

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）	・生産工場などが若干良くなっているようである。それでも3年前あたりから比べると80%くらいの生産量のようだが、その余波で気候と共に良くなっていく。
		一般小売店〔家電〕 （経理担当）	・エコポイント制度の延長も決まったが、同じ条件とは限らないので、イベントを盛り沢山にして販売訴求するつもりである。
		百貨店（企画担当）	・輸出型企業の業績や株式市場等に回復感が感じられ、これが徐々に身の回りに及ぶので、やや良くなる。
		百貨店（広報担当）	・前年、最も落ち込みが激しかった1、2月がベースとなるため、前年に比べると数字が幾分上向いてみえる。ひところ半減していた、外国人顧客の増加もプラス与件となりそうである。
		コンビニ（商品開発担当）	・徐々にではあるが、販売量の動きが活発になってきている。
		家電量販店（店長）	・エコポイント制度の効果で、客単価、来客数の増加、ついで買いが予想される。
		家電量販店（副店長）	・オリンピック、ワールドカップ等の国際大会の放映に伴い、テレビの販売台数は、今以上に伸びる可能性はある。昨年5月からのエコポイント制度開始前に伴う買い控えが大きかったため、前年と比較した場合にもプラスが見込める。
		家電量販店（営業統括）	・住宅の着工件数が伸びていないことと、大学も自宅から通学できるエリアをできるだけ選択しているとのニュースがあるので、新生活関連消費の伸びが限定的になる可能性がある。このようなか、1件でも多く、取りこぼすことが無いように、現場の販売員への教育を強化し、客に満足してもらえる接客対応ができるように万全を期す。
		乗用車販売店（販売担当）	・正月になってから来客数が増えており、エコカー減税・購入補助金の影響で買換えも増えてきているので、やや良くなる。
		乗用車販売店（店長）	・エコカー購入補助金の6か月延長も決まり、減税効果もまだある。ただし、新車効果が無いので微増になる見込みであるが、決算期を迎えるので、販売に期待ができる。
		一般レストラン（経営者）	・今月が史上最低だったので今よりは良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・昨年に比べて上半期の客の動きが活発で、旅行シーズンの4～6月に仕事が増えている。
		パチンコ店（経営者）	・今年の正月は正月らしくはなかったのだが、3～4月は当業界では客の好むような面白い新しい機種等が出るので、良い時期である。
		その他レジャー施設 〔スポーツ施設〕（支配人）	・昨年落ち込んでいた宴会の件数、人数、単価のすべてが、上向きに推移している。レストラン利用の消費単価も上がっているため、やや良くなる。
		その他レジャー施設 〔アミューズメント〕 （店長）	・母体ショッピングセンターのテナント入替えが多く発生しているが、新たなテナントの開業が決まっており、さらに母体客数が増える可能性が高い。また、併設する映画の話題作の公開もまだ続くこともあって、当店にも好影響が期待される。ただし、他施設ではまだ前年比で苦戦している店舗も多く、母体ショッピングセンターの集客力で大きな差が出ており、客による取捨選択は依然厳しい状況でもある。
		その他サービス〔語学 学校〕（総務担当）	・インターネットの広告を取り入れることになっているため、やや良くなる。
		設計事務所（所長）	・良くなる要素は見当たらないが、営業方針と動きを変えたので、その結果が出てくる。
		住宅販売会社（従業員）	・3月決算対策で、販売供給増や大幅な値引き販売などにより販売増が期待でき、景気はやや良くなる。また、変わらず低金利であり、現在好調の低価格の供給物件がますます増え、販売増につながる。
変わらない	商店街（代表者）	・景気が上向いていると言うには、あまりにも弱々しい気配である。ただし、消費者のマインドが全国的に上がってくれば、当地においても回復基調が力強くなる要素がいくつかみられる。	

一般小売店〔衣料・雑貨〕（経営者）	・デフレの影響で客の買い控えが進む。春に向かって値ごろ商品、あるいは付加価値商品と組み合わせるなどの工夫が必要である。今後も厳しさは続く。
一般小売店〔酒類〕（経営者）	・好天が続き、暖冬のせいもあるのか、灯油の売行きも今一つである。暖かくなるにつれ、ますます需要は減る。
一般小売店〔米穀〕（経営者）	・商店街を取り巻く状況が、補正予算などの良い影響を受けるまでには時間がかかりそうである。
一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・買い控えが進行する。
一般小売店〔文房具〕（経営者）	・月別の売上の上下はあるが、1月なら1月、2月なら2月、3月なら3月の売上を維持しているのも、悪くはない。
一般小売店〔家具〕（経営者）	・客の様子をみると、まだ良くなるような気配は無い。
一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・月末に当社のセールがあるが、不況の時には安い時に買いたいということで客が集中する。客からはセール時期についての問い合わせが多数来ている。セールの安い時に来客数が多くて販売量があっても、客単価が下がってしまうので、利益は少ない。これはここ数か月ずっと表れている顕著な状況である。
一般小売店〔茶〕（営業担当）	・売上高を前年同月と比べると、ここ数か月はマイナス続きで、今後も売上増加の要因は無さそうである。客のお茶に対する購買意欲は、安くても飲めればいいという気持ちであり、今後は単価を下げると言う客もいる。
百貨店（売場主任）	・まだまだデフレ傾向であり、ファストファッションへの関心が続いており、春物の関心は価格の安さに向くと予想される。
百貨店（総務担当）	・高級品の売上は依然低迷しているが、前年比での売上の落ち込みは多少改善されつつある。しかし、その傾向がはっきりしたものとはまだ言えない。
百貨店（総務担当）	・ファストファッションやアウトレットなどが業容を拡大しているなかで、百貨店は今後かなり厳しい状況となる。高額品離れということもあって、景気は当面、この状況が続く。
百貨店（営業担当）	・根本的には変化はない。たとえ消費に目が向いても1点の単価が下がっているため、相当数の来店がなければ前年売上は当分見込めない状態である。価格を戻し、将来不安がなくなるまでは厳しい。
百貨店（営業担当）	・同業他社を含め、数少ない顧客の奪い合いで、価格競争も加わっている状況は今後もしばらく続く。特に中小の小売店にとっては体力勝負となっていく。雇用環境が改善され、デフレ感が払しょくされない限り、この傾向は続く。
百貨店（営業担当）	・食品関連は堅調に推移しているが、クリアランスセールも不振に終わり、個人消費の回復はまだ先という感が強い。
百貨店（販売促進担当）	・回復するようなきっかけがみえない。
百貨店（販売促進担当）	・漫然とセール商材を売っている売場は不振、付加価値をつけた商品は好調、という傾向から、仕込みをしっかりと行えば顧客の琴線に触れ、そういう商材に投資したいと思う顧客心理がうかがえる。人員不足の中、どこまで手間をかけて仕込めるかにかかっている。
百貨店（業務担当）	・現状では来客数も減少傾向にあり、一方で、単価のダウンも継続している。そうした中で、なかなか前年並みの売上が取れないのが百貨店業界の傾向であり、この3か月の間にこの傾向が変わるということは考えづらい。
百貨店（営業企画担当）	・百貨店における食料品以外のカテゴリーでは、まだ消費者の購買意欲の回復は見込めない。
百貨店（営業企画担当）	・客単価の低下はしばらく継続し、売上の回復はまだ先になりそうである。
百貨店（販売管理担当）	・販売量が前年を超える傾向は続くとしても、春物の作り込みで既に低単価を意識した商品を投入する予定であり、定価品としての単価ダウンは続く。
スーパー（統括）	・リニューアル効果で来客数の前年超えは続いているが、先行き不透明感は変わらず、このままの推移である。
スーパー（経営者）	・ここ2～3か月は同じような状況が続く。その先は少し良くなる期待を持っているものの、基調は良くない状況が続く。当業界は景気によってそれほどの落ち込みはないが、競合店が近くにできたときには非常に大きな影響を受ける。

スーパー（店長）	・景気対策が見えてこないため先行きが不透明である上に、消費者の財布のひもは固く、売上確保には苦しめられそうな気配である。競合各社も低価格路線を変更するとは考えられず、粗利の部分に関しても縮小傾向で、かなり厳しい状況に変わりはない。
スーパー（統括）	・客は、広告初日に入った目玉商品、卵、しょう油という価格訴求商品については反応するが、そうした物だけを買ってすぐにレジに並んでしまうことが非常に多く、プラスチックで買物をしている様子はほとんどみられない。
スーパー（仕入担当）	・単価は低いほうへシフトしてきており、なかなか売上を確保できない。顧客が望んでいる商品の的を外すと大きく落ち込んでしまう。
スーパー（仕入担当）	・量販店中心にディスカウントショップも巻き込みながら、低価格志向が続いている。客が価格を比較しながら買い回りをしている状況は今後も続く。
コンビニ（経営者）	・今年の花粉の飛び具合は昨年の半分くらいということで、これから段々暖かくなってくると客の動きが活発になってきて、多くの客に来店してもらえるようになる。たばこに関しても、値上げの時期に買い控え、買い置き等の動きがあるかもしれない。商品開発、セールにおいても、今後も積極的に売っていくことを本部のほうでも考えていく。
コンビニ（経営者）	・陽気が良くなること、及び、緊急経済対策等で若干良くなるかとは思いますが、予断を許さない。
コンビニ（エリア担当）	・2月の期末に向け競争店の閉店もあるが、逆に競争店の出店が多数みられ、更に競争関係が厳しくなる。また、タスポの反動から1年に近付き、安定も想定される。
コンビニ（商品開発担当）	・可処分所得等が増える要素がみられない状況下で、消費が上向くとは容易に考えにくい。
衣料品専門店（店長）	・数か月で客の消費マインドが大幅に変わるとは考えにくい。
衣料品専門店（営業担当）	・2月は冬から春にかけての切替えの季節だが、例年苦戦をしている。しかし、新鮮なデザインや素材感、手ごろな価格で提案をしていきたい。
家電量販店（統括）	・政府の緊急経済対策の継続による効果が期待できるが、5月中旬以降は慎重にならざるを得ない。
乗用車販売店（営業担当）	・エコカー購入補助金制度が延長されることにより、購入は3月の決算を待ってからにしようという動きがみられる。
乗用車販売店（渉外担当）	・デフレ現象が続いており、どの業種も一般的に価格面で過当競争である。企業の体力、雇用、賃金等、結果的に負の連鎖に陥っている。
乗用車販売店（総務担当）	・エコカー購入補助金制度の延長決定により、増販につながると良いが、全体的な景気回復がなければ、車購入まではいかない。むしろ、一家に2、3台所有していた車を1台に減らす傾向にあり、購買意欲を増すような新型車の投入が必要である。
乗用車販売店（販売担当）	・普通トラックの平成21年の販売台数は、4万台を切るような状況であり、これは昭和30年代、50年前くらいの状況である。現状は環境対応車購入補助金があって若干の需要が出ているが、財源が枯渇してしまえばまた景気が悪くなる。消費者の動向や物価の状況をみていかないと、今後の景気は底割れする。
その他専門店〔雑貨〕（従業員）	・バレンタインデーがあるので、その月だけは少し上がるが、全体的に景気の悪さは回復しない。
その他専門店〔服飾雑貨〕（統括）	・週末を中心に、来客の勢いに変化がなく、買上率等にも変化がみられない。
その他小売〔ゲーム〕（統括）	・卒業、進学で購入意欲が活発化する時期である。しかし、ソフトがどのくらい市場に受け入れられるのか全く予想がつかない。このようなことはかつてなかったことである。
高級レストラン（支配人）	・当社を利用する製菓関係など、一部の企業は比較的好調な所もあるが、企業にとって円高、デフレなど不安要因が多く、全体的な景気の回復はかなり先になる。
一般レストラン（経営者）	・景気低迷が続くなか、外食がぜいたくであるという感じと、外食でしか味わえないという思いが混在している。
一般レストラン（店長）	・30年来の常連もいるが、来店回数が非常に少なくなっている。新規の客も来ない状況が続いているので、2～3か月先も伸びることはない。
スナック（経営者）	・毎年2月は期待できないが、2月の後半から3月にかけて花見や送別会等の団体が来ることを期待している。また、暖かくなれば期待できるが、寒い日が続くので心配である。

都市型ホテル（スタッフ）	・先の宴会予約状況を見ると、法人予約人数が前年に3%追い付いていない。婚礼は、販促の手をいろいろ打ったので、前年比で人数は15%増となっているが、料金プランを下げているので、人数ほどに売上は上がらない見込みである。レストランは、春の歓送迎会を中心に、前年より予約人数を1割多く取り込んでいる。宿泊もネットに限定プランと称して割安感のある料金を出すとともに反応があるので、先の予約状況は前年比で弱い状況であるが、ビジネスマンの動きは戻りつつある。	
旅行代理店（従業員）	・問い合わせの電話件数が少ない。また、団体旅行の見積提出をしても成約に結び付いていない。既に4月以降の問い合わせ期間のため、今後2～3か月はあまり期待できない。	
タクシー運転手	・タクシー適正化・活性化法施行後、各社保有車両削減に取り組んでいるようだが、減車が目に見えてくるのは大分先になりそうである。不況と同時にタクシー界の景気は悪いまま移行する。	
タクシー（団体役員）	・各企業が年度末に入り、人事異動もあると思うが、ここ数か月、契約顧客からの無線オーダーが極端に減っており、交通費の節約傾向が見える。景気の先行きが分からないので、まだまだ厳しい状況が続く。	
通信会社（経営者）	・明るい話題がなく、景気浮揚のきっかけがつかめず、このまま推移する。	
通信会社（営業担当）	・テレビの買換え需要がまだ盛んであり、一進一退を繰り返す。	
通信会社（営業担当）	・他社乗換えによる解約増が、転入による加入増を上回りそうな見込みである。	
ゴルフ場（支配人）	・2、3月の来客の予約表の埋まり方がここ2年間と変わらない。	
その他レジャー施設（経営企画担当）	・ニーズにあったイベント等の企画があれば客は集まるが、依然として消費者の財布のひもは固く、収益的には厳しい状況が続く。	
その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・3月からの入塾の問い合わせが昨年以上にあり。一方、授業料が払えず、塾をやめるといった生徒も昨年に比べて少し多くなっている。	
設計事務所（職員）	・良い悪い、どちらの要素も見当たらず、低迷したままの状況が続く。	
住宅販売会社（従業員）	・展示場への来場者数は場所によってはばらつきが大きいですが、全体としては昨年並みである。	
住宅販売会社（従業員）	・住宅版エコポイント制度の効果が出るかどうかで受注が変わってくる。年度末での完成物件数は前年並みの見込みであり、景気そのものは良くなる見込みはない。	
住宅販売会社（従業員）	・本格的な景気回復が始まらないと、住宅取得への意欲は弱いままである。	
その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・住宅等の波及効果の大きい商品はまだ売れていない状況であり、景気が上向きになるには時間がかかる。	
やや悪くなる	商店街（代表者）	・年間に何回か売出しや展示会をやっているが、客を勧誘した場合に、できるだけ買いたくないという反応の客が増えてきている。また、結論や成約までいかないことが多い。客はお金を出すということに対して消極的になっている。
商店街（代表者）	・予算の見直し、更なるコストの見直しを考えている客が多くなっている。	
一般小売店〔家電〕（経理担当）	・来客数も減っており、購買意欲が無いように感じている。エコポイント制度の効果は多少はあるが、そのために景気が良くなるとは考えられない。	
百貨店（広報担当）	・政局が安定せず、決定的な景気対策が打てない。そのため、世間の心情的にも生活防衛的な買物傾向が続き、景気浮上のきっかけが見当たらない。	
百貨店（店長）	・雇用対策や景気対策が全く見えず、先行きは不透明であり、特にデフレに拍車がかかって来ている。	
コンビニ（経営者）	・1月の落ち込みがあまりにも激しいので、すぐには改善されない。	
コンビニ（経営者）	・デフレがどこまで続くのか見当が付かない。まだまだ下がる。	
コンビニ（店長）	・恵方巻、また酒の売上等、内食、内飲みの影響が、前年水準はクリアしたが、全体の売上を押し上げるまでには至っていない。	
衣料品専門店（経営者）	・衣料品、特に婦人の1品単価の下落が続き、枚数は前年の水準に達しても、売上が届かない状況はまだ続く。	

衣料品専門店（営業担当）	・不況のため、消費がやや不安定である。
家電量販店（経営者）	・年が明けて、消費の動きが厳しくなっている。購入単価も下がり、購入決定までより時間がかかる傾向になっている。
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い。これは、3月で期限となる予定であったエコカー購入補助金制度が9月まで延びたということで駆け込みの登録が無くなってしまったことと、将来が不安で購入をためらっている客が多いためである。
住関連専門店（統括）	・現段階では景気が良くなる要素はなく、まだ冷え込みが続く。景気も横ばいかもう少し悪くなる。
その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・客の財布のひもが緩まず、簡単には推奨品も売れなくなっている。客のニーズが細かく深くなっている気がするので、それにあわせて接客方法を変えていく必要がある。
都市型ホテル（支配人）	・先々の受注売上も前年比で落ちている。
都市型ホテル（スタッフ）	・4月の披露宴の取込件数が前年比でかなり厳しい状態になっている。5月以降も数字が伸びておらず、厳しいままの推移となる。
都市型ホテル（スタッフ）	・婚礼見込み客の来館率が落ちているため、やや悪くなる。
旅行代理店（従業員）	・重要なビジネスパートナーである航空業界が厳しい状況にあり、しばらくの間は共に収益を上げていく関係を作りにくくなっている。成田、羽田の拡張による便数の増加もあるが、機材のダウンサイジングで相殺され、総座席供給量では大きく増えるとは考えづらい。
タクシー運転手	・これから先の不安が大きすぎるため、無駄遣いできない、している場合ではないという気持ちが大きく、客は減る一方である。
タクシー運転手	・利用客の減少はまだ続き、客の公共交通機関への流れがより一層多くなる。夜の飲食店の客が少なくなっていく傾向も続く。
通信会社（営業担当）	・地上デジタル放送化に伴うアナログ契約の解約が年度末にかけて引き続き予定されており、加入純増の大幅な改善は見込みにくい。
通信会社（支店長）	・ユーザーが価格に敏感になっており、高価格機種の値下げを待つ傾向が強くなっている。それと共に、新機種の発売で飛び付くユーザーが少なくなっている。
通信会社（営業担当）	・できる限り出費を抑える傾向が強く、売上目標を達成していくのは極めて難しい。
通信会社（営業担当）	・助成金による地上デジタル放送対応やエコポイント制度でのテレビ購入など、いずれ必要な物は買得感があれば売れているが、基本的には消費マインドは冷え込んでいる。
観光名所（職員）	・閑散期となるため、また、不景気ということもあって、旅客数の動きが非常に少なくなる。
遊園地（職員）	・暫定税率の税率水準が維持されることや、現行の高速道路料金引下げの制度が打ち切りとなるなど、レジャーにはマイナス要素が多い。消費マインドの冷え込みから、来園者の支出抑制傾向はまだ続く。
その他レジャー施設〔ホール〕（支配人）	・近くの大型ショッピングセンターに押されたのも要因だが、近隣でマンション等が増えているにもかかわらず、5年間当ビルにあった中堅のスーパーが、売上がかなり落ちたようで、今月早々閉店となった。飲食店も若干客足が落ちている。
その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・単価を下げている割には生徒数の変化が見られず、景気は当分戻ってこない。
設計事務所（所長）	・案件が少ないなか、低価格競争が激しくなっており、非常に厳しい。とりあえず仕事を取ろうということで非常に無理をしている。これから先、仕事が沢山出てこないことにはますますこういう状況になっていく。
設計事務所（所長）	・現在の連鎖傾向のなかでは、とても明るい兆しは見えない。
住宅販売会社（従業員）	・今月は例年よりも早く1月から売れているが、従来は売れ始めるのはもっと後からである。今月が良かっただけに、先行きは若干悪くなる。

		住宅販売会社（従業員）	・1月は3連休があったにもかかわらず、全体的には来客数が減少しており、今後かなり厳しい状況になる。住宅版エコポイント制度も、あまりプラスアルファの効果は期待できない。
悪くなる		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・1月中旬から後半にかけて客数の落ち込み、特に自家消費する商品の落ち込みがかなり激しいものがあり、客の節約志向が顕著に出ている。2月は特に大きな行事等がないため、売上の見込みが取れず、あまり期待できない。
		一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・給料が上がらなければ消費は冷え込む。競合店が多すぎる。
		一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・客の心理が非常に落ち込んでいる。実際に所得も減っているのだろうが、それ以上にマスコミなどのデフレ報道に、少し我慢すれば良くなるというような話はなく、マイナスの悪いことばかりであるため、暗い雰囲気になっている。この先も悪くなっていくのではないかと心配している。
		スーパー（店長）	・月を追うごとに数字が悪くなっている。先行きは来月、再来月共に悪くなり、負の連鎖が続いて今よりも悪くなる。
		コンビニ（経営者）	・低価格志向はますます加速し、売上減少に歯止めがかからなくなってきている。全く展望が開けない。
		衣料品専門店（経営者）	・久々に来店した客が、洋服は欲しいが見れば欲しくなるのでできるだけ出かせないようにし、安い物で間に合わせていると話している。かなり引き締めていることが考えられ、しばらくはこのような状態が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・消費者は、政治や経済の状況をみて必要最低限のものしか買わない傾向にある。全く売上が伸びる要素が見当たらない。
		衣料品専門店（経営者）	・セールの最終消化と梅春の商戦が読み難く、仕入れが難しい。客はかなり慎重で、ムード作りの販売では梅春商戦も苦戦が予想される。商店街全体では冬物最終処分が進めるが、天候も不安材料の一つである。
		衣料品専門店（店長）	・現状、天候に左右されているのを考慮しても、実用衣料の落ち込みが予想以上であるため、今後も悪くなる。
		都市型ホテル（経営者）	・デフレの影響がホテル業界にも出ている。当地区6社のうち、当社より高価格で販売していた2つのホテルが軒並み低価格路線に打って出たため、非常に影響を受けている。低価格の過当競争に陥っており、先行きが真っ暗な状況である。
		タクシー運転手	・デフレということでもますます値下がり傾向であり、客の減少等も続いている。まだ下げ止まる兆候が出ておらず、一層厳しい状況が続く。
		タクシー（団体役員）	・もう少し景気が回復してくれないと、タクシー利用者は減っていく傾向にある。
		設計事務所（所長）	・公共の仕事を頼りにしているが、新年度から中止または先延ばしと言われているため、受注減となることが予想され、大変不安である。
企業動向関連	良くなる やや良くなる		
		金属製品製造業（経営者）	・納期、価格共に厳しく、まだ利益を出せる状況に無いが、仕事の量は増えている。取引先が社内加工するために引き揚げたものが外注されるようになり、大手は忙しさを増しているようである。
		一般機械器具製造業（経営者）	・12月に見積をした案件で、2～3月に立ち上がるものがあるので、いくらか良くなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・大手企業の輸出関連が活発に動き出してきたため、これから先の受注見通しに多少明るさが出てきている。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・材料が動き始めたが、先月よりは少し減っており、3月までは踊り場のような状態になると思われる。4月からは、今までが悪かったため、むしろ少し良くなる。
		輸送業（所長）	・取引先の情報によると、配送量が増えるとのことである。対応できる体制作りを要望されており、受注量が増える見込みである。
		不動産業（従業員）	・値ごろ感が出てきているせいか、業績が良い法人の設備投資意欲が感じられ、受注が増える傾向にある。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・このまま受注は増える見込みである。
その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・年度末による受注増が見込まれる。		
その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・来期に向けては案件が多い。		

変わらない

繊維工業（従業員）	・当分は現在のデフレ状況が継続する。大手低価格ファッションストアの一人勝ち状態は続き、経済が好転して消費者の購買意欲に余裕が出てくるまで、製造業を営む中小企業では全く受注がない状態が続く。
出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・年度末需要で、例年、受注量の多くなる時期だが、価格を下げないと仕事を取れないため、利益減は避けられない。
化学工業（従業員）	・国内向けの受注はまだ減少傾向であるが、輸出関係が少し増加しており、トータルでは横ばい状況である。
一般機械器具製造業（経営者）	・良くなる気配はほとんどない。円高についても仕事には全く影響がない。
精密機械器具製造業（経営者）	・注文は今後あるとの話だが、いまだに無いので、先行きは不透明である。
精密機械器具製造業（経営者）	・各業界の取引先から4月以降の正確な情報が入ってこないため、非常に不安定である。
その他製造業〔ゲーム〕（経営者）	・販売上、特段の好材料がない。
その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・好転する要素がない。
その他製造業〔鞆〕（デザイン担当）	・取引先の景気が当社の景気を左右することから、良くなるとは感じられない。
通信業（広報担当）	・底打ちはしたものの、ユーザーである小規模事業者の経営環境に大きな変化はなく、当面は現在の水準で推移する。
通信業（総務担当）	・販売店等への出荷台数が前年度を上回り、回復傾向もつかげたが、直近でまた下回っている。一方、販売数は横ばい傾向にある。景気は一進一退である。
金融業（審査担当）	・不動産業においては、最近では条件の良い土地の情報が入ってきている。しかし、不動産市況の本格的な回復が読めないため、土地仕入れについては慎重になっている。
金融業（支店長）	・中小企業金融円滑化法の関係で、相談件数が増えており、若干返済の猶予はできている。取引先では受注量が増えてはいるが、この受注が3、4か月続くのかはまだ不安材料があるため、変わらない。
不動産業（総務担当）	・急激な景気回復は望めないが、徐々に新規テナントの入居に関する問い合わせも出始めているため、少し明るい見通しが持てる。
経営コンサルタント	・県内の中小都市、郡部における建設事業者の存在、影響力は大きい。建設不況で各企業の活動は低下し、廃業、転業する事業者も相次いでいる。こうした地域の商工会議所、商工会は、建設事業者が事業運営の中核となっているため、その影響を受けている。廃業、脱会、さらには役員や事業リーダーの辞退が目立ち、今後の組織機能の低下が避けられない。
経営コンサルタント	・まだ回復の兆しが見えない。
司法書士	・大きな変化の要素は見当たらない。
経営コンサルタント	・良くなる要因がない。
社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない。
その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・新年度を迎えることになるので、一般的には少し明るさが見えるかもしれないが、広告などでは結果が遅れて出るものなので、変わらずに低迷気味である。
その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・年が明けても受注量は継続的に下降傾向となっており、当面はこの傾向が続く。年度末の転居が多い時期に期待したい。
やや悪くなる	
金属製品製造業（経営者）	・日本でものづくりができなければ、良くなっていくとは思えない。世間では、格安ジーンズなども購入意欲が出て販売額が上がっているようだが、生産は中国で行うため、日本はお金を使うだけであまり意味がない。エコポイントも日本製の物にポイントを付ければ循環するのだが、工業製品も製造は中国やアジアで、それらの国が忙しくても日本の製造業にはあまり関係のないことである。
建設業（営業担当）	・官庁の大型の仕事が減ってきており、昨年末から大手ゼネコンは民間の仕事においても大幅に設計金額を下げた仕事を取り始めている。これでは地元企業は、じり貧になり倒産するところが増えてしまう。
建設業（経理担当）	・年度末を迎えようとしているが、公共工事で新年度はもっと厳しい状態になりそうで、不安感が大きい。
不動産業（経営者）	・古い物件の空室が急増している。この春に契約しないと1年間空室状態が続くので必死である。
広告代理店（従業員）	・当社は行政からの受注が多いが、来年度の予算もイベント等は減らされる傾向にある。

		<p>広告代理店（従業員）</p> <p>・取引先が印刷費や販促費を削ってきているため、売上が減少する。</p> <p>その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）</p> <p>・新規の案件はなく、年度末が近いからか、減額、解約が増えてきている。</p>
悪くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）	<p>・軽印刷業の前途は、今後さらに淘汰が進むと思われ、前途多難である。</p>
	出版・印刷・同関連産業（所長）	<p>・今年1年の売上は、3月末までの数か月で大枠決まると言っても過言ではない。現状では今後2～3か月程度で良くなると考えられない。昨年より今年の方が1年を通し更に厳しくなるのではと考えている。</p>
	プラスチック製品製造業（経営者）	<p>・発注量は低迷したままで、新規の企画もなく、良い材料が見当たらない。</p>
	金属製品製造業（経営者）	<p>・回復してきたかに見える自動車関連も、円高による影響で、製造業では価格の低減を求められ、採算に乗せるには人件費を削るしかない状況にある。</p>
	建設業（経営者）	<p>・消費者については動きはない。企業も設備投資などは全くと言っていいほど仕事はない。2月末や3月末、4月の決算時期に1つの山が来るのではないかと非常に心配である。</p>
	輸送業（経営者）	<p>・年が明けて新年の会合への参加者が例年に比べて減少している感がある。また、受注量の減少等で事業の縮小や廃業する事業者が増え、業界団体から脱退する経営者が増加傾向にある。今後も改善の兆しはみられず、先行きは大変暗い。</p>
	輸送業（総務担当）	<p>・このままの輸送量であれば資金的に厳しい状況になる。補正予算の早期執行で輸送量が増えることを期待しているが、燃料価格がまた上がり始めているので、経営的には年度末にかけて非常に厳しくなる。</p>
	金融業（渉外・預金担当）	<p>・倒産等が散発している影響もあり、受注が全く無い状態の取引先がある。</p>
	広告代理店（経営者）	<p>・次年度の予算期なので、次年度の厳しさがみえ始めている。ある主要顧客からの通常受注の4割削減が既に決定しており、他の顧客も多かれ少なかれ、似た対応を迫られるのは明白である。各社とも発注査定を盛んにやっているため、「悪くなる」どころか「とても悪くなる」という選択肢が欲しいくらいである。</p>
雇用関連	良くなる やや良くなる	-
	人材派遣会社（社員）	<p>・12、1月と求人数は回復基調も、単価の下落により、10、11月と比べて業界の業績が下振れしている。2月以降の求人需要が増加する見込みとの判断から、景気はやや良くなる。</p>
	民間職業紹介機関（経営者）	<p>・国際会計基準の動きを実務に受け入れる体制作りのため、企業側は専門家を必要としてきており、直接雇用、間接指導共にニーズが多くなってきている。それに引き換え、監査法人からの転職希望者は減少著しく、冷え込んでいる。</p>
変わらない	人材派遣会社（社員）	<p>・中小企業の経営者や銀行の融資担当者との話によると、3月いっぱいまでは特に良くなる条件が何もないという意見が非常に多かった。</p>
	人材派遣会社（支店長）	<p>・派遣依頼数は前年ほどではないが回復してきている。しかし、企業から人員の次年度計画を聞いてみると、見通しが立っていない、もしくは現状維持との回答が多く、大きく依頼が増大するような話がない。</p>
	人材派遣会社（業務担当）	<p>・労働者派遣法が改正された場合、規制がどのように、どこまで及ぶのかの目途も立ってきたが、時間的にまだ余裕があることもあり、派遣先企業では使えるまでは使おうという雰囲気である。そのため当分は現在の底ばいの状況が続く。</p>
	求人情報誌製作会社（編集者）	<p>・採用広報予算をかけなくても、大卒を採用できる環境は次年度まで続く。</p>
	求人情報誌製作会社（営業担当）	<p>・以前であれば閑散期でも繁忙期に向けて今のうちからと人材採用の動きがあったが、現在はそれがほとんどない。いよいよ必要になったら採用、という採用行動の遅れがあるため、変わらない。</p>
	求人情報誌製作会社（編集担当）	<p>・医療、福祉関連が堅調なものの、小売業や飲食などのサービス業にはあまり動きが見当たらない。地元の大型家電店などでは販売が好調と言われているが、スタッフ増員までは至っていない。</p>
	職業安定所（職員）	<p>・雇用調整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みられるが、まだ受注は一時的なもので、本格的ではない。</p>

	職業安定所（職員）	・求人数が増えている状況ではない。少ないまま変わらないので、今後も就職困難な状況は変わらない。
	職業安定所（職員）	・雇用調整助成金の申請が減少傾向を示していない。
	民間職業紹介機関（経営者）	・まだはっきり需要が上向いているわけではないが、いろいろと刺激策等でプラスのところもあるようである。以前と比べ、生産が半減、稼働率が4～5割に落ちていたところも少しずつ改善してきて、今は6～7割といったところである。良くなっているというよりはあまり変わらないが、上昇しつつある。
やや悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・派遣形態から直接雇用へ切替える企業が増えるため、派遣契約の減少が見込まれている。
	人材派遣会社（営業担当）	・各企業の経費削減策の影響を受けて、ここ数か月と同様に求人数より契約終了者数が上回る。また、改正労働者派遣法が施行された場合、派遣会社の業績低迷、さらには派遣社員の失業率増加につながる。
	職業安定所（所長）	・年度末を終期とした契約社員などの非正規労働者の離職が予測され、失業者の増加、それに伴う個人消費の減少などが考えられ、現在より景気が改善される要素がない。
	職業安定所（職員）	・12月の雇用調整助成金の申請件数は1,215件と、増加が続いている。これは申請要件緩和によるものとも考えられるが、年度末が退職予定日となっている再就職援助計画も多数あり、失業者の増加が懸念される。
	職業安定所（職員）	・企業の採用意欲は低く、月間有効求人数が前月比で6.9%と大幅に減少している。月間有効求職者数も前月比で5.9%減少したが、希望する求人が無く、再就職をあきらめてしまう求職者が増えている。
	学校〔短期大学〕（就職担当）	・来年採用のために学内企業説明会を開く準備をしているが、例年参加している企業で採用計画がない、あるいは計画が立たないとのことから、不参加となる企業が多くなっている。
	学校〔専修学校〕（就職担当）	・採用人数に関して、一部企業より予定数から減員になると連絡が届いている。昨今の景気環境から、無理をしない採用計画にシフトしている様子である。
悪くなる	職業安定所（職員）	・求職者の増加及び求人の減少、また、デフレに対し企業、消費者双方の防御姿勢となっていることによるスパイラル懸念などがある。
	学校〔専門学校〕（教務担当）	・次年度の採用について、仕事の受注がないため予定が立てられない、という企業が実に多い。