

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	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計 動向 関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	一般小売店〔時計〕（経営者）	お客様の様子	・地域によって給付時期に違いはあるものの、定額給付金の効果はかなり出ている。新しく物を買ったり、買換えたりするきっかけとなったほか、あれこれ使い道を考える華やいだ雰囲気は久しぶりに広がっている。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	来客数の動き	・定額給付金の給付が始まったことで、そのお金を消費に回す動きが少しは出てきている。
		百貨店（売場主任）	販売量の動き	・依然として前年を大きく下回っているが、減少率は3月を底にやや持ち直しつつあり、前年を上回っているブランドも増えている。販売単価は低いものの、特徴のある商品や顧客の購買意欲を誘う商品は売れている。
		百貨店（商品担当）	販売量の動き	・4月に入って客単価は落ちているものの、来客数が少し上向いている。必要のない物は買わないが、買物を我慢することに客が飽きてきた感がある。
		百貨店（売場担当）	販売量の動き	・3か月前は、売上の前年比が2けたのマイナスであったが、今月は1けた台のマイナスとなっている。
		コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数は増えているものの、安売りをを行っているため、売上は2%程度の増加にとどまっている。
		乗用車販売店（営業担当）	お客様の様子	・環境対応車に対する税制や補助金に関する問い合わせや来店が増えている。少しでも有利に買換えたい客で、店内が普段以上にぎわっている日が多い。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・客単価は低下傾向にあるものの、来客数はそれを上回って伸びている。
		一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・客単価は伸びていないが、歓送迎会などの団体客が増えている。
		スナック（経営者）	来客数の動き	・今月前半の客足は良くなかったが、中ごろから後半にかけて団体客や仕事帰りの来客があり、久しぶりに好調となっている。
		住宅販売会社（従業員）	競争相手の様子	・首都圏、関西圏を含め、一部のデベロッパーではマンションを含む事業用地を取得する動きが活発化している。特に、大規模物件については資金に余裕のある大手企業が動いている。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	販売量の動き	・不動産デベロッパーの資金繰りの厳しさは変わらないものの、マンションの販売現場では、値引き販売により購入検討客の来訪が増加傾向にある。実際に購入客も増えているなど、価格の下落や購入促進策が市場に変化を起こしている。
	変わらない		商店街（代表者）	販売量の動き
		商店街（代表者）	販売量の動き	・京都の商店、1,200店舗のクレジットカード売上を取りまとめる立場にあるが、利用件数は増えているものの、利用単価は低下している。ただし、ここへ来て売上はほぼ横ばいに近づいており、前月に比べれば多少良くなっている。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	販売量の動き	・新年度に入り、少しは上向いている感があつたものの、ゴールデンウィークを前にして商店街のにぎわいにもばらつきがみられる。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	来客数の動き	・来客数は前月とあまり変わらず、売上も伸びていない。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	競争相手の様子	・閉店となる店舗が増えている。
		一般小売店〔雑貨〕（店長）	販売量の動き	・景気後退の影響だけではなく、タスポの導入により自動販売機での売上が落ち込んだままである。
		一般小売店〔菓子〕（営業担当）	お客様の様子	・小売店では商品の動きが良い店と、悪い店の差がはっきりと出ている。悪いなかでも工夫し、新しい物を取り入れている店ではある程度売れているが、景気が悪いとただ嘆いている店は販売量も減少したままである。
		百貨店（売場主任）	来客数の動き	・来客数が前年比でマイナス10%程度となっている。販売量はまだ健闘しているものの、1品単価の下落もあるため、全体的には厳しい状況となっている。

百貨店（売場主任）	販売量の動き	・バーゲンや優待販売会を開催しても、客の財布のひもは固い。ただし、一部では気温の上昇に伴って夏物商材が動き出している。
百貨店（売場主任）	お客様の様子	・景気後退による心理的な悪影響のほか、政府の景気対策の遅れも響いている。
百貨店（企画担当）	お客様の様子	・入店客数は微減にとどまっているが、買上率や買上点数の悪化が顕著となっている。
百貨店（企画担当）	来客数の動き	・以前は好評であった地方名産の食品の催しも、来客数が減っている。
百貨店（営業担当）	お客様の様子	・本格的な春夏衣料のシーズンになったが、特別価格の商品しか売れない傾向があるなど、客は非常に慎重になっている。
百貨店（外商担当）	販売量の動き	・食料品などの生活必需品の販売量は増えていないものの、減少幅は縮小している。ただし、客単価の低下傾向は続いている。
百貨店（マネージャー）	販売量の動き	・昨年9月以降、売上は2けた減が続いており、今月も販売量が前年比で約12%減少している。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・競合店が非常に多く、客はその日のチラシによって動いている。特に、午前中と昼の客は、少しでも安い商品を探している。
スーパー（経営者）	競争相手の様子	・大手企業を含めて業界全体が値下げ競争に突入した感がある。
スーパー（店長）	来客数の動き	・前月に続き、衣料品や住居関連商品といった食料品以外の商品の動きが鈍い。ただし食料品も良いわけではなく、来客数は横ばいであるが、1品単価が低下している。
スーパー（店長）	単価の動き	・来客数は横ばいであり、買上点数は増加しているものの、1品単価のダウンで売上が減少している。
スーパー（企画担当）	販売量の動き	・売上の前年比の変化はなく、景気の回復感もない。
スーパー（経理担当）	販売量の動き	・天候や気温要因により、衣料品などの売行きが芳しくない。食品は堅調であるが、全体としては今一つである。
スーパー（広報担当）	販売量の動き	・低単価品を中心とした動きが続いており、来客数は比較的好調であるが、客単価の低下を補うほどではない。一方、気温の上昇に伴い、夏物衣料や住居関連品の季節物などが好調に動いている。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・近隣のオフィスビルの入居率は低迷したままで、新築ビルも未入居のスペースが多いため、来客数の落ち込んだ状態が続いている。
乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・新車の販売台数は目標の60%にとどまっており、サービス関連の売上も90%となっている。また、1台当たりの販売単価も下がっている。
乗用車販売店（販売担当）	販売量の動き	・定額給付金の給付や高速道路料金引下げといった景気対策は実施されているものの、景気回復にはほど遠い。
住関連専門店（店長）	販売量の動き	・経済不安などで苦しかった前年よりも更に悪く、売上は前年の3分の2にとどまっている。
その他専門店【食品】（経営者）	単価の動き	・業務用食材の値下げが増えて原価率は改善しているものの、売上が減少傾向にあり、トータルではあまり変わらない。
その他専門店【医薬品】（経営者）	販売量の動き	・今年は汗をかくような暑い日もあるので、水虫薬や日焼け止めの商品が活発に動いている。
その他専門店【スポーツ用品】（経理担当）	販売量の動き	・来客数は増加傾向にあるが、客単価は低下傾向にある。
その他専門店【宝飾品】（販売担当）	それ以外	・資金繰りが思わしくないため、一部の商品を整理し始めている。
一般レストラン（店員）	来客数の動き	・来客数は少し増えたが、ドリンクバーだけを利用する主婦層が増えたため、売上はあまり変わらない。
その他飲食【コーヒーショップ】（店員）	来客数の動き	・来客数が回復する気配はなく、客単価の上昇もみられない。定額給付金もまだ給付されていないため、消費が増えている感もない。
観光型ホテル（経営者）	来客数の動き	・1、2月の最悪期からは少し良くなっているが、来客数は前年比で10%程度の悪化が続いている。

観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・都市近郊型の観光地であるため、高速道路料金引下げによって来客数が減少している。
観光型旅館（経営者）	来客数の動き	・来客数は減少傾向であるが、客単価は2か月前に比べて11%上昇、前年比でも9%上昇と、買い控えが収まりつつある。
観光型旅館（団体役員）	単価の動き	・来客数の動きには特に大きな変化はないが、低価格志向により客単価は低下している。
都市型ホテル（支配人）	来客数の動き	・来客数は前年比で横ばいであるが、客単価の低下により、売上全体では減少している。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・宿泊の落ち込みが大きく、特に関東エリアからのビジネス利用が大幅に減少している。周辺の競合店も含めて単価が下落しており、売上がより一層悪化している。レストランについても、ランチを中心に来客数が前年比で大幅に増えているものの、客単価は低下している。一方、宴会も厳しい状況であるが、売上は前年並みで推移している。
都市型ホテル（スタッフ）	来客数の動き	・ゴールデンウィークの宿泊需要が低下している。海外からの予約も特定日に集中しており、その前後は予約が少ない。
都市型ホテル（マネージャー）	単価の動き	・宿泊部門では法人需要の減少傾向が続いており、単価を下げても利用が増加しない。一方、レストランではランチタイムの来客数に大きな変化はないが、ディナーの利用は相変わらず少なく、結果として全体の客単価が下がっている。宴会部門は法人需要が減っているものの、個人客、各種団体の利用でカバーしている。
都市型ホテル（営業担当）	来客数の動き	・宿泊とレストランの売上は前年比で2けた近いマイナスであり、期初から大変厳しい状況となっている。宴会は、一般宴会の規模が年々縮小している一方、婚礼件数は何とか前年よりも増えているため、宿泊、レストランほど悪くはないが、依然として厳しい状況が続いている。
旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・韓国行き旅行受付も少しは落ち着きが出てきたものの、海外旅行、国内旅行共に前年並みを維持するのがやっとの状態である。団体客の落ち込みをどうカバーするかが難しい。
旅行代理店（広報担当）	お客様の様子	・先週末まではゴールデンウィークの申込状況も順調であったが、ここへ来て新型インフルエンザによる旅行マインドへの影響が出てきている。
タクシー運転手	来客数の動き	・駅での客待ちに関しては、雨や風の強い日には利用がみられるものの、相変わらず待ち時間が長く、乗客数も限られている。流し営業でも、客がなかなか拾えない状況がみられる。
通信会社（経営者）	販売量の動き	・期末のキャンペーンが今月初旬まで続いており、月初めはやや動きがあったものの、ゴールデンウィーク前になって落ち着いている。
通信会社（管理担当）	お客様の様子	・携帯電話市場では2～4月は例年販売が伸びる。今年は例年よりもやや悪いが、2年間の割賦販売などで買換えサイクルが延びたことを考慮すると、やや良くなっている。
通信会社（企画担当）	お客様の様子	・来客数に変化はない。
通信会社（企画担当）	それ以外	・状況に変化はないものの、景気対策の効果もあって消費マインドには若干の改善傾向がみられる。
遊園地（経営者）	来客数の動き	・車による来園の減少が目立っている。ガソリン価格がやや上昇傾向にあるほか、週末の高速道路料金引下げにより、車の流れが都市圏から地方に向かっている。
競輪場（職員）	単価の動き	・春になれば財布のひもも緩むと予想していたが、単価がやや上昇気味となったものの、期待したほどではない。
その他レジャー施設【イベントホール】（職員）	お客様の様子	・高速道路料金引下げによって、遠隔地からのコンサート来場者が大幅に増えることはないほか、定額給付金が芸能、音楽分野に使われる割合も小さい。
美容室（店長）	来客数の動き	・来客数の前年比が悪化しているが、前年に良かった反動であるため、大きな心配はない。

	その他サービス [保険代理店] (経営者)	お客様の様子	・自動車のディーラーでは新車がほとんど売れておらず、ある営業所では月に3台しか売れていない。その営業所では平均買換え年数が12年と長く、消費者の購入意欲は非常に低調となっている。一方、ブランド品の販売では様々な工夫をしている店や、社員の質が高い店は徐々に持ち直しているが、社員のレベルの低い店は、相変わらず低迷している。
	その他サービス [ビデオ・CD レンタル](エリア 担当)	販売量の動き	・春のキャンペーンを実施しても、値引き分を取り戻せるほど販売量は伸びていない。
	住宅販売会社 (経営者)	来客数の動き	・4月から来場者の動きが活発になっている。成約には至らないものの、購入層は動き始めている。
	住宅販売会社 (経営者)	来客数の動き	・大幅に価格調整を行った物件は順調に売れているようであるが、新規物件の流通自体は活発ではない。
	住宅販売会社 (総務担当)	販売量の動き	・客の反応が悪く、不動産の購入希望があっても、将来への不安などでなかなか決まらない。また、申込後のキャンセルも増えている。
	その他住宅投資 の動向を把握できる者 [不動産仲介](経営者)	お客様の様子	・一般の消費については良くないが、不動産の売買については多少増加している。
	その他住宅[展示場] (従業員)	来客数の動き	・例年、住宅展示場への来場者数はゴールデンウィークが最も多いが、今年も前年並みの来場がみられる。
やや悪くなっている	一般小売店[鮮魚] (営業担当)	来客数の動き	・客の来店頻度が少なくなっている。
	百貨店(売場主任)	来客数の動き	・少し前までは来客数は前年並みを維持していたが、ここへ来て急激に落ち込んでいる。競合店が値引き販売を行っている影響も大きく、このままでは値引きしなければ売れなくなる。
	百貨店(営業担当)	お客様の様子	・客の自宅に宝飾品や雑貨品を持って行っても、以前は気に入った商品があれば購入する意欲がみられたが、今は手にも取ってもらえず、買う気配が全くない。
	百貨店(サービス担当)	お客様の様子	・建て替えによる工事は落ち着いたが、営業面積の減少などで来客数が減少しているほか、世界景気の後退報道などによる消費の冷え込みが大きく、活気がない状況である。
	スーパー(経営者)	単価の動き	・前月から徐々に商品単価が下降気味である。なかでも寿司や焼肉といった高額商品の動きが悪化している。また、大手量販店が生活必需品の値下げを実施し始めたことで、食料品は明らかにデフレ傾向となっている。
	スーパー(店長)	単価の動き	・前年に比べて一段と節約、低価格志向が進んでおり、他社との価格競争が一層激化している。特に、プライベートブランド商品を中心に低価格化が進んでおり、衣料品の商品単価が前年比で9%低下、食品の商品単価も3%低下と、価格の下落に歯止めが掛からない状況となっている。
	スーパー(店長)	販売量の動き	・客の間では、必要な物だけを少しでも安く買おうとする傾向が顕著となっている。また買い回りの動きも強まっている。
	スーパー(店長)	お客様の様子	・客の間で生活防衛意識が高まっており、競合店の商品展開も低価格志向が強くなっている。
	スーパー(開発担当)	販売量の動き	・買い控えが起きており、特売品であってもあまり売れない。
	コンビニ(店長)	来客数の動き	・買上点数の減少で客単価が低下しているほか、来客数の減少もみられる。
	コンビニ(店長)	来客数の動き	・周辺には単身赴任の客が多いが、来店が多かった客が異動した後、新しい客がまだ定着していない。
	コンビニ(マネージャー)	単価の動き	・来客数は現状維持であるが、客単価が前年比で5%低下している。大型の弁当をやめて小型の弁当を買う客や、弁当をやめてカップラーメンとパンを買う客など、節約する動きが増えている。
衣料品専門店 (経営者)	単価の動き	・客単価が下がっているだけではなく、値引き交渉をしてくる客の割合が増えている。	

家電量販店（経営者）	お客様の様子	・省エネ家電のエコポイントに関するニュースによって買い控えが起きており、消費がより一層抑えられている。	
乗用車販売店（経営者）	来客数の動き	・4月は来場者が前年比で56%、成約件数は72%と、悪い結果となっている。	
乗用車販売店（経営者）	販売量の動き	・マスコミが100年に一度の不景気と報じることで、消費者が身構えてしまい、街の活気がなくなっている。いくら仕掛けを企画しても、消費マインドは冷えたままである。	
乗用車販売店（経営者）	お客様の様子	・受注減でラインが止まり、出勤制限となっている客もみられる。何人もの客から同じような声が聞かれるなど、かなり厳しい状況となっている。	
乗用車販売店（営業担当）	販売量の動き	・環境対応車の普及促進税制については、一部の客だけが関心を示している。環境対応車に中古車は含まれないため、一般市民の関心はまだ低い。	
その他専門店【医薬品】（店員）	お客様の様子	・当日買いの客は増えているものの、来客数は若干減少しており、購入品目数や客単価も悪化している。	
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・高速道路料金引下げ以降、週末は雨でドライブに出掛ける人が減った場合のみ来客数は伸びるが、前年比では減少している。ただし、29日の祝日は前年よりも来客数が大幅に伸び、近隣の大型ショッピングセンターも人で一杯になっている。	
一般レストラン（スタッフ）	単価の動き	・来客数の前年割れ傾向に変化はなく、3月のメニュー改定後は客単価も低下傾向となっている。	
一般レストラン（スタッフ）	来客数の動き	・来客数がここへ来て徐々に減少しているほか、ほぼ横ばいで推移してきた客単価も低下している。	
観光型ホテル（経営者）	それ以外	・ゴールデンウィークの前は来客数が減少するが、今年は前年比で2割減と例年よりも悪い。同業他社も、宿泊単価の高いホテルほど深刻である一方、宿泊単価の低いホテルはほとんど落ち込んでいないどころか、前年比で伸びている所もある。	
タクシー会社（経営者）	お客様の様子	・得意先の個人客からの配車依頼件数が減っているほか、法人のタクシーチケットの利用が非常に少なくなっている。個人、法人共に、タクシーの利用を節約する姿が顕著になっている。	
通信会社（経営者）	お客様の様子	・経費削減で取引先の広告宣伝費が減少している。	
競輪場（職員）	単価の動き	・1月の客単価20,268円に比べ、4月は16,261円と悪化している。場外発売も同様に、1月の11,770円に対し、4月は11,130円となっている。	
その他レジャー施設【飲食・物販系滞在型施設】（企画担当）	来客数の動き	・都市近郊の観光地にとっては、高速道路料金引下げがマイナスとなる兆候が出ている。	
住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・不動産の購入客数に大きな変化はないが、住宅の分譲物件などが供給過剰となっている。	
住宅販売会社（従業員）	お客様の様子	・マンション価格の値引きにより、年明けから3月まではモデルルームへの来場が増えていたが、4月に入って来場客数が激減している。	
悪くなっている	商店街（代表者）	それ以外	・購入ポイントの3倍、5倍アップといったセールのほか、商品の品ぞろえや催物を工夫して頑張っているものの、この3か月は特に悪い。
	商店街（代表者）	お客様の様子	・近隣の大型商業施設で値下げ合戦が始まっており、商店街まで客が流れてこない。
	一般小売店【珈琲】（経営者）	お客様の様子	・得意先の販売数量の微減が続いており、回復の兆しが見当たらない。パートの人件費などの支払いも困難になっている。
	一般小売店【衣服】（経営者）	来客数の動き	・来客数が1割弱ほど悪化している。客単価の低下も止まらず、前月に続いて20%弱の低下となる。
	一般小売店【菓子】（経営企画担当）	販売量の動き	・4月と1月の売上前年比を上位5店舗の平均でみると、4月が79.2%で、1月は98.2%となっている。前月と同様に10%以上の落ち込み幅であるが、悪化が更に進んでいる。
	一般小売店【精肉】（管理担当）	販売量の動き	・政府による景気対策も効果がなく、外食関連や高額商品の動きが非常に悪い。例年であれば贈答品の動く時期であるが、前年の半分程度の動きとなっている。

	一般小売店〔衣服〕（経営者）	お客様の様子	・販売量、来客数共に悪くなっている。不安定な気候の影響もあり、4月に入っても春物商材が安定的に売れない。
	一般小売店〔花〕（店員）	販売量の動き	・母の日が近いが、例年よりも予約や問い合わせが激減している。
	一般小売店〔カメラ〕（販売担当）	お客様の様子	・今までは必要なときに必要な物を購入するのが普通であったが、最近はず価格を第一条件に考えている。一度値下がりすると、その価格が最低条件として客の頭に残るため、通常の価格では購買につながらない。
	百貨店（婦人服担当）	販売量の動き	・売場の移動で店頭客数が大幅に減り、売上の前年比も3か月前に比べて更に5%悪化している。
	衣料品専門店（経営者）	単価の動き	・売上が前年比で10~20%下がっている。特に、高額商品が売れにくくなっており、客単価が低下している。ブランドスーツや3万円以上のスカートやジャケットの売行きは、非常に厳しい状況である。
	衣料品専門店（販売担当）	お客様の様子	・客からは、資金繰りの悪化で5月の倒産を心配する声が聞かれる。
	その他専門店〔宝石〕（経営者）	お客様の様子	・客は宝飾品を全く買わず、下取りや買取りも極端に減少、修理にも出さなくなっている。このような経験は初めてで、店の維持も難しい状況である。
	観光型旅館（経営者）	単価の動き	・客は価格に敏感で、高額プランには反応しない。
	都市型ホテル（役員）	来客数の動き	・宿泊部門は来客数が若干上向いていたにもかかわらず、4月に入って悪化しており、ビジネス客、観光客、外国人客共に、最悪であった2月の水準まで落ち込んでいる。レストランも同じく、4月は来客数、売上共に前年を10%ほど下回っている。宴会部門も前年比で3%ほど売上が落ち込んでいる。
	タクシー運転手	来客数の動き	・企業はタクシーの使用を控えたままで、個人客も激減しているため、タクシー業界は非常に厳しい状態となっている。
	タクシー運転手	お客様の様子	・乗客数が激減している。タクシー業界は規制緩和で台数が増加傾向にあるが、それに伴って客の数が増えているわけではない。むしろ乗客数は減少しているほか、乗務員の増加が進んでいるため、業界では景気の悪化が見受けられる。
	タクシー運転手	お客様の様子	・日に日に悪くなっているものの、悪いなりに落ち着いた感もある。
	住宅販売会社（経営者）	販売量の動き	・交渉を進めていた大口の契約がキャンセルとなるなど、大きく落ち込んでいる。
企業動向関連	良くなっている やや良くなっている	-	-
	食料品製造業（従業員）	受注量や販売量の動き	・休日を近隣で過ごす人が増えており、商品の荷動きは少しずつ活発になっている。ただし、販売価格は低下しており、動いているのは安い商品が中心である。
	化学工業（経営者）	受注量や販売量の動き	・最悪期は脱したが、臨時休業やワークシェアを元に戻せる状況ではない。
	電気機械器具製造業（経営者）	それ以外	・引き続きどの企業も価格には敏感で、値下げの話にはすぐに興味を示す。一方、低下の続いていた受注量は、少し上向いている感がある。当社も含めて明日にでも倒産する可能性はあるものの、久しぶりに上向きの雰囲気を味わっている。
	通信業（管理担当）	それ以外	・定額給付金の給付による影響で良くなっている。
	金融業（支店長）	取引先の様子	・取引先の零細建築会社では、従来は戸建住宅の分譲が中心であったが、現在は中古マンションをリフォームして販売しており、好調につながっている。
	その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・円高還元セールやプライベートブランド商品の大量投入などで、量販店の荷動きは好転している。当社の販売量も、小売店向けは前年比で5%程度伸びている。
変わらない	食料品製造業（経理担当）	それ以外	・定額給付金の給付が始まって、多少は消費者の気持ちも緩み、購買意欲が高まってきている。
	化学工業（管理担当）	受注量や販売量の動き	・売上は2月以降増加しており、4月は1月とほぼ同水準となっている。
	一般機械器具製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・当社の顧客には原子力発電関連の素材メーカーが多く、一定の設備投資は引き続き行われている。

	電気機械器具製造業（経営者）	取引先の様子	・メーカーの間では増産に伴う設備投資がほとんどみられない。ただし、品質の向上を目的とした設備投資はあるほか、余力のある取引先は新製品の開発に力を入れようとしている。
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	受注量や販売量の動き	・AV関連商品、白物家電共にほぼ前年並みの売上となっており、流通在庫の消化は比較的進んでいる。ただし、出荷ペースではまだまだ厳しい状況である。
	電気機械器具製造業（企画担当）	取引先の様子	・ここ数か月は受注量が減少しており、底冷え状態になっている。
	その他製造業〔履物〕（団体役員）	受注量や販売量の動き	・受注減や売上減、資金繰りの悪化など、悪い話ばかりが聞かれる。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・顧客から条件変更の依頼があるほか、受注状況が厳しいという話もよく耳にする。
	金融業（営業担当）	取引先の様子	・大企業の生産調整が終わりつつあり、下請業者も4月から売上が伸び始めている。ただし、まだまだ厳しい状況が続いていることに変わりはない。
	新聞販売店〔広告〕（店主）	受注量や販売量の動き	・折込チラシの件数も例年よりかなり落ちている。また、経済的理由による購読中止が増えている。
	広告代理店（営業担当）	受注量や販売量の動き	・新年度が始まったものの、広告出稿に明るい材料は見当たらない。
やや悪くなっている	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・連休前としては、一部の食品、医薬品メーカーは忙しくしているものの、全体的には長い休暇を取る取引先が多い。
	出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	受注量や販売量の動き	・景気対策に関する補正予算が検討されているが、消費者は来たる消費税率の引上げへの懸念があるため、効果は薄い。客も慎重で、消費の増加にはなかなか結びつかない。
	化学工業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・原料価格の低下で利益は回復傾向にあるが、食品の最終価格は値下げラッシュが始まっており、取引先からの値下げ要求を飲まざるを得ない状況になりつつある。
	電気機械器具製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・受注量が極端に減少している。
	電気機械器具製造業（企画担当）	受注量や販売量の動き	・マンション、戸建住宅共に回復の兆しがなく、当社のショールームへの来場も減ったままである。同業者のなかには、ショールームの閉館時間を早くした企業もある。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・民間企業からの受注、公共工事共に減少しているため、競争が更に激化している。
	建設業（経営者）	受注量や販売量の動き	・住宅分譲用地の広告を行っても、客の反応が全くない。
	輸送業（営業所長）	受注価格や販売価格の動き	・景気悪化に伴い、10～15%の料金の値下げを求められている。
	経営コンサルタント	受注量や販売量の動き	・顧客企業の生産量や受注量、販売量をみると悪くなっている。
	経営コンサルタント	取引先の様子	・製造業の取引先では在庫調整も一段落し、底を打った感があったが、新型インフルエンザの影響で新たな不安が発生している。輸出が鈍るという不安から、経営者の事業意欲が後退している。
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先では工場がフル生産していないため、消耗品である工具の需要が半分程度になっている。
	悪くなっている	繊維工業（総務担当）	受注量や販売量の動き
金属製品製造業（経営者）		受注量や販売量の動き	・仕事量が確保できないため、出勤調整が始まっている。派遣契約の打ち切りも段階的に進んでおり、回復のめどは立っていない。
金属製品製造業（経営者）		受注量や販売量の動き	・前月で底打ちした感があったものの、今月に入っても回復感はない。
輸送業（総務担当）		受注量や販売量の動き	・製造業などの顧客では、出荷が激減している。
不動産業（営業担当）		取引先の様子	・賃貸事務所の賃料が下がり、空室率も上がってきている。賃料を下げてでも入居が見込めないことから、景気はまだ悪化している。
広告代理店（営業担当）		受注量や販売量の動き	・取引先は広告予算を大幅に減らしている。

		コピーサービス業（従業員）	受注量や販売量の動き	・学会の中止や企業のセミナーの減少により、資料作成依頼が大幅に減っている。その一方で、高速道路料金引下げ以降、地方自治体からのPR用パンフレットやチラシの作成依頼が増えている。
雇用関連	良くなっている	-	-	-
	やや良くなっている	-	-	-
変わらない		人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・企業からの派遣依頼件数は、製造業だけでなく事務職でも大きな減少が続いている。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き	・2～3月にかけて持ち直すと予想していた求人依頼は、新入社員が入った影響もあり、4月は再び1月以前の状況に逆戻りしている。一方、人材は余剰気味であるため、求職者は確実に増えている。
		人材派遣会社（支店長）	求人数の動き	・企業からの求人数が少し増えてきた感はあるが、依然として絶対数は少ない。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	求職者数の動き	・求人数が大きく減少した年初に比べ、更に悪化した様子はないものの、底を打った感もない。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	それ以外	・当社では契約社員や派遣社員の契約を打ち切らざるを得ず、厳しい状況が続いている。一方、顧客企業の倒産や民事再生法の申請などは散発的に続いているものの、3か月前に比べて件数はやや減少しているなど、プラス、マイナス両方の要素がみられる。
		民間職業紹介機関（支社長）	採用者数の動き	・求人数は2月を底に下げ止まってきたが、企業の採用基準は上がっている。それに伴い、求職者の面接通過率は低下し、採用者数はほぼ横ばいで推移している。
		学校〔大学〕（就職担当）	採用者数の動き	・採用者数、求人依頼数共に上向いている感はない。
		学校〔大学〕（就職担当）	求人数の動き	・求人数がどの程度減少しているか調査中であるが、求人企業数は7,199社であり、前年比マイナス4.1%と予測よりも良い。
やや悪くなっている		人材派遣会社（経営者）	求人数の動き	・相変わらずIT業界は悪く、ほとんど仕事がないため技術者が余っている。一方、公共事業や医療関係などでは底堅い需要がみられる。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・求職者の増加に伴い、紹介件数も増加しているものの、就職件数は伸びていない。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・求人状況に大きな変化はないが、雇用保険の受給手続きに使う離職票の発行枚数が異常に増えている。雇用保険法改正の影響や、4月という時期を考慮しても、離職者の数が多い。今の段階では、期間工や派遣社員の契約打ち切りによるものか、全体的な人員削減が始まっているのかは判断が難しい。
		民間職業紹介機関（大学担当）	周辺企業の様子	・人材紹介、派遣関連の同業他社では、中間管理職を中心にリストラを進めている。全般的には、企業は新卒採用において優秀な人材確保に積極的であるが、中途採用は冷え込んでいる。
悪くなっている		新聞社〔求人広告〕（担当者）	それ以外	・新聞広告の出稿は新年度に入っても悪く、前年比で7割程度となっている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・例年、連休明けから7月初旬にかけて、イベントなどの大型企画を実施してきたが、今年は全く予定が立たない。これから3か月が上期の稼ぎ時であるにもかかわらず、広告会社の営業担当にはあきらめムードさえ漂っている。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	周辺企業の様子	・新聞の求人広告は大幅に減少、パート、アルバイトなどの求人も減少している。それに伴って、主婦層の求職活動も厳しくなっている。
		職業安定所（職員）	求職者数の動き	・新規求職者数は前年比で30%以上増えている。特に、事業主都合の離職者は1月以降、前年を大幅に上回っている。
		民間職業紹介機関（職員）	求人数の動き	・建設の日雇求人数は前年比50%減という状況が続いている。派遣契約の打ち切られた若年層が流入してくるものの、仕事がない状態である。ホームレス自立支援センターでは、入居待機者が更に増加している。