

・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	百貨店（販売促進担当）	・来店客数、客単価ともに上昇している。	
		コンビニ（店長）	・5月からATMが導入されることに加えて、7月には電子マネーでの決済がスタートする。決済方法が楽になるということによって売上が良くなるとは言えないが、ATM利用のついでに缶コーヒー1本などの買物を期待している。	
		家電量販店（地区統括部長）	・オリンピック需要がAV商品を中心に更に期待が持てる。	
		乗用車販売店（従業員）	・新型車が出ていないものの、来場者が増えてきている。	
		観光型ホテル（スタッフ）	・本格的なグリーンシーズンに向けて、前年のようなマイナス要因もなく、このまま推移すれば増勢に転じる見込みである。	
		旅行代理店（従業員）	・海外旅行が確実に回復基調にある。	
		旅行代理店（従業員）	・日々の客の動向や夏休みの旅行問い合わせの件数からみると、少しずつ動きが増えてきた。品質を求めて高額商品に目を向ける傾向が出てきている。	
		観光名所（役員）	・ロープウェイの予約状況等は、強含みに推移している。	
		美容室（経営者）	・新しいメニューに対する反応が以前よりは良くなってきている。	
		変わらない	商店街（代表者）	・パチンコ屋の盛況の裏返しは不景気の証拠というが、街中のパチンコ屋は今も朝から盛況である。また街中のサラ金の利用も高い。自己破産も減少していない。
			スーパー（店長）	・目玉を教育しないと客を呼べず、販売点数が増えても客単価と1品あたりの単価の落ち込みをカバーできていない。
			衣料品専門店（店員）	・3か月後も今と同じ傾向だと思う。単価の低い商品を1点買って満足する客がより増える。
			住関連専門店（営業担当）	・消費税の総額表示の実施で売価に対する値上がり感が出て、購買力を限定させている。数か月間はこの状態が続くと思われ、売上に対する明るい期待が持てない。
			高級レストラン（スタッフ）	・5月の予約状況が悪いが、6月の予約状況は前年比でプラスになっている。
スナック（経営者）	・全体に不景気なので会社の交際費を抑え、ポケットマネーでの支払が多い。			
タクシー運転手	・北海道はこれから本格的な観光シーズンを迎え、多くの観光客が札幌にも来るが、観光客のタクシー利用も数年前からあまり期待できない。			
観光名所（職員）	・タクシーの空車が依然として目立つ。			
その他レジャー施設（職員）	・今後は球団・クラブの成績により、来場者が大きく変化する。プロ野球チームの人気のまま続くかは不透明である。			
設計事務所（所長）	・良くなっているが、このままどんどん良くなるとは思えない。北京オリンピックの影響で、建材が中国へ流れてしまい、国内での値段が上がってきている。特に鋼材、鉄筋が顕著である。秋以降、建設コストが上がることは避けられないようで、これがどのように影響するのか、未知数である。			
やや悪くなる	百貨店（売場主任）	・客単価が下がっている影響も若干あるが、高額商品の動きが非常に鈍い。夏に向けては天候も懸念される。		
	スーパー（店長）	・消費税の総額表示の割高感はまだまだ続くと思われ、そのことによる販売点数の落ち込みがまだ続くと思われる。割安感を出すために店の売価を下げて販売することによる利益の悪化が懸念される。		
	スーパー（店長）	・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、競争環境の激化による価格競争の一層の進行が懸念されるほか、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。		

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（企画担当）	・消費税の総額表示導入後、小売業者はもちろんのこと、メーカーや卸売業者も巻き込む形で対応が混乱している。また価格表示の分かりづらさや便乗値上げ・便乗値下げなどの動きもあり、消費者も戸惑っているのが現状で、消費動向に対してプラスの影響は考えにくい。	
		コンビニ（エリア担当）	・海外旅行が復活している影響から北海道旅行が減り、幹線沿いの店の週末行楽時の売上が鈍る。	
		コンビニ（エリア担当）	・前年の観光客の大幅な減少などはなくなったが、人口減少・公共投資減少は依然として続いているため、じりじりと悪くなる状況は変わらない。	
		衣料品専門店（店長）	・今年は参議院選挙があり、選挙のある年はあまり売上が良くない。	
		観光型ホテル（経営者）	・道外の景気浮揚感にも関わらず、大手エージェントの集客は思ったより不調である。送客件数はますますでも、一般の旅行者、企業・団体の旅行者とともに団体の少人数化が目立つ。宿泊単価の値下げ要請は依然として絶えず、付帯収入も伸び悩んでいる。	
		タクシー運転手	・今後、少しは観光客の入りも増えると思うが、それ以上にタクシー業界では競合相手が増えているため、全体的には悪くなる。	
	悪くなる	旅行代理店（従業員）	・郊外に大型ショッピングセンターがオープンし、人の流れが市中から郊外へと大きく変わる可能性がある。インショップとして入居する旅行会社の販売増による影響は免れない。	
企業動向関連	良くなる やや良くなる	家具製造業（経営者）	・大都市部を中心に需要の回復の底堅さがみえてきた。	
		食料品製造業（経営者）	・企業の景況改善に伴って、まだ火が付いていない個人消費が活発になると思われる。内容量が多い価格対応の商品よりも、割高だが小分けしている商品の動きが良くなっていることから、消費者の価格志向一辺倒に変化が現れていることがうかがわれる。	
			輸送業（営業担当）	・製造メーカーの生産調整は一過性のもので、マーケットの潜在意欲は固く、価格調整が進めば物流の回復が見込める。
			通信業（営業担当）	・取引先の声として景気の先行きに関する悲観的な話が少なくなり、積極的な事業、商圏拡大の計画も聞こえるようになってきた。
			通信業（営業担当）	・中堅規模の会社からの受注量が増えてきた気がする。中小企業は引き続き厳しいようだが、若干景気が上向いていると感じている。
			広告代理店（従業員）	・全国的な新撰組ブームにあやかり、4～7月と函館でも、新撰組関連のイベント等が組まれている。関連施設への観光客の来館も増えている。
	変わらない	食料品製造業（社員）	・中国景気に追従できる業種は業績を伸ばす傾向が強いが、内需としての景気の動向は一進一退である。	
食料品製造業（団体役員）		・加工原料であるイカの漁獲予想状況の見通しが厳しいため、原料価格が上昇し、販売価格へ転嫁しなければ採算が合わない状況になる。		
金融業（企画担当）		・雇用・所得環境の改善は期待できない。しかし季節要因や株価の上昇などもあり、消費マインドは幾分上向きが期待される。建設業なども再編が進み、最悪期を脱しつつある。		
その他非製造業〔機械卸売〕（従業員）		・鋼材値上げの影響で、鉄骨造からコンクリート造に変更する構築物が増加し、鉄筋加工が例年になく忙しくなり、土木工事減を補っている。		
	やや悪くなる	金属製品製造業（経営者）	・材料の鋼材の値上げの問題や、それに追従する物品の値動きが変化しつつある。見通しがきかない状況である。	
金属製品製造業（統括）		・前年度と比較して、見積物件が少ない。		
輸送業（支店長）		・原材料・燃料等のアップに対して、運賃は相変わらず低下傾向にあり、本州の景気回復とは裏腹に、道内は更に厳しい状況になる。		
	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）	・先月あたりから建設系の求人が増加してきている。今月も増加傾向にあり、建設が増えてきたということは、かなり良い傾向と思われる。	
		求人情報誌製作会社（編集者）	・自衛隊の旅団化による縮小の影響で、地域における人口の減少がみられるものの、本州方面の派遣求人が活発化している。地域への求人市場にも影響が現れる。	

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
	変わらない	求人情報誌製作会社（編集者）	・長期間低迷していた建設業が確実に上向いており、他の業界への好影響が期待できる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・大型商業施設のオープンに関する応募者の分散化傾向が表れており、これまではすぐ決まっていた募集も、数回に渡っての採用になっているケースが多く、それに伴う求人募集がしばらく続く。
		学校〔大学〕（就職担当）	・採用動向が元気を取り戻してきているような動きがみえる。
		人材派遣会社（社員）	・どの業界をみても回復基調となる兆しを感じられない。経営者よりも人材側に活気が感じられず、各企業における売上確保の底上げが期待できない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・建設新聞の新築情報をみても、大きな設備投資が少ない上、個人の新築物件情報も少ない。
		職業安定所（職員）	・新規求人に持ち直しの傾向があるものの、公共工事や飲食店からの求人が減少傾向にあり、今後も厳しい状況が続く。
		職業安定所（職員）	・業種によって偏りがみられ、良いところも悪いところも双方ある。
	職業安定所（職員）	・駅地下の商業施設が閉店し、新たな出店計画・予定もないなど、雇用需要の回復が見込まれない。	
	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	商店街（代表者）	・実に不思議である。内憂外患のはずなのに、日本人が脳天気なのか、不思議な好況感が感じられる。数字的には全く良い数字は出ていない。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・世の中が少しでも良くなれば、観光地である当地も少しは潤う。観光ボランティアをしているが、体験ツアーの企画では昨年より予約の出足が早く、良い結果が期待できる。
		百貨店（経営者）	・3月は総額表示の影響や、土、日曜日の日数減で苦戦したが、今月に入り少しずつ客数が増え、持ち返している。
		スーパー（店長）	・イベントの強化、新規催事導入等で客数増が期待できる。
		衣料品専門店（店長）	・競合状態は厳しい状態であるが、24時間営業をしている当店は売上が前年比で150%で伸びている。これから夏場を迎えるに当たり、深夜の売上の伸びが期待できる。
		乗用車販売店（経営者）	・先月、複数の客から明るい受注の話があり、将来に期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・5～6月と新型車の発表を控えており、集客、拡販共に期待できる。
		その他飲食〔そば〕（経営者）	・空き部屋が目立っていた周辺のオフィスビルが、今月に入り少しずつ埋まり始め、人の動きが活発になってきている。それに伴い、通りにも以前ほどではないにしても活気が戻ってきている。
		観光型ホテル（経営者）	・入込数においては、どの月も多少昨年実績を上回っているものの、選挙を控えていることが不安材料である。
		住宅販売会社（経営者）	・季節要因もあるが、展示場来場者数は依然多い。潜在需要がある上にローン減税の延長効果が加わり、良くなっている。
		住宅販売会社（従業員）	・確約された受注棟数がかかりあり、イベント等による新規受注が見込める。
		変わらない	商店街（代表者）
	商店街（代表者）		・ベースアップの上げ幅が思った以上に小幅で推移し、ゴールデンウィークの天気次第であるが、旅行や観光客の入込み、またボーナスの支給がどうなるかで大きく変わる。ボーナスの支給が少し良いという感触があれば、消費も上向くが、今のところ期待できない。
百貨店（売場主任）	・消費税総額表示になり、客の反応は支払金額がはっきりして分かりやすいという人が多い。しかし買物は慎重である。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（広報担当）	・このまま良い月、悪い月が前後して、平準化するとあまり変わらないという流れが続く。 ・年金問題等の課題が納得行く形で解決しなければ更に状況が悪くなるという懸念がある。
		百貨店（売場担当）	・週末の売上が上がるものと期待して商品の動向を見ているが、それほどでもない。天気が良ければ外に出かける人が多いため、前年割れ気味である。イベントによるシャワー効果は期待できるが、若い人でなければブランド品に向かず、シニアは食料品に流れてしまう。
		スーパー（店長）	・総額表示になってから値上がり感が大きい。その値上がり感が払拭されないなか、税金分を飲み込んだ価格競争が始まっており、経営を圧迫しかねない。
		スーパー（店長）	・特売品の買い回りが多く、買上点数も5%ほど減少し、必要な物以外買わないという傾向が強まっており、低い水準で推移する。
		衣料品専門店（経営者）	・来客数が依然として戻らずに悪いままであるが、消費税の総額表示は思ったほど混乱もなく、支払金額が明確になったため、良かった部分もあり、これらが好影響して良くなれば良いと考える。
		衣料品専門店（経営者）	・先行き、特に個人消費の動きが不透明である。ゴールデンウィーク前に桜が終わってしまい、花見の集客が全くできない。また現在肌寒く、初夏物は全く駄目で、羽織るのも厚地のものに移行している。それに加え、年金問題等の社会情勢に不安定な要素が多すぎ、客の消費意欲が鈍っている。
		衣料品専門店（店長）	・具体的に景気が良くなるという要因が見当たらない。毎日の来客数を見ていると良くなるとも思えないが、安定した良い商品をそろえれば、売上はそれほど悪くはならない。
		乗用車販売店（経営者）	・新型の低価格でコンパクトな車両はまずまずの動きをしているが、新型車効果の期間が短くなっている。既販車では悪かった前年を更に割れ込む状況であり、悪さ加減の変わらない状況が続く。
		乗用車販売店（経営者）	・当初心配されていた4月の大幅な需要の減少はそれほどでもなかったが、5月以降に好転する要素はなく、8月までは新型車投入の予定もなく、需要を喚起する話題が無いことが心配である。
		住関連専門店（経営者）	・販売に力強さがなく、良い状態が長続きしない。2～3か月先も力強さが無く、フラフラした状態が続く。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・軽油の販売数量が減少している。東京への乗入れ制限の問題や、公共事業の発注が停止している等で前年度を大幅に割っている。ガソリン販売も思わしくなく、大型連休を前に販売価格が低下する傾向が出ており、収益の減少が懸念される。 ・先日、電気自動車の充電をガソリンスタンドで出来ないかとの問い合わせがあった。法的な制約や費用もあり、すぐには対応できないものの、世の中の流れがガソリン以後のエネルギーに向かっていると感じた。
		観光型旅館（経営者）	・4月は大きく悪いが、ここ数か月前年割れが続き、安定して悪い状態であり、5月以降は予約も入り始めており、悪いなりに安定する。
		都市型ホテル（経営者）	・総額表示に伴う客の値上がり感に加え、競合店の出店等で、総体的に動きが鈍い。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊、レストランの低迷が昨年暮れから続いている。特に、懸念していたインターネットによる低価格客室販売が陰りを見せだしている。 ・一般宴会が前年比133%と好調であるが、この先は不透明である。
タクシー運転手	・悪い条件だけが、具体性を持っており、景気が良くなるような材料が見当たらない。		
やや悪くなる		百貨店（販促担当）	・シーズン商品や催事の提案が、全館規模で少なくなる時期に、来店動機付けを見いだすのに苦労する。夏のヒット商品に今のところ目ぼしいものが無く、来店を促進する施策を幾つか考えていかないと良い方向に好転しない。
		スーパー（店長）	・総額表示による買上点数減少のほか、消費税分を還元した価格で販売している競合店に、価格対抗せざるを得ず、実質的な値下げで、今後確実に売上が減少する。この傾向は企業体力勝負となり、当分の間続く。

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
		スーパー（店長）	・1km商圏内に大型食品スーパーが4月末に開店したため、客数、売上共に10%程の影響を予想している。
		通信会社（営業担当）	・電話業界では、ますます値下げ競争が激しくなる。業界全体で値下げ競争をしながら一定のシェアを確保するという商売をしており、業界全体の利益が出にくい状態である。これが引いては電話会社の生き残りをかけ、場合によってはリストラあるいは吸収合併という形が出てくる。
		テーマパーク（職員）	・ゴールデンウィークの客は増えているが、客単価は低下し続けており、またゴールデンウィーク後の予約も途絶えているという厳しい状態である。
	悪くなる	スーパー（経営者）	・総額表示の価格がある程度是正されない限り、購買意欲の減退状態が継続される。購買意欲はデフレによる単価の下落と買上個数の減少が顕著に出ている。
		スーパー（経営者）	・公共事業に依存する建設業が当地域には多く、受注高の減少及び発注が抑えられるため、金の還流が滞る。
		タクシー運転手	・弊社では50台の車両を有していることになっているが、実際運行しているのはもっと少ない。償却期間が来た車両は代替車両を求めず、廃車にしている。というも乗務員のなり手が少ないからである。
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（経営者）	・景気は確実に上向いている。その影響で電子部品関係が入手困難となっており、材料の値上がり傾向が強まっている。客先からの引き合いは多いが、納期対応で断念せざるを得ない状況である。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・需要が依然としておう盛で、工場はフル操業の状態であり、この状態は当面続く。
		輸送業（従業員）	・数社のフォワーダーが物流施設の増設を計画しており、今後の貨物増に期待できる。
		広告代理店（従業員）	・今まで無かった物件や他社の物件についての相談や、参考見積提出等の引き合いが出ている。これを受注すればやや良くなると判断している。
		公認会計士	・製造業では、新しい製品の注文が増えることが確実であり、やや良くなる。
	変わらない	一般機械器具製造業（経理担当）	・為替が現状の水準である109～110円前後で推移するという条件付きであるが、自動車部品は高水準を維持し、携帯電話用部品も現状水準から若干の上乗せがあるものと見ている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・年内の受注をたくさん持っている会社が多いため2～3か月先は、今のやや良い状態が続くが、その先はまだ見えない。
		金融業（営業担当）	・企業業績は総じて上向き傾向にあり、明るい兆しはある反面、地方財政の逼迫による公共投資の削減は公共事業への依存度が高い当県においてはかなりのマイナス要因である。
		コピーサービス業（経営者）	・販売量や受注量に下げ止まり感があり、多少でも上昇するような雰囲気になってきている。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・最近のアルコール業界をけん引していた焼酎が、原酒不足からブームに落ち着きが見え始めている。 ・暖かくなるにつれ、ビール以外の酒類は消費が減るため、今後も苦戦が続く。
	やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・4月からの総額表示への移行に伴い、スーパーや量販店での売上低迷の声も聞かれるようになり、スポット条件的な価格対応も出始めている。またこれから不需要期に入る。
		繊維工業（総務担当）	・中国からの繊維の流入は、一昨年辺りから1億枚単位で減少しているが、国内繊維業界の向上に向かうには程遠い状況である。
	悪くなる	繊維工業（営業担当）	・中国を中心としたセーター類の輸入比率が99.2%となっており、悪くなる。
	雇用 関連	良くなる	人材派遣会社（社員）
やや良くなる		人材派遣会社（経営者）	・技術関係の求人でも、当初から正社員ではなく、初めは臨時や試用期間の契約社員として採用されるケースが多く、紹介予定派遣が増えている。

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
		人材派遣会社（社員）	・料金に関して、若干上昇傾向にある。以前と比べ競争は激しいものの、人手不足の職場や難しい仕事等が出てきており、こうした職業については上がりつつある。以前であれば、どんな仕事でもコストダウンを要求されていたが、今年に入ってからの顕著な動きである。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・東京からの大型流通の出店が続き、それに伴う求人が増えている。当面この傾向は続き、それに引っ張られ求人も回復する。しかし地元製造業は頭打ちで全般に渡っての回復とは言えない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・自治体の多くが予算を削減しており厳しいが、県内ではマンション建設が進んでおり、住宅関連が活発化する。
	変わらない	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・製造業は順調であるが、非製造業はあまり良くなく、その格差が拡大しているが、プラスマイナスでは変わらない。
		職業安定所（職員）	・求人数は増えているものの質の面では良くない。また営業的な仕事が多く、ミスマッチ現象が散見される。
		職業安定所（職員）	・業種により、新規求人にはばらつきがある。新規求職については在職求職者の割合が高まっており、事業主都合離職者の割合が減少している。情報提供のみの来所者が増加している。
	職業安定所（職員）	・企業の受注増に伴う忙しさが必ずしも利益につながっていないという話が多く、人件費等の固定費抑制を迫られている。	
やや悪くなる			
悪くなる	アウトソーシング企業（社員）	・悪くなるしかない状況である。人余りの中で外注に出す分は減少している。	

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）	・オリンピックを控えてデジタル家電製品が好調であることや、一般市民でも買いやすくなった株への投資などで、お金の動きが能動的になってくる。
		住宅販売会社（経営者）	・現場見学会への来場、電話などの問い合わせが以前よりかなり活発になってきており、具体的に契約に結び付く客が増加してきているので、今後も良くなる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・オリンピックが間近に迫ると、高額商品が動くようになる。気候が良くなると観光などに出かける機会が多くなり、身の回りの品も購入するようになるので、やや良くなる。
		百貨店（販売促進担当）	・この夏は暑くなるとの長期予報に基づき、衣料品の販売計画が順調である。
		スーパー（店長）	・競合店進出の影響が一段落し、消費者が総額表示に慣れてくると、これまで通りの買物をするので、上向き傾向となる。
		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多少あり、各社ともその対応としてかなり値下げをしているので、今後の利益確保に大きく影響が出てくる。消費マインドは中元期の6月中旬まで横ばいであるが、全体としては上昇傾向である。
		コンビニ（経営者）	・単品買いが減っており、客にやや明るさを感じるので、やや良くなる。
		衣料品専門店（統括）	・春、夏に向けては各種イベント、祭りが多く催される時期であり、現在も祭り関連商品への問い合わせが出始めてきているので、これから客の動きも良くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・1～3月に比べ、4月に開催した展示会は好調である。更に今後2～3か月は観光客が増える季節であるため、観光地がある程度潤ってきて、観光地を控える当地域は、更に良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・今後2～3か月先の宿泊、宴会等の客数、予約状況が前年比で1割近く増えているので、良くなると期待している。
		タクシー運転手	・各種イベント、特にプロ野球のオールスターゲームがあるので、タクシー需要が期待できる。
		美容室（経営者）	・美容院の設備投資の相談件数が増加している。新店、支店開設状況も少し良くなっている。
		設計事務所（所長）	・3月に比べ、4月は仕事量が増加しており、2～3か月後も仕事の状態が安定している見込みである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	一般小売店〔精肉〕 (経営者)	・消費税の総額表示を客は値上げと感じており、購買を控える傾向にある。
		一般小売店〔金物〕 (経営者)	・建築関係の景気は冷え切ったままで、当分変わらない。
		百貨店(営業担当)	・客単価は若干上がっているが、客数が伸びているわけではないので、売上全体としては、ほぼ横ばいとなる。
		スーパー(経営者)	・小売業は出店ラッシュであり、今後は更に競争が激化する。
		スーパー(経営企画担当)	・買上点数の回復が思うようにいかない上に、自主的に税金の5%分を値下げする形で値ごろ感を出している商品が多くあり、その分は粗利が5%落ちるため、現在より回復するとは見込めない。
		コンビニ(店長)	・客は新製品や景品などに興味がわけば購入する。コンビニでは特別大きな買物はないので、景気が大幅に上下することはない。
		衣料品専門店(経営者)	・1~4月の売上高は前年を上回り順調であるものの、販売量は前年並み、来客数は3.6%減少している。
		乗用車販売店(従業員)	・廉価なスペシャル車を投入しても、客は相変わらず慎重であり、販売台数、売上高とも回復していない。
		乗用車販売店(販売担当)	・来客数は特に変わらない。大きな車は売れず、低価格車しか売れない。
		その他専門店〔携帯電話〕(従業員)	・3月の進学、就職シーズンと比べると、2~3か月後の売上は落ち込むが、その時期に合わせた新キャンペーンの実施、新商品の投入により、落ち込みを食い止める。
		高級レストラン(店長)	・飲食店に景気回復の波及効果が見られるのは、一番最後の方であるため、短期的には変わらない。
		旅行代理店(経営者)	・申込数、客の様子、販売量等は例年並みである。単価は若干上向き傾向である。個人客に関しては下向き傾向にある。
		観光名所(職員)	・例年に比べて温暖な気候であることから、客の出足は上回ることが予想されるが、ホテル、レストランの売上は例年並み程度と見込んでいる。
		ゴルフ場(支配人)	・ゴールデンウィークから6月にかけての予約が非常に遅く、誘客対策を検討している。
		ゴルフ場(副支配人)	・周辺で更生法、民事再生法を申請しているゴルフ場が増えており、客の動きはそれなりに良いが単価が大きく下落している。今後3か月についても、前年並みの客数は確保できそうであるが、単価が下がっているため、総じて変わらない。大手企業の景気回復も、地方に波及するまでにはまだ時間がかかる。
		競輪場(職員)	・他の公営競技についても、客の購買意欲が上向きになっていないので、変わらない。
その他サービス〔自動車整備業〕(事務長)	・大きなスーパーが建ち、当社の従来からの顧客である酒屋や小さなスーパーなどは姿を消しつつある。		
設計事務所(所長)	・現在企画している物件が、実際に仕事になれば忙しくなるが、そうでなければ厳しくなる。		
住宅販売会社(経営者)	・住宅ローン減税の駆け込み需要があり、制度が終わると客数が減少するので、平均して変わらない。		
やや悪くなる		一般小売店〔青果〕 (店長)	・4月からの内税表示開始が大変厄介な問題となっている。198円や980円を208円、1,030円などの表示にすることで、売行きが悪くなる商品が出てくる。150円の商品を100円の見切り価格にするときも、105円という中途半端な数字は付けづらいので、今後利益率が低下することを懸念している。
		スーパー(副店長)	・消費税総額表示の実施後、客が商品に割高感を感じ、販売量、単価とも低下している。特売商品においては消費税分を値下げしてチラシに入れるなど、売上の確保に苦慮している。利益を確保するのは大変難しい。
		衣料品専門店(店長)	・中心部にある大型ショッピングセンターのキーテナントが撤退するので、閉店セールの影響で厳しい状況となる。
		一般レストラン(業務担当)	・年金問題、参院選に向けての動向によっては、6~7月の納涼会シーズンの宴会受注が前年を下回る。
悪くなる		コンビニ(店長)	・商店街に大型店が進出し、3か月後はオープン記念の売出しがあるので、売上が更に悪くなる。
		都市型ホテル(スタッフ)	・六輝表が良くないこともあるが、6月の婚礼売上が過去最低の組数となっている。集宴会等についても、7月の夏場の宴会が良くない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
企業 動向 関連	良くなる	輸送用機械器具製造業 (総務担当)	・通常3月が仕事のピークとなるどころ、今年は徐々に9月 がピークとなりそうである。今後3か月の受注量は、前年比 で5月が15%、6、7月は20%増加する見込みであり、景 気は上向き傾向に入っている。
	やや良くなる	食料品製造業(営業統 括)	・観光シーズンに入り、工場見学者の増加が見込まれるの で、各メーカーとも荷動きは活発になる。
		電気機械器具製造業 (経営者)	・一部の良くなっている業種と、その関係得意先からの見積 が増えているので、やや良くなる。
		輸送用機械器具製造業 (経営者)	・土木、木工、建築関連は依然として仕事量が少なく、厳し い状況にあるが、自社の仕事は自動車関係が多くを占めるた め、やや良くなる。
		その他製造業[宝石・ 貴金属](経営者)	・売上は多少上向き、良くなっているが、もう大丈夫だとい う実感はない。流通形態が変化し、小売、問屋が在庫を持ち 合う時代から消費者に直結する時代になっているため、市場 が回復しても大きな伸びは期待できないという雰囲気であ る。
		金融業(調査担当)	・デジタルカメラ、液晶関連といった電子精密関連の製造業 の堅調な動きが、今後は他業種にも徐々に広がり、やや良 くなる。
変わらない	化学工業(総務担当)	・4月から新年度になり、ユーザーの設備投資が少し出てき そうな雰囲気ではあるが、具体化するにはまだ時間を要す る。	
	窯業・土石製品製造業 (経営者)	・例年ある特注品の受注が決定したものの、受注量及び加工 賃が激減となり、数字的に良好な状態ではない。生産効率に よっては赤字のおそれもある。	
	金属製品製造業(経営 者)	・受注や生産量は増加してきているが、このところ原材料、 特に鋼材や鉄板類の値上がり著しいため、総じて変わらない。	
	一般機械器具製造業 (生産管理担当)	・現状の受注ペース、受注残金額は落ち込まずに、今後も仕 事量を確保できる見込みである。	
	広告代理店(営業担 当)	・企業体力、戦略による「勝ち組、負け組」の顕在化が進ん でいる。地方経済が回復するのはまだ先である。	
	新聞販売店[広告] (総務担当)	・チラシサイズの大形化、広範囲傾向が戻りつつある上に、 新規出店による相乗効果もかなり出ており、この傾向はしば らく続く。その割に地元広告主の伸びが小さい。	
やや悪くなる	食料品製造業(製造担 当)	・不作による原料価格の高騰が、製品の原価に直接影響を及 ぼしているが、なかなか価格を上げることができない。その 上、税込価格の一本化による実質上の価格引下げで、一層苦 しい体力勝負の状況に追い込まれ、我慢するのみである。	
	建設業(経営者)	・資材の値上がりの影響は甚大で、状況は更に悪化する。	
	その他サービス業[放 送](営業担当)	・地方都市でのコマースは一段と厳しさを増している。 官公庁、大手企業からの年間契約によるコマースが、前 年より5%程度落ち込む見通しであり、スポットコマース 、イベント事業ではその穴を埋めきれない。	
悪くなる	建設業(総務担当)	・公共工事の削減により、3月の受注残は前年比51%と半減 状況であり、人員削減、給与の問題などが山積みである。	
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社(経営 者)	・生産関係については、連休前に追い上げの生産が増加して おり、良い方向に向かっている。求人側の希望に添う求職者 は、依然として集まらない。
		人材派遣会社(営業担 当)	・企業の雇用形態が、正社員数を限度一杯に抑え、足りない 分を派遣や業務委託、パートタイムなどで賄う形態に変化し てきている。登録スタッフは正社員を前提にした紹介予定派 遣を希望し、求人企業側は安価で済む派遣を希望するという ミスマッチにより、景気動向に比例しては契約成立件数が伸 びていかない。中には現在の仕事に加えパートの仕事を探す という労働意欲おう盛な登録スタッフもいる。
		求人情報誌製作会社 (経営者)	・今後の事業計画の中で、新しい媒体の発行等につきリサー チを行ったところ、周辺企業からのアプローチ、問い合わせ、 広告掲載の申込等がかなり多数来ているので、今後の見 通しは明るい。
		求人情報誌製作会社 (経営者)	・5月の求人募集の受け入れをしているが、全ブロックの掲 載件数が上向きになっており、落ちるような要因が考えられ ないので、やや良くなる。
変わらない	人材派遣会社(社員)	・好調な取引先とそうでない取引先がはっきり分かれてきて いる。仕事の依頼は若干増加しているものの、微々たる仕事 が多いので大した影響はない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・前年比でみると、有効求職者数は16か月連続で減少、有効求人数は18か月連続で増加しているものの、求人は請負の仕事が中心であり、なかなか就職には結び付かない。
		職業安定所（職員）	・新規求人は微増であるが、請負やパートなど非正規雇用の求人が増加傾向にある。中小企業での人員整理が少人数ながらも続いている。
		民間職業紹介機関（経営者）	・製造業の全体への貢献が目立っているが、派遣による低賃金傾向があり、仕事に就いても可処分所得は減っているの で、個人消費は力不足である。
		学校〔短期大学〕（就職担当）	・来春3月の卒業予定者対象の合同就職面接会では、参加企業（約40社）、求人数ともほぼ例年並みとなっている。電機、機械などの大手製造業、情報関連等、専門性の高い技術者や営業職の求人が目立っている。
	やや悪くなる	-	-
	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（営業統括）	・オリンピック控え、デジタルAV関連の販売量が伸びる。また、インターネットを通じて、高機能な白物家電の販売も伸びており、ボーナス支給額が増加するというニュースもあることから、今後の消費動向は上向く。
		旅行代理店（従業員）	・イラク戦争やSARSなど特殊要素が起こらない限り、連休後も、引き続き消費マインドは上向きになる。
	やや良くなる	一般小売店〔衣料・雑貨〕（経営者）	・良質の商品で納得すれば、客は価格にかかわらず購買している。客の意識が徐々に変化してきているので、今後はやや良くなる。
		百貨店（売場主任）	・モチベーション対応の商品が動いているので、消費者の生活にある程度のゆとりが出ていると考えられ、この傾向は今後2、3か月続く。
		百貨店（売場主任）	・雑貨の動きが非常に良い。化粧品も、UVやホワイトニング等、実需として必要なアイテムの出足が良く、初夏から夏に向かいやや良くなる。
		スーパー（店長）	・5月には、当社の強みを生かしたイベントである大生鮮祭を、全社で実施する。店舗ベースでは、8月に改装を予定しているの、今よりは売上が良くなる。
		スーパー（総務担当）	・3か月後には消費者も消費税総額表示に慣れ、客に合った商品を提供すれば売上は回復に転じると見込まれる。
		スーパー（統括）	・買い回りをした上で、値打ち商品しか購入しないなど、客の目は依然として厳しいが、経済的な余裕もみえるようになってきているので、今後はやや良くなる。
		コンビニ（経営者）	・昨年の冷夏等のように、天候に左右される傾向は変わらないと思われるが、酒の販売を開始したので、売上は約5%増加する。
		衣料品専門店（経営者）	・大手企業の決算が好調で、6、7月のボーナスで一般消費者が潤う。
		家電量販店（店長）	・消費者は、1つを購入すると別の物を節約するめりはりのある消費行動を取っているが、家電業全体では、オリンピック、デジタル家電、夏のエアコンという要素から、プラス予測が高まっている。
		家電量販店（営業部長）	・接客力の強化で、まとめ買い、ついで買いの促進が図られ、客単価が向上している。省エネエアコンや薄型テレビ、またデジタル一眼レフカメラなど高付加価値、高単価商品が夏に向けて期待できる。
		乗用車販売店（販売担当）	・今後新型モデルも投入され、低年式ユーザーからの台替え、車検をクリアできない旧型車輦からの台替えが増加する。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車の発売が続くので、来客数の増加が見込まれる。
		スナック（経営者）	・6月には、各企業とも多少ボーナスが支給されると聞いている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・2、3か月先の宴会の予約状況が、前年同時期と比べて良い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（スタッフ）	・近隣のファーストフードの袋を持ってくる客が減少している。客の動きも活発化し、来客数が増加しているため、今後はやや良くなる。
		旅行代理店（支店長）	・今まで我慢していた海外旅行のリピーターが、大きく動き出している。
		タクシー運転手	・若干、客数が増加している。法人協会の乗務員が集まらず、相乗効果で上昇する。
		通信会社（営業担当）	・デジタル放送の商品メニューが7月より提供されるため、ある程度の需要が見込まれる。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] （職員）	・5月に米国でゲーム機のショーが開催され、消費者への訴求効果があることから、ますます海外への依存度が高まる。 ・アミューズメント施設は、既存店で前年比が100%を超える好調さを維持しており、この傾向は継続する。
		住宅販売会社（従業員）	・新規住宅総合展示場のオープンが重なり、来客数、販売量ともに増加が見込める。
		住宅販売会社（従業員）	・仲介業者によれば、客足は変わらないが、徐々に契約件数は増えており、今後に期待できる。
	変わらない	商店街（代表者）	・この数か月、良い方向には向かっているが、足元の景気はまだ弱く、この状況が続くかは分からない。
		一般小売店〔鞆・袋物〕（従業員）	・仕入需要はこの先も全く期待できない。 ・イベント需要については、打ち出しの方法によっては、前年をクリアできるが、身の回りの買い回り品の需要次第で、この先の売上が大きく影響される。単価は全体では1割程度低下しているため、来客数をどう確保するかが課題である。
		百貨店（企画担当）	・高級雑貨や家具寝装など高額品の好調に付随する形で、婦人、紳士などのファッションゾーンが上昇しないと、全体の消費の押し上げにはならない。
		百貨店（営業担当）	・食料品を始めとする日用品の売上は、4月に入ってから消費税総額表示により、多少の影響を受けている。婦人服飾関連の売上は上昇に向かっているものの、売上シェアの大きい食料品の影響がかなり出ているため、全体としては現在とほぼ同推移となる。
		百貨店（営業企画担当）	・衣料品を中心に天候、気候次第の面が多いが、客の日頃の買上動向からは、売上が上向き傾向はみられない。
		百貨店（営業企画担当）	・プラスマテレビ等とは異なり、衣料品、リビング用品、食品など取扱商品においては、従来品との差別化を打ち出しにくく、消費が大きく上向き気配は感じ取れない。
		スーパー（店長）	・夏物が売れ始めてはいるが、気温が不安定であり、衣料や住居関連の季節商品の売上が、大きく増加するほどは動いていない。食品についても、客が消費税総額表示に慣れるまでに時間がかかる。
		スーパー（店長）	・競合店出店により、客の買い回りが今以上に激しくなり、価格だけでなく買上点数にも影響を及ぼす可能性が大きい。
		スーパー（運営担当）	・年金問題など、将来の生活に対する不安感が払拭されていない。
		コンビニ（経営者）	・客は、生活の中で金の使い方にめりはりをつけている。コンビニでは必要な物を必要なだけ買っているため、あまり良くなる見込みはない。
		コンビニ（店長）	・セット販売、値引き販売を繰り返し行っているが、現状維持がやっとである。今後も同様の状況が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・一部メーカーでは好調な話を聞くが、全体的には昨年比ぎりぎりの様子である。全体的にはデフレ状況は続き、客がシビアな消費行動を取ると推測されるなか、粗利益確保、在庫圧縮が鍵となる。
		衣料品専門店（営業担当）	・4月から消費税が総額表示になり、3,900円の商品が4,095円、4,900円の商品が5,145円など税込価格になることで、買い得感がなくなり、客の買い控えがみられる。この状況はしばらく続く。
		乗用車販売店（経営者）	・4月の車検台数が落ち込んでおり、このまま上向かない状態が続く。
		乗用車販売店（総務担当）	・新車の発売予定が年度の後半になるため、上期は厳しい状況が予想される。
		その他専門店〔眼鏡〕 （店員）	・高額商品の動きが一部の店舗だけでなく、全体にみられることから、やや回復の兆しが出ているように見えるが、2、3か月この状況が続くかは分からない。

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）	・当地区では大手企業が転出し、その後省庁が引っ越してきたが、省庁の職員は低価格店に行ったり弁当を購入しているようで、当店には来店しないので、今後も変わらない。		
		一般レストラン（店長）	・消費者は、飲みに来て早く帰ってしまうなど、消費を控えている様子がみられる。この傾向はまだ続く。		
		都市型ホテル（スタッフ）	・一般法人の宴会は回復したかのようにみえるが、相変わらず値下げ圧力が強く、仕事がある割に売上は伸びない。日曜の夜はレストラン、宴会場ともに来客数が少ない。今後、ホテルへ来館してもらうための仕掛けが必要である。		
		旅行代理店（従業員）	・国内需要を中心に、パッケージを含む宿泊数、旅行者数の動きは良くなっているが、5、6月はシーズンにもかかわらず、個人旅行の入込が少なく、改善の状況が続くが疑問である。海外需要に関しても事故、SARSの影響などの不安要素がある。		
		旅行代理店（従業員）	・オリンピックの開催は、旅行業界にとっては追い風であるが、場所がアテネなので、大きな商戦にはならない。		
		タクシー運転手	・客の勤務先である各企業の状況が改善しないと、地元は変わらない。		
		タクシー運転手	・景気が良くなるような材料は、全く見つからない。今後も、このまま変わらない。		
		通信会社（経営者）	・仕事の話は多少増えているが、長期的な案件がほとんどなく、営業が絶えず必要となっている。		
		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となっている。良い状況が続く。		
		ゴルフ場（支配人）	・予約状況から見て、引き続き来客数を確保できる。		
		その他レジャー施設（経営者）	・当店は必要経費が少ないという利点があるが、同業は何軒かつぶれている。先行きも悪い状態は変わらない。		
		その他サービス〔語学学校〕（総責任者）	・販売単価が低い商品に飛びつく客と、高くても買う客に分かれているが、当業界は全体的には変わらない。		
		住宅販売会社（従業員）	・連休のユーザーの動きにもよるが、現在の集客状況から判断すると、2、3か月後もあまり変化はない。		
		やや悪くなる		百貨店（広報担当）	・好調な品目と不調な品目の差が激しくなっているが、好調な品目は、好調とはいえ前年並みもしくは若干のプラスであるのに対して、不調な品目は90%前半までに落ち込むなど、不調方向に振れる幅の方が大きい状況が続いている。今後の見通しも厳しい。
				コンビニ（経営者）	・酒類販売を行う同業者が増えているので、例えば老人ホームの顧客など、新たな客層を開拓しない限り、状況が上向くことはあり得ない。
乗用車販売店（販売担当）	・一部を除き、消費者の給与も上がらず、ボーナス回答も満額ではないため、景気は悪くなる。				
都市型ホテル（スタッフ）	・夏場の宴会予約がさほど伸びておらず、厳しい状況が予想される。				
旅行代理店（従業員）	・今後2、3か月についても、思ったほどの団体数が見込められず、受注率が前年比の70%にとどまっており、仕事量が減少する。				
設計事務所（所長）	・競争相手、単価、客の動向を見ているが、景気回復を実感できない。				
悪くなる		一般小売店〔家具〕（経営者）	・現在の状況から判断すると、今後2、3か月先の来客数は少なく、売上も伸びない。今の悪い状況が継続する。		
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）	・販売価格は低いが、商品が多少動き出したので、少し期待している。		
		一般機械器具製造業（経営者）	・6、7月の受注量の増加が見込める。		
		電気機械器具製造業（経営者）	・引き合いが増加している。カタログの発送部数が増え、成約数も増加しているため、今後はやや良くなる。		
		輸送業（総務担当）	・取引先である各メーカーとも、かなりの生産量を上げていることから、荷量は今後とも増加する。		
		不動産業（総務担当）	・今後2、3か月でテナントが退去するという話が出ていない。		
		広告代理店（従業員）	・サービス業の客に広告を勧めると契約するようになってきた。		
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・具体的なシステム更改に向けた提案の依頼が数多くきており、全体的に通信業界の景気は若干上向きに推移している。いくつかのユーザーから、職場IT化に向けて今年度の予算配分の割合が多くなっている、との回答を得ている。		

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	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・引き合いが全くない状態が続いている。
		化学工業（従業員）	・4月は生産数量が減少しており、今後も当分は減産を維持する予定である。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・中小企業には、景気回復が見えておらず、しばらくは変化しない。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	・商品の開発、ニーズにあった商品作りには時間がかかるので、すぐには良くなるはならない。
		建設業（営業担当）	・少しずつ受注量、利益とも上がってきているが、すぐには良くなるはならないと予想している。
		建設業（経理担当）	・久しぶりに工場増築の工事を受注したが、地元の製造業は依然として冷え切っており、設備投資の話はめったにない。
		金融業（審査担当）	・売上増加に転じている企業が目立ってきているものの、今後の設備投資については、依然として慎重な姿勢が大半である。
	やや悪くなる	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・コストダウン要請もいまだ根強く、景気の先行きに対する慎重な動きはしばらく続く。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・関連先に明るさがみえない。
	悪くなる	不動産業（経営者）	・全く予想が立たず、悪い状態が続いている。競争が激しくなっているので、仕事のやり方を変えて頑張るしかない。
輸送業（総務担当）		・得意先の仕事量の減少に伴い、仕事量を確保するために同業他社から仕事を回してもらって算段をしているが、単価は安く、支払は手形もしくは現金でも支払期日まで長い等、キャッシュフローは厳しさを増す。	
雇用関連	良くなる	求人情報誌製作会社（企画担当）	・アルバイトやパート領域を中心に、雇用は底堅い。特定業種への偏りがなく、全業種で求人件数が伸びており、全体的に景況感が良さそうである。特に、派遣や業請など人材系の求人数が伸びており、今後は良くなる。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・各メーカーの業績は上向いているが、労基法の改定により、36協定による残業の上限が厳しくなっているため、採用数を増やさないと対応できなくなると思われる。当社にとっては派遣社員の増員につながる。
		求人情報誌製作会社（編集担当）	・これから中元期、ボーナス期を迎えるが、昨年に比べて期待感が大きく、地元の大型店の販促展開も早い。配送アルバイトや補強人員などの求人も増加が予想される。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今後何か月かの間に求人の計画や予定がある、と客から聞いているので、広告の件数が増える、広告枠が大きくなると期待している。
		職業安定所（職員）	・受注の好調を反映してか、中小企業の人材ニーズに力強さを感じる。独自の技術を持つ製造系中小企業の経営者及び採用責任者から、人材不足により受注を抑えているという声を聞く機会が増えており、高い採用意欲は今後も続く。
		職業安定所（職員）	・当所の3月の有効求人倍率は1.40倍で、2か月連続で減少しているが、サービス業での請負求人等が落ち着いた影響であり、製造業では増加傾向にある。求人検索機の利用待ち人数も減少しており、今後はやや良くなる。
	学校〔専門学校〕（教務担当）	・今春卒業生については、100%の内定を得ている。来春卒業予定者への求人も少なくない。	
変わらない	人材派遣会社（社員）	・6月の賞与については何とも言えないが、結婚式等が結構入っており、金が出る要素はあるので、仕事量は増加する。	
	人材派遣会社（支店長）	・派遣法改正によって、製造業からの問い合わせは増えていくが、問い合わせのみでなかなか求人には至っていない。実際の派遣につながるまで、まだ時間がかかることが予想される。	
	求人情報誌製作会社（営業担当）	・採用はしたいものの、何とか現状の人数で賄おうという企業や店舗が多く、事業拡大への動きが消極的になっている。このまま現状維持が続けば、人材の流通は活発化しない。	
	職業安定所（職員）	・新規求人数は増加しているが、パート求人の増加が大きい状況が続く。	
	民間職業紹介機関（経営者）	・今後の成長を前提に中途採用を増やす企業側の考えは、雇用市場には見受けられない。	
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	-	-

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）	・ここ1年近く来客数は増加している。低単価商品が引き続き好調で売上増につながっている。安定した回復基調である。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・客に少し購買意欲がみられる。
		商店街（代表者）	・アテネオリンピックの開催でDVDレコーダー等の売上増が見込まれる。デジタル放送も視聴者に浸透しつつあり、大型薄型テレビも期待できる。
		一般小売店〔高級精肉〕（企画担当）	・安価品だけでなく高品質な商品も多く売れるようになってきている。
		一般小売店〔わさび漬〕（経営者）	・イラク情勢などで大きな問題が発生しなければ、景気はいよいよ立ち直る兆しがある。
		百貨店（販売促進担当）	・来客数、買上点数ともに前年比で伸びている。
		百貨店（外商担当）	・外商客からの電話注文が増えている。これから季節が変わるにつれて衣料品などの買上も増えていく。
		スーパー（経営者）	・昨年から多少ではあるが売上が増えている。
		スーパー（店員）	・セールの売上が前年を超え始めており、月毎の累計でも回復の兆しが見えてきている。
		スーパー（経営企画担当）	・前年比で売上が増加している店舗が増えている。
		コンビニ（経営者）	・当チェーンではコンビニでは珍しいポイントカードを導入しているため、競合他店と比べて良い状況である。
		コンビニ（エリア担当）	・競合が厳しく特に割安感のある商品の動きが良いが、全体的な売上や来客数も前年比で伸びている。
		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当分継続すると見込まれるが、天候が順調に推移すれば今後は徐々に改善していく。
		コンビニ（店長）	・店舗改装効果でリピート客の増加が見込まれる。
		乗用車販売店（経営者）	・連休明けから各社で新型車の投入が始まり、ボーナス商戦もスタートする。
		乗用車販売店（従業員）	・4月末には主力車種のマイナーチェンジがあったが、6月には新型車の発表が控えており活気が出てくる。
		住関連専門店（営業担当）	・住宅ローン減税の延長の影響で住宅が動き始めている。
		その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・限定注文が以前より多くなっている。引き合いだけでなく、注文まで進むことが多くなっている。
		一般レストラン（スタッフ）	・来客数、販売量が増加している。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・愛知万博の開催や中部国際空港の開港に向けて、本格的な活性化が見込まれる。
観光型ホテル（スタッフ）	・役員会、総会など法人利用が大変伸びている。		
都市型ホテル（スタッフ）	・婚礼や宴会利用は昨年に比べて厳しいが、法人利用や婚礼以外の個人利用の予約が顕著で、落ち込みを補って余りある。		
旅行代理店（経営者）	・2～3か月先の予約状況は前年比で30%前後良くなっている。浜名湖花博も上積み要因となり、参議院選挙まではこのまま好調に推移する。		
旅行代理店（従業員）	・テロの懸念はあるものの、販売量、収入は更に増える。		
旅行代理店（従業員）	・春の旅行シーズンは例年に比べて良く、夏も順調に販売量は増えていく。		
通信会社（開発担当）	・長期に及び案件の受注を引き続き受けている。		
その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・一月当たりの入校者数が前年同月を1.8倍上回っている。		
住宅販売会社（従業員）	・供給が増えて品質競争が激しいが、低金利の影響などもあり分譲、賃貸マンション、アパートとも需要は堅調である。また、建物リフォームも以前より増加傾向にある。		
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）	・見積依頼などの問い合わせが多数あるため、今後に期待が持てる。		

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	一般小売店〔電気屋〕 (経営者)	・地域の大型企業の業績は良くなっているが、地域全体にはまだ波及していない。年金、リストラなどの問題もあり、客の購買意欲の向上には結び付いていない。
		百貨店(売場主任)	・昨今は天候が落ち着かず、また春や秋の季節感が年々薄れてきているため衣料を買い控える客が多い。購買意欲はあまりない。
		百貨店(売場主任)	・ゴールデンウィーク前に夏向けの靴の生産はほぼ終了している。夏用の靴の在庫は既にないため、売上はあまり変化しない。
		百貨店(企画担当)	・主力のファッション商材にブームと呼べるようなトレンドがなく、必要な購入以上に消費させることが難しい。
		百貨店(企画担当)	・4月に気温が高かったため夏物需要を先取りしており、様々に工夫しても7月前後の売上は前年確保がやっとである。
		百貨店(企画担当)	・客は値段の下がるクリアランスセール待ちの状態で、あまり期待はできない。 ・ここ数年中元や歳暮ギフトの落ち込みが著しい。
		百貨店(経理担当)	・店頭売上は持ち直しているが、外商売上は今一歩である。
		スーパー(経営者)	・消費者は金を持っているが、雇用の不安や年金など定年後にも不安を抱えており、また女性のパート先も減少しているため、消費を増やせない。
		スーパー(店長)	・周辺に大型複合店が出店する影響で、徐々に先細りになる。
		スーパー(店長)	・3月には一時回復の傾向がみられたが、4月からの消費税総額表示の影響からか、悪い状況となっている。消費者が総額表示に慣れるまではこのような状況が続く。
		スーパー(店長)	・消費税総額表示により、価格が上がった印象を客に与えている。
		スーパー(店員)	・生鮮関係は天候に左右され、現在は市場相場が上がっている。今後相場が下がれば客の購買意欲の向上につながるが、現在のところは不安定である。
		スーパー(総務担当)	・家庭用電化製品の売上が極めて悪く、食品に売上を依存している。
		コンビニ(経営者)	・利幅の少ない割安品を必要な分量のみ購入する購買動向が完全に定着しており衝動買いはまったくないが、これ以上切り詰めることもできない状態にある。 ・以前は客からリストラや減給の話が聞かれたが、現在は聞かれない。
		コンビニ(エリア担当)	・売上に良い傾向はみられるが、競争状況が厳しくなる一方である。
		コンビニ(店長)	・来客数の落ち込みが依然として続いており、上昇に転じるには時間がかかる。
		衣料品専門店(企画担当)	・現在は消費者の購買意欲がやっと底を打った段階にあり、ここ数か月は前年水準前後の一進一退が続く。
		家電量販店(経営者)	・消費者の財布のひもはまだ固く、個人消費レベルでの回復感が出ていない。
		家電量販店(店員)	・薄日が差してきている程度で、急激に変化することはない。
		乗用車販売店(経営者)	・大手自動車メーカーの動向にも左右されるため、今後の動向は未知数である。
		乗用車販売店(従業員)	・5月以降に特別仕様車が投入されメーカーからの応援が期待できるため、販売量は前年を維持できる見込みであるが、先行き不透明感も強い。
		乗用車販売店(従業員)	・今後も良い状態で推移していくと見込まれるが、消費者は年金その他の問題を抱えているため、不透明感も強い。
		自動車備品販売店(経営者)	・客は高額商品の購入にはかなり消極的である。カー用品では圧倒的なヒット商品が出ない限り売上は向上しないが、現在がその状態であるため、このまま横ばいが続く。
		その他小売〔総合衣料〕(店員)	・客は必要な物のみ購入している現状から転じており、多少は上昇傾向にあるが、良くなるとまでは判断できない。
		高級レストラン(スタッフ)	・競合飲食店の新規出店が相変わらず活発であり、顧客争奪はとめどもなく続いている。来客数の回復実感はほとんどなく、忙しい割に業績は上がっていない。
		スナック(経営者)	・週末は混むが、週始めの客の入りが良い。ゴールデンウィーク明けはかなり暇になる。
		都市型ホテル(支配人)	・宴会受注の前年比に変化はみられない。宿泊客は価格に非常に敏感であるため、景気が良くなる実感はない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（従業員）	・予約状況に特に変化はみられない。
		旅行代理店（経営者）	・良くなる材料は特に見当たらない。
		旅行代理店（従業員）	・北京でSARSが再発生しているが、このまま収束に向かうならば横ばいで推移する。
		タクシー運転手	・地方部の景気回復にはまだまだ時間がかかる。
		タクシー運転手	・タクシー業界では景気回復の実感はない。
		タクシー運転手	・現時点ではタクシー利用者数は増えていない。
		タクシー運転手	・平日13時～17時の客が少ない。金曜日以外の夜も客は少なく、繁華街は空車であふれている。
		通信会社（企画担当）	・都市部で良くなっている兆しはみられるが、地方部の中小企業まで波及するにはまだ時間がかかる。
		通信会社（営業担当）	・夏商戦に向けて新商品が投入されるが、売上の純増に結び付くかどうかなお不透明である。
		通信会社（営業担当）	・景気回復を期待しているが、まだ質より値段の状況である。先行きが不透明であるため、客は必要最小限しか金を使わない。
		ゴルフ場（経営者）	・予約の引き合いや相談が増えており、コンペも増え始めているが、予約の実数としてはまだまだ弱い。
		美容室（経営者）	・消費者はレジャーに関しては財布のひもが緩んできているように見えるが、それ以外は必要以外は極力切り詰めている。
		やや悪くなる	
衣料品専門店（経営者）	・依然として低迷が続いており、明るい兆しは少しもみられない。		
家電量販店（店員）	・アテネオリンピックやデジタル放送関連の商品では2けた成長が見込まれるが、それ以外の商品が伸びない。		
住関連専門店（店員）	・来客数、購買量ともに減っている。財布のひもは固い。		
その他小売〔貴金属〕（経営者）	・ゴールデンウィークの間の出費が今年は特に多いため、その後は買控えが起きる。		
都市型ホテル（経営者）	・客単価が低い状態で推移している。来客数も増加、減少を繰り返しており、一進一退である。		
美容室（経営者）	・子供などを家庭で散髪する客が増加している。		
理美容室（経営者）	・例年ならば繁忙期に入っているが、今年は客が少ない。		
設計事務所（経営者）	・現時点では2～3か月後につながる新規の計画が出てきていない。		
住宅販売会社（従業員）	・将来的に金利が上昇する不安があるため、客の決断は鈍い。		
悪くなる	美容室（経営者）	・美容室はどんどん増え続けており、競争はますます厳しくなる。	
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（経理担当）	・受注量は確保できているが鋼材関係の原材料価格高があり、価格にどれだけ転嫁できるかが課題である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・国内販売は横ばいかやや上向きであり、海外販売も北米の景気回復によりやや上向きが見込まれる。 ・為替レートが100円台後半で安定推移すれば業績面でもより良い傾向となる。しかし、米国の長期金利が上昇するなど、景気回復感に水を差す状況になれば影響が出てくる。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・新製品の売行きは楽観視できる雰囲気であり、設備投資も上向きである。
		輸送用機械器具製造業（工務担当）	・国内販売、海外販売とも好調で、更に高水準の生産計画が立てられている。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・単価を抑えられているため収支面では厳しいが、受注量は増えている。
		変わらない	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）
		金属製品製造業（従業員）	・生産量の増加が見込まれるが、原材料価格の高騰によって収益には影響が出てくる。
		電気機械器具製造業（従業員）	・高額機種の引き合いが少ない。
		電気機械器具製造業（従業員）	・原材料価格が上昇しているが販売価格への転嫁は認められず、逆に値下げを要求されている状況であり、利益を圧迫している。

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
		建設業（経営者）	・受注機会は増加傾向にあるが、単価に相当の開きが出ており、受注には慎重にならざるを得ない。また、施主側では単価だけでなく質の良い優良業者を選別する傾向も増している。
		輸送業（従業員）	・運輸業界ではやや改善してきているが、燃料である軽油の値上がりや環境規制による新車への代替、スピードリミッターの取り付けなどコスト増となる要因が多く、依然として厳しい。
		輸送業（エリア担当）	・荷動きは良くなってきているが、燃料高でコストがかさんでいる
		輸送業（エリア担当）	・好転する材料が見当たらないというのが業界内での共通認識である。
		金融業（企画担当）	・取引先では、同業の中でも勝ち組、負け組が鮮明になってきている。 ・また、大手では業績回復がみられ資金需要も出てきているが、下請企業群は引き続きコスト削減を求められており、先行きはまだまだ不透明である。
		広告代理店（制作担当）	・新規広告が増えると従来の定期広告が減るなどしており、企業の広告予算はほとんど増えていない状況である。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・チラシ広告の件数は力強く伸びているが、夕刊やスポーツ紙の売上が減少している。
		公認会計士	・大企業のリストラは一巡しているようであるが中小企業ではまだ途上にあり、中小企業の淘汰も一巡していない。
		会計事務所（職員）	・企業では人員整理、合理化や機械化などのコスト削減の結果が出ており、中小企業特に零細企業を除いては回復傾向にある。
	やや悪くなる	鉄鋼業（経営者）	・原材料高に対応できない企業には厳しい状況となっている。
		金属製品製造業（従業員）	・大型プロジェクトが一段落し、原材料高の影響が強くなってくる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・鉄鋼メーカーが鋼材の値上げを実施しているが、客先への価格転嫁は難しく、かなり厳しい状況で受注をしている。当面は生産調整、納入調整を続けざるを得ない。
		輸送用機械器具製造業（統括）	・主要取引先の業績は依然として回復しておらず、しばらくは低迷が続く。
	悪くなる	窯業・土石製品製造業（経営者）	・窯業界の先行き指数である新規住宅着工件数が、直近3か月ではマイナス18.89%となっている。
非鉄金属製品製造業〔鋳物〕（経営企画担当）		・競争は更に激化しており、原材料も高止まりする傾向にある。	
輸送用機械器具製造業（総務担当）		・受注量は減少傾向にある。	
雇用関連	良くなる	人材派遣会社（社員）	・人材派遣のオーダーは全業種で増加傾向にある。特に金融、サービス関係の増加が著しい。
		学校〔大学〕（就職担当）	・従来は2～3の業界が活況であったが、今後は鉄鋼、金属、機械、建設、金融、流通、造船、自動車など幅広い業種で採用計画が非常に高くなる。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・慢性的にスタッフが不足しており、今後もその傾向が続く。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・愛知万博関連の求人が始まりつつある。アルバイトよりは期間も長く給与も高いため、求人市場が活性化しつつある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・正社員の募集は横ばいであるが、大手自動車メーカーでは期間工の募集を大幅に増やしていることもあり、全体の求人数はパートやアルバイトも含め少しずつ増加していく。
		職業安定所（所長）	・実務経験者や人材派遣に対する企業の採用意欲は高くなっている。
		職業安定所（職員）	・企業による5名以上の人員整理の状況は、前年同期の累計で、件数では39.2%減、人員数では63.1%の大幅減となっており、企業の人員整理は落ち着いている。 ・求人状況は、建設業は公共工事の縮小により中小企業を中心に厳しい状況下にあるが、製造業では好調なアジア向け輸出を背景に輸送機械が順調である。当地開催の浜名湖花博の影響によりサービス業の求人も雇用をけん引している。
		民間職業紹介機関（職員）	・各企業とも求人数を増やしている。

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	学校〔専門学校〕（就職担当）	・新卒向け会社説明会への参加申込者数が、前年同期と比較して若干少ない。文系男子の採用が他業種で好調である表れと推測しており、理系学生の好調な動きに追随している。
		人材派遣会社（社員）	・例年6～8月は高需要期であるが、今年は前倒しの傾向が強く、数か月後は例年の動きとは多少異なった動きが予想される。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・企業は雇用をさらに増加しようとしているが、採用できるだけの労働者がおらず、募集広告費が経営を圧迫している企業もある。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・求人数の動向は例年通りである。自動車関連企業へのアウトソーシングや派遣のニーズは急成長しているが、全体としては、特に正社員採用の動きには変化はみられない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・企業の求人募集は、軽雇用の伸び率が正社員のそれを上回っている状況であり、まだまだ不安定である。
		職業安定所（職員）	・失業率は改善しているものの、雇用形態は請負や派遣が中心で、不安がある。
		職業安定所（職員）	・求人数は増加し求職者数は減少しているが、ミスマッチが増加しており採用に結び付いていない。
		やや悪くなる	職業安定所（職員）
	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	旅行代理店（従業員）	・4月下旬から7月にかけて上海便の就航が多くなる。
		テーマパーク（職員）	・団体、個人の予約が前年に比べてかなり増加する見込みである。
	やや良くなる	一般小売店〔精肉〕（経営者）	・売場形態の変更により、来客数の増加を見込んでいる。
		百貨店（営業担当）	・最近旅行が好調であることに伴い、洋服、かばん、靴など、カラーをポイントにしたファッション商品が今後ヒットする。
		家電量販店（経営者）	・アテネオリンピックを間近に控え、DVDレコーダーは引き続き好調に推移している。また、いったん落ち着いた薄型大画面テレビも売上が大幅に伸びる。
		家電量販店（店長）	・間もなく始まる当地のデジタル放送についての問い合わせが非常に多くなっており、期待が持てる。
		乗用車販売店（総務担当）	・6月の終わりには戦略的新型車を発売する。その後、中心的な車種のモデルチェンジも控えており、期待が大きい。
		スナック（経営者）	・数年ぶりに来店される客が目立ち、製造業では人手不足との話も聞かれる。
		観光型旅館（スタッフ）	・5月から8月までは前年を上回る予約保有がある。姉妹館は若干下回っているが、トータルでは上回る。
	タクシー運転手	・観光シーズンに入って大きなイベントがあるため、県外からの観光客が増加し、活気が出る。	
	変わらない	一般小売店〔果物〕（経営者）	・客にまだ購買意欲が見えてこない。
		百貨店（売場主任）	・客は旅行や行楽などにお金を多く使っている。特に昨年はイラク戦争やSARS問題などで海外旅行が低迷したが、今年の4、5月は旅行関連の商材が動き、それに伴いカジュアル商品の売上が非常に良くなる。
		スーパー（店長）	・業績が向上している企業も多く見受けられるが、サラリーマンの給料は決して上がっていない。スーパーの客の大半は主婦であるため、財布のひもは依然固い。
スーパー（店長）		・1人当たり買上点数と単価はここ4か月間全く変わっておらず、このまま横ばいの状態が続く。	
スーパー（営業担当）		・消費税の総額表示が導入され、客の様子も若干落ち着いてきたが、単価は下がったままで、戻るとは思えない。客の購買意欲も高まらない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（副店長）	・消費税の総額表示が消費者に理解されるまで、時間がかかる。
		コンビニ（経営者）	・客の給料は増えず、将来不安もぬぐえないため、相変わらず金離れは良くならない。
		衣料品専門店（経営者）	・売上は従来同様に前年を大幅に上回ることはない。
		乗用車販売店（経理担当）	・当社には新型効果がまだ持続していると思われる車種があるにもかかわらず、受注が増加しない。
		自動車備品販売店（従業員）	・客の消費マインドは徐々に向上している。これに対して店がどのような対策を取り、客に喜んでいただける商品をどのように提供できるかで勝負が決まる。
		住関連専門店（店員）	・当業界では4月で春の需要期が終わり、端境期になる。客に興味を持ってもらう仕掛けを作っているが、なかなか動いてもらえない。
		高級レストラン（スタッフ）	・今年に入り、来客数の回復に手ごたえを感じているものの、まだまだ不安定である。5、6月は例年開催される大きな学会が少ないため、苦戦が予想される。
		観光型旅館（経営者）	・個人客の予約は順調であるが、浜名湖花博の影響によるものか団体の予約が少なく、予約組数では前年を上回っているものの、総人数では10%程度下回っている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門とレストランの通常営業は前年並みを見込んでいるが、婚礼件数が減少し、一般宴会で前年の大型物件に代わるものがないため、中小宴会を取り込んでいるものの、前年を下回る見通しである。
		美容室（経営者）	・美容業界は今まで不況に強いといわれていたが、今回の不況は他業界より1年遅れて始まったため、その分他より1年遅れて回復する。
		設計事務所（職員）	・先月以降引き合いなどの動きがあり、この状態が続くと見ている。ただし、受注に結び付かない懸念もある。
		住宅販売会社（従業員）	・リフォームや増築工事は相変わらず増えているが、新築は横ばい状態が続いている。土地価格は低下しているが、売行きは良くない。
住宅販売会社（従業員）	・これから開催される展示会等で今後の見込み客の増え方が決まるが、現時点ではそれほど悪くならないと見ている。		
やや悪くなる		スーパー（店長）	・消費税の総額表示の導入に伴い、利幅が減少する。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税の総額表示により、客は割高感を持っているせいか、引き合いがあってもなかなか成約に至らない。総額ではむしろ従来より割安の設定にしたものの、客の意識が変わるまでしばらく時間がかかる。
		乗用車販売店（営業担当）	・前年に比べて集客が落ち、単価も下向きになっており、先行きは厳しい。
		タクシー運転手	・新規業者が参入し、攻勢をかけてくるため、当社では車を減らし、運転手も増やさないで対応していく。
		通信会社（社員）	・競合他社のパケットの定額制が6月からスタートする。
		テーマパーク（職員）	・予約客のキャンセルなど、静岡で開催されている浜名湖花博の影響が少し出始めている。また、北陸では特別の大型イベントがないことも影響する。
悪くなる		百貨店（営業担当）	・2か月先は夏物の最盛期となるが、単価を稼げる夏の主力商品のワンピースが今一つであり、この時期の数字は厳しい。また、3か月先は夏物セールに入るが、前倒しが予測されるため、7月後半はセール品が息切れする。
企業動向関連	良くなる	一般機械器具製造業（経営者）	・関西地区の受注量は落ちず、中部地区、東京地区では増えている。受注量の増加と発注先の強気の見方から判断して先行きは大変良くなる。
	やや良くなる	食料品製造業（企画担当）	・100円均一などの低価格商品だけを望むのではなく、高くても高品質商品を求める客の動きが広がっていく。
		繊維工業（経営者）	・ベターゾーン（中級品）の企画ものは消費がやや上向くと期待している。
		輸送業（配車担当）	・当分は鉄鋼や造船など中国関連、オリンピックや万博関連の業界は良くなりつつあり、1、2年先まで続く。
		司法書士	・不動産登記、商業登記、裁判業務の各分野でも、これまでの破産や会社閉鎖などより、営業広告の増加対策などの相談が増えている。
変わらない		電気機械器具製造業（経営者）	・受注は増加すると見込んでいるが、鉄板の値上げ、原油価格の高騰等が予測されるため、全体としてあまり変わらない。

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
		精密機械器具製造業（経営者）	・単価は横ばいのままであり、3か月後の受注は国内ではそれなりに維持される。ただし、米国を始め海外の落ち込みがいつあってもおかしくないという状況下にある。
		通信業（営業担当）	・大口の法人ユーザーではシステム系を含めて良い伸びを示しているが、設備投資の広がりが中小企業にまで及んでいない。
		不動産業（経営者） 新聞販売店〔広告〕（従業員）	・新規の物件を紹介しても引き合いが少ない。 ・新聞折込チラシの量は変わっておらず、現状のままで推移する。
	やや悪くなる	通信業（営業担当）	・データ通信の定額制導入など、料金競争が進み、減収となる。
	悪くなる	金属製品製造業（経営者）	・金属製品の素材価格が上昇しているため、製品価格に転嫁せざるを得ず、各社とも値上げを発表した。取引先はこれ以前の旧価格で買っておこうと殺到し、かなり需要が良くなっている。しかし、一巡すればこの反動があるのは明らかで、現在新値の注文はほとんど入っていない。
雇用 関連	良くなる		
	やや良くなる	人材派遣会社（社員） 新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人数や職業紹介件数の増加傾向が現在と同様に続く。 ・東京が徐々に良くなっており、やがて地方へも波及する。
	変わらない	職業安定所（職員）	・新規求人数は増加しているものの、有効求人倍率はやや低下しており、依然として企業整備等も多いことから、雇用面では必ずしも良くなっているとは判断できない。
		職業安定所（職員）	・景気は良くなっていると報道され、求人数の増加にも表れているが、求人の中には非正規型求人が多い。中小企業は受注の見通しが立たないため正規社員の計画的な採用ができず、また素人を採用しても教えるゆとりがないため、即戦力となる人を求める傾向にある。
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・好調であった業種に予算縮小など若干の陰りが見え始めている。
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）	・近隣にマンションが立ち並び、夜間人口が増えているので、これから夏場に向けて酒類の利用客が増える。
		旅行代理店（店長）	・海外旅行、国内旅行ともに先行受注が多く、先行きに大きな期待が持てる。
		通信会社（経営者）	・案件の成約率が高まっているほか、顧客の投資に対する意欲も前向きであることから、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）	・フランチャイズ球団の成績が不振で来客数が低迷しているが、今後は持ち直し、来場者数が増加すると見込まれる。また当年度は比較的イベントが多い模様であり、プロ野球以外でも集客が期待できる。
	やや良くなる	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・近隣に大型マンションや商業施設も建つなど周辺環境が良くなり、集客力の高い駅前商店街となったので、先行きは明るい。
		百貨店（売場主任）	・家計消費で一番最後に動きが現れるという高額の紳士服や時計など紳士関連の商品に動きが出てきたため、先行きに期待している。
		スーパー（広報担当）	・消費税の総額表示の影響がどの程度残るかにもよるが、ハレの日を中心に客のニーズにあった商品をタイムリーに提供すれば、客の買上点数は増えることが期待される。
		コンビニ（店長）	・既存店は特殊要因を除いても前年を上回る店舗数が増加してきた。今後消費が大きく落ち込む要因は少ない。
		家電量販店（経営者）	・前年が冷夏であったことと、アネオオリンピックによる薄型テレビなどのデジタル商品の売上増への期待から、先行きの見通しは明るい。
		家電量販店（経理担当）	・今後2～3か月先は、エアコン等のいわゆる夏物商戦真っ盛りの時期であり、オリンピックイヤーによるデジタルAV機器の売上も見込めることから、良くなること期待している。
		家電量販店（企画担当）	・オリンピックやプロ野球などスポーツ観戦が多くなり、インターネットへの人気が高まることによるパソコン需要を始め、薄型テレビ需要などデジタル関連に期待がかかる。

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）	・最近、新車に乗り換える客が増えていることから、先行きに期待できる。
		自動車備品販売店（従業員）	・今後は6月、7月のボーナス商戦での顧客動向が注目される。企業格差はあるが、賞与額も増加に転じていることから、先行きに期待される。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊は伊丹空港の増便による客室乗務員の宿泊増加という特殊要因もあるが、ビジネスを中心とした個人客が順調であるほか、一時の低価格競争が一段落していることから、先行きに期待される。
		タクシー運転手	・流し営業での乗客が微増傾向にあることなどから、今後企業関係の需要が回復するのではないかと期待が持たれる。
		通信会社（社員）	・県内の大型ショッピングセンターが出店ラッシュにあり、そのうちの1店舗で実験的な出店を試みたが、非常に良い感触を得ている。来客数も非常に多く、今後の認知度アップに大きな効果が期待される。
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・最近、爆発的に売上を伸ばしている店舗が増えつつあることから、先行きに期待が持てる。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・客からのフェアイベントについての問い合わせが例年より多い。やはりまだまだ近所のテーマパークに足を運ぶ人は多いと感じることから、先行きに期待できる。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・近畿圏でも大型マンションや超高層マンションの計画が次々と発表されており、4～5月期は若干計画の先延ばしが見受けられたが、夏までにかなりの計画が発表されており、供給量の増加によるマーケットの活性化が期待できる。
	変わらない	商店街（代表者）	・新規開店しても1年前後で閉店する店が多いことから、まだまだ厳しい状況が続く。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・世界的に大きなイベントがあると、買物に出かけるよりも家でテレビを見るという傾向にあるが、今年オリンピックの年で非常に危惧している。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	・周りでは閉店するところも増えており、客の購買意欲も低いことから、今後も厳しい状況が続く。
		百貨店（売場主任）	・SARS流行の懸念から国内での消費が増えれば、観光都市に立地する百貨店であるため、フリー客による売上の底上げが期待できる。また、最近気候が緩やかに変化しており、消費動向が比較的予想しやすく、販売促進策も考えやすいことから、引き続き今後期待できる。
		百貨店（売場主任）	・本来の百貨店の中心であるボリュウムゾーンがまだまだ悪く、外商関連もいまだに不調業種のワーストにランクしていることから、これ以上悪くはならないが、良くもならない。
		百貨店（売場主任）	・近隣競合店の閉鎖、当店の一部改装等、環境は従来より良くなる傾向にあるが、ヒットアイテムの不足や即効性のある具体的な対策がなく、先行きに期待は持てない。
		百貨店（企画担当）	・今のところ、需要を喚起するようなヒット商材は期待できず、一進一退の状況が続く。
		スーパー（経営者）	・競合店が商品の品ぞろえを充実させ価格も下げているので、この先も厳しい状態が続く。
		スーパー（店長）	・来客数は増加傾向にあるが、1人当たりの購入単価は上がらない。最近の状況からも、これを打開する糸口が見当たらないことから、先行きに期待はできない。
		家電量販店（営業担当）	・オリンピックの年なので薄型テレビの販売量が増える予想される。ただ、高額であるため現金での購入が難しい状況であるが、現状はクレジット件数が伸びていないことから、売上アップは難しい。
		乗用車販売店（営業担当）	・今後3か月間は特に新型車の発表もなく、話題性に乏しいことから、状況は変わらない。
		住関連専門店（経営者）	・従来型の既存の飲食店の業績は必ずしも改善している様子がないので、将来見通しについては不透明である。
		観光型ホテル（経営者）	・客からの値下げの要望がまだまだ多いことから、厳しい状況が続く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・ロータリークラブの世界大会の開催を始め、昨年のSARSの影響で大きく落ち込んでいたこともあり、海外からの観光客の増加が見込まれる。
		旅行代理店（広報担当）	・7月に控えている参議院選挙の影響で、人の動きが鈍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
		通信会社（経営者）	・春の新入学、新社会人向けキャンペーンが一段落し、次の夏の売出しまで市場を盛り上げる要因が少ない。また、目立った新商品の投入も見当たらないことから、厳しい状況が続く。
		競輪場（職員）	・7月は本場開催の客単価が前年よりも低下すると予想されるが、場外開催の客単価は前年と競走のグレード等が似ているので、トータルでみると変わらない傾向にある。
		住宅販売会社（経営者）	・案件が増加し、地価の底値感が広まっているものの、これが持続して売買取引の活性化につながるとは判断しにくい。しばらくはこのまま様子見が続くことが予想される。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅では、建築費、土地価格等のコストが上昇傾向にあるが、上昇部分を販売価格に転嫁した場合の影響が明らかでないなど、先行きの見通しは不透明である。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・客の通行量は少なく買物に慎重であることから、地場産業はまだまだ悪い状態が続く。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・例年夏枯れの時期となり、福祉関係の案件も一段落することから、先行きの見通しは厳しい。
		一般小売店〔菓子〕（経営企画担当）	・歳暮商戦の苦戦がそのまままで続いていることから、先行きにも期待できない。
		百貨店（サービス担当）	・参議院選挙が7月に実施されることから、中元商戦は大変苦戦することが予想される。また、6月初めから中元商戦の前哨戦としての早期割引や無料配送等のサービスを始めるが、購買単価の低下傾向は依然進むと予想されることから、先行きの見通しは厳しい。
		スーパー（経営者）	・消費税の総額表示による逆風はしばらく続くことから、先行きの見通しは厳しい。
		衣料品専門店（経営者）	・近隣に競合店が増え、売上が低下していることから、先行きの見通しは厳しい。
悪くなる	通信会社（経営者）	・徐々に新規開発案件は減少していく方向になると思われることから、先行きの見通しは厳しい。	
	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・石油等の原料コストは上がっているが、製品価格は下がったままであることから、先行きの見通しは非常に厳しい。	
企業動向関連	良くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・クライアントの動きから、大企業のリストラもある程度成果がみえてきて、新しい設備投資が活発になってきていることを感じるため、先行きの見通しは引き続き明るい。
		広告代理店（従業員）	・各ショッピングセンターとともに、飲食関係が前年水準を下回るところが多かったが、これからの持ち直しに期待が持たれる。
	やや良くなる	食料品製造業（従業員）	・食品業界は販売先が限られてきているので、値引き交渉等はまだまだ厳しいものの、受注も少しずつ増えており、先の商談も思ったように進んでいることから、先行きに期待できる。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・取引先に値上げが受け入れられる方向であることから、先行きに期待が持てる。
		化学工業（経営者）	・売上が伸びている得意先の数がかここきて増えてきており、それに伴い当社の売上も急激に良くなってきていることから、先行きに期待が持てる。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・銀行の融資が積極的になってきたことから、先行きに期待が持てる。
		金属製品製造業（営業担当）	・取引先の販売計画が前年よりも上乘せされていることから、先行きに明るさを感じる。
		電気機械器具製造業（従業員）	・オリンピックを前に、高性能の薄型テレビやDVDレコーダーの需要が一段と高まることが期待される。
		金融業（支店長）	・製造業の新規設備投資が増えるなど、今後の需要増加を見込んだ動きが出始めており、先行きに期待できる。
		不動産業（経営者）	・本格的な出店はまだこれからであるが、今まで新規開店、店舗移転を控えてきた業者が、今後動き始めると期待される。
変わらない	その他サービス業〔イベント企画〕（経営者）	・全体的に物件が増え、愛知万博に関する物件にも徐々に動きが出てきていることから、先行きが期待される。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・取引先の動きは良くなってきているものの、価格などは以前のままであり、個別には苦しい状況が続いている。また、ユーロ高による利益の減少懸念もあることから、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
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・受注量、売上高はやや増加すると期待されるが、原材料の価格アップが収益悪化要因になることが懸念される。
		建設業（経営者）	・神戸の景気はまだまだ厳しいため、地元建設業界の景気回復はかなり先になると予想される。
		不動産業（営業担当）	・当社の営業圏内では、神戸中心部のマンションの需要はあるが、それ以外の需要は極端に少なくなっていることから、全体的な改善には期待できない。
		司法書士	・不動産登記に関して、新規融資による設定や売買等が若干あったが、この動きが継続するかどうかは分からない。
		コピーサービス業（従業員）	・主力取引先へのヒアリングでは、製菓業を始めとする医療関係や教育関係からはおおむね前年並みまたは拡大傾向との回答があった。しかし、広告代理店やIT関連企業からは軒並み縮小傾向との回答があったことから、現状維持が予想される。
		やや悪くなる	建設業（社員）
		輸送業（営業所長）	・今は春夏物の繊維製品等が動いているが、これから夏場にかけて繊維製品の動きが鈍くなることが予想されることから、先行きには期待できない。
	悪くなる	-	-
雇用 関連	良くなる		
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・企業の正社員の雇用に対する意欲を感じる。
		人材派遣会社（社員）	・本格的に採用人数が回復基調になり、長期的な受注も増加している。今後、大幅なリストラは予想しにくく、逆にスキルのある人材確保が難しくなる傾向に変わる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人広告に関する企業からの問い合わせ件数が増えている。掲載に対する反響も好意的なものも多く、今後しばらくは前年を下回ることはないと思われる。
		職業安定所（職員）	・適職を探すという転職者の増加傾向が出てき始め、今後、スキルの高い人がこの流れに乗ってくると予想されることから、先行きに期待できる。
		職業安定所（職員）	・来年度新卒者の求人申込に関する問い合わせが増加してきていることから、先行きの見通しは明るい。
		民間職業紹介機関（支社長）	・4月が予想以上に落ち込まなかったことで、相当中途採用の意欲は高まっていると感じている。この勢いは秋まで続くと思われる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・大手企業だけではなく、中小企業においても採用意欲が上昇し、優秀な人材の獲得に向けて動き出していることから、先行きに期待できる。
	学校〔大学〕（就職担当）	・昨年度に比べて、就職活動をする学生たちの表情が明るく、全体に雰囲気も和らいでいることから、先行きに期待できる。	
	変わらない	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・相変わらずパート、アルバイト、派遣社員などを採用する企業が多く、正社員を増やす企業が少なくことから、厳しい状況が続く。
やや悪くなる			
悪くなる	-	-	

8. 中国（地域別調査機関：（社）中国地方総合研究センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	一般レストラン（店長）	・しばらく来店がなかった客が、「昇給があった」「臨時ボーナスが出た」という声とともに、多数、戻ってきている。 ・若い夫婦層の来店も増加している。
	やや良くなる	百貨店（販売促進担当）	・気温が高めに推移しているため、夏物の早期購買が望め、また食品を中心とした催事を企画している。
		コンビニ（エリア担当）	・周りの競合出店やスパーの長時間化も一段落しており、店舗のオリジナリティを出していけば、客は戻ってくると見込んでいる。実際、数字はついてきている。
		コンビニ（エリア担当）	・今まで閉まっていた店舗が店を開け出した。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・客の購買動向から、まとめ買いの客も目立ちはじめたことから、徐々に良くなっていく。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・現在の高額商品購買者の出現、増加傾向は、今後も続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（店長）	・テレビ関係、特に大型テレビ、液晶テレビがオリンピックのため上昇すると見込まれ、また季節関連商品についても冷夏のおそれはないと考えている。 ・OA関係は顕著に順調に伸びている。
		その他専門店〔贈答品〕（店員）	・市内中心部及び郊外各地において新規や改装開店が相次ぎ、客の分散化はある程度進むと思うが、これにより街に出てお金を使いたいという購買意欲はかなり刺激されていく。
		観光型ホテル（スタッフ）	・来客数の動きがやや上向きになってきている。
		都市型ホテル（従業員）	・企画商品の予約問い合わせが早い時期から入っている。
		旅行代理店（経営者）	・5～7月分の受注の最中であるが、現在のところ、前年より、少し受注が増加傾向にある。
		旅行代理店（営業担当）	・レジャー出費が増加する。
		通信会社（販売企画担当）	・競争激化によりシェア争いが活発化し、お互いに切磋琢磨し、その結果として景気が良くなる。
		テーマパーク（広報担当）	・来客数が昨年度よりは若干増加傾向にある。
		その他レジャー施設〔温泉センター〕（営業企画担当）	・この数か月の温浴への関心の向上や傾向から、来客の増加を見込んでいる。 ・ただし、利用者の選別の目はより一層厳しくなっており、この傾向は一時的なものを受け止めていて、楽観はできない。
	変わらない	商店街（代表者）	・商店街内の通行量が戻らない。商店街側と反対側（道路側）の入り口がある店舗の場合、商店街側からの来店者数が極端に減少している例もあり、この傾向は今後も続く。
		商店街（代表者）	・必要な物以外買わないという雰囲気は変わっていない。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・自分が経営している店舗の売上は維持しているが、商店街全体としては、毎月店舗が1件2件と競売に出ている状況であり、今後も続く。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・自分の経営する会社の売上が、少しずつ良くなってきている傾向は続くと思込んでいるが、原因が自社の経営努力なのか、全体の景気回復なのか分からず、今後の景気が読み切れない。
		百貨店（販売促進担当）	・堅調に動いていたヤング関連商品も、単品購買が強まってきたために客単価は減少傾向になってきており、今後もこの傾向は続く。
		百貨店（購買担当）	・今月は旅行向け商品が好調なことから、夏休み、行楽シーズンに向かって、より売上増加が見込まれる。 ・客のボーナス減少の動きがみられ、その影響が懸念される。
		百貨店（売場担当）	・数字の良い月と悪い月が極端に推移しており、数字的にも景気が回復基調にあるとは言えない。
		百貨店（売場担当）	・現状、客単価と前年売上比ともに、110%と推移しており、この傾向は続く。
		百貨店（売場担当）	・例年に比べて、サンダルよりパンプスの動きの方が良かった。今後のサンダルの動きによって今後の売上は変わってくる。
		百貨店（営業担当）	・市内百貨店のリニューアル、郊外の大規模ショッピングセンターモールオープンなどにより、より広域からの市内中心部への新規客の来店を見込んだが、実際は限られたパイの食い合いになっている。マーケット全体の底上げにはなっていない現状を踏まえると、今後の伸びについてはしばらく様子を見ないと判断できない。
		スーパー（店長）	・競争激化と、客の価格は従来そのまま消費税込みとした販売への支持が強いため、従来の本体価格のままの販売が増加し、実利益、実売上が減少し、厳しくなっていく。
		スーパー（店長）	・景気そのものはやや上向き加減であるが、大手競合他社の出店による競合激化のため、どちらとも言えない。
		スーパー（店長）	・鳥インフルエンザの影響が依然続いており、客数は増加しているが、畜産部門の売上の低迷が続いており、全体的にはこの流れが続く。
		スーパー（店員）	・総額表示に客が慣れれば回復するかとも予測できるが、現状では、いつ頃慣れ、回復するか読み切れない。
		スーパー（販売担当）	・総額表示に客が慣れるまで買い控えがある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（エリア担当）	・今年、暑さの影響で変動が激しいことが予測されるが、一方、夏物商材が堅調に推移し、相殺できる。 ・新規店舗数も順調に増加している。
		コンビニ（エリア担当）	・来店客の購買意欲（1人当たりの買上単価や点数）に回復感を感じられず、当面現状推移が続く。
		家電量販店（副店長）	・OA商品の不調をその他のAV、ハウジング商品でどこまで補えるかにかかっている。ただし、パソコンの新製品が出そろったときの動き次第では、好転する可能性もある。期待したい。
		乗用車販売店（営業担当）	・新車投入という好材料がありながら、来客数は伸びておらず今後は厳しい。
		高級レストラン（スタッフ）	・来客数、単価とも好調であったが、これからの予約状況は少ない。
		一般レストラン（店長）	・BSE問題もまだまだ解決の糸口が見えない上、郊外への大型デパートの進出などで、郊外への顧客の流出が懸念される。
		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、回復にはしばらく時間がかかりそうである。
		観光型ホテル（経理総務担当）	・ゴールデンウィーク以降の予約状況が芳しくない。
		タクシー運転手	・周りの業種の客は活気がみられてきたが、タクシー業界はNPO有料介護輸送の影響で、病院通いなどの客を中心に、大幅に減少しており、この傾向は引き続き続く。
		タクシー運転手	・依然として、乗客数、乗客単価も変わらず上昇傾向がみられない。
		通信会社（経営者）	・客の反応も厳しいままであり、多少の上下はあっても、好転の兆しはみえないまま推移している。
		通信会社（企画担当）	・商品展開の厳しさからか、市場の拡大、売上高増加が難しくなっている状況に変わらない。 ・業界内少数のリーディング企業に市場を取られていく状況が続く。
		ゴルフ場（営業担当）	・予約状況から判断して、変わらない。ゴルフ業界は依然として冬の状況である。
		住宅販売会社（経理担当）	・他社との比較で割安感のある物件や、同じマンションでも価格帯の安い住戸は成約率が高いが、その他は値引きなどをして販売に苦戦する状況が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・受注状況、来場者数、来場者の反応から回復の兆しが顕著に出てくる状況にはない。
やや悪くなる		百貨店（電算担当）	・2004年度の高校総体があるため、売上増加が見込まれるが、一過性のものである。
		百貨店（売場担当）	・4月後半になっても、夏物商材のヤングキャリア部門のヒットアイテムが出てきておらず、今後も、単価減少傾向が続く。
		スーパー（店長）	・近郊に大手自動車会社関係の客が多いため、大手自動車会社の最近の情勢から、先行き不安感があり、消費にも影響する。
		スーパー（店舗運営担当）	・総額表示については、客も徐々に慣れてくると見込んでいる。 ・競合店出店が2店舗決定しており、価格訴求を含め、激戦が予測される。
		コンビニ（エリア担当）	・客数減少傾向が今後も継続する。
		コンビニ（エリア担当）	・気温の上昇とともに、大幅に売上が下がっているビールの売上構成比が高くなるので、売上の落ち込みが大きくなる。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・今後も競合他社の出店予定があり、価格競争激化などにより、売上が減少していく。
		自動車備品販売店（店長）	・客の動きは、販売量は堅調であるが、単価が上がらず、今後も上昇するとは見込めない。
		住関連専門店（広告企画担当）	・消費税総額表示導入のため、同業他社の広告を一消費者として見ても、金額表現など不安になる要素が多い。ますます客が慎重になり、動きが鈍る。
		一般レストラン（経営者）	・来客数は良いものの、客単価の落ち込みが激しく、この状況は変わらない。
悪くなる		スーパー（総務担当）	・総額表示による割高感での売上不振は、設定売価を下げる、あるいは内容量を落とすなどの対策を講じなければならないが、いずれにしても収益を圧迫することに変わりなく、大変な危機感を持っている。

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	一般機械器具製造業 (経営企画担当)	・新商品の好調により前年比を上回る。
		電気機械器具製造業 (総務担当)	・試作も受注も好調に入っている。
		輸送用機械器具製造業 (経理担当)	・新規大型製品の開発が実務レベルで本格化する。
		輸送業(統括)	・今秋、新紙幣発行により、各企業が老朽化した計算機などのバージョンアップや買い換えの必要が発生するため、費用などの点でアウトソーシングについての問い合わせが非常に増加しており、徐々に仕事も増加していく。
		金融業(業界情報担当)	・円高進展も一服している中で、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と思われる。設備投資も拡大見込みである。
	変わらない	窯業・土石製品製造業 (総務経理担当)	・需要家の好調は継続見込みであり、生産量も現在の水準を維持できるが、5月は4月の反動がある。 ・原材料の高騰が気掛かりである。
		鉄鋼業(総務担当)	・引き続き高操業は継続すると思われるため、現状の状態とは変わらない見込みである。 ・しかし円高や原料事情、中国の情勢などを見極めていく必要もあり、楽観視はしていない。
		鉄鋼業(総務担当)	・為替の動向、原材料の高騰が気掛かりである。
		電気機械器具製造業 (広報担当)	・液晶部門は、価格の回復がみられるが、LED関連については価格競争が依然厳しく、全体として大きな変化はみられない。
		輸送用機械器具製造業 (総務担当)	・今後も受注は高水準を維持するとみられるが、価格などの動きが不安である。
		通信業(営業企画担当)	・企業のLAN、インターネット利用はまだ活用面で十分とは言えず、当分は通信コスト削減のための整備という傾向が続き、更なる高度化、高速化需要が期待できるのは、今しばらく先のこととなる。
		会計事務所(職員)	・例年、3月、4月の売上が好調だった時は、5月、6月と反動が大きいことがある。 ・前年と比べて売上を伸ばしているところも、受注数量が増えているため、受注単価が上がっているわけではないケースが多く、景気の不透明感はまだまだぬぐえない。
	その他サービス業[清掃具レンタル](情報管理担当)	・官公庁関係の見積額が下がり、民間企業の価格見直しも多く、利益額が低下し続けている。 ・飲食店等の閉店等により解約が増加している。 ・レンタル品の定期交換率が減少している。 ・家事代行サービスはプラス成長を続ける。	
やや悪くなる	食料品製造業(総務担当)	・加工食品業は、売上などが下降する季節に入る上に、新製品、新規得意先の確保ができていない。	
	建設業(経営企画担当)	・来月はある程度の受注が見込めているが、その先は引き合い物件が減少している。	
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)	・人材派遣の需要は事務職、販売職、作業職などいずれも上向いている。顧客企業の活動が活発化し、注文処理に人材派遣を使っている。
		求人情報誌製作会社(支店長)	・地域経済に影響力のある自動車製造業の今後の先行きによるところが大きい。内需型の産業が好調なので、もう少し好転する。
		新聞社[求人広告](担当者)	・目立った動きとして、土地が動き始めており、明るい兆しであるが、商業施設に関して店舗閉鎖後の新しい出店先が決まらない状況が続き、依然厳しい。
		新聞社[求人広告](広告営業担当)	・求人関係のみでなく、企業広告等も徐々に増加している。 ・景気のけん引企業が現れてきた。
		職業安定所(雇用開発担当)	・求人は増加しているが、賃金内容に大きな変化がみられていない。
	変わらない	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、この地域での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。
		職業安定所(職員)	・新規求職者数は前年度よりかなり増加しているが、求職者数が高止まりしている。

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
		職業安定所（職員）	・求人数は増えると予測されるが、老舗旅館の廃業やスーパーの整理などが行われる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・早期化による好調維持と思われる部分があり、この好調が維持されるとは予測できない。
		学校〔短期大学〕（就職担当）	・新年度の新卒採用求人票着信数の前年同期との比較や、地元各企業の採用活動に関する姿勢、また、地域経済の状況などから、景気が上向き兆しは感じられない。
			・地元の産業界でも、景気好転の材料となるようなニュースは乏しい。
	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	住宅販売会社（従業員）	・来期は、現在の住宅ローン控除制度の期限に当たることから、駆け込み需要が増えると見込んでいる。	
	やや良くなる	家電量販店（店長）	・オリンピック需要と単価の高い省エネ型エアコンの動きが特に良くなってきている。	
		家電量販店（営業担当）	・パソコン、エアコンは、前月に比べ良くなってきている。堅調な冷蔵庫、洗濯機以外も、台数的に伸びる気配がみられるので、期待感を持っている。	
		乗用車販売店（従業員）	・来客数が徐々に増えており、新型車の発売も予定されていることから、販売台数は上向いていく。	
		観光型旅館（経営者）	・県南部で博覧会が開催されており、今後、観光客が増える。	
		通信会社（企画担当）	・夏の商戦時期を迎え、新商品が発売される予定である。	
		観光名所（経営者）	・予約が順調に入ってきている。	
		設計事務所（所長）	・価格がある程度安くなり、大型マンションや宅地販売が多く出始めている。	
		変わらない	商店街（代表者）	・来街客数の減少に歯止めがかからず、また、空き店舗もまだ広がる傾向にある。
			百貨店（総務担当）	・法人向けは、ごく一部の証券会社で良くなっているが、他の大半の企業は非常にシビアな購買傾向が続いている。今後も買い控え傾向は続く。
			スーパー（店長）	・競合他社は、まだ消費税分をディスカウントして販売しており、価格競争の一段の激化から、売上冷え込みの状態は続く。
			スーパー（店長）	・消費税総額表示に対する客の抵抗感がまだ残っており、今後も買上点数が伸びない。
			スーパー（財務担当）	・米国のBSEや鳥インフルエンザの問題で、発生時には相当影響を受けたが、2月、3月には豚肉が2けたの伸びを示し、牛肉はほぼ横ばいとなっており、この傾向は今後も当分は続く。
			スーパー（企画担当）	・買上点数が増えず、客単価は3%弱下落しており、この傾向はまだ続く。
スーパー（営業担当）	・消費税総額表示により客が少し割高感を持っており、売上が低迷している。客が慣れるまでは今の慎重な買い方が続く。			
衣料品専門店（経営者）	・催物に対する客の反応も鈍く、既存店での前年割れの状態が今しばらくは続く。			
乗用車販売店（営業担当）	・良くなる材料が全く見つからない。			
乗用車販売店（従業員）	・単価の高い車が売れない限り、景気が良くなったと言えないが、そうした気配はまだ感じられない。			
都市型ホテル（経営者）	・先行きの予約状況から判断すると、良くなるとは考えられない。			
やや悪くなる	一般小売店〔生花〕（経営者）	・大型店との一段の競争激化が予想される。		
	一般小売店〔菓子〕（販売担当）	・先月、来客数の減少が一段と加速した状況から判断すると、再度悪化するのではと懸念している。		
	スーパー（店長）	・客単価の低下の流れは、2、3か月先、あるいは4、5か月でも変わらないと思う。		
悪くなる	衣料品専門店（経営者）	・来街者、来店者ともに大幅に減っており、回復の見込みが感じられない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
企業 動向 関連	良くなる	通信業（支店長）	・今後2,3か月の間に、新しい機能を盛り込んだ新商品が発売され、市場が活気づく。
	やや良くなる	食料品製造業（従業員）	・中国からの鶏肉の加熱加工品輸入が解禁になり、当社の現地工場も生産を始めた。その商品が輸入されてくるため、多少良くなってくる。
		木材木製品製造業（経営者）	・客の5月中旬以降の受注が上向いてきている。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・北海道地区では高速道路工事の再開や民間マンション工事の増加によって、また、関東地区では製鉄メーカーのフル操業により、クレーン稼働率の向上が期待される。
		通信業（営業担当）	・顧客店舗の模様替え等に伴い、音声系、情報系システム装置更新の提案・見積書の作成依頼が多くなってきている。
		金融業（融資担当）	・リストラが完了し、利益を生み出す企業が増えてきた。その効果で景気は多少なりとも上向く。
		不動産業（経営者）	・最近、分譲マンションへのサラリーマンからの問い合わせ、あるいは、申込が前年に比べて増えてきており、今後に向けてもそういう傾向がみえる。
		広告代理店（経営者）	・昨年末あたりから、新聞の求人広告が上向き傾向にある。派遣労働などの業種が中心であるが、営業職、事務職など正社員の募集も最近目立ってきた。当社の求人広告売上も、8か月連続で2けたの伸び率を示している。
		公認会計士	・クライアントの中で、造船、海運を中心に、景気が急速に回復してきており、この影響が3か月後には他の業種に広がる。
	変わらない	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・昨年度に中小企業が古紙を利用したトイレトペーパーの生産設備を増設した影響で、市場はだぶつき気味である。この状況は当分続く。
電気機械器具製造業（経営者）			・中国からの輸入品の増加、素材価格の上昇が景気回復の妨げとなる。
電気機械器具製造業（経営者）			・勝ち組企業の設備投資に伴い、受注生産は徐々に良くなっているが、これ以上飛び抜けて良くなるとは考えられない。
輸送業（役員）			・当社の主な顧客の出荷見込量は、当分、現状に近い状況が続き、あまり増えない。
建設業（総務担当）			・受注件数、金額とも減少しており、当面、回復の見込みはない。
悪くなる	-	-	
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（支店長）	・企業からの求人の引き合いは増加傾向にあり、2,3か月先も良い状態が、若干ではあるが続く。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・優秀な人を探りたい、仕事ができる人を探りたいというニーズは十分にあり、その分野を開拓できれば、良くなる。
		職業安定所（職員）	・雇用形態にアウトソーシング化がみられるものの、求人数は全体としては増加基調にある。
	変わらない	人材派遣会社（支店長）	・年度末を過ぎて、求人数は一服しており、ここ数か月間はこの状況が続く。
		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は減少傾向に歯止めがかからず、パート、被保険者への代替も続いている。求人内容も、臨時や期限付き雇用が増加しており、雇用面での改善傾向は感じられない。
		職業安定所（職員）	・転職希望などによる自己都合離職者が増加傾向にあることから、新規求職者数は、前年比で7か月連続して増加している。
	やや悪くなる	-	-

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

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	旅行代理店（従業員）	・海外旅行の人員ベースは前年比200%であり、国内についても順調に予約が入っている。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・大型商業施設が相次いで出店し、オーバーストアの状態は依然として続いている。地方の中心商店街は今後もかなり苦戦が続く。ただ、一部の人気商品が景気上昇をけん引する。
		百貨店（販売促進担当）	・天神地区への集客が増えることが予想される。クリアランス、祭り等も含め、天神への一極集中が進む傾向にある。実際に天神以外の地区の来客が落ちている。
		スーパー（店長）	・食品については総額表示導入の影響が大きかったが、客がだんだん慣れ、食品以外の商品については割高感をそう感じていない。2、3か月前から、惣菜、衣料品、身回品等で上質志向の動きがあるほか、テレビ等のデジタル家電がかなり売れていること等から、景気はやや良くなる。
		スーパー（店長）	・鳥インフルエンザ、BSE等の影響がなくなり、国産牛肉を中心に鳥、豚も前年並みまで回復している。青果の相場が下がっているが、相場が上がれば昨年以上に商品の動きが良くなる。ただ、総額表示導入により食料品の価格設定のミスが発生しており、影響が現れている。
		コンビニ（エリア担当）	・客単価が伸びていることから、景気も回復基調にある。
		衣料品専門店（総務担当）	・ヤング層の来店増が続いており、今後もしばらくは増加が続く。
		家電量販店（経営者）	・金銭の折り合いがつけば買う、もうしばらく待って買う、という声が聞こえ始めた。
		家電量販店（店員）	・4月は新製品投入前のため旧型のパソコンしか残っていないが、それが結構残らず売れた。これから新製品が出るため、悪い要素は見当たらない。
		家電量販店（総務担当）	・消費者の購買意欲の回復が感じられる。
		乗用車販売店（従業員）	・トラックの販売台数が伸びている。
		乗用車販売店（経理担当）	・新型車が来月出るため、相乗効果が他の車にも現れ、台数が若干伸びる。
		その他専門店〔医薬品〕（従業員）	・一品単価は下がったままであるが、来客数、購入点数は上昇傾向にある。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・ガソリンの仕入値は5月がピークと予想しており、その後仕入値が下がり、ガソリンの販売が伸びる。
		高級レストラン（専務）	・九州新幹線の開業効果で、夏休みまではたくさんの方が鹿児島に来る。
	通信会社（業務担当）	・5月以降は、新商品の投入に加え、販売価格の低下により、購入を見送っていたユーザー層の機種取替需要が少しずつ高まる。	
	ゴルフ場（従業員）	・若干価格を落としたところ、シニア層を中心に予約が入りつつある。また、大規模なコンペが前年を上回りつつある。価格を落とせば、若干なりとも消費意欲が出てくる。	
	競輪場（職員）	・ナイターレースの開催による発売額の増加が期待される。	
	設計事務所（所長）	・官公庁の委託の注文が多くなっている。また、個人住宅の受注等も増えつつあるので、景気はやや良くなる。	
	変わらない	商店街（代表者）	・商店街に来る客は少ないが、各店が品ぞろえを工夫しており、売上も若干良い。
商店街（組合職員）		・商店街の各店が、来街者を増やすための方策を見つけ切れていない。	
商店街（代表者）		・商店街は、駅前開発や大型店進出等で更に危機感を強めている。	
百貨店（営業担当）		・客の買物は依然として慎重である。物産催事における買上数量が減少している。また、婦人服の購買意欲も低下している。	
百貨店（営業担当）		・福岡市天神地区に百貨店がオープンしたため客足がそちらに向き、佐賀市内での買物が減っている。この傾向が今後も続く。	

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
		百貨店（営業担当）	・株価の上昇もあり、緩やかに景気回復に向かうかと思われたが、予想以上に消費の動きは鈍く、一部富裕層を除き回復の兆しはみえない。本当の景気回復にはもう少し時間がかかる。
		百貨店（売場担当）	・3、4月の動向を見ると、平日に比べ土日の売上が若干低い傾向があり、福岡市に吸引されているようである。この状況がしばらく続く。
		百貨店（業務担当）	・日用品を中心に低下傾向にある。消費の減退は決して止まっていない。2、3か月では好転しない。
		スーパー（店長）	・総額表示導入の影響が大きい。客は高いというイメージを持っており、買上点数に結構大きな影響が出ている。この傾向は今後も続く。
		スーパー（店長）	・九州新幹線が開通し、観光客が多くなっているが、買物をする人が増えているわけではないため、ほとんど変わらない。
		スーパー（総務担当）	・食料品は前年並みだが、衣料品、住居用品は前年を大きく割り込んでいる。バーゲン時には動きがあるものの通常の営業時にはあまり購買がない。この傾向が今後も続く。
		コンビニ（エリア担当）	・酒類販売規制の緩和による新規取扱が、客単価の上昇につながっていない。また、スーパー等量販店の24時間営業化による客数の落ち込みで、売上也伸びない。この傾向が今後も続く。
		乗用車販売店（経営者）	・若い人が車を買いに来ない。年配の人もなかなか来ないが、来たとしても予算が厳しい。
		スナック（経営者）	・参議院選挙を控え、今の活発な動きが少し押さえ気味になる。
		旅行代理店（業務担当）	・ゴールデンウィーク以降の受注の動きが悪い。国内・海外ともに前年を上回るのがやっとという状況である。
		観光名所（職員）	・観光施設は、九州新幹線の開通により徐々に客数が増えているようである。ここ何か月かは増える傾向にある。
競馬場（職員）	・売上の減少幅は小さくなっているが、依然として減少傾向には歯止めがかかっていない。		
やや悪くなる		商店街（代表者）	・総額表示への対応が物理的に不可能なため、実質5%割引での販売を余儀なくされている。また、古書のインターネット販売が多くなり、価格競争が厳しくなった。古書業界は今後も厳しくなる。
		百貨店（売場主任）	・目的の物以外は買わないという傾向がますます強くなる。また総額表示導入により、消費者が割高感を抱いている。
		百貨店（営業担当）	・6月の大型商業施設のオープンにより、来客数が減少する。
		百貨店（売場担当）	・福岡市との都市間競争や、大分県内での競争が激化しており、依然として厳しい状況が続く。
		スーパー（経営者）	・総額表示導入により、中元や贈物の値ごろ感が感じられず、売上が減少する。
		スーパー（総務担当）	・全体的な景気の動向は現状と変わらないが、近隣に競合店が出店するため、競争が激化する。今後も厳しい状況が続く。
		衣料品専門店（店員）	・近郊に大型商業施設がオープンする予定であり、客の奪い合いになるため、客数が減少する。
		住関連専門店（経営者）	・昨年から、業者向けの展示会に一般消費者を入れる傾向があるが、4月の業者の展示会には一般消費者の来場が多かった。これが大川市の販売店の売上に繋がれば良いが、逆に消費者がメーカー直販に流れることが懸念される。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・郊外に大型商業施設ができるため、影響が懸念される。
		観光型ホテル（スタッフ）	・前年はインターハイや造船会社の大型客船建造での技術者宿泊増等の特需があったが、今年はこれといったイベントや特需がなく、先行き不透明である。また、九州新幹線部分開業で南九州は脚光を浴びているが、西九州は取り残されている感じが否めない。
		悪くなる	
高級レストラン（経営者）	・団体客の需要がほとんどなく、売上が減少している。今後もこの傾向がますます強くなる。		

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
企業 動向 関連	良くなる	電気機械器具製造業（経営者）	・既存の仕事が定着し、受注量も増えている。また、新規需要先も成約しており、良くなる。
	やや良くなる	農林水産業（経営者）	・鳥インフルエンザの影響も薄らぎ、加えて需要期にも入るため、梅雨明け頃から消費が伸びる。
		食料品製造業（専務）	・全般的に需要量は上昇傾向にあり、稼働率も順調に推移している。この傾向が今後も続く。
		家具製造業（従業員）	・大型商業施設の建設が2～3年は続きそうであり、一部の家具店でも売上が好転しつつあるため、景気は良くなる。
		金属製品製造業（企画担当）	・自社も含め、輸出関連が好調である。
		一般機械器具製造業（経営者）	・客先も仕事を受注できそうな気配を強く感じる。
		精密機械器具製造業（経営者）	・現状の受注状況、カスタマーの状況から考えると、この受注量がまだ続きそうである。また、増えそうであるという情報も入っている。
		輸送業（従業員）	・自社の取扱量が前年並みになり、下落傾向に歯止めがかかってきた。同業他社でも前年実績を上回る企業が半数を超えている。この傾向が今後も続く。
		経営コンサルタント 経営コンサルタント	・店頭の設備等、投資の動きが少し出てきた。 ・九州新幹線関連の工事が進んでおり、その関係でかなり近所の土地が動いている。不動産関係の動きにより、資産デフレに若干歯止めがかかる。
	変わらない	農林水産業（従業員）	・消費者は将来への不安が強く、通常の生鮮類に対する購買意欲はあまり強くない。そう簡単に現状を打破することはできない。
		食料品製造業（経営者）	・得意先の話では、これといった良い材料も悪い材料もなく、前年並みの売上が予想されるとのことである。九州新幹線部分開業の効果もややあるが、売上を大きく左右するほどではない。
		鉄鋼業（経営者）	・製品価格の値上げは需要家に浸透しているが、需要が今後大幅に増えるとは考えられない。国内市場は横ばいか、もしくはは下降する。
		一般機械器具製造業（経営者）	・受注量は増えるが、材料コストが高くなっているため、景気が悪くなる可能性がある。
		電気機械器具製造業（経営者）	・今後もある程度の仕事量は確保できる。また、機械加工部門等、半導体関連以外も、まだまだ今の忙しさが続く。全体的には現状とあまり変わらない。
建設業（総務担当）		・新年度になっても官公庁からの発注が全くない。民間の設備投資にもあまり期待が持てないので、今後も非常に厳しい状況は変わらない。	
輸送業（総務担当）		・春の新規出店分による増加はあったが、既存店の出荷量はあまり変わらない。しばらくは現状のままである。	
不動産業（従業員）		・不動産全般の需要は、都市部で局地的には伸びているものの、全体的には伸び悩んでいる。この傾向が今後も続く。	
広告代理店（従業員）		・やや好調の兆しがあるが、2～3か月では変わらない。市内の区域で好不調の偏りがみられ、市内全域で伸びなければ、景気が良くなったと実感できない。	
広告代理店（従業員）		・景気は少し上向きというムードもあるが、セールス現場の話、売上状況、クライアントの様子から判断すると、依然として厳しさに変わりはない。	
やや悪くなる	繊維工業（営業）	・ここ2、3か月の間に、まだ倒産や閉鎖が続くのではないかと。高級品を作っている場合、クイックレスポンスができれば、国内生産でも生き残れるということであったが、それも行き詰まっている。	
悪くなる			
雇用 関連	良くなる	民間職業紹介機関（支店長）	・5、6月以降の求人数が拡大している。価格面でもおおむね下げ止まりの感があり、IT技術系等の一部職種では上昇局面に入っている。また、就業者の所定外労働時間が、前年比1%増で推移している。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・新年度の料金改定交渉は、相変わらず困難である。また派遣オーダーはあるものの、価格交渉、紹介予定料について、話は進むものの紹介料の段階になって交渉が厳しくなっている。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・周りに悲観的なムードがなくなってきた。長崎県は中小企業が多く、悲壮感が強かったが、少しずつなくなっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		求人情報誌製作会社（編集者）	・中元や夏物の需要に対してメーカーや物流の動きが活発になる。労働者派遣法の改正により製造メーカーへの派遣も可能になり、業務請負企業との競争も激しくなる。求人市場は活発になるが、景気に直結するかどうかは判断が難しい。
		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、好転する。地方企業でも、インターネットによる求人の進展に伴い、全国からの募集が可能となる環境が整っている。
		職業安定所（職員）	・前年の9月より求人倍率が全国平均並みになっており、0.7倍台を維持している。
	変わらない	職業安定所（職員）	・直接雇用の常用求人の増加が期待できない。派遣、請負求人割合が高い。
	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（エリア担当）	・大型滞在型ホテル、大型デューティーフリーショップの開業と、観光客誘致の材料はそろっている。テロの心配はぬぐえないが、観光客数はまだまだ増加する。
		衣料品専門店（経営者）	・徐々にだが販売単価が上がってきており、販売量が増加すれば、売上も増加し、良くなる。
		その他専門店〔楽器〕（経営者）	・夏場に向け観光客の来県はピークを迎え、スーパーなど新しい店の出店等県内の経済にも活力がみられる。
		観光型ホテル（商品企画担当）	・来月の稼働率は昨年並みを見込んでいるが、ゴールデンウィークの日取りの良さの影響で単価の上昇が見込める。6月の予約に関しては、現時点で昨年の106%となっており、昨年より動きが速くなっている。
		観光型ホテル（営業担当）	・予約の状況は前年同月比で良い数値となっている。エージェントと当社の市場観が一致しており、商品や価格の交渉が多くなっている。
		旅行代理店（経営者）	・景気の上向きとともに、熟年層を中心に旅行需要が大分活発化してきている。
		住宅販売会社（経営者）	・実質的な工事の受注は減少しているが、社会全体に明るさが見え、活気が戻ってきたように感じる。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅取得の需要がここしばらくは好転する。しかし、一部資材単価の値上がりも出ており、価格への転嫁が心配される。
	変わらない	百貨店（担当者）	・回復傾向にあるが、一部天候不順や消費動向の変化が懸念される。天候においては首都圏が既に夏日であることから衣料品関連が地方に回らず首都圏中心に先出しされるおそれがあること。また5月の大きなモチベーションである母の日の動向が外食へとシフトしていることから、従来型のギフト需要は単価の低下とあわせて苦戦する。ただし長期的には8月のオリンピック始め消費をけん引する要素があることから、現在の景況は維持される。
		スーパー（経営者）	・買上数でみると前年同月を上回っているが、客単価は依然厳しい状況にあり、しばらくはこのような状況が続く。
コンビニ（エリア担当）		・長期間の断水、SARSの再発、大型テロの発生等の大きな外的変化がなければ、現在の好調さはしばらく続く。ただし、大型、中型のスーパーマーケットの出店が今後も活発化すれば、小売関連の競争は激化する。	
家電量販店（副店長）		・夏場に向けて季節関係商品等、また、オリンピックの影響でAV商品がある程度動くが、競合店との競争激化により客単価は低下する。	
その他飲食〔居酒屋〕（経営者）		・来客数は増えつつあるが低価格店に集中しており、内容重視でも、単価設定が高い店舗は、評判は良いものの来客数が伸び悩んでいる。	
観光名所（職員）		・現在の沖縄は各種世論調査でも好意的に国民に受け入れられていると聞いている。この状況が続く限り、沖縄への入域観光客数は増加を維持する。	
ゴルフ場（経営者）		・現在の状況では、相変わらず低単価による営業努力で集客を図らなければならないというのが現状である。	
やや悪くなる		-	-

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	商店街（代表者）	・大型店の場合は競争力あり、販売促進などの手が打てるが、商店街の個々の経営者の場合はなかなかまとまりがつかず、集客及びサービスに動いてくれないというネックがある。また、今後、大型店同士の競争激化が予想されることから、中心部からの客が日々、周辺部の大型店に取られるように懸念している。
	良くなる	-	-
企業 動向 関連	やや良くなる	輸送業（総務担当）	・本土の荷主が増える予定であり、そのために受注量の増加が見込まれる。
		通信業（営業担当）	・受注した大型案件が、夏ごろから随時開通するため、売上自体は増加となる。ただし、投資額も大きいので利益率はかなり低い。
	変わらない	建設業（経営者）	・契約件数は増えているが、一件当たりの単価が低いことから、先は、まだ分からない。
		不動産業（支店長）	・景気回復の兆しが見当たらない。
やや悪くなる	-	-	
	悪くなる	-	-
雇用 関連	良くなる	求人情報誌製作会社（営業担当）	・観光関連の来客数が増加し、スーパー、コンビニなどのリニューアル及び新店舗オープンや、建築関連のリフォームなどが活発になっているとの声が聞かれることから、これらの好景況による影響が雇用にも好要因となる。
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・新年度に入り、具体的な動きが出てきている。企業側は景気の流れに沿って、非常に積極的な展開をするのではという期待感から、今後良くなる。
		人材派遣会社（営業担当）	・夏場に向けて実際の求人数等は現在よりも落ち込むことが予想されるが、ここ最近の求人数やその内容を見ても、前年同期を上回る様子がうかがえる。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・堅調な観光客数増加の動きが後押しとなり、雇用の増加が期待される。
		学校〔大学〕（就職担当）	・ゴールデンウィークを迎え、観光業界は更に上向き傾向にあり、他の業界にも相乗効果が期待できることから、雇用の増加が期待される。また、本土大手企業の採用増加が見込まれることから、雇用環境も良くなりつつある。
	変わらない	職業安定所（職員）	・3月の新規求人数は、前年同月比で42.9%増となっており、特に県外希望の求職者は56.3%の大幅な増加となっている。また、新規大学卒の無業者層が増加傾向にあり、3月の有効求職者は前年同月比11.6%増加しており、特に前年同月比で3か月連続で増加するなど、求職者が滞留し、いったん離職すると再就職が厳しい状況となっている。上記のことから、雇用情勢は依然厳しい状況が続いている。
やや悪くなる	-	-	
	悪くなる	-	-