

・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	家電量販店（地区統括部長）	・アテネオリンピックというビッグイベントがあるため、A/V商品を中心に盛り上がることが予想される。
	やや良くなる	百貨店（売場主任）	・株価が上がったことで、自然と商品の作り込みなども良くなっており、客の反応も良くなってきている。このまま株価が上がっていくと予想されているので、今後もこうした傾向は継続する。
		観光型ホテル（経営者）	・道外客については、首都圏を中心とした大手エージェントの新商品開発・拡販が見込まれるほか、東南アジアからの海外客も増員の見込みがある。道外では景況の明るい見通しに支えられているが、地元客の動きに明るい材料はない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・前年のSARS等の影響によるマイナス要因もなく、予約も前年の同日時点に比べてかなり上回っている。
		旅行代理店（従業員）	・道内の冷え込んだ状況に変化はないが、本州方面の景気回復基調によって道内旅行客の増加が期待できる。また、桜前線が例年になく早まり、客の行楽も早めに活発化すれば、業界としては販売期間が長くなり有利になる。
		観光名所（役員）	・3月末までの来客数や、レストラン・売店などの動きも、やや増加基調にあり、4月の予約状況にも改善傾向がみられる。
		美容室（経営者）	・客は、以前より商品の説明を求めるようになってきて、気に入ったものは買う傾向が出てきている。
	変わらない	商店街（代表者）	・株高や景気回復に伴う消費回復などの報道がされているが、街中の実態は回復の兆しがみえない。地方では春はまだ先のである。
		百貨店（販売促進担当）	・来客数、客単価とも、大きな変化がみられず、動向は変わらない。
		スーパー（企画担当）	・消費税の総額表示に関連して、小売業者側の対応が直前になって二転三転しており、混乱を極めている。導入後については、同種類の商品価格の表示が何種類も存在することで、客の価格に対する信頼感が損なわれ、購買行動にマイナスの影響を及ぼすことが想定される。
		コンビニ（店長）	・特に明るい材料もなく、天候が極端にでも良くなってこない限りは、別に変わらない。下げ止まりというところが見えたので、これ以上は悪くはないと思うが、良くなる材料も取り立ててない。
		乗用車販売店（従業員）	・来客数が前年より少なくなる傾向にあり、売上も減少している。
		住関連専門店（営業担当）	・年金問題やBSE・鳥インフルエンザなど食品の不安、総額表示の実施による値上がり感で、景気回復のプラスとなる要因がみられない。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・客は前年以上に財布のひもを締めている。
一般レストラン（スタッフ）		・当店のメインターゲットである航空機の乗降客は、前年から減少が続いている。特に団体観光客の入込がこの半年、前年比80%台で推移している。	
観光型ホテル（経営者）	・大都市圏では景気が回復していることになっているが、大都市圏から北海道への観光客の流入増という形にはなっていない。また、2～3か月で際立って改善するだろうという要素も見当たらない。		
旅行代理店（従業員）	・団体旅行の低迷もあり上昇傾向とはいえない。発団体の減少と低価格からの収益減少傾向は一層強まるだろう。個人グループへの流れは、一定量を保ちそうだが、海外旅行の不透明感が不安材料となる。		
旅行代理店（従業員）	・4月以降の受注状況は芳しくないが、海外旅行はSARSなどからの回復がみられ、前年比は良化しつつある。		
観光名所（職員）	・タクシーの空き具合が以前と変わらない。まだまだ、好転の兆しはみえない。		

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
	やや悪くなる	住宅販売会社（従業員）	・客の動向の鈍さというのは、所得の低下が要因しているように強く感じる。
		スーパー（店長）	・4月からスタートする総額表示に伴い、売価に対する割安感が薄れる。ますます売上不振につながるように思われる。
		スーパー（店長）	・競合環境の激化に伴い価格競争が一層進行している。また、消費者における無駄遣いの排除、節約意識の浸透が進むとともに、BSE・鳥インフルエンザといった外的要因による畜産物の消費低迷が予想される。
		スーパー（店長）	・消費税の総額表示が始まるが、価格に消費税分をそのまま上乗せすることができないため、実質的な値引きとなり、売上が減少する。
		コンビニ（エリア担当）	・来月に大型ショッピングセンターの出店が予定されており、全体的な競合店との競争が今以上に厳しくなってくる。また、工事需要など公共工事に関する需要は増加が見込めず、今以上に消費が回復するということはみられない。
		衣料品専門店（店員）	・今後ますます、Tシャツなどの低単価商品中心の動きになることが予想される。安く済むものは安く済ませるという感じであり、賢沢志向の客は少なくなっていく一方である。
		乗用車販売店（従業員）	・良くなる要素が全くない。公共事業も悪く、当管内においては、たばこ産業も3月末でなくなるので、良い話が出てくる様子は一向にない。
		高級レストラン（スタッフ）	・ゴールデンウィークである4～5月の予約状況が悪い。BSE問題で牛肉が値上がりしているため、輸入が再開されなければ、人気のあるステーキ類を提供できなくなり、売上減少は免れない。
		スナック（経営者）	・企業全体が不景気であり、締めるところは経費・交際費となっている。飲食店が先におりを受けることになり、先行きが不安である。
		旅行代理店（従業員）	・大型ショッピングセンターのオープンに伴い、人の流れが市中から郊外へと変化する可能性が大きく、来客数の減少を懸念している。
		タクシー運転手	・道南はどの業種ということなく悪く、特に土建業・運輸業は生き残るのが大変だというような話を聞いている。道南で最大手である土建業者の一つも、銀行に借金を免除してもらい再建を図っていることもあり、これから、良くなっていくという材料は全く見当たらない。
	悪くなる	コンビニ（エリア担当）	・客の使う金額が減っており、それを回復する要因が見つからない。
		コンビニ（エリア担当）	・昨年末のボーナスの可処分所得が減っているうえ、入学シーズンでお金が必要になる。また企業では昇給が期待できないことから、悪いまま変わらない。
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	-	-
		食料品製造業（経営者）	・米国のBSE問題・鳥インフルエンザの発生が、水産物に対してはやや追い風となると想像される。
		食料品製造業（団体役員）	・水産物の生鮮加工品に対する受注が増えており、先行きの消費需要が期待できる。
		金属製品製造業（統括）	・関西地域での販売量の増加が期待でき、北海道地域でも昨年並みの受注量が見込める。
		輸送業（営業担当）	・中国の経済活況が原料の品薄感や海上運賃の高騰を呼び、取引先は原料を前倒しで買い付けたり、安定輸送にやっきとなっている。デフレ基調を脱却した感が出てきた。
		通信業（営業担当）	・価格重視の交渉から、ここ数年少なかった機能・付加価値・新規性といった積極的な投資姿勢が感じられる商談が増加してきた。
		通信業（営業担当）	・現状はコスト削減のための一時投資が多いが、逆にいうと一時投資自体を手控えていた時期は脱却した感もある。すべての客とはならないだろうが、徐々に上向きような気がしている。
		広告代理店（従業員）	・全国的な新撰組ブームにあやかり、4～5月と函館でも、新撰組関連のイベントなどが組まれている。関連施設への観光客の来館も増えている。
		その他サービス業〔システムハウス〕（経営者）	・偏った顧客についてであるが、短期見通し・長期見通しの両方について、具体的な話が出てきている。ただし、顧客全般については、あまり明るいとは言いきれないところもある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	金融業（企画担当）	・雇用所得環境が改善されず、個人消費は上向かない。また、観光シーズンに入るが、宿泊料金・土産品などの価格低下から、観光関連業種の収益は厳しいままである。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・大企業の業績回復基調は明るい材料であるが、地方の中小企業に波及するまでには至っておらず、マインドは依然として低いままである。
	やや悪くなる	食料品製造業（社員）	・消費税の総額表示に伴い、販売先での仕入価格が下落し、業者が痛手を受ける。中国景気に沸いている鉄鋼についても先行きに不透明感がある。
		輸送業（支店長）	・景気回復をけん引する業態が道内にはほとんどなく、原油も含めて、原材料のアップを価格に転嫁できないため、本州の景気回復とは裏腹に、道内は悪化が見込まれる。
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）	・求人件数は順調に伸びをみせている。業種全般を押し上げるような景気の良さは、まだ感じられないが、小売業をはじめとして少しずつ堅固になってきている印象があり、大型ショッピングセンターのオープンで、求人市場は活発化してきている。
		職業安定所（職員）	・コールセンターの誘致が予定されており、大幅な雇用需要が見込まれる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・道内の企業においては、この春のベースアップも期待できず、連動してボーナスにも期待感は薄い。飲食業も流通業も建設業もハウスメーカーも、どの業界も微増の可能性はあるものの、景気を目に見える形で押し上げる要因は見当たらず、変化はないものと思われる。昨年のような札幌駅前の大型複合商業施設の効果もあまり期待できない。
		人材派遣会社（社員）	・求職者が増えており、新卒者の登録も昨年に比べ多かったものの、新年度に向けての求人が思っていたよりも動きが少なかった。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・求人広告件数の受理の伸びが見込まれるものの、アルバイト・パートの有効求人倍率だけが高く、常用の求人件数に変化がみられない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・飲食店の求人件数が減ってきている。一方で、建設業は、求人件数が前年よりも5%アップしており、長期間続いた下落傾向に歯止めがかかった感がある。
		職業安定所（職員）	・正社員の求人が少なく、また、条件の良い求人も少なくなっている。
		職業安定所（職員）	・新規求人などは持ち直しの傾向にあるものの、公共事業の縮減など先行き不透明感が強く、依然として慎重な雇用動向となっている。
	やや悪くなる	-	-
	悪くなる	-	-

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	百貨店（売場担当）	・常にファッションやカラー等のトレンドを的確に早く察するよう、全館各フロアで努めている。また催事等でも客の興味を引くような展開を続けており、シャワー効果も期待できる。また価格帯も買いやすい商品をそろえており、客の財布のひもも緩む。
		スーパー（経営者）	・マクロ的には、今年の賃金の上昇は一定のものがあり、多少のインフレの気配も出てきているが、生活に密着した食料品などを販売している業態では、今般の消費税総額表示が、どれほど消費を抑制するか分からない。
		スーパー（総務担当）	・今のところ現実には、給与等の所得が増えているわけではないが、マスコミの報道によりマインドが上がってきている。
		コンビニ（エリア担当）	・競争小売店の出店ベースもかなり落ち着いてきており、今より競争が激化することは無い。
		コンビニ（店長）	・株価が回復傾向にあり、年金問題の一本化等が本格的に議論され始め、将来のビジョンが明確化されつつあり、こうしたことで消費マインドが上がりつつある。

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（経営者）	・輸入車の販売では、景気回復の気配と共に購入意欲が出てくる。ニューモデルが出ている会社は勢いがあり、出ていないディーラーは苦戦する。
		スナック（経営者）	・最近、当店が入居している貸ビルや近隣の貸ビルの空き店舗に店が入り始めている。客を集める力が出てくるし、出店者も将来見通しを持ってのことだと考える。
		観光型ホテル（経営者）	・4～5月の予約数は前年を多少上回り、特に6月は20%ほど増加している。 ・税別料金では気にしなかった端数処理が、税込みでは必ず切捨てが話題になる。 ・客は週末の金、土、日曜日に集中している。
		観光型旅館（経営者）	・希望的観測もあるが、4月は予約が先行しており、5月は少し読みづらいが、6月はさくらんぼ絡みでそこそこ行きそうである。5月の数字をどれだけ挙げるかで、来年度前半の状況が決まる。
		通信会社（営業担当）	・固定電話から携帯電話へ発信する通話は、携帯電話会社の収入であったが、4月から固定電話会社の収入となるため、通話の取り込みが可能となり、通話料収入が増えていく。
		住宅販売会社（経営者）	・展示場来場者数は、前年比175%と客の動きがとて良くなっており、これが受注に結び付くと期待している。 ・このところキャンセルが増えていることがマイナス要因として懸念される。キャンセル理由は、土地問題や融資の問題等である。
	変わらない	商店街（代表者）	・当市中心街への人出は、今年に入り少なくなっており、今後も変わらない。
		商店街（代表者）	・全体的に個店差が大きくなっている。天候の変化に速やかに対応できる店は効果をあげている。 ・4月からの消費税総額表示については、一時的に消費を抑制するものと懸念している。
		商店街（代表者）	・消費税の総額表示への変更が、消費者にどう受け止められるかにかかっているが、値上がり感を持つ可能性が高い。まだまだ儉約している消費者が多い。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・売上構成比の高い雑誌が依然苦戦しており、一般書で売上をカバーし前年実績確保体制を取っている。
		百貨店（広報担当）	・安定した回復基調といった様子は見受けられず、好調、不調を繰り返す状況が依然続いている。外的要因であるが年金問題や雇用問題等、個人消費を抑制するような政治政策が解決しなければ、根本的な回復はしない。
		百貨店（販促担当）	・ニュー、オンリー、先行販売、限定商品等といったキーワードの商材しか、客は目を留めないのが現状であるため、それを提案し続けることが必要である。
		スーパー（経営者）	・客の数は戻ってきているが、客単価はまだ下降状態にあり、その分売上が悪いという状態が続いている。
		スーパー（経営者）	・当地域の場合は4～6月は良い季節で、例年であれば消費が活発になるが、消費税総額表示の問題や、大型店舗の進出等があるため、今の厳しい状況が続く。
		スーパー（店長）	・一品単価が前期比100%と持ち直してきている。しかし1人当たり買上点数が前期比97%と大きく減少しており、この傾向はまだ続く。
		スーパー（店長）	・今後も更に競合が激しくなり、淘汰が進む。無くなる店、出てくる店、居抜き出店もある。いかに安く、より良い商品を提供していくかが課題である。また総額表示による人件費増加をどうやってカバーするかも問題となってくる。
		スーパー（総務担当）	・総額表示が施行されるが、高い、単価が上がったという印象が持たれ、買い控えが起きると懸念している。 ・デフレ傾向は収まりつつあるような単価の動きではあるが、地場企業を含め景気が良いという話は聞かない。雇用についても去年より良いという話は聞かない。
		スーパー（企画担当）	・限られた商圈の中では、客数の伸長にも限界があるため、商品や販売手法で競合店との差別化を行って単価アップを図り、現状のトレンドを確保する。
		コンビニ（エリア担当）	・客数が少しずつ回復している一方で単価は回復していない。総合的に見れば2～3か月の期間で良くなる悪くなるの判断はしかねる。日用品を扱っている業種であるため、顕著な出方はしない。

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
		衣料品専門店（経営者）	・4月からの消費税総額表示で、価格訴求力が従前より弱くなるため、客が購入に際して迷うと思われ、現在と変わらず悪くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・消費者は非常に不安定な状況で、特にファッションでは天候要因、経済面では年金問題等であり、これ以上に消費が変化するとは考えられない。
		家電量販店（店長）	・4月、6月は例年販売量が落ち込む時期であり、カバーする要因もない。その後となれば、オリンピック需要や気温に左右されるがエアコン需要がプラスとなる。
		乗用車販売店（経営者）	・新車並びに中古車販売では、今まで以上に競争の激化が予想される。法人需要が収益規模の縮小やアウトソーシング等により減車傾向にあるため、新車、中古車共に販売の大きな伸びは期待できない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・消費税総額表示では、石油業界では、端数切捨ての方向であり、かぶりが発生する。また、原油価格の上昇を価格転嫁するに当たり、総額表示問題と絡み便乗値上げととられないように時期をずらすこと等、状況が不透明なところがあることなどから、石油業界では、総額表示に伴う表示改訂費用等で見通しが見つからないところがある。いろいろな指標では回復状況が言われているが、まだまだ、末端のスタンド業界には波及されておらず、ここ当面行ったり来たりの状況が続く。
		高級レストラン（支配人）	・宿泊の今後3か月間の予約状況は前年並みか多少下回る程度である。 ・レストランでは、好、不調の差が明確化するが、ほぼ前年並みは確保できる。 ・宴会では、婚礼の苦戦が続く見通しであるが、法人需要の回復が見込まれ、今とほぼ変わらない。
		その他飲食〔そば〕（経営者）	・客の様子から、単価が上がる兆しが見えず、このままの状態が続く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・去年と違い、春先に選挙等はないため状況は良いが、年末からの流れで消費が回復するとは思えず、ジリ貧の状況が続く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・企業間で二極化が進む中、客の判断も良い方に流れていく。総体の中では緩やかな回復傾向といわれているが、今後確実なものに発展するか腰折れとなるかは、ここ数か月の動きが重要である。年金問題等の抜本改革等により消費者のマインドを回復を図る等、いろいろな条件が重なってくる。
		通信会社（経営者）	・商品やサービスの低価格化が依然として続いている。消費者としては歓迎であるが、企業の競争環境が厳しく、景気回復は企業中心の発想では、まだまだである。
		テーマパーク（職員）	・桜の開花時期が早まり、ゴールデンウィーク前の客単価の低い時期の客が多くなり、売上が増えないという見通しになっており、このままではかなり厳しくなる。
	やや悪くなる	スーパー（経営者）	・この地域は地元建設業にかかわる住民が多いため、公共事業等の発注減や価格表示に伴う消費マインドの減退が予想される。
		スーパー（店長）	・総額表示の開始で、割高感の解消と値ごろ感をうまく伝えていけるかという点で、客との感覚のズレをどう解消するかが課題である。
		スーパー（店長）	・消費税の総額表示問題で、割高感が生じて消費が一時的に落ち込むことが心配される。通常商品の便乗値上げは少ないと思うが、特売価格の打ち出し方が難しくなっており、消費者の買い控えが懸念される。
		スーパー（店長）	・4月後半に、当店から2kmの場所に大型食品スーパーが開店する。商圏が重なっており、売上、客数共に1割減は避けられないと見ている。
		衣料品専門店（店長）	・4月から消費税の総額表示が施行されるが、一部の客から割引に関する問い合わせがある。競合他社では割引を打ち出すところもあり、小売業はそうしたプレッシャーが強まって厳しくなる。
		乗用車販売店（経営者）	・夏ごろまでは、自動車のモデルチェンジも無く、コンパクト指向に拍車がかかり、単価低下は避けられない。景気回復といわれているが、その実感は乏しく、客の購買行動も活性化していない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他専門店〔酒〕 (経営者)	・4月から実施される消費税の総額表示の影響が多く出てくる。小売業の多くでは事実上の値下げを余儀なくされており、ようやくデフレも止まりかけてきたのに逆行するような悪い政策である。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕(営業担当)	・これから先、3か月後は、夏物がほぼ終了している時期である。夏物は単価も比較的安く、品物の動きもそれほどではないため、動きが無くなる。 ・作業現場の人員の削減に伴い売上が減る。 ・各メーカーも低価格商品を出しており、販売量は変わらずとも売上の的には厳しくなる。
		高級レストラン(支配人)	・近隣に新しくホテルがオープンし、宿泊や婚礼部門の苦戦が予想される。 ・レストラン部門は値ごろ感のある商品開発、販売に力を注いでいるが、客単価の低下を客数で補うには時間がかかる。
		一般レストラン(経営者)	・3～4月が過ぎれば、また低調に戻る。ゴールデンウィーク等が長くなると、景気が低迷するという動きがここ数年続いている。
		観光型旅館(経営者)	・4月は、季節変動で悪い月であるが、予約状況も変わらず、悪くなる。5月の連休はもう予約が入っているが、やはり平日は客が来ない。
		都市型ホテル(経営者)	・来月から出先の1店舗を閉鎖するため、売上が減少する。 ・婚礼で新商品を販売するため、今後の増加に期待している。 ・4月上旬の歓送迎会に期待しているが、同業他社の新規参入により、来月以降は競争が厳しくなる。
悪くなる		一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・従来であれば2月よりは3月が良くなるが、今年は逆転しているため、3か月先がどうなるか予測が立たない。加えて4月1日からは総額表示問題や年金問題等で、消費者の状況が大きく変わると考えられ、より一層悪くなる。
		スーパー(経営者)	・商品単価の下落、買上個数の減少が未だに続いている。この状況から脱するにはまだまだ時間がかかる。
		スーパー(店長)	・BSEや鳥インフルエンザ等好材料が全く無い。しかも総額表示があり、値ごろ感を出すには粗利益にかなり食い込む可能性がある。誰のためにもならないことを国がやっており、景気は良くならない。
		住関連専門店(経営者)	・新生活シーズンに入ったものの、受注ベースで前年比マイナス10%強である。また、閉店セール等で売り尽しが進み、その影響で2～3か月は消費が落ち込む。
		住関連専門店(経営者)	・3月が極端に売上が悪いので分析したが、競合店との販売合戦に負けている部分と、一般ユーザーの財布のひもが固いという結果が導き出された。今後はこの線に沿った販売展開をしていく。
企業動向関連	良くなる やや良くなる	輸送業(従業員)	・大手フォワーダーの荷動きが活発で、引き続き増量が期待できる。
		経営コンサルタント	・これまでのリストラ増益ではなく、来年度は増収増益計画を立てる企業が増えてきている。
		公認会計士	・クライアントでは、新たな受注に向け、従業員を16年に入り13名、さらに5月まで16名を増員し、6月からの稼働に向け準備を急いでいる。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕(経営者)	・地道に行ってきた新規開拓がここに来て実績に貢献している。 ・消費者が集まる場所が変化しており、商品が回転する場所を抑えることが重要である。 ・夏の商材に関し、定番商品の確保と提案商品の投入に注力すれば売上は確保できる。
変わらない		食料品製造業(経営者)	・低価格帯商品の荷動きは前年並であるが、今春の高価格帯中心の新商品の動きが弱く、今後の受注動向の展開が気になる。
		食料品製造業(総務担当)	・都市部においては、業務店に少し活気が出てきているようであるが、地方においてはまだまだ厳しく業務店の客入りが回復していない。
		食料品製造業(経理担当)	・受注はやや上向きで推移する。しかし原材料の値上げ要請がより強まり、収益面ではより厳しくなる。
		一般機械器具製造業(経理担当)	・生産はやや増加する見込みであるが、為替が現状の水準で推移すると、増加部分が相殺される。さらに一段の円高が進めば採算は大幅に悪化する。

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
		電気機械器具製造業（経営者）	・設備機器関連は具体的に動く傾向にある。周囲の状況では板金加工業が依然として繁忙を極めている。 ・各社の中期計画から、東北地方が良くなるのは6か月先になると見ている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・周囲の会社では、退職勧奨年齢を引き下げて、リストラに力を入れている。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・半導体業界は拡大基調の中にあるが、自社の商品群は今後も厳しい競争にさらされる。そういう意味では現状維持ということである。
		金融業（営業担当）	・企業業績はほぼ底を打ったものと見込まれる。しかし地方交付税の大幅減額は、景気の回復に少なからず影響を与える。また公務員等の安定所得層の収入減少は個人消費にはマイナスに作用する。
		広告代理店（従業員）	・来年度の予算や、予定を各得意先に聞き込みをしているが、印刷物や広告媒体の予定は、昨年よりは増えているものの、価格面での予算は減少しており、結果としてはあまり変わらない。
やや悪くなる		繊維工業（総務担当）	・今シーズンの秋冬物の感触は悪くはないが、依然として販売先の在庫が減らず、現状では発注の手控えが予想されるため、通常の季節変化をねらうばかりである。
		建設業（経営者）	・15年度の補正予算は計上されず、工事の落ち込みが心配である。
		コピーサービス業（経営者）	・今年度末の荷動きは、過去に経験したことが無いほど悪くなっている。新年度に入っても良くなる理由が考えられない。ますます中小企業の設備投資は抑制され経費節減も進み、大手は購買を中央に集中させているため、地元の地場企業は利益確保が困難になっている。
	悪くなる		
雇用 関連	良くなる やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・4月以降は広告業界も徐々に前年を上回る売上を予想しており、景気回復の兆しが出てきている。
		人材派遣会社（社員）	・製造業への派遣解禁により、難易度が低い職種への派遣が可能となり、幅が広がる。
		人材派遣会社（社員）	・自動車部品関連や、液晶、デジタルカメラ関連等業種は限られるが、確実に需要は増えそうな取引先がある。さらにコールセンターや事務センターなどの多数の需要も見込めるため、当社業務は上向く。
		職業安定所（職員）	・新規求人が昨年の10月以降連続して前年を上回っている。
			変わらない
		職業安定所（職員）	・求人の動きは若干の改善傾向を示しているが、パートタイムや有期契約の求人が多数を占めており、これに呼応して在職者や無業者のパート希望や新規求職が増えている。
	やや悪くなる 悪くなる		

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	通信会社（営業担当）	・オリンピックを間近に控え、地上デジタル放送の認知度もかなり向上するため、デジタル対応テレビやDVDの売行きが上がり見込んでいる。
		百貨店（営業担当）	・客の買い方は非常に慎重であるが、欲しい物にはお金を出す傾向になっているので、品ぞろえによっては売上が伸びると見込んでいる。
	やや良くなる	コンビニ（店長）	・4、5月に大きな祭りがあるため、前年比での売上は大幅に伸びる。祭りやゴールデンウィーク、夏にあわせて売場を変更していくが、手ごたえを感じている。
		家電量販店（店長）	・4月から総額表示となるが、客が値ごろ感を感じれば買いに入るので、やや良くなる。
		住関連専門店（店長）	・店舗の全面改装により、来客数の増加が見込まれる。
	一般レストラン（経営者）	・依然として法人企業等の消費は回復せず、好転するほどは期待できないが、来客の動きは良くなってきている。	

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
		スナック（経営者）	・地価が下がり、賃料が安くなったためか、商店街に新規出店が相次ぎ、空き店舗が減少傾向にある。また、市街地に分譲マンションが建ち、中心市街地の人口が増加してきているような流れもあり、良い方向に向かっている。
		旅行代理店（営業担当）	・来客数がこのまま推移して、販売量が若干でも伸びていけば、全般的な回復につながる。
		通信会社（社員）	・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いが、第三世代携帯電話への移行が増えてくると市場を活性化させる要因となる。
		住宅販売会社（経営者）	・具体的にプラン、見積へと話が進んでいく客の数が増えてきている。現場、モデルハウスの来場者数も増加している。
	変わらない	商店街（代表者）	・若い買物客が非常に少ない。年配向け商品を多くすると、数が出ない。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・年度の節目で老舗の店が廃業している。周辺地域の建築関係が良くならない限りは厳しい。業界の中では、外国で鳥インフルエンザが再発したという話が響いている。
		百貨店（売場主任）	・4月から税込み表示が義務付けられ、客の価格に対する印象がどうなるか懸念している。ブランドもそろい、品ぞろえは充分である。
		百貨店（店長）	・3月の売上は前年をクリアできると見込んでいるが、安定的な売上増への兆しはまだみられない。
		スーパー（経営者）	・酒類の自由化に伴い、競合店の売場にも酒が置かれてきている。今後は競争の激化が進み、利益高が低下する。
		スーパー（総務担当）	・食品は、今後2～3か月はかなり期待できる。衣料品については天候不順などで苦戦する見込みであるが、相対的に食品のウエイトが高いため、全体では若干上向く。
		スーパー（統括）	・4月1日の総額表示スタートに伴い、値ごろ感を失うことによる買い控えが懸念される。商品によっては値ごろ感を追求するために、かなりの値下げを覚悟せねばならず、今後の利益確保に大きく影響が出てくる。全体としては上昇傾向にあるが、消費者マインドは中元時期の6月中旬まで冷え込む見込みである。
		乗用車販売店（販売担当）	・毎月展示会を行っているが、徐々に販売量が減少している。以前は、2、3月はかなり良かったが、今年は前年比でも悪く、このままだと販売量の増加は見込めない。
		乗用車販売店（販売担当）	・例年、4～6月は新社会人などの需要で販売量が伸びる。ただし、地元銀行破たんによる雇用問題や、ゴールデンウィークに周辺のホテル等がどの程度埋まるかということもあり、あまり上向きにはならない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・第一四半期は前年並みの客数を確保できたが、第二四半期の予約状況は、これからの営業努力によるが、現時点で前年より1,500～2,000名少ない。
		旅行代理店（経営者）	・熟年層の旅行は動き始めて上昇傾向にあるものの、ビジネスや家族向けの旅行需要が低迷しており、総じて回復傾向にあるとはいえない状況である。全体には現状維持で変わらない。
		旅行代理店（経営者）	・一部に史上最高の利益を上げているという企業がある一方で、地方のほとんどの会社は非常に悪く、負け組となっている。特に、当地域は公共事業が大幅に削減され、経済が疲弊している。若い人、中高年とも就職できず、非常に厳しい状況である。
		タクシー運転手	・タクシー観光が激減しており、行楽シーズンも苦戦が予想される。また、梅雨時、特に、昼間のタクシー需要は天候に左右される。
		観光名所（職員）	・7年に一度の祭りがあり、PR効果もあって、客の出足は例年を大幅に上回るが、売上は不透明である。
		ゴルフ場（支配人）	・現時点でゴールデンウィークの予約は前年並みであるが、連日休日であるため、家族ぐるみで他のレジャーへ流れることも予想される。他ゴルフ場とともに、来場者確保のため、値引料金での集客に動いている。
		その他サービス〔自動車整備業〕（事務長）	・近隣の町工場では、大手運送会社に運搬を依頼し、運転手を減らし、今までの半分程度の貨物車しか置かないようにしている。ライトバンや中古貨物車は極端に減少している。
		設計事務所（所長）	・仕事は安定しているが、価格の低下が売上に大きく影響している。受注件数の増加に力を入れていく。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・消費税の総額表示により、4月以降消費者には5%値段が高くなったように感じられる。内税表示でかつこ内に税金を書くのが望ましいのではないかと、など商店街としてもいろいろ検討している。
		スーパー（経営者）	・消費税の総額表示に伴い、客に高くなったというイメージを与えると懸念している。
		コンビニ（店長）	・4月から消費税の総額表示方式が始まるので、客の買上にマイナス要因として働くのではないかと懸念している。
		その他専門店〔携帯電話〕（従業員）	・3月は新規購入、機種変更需要のピークであり、それを過ぎると需要は急激に減る。落ち込みを食い止めるため、その時期に合わせて新商品の発売や割引キャンペーンを実施する。
		一般レストラン（業務担当）	・年度替わりの関連で、例年4～5月は周辺の各種団体が総会、懇親会を開く。前年並みの予約件数が入っているものの、客数、宴会単価はいずれも前年比2割減となっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・4月からの総額表示で、現在の単価に税金を含めざるを得ない組も多数発生すると見込んでいる。婚礼シーズンに入るが、予約状況があまり良くない。
		美容室（経営者）	・少子化で入学する子供が減ると、それに伴い髪をセットする父兄も少なくなる。例年と比べ、今年は更に売上が減少する。
		住宅販売会社（経営者）	・不動産の流通が良くなり地価が上昇する傾向があれば良くなるが、現在その兆候もないので、悪くなる一方である。
	悪くなる	スーパー（経営企画担当）	・消費税の総額表示を先行して実施したスーパーのほとんどが売上を大きく落としている。4月1日以降当店も総額表示に移行するが、買い控えが起きるのではないかと懸念している。5月には競合店が開店するので、先の見通しは非常に悪い。
		コンビニ（店長）	・50メートルくらい先にあるドラッグストアがアルコールの販売を始めたことにより、今後は悪くなる。
企業動向関連	良くなる やや良くなる	- -	- -
	やや良くなる	食料品製造業（営業統括）	・行政の観光推進の後押しもあり、工場見学者の増加が見込まれ、若干景気は回復する。
		金属製品製造業（経営者）	・受注は、自動車を中心としてデジタル機器やデジタル家電等の大手向けが約65%、中小の設備投資向けが2割くらいである。従来の外需関係も多くなってきているようである。
		電気機械器具製造業（経営者）	・県内の大手企業が2工場で大規模な設備投資を行うという記事が出ており、良い業種もでてきていることとあわせ、2～3か月先は現在よりは良くなる。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・4～6月の3か月インフォメーションを平均すると、対前年比約10%弱の増加を示している。2～6月は対前年比で良くなる見込みであることから、景気は良くなりつつある。
		金融業（経営企画担当）	・現在は大企業の下請を行っている地元中堅企業の経営者の心理が徐々に積極的な方向に向かいつつある。設備投資、雇用などが好転し、業況が堅調に推移している。この動きが今後、中小零細企業にも波及するので、やや良くなる。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・大手代理店の話でも、チラシの出稿量は確実に増加しており、サイズの大型化、範囲が広がる傾向が戻りつつあるということである。前年は全くなかった出店計画もあり、明るい材料といえる。
	変わらない	食料品製造業（製造担当）	・税込み価格の一本化で、レジ対応が遅れ、3週間ほど特売できる商品に限られる。4月からはようやく通常の状態に戻るが、混乱は避けられない。伝票や記入方法が複雑になり、その作業が大変である。
		一般機械器具製造業（経営者）	・2月より、自動車関連部品、建設機械関連部品が増加しており、今後当分は横ばいの状態が続く。
		一般機械器具製造業（生産管理担当）	・取引先各社の生産動向説明会が開催されているが、来期に入っても好調維持を見込んでいる取引先がほとんどであり、今まで動きが途絶えていた仕事の注文も入ってきている。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・宝飾の卸の展示会はどこも来場客の減少、売上ダウンが続いており、良くなるにはまだ多少時間がかかる。
建設業（経営者）	・受注も増加せず、資材の値上がりの影響が大きく、採算の悪化が厳しい。		
不動産業（管理担当）	・地下のテナントに入っている飲食店の話では、客足はそれほど悪くならないと見込んでいるようだが、消費税の税込み表示により、表示価格は上げざるを得ないので、客にどう影響が出るのか懸念している。		

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
		広告代理店（営業担当）	・内税表示対策があるが、レジャーシーズンに向けた販促計画が活発な分、大きな落ち込みはないと見込んでいる。ほんのわずかではあるが、企業の販促担当レベルでは景気回復感が感じられる。
	やや悪くなる	化学工業（総務担当）	・ユーザーへの売込み競争が激化している。新年度の大幅値下げ協力も決定となっており、今後はやや悪くなる。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・地元銀行が破たんして4か月経つが、この3月をめでに融資先をふるいにかけるとのことで、今までの温情は通用しないといわれている。今期、赤字決算を避けるべく、最大の努力をしているが、地元経済はお先真っ暗である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・材料費が上がり、製品に転嫁できないので、今後の開発にもかなり影響が出てくる。新規の開発、又は製品を、合わないからやめてしまおう、という話が出てきているので、かなり厳しい状況となる。
	その他サービス業〔放送〕（営業担当）	・企業が経費の節減と広告の効果を上げるため、広告費を本社に集中する傾向が強い。このため、地方でのコマース受注は一段と厳しくなっている。4月からの年間契約分の受注は、官公庁、民間企業とも7%程度落ち込む見通しである。	
	悪くなる	建設業（総務担当）	・2月に引き続き受注活動に力を注いだが、2月末受注残が、前年比で53%と大幅に減少している。
雇用関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・今後3か月は購買力が若干伸びるという期待からか、荷動きが出てきている。生活雑貨から、新生活対応の商品、これに付帯する電子関連の生産も動きが出ている。
		人材派遣会社（営業担当）	・IT関連の製造業の求人件数が活発であるが、この分野は波があり、繁忙サイクルが半年から数か月周期であるため、今の状況がどこまで続くかがポイントである。また、企業側が派遣導入に際し、複数の派遣会社に打診するケースが多く、競争が増えている。登録スタッフの希望する職種と求人内容のミスマッチも依然として多く、好況が空回りということである。
		職業安定所（職員）	・有効求職は前年同月比15か月連続の減少、有効求人は前年同月比17か月連続の増加となっている。求人は請負などが中心ではあるが、新規の求人やしばらくぶりの求人予定企業も増加している。
	職業安定所（職員）	・製造現場への派遣解禁の影響が考えられる。また、IT関連の海外工場が県内に戻り、再稼動するというような動きがある。	
変わらない		人材派遣会社（社員）	・以前は解約の話が連続していたが、このところは若干の解約はあるものの、新規の受注が増えてきている。ただし、このような状況下での新規受注であるため、あまり良い条件ではないが、中にはそれなりの好条件も出てきている。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・この数か月の売上は前年比での伸びがあまりなく、横ばいであり、今後も横ばいのまま推移する見込みである。
		民間職業紹介機関（経営者）	・近い将来への不安から、個人消費が伸びず、全体として持ち直し傾向が足踏みしている。製造業の優等生だったデジタルカメラ関係は、大手企業が縮小傾向にあり、設備関連投資の見直しを始めている。
		学校〔短期大学〕（就職担当）	・3月は卒業予定者対象の合同説明会が3回あり、参加企業は約140社と前年並みである。特に、製造業、情報関連や、サービス業の参加が多く、職種も専門技術者、営業職、サービス職が目立っている。
	やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・4月からの消費税総額表示で、乗値上げが懸念される。また、税込み表示で値段が高く感じられるため、一時的に消費が落ち込む。

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
	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	家電量販店（店長）	・今年オリンピックが開催されるため、今後、2、3か月を考えると、薄型テレビ、大型テレビ、レコーダーの需要が増加する。
		住宅販売会社（経営者）	・3月は様子見の客が多かったが、現在家を探している人が、この2、3か月以内に購入する。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・鉄道の新路線開通により、人の流れが出ている。暖かい日も続いており、当地域は良い方向に向かう。
		百貨店（営業企画担当）	・3月は昨年より土日祝日が1日少ないにもかかわらず、紳士服の売上が前年をクリアしており、消費者に若干の余裕ができていく感がある。今後はやや良くなる。
		スーパー（統括）	・消費者の目は依然として厳しいが、購買行動に若干余裕がみられる客も増加している。来客数もこの2、3か月増加しているため、今後景気は上向く。
		コンビニ（経営者）	・売上は横ばいだが、消費者が値段よりもおいしい物を選ぶ傾向が強まっており、少し財布のひもが緩んでいる感があるため、今後はやや良くなる。
		衣料品専門店（店長）	・今までなかなか開拓できなかった百貨店顧客層の来客数が増加している。今後も同様な状況が継続すれば、売上増となる。
		家電量販店（営業部長）	・オリンピック特需で、新製品を中心にデジタル家電が回復すること、昨年は冷夏で大打撃を受けたエアコンの売上に期待できることから、やや良くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・買換えのユーザーが動き始めている。春になると新モデルの発売もあるので、それに伴い、少しずつ上向く。
		住関連専門店（統括）	・新築需要がある程度伸びてきているので、販売量の動きもやや良くなる。
		その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・不動産価格が上昇している。
		スナック（経営者）	・当地域に多い弱電メーカーの営業マンから、液晶等で売上を伸ばしているという話を聞いている。
		旅行代理店（従業員）	・海外旅行の受注が今後も見込める。
		旅行代理店（従業員）	・ゴールデンウィークの旅行商品は順調に販売が伸びている。
		タクシー運転手	・客が増加しており、曜日によっては、車が若干不足している状況にある。タクシー業界の値下げの浸透により、客が選んで乗るようになっており、今後もやや良くなる。
	通信会社（営業担当）	・デジタル放送需要の高まりが感じられる。客からの問い合わせやオリンピックへの準備等の話題が増加しており、今後にも期待できる。	
	観光名所（職員）	・過去6か月の来客数は、前年を上回っている。ゴールデンウィークまでは、暦の並びにも恵まれるため、来客数の増加が見込まれる。	
	設計事務所（所長）	・多少ではあるが、計画物件が実現可能になる。	
	住宅販売会社（従業員）	・競争力のある新商品が発売されることや、新総合展示場ができることにより、来場者の増加が見込める。最近、欠陥住宅や悪徳リフォーム会社に関するテレビ番組が放送され、住宅メーカーへの依頼や相談が増加している。	
	変わらない	商店街（代表者）	・中小企業の話も聞いても、給料が減少しており、退職を迫られることもあるようで、不安を持っている人が多い。
一般小売店〔家電〕（経営者）		・客回りをしているも、悪い話ばかりを耳にする。当店としても、今までの下降傾向が続く。	
一般小売店〔米穀〕（経営者）		・当店のよう旧来の商品を扱っている小売店では、値段が安くなったくらいで売行きが良くなるとは思えない。3か月後もあまり変わらない。	
一般小売店〔CD〕（営業担当）		・先行きに対する不安感が依然として続いており、消費者の購買意欲が大きく回復していく兆しはみられない。	
一般小売店〔靴・袋物〕（従業員）		・季節商品の需要でどの程度売上を補えるかが問題である。単価も平均で1～1.5割低下しているため、これを取り返すには、集客力のあるイベントを考えて、来客数を増加させる必要があるが、消費者のシビアな購買行動は変わらない。	

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
		百貨店（広報担当）	・今年のゴールデンウィークはまとまった休みとなることから、旅行やレジャーに消費が回り、百貨店には厳しい商戦になると予想される。夏のファッションに明確なトレンドやヒット商品が見当たらないのも懸念される。
		百貨店（営業担当）	・春物商戦は3月が厳しい結果、全体としては前年ギリギリの推移で終了すると考えている。今後は、早めに夏物が動き出せば良くなる可能性もあるが、当面は大きな変化がないと予想している。
		百貨店（販売促進担当）	・株価が上昇していることで優良顧客層の買上には好影響となるが、一般顧客の反応はまだ読めない。季節の新作に敏感なキャリア層は競合他店への関心も強く、主要顧客層には消費税総額表示などのマイナス要因があり、消極的な消費が続く。
		百貨店（販売促進担当）	・景気の下げ止まり感はあるが、回復基調に転じる兆しはまだみえない。客もまだ警戒しながら消費しており、当面は現状のまま推移する。
		百貨店（営業企画担当）	・婦人、紳士衣料関係は苦戦が続く。また、新規オープンする競合店に顧客が流れることにより、全体としても更なる苦戦が予想される。
		スーパー（店長）	・4月からの消費税総額表示で、消費の冷え込みが懸念される。販売側としては、特売品などは税込み価格を割安感のある価格に設定するため、利益が圧迫される。
		スーパー（店長）	・BSE、鳥インフルエンザの影響で、精肉が若干落ち込んでいる。本来であれば、豚肉や魚の売上が増加するはずなのに、そうなっていない。消費者の財布のひもは固い。
		スーパー（店長）	・消費者の購買意欲は回復していない。特に、婦人服の動きが芳しくなく、一部のトレンド商品に動きはあるものの、全体を底上げするには至っていない。今後もこのままの状況が続く。
		コンビニ（店長）	・陽気が良くなるにつれ、人の動きも活発化し、来客数の増加が見込まれるが、客単価は上昇しない。
		衣料品専門店（経営者）	・今年は、ここ数年になくカラフルな商品が多く、夏物衣料の前倒しに多少期待できるかもしれないが、消費税総額表示に伴う混乱、割高感等、マイナスの材料がある。
		乗用車販売店（店長）	・販売台数の伸びがみられない。販売する車も単価の低いものが多く、先行きの見通しもあまり変わらない。
		その他専門店〔キャラクターグッズ〕（従業員）	・春休みに入り、例年は来客数が上向く今の時期に、減少傾向となっていることから、今後も回復するとは考えられない。
		その他専門店〔眼鏡〕（店員）	・来客数も増加し、店内のにぎわいも出ているが、買上数及び買上単価にほとんど変化がない。この状況は変わらない。
		一般レストラン（店長）	・周辺に一部上場企業が多いが、業績が良くなったといっても、従業員の賃金に反映されていないようなので、今後も依然として厳しい状況が続く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・法事等の個人消費は若干伸びているが、歓送迎会等の会社単位のイベントが減少する傾向は続く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・法人利用に依存している面があり、接待利用が回復しないと良くならない。個人利用のメインは婚礼であるが、競合する施設の出店や若いカップルのニーズの多様化により、現状維持が精一杯である。
		旅行代理店（従業員）	・鳥インフルエンザ、SARS等の影響で、海外需要が回復していない。国内旅行の単価は上昇しておらず、平日が埋まらない。海外が回復しない限り、今後も状況は変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・東海地方で開催されるイベント等があり、期待できる。しかし、特別に良くなるような力強さは感じられないので、今後も変わらない。
		タクシー運転手	・大型連休の後半の伸びに期待している。
		通信会社（営業担当）	・4月1日より、地上デジタル放送をはじめとするフルデジタルでの放送サービス開始に向けたPRを実施しているが、消費者の反応は鈍く、新規加入予約、アナログからの乗り換え予約共に芳しくない。
		通信会社（企画担当）	・デジタルテレビの普及は、当社の新サービスに追い風である。
		設計事務所（経営者）	・鉄などの金属が値上がりしているため、建築業界にはマイナスである。
		住宅販売会社（経営者）	・大企業では景気が回復しつつあるようだが、中小企業では景気回復の兆しはみえない。

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	
	やや悪くなる	スーパー（店長）	・ 4月下旬に商圏内に大型ショッピングセンターがオープンすることにより、競争の激化が予想される。	
		コンビニ（経営者）	・ 酒類販売の免許申請が18件出ており、同業者が増えるので、先行きの見通しは先細りである。	
		衣料品専門店（営業担当）	・ 消費税が外税方式から内税方式に変化することになり、見た目の金額が上昇するので、消費者は慣れるまで買い控えると予想される。	
		家電量販店（店長）	・ 4月からの消費税総額表示で、表示価格が上がることになるので、客の消費意欲の低下を懸念している。	
		その他専門店〔燃料〕（売場主任）	・ 4月からの消費税総額表示により、客の購買意欲が低下する。一方、元売は、4月も1リットル当たり2円程度の仕切値の引き上げを考えているようなので、販売店は一層苦しくなる。	
		一般レストラン（経営者）	・ 外食が節約の第1の対象となっているように感じる。	
		旅行代理店（従業員）	・ 2～3か月先の受注量が思ったほど伸びていない。予約が入っても個人客のため販売単価も小さく、売上は見込めない。	
		美容室（経理担当）	・ 競合業者が増え、売上が半減している。4月から高卒生が入社してくるが、当分は本格的な戦力にはならないので、人件費の見直しも考えざるを得ない。	
	設計事務所（所長）	・ 全くと言っていいほど、受注の見通しが無い。		
	悪くなる	商店街（代表者）	・ 消費税の内税問題が響いてくる。大きい店舗では、消費税分を値下げしているが、商店街の店舗はそうもいかない。	
		一般レストラン（経営者）	・ 4月からの消費税総額表示で、消費者が割高感を持ち、金を使わなくなる。販売側が消費税分を負担することが多くなる。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・ 4、5月の受注残が非常に少ない。	
		タクシー運転手	・ 駅前から6キロ程度先に工業団地がある。以前であれば、タクシー乗り場に朝7時半ごろから午後1時ごろまで会社関係の客がかなり並んだが、最近では会社がなくなったり、縮小したりで、客が激減している。このような状態は当分続く。	
	企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・ 親会社から、夏休みまで忙しいから覚悟をしてくれといわれている。
繊維工業（経営者）			・ 春物、夏物は、2月ごろからかなり受注が入っており、5、6月も見込みがあると予想している。	
やや良くなる		電気機械器具製造業（経営者）	・ 4月以降の受注が順調に推移している。今までは安物ばかりが売れていたが、このところ高級品の注文が入り始めている。	
		不動産業（総務担当）	・ 家賃の値下げが効を奏し、一部の優良テナントから増床の話が出てきている。	
		広告代理店（従業員）	・ 周年記念誌の受注や、新しい事業を行うために必要な印刷物等、定期受注以外の案件が出てきており、今後はやや良くなる。	
		その他サービス〔建設機械リース〕（経営者）	・ 新規工事の計画発表が増加している。	
		変わらない	食料品製造業（関連会社担当）	・ 明るいムードは見え始めているが、末端の日常消費まで波及するには、まだ時間がかかる。
			出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・ 半年くらい前から底を打って上向きになってきている感覚はあるが、得意先がこれ以上増える見込みはない。3か月後も変わらない。
プラスチック製品製造業（経営者）			・ プラスチックの原材料が値上がりしているが、製品単価が上がっていないので、その差が厳しい。	
一般機械器具製造業（経営者）			・ 4～6月にかけて量産が停滞気味である。試作品を何点が受注しているの、そこで全体の落ち込みを食い止めようと考えている。	
	建設業（経理担当）	・ 工事案件が減少し、受注単価も相変わらず厳しい一方、一部の材料費が上昇しており、工事の採算が厳しい状況はしばらく続く。		
	輸送業（総務担当）	・ 荷量は今後も高水準で推移する。		
	不動産業（経営者）	・ 売上が伸びていない。都心では若干地価が上昇しているようだが、当地域ではそのような実感はない。賃料等も2年前に比べると3万円は低下しており、先行きについても、厳しい状況は変わらない。		

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
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・コストダウン要請が根強い。税込み総額表示が、実質的に値下げを誘発し、回りまわってコストダウン要請につながっていると恐れ、今後もこの状況が続く。
	やや悪くなる	金属製品製造業（経営者）	・継続的に上昇する原材料の価格を価格に転嫁できないばかりでなく、当社の取引先である中小の商社では、その材料の入手が難しいため、納期が間に合わず、仕事を受注できないケースが増加している。先行きが気掛かりである。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	・在庫が多く、かなり厳しい状況にあるので、特殊な商品を見つけていく以外にはないが、そう簡単にはいかない。
		輸送業（財務・経理担当）	・受注量が減少しており、4、5月にかけてやや悪くなる。
	悪くなる	輸送業（総務担当）	・得意先からの仕事量が減少しており、採算が取れない部署については人員削減や閉鎖などの対策を実施せざるを得ない。
雇用 関連	良くなる		
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・来期に採用増を見込むメーカーが増えているため、受注も増加する。
		人材派遣会社（支店長）	・派遣法改正で、製造業等からの問い合わせが増加している。アウトソーシング案件の問い合わせも増えており、今後の需要増に期待できる。求職数の動きがやや鈍く、求職者層にもやや偏りがあるため、人材の供給がどれだけ追いつくかが課題である。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・秋採用や地元専門職の採用に動きがあり、多少は良くなる。
		職業安定所（職員）	・1年以上利用のなかった企業から、求人の申込が出たり、少数例ではあるものの、技術力維持、事業継続のための人員補充等、中小企業における正社員の雇用再開に向けた動きがみられ、今後はやや良くなる。
		職業安定所（職員）	・求人は増加傾向にあり、求職は減少傾向にある。ただし、パート求人の増加が大きく、パートとフルタイムの比率等を考えると、今後完全に良くなると言い切れない面もある。
		民間職業紹介機関（経営者）	・求人企業の動きが良くなっており、少しずつ採用に結び付くと期待している。
		学校〔専門学校〕（教務担当）	・今春卒業の学生は全員が内定をもらっているが、依然として求人があり、断っている状況である。企業から、以前ほど厳しいという話を聞かなくなっている。
	変わらない	求人情報誌製作会社（営業担当）	・3月は人材の動く時期であるため、求人件数は一時的に増加しているが、求人目的は欠員補助が中心であり、人材採用による積極的な事業拡大を目的としている企業が増えていないため、2、3か月後には落ち着いてしまう。
		求人情報誌製作会社（編集担当）	・新年度に向けて戦力増強、拡張路線の展開を模索しているものの、新規求人にまでつながらず、現有戦力内での質の向上、新部門編成などで増益を進めようとしている。
		職業安定所（職員）	・3月の求人状況は、過去数か月と同様であり、今後も不透明感が続く。
		学校〔専修学校〕（就職担当）	・昨年度求人実績企業の採用活動の予定が、今のところ減少になっていない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・今後一層雇用条件が厳しくなり、賃金も安くなる。50代の離職者の再就職が非常に厳しい。
		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	一般小売店〔土産〕（経営者）	・昨年夏以降乗客数の増加が継続している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・来年の愛知万博開催に向けて人の動きが目に見えてきた。予約も前年に比べて早くから確定している。
		旅行代理店（経営者）	・一過性ではあるが愛知万博、中部国際空港関連の特需が見込める。自動車産業も好調である。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・昨年と比較して今年は客の動きが良く、購買意欲が感じられる。
		商店街（代表者）	・オリンピックの開催に向けて、デジタルテレビ関連の売上増がある。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・来客数が目に見えて増えている。

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（企画担当）	・客は相変わらず堅実であるが、価格に見合った品質ならば多少高額でも買うようになってきている。かつての買い控え傾向は薄れつつあり、今後の消費の動きはより活発化する。
		百貨店（企画担当）	・周辺に商業施設の新規開業が続き、集客力アップが見込まれる。また、ヤング、キャリア向け商品は引き続き堅調な動きが予想され、右肩上がりに推移する。ただし、天候の変化に売上が左右されているため力強さはない。
		百貨店（外商担当）	・客と話していても暗いムードはなく、以前より表情が明るい。
		スーパー（総務担当）	・客の買上点数は2.4%上昇している。
		スーパー（経営企画担当）	・各店舗の売上の増加が底固くなっている。
		コンビニ（エリア担当）	・競合激化によって売上の前年割れ状況は続いている。しかし今月の売上状況から判断すると次月以降は100%超えが予想できる。
		コンビニ（商品開発担当）	・販売量が徐々に増加している。
		コンビニ（売場担当）	・売上が前年をクリアする店が増加している。
		衣料品専門店（企画担当）	・購買単価が上昇しており、消費者の購買意欲は高まっている。ゴールデンウィーク用の旅行着など、目的買い商品の動きに期待が持てる。
		乗用車販売店（従業員）	・単価は低いが見られるため、若干良くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・決算期が終了したが、来客数は減少していない。新車の相談件数も減少していない。
		乗用車販売店（総務担当）	・客の様子に多少の余裕が感じとれる。
		住関連専門店（営業担当）	・一般住宅に関しては住宅ローン減税の効果も少ないが、民間設備投資が増加している。
		一般レストラン（スタッフ）	・客単価に変化はないが、来客数は少しずつ増加している。
		観光型ホテル（スタッフ）	・法人のホテル利用予約数が上昇しており、予約単価も上昇傾向にある。
		都市型ホテル（支配人）	・宿泊客が増えている。愛知万博開催を控えて今後人の動きも本格化してくる。
		旅行代理店（経営者）	・浜名湖花博が開催されるため、宿泊、会食の利用が増加する。
		旅行代理店（従業員）	・上期は団体客の引き合いが例年より多い。特に欧州などの長距離の引き合いは前年同月がゼロだったのに対し今年は5件ある。
		旅行代理店（従業員）	・春の行楽シーズンに突入し取扱量が増加しているが、社員旅行が復活していることが大きい。
		通信会社（開発担当）	・開発工程が長期に及ぶ案件を受注しており、プロジェクト要員の増加も図っている。
		ゴルフ場（経営者）	・3か月先までの予約数が前年比で増加している。クラブなど道具を購入する客も増えている。
		ゴルフ場（企画担当）	・客足は回復してきている。来場者が増加する季節を迎え、予算的には厳しいが徐々に上向いてくる。
		パチンコ店（経営者）	・サービス業は景気マインドに左右されやすいが、景気マインドは全体的に良くなってきている。
		住宅販売会社（従業員）	・今までホテルを使用していた人が家具付き賃貸マンションを使用することが多くなっているため、多様な需要が掘り起こされる可能性がある。 ・分譲マンションの建設完成ラッシュが続き、値崩れが起きている。その一方で、様子見の人は賃貸マンションに引き続き居住している。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅ローン減税の縮小に伴う駆け込み受注が見込まれる。
	変わらない	百貨店（売場主任）	・売上は前年割れが続いている。リニューアルを続けているが効果はあまり上がっていない。
		百貨店（売場主任）	・必要最低限の物しか購入しないという意識が依然として客の中にあり、景気は変わらない。
		百貨店（売場主任）	・3万円以下の価格の商品を探している若い客は量販店へ流れている。
		百貨店（企画担当）	・定価商品に目立った物がなくパーゲン時期でもないため、横ばいで推移していく。
		百貨店（経理担当）	・外商売上が伸びず今後も苦しい。

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
		百貨店（販売促進担当）	・乗客数は増加しているが、購買につながる件数は依然として低い。
		スーパー（経営者）	・タケノコをはじめ春野菜の販売は順調であるが、全体では大幅に良くなることはない。
		スーパー（店員）	・購買件数が増加し始めており、今後もこの傾向は続く。安い商品だけでなく通常価格商品の購入にも結び付く可能性がある。
		コンビニ（エリア担当）	・天候次第であるが、競合他社の集中出店の影響もあり状況が上向くことは考えにくい。
		住関連専門店（店員）	・生活用品の購買が後回しになっているのか、今春は例年に比べ出足が遅い。
		高級レストラン（スタッフ）	・個人客は徐々に回復しつつあるが、法人客は低調である。経験上、好景気が飲食業界に波及するには時間がかかる。
		スナック（経営者）	・飲食業は個人の消費が良くならない限り厳しいが、店舗の入れ替わりも早くどの店も生き残りに必死である。
		スナック（経営者）	・3月の売上は送別会等の団体で多少増加しているが、例年並みの状況であり、上向きとまでは感じられない。
		都市型ホテル（経営者）	・現在は周辺の設備投資関連で宿泊稼働率は高いが、事業が終了すると元に戻る。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数は例年並みである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・浜名湖花博の好影響は宿泊にとどまっており、集会、宴会の状況はあまり良くない。
		タクシー運転手	・安定的に推移している。
		通信会社（企画担当）	・消費税の総額表示の影響がどう出るか判断が難しい。
		通信会社（営業担当）	・携帯電話業界は飽和に近づいており、厳しいサービス競争は今後も続く。
		通信会社（営業担当）	・まだまだ品質より価格に注目されており、値引き合戦は続いている。消費税の総額表示の影響も懸念される。
		パチンコ店（店長）	・店舗の大型化が一巡したため、来客数の激しい変動は出てこない。
		理美容室（経営者）	・切り詰められるところは切り詰めている現状は変わらない。
		設計事務所（職員）	・仕事量は減っているが何とかやっている状況である。大手は景気が良いが中小企業は1～2年は我慢しなくてはならない。
		住宅販売会社（経営者）	・所得増加がなく、一般消費者は買い控えている。
		やや悪くなる	
スーパー（店員）	・消費税の総額表示に切り替えてから商品の動きが悪い。客が表示を見て高く感じるため、買い控えが起きている。		
スーパー（仕入担当）	・消費税の総額表示で当店は円未満切捨ての方針であり、月単位では大きな減収になる。価格の末尾に端数が出る商品もあり、消費者の購買意欲に影響する。		
コンビニ（エリア担当）	・周辺にスーパーが新規開業し、今後は競合店となっている。		
コンビニ（店長）	・消費税の総額表示が消費に良い影響を与えない。		
乗用車販売店（従業員）	・3月までの駆け込み受注の反動と、法人需要が盛り上がり欠けることもあり、今後の販売計画は厳しい。		
その他専門店〔雑貨〕（店員）	・2月のバレンタイン商戦も前年比を割ったが、昨年10月からこの流れは続いている。		
その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・消費税の総額表示による割高感で若干の落ち込みがある。		
美容室（経営者）	・周囲の年配者は安い店へ流れている。客からも景気が良い話は聞かれない。		
設計事務所（経営者）	・今後の計画がなく、仕事が増加する見込みがない。		
悪くなる		一般小売店〔書店〕（経営者）	・消費税の総額表示以降も現在の売価をそのまま内税にするため、売上は5%減少する。
企業動向関連	良くなる やや良くなる	-	-
		化学工業（人事担当）	・各企業でリストラ等の基盤整備が一巡しているため、景気が良くなる態勢が整ってきている。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・新製品の売行きについて楽観視できる雰囲気がある。
		輸送用機械器具製造業（工務担当）	・予想生産負荷は現在より高めに推移する。市場も前年比で高水準を維持する。

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
		輸送業（エリア担当）	・プラント機械関係の荷動きが活発になってきている。
		企業広告制作業（経営者）	・受注が増えている。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・今年に入って流通業のチラシが伸びている。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・自動車関係の好景気に支えられ、基幹以外のシステム開発に目が向いている。
	変わらない	食料品製造業（企画担当）	・食品業界では、BSE、鳥インフルエンザや豚コレラなど安全性の問題や、原材料の高騰を販売価格に転嫁できない状況がある。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・受注量が増加している部門もあるが全体的には変化がない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・窯業界の先行指数となる新規住宅着工件数は減少しているが、全体の景気が浮上しつつあるため上向きに転じる見込みがある。
		金属製品製造業（従業員）	・生産量の増加が見込めるが、原材料価格の高騰で収益に影響が出てくる。
		一般機械器具製造業（販売担当）	・具体的な設備投資計画件数は増加しているが、米国市場では円高のため価格競争力が低く、受注に結び付く可能性はさほど高くない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・来半期の受注量は既に確保できている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・国内販売は年度末需要の終了に伴いやや落ち込むが、海外販売は北米、欧州で回復が見込まれる。しかし1ドル105円を長期間割り込む状況になれば業績に影響を及ぼす。
		電気機械器具製造業（従業員）	・リピートオーダーが入ってきているが、年度末の影響が継続的なものかもう少し見守る必要がある。
		電気機械器具製造業（従業員）	・新規引き合いの話があまりなく、横ばいが続く。
		建設業（経営者）	・好転の兆しはないが受注機会は堅調である。
		建設業（経営者）	・住宅着工戸数は増加しているが、安価なマンション建設がほとんどである。
		輸送業（エリア担当）	・景気が良い客と良くない客の傾向が二極化しており、全体的な会社の業績が最終的に良くなるか予想できない。
		輸送業（エリア担当）	・新年度を迎えるが活発な荷動きはまだ見られない。例年は見られる決算月の駆け込み需要も今年はない。
		金融業（従業員）	・例年に比べさほど差を感じない。周りも同じ様な状況であり、ほぼ横ばいである。
		金融業（企画担当）	・大企業には資金需要が出てきているが、中堅、中小企業の資金需要は乏しく、底堅い景気の回復までには時間がかかる。
		広告代理店（制作担当）	・企業側に提案している印刷物などは半分は形になりそうだが、コスト面が厳しい。
その他非製造業〔デザイン〕（経営者）	・受注先企業の体力から判断して、このまま上向き傾向となることはない。		
やや悪くなる	金属製品製造業（従業員）	・プロジェクトの狭間の時期となり、仕事量が減る懸念がある。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・鉄鋼メーカーの4月からの値上げ決定が影響している。社内のコストダウンで対応できる範囲を超えているが、客先にも転嫁できない環境が続いている。販売価格の調整が必要であるが、浸透するまで時間がかかる。 ・急激な円高の影響も出てくる。	
悪くなる	非鉄金属製品製造業〔鋳物〕（経営企画担当）	・原材料の高騰にもかかわらず製品価格は低いままの状況は継続する。	
雇用関連	良くなる	人材派遣会社（社員）	・取引先の業務量が増加し残業も発生しているため、人材派遣の追加オーダーが増加している。
		職業安定所（所長）	・製品開発や設計等、高度な技術を持った人に対する求人が増加している。
		民間職業紹介機関（職員）	・求人数、登録者数が増加している。
やや良くなる		人材派遣会社（社員）	・突発的なイベントではあるが、万博関連などで雇用の盛り上がりが見えつつある。
		人材派遣会社（営業担当）	・求職者数は減少しているが求人数は増加しており、うまくマッチングすれば売上は上昇してくる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・アルバイトやパートだけでなく正社員の求人も増加しており、底固さがある。企業の好調な業績を反映している。

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		求人情報誌製作会社（企画担当）	・年度末の採用控えが危惧されたがそのような動きもなく、採用は順調に力強さを増している。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・久しぶりにトラック乗務員の募集が出ている。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・中途採用の募集をしても人材確保が難しいほど、雇用は上向きである。
		人材派遣会社（社員）	・例年年度替わりの時期は派遣ニーズが落ち込むが、来月以降の受注残がかなりある。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・製造業の派遣解禁によりマーケットは拡大しているが、労働者の絶対数が不足している。供給が需要に追いつかない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・求人件数はここ数か月ほとんど変化がない。地元大手企業が大量の中途採用を予定しているが、それ以外では特に大きな変化はみられない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・中堅製造業を中心に新卒採用を含め採用活動は活発しているが、派遣社員募集が多いため求人広告件数は横ばいである。
やや悪くなる	職業安定所（職員）	・求人数が増加し求職者数は減少しているが、中小企業では人員整理や倒産、大手企業ではリストラや企業規模の縮小が続いている。	
	職業安定所（職員）	・求人は増加しているが、臨時、パート、請負、派遣のような非正規社員の割合が高い。応募しても年齢や経験などハードルが高く、就職に結び付きにくい求職者も増加している。	
悪くなる	職業安定所（管理部門担当）	・新規求人に占める派遣、請負求人の割合は3割と大幅に高くなっている。また、年齢制限などミスマッチも多く、就職率は8.65%と低い。	
悪くなる	民間職業紹介機関（経営者）	・東海地区の大手メーカーと全国の自動車メーカー、デジタル家電メーカーなどの人材獲得競争が激化している。今後電気電子、機械系エンジニアの採用に影響が出てくる。	

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	テーマパーク（職員）	・メディアを利用した広告宣伝関係の製作を相当行っており、この影響で来場者の増加が見込める。
	やや良くなる	百貨店（売場主任）	・3月末からお祝いギフトが非常に伸びている。天候の回復に伴い、カジュアルのジャケットなども動き始めており、この流れから祝日や土、日曜日の日数が多くなる4、5月は期待できる。
		スーパー（店長）	・味の良さや買いやすい価格の新商品が店頭と並ぶと、確実に売れるような状態になっており、近い将来少しは上向きになる。
		コンビニ（経営者）	・これから暖かくなるため、最近販売を開始した酒の動きが良くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・今年は例年より暖かく、春夏物の前倒し需要が期待できる。
		家電量販店（経営者）	・白物家電がシングル需要の影響もあって、前年比で大幅に伸びている。また、エアコン商戦は天候に左右されるが、メーカーの新型商品に今までにないタイプが登場するため、大きく期待できる。
		家電量販店（店長）	・今年はオリンピックの開催や地元でいち早く実施される地上デジタル放送などの効果が期待できる。
		乗用車販売店（総務担当）	・現状の販売台数はやや悪いが、5月には新型車が登場し、夏を過ぎると主力車種のモデルチェンジが予定されているため、底上げにつながる。
		その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	・健康食品や酒の販売量が昨年比大幅に増加しており、ドラッグストアでの買物内容に変化が見られる。
		旅行代理店（従業員）	・上海便の特需が期待できる。
設計事務所（職員）	・まだ手探りの状態であるものの、自動車販売の店舗や懸案になっていた住宅関連の計画が少しずつ具体化しそうな気配がある。		
変わらない	一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	・消費税の総額表示が客の足を若干引っ張る。	

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（営業担当）	・春物ではヤング、OL層を中心にシャツにセーターなどを組み合わせる重ね着が流行しているが、3か月後にも同じような商品が動くため商品単価は若干上がる。しかし、消費税込みの総額表示にどのような反応が返ってくるかは予想がつかない。
		スーパー（店長）	・4月から消費税の総額表示が義務づけられるが、当店では3月中旬から先行して実施している。その結果、予想したとおり客の消費傾向が若干落ちている。4月1日から全国一斉に足並みがそろった段階で、価格の見直しが必要となるかもしれない。
		スーパー（店長）	・天候不順に加えて、バーゲン期にならないと商品を買わないという客の傾向がますます顕著になっている。
		スーパー（総務担当）	・消費税の総額表示により客は割高感を持つため、商品が売りにくくなる。
		スーパー（総務担当）	・4月から始まる消費税の総額表示によって、商品に割高感が生じ、消費が伸び悩む。
		スーパー（営業担当）	・4月からの消費税の総額表示に関して、客に買いやすい値ごろ感を出すため一品単価が下がり、厳しい状況になる。また、客の購買意欲が高まるとも思えない。
		コンビニ（経営者）	・以前は天候の良し悪しによって来客数が変動したが、最近では天候に左右されることが少ない。
		乗用車販売店（経営者）	・販売は低価格車に集中し、全体の台数では減少傾向にある。
		乗用車販売店（営業担当）	・直前の土、日曜日に開催されたイベントの集客数や受注量は前年より悪化しており、このトレンドは4月以降も続く。
		観光型旅館（スタッフ）	・4～6月の予約状況は前年並みで、7月は前年を下回っている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・昨年5月に開催された大型学会に代わるものがないため、中小宴会を取り込んでいるが、売上は伸び悩んでいる。
		タクシー運転手	・利用客の少ない中で、他社との競合が一層激しくなる。
		競輪場（職員）	・2か月連続で客単価が若干低下したが、今月は各家庭で子供の卒業、就職、入学などの費用がかさんだ影響とみられる。
		美容室（経営者）	・業界では客の来店サイクルが延びており、またここ数年は新規オープンのお店が増えているため、来客数と売上が減少傾向にある。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅建築に慎重な態度を示していた人が、ようやく実施に踏み出すというケースが見られる。しかし、従来のように全部の取り壊しでなく、一部を残した大規模な改造が目立つ。
		住宅販売会社（従業員）	・電話の問い合わせ内容は塗装や改装などリフォームが中心で、客はこれ以外に興味を示さない。
やや悪くなる		商店街（代表者）	・客は消費税の総額表示に戸惑う結果、消費は落ち込む。
		一般小売店〔鮮魚〕（店長）	・消費税の総額表示は客に割高感を与えるため、買い控えが増え、消費は低迷する。
		百貨店（営業担当）	・現在好調をキープしているのは旅行かばんやキャスターケースなどの旅行関連商品と高級食材であるが、前者は前年の5割増しとなっている。しかし、一般衣料やその他の雑貨品については客の慎重な購買態度がより一層強くなる。
		スーパー（店長）	・4月から消費税の総額表示が導入されると、客に割高感が生じるため非常に厳しくなる。売価の低下や利益の圧迫など企業としては苦しくなる。
		住関連専門店（店員）	・消費税の総額表示の導入により客の買い控えが続き、景気の回復傾向にブレーキがかかる。
		観光型旅館（経営者）	・消費税の総額表示から生じる割高感による購買意欲の減退と浜名湖花博の影響が不安材料である。
悪くなる		テーマパーク（職員）	・浜名湖花博など他地域での大型イベント開催のため、北陸や当地への旅行の設定が少なくなっている。予約状況も前年より鈍くなっており、また6月には参議院議員選挙があるため、今後は厳しくなる。
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	-	-
		繊維工業（経営者）	・受注はボリュームゾーンからベター（中級品）ゾーンに移る傾向にあり、消費は上向きになる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・サプライヤーからの値上げがマイナス要因であるが、受注量が多くなったこと、価格の値戻しが始まったことがプラス要因である。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・電子、電気関係の部品業界は引き続きデジタル家電の好況に支えられ、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
	変わらない	輸送業（配車担当）	・当社は食品の取扱が多いため、新商品の登場、キャンペーンの実施、ゴールデンウィークなどが好材料となる。
		通信業（営業担当）	・4月から固定電話から携帯電話への通話料金が値下げされるため、利用量の増大が見込める。
		食料品製造業（企画担当）	・業界の中で消費意欲をかき立てる商材の開発が特に見当たらない。
		化学工業（営業担当）	・消費者の購買意欲は依然として低く、客単価の増大は見込めない。
		金属製品製造業（経営者）	・素材関係の業種では、商品価格が上がると見込んで在庫引き当てのため早めに注文をしている。しかし、製造する側はフル操業の状態になっており、当分はこれ以上増産できないため現状のまま推移する。
		精密機械器具製造業（経営者）	・眼鏡業界の脅威となっていた中国製品の攻勢は品質問題などで一段落し、この分が日本製品に回帰している。これは一部の良いメーカーにとってプラスとなり、今後とも維持されると思うが、消費全体が伸びない中では、いまだに仕事の少ないメーカーの今後は厳しい。全体としては好調企業が現状を維持できれば良い方である。
	やや悪くなる	通信業（営業担当）	・携帯電話の料金値下げ競争が一段と激しくなり、収益が大幅に減少する。
	悪くなる	建設業（経営者）	・例年5、6月は仕事の発注が出ない時期で手持ち工事が少なくなるが、特に今年度は悪く、当社の現場ではゴールデンウィークを11連休とした。今後は受注できたとしても、非常に採算の悪い工事になる。
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） 新聞社〔求人広告〕（担当者） 民間職業紹介機関（経営者）	・新年度に向けて求人予算を増額する企業が出始めている。 ・この半年間は求人企画の売上が常時前年の100%を超え、その割合も少しずつ上昇している。今後の景気見通しは明るい。 ・徐々にではあるが、企業の求人が増加しており、雇用環境は回復傾向にある。
	変わらない	職業安定所（職員）	・求人の動きを見ると、不安定な雇用形態である派遣、請負、パートなど非正規従業員型が多くなる一方で、求職者は常用を望んでおり、このミスマッチは当分変わらない。
	やや悪くなる	-	-
	悪くなる	-	-

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（株））

（-：回答が存在しない、：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）	・販売単価が上がってきているので、先行きの見通しは明るい。
		通信会社（経営者）	・順調に新規案件が成約に向かっていることから、先行きの見通しは明るい。
		その他レジャー施設〔球場〕（企画担当）	・当球場のフランチャイズ球団の好調が続けば、今後とも来場者増加の期待が持てる。また6月には在阪の人気球団の試合も予定されており、こちらの方も多くの観客が期待できる。
	やや良くなる	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・街が新しくなって客が戻ってきており、客単価も上がってきていることから、先行きに期待できる。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・米国牛の輸入解禁時期がわずかながらみえてきたことで、消費者の心理に良い影響を与えることが期待される。
		百貨店（売場主任）	・高額品の動きは今後も堅調に推移すると期待される。ただし、現状は大阪市内の居住者より郊外や大阪の衛星都市圏の方が消費意欲が高いことから、本格的に消費が回復するかは今後の中流層の消費動向にかかっている。
		百貨店（売場主任）	・買い控えの続くフリー客が夏物の購入に入ると予想される。また新しいトレンドアイテムやブランドが出てきており、昨年とはかなり違った色、素材、購買傾向が出てくると期待される。
		百貨店（売場主任）	・当百貨店の周辺は大型マンションや大型専門店などの建設が次々と予定されていることから、今後は地区のにぎわいが広がり、他方面からの集客力が高まることが期待される。
百貨店（企画担当）	・春物については比較的堅調にスタートした。初夏物素材についてはこれから実需期を迎えるが、気候、気温が安定さえすれば期待できる。		

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
		百貨店（営業担当）	・50万円前後の薄型テレビの販売が増えることにより、100万円までの商品に以前よりも割安感が持たれることで、消費に弾みがつくことが期待される。
		コンビニ（店長）	・消費税の総額表示の影響が懸念されるが、前年は気候が不安定であったことや、発泡酒、たばこの増税があったことなど特殊要因が多かったため、天候が順調であれば前年を上回ることが期待される。
		家電量販店（店長）	・住宅事情の関係もあり今後は照明器具が落ち込むと予想されるが、オリンピック需要には期待が持てる。
		家電量販店（経理担当）	・今年はオリンピックイヤーであり、プラズマテレビなどの需要拡大などが期待できる。
		乗用車販売店（経営者）	・ホテルの予約状況はほぼ満室であることから、先行きに期待される。
		住関連専門店（経営者）	・店頭での販売は低迷しているが、ネットでの売上が増えつつあることから、先行きに期待できる。
		スナック（経営者）	・周辺では閉店するところもあり、客が当店に戻ってきていることから、多少改善することが期待される。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は、例年の大型団体による予約がなくなったが、今年はSARS問題の影響がなく、航空会社の増便による客室乗務員の宿泊受注などのプラス要因があり、先行きは明るい。
		都市型ホテル（副総支配人）	・宿泊の売上は前年より2割以上伸びており、一般宴会、ブライダル、レストランについても前年を上回る見込みであることから、先行きに期待できる。
		旅行代理店（経営者）	・イラク戦争、SARSで苦しんだ昨年と異なるのは当然だが、海外旅行の申込が確実に上向いていることから、先行きに期待できる。
		遊園地（経営者）	・イベントの問い合わせや団体客の問い合わせが前年に比べて増えてきているので、全体的に上向き傾向になっている。
		ゴルフ場（経営者）	・4月後半から、土日を中心にコンペの予約も順調に入ってきており、先行きの見通しは明るい。
		美容室（店長）	・6月は1年でも集客が見込める時期であるが、4月から開店10周年キャンペーンを企画しているので好調が期待できる。
		設計事務所（経営者）	・リニューアル物件が増えたほか、新店を出すクライアントも増えてきたことから、先行きに期待できる。
その他住宅〔展示場〕（従業員）	・ハウスメーカーからは客単価が落ちたという声があるものの、展示場での住宅相談件数や、住宅ローンなどの相談の増加をみると、今後ますます住宅取得熱は過熱する気配が感じられる。		
その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・新築マンションのマーケットは販売在庫の圧縮で、新規物件の発売が増加する傾向にある。また、今後の供給はますます大規模案件や超高層物件が増加する傾向にあるほか、希少な立地の物件や、規制で減少していた京都市内の供給が回復してくることなどから、エンドユーザーの購入意欲を高める可能性が高く、マーケットは活況に転じることが期待される。		
変わらない		一般小売店〔時計〕（経営者）	・近くの百貨店が閉店することもあり、客が他の地域に流れることが懸念される。
		百貨店（売場主任）	・消費税の総額表示による割高感からくる影響は予測できないが、一方では今年は春が長いと予想され、商品サイクルが長くなるという期待感がある。
		百貨店（売場主任）	・ヒット商品の不足や、競合店との競争の激化もあり期待できない。
		百貨店（担当者）	・婦人服の春物の動きが鈍く、この先売れるとは予想しにくい。婦人服が好調に売れていかないことには、全体の売上も上昇しない。
		スーパー（経理担当）	・消費税の総額表示は思ったよりコストや人手がかさむほか、他社も含めた価格表示は、税込、税抜が混在し、消費者が戸惑う懸念が大きい。これによる当面のマイナス要因が売上の上向きトレンドを相殺することが懸念される。
		コンビニ（経営者）	・高付加価値型の機能性飲料の売行きもやや落ち着いてきて、客単価引き上げ効果も薄れてきた。高級おにぎり等もトータルで客単価を引き上げるほどの効果は出ておらず、しばらくは現在の低い水準で推移しそうだ。
		衣料品専門店（経営者）	・求人数は増加傾向にあるものの、派遣、請負契約による短期的な就労等不安定な求人が多く、雇用面での不安が解消されるには至っておらず、まだ厳しい状況が続く。

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
		衣料品専門店(経営者)	・これから春本番になり期待しているが、ヒット商品がない限り変わらない。
		家電量販店(企画担当)	・アテネオリンピックなどイベントで期待感はあるが、4月1日からの消費税の総額表示に消費者が値上がりしたイメージを持たれると、表示に慣れるまで買い控えが起こることが懸念される。
		乗用車販売店(営業担当)	・3月の新車販売台数はほぼ前年並みで、時節からすればまずまずの結果だが、4月以降については全く不透明である。
		通信会社(経営者)	・新規の需要拡大が限界にきており、既存顧客の買い換え需要に頼るところが大きいほか、低価格で販売数を稼ぐ手法が限界にきている。今後は高価格での販売に移行するとともに、販売量そのものは減少することが懸念される。
		競輪場(職員)	・グレード開催がなく、特別なプラス要因がない。
		その他レジャー施設 [イベントホール] (職員)	・東京に重点をおいて動く取引先も多く、大阪はこれから先もまだまだ厳しい状況が続くと懸念される。
		その他サービス[ビデオ・CDレンタル] (エリア担当)	・中心顧客層である若年者の就職状況等にもあまり変化があるようにはみられないことから、先行きは不透明である。
やや悪くなる		一般小売店[精肉] (管理担当)	・鶏肉については、全体的な需要が減少し続けており、回復には時間がかかりそうである。また牛肉については、販売額に見合う仕入れがなかなかできないことから、米国産牛肉の部分的な輸入解禁があってもあまり影響はないと予想される。
		スーパー(経営者)	・消費税の総額表示に伴うトラブルや、価格据置きによる本体価格の引き下げの影響が出てくる。同業他社も単価引下げが中心となっていることから、日常買い回り品の価格低下が続くことが懸念される。
		乗用車販売店(営業担当)	・古い車やディーゼル車等の買い替えは進むと期待されるが、2月、3月のような水準にはならず、厳しい状況が続く。
		その他サービス[学習塾] (経営者)	・周辺に数か所の個人塾が開講したため、今後更に生徒の確保が難しくなる。
悪くなる		商店街(代表者)	・閉店したり、営業時間を短縮する店が増えていることから、今後どの程度回復するか予想できない。
		衣料品専門店(経営者)	・主力商品の重衣料に関しては、エコスタイルの浸透による需要減少で打撃を受けていることから、先行きの見通しは厳しい。
		通信会社(経営者)	・大手委託先からの契約解除があり、その他の取引先からも新しいニーズを引き出せない状況であることから、先行きの見通しは暗い。
企業 動向 関連	良くなる	金属製品製造業(経営者)	・一次製品の原料不足に伴って、全体的に供給不足による価格は正が起ることが期待される。
	やや良くなる	化学工業(経営者)	・新規の案件が出てきているほか、各得意先の話でも明るい話題が多くなってきたことから、先行きに期待が持てる。
		一般機械器具製造業(経営者)	・大手製造業の今年度の生産見通しが上向いていることから、先行きの見通しは明るい。
		電気機械器具製造業(経営者)	・しばらくは新製品の受注が安定し、ユーザーのモデル変更による受注量も安定的に推移することが期待される。
		電気機械器具製造業(経営者)	・太陽電池、風力発電といった分野に対する投資の活発化が期待される。
		電気機械器具製造業(従業員)	・8月のオリンピックを前に、大型の液晶テレビの需要が見込まれ、それに付随してDVDレコーダーの荷動きも活発になることが期待される。
		電気機械器具製造業(営業担当)	・価格の動向に不安が残るものの、見積りや引き合いの件数が増加の傾向にあるので、期待はできる。
		輸送用機械器具製造業(経営者)	・引き合い件数、見積り件数が増加している。また、受注の可能性も以前より高くなっていることから、先行きに期待が持てる。
		不動産業(経営者)	・東京と大阪の収益物件の利回りの格差が大きくなり、大阪の物件の優位性が高まり、大阪の市場に東京資本が流入してきていることから、先行きに期待できる。
		新聞販売店[広告] (店主)	・折込チラシは、今まではパチンコ店やマンション等不動産関係ばかりが目立っていたが、最近は多種多様にわたって入るようになってきたことから、先行きに期待が持てる。

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	その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・オリンピックというビッグイベントが控えていることで、家電メーカーがデジタル家電を中心に広告出稿を増やしてることが期待される。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・発注量等、得意先ごとに差があり、全体としてはまだまだ上向きではないことから、今後も今の状況が続く。
		建設業（経営者）	・民間の設備投資は若干増えるかもしれないが、官庁関係は減少傾向が続く。この1か月で鉄筋、鉄骨が急激に値上がりして品不足の状況であるが、すでに契約済み工事については仕入れ価格の差額が問題になることが懸念される。
		不動産業（経営者）	・事務所に關しては空室率が依然高く、まだ予断を許さない。
		不動産業（営業担当）	・賃料や土地については、立地の良い地域は上がっているが、それ以外はまだまだ下がっている状態であり、まだ良くなるとは考えられない。
		広告代理店（営業担当）	・現状は売上が前年比130%から140%の水準で推移しているが、先の注文が増えているわけではないので、今の状況が続く。
	やや悪くなる	コピーサービス業（従業員）	・取引先各社の春夏の新商品等、今後の売上回復につながる企画等が見受けられないことから、厳しい状況が続く。
		繊維工業（経営者）	・消費税の総額表示に関して、売値が上がったとの誤った印象を店頭で持ち、購入にブレーキを掛けている傾向が現在でも見受けられる。2～3か月先には更にこの傾向が強くなる。
		化学工業（経営者）	・船積み運賃の上昇、アメリカ穀物相場の上昇で原料価格の上昇は避けられないほか、4月からの消費税の総額表示による影響が懸念されるなど、まだまだ厳しい状況が続く。
	悪くなる	輸送業（営業所長）	・春先から初夏にかけての見積、問い合わせ等が少なく、先行きが不透明である。
繊維工業（団体職員）		・原材料価格が高止まりしたままであり、受注量の減少幅が徐々に拡大していることから、先行きの回復には期待できない。	
雇用関連	良くなる	民間職業紹介機関（支社長）	・大手メーカーは新卒採用にパワーを結集し、中途の採用が一時ストップすると思われるが、それ以外の企業の中途採用活動が4月以降も勢いが落ちるとは思えない。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・来年度の新人採用数が増加傾向にあることが公表されるなど、取引先での人材確保が活発化してきている。派遣社員でも良い人材がいれば採用するという前向きな姿勢が展開しつつある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人広告に対する反響が良くなってきている。これは雇用のミスマッチが解消されつつあるということで、今後良い方向に向かうことが期待される。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・1月～3月の3か月のスパンで求人数の動きをみると、中小企業からの募集が前年比110%で増加している。この3か月スパンでこのような数字はここ近年では珍しいことから、先行きに期待できる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・大手企業、中堅企業の大半が新卒採用数を増加するとしていることから、先行きに期待できる。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・派遣法改正による問い合わせ件数は増えているが、受注については結び付いていない。
		職業安定所（職員）	・求人数は増加傾向にあるものの、派遣、請負契約による短期的な就労等不安定な求人が多く、雇用面での不安が解消されるには至っていない。
		職業安定所（職員）	・全体としての求人数は増えてきているが、中小企業については本格的に増やしていく動きはないことから、今の状況が続く。
やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・無料情報誌が街角に氾濫し、新聞の求人広告市場はますます厳しくなることが懸念される。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	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	一般レストラン（店長）	・若い人の就職が決まって、そのお祝いの来店が非常に増加しており、若い人の就職増はこれからの客の増加につながる。 ・高額商品が増加傾向にあり、財布のひもが、自分の好きな物に対して緩くなってきており、この傾向は、今後も続く。
	やや良くなる	百貨店（販売促進担当）	・天候が暖かめに推移しているので季節商品が早めに売れ始める。 ・昨年以來好調な、ブランド雑貨や化粧品がこれからもけん引役となる。
		スーパー（店長）	・総額表示の価格に客が慣れてくれば、回復すると見込んでいる。
		コンビニ（エリア担当）	・店舗のオリジナリティを出していけば、客は戻って来るし、その兆しは既に現れている。
		家電量販店（店長）	・現在は前年並みの数字は確保できてはいないが回復傾向にはあり、4月、5月は上向きになる。
		家電量販店（予算担当）	・総額表示による落ち込みも落ち着き、アテネオリンピックによる映像関係の売上が徐々に上がってくる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・牛肉、鳥肉が敬遠されているためか、ホテル内にある魚料理専門レストランが好調で、前年を大きく上回っており、この状況がしばらく続く。
		旅行代理店（営業担当）	・SARS、テロ、鳥インフルエンザの影響が全くない現状の傾向が続けば、ますます旅行の需要が増大する。
	住宅販売会社（従業員）	・来場者の様子が良くなってきており、今後、受注量のアップにつながっていく。 ・受注単価についても約1%上がっていることから、来場者の様子が良くなっていることがうかがえる。	
	変わらない	商店街（代表者）	・客の商品の購入基準がますます高くなるなど、今後も厳しい状況が続くと予測している。
		商店街（代表者）	・来街者が今後も増加しそうではないが、各店舗では売上が少し上がってきており、この傾向が今後も続くものと予測している。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・季節物を求める客の動きは、少しずつ良くなっているが、総額表示の影響が懸念される。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・全国的景気回復の影響が地域に見られない上、さらに景気が厳しくなっており、今後もますます不安で不透明な状況である。
		一般小売店〔100円商品〕（店員）	・総額表示により、客の購買意欲がどう変化するのか、割高感が発生するのか、読み切れない。
百貨店（販売促進担当）		・ヤングゾーンの動きは堅調であるが、主力のミセス関連商品の動きが悪いので、全体としては、今後も大きな改善はみられない。	
百貨店（購買担当）		・5月の母の日イベントに向けて、動員企画が動いているが、商品を動めても必要以上のものは購入しないという状況は続く。	
百貨店（売場担当）		・しばらくは現在の流れが続き、町に客は流れてくるが、リニューアルした他店へ流れて行ってしまうと見込まれる。	
百貨店（営業担当）		・大規模店舗のオープンで客がお金を落とす反面、既存の店が売上を落としており、またそのインパクトは大きい、継続は望めない。	
スーパー（店長）		・総額表示による、見た目の売価上昇が、消費者の購買意欲に影響を与えることも懸念され、また消費が上向く気配は感じられない。	
スーパー（店長）	・総額表示により、今後の客数動向が見えず、一品単価は引き続き低迷すると予測しており、客数減が売上減につながらないかと危惧している。		
スーパー（店舗運営担当）	・今春は、例年みられた就職進学シーズンの買い控えの傾向がほとんどなく、既存店ベースでも順調に推移しており、この傾向が今後も続く。		
スーパー（店員）	・総額表示に慣れたら、客は戻ってくると予測されるが、小数点以下の端数切捨て、切上げ、四捨五入などの処理選択による、客動向や企業負担の結果が予測できない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（エリア担当）	・取引先の再開など、好材料がある上に、販売活動自身は順調に推移していることから、来月からは少し良くなっていく。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・総額表示により、商品が高く感じ、購買意欲が薄れる可能性もあるが、全体的には変わらない。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・客数があまり増加する見込みはないが、単価がここ3か月上昇傾向であり、今後も上昇していく見込みである。
		乗用車販売店（統括）	・4月は毎年厳しい販売台数で、今までの客の動きを見る限り今後も変わらない。
		乗用車販売店（統括）	・東京周辺で、商業車のディーゼルエンジン車特需があり、それが近畿圏、中京地区に及んでいるが、これが地方に来るまでは現状維持となる。
		乗用車販売店（販売担当）	・新車種攻勢による、新型車発表の谷間になることから、販売が厳しい状況が続く。 ・総額表示により、販売への影響が不透明であり、今の状況が続く。
		一般レストラン（店長）	・自店の周りでは好要因が増えているが、チェーン店全体では、2けたダウンの店が3分の1もあり、今後手放して良くなるとはいえない。牛肉の輸入制限も、鉄板焼の店なので影響が大きい。
		その他飲食〔ハンバーガー〕（経営者）	・食への不安環境が好転しておらず、回復までしばらく時間がかかりそうだ。
		観光型ホテル（経理総務担当）	・グループのホテルの売却決定や、近隣競合老舗ホテルも経営難から大手ホテルより総支配人を招き経営再建を図るなどの動きがあることから、今後も厳しい状況が続く。
		タクシー運転手	・乗車されたサービス業以外の、マンションや国体関連整備などの客の間に、「忙しくなった」という声はよく聞かれるようになったが、「もうかった」という言葉が、全く聞かれず、この様子ではタクシーなどのサービス業は苦戦していく。
		通信会社（企画担当）	・販売量、同業者の動きなどを見れば、購入が手控えられ消費が抑制されている傾向にはもはや無い。しかし、今後膨らんでいく気配までは無い。
		通信会社（社員）	・新規のサービスなどの提供で既存利用者からの乗り換えはあるが、新規利用者が少なく、今後も状況は変わらない。
		テーマパーク（業務担当）	・利用に対する問い合わせ数など将来を期待させる情報は少なく、現状の利用も活発ではない状況が今後も変わらない。
		その他レジャー施設〔温泉センター〕（営業企画担当）	・徐々に個人の客の動きが活発になっているが、日帰り温泉部門はまだ不安定な営業内容であり、また温泉ホテル部門も予約状況はまだ少なく、楽観に至らない。
		美容室（経営者）	・1年間客単価、客数は変化しておらず、これからも変化するとは見込まれない。
		設計事務所（経営者）	・建築資材の鉄骨関係が高騰しているため、客の購買意欲や販売量が低迷すると考えられ、今後も不況の状況は変わらない。
		住宅販売会社（経理担当）	・新規の発売物件について、発売1か月ごろまでは比較的契約が進むが、それ以降はモデルルームへの来場者も減少し、契約も進まなくなる傾向が続く。
	やや悪くなる	一般小売店〔書店〕（経営者）	・街中にある店舗であり、近年、人の動きが郊外へという動きが加速しており、大型連休中はこの傾向が更に強くなる。
		百貨店（電算担当）	・個人消費は、売上で前年比8.3%減、来店数9%減と冷え込んでおり、好調商品も少なく、この傾向が続く。 ・総額表示実施により、さらに悪影響を与えるかどうか懸念される。
		百貨店（売場担当）	・夏物商材については、中国などの海外生産が非常に増加し、価格破壊が更に進むと同時に、国内メーカーの不振が一層進んで店頭でのタイムリーな商品供給は難しくなり、客に売れる時期に売れる商品を提供することが困難になってきている。
		スーパー（総務担当）	・4月より総額表示が実施されるため、割高感が出て購買意欲が落ちるのではないかと懸念している。当社では端数切捨てのため、売上額の減少となる。
		一般レストラン（経営者）	・来客数は前年と比べて回復してきている、しかし客単価は落ちている傾向にある。

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
		旅行代理店（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> ・海外旅行が依然として例年並みに戻っていないことと同時に、単価が下がってきているので、売上はやや悪くなる。 ・福岡地区や広島地区は料金単価がある程度回復しているが、山口地区では料金単価を下げないと、来客数が伸びない傾向が続く。
		ゴルフ場（営業担当）	
	悪くなる	衣料品専門店（地域ブロック長） 通信会社（通信事業担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・大型ショッピングセンター出店に伴い、現在、かなり売上が落ちており、今後も引き続いて悪くなる。 ・消費税の総額表示で、表示上税金を添加しにくいサービス項目があり、実質5%の値引きをせざるを得ない。
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	金属製品製造業（総務担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・現在の受注動向から推移すると、今後2、3か月先の仕事量は、現在よりやや多くなる。
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・今春発売の新製品の受注が伸びている。
		一般機械器具製造業（総務担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・装置などの受注見込みから、景気はやや良くなると考えられる。
		電気機械器具製造業（総務担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・試作も好調で、受注も設備能力の限界まで入っている。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・新規大型製品の開発が重複し、技術領域でのアウトソーシングが大幅に増加する。同時に来期は、会社として記録的な規模の設備投資を予定している。
		輸送業（統括）	<ul style="list-style-type: none"> ・景気回復で荷物全体が増えてきていることもあるが、輸送業の場合、大半は大手企業のコストダウンなどによる輸送手段の安い企業へのシフトが多く行われているため、今後大手を中心に増加していくと見込まれる。
		金融業（業界情報担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・円高進展は懸念材料ではあるが、既存の受注先に加えて新規受注先の獲得も次第に進んでおり、当面受注量は増加基調を維持できる。
		食料品製造業（総務担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・加工食品業のため、夏場にかけては、例年若干売上が下がっている傾向があり、自社商品ブランドを立ち上げるも、今一つ軌道に乗っていない。
		化学工業（総務担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・経費節減や業務の合理化、効率化などの社内体制の整備により少し利益が出るようになったが、物流費の上昇による原材料、燃料費高の影響を受け、収益面での景気回復は厳しい。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・需要家の好調が今後も継続する見込みであり、生産量は現在の水準が続く。 ・原材料の高騰が気掛かりである。
鉄鋼業（総務担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・鉄鋼需要はしばらく輸出を中心に堅調に推移する。 ・国内需要は、公共投資の減少などから建設向けは低調だが、輸出向けに好調さがうかがえる製造業からの需要が増している。一方、鉄鋼原料価格の高騰などが懸念材料に挙がってきている。 		
電気機械器具製造業（広報担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・液晶関係は、引き続き受注拡大の傾向があるが、電子部品関係は、価格低下の動きがあり、全体的には変わらない。 		
輸送用機械器具製造業（総務担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・受注量などは比較的好調だが、販売価格は上向いておらず、この傾向は続く。 		
その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・依然として海外販売は好調であるが国内販売には明るい兆しが見受けられない。したがって当社のような国内販売向けしか製造していない生産工場は非常に苦しい状況は全く変わらない。 		
建設業（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・民間工事の発注は現状維持されるところだが、官庁関係の発注次第によって横ばいか上昇かに分かれる。 		
輸送業（総務担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・客から新たな値下げ要請もあり、景気が良くなっているとは考えられない。 		
通信業（営業企画担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・固定系通信回線は数値的にも減少が続き、回線単価も上昇の兆しは見えない。 		
金融業（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・決算書、資産書を見ても、原材料費の上昇のため、軒並み荒利益率が減少し、収益も悪化する。 ・3月の仕事量から考えると4、5月の入金状況は良くない。 		
その他サービス業〔清掃具レンタル〕（情報管理担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・大口事業者顧客から、数量の減少、価格の値引きなどの見直しに迫られ、金額の落ち込みが激しい上、官公庁関係の入札も年々厳しさを増し、利益額が年々減少する傾向が続く。 		
	やや悪くなる	建設業（経営企画担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・今月は前月より受注は増加したものの、引き合い物件が減少しているため今後3か月の受注に不安を感じる。
	悪くなる	-	-

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
雇用 関連	良くなる	求人情報誌製作会社 (支店長)	・求人数も引き続き多い上に、正社員の割合も増えてきた。求人背景も、一時的なものでもないと感じる。
	やや良くなる	人材派遣会社(経営者)	・人材派遣の需要は、職種や業種が広がりながら増えてきている。
		新聞社[求人広告] (広告営業担当)	・景気動向の上昇、また年度変わりという季節の影響があり、求人数は増加の傾向にある。
		職業安定所(職員)	・平成15年5月の月間有効求人倍率から平成16年2月の月間有効求人倍率まで上昇傾向が続いていること、及び、悪くなる要因が今のところ特に無い。
	変わらない	学校[大学](就職担当)	・欠員補充などの好調な求人支えられ、一般の新卒求人も順調に増えている。
		職業安定所(雇用開発担当)	・製造業の求人は派遣から正社員へ変わる傾向が出始めている。
職業安定所(職員)		・昨年相次いだ、電機メーカーや百貨店など幅広い業種でのリストラによる大量離職の発生が、今もなお、求人マインドを冷え込ませており、求人募集を慎重にさせている。	
民間職業紹介機関(職員)		・正社員として就職を希望する人が95%以上(弊社への登録者)であるが、正社員の求人条件が高く、それをクリアできる求職者は多くない。	
	学校[短期大学](就職担当)	・1年生(平成17年3月卒業予定者)に対する就職支援(求人依頼)を開始したが、現時点で各企業から返ってくる回答の95%は「平成16年度は新規採用の予定なし」。残りの5%の中でも「採用計画がある」という明確な回答はわずかで、各企業からは、相変わらず先行き不安の慎重姿勢が感じられる。	
	やや悪くなる	-	-
	悪くなる	-	-

9. 四国(地域別調査機関:四国経済連合会)

(- : 回答が存在しない、 : 主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる		
	やや良くなる	スーパー(店長)	・来客数、売上高、客単価とも上昇しており、今後もこの傾向は続く。ただ、4月の消費税の総額表示で、一時的に消費が低迷する可能性があるが、その後は回復してくる。気候も非常に良いペースで暖かくなっており、夏物の動きも良くなると期待している。
		衣料品専門店(経営者)	・これといったトレンドの商品はないが、単価がアップし、品質の良い商品や自分好みの商品の選び方が早くなってきているため、将来がかなり期待できる。
		家電量販店(店長)	・プラズマ液晶テレビの売行きが今後も順調に推移していく。
		家電量販店(営業担当)	・最近3か月は売上の横ばいが続いてきたが、エアコン、テレビ、洗濯機は、需要期を前に動きが早まっていることもあり、多少の期待感を持てる。
		一般レストラン(経営者)	・相変わらず低価格品の注文が多いが、注文数が増加しており、客単価は徐々に上昇している。
		旅行代理店(従業員)	・個人、グループでの海外旅行や、団体旅行の相談が多くなってきている。
		観光名所(経営者)	・団体客、一般観光客とも増えてきている。昨年はSARSの風評被害で売上が大きく落ち込んだので、今年は大幅に伸びる。
		ゴルフ場(従業員)	・予約率が良くなっている。
	変わらない	一般小売店[生花](経営者)	・6月初旬までは、例年、売上が上昇する時期であり、現状維持できる。
一般小売店[乾物](店員)		・特にこれという理由はないが、一番心配なのはテロやイラクに派遣している自衛隊が攻撃された場合に、消費マインドが冷え込むことである。	
百貨店(総務担当)		・お饒別などの進物に関して、以前は高額商品を複数組み合わせさせて贈っていたが、現在は、1、2万円のアクセサリーの単品を5、6人の共同で進物する傾向がある。 ・1人当たりの出費金額が非常に少なくなっており、消費に対して厳しい態度は今後も変わらない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		百貨店（営業担当）	・ 1、2月の売上高は前年比で増加したが、3月は前年割れとなった。大口売上は前年以上の伸びを示しているが、個人客の購入状況に変化はなく、春物の動きやブランド商品群の動きも鈍い。	
		スーパー（財務担当）	・ 来客数は前年比で大幅に上回っているにもかかわらず、客単価は下回っており、客の必要な物以外買わない傾向は今後も続く。	
		衣料品専門店（経営者）	・ 来客数に変化なく、単品買いが多い。4月からの消費税の総額表示の影響を除外しても、客の慎重な購入態度は変わらず、当面は一進一退の状態が続く。	
		乗用車販売店（管理担当）	・ ショールームへの来客が少ない。	
		観光型旅館（経営者）	・ 愛媛県では4月から「町並博」が開催され、航空会社のキャンペーンも実施されているが、今の予約状況から判断すると、4～6月あたりはまだその効果は現れず、現状と変化はない。	
		都市型ホテル（経営者）	・ 今後の予約状況等をみると、そんなに大きく変わると思えない。	
	やや悪くなる		商店街（代表者）	・ 郊外大型店の施設整備、シネコンの開店等の影響で、商店街は、ますます厳しい状況が続く。
			スーパー（企画担当）	・ 4月からの消費税の総額表示方式で、客は、価格が上昇したという感じを持っている。
			衣料品専門店（経営者）	・ 消費税が内税になって、一時的に客の不安感が出ると思われる。
			乗用車販売店（営業担当）	・ 県下全体での来客数が前年比98.4%と、前年割れしている。受注状況も店舗間の格差が大きく、安定していない。
悪くなる		スーパー（店長）	・ 昇給幅も少なく、可処分所得が少なくなっている中で、4月からの消費税総額表示で商品の割高感が生じ、消費が控えられる懸念がある。	
		乗用車販売店（従業員）	・ 販売チャンネルの再編に伴い、販売競争はますます激化する。	
企業 動向 関連	良くなる	-	-	
	やや良くなる	輸送業（支店長）	・ 飲料関係等の輸送で、夏場にかけては昨年を上回る予想である。	
		通信業（支店長）	・ 2、3か月後に発売される新製品効果に期待している。	
		広告代理店（経営者）	・ 得意先の店舗リニューアルや新店オープン計画に伴う販促の話があり、少し先行きに期待が持てる。	
		公認会計士	・ 取引先の社長からの相談の中で、設備投資に関する相談内容が増えてきている。経営者自身も、景気の先行きが良くなると考え、前向きに取り組む人が多くなっている。	
	変わらない	一般機械器具製造業（経理担当）	・ 小型クレーンに関しては、トラックの排ガス規制による特需に首都圏で陰りが出てきており、この動きが中部、関西圏へも広がりを見せている。この状態がしばらく継続する。	
		一般機械器具製造業（経理担当）	・ 回収処分場の建設など、循環型社会に向けた動きもあり、4月以降多少期待は持てるが、大きな変化は望めない。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・ 為替が再び円高基調にあること、さらに中国の好景気の影響から輸入材料が高騰しており、こうしたコスト上昇圧力が景気回復を妨げることになる。	
		建設業（経営者）	・ 16年度の公共事業工事も多くは望めず、民間工事も相変わらず競争が厳しい。	
		輸送業（総務担当）	・ 貨物の荷動きは昨年12月より前年実績を上回って推移しており、特に、3月は104%と少し伸び率が高くなった。2、3か月先もこのペースが続く。	
やや悪くなる		建設業（総務担当）	・ 中心部のマンションが同時期に大量に発売されるため、値崩れが懸念される。	
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（従業員）	・ 求人数も採用者数も増加しており、今後動きが出てくる。	
		職業安定所（職員）	・ 新規求人数は前年比で6か月連続で増加したが、一部に雇用調整が続いており、雇用情勢の厳しさは変わらない。	
	変わらない	職業安定所（職員）	・ 求人数は前年比で若干増加しつつあるが、雇用保険の被保険者数の減少に歯止めがかからず、パート被保険者への代替も続いており、改善傾向は感じられない。	
		職業安定所（職員）	・ 求人数は前年比で若干増加しつつあるが、雇用保険の被保険者数の減少に歯止めがかからず、パート被保険者への代替も続いており、改善傾向は感じられない。	
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	-	-

10. 九州（地域別調査機関：（財）九州経済調査協会）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる やや良くなる	商店街（代表者）	・商店街内の空き店舗に出店の動きがある。業種等は未定であるが、出店の動きが出てきただけでも明るさを感じる。
		百貨店（営業担当）	・天神地区の百貨店売上高は、前年に比べ若干増加しており、高額品に関しても売上は落ちていない。個人消費の落ち込みは、各小売業の工夫や努力により、明暗はあるものの、緩やかに回復に向かう。天候不順などの影響のみが不安材料である。
		百貨店（販売促進担当）	・今後大きなトピックが無いため、消費が大きく伸びるとは考えられない。しかし、九州新幹線開業のため広域マーケットが動く可能性がある。九州の遠方からの福岡への来客は今後も増える。
		スーパー（店長）	・価格志向から変わってきて、いいもの、付加価値のあるもの、今までになかったもの等を買う傾向がある。具体的にはブランドもののハンドバック、時計、陶器、デジタル家電、食品でも少々高くても安心安全なもの、国産のもの等の動きが良い。
		スーパー（企画担当）	・店舗改装オープンやショッピングパーク内の外食店舗の拡大、また、店舗近隣の道路橋梁工事等による交通アクセスの改善等によって、更なる集客効果が期待できる。
		コンビニ（エリア担当）	・少しずつではあるが、客の購意欲が増している。キャンペーン等もかなり実施しており、売上増が見込める。
		その他専門店〔医薬品〕（従業員）	・競争は厳しいが、客数は上昇傾向にある。
		旅行代理店（従業員）	・海外旅行は、一部の国を除いて5月の連休はほぼ満席の状態である。国内も沖縄方面の問い合わせが多く、何事もなければ前年を大きく上回る。
		競輪場（職員）	・競輪場で5月からナイター競技を始めるが、相乗効果で競輪場もあわせて来客数が増えると思われる。
		設計事務所（所長）	・日向市、宮崎市、都城市等県内の大きな都市では、住宅の着工件数が増えており、大工が足りない状況である。当社が立地する延岡市も良くなる。
	設計事務所（所長）	・仕事自体は少しずつ増えている。全体的な景気としては良くなったり悪くなったりする状態が続いていくが、急激に良くなることはない。	
	住宅販売会社（従業員）	・アパートの契約が増えている。土地活用志向から、今後固定資産の流動化が期待される。	
	変わらない	百貨店（営業担当）	・「 unnecessary商品は買わない。必要な数しか買わない。買う前にもう一度考える。」という、買物の慎重さが依然として続いている。
		百貨店（営業担当）	・食料品部門は底堅い動きであるが、その他の部門が総じて苦戦している。
		百貨店（営業担当）	・現在の来客状況をみると単発でもイベント等を行わない限り前年を上回るとは難しい。特に昨年はゴールデンウィークの売上が大きかったため、その分今年度は苦戦する。7日間の長期休暇前に売上を確保しなければ、小売関係は厳しい。
		百貨店（売場担当）	・総額表示方式の影響が懸念される。また、福岡市の吸引力が強まったことで、どれくらい影響を受けるのか、予断を許さない状況である。
		百貨店（業務担当）	・衣料品の動向が、季節の変わり目のカギを握っているが、春物の立ち上がりの状況からは、勢いが感じられない。
		スーパー（店長）	・総額表示の影響で、半年間くらいは消費が悪くなる。
		スーパー（店長）	・総額表示方式への移行から1か月弱くらいは若干の影響があるが、消費動向自体は低迷のまま変わらない。
		スーパー（店長）	・生活の先行き不安から、無駄を省こうとする姿勢が買物に表れている。皆年金問題を真剣に考えており、買物の動きを鈍くしている。
スーパー（総務担当）		・食料品の売上、来店客数の動きは昨年並みに戻りつつあるが、衣料品、住居用品の売上不振が今後も継続していく。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（店員）	・天神地区への集客は、九州新幹線の開業もあり、今後も増える。しかし、客数は増えても皆が買物をするわけではないため、あまり期待はできない。
		家電量販店（経営者）	・御用聞きに回っても、今度はこれが欲しいという声どころか、節約の様子しかうかがえない。
		家電量販店（企画担当）	・全体的に単価が下がっていることに加え、販売量、来客が少ないという状況が続いており、予想よりも悪い状況で推移している。高い商品が売れず、安い商品しか売れない。
		高級レストラン（経営者）	・歓送迎会が今年が多いということで明るい兆しが見えてきたが、先行きは不透明である。
		タクシー運転手	・都会ではかなり懐具合が悪くなっているようで、長崎に来る観光客が、以前より多く金を落としている。一方、修学旅行に関しては前年の2～3割くらい減っており、総合すると横ばいである。
		テーマパーク（職員）	・期間が3～6月の春ステイプランを打ち出したが、ゴールデンウィーク明けの予約の動きが鈍い。各方面でこ入れ策の検討に入っている。
		観光名所（職員）	・観光施設については、九州新幹線の部分開業のお陰で入園者はそこそこ増えるのではないかと。ただそれがいつまで続くのかが懸念される。鹿児島県の観光対策が功を奏すのにかに懸かっている。ゴルフ場は、景気に変化がない状況では、ゴルフファンの数も恐らく変わらない。
やや悪くなる		商店街（代表者）	・九州新幹線が部分開業し、事業所を中心部から駅周辺にシフトする企業が増え、一時的ににぎわいを見せているが、福岡等都市部への消費流出が危惧されるため、今後は悪くなる。
		百貨店（売場主任）	・1人当たりの買上単価の減少は、ここ数か月更に強まっており、店には来るがなかなか購買につながらない。この傾向はますます強くなる。
		スーパー（店長）	・総額表示方式への移行により、かなり売行きが鈍くなる。食肉についても、ずっとこの流れで推移する。衣料品も春物衣料の動きが鈍く、夏物衣料にどう変わるかが問題である。住まい関連商品は特売商品しか売れない状況であり、客の買上げる目が厳しく買い控えがある。
		コンビニ（販売促進担当）	・土日に店頭で販売をよく行うが、客の買物を見た感じでは、タイムサービスの時間帯に客が集中しており、他の時間帯は客の入りが悪い。4月から総額表示方式になるため、やや悪くなる。
		家電量販店（店員）	・一般消費者は、生活レベルを落とさず少しでも安く買うことに苦心している。また、競合他社オープンも近く、今後も厳しい。
		住関連専門店（経営者）	・大川市は家具の産地でいいものを安く買える町だったが、近年キズ物、安物のイメージに変わっている。まともな商品がなかなか売れず、商圏内でキズ物、アウトレット店への模様替えも最近見られる。
悪くなる		百貨店（営業企画担当）	・市内への大型量販店の出店、福岡一極集中の拡大に加え、鳥栖市でのアウトレットモールのオープンなどもあり、競争が激化する。客数の減少傾向が続く。
		衣料品専門店（店長）	・20km圏内に大型アウトレットモールがオープンし、土日休日の客が全くと言って良いほど無くなった。休日を中心にイベントを行ったが、客は来なかった。今後も厳しい状況が続く。
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	家具製造業（従業員）	・懸念材料であった総額表示方式による割高感も心配したほど無く、大した混乱もないまま過ぎる。広告宣伝等、前向きな投資もできるようになっている。
		建設業（総務担当）	・利益率の少ない大きな工事は少なくなったが、リフォーム等が増えてきた。利益率を改善し量を増やせば、今後は良くなる。
		輸送業（従業員）	・当社はまだ売上が前年を若干下回るが、同業者では前年実績を上回るところが増えてきた。
	変わらない	農林水産業（経営者）	・鳥インフルエンザは季節的にみても今後終息の方向に向かう。しかし、この影響は6月まで続くと思われ、本格的な回復は最需要期の夏になる。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
		食料品製造業（経営者）	・九州新幹線の部分開業により、鉄道の利用客は増加しているが、当社の業績に好影響を与えるまでには至っていない。今後も同様の展開と見込まれるため、現時点では、業績向上を期待できそうにない。
		食料品製造業（専務）	・春になり人々の動きも活発になってくるが、行事・祭事を見ていると財布のひもは固く、金をなかなか落とさないのが現状である。すぐに景気が回復するとは思えない。
		鉄鋼業（経営者）	・運送費、副資材価格は統制が続いているが、高騰が続いていた主原料価格が下げに転じている。他方、製品価格は着実に値上がりしており、採算の好転が期待できる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・景気が良くなり受注量は増えたが、その分材料費が上がっている。今後は不透明である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・半導体関連、精密機械加工の業績は大手でも二極化しているが、全般的にはこのまま順調に推移する。液晶関係も現状のまま推移する。
		広告代理店（従業員）	・チラシの折込枚数・件数・売上金額のどれをとっても、伸びてゆく気配が感じられない。しばらくは現状のまま推移する。
		広告代理店（従業員）	・イベント、企画物による集客が少し増えており、ゴルフ、会員権相場も若干ではあるが上がり気味で明るい兆しが見えている。しかし、今後の見通しはまだ立たない。
	やや悪くなる	通信業（職員）	・折衝件数が少ない上に、4月人事での営業要員追加も見込めない。
	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（総務担当）	・企業の採用に対するマインドの改善により求人数が増加しており、若干好転する。しかし、大きく正社員が増えるわけではなく、固定人件費の増加を抑え、人件費の流動化を進める傾向は今後も変わらない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人数も動いており、地場もやや良くなっている。
		職業安定所（職員）	・新規求職者数が4か月連続で減少し、新規求人数も15か月連続で増加している。有効求人倍率も、平成15年10月以降0.7%台で推移している。この傾向が今後も続く。
		職業安定所（職員）	・昨年の9月頃から有効求人倍率が0.7%台を超え、その傾向が5か月連続で続いている。この傾向が今後も続く。
		民間職業紹介機関（職員）	・現在の好調な業界もしくは勝ち組企業に対する求人は、今後も続くと思われる。基幹部門の増員や、販売系、営業系に付随する求人が出てくるので、半年くらいのスパンで景気の向上は見られる。
	民間職業紹介機関（支店長）	・例年は新年度採用の求人が3月前半で出そろう、成約するが、今年はまだ求人数が増加している。デジタル家電・エレクトロニクス・自動車等の好調な業種では、4月以降もおう盛な労働力需要が期待できる。	
変わらない	求人情報誌製作会社（編集者）	・今年6月に開店する大型商業施設での求人が1,000名を超える見込みであり、一部の地域で求人倍率が高まる。その影響で周辺企業の人材離れ現象による、補充を目的とした求人が活発になる見込みである。	
やや悪くなる			
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	コンビニ（経営者）	・観光客数も増加しており、客の購買状況も活気づいている。
		コンビニ（エリア担当）	・大型ショッピングセンター開店に伴い、周辺店舗は影響が出る。しかし、人が動くので、総じて底上げされる。
		衣料品専門店（経営者）	・一点単価が徐々に上昇しており、来客数も増加していることから、そろそろ良い動きが出てくるような気配がみえる。
	観光型ホテル（商品企画担当）	・前年同月の低調ムードはなく、予約状況は昨年を上回る見込みである。特に5月のゴールデンウィークは昨年より日並びが良く、5月9日まで休みが可能となるケースがあり得ることから、この効果も期待される。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（マーケティング担当）	・ 昨年はSARSの影響で特に4月、5月の集客状況が悪かったため、今年については前年同月と比較すると状況は良くなるとみている。旅行代理店の予約状況も好調とのことである。
		住宅販売会社（従業員）	・ 住宅減税延長の効果により住宅用地を求める問い合わせが増えている。しばらくはこのような動きが活発になり、戸建て住宅の需要が増え、住宅市場は短期的ではあるが好景気になる。
	変わらない	スーパー（経営者）	・ 依然として客単価が低下しており、来客数の増加分で何とか売上をキープしている状況である。
		スーパー（企画担当）	・ 競合の出店がほぼ一回りし、その対応を行った昨年比の結果が出てくるので、昨年度比でやや良くなる。ただし、今後も競合他社の出店があるならば、競争が激化する恐れがあり、注意が必要となる。
		コンビニ（エリア担当）	・ 外的変化がなければ、やや好調な景気は続く。
		家電量販店（副店長）	・ 競合店の値下げが激しく、当社も他社に売価を合わせ、なお一層の値下げ競争が続くと予想されることから、来客数、売上は今後も厳しい状況が続く。
		その他専門店〔楽器〕（経営者）	・ 県内観光が順調なことで全体の景況ムードは良い方向に向いているように見えるが、実際は入学、就職等のセールにおける需要の増加がみられず、今一つ活気がない。観光客が多い割には購買力が低下しているように感じられる。
		旅行代理店（経営者）	・ テロ等、安全に対する不安が払拭されない限り、今しばらくは好転しない。
		観光名所（職員）	・ 現在の旅行環境が2、3か月以内に大きく変化することはない。しかし、海外でのテロによる鉄道爆破予告やそれに伴う警備体制の強化が旅行者にどのような心理的影響を及ぼすかにより変わる。
	ゴルフ場（経営者）	・ 集客については依然として、今後とも低単価による集客努力を怠らないといけな状況にある。	
やや悪くなる	一般小売店〔菓子〕（企画担当）	・ 菓子業界では閑散期に入ることに加え、総額表示のスタートで多少影響が出てくる。	
	観光型ホテル（営業担当）	・ ゴールデンウィークの予約状況は好調であるが、その前後に関しては厳しい状況である。	
悪くなる	商店街（代表者）	・ 一部、新聞、マスコミ等で景気が少し良いという報告がなされているがこれは大型店に関してのことで、中心商店街では、駐車場やサービスの質の問題等で、大型店並には客への対応ができず、集客面で大変苦戦しており、危機的な状況に陥っている。	
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	建設業（経営者）	・ 問い合わせ及び引き合い件数が増加している。
	変わらない	輸送業（総務担当）	・ 新規業務スタートの予定があり、期待が持てる。
		輸送業（営業担当）	・ 荷動きは穏やかな時期であり、この状況が変わる材料が今のところ見当たらない。
		通信業（従業員）	・ 売上の一時的な増加は見込めるものの、2～3か月先となると結果的に現在と同程度に落ち着く。
		通信業（営業担当）	・ 他の業界でいわれるような景気回復感を実感できない。現状維持がやっとである。
		不動産業（支店長）	・ 景気が良くなる材料がなかなか見当たらない。
やや悪くなる	-	-	
悪くなる	-	-	
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・ 沖縄の観光が大変良い状況のため、ムードとして非常に活気づいているということが良い要因としてあり、他の産業も関連して良くなっていくのではと期待感もある。派遣依頼として、規制緩和の動きの中で新しい分野の動きも今後出てくると予想されることから、今後は良くなる。
		人材派遣会社（営業担当）	・ 求人数、求職者数の大きな動きは落ち着くとみられるが、前年に比べその動向に期待が持てる。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・ マッチング率はまだまだ少ないが、企業による人材確保のための積極的な求人の動きがみられる。
学校〔専門学校〕（就職担当）		・ メディアのアンケートによると、国内大手自動車メーカーや製造業などの3割が新卒採用を増加したいと回答しており、県内も少なからず好影響を及ぼすものと予想される。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		学校〔大学〕（就職担当）	・輸出関連企業並びに、大手企業のリストラは完了しており、金融機関等の新規採用も増加すると報じられていることから、全体的に新卒採用の増加が今年度は期待でき、景気が良くなる。
	変わらない	職業安定所（職員）	・新規求職者数は前年同月比で8.7%増加しており、特に県外希望の求職者は42.4%と大幅に増加している。新規求職申込件数のうち無業者は34.9%、自己都合離職者は9.9%と前年同月比でそれぞれ増加しており、また、新規常用求職者の年齢構成をみると、30歳以下の若年者が46.9%を占め、前年同月比で6.0%の増加となっている。有効求職者は前年同月比で2.4%増加し、新規求職者の3.7倍と高く、特に雇用保険受給者については7.3倍で、全体の40.2%を占め、求職者が滞留し、長期化している。また、中高年についても有効求職者が新規求職者の4.9倍となり、いったん離職すると再就職が厳しい状況となっている。このことから、雇用の面では変わらず厳しい状況が続く。
	やや悪くなる	-	-
	悪くなる	-	-