

・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	一般小売店〔土産〕 （経営者）	・米国の大手金融機関の破たんや新型インフルエンザの影響が影を潜めていることから、今後については、中国経済が悪くならない限り、少しずつ上向く。
		百貨店（販売促進担当）	・客の買い方をみると、価格訴求の商品ばかりではなく、少し良いもの、少しぜいたくしてといった選び方がみられるようになってきていることから、今後についてはやや良くなる。
		百貨店（販売促進担当）	・来客数が増加傾向にあり、客の購買意欲も高まっていることから、今後についてはやや良くなる。
		スーパー（店長）	・今後も来客数の増加傾向が続き、売上を確保しやすくなる。
		スーパー（企画担当）	・新政権の各政策がこの春から施行されることになるため、それが景気刺激策になり、徐々に効果が出てくる。
		乗用車販売店（従業員）	・他社のリコール問題の影響や当社の新型車発売の効果で販売台数が上向きになる。
		高級レストラン（スタッフ）	・前月に実施したケーキバイキングは予定客数の50%程度の入込であったが、今月は予約段階で100%確保できた。当日もかなりの数の問い合わせがみられたほか、直接レストランに来店したものの、満席のため中に入れぬ客もみられた。消費者も、長引く不況に嫌気が差しており、本当に価値を認めたことに対しては、お金を使おうとする姿がうかがえることから、今後についてはやや良くなる。
		観光型ホテル（経営者）	・下げ止まりの兆しを感じる。閑散期の冬期が過ぎ、4月中旬から観光素材が充実してくるため、予約も増え始めており、エージェント経由の動きも活発化してきている。ただし、あくまでも北海道内の地域間競争の元でのことであり、予断を許さない状況にある。
		旅行代理店（従業員）	・4月の先行受注額をみると、国内旅行が前年比104%、海外旅行が前年比112%とようやく100%を超えてきた。まだ消費マインドが上向いてきたとの実感はなく、受注額の規模が小さいので何とも言えない面もあるが、わずかな期待感がある。
		旅行代理店（従業員）	・客単価は低いままだが、来客数の伸びにより、取扱額は増えつつあるため、ゴールデンウィーク以降まで、この状況が続くことが期待される。
	タクシー運転手	・異動や卒業・入学など控えて人の動きが活発になる。更に、函館競馬場の改修工事が終了することから、売上の向上が期待される。	
	観光名所（職員）	・3～4月にかけては卒業旅行が見込まれる。また、海外からの観光客も微増ながら増えているほか、国内の利用者も増加傾向にあることから後はやや良くなる。	
	変わらない	商店街（代表者）	・景気が良くないとの意識は変わっていないため、より無駄のない生活意識の元、守りの家計となっており、今後についても変わらない。
		商店街（代表者）	・本格的な春となり、客の買物への出足が良くなるが、郊外型ショッピングモールやアウトレット等の出店の影響により、中心街への客は減ることになる。
		商店街（代表者）	・新年度予算が執行される時期がやってくるが、例年ゴールデンウィーク前後は商店街を訪れる客が減少することから、今後についてもあまり変わらない。
		百貨店（売場主任）	・食品は健闘しているものの、衣料品が苦戦しており、春物の動きも弱いことから、今後についても変わらない。
		百貨店（役員）	・依然として客単価が低いまま推移していることから、今後についても変わらない。
		スーパー（店長）	・売上は少しずつ伸びているが、目玉戦略によるものであり、売上が予算を達成しても利益が付いてこない状態にある。価格で客は呼び込むことはできるが、価格で利益が逃げてしまう状況になっており、今後についても変わらない。
スーパー（店長）		・2月の客単価は1月と同様に前年比で約5%の低下が続いている。2010年度も景気は上向かないという予想も出ていることから、今の状況が変わらず続く。	

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（役員）	・現在の売上は来客数の増加により、前年比で3ポイントほど伸びているが、本州企業のディスカウント業態の来店により、市場価格が下がってきている。今後については、商品単価がますます低下傾向になり、来客数の獲得も難しくなる。状況によっては、やや悪くなる可能性もある。
		スーパー（役員）	・来年度の給与が増える様子が全くみられない。給与が増えない以上、消費の伸びは見込めないため、今後についても変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・客が1回の買物に使う金額の前年比は、この半年間変わらないまま推移している。売れる商品も変わっていないため、4月頃まではこのままの状態が推移する。
		コンビニ（エリア担当）	・たばこやアルコールの販売量の減少が続いている。雑誌の販売量も低迷しており、余計な商品を節約する傾向が強まっている。
		衣料品専門店（店長）	・北海道の場合、これという景気が良くなる条件が何も見当たらないため、今後についても変わらない。
		家電量販店（経営者）	・エコポイント制度の延長が決まったのはプラスだが、それを加味しても前年の売上を確保できるかどうかという水準にある。域内循環を加速させるような、更なる経済対策が望まれる。
		家電量販店（地区統括部長）	・薄型テレビの需要は来年のアナログ放送の停止までは好調をキープするが、不況の影響でパソコンや冷蔵庫、洗濯機といった大物商品については、壊れた時にしか購入しない傾向が今後も続く。
		乗用車販売店（営業担当）	・環境対応車への補助金などは継続するが、来年度になると需要を先食いした反動などにより、ほぼ横ばいで推移する。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・体調が悪くなくても医療機関にすら行かない傾向は今後更に強まる。
		観光型ホテル（経営者）	・宿泊単価が上昇する材料が見当たらない。更に5月に開催される上海万博に向けて、各旅行会社の国内旅行への販促活動が低下しており、集客の面でも苦戦することが懸念される。
		旅行代理店（従業員）	・道内観光については、国内客と海外客の緩やかな伸びが期待される。一方、道内客の需要については、国内旅行、法人旅行が厳しい状況にある。
		観光名所（役員）	・昨今の入込の動きをみると、東アジアを中心とする海外客は強含みであるものの、国内の旅行マインドが依然として弱含みなことから、今後についても変わらない。
		パチンコ店（役員）	・今後3か月で良くなるとは到底思えない。過剰なサービスやイベント、値下げなどの動きは今後も続く。
		その他レジャー施設（職員）	・値下げなど、料金体系の再検討などの対策を検討中だが、その効果は全く不明であるため、今後についても変わらない。
		美容室（経営者）	・今後の社会がどのようなものかについて不安感があることから、なるべく出費を控えて貯蓄をする傾向がまだまだ続く。
		住宅販売会社（経営者）	・住宅版エコポイント制度等、なかなか効果の見えにくい政策が出ているため、今後についても変わらない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・前年の百貨店の閉店以降、来街者が減っている。回復の兆しが見えず、対策もないままであることから、今後についても変わらない。
		百貨店（売場主任）	・春物のマザーニーズのスーツ関連で動きが出てきたが、客の価格に対する意識が強く、低価格の商品を探す傾向が非常に強い。単品買いのカジュアル商品の動きも同様の傾向にあり、なかなかコーディネート販売に結び付かないため、今後についてはやや悪くなる。
		スーパー（企画担当）	・政局の不安定、政策の実行遅延などから、将来不安がなかなか払しょくされていない。子ども手当の支給、高速道路の一部無料化なども予定されているが、消費に対する持ち上げ効果はほとんど期待できない。
		コンビニ（エリア担当）	・大手自動車メーカーの今後の生産体制に不安が感じられることから、製造業への影響が懸念される。また、現在行われている公共工事も年度末に近付き、規模が縮小していくことから、今後についてはやや悪くなる。
		家電量販店（店長）	・エコポイント制度の対象商品が4月から縮小することから、売上が前年を下回る。現段階では、エコポイント制度に代わる対策もないため、今後についてはやや悪くなる。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・石油製品価格は安定しているが、自動車用燃料の消費量が減少していることから、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
		高級レストラン(スタッフ)	・地方では、自治体などの公務員の給料が減り、外食の機会が減少している。海外客を含めた観光客による入込も見込みにくく、飲食店では景気向上の話は出てこない。
		観光型ホテル(スタッフ)	・宿泊については、相変わらず低単価商品に集中している状況にある。春商品の予約状況を見ても、前年を若干下回っていることから、今後についてはやや悪くなる。
		タクシー運転手	・電話注文数や来客数の増える要素が思い当たらない。
		通信会社(企画担当)	・販売・広告経費の削減が大きく、春商戦における客へのアピール不足が懸念される。
	悪くなる	タクシー運転手	・冬期間は年間を通してタクシーの利用が多い時期であり、雪解けとともに極端にタクシー利用が減ってくる。今年は、雪のある時期でも売上が大きく前年を下回っているため、これから暖かくなってくると、売上がますます減る。
		住宅販売会社(従業員)	・客の所得が総じて低下傾向にあり、住宅ローンを組むのが難しい客が増えてきている。購買意欲の低下についても歯止めがかからない。
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	金属製品製造業(役員)	・住宅版エコポイント制度や長期固定金利住宅ローン、贈与税の改正などの効果により、若干ではあるが、住宅着工率が上昇するため、今後についてはやや良くなる
		建設業(経営者)	・公共工事については、前年から大幅に落ち込むが、新年度の公共工事が始まる時期であるため、マインド面ではいくらか明るさが出る。住宅を含めた民間建築工事については、不況の影響で、量、価格ともに非常に厳しい状況にあるものの、融雪後、着工工事の引き合いが増える。
	変わらない	食料品製造業(役員)	・時期的な要因による増加は見込めるが、それ以外の回復的な増加が見込めないため、今後についても変わらない。
		建設業(従業員)	・政権交代の影響から、補正予算及び新年度予算における建設関連事業予算が少なく、建設関連を中心とした景気浮揚は全く期待できない。
		輸送業(支店長)	・本来であれば新年度の公共事業に期待したいが、新政権になり、公共事業が減っている状況から非常に厳しい。また、建築物件についても引き続き動きが鈍いため、今後についても荷動きが悪いまま推移する。
		通信業(営業担当)	・上昇、下降どちらに動くという強い要因が見当たらないため、今後も現状のまま推移する。
		金融業(企画担当)	・道内の基幹産業である建設業は、新年度の公共投資予算が削減されたことから、手持ち工事が少なくなる。観光関連は中国人観光客が増加傾向にあることから、やや持ち直しとなる。個人消費は雇用・所得環境が改善されないことから、弱い動きが続く。
		司法書士 その他サービス業[建設機械リース](支店長)	・時期的に上向きにはなるが、大きな期待はできない。 ・公共工事、補助金事業の先行きが見えないため、今後についても変わらない。
	やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業(従業員)	・良くなる理由が見当たらないため、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)	・今の時点で受注が決まっていなかったため、2~3か月先が1番苦しい時期となる。
		その他サービス業[建設機械レンタル](総務担当)	・公共事業の発注量の減少が見込まれるため、今後についてはやや悪くなる。
	悪くなる	その他サービス業[建設機械リース](営業担当)	・この先の仕事が見えず、全くの視界不良であることから、今後については悪くなる。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	求人情報誌製作会社(編集者)	・全業種において景気の底感がある。前年までは2番底や3番底の気配を感じていたが、そろそろ底に着いた印象があり、今後についてはやや良くなる。
	変わらない	人材派遣会社(社員)	・新卒者の就職難から、流通をはじめとした道内サービス業に活路が見えないため、今後についても変わらない。
		人材派遣会社(社員)	・採用側は求人を出すものの、採用について慎重な姿勢が変わらず、求職者も仕事選びに慎重になっているため、今後についても変わらない。
求人情報誌製作会社(編集者)		・本州方面の製造業の求人がわずかに戻ってきてはいるが、求人全体に占める割合は、いまだに前々年のピーク時の1割にも満たない状態であることから、今後についても変わらない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		求人情報誌製作会社（編集者）	・飲食店の求人は前年11月に底を打っており、先行指標となる複数飲食店経営会社の求人も増加している。また、小売店の求人も底から脱しつつある。しかしながら、全体的にはまだ良くないと言え難い。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・季節的に2～3月は人の動きのある月だが、クライアントによると、思ったほど動きが良くないことから、今後も変わらないまま推移する。
		職業安定所（職員）	・月間有効求職者数が16か月ぶりに減少に転じたものの、月間有効求職人数は前年割れの状態が続いている。このため、すぐに景気が良くなるとは言えない。
		職業安定所（職員）	・新規求職申込件数は前年から9.2%減少し、17か月ぶりに前年を下回ったものの、月間有効求職者数は前年から4.3%増加し、17か月連続で前年を上回っていることから、今後についても変わらないまま推移する。
		職業安定所（職員）	・景気回復につながる特別な材料に乏しく、回復基調は非常に緩やかなものとなるため、今後についても変わらないまま推移する。
		学校〔大学〕（就職担当）	・デフレの影響もあり、企業の雇用形態が急変して上昇を見込める状態にはないが、学生側の進路選択肢も少し様変わりしており、小売や卸売など、生活に密着した業界を希望する学生が増えている。景気、不景気に大きく左右されない企業への希望意欲が背景にあるとみられる。一部の業界に限定されるが、企業の採用意欲も高く、この状態で今後も推移することが期待される。
	やや悪くなる		
	悪くなる	-	-

2. 東北（地域別調査機関：（財）東北開発研究センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
家計動向関連	良くなる			
	やや良くなる	百貨店（企画担当）	・気候の変化に伴い街中の人通りが増えており、景気の回復が期待できる。	
		百貨店（売場担当）	・イベントの売上が前年並みに回復しており、買い控えで我慢が続いた消費者にも春夏物への購買意欲が感じられる。	
		スーパー（経営者）	・大雪の日にまとめ買いが増えたこともあり、客単価の低下幅が縮小傾向にある。	
		コンビニ（店長）	・高校授業料無償化など新政権の施策が着実に実行され、更なる悪化は考えられないため、景気の見通しは明るい。	
		衣料品専門店（店長）	・気温の変化に伴い、外出する機会が増えることから、春夏物の動きが良くなる。	
		乗用車販売店（経営者）	・新型車の発表による集客材料と需要期を迎えることから、自動車市場の動きに期待できる。	
		高級レストラン（経営者）	・法人利用の売上は悪化が懸念されるものの、個人消費が回復しており、今後の売上に期待できる。	
		高級レストラン（支配人）	・大手自動車メーカーのリコール問題は懸念されるものの、新規参入などで市内ホテル業界が活性化するため、景気回復が期待できる。	
		スナック（経営者）	・雪の日が減り、歓送迎会などで売上の増加が期待できる。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・駅ビルのリニューアルが終わり、本格的な営業を再開するため、売上は増加する。	
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・天候が安定してくるため、業界全体の需要が回復する。	
		変わらない	商店街（代表者）	・商工会のアンテナショップが期間限定で開店し、予想を大きく上回る実績となっている。商店街も消費者のニーズに答える対策がなければ、当分変わらない。
			商店街（代表者）	・少子化の影響もあり、新入学や就職関連用品の売上が前年割れの状況であり、期待できない。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・売上が最低水準にあり、回復は当分期待できない。	
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・歓送迎会の時期には人通りが増えるものの、繁華街の飲食店では売上に過度な期待をしていない。	
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・消費者の目的買いが続くため、買上点数、売上共に低迷する。	
		百貨店（売場主任）	・百貨店カードやポイントアップによる春物の販売促進に期待はあるが、消費者は買物にシビアであり、客単価の回復は難しい。	
		百貨店（広報担当）	・客単価の低下が続き、売上の回復には時間がかかる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業担当）	・政治の不安定や雇用情勢の悪化の影響で、消費者の先行き不安が続く。
		百貨店（経営者）	・前年は定額給付金の給付が景気を刺激したものの、その反動による売上への影響が懸念される。
		百貨店（経営者）	・消費を喚起する対策がみあたらず、景気の二番底への懸念は払しょくされていない。
		スーパー（店長）	・消費者の節約志向と生活防衛意識は強く、来店頻度、買上点数、客単価共に低迷する。
		スーパー（店長）	・高価格商品の動きが悪く、消費者の低価格志向は当分続く。
		スーパー（店長）	・競合店とのチラシ価格の競争が続くため、1品価格、客単価共に低迷する。
		スーパー（総務担当）	・製造業の受注回復や小売販売の増加などが報道されているものの、地方の経済は疲弊しており、景気はしばらく低迷する。緊急雇用対策の効果には期待するものの、環境政策や農業政策が雇用や消費の拡大に効果があるのか分からない。
		スーパー（営業担当）	・光熱費などの支出が減り、生活費に余裕ができたとしても、不要不急な買物を控える消費マインドは変わらない。
		コンビニ（経営者）	・気温の変化に伴い来客数は増加するものの、客単価の下落で相殺されるため、売上は低迷する。
		コンビニ（経営者）	・就職率の低迷など雇用環境は悪化しており、個人所得は増えない状況が続くことから、消費の回復には時間がかかる。
		衣料品専門店（経営者）	・気候が良くなり来客数は回復するものの、買物に対する消費者の慎重な姿勢は当分変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	・低価格商品が増えており、売上、利益共に低下する。また、経費節減のために新規雇用は当分難しい状況である。
		衣料品専門店（経営者）	・景気の回復は期待できず、悪い状況はしばらく続く。
		衣料品専門店（店長）	・カジュアル衣料の需要は増加しているが、仕事着の需要は回復する気配がみられない。
		衣料品専門店（総務担当）	・景気の先行きは不透明であり、消費はしばらく低迷する。
		家電量販店（店長）	・販売台数は前年並みで推移するものの、デフレの影響で1品単価が低下しており、売上は低迷する。
		乗用車販売店（経営者）	・環境対応車への補助金が延長されたため、期間中の新車需要は堅調に推移するものの、中古車やサービスへの需要が低迷しているため、売上の増加は期待できない。
		乗用車販売店（経営者）	・車検の見積価格に対しても消費者の目は厳しく、整備費などは低下傾向にある。
		乗用車販売店（従業員）	・気候の変化に伴い消費者の動きが良くなり、例年並みの販売台数は期待できる。
		住関連専門店（経営者）	・法人の需要はあるが、価格の低下が進んでおり、ますます利益が少なくなっていく。
		住関連専門店（経営者）	・消費者は必要な物でも割引を待つ傾向があり、新社会人や新入学用でも低価格品を中心に買物をするため、売上の増加は期待できない。
		住関連専門店（経営者）	・景気が回復する要素は見当たらず、しばらく低調に推移する。
		その他専門店〔呉服〕（経営者）	・取引先の間屋が破産しており、別の仕入先との取引にも不安は続く。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・気候の変化や歓送迎会による需要に期待はあるが、先行き不安が消費者の出費を抑えるため、売上は横ばいで推移する。
		その他専門店〔靴〕（経営者）	・冬季オリンピックでは明るい話題が少なく、大手自動車メーカーのリコール問題が大きく扱われており、先行きの不透明感が広がっている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・仕入価格や洗車需要の変動はあるが、消費者の節約志向が続くため、売上は前年並みで推移する。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・消費者の節約志向が続いて売上が低調に推移しており、利幅が取れないために厳しい経営が続く。
		一般レストラン（経営者）	・景気の先行きが不透明なため、外食の支出は減少する。
		一般レストラン（スタッフ）	・景気が良くなる要因も悪くなる要因も見当たらない。
		観光型ホテル（経営者）	・パンフレットやチラシの広告宣伝は効果が少なく、大学のオリエンテーションなど毎年決まった予約があるだけで、売上は前年並みで推移する。

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
		観光型ホテル(スタッフ)	・法人客の利用は減少傾向にあるものの、家族連れの売上は前年並みで推移する。
		観光型旅館(経営者)	・宿泊単価、館内売店の売上、来客数共に低下する傾向が続いている。
		都市型ホテル(スタッフ)	・春闘には先行きのプラス要因が見当たらず、消費者の生活防衛意識は今後も強まる。値ごろ感のある商品提供や仕入れ価格の引下げなど、企業の生き残りをかけた取組が続く。
		都市型ホテル(スタッフ)	・プロ野球やサッカーチームの宿泊が受注できたため、宿泊部門の売上には期待できるものの、一般宴会の予約は引き合いが少ない。
		都市型ホテル(スタッフ)	・予約状況は前年を上回るものの、業界全体が縮小傾向にある。
		旅行代理店(店長)	・誘致企業の規模縮小や撤退が続いており、景気が好転する気配は感じられない。
		タクシー運転手	・乗客から景気の良い話は聞こえてこない。
		通信会社(営業担当)	・新規契約の需要期になるものの、前年並みの推移が予想される。
		通信会社(営業担当)	・景気回復の要因は全く見当たらないため、県内の景気は厳しい状況が続く。
		通信会社(営業担当)	・景気回復の材料が見当たらない。
		通信会社(営業担当)	・景気対策の効果が感じられない。
		テーマパーク(職員)	・景気が好転する要因が見当たらない。
		美容室(経営者)	・来客数の落ち込みが続き、先行きは不透明である。
		設計事務所(経営者)	・新年度の仕事の予定が全く立たない厳しい状況である。
		やや悪くなる	一般小売店[雑貨](企画担当)
	百貨店(販促担当)		・衣料品や高額品など定価品の動きは悪く、バーゲンがない月は売上が厳しくなる。
	コンビニ(経営者)		・建設関係の仕事が減少しており、来客数の減少が懸念される。
	コンビニ(経営者)		・近隣に競合店が出店したため、来客数の減少が懸念される。
	コンビニ(エリア担当)		・就職内定率が低迷しており、消費者の購買力低下、企業の生産調整、雇用の悪化などの悪循環が続くため、先行き不安が広がっている。
	コンビニ(エリア担当)		・企業の情勢変化や雇用情勢の悪化が懸念されており、景気が良くなる要因は見当たらない。
	衣料品専門店(経営者)		・価格に対してシビアな消費者が増えており、欲しい商品も割引されるまで待つため、売上は当分期待できない。
	衣料品専門店(店長)		・相変わらず消費者の財布のひもは固く、就職内定率が低いいためフレッシュな商戦にも期待できない。
	衣料品専門店(店長)		・景気が低迷しており、ビジネス需要はスーツ下取りによる割引販売が増加するため、収益が悪化する。
	家電量販店(店長)		・エコポイントが還元されるのは高額なテレビに絞られるため、低価格テレビの販売台数が減少する。
	乗用車販売店(経営者)	・補助金の延長や受注残により新車販売はしばらく好調なもの、消費者には賃下げなどの所得不安があり、今後の新車販売は落ち込みが予想される。また、低価格車に販売台数が集中するため利益は少ない。	
乗用車販売店(経営者)	・環境対応車への補助金が延長になり、購入を先延ばしする顧客が増えている。税制が新年度に変更されるため、新車販売や車検入庫への影響も予想される。		
その他専門店[食品](経営者)	・景気対策の効果が不透明なため、消費マインドは低下する。		
その他専門店[酒](営業担当)	・売上が低迷するため、体力の無い小売店は厳しい経営が予想される。		
一般レストラン(経営者)	・冬のボーナスが支給されていない客があり、個人所得の減少による景気の悪化が懸念される。		
その他飲食[弁当](スタッフ)	・公共施設の赤字やホテルの経営破たんが続き、中心市街地への集客は一段と難しくなる。		
旅行代理店(従業員)	・個人グループ向けの売上は前年を下回っており、当分回復が期待できない。		
観光名所(職員)	・今後の予約状況は前年を下回っている。		
遊園地(経営者)	・テレビ局が主催する大型イベントの影響や新年度予算の政策効果が見極められないため、来客数が例年を下回る懸念がある。		
住宅販売会社(従業員)	・一般物件は公共、民間共に受注見通しがあるものの、消費者の先行き不安が続いており、戸建ての受注見通しは悪い。		
悪くなる	商店街(代表者)	・公共投資の停止により企業の動きは悪く、先行き不安が広がっているため、今後も消費は停滞する。	

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
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・支出を切り詰めた生活防衛型の消費が続いており、当分景気は悪いままである。
		スーパー（経営者）	・消費者の購買力が低下するなか、ガソリンなどの価格が上昇傾向にあり、生活費が圧迫される。
		スーパー（経営者）	・デフレの進行と消費の不振は深刻化するため、景気は悪くなる。
		スーパー（店長）	・買上点数、1品単価共に前年を下回る。
		スーパー（店長）	・近隣に大型流通店が開店することから、しばらく厳しい売上になる。
		自動車備品販売店（経営者）	・卒業の時期に合わせて中古車のセールを計画しているが、就職率が低迷しており、購買意欲の低下が懸念される。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・受注が減少して、経費分の利益も得られない状況が続いており、地方の企業は生き残りが厳しくなる。
		一般レストラン（経営者）	・客の様子から景気回復の兆しは感じられず、先行きの不安は続いている。
		一般レストラン（経営者）	・地方の景気は中央の状況が遅れて影響するため、中央が横ばいでも厳しい状況が続く。
		観光型旅館（経営者）	・予約やインターネットのアクセス数が減少しているため、一段と厳しい売上が予想される。
		都市型ホテル（経営者）	・宿泊部門、一般宴会共に、予約状況が悪かった前年を下回っており、先行きは暗い。
		タクシー運転手	・街中にはホームレスや仕事に就けない人が目につく傾向にある。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・燃料代など維持費も値上がりして、車が動けば板金修理は不要と考えるドライバーが増えている。
		企業 動向 関連	良くなる やや良くなる
出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・2か月続けて前年の売上を上回っており、季節的にも需要が上向くため、売上の増加が期待できる。		
変わらない	建設業（企画担当）		・厳しい競争は続くものの、新年度の工事出件数は増加が見込まれる。
	広告業協会（役員）		・中央のテレビ媒体では受注が回復しており、他の媒体でも同傾向がみられるため、地方でも受注の回復が期待できる。
	広告代理店（経営者）		・新年度向けの新規物件を受注しており、売上は増加する。
	広告代理店（経営者）		・東北新幹線の開通や青森デスティネーションキャンペーン関連の動きに期待できる。
	経営コンサルタント		・景気の2番底に対する懸念が薄れ、大手企業の在庫調整が終了したため、受注量の増加が期待できる。
	その他企業〔企画業〕（経営者）		・住宅版エコポイントの効果に期待している。
	金属工業協同組合（職員）		・受注単価は厳しいものの、受注量は半導体関連や医療機器などからの引き合いが続いている。
	食料品製造業（経営者）		・飲食関係では低価格競争が続いており、回復の兆しはみあたらない。
	食料品製造業（総務担当）		・景気回復を示す市場の動きや話題は聞こえてこない。
	一般機械器具製造業（経理担当）		・エコカー補助金終了後の反動や円高の影響が懸念されるものの、自動車部品の受注はしばらく安定する。
	電気機械器具製造業（営業担当）		・受注量は回復しているものの、受注単価、利益率共に例年を下回る。
	電気機械器具製造業（企画担当）		・国内向け半導体の受注が改善しているものの、輸出向け受注は為替の影響を受けるため、売上は低迷する。
建設業（経営者）	・高齢者向け工事の営業に重点を置いており、小額な工事が多いために利益はあまりない。		
建設業（従業員）	・新規計画や設計業務の受注が低調であり、民間の設備投資には期待できない。		
金融業（広報担当）	・企業への業況ヒアリングでは、ほぼすべての業種でマインドの改善がみられない。		
公認会計士	・公共工事や民間の設備投資が減少したため、中小企業の景気回復は遅れており、急速な改善は期待できない。		
その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・小売店の経営は厳しく、販売先への売掛不安から商品納入には消極的にならざるをえず、受注の伸びは期待できない。		
その他企業〔管理業〕（従業員）	・受注が回復している企業はあるものの、雇用情勢の回復には時間がかかる。		
やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・農家直売米の注文が低調で、今後も売上の回復が期待できない。	
	食料品製造業（総務担当）	・状況が好転する材料は見当たらない。	

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
	悪くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・民間企業の受注が低迷しており、見積競争が一段と激しくなる。
		輸送業（経営者）	・燃料費が上昇傾向にあるなか、荷主の物量が減少する一方で料金の値下げを要請されており、景気の停滞感が強まっている。
		通信業（営業担当）	・取引先の厳しい値下げ要請は新年度も予想され、予断を許さない状況である。既存契約の解約も想定しながら、ぎりぎりの対応を迫られている。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・チラシ折込件数や購読数の減少のほか、同業者の話からも景気の回復は感じられない。
		コピーサービス業（経営者）	・官公庁の受注に動きがあるものの、民間企業の購買意欲は弱く、市場が縮小している。
		農林水産業（従業者）	・収入が2年続けて悪い状況となり、生産資材の購入もままならない。
		土石製品製造販売（従業員）	・管理職に加えて、組合員でも人員削減の動きがある。
雇用 関連	良くなる	-	-
		やや良くなる	人材派遣会社（社員）
	変わらない	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・自動車産業の本格操業が始まるため、製造業などの求人募集に期待している。
		人材派遣会社（社員）	・派遣業界は法改正の動きや新しい通達により、先行きが混沌としている。
		人材派遣会社（社員）	・雇用形態や処遇の改善は困難であり、雇用者数の増加は当分期待できない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・メーカーの生産調整や小売店の販売不振が依然として続いており、しばらく採用状況は回復しない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・県の新年度予算に期待するものの、有効求人倍率は低迷しており、厳しい状況は変わらない。
		職業安定所（職員）	・求人数が回復する要因はみあたらず、減少傾向が当分続く。
		職業安定所（職員）	・建設業で雇用調整を実施する企業が増加傾向にあり、継続している企業の調整日数は減少傾向にあるものの、継続企業数は横ばいで推移している。
		職業安定所（職員）	・新規求人数が2か月連続して前年を下回っており、上昇傾向にあった有効求人倍率の動きが弱まっている。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・企業整備の見込みがあり、求人数は低迷する。
		職業安定所（職員）	・新年度の受注見通しが立たない企業から相談が増加している。
		アウトソーシング企業（社員）	・受注量が低調であり、新年度の回復は期待できない。
		職業安定所（職員）	・前月に比べて、有効求職者数が増加傾向にあり、有効求人倍率の低下が懸念される。
	悪くなる	職業安定所（職員）	・雇用調整の新規実施に関する相談件数が増加する傾向にある。
職業安定所（職員）		・契約社員ではコールセンターなどのまとまった求人があるものの、正規雇用を含む常用の新規求人数が前年を下回る傾向にある。	
職業安定所（職員）			

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）	・卒業、入学、入社等、人が動くときは新しい客を獲得する機会であり、ATMの導入予定もあるので、集客の好機となりそうである。
	やや良くなる	一般小売店〔家電〕（経営者）	・エコポイント制度とワールドカップ効果に期待している。
		百貨店（販売促進担当）	・衣料品を中心に落ち込みが続いており、前年比13～15%減であったが、年明け以降は1けたの減少になっている。これから本格的な春物商戦を迎えるに当たり、やや数字は上向くことが十分予測される。
		スーパー（店長）	・近隣にある製造業の企業の採用が始まったので、100世帯以上の増加が見込まれる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（統括）	・機械、電子など地域の製造業の受注状況が回復したことに伴って、求人状況も改善されてきているので、今後1～2か月後にはわずかだが消費の回復が見込まれる。
		コンビニ（経営者）	・暖かくなって行楽の季節になれば、人も出て客数も増えるので少しは良くなる。
		コンビニ（経営者）	・競合店が1月末に開店したため、このところ売上が悪く、客単価も低くなっているが、3か月後には良くなるのではないかと考えている。
		衣料品専門店（統括）	・そろそろ祭りの準備が始まっており、来年の法被の注文がわずかだが来ている。これからだんだん動きが出てくるようである。
		一般レストラン（経営者）	・春の卒業、入学、就職と人の動きが良くなり、また観光シーズンに入るので、客の来店数が大幅に増加することが予想される。
		観光型ホテル（スタッフ）	・現状が景気低迷の底と認識している。
		観光型ホテル（営業担当）	・昨年恩恵のあった高速道路料金引下げの動向が気になるが、春からの観光シーズンに期待している。
		都市型ホテル（支配人）	・2月下旬からの梅祭りの影響で、特に週末の金、土曜日の予約が昨年より多く入ってきている。また、3、4月は歓送迎会の時期なので、その関係の宴会予約も入ってきている。
		旅行代理店（従業員）	・これ以上悪くなるような感じはなく、電話での問い合わせが多くなっているので、その客に期待をしたい。
		通信会社（営業担当）	・3～5月までの期間は、転居シーズンでの消費が続くため、通常月と比べると5月までは動きがある。
	テーマパーク（職員）	・新規投資による話題性の確保などが予想されることから、来園者の増加が大変期待できる。	
	変わらない	商店街（代表者）	・春に期待したいが、足元の企業の業績や残業無しの実質給料減が響いている。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・子ども手当が決定すれば財布も少しは口を開ける。
		百貨店（営業担当）	・3月以降は単価が張る定価品の展開が主となってくるため、一概に売上が戻るとは考えられない。
		百貨店（営業担当）	・客の様子を見てみると、相変わらず消費には慎重で、必要なもの以外余計なものは買わない。全体的にデフレ傾向となっており、安価な商品が店頭並び、買う量も少なくなっている。
		百貨店（販売促進担当）	・基幹商品であるアパレル、宝飾等の売上回復は現時点では全く見込めていない。来客数は徐々に回復基調にあるが、消費者の低価格志向はしばらく続くことが予想されるので、厳しい状況は当分継続する。
		スーパー（経営者）	・節約志向が根付いている。
		スーパー（総務担当）	・消費を刺激する材料が見当たらない。年金問題や失職の不安等から貯蓄傾向が続く。
		コンビニ（店長）	・客は一応は買う意識があるが、必要なものだけしか買わない傾向がずっと続いている。購買意欲は上向き傾向にない。
		コンビニ（店長）	・町の中は閑散としており、ひな祭り等に向けてのイベントもさっぱり活気が出てこない。近隣の大型ショッピングセンターが開業してから半年を迎えたが、更に影響が出ている。町の中には客が増える要因が何ら見当たらない状態である。
乗用車販売店（営業担当）		・今まで買換えより修理で乗り継いできた客の中で、修理代が掛かるなら買換えしようと決断するケースが増えてきている。販売増に期待したい。	
乗用車販売店（営業担当）	・決算期の販売が伸びないのに、今後の販売量には期待できない。		
乗用車販売店（販売担当）	・新卒者の新規購入などの需要が出てくると思うが、絶対に売れて、景気が良くなるという要素が無い。毎月のようにミニ展示会をやっているが、販売台数が極端に落ちた状態で推移しているので、景気が良くなるという保証が無い。		
住関連専門店（仕入担当）	・価格訴求以外の施策に反応が薄く、その傾向はまだ続く。		
一般レストラン（経営者）	・メニューの見直しや新メニュー追加等などの工夫はしているが、実施してしばらくは多少注目されても、その後が続いていかない。		
都市型ホテル（スタッフ）	・いずれにしても不景気であり、悪くなると予想するものの、3か月後には春らしくなり、人の動きも活発になると思うので、総じて変わらない。		
旅行代理店（副支店長）	・依然として消費者の財布のひもは固く、必要最低限のことしか消費をしない状況が継続する。		

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（副支店長）	・この先高速道路料金引下げの影響が心配である。企業等も厳しい状況が続いていて、とても旅行の話に至らない。大手自動車メーカーのリコール問題がどのように影響してくるか懸念しているが、一番気にかかる事はデフレの状況である。これ以上デフレが続くと、どの企業も経営にも大きな影響を及ぼしかねない。
		通信会社（営業担当）	・他社の低価格メニューへの移行がなかなか止まらない。
		通信会社（営業担当）	・子供たちの入学、就職シーズンを終えれば、自分たちへの支出は再び控えるようになる。
		ゴルフ場（従業員）	・来場予約数が昨年とほぼ同じである。
		ゴルフ場（業務担当）	・4月の予約は結構引き合いが出てきており、土日のコンペの取り込みは前年並みに近付いてきている。2月の天候不順のせいか、予約の申込、客の動きが遅れる傾向にあるので、先行き不安定かと思っていたが、持ち直した。しかし平日の価格については低価格化の傾向に歯止めが掛からない状況であり、売上はなかなか前年までいかない。
		ゴルフ場（支配人）	・年度末のゴルフコンペも入ってきており、3月の予約状況は前年比120%くらいである。ただその先の予約が非常に安定しないため、現在、料金等を検討しながら、プレー料金を下げて集客を図っている。
		競輪場（職員）	・記念競輪等の売上も前年をほとんど下回っている。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] (職員)	・格別良くなる悪くなるという要因があまり見つからないので、現状と変わらないまま進んでいく。ただ、客が使うお金の種類、特に紙幣の種類が高額になってきているところを見ると、今月あたりが一つの下げ止まりかという気もしている。
		その他サービス[清掃] (所長)	・卒業式、入学式、送別会、入社式等が行われるが、収入が減少していることもあり、最低限の支出に止めるため、景気が上向くまでは行かない。
		その他サービス[立体 駐車場](従業員)	・来客数に関しては依然堅調に伸びると思うが、単価に関しては半年間横ばいであり、今のところ上がる要素も見込めない。月ぎめ契約等についても徐々に上向いているが、まだまだ売上に貢献できる数字ではない。
	やや悪くなる	一般小売店[家電] (経営者)	・商品が動いていない。従ってお金も動いていない。エコポイント制度関連の商品も以前に比べ動きが鈍い。明るい要素が見えない状況である。
		一般小売店[乳業] (経営者)	・消費意欲が改善される要素が見当たらない。
		一般小売店[酒類] (経営者)	・低価格商品のみが売れ、他の高い商品が全然売れない。
		百貨店(営業担当)	・紳士全般でまだまだデフレ状況が続いており、春物の展開についての動きは分からないが、今後も非常に厳しい。
		スーパー(経営企画担当)	・消費不振と価格下落は依然として続き、改善の見込みが感じられない。
		乗用車販売店(従業員)	・エコカー減税関連商品でないとは非常に厳しい販売状況になっている。
		高級レストラン(店長)	・個店の経営努力だけでは既にどうにもならないぐらい地域の状況が悪化しており、数か月でどうにかなるレベルではない。
		一般レストラン(経営者)	・消費者の動きがこの何か月全く変わらないため、変わることは考えられない。景気が良くなるという予想はできない。
		旅行代理店(従業員)	・春の団体旅行の受注が、非常に悪い。
		旅行代理店(従業員)	・給料がどんどん下がっており、良くなるとは思えない状況である。
		美容室(経営者)	・春先に向かって、徐々に新規開店している美容院が増えている状況であり、競合店が非常に多い中で、固定客、売上共に減ってきており、良くならない。
		その他サービス[自動車整備業] (経営者)	・小型、普通乗用車の減少に歯止めが掛からず、軽自動車も小型、普通乗用車と同等の車検台数になるのは前年度からの傾向でありあまり利益にはつながらない。
		住宅販売会社(従業員)	・家計支出額が減少を続けており、特に別荘の様な高額な消費は当面回復は期待できない。
		住宅販売会社(経営者)	・企業の21年度の決算報告により、業況悪化が見込まれており、それがマスコミにより騒がれると需要が収縮する可能性がある。住宅版エコポイント制度の普及次第である。
		住宅販売会社(従業員)	・リフォーム部門にとっては、住宅版エコポイント制度が多少の追い風になるが、新築住宅については効果が予想できない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	商店街(代表者)	・商店街のほとんどの店で客が少なくなってきていて、活気がない。特に最近では外国人客が全く来なくなったのも一因となっている。
		一般小売店[青果](店長)	・景気が上向きにならない限り、給料が頭打ちで、客の使えるお金が少なく、ますます冷え込む。
		コンビニ(経営者)	・弁当屋やワンコインランチサービスをしている競合店が増えてきている。また、深夜帯に飲みに行く回数が減っているということもあり、客数が例年の半分以上で推移している。
		衣料品専門店(店長)	・春夏物衣料は総じて単価が低く、コーディネート販売やセット販売を強化して客単価を上げる工夫をしなければ売上は伸びないが、このままの不景気な状態では、現実には単品売りが多く、客は必要な品物しか購入しないと考えられるので、厳しい。
		家電量販店(店長)	・5月には、エコポイント制度開始から1年が経過するため、前年比で見ると好調に推移した5月15日以降の数字が分母となり、厳しい。
		都市型ホテル(スタッフ)	・エージェントの団体予約が大幅に減っている反面、宿泊日間際になって、ネット予約や個人予約が結構ある。消費者は安くサービスや設備が良いところを狙っているようだが、自己資本での修理や改善はなかなか進まないのが現状である。
		タクシー運転手	・依然としてタクシーを利用する客が少なく、駅構内に入ると、3~4時間待ちで1回営業するような状況なので、更に悪くなる。
		通信会社(経営者)	・物販でない業種でもデフレスパイラルを認識するほどの現状である。新年度に向けての引き合いも少なく、零細企業には金融機関も支援を控える厳しい状況が続く。
		美容室(経営者)	・例年は卒業式等で売上が期待できる時期だが、前月までの様子を見ると、今年は美容にお金をかけられないほどに家計が厳しくなっているようである。
		設計事務所(所長)	・建築関係業者は多くの方が真剣に業種転換を考えているが、それでも思いつくのは建築関係業種だけである。一番良いのは自然廃業だが、それが出来ない、と言う人が多い。
住宅販売会社(経営者)	・現在、土地、アパート、貸し店舗等についてもほとんど問い合わせ、引き合いが無い状況である。		
企業動向関連	良くなる	一般機械器具製造業(経営者)	・近隣の自動車会社の好調に伴い、5月からの応援依頼の話が出てきている。また、中国向けの自動車部品の量産が決定し、急な立ち上げに対応する計画である。油圧建機分野においても増産傾向が続く気配がある。
		輸送用機械器具製造業(総務担当)	・受注量は3月が前年比240%で、2年前に比べても約10%増加している。コストダウン要請が強まっているので収益環境は悪化しているが、4月以降についても、前年比140~150%増加の見込みであり、良くなってきている。
		その他製造業[環境機器](経営者)	・大型の環境装置を製造、直売により3、4月で5台がリースで出ていき、その他の装置も受注されているものが販売となる。
	やや良くなる	金属製品製造業(経営者)	・得意先で4月ごろから仕事が増えるという話を聞いている。4、5月ごろになると忙しくて困ると予想している。
		輸送用機械器具製造業(経営者)	・2月は1年ぶりで加工賃が前月比を上回り、3月も2月を更新するような売上となる予定なので、この調子で2~3か月は良くなる。
		新聞販売店[広告](総務担当)	・紳士服等を扱う大手衣料品店では、店の動きに客が反応し始めたとのことである。デフレと言われているが、安くてもちょっと良い物や、価値を伝えられるものが売れ始めているとのことである。
		その他サービス業[情報サービス](経営者)	・引き合い、商談ベースの状況からみて、少しずつではあるが商取引は増加傾向にあり、改善の様子がみられる。
	変わらない	食料品製造業(営業統括)	・現状では急激な円安は考えられず、デフレ現象に陥っている経済状況も回復の見込みが立っていないため、ワインのような嗜好品は敬遠されがちで、どちらかという焼酎のような大衆酒に移行する傾向にある。
		窯業・土石製品製造業(経営者)	・贈答品受注が見込まれるが予想が付かない。アクセサリーの新品や、6年に一度の大祭に合わせた新品販売の準備をしており、多少の受注が見込まれる。
		一般機械器具製造業(経営者)	・新規品の受注に向けて努力を重ねているが、先月と全く同じで、情勢は変わっていない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・1月の国際宝飾展では、中国からのハイヤーが多数来場し、活発な仕入れが行われた。パール製品等を取り扱う一部の業者はそういった動きによって回復基調を感じたと言っているが、国内向けに商品を開発し、受注を期待していた当社にとっては、やはり客の購買意欲は上がっていない。店頭の見えを変えるためのサンプル買いが中心である。
		輸送業（営業担当）	・新生活や年度替わりを迎えて物流は増えているが、デフレによる価格の低迷によりコストや運賃の見直し、値下げを出荷元や取引先から依頼されている状況である。他社に仕事が流れないように受け入れなければならないが、燃料費も上昇し始めているので、業界的には利益をどう確保するかという課題に当たっている。
		金融業（理事）	・設備資金を始めとする前向きな資金需要が見込まれておらず、現状では赤字補てん的な運転資金となっている。
		金融業（経営企画担当）	・事業性の資金需要が弱くなっているが、特に年明け以降その傾向が顕著になってきている。
		金融業（調査担当）	・個人消費や設備投資等、内需の需要は弱い動きが続いており、先行きも慎重な見方が多くなっている。
		広告代理店（営業担当）	・景気はもう底をついているので、これ以上悪くはならないが、良くなる兆しもない。景気頼みは通用しないので、新しいマーケットを作っていくことで生き残るしかない。
		経営コンサルタント	・中小建設業等での業者過多、小売業でのデフレ状態の継続などのため、数量的な需要量の増加があっても業績面での改善の実感が無い。
	社会保険労務士	・今年は昨年よりも厳しくなると見ている事業主が多いが、経営者が弱気になっているのを差し引いたとしても、すぐに業績が回復に向かうとは思えない。	
	やや悪くなる	食料品製造業（製造担当）	・地域全体に景気を持ち直し感がなく、特売日を除けば売れないし、いまだに前年比50%の会社の話をよく聞く状態である。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・これから入札の時期になるが、前年価格を維持することは無理だと予想される。安い叩き合いになる。
		化学工業（経営者）	・年度末の3月は例年なら休日出勤等大いに忙しくなるのだが、今期は受注減のため、非常に暇になりそうである。
		電気機械器具製造業（経営者）	・客からいろいろ話を聞くと、来年度以降の予定をかなり厳しく見積っているのが、かなりの低空飛行が続く。補正予算が出た後は一時的に沢山仕事も出たが、ここに来て、がくつと落ちてしまって、かなり厳しい。
		電気機械器具製造業（経営者）	・仕事量は以前に比べれば増えてきているが、コストが安いいため、好転する兆しが無い。
		金融業（総務担当）	・新年度の予算も減額しているものが多く、今後も支出面で厳しい状態が続く。
悪くなる	電気機械器具製造業（営業担当）	・年度末までは小規模な物件を積み上げて受注し、目標には届かないながらも何とかやりくりをしているが、4月以降の受注予定は全く見えない。	
	建設業（総務担当）	・舗装工事は原油価格の影響で、アスファルト・鋼材が高騰している。工事費の8割が材料代なので、受注しても利益確保が前年より4%ほど下がってしまう計算となり、厳しい状態となる。	
雇用関連	良くなる	-	-
		やや良くなる	人材派遣会社（経営者）
	変わらない	職業安定所（職員）	・製造業のなかでも一部産業にやや上向きの傾向がうかがえる。この傾向が今後さらに継続されるのであれば、やや良くなるが、建設業等では公共工事の減少により、変わらず停滞が続く。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・まだまだ景気低迷が続いているため、現在でも地元中堅企業で希望退職を募っているところがあり、先行きが不透明である。
		職業安定所（職員）	・雇用調整助成金の計画件数は同数で推移し、2年目の再判定を迎える会社も出始めている。3月で部門縮小や希望退職募集の相談も数社から出ている。
	民間職業紹介機関（経営者）	・医療や介護、福祉といった業界は堅調な推移をしているが、景気に左右されるサービス、製造、建築等には明るい材料が見当たらない。	

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
		学校〔専門学校〕（副校長）	・増えている求人は中小企業の動向であって、例年この時期増加するものである。県内にある大手企業が次年度の新規採用をどのようにしてくるのかが見えてきて、始めて景気動向も分かる。
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当） 職業安定所（職員）	・生活を支える中高年の求職がみられる。4月から就職が決まらない新卒が社会に出る。 ・求職者のうち、解雇等の事業主都合を理由とした離職者が依然目立ち、年度末の3月末に向けて、新たな事業主都合離職者の発生も動きもある。
	悪くなる	人材派遣会社（経営者）	・付き合いのある会社のほとんどに仕事がなく、売上が上がらない。

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	その他サービス〔語学学校〕（総務担当）	・新しいネットでの広告に選ばれたので、それに集中する。
	やや良くなる	一般小売店〔家電〕（経理担当）	・エコポイント制度とは関係なく、デジタル放送への切替え需要が見込める。
		百貨店（販売促進担当）	・来客数の増加と顧客の購買意欲の潜在的な高さは、今後の刺激によって高められると考えている。また品ぞろえについても、百貨店業界の枠を超えたグループ内の商品化計画の相乗効果を企図した内容増強や、低価格の製造直売小売業に対抗した百貨店ならではの強みを備えたコラボプライベートブランド投入等、商材取組からの期待も持てるため、今後の伸長を想定している。また、家族等関連ニーズが広がる機会の掘り起こしは余念なく行いたい。
		スーパー（店長）	・生鮮食料品に関しても、鮮度、価格を保っていけば客は減ることはない。逆に鮮度感を打ち出していけば、より良くなり競争店にも勝てる。
		コンビニ（商品開発担当）	・少しずつではあるものの、商品単価が上がって来ている。
		衣料品専門店（営業担当）	・春本番で、不況といえども、行楽や花見などの季節で、外出も増える。出掛ける時は新しい服でおしゃれをしたい人がほとんどなので、客が来店し、売上也伸びる。安がるう恵かるうという時代から、価値あるものを手軽な価格で探している客が多いなか、その需要にこたえられるよう仕入れをすれば、売上は伸びる。
		家電量販店（営業統括）	・テレビのエコポイント対象機種が入れ替わるタイミングが3月末に迫っているため、3月末に駆け込み購入が発生し、その反動で4月後半からは若干失速しそうな気配を感じている。また、企業の決算発表いかんでは、消費者心理も変動してくると思うが、我慢することには限界がある。新生活準備の時期でもあるので、消費は拡大する。
		乗用車販売店（販売担当）	・2月の中旬くらいから商談も非常に多くなってきており、また、成約率も上がってきている。車検を含めた在庫も多くなってきているので、今後は良くなる。
		その他小売〔ゲーム〕（統括）	・卒業、入学シーズンでの贈答や、プレゼントにゲームソフト、本体が贈られる時期に当たるので、3月末から4月にかけては活況を呈する。
		旅行代理店（従業員）	・前年同期比110%の受注率である。
		旅行代理店（従業員）	・先行きの受注状況に大きな変化はないが、渡航方面によっては申込電話件数が増えつつあるので、今後に期待したい。
		旅行代理店（支店長）	・旅行業界にとって2～3か月後は春の旅行シーズンで、春休み、ゴールデンウィークもあり、確実に需要は高まる。今年の特徴としては、高い商品が極端に安い商品と需要が二極化していることである。
		旅行代理店（営業担当）	・気候が良くなり、問い合わせが増える。
	ゴルフ練習場（従業員）	・イベントやゴルフのシーズンを迎え、来客数、売上が上がっていく。併設するレストランも謝恩会等の予約が順調に入っており、景気はやや上向きのような気がしている。	
	パチンコ店（経営者）	・ゴールデンウィークに掛かるころは例年、いつもよりも客が来る。また、パチンコメーカーがその時期にあわせて面白い機械、人気のある機械を出すので、取りそろえる。観光や旅行に行かない客が来てくれることにも期待している。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
変わらない		その他レジャー施設 [アミューズメント] (店長)	・春休み前に母体ショッピングセンターへの大型テナント出店が決まっており、更に館内の客数増が見込める。また、春休み以降のファミリー向け映画も集客が見込める話題作があるため、こちらでも客数増が見込める。客単価の向上はまだ厳しいが、客数増でカバーできる状況が続く。
		設計事務所(職員)	・官民含め、新年度に入ってからの新規案件の発注増に期待している。
		住宅販売会社(従業員)	・3月から申請受付が始まる住宅版エコポイント制度により、最大30万円分が得になるため、対象物件や対象のリフォームが増える。相変わらずの低金利によりさらに買い時とみた購買層が動くと思うので、景気はやや良くなる。
		商店街(代表者)	・クレジットカードの取扱高や、新しいお店のオープンなど、少し良くなるような要素はあるものの、政治不安などの影響が強く出たり、世の中の消費マインドが良くならないと、当地の景況も引きずられてしまう。
		商店街(代表者)	・現在の消費者の気持ち、街に対する考え方は以前と変わっており、大型店、ショッピングセンターへ客足が流れている。旧来の商店街にはなかなか人が流れて来ないので、街でいろいろとイベントを組んだり客を引き寄せる策を講じているが、果たしてどのように効果が出るか疑問である。
		一般小売店[和菓子] (経営者)	・3月はひなまつりや学校の卒業、彼岸等、季節の行事がいろいろ組まれているので、それで売上が取ればという期待感がある。
		一般小売店[生花] (経営者)	・客が実際に購入するというような雰囲気あまりみられないので、これからも同じような状態が続いていく。
		一般小売店[衣料・雑貨] (経営者)	・年が明けて全体的に売行きが厳しくなっている。単品買いの客が多く、値ごろ商品にシフトしている。
		一般小売店[酒類] (経営者)	・安いスーパーあたりでも前年割れしているような状態なので、我々零細店も良くなるとは思えない。
		一般小売店[家具] (経営者)	・客の様子から景気が良くなるような素振りは全く無く、相変わらず日本の客は少ない。工事関係、リフォーム、内装関係の仕事は、ちょうど建物も古くなってきているので需要は増えてくる。
		一般小売店[靴・履物] (店長)	・悪いままで変わらない。これからどうなってしまうのかと客や商店主たちと話しているが、先行きは全く分からない。悪くならず少しは良くなって欲しいが、良くなる兆しもない。
		百貨店(売場主任)	・気温の上昇と共に、春物、夏物の動きが上昇すると期待しているが、今の傾向が続き、単価は1~2割の低下となる。
		百貨店(総務担当)	・当社や近隣百貨店の売上をみても前年割れが続くなか、若干盛り返してきているものの、さらに良くなる要素はあまりなく、しばらくはこのような状況が続く。
		百貨店(総務担当)	・天候と気温の関係から、2月第3週までの来客数は前年比90%前後であったが、第4週は108%で推移している。しかし、今後の景気については予断を許さない状況である。
		百貨店(企画担当)	・景気動向を左右する部分で先行きの不透明感が払しょくできていない。消費者の動向にどのような影響が出るか注視していく必要がある。
		百貨店(広報担当)	・12月以降、入店客数に戻りが見られる。買上客数も前年を上回っており、春物衣料やオケージョンニーズが活発化する3月は、定価品中心に活発な動きが期待される。ハウスカード顧客へのアプローチを強化して底上げを図っていくが、日曜日が1日少ない影響もあり、まだ大きな改善にはつながらない。
		百貨店(広報担当)	・春の改装等、設備投資は一部のブランド入替えの他は経年劣化の補修程度に留めている。しばらくは現状の設備を継続し、景気動向をみて検討するということである。
百貨店(営業担当)	・回復するようなきっかけが全くみえない。		
百貨店(営業担当)	・景気の底を脱したとは感じていない。ますます物の価格が下がっており、メーカーもこの春夏物はかなり価格を下げての提案が多い。この状況では、販売点数を伸ばしても単価低下が響き、回復基調にはならない。		
百貨店(営業担当)	・購入点数が全体的に減少しているため、商品単価が下げ止まらない限り、売上の厳しい現在の状況は変わらない。店舗閉鎖に追い込まれた同業各社のシェアを既存店が分け合っているため、地域によっては伸ばす店舗もある。しかし、消費全体は維持もしくは縮小傾向にあるため、急激に良くなるような状況ではない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業担当）	・相変わらず春物の婦入服、服飾雑貨の動きが悪く、紳士服、子供服も同様である。一部、宝飾時計の高額品に動きはあるものの、当分の間は停滞状況が続く。
		百貨店（販売促進担当）	・現在の購買心理の傾向は今後もしばらく続く。セールや割引での客寄せ策に陥らないよう、価値と価格を熟慮した商品作りを心掛けると共に、呉服、美術、宝飾品など、内外の富裕層に訴える高品質商品を提供する仕掛けを併用し、活路を見出していく。
		百貨店（業務担当）	・全体的な感覚としてはやや良くなる方向に向かっているのかもしれないが、小売業界についてはそのような動きにはなりそうになく、より一層単価の低下が進んでいる状況である。そのため、販売量はあまり変わっていないが、売上高がなかなか前年に届かない。一部には大幅に落ち込んでいる所もある。このような状況がここ2～3か月以内に改善するのは非常に難しいので、現状とさほど変わらない。
		百貨店（営業企画担当）	・依然として消費者の財布のひもは固く閉ざされており、ファッション、リビング関連商品の購買が増えてこない限りは全体の数字も上がってこない。
		百貨店（販売管理担当）	・単価や客数が依然として前年を割り込んでいる状況には変わりなく、徐々にでも3か月程度続けて上向きにならなければ良くなるとの評価はしがたい。春物商品や入学、卒業用の服もセットではなく単品買いが多く、消費の回復も進んでいない。
		スーパー（統括）	・この2～3か月、ヒット作に恵まれた映画館が集客してくれたが、若干の陰りがある。
		スーパー（経営者）	・製造業などは大分良くなっているという話を聞くが、我々小売業はこの先良くなるというような感触がまだ全然ないので、2～3か月前と同じようなあまり良くない状態が今後も続く。1品単価が上がらないことが一番大きい。現在来店している客も1～2回は来店を減らしている感じで、来客数も多少減っている。
		スーパー（店長）	・消費を後押しする政策、販促、営業活動が不透明である。春先に向けて商品の入替えや季節催事が何かしらの刺激になれば良いが、業界全体の状況をみると商品だけの販売では限界があり、さまざまな付加価値がないと、売上を稼ぐことは困難である。
		スーパー（統括）	・客の販売動向を見ていると、価格強調した広告商品等には朝の開店と同時に走ってでも買いに回っているが、それらの物を買ってしまうと他の物は買わずにすぐレジに並んでいる。この状況は今後も続く。
		スーパー（仕入担当）	・不況感は続き、自己防衛するため、消費は冷え込んだままである。
		スーパー（仕入担当）	・昨年末より競合の開店が相次ぎ、その対抗も含めて価格競争が続いている。同じ商品でもインパクトのある価格でない客に買ってもらえない状況で、今後も目玉商品の価格競争が続く。
		コンビニ（経営者）	・中小企業の多い地域なので、景気の打撃がかなり大きい。
		コンビニ（エリア担当）	・2月の期末に向け、各社競争店の出店ラッシュとなっており、今後影響が順次出てくる。また、プライベートブランド商品が増加しており、客単価の低下も続く。
		衣料品専門店（経営者）	・1、2月の来客数は前年を達成できているので、総売上上の減少は単価の下落が一番の原因である。この状況はこの先もまだ続く。
		衣料品専門店（経営者）	・安い価格が当たり前となり、今必要でなければ買わない状況は今後も続く。
		家電量販店（経営者）	・3月はエコポイント制度の対象見直し直前であり、4月から非対象となる商品の駆け込み消費がおう盛になると思われるが、その反動で4月はやや厳しくなる。
		家電量販店（副店長）	・エコポイント制度継続と今後の新商品への期待はあるが、商品単価が上がらなければ前年を上回ることはいできない。
		乗用車販売店（経営者）	・整備は順調に入っているが、販売はあまり芳しくない。エコカー減税やエコカー購入補助金もあるが、景気が悪いせいか、あまり伸びていない。
		乗用車販売店（店長）	・当業界では北米が非常に大きなマーケットであり、大手自動車メーカーのリコール問題は、1社だけの問題ではない。第2次補正予算の追加という明るい材料もあるが、客は経済対策の先行きをみている。
		乗用車販売店（営業担当）	・エコカー購入補助金制度が延長になったが、以前と変わらず買換えに踏み切れずにいる客が多く、まだまだ先行きは不安である。

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
		乗用車販売店（渉外担当）	・販売台数のなかでは、リコール対象のハイブリッド車には大きな変動はない。むしろその他の車種が思うように伸びていない。エコカー購入補助金制度が9月まで延長になった割には良くない。
		高級レストラン（支配人）	・個人レベルでの景気回復感、購買意欲の回復は多少あるかもしれないが、企業は業種によってかなり差があり、経費節減を行っているところも多く、全体的な景気回復はまだ先になる。
		一般レストラン（経営者）	・数字上は依然上向きではなく横ばい状態であるが、差別化により、新規開店など競合店が増えるほど、客足が伸びる傾向にある。
		スナック（経営者）	・これから花見の季節にもなり、天気が良くなれば来客は多くなる。また、転勤などの団体が来れば期待できる。
		都市型ホテル（支配人）	・前年割れの状況が続いており、先々の販売量も落ちているが、現状より悪くはなっていない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊において、普通の割引プランを告知してもなかなか集客できず、客はホテル側が限定の特別割引プランを告知するのを待っているという状況は今後も続く。レストランは卒業、就職、進学等、春のお祝い等での利用が増える時期であり、前年よりわずかであるが予約人数も多く、今後の予約も増えることを期待している。宴会場も歓送迎会の取り込みを凶ったところ、50名以上で日程が重なって取り込めなかった案件や新規の案件もあり、4～6月の集客数は前年と同じ程度である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・昨年の婚礼受注の動きと変わって定額予算志向の客が増えているので、今後単価が下がる気配を感じている。
		旅行代理店（従業員）	・団体旅行の見積から成約になる件数が増えたり、客からの問い合わせが増えるなど、多少の動きがみえてきたようなので、これ以上悪くなるようなことはない。
		タクシー（団体役員）	・タクシー業界は適正車両数に向けて減車しているが、契約企業や一般利用客も交通費等の経費節約傾向が続くと思うので、しばらくは厳しい営業状況となる。
		通信会社（営業担当）	・アンテナ業者、競合他社との競争は激しさを増す。デジタル切替え需要は増えるものの、契約者数は変わらず、横ばいの見込みである。
		通信会社（営業担当）	・ある程度は新入居に伴う加入増が見込めるが、解約数増加の流れがいつ終わるのか見当も付かない。
		通信会社（総務担当）	・政府の発表では景気は持ち直してきていると報告されているが、当社のような業態は家計から一番先に削減し、一番最後に回復するため、すぐには回復しない。
		通信会社（支店長）	・料金プラン等の価格競争により、次世代携帯端末向け統合ソフトウェアプラットフォームの伸びが鈍化し、収益的には厳しくなる。
		通信会社（営業担当）	・先行きの不透明感から消費意欲が落ち込んでおり、余計な出費を抑制する動きは続く。
		観光名所（職員）	・天候にも左右されるが、この不景気で旅客がかなり減っており、今後3か月以内では旅客の動きは変わらず少ない。
		遊園地（職員）	・消費マインドの冷え込みからの脱却を期待できる要素が見当たらず、真っ先に消費者の支出抑制の対象とされるレジャー産業としては厳しい。来園者の支出抑制傾向はまだ続く。
		競馬場（職員）	・平成21年度の売上は4月以降、各月前年度5%程度の減か、前年度同程度の売上が繰り返されている。12～2月も同様であり、上向き気配はない。
		その他レジャー施設 [ホール]（支配人）	・一部好況な事業もあるようだが、株価全体は低迷し復活する気配を見せていない。当施設のチケットの売行きから見ても、消費は今しばらく生活防衛型が続き、余暇等に割く金額は抑えるものと考えられる。
		その他サービス[学習塾] （経営者）	・学習塾は3月から新学期がスタートするが、昨年に比べて、入塾希望者数が5%増加している。
		その他サービス[福祉 輸送]（経営者）	・来年度の福祉関係の事業予算がどのようになっていくかが非常に大きな影響を及ぼすが、あまり変わりそうにないので、産業動向としてもほとんど変わらない。また、この分野で働く人の賃金が非常に低迷し、人材を確保しにくくなっていることも大きな問題である。
		住宅販売会社（従業員）	・客の購買意欲が続いている。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅版エコポイント制度や税額控除への反応は、現在の集客にはまだあまり効果が出ていない。よって3か月後の景気への反映は期待薄である。

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
		住宅販売会社（従業員）	・客の動きは活発だが、売れる価格帯が4,000万円弱なので、なかなか販売増につながらないという状況は今後ももう少し続く。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・最近になって商店街を歩く歩行者が減りだしているのが気になる。また、買物をした後の買物袋を持っている人が少ない。何となく、商店街の活気が今一つ欠けており、元気がない感じがしている。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・会社用のお茶を飲まなくなってきていた傾向が、個人ユーザーの財布まで、影響してきている。
		コンビニ（経営者）	・景気が不安定だからと買い控えが増えており、今後ますます景気が悪くなるだろうという不安感から、先行きもこのまましばらく景気上昇は望めない。
		衣料品専門店（店長）	・来客が減ってきており、特に若い世代の減少が顕著である。新しい流行も出て来ていないことを考えると、今の状況がすぐに好転する兆しはない。
		家電量販店（統括）	・4～5月中旬までは大きく前年を下回ることはないが、それ以降は、昨年5月にエコポイント制度がスタートしたため、伸び率が鈍る。
		乗用車販売店（総務担当）	・2～3月で収益面の向上を図りたいが、エコカー購入補助金制度の延期で駆け込み登録にはつながらないため、3月は苦しい状態、4月以降も停滞気味となる。全般的に景気が上向かない限り、自動車販売はより苦しくなる。
		住関連専門店（統括）	・このままでいくと繁忙期がなくなり、その分前年比も悪くなり、現状よりマイナスとなる。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・昨年5月は薬事法改正前の駆け込みがあったので、6月までは医薬品の売上は厳しい状態が続く。専門家の体制を整えられたところから成績が戻っているので、当社も早く整える必要がある。
		その他専門店〔雑貨〕（従業員）	・給料、ボーナス共に下がる見込みが出ている。他の会社も同じように給料が減り、買い控えが起きる。
		一般レストラン（スタッフ）	・毎年2月はそんなに落ちていないが、今年は悪くなっている。これから良いことがなければ、先行きは更に悪くなる。
		タクシー運転手	・今後も昼間から夜にかけて全般的に乗車客の低迷が続く。花見の客や歓迎会の客に期待している。
		通信会社（経営者）	・地上デジタル放送の進展に伴い加入する人が増加する一方、収入の増加があまり考えられず、アンテナで済まそうとする人が増えている。
		通信会社（営業担当）	・地上デジタル放送対応によるアナログ終了局の解約が今後も予定されており、他社攻勢も相まって、課金ベースの純増は厳しい状況が続く。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・春期講習の申込の出足も昨年よりずっと悪く、生徒数も減少している。授業料も据え置いているので、今後、上昇の見込みはない。
		設計事務所（経営者）	・民間の仕事は激減している。当社では行政の耐震診断等をやっているが、仕事が3月末までの年度内と決まっており、4～6月の仕事の様子は全くみえない。民間が冷え込んでいるなかで、行政の仕事が新しく出ると同時に皆入札となってしまう、低価格入札になるのではないかと感じがしている。
		設計事務所（所長）	・いずれにしても、これからの3～5月は例年仕事量、発注量が少ないのに、この景気の悪い状況では、なかなか向上して行くことは望めない。国の予算等がどれだけ反映されるかの効果は半年後にならないと出ない。
		設計事務所（所長）	・明るい兆しが全くない。
	悪くなる	商店街（代表者）	・大手スーパーの店長の話では、今までは入学を控えて3～4万円のかばんが売れていたが、今は1万円台のかばんを求めようとしており、机など他の商品もそうなので、先行きが非常に不透明だということである。先の景気は良くなるとは思えない。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・これ以上悪くなるということは最悪の状況だが、生活保護受給者が増えているなかでは、商売として決して良い方向に向いていないことは事実である。残念だが、当分悪いところから抜け出すことは難しい。
		コンビニ（経営者）	・単価下落は今しばらく続くことが予想され、回復の兆しはみえてこない。
		衣料品専門店（経営者）	・客が購買に積極的に目を向けていない状態で、春物商戦は数字がみえづらく、当店の春物仕入れも消極的になっている。何か大きな変化でこの閉そく感を脱したいが、出口がみえない状況である。

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
		乗用車販売店（販売担当）	・新環境規制対応車が出てくるため、現行の車両を拡販している。補助金が出るのが6月ごろまでと言われているので、それ以降については、補助金が枯渇して対象がなくなる。9月以降は新型になるので価格が大変上がる。そういう状況のなかで、今後2、3か月後の先行きについては、販売量が更に落ちて景気が悪くなる。
		タクシー運転手	・2年くらい前から依然として減少傾向が続いており、今月もまだ2けたに近いマイナスが続いている。一向に良くなる気配が無い。
		美容室（経営者）	・今年になって倒産する会社や店を辞める人が一層増えている。中型のスーパーも閉店していくので、来客数が減り、ますます悪くなる。
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）	・業種間のばらつきはあるが、仕事量は確実に増え、残業で納期対応するまでになっている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・新しい案件が立ち上がっているが、今までよりは単価が安いことが最大のネックであり、そこが良くなると良くなってこない。しかし、今までは仕事自体の量が少なかったが、量はいくらか確保されてきているので、やや良くなっていく。
		精密機械器具製造業（経営者）	・2月より3月、3月より4月と内示発注数が増えてきている。
		通信業（総務担当）	・社会全般の景気持ち直し傾向が通信業界にも反映するとの期待感がある。
		金融業（審査担当）	・ヘアリング製造業では、米国の大手金融機関の破たんにより前期は大幅な赤字決算となったが、受注量がピーク時の80%程度まで回復、当期は利益計上できる見通しである。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・顧客工場の稼働率が、わずかではあるが、回復傾向の兆候がみえてきているところもある。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・3月末の年度末に向けて受注量の継続的減少に歯止めが掛かってきたため、年度内予算を消化する当面の間、2か月程度は、受注量が伸びていく傾向が続く。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・次年度へ向けての予算取りが積極化している。
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・今でも十分悪いが、とりあえず飲食は気分の問題なので、少し景気が良いという感じがしてくると違ってくるが、しばらくはそういったことはない。
		繊維工業（従業員）	・現在のデフレ状態は当分続くとみており、中小企業はじっと消費者の嗜好が回復するのを待つだけである。
		出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・官公庁の入札も利益が薄いかマイナスになるような金額でなければ取ることができない。売上が前年同月比30%減まで落ち込んでいる。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・新年度の予算もまだ決まっておらず、先行きの不透明感はまだ残っている。よって急に景気は良くなるならない。
		金属製品製造業（経営者）	・継続的な仕事量は少ないが、安定した量が出て来そうである。新規取引先については、単発的かつ先が全くみえない。見積価格によっては仕事が来なくなる恐れもあり、低価格での競争に勝つしか生きる道は残されていない。社員を減らすわけにはいかないの、賃下げに協力してもらうことを考えている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・良くなる気配は全く見当も付かないという状態である。
電気機械器具製造業（経営者）		・引き合いは若干増えてきているが、まだ本格的ではない。業績を伸ばすにはやはり技術革新とも言うべき斬新な商品の開発が急がれる。	
精密機械器具製造業（経営者）		・来期4月から受注量が良くなると言っているのやや期待しているが、何とも言えない状況である。	
輸送用機械器具製造業（経営者）		・当社の場合はトラックなので、1、2月はちょうど踊り場にあり、そこで足踏みしているような状態である。前年よりは良いのだが、4月以降どうなるかで、今後の判断をしなければならぬ。	
その他製造業〔ゲーム〕（経営者）		・特段の好材料が見付からない。	
その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・好転する理由が見当たらない。		
	建設業（経理担当）	・競争相手がまだまだ低価格受注を続けているので、当社で受注するためには利益が出る受注ができるはずがない。この先、公示案件が増加するようなことはないだろうから、低価格受注がまだ続きそうである。	

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		
		輸送業（経営者）	・2～3か月後の受注量は例年1～2月よりは増加するため、その基本的な流れは変わらないが、今期の受注量をみてみると、前々期より減少した前年を更に下回る。		
		通信業（広報担当）	・一段の良化は現時点では想定しにくい。		
		金融業（支店長）	・返済方法の変更が浸透すれば、資金繰り破たんする会社は減少し、当面の危機は脱する。ただし、景気が良くなって増産増収となった場合に新規借入できなければ、その時点で資金不足となり破たんする可能性が大きい。		
		不動産業（総務担当）	・まだテナントの退去申出を賃料の値下げなどにより必死に食い止めている状況の最中で、今後2～3か月先にこの状況が良い方向に変わるとは到底思えない。		
		広告代理店（従業員）	・売上予想から、現在と変わらない。		
		経営コンサルタント	・金融機関の融資担当者では、このところ倒産の小口化が加速しているという。これはおそらく個人消費に直結している商業、サービス業系の中小企業であり、周辺でもいくつかの事例がある。今後、増える可能性もあり、回復にはまだ時間が掛かる。		
		経営コンサルタント	・輸出の増加に關与する企業のみがやや回復気味で、内需型の企業は落ち込んだままである。		
		税理士	・日本国内もそうだが、アメリカでの日本車の売行き、中国等のアジアへの輸出額等の外需に因ることが多い。北米の状況が悪く、アメリカでは景気が悪く日本の大手自動車メーカーの売上が落ちており、またリコール問題が起きている。しかし、中国をはじめとしたアジアで売れてきており、こちらではそこそこやっつけていけるため、助かっている。これらの情報を勘案すると、3か月前と同じペースでいき、変わらない。		
		社会保険労務士	・良くなるという要因が見当たらない。		
		税理士	・企業努力はしているので、何とか現状を維持して欲しい。		
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・全体的に受注が減っているので、これからしばらく単価競争が激しくなる。		
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・年度が替わっても、広告費等が増える傾向にあるとは思えない。		
		やや悪くなる		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・新規の業務が増える見込みが立たず、前年より確実に悪化する。
				出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・今月の法人の特需は突発的なもので、スポット受注という感じがしているため、それでこれからの方向性が良くなるとはあまり感じない。それよりも日々の来客の低価格志向が本当にしばしば見受けられるので、そちらから少し下向きと感じている。
プラスチック製品製造業（経営者）	・メインで流れている住宅関連部品の受注が回復しない。また、それぞれの客で新企画の予定もなく、しばらく厳しい状況が続く。				
金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先は決算も終わって落ち着きが出て、受注量は減ってくる。				
建設業（営業担当）	・公共工事は、事業仕分け等の影響を多少は受けて案件数は少なくなっている。しかし、地主は見方を変えて民間事業の不動産活用に資産の運用を図る傾向が強くなり、仕事量は増えてきている。受注金額は他社との競争が激しく、低くなっていく。				
輸送業（経営者）	・景気浮揚刺激策がいまだはっきりと打ち出されていないなかで、現状を維持していくにはマイナス面が多くある。こういったものを払しょくしない限りは、景気浮揚は難しい。				
輸送業（所長）	・2つの取引先より運賃の値下げ要請があり、売上、利益共に確実に厳しい数字になる。今回の値下げについては、軽油が値上がり以前の価格に戻ったので、値上げ前の料金に戻したいとの要請である。しかし現在、軽油が値上がり傾向にあり、とても以前の軽油価格になったとは言えないため、その分を当社が負担するようになってしまい、厳しい。				
金融業（支店長）	・客の倒産件数が若干増えているのと、個人客の自己破産が増えている。中小企業金融円滑化法で借入は猶予しているが、なかなかそれに見合う売上が上がってこない。規定の期限がもうすぐ終わるので、返済が始まると厳しく、今後も倒産は増えていく。				
不動産業（経営者）	・賃貸は苦しい時代である。引越しの理由を聞くと、給料が下がったからと言う客がちらほらという。				
その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・新年度より契約解除、減額が実行されるので、4月から厳しくなる。				

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	出版・印刷・同関連産業（所長）	・3か月では、良くなる兆しは感じない。秋以降まではこの状況が続く。来年を境に良い状況に変化することを期待する。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	・今までは得意先の努力、工夫によって結果が出てきたが、ここにきて努力のしようがないという声を聞いており、非常に困った問題である。何とか早く、客に買ってもらえるような状況になって欲しい。
		建設業（経営者）	・競争案件での価格のたたき合いが続き、景気が悪化する。また、リストラを余儀なくされることになるので、雇用も悪化する。
		輸送業（経営者）	・今の景気から良くなるというような見通しは全く無い。2、3日前のテレビのニュースでは、運送業者の賃金が1番下がったということも出ており、先は全くみえない。
		輸送業（総務担当）	・来年度の計画が荷主から発表されたが、今年度比で40～50%の減産体制で、それに伴って出荷計画数量も激減する見込みで、物流業界の景気は最悪の状態になる。
		金融業（渉外・預金担当）	・現状で取引先は多岐にわたるが、全業種を引き上げるほどのものは何もない。依然として仕事は海外に流れている。
		広告代理店（経営者）	・引き合いが少なく、ほぼ無いと言っていい状況である。レギュラー受注以外の問い合わせが無く、先細り一方のように感じる。期明けが怖いから、当然3か月後も怖いと思えない。
		その他サービス業〔ディスプレイ〕（経営者）	・取引先の予算削減は今後ますます厳しくなることが予想され、今後の仕事にかなりの影響を及ぼす。
雇用関連	良くなる やや良くなる	求人情報誌製作会社（編集担当）	・求人数は依然低調だが、医療関連、保育士、美容師など有資格の業種は堅調である。また、新年度に向けた募集として学習塾や音楽教室などの講師の求人が見受けられるほか、販売スタッフ募集なども出始め、春からの業務展開を拡充する動きが少し感じられる。
		民間職業紹介機関（経営者）	・営業職や特殊技能職で求人案件が増えている。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・輸出関連企業では一部海外での業績改善がみられているが、国内の動きが鈍い。
		人材派遣会社（業務担当）	・いろいろな倉庫に入り出しているが、どこも物量が少ない。物量の多い倉庫もあるが、よく調査すると返品の商品だったり、2か所の倉庫を1か所に集約したためだったりする。その際に、中央に近い倉庫から家賃の安い地方に倉庫を移すケースも目立っている。物量（消費）が増えない限り、景気は上昇しない。
		人材派遣会社（支店長）	・企業による直接雇用の増加の動きがあるが、景気の不透明感もぬぐえず、雇用拡大の見通しが見えない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・中堅、中小企業が採用に予算を掛けるのは来年になる。経済の回復から半年は遅れて採用市場に動きが出るという構造は変わらない。悪い状態に変化はない。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・2月は新年度に向けたパート、アルバイト採用および欠員補充での採用の動きが比較的多くあり、3月も同様の動きがみられそうである。ただ、その動き自体が一時的なものであり、事業拡大に向けた採用計画とは異なっている。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・今年度に関しては、年度末の特需もそれほど期待ができそうにない兆候が出ている。
		職業安定所（職員）	・雇用調整助成金の申請事業主の多くは、零細な製造業である。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、本格的な表れではない状況が続いている。
		職業安定所（職員）	・求人数はそれほど変わっておらず、また今も会社都合で退職する人がおり、これから雇用状況が改善するとは思えない。
		職業安定所（職員）	・雇用調整助成金の新たな申請がかなりの数に上っており、求人の状況が好転する芽がみえない。
		職業安定所（職員）	・再就職援助計画の届出件数は減少しており、計画も小規模で対象者は減少している。一方、雇用調整助成金、中小企業緊急雇用安定助成金については、申請要件の緩和もあり、前年同月比では増加が続いている。また、求人窓口では求人者の増加がみられるが、1件1人の求人が多いためか、求人数の増加はみられない。

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
		職業安定所（職員）	・高卒者の内定状況は12月1日現在60.3%で、非常に厳しい状況となっており、企業の採用意欲は依然として低い。また、新規求人数が若干ではあるが増加したが、新規求職者数も増加しており、大幅な求人倍率の改善にはつながらない。雇用状況が改善しないことには、内需の拡大もなく、景気の改善とはならない。
		職業安定所（職員）	・新規求職、有効求職数は共に前年比2けた台の増加である。反面、新規、有効求人数は同2けた台の減少が続いていることから、数か月での変化は考えにくい。
		民間職業紹介機関（経営者）	・企業側の感触としては、非常に悪い状況からは脱したようであるが、現時点でこれから先が良くなるような感じがみえてきている所は非常に少ないようであり、この状態はまだ続く。
		民間職業紹介機関（職員）	・2～3月は採用数も増加する時期なので良くなるが、新年度を迎える企業が多い4月以降はまだみえない。
		学校〔専修学校〕（就職担当）	・採用活動の復活や採用人員数の増加などを行う企業数は、目立って増加していない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・労働者派遣法改正により規制が強化されるとすれば、派遣利用に二の足を踏む企業が増えそうである。
		人材派遣会社（営業担当）	・新卒入社の社員へ現在の派遣スタッフの業務を切り替えるケースが増加することが見込まれ、派遣需要は更に悪化する可能性がある。
	悪くなる	学校〔短期大学〕（就職担当）	・前年も求人票が激減したが、現在、求人票が前年同月の半分しか届いていない状況にある。今年度は前年度以上に厳しい状況が来る。
		学校〔専門学校〕（教務担当）	・仕事の受注が無く採用の予定が立たないと、ほとんどの企業が嘆いている。

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		
	やや良くなる	百貨店（経理担当）	・催事によっては、前年と比べて持ち直しの動きがいくつか見られる。
		百貨店（販売担当）	・良い商品を求める本来のニーズと、不況のなか我慢してきたことに対する反動により、購買意欲が表れてきている。この傾向は、今後も続く。ここ数週間は、来客数が増加しており、春の新作へのニーズも高まっている。また、低価格品と比較して、より商品価値が高い商品を選択する動きも顕著になってきている。
		百貨店（営業企画・販売促進）	・先行きに対する不透明感は変わらないものの、今後経済的に大きなダメージを受ける事案が発生しない限り、新たな季節の到来とともに購買意欲は増す。
		スーパー（総務担当）	・1人当たりの買上金額は横ばいであるが、1人当たりの買上点数は4%増加している。また、節分の豆やいわし丸干しなどの売上は、前年よりも5%ほど増加している。以上によって、今後はやや良くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・商品価格が低くなり、洗い替えも必要となるため、今後は来客数、販売量共に増える。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・徐々に景気が良い客が増えてきており、今後はやや良くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・これまではナンバー付き未使用車を探す客が多かったが、エコカー減税と補助金のおかげもあり、新車を探す客が増えてきている。事故修理や車検などの工場庫でも、これまで安い他社に取られていた客が戻りつつあるため、今後は収益につながる。
		乗用車販売店（従業員）	・全体的に底打ち感がある。今後はやや良くなる。
		観光型ホテル（販売担当）	・前年4、5月は、前々年の米国の大手金融機関の破たんの影響を受けて、地元企業ではあらゆる催事、企画を中止したため、かつてなく落ち込んだ。今年は、ほんのわずかながら再開の兆しがあるため、前年のような落ち込みはない。
		都市型ホテル（営業担当）	・前年は不景気によって宿泊を控えた客からの予約が、徐々に増えてきている。予約件数は、前年比で約10%増えてきている。
		旅行代理店（経営者）	・春休みの旅行の動きがかなり良いため、今後も良くなる。
テーマパーク（経営企画担当）	・2～3月に暖かい日が続く予報があるため、来客数の増加を見込める。		

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		ゴルフ場(企画担当)	・ここ2か月間は、雪さえ降らなければそこそこの来場者数があった。4、5月は、シーズンの良くなる。客は低単価を望むものの、今のところ回数を減らす様子は見られないため、今後は良くなる。
		その他サービス[語学学校](経営者)	・宣伝、イベント等の新企画の効果が、少しずつではあるものの、出始めつつある
		住宅販売会社(従業員)	・家電、自動車に続く住宅版エコポイント制度が、どこまで産業を活性化するかは掛かっている。
		商店街(代表者)	・客は相変わらず必要以外の物を買わないため、今後良くなる材料は全く見当たらない。ただし、2、3か月前から景気は相対に悪いため、これ以上悪くなることもない。
		商店街(代表者)	・良くなる要素は、見当たらない。ただし、悪くなる要素も見当たらないため、ここ数か月は現状並みが続く。
		一般小売店[酒類](経営者)	・週末に飲食する機会は増えると思われる。ただし、消費者のお金の使い方はまだまだシビアであり、平日を含めて1か月を通してみると、あまり変わらない。
		一般小売店[食品](経営者)	・客の様子を見てみると、厳しい状況は今後も続く。ただし、出費を抑える部分と、財布のひもを少し緩めて出費する部分のバランスは取れてきており、今後更に景気が落ち込むことは何とか避けられる。
		一般小売店[自然食品](経営者)	・店舗販売による小売業態が、今後伸びる余地があるとは考えにくい。販売方法の展開を考えていかないと、売れない状況が続く。
		一般小売店[書店](経営者)	・客の様子は、ここ1年近く、変わっていない。今後ともこれ以上悪くもならないし、良くもならない。
		百貨店(企画担当)	・回復基調が見えてはきたものの、一進一退は今後も続く。気候等によって、好不調の波が発生する。消費が回復してきたと判断するには、秋頃まで様子を見る必要がある。ただし、前年秋頃に立てた見通しと比べれば、半年ほど前倒しになっている。
		百貨店(売場主任)	・イベントを仕掛けても、売上はなかなか増えない。購買意欲はまだ感じられない。
		百貨店(売場主任)	・23日でクリアランスセールが終了し、春物商品に入替えたが、客は見るだけで商品を手にも取らない。試着を勧めても無視される。このような状態なので、これからしばらく売上は減少する。
		百貨店(企画担当)	・好調商品が見られる一方で、売上の大半を占めるアパレル商材は、売上が回復する兆しが見られない。売上は少しずつ回復基調にあるものの、まだ模様であり、ここ数か月で急激に回復するとは到底感じられない。
		百貨店(企画担当)	・過去数か月間と比べて今月は、来客数、客単価共に、前年との差が縮小している。しかし、本格的な回復とは言い難く、景気が良くなると判断するには、もう数か月間様子見が必要である。
		百貨店(外商担当)	・3月は、前月に続いて春物の動きが良くなる。しかし、ここ数年の傾向から、一通り動いた後、盛夏物が出てくるまでは、動きが止まる。
		スーパー(経営者)	・中国等への輸出が増えても、国内消費の低迷は続く。スーパー各社は必死に努力しているが、所得が増えないため、個人も会社も節約志向が更に強くなり、デフレは続く。売上も増えない。
		スーパー(経営者)	・季節的には良くなる方向であるが、現状では小売店の力がないため、低い水準での横ばいが精一杯である。
		スーパー(店長)	・自動車のリコール問題等により、生産の回復は見込まれない。消費者の節約志向も、依然として強い。
		コンビニ(企画担当)	・1～2月中旬までは、前年比でみた場合の売上の減少幅がやや縮小している店舗が出始めており、底が見え始めている。
		コンビニ(エリア担当)	・売上の前年割れは、当面継続する。衝動買いをしない傾向も、今後続く。
コンビニ(店長)	・様々な要素によって、消費者心理は当面変わらない。景気は悪くなることはあっても、良くなることはない。		
コンビニ(商品開発担当)	・下げ止まった感はあるが、回復も見込めないため、変わらない。		
家電量販店(店員)	・オリンピックの影響でテレビの売上が多少増えているが、来月からは特に大きなイベントがない。		
家電量販店(店員)	・ボーナスシーズンに入るが、新卒の就職率が悪く、サラリーマンの所得も増えていない。また、年金生活に入る前の団塊世代も節約志向が強いため、今後良くなる要素はない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（従業員）	・販売台数の大幅な増加は見込めないものの、補助金の延長もあるため、それなりの販売台数は見込める。
		乗用車販売店（従業員）	・3～6月に悪くなるという感触はない。しかし、4、5月に悪くなるのではないかと不安はある。
		乗用車販売店（従業員）	・例年、3月の年度末決算期に受注に尽力する反動で、4、5月の受注は低調となる。しかし今年は、5月にマイナーチェンジの実施によって商品力が向上し、来客数の増加も期待されるため、落ち込みをカバーできる。
		一般レストラン（スタッフ）	・客の来店回数に変化はないが、単価が低い状態は今後も続く。
		一般レストラン（従業員）	・給料の削減によってこづかいも減り、外食機会は少なくなっている。客は、スーパーで焼酎の大型ペットボトルや安い発泡酒を買って自宅で飲んでいるため、飲食業界は今後ますます厳しくなる。
		スナック（経営者）	・しばらくは、歓送迎会等の団体客が増える。しかし、客単価が低下すると思われるため、現状維持が精一杯である。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・よほど大きな景気の刺激がないかぎり、当面は現状が続く。
		観光型ホテル（経営者）	・将来不安はあるものの、更に不安を増すような要素はあまり感じられない。今後も、ある程度の宿泊需要、会食需要はある。地域を代表する企業の信用不安などの大きな変動要因はないため、それほど悪くなることはない。その一方で、有力な事業者が出てきて、それに伴い良くなっていくこともないため、低空飛行で推移する。
		都市型ホテル（支配人）	・宿泊は直近での予約が多く、先が見えない。宴会も、3月の歓送迎会の受注が鈍い。
		旅行代理店（従業員）	・ゴールデンウィークの旅行、5月からの上海万博、6月のワールドカップサッカーの申込共に、今一つである。一昔前のように、イベントで旅行申込が大きく増加することはない。
		タクシー運転手	・節約志向で客の財布のひもは固く、今後も緩まない。悪い状態が続く。
		美顔美容室（経営者）	・例年と比べてここ2、3か月間は、ホワイトニング商品が多く売れた。しかし、新規客がいないため、4月から始まるキャンペーンでは変わらない。
		設計事務所（経営者）	・住宅案件、企業案件共に低調に推移しており、仕事量が増える気配は全くない。
		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）	・問い合わせや見積依頼などがかなり少なくなっているため、今後も厳しい状況が続く。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・エコポイント制度による需要には、一服感がある。期間延長によって、駆け込みで買換える客が減少している。冷蔵庫、エアコンに関しては、エコポイント制度の効果は小さい。今後もこの状況は続く。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・個人消費は、これから先もどんどん冷えていく。
		一般小売店〔電気屋〕（経営者）	・製造業の客からは、仕事がないとの声をよく聞く。今後は更に悪くなる。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・企業では、低価格の贈答品を志向するのみならず、付き合いそのものを止めてしまう傾向にある。そのため、贈答品店では単価の低下だけでなく、販売量が減少する傾向にある。贈答の慣行そのものがなくなる心配もしている。
		一般小売店〔惣菜〕（店長）	・民間の給与が伸びないどころか、減少している。また、消費者の低価格志向が強まるなか、苦境が続く百貨店では、これまで比較的堅調とされた食品といえども、改善は容易ではない。
		百貨店（販売担当）	・地元大手自動車メーカーのリコール問題の影響により、関連企業が非常に多い当地区の消費には、今後ダメージが表れてくる。
		スーパー（店長）	・当社では、通勤手当の削減や福利厚生縮小が進んでおり、新年度は実質の賃下げである。今後はやや悪くなる。
		スーパー（営業担当）	・来客数、販売点数が伸びてこないため、今後はやや悪くなる。
		コンビニ（経営者）	・景気が良くなる要素は見当たらない。特売しても客は必要以上の物は購入しないため、手の施しようがない。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数、客単価共に下げ止まらないことに加えて、競合店の増加により、今後はより厳しくなる。
		衣料品専門店（経理担当）	・取引先の決算書等を見ると、まだ悪くなると思われる。

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		
		乗用車販売店（営業担当）	・地元大手自動車メーカーのリコール問題などで、仕事が厳しくなっていると話す客が多い。そのため、この先はやや悪くなる。		
		乗用車販売店（営業担当）	・単価が高い車種の動きは、非常に悪い。比較的価格な車両の売行きは良いものの、優遇税制の影響もあるため、今後先細りになることは間違いない。		
		乗用車販売店（総務担当）	・現在自動車販売が好調なのは、補助金等の影響による一時的なものである。この効果は、今後は徐々になくなっていく。		
		住関連専門店（営業担当）	・将来不安のため、住宅購入者は今後減少する。企業の設備投資についても、政策の影響によって大きな投資ができないため、減少する。公共工事も激減していく。		
		高級レストラン（スタッフ）	・予約客数の減少は底入れしつつあるが、一般客は引き続き減少している。今後この傾向が変わる兆しは、全く見えていない。		
		一般レストラン（経営者）	・地元大手自動車メーカーのリコール問題もあり、春になっても景気回復は見込めない。		
		都市型ホテル（従業員）	・予約数が減少しており、今後はやや悪くなる。		
		都市型ホテル（経営者）	・来客数が不安定であることに加えて、単価もますますデフレ傾向にあり、厳しい状況が続く。		
		旅行代理店（経営者）	・価格競争のため、販売件数は増えても、利益にはつながらない。この先どのようなようになるのか、見通しが立たない。		
		旅行代理店（従業員）	・実質賃金が減少しているため、今後はレジャー費用がかなり削られる。旅行業界にとって、非常に厳しい状況が続く。		
		タクシー運転手	・タクシー利用客数は一段と減るが、今後各社がタクシー台数を減らすため、やや悪くなる程度である。		
		パチンコ店（経営者）	・競合店も含めて、業界全体に低単価傾向があるため、今後も厳しくなる。		
		理美容室（経営者）	・客からは、減給や仕事がなくなったとの話ばかり聞く。景気は今後も良くならない。		
		住宅販売会社（従業員）	・地元大手自動車メーカーのリコール問題の行方によっては、消費マインドは更に低下する。3月決算期に売上の急増を期待している企業は、厳しい状況に追い込まれる。		
悪くなる		商店街（代表者）	・当地域の経済は、自動車関連に大きく左右される。デフレが進行しているなか、地元大手自動車メーカーのリコール問題の行方によっては、景気は更に悪くなる。		
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・地元大手自動車メーカーの業績悪化が、当地域の景気に影響を与える可能性がある。		
		コンビニ（店長）	・客の低単価試行は今後も続き、安くしないと売れない。		
		乗用車販売店（経営者）	・3月までは決算需要でそれなりに活発であるが、決算が過ぎると販売量は確実に減る。		
		その他専門店〔貴金属〕（店長）	・経済、社会共に明るさがない。政権交代後はデフレ懸念も著しくなっている。市場が活性化する要素はなく、良くなる見込みはない。		
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・地元大手自動車メーカーのリコール問題、景気対策の不在など、景気が良くなる材料は全くない。		
		旅行代理店（経営者）	・今年に入ってから、更に景気が悪化しているという話をよく耳にする。また、地元大手自動車メーカーのリコール問題も、景気の悪化に拍車を掛ける。		
		美容室（経営者）	・客との話では、景気が良くなるきっかけがないとのことである。		
		理容室（経営者）	・景気は、まだまだ悪くなる。当店で、従業員への給料の支払いもままならない状態になる。		
		住宅販売会社（経営者）	・業界全体で、在庫が増えている。住宅の買い控えがみられる。		
		住宅販売会社（従業員）	・住宅建築業界にとっては、住宅版エコポイント制度程度では、見向きもされない。市場の冷え込みは、今後も解消されない。		
		企業動向関連	良くなる やや良くなる	-	-
				出版・印刷・同関連産業（経営者）	・県内の主要都市の駅周辺では、飲食店の来客数が増え始めている。対象となる企画を組むことにより、出稿量を増やせる見込みである。
				窯業・土石製品製造業（経営者）	・前年夏期と比較して、秋期の住宅着工件数は増加している。そのため、窯業界の景気は多少なりとも良くなる。
一般機械器具製造業（経理担当）	・3月決算までに実施予定の仕事が、入ってきている。見積も、少しずつではあるものの、受注に変わってきている。				
輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・長期の生産計画を見ると、今後はやや良くなる。				

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	
		輸送業（エリア担当）	・半導体業界など、景気が回復している業界がある。また、船荷運賃の値上げに伴い、航空貨物は増加する。	
		金融業（法人営業担当）	・比較的体力がある輸送用機器関連の部品メーカーでは、割安の他社工場を買収するなど、設備投資に前向きな動きがみられる。そのため、今後はやや良くなる。	
		不動産業（開発担当）	・モデルルームへの来場客の様子をみると、分譲住宅への実需はある。これまで抑えられてきた分、今後は緩やかながら購入へとシフトしていく。	
		その他サービス業〔広告印刷〕（従業員）	・これまでの問い合わせが、今後は徐々に受注に結び付いていきそうである。今よりは多少良くなっていく。	
	変わらない	化学工業（人事担当）	・少し前までは今後徐々に良くなるの見込んでいたが、地元大手自動車メーカーのリコール問題が、今後しばらく影響する。	
		窯業・土石製品製造業（社員）	・営業努力により、新分野への進出の成果が表れつつある。しかしその反面、磁気テープ関連では市場規模の縮小により撤退が相次いでおり、現状維持が精一杯である。	
		金属製品製造業（従業員）	・競争業者が減らない限り、販売価格が上昇する兆しは見えてこない。	
		一般機械器具製造業（営業担当）	・設備投資の動きは出てきているものの、北米、欧州の自動車産業は、依然として回復したとはいえない状況にある。中国やインドではおう盛な設備投資計画があるが、現地メーカーとの価格競争に終始しており、受注できる可能性は非常に低い。	
		一般機械器具製造業（経理担当）	・大口受注先からは、「来期後半までには回復するかもしれない」との歯切れが悪い情報が入ってくるだけである。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・地元大手自動車メーカーの北米における減産の影響が不透明である。リコール問題が早期に解決し、影響が最小限で収まれば、今月と比べてやや良くなる。	
		電気機械器具製造業（営業担当）	・当地では、大手自動車メーカーのリコール問題が尾を引きそうであり、良くなる要素は見当たらない。	
		建設業（経営者）	・当地区では、地元大手自動車メーカーの関連企業の影響が大きい。リコール問題の行方次第では、景気が上向くことも考えられる。	
		輸送業（経営者）	・消費財はデフレの影響があり、生産財でも内需不足が長引くと見られるため、倉庫への保管料金、運賃収入共に、今後伸びは見込めない。	
		輸送業（エリア担当）	・荷物の減少が止まってきたため、今後は若干良くなる。	
		輸送業（エリア担当）	・主要取引先等からの情報によると、しばらく変化は見られないとのことである。	
		輸送業（エリア担当）	・例年ならば年度末は荷物が動く時期であるが、今年は客先からの荷物情報が、それほど入っていない。	
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込広告は、サービス業では回復しているが、流通、不動産では減少したままである。今後も横ばいが続く。	
		会計事務所（社会保険労務士）	・雇用調整助成金を2年目に入っても申請している企業が多く、今後良くなっていくとは考えにくい。近くのスーパーでは、その店限りの商品券にいつもならば行列ができるのに、今は昼になっても半分しか売れていない。消費者の財布のひもも固い。	
		やや悪くなる	食料品製造業（企画担当）	・原材料価格、動燃費が、少しずつ値上がりしている。しかし、販売価格は依然として低価格が続いている。今後、企業の収益は更に圧迫され、個人消費の回復も望めない。
			紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・自動車業界の海外での販売量は、回復する可能性が小さい。そのため、受注量は回復しそうにない。輸出用段ボール箱も、数量は減少する。
化学工業（企画担当）	・鋳工業では回復の兆しが見られるが、デフレや円高の影響が大きい業種では、景気回復までにはまだ時間が掛かる。			
輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・リコール問題によって、生産台数に影響が出てくるため、今後はマイナス方向に振れる。			
輸送業（従業員）	・大手自動車メーカーのリコール問題や、部品調達コストの引き下げ要請が、デフレを一段と大きくしており、不安要素となっている。原油価格や原材料価格の高騰が、それに追い討ちを掛けている。景気が良くなる話題は全くない。			
広告代理店（制作担当）	・取引先からの受注量は増えておらず、値下げ要請等もあり、厳しい状況は今後も続く。			
会計事務所（職員）	・今までは年金と事業の両方で生計を立てる個人事業者が多かったが、最近になり廃業する個人事業者が増えている。自家消費分のみ生産する農家や、出漁回数を減らす漁家もある。65歳以上で事業をする人が減ってきている。以上によって、今後はやや悪くなる。			

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	鉄鋼業（経営者）	・鉄鋼メーカーが4月以降に20%以上値上げすると発表したことにより、今後各社は必要な分だけ手配する事態が予想される。そのため、今後は物量、需要共に減少する。	
		金属製品製造業（経営者）	・引き合いの減少が続いているため、今後は厳しくなる。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先の景気が良くないため、今後の仕事量は減少する見込みである。	
		企業広告制作業（経営者）	・地元大手自動車メーカーのリコール問題、既存マスメディアの衰退、広告費の低迷などがある一方で、楽観的な要素は見当たらない。	
雇用 関連	良くなる	-	-	
	やや良くなる	人材派遣会社（経営企画）	・来期の需要が減少する取引先企業もあるが、増加する取引先も出始めている。	
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・静岡県西部の求人はほとんど動いていないが、名古屋、東京では動きがある。ただし、その求人もスポット的なものであるため、要望に合う人材はほとんどいない状況である。こうした状況は、今後も変わらない。	
		人材派遣会社（社員）	・正社員の求人数は相変わらず少なく、あっても要求されるスキルが高いため、再就職が困難な状態は今後も続く。	
		人材派遣会社（営業担当）	・今後も半年以上は、現状が続く。ただし、改正労働基準法の施行により、長時間労働の残業割増率が上がる影響が出てくる。	
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・現状では、製造業を含めて景気の上向き感がある。しかし、地元大手自動車メーカーのリコール問題が、先行きを暗くしている。	
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・製造業の求人が、止まったままとなっている。この分野の求人が増えてこない限り、良くはならない。	
		職業安定所（所長）	・求人開拓のため、事業所を訪問して業況を聴取しているが、先行きに不安を抱える中小企業が多い。	
		職業安定所（職員）	・仕事量が増加しても、コスト節約のため、現在の従業員で仕事をこなしている。このような状況は、今後も続く。	
		職業安定所（職員）	・先行き不透明感が強く、事業所は求人や設備投資に対して前向きにはなれない。	
		民間職業紹介機関（職員）	・取引先は地元大手自動車メーカーの動向を注視しており、当面は様子見である。3月の派遣契約終了者数を、4月にカバーできない状況にある。	
		民間職業紹介機関（支社長）	・地元大手自動車メーカーのリコール問題が地域経済に影響を与えるとすれば、大きいものとなる。しかし、どのような影響を与えるかは、今は不透明である。	
		学校〔大学〕（就職担当）	・企業では、今後の景気をじっくり判断しようとしている。そのため、新卒採用数の決定は先送りになっている。	
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・今月実施した会社説明会のアンケートを見ると、前年同期と比べて学生のエントリー企業数は増加しており、内定者数は減少している。今後も厳しい状況が続く。	
		やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・現時点で、歓送迎会の予約状況は良くない。実際に予約が入ることもあるが、いずれにしても規模は縮小傾向にある。
			アウトソーシング企業（エリア担当）	・地元大手自動車メーカーからの受注見込みは、悪化傾向にある。リコール問題と関連しており、先行きは悪くなる。
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）		・地域の主要産業である自動車産業の回復が、遅れそうな状況にある。	
	職業安定所（職員）		・年度末には、正社員の解雇や非正規社員の雇止め等に伴う大量離職が予想される。	
	職業安定所（職員）		・新規求人数は微増しているものの、求職者が希望している製造業関係の求人が少ないため、求職者は製造業以外の求人から再就職先を決めている。最近では、非正規労働者の求職者は少なくなっている一方で、正社員の人員整理等に伴う離職者が目立っている。企業は現状維持が精一杯であり、求人数の増加も、仕事量の増加に伴うものではない。以上により、今後やや悪くなる。	
	職業安定所（職員）		・年度末にかけて、各業種で雇用調整が行われる。特に二輪メーカーの下請企業の動向が懸念される。	
悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・周辺の企業では、固定費削減のため、今後、非正規雇用者の時短勤務対象者が拡大する。また、地元大手自動車メーカーのリコール問題にも関連して、今後の企業の景気は楽観できない。		
	人材派遣会社（支店長）	・派遣労働者の大半の契約は、事務用機器操作で採用されているが、文字、数字のみの入力作業は専門性がなく、この契約には該当しないとの通達が所管省庁から出されている。その影響により、今後は派遣期間に制限を受けるため、派遣市場は更に縮小する見込みである。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・例年、年度末に向けて求職者は増加するが、今年は正社員の解雇等も増加し始めており、求職者は一層増加する。

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）	・食品業界でもデフレが進み、今後2～3か月では売上が上昇に転じるようには思われない。厳しさが残るものの、様々な戦略を立てて売上が上昇するようにしていきたい。
		コンビニ（経営者）	・近隣の競合店が閉店したこともあって、少なくとも現状よりよい方向に推移すると期待している。
		コンビニ（店長）	・天候的にも、季節的にも売上が減少することはないが、2月後半から続く来客数微増、単価微増の傾向は今後もしばらく続く。
		観光型旅館（スタッフ）	・3月の予約は前年を上回っているが、4、5月は前年比72～87%の保有であり、今後の間際受付がどれだけ伸ばせるかが売上を左右する。6月以降は前年保有を上回っている。
		通信会社（営業担当）	・携帯電話の買い控えをしていた人たちが、検討したうえで購入し始める。ただし、ゴールデンウィークが過ぎれば、お金を多めに使った人が出てくると思われ、少しずつ悪くなっていく。
		通信会社（役員）	・競合事業者との対抗上、プライマリー電話の販売など新規事業の開始を予定しており、数か月後には相応の販売量が確保できることを期待している。
		通信会社（営業担当）	・販売単価自体は大きく変わらないが、以前に機種変更した分割払い分が終了している客が増えており、子どもが新規に携帯電話を購入するのに伴って、家族で機種変更を検討する客が多く見られる。
		住宅販売会社（経営者）	・2、3か月後に受注できるであろう展示場への来場者数が増えている。
		住宅販売会社（従業員）	・まだまだ件数的には少ないが、客の動きが感じられるようになってきている。まだ全体量が少ないので企業間競争が激化している。
	住宅販売会社（従業員）	・住宅版エコポイントが普及するにつれて、新築部門よりリフォーム部門で成果が表れる。	
	変わらない	商店街（代表者）	・商店街の集客力がかなり落ちているなかで、各個店の努力も限界に来ている。固定客をしっかり持っているテナントがかるうじて善戦している。
		商店街（代表者）	・購買意欲を増す材料がない。
		商店街（代表者）	・節約志向を払しょくするような雰囲気もなく、財布のひもが固い状況が続く。
		一般小売店〔鮮魚〕 （従業員）	・劇的に良くなる気配はないが、納入先の温泉旅館の予約が増えているなど上向きつつある気配は感じる。
		一般小売店〔書籍〕 （従業員）	・販売量、客単価、買上点数などは、効果的な景気回復策が具体化しないかぎり、当分変わらない。
		百貨店（営業担当）	・仕入先の価格の下方見直しが懸念される。購買点数が増えることは見込めないで、同じ量の販売では売上総額が上がらない状況に変化は見られない。
		百貨店（営業担当）	・卒業式や入学式用のスーツなど必要な物についての購買意欲は感じられるが、春物の買い足しなど多少我慢できるようなカテゴリーの商品については、買上点数が伸び悩むことが予想される。
		スーパー（店長）	・客を見ている限り下げ止まり感がある。購買意欲は最低水準までに落ち込んでおり、これ以上の買い控えや不必要な切り詰めは発生しないであろうが、ぜいたくをするといった意識もない。
		スーパー（店長）	・バレンタイン需要など愛情関連マーケットは落ち込んでおらず前年並みに推移していることから、大きくは落ち込まないと見込んでいる。
スーパー（店長）		・新年度に入って、エコポイント、高速道路料金の引下げや無料化、子ども手当など不透明感が強く、景気への追い風は見られない。大手企業の決算状況も期待できない感がある。	
スーパー（総務担当）	・「定期昇給が実施されない企業の増加」などが話題になり、今後も消費に対する節約志向が続く。		
コンビニ（経営者）	・相変わらず、消費者は値引き商品やお買い得商品など低価格商品に目が向いており、状況に変化はない。高単価で価値の高い商品も動くが、傾向としては低単価商品に消費者の関心があるようである。		

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
		衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなっているとは思えないが、少し落ち着いた雰囲気を感じられる。
		家電量販店（経営者）	・エコポイント制度の継続によりしばらくは良い状態が続くそうである。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー減税や補助金制度などの消費拡大施策は一応の効果があったが、恩恵は一部の需要層に限られている。特に高級車、高額車や輸入車の需要を喚起すべきである。
		自動車備品販売店（従業員）	・前年のようなE T C特需的な要素が無く、物販数は厳しい予想をしている。新車購入補助金いかなでは更に景気は悪くなる。
		その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	・景況が回復しないにもかかわらず、競争だけが激化している。単価が上がらず、現状のままデフレマインドで動いていくと見込まれる。
		高級レストラン（スタッフ）	・春は一年で最も季節指数の高い季節だが、送別会・歓迎会の受注は企業の統廃合により減っている。例年通りに受注して単価も変わらないのは学校関係と病院ぐらいである。
		スナック（経営者）	・スナックという業種も、中途半端な要素があり、特徴がないと現状の低水準が続く。
		観光型旅館（経営者）	・宿泊客数は前年より増加しているが、宿泊単価や消費単価ともに厳しく、売上では前年並みである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・一般宴会の受注については動きが出ているが、知事選の影響を懸念している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・予約状況は弱含みである。
		旅行代理店（従業員）	・年度明けから問い合わせが活発化されることは予想されるが、実際の動きは5月以降となり、継続的な顧客の活発な動きとなるかどうかは、夏休みの動きをみてみないと判断できない。
		タクシー運転手	・花見や歓送迎会などで人出があっても一時的であり、タクシー料金が現状より2～3割程度低下しない限り客は利用しないので、このまま悪い状況が続く。
		その他レジャー施設（職員）	・売上高は横ばいで、新規入会者は低位安定の状態である。
		住宅販売会社（従業員）	・新築は展示場来場者を見ても減少傾向にあるが、リフォームは住宅版エコポイントの認識と普及により受注が前倒しとなる事が予想され、総体ではあまり変化がない。
	やや悪くなる	スーパー（店長）	・収入が減少した結果ますます節約志向が高まり、必需品以外は買わないという消費者心理が強く働いているように感じている。
		スーパー（店長）	・各企業が決算期を迎え、給与所得者は不安感が募るため、消費は上向かない。
		衣料品専門店（経営者）	・客の景気に対する意識が改善していないため、購入に結びついていない。
		家電量販店（店長）	・エコポイント制度の見直しによるテレビなど対象機種変更の影響があると認識している。
		乗用車販売店（経営者）	・自社の顧客からも倒産した会社が3社出ている。年度末からの不安材料が多く、厳しい状況が続くと見込まれる。
		一般レストラン（スタッフ）	・1月は回復傾向にあるかと思うほど数字が戻ってきたが、2月に入り極端に落ち込み先行きが見えない。3月、4月は人の異動で諸々動く時期でもあるが、取引業者からはいつもの年ほど予約もなくどちらかと言うと暇と聞く。支店・大手工場の統廃合や百貨店の撤退が春先から夏にかけて決まっており、働いていた人達が他地域へ異動したり、失業するなか空洞化が進む地域も出てくる。
		タクシー運転手	・節約志向の高まりにより、足元が悪い状況にならない限り、タクシー利用者は増加しない。
		テーマパーク（職員）	・先行予約をみると、一般団体や海外客については回復の兆しがみられるものの、個人客は不透明な状況にあり、募集ツアーは前年比3～4割程度の減少がみられ一番弱い。全体では、悪化方向に向かっている。
		競輪場（職員）	・1日当たりの購買額が下がり傾向にある。
		住宅販売会社（従業員）	・建物の価格を抑える傾向が強いことと同時に、土地についても良い場所から売れるのではなく、安い順に売れていく状況が顕著になってきた。
	悪くなる	一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	・不況下とはいえ年度末の需要は期待できる。もっとも2～3か月後を見通すと、景気回復が見込めず、不安な状態になる。
		住関連専門店（店長）	・良くなった感じは全く感じられず、客の変化がなかなか見えない。このまま当面続きそうである。

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
		その他専門店〔酒〕 (経営者)	・良くなる兆しはまったくみられない。確実に悪くなる雰囲気を感じている。なんとか明るい兆しが見られればと思っている。
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	繊維工業(経営者)	・前年からみると新製品開発の要望が多くなっている。動きの悪い衣料関連も秋冬物の生産シーズンに入るこれからが期待できる。
		一般機械器具製造業 (総務担当)	・半導体、自動車産業では、7割近く生産が回復している。これに伴い次期設備検討を開始している客の工場来社が増えている。
	変わらない	食料品製造業(企画担当)	・価格が下がっている状況下では、2~3か月間は下げ止まりが期待出来ても、好転することは期待できない。今以上に価格が下がる懸念の方が強い状況が続いている。
		繊維工業(経営者)	・デフレや円高が足かせになり、海外・国内とも大きな期待ができない。しかし、資材関連など一部商品については在庫調整が終わり、増産の要請がでてきている。
		化学工業(総務担当)	・受注状況は、今後も現状と変化はない。
		プラスチック製品製造業(企画担当)	・産業資材向けが動き出し、3か月後には良くなると期待できるものの、住宅向けが相変わらず動きがなく不安定である。全体としては現状と変わらない。
		金属製品製造業(経営者)	・2~3か月先の分の受注の入り具合は現状と変わらない。
		一般機械器具製造業 (経理担当)	・受注状況、現状の引き合いからも大きな変化があるとは考えにくい。
		電気機械器具製造業 (経理担当)	・発展途上国向けの生産は、数量的には落ち込んでいないが、価格的に低下している。価格競争に勝てなければ完全に失墜する状況が当面は続く。
		精密機械器具製造業 (経営者)	・ここ2、3か月先までの生産計画としては、価格帯別の商品ミックスも現状とほぼ変わりなく、また生産量全体としても同水準の生産がほとんど確定している。
		輸送業(配車担当)	・消費者の購買意欲は急激に上がらず、これに伴い、物量も急激な変化は見られない。また、コスト削減に伴い、運賃の単価も安くなり、経営的に厳しい状況になることが予想される。
		輸送業(配車担当)	・毎年3月は荷動きが良いが、4月以降は特に目新しい材料が無く厳しい。
		金融業(融資担当)	・受注量の減少は、いったん底を打ち回復の兆しが見えるものの、今後さらに上向く傾向にはなく、引き続き様子見が続く。
		金融業(融資担当)	・新政権発足後約半年が経過し最近では失望感が強い。エコカー減税の需要一巡や高速道路料金引下げ施策の見直しなど、悪化はないがプラス材料が乏しくなっている。
		不動産業(経営者)	・現状が当面続き、不動産の動きは鈍いままである。
		新聞販売店〔広告〕 (従業員)	・売上高は、前年同時期と比べ10%以上落ち込み、その水準で推移する。
		司法書士	・不動産登記分野でも商業登記分野でも新しい動きが全く無い。
		税理士(所長)	・製造業関係、販売業関係で少しずつ落ち着いているが、デフレの影響で価格が元に戻らず利幅が厳しい状況が続いている。建設業関係では受注の見通しは過去になく厳しく、この状況はしばらく続く。
		やや悪くなる	-
	悪くなる	建設業(経営者)	・役所の年度変わりや例年通り工事の発注が少ないことに加えて、新政権により実施される「社会資本整備総合交付金」は、地方自治体の新年度の予算編成には間に合わず、年度途中で補正予算を組むという二重予算になることが確実であり、工事の発注がさらに遅れることが懸念される。
		建設業(総務担当)	・依然として工事発注量は低調に推移する見込みで、し烈な受注獲得競争が見込まれ、業況の回復は見込めない。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・求人広告件数を過去2か月間でみると上昇しており、今後もこの傾向が続く見込みである。
	変わらない	人材派遣会社(社員)	・新卒入社の時期でもあり、新規需要の申し出は見込めそうもない。
		人材派遣会社(社員)	・製造業の現状は依然として厳しく、早期の回復は見込めない。
		求人情報誌製作会社 (編集者)	・社員募集が増えない。
	やや悪くなる	職業安定所(職員)	・窓口で事業主から聴取すると、4月以降先行き不透明との回答が多く聞かれる。

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
		職業安定所(職員)	・引き続き中小企業からの雇用調整助成金の申請がある。
	悪くなる	民間職業紹介機関(経営者)	・派遣法改正の動きが、更なる派遣離れにつながるが、正社員の増にもならず、非正規者・失業者の増加となっている。

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	その他レジャー施設 [球場](経理担当)	・プロ野球が開幕して人気球団の試合が行われるほか、家族向けのイベントも開催予定であるため、来場者数が増える。
	やや良くなる	一般小売店[衣服] (経営者)	・販売量と売上は前年とほとんど変わらないが、客の動きは少し上向いてきているため、先行きはやや良くなる。
		百貨店(売場主任)	・所得環境や心理面の悪い傾向が一気に回復することはないものの、今後、商業施設のリニューアルが相次ぐため、エリア全体の活性化が進む。
		百貨店(企画担当)	・市場環境は更に厳しくなるものの、改装による売上の減少も一巡し、前年比での数値は落ち着く。
		百貨店(営業担当)	・今後、大規模なレストランのオープンを予定している。消費者の間でグルメ志向は依然として強いいため、売上も少しは上向き傾向となる。
		スーパー(店長)	・食料品の来客数は前年比で104%と、この3か月間は堅調に伸びているほか、節分やバレンタインでは高額商品の売行きも良くなっている。家電もエコポイント制度の効果で今後も好調が続く。一方、衣料品の来客数や、商品単価の低下は当面続くことになる。
		スーパー(広報担当)	・内食関連の商品は堅調な動きが続くなど、顧客ニーズに合った商品や新たな取組に関しては回復傾向がみられる。特に、衣料品は冬物商品の不振が続くなか、春物商品は好調に推移しているため、今後の実需期に向けた好材料となっている。
		高級レストラン(支配人)	・3か月前の観光のトップシーズンに比べて販売量は減っているが、前年の水準は上回っているため、今後は徐々に良くなる。
		一般レストラン(経営者)	・ウェディング需要の取り込み強化を計画しているため、今後はやや良くなる。
		一般レストラン(経理担当)	・単なる低価格路線でない独自の取組を強化することで、生活防衛意識を高める消費者の財布のひもも緩くなる。
		スナック(経営者)	・2月は最悪の状態であったため、今後は多少良くなる。
		都市型ホテル(マネージャー)	・春からは隣の県で平城遷都1300年祭が本格的に始まるため、宿泊部門の上向き期待があるほか、宴会部門の予約状況もやや前年を上回っている。ただし、高級レストランなどを利用する個人客の動きは不透明である。
		旅行代理店(経営者)	・今後、新型インフルエンザの流行で減少した分は戻ってくる。ただし、高額商品が動くためには、3月の企業決算が好調となり、株価が上昇しなければ難しい。
		旅行代理店(広報担当)	・上海万博の開幕日周辺のツアーは販売が好調である。バンクーバーオリンピックを皮切りに、上海万博、サッカーワールドカップと今後は話題が尽きないため、旅行マインドは徐々に高まっていく。
	遊園地(経営者)	・来客数が回復傾向にあるほか、客単価も若干ながら前年を上回っており、レジャー消費に下げ止まり感が始まっている。	
	住宅販売会社(経営者)	・問い合わせは増えたが、なかなか成約に至らないほか、以前よりも低予算の客が増えている。ただし、前年の夏から冬前にかけてはほとんど動きがなかったことを思えば、低予算でも動きが出てきたことは良い傾向であり、明るい見通しが持てる。	
	住宅販売会社(総務担当)	・住宅版エコポイント制度の効果が始まるため、やや良くなる。	
	変わらない	商店街(代表者)	・今の傾向が一気に変わる気配はない。
		一般小売店[花](経営者)	・経費の削減で従来からの注文を停止する企業が後を絶たない。まだまだ企業の間では回復の兆しが無い。
		一般小売店[衣服](経営者)	・今後数か月で上向き材料は全くないが、アパレル業界では客の動きに変化の予兆が感じられる。
一般小売店[鮮魚](営業担当)		・少し暖かくなって外出が増えることを期待しているが、良くなる条件は全く見当たらない。	

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
		一般小売店〔精肉〕 (管理担当)	・牛肉や豚肉の卸値は上がらず、生産者は悲鳴を上げている。消費者に認められるためには価格と品質のバランスが必要となるが、食品の場合はどこでバランスが取れるのか想像がつかない。ある程度のバランスが取れなければ、業界は負のスパイラルから抜け出せない。
		一般小売店〔衣服〕 (経営者)	・大手自動車メーカーのリコール問題が取りざたされるなど、経済、政治共に明るい兆しが全くない。
		一般小売店〔野菜〕 (店長)	・依然として変化の起きる要素が見当たらない。
		一般小売店〔花〕(店員)	・例年よりも売上、来客数共に減少しており、春に向けた祝い事に伴う予約も少ないため、先行きも悪い状況が続く。
		一般小売店〔カメラ〕 (販売担当)	・2月は少し良くなってきたものの、売上の増加はこれ以上望めず、現状維持が精一杯である。
		一般小売店〔コーヒー〕(営業担当)	・出荷量が激減しており、どの店舗も限界に近い経営状態となっているため、見通しは暗い。
		百貨店(売場主任)	・依然として就職難などの動きもあり、回復の兆しは感じられない。消費に限っても積極的な客と消極的な客の二極化が進んでいるため、トータルでは横ばいの動きとなる。
		百貨店(営業担当)	・海外の高級ブランド品については、高品質で価値のある商品は売上が伸びるが、価格が高いだけの商品は今まで以上に苦戦する。
		百貨店(婦人服担当)	・景気の実感があまり良くないため、しばらくは今のような状態で推移する。
		百貨店(店長)	・現状は来客数、販売量共に苦戦している。メーカーには回復の兆しが少し出てきた一方、末端の小売業者では回復の見通しが立っていない。
		百貨店(売場担当)	・客の間には、必要な物を必要な分だけ買う意識や、とにかく安く良い物を選ぶとする意識が依然として強いいため、販売量や売上はなかなか上がらない。
		百貨店(サービス担当)	・大阪万博40周年などの記念行事を活用し、春から集客力のある催事を行うため、新たな顧客の獲得につながる。
		スーパー(経営者)	・競合店との客の取り合いが続くため、広告や特売などで客は動く。
		スーパー(経営者)	・景気対策で一部の大企業は業績が持ち直しつつあるが、中小企業、特に地方の中小企業には景気の良くなる気配がない。
		スーパー(経営者)	・食品類の値下がり傾向は、原料価格の上昇した商品でも進んでいる。春闘の状況をみても、企業の業績回復が個人所得にはすぐに反映されないため、財布のひもは緩まない。子ども手当が少しでも消費に回ることを期待している。
		スーパー(店長)	・収入が上がらなければ、客は安心して消費を増やせない。現状は商品を少しでも安く手に入れようと、店を買い回る客が多いなど、回復の手掛かりはまだ見当たらない。
		スーパー(店長)	・相変わらず衣料品の動きが悪く、食料品も競合店との価格競争が激しいため、先行きの見通しは厳しい。
		スーパー(店長)	・物価の下落や円高、企業収益の悪化、雇用不安などにより、今後も消費者の節約傾向は続く。
		スーパー(企画担当)	・デフレの進むなかで消費者の生活防衛の姿勢は変わらず、競争の激化も進む。また、今年は春闘の見通しも厳しい。
		スーパー(経理担当)	・プレミアムビールが売れ、イタリア料理の食材の動きが好調となるなど、内食化にも新たな傾向がみられる。食の安全志向や節約志向に支えられた内食化とは異なり、今後は前向きな動きにもつながってくる。
		スーパー(企画)	・来客数はほぼ横ばいで推移するものの、客単価の下落傾向は今後も続く。
		スーパー(社員)	・主力部門である食品の売上は堅調であるが、客はディスカウントストアやセールに集まるなど、価格を重視しているため、売上全体は大きく伸びにくい状況が続く。
		コンビニ(経営者)	・これからの時期は飲料水がよく売れるが、価格が10%ほど下がっているため、今年は例年ほど売上が伸びない。
		コンビニ(経営者)	・近隣のオフィスビルでは入居率の回復がみられず、来客数の増加には期待できないほか、客単価を引き上げるような高額のヒット商品も見当たらない。
		コンビニ(店長)	・買い控えや節約の動きは十分に進んでいるため、競合店の出店などを除けば、これ以上の急激な悪化はない。
		家電量販店(経営者)	・エコポイント制度の延長が決定したことで、当店ではエコポイント関連商品やオール電化の積極提案を進めるが、特に3か月先に景気が良くなる要素はない。
		乗用車販売店(経営者)	・3月の決算期が近づいても、販売、修理共にあまり好調ではないため、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
		乗用車販売店（営業担当）	・ほとんどの客が値引きを求めてくるなど、景気の現状はまだまだ悪いため、明るい見通しは持てない。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・大手自動車メーカーのリコール問題を含めた不安定な内外情勢により、客の間で消費マインドが低下するため、今の状況が続く。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・生活必需品の取扱いが多いため、消費全体の動きに応じた推移となる。1品単価の低下により、売上を確保するには買上点数を上げるしかないため、客には買物カートの利用を呼び掛けている状況である。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・前年はインフルエンザの流行で悪かったことを考えると、今年は更に悪化しているため、今後も厳しい状況となる。
		その他専門店〔医薬品〕（店員）	・来客数が伸びているほか、広告を出した日は客単価も若干上がっているため、今後も回復の動きが続く。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・大阪府によるプレミアム付き商品券が発行されたため、その波及効果に期待している。ただし、生活用品や春に向けての準備が優先されるため、宝飾品の購入にはつながらない。
		その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・消費意欲の高まる雰囲気がない。
		一般レストラン（スタッフ）	・最近の様子から判断すると、今後も横ばいで推移する。
		一般レストラン（店員）	・気温の上昇で今よりは来客数は増えるが、それは例年のことであり、ほかに良くなる要素が見当たらない。
		観光型ホテル（経営者）	・5、6月頃からは少し上向いてくると期待しているが、それまでは前年以上に厳しい状況となる。
		観光型ホテル（経営者）	・デフレの動きが続いているため、状況が大きく変化することはない。
		観光型旅館（経営者）	・今の悪い流れを変えるような対策が取られていないため、変化が起こることはない。
		観光型旅館（経営者）	・周辺施設の予約状況をみても空きが多いため、今後も厳しい状況が続く。
		観光型旅館（団体役員）	・現状は大きく回復する要因は見当たらないが、大手旅行会社の間では、春以降に少し動きが出てくるとの声が聞かれる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・来客数は上昇傾向にあるものの、客単価は前年を大きく下回っている。特に、インターネット販売による単価の大幅な低下が避けられないため、今後も苦戦することになる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・現状よりも悪化することはないものの、上向く要素は全く見当たらない。
		都市型ホテル（役員）	・宴会は、前月から企業の大型宴会の受注が落ち込んでいる。宿泊、レストランについても、値下げ競争が続くなか、売上の増加にはなかなかつながらない。
		都市型ホテル（営業担当）	・3月後半から春休みで観光シーズンとなるため、宿泊はアジアからの団体客、国内客共に予約が伸びている。ただし価格は低いほか、アジアからの団体客はキャンセル率も高いため、売上の予想は難しい。一方、一般宴会では謝宴会や歓送迎会の予約が入っており、ほぼ前年並みに戻る気配となっている。
		タクシー会社（経営者）	・3か月前に比べて利用が非常に少なくなっているが、今が底の状態であり、今後は横ばいで推移する。
		通信会社（経営者）	・通信会社の収入が伸びず、販売促進に費用を割かなくなっている。スマートフォンなどの新商品の伸びには期待できるものの、国内の通信会社は対応の遅れている感がある。
		通信会社（経営者）	・客の動きをみても、今後も厳しい状況は変わらない。
		通信会社（社員）	・街の雰囲気は悪いが、不況による落ち込みを地上デジタル放送関連の需要が支えるため、全体としては現状維持である。
		通信会社（社員）	・特に良くなる要因がないため、今後も厳しい状況となる。
		通信会社（企画担当）	・アミューズメント施設向けのゲーム機器の見本市では、大手メーカーの出展商品も比較的小型で安価な物が目立つなど、上向く要素が見当たらない。かつては規模や豪華さを競っていたが、現実路線にシフトしている。
		観光名所（経理担当）	・当地域で毎年行われているイベントには多くの人が来場するため、各店舗はその波及効果で一定の売上を確保してきた。ただし、今年は来場者数が前年比で35%減となり、大幅な売上減となっている。土日、休日はある程度の来客数となるが、平日は特に団体客が減少しているため、先行きにも明るさはみられない。
		観光名所（経理担当）	・大きく状況は変わっていないが、近郊からの来客数が少し回復している。レジャーの行き先が近場が変わってきている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		競輪場（職員）	・特に良くなる要素が見当たらないので、前年と同様であまり変わらない。
		その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・特に明るい見通しはない。子ども手当については、定額給付金と同様に日常の消費に回り、行業関連への波及は少ない。
		美容室（経営者）	・新店舗が増えてきたが、来客数が多いのは最初だけで徐々に減ってくるため、増収を続けることは難しい。
		その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・各業種共に来年度の賃金交渉は厳しい結果となり、家計の引き締めが続くため、生命保険への加入を検討する客は増えない。
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・今後もレンタル料金の価格低下が続くため、ポイント事業の提携強化や新型パッケージの導入などで売上を伸ばす。
		住宅販売会社（従業員）	・安価なマンションの販売状況は良くなる一方、高額物件の販売状況は苦戦が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・今後も厳しい状況が続くものの、住宅版エコポイント制度などの諸施策の効果が始まる。ただし、実際の購入に対する慎重な姿勢は変わらない。
		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）	・不動産の実需は増加傾向にあるものの、金融機関の融資姿勢は先行き不透明である。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・住宅取得資金に関する贈与の非課税枠拡大に期待しているが、給与の減少が続く現状では、住宅需要の喚起は困難である。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・雇用環境の悪化や先行き不安から、不動産市場の回復期待は引き続き薄い。住宅版エコポイント制度などの効果も限定的なものにとどまる。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・春物商戦も限られた業種にしか動きがないため、全体としての見通しは厳しい。
		商店街（代表者）	・客は必要な物以外は買わず、来店頻度も減少しているため、先行きの見通しは厳しい。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・購入客の年齢層が徐々に上がっている感がある。特に、若い客の間では先行き不安定感が広がっており、買物をする雰囲気を感じられない。特に今年は閉そく感が強いいため、先行きの見通しは暗い。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・来客数が減少しているため、今後は厳しい状況となる。
		百貨店（売場主任）	・近隣の百貨店の増床やショッピングセンターのオープンにより、客の奪い合いが今以上に激しくなるため、景気全体が良くなる限り増収は難しい。
		百貨店（商品担当）	・当社を含めて、周囲では人員整理を進めている企業が増えているため、高級品や不要不急の商品の購入は更に控えられる。
		スーパー（店長）	・先行き不安が消費に大きく影響しており、明るい兆しは全くない。民間企業の自助努力では限界が出てきている。
		スーパー（管理担当）	・春の賃上げ交渉も厳しい結果に終わるため、更に消費が冷え込む。
		スーパー（開発担当）	・収入が少ないままでは客の購買意欲も高まらず、景気は低迷したままとなる。
		コンビニ（店長）	・デフレ状況が続く以上、コンビニ業界では大幅な回復はもちろぬ、前年を上回ることは厳しい。
		衣料品専門店（経営者）	・セールが終了して定価販売に戻るため、ヒット商品を打ち出して売上を支えなければ、今以上に悪くなる。
		家電量販店（店長）	・エコポイント制度の改定で対象商品が減るため、需要は鈍化する。特に、3月の駆け込み需要により、4月以降は動きが落ち着く。地上デジタル放送関連でも対応テレビの普及が遅れているため、2台目を購入する動きも鈍化する。
		乗用車販売店（営業担当）	・今月は新車の発表や決算商談会など、来客数の増加を期待できる月であったが、政治不信や大手自動車メーカーのリーコール問題が目立っている。今後も世間の雰囲気は悪くなる要素しかない。
		住関連専門店（店長）	・物が売れずに苦労していることが分かっているため、客は値切って当然と考えている。セール品を更に値切るのは当たり前で、値引きを渋ると腹を立てる客もいる。不況が進み、社会全体の常識のレベルまで落ちている。
		都市型ホテル（支配人）	・良くなる材料は見当たらず、今後は更に悪化傾向となる。
		競輪場（職員）	・3、4月は客も物入りな時期となるため、例年売上は良くない。特に今年は生活資金すら不足気味になるため、更に悪くなる。

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	
		その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）	・近隣に競合店の出店が決定しているため、今後はやや悪くなる。	
	悪くなる	衣料品専門店（販売担当） 乗用車販売店（経営者） 乗用車販売店（経営者）	・取引先も年度末はかなり厳しい様子で、来年度に入っても上向き気配がない。 ・エコカー減税などの効果も薄れつつあるため、先行きの見通しは厳しい。 ・リコール問題や国内の政治不信により、いずれ将来不安が失望感に変わってくるため、景気の良くなる要素はない。	
企業 動向 関連	良くなる	広告代理店（営業担当）	・ゴールデンウィークにはイベントなども企画しているため、徐々に回復に向かう。	
	やや良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・既存事業の受注は減少が続くものの、新規事業の取組を進めているため、近い将来に効果が出始める。	
		化学工業（経営者）	・得意先や同業者との会話にも明るさが戻り始め、具体的な商談も増えつつある。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・東南アジアや東アジアに拠点のある電子機器関連の取引先は、ものすごい勢いで増産を行っているなど、一部の業界では改善が進んでいる。ただし、国内では雇用情勢が非常に厳しいほか、自動車業界などの先行きも不透明である。	
		建設業（経営者）	・受注は増えているものの、単価や利益率は厳しくなっている。ただし、土地が動き始めているという話も聞かれるため、先行きはやや良くなる。	
		建設業（営業担当）	・業種、企業ごとに偏りはあるが、業績の回復に伴って設備投資を計画している取引先が年末に比べて増えている。	
		輸送業（営業担当）	・電子部品関係で国内外向けの荷物が増えている。製造業関連の荷物が3か月連続で増えたのは数年ぶりである。	
		金融業（支店長）	・取引先の建売業者では、客の間で住宅版エコポイント制度への関心も高まっており、今後も良い動きの続く感がある。ただし、好調な期間は2～3か月と長続きしない。	
		広告代理店（営業担当）	・売上が前年並みにまで回復し、注文も少し増えているため、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）	・残業も減っており、サラリーマンの収入増加は見込めないため、今後も厳しい状況となる。
			パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・来月は少し良くなるものの、具体的なプラス要因は見当たらない。
	化学工業（管理担当）		・液晶バックライト用LEDは品薄状態が続くほど好調であるため、LED用の樹脂は高水準で推移する。先行きが不透明なのは自動車関連で、大手自動車メーカーのリコール問題が予想以上に拡大し、影響は避けられない。販売台数が落ち込めば電装部品の需要も減るため、売上也減少する。	
	プラスチック製品製造業（経営者）		・上向き要素は見当たらないが、底割れする要素も見当たらない。	
	窯業・土石製品製造業（経営者）		・良くなる材料がないので今後も変わらない。	
	一般機械器具製造業（経営者）		・原子力発電関連の市場は今後も活発な動きとなるため、今の状況が続く。	
	電気機械器具製造業（経営者）		・自動車は多くの産業と関係があるため、自動車業界が好調であれば景気全体も良くなる。今回の大手自動車メーカーのリコール問題は身近に影響が出るため、先行きは不透明である。	
	電気機械器具製造業（営業担当）		・案件はあるものの、現状維持が精一杯である。	
	電気機械器具製造業（企画担当）		・今年後半に着工となるマンションの設計が始まるなど、マンション開発の動きが少し出てきている。	
	電気機械器具製造業（宣伝担当）	・サッカーワールドカップの開催による需要増は期待できるが、一時的な増加に終わる可能性は否定できない。		
電気機械器具製造業（経理担当）	・2、3か月の短期間で好転する要素は見当たらない。			
建設業（経営者）	・民間関係の工事は、企業業績が回復して設備投資が計画されなければ増えないため、景気全体の回復とは時間差がある。			
建設業（経営者）	・住宅版エコポイント制度の効果が期待されるものの、実際にはほとんどメリットがなく、需要も増えない。			
輸送業（営業担当）	・取引先のシステムベッドが予想以上に売れているため、今後品切れを起こして配達件数が減る可能性もある。そのほかの商品については、横ばいで推移する。			
輸送業（営業所長）	・今月は受注が微増となったが、先行きは不透明である。			
通信業（管理担当）	・変わる要素がないため、今後も厳しい状況が続く。			
司法書士	・2月に入っても案件が少なく、良くなる要因が見当たらないため、しばらくは今の状態が続く。			

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	
		経営コンサルタント	・住宅関係の顧客をみても、業界の急速な回復は困難である。依然として生産調整や経費削減などの対策を進めているため、今後も厳しい状況となる。	
		経営コンサルタント	・全般的に変わらないものの、少しは変化が出てくる。繊維関係の中小企業では、手ぬぐいなどの消費者への直接販売が好調となっているほか、建築資材関係の製造業でも、従来の壁紙は全く売れないが、高機能の塗料の売行きが伸びている。本当に価値のある商品は支持され始めるなど、何か根本的な部分で変化が出てきている。	
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・全体的に不透明で、今後の見通しが立てられない状況である。	
	やや悪くなる		食料品製造業（従業員）	・生産量は前年並みを維持できても、同業他社の低価格品との競争になるため、売上の減少は避けられない。また、寡占化の進んでいる原料では値上げの動きもあるため、状況はますます厳しくなる。
			繊維工業（団体職員）	・受注量の回復が見込めないため、先行きはやや悪くなる。
			繊維工業（総務担当）	・経費をかけない催事は客が集まらず、経費を掛けると利益が圧迫される。何もしなければ販売量が落ち込む一方であるため、先行きの見通しは暗い。人員の削減だけでは利益を確保できなくなっている。
			繊維工業（総務担当）	・消費者による靴下の購買意欲の低下が進むなか、販売先からの更なる値下げ要求が出ている。これまで何度となく値引きを受け入れており、利益水準は下がる一方である。
			出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・大手企業が開発を進めている代替エネルギーなど、環境関連はこれからも成長が期待されるが、中小零細企業の経営は今後も苦しい状態が続く。また、出版業界の不況の原因は本を読む人が減ったことであり、電子書籍の普及も進むため、今後は更に厳しい状況となる。
			金属製品製造業（経営者）	・国内鉄鋼材料の値上げに伴い、輸入品の使用が増えるため、国内メーカーは減産せざるを得ない。
			金属製品製造業（管理担当）	・今後は案件の情報が出てくる期待もないため、更なる業務改善、人件費を含む経費削減が必要となる。
			金属製品製造業（営業担当）	・公共事業の削減により、建築関係の仕事が特に地方で減っているため、先行きの見通しは厳しい。
			金属製品製造業（総務担当）	・年度末の工事が終われば案件がほとんどないため、工場の休業日数を増やさざるを得ない。
			電気機械器具製造業（企画担当）	・国内市場は既に飽和状態となっている。現段階で海外進出は考えていないが、海外市場で顧客を獲得するにも、円高の進行で更に厳しい状況となる。
			その他製造業〔履物〕（団体職員）	・デフレによる影響が企業業績にも出てくる。
			広告代理店（営業担当）	・年度始めとなり、各社は広告費の更なる引き締めを行う。
その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・取引先からも良い話が聞かれないため、見通しは暗い。			
悪くなる		化学工業（企画担当）	・原料価格の高騰による従来の落ち込みと違い、不況の長期化で安値志向が定着しているため、利益の出るような高額原料の需要が当面伸びることはない。	
		一般機械器具製造業（設計担当）	・大企業は少し上昇傾向となる様子であるが、中小企業の下降傾向はまだまだ続く。	
		一般機械器具製造業（営業担当）	・今年に入り、忙しい部署もあれば暇な部署もあるという状況だが、来月からはどの部署も暇になる。	
		不動産業（営業担当）	・賃貸事務所の空室率が上がり、賃料は下がるなど、需給状況が非常に悪くなっている。賃料を下げてでも借り手が見つからない状態であるため、景気はまだ悪化が進む。	
雇用関連	良くなる	-	-	
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・この数か月間の求人数をみると、最悪期を脱した感がある。ただし、年度末までの仕事が多く、それ以降は不透明である。今の時期はどの派遣会社も料金改定や契約更新の交渉を行うが、契約の更新は進んでいる一方、料金の改定に関しては厳しい。	
		職業安定所（職員）	・求人倍率が若干ではあるが毎月上昇しているため、先行きは上向き傾向となる。	
		民間職業紹介機関（支社長）	・全体的な求人数の増加に加え、大手製造業の来期採用をみても今年度を上回る企業が多いため、4月以降は求人数が更に増える。	
		学校〔大学〕（就職担当）	・求人企業数が増加傾向であるため、今後はやや良くなる。	

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
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・最悪期を脱して少し上向いてくると期待しているが、政治や経済で問題が山積しており、しばらくは一進一退の状況が続く。労働者派遣法の改正についても、今後の求人動向に大きな影響を与える。
		人材派遣会社（支店長）	・いまだに正社員の余剰人員を抱えている派遣先も多く、派遣求人が大幅に増える見込みはない。また、労働者派遣法の改正を見越し、派遣社員の利用を控える企業や、契約社員へ切り替える企業が増えている。
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・雇用の回復感は乏しく、具体的な対策も講じられていないため、今後も雇用が回復することはない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・不況で大半の企業は採用を控えており、現状維持もしくは縮小を考えているため、今後も広告需要は上向く気配がない。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・年度末にかけて中小企業の倒産が増える見通しであり、先行きは依然として不透明である。
		職業安定所（職員）	・今後も新規求人数については、減少幅の縮小の動きが続く。ただし、製造業の求人は依然として少なく、介護福祉関係が中心となる。
		職業安定所（職員）	・管轄地域の事業所からは先行きが不透明との声が多いため、先行きに変化はない。
		職業安定所（職員）	・景気が回復傾向にあるため、求人が大幅に減少することはないが、中小企業に対する取引先からの値下げ圧力は強く、仕事が増えても経営の苦しい企業が多い。それに伴い、求人の大幅な増加も見込めないため、今の状況がしばらくは続く。
		職業安定所（職員）	・求人企業が若年層を求める意識は強く、若い世代は多くの求人に応募できるが、採用率は極端に低い。即戦力が求められるなか、これから未就職の新卒者が中途採用市場に入ってくれば、若年求職者が更に過剰となる。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・好転する要因が見当たらないため、今後も厳しい状況が続く。
学校〔大学〕（就職担当）	・採用環境が上向くのは、景気回復から半年から1年ほど遅れる傾向があるため、現時点での見通しは厳しい。		
やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・直近の3か月に比べて悪化幅は緩和しているものの、まだまだ回復基調とはならない。	
	職業安定所（職員）	・新規、有効求職者数共に減少傾向で推移しているが、管内の中小企業の業況が悪いため、今後は新規求職者が増加に転じる。	
悪くなる	民間職業紹介機関（職員）	・現役の日雇労働者が生活保護へ流れており、日雇労働市場の縮小が止まらないため、先行きの見通しは厳しい。	

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	商店街（代表者）	・例年2月は悪いが、将来に向かって多少良くなるような様子が感じられる。
		商店街（代表者）	・街をぶらぶらしていても、以前は全く素通りだったが、近ごろはショウウィンドウを見たりして、明らかに変わってきている。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・依然として景気の状態に変化はないが、来客者の様子から、先行きに対する不安がやや薄れた感があり、消費にも良い影響が出てきている。
		百貨店（販売促進担当）	・景気回復の確かな手ごたえといったものは未だ感じられないが、各テナントの売上もバラつきはあるものの、前年同月を上回る場所も徐々に出てきている。感覚的には、店の賑わい感が徐々に戻ってきており、客の表情も和らいできているように感じられる。
		百貨店（販売担当）	・前年は4月～5月にかけて発生した、インフルエンザにより売上が大幅に減少したが、この面では前年分を維持できる見込みである。
		コンビニ（エリア担当）	・単価の問題は残るが、キャンペーンの効果が出ている。春先に予定している商談も順調に進んでおり、量的な拡大が見込まれる。前年と比べても、悲観はしておらず、若干よくなる。
		衣料品専門店（店長）	・客の競争意識が客単価の上昇を招いている。新商品が入荷すればいち早く購入する傾向が目立っている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
変わらない		乗用車販売店（営業担当）	・客の会話では、補助金と減税に加えて、子ども手当の話がよく出ている。実際にそれを見越して購入した客もあり、今後は同様の客が動き出す。
		乗用車販売店（統括）	・減税、補助金の効果で、9月頃までは良くなる。
		乗用車販売店（統括）	・一般市民の消費は現状維持で、「景気が悪い」と口では言いながらも、実際それほど感じていない。また、景気が悪くない人も多い。
		その他専門店〔海産物〕（支配人）	・暖かくなって、多少来客数が増加してきた。
		一般レストラン（店長）	・予約は低調だが、昼食時を中心に、今後さらに来客の増加に期待が持てる。
		テーマパーク（業務担当）	・春季の行事展開による来園促進を図る。行事展開のなかで、花について規模拡大をするなど特徴を強化し例年以上の動員を見込んでいる。
		テーマパーク（広報担当）	・高速道路料金引下げによる効果が前年に引き続き継続することを期待している。韓国など外国からの団体客が増加してきており、春以降もある程度継続する。
	住宅販売会社（従業員）	・客の様子が変化してきたことにより、この影響が数値の上でも現れてくる。	
	商店街（代表者）	・中心市街地活性化の施策によって、新たな街づくりの事業が始まったところで、明確な効果がまだ見えない。現状維持が精一杯である。	
	商店街（代表者）	・客のデフレ感覚は非常に厳しく、今後やや悪いまま推移する。	
	商店街（代表者）	・高速道路料金引下げにより、土日の客の流出に歯止めがかからない。	
	一般小売店〔酒店〕（経営者）	・小さい地方学園都市では、大学の入学者に期待するところがあるが、入学者が前年比で減少しているため、ますます厳しい。3～4月になると歓送迎会や行事も多くなり、気分も違ってくるので、節約指向が緩んでくるのではと期待している。	
	一般小売店〔印章〕（営業担当）	・来客数が減少しており店が疲弊している。	
	一般小売店〔酒店〕（営業）	・子ども手当等が支給され始めると、少しは改善していくのではないかと予想するが、地方経済は疲弊する一方なので、急激に良くなるとは考えにくいのが現状である。	
	百貨店（営業担当）	・消費者がこだわりを持った商材や、ニーズ、価格に見合った商材は売れるが、通常のバーゲン商材は伸び悩んでいる。	
	百貨店（販売促進担当）	・米国の大手金融機関の破たんによって端を発した景気低迷が始まって1年半が経過するものの、秋冬商戦の動向から、春夏商戦も、依然厳しい推移が想定される。価格据え置き商品の拡大や、特価企画の強化等の価格目線での仕掛けを拡大継続する。	
	百貨店（購買担当）	・定価商材の動きが全く現れていない。売上の減少が何ヶ月も継続するため、店の方針で3月、4月も、セールを中心に広告掲載や品揃えを行う。しかし、客単価が上昇しないので、集客数は増加しても、売上につながらない。	
	スーパー（店長）	・ここ半年間、客単価、件数とも大幅に前年割れで推移しており、客の生活防衛意識が強くなる傾向は変わらない。	
	スーパー（店長）	・客単価は回復傾向にあるものの、来客数は前年割れが続いているため、売上は現状維持が継続する。	
	スーパー（経理担当）	・売上が伸び悩み傾向にあり、景気回復対策の効果が見えない。	
	スーパー（経営企画）	・競合店の攻勢もあり、客数、売上高は厳しい状況にあるが、1品単価が下げ止まった感があり、横ばいの状況が続く。	
	スーパー（販売担当）	・暖かくなり、客数は増加するが、客単価の上昇が期待できない。	
	コンビニ（エリア担当）	・一番底を脱出しようやく回復基調にきているが、一気に上昇するとは思えないため、しばらくは現在の状況が横ばいで推移する。	
衣料品専門店（地域ブロック長）	・今後も、客の低価格志向の動向は変わらない。		
家電量販店（店長）	・冬季オリンピックの効果で、テレビは順調だが、その他の大型家電は、壊れないと買換えれないという傾向が今後も続く。		
家電量販店（店長）	・エコポイント制度によるテレビ販売台数の伸びは期待できるが、単価の下落が激しく、大幅な売上の増加は期待できない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（経営者）	・よくなる要素が見当たらない。3月決算で企業の優劣が明確となるが、県内企業を見ると当分現状のまま推移する。
		乗用車販売店（店長）	・減税効果もひと段落した雰囲気、販売は前年並みに推移していく。
		乗用車販売店（販売担当）	・通常、2月は販売が増えるが、今年は顧客の動きが活発化していない。リコールの問題も併せ、3月も大幅な改善は期待できない状況である。
		自動車備品販売店（経営者）	・当社で集客用品と区分している商材群の動きに注視しているが、客の動きはまだまだ必要最低限の購入になっており、良くなるという実感は少ない。しかしながら、悪い方向へ向かっているとは思えず、一進一退が続く。
		自動車備品販売店（店長）	・販売量は前年と比べても上向いているが、単価が下がっている。
		高級レストラン（スタッフ）	・月によって予約状況の実績にばらつきがあり、先行き不透明である。
		その他飲食〔ハンバーガー〕（経営者）	・安価商材に限った購入から、高額商材購入への移行傾向が強まっており、魅力的な商材であれば購入層が広がる。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・年度末に不安はあるが、高速道路料金引下げの効果が続く。
		観光型ホテル（経理総務担当）	・3月までは比較的順調に推移している売上も、4月以降は厳しい状況である。特に4月以降の婚礼受注件数が前年を大きく下回っており、不安材料となっている。反面、宿泊売上は、企画商品の展開により、売上増が見込める。
		都市型ホテル（スタッフ）	・ビジネス客は立地や設備も重要視しているが、経費節約を重要視している人も多く、景気はまだ回復していない。
		旅行代理店（営業担当）	・自動車関係と建設関係が旅行業にとって一番大事な客であり、その業界が良くなると、回復がみえない。
		タクシー運転手	・商工会等による中心部への集客に大きなイベントはない。市においても、年間を通じて提供する話題はあるが、目立った核となる取り組みはない。日常の病院等への通院についても、循環バス等の利用が主体で、期待できない。観光に関しても、月末に予約が若干増加しており、横ばいか若干上乗せの状態である。
		通信会社（社員）	・提供している通信サービスに関して、新規利用の問い合わせ数に変化がない。
		通信会社（営業担当）	・システムは更新したいが、通信費の更なる削減が要求され、上向き気配がない。
		通信会社（営業担当）	・テレビ、インターネット、電話サービスは、不況による個人消費低迷の影響もあるが、同業他社・他業種との競争がますます激しくなっており、厳しい状況が続く。
		競艇場（職員）	・現在行われているレースと同等のレースが企画されているだけである。
		美容室（経営者）	・中小零細企業を含め、全般的に非常に厳しい状況にある。このため、生活に直接密着しているサービス業では、品揃えに節約が可能な面もあり、節約される度合いが増加している。
		設計事務所（経営者）	・春になれば人の心も動くのではとの期待感はあるが、民主党の政策もはっきり見えないし、住宅ローン減税の効果も期待ほどには動かない。
		設計事務所（経営者）	・住宅版エコポイント制度に期待していたが、新築住宅基準のハードルが高すぎるので使えそうにない。リフォームには利用できそうだが、金額が低いので景気が上向きほどの効果は期待できない。
		住宅販売会社（経理担当）	・当面は現状の景気状態は変わらないと思う。3月から住宅版エコポイントの申請が始まるので、多少は顧客が動くと思われるが、住宅の購入は電化製品と違って高額な買物になるため、それだけで好転することはない。
		住宅販売会社（販売担当）	・展示場、売出しイベントへの来客数が、相変わらず前年を下回っているため、今後も良くなる要素はない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・客の様子は非常に厳しい状況である。「より安く、よりタイムリーに、より長く着れるものを」という客の志向が感じられる。借金で先行きの見えない国家の見通しが、客に心理的な影響を与えており、生活防衛に結びついている。
		百貨店（営業担当）	・所得の目減りが、消費意欲を減退させている。
		百貨店（売場担当）	・景気の悪化が深刻であり、地方の駅前立地の衰退がさらに進む可能性が高い。

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	
	悪くなる	コンビニ（エリア担当）	・顧客であった店舗の、異動に伴う閉店や工事客の減少で、来客数が減少した。また、これまでは、弁当とお茶を購入する人が多かったが、おむすび2つとカップラーメン、あるいはサンドイッチと野菜ジュースといった購入で、客単価が低下しているため、売上の上昇は見込めない。	
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・企業の景気見通しが厳しく、引続き消費者の低価格志向は鮮明で、必要な商材のみ安価なものを購入する傾向が強い。	
		タクシー運転手	・運転手の中には、生活保護を申請する人も出てきている。国の支援に頼らざるを得ない状況で、最悪の状況である。	
		通信会社（通信事業担当）	・今後、新規加入者が増加する時期に入ってくるが、今のところ問い合わせなどが非常に少ない。	
		設計事務所（経営者）	・年間収入の増加が見込めない。	
		百貨店（売場担当）	・特に大手の取引先の在庫調整が厳しく、商材の確保が困難な状況となっている。取引先自体がぎりぎりの状態となっており、販売員の削減や経費削減等取引先からの申し出がある。	
		スーパー（店長）	・競合店の出店がある。また、給与が減少している。	
		スーパー（財務担当）	・雇用環境、所得環境の改善が見込まれないため、消費者の低価格志向及び節約志向は、今後も続く。	
		衣料品専門店（経営者）	・商店街の異業種の閉店にまで加速がついてきた。	
		衣料品専門店（販売促進担当）	・客の話を聞いても、景気が悪いのがわかるように、なかなかまとめて商材を購入する客が少くなっている。まだまだ必要な商材を、お買い得価格で探している人が目立つので、売上を伸ばすのは厳しい。現時点では、夏のボーナスに不安が多いとの声が多いことから、先行きが不透明である。	
		住関連専門店（広告企画担当）	・安売りのセールでのみの集客が続いているため、どうしても1件単価が下がる。その繰り返しにより自分で自分の首を絞めている状況から脱出できない。当然高品質なものは売上も悪く、動きが取れない状況である。	
		都市型ホテル（経営者）	・宿泊予約数が前年と比較して、悪化している。	
		美容室（経営者）	・デフレで客の低価格志向は鮮明化しており、消費が偏る傾向が強くなっている。これまで通りのやり方では、ますます状況が悪化することが懸念される。	
企業動向関連	良くなる	-	-	
		やや良くなる	化学工業（総務担当）	・大手の販売先の来年度予算が少しずつ決定し、予想では今期より受注量が増加する。
			電気機械器具製造業（総務担当）	・エアコン関連に続き、自動車関連も連続操業（24時間体制）のフル生産で、対応せざるを得ない。また人員の新規採用（60名）により、新人教育の負荷が増大し、遅延している生産達成が、当面困難な状況が続く。
			輸送用機械器具製造業（経営者）	・自動車関連は今一つだが、これから暖かい時期に向けて、飲料水等の産業部門からの受注が入っている。
			通信業（営業企画担当）	・新年度に向けた動きかもしれないが、価格レベルは厳しいものの、製造業関連で停滞していた設備投資の検討が動き始めている。
			通信業（部門長）	・希望的な部分もあるが、各市町村の一般会計予算なども微増傾向にあり、景気回復を見込みたい。
	変わらない		木材木製品製造業（経理担当）	・見積の低迷が続く。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・新規の引合も少なく、大型工事件の引合いも2010年上半年期はない見込である。このため、現状並みの生産水準が継続する。	
		鉄鋼業（総務担当）	・引き続き円高やデフレ経済により、先行きは不透明である。	
		鉄鋼業（総務担当）	・国内需要は、建設や設備投資関連等で回復が遅れている分野はあるが、国内外の経済対策効果の後押し等により、自動車、家電など製造業を中心に需要は回復基調にある。海外需要は中国やアジアを中心に、自動車や電機向けの需要が堅調である。	
		非鉄金属製造業（経理担当）	・受注見込みに大きな変化はみられない。	
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	・国内、海外共に市場の冷え込みが長期にわたり続いており、自社製品の売上については厳しい状況が当面続く見通しである。	
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動向に目立った変化がない。	
輸送用機械器具製造業（経理担当）		・受注量については、若干の上方修正となっているものの、小型車シフトにより、受注金額は、伸びが鈍い。		

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
		輸送業（統括）	・3月末で業務が終了する顧客が多く、4月以降の新規顧客の獲得ができて、収受単価が低いことから、売上の上昇につながらない。
		金融業（営業担当）	・業況確認資料で、月次の状況を売上高で比較した場合、前年同月比でマイナスの企業が過半を占める状況となっている。取引先からのヒアリングでも、売上の下げ止まりを実感する意見を聞くことができない状況にある。現状、経営内容の良好な企業については、現在を将来のステップ期間に位置づけて前向きな投資を行うケースもみられる。一方、財務状況に問題のある企業は、自らの力で現状から脱出する力もなく、全体的にみると景気が改善するとは考えにくい。
		金融業（業界情報担当）	・主要取引先では、円高が懸念材料だが、中国向け販売の好調などから、売上は緩やかな回復基調をたどる。
		会計事務所（職員）	・製造業関係では、見積等の依頼は来月になっても引き続き出てくる見込みを持っている事業所が幾つかある。ただし、販売、サービス関係では相変わらず利益予想が厳しい。
	やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・漁港全体で伸びている魚種はない。水揚げ金額も魚価の低迷で、前年比15%の減少と今後も厳しい状況が続く。
		食料品製造業（業務担当）	・受注価格の低下傾向が止まらない。そのため春夏商戦の結果が思わしくない。
		金属製品製造業（総務担当）	・鉄などの原材料価格が上昇傾向にあるにもかかわらず、工作機械や造船業界の価格過当競争により、得意先からの値下げ要請がきており、先行きは厳しい。
		電気機械器具製造業（広報担当）	・受注が十分に確保できる見通しになっていない。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・親企業から正式に値引きの協力要請があった。2月末に結論を出すことにしている。
		建設業（経営者）	・公共事業は2割減、民間でも工場は振るわず、一般の町工場の建築も期待できない。当社においても生コンの取引高がかなり減少しており、「コンクリートから人へ」が現実のものとなっており、当分がまん時代が続く。
建設業（経営者）		・経営者間の会話の中から、当社を取り巻く環境が下降気味という傾向がうかがえる。	
悪くなる	その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・現状はまだ前年比10%くらいの減少だが、来年以降の見通しは20%減の見通しである。	
雇用関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	職業安定所（職員）	・従業員が10人前後の建設業などで、新たに休業を開始する企業が多少あるものの、予定の休業を取りやめる企業も相当あり、全体的な景気は一時的には少し上向く。
		民間職業紹介機関（職員）	・新規事業所立ち上げや、生き残りをかけた営業強化、配置転換による空白ポジションの穴埋めのために、人員を増加するケースがある。景気が持ち直しつつあるなか、徐々に地方の末端経済へも波及しつつあり、今後の上昇に期待は持てる。
	変わらない	人材派遣会社（担当者）	・昨年以降企業の求人数は変化なく低調であり、景気上昇に向けた変化が伺えない状態が続いている。
		求人情報誌製作会社（担当者）	・当初計画より採用計画が減少する予定の企業が見受けられる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・街のにぎわいが少なくなった気がしてならない。圧倒的に中小企業の多い街で、飲み屋街も夜10時を過ぎると、閑散とするが当たり前の風景になってきている。
		職業安定所（職員）	・受注等に回復の兆しが見えるものの、先行きの不透明さから求人意欲の向上までは感じられない。
		職業安定所（職員）	・雇用調整助成金等を申請している製造業では、臨時的に受注を受けて休業日数等が減少しているが、4月以降の見通しは不透明だという事業所が多い。また、製造業以外の建設業、美容室等のサービス業からも新たな申請が出てきていることから、変わらない。
	職業安定所（雇用開発担当）	・雇用調整助成金等の活用状況を見ると、大・中企業については縮小してきたものの、小・零細企業については長期化しており、本来の生産体制に戻る気配は感じられない、また新規活用の問い合わせも幅広い業種から相変わらず多い。	
	やや悪くなる		
悪くなる			

9. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計	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
動向 関連	やや良くなる	商店街（代表者）	・2月は地元商店街に新しい集客施設、アンテナショップがオープンした。また、空き店舗であった店が徐々に開店に向けて工事を始めたり、業種転換した新店も開店している。そういうことで、すぐに売上増加にはつながらないかもしれないが、来街客は多くなる。
		スーパー（店長）	・売れる商品の品質が少し向上してきた。低品質低価格の商品は、少し敬遠されてきた感があり、高品質高価値で値ごろ感のある商品が売れ始めると景気も上向く。
		スーパー（人事）	・経済対策の効果が出始める。
		衣料品専門店（副店長）	・2、3か月先は全体的に、景気は良くなると思うが、それ以降はセール前でもあり、5月の連休前後で買物した後、ということも影響し、厳しくなる。
		住関連専門店（経営者）	・今月から、企業が広告宣伝に費用をかけ始めている。
		観光型旅館（経営者）	・テレビドラマに関連した企画商品が徐々に売れてきたため、3か月先の予約状況は前年より良い。旅行にあまり費用をかけないという消費動向は続いており、楽観はできないが、春から夏にかけて消費は上向く。
		通信会社（企画）	・地上デジタル放送への移行まで1年余りとなり、CMが本格化している。このため、アナログ世帯の地上デジタル放送対応として、ケーブルテレビへの加入が増えてくる。
		観光名所（職員）	・高速道路料金引下げやテレビドラマの効果などによって観光客が毎月増えてきており、今後も増えていく。
変わらない		商店街（代表者）	・地元商店街のまちづくりのなかで、各店舗が新しくできつつある。しかし、統一してできないために効果が薄く、売上には直接つながりそうにない。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・大河ドラマ関連で、県を挙げてのイベントを行っているが、今のところ大きな変化はない。
		百貨店（営業担当）	・前月に比べて、好調な商品群と不調な商品群の差が出てきている。相変わらず高額商品の動きが鈍い。冬物衣料についても同様の状況で推移した。
		百貨店（販売促進担当）	・消費に対する慎重さが改善されるまで、買い控えは続く。
		スーパー（店長）	・食料品については好調品、不調品の分類が付け難い。
		コンビニ（総務）	・周囲の経済環境や消費動向を見ていると、上向く要因がない。
		衣料品専門店（経営者）	・よくなる要素が見当たらない。
		衣料品専門店（経営者）	・春物商品の動きにもよるが、客数、客単価の減少傾向は、すぐに好転しそうもない。
		家電量販店（営業担当）	・3～4月は、平日来客数がそれほど伸びず、例年並みに留まりそうである。また、平均的な価格帯も下落している。
		一般レストラン（経営者）	・例年、2月は売上が少ないが、10日～20日ごろの中盤が非常に悪かった。
		都市型ホテル（経営者）	・「土佐・龍馬であい博」の効果で、観光客を受け入れる宿泊施設は、売上が伸びるであろうが、全体的な景気は、悪いまま現状維持で推移する。
		旅行代理店（支店長）	・高速道路料金引下げの影響により、地元フェリーの本四航路の廃止が、観光需要に悪影響を与える心配がある。一方、子ども手当の支給や高校の実質無償化が実現すれば、家計に余裕が生まれ、家族旅行需要の増大につながる期待感がある。
		通信会社（管理担当）	・顧客の情報通信機器の利用期間の長期化傾向に大きな変化はない。
		通信会社（支店長）	・来客数の動き、来客者の様子などを見ても、今後の売上動向に変化はみられない。
		ゴルフ場（従業員）	・3か月後の予約の状況は、前年、3か月前と比べても変わらない状況である。
		美容室（経営者）	・低単価のオーダーが多く、家庭内での節約傾向はまだ続いていると考える。消費の抑制された状態はまだ続く。
		美容室（経営者）	・顧客サービスの見直しなど様々な面で経営努力はしているつもりだが、まだ手ごたえは感じられない。
		設計事務所（所長）	・相変わらず、建設関連業者のリストラが多い。
		住宅販売会社（従業員）	・昨年の所得が減っている客が多いため、住宅ローンの借入額が減少する分、販売単価が下落している。今後もこの状況は変わらないと考える。
		やや悪くなる	百貨店（売場担当）

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）	・季節の変わり目でも、必需品しか動いていない状況である。先行きに対する不安から、より貯蓄傾向が強まる。	
		コンビニ（店長）	・デフレ状況にあり、収入減による買い控えは今後も続く。	
		家電量販店（店長）	・エコポイント効果により、テレビが全体の売上をけん引してきたが、最近では、テレビの伸び率が鈍化している。今後は、今より状況は少し悪化する。	
		乗用車販売店（従業員）	・リコール問題は上向いていた販売量に大打撃を与えている。今後の対応次第では、危機的状況に陥る可能性もある。	
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー購入補助金制度が延長されたためか、新車の受注が盛り上がらない。	
		乗用車販売店（営業担当）	・乗用車販売量は、2～3月の需要期を過ぎても大きく落ち込まないだろうが、良い方向に向かうとも思えない。	
		乗用車販売店（役員）	・車の需要期である2～3月を過ぎて、4～5月に入ると、モデルチェンジもなく、リコール問題が足を引っ張って販売動向に影響する。	
		一般レストラン（経営者）	・昨年は夏・冬の賞与の時期に売上への影響が出た。今後、昇給関係で好条件がないこと、また、エコポイント制度が継続し、地上デジタル放送への移行があと1年となって購入促進がはかられることなどにより、食品関係の購入に影響が出てくる。	
		悪くなる	競艇場（職員）	・2月の売上は前月比、3か月前比、前年同期比いずれも15%以内の減少となる見込みである。しばらくこの傾向は続く。
		衣料品専門店（経営者）	・客の消費マインドが冷え込んでおり、購買に対し慎重になっている。	
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	-	-	
		パルプ・紙・紙加工品 製造業（経営者）	・3月以降は、受注量は増加する。	
		通信業（部長）	・新年度を控えて、現状からの離脱を目指す取組がみられ、よい提案には前向きな姿勢を示す傾向が強くなると考える。選別的志向はなお強く、価格面での競争は依然として厳しいが、ある程度の受注量の拡大は望める。	
		通信業（営業担当）	・個人消費拡大に向け、大型スーパー、家電量販店等が各種セール、施策を次々と打っており、4月以降、効果が出てくる。建設業、製造業のマネージャーと話しても、年度末、新年度の受注量に強い期待感と自信がうかがえる。	
			不動産業（経営者）	・事業用案件に関しては問い合わせが増えており、厳しい条件が付くものの、中央からの出店等のオファーが増えている。この状況が続けば形になる可能性がある。
	変わらない	一般機械器具製造業 （経理担当）	・新規設備投資に伴う受注確保が厳しい状況である。	
		電気機械器具製造業 （経営者）	・現状の引き合い等を勘案すると、6月頃までは変化はない。化学、薬品、電子化学などの一部の客は好調のようである。	
		電気機械器具製造業 （経営者）	・急激な円高と不安定な為替状況により、景気は今後も不透明である。	
		輸送業（社員）	・為替レートの高止まり、原油価格の高騰、国内景気の低迷が改善されない限り、今後も低迷が続く。	
		金融業（融資担当）	・取引先との会話内容を勘案して、当面は現状どおり推移する。	
		広告代理店（経営者）	・新年度の広告予算を、更に削減することを検討している得意先が多い。9月までエコカー購入補助金等の恩恵がある自動車販売会社は、販売台数が前年比で大幅に増加見込みであるため、販促費増加が見込めるが、全体的に厳しい状況に変わりはない。	
		公認会計士	・取引先各社の社長との話によると、今後の設備投資に対して非常に消極的である。特に土地についてはまだ下落するとの見方が大半であり、残念ながら、景気が上向くとは思えない。	
	やや悪くなる	鉄鋼業（総務・人事統 括）	・取引先の事業縮小に伴い、製造コストの上昇など、少なからず影響を受ける。	
		建設業（総務担当）	・周囲に明るい材料が全くない。	
	悪くなる	広告代理店（経営者）	・各新聞社ともコンテンツの電子化を進めるものと思われ、印刷業への逆風傾向は大きくなる。	
雇用 関連	良くなる やや良くなる	-	-	
		職業安定所（職員）	・電子、自動車、機械で受注増加に備えて、求人意欲が始まった。	
	変わらない	新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・観光関連は明るいが、その他は相変わらずである。地元セメント工場の生産中止の発表による影響や、雇用面の不安も残る。	

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) 職業安定所(職員)	・月間有効求人倍率が、先月と同水準となった。 ・3月中旬以降、県の緊急雇用創出事業の求人が542件提出される見込みで、見かけの求人倍率は上昇するが、経済支援が趣旨の橋渡しの求人である。よって、注目の第一次産業ビジネスなどでの起業が、雇用まで波及する時期はまだ先となる。
		学校[大学](就職担当)	・大学へくる求人数は、不景気といわれた昨年度と比べ良くなっている。昨年度は、11月が14人、12月が26人、1月が10人であったのに対し、今年度の同時期は51人、29人、30人であった。ただこの数字からだけでは、今後の景気の大規模な改善は予測できないため、現在と同水準で推移する。
	やや悪くなる	求人情報誌制作会社(編集者)	・同業者の縮小、撤退など、求人広告事業者の環境は厳しい状態が続く。4月以降、生き残った業者のなかでも、真に市場に支持される人材サービスを提供できた企業が生き残る。
		民間職業紹介機関(所長)	・1~2月で人員整理、希望退職を募っている企業があり、3月にかけて、同様の人員整理を実施する企業もあると思われる。
	悪くなる	-	-

10. 九州(地域別調査機関:(財)九州経済調査協会)

(-:回答が存在しない、:主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	百貨店(営業企画担当)	・堅実な購買のなかでも、必要なものへの投資に関しては財布のひもは緩んできている。特に3~5月は季節の変わり目とオケージョンが多々あり、「必要」が存在する。そのため、購入にいたる機会が多くなる。
		コンビニ(エリア担当・店長)	・コンビニ業界はタスポ導入の反動が前年1年間非常に悪い方に働いており、前年比マイナスの要因となっていた。3月には鹿児島、宮崎エリアがその影響から完全に脱出し回復してくるほか、5月にはそれ以外の九州エリアにおいてもタスポの影響が完全になくなってくる。そのため、たばこ販売のプラス効果が前年比10%、売上構成比2~3%あるので、回復は見込める。
		その他専門店[コーヒー豆](経営者)	・卒入学シーズンであり、気候的にも客の入りは多くなる。店頭販売に加え、ギフト需要も出る。
		その他小売の動向を把握できる者[土産卸売](従業員)	・今年の春の訪れが早く、人の動きが早くなりそうである。そのため商品の動きが良くなり、販売額が伸びる。
		旅行代理店(従業員)	・動きがやや活発になってきて、販売数は増えているが、価格は下げ止まっており、なかなか上向きにならない。上海万博や平城遷都1300年祭等、国内外でビックイベントもあるが、まだ需要にはつながっていない。
		タクシー運転手	・大河ドラマの影響で観光客が増える。
		ゴルフ場(支配人)	・春の到来に向けて客足も本格的に動き始めるが、業界の低料金化に伴い、新規ゴルファーの動きよりも既存ゴルファーの来場回数が増える傾向が見受けられる。
	変わらない	商店街(代表者)	・個人消費が上向きになる理由が全く見つからない。今の悪い状況が続く。
		商店街(代表者)	・収入が増えていく確約がなく、年金も上がる予定もない状況のなかで、将来に対する不安感があり、なかなか購買に至らない。
	百貨店(営業担当)	・人の動く時期なので期待はしているが、今月のような良い状況は続かない。方向性としては少し回復感が伺えるが、まだまだ不安定な要素がある。	
	百貨店(営業担当)	・先行き不安報道の影響で、無理をしない範囲での買物が定着している。また、価格、安心、安全への関心が高く、品質表示を確認し、購入に時間をかける姿が目立つ。背伸びしない買物姿勢が定着継続し、購買意欲の上昇は無く、景気は変わらない。	
	百貨店(営業担当)	・前月はクリアランス効果等もあり復調の気配があったが、定価品、特にボリュームゾーンの商品の動きは鈍く、本格的な回復はもう少し先になりそうである。	
	百貨店(企画)	・一部回復基調の産業もあるが、小売業は個人消費意欲が大きく左右されるため、回復は一番最後となる。また、個人消費に一番重要な可処分所得が、賃金・賞与カット等の労働条件の悪化によりますます低下している状況下で、回復までには相当時間を要する。	

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（売場担当）	・デフレ状況も続いているが、それがずっと当たり前になってきている。売上はさほどぶれないが、前年実績を超えるのは難しい。このままの状況が続く。
		百貨店（営業企画担当）	・米国の不景気も続き、全国の景気感、大きく変更しないと見ている。一部の食や癒し、こだわり、趣味雑貨などの健闘はあるが、全体の底上には繋がらない。顧客の生涯購買額を増加させる施策、顧客密着を更に促進させる必要に迫られている。
		百貨店（業務担当）	・オリンピックにはぎわいを見せているが、外出が控えられているため、小売としては更に厳しい。政治経済両面において、報道されることは先行きの不安定さだけが印象付けられるため、客の消費に対する意識は更に後退しているように感じる。
		スーパー（店長）	・今後の見通しのなかで、よほど明るい材料等がない限り、今の消費者の行動パターンは変化しない。
		スーパー（店長）	・天候の不順もあるが、客がし好品を買う様子が見られない。客に節約志向がかなりあり、余裕のある買物が一切ない。この先もこの傾向が進む。
		スーパー（店長）	・春の値上げ春闘が始まっているが、今後収入が増えることは難しい状況である。衝動買いは控え、必需品の安さ感のある決め買いが続き、ますます節約志向は高まる。
		スーパー（店長）	・円高やデフレで価格ダウンが続き、実用品の販売総数は変わらないが売上、利益の低下で業界での雇用も厳しくなっている。将来の安心感不足で、衝動的な買物はますますできにくくなる。
		スーパー（総務担当）	・デフレ傾向はまだ続き、競合他社とも価格競争が続く。消費者が更に低価格商品を選択する動きは止まらない。
		スーパー（総務担当）	・現状のデフレの不景気がまだまだ今後も続く。雇用関係もなかなか改善されないため、客の消費購買力そのものは変わらないか、むしろ下がる。
		スーパー（企画担当）	・当面は現在の買い控え及び低価格品の購買傾向が続くと考えられるため、苦戦状況が好転するのは難しい。
		スーパー（経理担当）	・夏前までは現在の単価下落状態が続く。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・ライバル店のオープンが何店かあるようだが、客が増える要素がない。当店はオフィス街に立地しているが、事業所も減る方が多く見受けられるので、今の傾向が今後も続く。
		コンビニ（販売促進担当）	・毎月売上が5%前後落ちているなかで、際物も含め日々の発注において店舗側が非常にシビアになっている。安売り重視もあるが、利益も確保しなければならないという状況が続いている。
		衣料品専門店（店員）	・節約に関しての話題が多く聞かれるので、景気は良くならない。
		家電量販店（店員）	・商店街の大型スーパーが閉鎖し、人通りが前年の半分と非常に厳しい状態になっている。薄型テレビは前年比200%位売れているが、その他の商品が売れず、差し引きでは変わらない。伸びが期待できる要素もないので変わらない。
		家電量販店（総務担当）	・雇用状況や景気の先行きが楽観できないことが、消費にも悪影響を与える。
		乗用車販売店（従業員）	・給料、ボーナスが下がり、客の財布のひもが固くなり、慎重になっている。
		乗用車販売店（販売担当）	・今の時期は最大需要期であるが、来客数、販売量、単価ともに2～3年前と比べるとレベルが低い。エコカー減税があるから販売量は稼いでいるが、これがなくなると基本的には販売量は落ちる。
		乗用車販売店（総務担当）	・国のエコカー減税・補助金が半年間延長されたため、変わらない。
		乗用車販売店（管理担当）	・補助金が継続されることはプラス要因だが、これは現在もそうなので、今後良くなる材料はなく、現状通りである。
		その他専門店 [書籍] (店長)	・3か月前より現在がやや良くなっているので、このままでも以前よりは良くなるが、本音ではもっと良くなってほしい。
		その他専門店 [書籍] (代表)	・子ども手当の支給までまだ時間があるほか、財政破たんの記事などが週刊誌に載るようになってきていることなどから、不安の連鎖が広がっていく。
		その他専門店 [ガソリンスタンド] (統括)	・燃料油、灯油の販売とも今年は価格が安定しているので、例年と比べ大きな増減はない。3月から4月にかけて異動時期でもあるので、経済効果に期待したい。

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
		その他小売の動向を把握できる者[ショッピングセンター](支配人)	・米国の大手金融機関の破たんが少し落ち着いた感はあるが、市場が元気になりそうな気配はまだない。
		観光ホテル(総務担当)	・今後も宿泊・レストラン部門は厳しさが続きそうで、それを宴会部門でどれだけカバーできるかがかぎとなっている。全体的には横ばい傾向が続く。
		都市型ホテル(スタッフ)	・5月までの予約状況からみても単価の上昇は見え、現状維持が続いている。
		都市型ホテル(副支配人)	・4、5月は団体、イベント関係等の予約は予定通りあるため、今後も変わらない。
		タクシー運転手	・会社全体の売上が悪く、会社の方から賃金体制の見直しの話があった。また、鉄鋼関係は忙しいと聞くが、まだまだ当社にはそのような流れがない。
		タクシー運転手	・例年、歓送迎会で週末の夜だけ忙しいが、平日の昼間はほとんど暇である。
		通信会社(業務担当)	・メーカーより新サービスや新商品で需要を高める施策があるものの、ユーザーの購買意欲が高まる気配があまりない。
		テーマパーク(職員)	・春休みからゴールデンウィークにかけて各種商品を仕掛けており、個人旅行の伸びに期待したいところだが、追い風となる材料がないため、当面は横ばいの見込みである。
		ゴルフ場(従業員)	・来客数がなかなか伸び悩んでいる状況の中、断腸の思いで正社員を今月付で2名契約変更し、経費をさらに削っている。来客数も4月以降芳しくない状況でここ2、3か月は景気の回復は望めない。
		美容室(店長)	・景気が悪く賃金も減っている、人員整理で仕事を辞めたという客の話を聞く。現在の様子ではこの先もあまり変わらない。
		その他サービスの動向を把握できる者[介護サービス](管理担当)	・介護報酬の改定は2年後であるため、好転材料がない。
		住宅販売会社(従業員)	・目玉と言われた住宅エコポイント制度も内容的にはインパクトに欠けるため、期待外れである。
		住宅販売会社(従業員)	・不動産に関しては、従来通り問い合わせ等はあるが、実際に購入、成約に至るには価格の条件で厳しくなっている。不動産の投資物件が少なくなってきた影響である。
	やや悪くなる	商店街(代表者)	・卒入学、就職等で出費がかさみ、サラリーマンは残業手当もないところもあり、食費を削るしかない。
		商店街(代表者)	・政府による、3年後の消費税率の増加の議論の報道だけでも、ますます消費者の購買力は低下し、景気の悪化が懸念される。
		スーパー(店長)	・この半年間もずっと流れが悪くなるような状況で、青果も相場が下がり、ここ半年は厳しい状況である。衣料品も食料品も買い控えの状況であり、今後が不安である。
		スーパー(店長)	・消費者の価格選択眼が日に日に厳しくなっている。特に高額商品の販売比率が低下している。この傾向が今後も続く。
		コンビニ(エリア担当)	・客の家計が厳しいことから現状回復は難しい。店舗として集客するための大きな販促企画等で売上増を図るしかない。
		住関連専門店(経営者)	・置き家具業界は相変わらず低価格輸入商品が中心の荷動きである。エコポイントのついた車や家電に消費が流れ、置き家具への購入までは予算が回らない。
		高級レストラン(経営者)	・前年の米国の大手金融機関の破たんの頃と比べると、個人、企業、大口の団体の送別会の予約が入っているので、若干持ち直している。しかし、今後の歓送迎会需要等で、まだまだ盛り返すほどの盛り上がりは今のところない。
		通信会社(総務担当)	・当地では、中心市街地において大型店の閉店が報道されており、売上高の減少に苦しんでいる。また、こうした景気の低迷が続くなかで、業界のシェア争いに対応していくことが喫緊の課題であり、生き残りに真剣に取り組んでいかねばならない。
		美容室(店長)	・来店客が中高年以上なので、今後もかなり厳しい。
	悪くなる	一般小売店[精肉](店員)	・まだまだ外食を控える傾向にあり、食品の卸小売りは厳しい。

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
		一般小売店〔生花〕 (経営者)	・これから5月までは新規開業の花を消費する行事があるので注文はあるが、母の日が終わってから不景気の影響を受ける不安がある。
		百貨店(営業担当)	・来客数が減少し、近隣商店街の空き店舗率もますます増加傾向にあるため、さらに消費動向は悪くなる。
		衣料品専門店(店長)	・客の財布のひもは固く、購買意欲が見受けられない。この傾向が今後も続く。
		衣料品専門店(店長)	・春物の動きが全くと言っていいくらいなく、手の打ちようがない。このまま推移することが懸念される。安売りしても、効果は見込めない。
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	-	-
		鉄鋼業(経営者)	・原料価格の値上がりによる販売価格の上昇が、徐々にではあるが市況に浸透しつつある。大きく減退している建築需要だが、地域差はあるもののこれまで激減していた分譲マンションの新築が散見されるようになってきた。また物流倉庫などの箱物も散見される状況である。今後もこの基調が続くのか観察が必要である。
		電気機械器具製造業 (経営者)	・今の状況で行けば、半導体の部分はフル操業が続く。太陽光発電等のエコ関係も暫時拡大し、新しい追い風が出てくる。半導体関連と太陽光発電関連の需要から、やや良くなっていく。
		通信業(経理担当)	・3月の企業決算次第であるため、良くなる。時期的にも一年のうちで人が一番動くので、経済にもちょっとした刺激になる。
変わらない		金融業	・大手製造業からの春以降の発注状況が具体化してきており、2~3か月先までの見通しが立てやすくなった。先行き不透明感からくる停滞は解消される。ただし、高い水準での生産状況ではない。
		農林水産業(経営者)	・異動シーズンや行楽シーズンになり、例年だと3月はかなり期待できる。ただ今年はずでに加工メーカー筋からの値下げ要望等もあり、数量が減った上に価格まで下げるとなると経営的に本当に厳しい状況になりそうである。
		農林水産業(従業者)	・まだまだ景気低迷のなかでの消費状況なので、ある程度購買意欲が向上しないと価格も上がりにくい。今の状況が続く。
		食料品製造業(経営者)	・納入先の顧客の大部分は観光関連で、その数は大幅に減少しており、売上回復の兆しは今のところ見受けられない。少なくとも九州新幹線が全線開通する来年4月まで大きな集客要因がないため、現在の水準で推移する。
		家具製造業(従業員)	・年度末に博多駅開業の大型案件があるものの、競合が激しく単価も下落する。ただ、一時期のような下落感は一服している。
		窯業・土石製品製造業 (経営者)	・デパート、量販店向けともに荷動きが悪く、先が見えない。
		一般機械器具製造業 (経営者)	・引き合い内容に多少一服感がある。
		電気機械器具製造業 (経営者)	・半導体関連は現状維持で推移する。精密機械部品加工もやや動きが出てきた。一般的に精密加工、組立等、あらゆる面で状況は変化するというのではなく、現状の良い状況で推移する。
		輸送業(従業員)	・物が売れなくなるということはメーカー社員にとって給料が上がらないことになり、メーカーが生産をしなくなればそれだけ流通業でも影響が起こる。可処分所得が減少し、消費者がモノを買わない傾向が高くなり、低迷が続く。
		輸送業(総務担当)	・預かっている荷物の荷動きが非常に悪い状態が続いている。今のところ良くなる貨物の種類もないため、しばらくはこのまま推移する。
		金融業(得意先担当)	・中小企業金融円滑化法の施行の影響もあるが、法人、個人問わず条件変更の申出は今後しばらく続く。
		金融業(営業担当)	・個人及び中小企業の返済条件緩和の申込や相談は、年末以降続いており、年度末までは当面続く。
		金融業(調査担当)	・内需回復の足取りは重く、3月期に改善が見込まれている企業業績は、4月以降に悪化することが予想される。当面景気が上向き状況にはない。
		不動産業(従業員)	・オフィス賃貸部門において入居率低迷が続いており、当面回復の兆しがない。

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
		広告代理店（従業員）	・今月の新聞折込広告枚数は、前年並みであった。ただ、前年の落ち込みがひどかったためであり、直近3か月の受注枚数からすると、少しも増加していない。6月から子ども手当の支給が始まり消費が刺激されないと、新聞折込広告枚数は増加しない。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・徐々に回復傾向にあるものの、増収増益を見込んでいる取引先はほとんどなく、予断を許さぬ状況に変わりはない。
		その他サービス業〔物品リース〕（従業員）	・出先の大手IT関連企業等、一部には回復の兆しがみられるが、中小企業全般では政治の不安定さからくる経済対策の遅れ、また景気回復の遅れから周囲の好材料は全く見えず、当面このままの状態が継続する。
	やや悪くなる	繊維工業（営業担当）	・閑散期に入り、もちこたえられない企業がまた出てくるだろう。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・3月は年度末の企業が多いため、受注量等は増加するが、その後4～5月はその反動でやや悪くなる。
		金属製品製造業（企画担当）	・残業、賞与を除いた平均賃金の下落、厳しい回答が予想される春闘の行方等、将来の不安はますます増大してきている。
一般機械器具製造業（経営者）		・自動車関連は来月までは受注残が少しあるが、他の分野の先行きが読めない。従って、全体では受注はかなり減少する。また、見積もほとんど無い状況である。	
経営コンサルタント		・プラスに動く要因が何もない。よく二番底といわれるが、もう一段厳しい状況が来るのではないかとおびえる声が多くなり、それを払しょくできる経済的なプラス要因が出てこない限り難しい。	
経営コンサルタント	・景気が悪化方向に進んでおり、受注もこれから減少する心配がある。		
悪くなる	建設業（従業員）	・公共工事が前年比約18%削減されたほか、住宅着工率も低下する等、今後も厳しい状況が続く。また、景気が先行き不透明な状態で消費の拡大がなされないのが厳しい。	
	建設業（社員）	・官公庁の発注が少ない上、手持ちの工事が完了してくれば、少ない物件を多くの業者で競争して受注しなければならなくなる。民間工事に頼るほどの工事量は見込めない。小額工事でも受注に向けての営業活動を実施していく。	
	経営コンサルタント その他サービス業	・倒産企業が増えている。この傾向が今後も続く。 ・政権が変わって、民間がこれまでしてきた建設や福祉の公共事業について、今後どのようなのか不透明であるため、市町村が予算化しにくい状況がある。民間が請け負う業務が減少するため、景気は悪くなる。	
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・3月に入り、教育関連、イベント関連等の新規受注が出てきた。周辺企業も不況に慣れ、今後の展開に目を向ける事ができるようになっている。特に社員教育まで目を向ける余裕のなかった企業から教育依頼もあり、来期を視野に入れた動きができてきた。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・注文は確かに増えているが、4月からの派遣終了も増えそうなので変わらない。
		人材派遣会社（社員）	・3月に向けて派遣の長期案件の問い合わせがある頃だが、今年はない。どちらかという派遣の終了等が増えている。
		新聞社〔求人広告〕	・景気が改善したとしても、微増にとどまる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年度末までは閉塞的な状況が続く。新年度にかけては、子ども手当の支給による消費の活性化等から良くなる要素もあるが、マイナス面もあるため、変わらない。
		職業安定所（職員）	・景気を刺激するような対策が行われないので変わらない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は前年に比べ減少しているほか、求人意欲の上昇もみられない。事業所からの業況感聴取でも、製造業や小売業、建設業等を中心に、円高、デフレ、政権交代の影響から先行きが不透明であり、景気低迷の状況はしばらく続くとの話が多い。
		職業安定所（職員）	・雇用情勢は依然厳しく、所得の減少で個人の消費意欲は低下している。物価が下がっているにもかかわらず物が売れないデフレからの脱却ができず、企業収益は上がらないため、体力が弱まっており、今後の景気が右肩上がりに良くなるかどうか不透明である。
	学校〔専門学校〕（就職担当）	・2、3月ではあまり大きな変化はない。	
	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活動は活発に推移しているが、人事担当者との意見交換において、採用枠を拡大するという情報はほとんどない。厳しい就職環境が続いている。	

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
	やや悪くなる 悪くなる	人材派遣会社（社員） 民間職業紹介機関（支店長）	・各企業の決算内容は1年間の経費を切り詰めた結果として収益自体は向上している。しかし、物を買わない、投資をしないため、消費活動が起こっていないことが深刻である。 ・派遣法改正議論が需要を縮小化し続けている。企業の直接募集には想像以上の応募者が殺到する一方、企業からは「派遣社員は法的に使いづらいので今後は利用しない」「取引する派遣会社そのものを1、2社に限定する」といった声があり、完全に買手市場の状況である。この傾向が今後も続く。

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	観光型ホテル（マーケティング担当） 通信会社（サービス担当）	・例年に比べ、予約の間際化が顕著になってきており、まだまだ先行きがつかめない状況であるものの、4月の受注数が、前年同期を若干ではあるが上回ってきている。旅行手控えは続くものの、低価格商品等による集客増加が見込まれるため、緩やかに回復すると予測する。また各種イベント開催での観光客増が見込まれる。 ・各キャリアが多様なサービスを出してくると予測される。
	変わらない	百貨店（営業担当）	・消費を回復に向かわせるような材料に乏しい。むしろ前年度の企業業績の悪化による人件費の抑制などが家計支出の縮小につながり、更に消費に悪影響を与えないかが気になる。
		スーパー（販売企画担当）	・観光客の減少、公共工事、失業率など不安な材料が多くあり、これでは消費者の財布のひもは緩まない。
		コンビニ（経営者）	・来客数増加の材料が見当たらない。
		コンビニ（エリア担当）	・前年比3%前後の来客数減少傾向はしばらく続く。来客数減が売上減に直結するため、夏場までの売上は厳しい。
		コンビニ（エリア担当）	・現在、景気は底止まりしている感じられる。これ以上低迷することは無いが、すぐに上昇に転じるとも考えにくい。
		衣料品専門店（経営者）	・前々年からの悪化の流れもやっと落ち着いてきた感じで、悪いまま推移している。1点単価、客単価共に悪いまま回復する様子が無い。
		観光型ホテル（総支配人）	・回復基調にはあるが、客単価及びバンケット需要は伸びず、収益的には厳しい状況が続く。
	通信会社（店長）	・今のところは景気回復の要素が無く、現在の状態が続く。以前のように1年で新しいものに買換えるのではなく、今使っているものをできるだけ長く使うという傾向があり、購入頻度が減っている。	
	観光名所（職員）	・大手自動車メーカーのリコール問題と、生産台数の下方修正等、経済の回復する様子が見えない。旅行環境は、当面厳しい状況で推移する。沖縄観光も、厳しい状況が続く。	
	やや悪くなる	スーパー（企画担当）	・1点単価の落ち込みが依然続いている。競合他社との価格競争など、単価アップの要素が見つからず厳しい状況が続く。
		その他専門店[楽器]（経営者）	・商品や販売方法など、新しいシステムを構築していかないと売上の増加は期待できない。さらにオリジナルの商品開発等には、地域活性化の資金や助成金などの活用も検討したい。
		その他専門店[書籍]（店長）	・本という形態での発信が徐々にネットでの配信に変わってきており、電子書籍リーダーの開発等に力を入れている企業もある。書店という形態をこれからどう変えていくのが全く見えてこない。
		旅行代理店（代表取締役）	・航空会社が旅行会社に対して支払う販売手数料が4月より半減、一部撤廃される。飛行機の必要性が高く、本土とは形態が多少異なる沖縄の旅行会社は、かなり厳しい状況となる。
		ゴルフ場（経営者）	・確実に本土客が減少する見込みである。
	悪くなる	商店街（代表者）	・近年の景気低迷により、空き店舗が増えてきている。それに伴い、雇用状況も悪化して給料や収入が減っているため、使う金も限られてきているようである。全体的な景気低迷の中では売上の確保は大変難しい状況になっている。
		その他飲食[居酒屋]（経営者）	・観光客も減って、地元客の外出回数も激減している。また、低価格競争、労働環境の改善指導による固定費の増加で、労働集約型の飲食店は生き残りをかけたし烈な生存競争に入っている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	輸送業（代表者）	・一部の離島では新規の公共工事も散見される。民間の物件も出始めている。
		通信業（営業担当）	・受注の案件は確かにあるので、その内何件かは契約に至ると考えられる。
	変わらない	広告代理店（営業担当）	・個人消費が回復するまでは、企業の設備投資や販促活動が活性化することは望めない状況にある。さらにデフレ景気が続かなかでは、現状の厳しい状況が続くものと推測せざるを得ない。
		会計事務所（所長）	・景気回復要因は見受けられない。取引の量や金額自体は安定しており、今後増加する材料も無いが、これ以上減少することも無い。
	やや悪くなる	食料品製造業（管理部門）	・量販店での売上減少とデフレ傾向が進行し、出荷量が悪くなる。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・新規建設工事の減少が続く見通しである。
輸送業（営業担当）		・来年度に向け、物流経費削減による受託業務の契約終了が数件出てきている。新規受託もあるが、長年の取引先からの契約解除が目立っており、取引先の台所事情の厳しさがうかがえる。	
コピーサービス業（営業担当）		・受注量が減少すると見込まれる。	
悪くなる	-	-	
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（営業担当）	・3、4月はアルバイトの入替わりが多く、顧客の状況を確認する限り、例年どおりいけば求人数の伸びが見込める。
	変わらない	学校〔専門学校〕（就職担当）	・県内外の求人数は減少しているものの、新規求人申込や来年度の卒業生向けの求人も少ないながらも届いている。業種や職種にもよるが、プラスマイナスゼロの傾向がある。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・新規学卒者の求人が減少傾向にある。企業内で人材を育てる余裕が無いようだ。
		学校〔大学〕（就職担当）	・企業の求人絞込み傾向は、今後、より顕著になってくる。
悪くなる	-	-	