープンなどの増える時期でもあり活気が戻ることも予想されるが、最近の傾向として効果が長続きしない。
		百貨店（売場主任）	・本年の春夏ファッションで大きく目立つトレンドがなく、今後も引続き厳しい状況が続く。
		百貨店（売場主任）	・一部春物商品を立ち上げているが、衣料品の買い控え感が強く、無駄なものは買わない姿勢がさらに強くなっている。今後も厳しい状況が予想される。
		百貨店（営業担当）	・株価の低迷なども考えると、余裕資金での買物は見込まれない。低単価の必需品だけが動く見通しである。
		スーパー（経営者）	・客の厳しい買物の状況がこのまま続くと思われる。建設土木関係客が多いので、景気の波をまともに受けている。
		スーパー（企画担当）	・野菜等の相場は上昇してきているが、鮮魚、一般食品等の単価が上昇せず、売上は今までの横ばいであると予想される。
		一般レストラン（経営者）	・全体的に客の動きを見ると底だと考えられる。これ以上落ちることはないのではほとんど変わらない。
		一般レストラン（スタッフ）	・春休みのイベントで来客数増加が期待されるが、あまり大きな変化は期待できない。
		旅行代理店（広報担当）	・今年は大きなイベントはあまりなく、需要が伸びず、現状から変わる要因は見つけれない。オフ期に伸びない状況は、今春も現状と変わらないものと判断している。
		タクシー運転手	・新年宴会の数、客の動向はあまり変わらない。寒い時期にこの調子だとますますで、この状況が続くと思われる。
		通信会社（経営者）	・短期的には大量需要を呼び込む商品やサービスが出てこないで、変化は期待できない。
		通信会社（社員）	・春のキャンペーンや新商品発売などで盛り上げるため、このまま販売量を保てると思われる。
		観光名所（経理担当）	・春のイベントを予定しているが、現状維持が精一杯である。
		競輪場（職員）	・1人当たりの売上単価は上昇しているが、一時的なものでこのまま続かない。
		美容室（経営者）	・3月に大型同業店が開店予定である為、固定客は見込めても新客は望めない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		美容室（店員）	・客の買物金額の低下や、来店周期が伸びるといった今の傾向がそのまま持続する。
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・この状況はしばらく続くと思われ相当厳しい。出店についても慎重なスタンスが続いている。
		住宅販売会社（従業員）	・現在の需要は新規取得や、高齢者に代表される余裕生活者の需要であり、税制改正等での住宅取得に対する支援措置はみられるが、根本的に景気が改善するには買替え層の需要が伸びないと無理である。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・バーゲンの反応が今ひとつなく、消費が本当に冷え込んできている。このままではかなりの景気の悪さが続く。
		百貨店（売場主任）	・ファッション関連では消費を引っ張るトレンドリーダー的な商品が出ず、厳しい状況が続く。
		スーパー（経営者）	・大衆商品を中心とする店頭では、ますます購買頻度を上げ、一回の買物単価を抑制する客の行動が常態化している。将来に対する不安を先取りしての行動であるため、先行きは厳しい。
		家電量販店（店長）	・健康商品、空気清浄機は今後売れる見込みがあり、大型テレビへの関心も高いものの、昨年のサッカーワールドカップのような需要がないため、AV関係でやや暗い兆しがある。
		乗用車販売店（営業担当）	・今年はフルモデルチェンジする車がないので、今ひとつお客様の代替見込みが少ない。
		自動車備品販売店（従業員）	・顧客の消費意欲は1月に入り一段と低迷しており、もともと個人所得が減っているなか、賞与明けの1月以降は一段と悪化していく。
		一般レストラン（スタッフ）	・今のところ不況感を払うような活気ある話題が見当たらない。したがって、景況感に大きく左右される業界全体の回復は望みにくく、見通しは暗い。
		都市型ホテル（スタッフ）	・先の予約状況が宿泊、宴会とも芳しくなく、対前年比はもちろん3か月前と比較しても件数、金額とも減少している。
		旅行代理店（営業担当）	・先行受注状況は前年を下回る傾向にある。間際申込の傾向が進んでいるが、お買得商品に流れるため伸びは期待できない。
		通信会社（経営者）	・ITで実現すべき開発案件は多いが、効果と予算の評価がかなりシビアになってくる。より付加価値の高い提案と新しい概念の導入が不可欠になる。
住宅販売会社（経営者）	・通常、新春の時期は正月休みから市場が活発化するが、今年は未だ停滞しているようである。この分だと見通しは暗い。		
悪くなる	商店街（代表者）	・不安材料が多く、これからの見通しが立たない。同業で廃業する会社が増えてきている。	
	衣料品専門店（経営者）	・金利、株価等の低迷の継続もしくは悪化により、高級品の売行きがこの先不透明である。さらに、仕入先の業務縮小により思うような品揃えができないことも見通しを悪くしている。	
	都市型ホテル（副総支配人）	・宿泊、宴会ともに予約状況は厳しい状況である。	
	旅行代理店（営業担当）	・先行予約状況が前年を割り込み、春需要の初動が悪い。間際予約が多くなっているものの現状の動向では先行きが不安である。	
	タクシー運転手	・値引き合戦が続いており、安売りする競合他社が多数出てきている。料金体系も様々で、なお一層厳しくなる。	
	遊園地（経営者）	・関西大型遊園地の廃業や閉鎖などが発表され、一段とマイナスイメージになっており、今後の厳しい状況が予想される。	
企業動向関連	良くなる	建設業（経営者）	・先々の受注予測が立てられる状況にある。通信電力関係の電線類地中化工事と土壌汚染調査を主体としているが、どちらの分野も、これから市場の拡大が見込まれている。
	やや良くなる	通信業（営業担当）	・中規模企業の受注が増える傾向にある。しばらく受注量が停滞していたが、営業からの報告では6月までの間に受注できる中規模企業は増加するとの事である。
		金融業（支店長）	・単価の面での問題はありますが新規受注の商談があり、営業推進した結果が実を結び始めている。
		広告代理店（営業担当）	・2月後半以降の広告の発注状況は非常に好調で、前年同期とは全く異なる活況を示している。

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（従業員）	・伸びる要素がない。大口得意先である量販店にしては新規出店があまりなく、企画も目新しさが無い。色々な新製品も春に向けて出ているがヒットしそうな物が見当たらない。
		繊維工業（経営者）	・春先に新作の発表を控えているが、投資資金が確保できにくい状態である。今までの商品を改良することで経費の節減を行わないと、値段が下がる状況では先行投資が難しい。
		精密機械器具製造業（営業担当）	・IT投資の抑制を打開するきっかけが見当たらない。
		広告代理店（営業担当）	・販売価格も利益度外視の売値に定着しているため、販売量が回復しても利益が上がることは期待できない。
		経営コンサルタント	・受注先の投資の状況や、経費の使い方を見ていると、事業や設備の維持に必要な支出は最小限で行うものの、事業拡大や設備更新、新規事業のための支出や投資がない。
	やや悪くなる	広告代理店（従業員）	・コンペの状況を見ると、これまでクライアントはクリエイティブ力と見積金額を総合的にみて判断していたが、現在はクリエイティブ力より見積金額を重視している。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・小売においては、売価低下や競争激化が広まる傾向で回復材料に乏しい。また中間流通においては、資金不足により仕入れの絞込みが進む。
	悪くなる	繊維工業（団体職員）	・国内全般に需要回復の見込みがなく、その影響を受ける。なかでも、法人需要の見込みがない。
		不動産業（営業担当）	・マンションの供給が過剰になってきているため、今後マンションが売れなくなると商業地の買い手がなくなり、なお一層土地の価格が下落する。将来的には価格はまだまだ下落する。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・購読料の滞納や購読契約の中途解約が増えてきており、先行きは厳しい。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	民間職業紹介機関（支社長）	・劇的な変化はないが、いくらか採用数を広げ始めた企業が出てきた。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・顧客の状況が相変わらず悪い。人員削減にとどまらず減資などで会社規模を縮小する企業まで出てきている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大手企業でリストラ社員の転職支援依頼が増加しており、派遣会社の手先などの派遣依頼は落ち込んで、転職支援事業が伸びている。求職者の働く場所が大手から中堅、中小企業へシフトしている現況であるが、中堅、中小企業は景況の不透明感で辛抱、我慢の連続であり採用の拡大は今後も望めない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・まだ求人数は低調である。現在の教育関連求人数の活発化を見ると、活発化する業界とそうでない業界の二極化が進んでいる。この状況が今後も続く。
		職業安定所（職員）	・大規模なリストラは減少傾向にある。若年層を中心に自己都合による離職者が減らないため、求職者が高水準で推移している。今後もこの傾向が継続する。
		職業安定所（職員）	・新規求人が対前年比において微増しているものの、業種により大きく偏っており安定した回復は見込めない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・例年、4月に正社員を採用しない企業からの受注が相次ぐ時期にも関わらず、統合や合併を済ませた企業、あるいはその予定のある企業が採用を手控えている。採用予定のある企業においても最少人数で、大口の受注が見込まれない。
		職業安定所（職員）	・複数の事業所が1年前にリストラを実行したにも関わらず、予想以上の景気の落込みにより再度リストラを計画している。
		職業安定所（職員）	・一般の求人条件が特に賃金面で悪くなっている。数年前に出した求人を復活する際、賃金を下げる事業所も目立っている。今後の見通しは暗い。
悪くなる	-	-	

8. 中国（地域別調査機関：（社）中国地方総合研究センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	百貨店（売場担当）	・11月にオープンした山陰では初めてのブランドショップなので、新しいファッションが期待され、販売点数も増加している。

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
		衣料品専門店(店長)	・3～4月はアパレル業界にとって重要な時期なので、今月から右上がりになってくる。
		通信会社(総務担当)	・市場がブロードバンド化を望んでいるため、加入増が見込まれる。
		テーマパーク(広報担当)	・小グループを中心とした観光客の動きがある。
		住宅販売会社(営業担当)	・徐々にではあるが受注が増えてきている。
	変わらない	商店街(代表者)	・携帯電話などへの出費に偏るなど、若者を始めとして消費の中身が変わってきている。
		百貨店(営業担当)	・季節の変わり目でもあり、ヒット商品があればヤング層の購買は期待できるが、雑貨は手持ちの品で間に合わせ、全体としては買い控えられる。
		百貨店(売場担当)	・3月、4月になると、就職、入園、入学、春のプライダルなどセレモニーラッシュの月になるので、売上も期待できる一方で、今持っている洋服に合わせて、セール品の中から買い足す傾向も増えてきている。
		百貨店(売場担当)	・衣料品の春物の動きがある程度良いが、靴に関してはまだ春物はあまり出していないため、靴の動き次第である。 ・例年に比べ前倒して購入する傾向がみられる。
		百貨店(営業企画担当)	・昨年と同額の販促費用では集客の促進、売上の拡大は非常に厳しく、現状では突破口がない。
		スーパー(店長)	・例年のように給料日明けや週末にちょっと良い物を買うという傾向が少なくなっており、依然客の財布のひもは固い。
		スーパー(店長)	・来客数は減少してきており、買上点数は減少し、客単価は低下傾向にあるものの、一定のラインまで下がりその状態が維持されているため、今後もこの状態が続く。
		スーパー(店員)	・目玉商品だけが飛び抜けて売れ、その他定番商品はあまり動きがなく、買い分けが非常に目立っている。
		スーパー(総務担当)	・現在野菜の単価が高くなっているが、これから春先にかけてどう動くか不明である。 ・狂牛病問題が再発し、持ち直していた精肉の動きに不安がある。
		コンビニ(エリア担当)	・販売企画が進んでおり、良くなる方向にある。 ・価格的にも底までできており、これ以上は下がらないだろうという状況がある程度見えてきており、今後は現状で推移する。
		コンビニ(エリア担当)	・全体的な販売量の動きからみて、改善の兆しがみられる部門はなく、依然回復傾向はみられないが、下降傾向にはなく、当面現状のまま底の状態が横ばいとなる。
		衣料品専門店(地域ブロック長)	・良い物を買う客はこれからも良いものを買うが、値段重視の客はこれからも値段の安い物を買うという形で二極化する。
		衣料品専門店(店長)	・来客数、客単価からは3か月後に良くなる状況にはない。 ・特にスーツ、礼服など重衣料の販売量がやや落ちている。
		家電量販店(店員)	・必要に応じて価格に関わらず良い商品は売れるが、余分な物を買わずに買い控えをするケースも出てくる。
		家電量販店(予算担当)	・DVDやマッサージチェアなど好調な物もあるが、既存の商品の伸びが厳しく、売上増には至っていない。
		乗用車販売店(総務担当)	・低金利のキャンペーンを行うと売上は伸びたものの、コンパクトカーのみの販売に終始している。 ・今後も金利動向によって客の購買意欲は変化してくる。
		その他専門店[書籍](店員)	・人気新刊書籍の動きも落ち着き、現在有力な新刊や売れる本がみつからないが、当分このような状況が続く。
		一般レストラン(店長)	・例年と同じくらいの予約数であるため変わらない。
		一般レストラン(営業担当)	・折り込み広告を行うため伸びが期待されるが、周辺居酒屋も低単価のつきだしを中心に打ち出しているため、夜の集客は今後も苦戦を強いられることが必至である。
		観光型ホテル(スタッフ)	・見込んでいたより客のキャンセル件数がかかなり多くなっている。
		通信会社(営業担当)	・冬季の春商戦キャンペーンを計画しているが、現状から判断して購買意欲を大きく刺激するには至らない。
		テーマパーク(業務担当)	・来客数や滞在時間に好転の兆しがみられない。また問い合わせの件数からして、利用者の興味が少ない。
		住宅販売会社(従業員)	・顧客の心理状態が変わらないため、契約率、販売単価等も増加の要因がみえてこない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		住宅販売会社（経理担当）	・新規発売物件の予定はあるものの、競合物件と比較して値引きを求める客が増えており、売上の伸び悩みが予想される。	
	やや悪くなる	百貨店（営業担当）	・来客数、単価、販売量とも全く期待できない。 ・紳士物、ビジネス関連が大変厳しい。	
		百貨店（売場担当）	・メーカーサイドの品揃えが全て前倒しになっており、売れる期間の長い、青果物中心の企画が大半を占めている。 ・春物商材が生産されていないため非常に不足しており、2、3、4月と春物のジャストタイム商品がないためかなり厳しくなる。	
		コンビニ（エリア担当）	・今後もアルコールの売上低下が続く。 ・酒を飲んだら車に乗らないため、人々が集まって飲む機会が少なくなるため、アルコール、つまみ等の売上が低下する。	
		乗用車販売店（所長）	・今まで3年で車を買って替えていた人が5年、5年の人が7年、7年の人がまだ乗り続けるという傾向がますます強くなり、代替時期が先延ばしされるとともに、車検も単価が厳しくなっていく。	
		乗用車販売店（営業担当）	・既存客からの代替需要があまり伸びておらず、今後新商品が出て売上台数は大きく上がらない。	
		乗用車販売店（総務担当）	・展示会等で客の来店はあるが、販売に結びつかない。	
		その他専門店〔カメラ〕（地域ブロック長）	・来客数が大幅に減っており将来に不安がある。	
		都市型ホテル（従業員）	・低単価競争がますます強まるため、良くなるとは考えられない。	
		通信会社（経営者）	・新規加入実績が従来平均値を大きく下回っており、客の反応もより厳しいままである。	
	通信会社（通信事業担当）	・新サービスを導入しても、現状維持が精一杯の状況で、今後も同じような状況が続く。		
	悪くなる	家電量販店（店長）	・今の状態からすると、3月末には客にリストラの気配があるため、そのような中での商いは非常に困難である。	
	企業 動向 関連	良くなる	-	-
		やや良くなる	輸送用機械器具製造業（経理担当）	・3か月先に本格的な量産体制に入る新製品の販売量に、かなり期待が持てる。
輸送業（総務担当）			・取引先の企業などでも、単価が安ければ子会社を利用するよりアウトソーシングする傾向が段々強くなっており、その影響を受けてやや良くなる。	
変わらない		食料品製造業（総務担当）	・消費者の財布のひもが固くなってきているが、高くてもよほど良い品であれば、そこそこ売れる傾向にある。	
		化学工業（総務担当）	・製品価格は上方修正の動きをしており、若干持ち直すと予想されるが、収益構造は悪く下期の見通しは依然として厳しい。	
		鉄鋼業（総務担当）	・得意先からの受注量や製品の動きにほとんど変化わりがない。	
		鉄鋼業（広報担当）	・依然輸出が好調をキープしているものの、先行き減速懸念がある。	
		非鉄金属製造業（経理担当）	・スポット的な受注で若干救われているものの、それ以外で明るい話はない。販売価格も回復する見込みはなく、むしろ下落する方向にある。	
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	・春に出荷予定の新商品に対して前評判が高く、海外の取引先も関心を示しており期待が持てるが、業界の需要が低迷している。	
		電気機械器具製造業（総務担当）	・当面安定した受注が入っており、開発、試作も入っているのでほとんど変わらない。	
		通信業（営業担当）	・業界全体の動向や企業ユーザ層の通信需要をみても、人的資源の整理を含むコスト削減の傾向が続いており、一部業種が活気づいても、全体が短期間で積極投資型などに好転するとは考えられない。	
		金融業（業界情報担当）	・新型車の生産開始により、操業は一段と高まると期待できるが、コストは厳しさを増す一方で、収益改善は限定的なものにとどまる。	
やや悪くなる		建設業（経営企画担当）	・建築工事に関しても引き合い物件はあるものの、単価は非常に控えなければ受注できない状況にあり、今後もこの状況は変わらない。	



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		会計事務所（職員）	・今まである程度の業績を上げていたような会社が、これまでに経験したことのないような悪い状況に陥っており、そのようなところは何社か出てきている。
	悪くなる	建設業（営業担当）	・今後各社とも受注重視から利益重視に移行する傾向にあるため、全体の受注工事は減少する。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	-	-
	変わらない	職業安定所（職員）	・今後も製造業を中心に、小規模ながら人員整理の情報が複数寄せられており、新規求職は引き続き高水準で推移する。
		民間職業紹介機関（職員）	・一時的なものか今後継続されるものかは分からないが、自動車部品業界の海外進出強化により、サプライヤー間に関係部門の増員がみられる。
		民間職業紹介機関（職員）	・派遣への切り替えから正社員募集の求人取り消しを行った企業があり、安定的な雇用条件の下で働ける労働者が増えない。
	やや悪くなる	求人情報誌作成会社（支店長）	・景気の先行きが不透明で、採用を手控えようとする企業が増えている。
職業安定所（職員）		・求人数は派遣、請負においては増加がみられるが、製造業、小売業では横ばい状態で推移し、年度末に厳しさが予想される建設業では減少している。	
職業安定所（職員） 学校〔大学〕（就職担当）		・店舗の閉店による離職者が増えている。 ・求人の減少傾向が止まらない。	
悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・広島企業の人員調整が遅れており、余剰感を持ちながらも先送りの傾向にあり、今しなくてもどうにかなるだろうという状況が改まらない限り、雇用は一向に変革されない。	

#### 9. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる		
	やや良くなる	百貨店（売場主任）	・競合の大手百貨店が12月に閉店した影響もあり、購入対象商品が春物に替ると、客の動きは良くなる見通しを立てている。
		スーパー（営業担当）	・新入学、新生活、人事異動等を商機と捉えて売り込むことにより需要は増える。
	変わらない	百貨店（営業担当）	・年末年始の活気も一時的で、その後は低迷している。よって、通常月の景気回復は、なかなか見込めず、現在の底の状況がしばらくは継続する。
		スーパー（店長）	・依然として買い控え傾向は続いており、景気を上昇させる要因は見当たらない。パレンタイム商戦も年々縮小気味で期待が持てず、ひな祭りも例年並みか、やや上回る程度の予想である。しかし、今年は例年より春の到来が早そう、春物の売上に期待がかかる。
		スーパー（企画担当）	・客単価は前年を下回っており、依然として客の慎重な購買動向が続いている。
		衣料品専門店（経営者）	・今までの客単価、来客数の動きを見ると、半年程度は変化がないと思う。
		家電量販店（店長）	・新入学・新生活関連の商品は期待が持てるが、大型商品が動く、新築、増改築に関連する需要は期待できない。
		乗用車販売店（従業員）	・売上、客単価、来客数の動きにほとんど変化がない。
		乗用車販売店（営業担当）	・10月、12月発売した新商品により1月は好調であった。それは商品の優位性によるもので、市場の変化によるものではない。
タクシー運転手		・従来、春先は乗車が増加するが、現状を見ると期待ができない。歓送迎会もあるはずであるが、夜も人出が少なく、業界としても今後、八十八か所参りが増加してくれれば良いが、それもバスに客を取られ減っている状況である。現状維持であれば良いと思う。	
タクシー運転手	・通常、人事異動の時期であるが、客からの聞き取りによると、人事異動も少ないみたいであり、あまり人の動きがないと予測する。		
観光名所（職員）	・春の行楽シーズンのイベント等により、観光客が一時的に増加するが、依然として客足が重いように思う。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
	やや悪くなる	ゴルフ場（従業員）	・来客数は、前年及び前々年と比較して減少している。予約状況から判断しても、少し伸び悩んでいる。	
		設計事務所（所長）	・マンションディベロッパー以外に活発な動きがない。	
		商店街（代表者）	・正月に入出は多かったが、単価の低い福袋でも買うのかなり悩む客が多く、財布のひもは堅いと感じる。今後、来街者数、来客数が増加する要因はなく、来客数の減少とともに、単価、買上率も減少方向に向かうと思われる。	
		一般小売店〔菓子〕（販売担当）	・総来客数は前年を大きく割っており、回復の兆しが一向に見えない。	
		百貨店（営業担当）	・月初は県外からの帰省により来客数が増加し、売上も増加した。好調であった。しかし、中旬以降、悪天候の影響もあるが、低調に推移している。また、ブランド商品も前月までの勢いがなく、顧客も目的買いに終始している。	
		スーパー（店長）	・通常のチラシでは、集客力が弱くなっている。ディスカウントのチラシ、あるいはポイント日のほうに集客力があり、少しでも効率よく買いたいというニーズがますます高まっている。単価の回復も少し時間がかかりそうである。	
		スーパー（財務担当）	・オーバーストアで需給バランスが完全に崩れている上に、改装、増築によるセールス合戦が続いている。	
		コンビニ（エリア担当）	・年末年始の客の動向は、例年通りの消費があった。しかし、年末年始の消費により、現在、財布のひもが堅くなっており、買い物か1品少ないとか必要なものしか買わないという状況である。その影響は2、3か月後も出ているのではないかと考えている。	
		衣料品専門店（経営者）	・消費者の購買動向は、非常に慎重になっている。初春物、春物の流行商品が見あらず、現在の状況が続くと思う。	
		競艇場（職員）	・来客数に大きな変化はないが、1人当たりの投資額が減少しており、今後もその傾向は変わらないと思う。	
	悪くなる	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・公共工事の減少により地元の建築業者は低迷しており、こういう業界の景気が良くなると我々の業種の見通しも暗い。	
		スーパー（店長）	・来客数は、昨年に比べ過去最高の落ち込みであるが、更に、昨年はチラシを出していなかった競合店が、今年は週に2回チラシを出している。売価も非常に安い値段を付けており、それにより、競合店に客を奪われている状況である。	
		通信会社（企画担当）	・従来のように、新機種に取り替えるということは少なく、財布のひもが固くなったと感じている。	
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	-	-	
		家具製造業（経営者）	・3月決算を控えて、売上の増加が見込まれる。また、2月、3月の受注は増加する。	
	変わらない	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・新商品が取引先で採用され、販売数が少しずつ増加しており、3か月後は良くなると思う。	
		化学工業（営業担当）	・四国を販売エリアとして営業活動をしているが、好調な業種はなく、全般的に需要は冷え込んでいる。現在の状態が秋口まで続くと思われる。	
		一般機械器具製造業（経理担当）	・ユーザーニーズはコンパクト（省力型）、かつ多機能型に志向している。その変化にどこまで対応できるかで、今後の販売に影響が出てくる。	
		通信業（営業担当）	・あらゆる階層において需要が冷え切っており、何か大きな引き金がないと、大きく好転するとは思えない。	
		金融業（融資担当）	・取引先の販売価格、単価を見ても回復の兆しがない。	
		広告代理店（経営者）	・取引先の来期の広告予算計画は、依然として低水準であり、更なる削減も検討されている。	
		やや悪くなる	電気機械器具製造業（経営者）	・受注がほぼ決定していても、先送りになる案件が数多く出てくるようになった。
			輸送業（支店長）	・食品メーカーの販売不振により、専属運行業務が20%程度減少する見込みである。
不動産業（経営者）	・賃貸契約の客の動きが非常に鈍く、価格も、かなり低い水準で推移をしている。とりわけ学生にそういう傾向が見られる。			
公認会計士	・小売、製造、建設、サービス業、どの業種においても、売上が対前年比で20%以上下落しているところが多く、非常に資金繰りが厳しい。キャッシュフローも悪化しており、今後もその傾向は続く。			
	悪くなる	建設業（経営者）	・2、3か月先までの受注見通しが全然立たない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	-	-
	変わらない	求人情報誌製作会社（従業員）	・求人数は増加傾向にあるが、それが消化されると、次が続かないと感じる。
	やや悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・人材派遣の更新時期である3月末で打ち切る企業が増加している。
		職業安定所（職員）	・有効求職者が3か月連続で対前年同月比減となり、パートを含む有効求人倍率は0.58倍と、2か月連続で若干、改善をした。しかし求人数に歯止めがかからないことと合わせ、求人条件で時間給が増大していることなどから、雇用環境の一層の悪化が懸念される。
悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・2か月先は年度末離職者や、3月までの雇用期間の契約満了者の離職者が増加し、雇用失業情勢は一段と厳しくなる。 ・現在、3月末の契約更新の確認をとっているが、今年は、3月末で終了する企業が増加している。また、労働者側の都合で契約延長ができない場合、その時点で派遣が終了し、現存社員で対応するか、安いパートの利用に移行しているケースが目立つ。	

## 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	衣料品専門店（経営者）	・当店としてはやれることをやっており、売上も上がっている。
	やや良くなる	乗用車販売店（管理担当）	・最大需要期である1～3月に合わせて新車種が発表され、客の関心が非常に高まっている。ここ2、3か月は新車効果が出る。
		高級レストラン（スタッフ）	・1月の後半から宴会等が少し増えて、予約も入っている。客の様子も一時期の厳しい感じはない。
		テーマパーク（職員）	・ゴルフ場は、有名選手がトーナメントに來たり、コース改造やゴルフ教室ができるなど、プラス材料が多い。ただアミューズメント部門でファミリー客が落ち込む。
	変わらない	商店街（代表者）	・年度替りで何かとお金が必要になり、その分食費にかけるウエイトがかなり削られる。
		百貨店（営業担当）	・春物の動きを見る限り、前年比9割ペースで動く。
		百貨店（営業担当）	・春物商戦は通常3月だったものが2月にずれ込む。2月の売行きで良いか悪いか判明する。
		百貨店（売場担当）	・昨年、近くに大型商業施設がオープンした影響で厳しい状況が続く。
		百貨店（売場担当）	・今月は12月に比べて前年実績に近い数字を上げており、良くなると見ることもできるが、他の大型商業施設では2店舗とも前年実績を上回っており、予断を許さない状況である。
		スーパー（店長）	・ディスカウントストアのような価格を前面に打ち出している業態に対しての客の反応が良い。一般的なスーパーやGMSは停滞感がある。
		スーパー（店長）	・当面は必需品だけを買ひ、耐久財を必要な時に買うような状況が続く。また、酒税の増税前はまとめ買いがあるかもしれないが、増税後はかなり厳しくなる。
		コンビニ（店長）	・単価下落が続く状況で、今後も回復する見込みが薄い。
		衣料品専門店（店長）	・入学卒業シーズンということで、商品の動きがあるが、先行きが見通せないのが財布のヒモが堅い。
		乗用車販売店（従業員）	・新卒者もなかなか職が決まらず、決算を迎える会社も先が見えない。
		高級レストラン（経営者）	・例年1、2月は最低の売上になるので、これ以上は悪くならない。
一般レストラン（スタッフ）		・政策に期待できず、個人負担が重くなっている。今悪くても頑張れば将来良くなると見通しが立たない。	
都市型ホテル（スタッフ）	・今後の予約状況を見る限り、改善する見通しは立たない。		
旅行代理店（従業員）	・春休みの家族旅行を中心に予約が少し戻っている。		
タクシー運転手	・観光客が減る時期になるが、ゴルフパックなどで寒いところから人が来るのでなんとか横ばいを維持できる。		
観光名所（職員）	・景気が上向く施策が見えてこないで、同じような状態が続く。個人消費が上向かないとどうにもならず、いくら営業をしても意味がない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		ゴルフ場（従業員）	・ブレ - 代を若干を下けたところで客は来ない。客は金を使いたがらない。特にホテル、ゴルフ場などは大きな打撃を受けている。若干の明るい兆しとして、韓国、台湾の客が増えているということがあげられる。
		パチンコ店（店員） 住宅販売会社（従業員）	・客の経済状況も非常に悪く、年度替わりでより悪くなる。 ・税制改正がある程度は寄与しても、伸びはあまり期待できない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・景気対策が迷走していて、構造改革も遅々として進んでおらず、消費者もどう動いていいのか迷っている。そのため、消費マインドはさらに冷え込む。
		百貨店（売場主任）	・市内にあった百貨店が閉店し、当店1店舗になったが、閉店した店舗が昨年1月にあげた売上の約4分の1しかとれなかった。残りの4分の3が消えており、消費の落ち込みはかなり厳しい。
		百貨店（営業担当）	・初売りは好調だったが、イベント性のあるもの以外は伸びていない。催事も、駅弁大会や食品関係は前年並だったが、他は悪い。不要不急なものは買わない傾向が続いている。
		百貨店（営業担当）	・企業決算が集中する時期であり、その内容次第である。イラク問題が深刻になれば、ますます景気が後退する。
		百貨店（営業担当）	・自店舗から車で10分ほどのところに大型ショッピングセンターができるので、半年くらいは非常に厳しい状況が続く。
		百貨店（業務担当）	・商品の動きを見る限り、全体を押し上げるだけのヒット商品がない。春物衣料、フレッシュズの動きも非常に静かで、消費マインドに大きな変化は見られない。
		スーパー（店長）	・食品はある程度堅調だったが、生鮮品の鮮魚、精肉、野菜の落ち込みが著しい。冬物のバーゲンの動きを見て、無駄な物は買わない、辛抱するという動きが例年に比べてかなり目立つ。
		スーパー（店長）	・4月からの税制や社会保障制度の変更に伴い、身の回り品への支出に対する目は一層厳しくなる。単価下落、点数下落、単価ダウンはさらに顕著になる。
		スーパー（経理担当）	・九州地方の企業淘汰は一段落し、攻勢をかけてくる域外の企業が増えたため、再び大競争時代が訪れる。
		コンビニ（エリア担当）	・他のコンビニとの競争が売上低下の原因となっているが、最近ではスーパーの営業時間延長によっても客が減少している。コンビニ業界も有効な対策を打ち出さなければ生き残れない。
		コンビニ（販売促進担当）	・半額セールだとよく飛びつくが、2割引くらいでは反応が鈍い。3割引でやっと反応が見られる程度である。セールをしない時は安くなるまで待とうという傾向が見られる。
		衣料品専門店（総務担当）	・単価が下落しており売上げが見込めない。売上がバーゲンに集中するなど、客も安くなるのを見越して買いに来る。
		住関連専門店（経営者）	・家具等の需要の冷え込みは当分回復しそうにない。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・支社、支店の統廃合や縮小が進んでいるようで、周辺の事務所ビルの空室率が高まっている。そのため、ビジネスマンやOLの来客数が少なくなっている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・取引先の信用調査をしているが、内容悪化、不良売掛け発生といった件数が3か月前と比べて増えている。中小企業はどンドンつぶれていきそうである。
		スナック（店長）	・これから景気が良くなる見込みは非常に厳しく、29年やってきたスナックを1月9日で廃業した。これからは焼酎ブームの中で、居酒屋を守っていくのが精一杯である。
		旅行代理店（業務担当）	・アメリカ大統領のイラク攻撃発言で戦争への不安が高まり、2、3か月前の旅行の申込が手控えられている。
		タクシー運転手	・タクシーを利用する料金を少しでも節約しようという動きが見られる。少しでも安くすませようと、家のずっと手前で降りる客もいる。
設計事務所（所長）	・計画、企画という先を見通せる物件がないという情報が入っている。		
住宅販売会社（従業員）	・住宅需要が上向き可能性がない。雇用情勢が不安で家を持つ計画を持った客が減っている。		
悪くなる	商店街（代表者）	・商店街から2店舗廃業し、空き店舗がどんどん増えている。3月には市内に大型店がオープンするので困っている。	
	一般小売店〔青果〕（店長）	・最近、納品業者の入金状態が悪くなったとか、仕入先の請求が早くなったといった話が増えている。	

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
		百貨店（販売促進担当）	・1月はクリアランスで良かったが、2、3月は安くすることができないので悪くなる。
		コンビニ（経営者）	・建設関係の作業員の来客数の激減し、厳しい状態が続く。
		衣料品専門店（経理担当）	・客は安い物しか買わないし、見ても買おうという気持ちにならない。新聞、テレビの刺激を情報聞いてますます悪くなると思って、買い控えている。
		高級レストラン（経営者）	・4月に市長選、知事選、県議選が控えており、選挙活動で忙しく、高級料亭には足を向けてくれなくなる。また、汚職の問題があるので議員もそういうところは利用しないのでかなり悪くなる。
		スナック（経営者）	・客の入りが悪いといわれる2月でも、以前は中旬頃から毎週金曜日ころになると、上層部、支店長、部長や次長等の異動があり、送別会の2次会があったが、今は異動の時期が不規則でいつ転動したのかわからなくなっている。とにかく経費を節減する会社が増えていてどうしようもない。
企業 動向 関連	良くなる	電気機械器具製造業（経営者）	・会社全体と社員の意識改革ができ、自分たちでやるしかないという意識がやっと定着した。
	やや良くなる	食料品製造業（専務）	・この先、選挙が続くのでいくらか良くなる。
		通信業（職員）	・受注量そのものは多少なりとも増えている。年度末を控え、さらに受注が増える見通しだが、受注価格は非常に厳しく、上向いたとしてもわずかな伸びである。
	変わらない	広告代理店（従業員）	・今のところ新規出店などプラス材料しか見当たらない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車関連以外の取引先の新規案件の見積りもなく、先行き不透明である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・大手半導体メーカーは今年に入ってから話はたくさん来ているが、大口の仕事量の決定が延び延びになっている。また、企業格差が出始めている。
	やや悪くなる	建設業（総務担当）	・来月大きな工事が完成するが、次の工事が始まり工事が切れなくなった。半年先くらいまで見通せるようになっている。
		家具製造業（従業員）	・取引ではどの会社も現金回収の比率を増やしている。
		金属製品製造業（企画担当）	・開発投資が必要な商品でも、市場性やコスト最優先の売価が制定されると開発投資もできないが、そういう傾向がずっと続く。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・海外での生産に切り替えているため。
悪くなる	輸送業（総務担当）	・全体的に荷動きが悪くなっている。近くの小売店では倒産が相次いでおり、荷動きも回復せず、しばらくは悪い。	
	金融業（調査担当）	・決算期を控え、資金繰りが悪化する。	
	不動産業（従業員）	・企業融資に対する金融機関の態度が萎縮する一方であり、各担当者からも金融機関自体の先行きに疑問の声が聞かれており、企業の先行きも不安視される。	
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・新年度に向けて新しい需要が出てきて、少しは上向くが、数字に現れるほどの改善は期待できない。
		求人情報誌製作会社（総務担当）	・3月決算を控え、倒産社数は増えるが、勝ち負けがはっきりするため、伸びる企業はますます伸びて、それに引っ張られて他も良くなっていく。
	変わらない	職業安定所（職員）	・大型の雇用を期待できるような企業誘致の情報がない。
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・競争力のない企業の求人力が低下している。大手量販店の進出に伴い、アウトソーシング向けの企業が進出してきたり、飲食関連のフランチャイズ店が進出するなど、どの業界もオーバーマーケットになっている。
		職業安定所（職員）	・不良債権処理に伴い、離職者が増加する。
		民間職業紹介機関（支店長）	・年度末の需要が、歯止めのきかないマイナスになっており、4月以降も厳しい局面が続く。
悪くなる	-	-	

#### 11. 沖縄（地域別調査機関：（財）南西地域産業活性化センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	一般小売店〔衣料・雑貨〕（店長）	・連休等で来客数が増え、売上の増加が見込める。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
変わらない		住宅販売会社（従業員）	・年明けから特に土地を持つてる方々が活発に展示場に来るようになっており、これは去年と比較するとかなりの大幅増である。年度内の住宅減税を意識しての動きとみられることから、今年前半は好転する。
		一般小売店〔鞆・袋物〕（経営者）	・新規の大型ショッピングセンター内の店舗は、好調なのだがその影響で逆に落ち込んでいる店舗もあり、回復の兆しが見えてこない。今後の世の中の見通しがたたないため、購買意欲なども出てこないのではないかと。
		スーパー（経営者）	・客単価等、依然として厳しい状況にあることからさほど変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・スーパーやコンビニエンス等の競争は激化しており、単純に店舗は増やせない。弱い店舗は売却・閉鎖し、余った力で強い店舗をより強くするというスクラップ&ビルド状態に拍車がかかっている。競争激化イコール消費減退ではないので総合売上としてはかわらないだろうが、分母が小さくなる分、店舗ごとの最終利益はおのずと減っていく。
		コンビニ（エリア担当）	・経済環境に大きな変化はみられない。
		衣料品専門店（経営者）	・1月のセールにおける売れ行きはかなり良かったが、苦戦している所も多い。今後の予想は難しいが、セールを行っていない店は安定しているようでかなり店舗間の差がはっきりしてきている。
		家電量販店（副店長）	・平均客単価の低下が続いており、チラシ広告の目玉商品しか動かず、低単価でなければ購入しない客が増えている。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・最近の雑誌には、特に自分の部屋を居心地良く、いかに安く改造できるかという内容の特集が増加しており、家の中の事に興味が集まるようになると外での消費減少が予想される事から、今後も売上は変わらない。
		高級レストラン（副支配人）	・現在のところ、客単価、来客数ともにほとんど変化はない。予約状況等も数字的な変化がほとんどみられないことから3か月後も変わらない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・現状では景気回復の材料がはっきり見えない。3月は移動時期でもあり、4月、5月の連休を目前にして多少来客数が増えることが期待されるが不透明なところがある。
		旅行代理店（経営者）	・しばらくはこの状況が続く。
		観光名所（職員）	・沖縄への観光入域者数の好調状況は今後も変わらず続く。 ・当公園としては4月より常設イベントを拡充し、実施することとしている。
		住宅販売会社（経営者）	・10月から4か月連続、実績は低水準で横ばいの状況である。これから3月決算を迎えるが、引き続き厳しい状況が続く。
やや悪くなる		百貨店（担当者）	・本土メーカーが生産を控えるなど冬物の商品納品が例年よりも悪く、本土側の不景気感を払拭できない。春物の納品、動向も芳しくなく直近としては景気は若干後退する。但しエンドユーザーの消費意識は意外と旺盛で、景気の後退感による買い控えではないかと。
		百貨店（総務担当）	・新入学シーズンに期待はするものの、オーバーストア現象による客の分散が更に進むと予想される為、今後は大変厳しくなる。
		その他専門店〔楽器〕（経営者）	・正月商戦においては不況感が十分感じられた。「不況」が「普況」といわれ、定着化した中で、価格競争がますます激しくなれば、共倒れになる。 ・米国とイラクとの戦争も危惧される。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・安売り傾向は益々激化し、単価の高い高級店が居酒屋なみの価格帯にシフトしたり、料理のみを扱っていた店がお酒を加えて居酒屋形態へと変わってきており、今後もこの傾向は続く。
		都市型ホテル（マーケティング担当）	・イラク情勢が懸念される。それによりかなり状況が変わる。
		ゴルフ場（経営者）	・他府県に比べて沖縄県は国の財政援助が一番多いにもかかわらず失業率は最も多く、従来の様に県民性の問題では済まされない状態になっている。景気が悪くなると先に痛手を被るのは、サービス産業であり、私共ゴルフ場も同様である。客のコメントを聞く限りでは、利用人数はますます減少傾向にある。

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	商店街（代表者）	・商店街では観光関連の店舗が多くなっており、観光客の流れは以前より多いが販売量が減少している。購買力は、外周部の大型店にとられ、観光関連を除いての商品物販業は大変苦戦を強いられ、毎月の販売額が落ちている状況である。
		コンビニ（経営者）	・米国とイラクとの戦争が危惧される。
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	輸送業（総務担当）	・年度末商戦に向けて物量の増加、また閉鎖店舗のリニューアルオープンに期待がされる。
		不動産業（従業員）	・販売価格等は現状と変わらないだろうが、取引先などで来客数の動きがあるなど、景気は少しずつ良くなる兆しがある。
	変わらない	通信業（従業員）	・既存クライアントの継続的なフォローと新規クライアントへの提案努力により案件を確保している状況であり、決して景気が良くなっているという楽観的な状況とは考えにくい。
		通信業（営業担当）	・受注量の横ばい傾向は続く。
	やや悪くなる	建設業（経営者）	・当社に対する資料請求等の引き合いが鈍くなってきている。
		輸送業（営業担当）	・年度末に向けて、各社とも客の取り込みに必死になると予想されることから、一層厳しくなる。
不動産業（支店長）		・景気が良くなる良い材料が見当たらない。	
悪くなる	-	-	
雇用 関連	良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・例年、3月には求人企業数、求職者数が増加する傾向がある。
	やや良くなる	-	-
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・求人数、依頼件数は少しずつ増えているが、単価の値崩れがひどく、利益がたせない状況にある。従って件数として表向きの数字は増えても、内容的にはほとんど変わらない。
		職業安定所（職員）	・依然として景気の回復がみえてこないことから、事業所からの求人・採用等が期待できない。
		職業安定所（職員）	・パートタイムの新規求職数は56.5%と大幅増となっている。 ・厳しい経済情勢を反映し、求人が増加傾向にあるものの、求人者のパート雇用への切替が目立っており、求職者では主婦層が増えつつある。 ・非自発的解職者の求職申込件数は前年比20.5%の増加となっている。
	学校〔専門学校〕（就職担当）	・県内の景気については良い要素が見つからない。 ・モノレール開業も大型ショッピングセンターオープンも雇用を生み出しているが、大幅なてこ入れにはなっていない。 ・求人の多くがアルバイトや契約社員で、また年齢や資格などの制約も多い。	
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社（経営者）	・現状では雇用関連での打開策はみえない。どうしても経済と連動しているし、景気マインドや明るいニュースでも無いと落ち込む一方だろう。しかし、出来る人材の採用が企業存続の鍵だとは皆知っている。そのマッチングと一般求職者の就職の両方の対策が必要と考える。
悪くなる	-	-	