

・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	-	-	
		家電量販店（店員）	・エコポイント制度の効果で、3月までは薄型テレビが好調に推移する。	
		タクシー運転手	・売上は依然として厳しいが、前年比の落ち込み幅が減少していることから、今月よりは良くなる。また、タクシー適正化・活性化法の効果が現れることも期待される。	
		通信会社（社員）	・顧客の反応をみると必要な物には支出増もやむなしの感があり、今後はいかに良い商品を選ぶかがポイントになってくる。放送・通信サービスの普及が落ち着いてきて、各社のサービス内容が出そろってきた現状を踏まえると、他社への切替えがより激しく進むことになり、マーケット自体は活況となる。	
			住宅販売会社（従業員）	・年末と比べると、例年、1～3月の販売量は2倍ぐらいに増える。今後は販売価格を一段と下げなければならないが、春先は販売量が伸びる分だけ、事業収益は上向く。
	変わらない	商店街（代表者）	・冬物を最終処分セールまで待って買う客がいるため、2～3月までは冬物による売上が多少見込めるが、春物のトレンドがまだはっきりしないことから、何とも言えない状況にある。	
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・今月の売上をみると、ここ最近の中では、前年比の減少幅が縮小していることから、やや良い方向に向かっているが、デフレ傾向が強いことなどを考えると、消費者の買い控えは今後も続くため、現在の状況がしばらく続く。	
		百貨店（売場主任）	・好転要因が見つからないため、ここ数か月の傾向が変わらないまま推移する。	
		百貨店（販売促進担当）	・12月は歳暮、クリスマス、正月といった季節要因により、生活モチベーションのある月だったが、1月以降は11月までの厳しい状況に戻る。	
		スーパー（店長）	・今後も食品の単価低下傾向、必要最低限の買物傾向が続く。正月明けは、財布のひもが固くなり、競合店との価格競争も激化する。	
		スーパー（企画担当）	・現在の施策に対する不安が客の間に広がっており、今の状態がしばらく続いてもちこたえることができるような生活レベルを維持する動きが強まり、今後も変わらないまま推移する。	
		スーパー（企画担当）	・冬のボーナス支給による消費喚起の動きはほとんど感じられなかった。子ども手当の支給決定などの報道もみられるが、将来不安が払しょくできないなかでは、効果は期待薄である。	
		家電量販店（店長）	・家電業界はエコポイントがかぎを握っているため、来年度以降のエコポイント対象機種の動向により大きく変動する。	
		家電量販店（地区統括部長）	・世間一般的に不況のなか、必要な物しか買わないという傾向は、今後も続いていく。エコポイント以外の景気対策が行われない限り、薄型テレビだけが売れて、それ以外の商品は必要になった時にしか買わないことになる。	
		乗用車販売店（従業員）	・これ以上良くなるとは思えないため、エコカー減税などの補助金政策が打ち切られることになれば、今後にも期待できない。	
		高級レストラン（スタッフ）	・新卒の高校生や大学生の就職率の低迷に代表される雇用不安に加えて、新政権への失望感から、今後についても悪いまま推移する。	
		一般レストラン（スタッフ）	・政権交代後の経済政策に不安があるため、今後についても変わらない。	
		観光型ホテル（経営者）	・現在の状況を改善するほどの好材料が見当たらないため、引き続きデフレ傾向が強まり、宿泊単価が下落する。	

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
		旅行代理店（従業員）	・2月の先行受注額をみると、国内旅行が前年比74%、海外旅行が前年比75%となっており、3月についても、国内旅行が前年比80%、海外旅行が前年比71%となっていることから、今後についても変わらない。回復の兆しを感じられない悪い状態が続いている。
		旅行代理店（従業員）	・一部の季節商材が堅調であっても、同時期の売れ筋商品が伸びてこないことに加えて、売れている商品も前年と比べて値下げとなっているため、全体の取扱額を押し上げる要素となりえない。これらのことから、今後についても変わらないまま推移する。
		観光名所（役員）	・国内客の先行きに明るい材料がないため、観光入込は外国人客頼みの状況が続き、当面、厳しい状況のまま推移する。
		観光名所（職員）	・2～3か月後は閑散期に入るため、雪まつり等のイベントに期待しているが、国内景気の向上が見込めないことから、それほど期待はできない。一方、外国人客については、中国やマレーシア、タイからの観光客が増加傾向にあるため、多少は期待できる。
		その他レジャー施設（職員）	・特に変わる要素がなく、料金の値下げを検討している状況にある。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・春先は入学や卒業、転勤等の需要期ではあるが、今の消費者心理を考慮すると、買物の単価を低下させたり、買物量を減らすなどの防衛意識が働くため、前年並みを維持するのが精一杯である。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・今年の3月は入学、卒業、新就職の時期であったにもかかわらず、不景気感の浸透により、商店街各店舗の売上の増加がわずかであったため、来年3月においても売上の増加は見込めない。現状からは、新年度予算の執行による波及効果も年度当初は期待できない。
	やや悪くなる	百貨店（売場主任）	・各社で給料が減額されるなど、雇用条件が悪化しているなかで、客の購買意欲の落ち込みや客単価の低下がみられる現状から、今後についてはやや厳しくなる。
	やや悪くなる	百貨店（役員）	・景気の先行き不透明感は増すばかりであり、買い控えや単価の低下が今後も続く。
	やや悪くなる	スーパー（店長）	・商品の低価格志向が一層強まっており、無理して売上を上げて利益がついてこない状況にある。今後は売上もじり貧になることが懸念される。
	やや悪くなる	スーパー（店長）	・冬のボーナスの減少から、生活防衛意識が強まり、節約ムードが更に高まっている。明るい材料も少ないため、今後についてはやや悪くなる。
	やや悪くなる	コンビニ（エリア担当）	・来客数も売上も前年を上回っているが、客単価は前年を下回っている。買上商品の単価は下がり続けており、客に消費を楽しもう、違う物を試してみようという積極的な行動がうかがえないことから、今後についてはやや悪くなる。
	やや悪くなる	コンビニ（エリア担当）	・今後も単価の低下が続く。ボーナス減少の影響は、正月の消費が終わった後で如実に出てくる。
	やや悪くなる	コンビニ（エリア担当）	・ボーナス支給額の減少により、買い控えが強まっている。安い商品の購入に特化し、アルコールやたばこ等の余計な商品を購入しない傾向が強まり、売上が減少していることから、今後についてはやや悪くなる。
	やや悪くなる	乗用車販売店（従業員）	・エコカー減税などの補助金の延長次第で3月の売上は大きく変わってくる。ただ、年間を通して考えると、今以上に良くなる見込みはない。
	やや悪くなる	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・節約志向が更に強くなるため、今後についてはやや悪くなる。
	やや悪くなる	高級レストラン（スタッフ）	・デフレや不景気と報道し過ぎることで、ある程度生活に余裕のある客も節約しようとする守りに入っているため、今後についてはやや悪くなる。ここ数か月はがまん月となる。
	やや悪くなる	観光型ホテル（スタッフ）	・宿泊客の購買意欲が低下しており、売店での土産品の購入や食事での利用に期待が持てない。低価格の宿泊料金で販売量の落ち込みを多少カバーしているが、今後については更に厳しくなる。
	やや悪くなる	旅行代理店（従業員）	・景気低迷のため、法人需要に期待を持ってない状況にある。個人需要にも限界があり、今後の収入確保が極めて難しい状況にある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		旅行代理店（従業員）	・航空会社の経営環境の悪化、公共事業予算の激減、米国の航空テロ未遂など、全体のムードの悪さが消費低迷につながっている。また、事業仕分けの対象となったことで、旅行等を自粛するムードの企業・団体等も出始めていることから、今後についてはやや悪くなる。	
		タクシー運転手	・来客数や電話注文の増える要素が思い当たらないことから、今後についてはやや悪くなる。	
		美容室（経営者）	・近年、500円カットの店が出てきたことから、客の争奪戦が激化しており、各店が疲弊している。スタッフの解雇も多くみられるなど、先行きについての見通しは暗い。	
	悪くなる	スーパー（役員）	・給料が増えるなどの明るい見込みが全くなく、消費が上向くことも期待できないことから、今後の景気については悪くなる。	
		家電量販店（経営者）	・年末需要が落ち着くことに加えて、政府の経済対策の方向性がはっきりしないことから、先行き不透明の状況にある。来年度のエコポイント制度の動向によっては悪化することもある。	
		タクシー運転手	・新政権の政策で公共事業が大きく減っていることから、今後、個人消費が大きく伸びることが見込めない。今後については、ますます景気が悪くなる。	
通信会社（企画担当）		・年度末の通信機器の導入を検討している企業が前年よりも少なく、営業がこれまで以上に苦戦していることから、今後については悪くなる。		
		住宅販売会社（経営者）	・住宅業界では、来年、更に住宅着工数が減少する見込みとなっていることに加えて、期待していた住宅版エコポイント制度も新築1戸当たりで30万円分のポイント給付にとどまりそうなことから、業界では失望感が漂っている。	
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	-	-	
		金属製品製造業（役員）	・第2次補正予算案による住宅版エコポイント制度の詳細が1月にも決定する見込みであることから、その効果が期待できる。	
			建設業（従業員）	・雪解け後の着工を予定している民間建築工事や新年度予算による公共建築工事の発注が期待されるため、多少は景気が上向く。
	変わらない	食料品製造業（役員）	・今後2～3か月先にかけて、販売量の増加が見込めるような案件が見当たらないため、変わらないまま推移する。	
		家具製造業（経営者）	・家具は耐久消費財と認識されていることから、今後しばらく買い控えが続く。	
		輸送業（営業担当）	・暫定税率廃止とはならなかったが、前年と比べて燃料価格が安値で安定していることから、運輸業にとっては好材料となる。	
		金融業（企画担当）	・今後については、景気対策効果が薄れてくる。特に建設業界は、新年度の北海道開発予算が大幅に削減されることから、慎重な経営方針となる。雇用環境、所得環境も厳しさを増していることから、デフレ色が更に強まり、個人消費などの冷え込みも懸念される。	
		司法書士	・現在の状況から、今後も厳しい状態が続くとみられることから、不動産投資等についても期待できない状態が続く。	
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・今後もデフレが続くことから、変わらないまま推移する。	
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・先行き不安が影響することで、仮に客先の仕事量が増加しても、鋼材等の購入量がすぐに増えることにはならない。今後については厳しいまま変わらない。	
	やや悪くなる	輸送業（支店長）	・冬場で受注量が相当落ち込むことになる。更に、景気の2番底が言われていること、取引先等で事業規模を相当縮小したり、取引量を減らすという情報も入っていることから、今後についてはやや悪くなる。	
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・中国への発注を増やすよう、メーカーからの指導が強くなっており、今後の価格競争に拍車がかかる。	
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・民間の建設工事の減少に加えて、旧政権時の補正予算による公共工事の発注が減少することから、今後についてはやや悪くなる。	

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	食料品製造業（団体役員） 建設業（経営者）	・社員の賞与やパート従業員の削減がみられることから、今後については悪くなる。また、年末商戦の時期にもかかわらず、量販店ではギフトバーゲンが開催されていることから、年明け後の受注が更に減少する。 ・例年、2～3月は稼働の最も少ない時期になるが、政権交代の影響で公共工事の大幅削減が見込まれる。民間工事についても、景気の影響から投資が手控えられており、今後の受注環境は非常に厳しくなる。
雇用 関連	良くなる やや良くなる 変わらない	- - 求人情報誌製作会社（編集者） 求人情報誌製作会社（編集者） 職業安定所（職員） 職業安定所（職員） 職業安定所（職員）	- - ・農業を基幹産業としている地域のため、農産物の2次加工や国内への移出関連企業では堅調に推移する。医療福祉系の求人もそれほど減少がみられないことから、全体としては、今後も変わらないまま推移する。 ・個人消費の指標となる小売業や飲食店、個人向けサービス業の求人が依然として前年を下回っていることから、今後の状況が良くなるとは考えられない。 ・新規求職者は減少傾向にあるが、就職件数が前年を下回っていることから、有効求職者数が前年よりも増加しており、今後も厳しいまま変わらない。 ・新規求職申込件数及び有効求職者数は前年を上回ったものの、雇用保険資格喪失者数のうち、事業主都合離職が前年から19.9%減少し、2か月連続の減少となるなど、一部に明るい兆しもみられる。 ・経済の先行き不透明感があり、今後2～3か月先での雇用情勢の回復は見込めない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員） 人材派遣会社（社員） 新聞社〔求人広告〕（担当者） 学校〔大学〕（就職担当）	・流通業でパートも含めた求人が減少しているように、サービス業においては、派遣も含めた求人ニーズが今後ますます低迷する。新たに成長する事業の見込みもないため、今後しばらくは低迷が続く。 ・クリスマスシーズンなどの繁忙期の雇用が、例年と比べて抑えられており、来年度の更なる圧縮を計画している企業も多いため、今後についてはやや悪くなる。 ・ここ2年ほどの傾向からは、求人数が好転する兆しが見えないため、今後も状況の悪化に歯止めがかからない。 ・景気悪化が長期にわたって影響を及ぼしており、企業の採用担当者との情報交流からは、今年度の新卒採用意欲の陰りが来年度も継続する兆しがかげえる。買い手市場であるにもかかわらず、今年度の採用について、求めたい人材と異なっているという不満もみられることから、来年度は採用に対して更に慎重となり、採用人数の減少にもつながる。
	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	- 衣料品専門店（店長） 家電量販店（店長）	- ・価値ある商品の値下げに消費者の反応が良く、消費者心理を刺激することで今後の売上回復が期待できる。 ・年度末にかけて、エコポイント効果で関連商品の売上が増加する。
	変わらない	商店街（代表者） 商店街（代表者） 一般小売店〔書籍〕（経営者） 一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者） 一般小売店〔医薬品〕（経営者） 百貨店（広報担当）	・景気回復の兆しはみあらず、当分厳しい状況が続く。 ・消費を喚起させる明るい話題はなく、経済不安が払しょくされない限り景気回復は望めない。 ・高等学校授業料無償化などの来年度予算の執行に売上増加を期待するものの、雇用の状況やデフレ傾向による景気の悪化が懸念され、先行きは不透明である。 ・発売前に期待された商店街のプレミアム付き商品券は売上に直接効果がなく、子ども支援策などの景気対策もあまり期待できない。 ・季節的な影響はあるものの、消費者の必要最低限の買物は期待できる ・円高、株安、デフレ傾向などによる先行き不安から、消費者の節約志向が続く。

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
		百貨店（売場担当）	・ プレセールで見込んだ得意客の売上を回収できるか不透明であり、初売りのフリー客が近年減少傾向にあることや、天候の影響を受けることから、当分厳しい状況が続く。
		百貨店（経営者）	・ 価格引下げによる正価販売比率の低下など、デフレの傾向が続いており、先行き不安は今後も続く。
		百貨店（経営者）	・ 景気対策の具体的な形が出てくるまで、状況の変化は期待できない。
		百貨店（販促担当）	・ すでに消費者の関心は年明けのセールに移っており、対応した施策を打ち出すため、セールでは前年並みの売上が期待できる。
		スーパー（店長）	・ メーカーや部門担当者は努力するものの、高額商品が敬遠され、低価格商品しか売上につながらないため、今後も来客数、1品単価共に低迷する。
		スーパー（店長）	・ 低価格な品ぞろえをしている競合店が消費者に支持されており、今後も消費者の低価格志向が続く。
		スーパー（店長）	・ 景気回復の兆しはなく、状況の変化は期待できない。
		スーパー（総務担当）	・ 年始から悪天候が予想され、福袋以外は厳しい状況が続く。来年度予算の効果に期待するものの、雇用の悪化が続く。製造業の回復も弱いことから、今後も消費に大きな影響を与える要因はみられず、底割れの懸念も払しょくできない。
		スーパー（営業担当）	・ 求人倍率の低下など地方の景気は悪く、デフレ宣言後は消費者の生活防衛意識が強まっているため、買い控えは一段と強まる。
		コンビニ（エリア担当）	・ 一部の業界では景気が回復しているものの、来店客の様子から消費マインドの変化は感じられない。
		コンビニ（店長）	・ 子ども手当以外の政策や公共事業が不透明で、個人消費に効果が出るのは時間がかかるため、小売業は当分厳しい状況が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・ 春先にかけて制服などの季節商材は売れるものの、その他の商品は売上が低迷する。
		衣料品専門店（経営者）	・ 政権交代による景気回復に期待するものの、先行き不透明感が強まっており、消費者の様子見は当分続く。
		衣料品専門店（経営者）	・ 景気が良くなる要素は全くない。
		衣料品専門店（総務担当）	・ 消費者は最低限必要な物しか購入せず、来店客はあるものの買物につながらない。
		家電量販店（店長）	・ 衝動買いをする客が減少しており、小売商品でも必要に迫られた物以外は支出を抑える傾向が続いており、景気は当分変わらない。健康器具コーナーのマッサージ機を試す客は絶えないものの、成約には至らない。
		乗用車販売店（経営者）	・ 環境対応車への補助金が延長されるため、今後の需要期も新車販売は期待できる。一方、暫定税率の税率水準が維持されたため、中古車販売や点検整備の需要は低迷する。
		乗用車販売店（経営者）	・ 環境対応車への減税や補助金が延長されることから、当分は新車の売上には期待できる。
		乗用車販売店（経営者）	・ 環境対応車への補助金延長により新車の問い合わせは増加傾向にあるものの、成約台数は低迷しており、また受注の多くを低価格車が占めるため、収益の改善には時間がかかる。
		乗用車販売店（従業員）	・ 環境対応車への補助金が延長されたため、駆け込みの商談は減少する。
		住関連専門店（経営者）	・ 初売りなどでイベントの予定はあるものの、来客数の増加は見込めない。
		住関連専門店（経営者）	・ 客層が高齢者中心で先行きに不安があるため、厳しい状況は当分続く。
		その他専門店 [呉服]（経営者）	・ 固定客による呉服の売上は見込めるものの、一見客は売上につながらない。
		その他専門店 [酒]（営業担当）	・ 取引先では営業を強化する計画もあるが、景気の先行きが不透明であり、春先までは様子見が続く。
		その他専門店 [白衣・ユニフォーム]（営業担当）	・ 価格競争の激化で利益の少ない状況が続く。景気が回復する材料はみあたらない。
		その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	・ 需要期にある原油価格はしばらく高値安定が続くものの、景気の低迷で価格転嫁が難しく、さらに暖冬傾向が続けば需要の増加も期待できない。来年度予算に期待するものの、消費マインドは低迷しており、当分景気回復は見込めない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		高級レストラン（支配人）	・政権交代に抱いた期待は少しずつ薄れ、消費マインドが回復する兆しはみられない。
		一般レストラン（スタッフ）	・日経株価に見られるような大企業は徐々に回復しているものの、一般的な消費者はボーナスが減額されており、来客数の増加は期待できない。
		その他飲食〔弁当〕（スタッフ）	・郊外の大型流通店に客が流れているため、来客数の低下が懸念される。
		観光型ホテル（経営者）	・お祝いや趣味の会合などは先行予約があるものの、企業の予約が低迷している。
		タクシー運転手	・乗客からは失業や就職内定率などの不景気な話が多く、景気の回復には当分時間がかかる。
		通信会社（営業担当）	・先行きは不透明であり、景気回復の兆しはみられない。
		通信会社（営業担当）	・景気回復の要因がみあたらない。
		通信会社（営業担当）	・経済対策が具体的に実施されても、景気改善までには時間がかかる。
		通信会社（営業担当）	・景気が良くなる材料がみあたらない。
		通信会社（営業担当）	・景気対策などの先行きが不透明である。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・新規開店した低価格の飲食店には集客を期待するものの、既存店では呼び込みが必要なほど来客数が減少しており、商店街全体の来客数は減少する。
		商店街（代表者）	・政治状況は安定せず、公共料金値上げや補助金削減などの先行き不安から、商店街の景気は悪くなる。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・今後も消費者の節約傾向が続き、年度末にかけて高額酒類の売上は悪くなる。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・消費者の行動は既に節約をはるかに越えた水準にあり、今後消費者の買物は一段と慎重になる。デフレが進むと、景気は更に厳しくなる。
		百貨店（売場主任）	・景気の低迷により、消費者がますます消極的になり衣料品の買い控えを強めるため、単価の値下げに迫られる。
		百貨店（営業担当）	・先行きの不透明さから、二番底を懸念して消費マインドが低下する。
		スーパー（経営者）	・下落している1品単価の回復には時間がかかる。
		スーパー（店長）	・消費者の節約志向や生活防衛型消費が強まるため、既存店の売上は前年割れの傾向が続き、今後更に厳しくなる。
		コンビニ（経営者）	・新規導入のプライベートブランド食品で新規の客層は取り込めたものの、客単価、買上点数の低迷が懸念される。
		コンビニ（経営者）	・景気や個人所得の回復は当面期待できず、今後消費者の購買意欲は弱まる。
		衣料品専門店（経営者）	・ボーナス減額の影響は大きく、衣料品の節約はますます強まっていく。
		衣料品専門店（店長）	・所得の減少により消費者の生活防衛意識は強くなり、消費者の様子から売上の改善は当分期待できない。
		衣料品専門店（店長）	・デフレ傾向が続いてマザーニーズの商戦は期待できず、春物が本格化するまで売上は低迷する。
		家電量販店（店長）	・景気の先行きが不透明で、商品単価の低下や所得の減少などのデフレ傾向が強まる。
		乗用車販売店（経営者）	・環境対応車への減税や補助金の効果が続くため、当分新車販売台数は悪かった前年を大きく上回るものの、ハイブリッド車や低価格車など利幅の薄い車種への人気が高く、受注動向は予断を許さない。
		住関連専門店（経営者）	・今後も景気の良くなる条件がみあたらない。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・政治や経済への不安から、消費者の買い控えが続く。また、地域的に降雪量が街のにぎわいにつながるため、降雪の少なさは景気の不安要素になる。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・政府の景気対策の遅れにより、景気は一層悪化する。
		一般レストラン（経営者）	・例年に比べて繁華街の人通りや来客数が減少傾向にあり、当分厳しい状況が続く。
		一般レストラン（支配人）	・新型インフルエンザ流行が続き、地域経済が回復する明るい兆しはみられない。
		スナック（経営者）	・来客数が低迷しており、この傾向から年明け後は一段と厳しい状況が予想される。
		観光型ホテル（スタッフ）	・消費者の財布のひもは固く、得意先の営業でも値引き交渉や行事の取りやめが増えている。

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
		観光型旅館（経営者）	・円高の影響で海外旅行者が増加する一方で、デフレの傾向が強まり、来客数、客単価共に悪化する。
		都市型ホテル（経営者）	・宴会や新年会の予約はあるものの、消費者は金額にシビアなため、今後も客単価は低下する。
		都市型ホテル（スタッフ）	・新型インフルエンザの影響もあり、各種会合の開催数、参加者数共に予約が減少傾向にある。
		旅行代理店（店長）	・先行受注は、前年に比べて国内旅行が18%の減少、海外旅行が14%の減少と、前年割れの状況となっている。富裕層の得意客やリピーターへの営業を強化しているものの、景況感の低迷が予想されるため、効果はあまり期待できない。
		タクシー運転手	・景気悪化により消費者の財布のひもは固くなり、客の乗り控えが続く。
		観光名所（職員）	・個人客の減少傾向と予約が前年を下回っているため、売上の悪化が予想される。
		遊園地（経営者）	・子ども手当などの政策効果に期待したいが、節約志向などの消費トレンドは当分続く。
		美容室（経営者）	・デフレや政府の消費刺激策の効果に対する先行き不透明感が広がっている。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅に関しては安定した受注の見通しは立たない。
		悪くなる	商店街（代表者）
	一般小売店〔茶〕（経営者）		・ボーナスが出た消費者でも周囲を気にして買物を控える傾向が強まっており、飲食店などの来客数は減少傾向が続く。
	一般小売店〔医薬品〕（経営者）		・低価格志向が更に強まり、客単価、売上共に落ち込みが予想される。
	一般小売店〔雑貨〕（企画担当）		・ボーナス減額による先行き不安や企業の経費節減により、一段と消費マインドが低下する。
	百貨店（経営者）		・販売不振に対応した値下げは、デフレ傾向が強まるとともに企業の収益悪化と体力を奪うため、景気は一段と悪化する。小売業界、消費者共に危機感が蔓延して、消費マインドは当分回復しない。
	スーパー（経営者）		・失業率の上昇やボーナスの減額など消費者は厳しい状況にあり、1品単価、売上共に前年を下回る傾向が続く。
	スーパー（経営者）		・政府による景気対策は効果がみられず、デフレスパイラルの懸念が続くことから、年度末にかけて生活防衛型消費の傾向が強まる。
	スーパー（店長）		・買上点数は前年を上回るものの、来客数、1品単価共に前年を下回る傾向が続いており、売上の厳しい落ち込みが予想される。
	コンビニ（経営者）		・失業者の増加や就職先が見つからないため、地方の景気は悪くなる。
	コンビニ（経営者）		・競合店の出店により、来客数の減少が懸念される。
	コンビニ（エリア担当）		・セール品の拡販など店舗の努力では限界があり、来客数、客単価共に今後も悪化が続く。
	衣料品専門店（店長）		・景気の低迷で就職浪人が増加するため、フレッシュヤーズ商戦の売上は期待できない。
	その他専門店〔パソコン〕（経営者）		・商品の性能よりも低価格品を支持する傾向が強くなり、利幅の薄い製品ばかりが売れても利益につながらないため、経営は今後一段と厳しくなる。
	その他専門店〔靴〕（経営者）		・景気回復のきっかけはみあたらない。
	高級レストラン（経営者）		・海外の特需以外に期待できるものがなく、街中の雰囲気から景気は悪いままで推移する。
	一般レストラン（経営者）		・例年に比べて売上の減少が続いており、今後も回復の見込みが立たない。
	一般レストラン（経営者）		・景気や経済の動向から良くなる兆しがみられず、今後は悪化する。
	一般レストラン（経営者）	・来店客は周囲の工場で働く労働者が多く、リストラなどの危機感を強めているため、今後は一段と財布のひもが固くなる。	
観光型旅館（経営者）	・観光や旅行に対するマインドが急速に落ちており、正月以降の低調な予約状況からは、一段と厳しい売上が予想される。		
都市型ホテル（スタッフ）	・中心部にある老舗デパートや知名度のある書店の撤退により、同エリア内の当ホテルでもレストランなどで来客数の減少が懸念される。		

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	
		タクシー運転手	・病院などの公共施設周辺では安定した乗客が見込めるものの、それ以外では乗客が拾えない厳しい状況が続く。	
企業 動向 関連	良くなる	-	-	
	やや良くなる	建設業（経営者）	・年明け後のリフォーム工事や新築工事の受注が増えている。	
		広告代理店（経営者）	・蒲鉾業者などから年明け後の発注が増加傾向にあり、また高速道路料金引下げの効果で年度決算が前年を上回る企業がある。	
		金属工業協同組合（職員）	・コストダウンの要請は厳しいものの、2～3か月は半導体関係、医療関係共に好調が続く。	
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・景気の悪化が続き、土産物屋やレストランでは来客数、販売量共に低迷する。	
		食料品製造業（総務担当）	・秋に発売した新商品の動きは期待外れで、税改定などの業界関係の動きもないため、景気は当分変わらない。	
		食料品製造業（総務担当）	・販売経費の増加と価格競争が続くため、当分収益は低迷する。	
		木材木製品製造業（経営者）	・住宅需要の回復に時間がかかるため、当分販売価格は低迷する。	
		一般機械器具製造業（経理担当）	・当面先行きの不透明感は続くものの、前年から続く最悪期からは回復している。	
		建設業（従業員）	・当分、景気対策の様子見が続く。	
		輸送業（経営者）	・荷主の物量が増加する計画はない。	
		金融業（営業担当）	・景気の大きな変化要因はみあたらない。	
		金融業（広報担当）	・今後3か月の景気は、方向性を変える材料がない。	
		広告代理店（経営者）	・デフレの状況は続き、景気が好転する材料がない。	
		司法書士	・景気対策の影響が少ないため、今後も不動産取引は横ばいで推移する。一方、活況を示した過払い金請求は、債務整理の一巡により落ち着きを取り戻してくる。	
		公認会計士	・公共工事の減少や消費者の支出抑制等、2～3か月で経営環境が改善する要素がみあたらない。	
		やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・政府の戸別所得補償制度が示されたものの、詳しくはまだ不透明な部分もあり、先行きに不安がある。
			電気機械器具製造業（営業担当）	・大手企業では事業規模を縮小しており、その影響による中小企業の受注減が予想される。
			建設業（企画担当）	・一部業界に明るい兆しがあるものの、全体的には模様眺めの状態で設備投資の動きがなく、建設業界には当分厳しい期間が続く。
			通信業（営業担当）	・得意先からの厳しい条件提示に対応するため、社内の経費削減に迫られており、今後も予断を許さない状況が続く。
	悪くなる	農林水産業（従業者）	・なしやりんごが豊作となったため、前年同様に原価割れの懸念があり、農家の景気は一段と厳しくなる。	
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・受注量の減少や業者間の受注価格競争が激しく、取引先の業績も悪化しており、今後は収益、売上共に一段と厳しくなる。	
		広告業協会（役員）	・流通、情報通信、電力など広告費の減額が見込まれ、さらに広告市場が縮小傾向にあることから、広告業界の厳しさは強まる。	
		コピーサービス業（経営者）	・年度末にかけて官公庁の発注増加に期待するものの、市場動向からは悪化が予想される。	
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・小売店が年末の在庫を抱えており、小売店の経営は厳しさが強まる。	
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・取引先からは、年明け後も更なる値下げを求められている。	
雇用 関連	良くなる	-	-	
	やや良くなる	-	-	
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・多くの取引先は派遣の減員を検討しており、派遣よりも給料が安いパートへ採用を切替える傾向が強まっている。	
		人材派遣会社（社員）	・派遣先などで増産の計画はなく、また組織改編や労働者派遣法見直しなどもあるため、派遣社員は厳しい状況が続く。	
		人材派遣会社（社員）	・求人数の増加と失業者数の減少が無い限り状況は変わらない。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・周辺の企業で設備投資や新たな事業の計画はなく、新規求人を計画する企業は当分みあたらない。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年末にかけて企業倒産が懸念される取引先に大きな動きはないものの、今後も企業活動は低調に推移する。		

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
		職業安定所（職員）	・冬期間の求人数は落ち込む傾向にあるものの、企業求人への改善は期待できない。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は数か月横ばいで推移しているが、今後も注視する必要がある。
		職業安定所（職員）	・有効求人数は減少傾向が続いているものの、わずかながら新規求人数が3か月ぶりに増加に転じたため、有効求人倍率はわずかに上昇の兆しもみられる。
		職業安定所（職員）	・景気対策が遅れており、先行き不透明感が広がっている。
		職業安定所（職員）	・雇用形態の変化による求人数の減少など求人数が増加する要因がない。
		職業安定所（職員）	・景気が良くなる要素はみあたらない。
	やや悪くなる	アウトソーシング企業（社員）	・仕事量は増加しているものの、契約金額の値下げ要請が強まっているため、売上は悪くなる。
		職業安定所（職員）	・雇用調整助成金の新規利用や相談件数が増加しており、特に中小建設業者の申出が多く、国の新年度予算案でも公共事業費が大幅に削減されるため、当分厳しい状況が続く。
		職業安定所（職員）	・今後、正社員を対象とした解雇を計画している事業所がある。
		職業安定所（職員）	・新規求人数が減少に転じ、前年に比べても減少傾向が続いている。新たに雇用調整を実施する企業からの相談が引き続きあるほか、百貨店の閉店に伴う希望退職者の募集が始まっている。
悪くなる	人材派遣会社（社員）	・年度末で派遣を終了する取引先が予想以上に増加し、新年度向けの契約更新が難しく、企業の存続も危ぶまれる厳しい状況が予想される。	

3. 北関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連	良くなる	コンビニ（経営者）	・以前と比べて規模は縮小しているが、パレンティンやホワイトデー、更に卒業等の行事が控えているので、今以上に丁寧に細かく客を拾っていくよう心掛け、大胆な品ぞろえで挑戦していけば、数字はついてくる。
	やや良くなる	一般小売店〔家電〕（経営者）	・エコポイント関連商品の年度末の駆け込み需要が予想される。
		スーパー（店長）	・品ぞろえ次第で打つ手はあると考えている。
		乗用車販売店（営業担当）	・12月はあつという間に過ぎてしまったため成果を残すことができなかったが、次につながる話も2、3出てきているので期待したい。
		観光型ホテル（営業担当）	・スキー、スノーボード客は先々の伸びが期待できない。観光地であるため冬はオフシーズンとなり、宿泊部門は厳しい時期ではあるものの、地元の宴会やWebの施策はおおむね好調である。
	変わらない	美容室（経営者）	・12月の融資相談件数が非常に多くなってきている状況である。店を改装する人が徐々にではあるが増えてきている。
		商店街（代表者）	・将来の客の増加の見込みがなく、この先も苦しい。
		商店街（代表者）	・地元景気に先の明るさが見えない状況が続いている。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・安い品物が出回っていて客がそればかり買っているため、この先も購買力は上がらない。
		百貨店（営業担当）	・売上を落とし始めた11、12月から厳しい状況が続いている。今後もそう大きく変わることはない情勢である。
		百貨店（営業担当）	・景気はこのまま一進一退になる。ここまですべて前年比でマイナス傾向が続いているので、この傾向が更に3か月先も続いていく。
		百貨店（販売促進担当）	・ボーナスが減額される傾向にあり、所得も依然大幅に増えない状況の中で、消費はますます低迷する。特に高額商品の動きは悪く、低価格商品に走る傾向が強いため、百貨店の商品ではなかなか消費者の需要に対応できない現状であり、非常に厳しい。
		百貨店（販売促進担当）	・クリアランスセール時期に入り多少の期待感が持てるが、消費者の可処分所得が減少している事には変わりはなく、慎重な購買行動に変化はない。
		スーパー（総務担当）	・ボーナスが減額されたため、買い控えが今後も続く。
スーパー（経営企画担当）		・デフレや高い失業率など、小売業を取り巻く環境が改善されるとは思えない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（経営者）	・100円バリュー商品がかなり増えているため、売上が伸びない。
		コンビニ（経営者）	・現在の当店の状況から見ると、多分景気は変わらない。
		コンビニ（経営者）	・前年から比べてここ何か月間か同じ状況なので、今後もこのまま変わらない。
		コンビニ（店長）	・キャンペーンを打ったときの客の反応は戻ってきた。消え物を扱っているので基本的な売上状況は特別変わっていない。極端な変化もなさそうなので、今後もあまり変わらない。
		衣料品専門店（統括）	・消費者の買い控えや企業の節約、特に年始用のタオル等の売上が販売に響いている。商店街ではほとんど歩いている人がいない状態で、非常に不安である。とにかく景気が悪い。
		家電量販店（店長）	・エコポイントの継続期間と対象商品及びポイント付与の数がはっきり決まらなると消費の動向が見えない。
		乗用車販売店（営業担当）	・デフレの影響もあり、商談時の客の金額提示が無謀とも言える金額になっている。
		乗用車販売店（販売担当）	・こここのところ、新車を買う際のエコカー減税などが延長されるという話があるので、一時販売が止まっていたものが、また少しずつ売れ始めている。ただ、売れ始めているといっても、延長されるといって9月くらいまでは現状と変わらない。
		自動車備品販売店（経営者）	・地元企業の海外移転が目立ち、雇用者がかなり減っていて景気は低迷している。ただ、現在のところは前年と比較するとあまり変わっていないので、どちらとも言えない。
		住関連専門店（仕入担当）	消費マインドの落ち込みは継続的である。1～2月は平年でも消費の落ち込む時期なので、消費者の防衛意識がより強くなり、厳しい状況となる。
		一般レストラン（経営者）	・年始から2月までは新年会等で年末とあまり変わらずに客が来店する。
		一般レストラン（経営者）	・消費者の財布のひもが非常に固く、消費できない状況である。異業種の話聞いても、売上が伸びないとか仕事が無いとか、いろいろなこと非常に悪い状況が続いており、先行きも変わらない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・景気回復の兆しが身近では見えてこない。
		都市型ホテル（支配人）	・2月20日から始まる偕楽園の梅まつりへの期待がある。特に高速道路料金引下げで、休みの日には周辺から来る客が増えている。
		タクシー運転手	・当地区では慢性的にタクシーの台数が供給過剰になっており、運営協議会の場を設け一律減車の方向で話し合いが持たれており、冷え切った景気の現状からの出口が見えない。
		遊園地（職員）	・高速道路料金引下げにより休日の商圏が広がりつつあることはプラス要因として捉えられるが、一般家庭の所得減少によるレジャー支出抑制の影響が大きく、もうしばらくは消費単価の大幅な伸びが期待できない。
		ゴルフ場（従業員）	・来場予約が増えていない。
		競輪場（職員）	・他の競技、有馬記念も行われたが、売上高が伸びていない。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・近郊の客が高齢となり、家族から車の運転をさせないよう相談を受けることがしばしばあり、優良顧客が徐々に減りつつある。一方、若年層の顧客がなかなか増えない。
		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・隣の商業ビルの効果が少しずつ表れてくると思われる。隣の駐車場と当駐車場の相乗効果で来客数は増えてくると思われるが、サービス時間内で出庫する客が多く、客単価が上がらないので売上は変わらない。客がかなり顕著に時間にも敏感になっている。
		設計事務所（所長）	・今、建築業界もデフレ状態にあるが、それでも建てたいという人は収入の見通しがつかない人である。現在資金がある人は、もう少し様子を見ようとしており、建築を決意する人はほんの少数の限られた人か会社である。
		住宅販売会社（従業員）	・売上の先行指標である受注の低迷は、直接に収益の悪化につながることは間違いない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・ボーナスも出なかった上に正月で出費もかさんだため、消費者が財布を引き締め、2～3か月先は景気も戻らない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔家電〕 (経営者)	・卒業、進入学の季節を迎えるが、出費は最小限に抑えたいとの様子がかがえる。生活が安定していない中でも教育費は削らずにいた家庭も多かったようだが、限界にきている様子がみえる。明るい兆しの見えない中でのやりくりは厳しく、消費者の購入意欲は冷え切っている。
		百貨店(総務担当)	・各売り場で超目玉品が多く、単価の低下と、何よりも粗利の低下で粗利額が稼げないような状況である。活気もいつもの年と全然違い、やはり暗い感じがする。
		スーパー(総務担当)	・食品についてはここ数か月から数年来、単価が落ち続けているので、大きく伸びることは期待できない。衣料品関係についても冬物は12月で前半戦はほぼ終わっているので春物になるのだが、1、2月は基本的に春物は売れないので、やはり全体的に苦戦する。
		スーパー(統括)	・冬季賞与の減額やカットは、顧客の財布のひもを更に固くしており、2月ごろに2番底が来るなどの警戒感から、生活必需アイテムである基礎調味料などの動きが悪く、必要な物も我慢しようという傾向がかがえる。
		コンビニ(店長)	・12月の平均来店客数が10、11月を割ったのは店をオープンして以来30年の中で今回が初めてである。商環境は月ごとに悪くなっており、立地環境も今後ますます悪くなる。
		衣料品専門店(販売担当)	・このままずっと底が見えない状態で下り坂になる。来店する客は少ないながらもなんとか買ってくれるが、単価は下がっている。客は前倒ししてセールを行っても、飛びついてはこない。それぐらい先行きの不安でお金が使えない状況が続いており、今後もこのままの状況が続いていく。
		都市型ホテル(経営者)	・すべてが動かなくなっている。マスコミのあおりを受け、国民がデフレだと騒ぎ、同業者間でも意味のない値下げ合戦を行っており、ますます経営を圧迫している。今後もっと悪い方向に向かう予感がする。
		旅行代理店(副支店長)	・業界的な見解からは、良くなる要素が少なく、インフルエンザや地震等での旅行中止の悪条件が非常に多い。また、これだけの円高になると輸出企業の業績悪化が深刻になり、海外出張も減り、大幅な減収となる等、業界への影響は多大なものとなる。冬季オリンピックに期待しているが、反対に悪い要素でもある。
		旅行代理店(支店長)	・2～3か月後は卒業旅行等の学生マーケットが動くが、今の段階では海外に行くよりも、国内の旅行で済ませるような傾向が顕著に見られる。さらに団体旅行に関しては、2、3月は例年動きが悪くなり、現在の状況からすると来年もあまり良い動きではないので、今月よりも厳しくなる。
		ゴルフ場(業務担当)	・このところ天候が良いせいからか、入場者数は順調に推移しており、前年比を若干上回っているが、売上は伴っていない。1～3月は冷え込みが厳しくなることもあり。先の客の取り込みには苦労している。前年並みの入場者数、売上を確保するのは少し難しい状況である。
		ゴルフ場(支配人)	・冬季の営業は、人件費を抑えるために出勤調整を行ったり、営業形態を変えたりして売上減をカバーしているが、雪が降ると除雪費用が掛かるため、全体で費用の掛からない除雪方法を考えている。
		住宅販売会社(経営者)	・景気の見通しがかたず、顧客の買い控えが進んでいるが、中には現金預金を所有している顧客もいて、状況判断が難しい。顧客の要望はシビアになってきている。
悪くなる		商店街(代表者)	・最近では金曜日の売上が大変悪い。今までは週末の売上が取れていたが、これから気温が下がるのに比例して売上も減少する。
		コンビニ(経営者)	・派遣切りがまだまだ続いており、当店の周りは仕事のない人が大分多い。特に、工業団地が近くにあるため、それが顕著に現れている。
		衣料品専門店(経営者)	・季節感がないのでバーゲンセールのかげ時のタイミングがつかめない。
		乗用車販売店(販売担当)	・周辺観光地のホテル関係が伸びない限り、良くなる要素が全くない。12月には、大型ホテルの倒産、安売りホテルへの売却、再生機構に回された、といった話を聞いており、良い話が全く出てこない。今後はもっと悪くなる。
		一般レストラン(経営者)	・個人での来客数は伸びてはいるが、団体客、特に会社での飲み会はますます減少傾向にあり、来期の見通しも悪い。

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）	・これから新年会、歓送迎会があり、年間で一番忙しい時期に入るが、ますます景気は底をついていく。ホテルで一杯だと言っている地域に大手チェーンのホテルが参入してくるなど、非常に大変である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・来年当初も、今年と同じようにエージェント、旅行会社の予約が減ってきている。また、法人客に動きがないことが一番懸念される。ネット上での予約は大体例年通りであるが、単価を安くしないとなかなか顧客が獲得できない状況にある。
		タクシー運転手	・会社関係でも、客を社用車で送迎しているようであり、地方ではこれからタクシー利用者がいなくなるのではないかと危惧している。
		通信会社（経営者）	・既存得意先や新規顧客への販促企画提案を推進しているが、提案の内容が良くても、それを発注し動き出すだけの体力がユーザーになく、すべての提案が先送りされている。民間企業の経費削減で最初にカットされるのが広報費である実情が顕著に出ている。
		その他サービス [フィットネスクラブ]（マネージャー）	・近隣の商業施設等でのセールにだけ人が集まる状態で、デフレがどんどん進んでいき、通常の価格では販売しても売れない。
企業 動向 関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・今年の1～3月は売上個数、金額共に、前年比50%減少した。今度の1～3月については逆に売上個数、金額共に前年比200%強の状況になるので、非常に様変わりしている。人手不足をどう補うかが課題となっている。
	やや良くなる	プラスチック製品製造業（経営者）	・自動車部品の新しい部門の仕事が増えてきたので、良くなる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・不透明感は強いが3月までは現行の仕事量を維持、あるいは増やす予定の客が増えてきており、全体として低い水準ながらも良い方向に向かう。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・例年、この時期は受注の谷間に当たるので、店頭商品も含め、特注関係の受注予想はまったく付かないが、6年に一度地元で開催される大祭関連商品の自社店頭販売及びWeb販売での受注が多少期待される。
		一般機械器具製造業（経営者）	・相変わらずの横ばい状況になっている。
		金融業（経営企画担当）	・将来の生活に対する不安感が払拭されなければ、人々の意識は消費には向かない。国が様々な手当を出しても、それが貯蓄から最終的に国債に回るだけでは消費者心理や国家財政は一向に改善されず、人々はますます不安に駆られることになる。
		新聞販売店[広告]（総務担当）	・正月チラシの出稿は前年比95%である。量販店や商店はこれといった策が見つからないと嘆いており、積極的な策を検討する動きは見られない。司法書士は、仕事量が今年の半分以上になり、世の中の動きが止まっているようだと話している。
		その他サービス業[情報サービス]（経営者）	・取引先の多くは、まだまだ現有設備に余剰があり、新規投資は先になると思われる。経営者マインドも後ろ向きであり、厳しい状況は今後も続く。
	やや悪くなる	食料品製造業（製造担当）	・販売点数は増える要素がなく、むしろ補助金で何とか生きながらえていた業者が倒産し始めると、ますます物が売れなくなる危険がある。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・環境関係の予算減のために1～3月は仕事量がかなり少なくなる。予算取りの関係でも話が少ない。
		化学工業（経営者）	・何十年も続けてきたが、当社のオリジナルノートを客先へ送付することを今年から止めた。また年賀状、歳暮の見直しもしている状況の中で、価格の値引き要求の話が出てきている。3月の年度末に向けてまだ出そうな状況である。
		金属製品製造業（経営者）	・得意先から1～3月は仕事が少なくなると言われている。ただし4月からは良くなるという予定である。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・受注量が増えることはないので、この先も上向くようなことはない。
輸送業（営業担当）		・新年を迎えるに当たり、物量も例年落ち込み、景気に対して勢いのあるような材料が見当たらない状況である。新生活や新入学などの年度代わりや、子ども手当による一部の購買意欲が高まるのを待たなければならない状況である。またデフレによる荷主の利益の減少により、運賃の値下げ交渉も始まっている。厳しい状況は先行きも続く。	

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	
		金融業（調査担当）	・雇用、所得環境の改善の動きは弱く、デフレ状況が続いており、個人消費の改善も期待できない。製造業の受注も先行きの不透明感が強まっている。	
		金融業（総務担当）	・ここのところ落ち着いていた購入、受注金額の引下げ圧力が経費削減のために、また出始めており、取引先の収益が減少することが見込まれる。	
		経営コンサルタント	・経営不振の企業は撤退、廃業を余儀なくされ、生き残れる企業は業界内で競争が減ることによって辛うじて業績を維持するという、極端な二極分化が明確になると思われる。	
		悪くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・受注量が低下しており、受注価格も低価格になっている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・企業向けのボタン電話を生産している当社のメインの客先の営業担当が年末の挨拶に来た際に、リース対応がなかなか厳しく、売行きにつながらない、と話していたので、まだまだ悪くなる。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・1月もほとんど仕事の見通しが無い。今後についても、様子見の状況である。なお、3、4月は今のところ全く見通せない。	
		電気機械器具製造業（営業担当）	・年末のあいさつ回りを行ったが、各会社とも仕事量の減少、受注価格の減少、下落及び円高傾向と先行きを懸念する意見がほとんどである。	
その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・消費者のジュエリー離れが深刻であり、若者用ジュエリーについては景気の回復感、高級品ジュエリーについては株の高騰を期待するのみである。			
金融業（理事）	・取引先から預かる決算書の悪化から判断すると、景気のさらなる下向き傾向が進むものと思われる。			
雇用 関連	良くなる	-	-	
	やや良くなる	-	-	
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・住宅着工が少ないということもあり、住宅関連のほうは人手が余っているが、年末からのギフト関連、食品、衣料に活発さが見られるので、幾分期待は持てそうである。自動車関連等の部品関係での雇用が伸びてくればという期待感も持っているが、まだ予断を許さないところである。	
		求人情報誌製作会社（経営者）	・製造業は多少仕事量が戻っているところもあるものの、全般にはまだ景気が低迷した状態が続いている。	
		職業安定所（職員）	・求職者の中には人員整理や事業主都合による離職者が依然として多く、建設業からの離職者も目立ち始めており、雇用面での景気動向はさらに厳しくなる恐れがある。	
		民間職業紹介機関（経営者）	・業績が回復基調の企業と低迷する企業の二極分化が顕著になってきているが、多数を占めているのは低迷する企業である。	
	やや悪くなる	人材派遣会社（経営者）	・仕事が少ない。	
人材派遣会社（管理担当）		・抵触日を迎える取引企業が多くあり、今後の契約状況が不安である。		
悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・デフレスパイラル現象で、雇用なき景気回復基調である。3月には、内定が取れなかった新卒が社会に出る。収入なき集団の漂流は景気基盤の不安材料となる。		

4. 南関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	商店街（代表者）	・子ども手当が入れば、子ども関係の商況が良くなっていくのではないかと期待している。
		百貨店（販売促進担当）	・春へ向けた新生活の準備で出費がかさむシーズンで、購買はシビアになると予想しているが、年末の状況を見ると、必要なものには出費する傾向になっているので、説得力のある売り方ができるかどうかにかかっている。
		コンビニ（商品開発担当）	・タスポ効果のはく落の影響もなくなり、販売量、単価共に緩やかではあるものの上向きになってくる。
衣料品専門店（営業担当）	・近隣の駅ビルがリニューアルのため、当店のターゲットとするミセスゾーンの店がなくなり、客が流れて来ている。当店の品ぞろえのファンが増えているため、今後も売上が伸びる。		

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
		家電量販店（経営者）	・エコポイントの効果で駆け込みが予想される。引き続き大型テレビを中心に伸長が期待される。
		家電量販店（副店長）	・新商品の発売による単価の下げ止まり、新生活のまとめ需要による客単価上昇を見込んでいる。
		家電量販店（営業統括）	・消費に対して決してネガティブな反応ばかりではない。我慢にも限界があり、消費者もフラストレーションを抱え、消費のきっかけを待っているようである。価格競争は更に激化すると思うが、価値を感じてもらえる商品やサービスには必ず客が反応すると考えている。
		家電量販店（統括）	・エコポイントによるテレビの駆け込み需要がけん引する。4月以降は、エコポイント対象機種が減り、テレビの伸びが鈍るので、業績をけん引して来た柱のパワーダウンを何で補うかがポイントとなる。
		旅行代理店（営業担当）	・新しい企画の販売が始まり、集客が見込める。
		通信会社（営業推進担当）	・選ぶものの単価が少し高くなってきている。
		ゴルフ練習場（従業員）	・寒い時期に入り売上等は落ちていくが、客から感じる雰囲気からは、景気はやや上向きである。
		住宅販売会社（従業員）	・展示場への来場者数は、昨年同月より多少増加している。
		住宅販売会社（従業員）	・景気の見込みがこれから先はつきり見えてくるまでは、家を買いたいという客の動きは鈍い。しかし、今月は悪かったので、今月よりは良くなる。
	変わらない	商店街（代表者）	・週末や休日の天候さえ良ければ、当地域はそんなに悪くなることはない。ただ、天気が崩れると来街者が減り、世の中の不景気もあいまって直接数字に跳ね返ってくる。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・客に丁寧に勤めている商品は購入に結び付いている。引き続き、今現在のエコポイントの利用を勧めるつもりである。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・客がとてもしビアになっていて、じっくり見極めをしている。これからはしばらくはその状態が続いていく。
		一般小売店〔衣料・雑貨〕（経営者）	・デフレの状況下で、末端の小売業は今後も厳しく、更なる工夫が必要である。ただし、値ごろ感のある良い商品は売れている。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・特に変わったこともなく、横ばい状態が続く。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・年度末にかけて、ここのところなかった大口案件も含め、案件が出てきてはいるが、競争が普段よりも激しく、利益の確保が難しい状況である。
		百貨店（売場主任）	・来年の税制改正や手当支給が始まるまでは現状と変わらず、低価格志向のままの状態となる。
百貨店（総務担当）	・経済の不透明感から、買い控え、低価格志向は当分継続する。		
百貨店（総務担当）	・販売額の回復を期待できる要因が見当たらない。		
百貨店（企画担当）	・景気対策、雇用対策などは限定的であり、円高の状況も大きく変わらないなか、企業業績が上向くようにはならない。地域の世帯にとって消費を拡大する要素はなく、景気が上向くことはない。		
百貨店（広報担当）	・12月は都心店に若干の動きが見られたものの、地方店はまだ売上減の状態である。都心店についてもパブル崩壊後の回復期がそうであったように、月ごとに上げ下げを繰り返しながらが続くものと慎重にみている。今後の動きを見極める必要がある。		
百貨店（営業担当）	・来年度の政府予算案は決定したものの、景気回復の決め手がないという消費者心理が働き、しばらく緊縮状態が続く。		
百貨店（営業担当）	・百貨店のほぼすべての商品がデフレの影響を受けている。単価が客の百貨店で購買意欲をそいでいるため、当分厳しい状況が続く。		
百貨店（営業担当）	・商品単価の下落による売上の減少傾向はしばらく続くと思われるが、食料品を中心に来客数は一時期の落ち込みは脱している。客の心理からしても、1年以上も閉そく感が続いているため、徐々にマイナス幅は縮小されていく。今後は客単価の低下分を来客数でカバーする構図となる。		
百貨店（営業企画担当）	・米国の大手金融機関の破たんから1年以上経過し、そろそろ回復に向けた兆候がみられてもよいころではあるが、ボーナス削減等、消費者にとっての追い風はまだ吹き荒れており、引き続き買い控え傾向は続く。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業企画担当）	・賃金の低下による高額品離れや、ファストファッションやアウトレット等の競合拡大が今後も想定され、数か月での回復は見込めない。
		百貨店（販売管理担当）	・現在のところ来客数や単価などの回復傾向はみられず、2、3月の暖冬傾向から春物のジャケットやスプリングコートの需要も期待できないため、苦戦が続く。
		スーパー（経営者）	・客の買い方が非常にシビアで安い物、欲しい物でないと買わないという傾向が強くなっている。消費を刺激しても反応が鈍い。今後2～3か月は、例年でも良くならないが、更に悪くなるのではないかという気がしている。
		スーパー（店長）	・年末になっても客単価の上昇はなく前年を下回っている状況なので、良い方向へ向かっていくとは思えない。毎年の年末年始の支出を考えると、今後更に消費が冷え込むことも考えられる。国全体が不景気という印象を皆持っているため、本能的に自己防衛しているようである。
		スーパー（統括）	・来客数は前年並みだが、客単価がなかなか前年に届かず、売上が前年の額までいかない状態がずっと続いている。先行きも変わらない。
		スーパー（仕入担当）	・年末、年明けも必要な物をより安く求める傾向なので、単価ダウン、消費の冷え込みは今後も続く。
		スーパー（仕入担当）	・消費者は低価格志向へシフトしているが、決して安物買いではない。日々の生活で必要以上の量や商品を購入しない状況は今後も続く。
		コンビニ（エリア担当）	・本部で商品のプライベートブランド化や低価格化を進めており、買上点数の増加による単価及び売上の向上を狙うものの、周りの競争店も同様に動くため、結果として現状維持が目標となってしまう。
		コンビニ（商品開発担当）	・二番底リスク等が払しょくされない限り、消費が拡大する見込みが持てない。
		衣料品専門店（経営者）	・11月からチラシやダイレクトメールを連打し、冬物バーゲンをしていたので、1月以降の冬物販売はあまり期待できない。
		衣料品専門店（店長）	・現状の客の価格感度が2～3か月先に急激に変わるとは思えない。
		乗用車販売店（経営者）	・整備は順調に入っているが、販売があまり芳しくなく、前年比3割減となっている。10、11月は良かったが、環境対応車購入補助金制度の6か月延長の決定を受け、客が慌てて購入しなくなっている。
		乗用車販売店（経営者）	・補助金の効果が薄れてきており、チラシ等の反応がない。
		乗用車販売店（営業担当）	・まだまだ買い控えが続いているようで、ボーナス商戦という言葉が懐かしく聞こえるくらいである。
		乗用車販売店（渉外担当）	・来客数が変わらないなか、新規客が特に少ない。この状況下で販売は相変わらず低価格車の割合が多く、売上単価及び利益単価が低く、収益が伸びない。
		乗用車販売店（総務担当）	・新年に向けて販売量の増加を見込んでいるが、顧客の懐はまだ固い。
		乗用車販売店（販売担当）	・環境対応車購入補助金制度が9月末まで延長されたが、建築関連ではトラックの買い控えは相当ある。一方、トラックは環境助成金の金額が結構大きいので、それをあてにして買っているケースもある。プラスとマイナスが入り乱れ、結果としては変わらない。
		乗用車販売店（販売担当）	・買換え客のほとんどが補助金対象の低年式車を所有しており、それ以外の客は乗換えは少ない。今までは7年くらいで乗換えていた客も、車検を取って乗ることが非常に多くなってきている。
		その他小売〔ゲーム〕（統括）	・3月は卒業シーズンでもあり、書き入れ時である。各社で大型タイトル発売の予定もあり、業界全体としては前年並みにいけば良いとの観測が多い。
		高級レストラン（支配人）	・企業の業績の良い、悪いが当店の利用状況にもはっきり表れている。また、比較的業績の良い企業でも、極力経費の節減に努めているのが分かる。
		一般レストラン（店長）	・客の様子を見てみると、来客数同様、単価も非常に悪いので、もっと悪くなるのではないかという感じを受ける。
		都市型ホテル（スタッフ）	・この先も景気が良くなるといった要素が見当たらない。

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
		都市型ホテル(スタッフ)	・宿泊客は安い料金が出るのを待っている様子で、料金を下げて人数は前年並みまで稼げると推測できるが、売上は前年には及ばない。レストランも、予約客以外の当日来客が伸びない状況が今後も続く。宴会は、婚礼客に対してイベントや特別料金を出して予約人数は前年を少しオーバーしているが、一般法人宴会の予約人数が前年比で約5%程度追いついていない状況で、会社全体としては大きくは変わらない。
		旅行代理店(従業員)	・業務性渡航チケット販売が主力のため、世間の観光性渡航(パッケージツアー)の好調は実感できない。企業業績の早期回復を強く期待したい。
		通信会社(営業担当)	・インターネットサービスについては、大手他社のキャッシュバックキャンペーン等に押される状況が続くことが予想され、今後も契約数は今月並みに留まる見込みである。
		通信会社(営業担当)	・今後もCSアナログ停止予定局が順次出る計画であり、それに伴う解約が圧迫要因となるため、変わらない。
		通信会社(総務担当)	・デフレが進んでおり、景気が明るくなる兆しが全く見えない。
		通信会社(支店長)	・ユーザーが価格に非常に敏感になっており、料金プラン等の見直しをする客が増えてきている。
		通信会社(営業担当)	・他社の新サービス開始の影響で、しばらく解約数の増加が続く。
		観光名所(職員)	・これから観光地については閑散時期を迎えるため、12月とほとんど変わらない実績でいく。
		ゴルフ場(従業員)	・現在、景気の影響で営業成績は悪化している。低迷という意味で、変わらない。
		ゴルフ場(支配人)	・2~3か月先の予約状況は、今のところ例年並みの入り具合となっている。
		パチンコ店(経営者)	・今は良くない状態なので、もう少し先は良くなって欲しいが、以前に比べて客はお金を使わないことが習慣となっている感じがする。あまり期待ができないので、今のまま変わらない。
		競馬場(職員)	・11、12月共に前年度並みで推移しており、この傾向は続く。
		その他レジャー施設[スポーツ施設](支配人)	・昨年並みのウインタースポーツ来場数の割に、レストランの売上が上がっていかない。コンビニで購入したおにぎりなどを食べている姿も目立つ。クリスマスや年末年始などのイベントを控え出費を抑えていると思われるが、今後、特に良くなる要素も見当たらない。
		その他レジャー施設(経営企画担当)	・引き続き消費者は価格にシビアであり、少しマインドが改善したからといって油断できない。弾力的な価格戦略のもと、ニーズの高いイベントを継続的に企画していかないと、客はすぐに離れていく。
		その他サービス[保険代理店](経営者)	・デフレが続く、ますます廉売店同士の競争が激化している。小さな商店等、特に小売店は閉店に追い込まれ、商店街が無くなっていく。
		設計事務所(所長)	・足踏み状態が続く先への進展がなく、また要素もない。
		設計事務所(職員)	・短期間に上向き要素が見当たらない。
		住宅販売会社(従業員)	・年度末に向かって売主業者の決算対策物件に動きが出るが、2~3か月先は、金利、税制等、特に変化がないようで、景気はこのままやや良い状況で変わらない。
		住宅販売会社(従業員)	・住宅版エコポイント制度導入の発表や贈与税非課税率の拡大により、住宅取得意欲の意識が高まるかどうかである。
		その他住宅[住宅資材](営業)	・今の状況が良くなったり悪くなったりする要因がない。
	やや悪くなる	一般小売店[茶](経営者)	・12月の総売上は、歳暮商品が売れなくなり、前年比18%減少となっている。贈答品をお互いに控えてしまっているようであり、今後はやや悪くなる。
		一般小売店[文房具](経営者)	・周りからは景気が悪いと聞いている。当店でも年賀状の印刷が終わり、1月になると元の状況に戻る関係で、やや悪くなる。
		一般小売店[家具](経営者)	・12月ということで今月は忙しいが、今後の景気は悪くなる。相変わらずデフレ傾向であるし、客の反応から見て、高い物は売れない。
		一般小売店[茶](営業担当)	・インフルエンザが流行り、お茶でのうがいが見直されそうだったが、今冬も売上にはあまり影響はない。むしろ販売量は下がり、急須で飲むよりお茶のペットボトル化が進みそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（総務担当）	・企業の業績が良くならない限り、当店の顧客の可処分所得も増えていかない。賞与も含めてだが、雇用面でもかなりマイナスの強い環境で、今後も当面の間は改善しない。
		百貨店（広報担当）	・株価はやや持ち直してはいるものの、円高傾向は是正されず、製造業は苦境が続く。そうなると、後追いで景気が回復する小売業、特に百貨店は相当期間、景気回復は見込めない。
		百貨店（営業担当）	・婦人服、紳士服、服飾雑貨における防寒衣料関連は気温が低下しても低迷しており、個人消費が一層冷え込んでいる。1月のクリアランスセールも売上増進は望めず、しばらくこの状況が続く。
		百貨店（販売促進担当）	・年度末に向け、業績の厳しい会社の淘汰があるので、不景気なニュースが流れれば流れるほど、不景気感が漂う。
		スーパー（統括）	・ボーナス支給額の減少、及び景気先行きの不透明感がある。
		スーパー（営業担当）	・競合店の安売り合戦が急に激しさを増しており、デフレを実感できる。政府のこれからの景気対策がないと、さらに景気が落ち込む可能性がある。
		コンビニ（経営者）	・当業界は、数年前までは年末年始はコンビニしか空いていないという独占的な市場を持っていた。しかし年々、様々な他業種が24時間営業をしたり、正月からスーパーが開いたり、利便性が良くても重要性が減ってきている。そのようななかでコンビニエンスストア自体の数も増えており、来年はまた少しずつ苦勞するのではないかと思っている。新規の事業、取組もあまり効を奏さず、なかなか難しい局面になっている。
		コンビニ（経営者）	・毎日のように来ている客が大勢いる。その中の工事関係者は、仕事が少なくなり、年末は早く終わる予定で、年始も仕事があるかないか分からない状態だとよく言っている。
		コンビニ（店長）	・クリスマスケーキ、おせち、年賀状、歳暮、年越しそば等の予約状況は前年比をクリアしたが、他の商品の動きは依然として悪い。やや悪くなる。
		衣料品専門店（営業担当）	・デフレ基調のため、高級品の売上が少なくなり、中級品または特価品に売上が傾いている。
		住関連専門店（統括）	・景気が良くなる様子が全体ではなかなか見当たらず、このまま悪い状態が続く。現状維持というのも苦しい状況で、もう少し悪くなる。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・改正薬事法施行で客による薬局のすみ分けが進み、薬剤師不在だとあまり選ばれなくなっているため、人員体制を整えることが必要である。さらに春の花粉症予測が例年より減少すると言われているので、マイナスからのスタートと考えている。
		その他専門店〔雑貨〕（従業員）	・今後バレンタインやフレッシュスタートのようなイベントはあるが、クリスマスの時期もあまり反動が見られなかったため、これらの時期も同様である。
		一般レストラン（経営者）	・潜在的消費力は感じられるが、客の間で経費節減の会話がよく聞かれることもあり、外食には向かい風とを感じる。
		タクシー運転手	・12月の減少から見ると1、2月は期待できず、先行きに不安を感じる。客がタクシーを利用するよう、他社とのサービス競争により、客の確保が必要になる。
		タクシー（団体役員）	・タクシー適正化・活性化法の施行により、各地の適正台数が示されるが、具体的には来年4月以降と思われる。現在の供給過剰が解消されるまでは、まだまだ厳しい。
		通信会社（営業担当）	・地上デジタル放送の追い風でまだ消費者ニーズはあるが、顧客の財布のひもは固い。
		通信会社（管理担当）	・ケーブルテレビという嗜好品は、今後、生活必需品優先というトレンドの中で苦戦が予想される。
		遊園地（職員）	・暫定税率の税率水準が維持されることや高速道路無料化路線の限定など、レジャーにはマイナス要素が多く、来客の支出抑制傾向はまだ続くとみられ、消費単価の伸びはまだまだ厳しい。
		その他レジャー施設〔ホール〕（支配人）	・近隣の大型ショッピングセンターは独自の努力もあって、売上はほぼ前年並みになっている様子である。しかし、生活関連の消費とは違って趣味等に向けられる財布のひもは固くなっているようで、しばらくは厳しい状況が続くそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他レジャー施設 〔アミューズメント〕 (店長)	・話題作公開が相次いだ映画をきっかけに好調となっているが、今後は施設に集客できる話題作映画も多くないため、アミューズメント自体では来客数が前年比でなかなか増えず、厳しい状況が続く。
		その他サービス〔学習塾〕(経営者)	・冬期講習の価格を下げたが、外部生が一向に入ってこない。景気が悪い。
		その他サービス〔福祉輸送〕(経営者)	・年度末に向かって、この年末の景気の状態があった上で、更に企業が設備投資に回る等の方向がない。福祉の世界でも、大きく給付が増えることは期待できないので、良くない。
		その他サービス〔学習塾〕(経営者)	・塾の月謝を払うのは大変そうだが、冬季講習生の人数は前年比3割増で伸びるといふ、不思議な現象が起こっている。
		設計事務所(所長)	・仕事量の激減と、非常に融資等も厳しくなっているなかで、客の方で投資や建物を建てるという状況にはならない。
		設計事務所(所長)	・この不況はまだ続く。明るい兆しは全然ないので、大きな期待は寄せられない。
	悪くなる	一般小売店〔和菓子〕(経営者)	・いろいろな営業の話等を聞いても、大変厳しい経済状況ということが伝わってくる。客の買い方等を見ても、厳しい感じが伝わってくる。
		一般小売店〔家電〕(経理担当)	・客の様子を見ても、ボーナスはカットされるし、公務員以外は安定して給与を支給されている感じがしない。
		一般小売店〔食料雑貨〕(経営者)	・出店過剰のため、大型店舗の営業時間、定休日を規制して自由競争に歯止めを掛けないと、利益の出ない商売を続けることになる。
		百貨店(店長)	・全体商況が悪いなか、各社は競争のごとく早期値引きを仕掛けてさらに価格ダウンに拍車を掛けている。衣料品でいえば、春物の最盛期に対し価格が通用せず、一層の価格破壊が進むと考えられる。また、各取引先の経営状況を含めて、ブランドの見直しや出店凍結、撤退などマイナス要素しか聞えず、ますます景気及び消費が悪化する。
		スーパー(経営者)	・客の財布のひもが非常に固くなっている。極力最低限のものしか購入しない。
		コンビニ(経営者)	・客数減と客単価の下落は今後も続く。なにしろ将来の展望が見えないので、一般の消費活動は非常に低迷に向かう。
		コンビニ(経営者)	・販売単価、買上点数が共に下がり、上昇の兆しが全く見えてこない。
		衣料品専門店(経営者)	・様々な要因があるが、ボーナス等も少なくなっていて、就職率も良くない。一般の人は財布のひもも固く、必要最低限のものしか買わない傾向が今後も続く。
		衣料品専門店(経営者)	・何か購買に結び付く活気が欲しいが、デフレ感の強い沈滞ムードで冬物処分が不安である。このままでは、特に2月商戦に大きく売上低下が予想される。
		衣料品専門店(店長)	・ボーナス商戦という、年末の売上ピークそのものが無い。これは民間の賞与支給が無し、または激減したことが原因である。買い控えというよりも、更に深刻な「買物あきらめ」が進行中だと感じる。
		その他専門店〔服飾雑貨〕(統括)	・年末商戦を迎え、本来であれば来客数及び客単価の動向が上向く傾向にあるが、客数のみで単価に変動がなく苦戦している。
		一般レストラン(スタッフ)	・良くなる材料は全くない。12月だから普通の月より良くなり少し悪い程度だったが、1月になったらもっと悪くなる。
		都市型ホテル(支配人)	・先々の販売単価も下落している。
		タクシー運転手	・年末で本当に忙しかった日は22日の1日だけだった。例年ならば、15日過ぎに賞与が支給され、忘年会で世間も活気が出るころだが、この年末はその様相が全くなかった。産業界も良い兆しがみえないなか、タクシー界が良くなるわけがない。
		タクシー運転手	・ようやく当業界も若干減少幅が減ってきてはいるが、依然として2けた減から1けた減という状況である。まだ底を打つという感じがせず、これからも低迷が続く。
		タクシー(団体役員)	・12月で少しは客の利用が多くなると思っていたが、3か月ほど前の利用数と変わりがない。年明けには、少しは景気が良くなってくれない限り、更に落ち込むと思うので心配している。
		通信会社(経営者)	・先の受注がみえない。

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	
		美容室（経営者）	・商店街30店舗で年末売出しをやったが、約25～30%の売上減が続いており、これからも悪くなっていく。	
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・買物客が減り続けている。	
		設計事務所（所長）	・今のところ民間の動きが全くないなかで、役所の仕事の量もかなり減っていることを考えると、今後の動きについては全く予想がつかず、厳しくなる。	
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）	・1～3月にかけて多少大きな引き合いが固まってきているので、2、3月は予算消化の範囲内で仕事が出る。	
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・4月まで動きが続いていれば少しは本当に回復したということになると思うが、まだ動きが出てきたのは1か月だけなので、様子見である。	
	変わらない	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・若干の明るい判断材料はあるが、接客をしていて印鑑の客単価という部分では変わらない、今までどおりか、場合によっては安いものを指定する客が見受けられるので、そういった部分で変わらない見通しである。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・仕事量が大幅に増えるというような状態にないので、変わらない。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・良くなるような気配はこここのところずっと見当たらない状態が続いている。	
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・2009年度中は好転する要素がない。2010年度より少しずつ良くなるかと見ている。	
		通信業（広報担当）	・中小、零細企業の経営環境は、当面厳しい状況が続く。	
		通信業（総務担当）	・販売活動を活性化させたことで販売数を増加させたが、活動見合いの販売数に止まり、販売拡大につながる波及効果には至っていない。	
		金融業（審査担当）	・デフレの影響からか、大手量販店が価格先導者であるため、地元小売店は安価な商品しか売れず、収益が相当圧迫されている。	
		金融業（支店長）	・取引先の仕事の受注に関しては、まだ景気対策等の成果は表れておらず、売上等も通常の4～5割と低迷している。金融機関の条件変更等、倒産もまだ多く、2～3か月先もさほど変わらない。	
		不動産業（総務担当）	・不動産賃貸業以外は明るさがみえ始めていると聞いているが、賃貸部門は賃料を多少下げても需要がない状況にあり、もうしばらく厳しい状態が続く。	
		経営コンサルタント	・ある中小企業相談会で同席した金融機関担当者のお話では、この年末の相談会では返済の繰り延べに関する案件が圧倒的で、新規融資についての相談は例年になく少ないという。先々の不透明感から、借入を増やすより月々の支出を何とかして抑えようという所に重点を置いているのである。経営者たちは、この先が見えにくいという状況が当面続くと読んでいる。	
		税理士	・消費につながる材料は見当たらない。	
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・株価が少し上がってきているが、雇用の減少が続くので、大企業が潤って中小企業が疲弊している。	
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・12月末現在、受注量が若干下降傾向となってきた。このため、年度末の転居が多い時期になるまでは市場が活性化してくる見込みが少ない。	
		やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・企業は経費を考えて、外部に発注するものと、自力でできるものとの仕分けをしているようで、今後ますます仕事の量は減っていく。
			化学工業（従業員）	・建築関連の商品の動きが非常に悪く、1～2か月先の受注もなく、先行きが全く見えない。
			プラスチック製品製造業（経営者）	・年明けから3月までは例年でも動きが鈍くなるのに加えて、抱えていた大きな仕事の一部海外生産に切替えとなったことも重なり、見通しは更に厳しい。
			金属製品製造業（経営者）	・例年29日である仕事納めを26日に変更した。仕事が無いため、操業以来初めての措置である。年初の仕事もほとんど無く、景気は悪い方に向かっている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・新商品の開発に取り組んでいるが、金と時間が掛かる割には成果がなかなか出ない。今の景気では、本当に売れるのかどうかも分からない。	
	精密機械器具製造業（経営者）	・大企業が3月決算黒字化に向け、購買を抑えてきている。円高、株安不安による不安感がある。		

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
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・大手自動車会社から下請に対して、30%のコストダウンの要請があり、下請、孫請等が大変になる。
		その他製造業〔ゲーム〕（経営者）	・景気好転の材料が見当たらない。
		建設業（営業担当）	・入札などの金額を見ていると、会社を運営するためにやむを得なく金額を標準価格より下げている企業が多くなっている。
		広告代理店（経営者）	・この不調が止まる要因が見つかるようには思えないため、やや悪くなると評価せざるを得ない。
		広告代理店（従業員）	・固定していた売上数量、金額共に減少傾向が見られる。
		経営コンサルタント	・景気対策が不十分である。需要が喚起される気配がない。
		税理士	・米国での販売状況が悪いため、特に日本の大手自動車メーカー等でも業績が落ちている。中国、東南アジアでは技術が求められ、売上が増えている。しかし、全体から見れば、北米の単価の高い高価なものが売れるより、中国、東南アジアの値段は少し安いので、利落的にはきつい。二番底とも言われているが、このままの状態がまだ続く。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・公共事業が伸び悩み、すぐには業績回復はできない。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・デフレ状態が続いており、持ち直すはずの年末年始にも期待できないことから、その影響は2～3か月後に出てくるので、良くなるとは思えない。
	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・年明けからメーカー系工場を中心に、更なる稼働状況の悪化が予想される。	
	悪くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・良くなっていくであろうという要素、見通しが見当たらない。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・良くなる要素が見当たらない。この状況がいつまで続くか、全く検討がつかないなかでは、悪くなるとしか答えられない。
		金属製品製造業（経営者）	・国内生産量を増やしていかなければ、日本の製造業は壊滅状態となる。国内分の生産と輸出ができるような政府からの対策が欲しい。このままでは国内分も輸入されることになり、価格競争で安くし、デフレスパイラルに陥ってしまう。
		金属製品製造業（経営者）	・国として将来どのような方向に行くのかが分からず、大手製造業の生産計画が立てられないようである。立てたとしても、国内ではなく外国に流れていくような状態である。当社に来ている仕事は価格が下がる一方で、採算が取れる状態にはない。
		建設業（経営者）	・消費者の購買意欲がなく、又は様子見の感じが強く、低迷する。
		建設業（経理担当）	・商談中の案件そのものが少なくなってきている。改修工事の見積が多く、新築案件はほとんど無くなっている状態である。
		輸送業（経営者）	・悪くなることを願っているわけではないが、身の回りでは良くなる話は決してない。
		輸送業（経営者）	・年末年始の取扱量の減少は大変厳しいものがあり、今後2～3か月先は更に減少することが見込まれる。
		輸送業（総務担当）	・1月からこのままの出荷で行けば、少なめの計画の60%程度しか達成できない。年度末にかけて、資金繰りに苦慮している。
金融業（従業員）		・どの会社も売上自体は減少傾向になり、コストカットも限界に来ている。実際に当社でもコストカットを続けてきたが、それでも難しく、支社の閉鎖を決定した。この現象は、取引先でも同じである。	
金融業（渉外・預金担当）	・国内、国外共に不確定な要素が多過ぎる。		
不動産業（従業員）	・住宅等をローンで購入した客の、前回の7月及び今回の12月のボーナス払いが滞ってきている。購入希望者も、そのようなことを心配しての買い控えの気配が多く感じられる。		
雇用関連	良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年明けは良くなるのは例年のことなのだが、全く予想がつかない。客によっては新規事業の展開等を計画をしている所もあるが、相当厳しい状況である。ただ、1～2月にかけて多少そういう所が増えてくるので、少し望みはある。何とか、もっと良くなってもらわないと困る。
	やや良くなる	人材派遣会社（支店長）	・4月ごろから、派遣から直接雇用に変換する企業が増えてきてはいるが、派遣活用で繁忙状況に対応する企業が少しずつ増加してきている。

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
変わらない		求人情報誌製作会社（営業担当）	・米国の大手金融機関の破たん直後の前年第4四半期も、わずかではあるが第3四半期に比べて回復した。景気の底打ち感はある程度実感できているので、昨年度のような流れが続く。
		人材派遣会社（営業担当）	・一般市場の景気回復後に、人材市場における景気回復の波が押し寄せてくる。しかし、今後の労働者派遣法改正によって極端に人材派遣市場は縮小する懸念がある。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・人材採用の予算は当面縮小傾向である。仮に来年、景気が回復へ向かっても、採用費が増えるとは思えない。来年一杯厳しさは続く。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・年末の人材採用の動きが大きく鈍化している。年明け以降の動きについても、現段階で判断できないと答える企業が多い。
		求人情報誌製作会社（編集担当）	・12月は例年求人が増える傾向にないが、更に減少している感じである。ただ、飲食関係や小売販売などで暮れの多忙期のための臨時スタッフと思える求人がいくつかあり、業種によっては動きがあるようである。
		職業安定所（職員）	・雇用調整に関する助成金の申請事業主の多くは零細な製造業であり、一部の事業所においては、幾分か受注により休業規模に若干の縮小が見られるが、まだ受注は一時的なもので、本格的な表れではない状況が続いている。
		民間職業紹介機関（職員）	・3月に決算期を迎える企業が多いなか、事業や採用の来期計画策定に慎重になっており、まだ上向きになっていくという想定をできる状態にはないという所が多い。かつ、円高進行によってメーカーを中心に、第3四半期の結果が思わしくない可能性もある。
やや悪くなる		学校〔短期大学〕（就職担当）	・企業等が来年の採用見通しも立たない、との声も聞こえてくる。
		人材派遣会社（支店長）	・労働者派遣法改正の国会審議次第だが、一部企業の派遣離れが出ている。派遣を頼まず今いる社員でカバーするか、低賃金のアルバイト等で代替する動きが出てきており、派遣市場の見通しが不透明である。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数は若干増えていたが、12月末での契約終了が多く、3月末での契約終了も多いことが予測される。
		職業安定所（職員）	・依然として企業による雇用調整が見受けられ、早々に雇用吸収できるだけの回復は期待できそうにない。家計収入減による消費低迷、企業業績悪化、採用控えやリストラ等、悪循環である。
		職業安定所（職員）	・雇用調整助成金の申請が、要件が緩和されたこともあって、かなりの件数を維持している。
		職業安定所（職員）	・消費者金融関係のリストラが数社行われており、再就職援助計画書においても3月末に解雇又は希望退職予定と届け出られている企業が多い。また、求人賃金については前年同月と比べて下限額の平均は100円程度の減少だが、上限額の平均は12,000円程度減少しており、人件費の削減が進んでいる。
		職業安定所（職員）	・政府のデフレ宣言で雇用者数が減少することが予想される。また、新規求人数が大幅な増加に転じない限り、雇用情勢の厳しさは回復しない。
		職業安定所（職員）	・新規学卒求人が昨年の半数となっており、非常に厳しい状況である。高卒の就職内定状況も約6割と低調であり、非常に厳しくなっている。
悪くなる		学校〔専修学校〕（就職担当）	・次年度の採用計画において、採用数の減少、見送りが増加している。
		人材派遣会社（業務担当）	・例年閑散期に入る年初時期となることに加えて、物量の絶対的な落ち込みを感じている。

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 (広報担当)	・新卒採用情報を扱っているが、企業の新卒採用予算は1年前に策定される。つまり、次の新卒採用予算は昨年、米国の大手金融機関の破たん以前に策定されたものが消化されている状態である。破たん以前に組まれた予算ですらこの窮状のため、破たん後に各企業が組んだ予算で来年に臨むと、当社は壊滅的な経営危機となる。

5. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	一般小売店〔土産〕 (経営者)	・デフレに慣れた消費者は、お金が掛からない観光地を好むようになっている。そのため、伊勢の観光客は今後も増える。
	やや良くなる	百貨店(企画担当)	・12月後半以降、客の購買意欲は上向いている。実際に売上は底を打っており、今後は若干ながら上昇に向かう。
		百貨店(販売担当)	・来客数の増加は見込めないが、1人当たり単価が上昇してくる可能性はある。同質化、価格競争の反動で、今後は本当に価値ある物、他にはない物を吟味して購買する傾向になっていく。そのため、各業態の役割分担が十分に機能すれば、少し上向きになる。
		コンビニ(エリア担当)	・節分の恵方巻きの予約状況を見ると、動きが良くなっている。景気回復への期待感を感じる。
		乗用車販売店(経営者)	・年度末に向けて、多少の動きは期待される。ただし、新卒者の内定率の低さなど、不安材料もある。
		乗用車販売店(従業員)	・新卒者が社会人になる時期であり、補助金制度延長の話題も出ている。増販が見込める時期であるため、大いに期待できる。
	変わらない	住宅販売会社(従業員)	・住宅版エコポイント制度が決まり、年始から客足は良くなる。
		商店街(代表者)	・客単価が低いままであるため、この状況では景気が良くなることは判断できない。
		商店街(代表者)	・駅前の商店街では例年この時期の販売量は増えるが、今のところ増えそうな兆しはないため、今後もあまり変わらない。
		商店街(代表者)	・エコポイント制度の延長は歓迎する。ただし、客との会話では、来年も景気回復は見込めず、欲しい物も辛抱するという話題が多い。
		商店街(代表者)	・今は耐えているが、来年に入って廃業や企業倒産がやや増えそうに感じられる。デフレも急速に進行しており、少なくとも良くなることはないと思われる。
		一般小売店〔自然食品〕(経営者)	・客の様子を見ると、春までは買い控えが続きそうである。年明けに景気が良くなる雰囲気は感じられない。
		一般小売店〔酒類〕(経営者)	・消費者が外食する機会が増えて、酒類の販売量が増える可能性は見出せない。
		一般小売店〔惣菜〕(店長)	・一部では景気回復が伝えられているが、個人消費の回復は感じられない。非製造業にとっては厳しい状況が続く。
		百貨店(企画担当)	・今後も消費者のマインドは変わらないが、前年比で見た場合の好不調は、実需期とモチベーション期とで変わりそうであり、月毎に波があると予想している。タイムリーな品ぞろえや提案によって、売上の確保を図るしかない。それらの対策によっては、これ以上の景況悪化は避けられるかもしれない。
		百貨店(企画担当)	・12月の売上を見る限りでは、下げ止まりが感じられる。しかし、特価の前倒しやクリスマス商戦といった特殊要因による影響も大きいと、この1か月間の動きだけでは、今後売上が回復すると自信を持っては言えない。それほどまでに、2008年秋以前と以後の客の消費動向は大きく変化しており、消費意欲は大幅に低下している。
百貨店(経理担当)	・今後も、相変わらず厳しい状況が続きそうである。		
百貨店(売場主任)	・財布のひもは相変わらず固く、衣料品の買い控えは今後も続く。		
スーパー(店長)	・低価格、低単価を求める傾向は依然として強く、もはや当たり前になってきている。さらに、競合店舗の出店やチラシ価格の低下なども厳しいため、単価の低下に伴う粗利益の減少が経営を苦しめる傾向は今後も続く。		

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
		スーパー（店長）	・商圏内の世帯数と比べて競争相手が多すぎるため、既にバイの奪い合いをしている状況にある。今後も、どこかが撤退しない限り、良くはならない。
		スーパー（営業担当）	・自動車産業では稼働状況が多少回復しつつあるものの、依然として景気は悪化の方向へ向かっている。
		コンビニ（企画担当）	・夏のボーナスも冬のボーナスに続いて減少する見込みである。また、国債の増発に伴い将来の増税が懸念されるため、閉そく感がある。ただし、名古屋市では市長が変わり、今後少し期待があるとのことである。
		衣料品専門店（経営者）	・これまで洋服は、季節を先取りして購入されていた。しかし4、5年前からは、実需がある時期にしか買い求められなくなっている。加えて景気の悪化に伴い、購買意欲が全くない状態が今後も続く。
		家電量販店（店員）	・テレビ以外の販売量は伸びていない。また、テレビも単価が低下する傾向にある。
		乗用車販売店（従業員）	・来年9月まで補助金制度が延長されても、今年の夏ほどの効果が得られるのか心配である。
		乗用車販売店（従業員）	・期待できる要素はない。ボーナスもあまり出ない様子であるため、先行きに不透明感がある。
		乗用車販売店（従業員）	・来年になっても、これといって新たなキャンペーンは予定されていない。
		乗用車販売店（従業員）	・来年2月以降は、フルモデルチェンジされる新型車両の販売が期待できる。エコカーの補助金制度は来年9月まで延長されるようなので、3月までの駆け込み需要はなくなったが、来年9月までは現在の販売条件が続くため、新型車効果に伴う店頭での来客数の増加と販売量の増加により、市場は多少なりとも盛り上がる。
		一般レストラン（スタッフ）	・新規の客が、相変わらず増えていない。常連客の注文も、単価は高くない。今後もすぐに景気が良くなるとは思えない。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数を見る限りでは、現状並みが続く。
		旅行代理店（経営者）	・海外出張や旅行は、日本から海外への出国のみならず、海外から日本への入国の促進も早急に行わなければ、景気の浮揚は難しい。また、中部国際空港の減便も大きく影響している。
		旅行代理店（経営者）	・まだまだ気を抜けない状態が続く。どんどん仕事が入ってくる状況にはなく、円高も続いており、景気が回復する要素は考えにくい。
		旅行代理店（従業員）	・旅行代理店に足を運んで旅行を申込み客は、よほどのヒット商品か大イベントが目的の客である。しかし、冬季オリンピックの観戦ツアーはさっぱりであり、上海万博も今のところ問い合わせはそれほどない。今後もツアーが売れるか疑問である。
		通信会社（営業担当）	・来年度における新サービスの導入エリアの拡大についても、予算の都合があるため、思うように展開できない。
		通信会社（開発担当）	・今後、回線種別の契約変更はある程度見込まれるが、通信回線全体では現状並みで推移していく。
		テーマパーク（職員）	・周辺のスキー場でも、来場者数、客単価共にあまり良くないと聞いており、今後も厳しい状況が続く。
		ゴルフ場（企画担当）	・良くなる要素、悪くなる要素共に、特に見当たらない。今後の来場予約も順調に入っているため、雪がなければそこの売上を見込める。
		住宅販売会社（従業員）	・すぐに回復する要素は見られない。今後も、少しずつデフレは進んでいく。
	やや悪くなる	一般小売店〔電気屋〕（経営者）	・今後は季節要因がなくなり、販売単価も低下してくるため、良くならない。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・現在のところ、企業努力によって売上を何とか維持しているが、常に何かを仕掛けていかないと、あっという間に落ち込んで行きそうな危うさがある。今後の景気は、更に冷え込む。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・地域の景気はどん底にあり、客はお金を持っていない。必需品は売れても、単価は上がりにくい。薬局は新型インフルエンザの流行でなんとなく忙しいが、客を動かす対策を打たないと厳しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔食品〕 (経営者)	・今年の月別の売上をみると、上半期は前年比プラス20%前後で推移していたのが、夏から年末に向けて低下し、12月はなんと前年並みといった状態である。今後は前年を下回ることも考えられる。デフレによって、景気が悪い状態が今後続く。
		一般小売店〔贈答品〕 (経営者)	・贈答品の購入は、家計や企業の金銭的な余裕によって左右される。今後も家計、企業に余裕はなく、交際費を縮小して、お金の動きがない状態が続く。
		百貨店(営業企画・販売促進担当)	・セールの長期化によって、消費者は低価格に慣れてしまっている。クリアランス月でも、盛り上がりは前年と同様には見込まれず、来客数、客単価共に低下することが予想される。
		百貨店(販売担当)	・12月はクリスマスギフトの需要や催事、メーカーによる買得品の投入等によって、まずまずの実績であったが、クリアランスが終了し、新入学、就職の時期になると、実績を上げることがかなり困難になると思われる。
		スーパー(経営者)	・客の様子を見ると、今後もデフレが続くことに加えて、所得も減少するため、景気は良くならない。中小企業の80%以上では、まだまだ売上が伸びず、雇用者の給与も減少している。
		スーパー(経営者)	・今後も売上が増える要素は全くない。
		スーパー(経営者)	・当地域はオートバイや自動車の生産関連企業が多く、これまでは外国人が多く居住していたが、今は全くなくなってきている。販売価格も大幅に低下しており、今後明るくなる見通しは全くない。
		スーパー(店長)	・景気対策が見えてこないため、客の財布のひもは非常に固く、必要最小限のみの購入となっている。業界では競合が厳しく、単価の下落が顕著であるが、商品は売れていない。利益率も縮小しており、非常に厳しい状態に向かっている。
		コンビニ(経営者)	・歳暮商戦では、値頃な価格帯の商品が早期に品切れになった。今まで通常の商品を贈っていた客が、10~15%引きの商品を選んでくれる様子も目に付く。景気は本当に悪くなっており、今後も厳しくなる。
		コンビニ(エリア担当)	・全体的には変わらないが、店舗単位で見ると、近隣に競争店の出店が予定されている店舗もある。そうした地域では、これから更に厳しくなる。
		コンビニ(店長)	・季節要因もあり12月は回復傾向にあったが、1、2月は来客数が増加せず、単価も低いままになる。
		家電量販店(店員)	・海外の景気は持ち直しつつあることが報道されているが、国内の物流や単価の動きを見ると、やはりデフレ傾向にあり、下向きである。客の節約志向は今後も続き、売上を維持することは難しい。家電、自動車のエコ商品の減税、補助金の効果も薄れつつある。
		乗用車販売店(総務担当)	・自動車購入の減税、補助金効果は、今後薄れてくる。
		住関連専門店(営業担当)	・公共工事は少し増えつつあるが、来年は減少する。また、民間の設備投資による工場建設の見込みも小さい。住宅についてはエコポイント制度などによって増加する見込みであるが、全体の冷え込みの影響で、建築関係は厳しくなる。
		一般レストラン(経営者)	・今後良くなる要素はない。客の多くは自営業や製造業に携わっているが、今後もそれらの景気回復は見込めないため、更に悪くなる。
		その他飲食〔仕出し〕 (経営者)	・購買意欲のある客が堅実志向に変化している割合は、更に拡大している。当分の間、厳しい状態が続く。
		旅行代理店(経営者)	・良くなる材料は見られない。冬季オリンピック、サッカーワールドカップのいずれも、ビジネスチャンスにつながる要素はない。上海万博をどう生かすかが、今後の課題である。
		旅行代理店(従業員)	・例年ならば、雪祭りへの旅行申込に活気が出てくる時期である。しかし、今年はまだ動きが悪い。
		タクシー運転手	・大手自動車メーカーが下請業者に対して納期の短縮や価格の大幅な削減を要求しており、タクシー利用は減少している。今後の更なる落ち込みが懸念される。
		タクシー運転手	・相変わらず給料は増えておらず、デフレの話題が多く、失業者も多い。今後もなかなか良くなることはない。
		テーマパーク職員(総務担当)	・旅行会社の年末賞与が減るなど、所得が減少するとの情報を周辺でよく聞くため、今後も更に厳しくなる。
		理美容室(経営者)	・客からは、まだ景気は良くならないとの話を聞いている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・レンタル商品を整備し品質で頑張っても、卸単価の上昇により、大手卸会社との競争には勝てない。
		設計事務所（経営者）	・企業案件が圧倒的に少なくなってきている。計画案件が少ないため、2、3か月後の仕事につながらない。
	住宅販売会社（企画担当）	・補助金等が導入されるが、実施は先になるため、それまでは上向きにならない。	
	その他住宅投資の動向を把握できる者〔室内装飾業〕（経営者）	・今月は年末需要で若干良くなっているが、来月以降は見積などの引き合いもなく、低調になりそうである。	
	悪くなる	百貨店（販売担当）	・セール品以外はなかなか売れない時代になっており、デフレを肌で実感している。今後は一段と厳しくなる。
		スーパー（経営者）	・中小の小売店の話では、店頭においても消費者からは購買意欲が全く感じられず、商品が全く売れないとのことである。年明け後も非常に厳しくなる。
		コンビニ（店長）	・ターゲットにしている60～70代で少し金銭的な余裕がある人々の財布のひもが固くなっていて、今後も高額商品は売れない。今の政権運営に将来不安を感じているため、なるべくお金を使わずに生活しようとしている気がする。
		コンビニ（店長）	・100円の自動販売機を併設しているが、売上は減少している。デフレが浸透しており、100円でも買得感はなくなってきている。今後は一段と厳しくなる。
		コンビニ（商品開発担当）	・今まではなんとか耐えてきたが、いよいよ持たなくなってきている。新年度には、ボーナスを含めて賃金体系が悪化する企業も増える感じがする。今後は、今以上に悪化する。
		その他専門店〔貴金属〕（店長）	・不況が染みついて、身を飾る物よりも生活費といった生活防衛意識が出てきている。そのため、消費者は商品や価格に非常にシビアになっており、今後売上が上向き気配は全くない。
		高級レストラン（スタッフ）	・12月に入ってからの客足は、日を追うごとに弱くなっている。客単価も前年割れが続いており、先行きも好転する兆しはない。
		一般レストラン（従業員）	・例年ならば12月は月別売上の上位にあるはずが、今月は前年同月比で約55%になっている。今の店に勤めて10年になるが、これほどの落ち込みは初めてであり、極めて深刻である。今後も一段と厳しくなる。
		スナック（経営者）	・客との会話では、来年はますます悪くなるとの話が多い。周囲でも、年明けに店を閉めるという話を何件か聞いていて、来年はますます厳しい年になる。サービス業は良くなる兆しが見えないため、皆生き残るために必死になっている。
		観光型ホテル（販売担当）	・2～3月の受注は、さっぱりである。閑散とするなか、余剰になった従業員の配置等に今から頭を悩ませている。
		都市型ホテル（営業担当）	・政府のデフレ発表以降、不景気は更に広がっており、購買意欲はかなり落ちている。企業だけでなく個人にも広がっているため、今後は一段と厳しくなる。
		パチンコ店（経営者）	・客単価は極端に低下しており、今後も一段と厳しくなる。
		美容室（経営者）	・12月でこれだけ景気が悪く、来客数も少ない。1、2月にもっと寒くなり、雪が降ったりすると、客層の高齢化が進むなか客足は更に悪くなるため、売上は増えない。
		理容室（経営者）	・どの客に聞いても、景気の悪い話は全く聞かれない。財布のひもは、非常に固い。まだまだ景気は良くなりそうにない。
		設計事務所（経営者）	・仕事量の動きを見る限りでは、先行きが見えない。
		住宅販売会社（経営者）	・所得が少なくなって、銀行からの融資が受けられず、住宅購入ができない人は更に増える。
住宅販売会社（従業員）		・増改築する際にも、自己資金で行おうと考える人が多くなっている。もう少し待とうという人も増えてきている。今後は一段と厳しくなる。	
企業動向関連		良くなる やや良くなる	-
	輸送用機械器具製造業（品質管理担当）		・取引先企業及び同業他社の動きを見ると、今後はやや良くなる。
	輸送用機械器具製造業（総務経理担当）		・来年3月までは、完成車メーカーからの発注量が増えたとの計画が入っている。ただし、4月以降の計画は不透明である。
その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・来年4月ごろまでは、今の状態が続く。電気自動車関連の動きが早まって、産業が活性化する可能性もある。ただし、設備投資関連は非常に厳しい。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
変わらない		紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・受注量は底を打っているが、今後増加する傾向にはない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・窯業界の景気の先行指数となる住宅着工件数は、平成21年5～7月の197047戸に対して、平成21年8～10月には188050戸とわずかに減少している。ただし、その動きを見ると、8月は6万戸を割り込んでいるものの、9月には6万戸を回復している。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・生産量はあまり変わらないが、取引先はどれも販売価格の低下に苦しんでいるため、値下げ要求や他社製品の使用を検討している。取引先は以前と比べて取引実績にこだわらなくなっているため、受注を維持するためには、コストダウンが必須になってくる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・主力の自動車、電気機械共に、エコ製品の補助金等の延長によって、来年3月までは変化がない見通しである。ただし、需要の前倒しの観測から、本格的に景気回復するとの声は聞こえてこない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・前年に比べれば改善方向にあるが、しばらくは様子見が続く。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・減税、補助金の効果が続く来年6月ごろまでは、現在の状況が続く。
		輸送業（経営者）	・在庫が増えないように、実需に応じた生産に取り組む製造業が多い。そのため、今後も消費の底上げがない限り、物流量も増えない。また、倉庫への寄託荷物の増加も期待できない。
		輸送業（エリア担当）	・前月から引き続き、自動車関連の設備投資の仕事がない状況にある。取引先も、小さな物品の受注はあっても大きな受注は全くないと話している。橋りょう等の輸送もストップしていて、いつ動き出すのか先が見えない状況にある。
		金融業（企画担当）	・コスト削減に止まらず、売上が増えてこない、企業の利益は増えてこない。また、人件費の削減もあり個人の収入は減っているため、個人消費は今後も伸びない。以上により、景気は当面横ばいが続く。
		不動産業（開発担当）	・今後、劇的に需要が回復するとは思えない。住宅版エコポイント制度も、効果を期待していない。
		行政書士	・顧問先企業では、今後も現状を維持するので精一杯である。
		会計事務所（社会保険労務士）	・顧問先企業では、3月ごろまでの仕事の予定が入っている企業はあるが、それ以降は白紙状態である。今後良くなる材料はない。
		その他サービス業〔広告印刷〕（従業員）	・今後数か月で、状況が変わる要因は見つからない。
		やや悪くなる	
印刷業（営業担当）	・身の回りの客も取引先も、景気は良くない。この状況を見ると、今後の景気はもう少し悪くなる。		
化学工業（企画担当）	・来年の前半までは、底が見えない状況が続く。デフレも加わり、企業、消費者共に収入の減少が見込まれる。		
金属製品製造業（従業員）	・プロジェクトの動きは鈍く、仕事量が回復する兆しはない。		
一般機械器具製造業（経理担当）	・大口の発注会社からも、来期中の回復は期待できそうにないとの情報がある。経費の削減等、更に厳しくなる状況を覚悟しなければならない。		
電気機械器具製造業（経営者）	・現状において受注量が若干増加しているのは、ある程度の在庫を確保しておくことが目的である。そのため、年度末に向けて販売が増える見通しは立っていない。		
建設業（営業担当）	・従来からの仕事がなくなり、新規の仕事が入ってこないため、今後良くなることはない。悪くなる方向しかない。		
金融業（従業員）	・取引先からは、今後半年間ほどは生産が増えることはなく、むしろ悪化すると聞いている。		
広告代理店（制作担当）	・景気の悪化に伴い、広告費は真っ先に削減される。明るい見通しはない。		
会計事務所（職員）	・自社で経理や決算にまで対応する企業が増えてきており、各社の経費節減には拍車がかかっている。税理士が関与する範囲は、次第に狭くなりつつある。		
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	
		鉄鋼業（経営者）	・本年度の政府の補正予算も、1～3月に仕事として出てくるまでにはいかない。今後はますます先細りである。	
		金属製品製造業（経営者）	・引き合いの減少などが続いている。今後の景気は、更に悪くなる。	
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・来年の自動車生産の計画台数は、下方修正されている。景気が上向く兆しはない。	
		不動産業（経営者）	・資金化が急務のため、早期売却を希望する物件はまだ多い。	
		不動産業（管理担当）	・名古屋地区全体で、オフィスビルの空室率は高くなっている。賃貸単価も低下する一方であるため、今後も良くならない。	
		経営コンサルタント	・雇用対策がまだ出ていないため、今後も住宅の購入意欲が回復するとは考えにくい。また、入居者の給与水準が下がっているため、一般のアパートでも家賃が払えない状況が増えている。名古屋方面では、アパートやマンションを一棟ごと売り出す案件が見られる。こうした状況のため、地価が回復する見込みもない。	
		公認会計士	・大手自動車メーカーによるコスト削減計画により、先行きに不安がある。	
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・製造業以外の取引先でも、案件の規模縮小や単価の削減が増えつつある。	
		雇用関連	良くなる	-
		やや良くなる	人材派遣会社（経営企画）	・今後は、緩やかながら、アウトソーシングの量は増えていく。
		変わらない	民間職業紹介機関（支社長）	・採用再開の動きが出始めているため、今後はやや良くなる。
			人材派遣会社（経営者）	・求人の動きはほとんどない。たまにあって、条件が非常に高く難しく、単価も下がっている。
			人材派遣会社（支店長）	・業種によって求人の回復傾向は異なるが、製造業関連からの引き合いが少ないため、回復は当面難しい。自由化業務からは引き合いがあるものの、派遣法の改正を控えているため、今後も予断を許さない。
			人材派遣会社（社員）	・中高年の求職者が増えているが、次の転職先がなかなか決まらないため、雇用状況は全体的に改善していない。この状況は今後も続く。
人材派遣会社（営業担当）	・デフレによって物の流れが鈍化しており、派遣業務の伸びも全く期待できない。			
求人情報誌製作会社（企画担当）	・4月までは見通しが立たない。			
求人情報誌製作会社（編集担当）	・求人社数に増加は見られず、今後も厳しい状況が続く。			
新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・年明け以降の求人広告数を見ると、改善傾向が続いている。			
職業安定所（所長）	・雇用調整助成金の支給申請件数は横ばいであり、今後も厳しい状況が続く。			
職業安定所（職員）	・製造業関連の雇用が増加しない限り、景気は良くならない。			
職業安定所（職員）	・会社都合による離職者数は、通常に戻りつつある。しかし、まだまだ中小企業では、余剰人員の雇用調整がある。雇用調整助成金の申請件数も、相変わらず高水準である。新規雇用が広がるにはまだ時間が掛かる。			
職業安定所（職員）	・景気の先行き不透明感から求人数は変わらないものの、求職者数は今後も増加する。			
民間職業紹介機関（職員）	・求人数は、まだ前年同月比8割である。多くの企業では、業務の見直しを続けている。今後も派遣契約の満了に伴う契約の打ち切りが出てくると思われる。求人数の増加に力強さは感じられない。			
学校〔専門学校〕（就職担当）	・9月以降、県下の高校の進路部に出向しているが、特に製造業からの求人が件数、求人数共に激減しているとのことである。厳しい状況は、今後も続く。			
学校〔大学〕（就職担当）	・企業の新卒採用は、景気の先行き不透明のため、なかなか決まらない。			
やや悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・3月末の契約満了時に派遣契約を打ち切られることが、多く発生する可能性がある。		

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
		アウトソーシング企業 (エリア担当)	・労働者派遣法の改正案が提出される見込みのため、派遣先企業は今後、派遣利用に抵抗を感じる懸念がある。また、来年3月ごろの契約期間の満了を機に、派遣契約を打ち切る事例がちらほら見られるのに対して、契約更新する事例はまだ見られない。
		新聞社 [求人広告] (営業担当)	・新卒者対象の就職ガイダンスへの企業参加数は、前年に比べて半減している。特に中小零細企業の採用活動は、大幅に減っている。このままでは、大卒の就職浪人が多く出そうである。
		職業安定所 (職員)	・景気の先行きが読めないため、求人には至らない企業が多い。欠員が生じた場合に補充の募集は行っているが、増産によるものではない。企業の話では、今後は更なる生産調整も予想される。
		職業安定所 (職員)	・不況は昨年末から1年以上も続いており、各種助成金で従業員の解雇等を回避するよう支援しているが、廃業等に伴う正社員の解雇が増え始めている。
	悪くなる	職業安定所 (職員)	・年明けには例年、新規求職者数が大幅に増加する。しかし新規求人数の増加は期待できない。周辺企業からは、景気は以前よりも悪くなっており、この先も受注の目処が立たないとの声を多く聞いている。

6. 北陸 (地域別調査機関: (財)北陸経済研究所)

(- : 回答が存在しない、 : 主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	一般小売店 [精肉] (店長)	・ギフト需要が全くなく、単価の低下がみられる現状の店頭 の状況と比較すると、今後は上向くと見込まれる。
		百貨店 (売場担当)	・セールでの来客数が増加する見込みである。
		高級レストラン (ス タッフ)	・少人数接待や個人利用が伸びないものの、団体の新年会の 予約は例年並みに推移する見込みである。
		通信会社 (社員)	・追加経済対策の効果、アジア向け輸出の好転などプラス要 因が期待される。
		通信会社 (営業担当)	・2月までは悪くなると思うが、3月は来客数も増えて景気 は良くなる。
		通信会社 (営業担当)	・進学や引越などに伴い機種を変更する機会が多いため、 売上増加が見込まれる。
	変わらない	商店街 (代表者)	・ボーナス支給を取り止める企業も多く、消費拡大につなが るような明るい話題がない。年明け早々一斉にバーゲンが始 まるが、例年並みの売上維持は難しい。
		百貨店 (営業担当)	・春物の立ち上がりの時期になるが、商品単価に対する客の 目は厳しく、価値に納得できる商品、価格に納得できる商品 しか購入しないので、前年と比較すると価格設定は1割から 2割低くせざるを得ない。
		スーパー (店長)	・良くなる要素も悪くなる要素も見当たらず、消費者の購買 態度は最低ラインにきている。
		スーパー (店長)	・消費を刺激する具体的な施策が不明瞭で、実生活につなが る景気上昇が不透明な状況である。生活防衛型消費動向は継 続し変わらない。
		コンビニ (経営者)	・スーパー等他の業態がコンビニの利便性を取り入れ始め、 現在のコンビニの形態そのものが問われている。
		コンビニ (店長)	・クリスマスや松の内が過ぎると、財布のひもが固くなるの は毎年のことであり、この傾向に変化はない。しかし、現状 の水準が悪いだけに、これ以上悪くなることは考えられな い。
		家電量販店 (経営者)	・エコポイントが2010年12月まで延長されたことにより、当 面、今の状況が続く。
	家電量販店 (店長)	・景気回復に必要な起爆剤がなく、変化の見込みがない。	
	乗用車販売店 (経 理担 当)	・3月あたりまでは前年を上回る実績を伴うことができ、今 期中は受注残でしのげると予想している。	
	その他専門店 [医薬 品] (営業担当)	・依然として若者の購買意欲は衰えていないものの、中高年 の財布のひもが固い。不安感から消費は伸びないであろう。	
	一般レストラン (ス タッフ)	・子ども手当と関係のない家庭では、増税等の将来に備え ボーナスの残りは貯蓄に回したり、独身女性でも年明けの バーゲンには行かないとの声があり、不必要なものは買わ ない節約志向は当面続くと考えられる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光型旅館（経営者）	・年末年始にかけても、正月料金を外した前後の安価な日に予約が集中している。新年会などの予算も前年より安くなっている。
		観光型旅館（スタッフ）	・予約数は、1月は前年比117%、2、3月は同85%、姉妹館は、1月が同106%、2月が同88%、3月が同147%となっている。予約状況を見ると単価が安い姉妹館の方で改善傾向がみられる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・利用客低迷が続いており、回復感が感じられない。まだしばらくは厳しい状況が続きそうである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・予約は弱く、前年のような勢いが感じられない。
		旅行代理店（従業員）	・不況感が一巡した感があり、新型インフルエンザが落ち着けば回復傾向が期待できる。
		旅行代理店（従業員）	・企画見積案件の数も上がってこないため、1～3月の動きに活発さが感じられない。4月の年度明けまで景気動向の好転は期待できない。
		テーマパーク（職員）	・周辺の宿泊施設などによると、依然として団体、グループ、個人の客の予約状況は厳しい。
		その他レジャー施設（職員）	・売上高は横ばい状態であり、会員の新規入会状況及び地元企業動向から判断して早期での景気回復は期待できない。
		住宅販売会社（従業員）	・個人消費が伸びない現状では、住宅版エコポイントが市場の活性化にどれだけ役立つか不透明である。
		住宅販売会社（従業員）	・平成22年度の住宅贈与税について住宅取得資金贈与の非課税枠拡大案も出ているので、景気向上に期待したいが、現状では確定しないため変わらない。
やや悪くなる	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・ボーナスの減少やデフレ傾向の強まりなどにより、消費は低迷し売上は減少する。	
	百貨店（売場主任）	・デフレ状況が地方にもあらわれており、年末、年始の需要が過ぎた頃から一気に消費に陰りが見えるようになるであろう。	
	百貨店（営業担当）	・バーゲンに関して消費者の関心は「いつからどのブランドがどれだけ安くなるのか」から「この商品が一番安くなるのはいつなのか」に変化しており、客は妥協してでも、一番安い時期に安い商品を購入しようとしている。生活防衛意識が高いなか、こういった購買行動はしばらく続く。	
	スーパー（店長）	・ボーナスの減額も伴い、歳暮関係は非常に動きが悪い。年末間際に売り出す商品も動きが鈍化している。	
	コンビニ（経営者）	・近隣に最近オープンした競合店の影響がまだまだ続くと見込んでいる。	
	家電量販店（店長）	・地上デジタル放送化対応でテレビの販売台数は好調だが、単価も低下しており、薄利多売となっている。	
	乗用車販売店（経営者）	・必死の企業努力は続けるが、何よりも先行きの透明化には期待したい状況である。値引きや補助金等での拡販は消耗戦でしかない。	
	乗用車販売店（経営者）	・状況が悪いという声が多く、様子見の状態だという事をよく耳にする。	
	自動車備品販売店（従業員）	・高速道路料金問題も不透明でETCなどの需要が大きく落ちている。電器関連商品も買い控えが見られ先行き不安定な状況である。	
	その他専門店〔酒〕（経営者）	・価格低下の悪循環に収まる気配はなく、さらに悪くなることを心配している。	
	タクシー運転手	・節約志向が強くなっているので、ますます利用客が少なくなる。	
	通信会社（職員）	・生産性の高い製造業など、大手企業が景気のけん引役となり、大幅な回復が数値で確認できるまで、この状態はしばらく続く。	
	通信会社（役員）	・現在のような家計収入の減少が続く限り、契約者数の回復は期待できず、今後とも厳しい傾向が継続すると予想している。	
	競輪場（職員）	・売上額、来客数、購買単価、どれを見ても下降傾向にある。	
	住宅販売会社（従業員）	・会社の休業や業績不振による先行き不安感から、10月より解約が毎月1～2件出始め、着工そのものも一時延期や棚上げして欲しいとの要望案件も出てきている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
	悪くなる	住宅販売会社（従業員）	・例年12月は展示場来場客数は減少するが来場はあった。今年は週末の展示場来場客がほとんどなく、今後の契約件数はさらに減りそうである。また、1件あたりの単価も下がってきている。	
		一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	・個人消費は回復の見通しが立たず、中堅以上の飲食・宿泊関係の破たんが続き、業界全体で疑心暗鬼になっている。	
		一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	・3、4月は業界では繁忙期であるが、取引先を回っても、来年はどうなるかわからないとの会話があり、先行きが不安である。	
		衣料品専門店（経営者）	・セールの前倒し等が顕著であっても、前年実績を超えられない状況がある。翌月以降のセール本番を考えると全く期待が持てない。	
		衣料品専門店（経営者）	・毎年年末に優良顧客リストを作成しているが、従来の売上ラインを超過した客数は前年比30%減少している。第一位の客への販売額は約40%低下している。	
		住関連専門店（店長）	・今の状況では、良くなるとは思えない。良い材料もなく、兆しが見えない。	
		スナック（経営者）	・「年末まで何とかやってきた」「先に仕事がない」「仕事があっても40～50%引きでやっている」など客の話を聞くと、先が見えてこない。	
		タクシー運転手	・12月が良かったため、このままの状況を維持するのは難しい。節約傾向の定着や新年会等の自粛などもあり、よくない見込みである。	
企業動向関連	良くなる やや良くなる	-	-	
		繊維工業（経営者）	・デフレや円高などの不安要素が強いが、輸出を中心に受注面の動きが期待される。	
		一般機械器具製造業（総務担当）	・円高が是正される方向に向かっているので、海外の受注が動くと思っている。	
		通信業（営業担当）	・中小企業の中でも大きい事業所から徐々に設備投資の意欲が出てきた。	
			司法書士	・充電スタンドなど、新しい事業を始める動きがある。
	変わらない	食料品製造業（企画担当）	・量販店がプライベートブランド商品の強化というように低価格品に力を入れており、販売単価が継続的に下がっている状況が今後も続く。	
		繊維工業（経営者）	・衣料については、2～3か月先の計画が読めない状況が続いている。非衣料については、目先の見通しはある。	
		化学工業（総務担当）	・当社営業担当者からは、現在の状況が2、3か月続くと予定・計画していると聞いている。	
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・住宅版エコポイント制度が確定すれば、景気浮揚のきっかけになると考えられるが、この先3か月、6か月先では現状と変わらない。	
		一般機械器具製造業（経理担当）	・現在の受注状況がこれまでの数か月と変わらない状況である。	
		電気機械器具製造業（経理担当）	・客先の決算期を控え、設備投資意欲や新製品開発意欲が低迷しており、しばらくは厳しい状況が続く。	
		精密機械器具製造業（経営者）	・春先に向けての新商品については量産時期に入るため、かなりの受注量を抱えているが、旧商品、特に国内商品に関しては厳しい状況が相変わらず続いていく。	
		金融業（融資担当）	・各種税金面の効果の薄れおよびデフレの更なる深刻化が懸念される。	
	やや悪くなる	不動産業（経営者）	・個人間の不動産取引に期待をしていたが動きが鈍く、さらに法人の取引も全く動きが鈍い。	
税理士（所長）		・円高の影響で大企業、輸入関連業種の景気は悪くないが、下請の製造業や建設業、国内に基盤をおいている販売業などは、厳しい環境にある。輸入を取り巻く環境によって格差が見られる。		
悪くなる	金属製品製造業（経営者）	・受注の入り具合は悪化傾向にある。		
	建設業（経営者）	・2009年度補正予算の執行停止による発注量の減少と、国土交通省の2010年度概算要求の前年度比14%減により予想される国発注の公共事業の減少とのダブルパンチを受け、3月ごろには受注難から倒産の危機に見舞われる業者が多発するのではないと思う。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		建設業（総務担当）	・3月期末に向かって受注量確保に動く業者もあり、ますます受注価格競争がエスカレートし、さらに業況は厳しさを増す。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	-	-
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・厳しい状況に置かれているため、企業でもさらに人員整理する必要があり、派遣増は期待できない。
		人材派遣会社（社員）	・労働者派遣法改正の方針が示され、依然として先が見えないなか、業界は言うに及ばず派遣労働者にとってもますます厳しい環境になる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人広告は依然として低水準で推移しているが、より悪化する傾向はみられない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・年度決算を控えて当分の間、雇用コストも圧縮せざるを得ないとの企業の声がある。
やや悪くなる	職業安定所（職員）	・窓口で聴取した状況によると、円高・デフレの影響を受け、先行き悪化すると推測する企業が多くみられる。	
	職業安定所（職員）	・中小企業からの雇用調整助成金の支給に関する相談件数は減少していない。	
	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	自動車備品販売店（営業担当）	・減税制度などの延長が決まったため、新車の販売台数は好調に推移する。
	やや良くなる	百貨店（売場主任）	・一度に回復することはないが、今までは前年を11%下回っていたところが、7~8%減にまで回復してくる。
		旅行代理店（店長）	・子ども手当などの景気対策が実行されれば、少しは風向きに変化が出てくる。
		通信会社（経営者）	・年度末にかけて、通信会社が販売目標の達成のために販促を行うため、先行きはやや良くなる。
		競輪場（職員）	・前年は最上級グレードのレースが開催されたため、客単価が上昇した。今年はレースのグレードが少し落ちるものの、通常に比べれば上級のレースが行われるため、やや良くなる。
	変わらない	商店街（代表者）	・最近はやや曇りに変化がないため、今後も厳しい状況が続く。
		商店街（代表者）	・単価は下がっているが、販売量が徐々に増えているため、売上は維持できる。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・今月になって近隣の個人店舗がいくつか閉店するなど、近所全体が暗い雰囲気となっている。新しい店舗がオープンするのは容易ではないため、このままの雰囲気がしばらく続く。
		一般小売店〔菓子〕（経営者）	・今の構造的な不況から短期間で回復するとは考えにくい。少子化の進行や、既存産業の衰退など、むしろ不況が長く続く要素を払しょくできない。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	・デフレ傾向が強いため、まだまだ厳しい状況が続く。
		一般小売店〔カメラ〕（販売担当）	・12月は少し販売が増えたものの、年明け以降も正月の盛り上がりが続くかは不透明である。
		百貨店（売場主任）	・春物衣料の立ち上げ時期であるが、これといったヒット商品もないため、消費者も様子見の状況が続く。ただし、当社では3月に増床リニューアルとなるため、来客数は大幅に増える。
		百貨店（売場主任）	・必要な物しか売れない状態が続いており、プラスアルファの売上が見込めない以上、好転することは難しい。
		百貨店（売場主任）	・客はたんす在庫を抱えているほか、取引先も生産を抑えているため、販売量、単価共に伸びる要素は少ない。特にファッション関連は厳しい状況となる。
百貨店（企画担当）		・今後も購入金額を絞る傾向が当分続く。	
百貨店（企画担当）	・定価品の動きが悪いため、セール商品の仕入れも進まない。		
百貨店（営業担当）	・ブランド品の値下げで20歳前後の客の買上げは増えるが、宝飾品や美術品などの高額品の買上額全体は更に低迷する。		

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
		百貨店（婦人服担当）	・景気回復には時間の掛かる雰囲気広がっており、しばらくは小売業界、特に百貨店の衣料品については厳しい状況が続く。
		百貨店（売場担当）	・依然として客が最も敏感に反応するのは価格であり、メーカーも価格訴求力の高い商品を生産する傾向があるため、デフレ傾向を脱することはできない。
		百貨店（サービス担当）	・クリアランスセールや福袋に対する客の期待は年々増している。商品価格の低下には拍車が掛かっているものの、今年は冬物商材の売上が増える。
		百貨店（マネージャー）	・雇用不安が強いため、個人消費の回復はまだまだ先である。明るい兆しのないなか、しばらくはこのまま悪い状態が続く。
		スーパー（経営者）	・客同士の会話からは、収入がかなり減っているという声が聞かれるため、今後も厳しい状況が続く。特に、子どもの教育費にお金が掛かっている。
		スーパー（企画担当）	・ここ2か月で売上が低く安定しており、今後もこの傾向が続く。
		スーパー（経理担当）	・消費者の興味は価格一辺倒であったが、やや揺り戻しを感じる。過度な値下げへの反省や、デフレへの危機感もあり、単純な価格競争ではなく、商品本来の価値を見直す動きも出てくる。
		スーパー（広報担当）	・来年度は子ども手当など消費に回りそうな施策もあるが、負担の増える世帯も含めた押し上げ効果は不透明であるため、変化はない。景気回復に向けた施策が不十分であるため、先行きに対する消費マインドの改善効果も薄い。
		スーパー（社員）	・当社のような食品スーパーマーケットは、12月が年間で最も来客数、買上額の増える時期であるが、店頭では例年の盛り上がりがないとの声が多いため、先行きの見通しも厳しい。
		コンビニ（経営者）	・今後2～3か月の見通しは厳しいが、カード会員を増やし、固定客の安定化を図ることで売上は維持できる。
		コンビニ（店長）	・景気の回復感がないなか、今後もデフレ傾向が続くため、大きく状況は変わらない。
		コンビニ（店長）	・景気全体が良くなるわけではないため、今の状態が続く。デフレ状態も続くことになるが、これ以上価格が低下すると品質が維持できない。
		コンビニ（マネージャー）	・雇用状況ははっきりと改善しない限り、消費者の生活防衛志向は続く。
		家電量販店（経営者）	・当店としてはエコポイント制度の関連商品や、オール電化、太陽光発電の積極的な販売を行っていくが、大きく変わる要素がない。
		乗用車販売店（営業担当）	・客からは景気の良くなる見通しが立たないといった声が多く、買換えなどの出費を抑える傾向が強まっているため、今後も厳しい状況が続く。
		住関連専門店（店長）	・短期間で客の安値志向に歯止めが掛かるとは到底思えない。薄利多売でなく、薄利少売の状態が今後も続く。
		その他専門店 [宝石]（経営者）	・最近には客に購買意欲が全くなく、年末としては最悪の状況であるが、最近では政治に対する不信感も高まっているため、3か月後も変化はない。
		その他専門店 [医薬品]（経営者）	・年末年始を近場や家で過ごす人が多いと報じられているが、今後は経済環境の悪化で消費の減少が更に進む。
		その他専門店 [医薬品]（店員）	・12月は上旬から中旬にかけて来客数が減少したものの、月末にかけて回復している。ただし、客単価は低水準が続いているため、今後も厳しい状況となる。
		その他専門店 [宝飾品]（販売担当）	・比較的売れている宝飾品には、やはり単価の低い物が多い。ただし、低価格帯でも販売数は多くないため、今後も厳しい状況が続く。
		高級レストラン（支配人）	・ランチタイムの販売量は安定しているが、夜は来客数の変化が激しく、売上に大きな影響が出ているため、先行きは不透明である。
		一般レストラン（経営者）	・景気回復につながるような具体的な動きや、消費マインドの高まる気配が全くない。
		一般レストラン（スタッフ）	・新政権が期待外れであったという意識が広がり、景気にも影響が出てくる。
		観光型ホテル（経営者）	・先の予約状況にも明るい兆しはなく、二番底の心配すらある。少なくとも来年の前半は厳しい状況が続く。

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
		観光型旅館（団体役員）	・全国にチェーン店を展開するホテルグループが、経営悪化のため旅館組合から脱退するなど、先行きの見通しは暗い。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊では間際予約が増えているが、インターネット経由の予約が大半を占めるため、今後も販売単価の低下が避けられない。婚礼部門も前年の成約数を下回っているほか、レストラン部門でも高額メニューが売れにくく、低額メニューの販売で売上を確保せざるを得ない状況である。
		都市型ホテル（マネージャー）	・宿泊、宴会部門共に予約状況は芳しくなく、新年早々から厳しい状況が続く。宿泊部門では、12月は比較的良かったビジネス需要の動向がポイントで、宴会部門でも法人や団体客の歓送迎会の動向がポイントであるが、いずれも現時点では不透明である。
		都市型ホテル（営業担当）	・宿泊は間際予約の増加で稼働率は上昇するものの、単価は上がらず、売上は前年並みが精一杯である。一般宴会でも毎年恒例の新年会のキャンセルが目立つなど、今後も厳しい状況が続く。
		旅行代理店（経営者）	・海外旅行は若干持ち直しつつあるが、大きな割合を占める国内旅行の受付が全く伸びない。何がきっかけになるのか出口が見当たらない。
		旅行代理店（営業担当）	・来年度の給与やボーナスが増える見込みはないため、消費が簡単に回復することはない。
		旅行代理店（広報担当）	・冬季オリンピックが始まり、上海万博もカウントダウンの始まる時期となるが、景況感の悪さは大型イベントでも吹き飛ばせない。今より更に悪くはならないが、良くもならない。
		タクシー運転手	・正月には参拝客が増えるものの、現在の悪い状況が続く。
		通信会社（企画担当）	・変化する要素が見当たらないため、厳しい状況が続く。
		観光名所（経理担当）	・例年より積雪の多い日もあったが、その日を除けばあまり寒くもなく、天候条件としては良かった。ただし、物販に比べれば飲食は良かったものの、全体的には来客数、売上共に前年を少し下回っている。地元の製造業者も不況で操業短縮が続いているほか、新聞などで景気の悪材料ばかりが報じられると、消費者心理はますます冷え込む。
		その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・プロ野球のシーズンが始まる前であるが、コンサートや展示、販売関係のイベントが予定されているため、前年並みの来場客数となる。
		その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設]（企画担当）	・新政権による施策の効果が不透明なため、すぐに良くなるという期待は小さい。
		その他サービス [コインランドリー]（経営者）	・売上は当初予定した最高水準にほぼ到達しているため、今後も好調が続く。
		その他サービス [生命保険]（営業担当）	・景気の低迷で家計の引き締めが続いているため、生命保険への加入を検討する客は増えない。
		住宅販売会社（経営者）	・10～12月にかけて、戸建分譲現場への来場客数が減少している。販売価格の問題ではなく、客の収入や雇用に対する不安が大きく影響している。さらに、来場客にも住宅の購入はリスクが大きいという感覚があるため、先行きの見通しは厳しい。
		住宅販売会社（従業員）	・マンション供給は激減しているものの、需要はそれ以上に激減している。税制改正によるプラス面もあるため、当分は現状のまま推移する。
		その他住宅 [展示場]（従業員）	・住宅版エコポイント制度の導入が起爆剤になればよいが、住宅需要喚起策として期待するには付与ポイントの規模が小さい。
		その他住宅 [情報誌]（編集者）	・円高などで企業業績の回復する兆しもないため、個人消費の上向き要素が見当たらない。
	やや悪くなる	一般小売店 [衣服]（経営者）	・買い控えの動きはこれからも強まる。
		一般小売店 [衣服]（経営者）	・政治、経済に安定感のないなか、年が明けて国民の生活が明るくなる安心感は全くない。少しでも明るい兆しがあれば気持ちの面でもかなり助けられるが、そうした精神的な安心感もない。
		一般小売店 [雑貨]（店長）	・今後は更なる自動販売機の回収も予想されるほか、たばこの値上げで販売量が落ち込むことになる。
		百貨店（外商担当）	・企業収益が伸びないため、給与のカットが更に進む。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（経営者）	・消費者心理が改善しない限り、価格の低下は続く。一方、穀物などの原材料相場は上昇傾向にあるため、今後は利益を削っての価格競争となる。
		スーパー（店長）	・報道の影響もあり、今後もデフレ傾向が続く。所得も減るため、個人消費は冷え込む。
		スーパー（店長）	・所得の減少で消費行動は更にシビアとなる。来客数は前年並みであるが、商品単価や客単価の5%ダウンが続いているため、売上は回復しない。
		スーパー（店長）	・冬のボーナスが減額となったほか、今後は毎月の賃金も減額が進むため、相当厳しい1年となる。
		スーパー（店長）	・新政権に景気対策の展望がないため、消費の先細りがまだまだ続く。少子高齢化や過疎化の進んでいる当地域では、都心部よりも更に深刻な状態となる。
		スーパー（管理担当）	・急激な悪化はないものの、デフレ傾向が長期化しており、改善の兆しが無い。
		スーパー（企画）	・景気対策の効果が出る見通しもなく、消費者の不安はまだまだ続く。小売業は二番底に陥る可能性もあるため、急激な悪化はないものの、緩やかに悪化していく。
		コンビニ（経営者）	・事務所を都心から郊外へ移転する企業が増えており、近隣のオフィスビルの入室率が更に低下するため、来客数の減少が進む。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・同業者や仕入先など、すべての企業が悪いいため、何をしても売れない感がある。
		乗用車販売店（経営者）	・ボーナスや収入の減少で車にお金を掛けられなくなり、車検で車を手放す客も増えている。当社は修理が中心であるため、今後は客が減っていく。
		乗用車販売店（経営者）	・車検の申込や新車の販売予定もあまりなく、一般修理の注文も全くないため、先行きの見通しは厳しい。
		乗用車販売店（営業担当）	・政策による追い風はあるものの、所得の増える要素は少ない。景気回復にはまだまだ時間が掛かるため、客も以前の慎重な姿勢に戻る。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・社会情勢が良くならなければ、今後は更に悪くなる。
		一般レストラン（経営者）	・客からはボーナスが減っているといった声がよく聞かれる。年末は来客数、客単価が改善したものの、2、3か月後はその反動減で厳しくなる。
		一般レストラン（スタッフ）	・冬休み、年末はイベントが多いため、来客数が減少傾向となっている。年明け以降は、1～3月にかけて更に厳しい動きとなる。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・賞与の減額などの報道が、消費の拡大に歯止めを掛けているため、先行きの見通しも厳しい。
		観光型ホテル（経営者）	・デフレ傾向により売上の減少が進むほか、今後2、3か月分の予約件数も減少している。
		観光型旅館（経営者）	・都市近郊の旅館で、富裕層の消費低迷による影響が大きいいため、先行きの見通しは厳しい。日帰り客は増えているものの、宿泊からの変更というケースもみられる。
		都市型ホテル（支配人）	・新型インフルエンザの流行になかなか落ち着く気配がないほか、集会の自粛もあり、好景気となるには程遠い。
		タクシー運転手	・正月の出費が一段落した後は財布のひもが固くなる。最近ではタクシーの利用が必要最小限となっているため、より一層厳しい状況となる。
		タクシー運転手	・例年2月、8月は最も暇な時期であるが、今年は一段と悪くなる。
		タクシー会社（経営者）	・個人客の間では、外食を極力控えて家で過ごすという傾向が定着している。企業もタクシーチケットの売上が大きく減少するなど、経費の節約傾向が定着しているため、先行きの見通しは厳しい。
		通信会社（企画担当）	・アミューズメント施設の店舗では、売上低迷によるリストラでサービスの低下が進んでいる。それによって客足が更に遠のくため、悪循環に陥る。
		テーマパーク（職員）	・政府から具体的な景気対策も示されないまま、不透明な状況だけが続くという不安が消えない。このような状況で消費意欲が高まることはない。
		美容室（経営者）	・月前半は動きが悪かった。後半になって持ち直したものの、来年もこの状態が続くのであれば見通しは厳しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・ますます低価格の定着する要因が増えているため、先行きの見通しは厳しい。
		住宅販売会社（経営者）	・年度末を迎えて後ろ向きの処理や対応が増えていくため、結果的に景気は悪くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・現状を打開できる要素はなく、二番底の心配もあるため、当分は悪化傾向が進む。
		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）	・不動産に限れば金融機関の不良債権が増加傾向にあるため、先行きの見通しは厳しい。
	悪くなる	商店街（代表者）	・客と話をしても、ボーナスが出ない、給料が下がった、リストラが行われたといった話ばかりで、年明けは今よりも一層厳しくなる。
		商店街（代表者）	・期待していたボーナスも減るなど収入の減少が当たり前になっているため、購買意欲もなくなっている。大型店舗は値下げで対応できても、商店街は体力もないため、状況の悪化は避けられない。1品単価が下がり、買上点数が上がらなければ、売上は下がる。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・景気全体の悪化が進むため、先行きの見通しは非常に厳しい。
		一般小売店〔花〕（店員）	・先行きが不透明で、客の購買意欲はますます低下するため、売上は増えない。
		百貨店（商品担当）	・特価品は好調な動きであるが、定価品の購入ではかなり客の予算が低く、値引きも限界となっている。
		スーパー（経営者）	・前月ごろから安い商品も売れなくなっている。近隣の企業からも減給や雇用調整などの悪い話が増えているため、生活の基本である食料品でも節約志向が強まる。
		衣料品専門店（経営者）	・気温が高いこともあり、冬物商品が売れない。客からは買う意思が感じられないため、先行きの見通しは厳しい。
		衣料品専門店（経営者）	・周辺で路上生活者が増えており、景気の先行きが懸念される。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー減税や新車購入補助金といった景気対策の効果も一巡した感がある。まだ買っていない客は元々買換えの余裕がなく、ますます節約志向が強まっているため、見通しは厳しい。
		その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・客の間の景況感が悪過ぎるため、今後は更に厳しくなる。
		一般レストラン（経営者）	・ウェディングでの利用も、規模や単価が小さくなっているため、売上にはつながりにくい。
		一般レストラン（店員）	・子ども手当や扶養控除の関係を含め、先行きに不透明さがあるため、消費者の間では不安感だけが高まる。
		その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・先行きが不透明であり、消費者は節約して貯蓄を増やさないと不安になるため、更に物が売れなくなる。
		観光型旅館（経営者）	・2、3月の宿泊予約がほとんどない状況である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊に限られていた価格競争が飲食関連にも波及し、更に激しくなっているため、先行きの見通しは厳しい。経費削減や運営の改善による対応にも限界が近づいている。
		タクシー運転手	・現状では上向き要素が見当たらない。
競輪場（職員）	・前年度は12月から急に売上が落ちたが、今年度も同様の動きになりつつある。		
住宅販売会社（経営者）	・良い材料がないため、動かずに我慢するしか方法がない。		
企業動向関連	良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・年明けからの注文があり、売上、利益共に大幅な増加となる。
	やや良くなる	化学工業（経営者）	・新規受注が増えてきたため、先行きはやや良くなる。
		金属製品製造業（管理担当）	・環境関係のソーラーパネル部門が大きく伸びており、今後も政府や自治体の購入補助金などで数年間は右肩上がりの動きとなるため、会社としても過去最高の利益となる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・来年早々には大型案件が受注予定となっている。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・引き合い件数が増加するため、やや良くなる。
		建設業（経営者）	・例年1月以降は年末の反動で落ち込むが、今年の年明けに比べれば良くなる。
		輸送業（営業担当）	・今年は取引先の販売している学習機の種類が増えるため、配達件数が例年以上に伸びる。

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（営業担当）	・11、12月と荷物量が増え、2か月連続で前年超えとなったため、先行きはやや良くなる。
	変わらない	食料品製造業（経理担当）	・年末はいつも残業が多く、活気も少し出るが、今年は残業も少ない。収入の減少で、低価格商品の動きも例年になく悪い。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達量に変化がないため、今後も今の状況が続く。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・良くなるか、悪くなるかの判断が難しい。
		化学工業（経営者）	・政権交代の影響で、秋ごろから学校関係の動きが悪くなっており、当分良くなる要素が見当たらない。
		化学工業（企画担当）	・状況が急変する気配はないが、中長期的には予測が難しい状態である。
		化学工業（管理担当）	・周辺企業の景況感は業種によってばらつきがあり、LED照明関連ではフル生産の続いている企業もある。当社もLED照明関連の樹脂は堅調に推移しており、電装品関連も底堅い。その反面、好調であったスマートフォン関連は下降気味であるほか、建設関連も依然として停滞している。大きな増加要因はないものの、円高も一服してきたため、当面は現状程度で推移していく。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・悪くなる要素はあるが、良くなる要素が見当たらない。ただし、最低限の需要はあるため、現状維持である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・為替の変動が激しく、コストダウンもあって海外へのシフトを検討している企業が多いため、今後も上向くことはない。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・雇用不安があり、給与やボーナスも減少しているため、当面住宅の購入意欲は低調なまま推移する。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・今後も、エコポイント制度や新型インフルエンザの流行の影響を受けた消費行動に変化はない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・取引先に来年の見通しを聞く限り、厳しい状況は変わらないという声が多い。
		輸送業（営業所長）	・大阪や兵庫では薄型パネル関連の工場が稼働し始めたが、取引先からは先行きが不透明といった声が聞かれる。
		通信業（管理担当）	・良くなる要素が見当たらないため、今後も厳しい状況が続く。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込件数も読者数も横ばいであり、悪化はしないものの、伸びることもない。また、経済的な理由で購読を中止する読者が増えているため、今後も厳しい状況が続く。
		広告代理店（営業担当）	・広告費を増やすという企業もなく、むしろ経費削減の対象になっているため、好材料が見当たらない。
		広告代理店（営業担当）	・春先に向けての案件が年末から入ってきているが、金額的には前年に比べると厳しくなっている。
		広告代理店（営業担当）	・今年度は大きく伸びそうな要素がないため、厳しい状況が続く。
	その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・多くの企業が赤字に転落しているため、経費節減で商品がなかなか購入してもらえない。査定ばかりで注文が入らないため、今後も厳しい状況が続く。	
	その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・スポット広告市場の冷え込みが続いているため、今後も厳しい状況が続く。	
	やや悪くなる	食料品製造業（従業員）	・来年に発売予定の新製品に期待しているが、年末は悪い結果しか残せなかったため、先行きは不透明である。
		繊維工業（総務担当）	・悲観的な声ばかりが目立ち、経費のかかる催事も減少しているため、先行きの見通しは厳しい。取引先の新規開拓が必要となっている。
		出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・中小企業を中心にしたボーナスカットなどで大きな買物が減っているため、住宅関連は明るくならない。その一方、原材料の輸入や加工販売の企業は新規採用を行っているほか、今期最高の利益を出しているため、販路はまだ開拓できる。
		金属製品製造業（経営者）	・来年の4～6月については、自動車関連では多少の減産となる。
		金属製品製造業（営業担当）	・円高で外貨ベースの輸出価格が上昇し、海外の取引先から2割近い値下げを要求されているなど、先行きの見通しは厳しい。
		金属製品製造業（総務担当）	・来年度予算における公共工事の大幅な削減など、建築業界を取り巻く環境は非常に悪く、先行きに明るさがみられない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		電気機械器具製造業（経営者）	・少し円安傾向となっているが、この程度では大手自動車メーカーによる30%の値下げ要請には追いつかない。当社は値下げ要請による直接の被害はないが、市場への影響は大きい。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・ボーナスの支給金額も減っており、消費の拡大にはつながらない。
		建設業（経営者）	・民間企業の設備投資計画に凍結や延期が増えているほか、公共事業にも期待できないため、更に価格競争は厳しくなる。
		建設業（経営者）	・例年に比べて、先の受注予定が少ない。
		輸送業（総務担当）	・デフレの影響により、今後も消費者の買い控えが進む。
		経営コンサルタント	・最近は安くなければ明らかに売れなくなっている。デフレが進むため、景気は好転しない。
		司法書士	・例年12月は、不動産登記の件数が多少は増加する傾向にあったが、今年はそれもなく、明るい材料が見当たらない。
		コピーサービス業（従業員）	・東証、大証のほか新興市場なども含む上場廃止企業数は、今年は戦後最多の163社となっており、大型の倒産情報も増えている。冬のボーナスも大幅に減額されたため、ますます景気の冷え込みが進む。
	その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・自動車関係の仕事は、これから更に厳しくなる。	
	悪くなる	繊維工業（団体職員）	・国内の景況感が非常に悪いため、法人需要を主体とする当業界には悪影響が出てくる。
		繊維工業（総務担当）	・天候の影響もあり、冬物商品の出荷量は前年よりも30%以上減少している。来年の1～3月にこの遅れを取り戻せるかは不透明である。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・前月、今月は仕事の量が多かったため、今後は少なくなる。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・景気対策が遅れており、公共事業などの内需拡大にも期待できない。
		建設業（営業担当）	・一部の業種では生産設備への投資が行われているが、全体的には非常に冷え込んでいる。中小ゼネコンによる価格競争も激しくなっているため、今後は経営が困難になる企業も出てくる。
金融業（支店長）		・従業員数が約10名の取引先では、納品先からの値下げ要請により更なるコストダウンの検討に入ったが、現状でも従業員のリストラを行っており、限界に来ている。新たな設備も導入できない状況であるため、最悪の場合は廃業に追い込まれる。	
不動産業（営業担当）	・3月決算は最悪となるため、企業が大阪や東京に移転したり、本社や支社を統廃合したりといった動きが増える。		
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・先行きは不透明であるが、製造業の生産回復に伴い、春先には派遣求人数が増加してくる。
		民間職業紹介機関（支社長）	・今年度の採用予算を削減、凍結していた企業からも、来年度に向けた求人に関する相談が増えてきている。今後は前年割れの水準から回復し、前年並みまたは微増となってくる。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・東大阪の中小製造業者などは社員をかなり絞っており、経営、雇用状態はまだまだ厳しいため、先行きの見通しに明るさはない。一方、大阪市中央区では一般派遣、IT関連共にかなりの動きが出てきている。
		人材派遣会社（支店長）	・事業仕分けによる混乱や内閣の支持率低下により、企業の間で先行きへの不安感が広がっている。また、派遣法改正による影響も、業界にとっては大きな問題である。
		人材派遣会社（支店長）	・求人数は若干増えているが、まだまだ採用を手控えている企業も多く、これ以上は求人の増える要素がない。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・政治不信による先行きの不透明感はぬぐえないため、最近では雇用の受け皿となりつつあった製造業も、雇用の拡大には慎重にならざるを得ない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・毎年、年始に求人の企画広告を出すのが、出稿企業の集まりが悪い。
		職業安定所（職員）	・雇用保険の延長給付の支給終了も目立つなか、まだ就職の決まらない求職者が増えている。地方自治体による緊急雇用対策の前倒し求人もまだ少ないため、先行きの見通しは厳しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・求人数は増加傾向であるが、パート、臨時求人が中心となっている。企業は景気の先行きに不安を持っているため、正社員求人を出すまでには至らない。
	やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・好転の兆しすらないため、3月末までは悪化が進む。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・新たな雇用を生み出すような政策も発表されていないため、今後は更に悪化が進む。
		職業安定所（職員）	・管内の消費者金融の大手企業からは、1,400人の人員整理に関する連絡が来ている。また、雇用調整助成金の支給を受けているメーカーには、来年春に生産調整を終える予定で学生に内定を出した会社も多いが、見込みが外れて、余剰人員が増えるという声も複数聞かれる。
		職業安定所（職員）	・新規求人数が減少する一方、新規求職者数は増加に向かう。
		民間職業紹介機関（職員）	・日雇求人の9割が建設関連であるため、公共工事の減少による影響が出てくる。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・先行きに明るい要素が見当たらないため、見通しは厳しい。
		学校〔大学〕（就職担当）	・企業の採用担当者からは、来年度の求人数は今年度を下回るといった話が多い。
	悪くなる	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・年度末に向けて更に状況は悪くなる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・関西の企業には上向き感が全くなく、二番底を心配する声が聞かれる。

8. 中国（地域別調査機関：（社）中国地方総合研究センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	衣料品専門店（店長）	・景気が良くなる要因は見当たらないが、客の様子にはどことなく明るくなっていく雰囲気が見られる。
		乗用車販売店（統括）	・補助金効果が継続する。
		乗用車販売店（営業担当）	・補助金の延長の効果がこれから更に現れてくる。半年伸びただけで、所有する車が13年を超える客がかなり増えるため、その結果、今まであきらめていた客の購入が増加する。
		観光型ホテル（経理総務担当）	・来年1月～3月に、大口の受注がある。売店等の付帯売上も期待できる。
	変わらない	商店街（代表者）	・来年度にかけて、新規店舗がオープンする予定があるが、それ以上に街の勢いがなくなってきている。新しい事業によって、どれだけ新たな客の動きが見られるかによって、今後の流れが決まる。
		商店街（代表者）	・進学、就職シーズンが近づいてくるが、高速道路料金引下げが続く限り、客は大都会へと行ってしまう。
		商店街（代表者）	・政権が代わっても、何も変わっていないという意識が客にある。さらに、マスコミ等の不景気感を煽る報道により、客は冬ごもりをするしかないといった雰囲気になっており、これからも変わらない。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・地元の自動車関係製造業の仕事量が増加してきているので、消費者の購買意欲が増してくる。
		百貨店（営業担当）	・ファストファッションが主婦層にも受け入れられつつあり、それで満足しているため、デパートの婦人服はシルバー層と固定客だけが相手となり、非常に厳しい状況となる。
		百貨店（営業担当）	・セールに対して客から厳しい反応が見られるなど、身の回りで景気の回復、不況の底打ちを実感するようなものはないので、これからも変わらない。
		百貨店（販売促進担当）	・今後、徐々に前年同月を上回ってくるテナントが増えてくればよいが、店長等が感じている雰囲気は、決して上向いているようではない。現在のところ、将来についての予測は暗く、今よりは悪くならないだろうという程度である。
		百貨店（販売促進担当）	・12月の賞与支給の報道があったが、公務員、民間共に2けた減であり、これから始まる年始商戦、春の新生活商戦等にも影響は出てくる。景気が上向く様相は見えてこない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（購買担当）	・クリアランスセール間近の買い控えに対抗する意味で、現在、春物で低価格の商品で売場を作っており、例年は低価格ならば定価販売の品は動いているが、今年は動きが悪い。この状況では、どこまでセールで売り続ければ売上が確保できるか、全く分からない。
		百貨店（販売担当）	・客の買い控え、低価格志向は当面続くと思われ、百貨店業界は依然として厳しい状況が続く。
		スーパー（店長）	・客単価の低下傾向はしばらく続き、これに加えて1品当たりの単価も低下していく。他社との競合もあるが、客も低単価志向になっている。
		スーパー（総務担当）	・単価安、客単価下落、買い控えの改善は次の賞与次第であり、夏前まで今の悪い状況は続く。
		コンビニ（エリア担当）	・客は安い店を選んでおり、全体の買上点数も減ってきている。この傾向にここ半年間変化はなく、これからもこのまま続く。
		コンビニ（エリア担当）	・売上はやや良くなっているが、どちらともいえない状況が続く。来年以降値下げするので、これでどの程度売上が取れるかという部分が大きく、うまくいけば前年並みの売上が確保できそうである。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・デフレ状況はこれからも続き、競合各社も商品単価を下げている。これから商品の売行きは伸びるだろうが、全体の売上は減少する。
		家電量販店（店長）	・エコポイント施策によりテレビ、大型冷蔵庫、エアコンの販売は好調で、特にテレビの販売量は前年比150%と大きく伸びている。ただし単価の下落が激しく、他商品の不調を補うに留まっており、今後もこの傾向は続く。
		乗用車販売店（サービス担当）	・新車代替への、補助金・減税がなくなる限り、中古車市場は良くならない。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・人口減少、市場の奪い合い等を考えると、事業規模をできるだけ、コンパクトにして対応していくことも考えている。このままだと、経営が危うくなるのでせめて現状を維持したい。
		高級レストラン（スタッフ）	・この先3か月の予約状況は良かったり悪かったりで、どちらともいえない。
		一般レストラン（店長）	・予約客は減少傾向にあり、収入増などがない限り、来客数の増加は見込めない。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・立地的にNHKの大河ドラマの影響で、これから予想される落ち込みがカバーできると考えられる。
		都市型ホテル（総務担当）	・景気が低迷する上、冬の当地は販売が難しく、价格的に安くなる短期的な販売展開を余儀なくされる。
		タクシー運転手	・日中の動きは病院等の高齢者の送迎が増える見込みもなく、観光については予約が例年の半分以下であり、また夜についても飲食店も閉店を考えているところが多く、どこをとっても良いところはない。年度末に向かって非常に厳しい。
		通信会社（社員）	・ボーナス、クリスマス時期ではあるが変動が見られなかったため、これからの状況も変わらない。
		通信会社（営業担当）	・既存客について前向きな情報が少ないこと、新規案件情報が少ないことなどを考えると、今後良くなるとは思えない。
		通信会社（企画担当）	・客は購買に関して相変わらず慎重ではあるが、年末を迎えての販促キャンペーンには反応があり、予想より販売に動きが出て、底堅く商品が動いている。
		テーマパーク（広報担当）	・春に向けてのイベント、PRを実施する予定で、来客数はある程度確保できる。
		設計事務所（経営者）	・住宅もエコポイントを導入するという話があるが、景気の先行きがまだまだ不透明なので、具体的に決まらなないと顧客は動かない。
		設計事務所（経営者）	・住宅版エコポイント制度がスタートするので、エコリフォーム等の動きに期待しているが、動き出すまでに少し時間が要る。
		住宅販売会社（販売担当）	・売出しイベントへの来場者数が相変わらず少ない状況が続いており、今後も受注が増えない。
		住宅販売会社（経理担当）	・住宅版エコポイントや住宅購入に係る贈与税の非課税枠が増加することで、需要の増加を期待したいが、限定的と考えられる。また、将来への不安は依然払しょくできず、消費者の購入意欲は低下したまま推移する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・身近には倒産や首切りといった話ばかりで、良い話は皆無である。しばらくはこのまま辛抱するしかない、商売仲間話をしてしている。		
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・客と話をしていると買い控え感が強まっているように感じられる。これからも来客数の減少は続く。		
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・低価格化が、競争とはいえないほどに激化しており、客も先が見えないため、ぜい沢品を買う時でさえも、なるべく金を使わない状況が続く。		
		一般小売店〔酒店〕（営業）	・デフレが続く状況では、現状維持もままならない。地方にはかなり厳しい現状で、先行きが見えない。		
		一般小売店〔印章〕（営業担当）	・景気が今のままであれば、年内は持っても年度末には倒産する企業が続出するのではないかとささやかれている。		
		百貨店（売場担当）	・企業決算時期を迎え、ますます希望退職や給与減が発生し、売上の減少に繋がっていく。特に百貨店業界は価格面からも影響が大きくなる。		
		スーパー（店長）	・まだまだ景気が良くなるよい材料は見つからず、近くの自動車産業関係の工場が良くなると、我々も良くなりようがない状況が続く。		
		コンビニ（エリア担当）	・政治不安定、失業率の上昇などにより、景気回復の見込みが立たない。		
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・12月の売上確保のためにセールを前倒しで実施したため、その分1月は厳しい。全体として非常に厳しく、特に単価面が厳しい。		
		家電量販店（店長）	・非常に販売単価が下がって、商品の価値がなくなっている。2010年度までそんな厳しい状態が続く。		
		自動車備品販売店（経営者）	・現状の動きからは良くなる見込みは全く立たず、来客数の推移から見ても、これから厳しさを増す。		
		旅行代理店（営業担当）	・旅行業界は、建設業界・自動車関連業界が良くなると上向かない。特に建設業界が立ち直るには3年くらいかかる。		
		タクシー運転手	・忘年会が激減し、客からは「来年は新年会などやるどころではない」という声が聞こえる。また、通院にいつも利用する客からは、「先行き不透明なので、これからタクシーは減らしていかないと」という声もある。観光客は減っていないが、高速道路料金引下げによりマイカーでやってくるのでタクシー利用が激減し、この状態が続く。		
		通信会社（通信事業担当）	・当社は、他社との消耗戦になる派手なキャッシュバックキャンペーンなどはできないので、今後も厳しい。		
		設計事務所（経営者）	・不動産の動きが不活発でなかなか回復の見通しがつかない上、所得の頭打ち傾向が強くなる。		
			悪くなる	商店街（代表者）	・子供服専門店だが、デフレ、オーバーストア、少子化に暖冬とインフルエンザが加わって非常に厳しい局面であり、これから専門店というものが成り立たない状況になりつつある。客はよほど欲しいものを、本当に必要な時に、できるだけ安く買っていく態度を徹底しており、先行きは非常に不安である。
				百貨店（営業担当）	・冬のボーナス減額など、個人所得の減少が消費に大きく影響を与える。また、雇用に関して不安定な要素が強く、悪影響を与えており、状況は変わらない。
百貨店（売場担当）	・大手取引先の在庫調整とクリアランスの前倒しで、1月後半から商材が不足し、春の新商品の量も少ない中、苦戦する。				
スーパー（店長）	・デフレからくる価格低下の影響で、客は低単価に慣れてしまっているのか、バーゲン品についても例年になく動きが悪く、値段を下げてても売れない状況で、先の見通しが立たない。				
スーパー（財務担当）	・消費者の低価格志向により、今後も低価格競争が続き、単価の下落による売上減少が続く。				
コンビニ（エリア担当）	・ここ半年以上、来客数、売上ともに落ちており、更に近くの工場が移転することが決まっており、一層厳しくなる。ただし近くに道路が開通するので、それにより来客数が増加するかもしれない。				
衣料品専門店（販売促進担当）	・セールも始まった12月で動きが悪く、年明けも更に厳しくなる。この秋から、財布のひもを握っている女性客の動きが悪くなり始め、家族持ちの方は中々出費に踏み切れない状況が続く。				

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住関連専門店（広告企画担当）	・元々低予算層の客の動きが悪く、他店の状況を聞いても同様であり、この傾向は変わらない。
		一般レストラン（店長）	・宴会予約が減っているので、当然新年会も期待できない。客単価のダウンは止まりそうにない。
		都市型ホテル（経営者）	・宿泊予約率が前年と比較して、悪化している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・新年会の受注件数は思わしくなく、客離れが起きている。
		美容室（経営者）	・今の客の経済状態では、来店頻度はいよいよ下がっていく。
		住宅販売会社（従業員）	・ローンの滞納等により家を手放している現状を見聞きしている中、客は先行き不安を強く持っており、受注への道のりは厳しさを増していく。
企業動向関連	良くなる やや良くなる	木材木製品製造業（経理担当）	・経済対策効果や、中国の成長に期待できる。
		化学工業（総務担当）	・取引先の受注状況に、少し明るさが出てきている。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・ここ3か月の受注状況も高止まりで入ってきており、約1年振りに24時間フル操業となっており、この状態はこれからも続く。毎月のように人員補充し対応しており、新人教育まで手が回らない状況となっている。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・自動車産業は、発注量が今の推移を保つなど、少しは良くなっていく。暖かくなるにつれて、他の産業についても期待できる。
	変わらない	食料品製造業（総務担当）	・12月後半から備蓄タイプの食品の出が少なくなっており、例年並の売行きに落ち着く。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・新規引き合い案件はなく、現在の生産水準が継続の見込である。
		鉄鋼業（総務担当）	・エレクトロニクス材料や自動車関連部品の受注は、底を脱し回復の兆しがあるため、3月までは現状を維持できる。ただし円高で輸出関連が心配であり、またデフレの進行は販売価格の低下に繋がり、先行きは予断を許さない。
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	・海外市場の冷え込みにより、売上不振の状況が今後も当面続く。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きに変化はない。
		電気機械器具製造業（広報担当）	・これからも、受注が一定程度見込める。
		建設業（経営者）	・建設業は、他の業種の景気が上向いてはじめて好転するため、現状ではその見込みはない。
		輸送業（統括）	・現在、4月以降の業務を中心に契約交渉をしているが、単価は前年と同額が減少しているものが多く、仕事が増えても収入は増えない。
		通信業（営業企画担当）	・既存客から来年度の予算検討についての引き合いが多いが、その中で価格的に厳しい交渉が継続しており、2～3か月後の受注価格に影響する可能性がある。
		金融業（業界情報担当）	・円高が懸念材料だが、世界経済は緩やかな回復基調をたどる。
		会計事務所（職員）	・年末は忙しかったが、それが一時的なものなのか、先行きが見えない。さらに、販売業やサービス業に好材料が見当たらない。
		コピーサービス業（管理担当）	・顧客の動きは相変わらず鈍く、これから業績回復に繋がる案件は皆無である。手掛けている仕事自体も、仕事量の削減やコストダウンの要望があり、業務自体が赤字になる可能性が多大で、業績をますます悪化させる要因となる可能性がある。
	やや悪くなる	食料品製造業（業務担当）	・付加価値を付けながら単価を上げていきたいが、顧客との交渉は、どうしても価格が最初にくるので難しい。特にディスカウント系スーパーなどは、値段のことしが言わない。
		金属製品製造業（総務担当）	・受注量は、前年比40%の低水準で推移していく。さらに、新年度より、得意先から更なる値下げ要請があるのでと懸念している。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・予定していた生産台数が、親会社により下方修正された。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金融業（営業担当）	・将来的な見通しが立たないため、経営者の心理は低迷している。金融機関も、業績低迷している会社に対し、支出削減に関する提言を行っており、積極的な投資を促すことはまれである。経営者の心理が回復しない限り、身の回りの景気回復はあり得ないが、多くの経営者は景気回復に対し否定的であり、景気は今後やや悪化する。
	悪くなる	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・海外受注価格が予想以上に下がる。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・デフレ傾向が強まっているため、国内販売はこれから更に苦戦する。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（支店長）	・半導体、液晶関連などのメーカーで、採用の動きが出てきた。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・例年であれば、繁忙期である年度末にかけての要員の需要が高まる時期であるが、12月の受注数から推察し、例年ほどの需要の高まりは期待できない。
		人材派遣会社（担当者）	・各企業の受注状況の見通しをヒアリングしたところ、先に見込める需要がないとの回答が多かった。
		職業安定所（職員）	・求人数の減少幅が縮小し、増加に転じることが期待される状況にあるが、内容は臨時求人の比率が高く、先行きの不透明感が払しょくできない。
		職業安定所（職員）	・引き続き生産調整をしている製造業等からは、この先の受注の見込みが立たないというところが多く、建設業からも受注の見込みがないなど、先行きに不安な状況を聞くことが多い。
		職業安定所（職員）	・緊急雇用対策による臨時雇用の効果で、辛うじて求人倍率を維持している状況で、今後については見通しが立たない。
		職業安定所（雇用開発担当）	・雇用調整助成金等の今後の活用について窓口聴取したところ、引き続き、当分の間活用したい旨の回答がほとんどである。
		学校〔短期大学〕（就職担当）	・求人件数が前年に比べ減少している。また、周囲を見ても閉鎖した企業、人員の整理をする企業等もあり、今後についても期待はできない。
やや悪くなる	求人情報誌製作会社（担当者）	・採用の有無と規模について企業にヒアリングしても、不透明とのコメントが多い。	
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	都市型ホテル（経営者）	・大河ドラマの影響は非常に大きい。国内旅行全般の需要が冷え込むなか、当地では観光客が増加している。
	変わらない	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・景気が良くなる要因がない。
		百貨店（販売促進担当）	・給与、賞与の減少が影響し、必需品以外の物の買い控えが続く。
		スーパー（店長）	・歳暮商戦も割引商品や低価格品が売れており、節約志向が定着していると感じる。客は、品質や価値を吟味して買物している。
		スーパー（企画担当）	・消費者の行動をみると、堅実さをモットーとしているようであり、現在の経済状況、政策を考えると好転する要素はみられない。今後、たばこ税が増税されると、消費減退を更に加速させる要因となる。
		スーパー（人事）	・年度内には、消費が喚起されるなどの状況の変化はない。
		コンビニ（総務）	・景気の冷え込みが厳しく、地域の状況も依然回復基調にはない。今後もこの傾向が続き、厳しい経済状況は変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	・消費に関して様子見の状態が続く。
衣料品専門店（経営者）	・12月の客足をみると、まだまだ非常に厳しい感がある。1月はバーゲン月に入ってくるため、多少の期待はしているが、販売単価の下落をカバーするほどの期待は持てない。		

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（総務担当）	・セールを待って購入する客が多く、定価品の買い控えは続いている。したがって単価の下落はしばらく続き、結果として売上低下に繋がる。景気回復の見込みが見えない今は、単価が上昇するとは考えにくく、厳しい現状がしばらく続く。
		衣料品専門店（副店長）	・2～3か月先は地元商店街の再開発工事のため、当店は別の場所にリニューアルオープンする予定であり、そこにおいても現状程度の売上を見込んでいる。
		家電量販店（営業担当）	・テレビの需要が少なくなれば、その他の商品に目を向けてくれるはずだが、現在のところ、その気配がなく、厳しい状態は続いている。ただ、パソコンに関しては、新OSが登場してからは多少なりとも増加傾向である。
		乗用車販売店（従業員）	・年初から販促イベントを開催予定だが、今のところ反応は良くない。来年以降、新型小型車への期待はあるが、全体的に自動車業界の不調は続く。
		乗用車販売店（役員）	・新型ハイブリッド車効果で、販売が安定的に伸びている状況であるが、12月から受注が徐々に低下しているため、2～3か月先は現状程度と考える。
		乗用車販売店（営業担当）	・政府の景気対策であるエコカー減税、環境対応車購入補助金の制度は延長になったものの、11～12月の販売状況をみる限り先行きが不安である。
		一般レストラン（経営者）	・景気が良くなる実感がないと、消費には繋がらない。
		一般レストラン（経営者）	・今後、給与の増加が望めないことから、消費動向が上向くとは考えられない。
		観光型旅館（経営者）	・四国は、テレビドラマや芸術祭など、今後宣伝のチャンスが目白押しであるが、宣伝がまだ十分に行き届いておらず、四国への旅行者は3月ごろから客足が伸びる。したがって、ここ2～3か月は現状のまま推移すると考える。
		旅行代理店（支店長）	・企業の出張需要の低下、個人旅行の低単価傾向、新型インフルエンザの影響等、依然悪い状態が続いている。
		タクシー運転手	・客の声を聞くと、「忘年会の回数が例年より少ない」「賞与支給なし」という声が多い。そのため、今後2～3か月は現状と変わらない。
		通信会社（支店長）	・来客数や客の様子等をみた場合、ほとんど変化はなく、今後も変化はないもの。
		通信会社（管理担当）	・通信機器の取替えサイクルの長期化傾向が続いており、画期的な需要が見込めない。
		通信会社（企画）	・政府予算案は決まったが、すでに織り込み済みのものばかりで、これといった好転要素がないことから現状と同じ状況で推移する。
ゴルフ場（従業員）	・予約状況、客の利用状況、客単価をみると、まだ現状のような悪い景況が続く。		
やや悪くなる		商店街（代表者）	・冬物商品、特に衣料関係の販売実績が落ちている。そのため、バーゲン時期を早めにスタートしたりしているものの、冬物の処分に手間取っている。客は安い物しか買わない傾向が強くなっており、春物販売でもその傾向が続くと考える。また、来街者数が危機的な状況にある。
		一般小売店〔乾物〕（店員）	・特筆して景気が良くなる要素がない。
		百貨店（営業担当）	・売上動向については、ここ数か月変化がない。特に高額品、高感度ファッション商品が低調である。今月は例年になく買い渋り傾向が顕著で、歳暮の売上も減少した。
		百貨店（売場担当）	・年末年始は、旅行などは控えて自宅で新年を迎える傾向があるためか、インテリア関連商品は好調である。しかし、正月以降、消費が拡大する要素が見つからない。
		タクシー運転手	・不景気のため、冬季賞与が少なかったと客から聞いた。今後、更に節約し、財布のひもを引き締めるであろう。
		競艇場（職員）	・1日当たりの売上、月別売上共に、ゆるやかな右肩下がり傾向が続いている。
		美容室（経営者）	・年明け以降、来客数は減少する。
設計事務所（所長）	・公共投資も民間投資も減少してきており、先行きの見通しが立っていない。		
悪くなる		商店街（代表者）	・不景気でも成長する業種もあるものだが、今はほとんど見当たらない。現在の消費の冷え込みは簡単には良くなるはない。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	・12月の売上状況をみても、2～3か月後に景気が回復する事は考えられない。

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
		スーパー（店長）	・2010年は更に不況になる。物が売れず、ますます販売単価が低下し、業界内の競争も激化し、デフレが続く。
		コンビニ（エリア担当）	・賞与水準が低い影響で、買い控えの動きが見受けられる。来年夏まで厳しい状況が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・より具体的な景気対策が提示されない限り、買い控えが続く。
		住関連専門店（経営者）	・景況感が悪いため、消費者がますます財布のひもを固くしている。このような状態で、将来的に売上が向上することは考え難い。
		その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・景気の先行き不透明感から、外食から内食へとシフトする傾向が顕著である。
		タクシー運転手	・現状が非常に悪いなかで、良くなる要素が見えず、今後更に冷え込む。居酒屋従業員に聞いても、年明け以降は多くが閉店するのではないかと、とのことである。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅ローンの審査が厳しく、希望額が通らないケースがあった。年収が低下した人が多く、年明け以降は審査がより厳しくなると考えられる。
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・デフレ、円高傾向は今後も続くと考えられるが、年度末を迎え、若干の駆け込み需要が発生する見込みである。ただ、4月以降は、また景気は悪くなる。政府の景気対策も、当面は効果が出てこない。
	変わらない	電気機械器具製造業（経営者）	・需要の回復がみられない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・化学関連、電子機器の問い合わせ、見積、注文等は、多くはないものの、平均的に出ている。
		輸送業（社員）	・販売先の出荷数量や原料調達数量が芳しくなく、当面、現状の数量で推移する見通しである。
		輸送業（統括）	・製造部門では少し上向きな話も出るが、全体としてはまだ現状の景気が続く。
		通信業（部長）	・取引企業には、業績が比較的安定している企業もみられるが、先々に対する不安感は依然強い。新規提案案件への反応も是々非々であり、現状の状態がしばらく続く。
		金融業（融資担当）	・取引先との会話から判断すると、概ね現状程度で推移する。
	やや悪くなる	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・12月までは販売量が多かった反面、1～2月はその反動と、営業日数が少ないこともあり、落ち込むのは確実である。ただ、どの程度になるかは予想がつかない。
		鉄鋼業（総務・人事統括）	・製造、売上は横ばいを予想するが、円高の恩恵を受けていた輸入原料が、円安方向への動きによって厳しくなると考える。また、周囲の製造業では、納入先の製造拠点の海外移転等で事業基盤が崩れるところもあり、産業構造崩壊の気配も感じられる。
一般機械器具製造業（経理担当）		・設備投資が今後増加する見込みがない。	
広告代理店（経営者）		・大手マンション分譲会社の破たんの影響がまだ続いている。景況が悪くない業界でも、雰囲気によって発注を控えているケースがある。	
広告代理店（経営者）		・大手マンション分譲会社の破たんにより、地元にも多大の影響が予想される。直接の取引は少なかったが、他の得意先の広告費にも影響が及ぶ。	
公認会計士		・取引先の社長方との話によると、12月の賞与が十分に支給できなかったという企業がほとんどである。賞与は前年比で30%以上下落したところが多い。そうした影響が今後2～3か月には出ると考えられる。	
悪くなる	建設業（経営者）	・来年度の政府予算案で、公共事業関係費が約18%削減された。	
	建設業（総務担当）	・公立学校関連の耐震工事は、来年度の発注が決まっているが、入札競争は熾烈を極めており、万一受注しても、収益面ではほとんど期待できない。	
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	職業安定所（職員）	・月間有効求人倍率が徐々に上昇している。
	変わらない	学校〔大学〕（就職担当）	・求人数の動きを見ると、9月が177人、10月が135人、11月が153人、12月中旬までが74人と、前年同期比でも良く、安定している。

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
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	<ul style="list-style-type: none"> ・中小企業はより一層求人に対し慎重になる。1年前までは、求人倍率が低下しても、幹部候補者の採用意欲はある企業が多かったが、現在は消極的である。 ・人材を確保したい企業よりも、削減したい企業のほうが多い。 ・管内の新規学卒者の内定率は過去最悪である。世代交代の必要性を感じながらも、それができない事業者のジレンマを感じる。雇用調整助成金に支えられていた企業も、少しずつ整理解雇に向かっている様子で、新規求職者数は6か月連続、有効求職者も12か月連続で増加している。 ・1～3月にかけて、人員整理に入る企業もあり失業者が増え、雇用不安を招く可能性がある。特に、建設・土木業界は公共事業関係の受注が激減し、人余り傾向が顕著である。
		求人情報誌製作会社（従業員）	
		職業安定所（職員）	
		民間職業紹介機関（所長）	

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	スーパー（店長）	・前年は客数や売上のピークは12月で1、2月より苦戦が始まった。この12月に持ち直しの傾向がみられており、来月以降も同様に持ち直しが予想される。ただし、所得の減少が実感されるようになれば、良くなるとは一概に言えない。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・3か月後は、これまで1年間コンビニの売上で苦しみ続けたタスポ効果の反動が、鹿児島県、宮崎県の先行導入地域で一巡するため、たばこの前年比の押し上げ、あるいは若干の改善が期待できる。相対的にたばこの売上構成比が高い部門の前年比が回復するという事は、全体の回復も見込めるので、若干良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・例年3月は12月よりも上がってくるが、前年に比べるとこの12月が良かったので、3月も上がってくると予測する。3月は人の入れ替わりで若干金も動くため、的確な広告を打てばそれなりに来客数は伸びる。
		通信会社（企画担当）	・年度末にかけて引き続き通信サービスの提供エリアが拡大予定であり、今年度いっぱい販売量続伸が想定される。
		ゴルフ場（支配人）	・新年度は新政権の具体的な施策展開が徐々に現れ、消費マインドも上向く。
	変わらない	商店街（代表者）	・消費行動が安い方に動いている。景気が悪いという報道があるとさらに拍車がかかり、客は物を買わない方向に動く。また、高齢者が金を持っていない印象を受ける。
		商店街（代表者）	・好転する要因が全く見つからない。まだまだ最悪の状況が続く。
		百貨店（営業担当）	・景気への先行き不安から客の買物を控える傾向が続いている。店外受注での地方ギフトに関して、届け先1件当たりの購入単価は変わらないが、1人当たりの購入金額が減少している。地方からの来店及び購入控えがみられる。
		百貨店（営業担当）	・子ども手当等、直接消費を刺激する政策は消費者に理解され、それに対する期待も高まる。
		百貨店（営業担当）	・12月の賞与支給額が、全体として減少しているなか、不要不急のものは買わない意識が高まっており、当面の消費動向は厳しさが続く。
		百貨店（販売促進担当）	・依然として消費者の財布のひもは固く、購買の際は厳選し必要なものしか買わない傾向が続いている。
		百貨店（売場担当）	・今後は90%半ばくらいが常時続いていく。クリアランスを前倒ししているため1月は若干厳しいが、2月にはNHK大河ドラマの影響で来客数が結構増えると見込まれる。
		百貨店（業務担当）	・手元に入る収入が減っているなかで、先に支払を延ばしたくないと言う客が多い。必要な商品を想定予算より低い価格なら買うという姿勢は今後ますます強くなる。
		スーパー（店長）	・客はかなりの節約志向になっている。特にしり好品等が売れない。
		スーパー（店長）	・政権交代でもまだまだ流れは変わらず、消費が上がるような雰囲気は見受けられない。ボーナスの支給状況も悪く、必要な物以外は購入しないという状況が続く、安いものを選ぶ傾向がますます強くなる。
		スーパー（総務担当）	・今後ともデフレ傾向は続き、商品単価は今後も下がるが、買上点数の増加はあまりない。

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（企画担当）	・消費者の購買意欲を駆り立てるような景気回復の兆しは見えず、むしろ更に財布のひもが固くなる状況を耳にする。
		衣料品専門店（店員）	・見通しは明るく感じないが、寒くなってきているので、冬物衣料がセールで売れる。
		家電量販店（総務担当）	・エコポイント制度の4月以降の詳細がはっきりしない。
		家電量販店（店員）	・エコポイントで盛り上がる需要は最終的に前倒しの需要であるので、これから反動が出ると懸念される。よって景気としては変わらない。
		乗用車販売店（総務担当）	・エコカー減税・補助金の延長が決定し、来年の7～8月までは現在の販売状況が続く。
		住関連専門店（経営者）	・今月より新しい企画の販売をスタートさせたが、軌道に乗るには時間がかかりそうである。また景気の冷え込みは当分続き、先行きは厳しい。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・12月の売上が前年同月比110%となるため、1月以降は反動で既存客の需要が減少すると予想される。ただし、新規客の増加が見受けられるので、売上の前年同月同様変わらない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・物価が下がり気味で、客が少しでも安価な商品を探めているのがよくわかる。最寄品の消費は変わらないが、高額商品・嗜好品については節約される。敷地内にあるゴルフショップにおいても、中古品は売れているが新品の売上が思わしくない。
		都市型ホテル（総支配人）	・市場が好転するような大型イベントや出店計画等の情報を聞かない。
		都市型ホテル（副支配人）	・今後の会社の出張等もできる限り減らすという風潮になっている。
		旅行代理店（従業員）	・1～2月も出控え傾向となり、来店、電話、Web予約共に少なくなる。団体旅行も全く影を潜めている状況であり、今後もこの傾向が続く。
		タクシー運転手	・今のように世の中の動きがわからない状況では、皆金を使わないので、我々の業界では当分景気が上向くことはない。
		通信会社（業務担当）	・1月上旬までは初売りの流れで販売増が期待できるが、中旬以降は春のキャンペーン待ちの買い控えで大幅に売上は落ち込む。
		通信会社（営業担当）	・ここ数か月、法人客の携帯電話購入台数が減っている方向にある。この傾向が今後も続く。
		テーマパーク（職員）	・2月のプロ野球やJリーグ等のスポーツキャンプ時期の需要と、1月からの春プランの仕掛けに期待する。しかし、とりまく経済環境下では、売上は例年並みとなる。
ゴルフ場（従業員）	・来場したプレーヤーから直接話を聞くと、プレー料金を安くすれば来るという状況がさらに強くなってきている。政府の対策に対して不透明感があり、金を貯蓄に回す傾向から消費意欲がなかなか高まらないなか、特に娯楽部門はしばらくは上昇気流には乗らない。		
やや悪くなる		商店街（代表者）	・3、4月は卒入学、就職と何かと金がかかり、財布のひもが一層固くなるため景気が良くなることはない。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・周りの状況からも、今後も景気回復の期待は薄い。来客数、購入単価ともに低下している現状はすぐには戻らない。
		百貨店（企画）	・米国の大手金融機関の破たんから1年以上経過したが、雇用及び労働条件の改善兆しが見えないなかで、購買力の疲弊度合いがますます高まっている。消費者のニーズは、生活の余裕がなくなっているなかで、ますます低価格志向に拍車がかかっていく。ただし、新型インフルエンザの感染がピークを過ぎたことが小さいながらプラス要因である。
		スーパー（店長）	・収入が減り、ますます節約志向が高まる。必要品以外は買わないという消費者心理が多く働く。
		スーパー（総務担当）	・全体的にこの景気回復はまだ見込めず、消費者の所得そのものが低くなるので、購買意欲はもっと悪くなる。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・全体的に景気が悪いなかで、この先客数や買物量が増える見通しがつかない。
		家電量販店（店員）	・2011年にアナログ放送が終わるため、薄型テレビがよく売れているが、その他の家電製品が売れていない。特に今の経済情勢が不透明で先が見えず、客は財布のひもが固くなっているため、景気は3か月後も悪化する。
		高級レストラン（経営者）	・1、2月の予約状況はまだまだ芳しくない。大変厳しい年の始まりとなりそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
企業 動向 関連	悪くなる	観光ホテル（総務担当）	・年末に賞与を削減する企業が増えたが、その影響で個人消費がさらに冷え込む。
		観光型ホテル（スタッフ）	・1～3月の予約状況が前年に比べ悪いため、今後も景気は悪くなる。
		タクシー運転手	・とにかく客の財布のひもが固い。少しでも節約しようと途中までバスに乗り、それからタクシーを利用するというパターンが増えている。
		美容室（経営者）	・卒入学シーズンになるが、消費者はあまり金をかけられないため、ぜいたく品感覚の美容に対する支出はかなり減らされる。
		設計事務所（所長）	・従来なら年度末を迎えるに当たりそこそこ設計の仕事があるが、今のところ予定がないので、年度末に向かって悪くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・土地政策、税金面に全く動きがないので、土地を求める客も少なくなり、設備投資自体も減ってくる。企業も土地を取得しないし、一般の方も住宅を建てようという意欲もなくなっているため、景気は悪くなる。
	悪くなる	商店街（代表者）	・安売り合戦で各店とも頑張っているが、それでも販売量、販売額は減少し、利益は薄い。この状態が続くようであれば、零細店は倒産、廃業せざるを得ない。
		百貨店（営業担当）	・1人当たりの買上単価も前年に比べ1割ほど下がっており、この傾向はますます強くなる。
		コンビニ（販売促進担当）	・デフレ状況の継続で、食品製造販売の利益がなかなか伸びていない。このまま続くようであれば、給料カットとリストラへの兆候が進む。価値あるものは価値ある値段で売らない限り正常化しない。消費者は安い方が良いが、製造販売の立場からは厳しい状況がまだまだ続く。
		衣料品専門店（店長）	・歳暮時期なので、ボーナスと年金が重なる月半ばに恒例の商店街売り出しに併せ、当店でも売り出しをかけたが、空振りに終わった。客の消費マインドは冷え切っている。この傾向は当分続く。
		通信会社（総務担当）	・今後の景気は2番底が来ると言われるなかで、加入者の解約や視聴料金の未納者が増加している。政府の緊急の景気対策を望む。
		理容室（経営者）	・売上が前年比で5～8%減となっている。本来なら年間のなかで今月が一番忙しくなるが、全く良くないので、1、2月は例年以上に悪くなる。
	良くなる やや良くなる	-	-
電気機械器具製造業（経営者）		・半導体関連の先行きは、9～11月の時点では年度替わりで2番底が来ると言われていたが、現在のところそのような危険性の状況は全くない。先行きも多少明るい兆しが見えてくる。	
電気機械器具製造業（経営者）		・受注は見通しが立っている。その間に新規事業として2件の事業が立ち上がっており、一般的にやや良くなっていく。受注量の確保はできたが、利益の増大につながるような工夫、改善が必要である。	
輸送用機械器具製造業（経営者）		・自動車新車量産開始のため、やや良くなる。	
輸送業（従業員）		・既存客の景気の上昇は考えにくいだが、さまざまな業界からの引き合いや話が来ており、案件によっては新規客の獲得につながることもある。確かに不況ではあるが、営業の仕方によってはいい話を持っていける状況なので、そこまで悪いわけではなく、やり次第では状況は良くなる。	
金融業		・製造業の年明け以降の受注は具体化していないものの、大手販売先からは増加する感触を持っている。中国向け輸出品を中心に、現在より10～20%程度売上は増加する。それでも損益分岐点ぎりぎりの水準であり、停滞感が残る。	
変わらない	食料品製造業（経営者）	・納入先の客数は前年からかなり減少しており、客単価にはわずかな増加がみられるものの、全体としては大幅に後退している。比較的安価な商品が売れており、余分な物は買わないという傾向が見受けられる。当分の間、売上の増加につながる環境にはなく、苦戦を強いられる。	
	繊維工業（営業担当）	・来年3月までは今のシーズンと同じなので、まず良くはならない。海外生産に受注をほとんど取られている。	

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		
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・現状の状態からすると、商社の注文の状態はほとんど先の見通しが立たず、新商品にもあまり迫力が感じられない。来年はこちらから企画品や安い商品を打ち出して不況を乗り切りたい。		
		一般機械器具製造業（経営者）	・現在の受注残が2か月先になくなるが、その頃に新規の金型の受注の話がある。ただし、単発の案件ばかりで、回復感がなく、一進一退である。		
		一般機械器具製造業（経営者）	・客の声などから、これ以上受注量の伸びが増える事は考えられない。また、不況業種から新たな業種への事業展開から市場の値崩れが起きており、この傾向はまだ続く。		
		輸送業	・デフレスパイラルで気持ちまで縮んでしまい。財布のひもはさらに固くなりそうである。		
		通信業（職員）	・当社情報通信分野においては、今年度いっぱい受注量が確保できる見込みであるため、今の傾向が今後も続く。		
		金融業（調査担当）	・中国など外需の回復により生産活動は持ち直すことが見込まれるが、雇用情勢や所得水準は依然厳しく、景気が上向くまでには至らない。		
		不動産業（従業員）	・市内でのオフィス需要の低迷が続くため、今後は悪くなる。		
		広告代理店（従業員）	・12月の広告受注枚数は、クリスマス・年末商戦が思いのほか活発だったため、この3か月に比べれば比較的順調で、前年同月比96%まで回復し、減少幅が縮小した。ただし、今後の見通しは、回復するまでは至らない。		
		やや悪くなる		農林水産業（経営者）	・例年でも1、2月は極端な落ち込みとなるが、今年度はそれ以上の落ち込みとなりそうである。価格が高い商品が敬遠される現状からすると、価格も大きく値崩れしそうである。いずれにしてもデフレ傾向から脱却しないと消費拡大につながらない。
				家具製造業（従業員）	・この先公共事業も減り、民間の設備投資も大幅に減っていく。今後1年間が全く読めない環境下で打つ手がない。
輸送用機械器具製造業（営業担当）	・現状の生産量と比較して減少傾向の計画が出てきているため、今後は悪くなる。				
金融業（得意先担当）	・融資の申込動向等をみると、後ろ向きへの対応が多かった。また、12月に施行された中小企業等金融円滑化法の問い合わせが寄せられており、今後返済が厳しい取引先に対する同法の施行に則った形で対応していかざるを得ず、当面厳しい状況が続く。				
金融業（営業担当）	・中小企業の借入金返済額軽減の相談や、個人の住宅ローンボーナス返済の延滞が今後増えてくるため、景気は悪くなる。				
その他サービス業〔物産リース〕（従業員）	・取引先の景気低迷に伴う企業業績、資金繰りの悪化等から、延滞発生が増加、小口倒産の増加等が再び始まっており、年明け以降はそれらの更なる増加が見込まれるため、悪くなる。				
悪くなる				鉄鋼業（経営者）	・国内の建設需要の回復が望めず、今後公共工事の新規発注が抑制されれば、今まで以上に需要は減退することが確実である。建材関連に携わる企業は2番底ではなく3番底に直面しそうな危機的な状態になっている。
		建設業（従業員）	・公共工事の前倒しも大方終了し、減少傾向にある。また、来年度予算も前年比数%カットで厳しさが増すと見込まれる。マンション建設も業界の大不況で期待できない。個人消費も経済の先行き感が不透明で抑制されているので、景気は悪くなる。		
		建設業（社員）	・年度内の発注はほぼ終わり、繰越工事が発注されれば2～3か月後も良くなるが、今の段階では、不安要素が強い。		
		経営コンサルタント	・卸、小売店ともに安売りをしている。これに消費者は飛びつくため、利益が確保できない状況である。また、消費者は飲酒量を減らしており、有名焼酎も価格を下げている。この傾向が今後も続く。		
		その他サービス業	・景気対策として失業者の緊急雇用事業が市町村から出されており、国の全額補助の事業であるため、市町村はこれを利用する傾向にある。しかし、契約額の70%以上を給付費とし、契約額の50%以上を失業者の新規雇用の人件費としなければならないため、受注する業者は、受注額の半分で技術的な仕事をしないと行けなくなる。業者の負担がかなり大きくなっており、建設コンサルタントは景気が良くなる見込みがない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・年度末に向けて需要がありそうな企業が多くある。事務だけでなく、工場内の軽作業等でも問い合わせ等がある。
	変わらない	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・現状から良くなるとは思えないが、地元のサッカーチームがJ2に昇格する話題もあり、スポーツ等での地域の盛り上がりで景気の起爆剤になるよう期待したい。
		職業安定所（職員）	・パート求人数に若干の回復傾向がみられるものの、人員整理の状況や求人意欲の面から見ても、このまま回復につながると思えない。
		職業安定所（職員）	・当月の新規求職者数は前年に比べ減少したが、年末に事業所閉鎖や従業員の一部解雇を実施するとの情報もある。また、新規求人数の動きを見ると、求人意欲は低調なまま推移しており、景気回復の兆しが見えてこない。
		学校〔大学〕（就職担当者）	・平成23年3月卒業予定者対象の求人が数多く届けられる時期であるが、採用担当者からは、採用予定者数の増加を考えているという話題が聞かれない。反面、その時期の景気の状態等により採用数を考える企業もあり、人の採用は極めて慎重である。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・年が明けても状況は変わらず、価格の低下に全体が慣れてきて、安価が通常価格となっていく。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・3月に市内中心部に新しい商業施設ができ、求人を期待したいところだが、企業のほとんどが首都圏等からの進出で、地場の当社には受注のチャンスがない。
		職業安定所（職員）	・失業率が最悪の状態推移している。求職者数が高い水準にあり、雇用の悪化、所得の減少で個人の消費意欲が低下している。
	悪くなる	人材派遣会社（社員）	・国内での消費喚起ができない限り経済は動かない。加えて55万人の新卒者の40%がまだ内定してない現状は深刻で、春先にそれだけの将来に希望をもてない青年を放出することが今後大きな負の遺産となる。
人材派遣会社（社員）		・年度末に事業所を閉鎖する企業もあり、依然として厳しくなる。	
民間職業紹介機関（社員）		・労働者派遣法改正案が新聞雑誌に報道され、顧客もその対応のためか、詳しい情報を欲しがっている。今後、外部労働力にどの程度依存していくのかについて、客も見えない状況で決算期を迎えるため、4月以降の更新案件は例年ほど出ていない。むしろ終了するケースが多い。	
民間職業紹介機関（支店長）		・労働者派遣法改正論議が前年の年越し派遣村や派遣切りを再び連想させ、客のマインドをさらに冷え込ませた。来期の予算が立たず、余剰人員の整理が実行されている。	

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	-	-
	変わらない	百貨店（営業担当）	・基幹産業である観光業界の苦戦に象徴されるように好材料に乏しく、引き続き景気回復には程遠いムードが漂っている。衣料品の取引先などでは販売不振による生産調整や事業見直しの動きなどがあり、商品供給への影響も不安材料となる。
		スーパー（販売企画担当）	・政府のデフレ宣言もあり、単価の回復が望めない。
		コンビニ（経営者）	・来客数と客単価が落ちているので、期待できない。
		コンビニ（経営者）	・ボーナスの減少や新型インフルエンザの影響があり、観光客の減少が続く。
		コンビニ（エリア担当）	・観光客の減少にすぐに歯止めがかかると思えない。
衣料品専門店（経営者）		・12月としては例年よりも早い時期にセールを催している店舗が多くなっている。正規価格で買う客が全体的に減っており、単価が上昇しない印象がある。来客数の増加も見込めず、現状は変わらない。	

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
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・まだまだ先行きは厳しい状況である。一部の製造業などで景況感が回復の兆しを見せているものの、旅行産業といったマーケットへ消費がシフトするにはかなりの時間を要する。円高の影響で海外との競合が考えられることや、企業団体旅行の受注も思うように伸びていない状況から、大きな変化を期待できない。
		通信会社（店長）	・今月の販売実績からは、良くなる要素が見当たらない。
	やや悪くなる	コンビニ（エリア担当）	・本来なら春先に向けて来客数が伸びるが、年末の観光客動向から見ると減少傾向が予測される。正月休みが例年より少ないこともあるが、絶対数が減るため厳しくなる。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・2010年は読書年としての活動もあり、県内の書店員が集まり業界活性化のための活動を行う計画がある。集客や売上等に若干は良い影響があると見込むが、業界として悪化の一途をたどるなか、前年比でどうなるかは予測がつかない。
		観光型ホテル（総支配人）	・年度末には幾分回復基調であるが、室料単価はデフレスパイラルから脱しきれず、売上は前年比15%程度の減少が予想される。
		通信会社（店長）	・現在は新商品の発売もあり好調だが、今までの動きから考えると継続して好調を維持することは無く、一時的なものと考えられる。
		観光名所（職員）	・企業のリストラの実施等、国内景気が上向く状況は見られない。このような状況において、観光客に頼る沖縄県は今後厳しくなることが予想される。
		ゴルフ場（経営者）	・先の予約状況を見ても、悪化傾向にあり、増える傾向があまり無い。新型インフルエンザ、景気悪化も原因としてはある。明るい状況が見えてこない雰囲気もある。
	悪くなる	その他専門店〔楽器〕（経営者）	・年末年始に向けて財布のひもが大変固くなっているためか、売上が今月に入って大幅に減少している。この節約傾向はこのまま進むと考えられ、更に経費を削減するか、又は会社の規模を縮小するか考えなければならず、大変な時代になっている。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・落ち込みを予想して、外商など、イベントを数多く行ったが、10～12月は予想以上に急激に落ち込んだ。一般客は中食で済ませるなど、財布のひもが異常に固い。外食するにしても関心は安さ、ボリューム、美味しさなどである。また、食の多様化により、いろいろなお店を使い分けているため、常連の来店頻度も落ちている。周りの店舗の無理な激安競争が飲食業界全体の首を絞めており、生き残りをかけた持久戦になっている。
旅行代理店（代表取締役）		・大手航空会社が、旅行会社に支払う国内航空券の発券手数料を4月から引下げると決めたため、沖縄は航空機を利用しないと出入りできないことから、沖縄の旅行業界にとってかなりダメージがある。県内で業界再編や営業所の整理縮小、倒産、廃業等が出てくる可能性がある。	
企業動向関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	輸送業（代表者）	・全体的に公共工事の見込みが増え、特に一部離島は活気が出ている。
	変わらない	通信業（営業担当）	・取引先等や同業者の様子からは、あまり変化が無いように見える。新年度向けの受注案件は動いているように感じられる。
		会計事務所（所長）	・日本全体の景気浮揚が無ければ、外需に依存する沖縄は景況上の恩恵は受けにくい。
	やや悪くなる	食料品製造業（管理部門）	・出荷量の見通しが悪くなっている。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・引き続き、新規工事物件が減少する見込みである。
		建設業（経営者）	・引き合い件数が減少してきている。
		輸送業（営業担当）	・景気後退による観光客数の減少が続いており、来年以降も回復の見込みは無いと予測される。また、失業率も悪化しており、年明け以降さらに厳しくなる。
		広告代理店（営業担当）	・官公庁主管の補助事業がようやく動き出したなかでは、多少、県内における広告、イベント産業も活性化した感がある。しかし、基幹産業と言われる観光産業の低迷は、県内において実質的にもイメージ的にもネガティブ要因となっている。
	悪くなる	-	-
雇用	良くなる	-	-

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
関連	やや良くなる		
	変わらない	求人情報誌製作会社 (総務担当)	・まだまだ景気回復の兆しが見られず、当面この状況が続く。
	やや悪くなる	学校[専門学校](就職担当)	・県内外のほとんどの企業の求人数が減少している。理由として次年度の景気の先行きが「不透明」だとするところが圧倒的に多い。
		学校[大学](就職担当)	・県内企業の、採用を抑える方針は今後も続くと思込まれる。
悪くなる	-	-	