

・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）	・事業仕分けで国民の期待感が生まれ、わずかではあるが回復に向かっている。昆布小売専門店だが、必需品でない昆布も前年から5%程度売上が伸びており、今後についてはやや良くなる。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・得意先の来客数が増えているため、当店の売上もある程度増加してきている。また、観光客が多い土地柄であるため、これから観光シーズンを迎えることになれば、一層の売上の伸びにつながる。これまで長いトンネルをずっと走ってきたが、ようやく出口に近づいてきたと感じている。
		百貨店（販売促進担当）	・当社の他店舗でも前年並みの売上を維持できるところまで回復し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）	・話題の商業施設が新規オープンしたこともあり、消費に対する関心や欲求が高まる。
		観光型ホテル（経営者）	・予約状況の伸びが順調であり、特に6～7月のトップシーズンにおける個人客の動きが顕著である。しかしながら、これらの個人客の動きはインターネット予約が中心であり、道外の主要エージェントの動きが鈍いことが懸念される。
		観光型ホテル（スタッフ）	・ゴールデンウィークを境に販売量・消費金額が上向いてきていることから、今後についてはやや良くなる。また、高速道路料金の動向によっては、地元客の動きも期待できる。
		旅行代理店（従業員）	・新型インフルエンザ等の突発的な要因が発生せずに、このままの状態が続けば、多少は良くなっていく状況にある。
		タクシー運転手	・タクシーは天候に大きく左右されるが、競馬場の新装オープンや五稜郭公園の箱館奉行所の公開を控えていることから、観光客による利用増が期待できる。景気は少しずつだが回復している。
		通信会社（企画担当）	・春発売の新商品が好調で利益を底上げしているため、今後についてはやや良くなる。
		観光名所（役員）	・現状は東アジア各国からの入込に頼っているものの、今後夏場に向けて、国内からの集客増につながる観光施設等のオープンが予定されていることから、全体での入込数の増加が見込まれる。
		美容室（経営者）	・ずっと我慢をしてきた生活のなかから、小さなぜい沢をしてみたいという気持ちが出ている。そのため、納得できれば、今までよりも少し高品質な物を買う傾向が始めており、今後についてはやや良くなる。
	その他サービスの動向を把握できる者〔フリー〕（従業員）	・前年と比較して、予約件数が増加傾向にあるため、今後についてはやや良くなる。	
	住宅販売会社（経営者）	・住宅版エコポイント制度の効果がじわじわと効いてきていることから、今後についてはやや良くなる。	
	変わらない	商店街（代表者）	・全体としては底を打った感じはするが、先行きへの不安感が消えず、このままの状態が続く。
		商店街（代表者）	・夏のバーゲンが前倒しされ、6月ごろからセール商戦に入ってくることが予想されるが、バーゲン開始当初の値引きが例年よりも大きくなりそうであり、来客数が増加しても、売上には期待できない。
		商店街（代表者）	・買上点数の減少に加えて、客の動きもあまりみられないことから、今後も厳しいまま変わらない。
		商店街（代表者）	・政府の政策に対して、客が疑問を持っていることから、今後の回復にはなかなか難しい面がある。
		商店街（代表者）	・歩行者天国等の夏のイベントが開催され始めるが、例年6～7月にかけて来街者数は減少する傾向にあることから、今後についても変わらないまま推移する。ただ、子ども手当の支給が6月であることから、下旬にかけて販売量が増加する可能性はある。
		百貨店（売場主任）	・気温が低いという天候要因の影響もあるとみられるが、紳士服・子供服は前年を上回るものの、婦人服は前年割れが続いていることから、今後についても変わらないまま推移する。一方で、食品好調の傾向は今後も変わらない。

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
		スーパー（店長）	・今年に入ってから売上が少しずつ良くなってきているものの、このまま安定して景気が良くなるという材料はまだ見当たらない。
		スーパー（店長）	・競合店の閉鎖により、売上は増加して推移したが、間もなく競合店の閉店から1年がたつことになるため、今後の売上は横ばいでの推移となる。
		スーパー（店長）	・戦略的な仕掛けを継続して実施しているが、相変わらず低価格商品のウエイトが高いため、今後も消費者のニーズに変化はみられない。
		スーパー（役員）	・売上は、前年比で2～3ポイント上回っているが、客の買物頻度がやや低下しており、来客数が減少傾向にあることから、今後の動向が懸念される。
		スーパー（役員）	・子ども手当の支給が一部の消費に回ることが期待できるが、ガソリンの値上りが痛く、夏に向けての行楽需要、週末の買物等についてマイナスの影響が出る。全体としては変わらないまま推移する。
		コンビニ（エリア担当）	・今後、天候が回復しても、売上が完全に戻るとは思えない。低単価商品の販売が好調であるなど、価格に対する消費者の反応は良いことから、今後も競合店との低価格競争は進行し、客単価の低下傾向が継続する。
		家電量販店（店長）	・地上デジタル放送が開始される来年までは、現状と同じ水準で推移する。
		家電量販店（地区統括部長）	・サッカーワールドカップ等のイベントにより、薄型テレビの販売が多少伸びるが、その他の大物家電の販売が落ち込み、全体としてほぼ横ばいで推移する。
		乗用車販売店（従業員）	・全体の様子からは景気が回復傾向にあるとは思えない。特に、当地は農業生産と公共工事の量に大きく影響されることもあり、今後の回復に希望が持てない。
		住関連専門店（経営者）	・良くなる材料がないため、今後も変わらないまま推移する。
		観光型ホテル（経営者）	・全体の経済状況は若干上向いてきているが、その効果がレジャー・宿泊需要に反映されるまでにはまだ時間がかかる。また、実際の予約状況にも改善の兆しは見られないため、今後も現在の厳しい状況が続く。
		旅行代理店（従業員）	・ゴールデンウィークの海外旅行が比較的堅調ではあるが、購入単価が低く、取扱額が前年並みにとどまっていることから、今後も変わらないまま推移する。
		旅行代理店（従業員）	・受注数は増えるが、客単価の低下する傾向が今後もしばらく続く。
		タクシー運転手	・当地のタクシー会社は、タクシー適正化・活性化法のもとで減車を計画しており、今年中に10%程度の減車が実施される予定であるため、需要が変わらなければ、会社の売上は増えないが、タクシー1台当たりの売上は上がる。
		通信会社（社員）	・サッカーワールドカップを控え、サッカー好き・スポーツイベント好きな客に対して、テレビの多チャンネルビジネスを進めることはできるが、オリンピックほどの対象者数ではないため、大きな改善は考えられない。ただし、日本代表が決勝トーナメントに進むようなことになれば、状況は変わってくる。
		観光名所（職員）	・天候不順に加えて、参議院選挙、上海万博、ガソリンの高騰等、観光を取り巻く環境は大変厳しい。海外客、国内客とも、大幅な増加は考えにくいだが、イベント等の実施により、ある程度の集客は期待できる。
		パチンコ店（役員）	・良くなるように思いたいだが、恒久的なデフレが続いている現状から、良くなるとは思えない。単純に景気を金回りと解釈するならば、今しばらくは大きくお金が流通するほどの動きがあるとは思えない。
		その他レジャー施設（職員）	・変わる要素を感じないため、今後も変わらないまま推移する。
		美容室（経営者）	・このまま、やや良くなっている状態が続くとは思えないが、現在の客の様子からは不安要素もつかえない。
		美容室（経営者）	・政治や経済の不安定、世界情勢の不安定など、良くなる要素は1つもない。
		美容室（経営者）	・この数年、あまり変化はみられないため、今後も変わらないまま推移する。
		設計事務所（所長）	・建築に関しては、相変わらず慎重な客の雰囲気を感じているため、今後も変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・1～3月と比べて、来客数が大きく減っていないため、今後もある程度の売上は見込める。しかし、客の多くが大幅な値引きを期待しており、利益の確保が難しい状況にある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
	やや悪くなる	百貨店（売場主任）	・北海道は5～7月にかけて、冷夏であるという長期予報が出されたことから、夏物商戦では、カットソーや半そで関連商材の動きが厳しく、売れない状況となる。そのため、ジャケットや羽織物の品ぞろえや食品を中心とした物産催事を検討している。		
		スーパー（企画担当）	・自社店舗周辺の競合店では、チラシ販促を中心とした低価格訴求、ポイントセールスの乱発が依然として激しく続いている。客の購買行動も低価格品へのシフトがまだまだ続いており、デフレの底入れは先が見えない状況にある。		
		コンビニ（エリア担当）	・客は一層金を使わなくなっている。来客数も減少しており、お金を使うこと自体を控えている。買物の楽しみを忘れていく状況がうかがえることから、今後についてはやや悪くなる。		
		コンビニ（エリア担当）	・たばこの値上げが発表されて以来、たばこの販売量が減少傾向にある。また、天候不順、低温が続く、客の消費マインドも低迷している。		
		衣料品専門店（店長）	・客の話や商売人同士の話から、今後良くなる見込みは全く感じられない。		
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・石油製品の価格が高騰していることから、今後についてはやや悪くなる。		
		高級レストラン（スタッフ）	・しばらくはアジア系観光客の来店で潤っていたが、今後については上海万博に客足を取られることになる。国内の政治不安の影響で、高速道路の無料化や子ども手当の実施についても霞んできた感があり、先月までの期待が一気に崩れている。		
		タクシー運転手	・電話注文や来客数の増える要素が思い当たらないため、今後についてはやや悪くなる。		
	悪くなる	乗用車販売店（営業担当）	・前年度は、環境対応車への補助金が販売量の増加につながったが、今後は、需要の先食いの影響を受けて、商品の販売が低迷する。		
		旅行代理店（従業員）	・先行受注額をみると、新型インフルエンザの影響で悪かった前年の水準をはるかに下回っている。5月の国内旅行が前年比61%、海外旅行が前年比86%、6月の国内旅行が前年比75%、海外旅行が前年比57%と底が見えない状況であり、このままどこまで悪くなるのか想像もつかない。		
	企業動向関連	良くなる	-	-	
			やや良くなる	金属製品製造業（経営者）	・客からの引き合いが増えている現状から、今後の受注が増えてくることが見込まれる。
				金属製品製造業（役員）	・住宅確認申請が前年よりも微増で推移しているため、それにとまって自社の販売量も増えてくることが見込まれる。
				建設業（従業員）	・公共工事には多くを期待できないが、食品加工業等を中心とした設備投資が予定されていることから、民間工事が若干増加する。
通信業（営業担当）		・まだ微増の範囲ではあるが、ユーザーからの引き合い件数が増加してきている。また1件当たりの規模もこれまでよりは大型化の傾向が出てきているため、今後についてはやや良くなる。			
変わらない		食料品製造業（役員）	・販売量が増加するような案件が見当たらないことから、今後についても変わらない。		
		家具製造業（経営者）	・今後も景気回復の底堅さが持続する。とりわけ夏に向けた請負物件の話が前年よりも多いことから、期待できる。		
		輸送業（支店長）	・新政権になり、公共事業が相当減り、北海道開発局の予算も前年比で17%の減少したことで、資材の物流もあまり増えることはなく、頭打ちとなる。また、客先では、ここにきて原材料が値上がりしていることも相当危惧している。物流業界においても、燃料の値上がりや頭の痛い問題になっている。多少景気が上向きになってきているが、こうした問題と相殺されるため、景況感に大きな好転はない。		
		金融業（企画担当）	・政策効果の一巡で、特に建設業界が厳しくなり、総じて景気は足踏み状態となる。住宅投資は、住宅版エコポイント制度の導入や在庫調整の進展で持ち直す。観光関連は、国内・海外景気が回復基調にあることから、観光入込客の増加が見込まれる。個人消費は、夏期賞与の抑制から夏物商戦は期待できず、弱含みで推移する。		
		司法書士	・現在の状況から判断して、不動産関係については大きく変化することはない。しかしながら、春から夏に向けて、若干増加する可能性はある。		

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
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・一部の商品の値上げが予定されていることから、駆け込み需要で販売量は増えるが、一時的な状況であり、全体的には変わらない。
	やや悪くなる	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	出版・印刷・同関連産業（従業員） その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・良くなる要因が見当たらないため、今後については悪くなる。 ・ここまで受注が減って、新たな案件の話も極端に少ない現在の状況では、今の少ない受注案件を消化し終わる前に雇用に手を付けざるを得ない。周りでも、夏まで持たないといっている会社が急増している。
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）	・3月に引き続き、コンビニや小売業、飲食業、生活関連サービス業など、個人消費関連の求人が増加傾向にあり、景気の上昇機運が感じられる。
		職業安定所（職員）	・大手企業の決算発表期を迎えるが、総じて業績改善の予想が伝えられていることから、景気回復に向かう見通しが鮮明になってきた。
		学校〔大学〕（就職担当）	・卒業後の未内定者を対象とする複数の新卒者就職支援プログラムが厚生労働省を主管に整えられ、大学側の就職支援として、明るい兆しとなっている。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・求人数は増える傾向にあるが、企業が求めるスキルと求職者のスキルにギャップがあるため、マッチングが進まず、失業率は横ばいで推移する。また、新卒者で未内定の若年者が失職市場に流入することになれば、中高年の就職がますます困難になる。一方で、就職の決まらない新卒者が安易にアルバイト・パート市場に向かうことになれば、非正規労働者が更に増加し、適正な労働市場の形成が成されなくなる。
		人材派遣会社（社員）	・偏った職種での求人はみられるものの、全体的な回復感は感じられない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・郊外に大型ショッピングセンターが相次いでオープンする予定であることから、求人の増加が見込まれるが、求人マーケットのパイは微減しているため、先々を考えると不透明感がぬぐえない。
		職業安定所（職員）	・求人数の増加はあるものの、パート求人の増加が主であり、求職者の数は前年を上回って推移していることから、今後も変わらないまま推移する。
		職業安定所（職員）	・3月の求人が増加したが、定年や契約満了による退職者の欠員補充の求人が多くみられたことから、今後も全体的な傾向は変わらないまま推移する。
	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	タクシー運転手	・人気キャラクターのテーマパークが着工するなど、人の動きに伴い乗客の増加が期待できる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・夏のボーナスなど良い材料はないものの、低価格志向に歯止めがかかりつつあり、買い控えの反動で今後の売上に期待できる。
		商店街（代表者）	・シャッターを降ろしている空店舗が新装開店するなど、来街者の増加が期待できる。
		商店街（代表者）	・東北新幹線の延伸を見越したホテルや飲食関係の店舗が増えており、商店街は夜間の来客数が増加傾向にある。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・週末に限ると繁華街で人通りが回復しており、売上回復の兆しがみられる。
		百貨店（企画担当）	・所得の改善に伴い、消費マインドの回復が期待できる。
		百貨店（広報担当）	・来客数、客単価共に前年の水準に回復しており、消費者の購買意欲は今後も高まる。
		百貨店（営業担当）	・消費者の購買力は持ち直しているため、例年並みに天候が安定すれば、今後の売上は回復する。
		百貨店（経営者）	・アパレルメーカーは夏物衣料の生産を増やしており、気温が上昇すれば季節商材の売上に期待できる。
		百貨店（売場担当）	・買物全般を節約する買い方から、必要な買物にはお金をかける買い方になってきており、夏物衣料など今後の消費に期待できる。

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（経営者）	・子ども手当の支給による関連商品の動きが期待できるとともに、エコや健康関連商品への意識が強まるため、今後は売上につながる。		
		百貨店（経営者）	・子ども手当の支給開始やエコカー購入補助金が継続されるため、今後の景気回復に期待できる。		
		百貨店（販促担当）	・消費者に買物を楽しむ傾向がみられるため、ファッション部門の売上に今後期待できる。		
		スーパー（経営者）	・子ども手当の支給が始まるため、商品によっては積極的な消費が期待できる。		
		コンビニ（経営者）	・弁当やロールケーキなどの比較的単価の高い商品も販売量が増えており、二極化は続くものの、客単価の回復に期待できる。		
		コンビニ（店長）	・デフレは続いているものの、建設関係の労働者を中心に、来客数が前年を上回る傾向にある。		
		衣料品専門店（店長）	・天候が回復して平年並みの気温で推移すれば、春夏物の動きが期待できる。		
		家電量販店（店長）	・エコポイント制度の効果がエアコンにも波及するため、季節商材の動きに期待できる。		
		家電量販店（店長）	・地上デジタル放送に対応するテレビの買換え需要は、今後も好調に推移する。		
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー購入補助金が延長されたため、7月ごろから駆け込み需要が予想される。		
		乗用車販売店（従業員）	・自治体のエコカー購入補助金の申請期限が近づき、駆け込み需要が見込まれる。		
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・天候不順による冷夏が懸念されるものの、独自サービスで季節商材の需要を販売増加につなげたい。		
		高級レストラン（経営者）	・来店客の様子では景気の底を脱しており、今後は緩やかながら景気回復が期待できる。		
		高級レストラン（支配人）	・市内のホテル業界は進出や撤退で転換期を迎えており、各店のサービス競争が激化しているため、法人宴会などの需要がしばらく増加する。		
		観光型旅館（経営者）	・団体客の減少や客単価の低下は続くものの、客室の改修や広告宣伝を強化しているため、個人客の予約が増加している。		
		都市型ホテル（スタッフ）	・天候の回復に伴い、リニューアルした宿泊部門の予約が動き出している。		
		都市型ホテル（スタッフ）	・今季から外販部門を新設したため、販路拡大と売上増加が期待できる。		
		変わらない		商店街（代表者）	・消費マインドの冷え込みは底を打っているものの、店舗の管理指標はしばらく横ばいが予想される。
				商店街（代表者）	・子ども手当の効果に期待している。
				商店街（代表者）	・消費が回復する動きはみられず、景気は弱い状況が続く。
				一般小売店〔書籍〕（経営者）	・建設業の談合問題により、雇用情勢が厳しさを増しており、消費マインドは今後も低迷する。
				一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）	・全体的に明るい話題がなく、先行きは不透明である。
				一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・天候不順の影響もあり、景気回復は期待できない。
				一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・子ども手当の支給は消費のプラス要素になるものの、混沌とした世相は消費者の先行き不安につながる懸念がある。
百貨店（売場主任）	・大型物産催事への集客は期待できるものの、衣料品の売上は天候次第で変動するため、暑い夏を期待している。				
スーパー（経営者）	・デフレが続いて、買上点数、売上共に低迷する。				
スーパー（経営者）	・野菜価格の高騰を除くと1品単価は低下しており、消費者の来店頻度も減少傾向が続く。				
スーパー（店長）	・1品単価、販売数量共に低迷する一方で、暖房費やガソリン代の値上がりが消費者の生活費を圧迫しており、景気は負のスパイラルからしばらく抜け出せない。				
スーパー（店長）	・来客数を維持するためにチラシ等の低価格戦略を続けており、客単価、売上利益共に前年並みで推移する。				
スーパー（店長）	・景気の先行きは不透明であり、消費はしばらく低迷する。				
スーパー（店長）	・必要な物以外は消費者の買い控えが続いており、景気の上向きは期待できない。				
スーパー（総務担当）	・子ども手当支給への期待感が薄れており、デフレの傾向がしばらく続くため、景気回復は当分見込めない。				
スーパー（営業担当）	・ガソリン価格が上昇しており、食料品の支出を抑制する傾向はしばらく続く。				
コンビニ（エリア担当）	・子ども手当の支給や高速道路料金の変更による消費への効果は不透明である。				

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
		コンビニ（エリア担当）	・セールや新商品の投入にも消費者の反応が弱く、厳しい店舗経営はしばらく変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・同業社との競合関係に変化はないものの、例年並みの売上は期待できる。
		衣料品専門店（経営者）	・価格重視の傾向が続くため、買上単価はしばらく低迷する。
		衣料品専門店（経営者）	・中小企業では受注価格が落ち込んでおり、景気の回復には時間がかかる。
		衣料品専門店（経営者）	・景気の悪化が続いているため、季節の変わり目に見られる季節商材などの小幅な動きもなくなっている。
		衣料品専門店（店長）	・来客数は回復しているものの、客単価や1品単価の回復には時間がかかる。
		衣料品専門店（総務担当）	・学生向け商材でさえ動きが悪い、家庭全般での節約志向はなかなか回復しない。
		家電量販店（店長）	・不安定な政治要素や企業決算の状況など、所得の増加が期待できないため、しばらく景気は変わらない。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー購入補助金の駆け込み需要には期待するものの、所得の減少で消費マインドが低迷しているため、本格的な市場回復には時間がかかる。
		乗用車販売店（経営者）	・車検や定期点検でも価格競争が強まっており、景気の回復には程遠い。
		乗用車販売店（経営者）	・現在の状況から、ボーナス商戦にも例年ほど期待はできない。
		住関連専門店（経営者）	・小売店が実施する売上対策の効果があり、経営が安定してきている。
		その他専門店〔呉服〕（経営者）	・先行きに不安があるため、消費を控える傾向は続く。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・得意客からの注文は増えているものの、顧客数が限られるため、売上の回復は期待できない。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・子ども手当の支給に一時的な効果は期待できるものの、景気の先行きが不透明なために、不安定な消費活動はしばらく続く。
		その他専門店〔酒〕（営業担当）	・景気低迷の長期化が消費者も企業も疲弊させており、短期的な売上対策などでは収益確保が難しい状況になっている。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・夏物の商材は、低価格なうえに一般衣料品と需要が重複するため、売上の回復にはつながらない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・消費が伸び悩むなか、石油製品の価格上昇や高速道路料金の変更が影響して、販売量の落ち込みが懸念される。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・元売りによる価格改定の影響が懸念されるものの、販売価格、来客数共に不安定な状況がしばらく続く。
		一般レストラン（経営者）	・消費者が外食や高額品を手控える傾向はしばらく続く。
		一般レストラン（経営者）	・来客数が増えて忙しくなる日はあるものの、客からは不景気の話が多く、先行きに明るさはみられない。
		一般レストラン（経営者）	・航空旅券の予約状況を聞いたところ、例年の行楽シーズンに比べると空いており、消費者の節約志向は依然として続いている。
		一般レストラン（スタッフ）	・値下げ販売による来客数の維持が続いており、良くなる兆しはみあたらない。
		スナック（経営者）	・ゴールデンウィーク後は、例年同様に客足の低迷が予想される。
		観光型ホテル（経営者）	・経費節減の影響で団体客の予約は低迷しており、今後増える要素もみあたらない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・来客数の減少は底を打っているものの、ガソリン価格の上昇や高速道路料金の見直しによる影響が懸念される。
		都市型ホテル（経営者）	・ゴールデンウィーク以降の予約客は前年並みで推移している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・先行予約からは下げ止まりが感じられ、今後の売上が期待できる。
		旅行代理店（店長）	・団体旅行の先行受注は増加しているものの、個人旅行は国内、海外共に前年を割り込んでいる。
		旅行代理店（従業員）	・高速道路料金の割引で休日の観光地が混雑するなど、旅行の移動費にも節約志向は続いているため、景気は当分変わらない。
		タクシー運転手	・過剰なタクシー台数を減車する計画はあるものの、解消される見込みはない。

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
		通信会社（営業担当）	・ガソリン価格の値上げなどが消費動向に影響して、景気の先行きは不透明である。
		通信会社（営業担当）	・相変わらず景気回復の要因がみあたらない。
		通信会社（営業担当）	・デフレ傾向が続いているため、景気回復はしばらく期待できない。
		テーマパーク（職員）	・子ども手当の支給開始による一部消費への効果は期待できるものの、デフレや買い控えの改善にはつながらない。
		美容室（経営者）	・サービス業の景気回復は、一般企業の回復に比べて時間がかかる。
		設計事務所（経営者）	・景気の先行きを判断する材料はみあたらない。
	やや悪くなる	一般小売店〔酒〕（経営者）	・たばこの値上げが発表になり、禁煙による売上への影響が懸念される。
		一般小売店〔雑貨〕（企画担当）	・政治経済が混とんとしており、参議院選挙に向けて個人消費は手控えが予想される。
		コンビニ（経営者）	・買上点数が増加に転じているものの、来客数の減少と不安定な天候による影響が懸念される。
		コンビニ（経営者）	・求職者の増加により、消費環境は徐々に悪化していく。
		衣料品専門店（店長）	・天候不順が続くと、春夏物の買換え時期を逸したままクールビズ商戦に突入するため、今後の売上が懸念される。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー購入補助金の効果は薄れており、節約志向の強い消費者は買い回りや値引き要求を続けているため、売れるのは利幅の少ない小型車が多くなる。
		住関連専門店（経営者）	・商店街の店舗閉店に伴う通行量の減少に加えて、金融機関の住宅ローン査定が厳しくなるなど、家具の売上は今後更に厳しくなる。
		住関連専門店（経営者）	・地方の中小企業では景気回復に時間がかかり、消費者の先行き不安が続くため、耐久消費財の購入はしばらく減少する。
		その他専門店〔靴〕（経営者）	・参議院選挙など景気の先行きは不透明である。
		その他飲食〔弁当〕（スタッフ）	・郊外の量販店が低価格販売を強化しているため、中心街区の集客は今後も減少する。
		観光型旅館（経営者）	・景気回復が報道されているものの、地方経済や観光に効果があらわれるのは時間がかかる。
		遊園地（経営者）	・ゴールデンウィークのアルバイト募集にも例年を上回る応募があり、雇用情勢や地域経済はしばらく厳しくなる。
		競艇場（職員）	・個人所得が減少する一方で税負担が増加するため、趣味やレジャーにはますますお金が回らなくなる。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・消費者には先行き不安が続いており、金融緩和や子ども手当が支給されても、消費にはつながらない。
		住宅販売会社（従業員）	・受注件数に占める低価格住宅の割合が高く、売上額の伸びにつながらない。
		悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者）
	スーパー（店長）		・特売企画への消費者の反応が悪く、来客数、1品単価共に低下傾向にある。
	スーパー（店長）		・天候不順が続いて、農家の収入が影響を受けるため、地域経済の悪化が懸念される。
	自動車備品販売店（経営者）		・エコカー購入補助金による買換えの影響はしばらく続き、車検及び定期点検の入庫はしばらく変動する。
	一般レストラン（経営者）		・低価格商品への需要はあるが、利益が取れる高価な商品には消費者の反応が悪いため、利益確保が一段と難しくなる。
	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）	・15か月続いた売上の前年割れが増加に転じ、受注が回復傾向にある。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・低価格志向から品質重視の高級志向へ移行しており、電気機械や自動車関連などでは需要が拡大する傾向にある。
		建設業（経営者）	・住宅版エコポイントの効果から、新築やリフォーム工事の受注に明るさがみられる。
		建設業（企画担当）	・凍結されている設備投資にも動きがみられ、また着工計画情報が増加している。
		通信業（営業担当）	・決算が予想を上回る見込みであり、今後の景気回復が期待できる。
		広告業協会（役員）	・消費の回復に伴い、首都圏ではメディア媒体の広告受注が回復しており、地方にも影響が波及しつつある。
		広告代理店（経営者）	・予算削減を理由に前年中止された案件で、発注が復活するケースが増えている。
		広告代理店（経営者）	・東北新幹線延伸やディステーションキャンペーンに伴い、観光関係の仕事が増えている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・前年を底にして景気は回復傾向にあり、しばらくは徐々に良くなっていく。
		その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・日本酒はし好品であるため、景気回復に伴い需要回復が期待できる。
	変わらない	農林水産業（従業者）	・気温差の激しい日が続いて、果物の開花が遅れているため、収穫期への影響が懸念される。
		食料品製造業（経営者）	・前年を上回っている売上の傾向は、今後もしばらく期待できる。
		食料品製造業（経営者）	・高速道路料金の変更が予想されるため、観光客の動向や受注量への影響が懸念される。
		食料品製造業（総務担当）	・消費者の節約意識が続く一方で、業界内の競争は激化しており、当分売上の回復は期待できない。
		繊維工業（営業担当）	・受注量はしばらく変化がみられない。
		木材木製品製造業（経営者）	・住宅着工が堅調に推移しているため、部材の販売価格は改善が続く。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・選挙対応の受注が見込まれるため、受注は例年並みで推移する。
		土石製品製造販売（従業員）	・短期間での大幅な景気回復は期待できない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・エコカー購入補助金の終了による需要減は懸念されるものの、自動車部品の受注は今後も比較的堅調に推移する。
		建設業（従業員）	・民間企業の設備投資は、今後の動向が不透明である。
		輸送業（経営者）	・前年から取引先の物流が低迷しており、しばらく横ばいで推移する見通しである。
		金融業（営業担当）	・景気変化する要因はみあたらない。
		金融業（広報担当）	・景気回復は一部業種に限られ、緩やかな回復に留まっているため、全体的な景気回復にはしばらく時間がかかる。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・これ以上悪くならない水準まで地域経済は落ち込んでおり、好転の兆しはみあたらない。
		経営コンサルタント	・政治の先行きは不透明なものの、景気には明るい兆しがみられる。
		公認会計士	・中小企業の回復には、企業の設備投資や消費者の購買力が影響するため、もう少し時間がかかる。
		コピーサービス業（経営者）	・自動車関連産業進出に伴う従業員の住宅需要により、不動産関連に動きがみられるため、今後の受注に期待できる。
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・建築業の受注低迷や派遣社員の待遇見直しなどが影響して、景気の先行きは不透明である。
		金属工業協同組合（職員）	・現在の受注量はやや増加傾向にあるものの、今後の受注量は不透明であり、原材料の値上がりも懸念される。
	やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・天候不順の影響で、米の作付け遅れや減収が懸念される。
		食料品製造業（総務担当）	・商談では低価格商品の提案を要望されることが多く、市場の低価格傾向はしばらく続く。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・受注回復は一時的であり、収益が厳しい取引先は増加している。
		通信業（営業担当）	・業界の方向性を左右する再編の流れがあり、明るい要素がみあたらない。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・リフォームや新築住宅の受注が低迷しており、資金繰りなどで厳しい経営が予想される。
	悪くなる	司法書士	・債務整理や破産手続きの相談が増加しており、法改正により今後更なる増加が予想されるため、景気は一段と悪くなる。
雇用関連	良くなる	人材派遣会社（社員）	・企業からの求人問い合わせが増加傾向にある。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・製造業関係の企業は受注が回復しているため、しばらく求人数は増加する。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・自動車関連による工場進出が求人数増加に結び付いていないものの、関連産業での求人効果が期待できる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・自動車業界の生産状況がやや持ち直しており、関連する製造業では求人数の回復が期待できる。
		職業安定所（職員）	・新規求職者数が減少しているため、有効求人倍率がわずかながら上昇傾向にある。
		人材派遣会社（社員）	・雇用条件の厳しい求人ばかりが繰り返し募集されているため、景気回復の兆しはみあたらない。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・支店の閉鎖が相次ぎ、テナントビルの入居率が低下するなど、景気の後退は潜在的に進んでいる。
		アウトソーシング企業（社員）	・新規部門には今後も期待できるが、既存部門の売上は回復の兆しがみられない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・景気回復の報道にも実感がないため、企業の採用意欲に変化はみあたらない。

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
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率が2か月連続で前年を上回っているものの、談合疑惑の処分による失業者の増加が懸念される。
		職業安定所（職員）	・有効求人数は依然として減少傾向にあるものの、有効求人倍率の下降には一服感が感じられる。
		職業安定所（職員）	・景気回復の見込みはなく、しばらくは現状維持が続く。
		職業安定所（職員）	・求人数が増加傾向にあるものの、一方では企業整備件数が増加しており、厳しい雇用情勢は当分変わらない。
		職業安定所（職員）	・雇用調整実施事業所数はやや増えているものの、休業延べ日数や対象者数は減少傾向にある。
		職業安定所（職員）	・建設業などでは雇用調整を実施する中小企業が増えており、業種や企業規模等で業況の格差が広がりつつある。また、新卒者向け企業説明会の参加予定社数は低調に推移している。
		職業安定所（職員）	・企業間で景況に温度差があり、地方の雇用環境は中央に比べて回復が半年以上遅れている。一部に受注が回復している企業はあるものの、長期的な需要ではないため雇用回復の見通しは暗い。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・現状を上回る求人数の増加はしばらく期待できない。
	悪くなる	人材派遣会社（社員）	・前期末に人員削減と地方拠点の営業範囲を縮小しているため、業績は今後一段と悪化する。

3. 北関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	コンビニ（経営者）	・近くに大型ショッピングセンターができたことにより、乗客数は前年比101%になった。集客装置が増えたということで、客がこちらに向かうという点では大歓迎である。まだまだこれから伸びる余地はある。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・子ども手当の支給により、日用品等の買物がされるのではないかと期待している。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・天候の関係で動きの遅れていたエアコン等、夏の商品がこれから動いて良くなる。
		百貨店（営業担当）	・現在はリニューアルオープン記念で非常ににぎわっているが、これからは定価商品の安定が必要である。いろいろな企画を出して集客効果を狙いながら、紳士売場では細かい商品化計画を実行したい。
		百貨店（販売促進担当）	・婦人衣料が順調に回復し、その次に子ども、さらに紳士服という風に商品の動きが活発になる。ただ、一部宝飾品等の高額品は依然として低迷しており、まだまだ価格に対する消費者の意識は非常に強い。
		スーパー（経営企画担当）	・上場企業の3月期決算が予想より好結果であったこと、メーカーの時間外勤務も増加傾向なことや子ども手当の支給等を考えれば、消費も多少は増える。
		スーパー（統括）	・1点単価は下げ止まっていないが、客単価は持ち直してきており、消費意欲は徐々に回復してくる。
		コンビニ（経営者）	・イベントやキャンペーンを行う予定なので、やや良くなる。
		コンビニ（経営者）	・3か月前から客が大分減っていたが、最近徐々にまた戻ってきているように思えるので、いくらか良くなる。
		コンビニ（経営者）	・気温が上昇することと、子ども手当の支給により、購買意欲が増す。
		家電量販店（店長）	・エコポイント制度が12月まで延長となったエアコンや冷蔵庫が、夏に向けて好調になることを期待している。
		乗用車販売店（営業担当）	・ボーナス時期で補助金制度の期限も近づき、駆け込み需要が見込める。
		住関連専門店（仕入担当）	・節約志向に客がストレスを感じ始めているのか、少しずつであるが販売単価の改善も見られるので、出遅れている季節商材の盛り返しを期待している。
		一般レストラン（経営者）	・連休と観光シーズンが重なり、5月は順調に伸びる予想である。6、7月は例年5月の勢いのままなので回復基調となる。
		一般レストラン（経営者）	・単価的には悪くないので、天候次第では回復する。
観光型ホテル（営業担当）	・大手旅行会社のツアーは大幅な減少傾向ではあるものの、インターネット経由の個人や直接予約の一般客は堅調である。高速道路の実質値上げ等がなければ、国内旅行者については昨年同様マイカー客の動きに期待している。		

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
		旅行代理店（副支店長）	・夏場の需要を検討している客が申込に来るのがゴールデンウィーク明けかと思うので、それを期待している。
		テーマパーク（職員）	・新しい展示物の効果が期待できる。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] （職員）	・決して時給が低いわけではないが、アルバイトの退職が目立っている。当社以上の時給を見つけて退職していく状況から、求人が増えていると感じる。
		その他サービス[立体 駐車場]（従業員）	・ゴールデンウィークを迎えて、各テナントともイベント等を控えており、かなりの予約状況である。また、当駐車場においても約10件くらい月ごめの募集が増えているので、この先かなり増えていき、単価も更に2～3%増える状況と予想されるので、やや良くなる。
		その他サービス [フィットネスクラブ] （マネージャー）	・客は残業時間が増え、使えるお金が増えてきている実感がある様子である。
		住宅販売会社（経営者）	・同業他社も含めて活気づいてきている。
	変わらない	商店街（代表者）	・客はイベント等の機会や、安売り、エコポイントの還元等消費の動機付けがあると出費するが、無駄には敏感になっている。
		一般小売店[精肉] （経営者）	・大型店の撤退で小さな店が少しは元気になりそうであるが、客の消費行動は控えめであろう。客は代わりの大型店が出てくれればと望んでいる。
		一般小売店[家電] （経営者）	・我慢の限界かとも思われるが、余分な経費を算出するのは厳しい様子がみられ、連休も近場で済ませる家庭も多いようである。
		百貨店（総務担当）	・5月の大型スーパー閉店セールにより、どのぐらいのダメージがあるか不安である。また、その後お中元商品の動きがプラス材料になるのか不安である。
		百貨店（販売促進担当）	・消費者の低価格指向は引き続き継続する。
		スーパー（経営者）	・製造輸出業は改善の兆しだが、給与に反映されないために内需に関しては改善がみられない。
		スーパー（店長）	・気温が低い状態が続いて、収穫期が遅れることによる農家の収入源がマイナス与件である。また弱電関係の工場の従業員再募集による地域経済の活性化がプラス与件である。
		スーパー（総務担当）	・製造関連は受注が増えて来ているとの事だが、収入増にならないと、小売業の売上回復にはつながらない。
		コンビニ（経営者）	・今が最底値だと思うので、これ以上は下がらない。一部テナントが入って来たり、工事があつたりしてその辺にプラス要因が感じられる。
		コンビニ（店長）	・客の動きは大分活発になってきた気はするが、買う金額が上がってないので、気持ち的には良くなってきているかもしれないが、現実は大きく上向いてこない。
		乗用車販売店（営業担当）	・例年4月は販売量、仕事量とも少ないが、新規の商談が出てこないのが先行き不安である。
		乗用車販売店（販売担当）	・観光地を控えてホテル関係は安売り、レストラン、飲食店関係はコンビニ弁当のような格安の所はそこそこ入っているらしい。しかしそれ以外のホテルや旅館、レストラン等飲食店関係は2、3か月売上が全く変わっていない。これから先も店を取り巻く環境が良くなる要素がないので、このままの悪い状態が変わらずにいく。
		乗用車販売店（管理担当）	・景気低迷が続き、また、異常気象による野菜や果樹等の価格上昇が続く。
		乗用車販売店（販売担当）	・3か月先も変わらないと思うが、9月以降の補助金が無くなった後がとても心配である。
		自動車備品販売店（経営者）	・お金が全く無いわけではないと思うが、身近な所で企業が倒産していることが多い。マイナス要因が目立ってプラス要因が身近な所に無い。ただ消費のほうは緊縮状態なので、いずれ膨らむ時が来ると思っており、差し引き、どちらとも言えない。
		高級レストラン（店長）	・景気が悪化するたびに下げ止まった低水準で固定化し、回復の無いまままた悪化する状況が続いており、今後、人口減少、市場規模の縮小する中、地方の個人経営等の零細企業の多くは淘汰されていく。
		スナック（経営者）	・宴会の動きは低調で、ゴールデンウィーク中の予約もあまり多くない。悪いまま変わらないような気がする。
		都市型ホテル（経営者）	・市内の景気が底で安定している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
		都市型ホテル（支配人）	・統計等では景気は回復しているということだが、地方のホテルではビジネスマンの動きは特に良くなっておらず、逆に停滞したままである。連休の短期間だけは予約が入っているが、前年の売上をクリアするのは大変な状況となっている。		
		通信会社（経営者）	・企業間の競争が激しすぎ、赤字でも売ることがまかり通っており、このままでは市場はほんの一部の勝ち組とそれを除いた大多数の負け組に変わっていくので、雇用問題等解決するはずがない。経済全体がまるでゲーム感覚であり、行く末が不安である。こんな状態では物を買おうとか設備投資をしようという気にはならない。		
		通信会社（局長）	・生活の無駄を削減する動向は以前と変わらず、より堅実さが増している。		
		通信会社（営業担当）	・天候の変動によって果樹をはじめとする農作物に大きな影響が出るので、3か月後には影響の大小が現れてくる。		
		通信会社（営業担当）	・まだ様子を見る傾向が強いため、大きな変化は期待できないが、緩やかな改善傾向は続く。		
		ゴルフ場（従業員）	・来場予約が昨年と同じである。		
		ゴルフ場（支配人）	・5、6月の予約は順調であるが、建設業や地場産業関連の来場はまだまだ低迷しており、IT関連のコンペに支えられている状況である。		
		ゴルフ場（業務担当）	・5、6月の予約の引き合いがきていて前年比でほぼ変わらない状況である。土曜、日曜の引き合いが来ていることから、先行きがいづらか明るい見通しであるが、現時点で前年より売上等がマイナスであり、今後いづらか回復するにしても、特別良い方向にいくとは見受けられない。価格の下落が続いており、いづれにしても売上は前年を達するのが困難な状況である。		
		美容室（経営者）	・今年度の事業計画の中でパーマキャンペーンを実施する予定にしているが、キャンペーンを実施しても、そんなに客は増えないと思う。普段の客をしっかりと取っておかないと、客が逃げる場合があるので、これからも売上はそんなに変わらない。		
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・ハイブリット車の販売増以外の動きはほとんどなく、特に小型乗用車の販売売上は突然止まっている。車検については、依然として軽自動車と小型乗用車のみ減少せずに前年度以上を維持している。		
		設計事務所（経営者）	・まだ今の状況で安定して良くなっていくとは思えない。		
		設計事務所（所長）	・新年度の初めであり、現在と変化は無い。また、官庁からの発注業務もあまり期待できない。		
		住宅販売会社（従業員）	・アパート、リフォーム部門では住宅版エコポイントに期待しているが、今までのところあまり動きはみられない。		
		やや悪くなる		商店街（代表者）	・3、4月は新学期なのでどうしても新しいものをそろえなければならぬから何とか売上も伸びていたが、これからは落ち着いてくるし、やや悪くなっていく。
				一般小売店〔乳業〕（経営者）	・消費意欲向上の要素が全く無く、資産取り崩しもそろそろ限界である。
				衣料品専門店（経営者）	・中心市街地の人通りは無に等しく、ほとんどが車利用であり、固定客に頼る当店では先細りの現状である。
				衣料品専門店（店長）	・3月分の春物商品の動きが遅れたために、その分が4月に表れ、今月の売上は約1年ぶりに良かったが、今の状況を考えるとまだまだ好転するとは考えにくい。
衣料品専門店（販売担当）	・地方都市ということもあるが、天気にかかなり左右されて動いている。例えば農産物のように天候によって生産性が高まる職業が多いところであり、今後期待できる部分が少ないと感じている。				
一般レストラン（経営者）	・いろいろな業種の人からなかなか景気が良くならないという話を聞いており、良くなる傾向が見えない。				
都市型ホテル（スタッフ）	・大都会や大企業では景気が回復していると聞いているが、地方都市である当地域では相変わらず不景気が続いている。同じ企業内で共倒れが出てくるのではないかと思う。				
タクシー（経営者）	・下げ止まりの状況も見受けられるが、まだこの先も良くなる見通しではない。				
遊園地（職員）	・消費マインドの冷え込みや一般家庭の所得減少によるレジャー支出抑制の影響が大きく、しばらくは消費単価の大幅な伸びが期待できない。				
ゴルフ練習場（経営者）	・物の値段が上がる傾向になっていて、消費者は買物を手控えている。				

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		競輪場（職員）	・例年春になると入場者数、売上共に増加するが、天候不順のせい、今年は横ばいがマイナス傾向にある。
		美容室（経営者）	・地方都市でもイベントの時は多少なりとも人が出るが、終わってからは反作用のようにビタッと静かな町になってしまい、いろいろ宣伝を掛けても思った効果はない。かつての一番店は後継者もいなく、客が入っている様子もない。当店の月間売上も前年度比9%減である。
		その他サービス〔清掃〕（所長）	・大型連休や夏季休暇等の時期になるが、ガソリンや天候不順による野菜の高騰など、景気回復につながる状況が見受けられず、家計はより厳しくなる。
		住宅販売会社（従業員）	・別荘のような高額消費の回復は依然として見込めない。
	悪くなる	一般小売店〔衣料〕（経営者）	・商売仲間で作るグループが解散し、商店の連合会も解散する雰囲気である。もろもろの要素の中に良くなる様子が見受けられない。
		衣料品専門店（経営者）	・商店街の空洞化がどんどん進んでいくようである。
		スナック（経営者）	・ともかく良くなるという要素が全然見付からない。本当に向こうが見えないという感じで、他にいう事がない。
	通信会社（経営者）	・2～4月と同業他社が次々と事務所をたたんでおり、地方では平成大不況がまだ進行中である。顧客である物販、飲食業者も次々と店をたたみ、売掛の回収さえままならない。中小企業金融円滑化法を採用したが、このままでは回収不足で2～3か月後には利息さえ払えなくなる。	
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・現在、昨年より倍以上の受注となっており、3か月先を見ても、受注は前年比140%という上ブレ方向になってきている。先行きは見通しが明るくなってきている。
	やや良くなる	一般機械器具製造業（経営者）	・建設機械及び産業機械分野において中国向けの仕事が増加し、取引先各社が増産体制に入っている。新規の引き合いも増えてきている。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・取引先、またそれ以外の会社で、受注量が戻りつつある会社が出てきている。
		金融業（役員）	・各業種共に決算内容が改善し、今後も段階的ではあるが着実に良くなる。
		金融業（経営企画担当）	・昨年は新型インフルエンザの影響で、観光地では特に中国人の減少が顕著であったが、ビザの発給緩和措置もあり、予約状況は良好である。同様に国内修学旅行客も戻ってきており、順調な予約状況となっている。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・現状の引き合いから、今後受注量が増加すると思われる。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・Web販売に関しては、むらがあるものの、ほぼ例年の売上実績に近付きつつある。また、新製品の試作開発も行っているが、受注動向が全く不透明になっており、自社製品に付いても予測すら立たない状況である。
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・景気の悪さに変化はなく、悪い景気は当分続きそうである。
		金属製品製造業（経営者）	・当社の得意先は4月から仕事が出て良くなるという話だったが、4月は駄目で5月も分からないが、6月には仕事が出るというので、それを楽しみに待っている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・受注高は10か月横ばいを続けており、今後もこのような状態が続く模様である。
一般機械器具製造業（経理担当）		・スーパーなどの売上はそれほど伸びているとも思えず、小さな企業、特にものづくりの企業は閉鎖状態に追い込まれている。	
電気機械器具製造業（経営者）		・取引先の製品は設備の優先順位が低い製品のため、全般的な景気状況が良ならない限り、受注が伸びない。	
電気機械器具製造業（経営者）		・新規物件や新製品、開発の話がここ何か月も止まったままである。取引先は4～5社あるが、話は全然無い。以前は5年であった機械類の更新も、今は8～10年持たせているので、リピートオーダーが全然来ず、さんたんたる状況である。自動車が少し盛り返していたが、ここに来て生産調整をして、量的に落ちてきている。	
電気機械器具製造業（経営者）		・厳しい状況は変わらず、不安も多く、先が全く見えない。受注はまだ確定しておらず、厳しい状況が続く。	
	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・新作をそろえたいという問屋や小売店が出てきたので、春先の需要に期待したい。仕入れを極端に抑えていた顧客が仕入れをしてくれることを期待する。	

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
		輸送業（営業担当）	・子ども手当等の給付を期待して、購買意欲が高まり、結果として物量も増えるのではないかと思う。しかしながら燃料の高騰もあり、デフレ時の底上げもかなわない状況で、利益の薄い状況がまだまだ続く。
		金融業（調査担当）	・製造業では、先行きの需要動向が不透明な企業も多く、引き続き増産対応にも慎重な姿勢の企業が多い。
		不動産業（経営者）	・構造的にこれからの世代には収益を期待できそうもない。
		不動産業（営業担当）	・ホテルや賃貸の不動産物件では客をつけるために、価格を低料金にすることが考えられるが、本当に効果があるのかが不透明である上、そうした場合、業績、運営共に非常に厳しい方向に行かざるを得ないので、いかにそうならずに、客に成約や申込をしてもらうかを考えなくてはならない。3か月後も今と変わらない。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・この先支給される子ども手当による売上増を期待する声も聞かれるが、結果的には貯蓄に回るのではないかと見る店主が多数である。チラシでも、大手スーパーで今月からサイズ、色、配布地域などを縮小している。
		経営コンサルタント	・下請企業も建設業も仕事の面で、受注と失注が入り混じって推移しており、見通しは楽観できない状態である。
		社会保険労務士	・依然として提示価格が厳しいが、受ける側も明らかに赤字では引き受けなくなってきており、しばらくはこう着状態が続く。
	やや悪くなる	食料品製造業（製造担当）	・新店舗が出店するのは良いが、結局は客の取り合いで単価の勝負になる。主力納品先のスーパーにもその影響が出ており、人口増加のない状態での出店は価格戦国時代をますます加速させて、資本のないところは倒産しかない。
		金融業（総務担当）	・取引先が、今後の受注は更新案件の金額面で引下げや、定期的に行っていたものを都度の受注に変えられるなどの厳しい交渉が続く、と話している。
	悪くなる	化学工業（経営者）	・ここ数か月先の受注の状況もまるでなく、当業界は冷え切ってしまっていて回復の兆しはまるでないようである。
電気機械器具製造業（営業担当）		・仕事量減少により、4月から週休3日体制になっている。この先いつ景気が上向くのか、仕事量が増えるのか、全く見通しが見つからない状況である。	
建設業（総務担当）		・公共工事主体で土木舗装工事を行っているが、金融機関からの新規融資が受入れられない経営状況で、4月は受注ゼロだったので今後の資金繰りが心配である。	
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・自動車関連等については動きが見られるので、少しずつ伸びていくと見込みを立てている。衣料関係は気温の差が販売にマイナスの要因として働くかもしれない。住宅関連のほうでは増改築、新築なども見られてくるので、夏までの期待を持っている。
	変わらない	人材派遣会社（管理担当）	・派遣が請負ヘシフトしているものの、元々の仕事自体が増えていないため、変わらない。
		職業安定所（職員）	・受注が回復傾向にある事業所があるものの、そうした事業所でも、受注の先行きには不安を抱えているようであり、正規従業員を採用するところまでは踏み切れずにいる。
		職業安定所（職員）	・一部の製造業において、今後の生産計画と定年退職者の補充の影響で求人の動きはあるが、それでも期間従業員等の求人にとどまっている。雇用調整助成金計画も、前月同様で推移している。
		職業安定所（職員）	・平成22年3月の求人が新規求人で34.7%と前月比で伸びているが、その多くがパート求人であり、正社員求人が相変わらず伸びを欠いている。そのため今後2～3か月の間に正社員求人が極端に増えるとは思えず、景気は変わらない。
		職業安定所（職員）	・新規求人申込に訪れる企業担当者の様子を見ると、増えている印象は無いが、一定数の来所が毎日あり、新規求人数においても3月の前年同月比では4.9%の増加となっている。採用面において徐々に変化が現れてきている印象がある。
		民間職業紹介機関（経営者）	・製造業では業務量が増え始め、忙しくなりつつあるが、価格に相当な値引きを求められるため、経営数値に明るさが見えず、慎重な姿勢を維持している。
	学校〔専門学校〕（副校長）	・平成22年度新規求人を募集している企業は昨年に比べ現段階では少なく、昨年度同様厳しい状況は続く。ただ若干名でも早い時期に新卒求人が出てくるとなると景気上昇と考えることができる。	
	やや悪くなる	人材派遣会社（経営者）	・仕事の量が減り、売上がほとんどない。最悪である。

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
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・ガソリンの急騰により、市内の車関係の企業に影響が出始めている。
	悪くなる	-	-

4. 南関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	家電量販店（営業統括）	・企業の3月決算が全体的には回復基調に向かっていること、失業率も改善していくタイミングであること、外国からインバウンド旅行者も増加していることなどから、徐々に景気は回復基調を取り戻す。
		その他サービス〔語学学校〕（総務担当）	・インターネットへの広告が5月末から始まるので、合わせて営業を行う。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・少しずつ世の中の中の動向と、消費者のマインドが合ってきたようである。店での客の受け答えが全体的に緩くなってきており、これまでとは少し様子が違う。少し高くても買うという買い方が出てきており、自分へのご褒美的な買い方もかなり目に付くようになってきている。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・6月より子ども手当の支給が始まるので、子どものいる家庭の購買力回復に期待している。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・これから先については、子ども手当も実施されるため、幾分消費が伸びるのではないかと期待している。
		一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・買い控えがあり、客の購買意欲がずっと低かったが、暖かくなり商品も変わってくるので、良くなっていく。
		百貨店（売場主任）	・昨年の夏に比べ今年の夏は気温が上昇すると想定されていることや、景気が上向きと報道されていることから、夏物ニーズが高まると期待できる。
		百貨店（総務担当）	・当店及び近隣店の売上は前年を下回る状況が続いていたが、どの店も前年並みまで回復してきているので、先行きはやや良くなる。
		百貨店（総務担当）	・景気全体はあまり上向きになっていないが、製造業、金融業界を中心にやや回復の兆しがみえてきており、3～4か月後には景気も若干回復の兆しがみえてくる。
		百貨店（広報担当）	・天候要因にかかわらず、来客数は前年を上回っている。商品単価は下げ止まり傾向にあるものの、いまだに前年割れの状況であるが、1人当たりの買上点数が前年を上回ってきている。節約志向から堅実な消費へ、堅実さの意味合いも防衛一辺倒から、趣味性の高い商品へと変わりつつある。
		百貨店（営業担当）	・政府の各種給付金が支給されれば、若干財布のひもが緩むかもしれない。
		百貨店（営業担当）	・宝飾、時計をはじめ、高額雑貨が堅調に伸びている。また、高額婦人服、服飾雑貨も伸びてきており、景気が少しずつ良くなってきていることを実感している。
		スーパー（店長）	・景気の低迷も底を付いた感があるし、予想以上にシビアだった価格に対する反応もある程度解消されつつあり、定番関係の商品の動きも過去数か月より上向いてきている。
		コンビニ（経営者）	・売上が非常に悪いところも一部あるが、これからは総体的には良くなるだろうと期待している。
		コンビニ（商品開発担当）	・少しずつではあるが購買単価が増えている。
		衣料品専門店（営業担当）	・近隣の駅ビルのリニューアルで当店のターゲットとするミセス層の店舗がすべて撤退したため、当店の客数は伸びてきている。
		家電量販店（経営者）	・テレビ以外のエコポイント商品が浸透して、この夏商戦は、エアコンや冷蔵庫の売上が伸びることを期待している。テレビは対象品目の減少で今は一服感が出ているが、6月のワールドカップ効果で再び盛り上がりが見込んでいる。
		乗用車販売店（渉外担当）	・エコカー購入補助金及び減税、免税の延長により、9月までは購買意欲が続く傾向である。前年4月は新型車の販売で驚異的な受注量だったこともあり、受注量は前年比で40%以上ダウンしているが、受注残のある状態であり、やや良い状態が今後も続く。
その他専門店〔雑貨〕（従業員）	・節約志向でゴールデンウィークなどに旅行する人が減り、近場で買物などして楽しむ人が増えると予想されるため、やや良くなる。		
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・4月前半は春物、新生活商品が動き出したが、寒暖差により購買意欲がやや低迷している。来客数は伸びてきているので、気候が安定すれば現状よりも良くなる。		

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
		高級レストラン（支配人）	・先の受注は前年同時期に比べ、企業を中心にやや増加傾向にある。ただし、業績悪化を理由に会合の取り止め、縮小をする企業もあるので、完全な景気回復はまだ先になる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・一般宴会は料金を下げて人数を集める対策を続けており、ほぼ前年並みの集客数である。婚礼は対策が当たり、2～3か月先の集客は前年比2割増で、宿泊も予約人数が同1割増となっている。レストランはゴールデンウイーク明けの集客に不安が残るものの、年明け以降、前年横ばいか2ポイント程度上昇できているので、このままの状態が進んでいく。
		旅行代理店（従業員）	・前年同期比で申込は110%を超えており、企業も販売費用などを活発に使っている動きが見られるので、先行きはやや良くなる。
		タクシー運転手	・世界的にみて景気は上向きのニュースが流れており、天候も例年の暖かさに戻るようである。企業の接客客も増えてきているようで、景気は良くなる方向にある。
		タクシー運転手	・ようやく当業界も今月後半から良くなって来ており、このまま上昇していく。政府の景気対策等によって、今後も客の出足が良くなる。
		通信会社（総務担当）	・3月は転居の時期であるため、通例新規契約数よりも解約数が上回るのであるが、今年はそのような現象がなかったことや、有料チャンネル加入も増えていることから、徐々に景気回復がなされている。
		通信会社（営業担当）	・各戸デジタル対策が進む。デジタル対策としてのケーブルテレビの存在意義は頭打ちであるが、以前より単身層に余裕が出てきているようで、集合住宅居住者の多チャンネル視聴希望は増えていく。
		通信会社（営業担当）	・今年はサッカーワールドカップ、上海万博等のイベントもあり、韓流コンテンツの人気や3Dなどテレビ関連の話題が盛り上がってきている。テレビ獲得を手始めにインターネット、電話、携帯電話の加入にもつなげたい。デジタルへの移行も一巡し、解約圧力も多少軽減されつつあるので、純増で上向きとなる見込みである。
		ゴルフ練習場（従業員）	・これからゴルフシーズンに向けて、来客数、売上等良くなっていく。
		パチンコ店（経営者）	・夕方の来客数が増え、以前より長く滞在するようになっていく。夏に掛けては暑さのために涼を求めて客が来店するようになり、当店も活気付く。
		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来客数が増えている状況が続き、当店にプラスに働くことが期待できる。特に夏休みは当店客層と合った映画話題作が数本公開される予定があり、遊び目的で映画館、ショッピングセンターに来店する客が増えることが予想されるため、さらに好調傾向が続く。
		その他サービス[立体 駐車場](経営者)	・特約している大型店が新装開店したため、やや良くなる。
		住宅販売会社(従業員)	・大型連休により来場者数の増加が期待でき、住宅版エコポイント制度も浸透してくるため、やや景気が良くなる。また、建売会社が積極的に土地の購入を進めているようで、物件の供給数が増え、販売増につながる。
		住宅販売会社(従業員)	・契約数が増加している。
	変わらない	商店街(代表者)	・食料品関係の店舗が2～3軒閉店したため、商店街の客数が減少していくのではないかと懸念され、非常に厳しい。
		一般小売店[家電] (経理担当)	・現在のような販売の仕方はしばらく続く。世間の景気は依然として厳しい。
		一般小売店[生花] (経営者)	・生活必需品の売行きはそれなりにあるだろうが、当店は趣味の物を扱うインテリア関係の店なので、今後販売量が増加することは望めない。
		一般小売店[衣料・雑貨] (経営者)	・今後気温が上昇すると考えて夏物商戦を展開し、末端の小売業やファミリー製造業の景気を見ながらデフレ脱却に気を付けたい。
		一般小売店[祭用品] (経営者)	・良くなる理由がない。
		一般小売店[文具] (販売企画担当)	・当店もそうだが周りを見ても、淘汰されて生き残ったところは伸びている。ただ、3～4月は最需期なのであまり参考にならない。5月になって初めて本来の景気の良し悪しが判断できる。
		百貨店(総務担当)	・内需拡大の要素が見られないこと、経済活性化の大きな政策が出てこないことから、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
		百貨店（総務担当）	・今後気温の不安定要素が改善され衣料品に動きが出てくることを期待しているものの、政治不信があるなかで売上の確実な改善までは今しばらく時間を要する。
		百貨店（企画担当）	・目先の消費環境の変化は特にならない。
		百貨店（広報担当）	・客の買物を楽しみたいという欲求が見え、製造業の業況や株価も上向きと、上昇に転じる要素は多数あるが、政権が安定せず自分たちの生活環境がどう変化していくかの不安が払しょくされないで、様子見の状況は今後も続く。
		百貨店（営業担当）	・夏に向けてますます商品単価が下がってきているのが、仕入れ段階で明らかになっている。客数を大幅に増やさなければ、前年を維持するのは厳しい。今後も苦しい状況は変わらない。
		百貨店（営業担当）	・来客数、買上客数の減少はようやく底を打った感が出てきたが、購買金額の縮小については復調が厳しい見通しである。一部の店舗で他社の店舗閉鎖による売上増があるものの、一般的に大きく回復する傾向はみられない。
		百貨店（販売促進担当）	・ゴールデンウィーク後の動向は完全に個人消費が主軸になるため、不安が残る状況である。子ども手当についての声が意外と聞こえてこないが、子ども用水着の動向が早い等、子ども関連の購買は期待できるので、家族、3世代向けの動員策は尽くしていきたい。
		百貨店（販売促進担当）	・購買につながるような機会がない。
		百貨店（業務担当）	・テレビに放映されたようなヒット商品は非常に売れるが、話題性に乏しい商品の売上、単価は上がらず、客数は変わらなくても購買額が伸びないという状況下にある。そのほか天候不順やガソリン高騰など、いろいろな要因があるなかでは、3か月後の景気が回復し、売上増につながっていくか、まだまだ不透明感がある。
		百貨店（営業企画担当）	・消費者の購買意欲は依然として回復しておらず、楽観視できない状況である。
		百貨店（店長）	・富裕層の一部で高額品を中心に消費動向は上向いてはいるが、政治に対する不安が更に大きくなりつつあり、まだ回復基調ではない。
		スーパー（経営者）	・野菜価格の高騰により1点単価が上がってもよいはずであるが、それもなかなかみられず、客単価の下落も続いている。3か月先については多少悪くなる可能性もあるが、今も良くないので同じような状態が続く。
		スーパー（店長）	・近隣にまた競合店が出店するので、プラス要因よりマイナス要因が多いなかで、今と変わらない。できれば良くなる方向に持っていきたいが、競合店いかんでは逆に悪くなる方向にいく状況である。競合店がオープンしても負けないように、チラシの号外などで集客をしていく。
		スーパー（店長）	・通信費や教育費、ローン等の支払いを節約し、趣味嗜好、娯楽関係に節約した分のお金を使う動きとなる。
		スーパー（総務担当）	・賃金や雇用の状況から個人の消費が伸びることは考えづらく、天候と件などからもプラスに向かうとは考えにくい。
		スーパー（仕入担当）	・天候が悪く野菜の高騰が続いている。天候が回復しないと季節的な商品の販売動向が落ちる。
		スーパー（仕入担当）	・競合各社とも売上確保のため、価格訴求に走っているが、単価の低下を招くだけで全体の売上増にはつながらない。商圏が狭くなるなか、依然価格競争が続いていく傾向にある。
		コンビニ（経営者）	・夏にかけて天候不順が商売にどのように影響してくるか、今のところ分からないので変わらない。
		コンビニ（経営者）	・客単価の低下に歯止めが掛からない。客数が上昇している間は現状を維持できるが、天候等により大きく左右されるので、実際には先が読めない。
		コンビニ（経営者）	・再開発事業終了に伴い、区画整理で道路、動線、歩道や駅へのアクセスが著しく変化した。このため、裏通りにある当店は午前中からお昼に掛けて人通りが減るようになってきたので、少し心配である。駅周辺の集客力が上がっているので相殺されるのではないかと考え、総じて変わらない。
		コンビニ（商品開発担当）	・景気停滞、天候不順等、消費改善への足かせが多く、なかなか楽観的な見通しは立てにくい。
		衣料品専門店（経営者）	・客の様子を見ていると、我慢も限界にきたような人もいて、買う目的で来店する客が目立ってきている。商品単価はまだ中の下というところだが、2、3点まとめ買いする客が多く、客単価は徐々に上がってきている。ただ、天候次第であるということと、売上自体は特別上がってはいない状態なので、先行きは変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（副店長）	・新商品発売直後の価格下落は継続すると思われるが、エアコン需要による白物家電の販売台数増加、エコポイント需要によるテレビ販売台数は、引き続き好調に推移する。
		家電量販店（統括）	・テレビの構成比が異常値を出した1～3月が終わり、通常月の構成比へ戻っている。前年のゴールデンウィーク前は、エコポイント前の買い控えて大打撃を受けたが、今年は5月15日～9月末までは一定の伸び率で推移し、大きな動きはない。10～12月にピークがやってくるとみている。
		乗用車販売店（経営者）	・景気回復のきっかけがない。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車整備の受注は順調だが、販売は補助金制度等が実施されているにもかかわらず、あまり芳しくない。
		乗用車販売店（販売担当）	・最近のガソリン価格上昇のためか、低燃費車両の売上が良い状態で推移している。法人関係についても少しずつであるが需要が伸び始めている。
		乗用車販売店（総務担当）	・エコカー補助金効果と新型車投入により少しは販売量が増える。ただし、人気車種の車両確保は難しく、生産が間に合わない感がある。補助金対応が9月までのため、その後は苦しくなる。
		その他専門店〔服飾雑貨〕（統括）	・全体の来客数も減り、客単価に大きな変化はなく、消費全体が鈍化している感がある。
		その他小売〔ゲーム〕（統括）	・テレビが3D化で話題を独占しているが、この効果がゲーム業界にも及ぶのは必須である。また期待度も高い。ただ、ゲーム開発は着手してから出来るまで2～3年掛かるため、市場に出るのはもう少し先になりそうである。
		一般レストラン（経営者）	・3か月後もまだ不動産や会社自体の景気は良くならない。また、子ども手当等が支給されてもなかなか消費に回るほどの経済効果は見込めない。本当にデフレでとにかく安くしなければいけないという雰囲気になっている。
		一般レストラン（経営者）	・3か月後の景気は少し悪くなるかもしれないが、全体的には今と大して変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・桜の開花以降の低温多雨の影響は、野菜価格の高騰ばかりでなく、すべての食の循環を狂わせている。今後、食の回復までは時間が掛かると考えている。
		一般レストラン（店長）	・通常であれば2、3か月先にはボーナスも出て良くなると考えるところだが、節約する給与所得者が多いため、3か月先も今と変わらない。
		旅行代理店（経営者）	・高速道路料金引下げについて政府の結論が出ないため、客が二の足を踏んでいる状況なので、見積り問い合わせはあっても結果としてまだ表れていない。
		旅行代理店（従業員）	・景況感は今後もあまり変わらないが、成田、羽田の拡張が進み、機材の規模縮小はあるものの座席供給量は増えるはずなので、ビジネスの要素としては明るい材料はある。
		旅行代理店（従業員）	・国内団体旅行は、5、6月も4月同様引き続き人数ベースで前年を上回る状況である。
		タクシー運転手	・これ以上悪くはならないだろうが、上向きにはまだ厳しさが残る。接客サービスでいかに客を確保するかが今後の課題である。
		タクシー（団体役員）	・景気や天気投影される業界なので、今後の経済対策次第であるが、実車率や輸送回数が大幅に良くなる材料が無く、厳しい営業が続く。
		タクシー（団体役員）	・契約会社のタクシーチケットの売上も伸び悩んでいる。また、客の利用回数もさほど伸びていないので、このままの状況でしばらく続く。
		通信会社（営業担当）	・地上デジタル放送移行に向け1年という時期は新規契約の機会でもあるが、同時に他社サービスやアンテナへの切り替えにも影響が出ると考えられ、判断を許さない。
		通信会社（営業担当）	・地上デジタル放送対策は認知され始めたが、直前まで対応を待つ客が多い。
		ゴルフ場（支配人）	・夏場に向けての予約状況が平年並みである。
		その他レジャー施設〔ホール〕（支配人）	・エコポイントのある家電、車は好調の様子で、衣食についても努力次第では好転している様子だが、個人消費では優先順位の低い趣味嗜好に類する「歌舞音楽」の世界は、アイドル以外での興行には厳しいものがあり、当面この状況は変わらない。
		その他レジャー施設（経営企画担当）	・ホテル稼働率は前年よりも向上する反面、客室単価は下落するなど、よほどの確にニーズに合わない限り、客の価格に対する姿勢は厳しく、今後も楽観はできない。

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
		その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・政治経済の状況が安定しないままであり、方向感のないなかでは大きく投資に踏み込むこともできず、サービス関連、商業関係の部分が動いていない。良くなるとは言えないし、またこれ以上悪くなっていくというような状況でもない。
		設計事務所（所長）	・長い不況のトンネルを抜け出す気配も無く、現在の状況ではどうしようもない。
		設計事務所（職員）	・建設資材のうち、鉄鋼が再び上昇を始めている。以前のレベルまで上昇する可能性は低いと言われており、下向きとなるほどの影響はないと思うが、上向きとなる傾向は少なくとも表れない。
		住宅販売会社（従業員）	・土地の売買状況を見ても活発な動きを感じられない。住宅展示場の集客状況も今のところ前年並みで、厳しい。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・以前に比べると明るい兆しが多少見えてきたが、どんどん良くなっていくというほどは伸びない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・これまでも客に来てもらおうと一生懸命いろいろなイベントを行ってきたが、今年はかなり内容を吟味し、今までとは違った売出しをしている。それでも前年の売上、来客数に届くのは難しい状況である。平常時の店頭売上も大変落ち込んでおり、いつまでこの状況が続くのかと不安を感じている。
			一般小売店〔和菓子〕（経営者）
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・今月はまだ多少テレビの需要があり、たまたま大きな空調設備の工事を獲得できたが、これから先は液晶テレビの単価が下がっていくのと一緒に売上も下がっていく。今は液晶テレビ頼りのところがあるが、その需要も徐々に収まってくるのでやや悪くなる。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・自動給茶機等を廃止し、社員の自己負担でという会社がますます増えてきている。企業向け売上はもとより、個人向け戦略を考えていかなければ、ますます厳しい期を迎えそうである。
		百貨店（副店長）	・客の買い方がますます慎重になってきている。
		百貨店（販売管理担当）	・3、4月とバーゲン品の動きが芳しくない。この傾向が続くと6～7月のクリアランスセールは苦戦が予測されるが、逆にセールで好転する可能性もあり、不透明である。単価の下落傾向が続く中で来客数が伸び悩んでいる現状からは、今後の景気はやや悪くなると予測せざるを得ない。
		コンビニ（経営者）	・デフレは変わらない。天候により、先行きは厳しくなる。
		コンビニ（経営者）	・政治の混乱が経済にも波及し、一般国民の経済的なものの考え方は非常に消極的になりつつある。したがってこの1、2年は低迷する。
		衣料品専門店（経営者）	・春物の動きが悪く、天候不順は長引く様子なので、これから初夏物になっていくが客の購買は止まってしまい、良くない状況である。
		衣料品専門店（経営者）	・いろいろな指標では景気が底打ちしたということだが、身の回りではあまりそういう実感はない。政治や経済にあまり明るいニュースがなく、デフレにもなっているため、景気の悪さは当面続く。
		衣料品専門店（店長）	・一部のデータから景気回復の兆しと報道されているが、消費の回復要因が見当たらない。単価を下げて数量を増やし売上を取ろうとしても、数量が増えないため前年同比で10%近く減少している。
		衣料品専門店（営業担当）	・不況と政情不安、野菜の値上げ等で、消費は非常に厳しい。
		乗用車販売店（店長）	・エコカー減税及び購入補助金効果もやや薄れ、新型車が出ない現状で、非常に厳しい戦いが予想される。
		乗用車販売店（販売担当）	・現在トラックの需要が伸びているのは環境助成金の関係である。助成金は6月ごろに枯渇し、それ以降については出ないと思われているため、年後半は相当厳しい。排ガス規制があり現行の車は8月までの登録だが、9月以降については環境助成金がない、排ガス規制をクリアした新しい車が出るため値段が上がる。今後数か月間、厳しい状況が続く。
		住関連専門店（統括）	・景気の良くなる要素がない。このままの状態が続くか、もしくはもう少し悪くなる。

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
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・前年のインフルエンザ騒動によるマスクの売上が非常に大きく、前年の数字を取ることは非常に困難である。また、改正薬事法が施行されて1年たち、制度の認知も薬剤師の手配もあまり進まないの、薬剤師不在時間もある中途半端な店という認識をされてしまい、医薬品の売上に大きく影響している。
		一般レストラン（スタッフ）	・ゴールデンウィークがあるので旅行等は良くなるだろうが、当店は観光地というほどではないので、客が当店に落とすお金は少なくなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・婚礼予約業務を行っているが、販売が非常に厳しい。特に7～9月の状況がかなり厳しく、伸びがあまりない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・婚礼相談の来館が減っているの、受注件数も伸び悩んでいる。
		旅行代理店（支店長）	・6月については全く動きが無く、前年比の半分くらいの受注で非常に苦戦している。7月になると個人は動き出すが、法人関係は厳しいため、今月より状況は更に悪い。
		タクシー運転手	・5月の連休、8月の夏休みと、連休を控えているため、無駄を省くためにどうするか試行錯誤をしている段階である。なかなか良い影響は無いようである。
		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、ガソリン価格の値上げ傾向の継続は出控えの要因ともなり、消費者の支出抑制傾向はまだ続く。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・生徒数は横ばいだが、単価を下げている塾が多いので、景気は悪くなっている。
		設計事務所（所長）	・今より後退して、目一杯下のラインがあるような、まだ悪くなる部分がある。大手は多少良くなると判断しているようだが、零細はやはりまだ下降しそうである。
		設計事務所（所長）	・いずれにしても計画がなかなか前に進まない。特に当社については新築物件等の案件がなかなかまとまらない。
	住宅販売会社（従業員）	・販売量に関しては今年に入ってから順調だが、それに伴う仕入が上手くいっていない。そのため、在庫が今後少なくなってくるので、やや悪くなる。	
	悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者）	・4月は天候不順で茶の売上が低迷している。関連商品の茶で煮込んだ魚の佃煮や菓子類が全体の売上の2割になることもある。全体の売上は下がっている。
		一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・オーバーストアのため、客がイベント、特売のお店に移り、固定化しない。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・低温が続く天候不順のなか、旬を過ぎた茶を利用してくれるのか心配である。
		衣料品専門店（経営者）	・かなり購買にシビアになっている、マスコミ等で春物衣料が売れない等の報道が多く、デフレ感が一層強まっている。粗利益の低下が予想される。
その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）		・とにかく売れない。客が来ない。	
美容室（経営者）		・商店街の大型スーパーが閉店した。生鮮産品も魚屋1件しか残っていないため、どんどん悪くなる。	
設計事務所（所長）		・長期に渡って民間の動きが無く、前年、前月より常に悪い状況であるため、この状態が続くとさらに悪くなる。	
企業動向関連	良くなる やや良くなる	-	-
		食料品製造業（経営者）	・ぼちぼち良くなってきつつあると言う消費者が多くなってきている。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・法人もやや上向きであるが、それ以上に個人需要が伸びている。1人の客で印鑑の3本セットはあまり出ないが、そうしたものを注文する客もある。
		金属製品製造業（経営者）	・しばらく引き合いが無かった受注先、また、加工品などの注文が出てきて、総じて仕事量も多くなってきている。
		金属製品製造業（経営者）	・自動車関係の流れ部品が従来の3分の2程度に戻ってきている。3か月先の注文が入るようになってきているので、その先は少し分からないが、とりあえず良くなってきている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車関係は4、5月は例年良くないが、内示では少し良くなっているようで、6月ぐらいからは幾分良くなる。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・世間的に回復基調にあるなか、ようやく消費者の懐が暖まってきている。
		建設業（営業担当）	・分譲マンション建設の動きが徐々にではあるが出てきている。建設資材も上昇傾向にあるなか、事業者が増えて来ているので追い風になる。
		通信業（経営者）	・子ども手当、エコポイントに期待する。高速道路の通行料金は平日、休日の差が無くなったので、観光客の平準化が図られる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
変わらない		不動産業（総務担当）	・新規に入居を希望する企業の動きも少しずつ出てきていること、新規売出しのマンションが予想以上に売行きが好調であることから、景気は良くなる傾向にある。
		経営コンサルタント	・子ども手当が貯蓄以外にどれだけ消費されるかであるが、関連消費に期待できる。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・4月に入って受注量はまだ継続的に減少しているが、業界動向としては建設計画を凍結していたマンションの工事再開など、明るい材料が出てきている。すぐに受注という結果には結び付かないが、傾向としては上向きである。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・顧客の提案に対する興味喚起が高い。
		繊維工業（従業員）	・2、3か月先では、悪い状況に変わりがない。国内産のオリジナリティが認められるのは、景気が回復すると共に、雇用形態や賃金水準が安定した後となるため、相当先になる。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・当社はジャンルを選ばず、工業部品から雑貨、看板までいろいろな物を受けているが、すべての業種で仕事が落ち込んできている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・状況が不透明なため、現状と変わらない。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・もうこれ以上悪くなると考えたくないのが実情である。体力勝負で競合する同業他社より我慢することができれば、他力本願ではあるが徐々に回復することができると考えるが、今は我慢するしかない。
		出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・例年からみて、依頼が無くなっている仕事が増えている。
		化学工業（従業員）	・生産量は同じであるのに、在庫量が少し増えている。出荷量が伸び悩んでおり、増える材料は特にない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・大企業の一部は良くなっているかもしれないが、中小企業まで回ってくる様子も、良くなる理由も見付からない。
		金属製品製造業（経営者）	・中国への輸出はいずれ中国での現地生産に切り替わる。中国が加熱しすぎて生産能力をオーバーしているために日本で応援をしているというのが、当社の受注量が増えている本当のところのため、中国が落ち着けば受注量は下がるのが明らかである。そのため、本当の景気回復ではない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・良くなるような気配が見当たらない状態がずっと続いているため、変わらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・全般的な景気の流れが悪い中で、問い合わせに対して購買決定に至るまでの予算が取れるかどうか、今後の景気上昇を待つより仕方がない。従来販売したメンテナンスの仕事を見付けて、成り立たせていく。
		精密機械器具製造業（経営者）	・受注額は増えるが、鉄、非鉄、樹脂等の原材料の高騰により更に支払いが増え、収益が悪くなっている。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・9月から排気ガス規制が厳しくなるが、その新車等は高く、当店が扱う部品は中型以上の大型であるため、なかなか売れない。現在は最盛期の4分の1ぐらいであり、上向くかどうかはこれからであるが、景気はこれ以上良くならない。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	・何か良い、景気が良くなる話題でもあれば別だとは思いますが、当分変わらない。
		建設業（経理担当）	・役所の会計年度が新しくなり、公共工事の発注がいくつかあったが、民間では工事案件が無い。先行き不透明な状況がまだ続きそうである。
		通信業（広報担当）	・小規模事業者にとっては、ここから一段の改善は難しい。
		金融業（役員）	・客の受注状況や話からして、3か月後もかなり厳しい状況が続く。
		金融業（支店長）	・客の資金繰りは安定しているが、受注状況、売上等は不安定で利幅は戻って来ていないということを考えると、まだ現状のような景気が続く。
金融業（渉外・預金担当）	・しばらくは調整が続くと考え方が支配的であり、現実そのような業況である。		
広告代理店（従業員）	・売上増につながる仕事は何も出てこない。既存の仕事の減少も無い。		
経営コンサルタント	・ひとところより人の動きは出てきている。駅前にある中規模ビジネスホテルでは、ここ2～3か月は客室の稼働率が前年同月を上回り、ビジネス客、観光客、いずれも増えているという。しかし、支配人が心配するのは、政界の動きであり、ひと波乱ありそうな雰囲気は人々を不安にさせ、また出控えが増えるのではないかと不安そうである。		

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
		経営コンサルタント	・新聞等では輸出関連企業の業績向上の話があるが、取引先の製造業、サービス業は共に良くなる気配がみえないまま推移している。
		社会保険労務士	・良くなるという要因が見当たらない。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・全体的にはやや持ち直しているように見えるが、広告などがまだまだで、今後2、3か月は選挙の影響などもあり、先行きは不透明である。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・先行きの不透明感の根強さに加え、厳しい価格下落傾向がしばらく続く。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・新規発注が増えてくれば景気の上向き感が出てくるが、現行では新しい動きは無い。
	やや悪くなる	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・しばらくはこの状態が続く。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・住宅関連部品に関して2～3か月間受注量の情報を得たが、化粧品容器や医療容器は回復の兆しがみえず、また新規の企画や取引もなかなか進まず、まだ予断を許さない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・一部の企業は業績が持ち直してきているそうだが、当業界は建設関連のため、縮小の方向にまだ向かう。
		精密機械器具製造業（経営者）	・売上予定が全く立っていない。
		建設業（経営者）	・先の見えない景気であり、政府も先の見えないことばかりである。案件自体も少なく、受注までにはほど遠い。
		輸送業（経営者）	・ゴールデンウィークによる稼働日の減少と取扱量の低迷が続いており、状況の好転は望めそうもない。
		輸送業（所長）	・取引先から、倉庫の借上に対して一部返却要請があったり、配送に関しても運賃が安い業者に変更と、今までの信頼関係より「安ければ」といった流れになり始めている。
	悪くなる	不動産業（経営者）	・空室対策をどうするかが大きな課題である。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・ギリシャの問題の再燃で円高が進むため、やや悪くなる。
	雇用関連	良くなる	輸送業（総務担当）
広告代理店（経営者）			・例年も「夏枯れ」の時期だが、今の状況から今年は枯れが例年以上に激しいのではないかと、という想像しかできない。
やや良くなる		人材派遣会社（支店長）	・国などによる3月末卒業未就職者支援事業が動き始め、雇用の拡大が見込まれる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・本当に先行きが分からない。この間も相当数の募集をかける事業所があったが、募集を出す寸前に新事業が中止となり、ストップが掛かった。企業も何とかしようといういろいろな策を講じているが、何ともいえない。ただ、年度が変わっている新しい状況が生まれて動いてはいるようで、何か月か先には多少は期待が持てる。
		職業安定所（職員）	・一部の事業所においては、受注量の増加から休業規模を縮小する事業所、一時的に休業を実施しない事業所が見られるようになってきている。
		職業安定所（職員）	・昨年は採用について景気動向を様子見していた事業所が、社員募集を派遣からパート、契約社員に切り替えている。また、正社員についても少しずつ採用を検討している事業所が増加している。
		職業安定所（職員）	・業種別新規求人数は、前年比はほとんどの業種で減少となっていたが、3月は約半数が増加に転じている。雇用情勢で景気の上昇を感じるにはしばらく時間が掛かるが、製造業の求人も徐々に増えてきている。
		民間職業紹介機関（経営者）	・最悪期は過ぎたようで、営業を中心に特に外食、生保で求人数は増加している。また、派遣利用の制限から直接雇用の検討に入った会社が見られる。
		民間職業紹介機関（経営者）	・米国の大手金融機関の破たんの2年ほど前と比べて、製造メーカーは在庫調整、需要の停滞でかなり生産が落ち、今の時点で7～8割くらいの感じがする。2年前までにはまだ時間が掛かるかもしれないが、少しずつ戻っていく。
		民間職業紹介機関（職員）	・今期の計画がはっきりしてきている。採用に慎重だった姿勢が少しずつ変化してきており、求人数が増加し、面接における合格率が少し上がってきている。この動きが今後も継続していく。
		変わらない	人材派遣会社（社員）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		人材派遣会社（業務担当）	・先日、フォークリフトオペレーターの募集をしたところ、過去には考えられないほどの応募者が来た。前職での仕事が少ない、生活できる賃金を得られず退職に追い込まれた人が多数いた。多数の業界で物量の停滞が継続している証拠である。今後、物が活発に動きだす材料が見当たらず、当分は現状のまま推移する。
		人材派遣会社（営業担当）	・求人増加の企業はごく一部と感じており、全体的に回復しているとは考え難い。各企業とも新規求人はほとんどなく、派遣求人案件も現状人員の後任採用がほとんどである。企業によっては、更に人員を削減する企業もあり、全体としては依然変わらない。
		人材派遣会社（営業担当）	・派遣の規制強化に伴い、様子見をする企業が出てきており、そういった企業が今後も増えてくる。安直に派遣を請負契約に移行できるものでもなく、しばらくは我慢の期間になりそうである。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・経済指標の改善は見られるようだが、人材採用費が一気に増えるとは思えない。12年卒の新卒採用から少し上向くと期待している。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・先の受注状況を見てもなんなら変わりがないので、このまま変わらない。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人1件に対して求職者の割合が依然高く、応募が殺到する状態となっている。応募数が確保されることで求人企業にとってはコストを掛けずに採用できる可能性が非常に高くなっている。以前のような採用難職種であっても採用可能性が高いため、採用コストを絞った求人活動が続く。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・4月は特需的な要素もあるので、長続きをするとは考えにくい。
		求人情報誌製作会社（編集担当）	・このところ求人の業種が増え始めた傾向にあったが、4月は期待に反して動きが鈍り、求人数も減少している。動きにとらえどころがなく、予想しづらい。
		職業安定所（職員）	・求人数は変わらない状況であるため、今後、就職者数が増えるとは予想できない。
		職業安定所（職員）	・雇用失業状況は持ち直しの動きがみられるが、まだ厳しい状況である。
		職業安定所（職員）	・求人が前年比で増加傾向にある。しかし昨年の落込みが大きかったため、有効求人倍率は依然として低水準であり、まだ厳しい状況が続いている。
		職業安定所（職員）	・一部の業界を除き、消費低迷やデフレ等が要因となって企業収益が伸び悩んでいることから、数か月で景気が回復するとは思えない。
		学校〔専修学校〕（就職担当）	・新規採用、増員計画等の連絡はなく、おおむね年初確認状況に変更はみられない。
		やや悪くなる	
人材派遣会社（支店長）	・労働者派遣法改正の成立次第だが、成立、公布されると更に派遣利用を敬遠する企業が増えていく。		
悪くなる		学校〔短期大学〕（就職担当）	・景気が良くなる要素がない。景気の様子を見て、採用を見合わせている企業が多い。
		学校〔専門学校〕（教務担当）	・ある企業は、6月以降の仕事の受注が全く無く、従業員への給料等を考えると新卒の採用を見合わせるしかないと言っている。したがって、この時期の内定者は前年同時期の5分の1にとどまっている。

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	一般小売店〔土産〕（経営者）	・消費者は、節約と生きたお金の使い方の両立がうまくなってきている。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・エコポイントの効果により、エアコンや冷蔵庫の販売に期待が持てる。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・飲食店への来客数が少しずつではあるが回復してきていると感じるため、これからはやや良くなる。
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・連休前後は販売量が上下するが、健康志向の新規顧客も増えてきており、売上は増えていく。
		一般小売店〔惣菜〕（店長）	・急ではないものの、景気は回復に向かっている。そういったムードが社会に広がってゆけば、百貨店に来る客の財布のひもも少しずつ緩んでいく。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（企画担当）	・1年以上にわたる長期不況の反動は、緩やかに長期にわたって表れる。急激ではないものの、緩やかに前年を上回る業績が続く可能性がある。一時的な停滞はあっても、全体的には徐々に良くなっていく。
		百貨店（売場主任）	・駅前立地の百貨店では、以前ならば出張のついでに来店する昼間の客が多かったが、今はほとんどない。ただし、夕方の会社帰りの来客数が増えており、今後は少しは売上につながる。
		百貨店（企画担当）	・子ども手当の支給が始まるため、それに向けた商戦を計画している。少しずつ上向いている消費意欲に、弾みが付く。
		百貨店（販売担当）	・ボーナス時期に入るが、最悪だった昨夏と比べると、売上増加が見込まれる企業が増えているため、やや良くなる。高額商品の動きも徐々に戻ってきている。
		百貨店（販売担当）	・客の変化に対応する企画と、客の購買モチベーションの高まりがマッチしつつあり、緩やかではあるものの引き続き回復する。ただし、以前と比べて、客は用途やシーンに応じて、購買する物や場所を明確に区分することから、購買客数が増えるというよりは、購買単価が上昇するかたちで回復する。
		スーパー（店長）	・話題商品、新製品など、客が欲しいものを訴求していくことで、売上は回復する。価格競争だけになってきたことは、大きな要因である。
		スーパー（総務担当）	・客単価は、前年同月比1.0%ながら上昇している。来客数の減少も、底を打った感がある。入学式前後に比較的高単価な商品の売行きも好調になっており、今後はやや良くなる。
		コンビニ（企画担当）	・多少良質な商品も、少しだけではあるものの、売れてきている。不況が常態化し、慣れてきたためか、買い控え一辺倒の状況からは脱しつつある。
		コンビニ（エリア担当）	・景気は良くないながらも購買意欲はあるため、夏に向けて、少し良くなる。
		コンビニ（商品開発担当）	・天候に左右される部分はあるが、底に近付きつつある。今後はやや良くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・そろそろ底が見えたように思われるため、今後はやや良くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・補助金制度のおかげで、この2～3か月間の新車販売は好調に推移する。補助金制度が終了する9月以降は大幅に減少すると思われるが、その前には駆け込み受注も見込める。
		観光型ホテル（経営者）	・7～9月の予約状況は、前年より上回っている。良くなる傾向が見えてきている。
		旅行代理店（経営者）	・連休明けの6～8月にかけての旅行客が、一気に増えつつある。
		ゴルフ場（企画担当）	・2、3か月先は梅雨時期に入り、天候など不安要素はあるが、予約数は前年並みかそれ以上である。今月が悪い分、良くなる。
		美容室（経営者）	・今年の4月は本来に来客数が減ったため、その客が2～3か月先にずれこんで来店する。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅版エコポイント制度やローン減税など、購入を後押しする政策が多く、今後に期待できる。また、地元大手自動車メーカー関連で黒字化している企業も数社あり、消費者マインドの改善を客からも感じ取れる。
	変わらない	商店街（代表者）	・3月と同じく、客の購買意欲は見られるものの、客単価は低く売上増にはつながらない。
		商店街（代表者）	・必要な物以外は購入しない傾向が続き、売上にはつながらない。この傾向はずっと続いていく。
		商店街（代表者）	・良くなる材料は見当たらない。
		商店街（代表者）	・大手量販店等への集中は、今後も変わらない。子ども手当が支給されても、消費者はそういうところでしかお金を使わないので、結局何も変わらない。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・これから梅雨に入るが、少しでも雨が降ると客足は止まってしまう。ただし、スーパーなどでは生鮮品の価格次第で客の行動は激変するため、ドラッグストアでも買得商品の提供などによって売上を伸ばしたい。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・天候不順が、売上に大きく影響する。そのうえ、社会情勢が混とんとしており、客の様子からも先が見えない状況にいら立ちが感じられる。デフレ、景気の横ばいは今後も続く。
		百貨店（企画担当）	・来客数、客単価、商品単価共に前年を上回る月が出始めており、景気に底打ち感はある。ただし、政治的不安定さや外国の財政破たんなどが消費者の心理に影響を及ぼす可能性もあり、全体としては変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（経理担当）	・売上は一部戻ってきてはいるが、店全体でみるとまだまだ復調とはいえず、今後も変わらない。
		百貨店（外商担当）	・相変わらず高額品の動きは悪く、一向に向上向く気配がない。来月末から中元商戦に入ってくるが、会社単位の買物は年末からさらに減ってきているため、苦戦が予想される。
		スーパー（経営者）	・輸出は徐々に増えると思われるが、一般大衆には景気が良くなるという実感はまだ出てこない。節約志向も続く。
		スーパー（経営者）	・子ども手当の支給が開始されるが、それに期待する声は周囲では聞こえない。労働所得が増えない限り、景気回復は難しい。
		スーパー（経営者）	・オートバイ産業が盛んな地域であるが、下請業者が次々消えており、先行きが良くなる状況にはない。
		スーパー（店長）	・買物動向に、顕著な回復の動きは見られない。同じ物なら安い店で買うため、プライベートブランド商品も伸びてはいたが、頭打ち傾向になっている。堅実な買物動向が定着してきている。
		スーパー（店長）	・半年後のたばこの値上げや、高速道路料金の変更等もあり、不安要素はたくさんある。また、ガソリン価格が上がっており、今後に対して明るい状況ではない。
		スーパー（店員）	・景気が良くなるニュースはない。仕入れ状況も厳しく、野菜の高値も影響する。
		コンビニ（エリア担当）	・今も状況は厳しく、単価の下落も続いているが、下げ方が緩やかになってきているため、今後は下げ止まる。
		コンビニ（店長）	・人の動きは多少出てきているものの、依然として財布のひもは固く、購入点数は増えていない。今後もこのような状況が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・バーゲン時期に入るが、売上を増やすというよりは、在庫処理をするという考え方で、在庫を増やさないようにする。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・天候不順により、今後の売行きも微妙である。
		家電量販店（店員）	・3Dテレビが発売されたものの、対応する番組がないため、盛り上がらない。
		乗用車販売店（経営者）	・補助金の期限は9月までであるため、それまでは期待できる。ただし、それ以降の落ち込みは心配である。
		乗用車販売店（従業員）	・ボーナス商戦に向けて様々なキャンペーンを打ち出していく予定であるが、最近はやほど魅力的なキャンペーンでない限り、反応する客は少ない。いかに客のニーズに合うキャンペーンが打てるかである。新車販売は苦戦が続くが、最近の客は若干高くてもしっかりと検査してほしいと、当社のサービス工場への入庫が増えてきているため、収益は確保できる。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金は9月までなので、9月まではこの状態が続く。
		乗用車販売店（従業員）	・5月以降、主力車種のマイナーチェンジや改良が行われ、競争力が強化されるため、販売台数は増加する。エコカー減税の減税率のランクが上がったり、補助金の対象に加えられたりして、購入検討中の客に対してアピールを強化している。今は、減税対象車両でないと、検討の中にも入れてもらえない感がある。補助金制度が実施されている間に、何とか客に検討を促し、市場を盛り上げたい。
		乗用車販売店（営業担当）	・主力の販売商品の絶対数が少ないため、今後は先細りする。
		住関連専門店（店員）	・高額品は多少動くようになっているが、セール品の動きのほうはまだ良いので、将来につながるかどうかは分からない。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・良くなる情報もなく、悪くなる情報もない。
		高級レストラン（スタッフ）	・最近の来客数の回復は、冬の新型コロナの影響による落ち込みの反動という面もあり、持続的に回復するかどうかは疑問である。春闘の状況等を見ると、楽観できない。
		一般レストラン（スタッフ）	・固定客が注文する量に変化は見られず、来店回数も多くなっていない。景気が良くなる気配は感じられない。
		スナック（経営者）	・ボーナス月に入るため、来客数は増えると思うが、景気が回復する見込みはない。例年のボーナス時期のような人通りは、今年は見られない。
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・消費を刺激する出来事が起こらない限り、当分変わらない。
		都市型ホテル（経営者）	・様々な課題が絡み合っているため、今後簡単に良くなる状況にはない。個人消費の状況に、一番の課題がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
やや悪くなる		都市型ホテル(支配人)	・客の動きを見ていると、景気はずいぶん良くなっている。ただし、価格帯は非常に厳しい。今後もこのような状況が続く。
		旅行代理店(経営者)	・一刻も早いオープンスカイ政策の実現や格安航空会社の誘致を行うことによって需要を喚起しない限り、旅行業界は現状維持か将来的には悪くなる。
		旅行代理店(経営者)	・中小零細企業にとっては、悪い状態がまだ続く。客や周囲の経営者も不況から何とか脱却しようと必死で頑張っているのが伝わってくるが、残念ながら景気の状態に変化は見られない。
		旅行代理店(従業員)	・国際イベントが多い年であるが、万博、サッカーワールドカップ共に、前回時と比較すると関心を持つ人や、出掛けようと考えている人は非常に少ない。テレビ観戦で済ます人は、生計に不安を感じており、旅行の出費を控えている。
		タクシー運転手	・良くなるとは思えない。横ばいと思われる。客の話では、選挙が終われば多少良くなるとの声も聞かれ、期待はしている。
		タクシー運転手	・タクシーを使わないで早く帰るエコ生活に慣れてきたため、タクシー乗車は増えない。
		タクシー運転手	・特に会社関係などは経費節減により、チケットを利用する客が少ない。この状況は今後も続く。
		美容室(経営者)	・客との会話では、政治、経済などで明るい話題を聞かないため、当分はこの状態が続く。
		その他サービス[介護サービス](職員)	・4月から新商品の取扱が始まったが、価格戦略的な商品であるため、出荷量を確保できない限り、減益になる可能性がある。
		設計事務所(経営者)	・案件数は、低調なまま推移している。将来につながる計画案件は、あまり出ていない。
		住宅販売会社(企画担当)	・県内では、大手電気メーカーなどが工場を縮小する動きがあり、あまり良くなる状況にはない。
		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)	・4月に入ったとたん、動きはびたりと止まっている。新築工事もほとんどなく、元請けのリフォーム工事店からの見積り依頼も、ほとんどない。
		一般小売店[贈答品](経営者)	・自分用にはお金を使っても、他人に対して今までのようにプレゼントや返礼をすることが少なくなってきた。自分中心的な買物が増え、企業も交際費を縮小する傾向にある。贈答品業界では、マイナス傾向が続いていく。
		百貨店(販売担当)	・厳しい状況のなかでも、入学、就職などに向けての購入があった月は、まだ売上が見込めた。6月以降は、セール待ちの傾向が強くなると思われるため、かなり厳しい状況が予想される。
	コンビニ(店長)	・雨が多く、飲料の動きは鈍い。このまましばらくは、回復に向かわない気がする。子ども手当などに期待はするが、小手先のことで効果は現れない。本格的な景気回復がない限り、小売業にまでは回ってこない。	
	コンビニ(経営者)	・飲食店など、業務用の売上也非常に悪い。歓送迎会、新人歓迎会など、内輪の宴会がないと聞いている。仲間内で集まって一杯飲む余裕がないほどに、懐具合が厳しいのだと思われる。今後も厳しい状況は続く。	
	コンビニ(店長)	・今月に入り低温が続いているため、飲料水が伸びない。この傾向が続けば、売上は伸びない。	
	コンビニ(店長)	・4月後半は気温も上昇し、売上は前年並みまで戻ってきたが、まだ先が読めない。	
	乗用車販売店(従業員)	・客との会話では、政治の不安定に戸惑いが感じられるような話題が多く、今後も厳しくなる。	
	住関連専門店(営業担当)	・住宅版エコポイント制度により、住宅のリフォームは持ち直しているが、持ち家住宅、分譲住宅、マンションは相変わらず低調な状況にある。民間の建築物、公共投資、設備投資が相変わらず低調であり、今後は厳しくなる。	
一般レストラン(経営者)	・デフレ傾向に向かっている。安売り合戦や、ガソリンの値上がりが見込まれるため、悪い方向に向かっている。		
観光型ホテル(販売担当)	・6月の梅雨時期から7月の初夏にかけての受注は、前年と変わらず、ぱっとしない。個人需要の増加だけでは、補えない。		
旅行代理店(経営者)	・先の見通しが立たないため、ますます買い控えが出てくる。どこも今ある仕事に追われる状況にあり、半年先、一年先の仕事が見えないため、不安な状況が続いている。		
旅行代理店(従業員)	・ボーナスも減ると思われるため、レジャー費には回らず、長期旅行は減少する。		

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
		タクシー運転手	・良くなる要素は見つからない。タクシー利用は、消費のなかでは一番後回しにされるため、光が見られるのはまだ先である。
		通信会社（企画担当）	・現在やや良くなっているのは、年度変わりの一時的な現象であると思う。政局も不透明であり、景気は元に戻る。
		通信会社（サービス担当）	・新サービスの提供開始が発表されたが、反応は今一つである。今後も今以上に良くなることはない。
		理美容室（経営者）	・客の来客周期は徐々に長くなってきており、今後は厳しくなる。
		その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・大手同業者が破産したことによる、マイナスイメージの広がりが懸念される。
	悪くなる	乗用車販売店（従業員）	・全体的に、先行き不安が支配している。良くなっていく状態ではない。
		その他専門店〔貴金属〕（店長）	・慎重な購入姿勢が続いており、客単価は大きく落ち込み、悪いのが当たり前になっている。先行きに期待を持っていない状況が続いている。
		理容室（経営者）	・客は余分なお金を使わない。お金は理容室まで回ってこない。このような状況は、今後も続く。
		住宅販売会社（経営者）	・景気は全体的に悪化している。住宅の販売物件はデフレ状況にあり、今後も期待できない。
		住宅販売会社（従業員）	・中堅の住宅関連会社では、いよいよ受注残がなくなっている。倒産の話題が増えてくると、健全な会社に対しても不信感が募り、一層厳しくなる。住宅版エコポイント制度なども、業界の活性化にもつながっていない。
企業動向関連	良くなる やや良くなる	-	-
		紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・梱包資材については、取引先の計画を見ても底を打っており、回復傾向にある。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・月刊媒体に定期的に広告出稿するケースが増え始めており、今後はやや良くなる。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・中国製品の輸入が収まり、他の国からの輸入が増加することに伴って、商材取引と加工分野の仕事の増加が見込まれる。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・自社の受注増には結び付いていないものの、取引先企業を回っていると、回復基調の話が多く聞かれるようになっている。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・引き合い件数は、劇的に増加している。しかも、確実性の高い引き合いが増加しており、受注確率は前月と比べて30%以上も上がっている。自動車産業では、設備投資もこれまでの抑制からの反動がようやく出始めており、プロジェクトに予算が付くようになって、具体的な話をする段階に入っている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・6月には新製品が2機種出るため、期待される。
		電気機械器具製造業（経営者）	・4月は期末月の反動で在庫調整の影響が出るが、6月には回復基調が鮮明となる見込みである。懸念された自動車リコールの影響は回避できている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・地上デジタルへの完全移行に向けて、市場には更に活気が出てきている。良い方向に向かっていくことが、肌で感じられる。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・6月以降、中国向けの自動車販売が増加するとの情報がある。そのため、スクラップ価格も徐々に上がってきている。
		輸送業（経営者）	・小売店に納入する消費財の単品単価は、5～10%改善している。
		輸送業（エリア担当）	・国内の景気回復と中国、アジアの経済発展によって、物流は回復しており、今後も引き続き良くなる。
		輸送業（エリア担当）	・物が動くようになってきたため、各業界では全体的に仕事が増えてきている。ただし、単価が急激に下落しているのは気になる。
		金融業（従業員）	・自動車関係者の話によると、現状はあまり良くないが、2、3か月先には労働時間等も多少増え、大きく回復するとまでは言えないものの、少しは良くなるとの意見が多い。
		不動産業（開発担当）	・立地が特に優れている物件については、取引は活発である。本当に良いものであれば購入するという動きが見えてきており、今後はやや良くなる。
		会計事務所（職員）	・最近、民間企業の間でも「事業仕分け」の言葉がよく聞かれるようになってきている。事業規模の縮小、企業内部の統廃合、事務経費の合理化、人材確保の戦略化などが進められており、その成果によって今後はやや良くなる。
		その他サービス業〔広告印刷〕（従業員）	・問い合わせ件数や受注件数はようやく少し増えてき始めており、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	その他非製造業〔ソフト開発〕(経営者)	・夏までは、大きな景気の落ち込みはない。大手自動車メーカーの生産が落ちているが、一時的である。ただし、下請の工場は厳しくなる。
		食料品製造業(企画担当)	・販売価格は少しずつ改善しつつあるが、原材料価格が少しずつ高騰してきているため、価格転嫁できない状況にある。価格転嫁できるほどには、個人消費は改善していない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業(総務担当)	・受注量、販売量共に、今後も現状と変わらない。
		化学工業(企画担当)	・欧州で幾分持ち直しており、中国は好調であるものの、デフレや競争激化もあるため、全体としては変わらない。
		一般機械器具製造業(経理担当)	・今の傾向は当面続くと見込まれる。今後も、より一層の企業努力が必要である。
		電気機械器具製造業(企画担当)	・以前と比べれば、回復の兆しが見られ始めている。ただし、すべての事業で回復しているとは言えない。政府の政策にもぶれがあり、企業活動にブレーキを掛ける規制が実施されるかもしれない、先行きには不安が付きまとう。
		輸送用機械器具製造業(品質管理担当)	・取引先の生産計画は、今後も変わらない。
		輸送業(エリア担当)	・主要取引先からは、良くなりそうだという話が、少しずつ聞けるようになってきている。ただし、まだしばらくは変わらない。
		通信業(営業担当)	・しばらくは、現状と同じ、回復基調で進む。政治を含めて先行き不透明ななか、以前と比べると景気は回復しているが、2、3か月先は今と同じである。
		金融業(法人営業担当)	・当面、国内外の政策効果から、自動車関連メーカーによる生産回復の動きは続くとみられる。その一方で、公共土木関連の予算の削減から、建設業者では先行きに悲観的な見方が広がっている。
		金融業(企画担当)	・自動車業界の受注は回復しつつあるものの、エコカー減税の恩恵等もあるため、先行きは不透明である。自動車業界だけでなく、他の業界でも明らかに受注が回復しない限り、良くなるとは言えない。
		不動産業(経営者)	・今後も低価格水準で移行するものの、買手は少ない状況が続く。
		広告代理店(制作担当)	・受注増加は見込めず、横ばい状態が続く。
	新聞販売店〔広告〕(店主)	・チラシ枚数は減少したままであり、回復の兆しは見られない。	
	会計事務所(社会保険労務士)	・利益の薄い仕事でも、仕事量は出始めている。雇用はなんとか維持できているため、しばらくはこの状態が続く。	
	やや悪くなる	印刷業(営業担当)	・自社、周囲の会社共に、全体的に調子は良くない。今すぐ景気が良くなる様子は見られず、現状並みまたは悪くなる。
		金属製品製造業(従業員)	・原材料価格の高騰が、非常に足かせになりそうである。
		電気機械器具製造業(経営者)	・5、6月には、原材料価格の値上げが決定されている。価格転化する場合、受注量は減少する。現状の価格で若干上向いたところであるが、再度冷え込むことが予想される。
		輸送用機械器具製造業(財務担当)	・エコカー補助金が9月末でなくなること、米国の得意先企業の販売量が回復しないことを考えると、生産量はやや落ち込む。
		建設業(営業担当)	・現状のままでは、悪くなっていく。良くなるためには、会社自体が変わらなければ難しい。
経営コンサルタント		・中部地方では工場の稼働率が良くなっているため、多少持ち直しの兆しがある。しかし、新規雇用の回復や給料増加にはつながらないため、悲観的な状況が続く。	
悪くなる	鉄鋼業(経営者)	・需要の先食いのために、今後の需要は今までの水準以上に落ち込む。	
	金属製品製造業(経営者)	・引き合いは、引き続き減少している。この先も、景気は更に悪くなる。	
	公認会計士	・大企業の業績好転は下請企業へのコスト転嫁によるものであり、大多数を占める中小企業の業績は好転しようがない。	
雇用関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社(経営企画)	・取引先からの研究開発需要は、徐々にではあるものの、増加することが見込まれる。
		人材派遣会社(支店長)	・業界、企業によって業績の回復傾向は異なるが、全体的に堅調に推移している。ただし、デフレ傾向も続いており、派遣料金の値下げ要請も続いている。その一方で、自治体関係の緊急雇用対策などによる需要増加がある。また、民間企業が派遣社員を委託に切り替える際の問い合わせが100件を越えるなど、派遣法改正に伴う切り替えは加速していく。

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
		民間職業紹介機関（職員）	・契約の打ち切りは、なくなりつつある。社員で対応している企業が多いものの、徐々に上向いてくる。
		民間職業紹介機関（支社長）	・取引先訪問を通して、企業業績が回復に向かっていることを実感している。業績が回復に向かえば、求人は必ず上向いてくる。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・県内西部地区では今後、半年以上にわたって今の悪い状態が続く。都市部の求人数は増加するが、地方は変わらない状態がまだ続く。
		人材派遣会社（社員）	・ゴールデンウィーク前から終わりまでは、地元のお祭りのために需要は少なく、求人数も少ない。5月下旬からは、予約状況が前年以上になっており、求人数も増える。
		人材派遣会社（営業担当）	・エコカー減税や各種政策の動向が不透明であり、各会社も設備投資や人員増強に二の足を踏んでいる。
		人材派遣会社（営業担当）	・まだしばらくは、現状維持の見込みである。下半期に回復の兆しが見られればよい。
		人材派遣会社（支店長）	・周辺企業では、前向きな話題はまだ少ない。自社でも、新規求人数の大幅な増加は見込めない。ただし、新規派遣求人数は、前年同月比プラスが、半年ほど継続している。前年同月と比べれば、景気は持ち直している。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・新聞の求人広告数を見ると、5月のゴールデンウィーク以降の回復は確認できない。現状維持である。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・各企業では新卒採用に慎重であり、採用を控える傾向が強い。新卒向けガイダンスでも、4月以降の企業の参加申込は、前年比70%程度と大幅に落ち込んでいる。先行きに不安材料があるためか、正社員採用にはかなり慎重な動きを示している。
		職業安定所（職員）	・企業からは求人も増えず、求職者も滞留が続いている。今後も今の状況が続く。
		職業安定所（職員）	・製造業の求人が大幅に増えているが、期間工が中心であり、先行きはまだ不透明である。
		職業安定所（職員）	・企業の雇用維持はまだ継続しており、離職者数も減少傾向で推移している。今後もこのような状況が続く。しかし求職者数も高い水準にあるため、予断は許さない。
	やや悪くなる	職業安定所（所長）	・新規求人数は、横ばいもしくは減少が見込まれる。新規求職者数は、年度変わりのこの時期には増加するため、失業者の増加、求人倍率の低下が予想される。
		学校〔大学〕（就職担当）	・これから中小企業を中心とした採用時期に入るが、大手企業に比べると、採用意欲はより低下している。更なる苦戦が予想される。
	悪くなる	-	-

6. 北陸（地域別調査機関：（財）北陸経済研究所）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	商店街（代表者）	・天候が回復することで、今月よりは購買意欲がでてくることを期待している。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・2～3か月先に天候が回復すれば、現状の購買状況はやや良くなるとみている。
		一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	・良い悪いはともかく、子ども手当の支給などで若干なりとも経済にプラスの作用が働く。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・文具業界でのヒット商品も多くなり、この先さらなる期待が持てる。
		コンビニ（経営者）	・来客数や客単価は下げ止まったと実感している。また、近隣の競合店の閉鎖もあって、売上は上向く。
		コンビニ（店舗管理）	・春の販売促進企画の反応が上々であり、前年よりは反応しやすい雰囲気が醸成されている。
		家電量販店（経営者）	・販促手法を変えることにより、多くの集客が実現でき売上も確実に伸びている。
		家電量販店（店長）	・各メーカーが客からの期待も高い3Dテレビの販売を夏までに予定しているので若干の期待はできる。理美容・デジタル関連では売れ行きのよいものもある。
		その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	・購買に大きく影響する地場主幹産業が、円安マインドでやや良くなりつつあり、期待している。
		旅行代理店（従業員）	・上海万博の予約は現段階ではないが今後期待できる。高速道路料金の見直しも業界にとっては混雑の平準化が期待できる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（従業員）	・法人、自治体の年度明けの行事が一段落し、上海万博や平城遷都1300年などのイベント需要を中心とした案件がしだいに活発化している。ゴールデンウィーク明けが一つのヤマ場になると予想している。ゴールデンウィーク明けも活発化しなければ、年度内における見通しは暗くなる。
		通信会社（営業担当）	・例年の年度末に比べて、携帯の新規導入が増加傾向にあり、また、3か月前と比較すると受注量、客からの問合せ量に復調の傾向がでてきている。
		通信会社（役員）	・アナログ放送の終了まで1年余りとせまる中、マスコミを通じた終了告知の頻度も増しており、国民の関心の高まりのなかで、今後地上デジタル放送移行件数は確実に増加していくものと予想している。
		通信会社（営業担当）	・新商品の発売に重なり、販売数が増加する。
		住宅販売会社（従業員）	・各企業の景気回復が客との会話の中で実感として感じ取られ、商談に入る客が増えている。
		住宅販売会社（従業員）	・子ども手当支給などで消費者がどう変わるか期待したい。
	変わらない	商店街（代表者）	・寒い日が続いており、恒例の大型連休前後の農作業も遅れがちのようで、消費行動に結びつきづらい。
		百貨店（売場主任）	・業態別に良好な兆しが見えてこない。市場のデフレ傾向に変化がみえない。
		百貨店（営業担当）	・前年の定額給付金が食料品や身の回り品に使われたとのデータもあり、6月から支給される子ども手当も家庭用品や食料品の売上の後押しになるが、シーズン物のファッショントレンドにまで回るかどうかは難しい。
		百貨店（営業担当）	・客の買い控えに対する我慢ができなくなってきた様子がかがえるものの、回復するほどには財布のひもは緩んでいない。きっかけを探しているといった印象を受ける。
		スーパー（店長）	・客単価は、ここ2～3か月は前年水準近くまでできている。現状はこれ以上上がる要因も、上がる要因も感じられない。今が客単価の一番低い水準であり、下げ止まったと思われる。
		スーパー（店長）	・相変わらず売上の前年比は5%減で推移している。要因は、買上単価の低下や特売日への集中来店傾向が挙げられる。
		スーパー（店長）	・子ども手当支給により、全額が消費に回る根拠が無い。前年のインフルエンザによる影響もあり若干消費は高まるが、子ども手当支給効果は期待できない。失業率上昇による雇用の安全性の不透明感は変わらない。
		スーパー（店長）	・定期昇給が見込めず、節約志向が続き、景気回復につながるような材料がない。今後も厳しい状況が続く。
		コンビニ（店長）	・非常に悪かった前年ベースで考えるとそこまで落ち込むとは思われず、しかし、前々年ベースで考えると、良くなるまではいえない。中食の売上は増加しているものの、全体としては前年に届かず、横ばいか微増が継続する。
		衣料品専門店（経営者）	・今後も客の消費動向は極端には変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	・近隣では外装を塗り替えるビルが目立っているものの、全体的にみれば、現状と変化はみられない。
		家電量販店（店長）	・夏が暑くなれば、エアコンの売上見込みも上がるが、このままの天候の状況では昨年並みで推移しそうである。
		乗用車販売店（経営者）	・乗用車販売については、引き合いはあるが購入にはなかなか進まない。まだ景気回復とは実感ができない。
		乗用車販売店（経営者）	・乗用車を買換えせず、継続して使用する客は、「出費をしばらく控える」「様子見」を理由とする方が多い。
		乗用車販売店（経理担当）	・前年が上昇に反転した時期であることから、環境適合車購入補助金の終了する9月以降の販売状況が大変厳しくなると推測できる。前年実績を確保できるか懸念される。
		自動車備品販売店（従業員）	・依然として低単価志向が強く主力商品の売上低下が続く。しかし地上デジタルチューナーなどの関連商品群では若干の伸びも期待できる。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・景気は最低のラインまでできており、これ以下になるようなことはないであろう。万が一なるようなことがあれば、店をたたむしかない。
		高級レストラン（スタッフ）	・ゴールデンウィークの受注は例年の8割程度と低迷している。観光都市であるため、6月から高速道路料金が平日も特別料金になれば、土日集中から平準化されトータルでは売上増が見込める。

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
		スナック（経営者）	・先行きのよい話も聞かれるようになったが、スナックなど飲食店では、まだ客の警戒心がみられ、無駄なことには手を出さない、無駄なものには手を出さないなどの心理に変化がみられない。
		観光型旅館（経営者）	・来客数は伸びているが、宿泊単価や消費単価が低く売上のには昨年並みになりそうである。
		観光型旅館（スタッフ）	・予約状況が4月に入って伸び悩んでいる。4月は前年比114%までなったが、5月は同93%、6～7月は同110%、8月以降は80%以下と先行きにまだ不安が残る状況と言える。
		都市型ホテル（スタッフ）	・レストラン利用は前年並みを見込んでいるが、宿泊、宴会の受注状況が低迷している。特に6月の宴会低迷が大きい。
		タクシー運転手	・今後もタクシー利用が目に見えて増える状況にはない。多少の変化はあっても、明るい材料に乏しい。
		通信会社（職員）	・携帯電話を積極的に契約をしている、検討しているというより、とりあえず現状維持のため必要だとする客が大多数を占めるため、目先良くも悪くもならない。
		その他レジャー施設（職員）	・新規入会者数は前年割れの状態が続いており、回復の兆しが見られない。
		住宅販売会社（経営者）	・客の様子に変化はみられない。
		住宅販売会社（従業員）	・客の動きに大きな変化があるわけではなく、前年の経済情勢で様子見していた人たちが少しずつ動き出してきた状態である。まだ単価が回復基調に無く厳しい状態は続く。
	住宅販売会社（従業員）	・客数がまだまだ不足しており、競合の激化もしくは企業の自然淘汰が進むと思われる。	
	やや悪くなる	百貨店（売場担当）	・シーズン商品が動き始めたが、大きな動きではない。
		スーパー（総務担当）	・前年からの客単価の低下傾向は、1年間経過して前年並みに落ち着いているが、新たに来客数の前年割れが発生している。引き続き家計の引き締め傾向が見受けられる。
		コンビニ（経営者）	・「仕事量が少ない」「休みが多すぎる」などの客の声が聞かれ、購入単価が上昇する要因が見当たらない。
		住関連専門店（店長）	・企業の業績が良くならない限り、従業員の収入は増えない。増えなければ消費も上がらない。この状況はまだ続きそうである。ボーナス支払はほとんど無くなっている。
		一般レストラン（スタッフ）	・今年は気温の乱高下の影響で季節メニューの出足が悪く、長期予報でも冷夏とあり、6月にゲリラ豪雨や長雨が続きと客足・客単価にも影響がでる。また、野菜高騰が続くと利益にも影響を与える。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊予約以外の予約は低調である。
		テーマパーク（職員）	・依然として一般団体の予約件数や人数は前年を下回っている。また、海外からの客や個人客は上海万博の影響もあり動きが鈍る可能性も懸念されている。特に個人客については反応が鈍く、なかなか回復してこない。
	競輪場（職員）	・販売額の全体的な動きが落ち込み傾向にある。	
	悪くなる	一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	・事務機器業界では、6～8月は物が動かない時期になり、良くなる状況にはない。先行きの計画もまだ立てておらず、不透明感が強くなっている。
企業動向関連	良くなる	-	-
		繊維工業（経営者）	・全体的に新商品開発の動きがあり、6月以降期待している。
	やや良くなる	一般機械器具製造業（総務担当）	・引き合いが出ているので、設備投資意欲が増していると判断している。今後受注が期待できる。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・従来からの製品についての受注増は難しい状況にあるものの、5～6月には新製品を発売する取引先が多く、これに向けての新規受注でフル稼働に近い状況になっている。
		通信業（営業担当）	・通勤途中でも目立ってきたが、住宅の新築工事が最近増加したように思える。また通信分野においても上向きに転じている。
		不動産業（経営者）	・個人客、法人客ともに不動産取引について問い合わせや動きが出ている。
		繊維工業（経営者）	・受注の先行きについては期待感があるものの、デフレや国内消費の低迷、さらには原料および燃料関連の値上がり心配である。
変わらない	プラスチック製品製造業（企画担当）	・3か月や6か月といった期間の先行きでは、住宅市場は戻るとは思えない。現状変わらない状況が続くであろう。	
	一般機械器具製造業（経理担当）	・業種によって景気の回復がまだら模様である。まだまだ消費が回復するには時間を要する。	

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
		精密機械器具製造業（経営者）	・ここ2～3か月の受注状況は、現在よりは若干減少するものの、ほぼ同水準の予定である。
		金融業（融資担当）	・製造業においては、中国、東南アジア方面への輸出を見込む企業もあるが、販売価格においては大きく期待できず、引き続き現状維持となる。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・前年は前半が非常に悪かった影響で、売上はここ数か月前年比増加傾向だが、今後は前年を維持して推移する。
		司法書士	・新しい動きもあるが、会社の解散・店舗の閉鎖も多い。
		税理士（所長）	・製造業では、エンドユーザーが中国をはじめとしたアジアの企業であり、価格では円高の影響もあり、以前のような価格が付かないものの、出荷量自体は伸びている。為替相場が安定しており、企業では比較的計画的に生産計画を立て易くなっている。為替相場が安定している時期の方が将来の投資計画も立て易い。ただ人民元の切り上げの問題が懸念される。
	やや悪くなる	食料品製造業（企画担当）	・主原料価格の割程度の値上がりが見込まれている。一方、市場の製品価格は下がり、主原料、重油やガスなどの燃料費の値上がりが見込まれ、収益力を弱めることとなる。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注は現状よりやや悪い。
		輸送業（配車担当）	・少しずつ軽油価格が上昇しているが、荷主への価格転嫁ができない。
	悪くなる	建設業（経営者）	・連立政権が7月の通常選挙に向けて、公共事業発注を行なおうとしても「コンクリートから人へ」の呪縛を解き放つことはできない。できたとしても効果が現れるには時間がかかり、結局のところ建設業は衰退の道を加速することになるであろう。
		建設業（総務担当）	・建設工事量の減少に伴い、受注価格がさらに非常識な水準での競争が続くと思われ、ますます厳しい局面に入ると見込まれる。
輸送業（配車担当）		・ここへきてトラックの燃料である軽油価格が110円を突破する勢いで上昇しており、これが値下げ方向に転化するとは思われず、先行き燃料費などのコスト増でますます悪くなる。	
雇用関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	-	-
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・要求される人材のスキルは高くなる一方、派遣料金低下で人材確保も厳しい状況である。
		人材派遣会社（社員）	・先行き不透明感が強い。女性の大学卒・短大卒の新卒の就職がかなり厳しく、すぐに解消するとは思えない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・社員の積極的な採用の話が出てこない。
		職業安定所（職員）	・天候不順のため、個人消費の盛り上がりが見込めない。
	民間職業紹介機関（経営者）	・民間企業の人材紹介や派遣を採用する動きはなく、多少の仕事量の増加では内部対応で済ませている。	
やや悪くなる	-	-	
悪くなる	-	-	

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（株））

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	商店街（代表者）	・クレジットカードの利用状況をみても、前年を数%ずつ上回る傾向が続いているため、先行きはやや良くなる。
		商店街（代表者）	・抽選会を定例イベント化したことで利点が増えているため、先行きはやや良くなる。抽選会の時期に商品の仕入れを集中できるほか、抽選に合わせて商品予約をする客も増えている。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・来客数が自然に増加しているため、消費は今後上向いていく。	
	一般小売店〔カメラ〕（販売担当）	・今月の状態が続けば、気候も暖かくなって人の動き自体が活発になるほか、今まで買物を我慢していた反動もあるため、少しずつ上向きになる。	
	百貨店（売場主任）	・2～4月の売上は前年並みで推移しているほか、前年は新型インフルエンザの影響で落ち込んだため、どう転んでも前年以上の売上で推移する。	
	百貨店（売場主任）	・景気回復の大きな要素は見当たらないが、近隣では競合店の改装や閉店セール、大型商業施設のオープンなどが相次ぐため、客の消費意欲が喚起される。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業担当）	・気温の低い状態が続いていたが、ここへきて気温が上がってきたほか、春夏商材も出そろっている。今までの反動もあり、今後は需要がかなり伸びる。
		百貨店（マネージャー）	・今後は子ども手当の支給など、家計にある程度のインパクトを与える政策が実施される。それが消費に回れば、少なくとも何らかの良い影響が出てくる。
		百貨店（婦人服担当）	・2年前の悪い状況から大きく改善が進んでいるため、更に大きな伸びは期待できないものの、今後も回復傾向が進む。
		百貨店（サービス担当）	・前年は新型インフルエンザの影響で客足が遠のき、売上も大変苦戦したが、今年はゴールデンウィークの休みも長いいため、来客数の増加につながる。また、平城遷都1300年祭への出展ショップの売上も伸びる。
		百貨店（売場担当）	・花柄のプリントなど、長期間使える色や柄以外の商品に対する客の反応が良くなってきたため、今よりもファッションやおしゃれ関連の商品が動く。
		百貨店（商品担当）	・3月以降、定価品の売上が若干回復しており、4月も継続している。客も買い控えに疲れてきた感があるため、今後も回復傾向が進む。
		スーパー（店長）	・新商品や話題の商品など、価格に関係なく売れる物が出てくるなど、安さだけを求めて買い回りすることに疲れが出始めている。今後は少し価格の高い物も売れ始めるため、状況はやや良くなる。
		スーパー（経理担当）	・子ども手当の支給や、株高による資産効果、夏のボーナス増加など、消費に好影響を与える材料がみられるほか、昨夏以降の売上の減少傾向も一巡するため、今後は徐々に上向く。
		スーパー（社員）	・節約傾向が長期間続いてきたが、店頭客の意見に新しい商品やメニューを求める声が増えているため、先行きはやや良くなる。最近は低価格志向の店よりも、やや高価格な店舗の方が堅調な売上を確保できている。
		乗用車販売店（営業担当）	・エコカー減税やエコカー購入補助金などが9月まで延長されたため、今後も販売量が増える。
		高級レストラン（支配人）	・桜の開花が遅れたことで、今の時期にしては観光客が予想以上に多かった。また、販売量も予想を上回るなど安定した状況が続いているため、先行きの見通しも明るい。
		一般レストラン（経営者）	・政治への不信感、不安感はあるものの、景気が回復傾向にあることは認識されつつあるため、消費者心理の改善が進む。
		一般レストラン（経営者）	・高速道路料金の引下げが終わるため、土日の来客数が回復する。
		一般レストラン（経理担当）	・消費マインドはさほど高くないが、ここ数か月の消費は意外に底堅い。これで気候が良くなれば、更に売上が伸びる。
		都市型ホテル（営業担当）	・前年は新型インフルエンザの影響で5、6月の売上がかなり落ちたため、今年はホテル全体として例年並みに戻る。宿泊では個人客の動きが良くなっているほか、一般宴会も恒例の予約がほぼ入っているなど、やや持ち直した感が出てきている。
		旅行代理店（経営者）	・前年比で見れば、前年の新型インフルエンザによる落ち込み分だけ大きく伸びるが、力強さはない。株価が堅調である点は良いものの、政局の混迷による閉そく感は当面続く。
		旅行代理店（広報担当）	・上海万博は開催期間が6か月と長く、このイベントを起点に旅行需要が盛り上がるため、夏休みの旅行増加につながる。客からも、気持ちの盛り上がり足りないだけで、旅行の費用がないわけではないとの声も多い。マインドの問題は非常に大きいので、盛り上がりさえ出れば景気も良くなる。
		通信会社（社員）	・インターネット関連の動きだけではなく、地上デジタル放送の開始まで1年程度となるため、それに対応した需要が動き出す。
		観光名所（経理担当）	・客単価はなかなか上がらないため、売上は厳しいものの、来場者数が前年を上回る日が多くなっている。
		その他レジャー施設 [球場]（経理担当）	・プロ野球の交流戦が開催されるほか、家族向けのイベントや人気アイドルグループによるコンサートがあるため、来場客は増える。
		住宅販売会社（総務担当）	・住宅取得資金の贈与に関する非課税枠の拡大、住宅版エコポイントといった政策による効果が徐々に出てきているため、先行きはやや良くなる。

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
		その他住宅〔展示場〕 (従業員)	・住宅版エコポイントの開始や、住宅取得資金に関する贈与税の非課税枠の拡大により、4月は住宅展示場への来場者が増加している。この傾向は今後しばらく続くため、先行きはやや良くなる。
		その他住宅〔情報誌〕 (編集者)	・住宅ローン減税や住宅取得資金に関する贈与税の非課税枠拡大といった支援策、企業決算の改善、子ども手当の支給など、新築マンションに対する購入意欲が徐々に上向いてくる。それに伴い、市況の回復も緩やかに進む。
	変わらない	商店街(代表者)	・天候要因で初夏物の需要がなくなったため、夏のバーゲンセールの前倒しにつながるなど、今春、今夏の売上は良くならない。
		一般小売店〔事務用品〕(経営者)	・一部企業の好決算が報じられているが、ここへきて原材料価格が高騰し始めている。今後、商品価格の上昇につながることであれば、消費マインドが再び冷え込む。
		一般小売店〔花〕(経営者)	・特に大きな変化のある時期ではないが、先行きが不透明で予測が立たない。
		一般小売店〔衣服〕(経営者)	・先行きが良くなることはなく、悪い状態が続く。
		一般小売店〔鮮魚〕(営業担当)	・末端の客を相手にする小売業は非常に厳しい。財布のひもも固いため、当分の間は閉そく感の強い状態が続く。
		一般小売店〔衣服〕(経営者)	・今年は冷夏になるとの声も聞かれるため、夏物衣料の動きも鈍くなる。ただし、最近は季節商材以外の動きが少しは出てきている。景気が上向きになったとは決していえないが、前年のように悪化している感もない。
		一般小売店〔野菜〕(店長)	・まだまだ景気回復には程遠いため、先行きの見通しは厳しい。
		一般小売店〔雑貨〕(店長)	・低迷した販売量が上向くとは思えず、今後たばこが値上げされることになれば、更なる悪化が進む。
		一般小売店〔菓子〕(営業担当)	・贈答品の売上は横ばいが続いているため、先行きも厳しい状況が続く。
		百貨店(売場主任)	・まだリニューアルは3分の1が終わっただけであり、今後も工事をしながらの営業となるため、その影響を大きく受ける。
		百貨店(売場主任)	・消費者の所得が大きく増えない限り、ファッション関連の購入は増えない。子ども手当の支給で所得が若干増える可能性はあるものの、消費を活性化させるほどの効果はない。また、春物衣料の不振により、取引先が商品供給に消極姿勢となる可能性もあるなど、売上の好転する要素が見当たらない。
		百貨店(売場主任)	・子ども手当の支給などで消費マインドは多少和らぐものの、中元などのギフトは販売量、単価の悪化が避けられない。
		百貨店(企画担当)	・セールを前面に出した売場展開となっているため、クリアランスセールを行っても新鮮味がなく、売上は伸びにくい。
		百貨店(企画担当)	・販売額が伸びるような要因が見当たらないため、今後も今の状況が続く。
		百貨店(営業担当)	・家具の引き合いがみられるなど良い傾向もあるが、美術品や宝飾品といった高額品への客の興味が低下しており、見通しは厳しい。
		百貨店(店長)	・メーカーなどの設備投資が少し増えて右肩上がりになりつつあるが、小売はまだ前年を下回る状況が続いているため、全体的には変わらない。
		百貨店(外商担当)	・景気が良くなっていると報じられるが、地方の百貨店業界の厳しい状況は変わらない。
		スーパー(経営者)	・客の間では、ボリュームがあって値打ちもある商品を好む傾向が強まっているため、今後も厳しい状況が続く。客は今日のメニューを決めて買物に来るのではなく、その日の買得品に合わせてメニューを決めている。
		スーパー(経営者)	・景気の持ち直しが報じられているが、日常の買物では客の節約志向に変化はない。値下げを行っても、来客数、販売点数の大幅増にはつながらないため、各社で販売価格の見直しを進める気配がある。今後は業界全体で単価の上昇が進む可能性もある。
		スーパー(店長)	・天候次第で生活必需品の動きは変わるが、低価格志向そのものは続く。
		スーパー(店長)	・食料品を中心に来客数の増加が続くため、店全体でも増加傾向となる。その一方、衣料品の来客数、1品単価の回復は当面見込めず、特に子ども、婦人関連の不振が続くことになる。

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
		スーパー（店長）	・先行きの不透明感と不安感が広がっているなど、消費が活発化する要素は少ない。
		スーパー（店長）	・テレビや冷蔵庫といった一部の省エネ家電の動きはまずまずであるが、一般的な商品は単価の維持が困難となる。
		スーパー（企画担当）	・好材料がないため、今後も厳しい状態が続く。
		スーパー（広報担当）	・天候によって消費意欲が大きく左右されるが、前年の新型インフルエンザの影響で落ち込んだ反動や、子ども手当による効果には期待できる。ただし、最近の状況から判断すると、一直線に回復が進むことはない。
		スーパー（販売担当）	・競合店の販売価格を調べて値下げを行い、更にそれをほかの競合店がみて値下げする状況となっており、見通しは厳しい。販売件数は前年並みであるが、1品単価が落ちているため、売上全体では前年割れの状況が続いている。
		スーパー（管理担当）	・好転する材料は見当たらないものの、下げ止まりの傾向が出てきている。
		スーパー（企画）	・生活や将来に対する消費者の不安が取り除かれないうちは、まだ当分続く。
		コンビニ（マネージャー）	・製造業の回復が小売業に波及するまでには、もう少し時間が掛かる。
		衣料品専門店（販売担当）	・客からは現状維持で我慢するという声が多いなど、明るい材料がない。
		家電量販店（店長）	・地上デジタル放送の開始に伴うテレビの需要はあるものの、先食いつたテレビやエアコン、冷蔵庫の需要は3か月では戻らない。12月までは3月並みの需要が見込めない。
		乗用車販売店（経営者）	・良くなる材料が見当たらない。
		住関連専門店（店長）	・注文数が依然として少ないほか、消費者の安値志向も続いているなど、状況が変わる気配は全くない。
		住関連専門店（店員）	・良くなるきっかけがないため、今後も厳しい状況となる。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・太陽の日差しが強くなれば日焼け止めや殺虫剤の動きが増えるなど、天候によって大きく左右される。今のところは前年比で20%程度の落ち込みとなっているため、全体としては厳しい状況が続く。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・前年は新型インフルエンザで落ち込んだため、今年の前年比は良くなるのが期待されるが、先行きは不透明である。
		その他専門店〔医薬品〕（店員）	・広告品を中心に動きはみられるが、低額品が中心で季節商品に伸びがみられないため、今後も厳しい状況となる。
		一般レストラン（スタッフ）	・来客数と客単価は若干回復しているが、先行きについてはゴールデンウィークが一つの目安であり、大きな変化はない。
		一般レストラン（スタッフ）	・関西圏に比べて関東圏は好調に推移しているなど、東京以外の地域では景気が上向いていない。不景気が逆に東京集中を加速しているため、先行きの見通しは厳しい。
		スナック（経営者）	・来月は連休もあって暇となるが、その先は小規模な団体の予約も少し入っている。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・客の給与水準に変化はなく、財布のひもを緩めるだけの好材料が見当たらない。
		その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・客からは、会社からの接待費が出ないほか、個人的にも飲みに行く日が少なくなったとの声が聞かれるため、今後も厳しい状況となる。
		観光型ホテル（経営者）	・今月は歓迎会などの宴会数が増え、売上は前月並みを維持できている。ゴールデンウィークの来客数や婚礼件数の伸びをみると、来月の売上にも期待できるが、梅雨の時期や7月は低迷してくる。
		観光型ホテル（経営者）	・宿泊や館内消費の客単価の悪化が止まる兆しはない。来客数を増やすしか打つ手はないが、キャパシティの問題もあり、週末などの繁忙日は来客数をこれ以上増やすことはできない。一方、価格を下げて平日の来客数を増やしても、利益が大幅に圧迫されることになる。
		観光型ホテル（経営者）	・やや良くなっている感はあるものの、政治の混乱や経済政策の不足という点から、回復が進む確証はない。
		観光型旅館（団体役員）	・夏を迎えて需要が最も伸びる時期となるが、先の予約状況をみても動きがない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・先行予約の動きはまだまだ厳しく、宿泊部門ではインターネット経由の間際予約が中心となっている。特に、6月は客足が弱まり、近隣ホテルとの価格競争が激しくなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊では韓国、中国からの観光客の利用が好調で、単価は安いものの、国内客が不調のため頼らざるを得ない。一方、宴会は大型案件の先行予約が好調であるが、小規模の会合が減少しており、前年比では微減となる。

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
		都市型ホテル(マネージャー)	・先行きは前年を上回る動きとなるものの、前年に新型インフルエンザの流行で落ち込んだ反動が大きい。また、今後は競合店の進出で供給が増える一方、需要が活発になる要素は少ない。特に、レストランの動きは鈍いまま、個人消費が全体を押し上げるほど回復することはない。
		都市型ホテル(役員)	・宿泊、飲食部門は価格を下げて販売しているため、来客数は伸びるものの、売上が前年並みに戻るまでには至らない。宴会部門も今年に入って景気低迷の影響が顕著に出ているため、受注件数はなかなか伸びない。
		タクシー運転手	・価格改定から1年以上が過ぎて、ある程度浸透したため、乗客も慣れてきている。ただし、今までと同様に必要最小限での利用が定着しているため、バブル期のような不必要な利用は今後もない。
		タクシー運転手	・参議院選挙があるため、特に選挙活動の期間中は夜間の乗客が極端に減る。
		タクシー会社(経営者)	・個人客、法人客共に節約傾向が続いている。特に、法人客によるタクシーチケットの利用が非常に少なく、経費の削減傾向が続いているため、今後も厳しい状況となる。
		通信会社(経営者)	・客の様子に大きな変化がないため、先行きも厳しい状況となる。
		通信会社(経営者)	・携帯電話の機能拡充にも限界が出てきており、スマートフォンに注目が集まりつつある。これによって買換え需要は喚起されるものの、通信事業者への販売手数料は更に抑えられる動きがあるため、今後は利益の圧迫が進む。
		テーマパーク(職員)	・具体的な景気刺激策もなく、期待していた子ども手当の効果についても、消費動向を左右するほどではない。
		観光名所(経理担当)	・天候は寒暖の差が激しく不順であったが、月前半の人出はやや多く、中旬ごろまでは花見と重なって来客数が増えたため、売上は前年並みであった。ただし、前年は新型インフルエンザの影響で来客数、販売額共に振るわなかったことを考慮すれば、消費はまだまだ良くなっておらず、見通しも厳しい。ただし、体験教室の来客数は徐々に増えている。
		遊園地(経営者)	・客の間に動きが出てきた感はあるものの、先行きはいまだに不透明である。
		競輪場(職員)	・例年、特に変化のない時期であるほか、好転する要因も見当たらない。
		その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設](企画担当)	・天候要因がなくなれば前年並みの集客は期待できるものの、ゴールデンウィークのイベント効果などを見極めなければ、明るい見通しは立てられない。
		その他サービス[学習塾](経営者)	・5月末に無料体験キャンペーンを行うため、その結果次第で生徒数に変化が出る。
		その他サービス[生命保険](営業担当)	・新社会人の生命保険への加入検討が増えるものの、今年は大幅な増加にはならない。
		住宅販売会社(経営者)	・地域性もあり、高速道路料金の問題で住宅の購入の様子見している客も増えているため、先行きは不透明である。
		住宅販売会社(経営者)	・客に消費意欲が感じられない。デフレ傾向を脱しなければ回復は進まない。
		住宅販売会社(従業員)	・住宅価格に割安感がなければ、消費者は関心を示さない。土地価格が底を打ったことで、住宅価格の値下げは難しくなったため、先行きの見通しは非常に厳しい。
		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)	・賃金が上昇する話も聞かれないため、景気全体に大きな変化はない。
	やや悪くなる	一般小売店[食料品](管理担当)	・おかし関係の部署が暇で、3週間ほど前から週に2回の出勤となっているほか、別の部署を手伝っている状態が続いているため、先行きの見通しは厳しい。
		一般小売店[花](店長)	・原油価格の高騰によるガソリン価格の上昇で、景気が悪影響を受ける。
		スーパー(経営者)	・都市部では持ち直し傾向が一部にみられるが、地方ではデフレの影響が少し遅れて出ているため、今後は今以上に厳しくなる。
		コンビニ(経営者)	・来客数の増加が見込めないほか、割引セールを実施してもセール品しか売れないため、結果的に客単価の低下につながっている。デフレの悪循環に陥った感があり、先行きの見通しは厳しい。
		コンビニ(店長)	・気温の上昇に伴って客の利用は増えるものの、客単価が伸びないため、売上全体としては伸び悩む。また、商品発注に必要な気温の予測についても、過去の推移が当てにならないため判断が難しくなる。

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
		コンビニ(店長)	・今年5月後半も天候が悪く、6月は雨量が前年よりも増え、7月は気温の上昇が少ないといった予測が出ている。コンビニにとっては厳しい夏となり、年間で最も売上の伸びる時期に落ち込むことになる。
		衣料品専門店(経営者)	・今は定価品が最もよく売れる時期であり、今売っておかなければ、5、6月にはバーゲン待ちで買い控えが始まるため、夏のバーゲンまで売れなくなる。
		家電量販店(経営者)	・夏物商戦はエコポイント制度の対象であるエアコンや冷蔵庫といった季節商品を積極的に展開するが、景気を刺激する要素が見当たらない。
		乗用車販売店(経営者)	・新車販売、車検、修理のすべてで売上が伸びず、予約注文も少ないなど、先行きの見通しは厳しい。
		乗用車販売店(営業担当)	・今後は先行きの不透明感がますます強まるほか、景気対策を進めるべき政界も混乱しているため、明るい見通しは持てない。
		乗用車販売店(営業担当)	・販売店の統合による経営方針の変更に伴い、やや悪くなる。
		観光型旅館(経営者)	・天候不順で野菜価格が高騰しているほか、ガソリン価格も10円ほど値上がりしており、今後悪影響が出てくる。
		都市型ホテル(支配人)	・高速道路料金の実質値上げが行われようとしており、観光客の減少や個人消費の冷え込みにつながる。子ども手当の効果も不透明であり、現段階では景気の良くなる材料が見当たらない。
		その他サービス[コインランドリー](経営者)	・近隣に競合店が出店したため、顧客の一部がそちらへ流れる。
		悪くなる	
一般小売店[花](店員)	・天候不良のほか政治不安もあり、生花がますます売れにくくなる。母の日商戦も、原価の高騰によって販売価格が上がるため、販売量の増加は難しい。		
衣料品専門店(経営者)	・天候不順による春物商戦の不調が尾を引き、夏物商戦にも期待が持てない。また、7月の参議院選挙が終わるまでは、選挙活動などに伴う不況が続く。		
その他専門店[宝飾品](販売担当)	・金相場の上昇に伴って仕入コストが上昇する。宝石の価格上昇につながれば、アクセサリで十分と考える客も増えるため、先行きの見通しは厳しい。		
住宅販売会社(経営者)	・本来であれば決まるはずの契約が決まらず、とても不気味な感があるため、見通しは暗い。		
木材木製品製造業(経営者)	・6月に新規事業を開始するため、その効果が出てくる。		
企業動向関連	良くなる	木材木製品製造業(経営者)	・6月に新規事業を開始するため、その効果が出てくる。
		家具及び木材木製品製造業(営業担当)	・受注量が増えてきたため、先行きはやや良くなる。
	やや良くなる	パルプ・紙・紙加工品製造業(経営者)	・微増ながら5月分の受注量が増えているため、見通しは明るい。ただし、顧客企業の間では業況の格差が拡大している。
		化学工業(経営者)	・業績は引き続き回復していくが、それぞれの得意先に特別な活気があるわけではなく、力強さを感じるほどではない。
		化学工業(管理担当)	・国内市場では自動車、家電、半導体向けは横ばいとなる一方、環境関連は若干上向き、輸出も中国、韓国向けは堅調に推移する。それに伴い、販売量は緩やかに増加していくものの、原油価格の上昇による原材料費の値上げ圧力や、需要増に伴う値引き要請が強まるため、忙しい割には回復を強く実感できない状況となる。
		一般機械器具製造業(営業担当)	・取引先からの人員の増員要請に加え、海外展開の話も活発に進んでいるなど、見通しはやや明るい。
		電気機械器具製造業(経営者)	・パソコンや薄型テレビなどが消費者の購入意欲を刺激しているため、家電製品や情報機器の出荷は今後も増加が進む。
		電気機械器具製造業(経営者)	・米国の景気が良くなっているほか、上海万博が世界経済に明るさをもたらすため、先行きは良くなる。
		電気機械器具製造業(宣伝担当)	・エコポイント制度による需要の押し上げに加え、ワールドカップサッカーの開催といったイベントにより需要が更に伸びる。
		その他製造業[履物](団体職員)	・参議院選挙を控え、選挙対策の景気刺激策が出てくることで、一時的に少し良くなる。
建設業(経営者)	・4月に土壤汚染対策法が改正され、ホームページなどへの問い合わせが少しずつ増えている。まだ力強さには欠けるが、資産除去債務の取扱いにも関心が高まっているため、先行きはやや良くなる。		

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		広告代理店（営業担当）	・3月以降、顧客企業の動きに若干底を打った感があるため、先行きはやや良くなる。		
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・サッカーワールドカップの開催など、大型イベントによる需要喚起が進む。		
		食料品製造業（従業員）	・低価格品が中心に動き、1品単価の低下を販売量でカバーするという状況は、今後も大きく変わらない。		
		食料品製造業（経理担当）	・デフレ傾向に底打ち感も出てきているが、当分は良くなる材料が見当たらない。		
		繊維工業（団体職員）	・景気の一部に回復の兆しといった報道もあるが、実態はまだまだ低調である。法人が中心となる当地タオルへの需要も、当面厳しい状態が続く。		
		プラスチック製品製造業（経営者）	・底を打った感はあるが、回復傾向の進む材料が見当たらない。政府の公共投資が増えない一方、発注を増やすような体力のある企業も多くない。		
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・やや良くなる雰囲気はあるものの、売上などの数字には表れてこないため、まだまだ回復には時間が掛かる。		
		金属製品製造業（総務担当）	・今年度の公共工事予算が動き出すのを待っているが、前年に比べて大きく増加することはない。		
		一般機械器具製造業（経営者）	・顧客企業の設備投資計画は、徐々にではあるが積極的に動きつつある。ただし、ここ数か月の間では状況が大きく変わることはない。		
		電気機械器具製造業（営業担当）	・継続的な受注は減っているが、新規の引き合い量が増えているため、全体としては今の状態が続く。		
		電気機械器具製造業（企画担当）	・急激に受注が拡大する要素がないため、3、4月の回復傾向が今後も続くかどうかは不透明である。		
		電気機械器具製造業（企画担当）	・国内市場への供給はコスト競争力のある製品が求められるため、今後も厳しい状況となる。		
		建設業（営業担当）	・取引先からは設備投資を再開する声も出始めているが、なかなか具体的な動きはないため、回復にはもう少し時間が掛かる。		
		輸送業（営業所長）	・長期的、継続的な輸入貨物の到着情報も少ないため、先行きは不透明である。		
		輸送業（営業担当）	・個人間の荷物は多少増えているが、企業間の荷物は今月も減っている。来月もその傾向が続く気配であるため、状況に大きな変化はない。		
		金融業（支店長）	・住宅版エコポイントに関する知識が更に浸透することで、取引先の建売業者の売上が増える。ただし、本業の建売住宅の販売が不振であるため、先行きは不透明である。		
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・折り込み広告は増えているものの、経済的な理由での購読中止が増えているため、全体としては変わらない。		
		広告代理店（営業担当）	・ゴールデンウィークや夏のセールで消費意欲は盛り上がるものの、全体的に大きな変化は起こらない。		
		司法書士	・不動産取引自体が少なく、あったとしてもやむを得ない事情による売買であるため、これ以上良くなる材料が見当たらない。		
		経営コンサルタント	・エコポイント制度などで政府の財政赤字が拡大するなか、スーパーで買物をする主婦からも、今に大変なことになるといった声が聞かれる。また、野菜価格の高騰でスーパーの売上は伸びるはずが、低額品しか売れないため、売上は前年を下回っている。この状況は今後も当分の間続く。		
		経営コンサルタント	・顧客企業の業界全体の動きや、売上、利益の推移をみていると、今後も現在の状況がしばらく続く。		
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・依然として先行きは不透明であり、良くなる材料が見当たらない。		
		やや悪くなる		繊維工業（総務担当）	・得意先では利益の圧迫が進み、催事の経費が賄えなくなっているため、メーカーによる負担分の増加が進む。
				繊維工業（総務担当）	・天候不順により春物商品の販売が思うように進んでいない。今後、好転することを期待しているが、景気全体の動きを考えるとそれも難しい。
				金属製品製造業（経営者）	・4月以降の鋼材値上げで受注が減り、在庫調整期に入る。
				金属製品製造業（管理担当）	・業界全体の受注量が減少するなか、価格競争の激化で利益が更に減少する。また、同業他社に得意先を奪われているため、当分の間は回復の兆しも出てこない。
建設業（経営者）	・6月からの貸金業法の改正に伴い、住宅ローンの審査に悪影響も出るため、案件の減少につながる。				
広告代理店（営業担当）	・広告予算を削減している顧客が多く、先行きに明るい材料が見当たらない。				
その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・取引先から良い話が聞かれないなど、先行きの見通しは暗い。				

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	
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・今後も回復傾向は続くものの、徐々に原料価格の上昇が進んでいる。綿糸価格は前年比で60%以上の上昇、ゴム関係は2倍以上、原油も50%の上昇となっており、利益の圧迫が進むため、今後の経営環境は悪くなる。	
	悪くなる	化学工業（企画担当）	・投機目的のファンドはこれまで落ち着きをみせていたが、再び資源市場に参入する動きがあるため、先行きの見通しは厳しい。	
		金属製品製造業（営業担当）	・鋼材価格の値上がりで収益が圧迫される。	
		一般機械器具製造業（設計担当）	・今後も受注量の減少が進む。	
		不動産業（営業担当）	・店舗や事務所の解約が続いており、賃料を下げても次のテナントがなかなか決まらないため、先行きの見通しは悪い。	
雇用 関連	良くなる やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・新年度に入り、即戦力に絞って派遣求人を出す企業が増えているため、先行きはやや良くなる。IT関係では依然として人が余っているものの、派遣依頼は確実に増えている。	
		職業安定所（職員）	・求人倍率は0.5倍程度とまだまだ低いものの、雇用失業情勢は改善傾向が進む。ただし、企業の業績は改善しても、海外との厳しい競争もあるため、賃金などに反映される割合は低いまま推移する。	
		職業安定所（職員）	・管内の景気は厳しい状況にあるが、緩やかに持ち直しているため、先行きはやや良くなる。中国を中心にアジア向けの輸出が回復しており、製造業の求人意欲が弱いながらも増加傾向にある。	
		職業安定所（職員）	・産業別、職業別にみた新規求人数には増減のばらつきが大きいが、製造業では大きく増加しているため、今後はほかの産業の増加につながる。ただし、新規求人数の増加傾向はパート求人の増加によるもので、正規雇用には依然として回復がみられないため、本格的な回復にはまだ時間が掛かる。	
		職業安定所（職員）	・新規求人が増加に転じ、有効求人倍率も緩やかに上昇していく。ただし、求人数の増加する勢いは弱く、増えたとしてもわずかな規模にとどまる。	
		民間職業紹介機関（営業担当）	・周辺企業の様子から判断すると、先行きはやや良くなる。	
		民間職業紹介機関（支社長）	・製造業では求人意欲の回復が鮮明になっているため、先行きはやや良くなる。前年度に採用抑制を行った分の補充も含め、環境などをキーワードに求人が増加している。	
		学校〔大学〕（就職担当）	・採用動向の改善にはもう少し時間が掛かるものの、景気全体については上向く。	
	変わらない		人材派遣会社（支店長）	・7月は参議院選挙関連で短期業務の依頼は増えるが、そのほかに良くなる要素はない。
			求人情報誌製作会社（企画担当）	・求人件数は現状程度で推移すると考えるのが妥当である。
			新聞社〔求人広告〕（担当者）	・医療関係の求人広告には期待が持てるものの、ほかに目立った好材料がない。これ以上の悪化はないが、好転する兆しもない。
			新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・パート、アルバイト求人に動きの出ることがポイントとなる。そのためには折り込み広告やインターネットの求人が動き始めなければならないが、現段階では不透明である。
			新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・雇用情勢の本格的な回復は依然として進んでいない。現在の忙しさもあくまで一時的な物であり、今後も回復が続くことはない。
			新聞社〔求人広告〕（担当者）	・中小企業の求人数や新聞広告の出稿状況が良くなっている気配はあるものの、まだまだ当社の受注に表れる気配はなく、むしろ再び落ち込む感がある。
		職業安定所（職員）	・雇用調整助成金の利用がなかなか減らないため、まだまだ回復には時間が掛かる。	
		職業安定所（職員）	・大企業では国内売上は良くないものの、アジア向けなどの海外売上は好調であるため、多くが前年並みの採用を計画している。ただし、依然として先行きが不透明なため、中小企業は採用に慎重となっている。	
		民間職業紹介機関（職員）	・建設部門の日雇求人は大きく減少しており、季節要因以外で増加する兆しはない。	
		民間職業紹介機関（大学担当）	・新卒、中途採用の回復は企業の経営改善に託されているため、まだまだ回復は進まない。	
	学校〔大学〕（就職担当）	・企業はまだまだ先行きに不安を持っているため、採用意欲が高まるまでには至らない。		
	やや悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・今後、派遣業界では規制が更に厳しくなるため、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
	悪くなる	-	-

8. 中国（地域別調査機関：（社）中国地方総合研究センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	百貨店（購買担当）	・店は6月の子ども手当の支給に向けた対応をしているが、客はその使い途を貯蓄や塾の経費に考えており、難しい状況は変わらない。しかし、天候に左右される客の動向も定着しており、気温の上昇に伴う夏物衣料の売上を期待している。
	やや良くなる	競艇場（職員）	・7月には記念の企画もあり、集客が見込まれる。
商店街（代表者）		・客からも営業サイドからも子ども手当の話が弾んでおり、状況がやや良くなる。	
百貨店（販売促進担当）		・4月の売上は、全体的に上向いている。一般的に景気の上向く要素はないが、景気の長期低迷のなかで、客の「そろそろ」という意識変化による購買意欲と、気温の上昇で、春夏物の売上増加に期待している。	
スーパー（店長）		・前年、前月比で客単価及び来客数が上昇傾向にある。月ごとに実績が伸びていることから、今後も持ち直しの状況が続く。	
スーパー（総務担当）		・高価格の商品に動きが出てきており、客の意識に変化が生じている。	
スーパー（販売担当）		・子ども手当の支給が消費意欲を向上させる。	
乗用車販売店（統括）		・補助金の期限である9月までは前年を上回る。	
乗用車販売店（統括）		・今後景気が良くなる要素はないが、景気が悪いといいながらも、さほど生活に影響のない人も多く、悪い状況にはない。	
乗用車販売店（販売担当）		・新車購入補助金の駆け込み需要が見込まれる。	
その他専門店〔海産物〕（支配人）		・販売単価は上昇しないが、団体客を中心に客数が多少増加している。	
一般レストラン（店長）		・販売促進券などのサービスで、来客数が昨年と比べて増加している。	
都市型ホテル（スタッフ）		・ゴールデンウィーク等の宿泊の予約が早くから入り始めた。子ども手当の影響もあり、家族旅行に出かける余裕が出始めている。	
タクシー運転手		・運賃値上げが客の理解のもと円満に行われ、売上が増加したことで、運転手も改めて客への充実したサービスに心がけるようになっており、短期間で状況が良い方向に大きく変化している。	
タクシー運転手		・今後は、夜の飲食店の状況は変わらないものの、工事関係の動きが出ているほかに、観光への期待がもてる。	
テーマパーク（業務担当）		・高速道路料金改定で、良い効果が期待できる。	
テーマパーク（管理担当）		・来客数が増加している。	
住宅販売会社（経理担当）		・景気対策の効果は、今年一杯は続くが、更なる景気対策も必要であり、デフレの克服で収益性は回復する。	
変わらない		商店街（代表者）	・不動産市況も悪く、客の対応が非常に慎重であることから、消費に関しては現状のまま推移する。
		商店街（代表者）	・シャッター通りといわれてから、現状を打開する決定打になるものは出てきていないが、小さな動きは出てきており、これからは期待したい。
		商店街（代表者）	・消費者は、新政権への期待に対し、変化がないことへの不安感がある。また、マスコミ等の情報により、ますます悪くなるといった受け止めをしている。
	商店街（代表者）	・軽衣料中心の動向に変化がみえない。	
	一般小売店〔靴〕（経営者）	・地元商店街では、空き店舗の増加、解体が進んでおり、商店街での客の購買意欲に悪影響を及ぼしている。	
	一般小売店〔酒店〕（経営者）	・製造業を中心とした回復の動きがあるが、地方の小さな町にはその実感はない。しかし、重苦しい雰囲気は薄れてきている。	
	一般小売店〔紙類〕（経営者）	・観光客の商品購入は活発であるが、地元での生活用品等の買い控えが続いている。	
	一般小売店〔酒店〕（営業）	・天候不順は別にして下げ止まり感はあるが、地方経済は疲弊しており、浮上するきっかけがみつからない。	
	百貨店（営業担当）	・一部高額品の動きが出ているが、地方の厳しさは変わらず、現在の状態が続く。	

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
		百貨店（営業担当）	・婦人服に関して、客は一定期間着用でき、機能性、汎用性のあるものを求めており、今後大きな消費の回復は見込めない。
		百貨店（販売促進担当）	・今後夏商戦が本格化するが、ファッションの低迷が続けば影響が大きく、景気回復は期待できない。
		百貨店（販売担当）	・今月同様、気温により客の購買動向が大きく左右されるため、セール期に入っても冷夏であれば、厳しいセール商戦になる。
		百貨店（売場担当）	・都心部を中心に景気は回復しつつあるが、地方においては依然として厳しい状況が続いている。今後燃料価格の上昇等もあり、家計の節約・儉約ムードも継続する。
		スーパー（店長）	・良くなる材料が見当たらず、このままの状態がしばらく続く。
		スーパー（店長）	・この2～3か月は実績が大きく改善する要因がない。
		スーパー（経理担当）	・引き続き日常の買い控え傾向は続いており、回復要因が見当たらない。
		スーパー（管理担当）	・来客数の伸びは変化がなく、売上についても前年比96%前後で推移しており、今後の天候の影響も含め厳しい状況が続く。
		コンビニ（エリア担当）	・消費者は、以前に比べ生活の厳しさに対する意識がやわらいできている。
		コンビニ（エリア担当）	・天候が例年通りなら変化はないが、冷夏などの気象変化があれば影響は大きい。コマースを行った商品を中心に、店で工夫を行っている。
		衣料品専門店（店長）	・ガソリン価格の値上げも懸念され、客は遠出を控え、近隣の店で「ウィンドウショッピング型」の消費行動を行っている。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・子ども手当には大きな期待がもてず、消費の起爆剤にはならない。また、アイスランドの火山噴火の影響もあり、今年は冷夏が予想され、夏物衣料の消費に影響が出てくる。
		家電量販店（店長）	・エコポイント制度が延長となったが、薄型テレビの単価の低下が顕著であり、大幅なプラスは期待できない。
		家電量販店（店長）	・天候不順もあり、消費者の心理も湿りきっている状況である。
		自動車備品販売店（経営者）	・E T Cの反動を除いても客数は少なく、現状の販売促進施策での変化はない。
		乗用車販売店（営業担当）	・補助金延長の効果が出ていない。対象となる客は増加しているが、期待していたほどではなく、現状のまま推移する。
		乗用車販売店（サービス担当）	・良くなるという実感が全くない。業界には逆風が吹き荒れている。
		その他小売店〔ショッピングセンター〕	・客単価が引き続き低下している。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・政府のエコ減税などの政策では、本格的な景気浮上につながらない。雇用確保、行政改革を早急に進め、将来の生活設計ができるような社会構想を打ち出せば、景気は上向く。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・子ども手当や公立高校の授業料無償化の執行で、多少景気は上向く。
		高級レストラン（スタッフ）	・今後の予約状況は不透明だが、現状どおり推移する。
		一般レストラン（店長）	・来客数の下げ止まり感がある。
		スナック（経営者）	・客単価の低下が続いており、利益率の低い取引を行わざるをえないことから、消費の拡大は期待できない。
		その他飲食〔ハンバーガー〕（経営者）	・新商品をアピールする等、現状の客単価を上昇させるための工夫をしているが、不透明な状況が続いている。
		観光型ホテル（スタッフ）	・良くなる傾向も特に感じられない。
		観光型ホテル（経理総務担当）	・個人消費に回復の動きはあるが、夏のボーナスを削減する地場企業もあり、夏のレジャーを控えることが予想される。
		都市型ホテル（総務担当）	・宴会等の予約状況が悪い。
		タクシー運転手	・横ばいと落ち込みの繰り返しが続いており、業界での取組みもあるが、現状並みで推移する。
		通信会社（社員）	・通信サービスへの新規加入等の問い合わせ件数に変動が出ておらず、販売量等の増加は見込めない。
		通信会社（総務担当）	・新生活期の需要の反動で、今後消費は落ち着いて推移する。
		通信会社（企画担当）	・地上波デジタル化に伴い、受像機の購買は進んでいるが、一方で単価が更に低下しており、売上額の増加は難しい状況である。

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
		通信会社（広報担当）	・政府主導の金融政策が行われなければ、変動しない。仮に実施されても地方に影響が出るのは更に先と考える。
		通信会社（営業担当）	・客の動きも出ているが、企業で通信費用を削減する案件が多く、全体として良くなるとは考えにくい。
		ゴルフ場（営業担当）	・3か月先の予約数は例年並みである。しかし、複数予約したもののなかから、ニーズにあったものを選ぶよう、客の予約方法が変化している。
		美容室（経営者）	・今の政治状況で、先行きに対する不安が広がっており、集客に向けた取組みも効果が期待できない。
		設計事務所（経営者）	・業界には明るい話題が少なく、3か月先の見通しも今は期待できない。
		設計事務所（経営者）	・6月から建築許可の手続きが簡素化されるが、景気が上向くほどの効果は期待できない。
		設計事務所（経営者）	・全体的に様子見傾向で、景気の回復する方向にはない。
		設計事務所（経営者）	・良くなる要因が全くない。
		住宅販売会社（従業員）	・来客数、受注件数ともに多少持ち直し傾向にはあるものの、客自体の行動は引き続き慎重であり、単価等の伸びない状況が続いている。
	住宅販売会社（販売担当）	・住宅版エコポイント制度への客の関心が低く、受注の増加につながっていない。	
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・今後も先行きの見通しはなく、厳しい状況が続く。子ども手当の支給に期待する声もあるが、それほどの効果は期待できない。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・買い控えの傾向が続いている。
		百貨店（売場担当）	・取引先から人件費をはじめとするコスト削減の要望が強く、売場を運営しにくい状況にある。
		コンビニ（エリア担当）	・今年は低めの気温が予想されることから、ソフトドリンクやアイスクリームの動きが悪くなり、売上が低迷する。
		コンビニ（エリア担当）	・売上の前年割れが続いており、底がみえない。
		コンビニ（エリア担当）	・良くなる材料がなく、今以上に客単価の下落が継続する。
		衣料品専門店（経営者）	・今後も気候の変動が消費にとって悪い影響を与える。
		衣料品専門店（経営者）	・良くなる見込みがない。
		衣料品専門店（販売促進担当）	・価格を優先する客が多く、買物に出かける頻度も低いという話が多いことから、節約志向が顕著な状況である。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・客単価の低下傾向が継続している。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・6月からの高速道路料金が値上げになった場合、これまでの反動で厳しい状況となる。
		都市型ホテル（経営者）	・客室、レストランの予約が、前年と比較して5ポイント程度減少して推移している。
		都市型ホテル（従業員）	・宴会の5～7月の予約状況が、例年同期と比較して減少している。
		通信会社（通信事業担当）	・新年度の需要期にもかかわらず、新規の加入は低調で、今後も回復が見込めない。
	美容室（経営者）	・景気が良くなる材料が見当たらない。	
	悪くなる	スーパー（店長）	・当店が入っている店舗や近隣の商業施設から撤退を表明しているテナントが今後も多くあり、景気の回復は望めない。
		スーパー（財務担当）	・個人所得の改善がみえず、消費者の節約志向は続くことで、売上は減少する。
住関連専門店（広告企画担当）		・今後も現状のまま推移する。	
旅行代理店（営業担当）		・上海万博も客の動向が不透明であり、景気回復の材料が乏しい。	
美容室（経営者）		・今後大きな状況変化もなく、景気が良くなる状況にはない。	
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・一部の製造業が上向いて推移しており、また、夏に向けてジュース等の食品関係で受注が増加している。
	やや良くなる	木材木製品製造業（経理担当）	・個人所得の安定感には至らないが、景気底打ち感や円安感等がある。
		鉄鋼業（総務担当）	・国内状況は懸念されるが、アジアを中心に海外輸出は堅調に推移している。
		通信業（営業企画担当）	・設備投資の導入があり、短期的な回復が見込まれる。

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
	変わらない	農林水産業（従業者）	・ 全般的には減少傾向だが、青魚やイカ等の魚が増加しており、今後の水揚量に期待している。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・ 大口案件の引き合いもなく、生産出荷の水準は現行水準並みで推移する。鉄鋼業向けは回復しているが、各自治体向けゴミ焼却炉需要は低調である。
		鉄鋼業（総務担当）	・ 鉄鋼は、国内需要で自動車や家電など製造業を中心に回復している分野はあるものの、建設や設備投資関連等では回復が遅れている。しかしながら、海外需要では中国やアジアを中心に、自動車や電機向け需要が堅調なものの、なかなか先行きが見通せない状況にある。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・ 全体・各分野ともに受注動向は不透明である。
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	・ 国内市場は回復に向かっているが、海外市場は依然として厳しい状況が続いており、回復の兆しがみられない。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・ 自動車関連は先行き3か月好調な受注があり、派遣社員約20名を採用して対応している。エアコン関連も引き続き高水準の受注が続いている。
		電気機械器具製造業（広報担当）	・ 現行水準を維持する受注がある程度見込める。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・ 受注は中国にけん引されるものの、欧州の景気回復のテンポは緩慢である。特にドイツ向けの製品受注量は補助金等の政策効果の反動で大きく減少している。
		建設業（経営者）	・ 企業の設備投資意欲の回復とともに、業界の状況は好転する。
		建設業（経営者）	・ 業界の状況は底のまま横ばいで推移している。今後特段の変化も見込めない状況で、倒産は少ないが廃業が増加している。
		輸送業（統括）	・ 5月は単月受注を獲得したが、3か月先については不透明である。
		輸送業（運送担当）	・ 景気回復につながる起爆剤がなければ、回復は見込めない。
		金融業（業界情報担当）	・ 中国での販売増加が当面続き、北米も緩やかながら回復していることから、売上は緩やかな回復基調で推移する。
		金融業（営業担当）	・ 取引先の売上は前期比マイナスの状況が続いている。景気回復も一部で伝えられるが、経営者からのヒアリングでは、いまだ末端まで景気回復の兆しがみえないとの発言が多い。
		会計事務所（職員）	・ 5月は連休もあり、例年どの業界も売上は減少するが、今年はそれに加え、年度末の債務関係の経理処理に対する不安がある。
	やや悪くなる	食料品製造業（業務担当）	・ 価格低下が続いており、ディスカウントストアの価格が当たり前となっている。付加価値のない商品には新商品でも高い価格設定はできない。
		食料品製造業（総務担当）	・ 商品の事故があって、客の信頼度が落ちていることから、一時的には販売数量が伸び悩む。
		金属製品製造業（総務担当）	・ 受注価格の値下げ、原材料価格の高騰により収益悪化が懸念される。米国の大手金融機関の破たん前は原材料価格が上昇した場合、製品価格にある程度は転嫁できたが、現在は得意先自体も価格を下げて受注しており、製品価格への転嫁は難しい状況である。
		不動産業（総務担当）	・ 閑散期となるため、来客数・成約件数は減少する。
	悪くなる	一般機械器具製造業（総務担当）	・ 受注量や販売量の回復が見込めない。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・ 6月以降、親企業の値引き要請に応じた影響が生じてくる。
		その他製造業[スポーツ用品]（総務担当）	・ 政治、経済ともに国内の明るい材料はなく、一部の低価格衣料商品のみが好調であり、通常の販売は不振が続いている。
雇用関連	良くなる	-	-
		やや良くなる	求人情報サイト運営（支店長）
		職業安定所（職員）	・ パート求人が、前月比、前年同月比ともに増加しており、パートを中心に求人意欲が高い一方、パート以外の一般求人は厳しい状況が続いており、求人状況は今後パートを中心に緩やかに回復する。
		民間職業紹介機関（職員）	・ 人材を求める企業は増加している。必ずしも採用に結びつくものではないが、状況の変化がうかがえる。
変わらない	人材派遣会社（支店長）	・ 今後3か月は前年並みの状況である。	

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
		人材派遣会社（営業担当）	・例年であれば、各業界の「夏需要」に備えるための派遣依頼が増加する時期であるが、各社の自社採用のみで人員充足となる可能性が高い。逆に、人材紹介事業は、一部の企業・職種で採用意欲が高まってきているものの、転職時期を先送りにする求職者も多く、マッチングに時間を要している。
		求人情報誌製作会社（担当者）	・企業サイドは様子見の状況である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地元の輸出関連業は順調に推移している。多くの経営者には、一時の悲壮感はなく、底を脱出したという認識が急速に広まっており、新聞社の広告出稿にも動きがではじめた。しかしながら、消費動向は鈍く、不況感を払拭するには更に時間を要する。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・県内の製造業、非製造業ともに数値的には業績が改善しているが、小売業の採用に不透明感が続いている。
		職業安定所（職員）	・受注の回復により、徐々に求人意欲が高まりつつあるが、正社員求人は少なく、大半は非正規等の臨時求人となっている。
		職業安定所（職員）	・製造業関係の雇用調整が行われ、今年度の生産計画を踏まえ、前年度を若干上回って推移している。
	やや悪くなる	-	-
	悪くなる	-	-

9. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連	良くなる	コンビニ（店長）	・客単価に下げ止まり感が出てきた。客数もわずかに増加している。業況は、年間ピークの夏に向けて順調に上がりそうである。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・商店街の店舗の新陳代謝が多くなっている。魅力的な新店舗もゴールデンウィーク前にオープン予定である。地元イベントが多く、そこに観光客も加わって、相乗効果で賑わうと思う。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・6月、近隣の高速道路料金の区間が無料となるため、夏に向けて、地元食材のかつおなど、食を目標の観光客が増える。
		一般小売店〔菓子〕（総務担当）	・高速道路料金引下げ効果により、消費が増加する。
		百貨店（営業担当）	・来客数は減少しているが、買上動向として、高額商品が動いている。
		スーパー（店長）	・景気回復の期待感が客の購買意欲を引き出す。ただ、マイナス要因は天候不順で、夏物が売れないことで今後どのように影響していくのか不安材料である。
		スーパー（企画担当）	・6月の子ども手当支給に向け、学習塾や旅行業界では、良い話題を聞く機会が増えた。
		コンビニ（総務）	・天候、気温ともに回復し、ゴールデンウィークを契機に、下げ止まりの期待が持てる。
		衣料品専門店（経営者）	・販売単価と客数は、4月を除いて、好転基調であるため、2～3か月後は良くなると期待している。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・暖かくなると、売上は徐々に上昇する。
		観光型旅館（経営者）	・5～6月の予約状況は、昨年より少し良い状況である。今後、四国ゆかりのドラマ放映効果から期待が持てる。
	旅行代理店（支店長）	・高速道路料金見直しにより、マイカー利用の近場旅行から公共交通機関利用の旅行需要増加へつながる期待感がある。また、海外旅行は上海万博開催の影響のためか、申込者は増加傾向である。	
	通信会社（管理担当）	・新商品を投入するため、期待が持てる。	
	通信会社（企画）	・アナログ放送終了一年前を迎え、高齢者など、アナログ保守層のデジタル化が進めば、更に売上が伸びる。	
	美容室（経営者）	・暖かくなってきたため、4月は来客数が多かった。	
	設計事務所（所長）	・民間の建築投資が少しずつ増えている。また、福祉関係施設の新築が増えてきた。	
	変わらない	住宅販売会社（従業員）	・住宅取得資金に関する贈与税の非課税枠の拡大など、平成22年の税制特例の駆け込み需要が見込める。
商店街（代表者）		・子ども手当が話題になっているが、消費には繋がらない。	
商店街（代表者）		・客から、政府の景気対策が見えてこないという声を聞く。消費意欲が向上するには時間がかかりそうである。	
一般小売店〔乾物〕（店員）		・ガソリン価格の高騰が懸念されるため、景気好転の実感、予想がない。	

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
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	・販売量が増える要素がない。
		百貨店（販売促進担当）	・子ども手当の支給があるものの、今後のために貯蓄するという意見をよく聞く。また、就職難や賞与カットなど、景気が良くなる見込みがないため、売上の期待が持てない。
		百貨店（売場担当）	・所得の低下傾向が続くなかで、観光や地元の特産品などは好況が予想される。しかし、我々の取り扱う、身の回り品や美術・呉服・貴金属などの高額品は苦戦が予想される。
		スーパー（店長）	・子ども手当などの、明るい面はあるが、一方で、介護保険料金などが上昇する懸念があるため、景気が上向くことはない。
		スーパー（店長）	・日配品や米、調味料などの主力品の低価格化により、商品単価は下落している。しかし、客単価は回復している。特に、鮮度や味の良い生鮮品や新商品が売れている。
		スーパー（人事）	・このまま好況に向かうとまでは思わない。
		衣料品専門店（経営者）	・まだまだ不安要素が払拭しきれない。
		衣料品専門店（経営者）	・ガソリン価格の値上がり懸念される。
		衣料品専門店（総務担当）	・企業が本格的に回復し、雇用不安がなくならなければ、衣料品業界に景気回復の効果は出てこない。様々な企業の方の話を聞いても、良い話はほとんどない現在では景気回復はまだ見込めない。
		家電量販店（営業担当）	・主な買上商品はテレビとなったことで、他の商品の購入を抑える傾向が伺える。現在の状況が当面続くと思われる。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー購入補助金制度が9月まで延長され、なんとか夏までは、現状維持できるが、9月以降は、厳しい販売状況が予想される。対策の打ちようがない。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー購入補助金制度が切れる9月までは横ばいの予想である。しかし、9月以降はかなり落ち込む。
		乗用車販売店（役員）	・エコカー購入補助金制度があるため、今後3か月は、今の景気状態が続くと思う。しかし、それ以降、景気は下落する。
		一般レストラン（経営者）	・ゴールデンウィーク期間は、客の出費は多くなるが、その反動で、5月中旬以降は買い物控える傾向が出ると予測する。
		都市型ホテル（経営者）	・「土佐・龍馬であい博」のため、なんとか持ちこたえている。しかし、消費傾向は、まだデフレ傾向が続いており、景気の停滞感は、底堅く残っている。
		タクシー運転手	・「土佐・龍馬であい博」等のイベントを、地元全体で取り組んでいるため、観光客の入りは良い。しかし、高速道路料金割引の影響で、タクシー利用度は増加していない。また、夜の街への人の出入りが少なく、飲む際にも、タクシーを利用する人は少ない。
		通信会社（社員）	・ここ数か月の販売量は、例年と比べ大きく増えていない。今後もさほど変わらない。
		通信会社（支店長）	・景気動向は上向き傾向にあるものの、体感できるほどの大きな変化はない。
		ゴルフ場（従業員）	・3か月先の予約状況は、今よりやや悪い状況である。今後、予想される予約数を加味しても、概ね横ばいの状況である。
		美容室（経営者）	・先行き不透明な経済状況であるため、このまま悪い状態で推移していく。
	やや悪くなる	百貨店（営業担当）	・月初の春物商品の動きが鈍く、特に紳士用ファッション商品の動きが鈍かった。高額商品にも冷え込みがみられ苦戦した。
		衣料品専門店（副店長）	・2～3か月先は、セールの時期になる。客は、セールだから買うというスタンスではなく、セールであろうと正規価格であろうと、自分が欲しい物を買うというスタンスの客が増えた。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー購入補助金制度が9月まで延長されたが、ガソリン価格上昇の影響があるのか、新車の受注が伸びていない。
		乗用車販売店（営業担当）	・来店客数は、週によりばらつきがあるため不安が残る。
		タクシー運転手	・依然、利用客が少ない。
		タクシー運転手	・この先、四国八十八箇所周りの遍路客は減るため、街中の仕事しなくなる。そうなった場合、今の景気の状態では、とても上向くとは思えないため収入は減少するであろう。景気が良くなり、夜、飲みに出る人が増えれば多少違うが、現状ではそれは望めない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光名所（職員）	・高速道路料金が実質値上がりするため、観光客が今後減少すると思われる。
		競艇場（職員）	・年間で最も売上が期待できるはずのイベントレースが前年に比べ25%減少と落ち込んだ。このことから、売上の右肩下がり傾向は続いている。
		設計事務所（職員）	・客先の事業規模が昨年度以上に縮小されている。そのため、給与額の増加は見込めず、家計動向は良くなる見通しが立たない。
	悪くなる	スーパー（統括担当）	・来客数の減少以上に、客単価が減少している。この傾向がずっと続いている。
		その他飲食〔ファーストフード〕（経営者）	・政局の迷走のため、景気の先行き不透明感がさらに増している。支出を減らすのは庶民として当然の行動である。
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	食料品製造業（従業員）	・営業の商談状況や生産高の推移を見ても、少し上向きの気配がある。
		電気機械器具製造業（経営者）	・10年前から、事業の一部門として、一般家庭用から産業用までの太陽光発電設備の取り付け工事を行っている。特に最近、受注が多く、毎月増えている。売上も徐々に増え、前年比で2倍にまで増えている。また、LED関連部門も依然好調である。
		建設業（総務担当）	・数年間放置されていた一戸建て住宅用開発用地で、最近になり、かなりまとまった軒数で着工されるようになった。地価は引き続き下落しているが、一部では値ごろ感が出てきた。
		通信業（営業担当）	・個人的な対話の中で、やっと個人消費が上向いていると感じる。
		不動産業（経営者）	・一昨年の米国の大手金融機関の破たん以降、不動産業は、厳しい状況が続いている。そのようななか、各業者は、在庫を処分するために、従来の価格より下げて販売している。消費者も、価格が安くなれば反響はある。そのようなことから、やや動きが出てきている。
	変わらない	農林水産業（総務担当）	・良くなる要素は見当たらない。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・今後も、市況にあまり変化はない。これ以上、材料価格が上がると、価格修正をせざるを得なくなる。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・海外向けの受注の引き合いはあるが、国内向けは依然として厳しい。
		建設業（経営者）	・良い材料が全然見あたらない。
		通信業（部長）	・企業の購買姿勢はまだまだ慎重である。導入効果が明らかでない新規提案には、気軽に踏み込まない慎重さが続いている。企業の成長を促すには、投資減税等の施策が必要である。国内外の需要のみでは、景気の回復は望めない。
		広告代理店（経営者）	・新規出店に伴う広告契約や大手量販店の年間レギュラー広告契約の増加など、一部の得意先では、前向きな動きが出ている。しかし、得意先の多くは、依然販売不振により広告費を削減している。
	やや悪くなる	公認会計士	・関与先企業の経営者からの話によると、設備投資を積極的に考える企業がまだまだ少ない。不動産価格は、もう少し下落すると予想する人もいて、景気の底を這う状況がまだ続く。
		鉄鋼業（総務・人事統括）	・原材料、エネルギー価格の上昇により、収益環境の悪化が懸念される。
		広告代理店（経営者）	・業界内で、技術革新の波が押し寄せており、長期的には大きな業態変革を迫られることが必至である。その際に装置産業からの脱却が図れるかどうか焦点となる。業界として、縮小傾向の加速は間違いなく、大々的な淘汰が発生する。
悪くなる	繊維工業（経営者）	・以前はやや景気が上向きかけているとの実感があつた。しかし、ここ最近、原料の綿糸価格が急騰しており、今後は採算が悪化が見込まれる。これはインド、中国が、景気好転により、自国の生産を急激に増加させているためである。しばらくはこの厳しい状況が継続する。	
	悪くなる	-	-
	良くなる	-	-
雇用 関連	やや良くなる	職業安定所（職員）	・来月以降、自動車関連での雇用調整が開始されるという情報がある。
	変わらない	求人情報誌製作会社（編集者）	・昨今は、雇用は買手市場といわれているが、地元大手企業でも採用に際し苦戦を強いられている。また、中途採用市場でも低調な状況が続く。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・坂本龍馬がらみの観光客は、日帰り客が多く、宿泊に結びついていないと言われているが、最近では確実に賑わっている。ただし経済全般で明るい話題がないため、今後、ジリ貧傾向が続くのは間違いない。

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
		職業安定所(職員)	・良くなりつつあると思うが、確かな材料が見当たらない。
		職業安定所(職員)	・有効求人倍率は先月と同じで横ばいとなった。
		民間職業紹介機関(所長)	・景気上向きとなった業種もあるが、全体的に見た場合、まだまだという感がある。業種を問わず、公共事業の削減が影響している企業が多い。
		学校[大学](就職担当)	・新4年生を対象とする求人件数は、昨年度1～3月は325件であったが、今年度は201件であった。また、求人数は昨年度2,098人に対し今年度は1,271人と、共に6割程度である。
	やや悪くなる	-	-
	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(営業担当)	・富裕層の高額商品に対する消費マインドが上がり調子であり、非常に明るい方向に動いている。この傾向はより高まっていく。
		百貨店(営業担当)	・特別招待を実施した3日間は来客数が増え、売上も確保できた。また、月末に商業施設の再開店があり、街ににぎわいが増した。相乗効果で当店も来店数が増加し、購買意欲も刺激されている。
		百貨店(営業企画担当)	・3、4月は気温に左右され苦戦したが、そのような悪環境のなかでも2、3か月前と同じ水準を維持している。これから気候が回復すれば、客の購買意欲は高まってくる。また、客単価もほぼ前年並みとなり、低価格志向も落ち着いている。一部の高級品にも回復の兆しがみえており、今後はやや良くなる。
		スーパー(店長)	・ガソリン価格が上昇し、客は外出を控える傾向にあるが、所得の下げ止まり感等不安材料のウエイトが若干落ち着いている。
		コンビニ(エリア担当・店長)	・5月にはタスポの影響による反動減がなくなり、回復トレンドに入るため、7月の来客数は確実に前年を上回る。
		家電量販店(店員)	・2011年に地上アナログ放送が停波することやエコポイント制度の影響で、薄型テレビが非常に売れているが、物が無い状況が続いている。今後、メーカーの量産体制がとられ、需要に応えられる供給が得られるようになる。またワールドカップ等により、やや良くなる。
		乗用車販売店(従業員)	・エコカー補助金制度が9月まで延長されたため、客の来店が増える。
		乗用車販売店(販売担当)	・エコカー補助金制度により、販売量は前年に比べて大幅に増加している。景気浮揚策に刺激され、客の購買意欲が若干喚起されており、今後もやや良くなる。
		乗用車販売店(管理担当)	・9月でエコカー補助金制度が終わることで駆け込み需要が発生する。特殊要因ではあるが、客の動きは良くなる。それ以外では良くなる材料に乏しい。経済的に特にローンが通らない、保証がとれない、金融機関の融資ができてない、勤務先が倒産する客が増える等である。
		その他専門店[コーヒー豆](経営者)	・2、3か月先は夏場の中元の時期になり、ギフト商品の販売が増加する。また夏向けのアイスコーヒーの需要も増える。例年7、8月は売上が伸びる時期であるが、例年通り良くなる。
		その他専門店[書籍](代表)	・子ども手当の支給等明るい材料があるため、客の動きは良くなる。
		高級レストラン(専務)	・5月は大型連休のため少し良くなる。来年の新幹線全線開業まで少しずつ良くなる。また2011年に全国都市緑化フェアが開催されるため、やや良くなる。
		高級レストラン(従業員)	・5月はゴールデンウィークや博多どんたく等大きなイベントがあり、県外客も増え、来客数は増える。
一般レストラン(経営者)	・長期休暇に入る学生が増えるので、レストラン、ホテルの動きが良くなる。現在予約状況をみても悪くない。ただ平日の動きが悪いため、高速道路料金が1,000円である週末を中心に売上を伸ばすことができるよう策を練らなければならない。		
ゴルフ場(支配人)	・高速道路料金無料化の圏内に位置し、遠方からの来客の増加を見込んでいる。		
美容室(店長)	・客のなかで仕事がどんどん入り忙しくなってきたという話を聞いており、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	商店街（代表者）	・天候に左右される商店街であるが、客の財布のひもは非常に固くなっている。節約できる物は徹底的に節約していこうという考え方が強い。婦人服においては我慢できる物は買わないという非常に厳しい状況である。今後良くなっていくことはない。
商店街（代表者）		・節約する生活が当たり前ようになっており、特別な収入がない限り現状のような状況が続く。	
商店街（代表者）		・売上は微増で前よりは良くなっているが、これ以上良くなるとは考えられない。	
商店街（代表者）		・客は先行きに不安を感じており、消費は低迷し続ける。	
商店街（代表者）		・天候不順により野菜を始めとする食品が高騰している一方、雇用の場の減少等により消費者の収入はだんだん減っており、購買意欲が上がらない。黒字転換した上場企業が多いと報道されているが、零細商店は廃業することを真剣に考えている店主が増えており、厳しい状況が続く。	
一般小売店〔青果〕（店長）		・これから地物の野菜がなくなり、県外物の取扱いが増え、相場がかなり高くなる。夏場で野菜の需要が減り、客の購買意欲を上げる材料がないため、今後は変わらないか厳しくなる。	
一般小売店〔鮮魚〕（店員）		・人の移動があるのか、新しく引っ越してきた人が増えており、今後は少し期待できる。	
一般小売店〔精肉〕（店員）		・近くのプティックや飲食店において閉店や営業時間の短縮が相次いでいる。	
一般小売店〔茶〕（販売・事務）		・新茶時期でもあり売上には期待したいが、消費者の購入に対する慎重な姿勢が依然見受けられる。	
百貨店（売場主任）		・天候不順により衣料品の初夏物の動きが悪い。客の雰囲気は良くなってきたが、購買にはブレーキがかかっており、今後もこの状況が続く。	
百貨店（営業担当）		・高額品が動いており客単価が若干上がる兆しもあるが、客の不景気感の根は深く、2～3か月での変化は望めない。	
百貨店（売場担当）		・前年のインフルエンザの影響が今年はないため、かなりの動員があり、5月の売上は前年を上回ると期待される。最近、物産展の食品関係の動きがかなり良く、その効果は物産展が終わっても続く状況にある。前年の6、7月は売上が悪く、前年比で1割程度落ちたが、今年は天候にもよるが、好天が続けば売上は伸びる。	
百貨店（営業企画担当）		・子育て支援や高校授業料無償化等はあるが、政治の不透明感が更に際立ち、景気の低迷は今後も続く。	
百貨店（業務担当）		・客の買い渋りに加え天候の不安定さもあり、売りたい時期に売れない状況が続いている。客の購買意欲を刺激するものがない。客は子ども手当の支給を待っている様子でもない。	
百貨店（企画）		・可処分所得の減少が続く状況下で、必需品以外は購入しない生活防衛型消費の傾向が続く。また雇用情勢も厳しいなか、夏のボーナス商戦も盛り上がりには欠けることが予想される。	
スーパー（経営者）		・子ども手当や高速道路料金等不透明な要素が多く、客は不信感を持って買い控えを続けている。	
スーパー（店長）		・買上単価が持ち直してきているのは事実であるが、これ以上はまだ上がらない。	
スーパー（店長）		・ゴールデンウィーク中も消費が高まる気配はない。政府の大型打開策がない限り、当分この流れは変わらない。天候不順もあり衣料品は苦戦する。夏の飲料も難しい。	
スーパー（店長）		・住関連や食品等の動きが良くなり、来客数、販売点数が前年並みに戻ってきているが、衣料関連の遊び着や外出着、美術関係商品の購買はまだ弱い。必需品である身の回り商品の動きは出てきているが、全体的にはまだまだ変わらない。	
スーパー（店長）		・一部の業種で景気の上向きを実感しているという報道があるが、小売業に関しては消費者の節約志向が今後も続く。	
スーパー（総務担当）	・同業他社を含め低価格戦略が続く。客の反応もあまり良くなく、安くて当たり前という状況が定着し、まとめ買いの傾向も期待できない。必要な物しか買わない状況が今後も続く。		
スーパー（企画担当）	・当面は国内景気の活発な動きは期待できないため、現状維持が良くても若干の回復にとどまる程度である。		
コンビニ（エリア担当）	・夏場に向けて子ども手当や高校授業料無償化等により景気が良くなったとしても、すぐに商品購入等に大きくは影響しない。客は安定した収入の確保にまで達していないため、厳しい状況が続く。		
コンビニ（販売促進担当）	・今買わなくても良いという客が多く、買上点数が上がらない。売上も横ばいの今の現状が当面続く。		

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
		コンビニ（エリア担当・店長）	・おにぎりセールを年に数回やっているが、前年に比べてこのセールへ飛びつく客が減っている。値下げしても売れない状況にあり、今後も厳しい。
		衣料品専門店（店員）	・百貨店のハウスカードの切替えにより、客の来店が減っている現状から、すぐに売上は上がらない。
		衣料品専門店（店員）	・ここまで目立った春物衣料の動きがないので、3か月先のセールが期待できる。ただ政治的にプラス要素はなく、客もまとめ買いをしない状況は続いており、企業努力で更なる経費の削減を考えなくてはならないという厳しい状況が続く。
		乗用車販売店（総務担当）	・エコカー補助金制度が半年間延長されたことで、上半期は現状の好調さを維持出来る。
		住関連専門店（経営者）	・例年夏場は売上が減少するが、毎月のキャンペーンは前年の大幅な落ち込みから少しずつ回復している。ただ、これから先の参議院選挙等を考えると景気回復はやはり厳しい。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・燃料油の小売価格が上昇傾向にあり、一般消費者及び流通関係者への影響が危惧される。客の節約志向による燃料油の使用控えも懸念され、厳しい状況が続く。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・消費者は外食の支出を抑制しているだけでなく、交際費等の支出の節約も多く、今後も厳しい状況が続く。
		高級レストラン（経営者）	・5月の予約状況を見ると、株主総会が早々に入っており、土日には法事等の予約が入っている。ホームページの宣伝強化により個人の客が増えている。
		高級レストラン（支配人）	・一部の層で多少の動きはあるが、ここ数か月変化はさほどない。
		スナック（経営者）	・客は今の状態に慣れてしまっており、簡単に上向く気配はない。
		その他飲食〔居酒屋〕（店長）	・32年間営業しているが、これまでになく厳しい状況である。繁華街でお金を使う客が激減しており、次の何かを考えないと閉店すら考えざるを得ない。
		都市型ホテル（副支配人）	・7、8月は例年の大会等はあるが、予約状況を見ると6月の動きは以前より悪い。総じて4月とあまり変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・ゴールデンウィーク明けの動きが弱い。本格的な回復という実感はない。
		旅行代理店（業務担当）	・先行の受注がない状況にあり、先行き不透明感がぬぐえない。
		タクシー運転手	・客の話によると、季節に反して今年は寒く、物も高く、思うように買物ができないという。いつ会社がつぶれるかわからないという客もいる。
		タクシー運転手	・坂本龍馬人気で観光客がいくらかは増えたが、市内の個人消費の盛り上がりはなく、総じて横ばいである。
		通信会社（企画担当）	・市場が飽和気味であり、新たな販売策をとらない限り、市場の拡大、深掘りは難しい。今後もこの状況が続く。
		通信会社（営業担当）	・ここ1年、客の携帯電話の保有台数がほとんど変わらない。逆にマイナスになるということもあり、当面厳しい状態が続く。
		テーマパーク（職員）	・6月は宿泊もゴルフも集客が少ない時期であり、追い風になる材料もなく横ばいとなる。その後7月下旬～8月の夏休みのトップシーズン前にお得な宿泊プランを告知し、集客しなければならぬ。
		ゴルフ場（従業員）	・5月はゴールデンウィーク等もあり、単月で見ると前年を上回っている。6、7月は予約状況を見ても今月と変わらない状態が続く。特にこれから暑くなるため、ゴルフ業界はますます厳しい価格競争になる。子ども手当等により景気は少し上昇傾向にあり、地元は少しではあるが回復する見通しである。
		理容室（経営者）	・新規客がほとんどなく、これから季節的にもまだまだ暑くなりそうにないため、厳しい状況が続く。今年に入って客の来店頻度が減っている状態が続いており、あまり期待できない。
		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）	・主な収入である介護報酬は、平成24年4月まで改定されない。また、4月から診療報酬がネットでプラス改定となったことに伴い、当社のサービス利用者である高齢者の負担が増加し、利用控えにつながる可能性がある。今後も厳しい状況が続く。
		設計事務所（所長）	・注文がほとんどない状況である。注文があっても話がまとまるのに最低でも3か月程度かかることから考えると、今の景気は3か月後も変わらず良くない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住宅販売会社（従業員）	・土地仲介の問い合わせがあまりないことや土地に対する投資意欲もかなり減ってきている。マンションや賃貸住宅の過剰な供給によって事業が少なくなっており、景気は良くない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・デフレスパイラルが進み、安売りの店ばかりが流行る傾向にある。今後政局の不安定等もあり、景気は悪くなっていく。
		百貨店（営業担当）	・客の様子をみると、歩調としては間違えなく上を向いているが、4月は冷え込みの影響から衣料品の客単価が大きく減少したこともあり、依然厳しい状況は続く。
		スーパー（総務担当）	・失業率が依然改善しておらず、政治が非常に不安定な状況にあり、消費者の消費購買力が鈍化している。今後も厳しい状況が続く。
		家電量販店（店員）	・薄型テレビの需要が若干落ちている。これまで消費がテレビに回ったこともあり、4月中旬から動きが非常に悪い商品が出ている。テレビの動きが若干良くなっても、それに伴い他の部分が悪くなる状況が続いている。夏の暑い時期にエアコンなどの季節品が動かない限り、景気は若干悪くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・参議院議員選挙が予定されており、特に法人利用の減少が考えられる。
		通信会社（総務担当）	・エコポイント制度の効果もあり、一部の家電に好調な面もみられるが、個人消費や雇用、所得が低調に推移することから、景気は悪くなっていく。
		通信会社（業務担当）	・販売が好調であった3～4月の反動と商品の割高感、品薄感があり、購買数がかかり落ち込む。
		美容室（経営者）	・夏になるとパーマではなくカットのみの客が増える。最近髪が長くなったら結ぶ等の工夫をし、カットする客も減少している。1,000円でカットできる店等競合店が増え、さらに自宅でカットする客も増えている。美容室は厳しい状況にある。
		その他サービスの動向を把握できる者 〔フィットネスクラブ〕（営業）	・客単価が減少し、多くの人の行動範囲が狭まる等厳しい状況にある。また原油価格の高騰や公共事業の圧縮等、今後は更に悪化の方向に向かう。
	悪くなる	商店街（代表者）	・中心市街地の大型店の撤退が発表され、客の消費マインドはかなり冷え込んでいる。この状況は改善せず、今の状況が続く。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・新しい取引先や提携先、納品先等を見つけない限り、通常のギフトや店頭売り、ネット売りでの販売は母の日以降、夏場にかけて落ちる。
		衣料品専門店（店長）	・客の購買意欲が全く感じられず、景気は更に悪化する。
		衣料品専門店（店長）	・物が売れず、安さばかりを求める客が増えている。景気は悪く、いかにすれば客に来店してもらえるか、考えていかなければならない。
		タクシー運転手	・例年、参議院議員選挙前は人の流れが悪く、3か月後は選挙の真ただ中になるため、景気は良くない。
		タクシー運転手	・10年前にも口蹄疫の影響で県外客が減ったが、そのときと同じ位、口蹄疫の影響で県外客が減り、また選挙で人が動かなくなるので悪くなる。
企業動向関連	良くなる		
	やや良くなる	農林水産業（経営者）	・スーパー、居酒屋向けの動きが活発になってきており、5月は期待できる。梅雨明けの7月は天候次第ではあるが、ビールの消費に比例して焼き鳥等居酒屋向けの商品が期待できる。
		食料品製造業（経営者）	・スポット的ではあるが、受注が増える見込みがある。
		家具製造業（従業員）	・今後2～3か月先の商業施設や飲食店の出店予定がかなり増えている。また、低価格競争に歯止めがかかりつつある。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・補正予算に合わせ、駆け込み受注が若干増えており、やや良くなる。
		通信業（経理担当）	・第1四半期は前年度の決算を受け、勢いが高まる。
		金融業	・製造業の受注は、緩やかながら今後も増加していく。ピーク時と比較するとまだまだであるが、夏から秋にかけては現在より10～15%程度売上が伸びる。しかし雇用を増加させる環境にはなく、最少人員でのフル稼働が続く。
		金融業（営業職渉外係）	・政局やギリシャなどのEU問題等不安要素は多いが、取引企業をみると業績が回復傾向にある。子ども手当が支給されることで消費回復が期待できることから、景気は良くなる。

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
		金融業（営業担当）	・中国の世界における地位の確立を中小企業の経営者が認識している様子であり、中国向けビジネス及び製品輸出等を目論んだ設備投資の話が出始めている。
		経営コンサルタント	・早期に回復するのは考えにくい、3月くらいに底を打ち、上昇傾向にある。数か月間は売上のボリュームが若干上向きで推移する。デフレ傾向は今後も続く。
		その他サービス業〔物 品リース〕（従業員）	・地方においても一部ではあるが、景気の持ち直し、下げ止まり感がみられる。一部製造業において必要案件の引き合いが増加しており、設備投資への意欲も高まっている。ただ競争激化は更に厳しさを増している。
変わらない		食料品製造業（経営者）	・納入先の来客数、客単価が共に減少している。しかし、観光客数がやや増加傾向であり、海外観光客も増加していることから、今後は売上の回復、現状維持が期待できる。
		繊維工業（営業担当）	・良くなる要因はなく、今のまま底打ちの状態です。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・受注状況が上向きな状態になっていない。消費者の購買動向は低調であり、売上に結びつかないのが現状である。価格を少し安くしてでも量をとれるような商品開発を手掛けており、その商品がいくらか動き始めている。市場、消費者の動向から景気はこのままほとんど変わらない。
		鉄鋼業（経営者）	・足元では建設需要に回復の兆しが多少見受けられるが、これは原料価格高に後押しされた製品価格の上昇に起因する需要の前倒しである。公共事業の縮小や民間設備投資の停滞等により、建設需要を示す新設住宅着工戸数、非住宅着工床面積は前年比マイナスが続いており、建材需要の本格的な回復には程遠い状態が続く。
		一般機械器具製造業（経営者）	・現在受注量に大きな動きはないが、今後の引き合いの話が出ている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車関係の受注が少しあるだけで、他の案件が全くない。当分、低水準で推移する。
		電気機械器具製造業（経営者）	・半導体関連は全般的に今の状況で推移していく。全国的に先行きは非常に明るい。現状を維持できれば良い状況である。
		輸送業（従業員）	・給料は上がらず、物が売れない状況が続いている。消費者の節約志向が強いため、なかなか景気は回復しない。
		輸送業（総務担当）	・一部食品の荷動きが良くなったが、他の商品の荷動きは良くない。全体の動きは良くなっていないので、現状維持である。
		通信業（職員）	・情報通信分野のインフラ整備に関する公共事業は、しばらく継続されるが、建設業、設備業全体としては低調のまま推移する。
		金融業（得意先担当）	・今現在の取引先の状況や融資窓口の客の来店状況等から、しばらく大きな動きはなく、当面は現状のまま推移する。
		不動産業（従業員）	・商業施設の売上低迷傾向が続き、今後も厳しい状況が続く。
		広告代理店（従業員）	・ここ3か月間、新聞広告の折込枚数は前年を下回る事がなくなっており、下げ止まり感がある。ただ低い数字で止まっており、景気が回復している実感はまだない。
		広告代理店（従業員）	・4月の動向をみると、予想以上の伸びであるが、5月の出だしは良くない。
		経営コンサルタント	・全体的に不況であり、これから業務が増える状況ではない。当分このような状態が続く。
		経営コンサルタント	・取引先の様子を見ると、不景気を理由に、工夫が足りなくなっており、安く安くの傾向が強まっている。
経営コンサルタント（代表取締役）	・前年並みの受注水準に戻りつつあるという取引先が多いが、先行きを不安視する会社も多い。		
やや悪くなる		農林水産業（従業者）	・口蹄疫の発生により、畜産農家は中期的に厳しくなってくる。口蹄疫が解消すればある程度は回復傾向になるが、今の段階では厳しい。
		金属製品製造業（企画担当）	・鉄鋼を始めとする原材料等の値上げが業績回復の足を引っ張るおそれがある。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・取引先からコストダウンの要請があっており、厳しい状況が続く。
		建設業（社員）	・市の発注予定が出ているが、前年比2割減となっている。第1四半期で30本、第2四半期で34本あまりである。当地区には50数社の建設会社があるため、到底足りうる工事量ではない。県の発注予定がまだ出ていないので未定であるが、期待出来る工事量はなく、今後も厳しい状況が続く。
悪くなる		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・3か月先の受注は前年の2月くらいの落ち込みが予想され、厳しい状況である。

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
		建設業（従業員）	・個人消費が伸び悩み、企業の設備投資は控えられ、住宅着工率が前年割れになる等景気を取巻く環境が悪くなっている。今後も厳しい状況が続く。
		その他サービス業[設計事務所]（代表取締役）	・まちづくりや環境整備等の目に見える物への投資が極端に減少していることから、建設業務自体がなくなっている。緊急雇用の業務が発注されているが、予算の半分を新規雇用の経費に充てなければならないため、事業者側には負担が増加する事業となっており、景気浮揚となる要素が低い。
雇用 関連	良くなる やや良くなる	-	-
		新聞社[求人広告]（担当者）	・すでに景気の底は打っている。個人消費や求人に関しては回復の兆しはまだ弱い。企業活動が少しずつ回復しており、今後少しずつ良くなる。
		職業安定所（職員）	・求人倍率は平成21年5月を底にして右肩上がり。上方修正されており、緩やかではあるが回復の兆しがみられる。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率が3か月連続で上昇した。新規求職者は3か月連続で減少している。事業主都合の離職者も減少しており、雇用保険受給者が15か月ぶりに減少した。
	変わらない	職業安定所（職員）	・雇用失業情勢は依然として厳しい状況にあるが、新規求人数が増加傾向にあることや新興国への輸出の増加など経済面で回復の兆しがみえてきたことから、急激な回復は望めないものの雇用失業情勢においては緩やかながらも回復すると推察される。
		人材派遣会社（社員）	・どの企業担当者も業績回復の兆しを強くは感じておらず、ますます厳しい状況は続く。人員を増やすには、まだまだ時間がかかる。
		人材派遣会社（社員）	・単発的な雇用はあるが、長期的雇用はなく厳しい状況が続く。
		人材派遣会社（管理担当）	・実際に企業の業績が伸び、雇用が拡大されるには少し時間がかかる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・6、7月は中元シーズンに入る。食品メーカー、物流企業などの求人が活発になると予測されるが、これといって好材料がないので景気が良くなるとまでは言えない。
		新聞社[求人広告]	・景気は回復基調にあるが、求人の動きはその後についてくるため悪くなることはないが、良くなるとは言えない。
		新聞社[求人広告]（担当者）	・6月以降子ども手当の支給が見込まれ、景気回復の一助になるとの期待もあるが、現在の閉塞感を消すほどのものではなく、現状と変わらない。
		職業安定所（職員）	・3月の新規求人をみると前年比で増加するなど、一部明るい兆しもあるが、産業別では依然厳しい業種もあり、全体として景気は不透明である。
		職業安定所（職員）	・前月、新規求人数が前年比プラスに転じたものの、今月は再びマイナスにもどった。またパート求人は5か月連続で増加しているが、一般求人はマイナスで推移している。企業は本格的な採用意欲をもっていない。
		学校[大学]（就職担当者）	・人事担当者は、採用予定数は現在が最低水準であるとの認識が強い。しかし今後、採用数を拡大するという話は聞かれない。夏採用、秋採用、通年採用は期待できない厳しい見通しである。
やや悪くなる	民間職業紹介機関（支店長）	・一部の業種が回復し、需要増の傾向はあるが、全体を押し上げるほどではない。繁忙増員などは皆無であり、2010年度は3月末終了者を不補充のままとする客が多い。労働者派遣法改正により、採用マインドは冷え切ったままである。	
	悪くなる	民間職業紹介機関（社員）	・客が労働者派遣法改正をにらみ、どのように要員手配をするか検討しているところが多く、適法な派遣活用の浸透にはかなり時間がかかる。

11. 沖縄（地域別調査機関：（財）南西地域産業活性化センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる やや良くなる	-	-
		百貨店（営業担当）	・近接する市役所の建て替え移転の影響による客数減少などもあり、売上実績は前年比でマイナスとなっているものの、前年割れの幅は少しずつながら縮小傾向にある。市役所仮移転の影響を差し引いた景気動向による売上の減少については、多少底が見えてきた感がある。
		コンビニ（エリア担当）	・子ども手当の支給により、6月ごろから多少、消費は活発になると見込む。また、ゴールデンウィーク並に観光客が増加すると、景気へは好影響が期待できる。

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）	・前年の1～4月期の売上と今年とでは、大きな違いがある。自らの努力もあるが、明らかに来客数が増え、結果、販売量も増加している。この勢いを持續させていけば、通りにも活気が生まれてくるのではないかと。	
		通信会社（店長）	・買い控えの客が少なくなってきたので、徐々に良くなる期待が持てる。	
		通信会社（店長）	・現在の好調を保ち、今後、子ども手当などで経済的な余裕が生まれれば、購入への動機付けになる可能性がある。	
		通信会社（サービス担当）	・子ども手当の支給で少し余裕が出そうであるが、不安はぬぐえない。	
		観光名所（職員）	・7月～8月にかけて、全国高等学校総合体育大会が開催されること、自動車業界等の回復が見られること等により、県外入域観光客に頼る沖縄観光は、回復が予想される。	
	変わらない	スーパー（企画担当）	・野菜など一部、相場高な部門はあるが、全体的には単価下落のトレンドが続いている。天候不順など先行き不透明な点が多く、現状が好転するとは考えづらい。	
		スーパー（販売企画担当）	・今年の4月より社会保険料などが高くなり、企業への負担が大きくなる。これでは給与も上がらず消費も上向かない。	
		コンビニ（経営者）	・近隣のマンションやアパートに空きがあるので、来客数にはあまり期待できない。	
		コンビニ（エリア担当）	・夏場の繁忙期に向けて、天気さえ良ければ売上はある程度作れるが、客の購買意欲はこれまでと変わらず、景気が回復しているとは言えない。	
		衣料品専門店（経営者）	・1点単価、客単価共に下げ止まり感はあるが、販売客数、買上点数共に上がる気配があまり見えない。少し様子を見たい。	
		その他専門店〔楽器〕（経営者）	・海外で起こった異常気象などにより、より安全な沖縄へ観光客が来ることが期待される。また、インターハイの全国大会が起爆剤になる。	
	やや悪くなる	その他専門店〔書籍〕（店長）	・書店業界については、大手企業の電子書籍部門への参入により、紙媒体の書籍という商品自体の需要が今後少なくなっていくのではないかと不安がある。元々粗利の少ない業界だけに安価で手に入れることのできる電子書籍の参入は脅威である。	
	悪くなる	商店街（代表者）	・中心商店街のエリアは、観光客も数が月前から微妙に減少し、売上も減少しているような感がある。外国人観光客はわずかながら増えているようであるが、売上にはなかなか結び付かない。また、似たような業種間で客を奪い合っている。	
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・市場のニーズにあった美味しい商品と基本レベル以上のサービスをクリアした上で、一品300円以下か、食べ放題・飲み放題でないとう客を取れない現状があり、内部努力による経費節減も限界に来ている。	
		観光型ホテル（総支配人）	・上海万博、サッカーワールドカップ、参議院議員選挙等で、海外旅行への移行と国内旅行マインドの低迷は当分続く。	
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・今月は前年に比べてやや良い状況であるが、2、3か月先の予約状況から見ると、今月の反動で販売量、稼働率は減少する見込みである。	
	企業動向関連	良くなる	-	-
			やや良くなる	食料品製造業（管理部門）
			建設業（経営者）	・新築及びリフォームの相談のための来社件数が増加している。
			通信業（営業担当）	・新事業として取り組んでいる、組込み系プログラムの動きが顕著で、近い将来に受注が期待できる。
			変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）
		輸送業（営業担当）	・県内消費の状況はまだ改善される見込みが立っていない。一次産業が無いだけに観光客頼みの部分が大きく、その観光客数も大きく盛り返す材料が無いようである。	
		輸送業（代表者）	・季節要因を除いては、堅調に推移すると考えるが、4月から始まった生コンクリートの管理強化の影響が懸念される。	
		広告代理店（営業担当）	・相変わらず、個人消費が低迷している市場環境においては、県内企業の販促活動も同様に厳しい状況が続く。従って、広告業界は、不安定な官公庁関連プロジェクトに依存せざるを得ないのが現実である。	
		会計事務所（所長）	・低価格志向はまだまだ続いている。企業の収益性向上にはまだ時間を要する。	
やや悪くなる		コピーサービス業（営業担当）	・コピー機やパソコンの進化により、印刷物の受注量が減っている。	

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
雇用 関連	悪くなる	-	-
	良くなる	-	-
	やや良くなる	-	-
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・医療関係の外に、若干建設工事関係の派遣依頼も出てきたが、一方で契約終了もあり、あまり状況は変わらない。
		求人情報誌製作会社（総務担当）	・前年からの最悪の状態は脱した感はあるが、数字上あるいは実感として景気が良くなる要素が見えない。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人数は例年どおりなら6月後半、もしくは7月ごろから減少し始める。恐らく今年もその流れになると見ている。
	学校〔専門学校〕（就職担当）	・年度初めは求人数が増加傾向にあるものの、今後2、3か月先は新卒対象の求人数が減少傾向にあるため、全体としてはそれほど変わらない傾向が続く。	
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・就職者は1,397人で前年比5.3%増加しているものの、新規求人数は前年比で27.3%増加、新規求職者は前年比23.8%増加している現状を見ると、2、3か月後に改善する見込みは無い。
	悪くなる	-	-