

## ・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	商店街（代表者）	・東日本大震災後の自粛ムードが、普通の経済活動や消費を行うことが復興への応援になるという意識に変化してきた。	
		商店街（代表者）	・8～9月においては、U-15サッカー、菜の花サミット等が当地で開催されるため、大勢の人が訪れる。また、外国人観光客の来街者もわずかずつ、夫婦連れを中心に復調の兆しを見せているため、販売量の増加が見込める。	
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・6月の売上は前年と比べると85%程度まで回復してきていることから、今後はやや良くなる。その一方で、北海道では泊原子力発電所が心配され、新聞をにぎわしており、それを目にした道外客が遠のくことを懸念している。	
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・街を歩いているとだいぶ活気が戻ってきている。これから夏の色々な催事が目白押しなので、今よりはかなり良くなると期待している。	
		百貨店（販売促進担当）	・今後も低温や悪天候が続かない限り、景気は回復基調で推移する。	
		スーパー（役員）	・節電による冷房自粛により夏物商材の消費が全般的に伸びる。	
		コンビニ（エリア担当）	・東日本大震災で低迷している観光業の回復は遅いかもかもしれないが、中国人観光客の観光バスも震災当初よりも目にするが多くなった。道内居住者の道内観光も増えるとみられる。それにともない、一時の落ち込みからはわずかではあるが上向くことになる。	
		衣料品専門店（店員）	・2～3か月後は夏物商戦から秋冬物の新作発表を迎えることになるが、平均単価が上がることで、売上の増加が期待できる。	
		乗用車販売店（従業員）	・自動車生産が回復することで、売上が今より良くなっていく。ただし、前年比でみると良い状況とは言えない。	
		乗用車販売店（営業担当）	・メーカーの生産も東日本大震災前の計画に戻り、新型車の投入もあることから、販売量の増加に期待が持てる。	
		高級レストラン（スタッフ）	・暑い地域を避ける動きが出てきて、北海道への観光客が増えることになれば、道内の景気は良くなる。	
		旅行代理店（従業員）	・東日本大震災以降の低迷から徐々に動き出してきた需要の大半が7月以降の日程となっていることから、今後についてはやや良くなる。	
		通信会社（企画担当）	・前年と比べて、スマートフォン型の通信サービスへの注目が更に高まっており、売上への貢献が期待できる。	
		観光名所（従業員）	・外国人団体観光客を目にするようになってきた。実際に前月よりも実数が多くなっており、国別でみても増加している。当地は観光地なので、やはり観光客の数が景気を大きく左右する。その数が回復傾向にあることで、今後数か月先の景気が良くなることを期待できる。	
		観光名所（職員）	・東南アジアからの来場者が増加傾向にある。また、節電の影響で道内を訪れる国内客も増加するとみられる。	
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・本州方面、特に関東地方の使用電力量が今後ピークを迎えるため、節電の影響から北海道に避暑を求める予約が増加しており、今後期待が持てる。	
		設計事務所（所長）	・東日本大震災の影響も少しずつ薄れてきている様子であるため、今後についてはやや良くなる。	
		変わらない	商店街（代表者）	・常にテレビ等でマスコミが東日本大震災や福島第一原子力発電所の情報を流しており、ネガティブな消費心理が働いたため、節約傾向はしばらく続く。
			商店街（代表者）	・今後の気温次第で夏物から秋物への切替えが進むため、気温が影響を与える面も大きいですが、今以上に客の購買意欲が高まる要因は特にはない。
		商店街（代表者）	・若干良くなると思うが、大きく景気が上向くことは見込めない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（代表者）	・客は景気が良くなることを期待しているが、政治がこのような状態であるため、まず自分の生活を守ることが中心になっている。そのため、今後も景気は変わらない。
		百貨店（売場主任）	・前年比の動きをみると、買上客数が売上トレンドを上回ってこない。6月は気温の上昇、プレクリアランスで衣料品に動きがあり店全体の客単価が上がっている状況であるが、食品の好調、衣料品の不調という状況は変わっていないため、今後も変わらない。
		百貨店（販売促進担当）	・来客数の増加、客単価の上昇が見込めない。節約志向が続くなか、高額商品の動きが回復せず、客単価が低下する要因となっている。顧客向けの高質商品の催事は好調であったものの、一部顧客に限られていることから、全体への波及ペースは遅く、今後も変わらないまま推移する。
		百貨店（役員）	・テレビの特需はあと1か月となる。エアコンも前年の猛暑を経験しているため、早めに買う客が多いとみられる。今後の景気を考えると決して良くなるとは言えない。
		スーパー（店長）	・天候の状況がやや不透明であるが、前年ほどの猛暑にはならないため、前年6～8月と非常に好調だった夏物商材が低調に推移する。
		スーパー（企画担当）	・夏場に向かって、何となく購買意欲が出てきている雰囲気だが、客は節電、節約がセットで実現できるような的確なヒット商品を模索している段階にある。節電、節約の大義名分を付けられる商品をマスコミが放送することができれば、状況が一変する可能性もある。
		コンビニ（エリア担当）	・高速道路無料化社会実験が終了となり、一般道の交通量回復が店舗での売上回復に直結する可能性が期待できる。ただし、恩恵を受けていた店舗の売上が、どの程度落ち込むかは読めない。一方で、東日本大震災の影響による観光不振は間違いなく継続するため、結果的にはプラスマイナスゼロになる。
		高級レストラン（経営者）	・景気が良くなる要素がない。消費税等が引き上げられることになれば、ますます消費が落ち込んでいくことになる。
		高級レストラン（スタッフ）	・8月から中国直行便が再開されるため、外国人観光客の増加が期待できる。
		観光型ホテル（経営者）	・2～3か月先の状況は現在の状況から全く推測できないが、旅行会社の販売方針などから秋ごろを境に徐々に回復するとみられる。
		タクシー運転手	・例年であれば、観光客の入込が増え、売上が増える時期であるが、今年は東日本大震災や福島原子力発電所の事故の影響があり、期待できないため、景気は今と変わらないまま推移する。
		美容室（経営者）	・当面良くも悪くもならない雰囲気が感じられる。前年並みの売上が続きそうであるため、当分は現状維持で推移する。
		住宅販売会社（従業員）	・現在の需給関係のバランスの良さはしばらく続くが、不動産市場のデフレ傾向が変わらないため、販売価格の低下が継続する。したがって、プラスのファクターとマイナスのファクターが相殺し合うことになる。
やや悪くなる		百貨店（売場主任）	・鉄道会社の列車事故の影響や高速道路無料化社会実験の廃止により、客の動きが少し変わってくることになり、管外からの客の入込が一時的に厳しい状況となる。ただし、9月ごろには、前年の猛暑の影響で秋物の動きがなかったことの反動で、ジャケット、パンツ、カットソー等の秋物の動きが期待できる。
		スーパー（企画担当）	・5月のゴールデンウィーク以降、防災関連及び義援金関連の商品の動きが目立つ一方で、ハレの日商材や行楽・レジャー商材の動きが鈍くなってきており、消費者心理の動きが読みにくくなってきている。いずれにしても、食品のような日々の買回品に対する支出は控える傾向にあるとみられる。
		スーパー（役員）	・東日本大震災後、一部の商品を除き供給網はほぼ改善されているが、たばこ等は前年比30%強の落ち込みがあり、全体売上に大きな影響を与えている。また、地元での観光客の激減、更には東関東、東北地区を扱った報道の影響により、消費マインドがかなり低下している。今後は特に、福島周辺を産地とする旬の果実の出回る時期であるため、不安が大きい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		コンビニ（エリア担当）	・たばこの売上の増加にともない、全体での売上は前年を上回っているが、東日本大震災以降は無駄な出費を控える傾向が強いこと、週末や夜間の売上減少が続いていることから、今後はやや悪くなる。	
		家電量販店（経営者） その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・地デジ完全移行後の反動で販売が落ち込むことになる。 ・ここにきて東日本大震災の影響が無視できない状況となっている。観光客の減少がすべてに影響しており、今後はやや悪くなる。	
		観光型ホテル（スタッフ）	・Webによる直前の宿泊予約が好調であるが、結果的に低単価の価格競争に入らざるを得ないことから、今後についてはやや悪くなる。	
		タクシー運転手	・福島第一原子力発電所の事故問題の影響は大変大きく、いまだに今後の見通しが立たない状況にある。	
悪くなる		スーパー（店長）	・近隣の店舗増による集客合戦で、客単価の低下、売上の減少が避けられない。売上も単純に自社の落ち込み分が他店にいつているわけではなく、パイが更に小さくなってきている。	
		スーパー（店長）	・インターチェンジそばという立地条件から高速道路無料化社会実験の中止により、広域からの来客が減少する。また、駅前の百貨店の退店跡地に新規ショッピングセンターがオープンしたことにより、競争が激化する。	
		家電量販店（地区統括部長）	・7月24日のアナログ停波後のテレビの需要が今までに例を見ないほど極端に落ち込むとみられ、家電全体でも大幅な落ち込みとなること懸念される。	
		旅行代理店（従業員）	・先行受注状況を見ると、国内旅行は7月が前年比81.2%、8月が前年比96.1%となっており、海外旅行は7月が前年比103.4%、8月が前年比93.6%となっていることから、7月以降は当月より悪くなる。	
企業 動向 関連	良くなる	—	—	
	やや良くなる	食料品製造業（役員）	・確保している原料に限りがあるため、積極的に受注に出ることができないが、プラス要因となるような案件も出てきているため、今後、原料が確保できるようになれば上向くことになる。	
		金属製品製造業（役員）	・東日本大震災の復興が進み、材料などの流通も正常化していくことになれば良くなる。	
		建設業（経営者）	・官民、土木、建築ともにある程度受注が進み、人、物、金の動きが活発になる。ただ、相変わらず競争が激しく損益面では非常に厳しい。また、東日本大震災の影響が実態、風評ともにまだ見えず、復旧復興と我々との関係がどうなっていくのかも見通せない状況にある。	
		通信業（営業担当）	・しばらく東日本大震災の影響で業績の数値も低調であったが、今月の商談数の立ち上がりからは復調傾向を感じている。	
		金融業（企画担当）	・東日本大震災の影響は薄れ、景気を持ち直し基調が続く。外国人観光客は大幅な減少になるが、国内客がある程度カバーする。製造業、建設業、運輸業などでは、復興需要や代替生産が少しずつ顕在化する。	
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・農業生産が順調に推移することが見込めるため、今後についてはやや良くなる。	
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・鉄骨建築関連の客は仕事量が少ないため、期待できないが、一部の客の間では東日本大震災の復旧に向けた案件が多数出回っており、関連商品の販売量の増加が期待できる。また、各地で公共事業も出回り始めており、今後の見通しは明るい。	
		変わらない	食料品製造業（団体役員）	・政権の行方と福島第一原子力発電所の事故問題の終息、電力供給の見通しが不透明であり、震災復旧対策の対応も遅いことから、今後も景気の回復は見込めない。
			出版・印刷・同関連産業（従業員）	・良くなる見通しが見えないことから、今後も変わらないまま推移する。
金属製品製造業（経営者）	・これから東北方面からの仕事が流れてくることが期待できる。			
輸送業（営業担当）	・紙製品のパルプの東南アジアへの輸出が順調に決まっており、先行きが明るい。国内古紙の入港も、関東圏での生産余力が生じていることで増加気味である。農産物は、ひょうが降った地区で4500haに被害が出ているが、生育が順調な地区もあり、今後の好天が望まれるところである。			

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
		司法書士	・東日本大震災の影響がどの程度回復するかによって変わってくる。現時点においては、建築資材等の物流に障害があるため、その回復が今後の景気を左右する。
		司法書士	・思い切った経済政策を行える要素が少ないため、今後も景気は横ばい状態が続く。
	やや悪くなる	建設業（従業員）	・季節的な背景もあって稼働し始めた建築工事の規模は比較的小さく、下期まで満たす総量となっていない。今後の着工予定工事の見積発注も以前より減少している。
		輸送業（支店長）	・代替港としての貨物が減少傾向にあることに加えて、従来からの北海道への貨物は前年と比べて落ち込んでいる。公共投資の抑制と個人消費の低迷が原因とみられるが、震災復興需要が本格化するのはいずれ後になるため、今後2～3か月は厳しい状況となる。
	悪くなる	その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・本州地区の売上が好調に推移する。ただし、北海道の公共投資は厳しくなるとみられることから、全体としては現状よりやや悪化する。
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・当社も含めて、取引先あるいは周辺の企業で先延ばしされる案件がかなり増えている。
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）	・基幹産業である農業の第1次生産と2次加工への求人が月末から増加傾向をうかがわせている。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・求人件数が年初に予想した数字に近づくようになってきており、東日本大震災の影響から抜けつつある。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・飲食関連や小売系の求人が少しずつ上向いてきており、今後に向けての明るさが見えてきている。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・東日本大震災の影響もあるが、北海道の景気自体は持ち直しがみられず、ここ数か月の景気の見通しも回復要因に乏しい。人材業界も、人材の派遣依頼が前期から10～20%減少しており、業界としては厳しい状況にある。これは同時に派遣先の業容が良くないことの反映であり、今後の先行きは不透明である。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・ここ最近、求人広告の売上は前年を3～5%程度上回って推移している。今のところ大きく落ち込む要因は見当たらず、今後も微増で推移する。
		職業安定所（職員）	・求人数は多少増加しているが、求職者も増加しており、雇用情勢は相変わらず厳しい状況にある。
		職業安定所（職員）	・雇用環境が停滞したままであり、今後に向けての明るい動きが見えない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・新卒採用の流れは概ね6月で落ち着いているが、内定者の二極化の影響で複数内定が得られた学生の辞退が相当数出始めている。とりわけ、学生が勤務先として札幌圏を志望する傾向が一段と顕著になっているため、応募が集中した企業の採用数が確定する一方で、補充採用のため採用を継続したいという情報も相当数聞いている。
	やや悪くなる	○	○
悪くなる	—	—	

## 2. 東北（地域別調査機関：（財）東北活性化研究センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	商店街（代表者）	・年内は復興景気が続くと期待している。ただし、電力不足や福島第一原子力発電所の問題の進展いかんによっては、思わぬ方向へ変わっていく恐れもある。
		商店街（代表者）	・東日本大震災の復興需要はもう少し続くと見通しである。ただし、高級品の動きは鈍く、景況も店によって大きく違いが出る。
		商店街（代表者）	・東日本大震災以降に見られた、ぜいたくをしては被災者に申し訳ないという気持ちに少しずつ変化が見られ、消費をすることが被災地、被災者の復興につながるという考え方が芽生えつつあるため、今後、夏場に向け大いに期待できる。
		商店街（代表者）	・平泉が世界文化遺産に登録されたことは、観光シーズンを迎えるにあたり大変明るいニュースであり、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
		一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・夏休みに入るとボランティアの人たちが集まってくることが見込まれるほか、七夕まつりによる集客で、当地の繁華街はにぎわうと期待している。
		百貨店 (企画担当)	・今年の中元商戦は、東日本大震災のお見舞い返しが多いのが特徴で、この傾向は旧盆まで続くと思えることから、当面は現在の堅調さを維持できる。
		百貨店 (買付担当)	・東日本大震災からの復興にはまだ時間を要する。
		百貨店 (経営者)	・東北地方の復興が軌道に乗り始めれば、経済が少しは回り始めるのではないかと期待感があるが、タイミングがいつになるかが問題である。
		スーパー (経営者)	・東日本大震災の被害を受けた地区は店舗が少なく、内陸に買物に来る人が多くなっているため、休業中の店舗を除いた既存店の売上は好調に推移しており、今後も持続する見通しである。
		スーパー (店長)	・高速道路無料化の社会実験が終了したため、市内から外に出る人が少なくなり、市内において需要が高まることが見込まれる。
		スーパー (営業担当)	・買い控えの傾向も収まりつつあり、消費は回復に向かっていている。
		コンビニ (経営者)	・普段はたばこだけを購入する客が1、2点追加で買っていく状況にあるので、夏に向け天候次第というところもあるが買上点数の伸びに期待が持てる。
		コンビニ (経営者)	・天候に左右される要素も多いが、今年は節電によってソフトドリンクやアイスクリーム類の売上アップが期待され、好調に推移すると予想される。
		コンビニ (エリア担当)	・復興支援の高速道路無料化の動きや各地での祭り、イベントの開催により、東北地方への人の流入が期待できる。
		家電量販店 (店長)	・自粛ムードが日に日に和らいできているため、市場における消費も活発になってくる。
		乗用車販売店 (経営者)	・生産の本格回復を受けて受注残の解消が進み、売上は増加する見通しである。節電など省エネの動きもエコカーへの買換え促進につながるため期待できる。
		住関連専門店 (経営者)	・耐久消費財は安価な製品が主流だが、高級家具についても工夫次第で若干伸びる余地はある。極端な回復は望めないが、少しずつ良くなっていくことを期待したい。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕 (営業担当)	・復興が進めばある程度の需要回復が見込めるが、福島第一原子力発電所の問題が収束しなければ本格的な回復は見込めない。景気対策については、第2次、第3次補正予算に期待している。
		高級レストラン (経営者)	・東日本大震災の影響もなくなりつつあるので、その意味では上向いてくるであろうが、どの程度上向くかは復興のための公共事業などの投資規模による。
		一般レストラン (経営者)	・これ以上悪くなることはないので、やや良くなる。
		観光型ホテル (経営者)	・入込客数は回復基調で推移するが、北関東を除き、東京以西の客の反応は全くない。
		都市型ホテル (スタッフ)	・7月から8月にかけてインターハイが開催されることに加え、秋田の竿灯祭りや大曲の花火大会等が続くため上向いてくる。9月は7月と8月の反動で厳しくなると予想されるが、デスティネーションキャンペーンが控えており、また、平泉の世界文化遺産登録と合わせて、秋田もにぎわうことが期待される。
		都市型ホテル (スタッフ)	・東日本大震災の復興支援の動きが広がり、宿泊、会合とも需要が増加している。この状態はしばらく続く見通しである。
		旅行代理店 (従業員)	・ここ3か月は上向き傾向にあり、この先も続く。
		旅行代理店 (従業員)	・乗客数は増えているので、販売量も増加していくと予想される。
		タクシー運転手	・東日本大震災の復興支援で当地を訪れている人が夜は繁華街に出ており、にぎわいはしばらく続く。
		観光名所 (職員)	・客足は徐々に回復の傾向にあるので、このまま上向いていくと見ている。
		住宅販売会社 (経営者)	・物流の動きが良くなり、止まっていた仕事が地域全体で動きだしている。
		その他住宅〔リフォーム〕 (従業員)	・現在の需要案件について受注が進む見込みがある。

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
	変わらない	商店街（代表者）	・当地では東日本大震災の特需が続いており、低価格帯の商品が比較的好調に動いているが、高価格帯のものは低迷しており、しばらくは現在の状況が続くことが予想される。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・消費マインドが停滞しているため、早く対応しなければ循環型経済の構築はますます厳しくなると予想される。
		一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・東日本大震災や節電に伴う需要は見られるが、個人消費が盛り上がるほどの勢いはない。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・客が必要最低限の物しか購入しない傾向は続く。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・東日本大震災の被災地においては、しばらくは客の動向について予想がつかない。
		百貨店（売場主任）	・旅行、ファッションなどを話題にしながら品定めをしている様子がうかがえることから、客のマインドは戻りつつあるように感じるが、雇用問題など生活に直結した明るい材料に乏しいため、大きな変化はない。
		百貨店（営業担当）	・震災特需が一段落した段階で、消費動向は落ち着いてくると予想される。
		百貨店（売場担当）	・催事場でのセールの実績は好調だが、定価商品の伸び悩みが懸念される。7月のセールはフリー客頼みであるため、動員は厳しいのではないかと見ている。
		百貨店（販促担当）	・東日本大震災後の買い控えの反動も一段落した感があり、売上が上昇することはないと見ている。しかしながら、購買のモチベーションは低くないので、前年を上回る状況が継続することを見込んでいる。
		百貨店（経営者）	・福島第一原子力発電所問題が収束しなければ、不要不急の商品は厳しい状況が続く。また、エコや節電など、関連商品は活発であるが、従来の百貨店商品の動きが厳しく、この状況は当分続くと予想される。
		スーパー（店長）	・現状では予測が不可能である。前年は猛暑による特需が9月中旬までであったものの、今年は天候次第で売れるものが全く異なってくる。また、節電による消費への影響もどうか不透明である。
		スーパー（総務担当）	・被災者の方々の仮設住宅への移住が本格化すれば、食品や日用品の需要が高まり、一部の小売業では良い数値になる。しかし、被災者の方々の生活の糧である仕事や雇用の場がなければ、景気回復は更に遅れる。しばらくは現在の状況から変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・被災地では、復興ビジョンが明確になるまで先行きが見えない。特に福島第一原子力発電所事故による避難区域では不透明である。
		コンビニ（エリア担当）	・東日本大震災以降、再開していない店舗も多く、コンビニに人が流れているため、数字自体は上がっているが、景気が良くなっているわけではなく、3か月後も現状から大きく変わるといったことはない。
		コンビニ（店長）	・建設業の方を中心に購買活動に活発さが見られるが、それ以外の業種においては、ボーナスも減らされる会社が多いようである。建設業の方は金を使うが、一方で一般サラリーマンの財布のひもは固いといった状態はしばらく続く。
		衣料品専門店（店長）	・客からも、今後は仕事が忙しくなってきそうだと話を聞くので、景気は上向きになっていくのではないかと見ている。
		衣料品専門店（店長）	・ビジネス衣料が不振でカジュアル衣料が好調な状況は、夏物商品のセールが終了し、秋物商品が立ち上がるまで続くと予想される。
		衣料品専門店（店長）	・秋物が立ち上がる時期になるが、まだ本格的な秋の気候にはならないことが予想され、売上の増加は見込めない。
		衣料品専門店（総務担当）	・先行きに不安があるため、現状に近い動きで推移すると予想される。
		家電量販店（店長）	・現在、テレビコーナーへの来客が増えており、地上デジタル放送完全移行までは、同様の動きが続く見通しである。
		乗用車販売店（経営者）	・これまでは新車を購入していた客も、今の経済状況ではいつお金が必要になるかもわからないということで、中古の軽自動車を購入するなどしている。しばらくは現在のような状況が続くと思われる。
		乗用車販売店（経営者）	・例年は受注が落ち込む時期であるが、新型車の発表で新規来店客を中心に集客もあり、2、3か月は今の状況が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（経営者）	・需要が増える一方、メーカーの供給ペースが市場の回復ペースに追い付いてない。顧客とのトラブルも絶えず、業界として早急な納期短縮が求められている。
		乗用車販売店（従業員）	・車の生産も元に戻ってきており、販売量の増加にも期待が持てる。
		住関連専門店（経営者）	・底に張り付いた状態にあり、限界に近づいているなかで、内装関係の職人を含め関係者が被災地に移動しているため、地元の工事などに相当の遅れが懸念される。
		住関連専門店（経営者）	・こここのところ、少しではあるが震災需要があり、売上につながっている。しばらくは現在のような状態が続く見通しである。
		その他専門店〔呉服〕（経営者）	・問屋の話聞いても、商品は動かず景気の悪い状況は変わらないとのことである。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・これから中元商戦や生ビールの需要の高まりとともに繁忙期に入るが、販売量を前年比でどこまで持ち直せるか不安である。主要商品であるビールのギフトも種類が少なくなるなど、東日本大震災の影響がまだあるなかで、客の幅広いニーズにどこまで応えていけるかが鍵となる。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・福島第一原子力発電所の事故により、東北地方全体が風評被害にさらされており、急激に良くなることは考えにくい。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・各メーカーからは値上げの連絡も入っているの、買い渋りやネット販売などの安売りに流れることも懸念される。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・先行きについては見当がつかない。
		一般レストラン（経営者）	・復興の状況や消費者の心理状態により、動向は簡単に変化してしまう。幾分上向いている感じもするが、消費者の動向は予想がつかない。
		一般レストラン（経営者）	・東日本大震災の影響がどのような形で続くか、見当がつかない。
		スナック（経営者）	・例年、ボーナス時期に入ると売上も多少は期待できるのだが、今年は東日本大震災による自粛ムードもあり、売上増が期待できない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・法人企業の動きは鈍く、ほかのホテルでもレストラン・ディナーショーなど自社イベントの企画に力を入れている。
		旅行代理店（店長）	・大きな動きは期待できない。
		通信会社（営業担当）	・秋頃には景気が好転することを期待したいが、雇用状況の改善と福島第一原子力発電所事故の収束のめどが鍵になる。
		通信会社（営業担当）	・避難所から仮設住宅への移動も落ち着きつつあることから、自粛ムードも多少は落ち着き、いくらかは上向くのではないかと期待しているが、おそらくは今とそう変わらない。
		通信会社（営業担当）	・当面の景気改善は見込めず、来年以降になるのではないかと。
		通信会社（営業担当）	・良くなる材料が見当たらない。
		通信会社（営業担当）	・新商品が投入されたため、通話機能主体の既存の携帯からスマートフォンへの買換え需要が見込まれる。
		通信会社（営業担当）	・夏に向けて、節約ムードはしばらく続き、趣味や遊興への支出に大きな変化は無いと予想される。
		遊園地（経営者）	・東日本大震災からの回復に期待したいが、復興の遅れや節電が足かせになる恐れがある。
		競艇場（職員）	・東日本大震災の影響により周辺経済が停滞しており、復旧復興には相当の時間を要する。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・高速道路の無料化実験の終了と休日上限千円の割引制度の廃止により、人の動きが急激に減っている。福島第一原子力発電所事故の問題が収束するまでは、人や物の動きの回復は期待できない。
		設計事務所（経営者）	・とにかく忙しく対応しきれないという方がいる反面、少しは忙しくなったという方もいるなど、忙しさの状況は客によってまちまちで、先行きは不透明である。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・新しい物を買う意欲は低下の傾向が続く。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・たばこの銘柄及び出荷数量の限定により当店に流れてきている客がコンビニに戻れば、来客数も減少する。

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
		一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・復興需要もあり、3月を最悪として徐々に景気は戻ると考えていたが、少なくとも当店に限ってみれば6月に入っても回復傾向が感じられない。店舗移転はほぼ自前で行い、その負担も大きく、このままでは営業の継続は難しい。当店のような店舗や事業所は実際に多いと思われ、景気は悪くなると予想する。
		スーパー (経営者)	・前年のような猛暑特需はないことが予想される。また、節電や停電の影響が懸念される。
		スーパー (店長)	・競合店やショッピングセンターで現在行われている改修工事が終了すれば、以前と同様の価格競争に入り、集客及び売上の面で悪化することが予想される。
		スーパー (販促担当)	・果物などは、地域により福島第一原子力発電所事故の風評被害を受けており、その反動で他地域産の価格が高騰し、消費が鈍ることも懸念される。いずれにせよ、原発問題は生鮮食品の流通に悪影響を与え続ける。
		コンビニ (エリア担当)	・復興支援の高速道路無料化の影響で、一般の幹線道路沿いの店舗では売上と来客数が激減しており、一部店舗で享受している復興需要もいつまでも続くとは思えない。また、福島第一原子力発電所事故についても収束のめどがつかない。そのため、東北全体の経済が将来的に良くなっていく見通しは立たない。
		コンビニ (エリア担当)	・東日本大震災後の経済復興に関しては全く不透明であり、数か月後の景気は予測できない。
		衣料品専門店 (経営者)	・サマーセールが終わり、復興需要も一段落すれば、東日本大震災前よりもっと厳しい状況になるのではないかと考えている。
		衣料品専門店 (店長)	・節電のためスーツの需要は伸びず、単価はダウンし、厳しくなることが予想される。
		その他専門店〔パソコン〕 (経営者)	・すべての職種で厳しい状況に置かれることが予想され、景気は更に厳しくなる。
		その他専門店〔靴〕 (経営者)	・一時的や局所的な動きは見えてくると思うが、電力の問題が解決しない限り、景気の回復は厳しい。
		高級レストラン (支配人)	・数か月での回復は無理であり、半年や1年はかかると思われ。場合によっては東日本大震災前の状態に回復しないこともあり得る。
		一般レストラン (支配人)	・当施設は7月末での閉館が決定している。当地域では今後そのような店舗が増えそうな状況である。
		観光型ホテル (スタッフ)	・例年、秋口に訪れる客も、今年は手控えている様子が見られる。福島第一原子力発電所事故による風評被害も大きく、前年並みの水準に戻すには相当な努力が必要である。
		観光型旅館 (スタッフ)	・販売量は増加の見込みであるが、単価の低下傾向は続く見込みで、収益は改善せず悪化すると予想される。
		都市型ホテル (経営者)	・ホテルの場合、現在は復興支援の方がたくさん宿泊しており、宿泊及び料飲施設、レストラン部門をけん引しているが、月を追うごとに落ち込んでいくと予想される。また、各種団体の総会関係も自粛ムードから見送る状況が続くとみられ、下支えをしていた宿泊がますます尻すぼみになると、全体的な売上低下につながる。
		タクシー運転手	・福島第一原子力発電所事故の影響で、東北を訪れる観光客が激減しており、回復の見通しがたっていない。
		タクシー運転手	・東日本大震災で失業した人がたくさんおり、再就職の見通しもたっていないという話をよく聞く。仕事が無く、働くことができない人が多いような状況では、景気も良くなるわけがない。
		美容室 (経営者)	・東日本大震災の被災者に将来の生活設計を考える余裕が出てくれば、お金の出し入れはかなりシビアになってくる。
	悪くなる	スーパー (経営者)	・9月に面積が1万平方メートルを超える競合店の開店が予定されていることに加え、客の節約志向や低価格志向が更に強まることを予想されるため、悪くなる。
		乗用車販売店 (経営者)	・メーカーの生産回復に伴って供給不足は解消されつつあり、受注残の登録が進み、表面上は回復基調となるが、全般的に見ると、被災地に対する気遣いからか、自粛ムードがまだまだ続くことが予想され、本格的な市場回復には程遠い。
		その他専門店〔酒〕 (営業担当)	・景況不安に加え、政治不信等の懸念材料が噴出して今、かなりの好材料が出てこない限り、良い方向に向かうとはいえない。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		一般レストラン（経営者）	・地元の観光や特産物にも東日本大震災の影響と風評被害が出ているなかで、政治が不安定ではみな先行きへの不安を拭えず、良い結果は出てこない。	
		観光型旅館（経営者）	・仮設住宅の建設が進み、2次避難者の方が引き揚げ始めており、安定収入が得られなくなりつつある。一般客の旅行需要はまだまだ弱く、今後は売上も厳しくなることが予想される。復興関係の宿泊需要なども期待されるが、単価が低いいため厳しい。	
企業 動向 関連	良くなる	建設業（従業員）	・東日本大震災の復興に関連した案件で、大手向けの発注が更に拡大することが予測される。	
		その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・今後、観光産業に復興ムードが見られるようになれば、酒類の需要にも好影響が期待できる。	
	やや良くなる	食料品製造業（総務担当）	・消費は上向いてくる。	
		木材木製品製造業（経営者）	・取引先の様子から、一般住宅の着工は徐々に回復していくと予想される。	
		電気機械器具製造業（企画担当）	・東日本大震災からの回復傾向に伴い、景気全体は良い方向に向かう。特に省エネ関連の事業は投資などが積極的に行われ、消費者の買い控えも落ち着き、関連商品の消費が活発になっていくと予想される。	
		輸送業（経営者）	・東日本大震災の被害を受けた荷主の操業再開の日程が予定通りであれば、物量の一部回復が期待できる。	
		通信業（営業担当）	・復興に向けた動きが活発化しており、業務の再開に伴う景気回復が見込める。	
		金融業（広報担当）	・東日本大震災に伴う間接被害の顕在化が想定されるが、一方で復興に向けた動きも本格化するため、相対的にはプラスの効果の方が大きくなると予想される。	
		広告業協会（役員）	・復興関連事業が落ち着けば広告に予算を回す企業が増えてくる。	
		広告代理店（経営者）	・復興が更に進み、消費は戻ってくると予想しているが、誘致型観光広告などは、新幹線のダイヤなどが完全復旧しなければ出てこない。	
		経営コンサルタント 公認会計士	・復興に向けた経済活動が各方面に広がりつつある。 ・復興需要が本格化するのはいずれからであり、業績改善の動きは建設業以外のほかの業種にも徐々に広がっていくと予想される。	
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・先月あたりから明るさが見えてきている。7、8月のオーダーが急激に増え、工場の生産ラインの稼働状況が良くなっており、従業員も忙しくなっている。また、製品の出荷も1日1度だったものが、先日から朝夕2度の出荷体制へと変更となっており、こうした状況はしばらくの間続く。	
		変わらない	食料品製造業（経営者）	・東北を応援しようという動きがいつまで続くか分からない。今後は地元の復興がどれだけ早くできるかが鍵となる。
			繊維工業（経営者）	・東日本大震災後の政府による復興計画等が出そろい、将来の展望がみえてくるまでは、先行きの見通しはなかなか立たない。
出版・印刷・同関連産業（経営者）	・若干は落ち着きを取り戻しており、お祭り等のイベントも計画されるようになってきている。また、選挙が行われるという情報も入ってきているので、この先、悪くなるようなことはないと思っている。			
一般機械器具製造業（経理担当）	・自動車部品については多少の回復が期待できる。			
建設業（経営者）	・気候等でも変わるが、民間工事の増加はまだ続くと予想される。しかし、秋以降にその反動が出るのではないかと心配している。			
建設業（企画担当）	・現在も東日本大震災の復旧対応で手一杯の状態であり、この状態は数か月続くことが見込まれる。ただし、いまだ津波被害への対応は後回しになっているため、津波被害への対応も含めた本格復興の動きが早くはじまることを期待している。			
通信業（営業担当）	・取引先の慎重な姿勢は当分続くと予想される。			
金融業（営業担当）	・特に大きく変化する要因はない。			
	コピーサービス業（経営者）	・政局は混迷しており、政治の動き次第で変わる。また、復興予算がどれだけスピードで現場に降りてくるのが問題である。		

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
	やや悪くなる	金属工業協同組合（職員）	・受注の見込みは依然として不透明で、状況は秋口まで変わらない。
		農林水産業（従業者）	・福島第一原子力発電所の事故により、放射線の影響が特にない農作物の価格も下がる傾向にある。
		食料品製造業（総務担当）	・猛暑の予想と節電や省エネの影響により、飲料を除く食料品の需要は落ち込むと予想される。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・福島第一原子力発電所の事故が収束しない限り、地域全体が立ち直ることはできない。
		司法書士	・不動産流通が停滞しているため、不動産の取引件数が減少している。これは、ここ数年の傾向であるが、東日本大震災により住宅建材の入手が遅れていることも影響しており、一般住宅の着工も相当落ち込む。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・東日本大震災の影響が尾を引いており、今後はますます厳しくなることが予想される。政府の早期対策を期待したい。
	悪くなる	農林水産業（従業者）	・桃やりんごは順調に生育しているが、福島第一原子力発電所の事故が収束しないため、当県産というだけで値段がつかなくなるのではないかと懸念が大きくなっている。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・職場や仕事、家を失った人が多く、市内のスーパーや小売店もかなり損壊しており、回復までには長い時間を要する。ここ2、3か月でどうなるというものではない。
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・震災特需と思われる動きがもう少し続くと予想される。
		人材派遣会社（社員）	・東日本大震災後の混乱も一段落し、復興に向け、建設や住宅、土木業界の仕事が増えてきている。建設業界の人からは、この先3～5年は仕事があるという話も聞いている。
		アウトソーシング企業（社員）	・東日本大震災の影響で悪くなった現状よりは良くなる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・仮設住宅に関わる復興支援業種やそれに伴う飲食業界等においては、官民挙げての支援体制が続く今後数か月は上向いていくことが予想される。ただし、業種に偏りがあり、全体的に上向いていくわけではない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・自動車メーカーの生産ラインの復旧状況や夏の節電から、秋口にはマインドはプラスに転じると見込んでいる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・市内を営業していても、復興に向けた経済活動に力強さを感じられず、人材確保のためのオーダーも出てこない。こうした状況はしばらく続く見通しである。
		人材派遣会社（社員）	・長期的な下支え要因が見当たらない。将来像がみえないため、長期的な雇用には慎重な姿勢がうかがえる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・7月以降の受注が少しずつ増えてきたようだが、一本調子で伸びていくとは思わず、先行き不安感はいましばらく続く。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今年の夏は電力規制が実施され、経済活動は万事控えめになる可能性がある。秋口からは復旧復興による持ち直しの動きも期待されるが、現在の政治状況次第でどうなるかわからず、全く予断を許さない状況である。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比で増加傾向にあるものの、新規求職者数も同様の傾向にあり、求人倍率の大幅な改善は期待できない。
		職業安定所（職員）	・求職者の増加があり、求人倍率は0.3倍台という低い状況になっている。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比で2か月連続増加しており、月間有効求人数も2か月連続で増加となっている。有効求人倍率は新規求人数の増加を上回る新規求職者の増加のため、減少幅が大きく低水準である。
職業安定所（職員）		・新規求人の増加基調に変化はないが、増加幅が鈍っているほか、雇用調整を実施する企業も高止まりしており、今後もこの状況が続くとみられる。	
やや悪くなる	職業安定所（職員）	・東日本大震災の復興には時間を要する。また、節電の影響もあって、消費の拡大や景気の回復は遅れることが予想され、企業の採用意欲も下がる。	
	職業安定所（職員）	・特に良くなったり悪くなったりする要因が見あたらないことから、もうしばらくは現在の状況が続く見通しである。	
	職業安定所（職員）	・震災復興関係で建設業の求人は増加しているが、それ以外の求人については、観光等を中心に回復まで時間を要する。	
	職業安定所（職員）	・学卒求人の出足が非常に悪くなっており、意向調査でも学卒の採用意欲が低くなっている。	

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
	悪くなる	人材派遣会社（社員）	・当社が主に手掛ける企業ニーズによる事務系や専門職の派遣受注は、好転の兆しが一向に見えない。

### 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	百貨店（営業担当）	・県に3軒あったデパートが2軒に集約されたことにより、市場が広がっているため、今後は非常に多くの客に来店してもらえるようになる。
		コンビニ（経営者）	・東日本大震災の後からほぼ100%の商品の供給が整ったことが一番だと思っている。また、思わぬ暑さのために飲料やアイスなどの動きが例年よりも早くスタートしている。更にきめ細やかな品ぞろえと販売量で数字は伸びていく。
		コンビニ（経営者）	・これから夏に向かい人の動きが活発になることや、災害に対する人の意識が変わりつつあるので良くなる。
やや良くなる		一般小売店〔家電〕（経営者）	・前年に続き猛暑が期待できることから、エアコン等の夏物商材に期待している。
		スーパー（店長）	・節電対策商品について、販売の仕方次第ではこれも特需となると感じている。いわゆる暑さ対策の商品については大きなビジネスチャンスとなる。
		スーパー（総務担当）	・東日本大震災直後は物がなく、水、あるいはカップラーメン等の食料品が行き渡らない状況が続いたが、ここに来てたばこなど一部を除いて、9割方商品がそろってきている。そのようななか、この暑さの影響で、7～8月についてはクール商品がかなり売れるのではないかと状況で、扇風機といった節電商材の売行きも非常に良いので、この夏は非常に良くなると予測している。
		衣料品専門店（統括）	・東日本大震災の影響が今もまだ収まっていないようで、例年だと売上、客数も増える時期だが、各地のお祭り、イベントがなかなかはっきりしない、縮小方向にある、という流れが客の動きから見受けられる。これからの期待はできないものの、夏に向かっては祭りの行事に使うような消費が出てくる。
		乗用車販売店（経営者）	・メーカーの生産量回復に伴い、地元下請メーカーの生産量も戻ってくる。
		乗用車販売店（営業担当）	・前年並みの販売は望めないが、東日本大震災後の自粛ムードも緩和され、上期の決算期にあたるため、販売量の増加が期待できる。
		自動車備品販売店（経営者）	・今までよりはいろいろな災害の回復もしており、仕事も増えてきているので、多少上向きになるはずである。
		観光型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災からの復興に向け、建設業界の特需に引っぱり、その他の業界も景気が回復してくることに期待している。
		通信会社（経営者）	・今後も行政中心だとは思いますが、多少は仕事量が増える。
		通信会社（販売担当）	・夏の節電対策により、エコ商品や節電グッズ等の販売が伸びそうなおと、節電対策で各企業が特別予算を取って対応しているため、少しは経済の活性化につながる。
		通信会社（営業担当）	・今年は梅雨時期から例年になく暑さが続いているため、暑さ対策としての消費は高まる。
		遊園地（職員）	・東日本大震災から約3か月半が経過したレジャー、サービス業界は、徐々に回復傾向にあり、今後2～3か月先には今月よりも回復傾向に向かうと考えられる。
		ゴルフ場（副支配人）	・毎年恒例であるが、7～9月に向けて来場客数がピークに達するのでやや良くなる。
		美容室（経営者）	・7月に向かって猛暑になりつつあるのでカットの客が増えてくる。ただし、停電になると客が途絶えるため、電力不足が気掛かりである。
		その他サービス 〔フィットネスクラブ〕（マネージャー）	・夏場の電力不足並びに福島第一原子力発電所問題もある程度一段落し、復興への具体的な行動による人、物、金の流れが創出できる。

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
		住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災から3か月が過ぎて、当県においてはかなり動きが出てきている。需要に対する意識が高まっており、エコに対する関心も高くなっているのだから客が動き出すのではないかという一方で、例えば屋根に関しての職人がいない、材料がないといった状況、世相の不安など悪くなるような要素も阻んでいる。企業も休日が多く、なかなか収入に反映されないのではないかと懸念もある。
	変わらない	商店街（代表者）	・夏休みに向かうが、前年並みの人出になれば上出来である。
		商店街（代表者）	・福島第一原子力発電所の問題がどうなるのかという不安材料があり、自粛ムードが強く、原子力発電所問題がどうなるのかで状況は変わってくる。
		商店街（代表者）	・景気の良し悪しについて、何も見えてこないで変わらない。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・夏の行事も中止を考える地区が出てきている。暑さ対策に迫られ、皆が動かず、家の中でテレビ鑑賞で過ごしている状態なので、当分期待は持てない。
		一般小売店〔乳業〕（経営者）	・現在の消費は、設備や建物の補修のために他地域から人口流入していることによる、東日本大震災後の特需がほとんどと思われる。自力の消費回復は、まだ未知数である。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・数か月は現在の水準が変わらずに推移する。
		百貨店（営業担当）	・消費マインドが回復しない。
		百貨店（営業担当）	・電力事情による景気動向への影響が懸念される。
		百貨店（営業担当）	・以前に比べたら消費意欲は上がりつつあると思うが、慎重な姿勢は相変わらずなので、そんなに急に良くなるということはない。
		百貨店（販売促進担当）	・今後、昨年並みの猛暑となれば、計画停電ということも想定される。東日本大震災直後の計画停電により、来客数、売上共に大幅減となったこともあり、懸念材料である。
		百貨店（販売促進担当）	・節電を背景としたクール関連商品が今のところ好調な動きだが、そう長続きはしない。節約志向も根強く、消費が改善する要因は見当たらない。
		スーパー（経営企画担当）	・5月ごろより節約志向が増し、安くてもさしあたり必要でないものは買わなくなっているのだから、先行きも変わらない。
		コンビニ（店長）	・たばこはまだまだ足りないが、一応以前のように戻ってきており、その他の品物も大分出そろってきたので、一般客の買物についてはようやく元に戻ってきている。ここから今後良くなる方向かということ、現状のまま特別変化はなさそうである。
		衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災、福島第一原子力発電所の問題、電力不足など、社会環境がマイナス要因に覆われ、解決のめどが見えない状況では、中高齢の客にとってしばらく晴れの場に立つことは難しい。
		乗用車販売店（営業担当）	・少子高齢化時代で、ここにきて高齢の客より自動車の処分を数台依頼された。増える数より減る数が目立つことに寂しさと危機感を覚えている。
		乗用車販売店（販売担当）	・当店は周辺観光地のホテルや物産店、商店街を相手にして商売をしている。修学旅行の学生はこのところ徐々に盛り返ってきてはいるので、そういう一部のホテルは良くなっているものの、福島第一原子力発電所の関係で一般客は激減しており、一般客が多いホテルや物産店の従業員、オーナーは徐々に車にお金を使わなくなってきた。そのため、今後2～3か月先でもそれほど良くなる要素は無く、現状と大して変わらない状態での推移となる。
		住関連専門店（統括）	・暑さが続くなか、商品動向は季節商材を中心に好調のまま推移しそうであるが、先行きが不透明で、支出の拡大がどこまで続くのかが疑問である。
	住関連専門店（仕入担当）	・東日本大震災、福島第一原子力発電所の問題により生活行動、消費行動が変化している。住関連品への購買意識は高いままの状態が今後も継続する。	
	一般レストラン（経営者）	・節電の影響がどう出るのか分からず、客が積極的に動かない。外出先としてレストランに来るのか分からない。	
	一般レストラン（経営者）	・大きな変化は特に見当たらないものの、節電等による影響が多少不安である。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		観光型ホテル（営業担当）	・観光客は戻りつつあるものの、一律千円での高速道路料金制度が終了したことでマイカー客の入込みに大きく影響するのではないかと心配している。
		都市型ホテル（経営者）	・自動車の期間工員の増員などがあるものの、相変わらず下請への対応は厳しく、宿泊、出張の経費削減はリーマンショック以降同様のものとなっている。
		旅行代理店（経営者）	・福島第一原子力発電所の関係がまだ収まっていない。皆非常に不安がっているが、そろそろどこかに出掛けたいという様子も見受けられる。
		旅行代理店（所長）	・ボーナスの使い道に関するアンケートで、国内旅行が1位になったようだが、節電のための休暇増など旅行需要を誘引する因子があるにもかかわらず、それを上回る福島第一原子力発電所の不安要素が、依然として払しょくできない。また、その見込みも見えない。
		旅行代理店（副支店長）	・夏休み等の受注を期待しているが、個人客の動きが鈍い。秋口の予約も低迷している。
		旅行代理店（副支店長）	・問い合わせの案件自体は増えてきているが、やはりサービス業、余暇産業が動くのは衣食住が終わった後なので、先行きはなかなか読めない。
		通信会社（総務担当）	・個人消費がいまだに低迷している。省エネ対策も追い風となっている。
		通信会社（局長）	・7月24日のアナログ放送停波に伴う最終の駆け込み需要や、ボーナス期を迎え消費拡大は見込めるが、一過性のものと予測している。平年並み以上の気温となる確率が高いという予報は、電力不足対策としての節電や計画停電実施の可能性など、消費者の心理面に影を差す。
		テーマパーク（職員）	・節電や福島第一原子力発電所の問題、高速道路の上限千円の制度が終了したことなどから、今年の夏休みの繁忙期がどうなるか想定ができない。
		ゴルフ場（業務担当）	・8月の土日は前年よりも低価格で案内を出したところ、大きな反応があった。需要は結構回復しつつあるようである。ただし、2～3か月後に単価がどのあたりまで回復するかは現在のところ未知数である。安いプランが先に売れるという状況なので、売上が伸びるかどうかが、収益の改善には疑問が残るところである。
		競輪場（職員）	・他場の売上もそれほど変化が見られないので変わらない。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] （店長）	・節電期間は休日の分散もあり、客の動向が予測できない。ただ、母体ショッピングセンターには映画館もあるので、当店と合わせて近場で低単価な遊びを選ぶ客が増える傾向はしばらく続く。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] （職員）	・特に今月あたりからそうだが、省エネで客の仕事時間が少し夜や朝にシフトしているようで、関連して余暇の時間が早まったり遅くなったりと広がっている。この状態が果たしてどこまで続くのかは分からないが、夏場の間はある程度利用が見込める。
		その他サービス [立体 駐車場]（従業員）	・家電量販店のオープン記念の競争合戦も来月の中旬で一段落するため、その後の客数、売上は横ばいで推移する。
		設計事務所（経営者）	・復興、福島第一原子力発電所の収束と時間が掛かり、ここ数か月で建築物件が多くなると思えない。
		設計事務所（所長）	・東日本大震災からの復興がどのようになるか、その波及効果を期待したいが、被災地から遠方であるためにあまり期待することもできない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・今の様子ではまだまだ悪くなる。良くなる要素は何も見受けられない。
		スーパー（経営者）	・東日本大震災以降、ライフスタイルが変わりつつある。
		スーパー（統括）	・節電や防災、安心、安全などの視点から節約志向が強まってきており、不要不急品の購入を控える傾向は今後も続く。
		コンビニ（経営者）	・東日本大震災の影響で現在は売上が非常に良くなっているが、今後は商品の供給が必要に応じられるようになると思うので、2～3か月後は悪くなる。
		衣料品専門店（店長）	・秋物商材の立ち上がりの時期ではあるが、前年のように暑さが続くと思われるので、売上も厳しい。
		家電量販店（経営者）	・地上デジタル放送完全移行によるテレビ需要の減少が大きく見込まれる。

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
		家電量販店（店長）	・7月24日のアナログ電波の停波に伴い、地上デジタル放送対応のテレビ関連商品買換えは終了する。このため映像関連商品、特にテレビの売上は急速に鈍化する。継続して売れるとすれば、レコーダーの買換えが進んでいない世帯へ普及需要である。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（従業員）	・電力不足が水を差す形となる。
		高級レストラン（店長）	・夏場の電力不足や景気低迷による夏祭りの縮小など、良くなる要素が何もない。
		都市型ホテル（支配人）	・会食、宴会の予約が減少している。また、夏の行楽客、海水浴客の減少も見込まれる。
		旅行代理店（従業員）	・福島第一原子力発電所の問題で思うように客が伸びて来ない。
		タクシー（経営者）	・3か月前よりは少しずつ落ち込み幅が縮まってきたが、まだこの先も悪い。
		設計事務所（所長）	・結局、再生、復興、そして将来への希望が見えない限り、建築意欲が喚起されることはない。
		住宅販売会社（従業員）	・周辺の観光地では、撤退、廃業する業者が散見されるなど、先行きの見通しは厳しい。
		住宅販売会社（経営者）	・日本全体が不景気感をぬぐえないまま、東日本大震災後の影響が表面化してくる時期である。各業界も電気供給が不安定で、全体的に不安定な状況を作り出している福島第一原子力発電所の事故が収束しない限り、悪い状況は改善されない。
		住宅販売会社（経営者）	・世の中節約ムードで、回復する見込みがあまりない。
悪くなる		一般小売店〔衣料〕（経営者）	・東日本大震災後の影響がやはり出ており、なかなか急には回復しない。2～3年は掛かる。ただ、韓国関連の観光客が来るような話を聞いているので、期待している。
		コンビニ（店長）	・7月下旬に同じチェーンの加盟店が大変近距離にオープンするため、かなり影響を受ける。
		衣料品専門店（販売担当）	・現在も相当に悪いから変わらないというほうが適切なのかもしれないが、残念ながら今以上に明るい兆しが見えない。来客数の動き、客の様子を見ても、どうも購買意欲がないというか、それどころではないという感じである。生活必需品に関しては身の回りの物ということでそれなりに動きはあるだろうが、婦人服となると二の次、三の次、最後のところに来ているような感じであり、なかなか当店の商売としては立ち行かない。
		乗用車販売店（販売担当）	・車の販売だけでなく、車検、その他の整備、点検が入ってくる要素が全くない。周りが本当に沈んでおり、やる気が起きず、失業者も多い。良くなる要素は何もない。
企業動向関連	良くなる	一般機械器具製造業（経営者）	・自動車業界では東日本大震災の影響による上期のマイナス分を下期の増産でカバーしようとの動きが本格化し、仕事は確実に忙しくなる。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・前年並みの受注量になってきたが、15%の節電の下で果たして生産がうまくいくのか、非常に難しい局面に入っている。
やや良くなる		金属製品製造業（経営者）	・住宅用の換気扇部品は毎月決まった数量が出るようになり、他の仕事も安定して出る予定になっているので、やや良くなる。価格は以前と同じなので期待できないが、これから少しずつ良くなるのではないかと見ている。
		その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・国の関係から装置が認められてきている。また、行政関係でも発火性危険物を分ける動きが見えてきているので、先行きはやや良くなる。
		金融業（経営企画担当）	・政府の震災復興策の効果が現れてくると期待している。
		金融業（役員）	・雇用が著しく回復している。
		金融業（調査担当）	・業種や企業規模によりばらつきはあるものの、改善の動きが続く。
		広告代理店（営業担当）	・広告を検討する話が出始めてきている。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・金融機関の話では、住宅需要が高まってきているということで、チラシ出稿も目にするようになってきている。また、家電はじめ量販店の広告、宣伝の動きが活発化しており、節電で夏物商材の動きを見込んでいると聞いている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
変わらない		社会保険労務士	・まだ閉鎖中の施設など多少あるが、人や物の動きが回復してきているので、先行きは良くなる。
		経営コンサルタント	・消費マインドの盛り返し如何に掛かっており、東日本大震災からの復興の政策次第とも言える。
		食料品製造業（営業統括）	・ここにきて急激に暑い日が続いており、他の酒類への移行が考えられる。また、土日の高速道路料金が元に戻ってしまったため、工場見学者の減少は避けられない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・体験工房などは、夏場が繁忙期となるので期待したい。
		電気機械器具製造業（経営者）	・7～9月の増産により、逆に10月以降の生産計画予定が減るのではとの見方があるので変わらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・現状では変わらないが、電力需要、その他を考えると当社が扱っている自動車部品については海外展開をより強力にするという話が出てきているので、ここ2～3か月は大丈夫としてもその先はやや不安である。車が回復してくるので多少なりとも上向くが、他が落ち込むので全体としては大体同じくらいとなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・ある程度の生産は見込めているが、長期的な受注は全くない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・東日本大震災の影響で一時部品の調達に滞っていたが、一部を除いて通常に戻っている。現在は受注面では前年より上向きだが、これから先の見通しにはかなり不安がある。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・取引先10社のうち、非常に悪い会社と良い会社があるので、この2～3か月の売上はまずまずとなる。
		輸送業（営業担当）	・今後とも節電グッズや夏場対策商品として冷却マット、タオル、すのこ、シェードなどの商品が目立って動く状況だと思うが、先送りして物量が動いているので、夏以降の物量確保は難しい。
不動産業（営業担当）	・製造など、企業の動きは徐々に通常に戻って良くなっていく可能性はあるが、節電や福島第一原子力発電所の問題が足かせになって思ったほど伸びないということもあるので、現況と変わらない状況が続く。		
	その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・今後も大幅な改善は見られない。当分様子見が続く。	
やや悪くなる		食料品製造業（経営者）	・消費税の動向、電気料金の値上げ、食料の原材料価格の値上げがどう影響するか不透明である。
		食料品製造業（製造担当）	・資材価格が上がり始めている。現在進行形で原価は上がるが、店での納品単価、販売価格に転嫁できずにいるので、皆体力勝負になる。売れない時代に入ってきているので、ますます厳しくなる。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・仕事量はあるが、利益がさっぱり出ない。回してくのが大変である。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・通常でも7～8月は仕事が少ないが、客はやはり品物を作るということを控えているようで、印刷物が少なくなっている。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・こんな時期に宝飾品は売れないと仕事を控えてきたが、消費者からイベント開催の要望を受け小売店もようやく行動を起こし始めている。しかしながら実質的にはまだ顧客が宝飾品を購入するには至っていない。また、例年夏は宝飾品販売が低調なうえ、小売店現場での節電は客の消費気力を奪っている。
		不動産業（経営者）	・何とか頑張っている所の多くも力尽き始めているように見受けられ、基幹産業や基盤となるべき産業が弱くなっている感が否めず、競争力や為替の動向を考えると先行きは望めない。労働者側の収入や待遇を考慮しても経済力が弱まっていく構成となっているのではないかと感じている。
		不動産業（管理担当）	・節電で空調に掛かる電気、ガス等の料金は多少減ることが予想されるが、断熱に掛かる投資をする必要が出てくるかもしれないため、追加費用発生の恐れがある。
悪くなる	化学工業（経営者）	・例年夏場は悪くなるが、今年は7～9月とこれといった注文が入っていないので、8月は大幅に生産を落とすことになりそうである。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
雇用 関連	良くなる やや良くなる	—	—
		人材派遣会社（経営者）	・地上デジタル放送対応のタイムリミットが7月ということもあるし、携帯関連の電子なども幾分上向き傾向と思われる。夏場の中元セールに向けての食品、衣料等については、動きが出てくると期待している。依然として求職者の状態がつかめないが、求人についてはそのようなところが目立ってきている。
		人材派遣会社（社員）	・いくつかの観光関係の物件の売上を見ると、前年に比べれば落ちているものの、徐々に戻ってきている最中である。これから2～3か月後、夏休みシーズンに向けての予約状況も随分改善してきている。観光関係以外の業務についてはこのまま推移していくのかもしれないが、少しは期待できるような気もしている。
	人材派遣会社（管理担当）	・夏になり、食品関連企業の短期派遣契約が増えるの見込んでいる。	
	職業安定所（職員）	・今後は求人への微増が見込まれる。	
	変わらない	求人情報誌製作会社（経営者）	・東日本大震災後、人件費を抑えている企業も多く、求人募集の意欲は減少している。
		職業安定所（職員）	・求職者数等は今後極端に減らず、数か月は同じくらいだと思うので、変わらない。
		職業安定所（職員）	・求人数は増加傾向にあるが、例えば高卒求人の出足は非常に悪い。企業の感触からも先行き不透明ということで、良いのか悪いのか分からないという状況が続いているようである。
		職業安定所（職員）	・新規求人は、前年比では増加しているが、一昨年との比較ではまだ回復に至っていない業種が目立っている。企業側の採用意欲は依然低調な状況が続く。
		職業安定所（職員）	・新規求職者数も前月に比べて大分落ち着きを見せているが、中高年齢者数が増加しており、今後有効求職者として滞留していくことが予想される。
民間職業紹介機関（経営者）		・自動車関連の部品工場は、ほぼ東日本大震災前に戻ってきた模様である。また、新規事業の実施に踏み切った企業で求人募集が始まったが、全体としては製造業の生産不安となる計画停電、実体経済と離れた消費税の話による消費の落ち込み、円高、政治の混迷等から先行き不安が消えず、投資等に慎重な企業が多い。	
学校〔専門学校〕（副校長）		・ここ数年厳しい求人状況が今年は更に厳しい。求人状況と企業の景気が実際に一致しているかどうかは疑問が残る。人事担当者から新人を採りたいという言葉は出てくるが、実際に求人は少数しかなく、やはり多くの企業が今後の景気状況を見ているのではないかと思われる。	
やや悪くなる	○	○	
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	百貨店（販売促進担当）	・唯一心配なのは計画停電がもしまた再開すれば大きな打撃になることだが、着実に回復に向かっている。
		コンビニ（経営者）	・この間までは非常に低調だったが、工事関係の客がこれから足を運んでくれるため、良い方向に向かう。
		家電量販店（営業統括）	・今後も引き続き、東日本大震災の復興需要と、節電対策需要が続く。7月のアナログ停波後にテレビの販売動向がどのような変化をするのか、冷静な市場動向の確認が必要となる。変化に対して機敏に対応できない場合、業績への悪影響は避けられない。
		乗用車販売店（経営者）	・がんばろう日本の掛け声が浸透してきて、日本復興の兆しが見えてきている。
		その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・東日本大震災の復興需要が見込めるため、良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・福島第一原子力発電所の問題次第であるが、東日本大震災後の回復でだんだん良くなっていく。
		旅行代理店（支店長）	・8、9月は個人旅行の最盛期であり、販売は間違いなく良い。また、今後見積依頼が増える予想であり、9月までは秋以降11月までの予定が入るため、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
	やや良くなる	商店街（代表者）	・当商店街の周辺はどちらかというと職人が多く、今後は東日本大震災の特需が多少見込まれるという話を聞いている。そのため、少しずつでも良くなっていく。
		商店街（代表者）	・当地域限定ではあるが、当地域を題材とした映画が公開され、それに伴うテレビ等での宣伝や地域のイベント等の盛り上がりにより、景況はやや上向きになる。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・地上デジタル放送のテレビの買換えは、大きいテレビが売れないので売上はあまり期待できないが、今年の夏も前年同様に暑さが続けばエアコンが売れそうである。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・祭事が無事行われるようであれば、良くなる。
		百貨店（売場主任）	・この夏も猛暑が予想されるため、夏物ニーズが上昇する。
		百貨店（総務担当）	・3、4月と比べれば6月は間違いなく良かったし、これから秋に向けて各産業別の動向も経済的なインフラが整ってくることを考えれば、当小売業の経営的な環境も間違いなく良くなっていく。
		百貨店（販売管理担当）	・今まで都心に買物に行っていた近隣住民が、有事を勘案して地元の店に戻りつつあり、前年を上回る売上実績を残しているため、今後も堅調な売上が見込める。
		百貨店（店長）	・ここ2か月は回復基調を感じるため、やや良くなる。
		コンビニ（商品開発担当）	・節電対策の反動で逆に消費が上がるかと期待している。
		衣料品専門店（経営者）	・6月は天気にも恵まれ大変好成績であった前年をクリアできたので、好調である。客は非常に意欲的に商品を見ており、購買意欲は上向いている。
		乗用車販売店（経営者）	・来客が増えつつあり、東日本大震災の話もあまり出なくなってきたため、やや良くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・今月も相変わらず車検などの整備入庫は非常に好調である。また、新車の販売台数も前月ごろから少しずつ伸びており、来客数も徐々に増加しているため、やや良くなっていく。
		乗用車販売店（販売担当）	・復興需要が期待でき、特に中古車については東北関係で相当需要が多いということである。価格についても、需要と供給のミスマッチでどうしても需要が多いため、現状、上がってきている。東北関連の復興が関東、東北、北陸のほうへ来るため、将来的にはやや良くなると期待を持っており、そのようななかで売上も上がっていき、年度末においてはそこそこの経営状態になる。
		乗用車販売店（総務担当）	・工場の生産も一部を除いて平常稼動に入っている。顧客も何か月先の納車待ちからの解消で、購入意欲を増してきた。ただし、EV車の売行きが、今一つ伸びないのが気になる。
		乗用車販売店（渉外担当）	・受注は前年比80%で推移している。生産車が少なく東日本大震災の影響もあり、実績ベースは全く悪い。しかし、今後生産のペースは各メーカーで正常時に近づくため、3月11日以降待ってもらっている受注済みユーザーへの対応が進み、収益に反映してくる。
		その他専門店〔雑貨〕（従業員）	・被災者を助けるための動きや節電、エコに関する商品の売行きが良いことから、やや良くなる。
		高級レストラン（支配人）	・夏から秋以降の予約状況に昨年ほどの勢いが無い。東日本大震災の影響は、企業によって温度差があるようである。
		一般レストラン（経営者）	・停電は今よりも少しなくなり、多少景気が動いてくる。また、東日本大震災の復旧で経済も動き、雇用も増えてくるため、少しは良くなっていく。
		一般レストラン（店長）	・節電で真夏ということもあってサマータイムなどを取り入れている企業もこの辺りには多いため、早い時間帯から軽く飲んで帰るといった客が若干でも増えて欲しい。
		都市型ホテル（支配人）	・先々の販売量はまだ前年には届かないものの、東日本大震災直後から比べればやや良くなってきている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・9月以降の宴会の予約状況が回復してきているため、レストラン、宿泊がこのままであれば、全社では良くなる。
		旅行代理店（経営者）	・確実な客の予約はまだはっきりとは分かっていないが、店頭で並んでいるパンフレットが欲しいとか、それに関するいろいろな問い合わせの電話や来客が大分多くなってきているため、期待が持てる。今後の地震や原子力発電所の問題も絡んでくるのでなかなか難しいが、良くなることを期待している。

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（従業員）	・自粛ムードも一段落し、旅行への動きが出始めている。	
		旅行代理店（従業員）	・東日本大震災の影響が薄れて企業活動が復活しつつあり、業務性需要が回復する。	
		旅行代理店（営業担当）	・広告掲載による申込が順調であるため、やや良くなる。	
		タクシー運転手	・復興に対しての期待が高まっているというような客の話などがかなり多くなってきている。これから復興計画が軌道に乗れば、かなり期待が持てる。	
		タクシー運転手	・今年は梅雨明けが早いように聞かすが、電力不足で企業も一般も自粛ムードである。しかし、家電製品の売行きに期待し、景気は多少良くなると期待したい。	
		通信会社（経営者）	・アナログ放送の停止、地上デジタル放送への移行のため、ケーブルで地上デジタル放送を見ようとするに伴って加入が増える。	
		通信会社（営業担当）	・アナログ放送が終了することにより、地上デジタル放送の多チャンネルサービスへの加入は増加する。	
		観光名所（職員）	・梅雨も明けて夏休みに入ると、観光地には客が戻ってくると期待し、やや良くなる。	
		その他レジャー施設 〔スポーツ施設〕（支配人）	・7月より再び節電が始まって本格的に暑くなり、涼を求めてレジャーでの消費増、暑さ対策グッズの販売増が予想される。	
		その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（支配人）	・高速道路料金上限千円の制度が終了し、また、東日本大震災の影響により、安近短なレジャーが見直されるなか、当ボウリング場も他のボウリング場と同様に上向いている。	
		設計事務所（所長）	・耐震改修の仕事は増えてきているようだが、いくら多くなっても限られた人数ではたくさんの仕事を取ることができないため、そんなに極端に景気が良くなるとは言えない。	
		住宅販売会社（従業員）	・世の中の景気も夏から秋に掛けて回復してくる予想で、当社も急激ではないが緩やかに良くなる。	
		変わらない	商店街（代表者）	・客が非常に慎重になっている。また、当業界全体では新しい商品ができていないこともあり、なかなか販売に結び付けることが難しい。気に入ってはいるがなかなか買ってもらえず、状況は今一つ思わしくない。
			商店街（代表者）	・変わらないというより、予測できない感じである。基本的には、通常以上にイベントに力を入れて、当地域の街角の経済を活性化したい。
			一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・夏の節電等の影響はまだ不透明な部分があるため、現状とさほど変わらない。
			一般小売店〔酒類〕（経営者）	・景気の良くなる要素がない。したがってこの悪い景気が続く。
			一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・東日本大震災の影響が今後も続くため、景気は悪いまま変わらない。
			一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・景気全体としてはあまり良くない。東日本大震災の復興需要もあることはあるが、これから復興税を払わなければならない等と考えると、少しずつ買う物が鈍っていたりと、実際に売上等はあまり芳しくない。使わない、余計な物は買わない傾向が見られる。この傾向がずっと続いているのが現状であるため、何か要因がない限り急激に落ちるといこともなければ上がるということもなく、あまり変わらない。
			百貨店（総務担当）	・衣料品の販売額は前年を超えるようになってはきているが、まだ地域、店舗によってばらつきがあり、夏季の電力不足の影響も懸念される。
百貨店（広報担当）	・外国人顧客の減少と一般所得者の高額品に対する消費マインドの低下は今後も続く可能性がある。			
百貨店（営業担当）	・株価の値動きと為替が大きく変動していない状況下において、景気の変動よりも天候と気温により商品の売行きが変わっている。婦人服関連が徐々に回復傾向にあるが、しばらくは大きな変動がない。			
百貨店（営業担当）	・景気が上がる要素はなく、節約疲れ等の刺激にも限界がある。			

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
		百貨店（営業担当）	・乗客数微減×客単価低下に対する効果的な対策は今のところなく、どちらかといえば世の中全体の景気回復を待っているような感がある。単純に価格を下げれば売上が上がるといった従来の図式は描きづらい。顧客の需要喚起については必要と思うものの、発掘した商品をディスカウントすることなく正当な価格で販売することにより、全体の売上を確保するしか手はない。
		百貨店（販売促進担当）	・夏はボーナス需要とセール効果で一定の購買力は見込めるものの、気候によってニーズや選択視点が変わる可能性があり、品ぞろえとの見極めが難しい。メーカー在庫にもよるが、状況対応になりがちとなる。
		スーパー（経営者）	・やはり東日本大震災以降、余計な物を買わないという客の心理がいろいろと出ているため、こちらから余程販促を掛けないとなかなか買ってくれない。我々ももっと努力しなければいけないと思っているが、今後もこのあまり良くない状況が続く。
		スーパー（店長）	・見通しは良くなると答えたいが、今年の猛暑の影響からすると、まず客は日中には買物に来てくれない。日がある程度落ち着いた夕方には来るが、日中の客数減を夕方のピーク後にカバーできないのが現実である。火を使わない料理提案をいろいろと工夫しながらやっているが、なかなか購買動機につながるような提案がうまく客に伝わらない状況も懸念される。そのため、景気は今と変わらないか、やや悪くなる。
		スーパー（店長）	・ボーナス商戦と夏場の気温次第で際物の販売は化ける可能性はあるが、全体的に見ても節約モードは払しょくされておらず、当分の間は厳しい。
		スーパー（総務担当）	・これから夏を迎えるにあたって電力需要が間に合うのかという不安感と節約を客は考えている。また、行楽などに使う物が今売れていない状況のなかで、客の動きは非常に停滞したままである。
		スーパー（仕入担当）	・電力需要により状況が変わるため、販売側としても非常に予測が立てにくいのが、夏物商材は前年並みとはいかないまでも、一定の伸びで動く。
		コンビニ（経営者）	・回復基調は衰えておらず、売上も多少の伸びが期待される。しかし、盛夏の電力供給事情の変化によっては、不透明な要素も消えていない。
		コンビニ（経営者）	・東日本大震災の影響はまだ続く。また、このように梅雨でありながら天気が良く大変暑かったりすると、節電と、節電することで水物が欲しくなったり、アイスを食べたり、顔がべたつくのでフェイシャルペーパーを使う等の需要が相当見込まれる。だからといって節電や世の中の原子力発電所に対する不安等はまだ消えないため、今後が少し心配である。
		衣料品専門店（経営者）	・売上は天候次第になると思うが、世の中は節電によるエコ商品中心の消費に変化してきているため、洋服に関しては値引き販売による販売量の確保が難しく、回復にはまだしばらく時間がかかる。
		衣料品専門店（経営者）	・2～3か月先は秋冬に向かっての準備期間であり、客も様子見の時期なのでなかなか売上に結び付かず、良くない。
		衣料品専門店（店長）	・クールビズ需要の後に続くものがあるかどうか、少し不明である。
		衣料品専門店（営業担当）	・東日本大震災の余波が大分収まり、景気的に上向きになっているが、まだ将来的に不安感が残る。
		家電量販店（店員）	・液晶産業の低価格化に伴い、物価の基準が下がる。そのなかで、付加価値のあるプラス商材を得なければならない。
		乗用車販売店（営業担当）	・世間的には自粛したら景気が落ちると言うが、本当に財産を持っている人が使うべき所で使っていないので、上がる気配すら感じられない。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・7月1日から夏期節電対策により電気の使用制限が実施され、前年の15%削減が義務付けられるため、館内照明の一部消灯、LED化、エスカレーター、エレベーターの間引き運転等を実施し、客には迷惑や不便を掛けることになる。また、8月の空調温度も前年より2度引き上げる予定であるが、快適さがサービスであり、苦慮している。そのような状況下、先行き不透明ではあるが、東北支援、経済復興のモードは出始めている。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・6月のショーでは特にサプライズがなく、新ハードの調子も振るわないことから、市場全体としては低調が続く。

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
		高級レストラン（店長）	・徐々に和らぎつつある東日本大震災の影響がどこまで戻るか、不透明感が強い。今夏の節電の影響も心配である。
		一般レストラン（経営者）	・東日本大震災後は良くなったと思うが、これから3か月後に関しては変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・節約、節電等は定着しつつあるので、夏場もこのままで推移する。
		一般レストラン（経営者）	・このまま売上が前年比で100%を超えてくれればと思っている。
		スナック（経営者）	・7、8月にかけて暑さもあると思うが、その他の理由でもやはり足が途絶える。少し良くなって欲しいが、それは期待できない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・放射線問題がどう収束するかが大きく影響する。
		都市型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災の影響は徐々になくなって通常に戻りつつあるが、全体的に結婚披露宴の予約数は思ったほど伸びていない。先の分も、まだまだ予算に足りていない状況である。
		旅行代理店（従業員）	・団体旅行の問い合わせや東北方面への復興支援ツアーの造成等でこ入れはしているものの、成約件数は以前と変わらず、期待が持てない。
		タクシー運転手	・生活や経済の動向に先行き不透明感があり、現状の生活を維持する傾向がある。消費に向かわせる明るい題材が少ない。
		タクシー（団体役員）	・現状から考えると契約企業や一般利用客も交通費等の節約傾向は今後も続くと思うため、タクシー業界はまだまだ厳しい。
		通信会社（経営者）	・アナログ放送が終了し、地上デジタル放送化によりテレビへの意識が一旦薄れるが、一方ではデジタルをアナログに変換し放送するデジアナ需要がケーブルテレビへの需要を当面支えていく。
		通信会社（支店長）	・スマートフォンへの機種変更需要や、それに付随するアクセサリ等の販売によって、何とか収益を確保できる。
		通信会社（営業担当）	・顧客は収入減少により消費を控えているため、解約件数とサービスプランの低価格化が増加していく。
		ゴルフ練習場（従業員）	・これから夏に向かい、ゴルフ練習場としてはやや来場者数が落ちてくる時期である。また、節電営業のためエアコン等も抑えているので、そのあたりの影響が若干出て、景気は変わらない。
		ゴルフ場（支配人）	・来場数に対しての予約状況が、多くを望めない。
		パチンコ店（経営者）	・7～9月と節電に協力するため月に3回、全店で休むことになっている。また、店内のエアコン等の設定温度を高めにしており、その他いろいろなことを勘案し、今の状態からあまり変わらない。
		競馬場（職員）	・例年、旧盆の時期まで来場者数、売上は微増の傾向であるが、今年は増えずに低いレベルで推移していきそうである。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] (店長)	・東日本大震災以降、高まっていた近場レジャー利用の流れが震災以前と同様に戻ってきており、さらに節電の影響で館内の暑さを気にする客が多いことから、目的客以外の来店状況の回復が見込めない。
		その他レジャー施設 (経営企画担当)	・前年比での夏季催事の減少による悪化懸念の反面、近場レジャー需要の高まりによっては好転の可能性もあるため、変わらない。
		美容室（経営者）	・当地域はこれから祭り等、いろいろな行事が夏に向けてあるので、やや良くなっていく。
		その他サービス [学習塾] (経営者)	・退塾者はいないが新しく入ってくる生徒もいないので、これから夏期講習でどうなるかである。夏期講習の入り次第で景気が上向きか下向きかも分かってくる。
		その他サービス [福祉輸送] (経営者)	・長引く東日本大震災の復興で特需を若干受けるような良い部分があるが、逆に福島のように旅行全体の冷え込みがまだ増えていくため、今の状況が大きく変わるとは見えていない。
		その他サービス [保険代理店] (経営者)	・しばらくは現状のまま推移し、今後の社会変化を見据えて消費行動が小まめに变化する。一時の悲観感は見られず、より購買意欲、購買単価の上昇も期待ができる。
		その他サービス [フィットネスクラブ] (マネージャー)	・自粛傾向は緩やかになるが景気回復には至らず、厳しい状況は続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		設計事務所（所長）	・設計コストは本来上がるべき仕事量のところ、下がる傾向にある。何がどう上向くのか見当も付かず、当分の間このまま様子見が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅展示場や各種イベントでの集客状況に大きな変化は見られない。真夏の暑さと節電の状況により影響が出なければ、前年並みである。
	やや悪くなる	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・慶弔カタログや通販カタログの売上は前年並みということだが、お茶に関しては売上が30%から減少している。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・東日本大震災後、新茶購入に対する不安、懸念が進むなか、オフィスなどの節電対策により、自動販売機や自動給茶機の使用停止等が出てきている。給茶機等はタイマー設定などで節電対策もできるが、まだ節電による売上低迷要素が膨らんでいき、景気が回復するにはますます長い時間が掛かる。
		百貨店（広報担当）	・東日本大震災の復興、景気回復などに向け産業界は丸となり、消費者も購買行動の活性化のきっかけを待っているが、政治が全く安定せず、今後の方向性や先行きが全く見えてこない。この状況が打破されない限りは、安定した景気回復の兆候は見えてこない。
		百貨店（営業担当）	・生産地の被災や電力不足など企業へのマイナス与件は拡大し、回復のスピードも上がらず、消費、生産ともに行先不透明で、個人の消費環境は楽観視できない。
		スーパー（仕入担当）	・福島第一原子力発電所の事故は収束不明のままで節電、節約ムードは続き、景気が回復していく材料は見当たらない。
		コンビニ（経営者）	・東日本大震災も落ち着き天気は良いのだが、やはり客の財布は厳しく、単価、客数ともにマイナスである。
		コンビニ（経営者）	・東日本大震災からの復興にまだ時間が掛かりそうなことと、原子力発電所の問題がかなり尾を引きそうなため、やや悪くなる。
		コンビニ（商品開発担当）	・前年は猛暑による特需があった。今年は東北地区を中心に復興特需が期待できるが、中心である関東地区の売上が伸び悩んでおり、電力問題等の影響を考えるとトータルではやや落ち込む。
		衣料品専門店（経営者）	・当地域では祭りは何とかやることになっているが、花火あるいは盆踊りが自粛気味であり、それらの関連商売などは先行きあまり良くない。客も必要な物以外は衝動買いをしない傾向にあるので、やや悪くなる。
		家電量販店（経営者）	・レコーダーや省エネ対策家電は引き続き好調を維持するが、テレビは8月以降は厳しくなる。
		乗用車販売店（店長）	・7月から木、金曜を休みとし、土、日曜に工場を稼働するが、ディーラーにとっては登録台数を左右され非常に痛手であり、月末の登録に結び付かない。また、車両鋼板の1.3万円値上げ等、今はいろいろと環境を取りまく状況が良くない。
		住関連専門店（統括）	・景気が良くなる、もしくは現状を維持するには、3、4か月ではなく半年、1年のスパンで見なければ、まだまだはかれない。
		一般レストラン（経営者）	・東日本大震災直後ほどではないが、やはり皆生活防衛に走っている。福島第一原子力発電所の事故の収束が見えてこない間は、まだ少し消費を控える感じがしている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・婚礼見込み客が減っている分、婚礼受注も減っている。売上も前年より20%減で推移しそうである。
		タクシー運転手	・やはり客は非常に多くの不安を抱えており、この先も収まらずにこのままずっと継続する。
		通信会社（企画担当）	・アナログ放送終了の影響が読み切れない。
		通信会社（営業担当）	・地上デジタル放送完全移行後は駆け込み需要の反動もあり、加入数は伸びない。
		通信会社（営業担当）	・7月24日以降については地上デジタル放送対策特需も終わり、契約数は減少する見込みである。
		通信会社（総務担当）	・復興の財源確保のためとして増税が議論されているなか、生活防衛のため、ますます財布の口が固くなる。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・現在の入塾希望者数が前年より10%程度下回っているため、やや悪くなる。
		設計事務所（所長）	・業者が多いのに仕事量が激減している。官庁からの発注は大手志向で、中小は仕事に有り付けない。

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）	・今月の景気は一過性で4、5月の客のずれ込みにより景気はやや良かったが、このままの景気が持続するとは思えない。住宅版エコポイント制度の終了により、今決めなくてもいいかという様子見の客も増え、景気はやや悪くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・原子力発電所の問題が収束しないと、分譲物件の販売量は間違いなく低下する。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・現状、福島第一原子力発電所が落ち着かない状況で、復興にはまだ時間が掛かり、いろいろな需要が出てきにくいいため、やや悪くなる。
	悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者）	・静岡茶はすべて規制値以下と公表され、県の茶業農産課は健康への影響を心配するレベルではなく全く問題ないと話をした。しかし、テレビや新聞で報道され、風評被害もあり、茶小売店の売上が激減している。
		一般小売店〔家具〕（経営者）	・今後の景気の見通しはどこを見ても良くなるような要素が1つもないので、このまま悪くなる一方である。
		一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・競合店が毎年増え続けているので、前年を上回ることは不可能である。
		衣料品専門店（経営者）	・明るいニュースが無く、客の財布のひもは固い。このまま前年並みの猛暑であれば、節電等の話題で衣料品を購入しようという雰囲気ではなく、全体的な節約ムードが懸念される。
		衣料品専門店（店長）	・東日本大震災の復旧が進まず、電力不安が全国的になり、生産拠点が海外にシフトしてきている。また、計画停電復活の兆しがあることから、節約モードになっている。良いのは省エネルギーに結び付く機能性の繊維製品だけで、他には目ぼしい動きが見込めない。
		衣料品専門店（営業担当）	・東日本大震災後、主婦、ミセス以上の客の旅行がかなり減っているようである。旅行に行く際に新しい洋服を買うのが通常の流れだが、旅行に行かないので前年の物を着るといった光景も見られる。今年の夏は6月末の段階で30度超えなど温暖化が進み過ぎている状況で、このまま暑さがひどくなると人出がさらに少なくなってしまうという不安もある。
		家電量販店（統括）	・前年のテレビ需要を上回る要素は見当たらない。スマートフォン、太陽光等の需要は高まるが、テレビの特需を上回るだけのパワーが見受けられない。
ゴルフ場（従業員）		・もちろん最大限の努力はするが、福島第一原子力発電所に対する不安、今後の安定した電気の供給への不安、夏の猛暑、計画停電等、まだまだ景気は悪化してしまう。	
その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）		・今は気温が高くなってきたせいか夏物の買物客が増えているが、これからはいろいろな物価が上がりそうであり、消費を控えそうなため、悪くなる。	
住宅販売会社（経営者）	・東日本大震災の復興と福島第一原子力発電所の事故の解決に目途が立たない限り、景気回復はしない。		
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）	・東日本大震災後の状況から徐々に立ち直りつつあることは感じているので、多少良くなる。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・定期受注予定の発注が見込めるため、やや良くなる。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・販促経費を軒並み圧縮している傾向はまだ見受けられるが、クライアント側も何か販促活動を行わないといけないと考え始めている。この流れで少し上向きに推移すると期待している。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・東日本大震災の穴埋めで少し忙しくなると言われていたが、今月は15日過ぎまで全然忙しくならなかった。しかし、月末に掛けては途切れなく動き出してきている。また、今年一杯くらいは少し上向きになって穴を埋めないといけなため、少し忙しくなる。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・電力の問題があり、それが障壁となると悪くなる危険性もあるが、今年は夏の暑さが厳しそうなので、猛暑特需が発生する。
		建設業（営業担当）	・震災への関心が高まっているなかで、地震の対策を考えている顧客が増えている。施主からの案件は、耐震補強や新築においても構造的に強固なものを選択している。これまでコスト重視であった顧客も安全を重視している。
		輸送業（所長）	・注文自体が特段落ちたわけではなく、商品がないために受注量が落ちているため、回復すれば現在よりも出荷は増える。

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		金融業（支店長）	・電力関係の不安もあるが、全般的に3～5月に比べれば上がっていく。ただし、大幅な増加は電力関係のこともあり有り得ないと思うため、若干の上昇である。
		金融業（支店長）	・東日本大震災で急激な円高になり為替リスクを感じていた個人も、相場が80円台前半でやや安定するなか、円高水準を認識、外貨を購入する動きも出始めている。
		不動産業（総務担当）	・期待含みであるが、東日本大震災復興特需が見込まれる顧客もあることから、少しは景気の良い話が聞けそうな雰囲気になっている。
		広告代理店（経営者）	・広告は秋から繁忙期に入るため、今と比べてなら黙っていてもやや良いになるはずで、そうならなかったら危険レベルに入ってしまう。現状ではやや良いレベルに収まる見込みだが、今は景気の変動要因が多いため予断を許さず、そうなった時に沈没しないための策を練り始めている。
		経営コンサルタント	・大手の生産回復と年度の売上、利益の確保のために、上期の落ち込みを下期で取り戻そうとする動きが感じられる。したがって一時的と予想されるが、台風のように下請に受注増加が来る。
		その他サービス業 〔ディスプレイ〕（経営者）	・決定するしないは別として、問い合わせが増えている傾向がある。
		食料品製造業（経営者）	・希望を持てる要素が少ない。
		繊維工業（従業員）	・繊維産業全般で見たとき、消費者動向に変化は見られない。原料難で生産力が落ちコストが上昇しているが、安価な衣料品が出回っている当業界では製品に転嫁できない。メーカーがコスト高を吸収せざるを得ない状況にある。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・役所などの入札等、予定達成率が50%を切っているような状態なので、落札しても赤字ではないかと不思議である。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・将来的に、東日本大震災後の原子力発電所の問題等が良い方向に向かっていくまでは、恐らく変わらない。当地は大きな祭りの中心地だが、何とか景気をとということで各協会ごとではやるようになったものの、今年は全体的な大きな祭りがないため、横ばいである。
		出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・東日本大震災の影響で、花火大会や祭礼などが中止になっている。毎年いくつかのイベント案内を受注するが、今年は難しい。
		化学工業（従業員）	・東日本大震災以降、関東、中部、関西方面での荷動きが悪く、品物が全く売れない。今後の動向が全く見えてこない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・東日本大震災の復興にかかわるような品物は動き出しているが、それ以外の一般の物は基本的には良くなっていないため、3か月くらい先ではまだ本格的には動き出さない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・東日本大震災の影響で既存の住宅関連部品の発注が2～3割増加している。しかし新規の企画が全くないので、予断は許さない。
		金属製品製造業（経営者）	・新規開発関連の予算が先送りされている傾向にある。その部門の売上が激減しており、回復には時間が掛かる。
		金属製品製造業（経営者）	・国内は空洞化がより一層進んでいる。海外需要の恩恵を受けて何とか生産する物があるが、円高や国内でものづくりをするには電気他エネルギー費、法人税、人件費等、高すぎる環境で、国内の製造業の将来は明るくない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・このままの状態していく。ただし、数の出ている物が11月にはアメリカに行ってしまうため、11月までは忙しいがその後は考えるのも嫌なくらい恐ろしい。
電気機械器具製造業（経営者）	・全国区で展開している機械に対してメンテナンスを行っているが、最低ラインに上乗せして需要が出ている。この状況は当分続く。		
建設業（経理担当）	・電気エネルギーの制約でこの夏は経済の成長は望めそうにない。これに伴って設備投資も先延ばしになり、しばらくは建設への産業界からの注文はあまり期待できそうにない。		
通信業（広報担当）	・中小企業のIT投資環境に大きな変化は見られないため、変わらない。		
金融業（従業員）	・東日本大震災により一時企業活動が停滞したものの、業況は震災前にまで回復しつつある。製造業で在庫にやや品薄感が出るなど、震災による影響が懸念されるものの、先行きとしては横ばいもしくは緩やかな持ち直しが期待される。		

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
		金融業（役員）	・原子力発電所の問題による節電対応や、それによる生産調整や農産物の放射線量の問題がやはり気になる。
		社会保険労務士	・良くなるという要因が見当たらない。
		経営コンサルタント	・電力不足の影響が懸念されるため、変わらない。
		税理士	・良くなりそうな明るい話題は何も無い。
		経営コンサルタント	・この先懸念されるのが、夏の節電対応である。大手企業各社では勤務シフト変更の計画が進行中であるが、中小の商業、サービス業系事業所では、この影響がどのように出てくるのか読み切れていない。業界団体の会合では、マイナス要素が現状に追加されるのではないかと不安意見が非常に多い。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・景気回復への長期的な明るい兆しがなかなか見えてこない。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・お盆明けまで同じような状態が続く。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・東日本大震災後3か月間の底はようやく抜けたように思うが、特に電気を使う動画などの広告は2～3か月で完全に復活するとは思わない。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・東日本大震災後3か月が経過し、関東圏での影響はかなり少なくなっていると思うが、なぜか受注が伸びていかない。自然に回復するとは思えないため、2、3か月後もこのまま変わらない。
		やや悪くなる	
その他製造業〔靴〕（経営者）	・ハンドバックは装飾品関係であり、いわゆる必需品ではない。この社会不況とこれから暑さに向かっていくため、良い条件はなく、悪くなる。		
建設業（経営者）	・目先が全く見えない。節電を行うことで製造業でどれだけ影響があり、どのようになるかが問題である。		
輸送業（経営者）	・為替が円高に振れていること、及び輸出製品の放射線検査の実施等により、非常に生産活動が落ち込んでいる現状を見ると、まだ良くなる傾向にはない。		
輸送業（経営者）	・取扱量の改善が期待できず、荷主の合理化に向けての動きが強まり、更なる業務の縮小が推測される。		
金融業（支店長）	・東日本大震災の影響が当面続くため、復旧や生産の目途はかなり厳しくなっており、将来的にはもう少し景気が悪くなる。自己破産、会社倒産が多くなってきているので、それらを鑑みると景気はやや悪くなる。		
不動産業（経営者）	・中古のアパートが決まらなくなり困っている。古い所で辛抱する人も増えたようであり、やや悪くなっていく。		
広告代理店（従業員）	・売上が減少することが確定しているため、やや悪くなる。昨年暮れより取引先が当社から納入していた商品を中国から入れているため、この売上がメインだった7～9月はやや悪くなる。		
広告代理店（従業員）	・秋以降に通常の生産になるようだが、それまでは宣伝等は自粛である。		
広告代理店（営業担当）	・東日本大震災の影響により下降傾向にある企業の広告宣伝費は、春の自粛ムードからは通常の状態に戻ってきたものの、競合間の少ない予算でのし烈なシェア争いが激化している。コスト面での争いも多く、中小広告代理店としてはなかなか争いに勝てない。		
その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・リーマンショックの時もそうだったように、東日本大震災と福島第一原子力発電所の事故の影響は時間をおいて建物のメンテナンス業界にやってくるので、年末に掛けてが不安である。		
その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・節電ムードが一旦区切られる。		
悪くなる			
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・節電による営業曜日の変更で、作業の中止や延期が増えてきている。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
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)	・来期の採用計画は少し上向くのではないかと予想している。
		求人情報誌製作会社 (営業担当)	・3か月を要したが、ようやく平時モードに戻りつつある。この流れがしばらくは続いていく。
		求人情報誌製作会社 (営業担当)	・東日本大震災、福島第一原子力発電所の事故の影響で様々な業種で自粛や見直し、計画の延期などが続いていたが、3月以降の売上減をばん回すべく、この夏、秋に向けて動きが出始めているようである。
		求人情報誌製作会社 (営業担当)	・求人数が徐々に増えてきているので、やや良くなる。
		新聞社 [求人広告] (担当者)	・いつもお盆明けに注文予定の所が出ている。それを全部まとめるとやはり見込めるため、お盆明けの状況は多少良くなる。
		職業安定所 (所長)	・東日本大震災の復興需要や製造関係インフラ復旧に伴い、短いスパンでの景気はやや良くなるだろうが、電力需給ひっ迫、原発処理等の状況によっては予断を許さない。
		職業安定所 (職員)	・大手自動車工場のフル稼働生産が7月から始まる。それによって中小関連企業も2、3か月後あたりから徐々に受注も増え、景気は良くなっていく。
		民間職業紹介機関 (経営者)	・2、3か月かどうかは分からないが、年内には求人の要望が急激に強くなっていくような感じがする。特に国内というより海外で活躍できる人という要望を強く受けている。
	民間職業紹介機関 (職員)	・今のところ懸念材料が見当たらず、復興需要も含め、上り調子になってきている。	
	民間職業紹介機関 (職員)	・求人増加傾向は変わらないため、やや良くなる。	
	変わらない	人材派遣会社 (社員)	・今年の夏は異常気象というか非常に暑くなりそうなので電力事情が全く見えず、良くなるとは見えない。製造業では非常に心配しており、景気が良くなることはないのではないかと多くの人が多い。
		人材派遣会社 (支店長)	・東北の復興需要により雇用にも明るい兆しが出てきそうだが、政治次第で水を差す懸念もあり、先行きは不透明に感じる。
		人材派遣会社 (営業担当)	・節電と言いつつもそこまで大きな影響は出てきておらず、雇用が減っていくということはなさそうである。しかし、良い材料があるわけでもなく、このまま雇用が増えも減りもしない状況が続く。
		人材派遣会社 (営業担当)	・雇用期間の長期化、無期化なくして所得は増えず、すぐに回復に向かう気配は感じられない。
		職業安定所 (職員)	・人手不足の業種のIT、医療、福祉職の求人数は増加する可能性はあるが、経済動向を様子見している中小企業も多い。
		職業安定所 (職員)	・企業の話では、東日本大震災に関係なく景気が回復しているという判断材料がなく、求人を出すゆとりが感じられないという意見を多く聞く。
		民間職業紹介機関 (経営者)	・求人に結び付く、業績回復に至っていない会社が多い。
	やや悪くなる	学校 [専修学校] (就職担当)	・今後の新規採用活動開始企業見込数に変化はなく、依然、新卒採用については厳しい状況が継続する。
人材派遣会社 (支店長)		・地上デジタル放送関連で働いた人材が業務終了に伴い求職者となることを見込まれているため、やや悪くなる。	
人材派遣会社 (営業担当)		・7月以降、節電対策の影響もあり、派遣スタッフの稼働日数が削減される、もしくは時間短縮を行う企業も出てきており、それによって売上も減少する見込みがある。	
学校 [短期大学] (就職担当)	・今まではマスコミ、業者が大学の就職及び企業の採用に強く関わってきていたが、このような状況が長く続くと商売にならないとさっと手を引き、今までやってきたことを続けなくなる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	求人情報誌製作会社 (広報担当)	・当業界が値崩れを起こすと、企業の採用予算がこれから大きく好転することは有り得ない。

## 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	商店街（代表者）	・今後は、これまで離れていた客が戻ってくる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・来客数は若干減少したものの、客の様子から購買意欲は若干上向きつつあり、今後はやや良くなる。
		一般小売店〔酒類〕 (経営者)	・客との会話では、自粛ムードの話題は少なくなってきており、今後はやや良くなる。
		百貨店（売場主任）	・これからクリアランスセールが始まるため、今月は下見客が多いと思っていたが、購買意欲のある客が多く、売上も少し伸びている。そのため、夏商戦の売上も良くなる。
		百貨店（販売担当）	・この数年間で、安さや早さを売りにするファーストファッションは衰退してきており、価値感や歴史的背景がある本当に良い物が見直されている。客の手持ちにはない、長く着られる定番品や伝統素材の秋物製品が、大きく動き出す可能性がある。
		百貨店（店長）	・最近の衣料品や生活関連商品の動きを見てみると、今まで少し我慢されていた消費は今後は回復してくる。
		百貨店（営業企画・販売促進）	・まだ6月なのに非常に暑くなってきたため、今後季節商材の動きは活発化する。
		スーパー（経営者）	・天候不順の影響で食材が限られているが、3か月後には回復する。
		スーパー（総務担当）	・中元の予約販売は、前年と比べて5%ほど増加している。特に缶詰めやびん詰めのセットの売上が好調である。
		スーパー（営業企画）	・この2か月間で買上点数が少しずつ増えてきているため、今後はやや良くなる。
		コンビニ（企画担当）	・今後は製造業の生産が持ち直してくるため、人の動きも活発になる。
		コンビニ（商品開発担当）	・東日本大震災の影響が落ち着き、商品供給が回復してくるため、需要は伸びる。企業の節電により終業時間が早くなれば、家で消費が増えて、酒、つまみや弁当類の売上も増える。
		乗用車販売店（従業員）	・節電は懸念材料であるが、復興需要も含めて、景気はやや良くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・自動車の生産は回復してきており、販売台数も回復してきている。今後の増販期に向けて、環境が整いつつある。
		乗用車販売店（従業員）	・東日本大震災後に自粛されていた広告、宣伝も回復してくるため、今後は来客数も増えてくる。ただし、現時点では商談後納車までに2か月ほど掛かるため、本格的に回復するのは秋以降である。
		乗用車販売店（従業員）	・少し前から良くなってきており、今月も良かったため、販売量もこのまま良くなっていく。
		乗用車販売店（総務担当）	・自動車メーカーの生産体制が東日本大震災前に回復すると、供給不足も回復する。
		乗用車販売店（経理担当）	・東日本大震災に伴う買い控えは、あと2、3か月も経てば薄れ始め、消費意欲も向上してくる。
		その他専門店〔雑貨〕 (店員)	・今年も猛暑になりそうであるため、冷房の効いた大型商業施設への来客数は増加する。
		旅行代理店（経営者）	・東日本大震災の影響が一段落し、その反動で今後の消費はやや増える。
旅行代理店（従業員）	・秋口の団体旅行の申込状況も好調である。突発的な事件でも起こらない限り、販売量は順調に増えていくという手ごたえがある。		
ゴルフ場（企画担当）	・2、3か月先の予約数は、ほぼ前年並みで推移している。他のゴルフ場でも、7月の予約数は前年同月比120%超と好調である。		
	変わらない	商店街（代表者）	・個人消費が伸びる条件は全くない。また、原材料や燃料の価格高騰に伴う商品価格の値上げによって、売上は増えても利益は増えていない。そのため、自分も消費を増やせず、悪循環に陥っている。今後も厳しい状態が続く。

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
		商店街（代表者）	・良くなる要素は全くないが、悪くなる要素もなくなってきたため、今後も変わらない。ただし、今年に入ってから原材料の価格が急速に上昇しているが、販売価格に転嫁できないため、黒字化は難しい。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・高速道路の無料化社会実験と料金引下げの終了によって、今後は厳しい状態が続く。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・地場産業の衰退が著しく、倒産や廃業が多い。銀行員の話でも、黒字企業は少ないとのことであり、今後も厳しい状態が続く。
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・食品の放射能汚染の問題が大きくなってくると、当店の来客数は増えるが、現時点ではどうなるか不透明である。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・東日本大震災後3か月が経ち少し回復してきているが、今後も当面は様子見が続く。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・今月下旬から、梅雨中にもかかわらず暑い日が多い。猛暑は当店にとってはマイナス要因になるため、今後も厳しい状態が続く。
		一般小売店〔惣菜〕（店長）	・今年のボーナス支給額は厳しいと聞いており、今後も苦戦する。
		百貨店（売場主任）	・ポイントキャンペーン等を仕掛けると売上や来客数も前年並みになるが、それ以外の期間は依然として買い控えが続いている。厳しい状態は今後も続く。
		百貨店（企画担当）	・東日本大震災以降、客の購買意欲の減退は続いている。前月と比較しても、景気が上向き要素は見られない。紳士服に動きは見られるが、全体を上げるほどではない。今後も単発的なヒット商品は現れるが、景気全体が上向きことはありえない。
		百貨店（販売担当）	・例年通り、夏場は厳しい状況が続く。今年は節電の影響もあり、より一層厳しくなる可能性もある。
		百貨店（経営企画担当）	・東日本大震災後の落ち込みから、ある程度は回復している。ただし、節電に伴う生産活動の鈍化や、生活パターンの変化による消費意欲の減退、秋物衣料の出遅れが懸念される。
		百貨店（販売担当）	・節電のため自宅でエアコンを使わないと、百貨店の来客数は増えて、売上も増える可能性がある。
		百貨店（販売担当）	・今月はセール品はまずまずであったが、定価品は少々であったため、今後も厳しい状態が続く。
		スーパー（経営者）	・節電意識が高まると、節約意識も高まり、消費は増えない。また、節電で企業の夏休みが増えることも、生産活動に影響を与える。
		スーパー（店員）	・この暑さで飲料など大型で単価が高い商品が動いているが、今後は自動車関連製造業での休日変更もあり、少し不安がある。
		スーパー（店員）	・一部の商品が値上がりしてきている分、他の商品では安い物が求められており、なかなか良くはならない。
		スーパー（販売促進担当）	・省エネ、節電関連商品はよく売れているが、盛夏時の商品確保は難しいため、変わらない。
		コンビニ（店長）	・現状では客の反応は非常に鈍く、飲料水やアイスクリームの動きも良くない。梅雨明け後に前年並みの猛暑になれば良くなる可能性もあるが、今後も動きの悪い状況は続く。
		コンビニ（店長）	・日本製たばこの出荷量が徐々に回復するにつれて、たばこの売上も少しずつ増えてきている。しかし、今後以前の売上にまで戻るかどうかはわからない。
		家電量販店（店員）	・今後はエアコンやテレビの需要が一段落し、横ばいとなる。
		乗用車販売店（従業員）	・メーカーの生産体制が戻れば、これまでの受注分が一斉に売上計上され、売上は一時的に前年同月を上回るかもしれない。しかし、前月までは広告を自粛していたため、その分の売上をカバーするにはまだ時間が掛かる。
		乗用車販売店（従業員）	・3か月前よりは良くなっているが、電力の問題がある程度解決されない限り、本格的に良くなることはない。
		住関連専門店（営業担当）	・東日本大震災以降は様子見が広がり、建築現場は減少し、価格も厳しさを増している。持家住宅、公共投資、設備投資共に減少傾向にあり、今後も厳しい状態が続く。
		高級レストラン（スタッフ）	・東日本大震災後に自粛されていた宴会が、今では復活している。しかし、今後良くなるかどうかはわからない。
		観光型ホテル（販売担当）	・例年この時期は大きな変動はないが、今年は節電の影響がどう出るか、想像も付かない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		都市型ホテル（従業員）	・予約数の推移は、例年並みである。
		都市型ホテル（支配人）	・直近の予約が多くなっているため、先行きはなかなか読めない。
		都市型ホテル（経理担当）	・高速道路料金引下げの終了が、今後影響してくる。
		通信会社（企画担当）	・地上デジタル放送への完全移行後も、1か月間程度は現状並みの新規契約数を見込める。しかし、解約数も当面減らない。
		通信会社（サービス担当）	・スマートフォンや小型携帯端末が普及してくれば、光回線への加入も増えてくる。
		美容室（経営者）	・今年の夏も暑くなりそうであるため、高齢者を中心に8、9月の客足は悪くなる。
		美容室（経営者）	・今月は急に暑くなったため来客数が増加したが、一時的であり、今後は変わらない。
		その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・今後の業績に大きな変化はない。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅エコポイント制度が早期終了し駆け込み着工はあるが、一時的であり、受注は好転しない。
	やや悪くなる	スーパー（経営者）	・ここ数か月間、改善の兆しは見えていない。最近の売上にも増加傾向は全く見られないため、このまま若干悪くなっていく。
		スーパー（店長）	・小麦価格の高騰に伴い、パンなどの小麦製品は値上げによって、売行きは非常に厳しくなる。小麦を使用する商品は多いため、大きな影響が出てくる。低価格品の動きは良くなるが、全体としては厳しくなる。
		スーパー（店長）	・東日本大震災以降、節電、節約意識が非常に高まっている。中元も買い控えのためか、出足が悪い。今後はやや厳しくなる。
		コンビニ（店長）	・主力商品が割り当て入荷になっているため、大幅な売上減は今後も続く。
		コンビニ（エリア担当）	・海岸や原子力発電所に近い地域に立地する工場等を他地域に移転させる動きがあり、該当する地域には影響が出てくる。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・節電、節約の流れから、消費意欲は低下している。
		スナック（経営者）	・客の予約はほとんどない。たまに来店しても、景気の見通しが見つからないという話題が多い。
		スナック（経営者）	・自動車メーカーの休日変更や節電の影響がどう出るか現状ではよくわからないが、どちらにしても繁華街の人通りは少なくなる。周囲でも閉店が増えており、厳しい状況はまだ続く。
		観光型ホテル（経営者）	・夏休みの予約が少しずつ出始める時期であるが、福島第一原子力発電所事故が収束していないなか、海水浴客などがまだ動いていない。
		旅行代理店（従業員）	・自動車関連製造業では休日変更等もあり、今年の夏は厳しくなりそうである。
		タクシー運転手	・自動車関連製造業では休日が木金に変更されているが、当地域では自動車業界の利用者が大半であるため、影響は大きい。これまで木金の人出は比較的多く忙しかったが、その分今後は土日が忙しくなるとは思えず、マイナス要因になる可能性がある。
		テーマパーク（経営企画担当）	・高速道路料金引下げの終了によって、今後はやや悪くなる。
		理美容室（経営者）	・客との会話では、単価が低い仕事しかないとか、仕事は忙しいが給料は増えないといった話題ばかりである。今後もあまり良くならない。
		設計事務所（経営者）	・資材調達ができず止まっていた現場が、動きつつある。しかし、資材価格が高騰しているため、新規の案件はなかなか見つからない。
		設計事務所（職員）	・3か月前と比較すると現状は良くなっているが、3か月前の落ち込みが大きかったためであり、今後良くなることはない。
		住宅販売会社（従業員）	・自動車関連製造業では休日の変更されたり、夏休みが増えたりしているが、この影響がどう出るかわからない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
	悪くなる	一般小売店〔土産〕 (経営者)	・高速道路の無料化社会実験と料金引下げの終了に伴い、マイカー客が減少する。前年同月比30%減になると見込んでいる。	
		コンビニ(エリア担当)	・日本製たばこの供給が安定すると、コンビニ以外の店でのたばこ販売も安定するため、コンビニの来客数は減少する。それに伴い、一般商品の売上も落ち込む。	
		その他専門店〔貴金属〕(店長)	・客単価は、前年同月比で大幅に落ち込んでいる。将来不安もあり、安心して買物できないと話す客が多く、今後も厳しい状態が続く。	
		テーマパーク(職員)	・高速道路料金引下げの終了によって、今後はやや悪くなる。	
		住宅販売会社(経営者)	・所得が増えていないため、住宅購入は控えられている。どうしても家を購入したい人だけが購入している様子であり、今後もこの傾向は続く。	
		住宅販売会社(従業員)	・工事量が減っているため、同業他社との間での値引き競争になっている。そのため客の決断も遅くなってきており、今後は一段と苦しくなる。	
企業 動向 関連	良くなる	輸送用機械器具製造業 (総務経理担当)	・完成車メーカーからは、東日本大震災に伴う上半期の落ち込み分の生産は、下期に積み上げるという計画を聞いている。そのため、例年の下期と比べて、今年の発注量は増える。	
		やや良くなる	紙加工品〔段ボール〕 製造業(経営者)	・主要取引先である輸出向け自動車部品製造業者の出荷が、7月以降に回復する予定である。そのため、梱包用の段ボールも納入量は増加する予定である。
		電気機械器具製造業 (営業担当)	・輪番休日の状況が明確になるにつれ、対応も改善できる。	
		建設業(経営者)	・節電による影響は大きくなく、景気は順調に回復する。	
		輸送業(エリア担当)	・大手自動車メーカー関連の輸送量は、平常に近いところまで回復しており、今後はやや良くなる。ただし、それ以外の設備投資関連は今のところ回復しておらず、見通しも立っていない。また、燃料価格の高止まりも心配の種になっている。	
		輸送業(エリア担当)	・自動車関連で不安要素はあるものの、現在の荷物の発着個数を見ると、今後荷物量が減るとは思えない。	
		金融業(法人営業担当)	・自動車部品メーカーの増産に伴い、運転資金の借入申込が増えている。これまでストップしていた新規の設備投資案件も、徐々に動き始めている。	
		行政書士	・顧問先企業では設備投資によって現状を乗り越えようとの意欲が高まっており、今後はやや良くなる。	
		会計事務所(社会保険 労務士)	・自動車関連の顧問先企業では、7月以降の仕事の予定が順調に入ってきている。機械の設計企業にも引き合いがあり、飲食店の来客数も増えてきている。今後は少しずつ良くなる。	
		その他サービス業〔ソフト開発〕(社員)	・今後の受注量は増えそうである。ただし、取引先ではコストの削減意識が高いため、その分単価も低下しそうである。	
		その他サービス業〔広告印刷〕(従業員)	・ほんの少しではあるものの、問い合わせ件数が増えてきており、今後はやや良くなる。	
		その他非製造業〔ソフト開発〕(経営者)	・大手自動車メーカーの生産体制は整いつつあり、今後は生産も回復する。各社では新製品の開発で現状を打破しようという意識も高い。	
		変わらない	食料品製造業(企画担当)	・燃料や原材料の価格高騰分を、商品価格に転嫁できない状況が続いている。
			パルプ・紙・紙加工品 製造業(総務担当)	・今後、節電の影響が出る可能性もあるが、現時点ではあまり変わらない。
			窯業・土石製品製造業 (社員)	・東日本大震災に伴う自動車関係の減産の影響が、今になって出てきている。特需的な注文を出していた取引先でも一段落した感があり、今後は若干低調な状態で推移しそうである。
一般機械器具製造業 (営業担当)	・引き合い件数や受注量は変化していないが、円高が続いていることや価格競争力を保つため、今後も利益確保が難しい状況が続く。			
電気機械器具製造業 (経営者)	・当社の製品は海外向けが多いが、海外の景気も先行き不透明である。また、円高が続くため、今後の受注等の見込みが立たず、難しい状態が続く。			
輸送業(経営者)	・東日本大震災の影響が残っており、物流が正常化するにはまだ時間が掛かる。			

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		不動産業（管理担当）	・中長期的に見て、オフィス需要を含めて不動産市場に変化はない。
		不動産業（開発担当）	・東日本大震災以降、分譲住宅の購入を検討する際に、これまで以上に資産性に注目する客が増えている。地盤の強固さや耐震性、液状化のリスク等を見極めて、資産性を維持できる物件への需要は底堅い。
		公認会計士	・東日本大震災後の操業度の低下は底を打ったが、操業度の急激な上昇や自動車関連製造業での休日変更に伴うコスト高の影響が大きくなると思われる。
	やや悪くなる	建設業（営業担当）	・受注量や受注単価は悪化しているが、雇用者数は変わらないため、今後も厳しくなる。
	悪くなる	印刷業（営業担当）	・最近になり、東日本大震災の影響が出てきている。また、自動車関連製造業の休日変更に伴う影響が出てくるため、確実に悪くなる。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・窯業界の先行指標となる住宅着工件数は、平成22年11月～平成23年1月と比べて、今年2～4月は10.1%減少している。
		鉄鋼業（経営者）	・受注量の減少は継続しており、深刻である。回復の糸口も見えていない。それに加えて、自動車製造業関連の休日変更によって、当社でも稼働日が増え、休日出勤により人件費も増加する。
金属製品製造業（経営者）		・引き合い件数が減少しており、今後は一段と厳しくなる。	
雇用 関連	良くなる	アウトソーシング企業（エリア担当）	・自動車関連企業が増産体制に入るため、今後も雇用者数は増加する。
	やや良くなる	人材派遣会社（経営企画）	・取引先の製造業では、生産復旧が前倒しで進んでいる。一時は縮減された開発予算も回復が見込まれるため、今後は求人が増える。
		人材派遣会社（社員）	・正社員の求人や紹介予定派遣の案件が増えてきている。
		人材派遣会社（支店長）	・東日本大震災後の反動で、求人数は秋口までは増加する。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・新聞の求人広告量からは、自動車製造業が動き出す兆しが見られる。
		職業安定所（所長）	・今後は、4次以下の下請企業にまで自動車部品の増産が波及し、求人は増加する。雇用調整助成金の活用も減少する。
		職業安定所（職員）	・電力問題はあつもの、製造業の求人は今後も増える。
		職業安定所（職員）	・4～6月に生産できなかった製品が、7～9月に増産されると見込まれるため、今後はやや良くなる。
		職業安定所（職員）	・生産の回復が見込まれるため、今後は雇用環境も持ち直す。
		職業安定所（職員）	・部品不足の解消により、自動車関連は増産に向かう。生産は正常化する見通しであり、雇用環境も改善する。
		民間職業紹介機関（支社長）	・今後、自動車関連製造業が動き始めると、地域全体に波及する。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・ここ数か月間、求人は動いていない。名古屋ではそれなりに動いているが、対応できる人材派遣会社は限られており、今後も厳しい状態が続く。
		職業安定所（職員）	・4～6月の求人倍率の推移を見ると、良くなる方向にはない。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・前年同期と比べて採用者数は増える方向にあるが、新卒、第二新卒者による求職者数は求人を上回っている。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・節電や自動車関連製造業の休日変更の影響のためか、7、8月の予約状況は非常に悪い。
職業安定所（次長）		・来春の高卒予定者を募集する企業を主な対象とした雇用主説明会への出席企業数は、前年を1割ほど下回っている。企業の見通しは慎重であり、良くなる傾向は感じられない。	
	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	一般小売店〔精肉〕（店長）	・来客数は例年より多く、客単価も例年より高額なものを求めているように感じる。
		一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	・震災直後の飲食・宿泊のキャンセルの代わりに夏休みに利用する消費者がかなりの数に上ると取引先から聞いている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場担当）	・長く暑い夏を迎えるにあたって、クールビズ関連商材、クール寝具などの商品の動きがかなり良くなっているほか、梅雨対策の商品も急激に伸びている。これらの需要はかなり伸びると予測している。また、夏休みも外出したいとの声が聞かれ、夏のバーゲンを待っている客も多い。
		コンビニ（経営者）	・現在は好調な数字である。たばこの売上が前年同月比150%を超えており、突出しているが、粗利の部分で不満が残っている。気温の上昇とともにソフトドリンクが伸びれば粗利も伸びてこよう。
		衣料品専門店（経営者）	・景気回復によって気楽にお金を使ってもらえるようになることを期待することは無理であろう。売る側で財布のひもを緩めさせる努力が欠けていると思って販売に取り組みれば、明るさが見えてこよう。
		家電量販店（経営者）	・節電家電としてエアコン、LED照明の買換え需要が大きく見込まれる。また、太陽光発電への関心の高まりによる既築住宅への新規設置、住宅断熱効果が大きい2重窓リフォームなどの販売増が期待できる。
		乗用車販売店（経営者）	・3か月以上納車待ちの客に新車を納車でき始め、下取り車も入り始めてきたなど、商品の動きが出始めた。
		乗用車販売店（経理担当）	・自動車業界では下期に期待を寄せている。秋口には東日本大震災以前の状況に戻れるようなので、今後の受注獲得が今期の業績に影響する。
		一般レストラン（スタッフ）	・消費税率アップは避けられないとのムードがあり、車の買換えなど大型消費の前倒しを考えているとの声が客から聞かれる。節電対策グッズ、スーパークールビズの衣類、避暑地への旅行など、夏場はそこそこ消費にお金が回ると考えられる。
		観光型旅館（スタッフ）	・予約保有は6～9月は個人客中心に予約が戻っており、今後の間際予約がどの程度確保されるかが課題である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・予約は前年以上に多く、今よりは良くなる見通しである。
		旅行代理店（従業員）	・高速道路料金休日上限1000円制度の廃止もあり心理的に旅行気分が損なわれるが、着実に改善傾向にある予感がしている。
		旅行代理店（従業員）	・MICE関連の問い合わせが複数あり、今後に期待できる手応えを感じている。さらに世間の雰囲気好転し景気回復が本物になるかどうかは、MICE案件だけではなくレジャー案件の動きが本格化するかどうかで見極める必要がある。
		通信会社（職員）	・福島第一原子力発電所問題にも一定の方向性が出てくるのが期待でき、復興も本格化することから、秋頃から年末にかけて消費が伸びてくるものと思われる。
		通信会社（営業担当）	・新機種が全て出そろい、客の好みに合わせた提案が出来るため販売数増が見込める。
		住宅販売会社（従業員）	・受注及び完成工事高も回復基調にある。また、住宅エコポイント制度のポイント発行期間の短縮もあって景気は底を打ち、穏やかに良くなる。
住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災後、ワンランク上の商品を検討する客が増えている。		
変わらない		商店街（代表者）	・今年も猛暑・残暑が続くと予想され、節電などの影響が、少し上向いてきそうな購買力を阻害しそうである。
		百貨店（売場主任）	・全体的な不景気感が払しょくされず、市場に疲労感がある。7～8月における例年のレジャー支出に対する低下分が消費に回る度合いは少ないと推測される。
		百貨店（営業担当）	・ファッションアイテムで夏のトレンド商品については、価格志向、低単価に終始するであろう。また、直近の高額品や非日常品の動きには期待できない一方、食、暮らし、節約、節電に関する商品の購買が引き続きあるだろう。総体的には、将来不安、政局不安などがあり消費は活性化しない状況が続く。
		百貨店（営業担当）	・客の買物意欲の高まりは感じられるが、爆発的なヒット商品がないため急激な回復は見込めない。ただ、ニーズにあったものを提供できれば買物につながり、ゆるゆるとしたペースではあろうが、前年同期よりは売上が上がると考えている。
		百貨店（営業担当）	・婦人服を購入しようとする購買意欲の向上は、東日本大震災の影響が薄れている一つの事象であろう。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・客は特に必要としない商品には手を出さない。省エネ関連、節電関連商品など必要に迫られた商品は見極めて買い求める傾向が強くなる。
		スーパー（店長）	・いろいろな悪条件が重なり給与、賞与などの増加が見込めず、目的買いしかしなくなっている。売上の増加がそれほど見込めないため景気は今後も変わらない。
		スーパー（総務担当）	・節電と共に節約意識が働くので、無駄な出費を控える消費が続く。
		スーパー（総務担当）	・東日本大震災による影響は薄れていくと思われるが、政治的不安定により明るい材料が無い。また小麦の高騰、ガソリン価格の高止まりなど不安要素が多い。
		コンビニ（経営者）	・近隣のドラッグストアの営業時間延長や競合するコンビニエンスストアの出店などがあり、伸びる要素は見つからない。客数微減、客単価微増が続いているので先行き不透明である。
		コンビニ（店長）	・近隣店舗の改修工事が終了するため、今月と比較すれば下がると思われるが、この要素を除いても現状を維持すると推察される。客に買い渋りなどの様子が見られないため、天候次第ではよくなるとも考えられる。
		コンビニ（店舗管理）	・エネルギーに対する不安感が払しょくされず、閉塞感が継続する。
		衣料品専門店（経営者）	・前年が悪かったわけではないが、前年実績は上回っている。しかし、不透明感は継続している。
		衣料品専門店（総括）	・エコ関連やクールビズ関連のものはある程度売れると思われるが、生活防衛のため、無駄な消費は抑える状況は変わらない。
		乗用車販売店（経営者）	・新商品や人気ブランドに活気はやや感じられるものの、それ以外は売る側も買う側も止まっている。在庫は動かずむしろ増える傾向にある。
		自動車備品販売店（従業員）	・地上デジタル放送関連の商品はアナログ放送終了後も期待は持てるが、高速道路料金休日上限1000円制度が終了してETC、ロングドライブ商品の販売減少が予想される。
		その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	・来店客の多くが勤めている基幹産業である機械産業や繊維産業の景気が上向くと聞いているが、実際に操業日数が増加したり、残業時間が増加したりなど収入増加に結び付くような事象が現実化してないとみられるため、しばらくは現状が続く。
		高級レストラン（スタッフ）	・東日本大震災の影響が弱まったのは間違いないが、例年の受注にはまだ10%弱ほど不足している。
		スナック（経営者）	・少し良くなる気配も感じるが、消費税を始めた増税などの話もあり、個人で消費を抑える傾向が強くなっているように感じている。
		観光型旅館（経営者）	・夏休みの予約数が前年を下回っている。今後の間際予約に期待したいが、間際予約は宿泊単価を落としてしまう傾向にあり、収益が懸念される。
		タクシー運転手	・3か月前が悪すぎたため時間がかかるが、少しずつ回復の方向に向かっている。しばらくは忍耐の時だと思っている。
		タクシー運転手	・売上が前年並みに近づいてきており、今後もこの傾向は続くともみている。
		通信会社（社員）	・本年度の情報通信サービス・機器の販売状況において大きな変化がない。
		通信会社（営業担当）	・客の購買動向が、東日本大震災や福島第一原子力発電所事故の影響もあってか前向きな姿に見えない。
		テーマパーク（職員）	・団体旅行の予約状況を見ると、一般団体では2～3か月先に向けやや持ち直してこようが、海外からの観光客は依然として動きが鈍い。そのため団体全体では前年比10%程度減少すると予想している。一方、個人旅行は夏のシーズンに向けややプラスで推移すると予想している。全体では現状と変わらず推移する。
		競輪場（職員）	・本場でのビッグレースやナイター開催を控えているが、最近の売上の傾向として、レースのグレードやイベントに売上が比例しないことが多い。
		美容室（経営者）	・来客数の減少を客単価のアップで補って売上をカバーしているが、この状況はしばらく続きそうである。
		住宅販売会社（従業員）	・フラット35の優遇金利政策が続く間は現在の状況が続くが、その後は反動減になると思われる。政策次第で大きく変わるので今後の政策に注意したい。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
	やや悪くなる	スーパー（店長）	・前年においては向こう3か月中に猛暑があり、特需的な商品の動きから売上は良かった。今年に関しては先行きの天候が不透明であること、良かった前年の数字との比較になること、また東日本大震災などの影響による自粛などで上がる要素が見当たらない。	
		家電量販店（店長）	・地上デジタル放送関連商品や節電関連商品も一段落してくる。	
		通信会社（役員）	・7月に地上デジタル放送への完全移行が完了することもあり、ケーブルテレビのデジタルサービスへの関心も薄れる傾向にある。今後の新たな契約獲得における苦戦が予想される。	
		その他レジャー施設（職員）	・増税の方向性がより明確になった。また、高速道路料金休日上限1000円制度が廃止され、実際に影響を受けるようになり、節約意識が今まで以上に高まるであろう。しかし、子どもに対する支出にはまだまだ財布のひもが緩い。	
		住宅販売会社（経営者）	・見込み客数がやや減少している。	
		住宅販売会社（従業員）	・住宅エコポイントのポイント発行が終了し、客の動きが一段落する。	
	悪くなる	家電量販店（店長）	・テレビの売上が見込めない。	
	企業動向関連	良くなる	—	—
		やや良くなる	繊維工業（経営者）	・自動車関連の受注が増加しつつあり、今後生産量が増えていく。
			一般機械器具製造業（総務担当）	・円高の影響で海外受注はまだ厳しい状況であるが、設備投資をしないと競争に勝てないとのユーザーの決断で受注が出てくる。
電気機械器具製造業（経理担当）			・現在のところ動きが活発なのはスマートフォン向けの電子部品に限られているが、今後消費者の購買意欲が高まるにつれて、その他の物にも波及し数量的には伸びていく。	
通信業（営業担当）			・停滞していたビジネスホンなどの機器が徐々に入荷している。北陸エリア内での受注高もゆっくりではあるが、回復しているようである。製造業など他業種も通常勤務体制となっており、今までの落ち込み分をどれだけ取り戻せるかが勝負になってくる。	
不動産業（経営者）			・同業者からの物件の問い合わせが少しずつ増えており、また、個人客からの物件の問い合わせも増加している。	
新聞販売店〔広告〕（従業員）			・電力会社の計画停電などの不確定要素があるものの、新規店舗の建設などの予定があり、前年実績は超えそうである。	
税理士（所長）			・民間大企業のボーナスが良くなっているので、消費を自粛し、後回しにしていた分がこれから伸びてくる。また、節電のための商品の受注も増加しているので、為替が大きくぶれない限り、2～3か月は大丈夫だろう。	
変わらない		食料品製造業（企画担当）	・スポット的には販売先からの一層厳しい条件提示も散見されるが、基本的には現状以上に厳しい条件は出ていない。今後の秋冬商材の展開も既製品は前年と同条件同数量の様相であろう。	
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・住宅市場の回復にはかなりの時間がかかる。東日本大震災の影響はまだまだ不透明な状況が続く。	
	一般機械器具製造業（経理担当）	・電力不足による製造業の稼働に制限が強いられるなど景気浮揚にはまだ時間を要する。		
	精密機械器具製造業（経営者）	・特に国内小売市場の厳しい状況は当分続くと思われ、今後も量的にはある程度確保できているメーカーも、価格的には相当厳しい状況が続く。		
	金融業（融資担当）	・復興による特需を受けている業界もあるものの、全体としては生産量が減少しているところも多く相殺されてしまっており、現状が続く。		
	金融業（融資担当）	・電力需給のひっ迫状況次第と思われる。消費マインドに水を差すような状況が続けば、景気の好転は望めない。		
	司法書士	・法的手続きによる債権回収を図っても、押さえるべき資産のない債務者が多い。特に高齢の事業者の場合、事業自体は全く収益がなく年金のみが収入となっている案件が非常に多い。		
やや悪くなる	繊維工業（経営者）	・原燃料アップに加え電気料金の値上げなどコストアップが懸念される。加えて、国内外の市場に力強さが見られず、円高も足を引っ張る要因になりそうである。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注の入り具合は、現状よりやや悪い。
		輸送業（配車担当）	・東北地方の復興がすぐには立ち上がらない状況のなかで、燃料費などのコスト増の要因が今後もしばらく続く。
	悪くなる	建設業（経営者）	・現在最重要課題である東日本大震災の復旧、復興にもたもたしているようでは、地方の公共事業に対する今後の配慮は望めそうにない。
	建設業（総務担当）	・製造業などにおいて、節電要請の対応見通しがつくまでは設備投資抑制の動きが起きており、発注工事量の減少で依然として厳しい受注価格競争の環境が続く。	
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（役員）	・時期的には動きのない夏季賞与前で人材利用の申し出も少ない。企業側もまだまだ慎重な様子である。
		人材派遣会社（社員）	・東日本大震災の影響による生産調整はほぼ元に戻ったようだが、人員の増強などの動きは当面考えられない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・正社員を雇用する動きが活発になっていない。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は2か月連続して前月を下回ったが、新規求職者数は前月比21.0%減少している。
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	商店街（代表者）	・売れ筋商品を確保することができたため、先行きはやや良くなる。
	やや良くなる	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・大型商業施設の開業や百貨店の改装により、人の流れが良くなっているため、客の購買意欲の高まりと共に景気も良くなる。
		百貨店（売場主任）	・来客数と販売量が少しずつ増えてきたため、先行きはやや良くなる。
		百貨店（企画担当）	・地域同士の激しい競争は続いているが、一時減少した来街者数は底を打ちつつあるため、先行きはやや良くなる。
		百貨店（企画担当）	・今月下旬から天候が安定しているほか、気温が上昇し始めたため、来客数の増加につながる。
		百貨店（営業担当）	・一部の富裕客の間では、1本400万円以上のブランドや高級時計の受注が少しあるなど、売上が上向いているため、先行きはやや良くなる。
		百貨店（営業担当）	・百貨店らしい高品質な商品の本気で提案することで、売上の減少を食い止めることは可能である。
		百貨店（販促担当）	・高速道路料金の値引きが終了したことで、人の動きが都心部に戻るかが注目される。また、今夏の節電による涼感商材の好調がクリアランスと重なり、相乗効果が生まれるため、先行きはやや良くなる。
		百貨店（マネージャー）	・消費を取り巻く状況については予断を許さないが、消費の傾向を的確にとらえることで、今までにない需要を開拓することもできる。
		スーパー（店長）	・節電、省エネ商材の売行きが活発化しており、寝具や家電関係の動きも今以上に活発となるため、先行きはやや良くなる。
		スーパー（経理担当）	・節電や暑さ対策で、電気を使わずに涼しさを感じられる商品が売行き好調となっている。売上が猛暑となった前年並みにまで伸びれば、消費の回復感も出てくる。
		スーパー（社員）	・イベントや販促に対する客の反応が良いなど、消費意欲の高い客が増えているため、夏に向けて消費は少しずつ活発になる。
		スーパー（企画）	・このまま暑い日が続けば、前年よりも真夏日が早く始まっている分、売上は良くなる。大幅に良くなることはないが、節電という特殊要因も新たな需要を喚起するため、回復の動きが進む。
コンビニ（経営者）	・梅雨が明けてもこの暑さが続けば、来客数が増え、飲料水も爆発的に売れる。		

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
		コンビニ（経営者）	・たばこが安定供給されるようになれば、乗客数が以前の水準に戻る。また、近隣のオフィスビルの家賃も下がり始めているため、入居率が上昇すれば、購買人口の増加につながる。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の生産ペースが上がっているため、今後車両の供給が進めば、仕事がないという悪循環から抜け出すことができる。
		乗用車販売店（営業担当）	・自動車業界は最悪の状態にあるため、今後は上に向かうしかない。
		住関連専門店（店員）	・今夏は節電の意識が高まっているため、関連商品の売上は前年を上回る推移となる。
		高級レストラン（支配人）	・東日本大震災の発生時よりも、販売量は若干増えているほか、観光客も徐々に増えるなど、回復の兆しが出てきている。外国人の利用はあまり増えていないが、先行きはやや良くなる。
		観光型旅館（経営者）	・高速道路無料化社会実験が打ち切れ、当施設の最寄の国道を利用する動きも増えつつあるため、今後は来客数が増えてくる。
		観光型旅館（団体役員）	・消費マインドが低下してきた感があるほか、外国人観光客の回復もまだ先であるが、東日本大震災による影響は落ち着きつつある。また、今後は国内旅行の行き先が東日本から西日本へシフトする動きも出てくる。
		都市型ホテル（客室担当）	・大手企業の休日分散化に伴い、観光需要が高まる。
		都市型ホテル（総務担当）	・東日本大震災による消費の自粛はほぼ落ち着き、復興に向けた企業の動きも活発化しつつあるため、政治による遅れがなければ先行きは良くなる。
		旅行代理店（経営者）	・3、4月に見送られた旅行需要が、夏の繁忙期に向けて徐々に戻ってきている。間際予約の傾向がかなり強まっていることもあり、先行きは前年を上回る動きとなる。
		旅行代理店（従業員）	・欧州や米国を中心とした海外旅行の予約が伸びている。
		通信会社（企画担当）	・東日本大震災の復興事業によって需要が増える。
		パチンコ店（店員）	・東日本大震災による自粛ムードが落ち着き、活気が出てきているため、先行きはやや良くなる。
		その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・国内旅行の動きは大きく変わらないが、海外からの観光客の動きは回復が続くため、先行きはやや良くなる。
その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・被災地以外の地区では価格競争が激化しているが、映像や音楽のレンタル、販売を中心に、ゲームや書籍に関するニーズも高まっているため、先行きはやや良くなる。		
住宅販売会社（経営者）	・これまで低迷していた有望顧客のほか、新規顧客の動きが良くなってきている。水準はまだまだ低い、前年に比べれば良くなっていく。		
変わらない		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・原子力発電所の問題が原因であるため、消費の自粛ムードの払しょくには時間が掛かる。
		一般小売店〔花〕（経営者）	・取扱商品によっては売上も増えるが、経済がもっと安定しなければ、業種全体としての回復感はない。
		一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・東日本大震災の復興もままならず、節電要請といった消費マインドを下げる要素ばかりが目立つ。
		一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）	・東日本大震災の直後に比べれば良くなっているが、更に上向き要素が見当たらない。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	・まだまだ販売量などが回復する見通しが立たない。
		一般小売店〔雑貨〕（店長）	・客がたばこ増税前に買いためた在庫も切れ始めており、売上は多少良くなっているが、これ以上良くなることはない。
		一般小売店〔カメラ〕（販売担当）	・社会情勢の不安が一番の原因であり、当業界が最も大きな影響を受けているため、今後も厳しい状況となる。
		百貨店（売場主任）	・ヒット商材もないなど、消費動機の上向き要素が見当たらない。
		百貨店（売場主任）	・政治、経済を取り巻く外的要因が劇的に改善されない限り、大きな変化は望めない。特に、大阪では都市間競争も激しくなっており、地道な営業努力だけでは業績向上が困難になりつつある。外的要因に頼らざるを得ないため、短期的に改善することはない。
		百貨店（売場主任）	・今夏は節電の動きが広がるなど、消費が盛り上がりにくい、今後も厳しい状況が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場主任）	・残暑や節電の影響が残り、ファッション関連では秋物商材の動きが鈍くなる。
		百貨店（サービス担当）	・夏物のクリアランスセールや中元商戦が本格的に始まるが、今年は6月末から猛暑となっているため、夏物衣料を中心に好調な推移となる。
		百貨店（売場担当）	・一般客を中心に販売量は若干増えるが、富裕客の購買は逆風が強まる。既に高額品の大口購入が減っているほか、貴金属原料の高騰で、高級ブランドに値上げの動きが出始めている。
		百貨店（婦人服）	・節電の動きや、地上デジタル放送への完全移行により、家電関係の好調は続くが、そのほかの商品は必要最小限の消費にとどまる。し好性の高いファッション関連についても、客の動きは慎重になる。
		スーパー（経営者）	・徐々に良くなっている感はあるが、一部の大企業や、一定の所得層にとどまるため、今後も厳しい状況となる。
		スーパー（経営者）	・燃料や穀物価格の高騰で、食料品価格の値上げが目白押しとなる。消費者の購買意欲が盛り上がらない状況では、景気の好転も期待できず、販売は低迷する。
		スーパー（店長）	・今後も競争は続くため、各社が販促を強化する傾向は続く。それによって客が刺激されるため、大きな傾向は今後も変わらない。
		スーパー（店長）	・今夏の節電により、涼しさを求めて一部の商品は動きが良くなるが、それは本来の景気回復ではない。
		スーパー（店長）	・今夏は節電やエコ意識が高まるほか、サマータイムの導入や休日の変更、夏季休暇の増加によって家庭の生活リズムも変化するため、それに対応した商品が売上増につながる。
		スーパー（企画担当）	・競合状況を含む経営環境に大きな変化はないため、今後も現在の状況が続く。冷夏も懸念されるが、今のところは影響が出ていない。
		スーパー（広報担当）	・電力不足などで消費者の生活が変化するほか、資源や原料価格の高騰による仕入コストの上昇が進む。
		スーパー（販売担当）	・価格を強調した広告商品は、客は朝から並んでも買い回る。ただし、低額商品だけを購入、そのほかの商品には見向きもせず、すぐにレジに並ぶ姿が目立つなど、先行きの見通しは厳しい。
		コンビニ（店長）	・今後は現状維持の状態がかなり続くか、若干の悪化傾向が進む感がある。東日本大震災の復興と同様に、景気の先行きも不透明であるため、客も店も手探り状態となる。
		コンビニ（広告担当）	・来客数が増えていないため、2、3か月後も今月と大きくは変わらない。ただし、今年は前年並みかそれ以上の猛暑となるため、飲料や氷、アイスクリーム、めん類、制汗剤などは売上が伸びる。その反面、弁当などの売行きは落ち込む。
		コンビニ（店員）	・たばこの入荷が正常に戻れば、来客数、客単価共に回復してくるが、現時点では不透明である。
		乗用車販売店（経営者）	・東日本大震災の影響で、車の交換部品が不足しているほか、新車の予約が入っても納車できないため、今後も厳しい状況が続く。
		乗用車販売店（営業企画）	・新車の生産が回復することで、前月までの中古車価格の高騰は落ち着く。それによって1台当たりの利益は減るが、販売台数の増加につながる。
		乗用車販売店（販売担当）	・年内は、東日本大震災による影響や、国民の政治不信が続く。
		住関連専門店（店長）	・販促キャンペーンやセールが、売上目標をクリアするための手段となり、起爆剤の役割を果たさなくなっている。消費者にも飽きられつつあるため、今後も厳しい状況となる。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・東日本大震災による影響は少ないため、前年どおりの推移となる。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・地上デジタル放送への対応や、省エネ家電などの購入で消費者の出費が増えるため、今後も厳しい状況となる。
		一般レストラン（経営者）	・暑さが和らげば商店街にも人が戻ってくるが、近隣の飲食店も昼間のランチ営業を始めており、客が流れる心配もあるため、今後も厳しい状況となる。
		一般レストラン（経営者）	・外食産業の衛生面が問題視されているため、安心・安全を全面的に打ち出す必要があるほか、今夏は節電対策も求められるなど、課題が山積みとなっている。

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
		一般レストラン（スタッフ）	・テレビでの紹介という特別事情で大きく伸びているが、東日本大震災による自粛ムードが払しょくされる必要があるほか、原子力発電所問題や節電による悪影響もあるため、大きな変化はない。
		一般レストラン（経理担当）	・東日本大震災による来客数などへの悪影響は、秋ごろまで続く。
		スナック（経営者）	・喫茶店とバーの中間の店を求めるグループが増えているため、今後も一部の客層では来客数が増える。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・賞与の支給額が前年を下回った企業が多いため、業況が好転することはない。
		その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・ここしばらくは大きな変化がなく、それに慣れて店員が頑張らなくなるなど、悪循環に陥っている感があるため、先行きの見通しは厳しい。
		観光型ホテル（経営者）	・夏休みとなる7月後半以降は、個人客にも動きが出てくるが、客単価は低下傾向にあるため、今後も販売量は厳しくなる。
		観光型ホテル（経営者）	・東日本大震災による影響は業界には敏感に表れているが、復興に向けた動きは政治の混乱もあって遅れているため、良くなる要素がない。
		観光型ホテル（経営者）	・東日本大震災の直後に比べると、景気回復の兆しが出てきている。ただし、生ビールフェアなどの各種イベントでは活気もあるが、今年は非常に蒸し暑いため、来客数は例年を下回る。
		観光型旅館（経営者）	・海水浴場の安全は政府から発表されているが、政府への信頼がなければ安全宣言の効果がないため、先行きの見通しは厳しい。
		都市型ホテル（スタッフ）	・製造業の法人客からは、需要は上向きであるが、原子力発電所の事故処理の遅れや、節電による負担が徐々に響いてくるとの声が聞かれる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災を題材とした講演会が増えているほか、宴会、宿泊共に前年の予約率を上回っているため、今後も好調な状態が続く。
		都市型ホテル（マネージャー）	・全体的には夏の電力不足による影響が不透明であるが、少なくともプラスに作用することはない。夏休みのレジャー客の動きも分かりにくく、外国人旅行客の復活にも期待できない。企業の宴会需要も元々少ない時期であるため、今後も厳しい状況が続く。
		旅行代理店（広報担当）	・今年のゴールデンウィークは申込が約2週間遅れたように、夏休みの旅行も間際になればもう少し動いてくる。また、7月に節電が本格的に始まれば、旅行などで関西を離れたいという客も増えてくる。ただし、それらを確実に受注できたとしても、売上は今月と大きく変わらない。
		タクシー運転手	・暑さや雨のほか、ボーナスの支給といった一時的な要因で、今月は夜遅くまで利用がみられたが、今後は節約生活に戻る。
		タクシー運転手	・暑さにも慣れて落ち着いてくると、客の数も減ってくる。消費税率の引き上げや、物価の上昇なども問題となるため、財布のひもは固い状況が続く。
		タクシー会社（経営者）	・自動車メーカーの製造ラインが減少したままで、タクシーの新しい車両を注文してもなかなか入ってこないなど、東日本大震災の影響は今後も広い範囲にわたって続く。
		テーマパーク（職員）	・今夏の節電対策など、消費を抑制する動きばかりが目立ち、消費を促す対策はみられないため、今後も厳しい状況となる。
		観光名所（経理担当）	・前月に続き、現在放映中の大河ドラマの影響もあり、来客数、売上共に前年比で40～50%増と大きく伸びている。あくまで今年限りの動きではあるが、団体ツアー客、個人客共に大幅に伸びているため、当面は今の状況が続く。
		観光名所（経理担当）	・夏のイベントを企画しているが、最近3か月の実績から予算は前年以下となるため、来場者数も前年並みが維持できればよい。
		その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・夏休み期間中にはプロ野球の公式戦が6試合行われるほか、今年はコンサートも開催されるため、来場者数は好調に推移する。
		その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）	・東日本大震災の影響で全体的な需要は落ちたものの、底打ち状態となることで、固定客を中心に安定した動きとなる。

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
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・来月の無料体験キャンペーンの結果によって、生徒数に変化が出てくるが、現時点では不透明である。
		その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージは服を脱ぐため、暑くなるこの時期は来客数が増えてくるが、今年は昼間も来客数が少ないため、先行きの見通しは厳しい。
		その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・東日本大震災の影響もあり、依然として景気の先行きが不透明なため、生命保険の加入を検討する客は伸びない。
		住宅販売会社（経営者）	・デベロッパーによるマンション用地の取得意欲はかなり高いが、大手企業と中小零細の間にはかなり溝があるため、今後も厳しい状況となる。
		住宅販売会社（従業員）	・即日完売という人気物件がある一方、契約が進まない物件もあるなど、マンションの販売状況は二極化が進んでいる。モデルルームへの来場者数はほぼ一定で推移しているため、今後も現在の状況が続く。
		住宅販売会社（総務担当）	・住宅エコポイントの前倒し終了など、良い材料が見当たらないが、これ以上悪くなる要素もない。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・住宅展示場への来場者数は増加しているが、関西でも東日本大震災の影響で消費マインドが悪化している。すぐに家を建てるという客の割合は低いいため、今後3か月程度で回復することはない。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・企業業績が下半期に回復する期待はあるが、関西でも電力不足が問題となっているため、経済活動の停滞が懸念される。ただし、夏の消費マインドへの影響は限定的であるため、全体としては今の状況が続く。
	やや悪くなる	一般小売店〔時計〕（経営者）	・この夏の暑さをどう乗り切るかに客の関心は高く、それ以外に気持ちの余裕はない。もう少し先行きの不安が解消されなければ、物を買う気にはならない。
		一般小売店〔菓子〕（経営者）	・今夏の節電が、製造にも販売にもマイナスの影響を及ぼすことは明らかである。
		スーパー（経営者）	・パンなどの小麦関連商品の値上げが進んでいる。例年、暑い時期は物が売れないが、値上げで更に売れなくなる。
		スーパー（管理担当）	・夏に向けての節電対策が消費に与える影響は不透明なほか、今後の政策についても不明確であるため、先行きの見通しは厳しい。
		衣料品専門店（経営者）	・節電の意識が消費の自粛ムードにつながっている。客は必要最小限しか買わなくなっているため、先行きの見通しは厳しい。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・クールビズによるスーツ離れが更に進むため、先行きの見通しが厳しい。
		家電量販店（経営者）	・地上デジタル放送への移行により、テレビの販売量が減少するため、全体的な売上も減少する。
		乗用車販売店（経営者）	・東日本大震災の影響が広がっている部分もあるため、今後はますます消費マインドが冷え込む。
		乗用車販売店（経営者）	・原子力発電所をどうするかが一番の課題であるほか、今年は猛暑で体の動きも悪くなる。
		一般レストラン（店員）	・近隣に商業施設がオープンし、今は当店にも客が流れてきているが、施設内にも飲食店は多いため、今後は競争が激しくなる。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・東日本大震災の直後は厳しい落ち込みとなったが、現在は回復傾向にある。ただし、買上点数の回復は難しいため、全体的には厳しい状況が続く。
		タクシー運転手	・これから観光シーズンに入るが、現在は暇過ぎるため、先行きの見通しは厳しい。
		通信会社（経営者）	・東日本大震災の影響はまだまだこれから出てくる感があるため、先行きの見通しは厳しい。
		競艇場（職員）	・購入単価の低下が進んでいるほか、節電対策の影響で買い控えの動きも広がるため、先行きの見通しは厳しい。
		住宅販売会社（従業員）	・政治に対する不安があるほか、電力不足による企業活動への悪影響も出てくる。
	悪くなる	商店街（代表者）	・例年よりもバーゲンの実施を早める店が多いなど、客の取り合いが顕著となっている。夏商戦は消耗戦となるため、先行きの見通しは厳しい。
		商店街（代表者）	・真夏になると空調設備が整っている大型店へ行く客が増えるため、商店街を訪れる客が減る。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・今後良くなる業界も、建設や土木関係と非常に限られている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔精肉〕 (管理担当)	・7月にかけてギフトシーズンとなるが、東日本大震災の影響がどの程度出るかは予測が立たない。価格と品質の維持がますます難しくなるほか、売りたい時に商品がないケースや、商品はあっても価格が高いケースなどが増えることで、利益が圧迫される。
		一般小売店〔衣服〕 (経営者)	・夏場は衣料品が苦戦する時期であるほか、今年は特に良いニュースも聞かれない。東日本大震災の復興の動きも進んでおらず、景気が回復する兆しは全くない。
		一般小売店〔花〕(店員)	・今夏は猛暑の予報が出ているため、生花の購買意欲は激減する。
		衣料品専門店(経営者)	・1品単価の上がない商品が多いなど、客の欲しがらる商品がない状況が続いている。今後は、良い商品がないために売上も伸びないという悪循環に陥る。
		家電量販店(店長)	・アナログ放送の終了やエアコンや扇風機の供給不足などで、需要動向は不透明であるが、メーカーによる8月のテレビの需要予測は前年比で30%となっている。テレビは売上の25%前後を占めているため、先行きの見通しは非常に厳しい。
		通信会社(社員)	・東日本大震災や原子力発電所の事故の影響で、家庭での節電の動きが進んでいる。夏にエアコンをかけてテレビを見るというスタイルが否定される傾向も出てくるため、先行きの見通しは厳しい。
		通信会社(企画担当)	・電力不足となるため、先行きの見通しは厳しい。
企業動向 関連	良くなる	食料品製造業(営業担当)	・関西でも15%の節電が行われるため、飲料水の販売が増える。
		金属製品製造業(営業担当)	・盆明けぐらいから、東日本大震災の復興需要が出てくる。
		その他非製造業〔商社〕(営業担当)	・引き合い件数が増えているため、先行きは良くなる。
	やや良くなる	繊維工業(総務担当)	・東日本大震災の影響や、政治の混乱が徐々に解消へ向かうため、消費マインドも改善する。
		出版・印刷・同関連産業(情報企画担当)	・出版・印刷業界では、デジタルメディアと紙媒体の融合によって新たな仕事が生まれており、先行きはやや良くなる。この動きを先取りすることで、少ない資本で人材やソフトへの投資が可能となるため、企業にとっても大きなチャンスとなる。
		化学工業(経営者)	・今月は問い合わせや受注が激減したが、東日本大震災からの復興は報道されているよりも進んでいるため、停滞の動きは長期化しない。
		金属製品製造業(経営者)	・一般の製品は、電力不足や円高、不安定な政治などの影響で回復は遅れるが、自動車関連では回復が進む。
		電気機械器具製造業(営業担当)	・少しずつであるが、材料が入ってきているため、先行きはやや良くなる。
		輸送業(営業担当)	・消費税率が引き上げられる前に、購入する客が増える。
		広告代理店(営業担当)	・ここ数か月は売上が辛うじて前年を上回っており、今後もマイナスの材料はないため、回復傾向が進む。
	変わらない	その他サービス業〔店舗開発〕(従業員)	・高速道路料金の値引きも終わり、鉄道の利用客は徐々に増え始めるため、駅構内の店舗の増収につながる。
		その他非製造業〔民間放送〕(従業員)	・経済活動も徐々に正常化が進んでいくため、先行きはやや良くなる。
		家具及び木材木製品製造業(営業担当)	・受注量は増えたが、この動きが今後も続くかどうかは不透明である。
化学工業(管理担当)		・米国経済の回復が望めないほか、国内政治も不安定な状態が続くため、今後も現在の状況が続く。	
一般機械器具製造業(経営者)		・最近2か月の売上は順調であるため、今後も良い流れが続く。	
電気機械器具製造業(経営者)		・他社の追随を許さない製品があれば、世界経済の動向が不透明でも成長は可能である。来年の予測は困難であるが、2～3か月先であればプラス方向で推移する。	
		電気機械器具製造業(宣伝担当)	・猛暑で夏物家電の荷動きは堅調となるが、地上デジタル放送への完全移行も終了するため、市場はやや落ち着いてくる。
		電気機械器具製造業(営業担当)	・引き合いがなく、今後も受注量が増える兆しはない。
		その他製造業〔履物〕(団体職員)	・電力不足の問題が解決していないため、先行きに不安感がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
		建設業（経営者）	・東日本大震災の復興が始まれば、建設需要が被災地に集中し、工賃や建設資材価格が高騰するため、今後も厳しい状況となる。		
		建設業（経営者）	・夏に向けた需要の動きは不透明であるが、今の状況がしばらく続く。		
		輸送業（営業所長）	・夏には衣料などの季節商材の動きが増えるが、全体として大きな変化はない。		
		金融業（営業担当）	・少し良くなりつつあるが、東日本大震災で止まった分が回復しているだけである。米国の大型金融機関が破たんする前の水準にまでは戻らないため、厳しい状況に変わりはない。		
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・購読数は辛うじて維持しているが、経済的な理由から新規購読数が伸び悩んでいる。折込収入も落ち込んだまま上向き気配がないため、今後も厳しい状態となる。		
		広告代理店（営業担当）	・ファッション関連の取引先ではクリアランスの時期になるが、単価が低く、売行きが良くても利益はあまり増えないため、当社の受注面に影響は出にくい。		
		広告代理店（営業担当）	・テレビスポットCMの枠がなくなりつつあるが、東日本大震災前の水準に近づいているだけであり、それ以上に良くなる要素は見当たらない。		
		司法書士	・不動産登記では今月も抹消登記が目立つほか、案件も少ないため、現状よりも良くなることは難しい。		
		経営コンサルタント	・良い材料が見当たらないため、先行きの見通しは厳しい。		
		コピーサービス業（店長）	・大阪駅周辺が開発され、人の動きが活発になった感はあるが、単なる見物客も多いため、景気への影響については不透明である。		
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・景気が上向きになる兆しが全くないため、今後も厳しい状況となる。		
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・取引先による日常的な引き合いが伸びる要素はほとんどないため、今後も厳しい状況となる。		
		やや悪くなる		食料品製造業（従業員）	・食品には夏物商材が少なく、通年での受注の変動は少ないが、気温の急な変化には弱い面もあるため、先行きの見通しは厳しい。今年は節電で室内の温度も上がるため、どうしても冷たい食事が中心となり、熱い物は敬遠される。
食料品製造業（経理担当）	・東日本大震災の影響は徐々に小さくなっているが、今後は電力不足の問題が足を引っ張る。				
繊維工業（総務担当）	・取引先の今夏の動きが悪いため、地方への売り込みが経費増につながるなど、先行きの見通しは厳しい。				
繊維工業（団体職員）	・先行きに不透明感があり、需要の増加も見込めない。				
パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・業種によっては、既に稼働している海外工場に生産をシフトするといった声も聞かれるため、今後は更に悪くなる。				
化学工業（企画担当）	・原料価格の上昇分を製品価格に転嫁できるまでには、まだ時間が掛かるため、製品によっては逆さやの状態となる。				
窯業・土石製品製造業（経営者）	・6～8月分の計数は前年を上回っているが、節電による駆け込み需要が押し上げている部分もあるため、それが終わればどうなるかは不透明である。				
電気機械器具製造業（企画担当）	・7月以降の節電需要がいつまで続くかが不透明なほか、LED照明器具の供給が需要に追いつくのが不安であるなど、先行きの見通しは厳しい。				
建設業（経営者）	・これから夏に向けて節電ムードが高まるのに伴い、消費マインドは悪化するため、先行きの見通しは厳しい。				
輸送業（営業担当）	・テレビなどの電子部品関連の企業が生産を半減させている。来月以降も減産予定であるため、関連業種にも影響が出る。				
悪くなる				電気機械器具製造業（経理担当）	・今夏は節電への対応で厳しい状況となるので、先行きの見通しは厳しい。
				不動産業（営業担当）	・賃貸マンション、貸事務所、貸店舗で、賃料の低下が続いている。神戸では事務所が増えていないため、賃貸マンションの需要も伸びず、貸店舗の利用も減るといった悪循環に陥っているため、先行きの見通しは厳しい。
				その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・東日本大震災の復興財源として増税が行われれば、更に厳しくなる。
雇用関連	良くなる	—	—		
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（企画担当）	・派遣会社などの人材系の業種で、求人案件が増えつつあるため、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
		新聞社〔求人広告〕(担当者)	・東日本大震災後の底打ち感が広がっているため、先行きはやや良くなる。特に、関西では大阪駅周辺の開発といった大きなトピックスがあり、マインド面でも改善が進んでいる。
		職業安定所(職員)	・今夏の電力不足が雇用に悪影響を及ぼす懸念はあるが、新規求人倍率は1.06倍と2か月連続で1倍台となったほか、すべての主要産業で前年を上回っているため、先行きはやや良くなる。
		職業安定所(職員)	・東日本大震災による雇用への影響はほとんどみられなくなっており、新規求人数もほぼ前年並みで推移しているため、先行きはやや良くなる。
		職業安定所(職員)	・東日本大震災の影響で生産減となっていた事業所から、増産のための期間社員の求人があるなど、先行きの見通しは明るい。
		民間職業紹介機関(職員)	・東日本大震災の復旧、復興工事が本格化すれば、日雇求人にも多少はプラスの影響が出てくる。
		民間職業紹介機関(支社長)	・業種を問わず、企業の中途採用意欲がやや活発化しつつあるため、先行きはやや良くなる。これには様々な理由があるが、やはり景気が上向いていることが大きく影響している。
	変わらない	人材派遣会社(支店長)	・求人数は増えているが、職種は営業や販売に限定されており、大きな変化はない。求職者も、事務職や土日が休みの仕事を希望する傾向に変化はないため、就業者数の増加にはつながらない。
		人材派遣会社(支店長)	・政治、経済共に不安要素があり、不安定な状況にあるため、小康状態が続く。
		新聞社〔求人広告〕(営業担当)	・東日本大震災や原子力発電所の事故、今夏の節電の動きなどが、雇用にどのような影響を及ぼすかが予想できない。
		職業安定所(職員)	・新規求人数の減少幅は徐々に小さくなっているほか、隣接する安定所では求人数が増加に転じているため、今後は求人数が増加に向かう。
		民間職業紹介機関(営業担当)	・先行きに好転する兆しはないため、今後も現在の状況が続く。
		民間職業紹介機関(大学担当)	・企業が採用を厳選する動きは続くため、学生にとっては今後も厳しい就職活動となる。
やや悪くなる	学校〔大学〕(就職担当)	・東日本大震災の具体的な復興の動きがみられないため、企業からは設備投資や雇用の計画が立てられないとの声が聞かれる。将来的には景気が良くなる期待はあっても、当面は様子見の動きとなる。	
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	コンビニ(エリア担当)	・競合店の閉店で徐々に客が増加しており、今後は売上増加が見込める。
	やや良くなる	スーパー(店長)	・商品の安定供給に関しては部分的に東日本大震災の影響があるものの、流通面の回復とともに消費意欲は向上している。
		スーパー(店長)	・今年の夏は昨年同様猛暑になる気配であるため、本格的な夏に向けて例年以上に夏型商品の販売量が増加する。
		コンビニ(エリア担当)	・今後の天候は不透明だが、夏に向けて季節商材の注文が増加しているほか、価格改定もあるためやや良くなる。
		コンビニ(エリア担当)	・自粛ムードも徐々に緩和され、商品供給体制が震災前に戻っている。
		コンビニ(地域ブロック長)	・昨年並みの高気温が予測され、飲料を中心とした商材の動きが期待できることと、高速道路料金の休日特別割引の終了により、身のまわりでの消費が進むことが期待できる。
		乗用車販売店(業務担当)	・東日本大震災後の最悪の状況から徐々に脱しつつある。生産サイドの復旧もあるため期待が持てる。
		乗用車販売店(営業担当)	・東日本大震災の影響で物流がストップしていたが、周囲ではかなり復旧しつつあるとの意見が多く、控えられていた需要が戻り景気はやや良くなる。
		その他専門店〔海産物〕(経営者)	・地域によって観光客の集客にばらつきがあるものの、当地域では団体客の予約状況から判断すると、これからの観光シーズンに向かって売上は良くなる見込みである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・客の購買意欲は、今後徐々に上向く。
		一般レストラン（経営者）	・農繁期も終わり、本格的に消費のある夏季に期待が持てそうである。公務員賞与日前後よりの消費は、これまでの手控えから反動的に拡大する。客の話題やスタッフとの会話にも消費我慢の打ち切り感が表れているため期待が持てる。
		通信会社（営業担当）	・6～9月の夏商戦のタイミングで夏モデルが順次登場するとともに、そのなかに話題のスマートフォンが9機種登場することで、例年に比べて店舗への来客数や販売台数の上昇が見込める。
		テーマパーク（業務担当）	・高速道路料金の休日特別割引が終了したことにより、近距離都市圏からの来園者数の回復が期待できるほか、利用促進行事の展開による来園者数の増加も見込まれる。
		テーマパーク（広報担当）	・秋に向けて団体旅行の動きも出てきているので、昨年のような猛暑でなければ一定の来客数は期待できる。
		競艇場（職員）	・盆と9月初旬のレースで来客が見込まれる。
		その他サービス〔介護サービス〕（管理担当）	・営業戦略の強化を図っている。
		設計事務所（経営者）	・今があまりに悪すぎるため、今後自粛ムードも緩み、税金が上がる前に住宅建築をやっておきたい人などの需要が見込まれる。
	変わらない	商店街（代表者）	・特に変わる要素がない。ただ今月末よりアーケード工事に入り通行人にも迷惑がかかる状況となるため、更に来街者数や購買額も減る恐れがある。
		商店街（理事）	・将来的に希望が持てる話題がなく、財布のひもを締めさせるような話題も多いことから、客が消費活動に慎重になっていることにより景気も回復せず、更に景気が良くならないという悪循環になっている。
		商店街（代表者）	・政治、経済及び東日本大震災への対応が不透明で、客は購買を控えている。
		商店街（代表者）	・福島第一原子力発電所事故の影響で節約傾向が今後も継続する。
		商店街（代表者）	・各企業のボーナスが支給されているが、将来への不安からか貯蓄に回り、なかなか消費に向かう気配がない。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・夏物商戦が長期間にわたっているため、バーゲンの運用が厳しくなっている。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・夏場の電力使用量制限などの問題もあり、直ちに景気が回復するとは考えにくく、中元商戦などに影響が出ることを危惧している。
		百貨店（営業担当）	・今年は猛暑が予想され、クリアランスセール終了後は来客数が減少する。
		百貨店（営業担当）	・テナント店長は景気回復について手応えを感じる様子もなく、売上もほぼ平行線の状況であるため、これから先良くなる期待は持てず、しばらくは同様の状況が続く。
		百貨店（販売促進担当）	・中元、夏セール商戦が始まったが、ともに前年を上回る実績で推移している。ただ中元は価格メリットのある6月への集中、夏セールは今後の商材手配が厳しくなるとの想定から、期間を通じてみるといずれも前年並みの実績確保が当面の目標となる。
		百貨店（売場担当）	・7月は清涼グッズや冷感グッズ、クールスタイルのバーゲンで上向きになるが、企業の休日変更やボーナス減の不安要素が多く、夏物商材はすべて売切れ御免で3か月先には新商材不足となり、長い夏に対しての需要は最後まで続かない。
		百貨店（購買担当）	・東日本大震災の影響で現在生産が減少し商品が入手困難な状況となっており、今後も同様な状況が続くことを懸念している。
		百貨店（売場担当）	・秋が来るまでは厳しい猛暑が予想され、節電・節約の風潮が継続するなかで、購買意欲を刺激する百貨店商材がなかなかみつからない。一部寝装品などではクールダウン系のヒット商品はあるものの品切れが続く模様である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（電算担当）	・前年同期の売上が悪かったため、全体での売上は前年比3.9%の増加になっている。衣料品、雑貨、食品などは前年に比べて増加、美術は催事の関係で大幅に増加、紳士服も大幅に増加、夏物寝具も2けたの伸びと好調である。その一方でレストランは3.5%の減少であり、客は不要不急なものを買わず、堅実な消費傾向になっている。
		百貨店（営業企画担当）	・しばらくは現在のような状況が続く。
		スーパー（店長）	・今後景気が良くなる材料も悪くなる材料も見当たらず、現状維持となる。
		スーパー（業務開発担当）	・節約志向と買いたくても買えないとの声を何度も聞く状況のなか、悪くはならないまでも当分今の状況は続く。
		スーパー（管理担当）	・景気の動向は不透明であり、良くなるのか悪くなるのかつかめず、2～3か月先はまだ平衡状態にある。
		衣料品専門店（販売担当）	・単価の低下傾向は変わらない。
		乗用車販売店（店長）	・メーカーの生産量も回復し、売れない状態からも脱却しつつある。
		乗用車販売店（店長）	・今後客のニーズには変化がなく、単価変動もないことから変わらない。
		乗用車販売店（副店長）	・政治の先行きが不透明で、一時増税等家計に直接影響を及ぼす政策が出てくる可能性があり、企業の努力があっても消費意識は上向かず、結果的に横ばいとなる。
		自動車備品販売店（経営企画担当）	・現状では商品ごとに好不調はあり、新車販売の動きにより左右されるが、全体では堅調に推移する。
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・ボーナスが上がる気配もなく、景況が良くなる要因もない。
		その他専門店〔和菓子〕（営業担当）	・これ以上の回復は見込めない。
		その他小売店〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・恒常的なセール時期の前倒し傾向が強まっているため、7月以降状況が劇的に変化することはない。むしろ当社のような業態の場合、すでに始まっている猛暑や梅雨明け時期等、天候による人手の多寡が直接消費に作用してくる。
		高級レストラン（スタッフ）	・昨年同様の予約状況となってきたが、今後の伸びが不透明である。
		一般レストラン（経営者）	・中国、韓国の首脳が来日したものの近隣諸国からの観光客数の回復にはつながらず、しばらくは福島第一原子力発電所事故処理の様子見状態が続く。
		一般レストラン（店長）	・一時は東日本大震災の影響を懸念していたが、現在はそこまで影響を感じなくなってきた。ただ来客数が増える状況にもなっていない。
		観光型ホテル（支配人）	・夏の長期休暇による旅行需要に期待が持てるものの、ほとんどは海外や避暑地に流れるほか、高速道路料金の休日特別割引終了もマイナス要因となる。
		都市型ホテル（従業員）	・夏季営業のビアガーデンを6月1日にオープンしたが、7～8月の予約は例年より低調になっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・今後の宴会予約は昨年と比べて少なく、個人向けのイベントも集客に苦戦している一方で、宿泊予約は夏休みに入るため増える見込みであり、問い合わせも増加している。
		旅行代理店（経営者）	・福島第一原子力発電所事故問題が解決しないと旅行どころではない。
		通信会社（社員）	・新たなサービスの申込に変動がない一方で、既存のサービス利用者は低価格サービスへの切替えがある。
		通信会社（営業担当）	・部分的には復興需要もあるが、全体として客の動きは鈍く、販売量は目標に届かない。
		通信会社（営業担当）	・7月24日のデジタル放送への完全移行の状況が不透明である。
		通信会社（総務担当）	・消費動向が横ばいで販売量が増加する兆候はみられない。
		通信会社（広報担当）	・変わる要素が見当たらない。
		ゴルフ場（営業担当）	・3か月先の予約をみるとあまり変わらない。
		美容室（経営者）	・客からは2～3か月特別忙しくなるような話も聞いておらず、今の状況は変わらない。
		設計事務所（経営者）	・現状では大きな変化がない。
		設計事務所（経営者）	・住宅エコポイントが7月着工分で終了し、新たに建築業界にとってプラスになる制度や材料が見当たらない。
		住宅販売会社（従業員）	・原材料単価の維持も努力の限界に近づいてきており、徐々に値上げの動きもみられ、利益圧迫になりつつある。

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	商店街（代表者）	・東日本大震災以降、観光客が戻らず、宿泊単価が極めて低下しており、土産を含め当分厳しい状況が続く。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・今後も駅再開発の工事進行に伴い、今以上に閉店する店が増加し、当社駅支店では半年後の名店街本格開店まで売上が低下する。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・観光客重視の商品対応をしているため、観光客数の激減でやや悪くなる。
		百貨店（販売担当）	・不要不急のものを買い控える傾向は今後も続く。8月下旬から9月にかけて残暑が続けば、秋物商品の立ち上がりは厳しくなる。
		スーパー（販売担当）	・小麦価格の値上げで関連する商品の値上げが懸念される。
		スーパー（営業システム担当）	・節約志向はこのまま続いていく。また猛暑が生鮮商品へ及ぼす影響がどの程度になるかにも不安が残る。価格の低下は見込めないため、夏場は苦しくなりそうである。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・昨年の7～8月は猛暑であったため、飲料やアイスクリームなどの気温対応商品の販売が好調だったが、今年はその反動が予想される。
		衣料品専門店（経営者）	・客の購買意欲が少しは戻ってきているが以前ほどではなく、浴衣の売行きも遅い。将来への不安で金を使わない傾向にある。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・クールビズの影響が秋口まで長引き、スーツなど重衣料の売上に厳しい状況が続くとともに、秋物の立ち上がりも遅れる。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・節電ムードに伴う消費動向に変化がみられ、関連した商品の出費が偏る。
		家電量販店（店長）	・地上デジタル放送への移行終了に伴い、AV商品の販売が激変するとともに、エアコン等白物家電に対しても客の財布のひもは固くなっている。
		家電量販店（販売担当）	・地上デジタル放送移行への買換需要とエアコン需要がなくなる。
		乗用車販売店（統括）	・昨年は補助金効果で6～9月は好調であったが、今年はその反動で落ち込みが予想される。
		自動車備品販売店（経営者）	・当社取扱商品が6月より値上げとなり、値上げ前の反動が多少出る。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・高速道路料金の休日特別割引が終了することで、高速道路の利用頻度が減る。また割引終了前には高速道路を使っても食事や買物をする財布の余裕があった利用者も、今後は財布のひもが固くなる。
		都市型ホテル（総支配人）	・福島第一原子力発電所事故の影響で、外国人観光客の利用は前年に比べ減少する。また宿泊需要を促していた高速道路の休日特別割引が終了したことで、近郊からの宿泊客が減少する。
		タクシー運転手	・客との話では今後も夜の営業が増加する状況にはない。
		タクシー運転手	・昨年に比べて売上は下降気味であり、ここ4～5年売上が増加していない状況である。
		通信会社（企画担当）	・東日本大震災や節電の影響を無視できず、消費に対して徐々にマイナスの影響が出てきており、この状況は今後も継続する。
		通信会社（通信事業担当）	・新規の契約、問い合わせなどは依然低調である。テレビのデジタル放送化に伴う相談や問い合わせは非常に多いが、売上に結び付かない。
美容室（経営者）	・今の状況では今後景気回復につながらない。		
美容室（経営者）	・今後東日本大震災の影響が少しずつたがが出てきそうである。当県には直接の影響はなかったが、景気が悪くなるのにも少し時間がかかっている。		
住宅販売会社（経理担当）	・住宅購入にかかる住宅エコポイント、登録免許税軽減、優良住宅取得支援制度の期限短縮、その他減税など客にとっての優遇措置が終了予定であり、購入意欲の低下が危惧される。		
住宅販売会社（販売担当）	・特に住宅部門では住宅エコポイント制度の7月末着工期限を控え、これに伴う駆け込み需要で一過性の受注分を含んでおり、その反動で数か月後の受注量は現在の受注量と比べて減少する。		
悪くなる	商店街（代表者）	・客の来店頻度が低下している。	

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
		スーパー（店長）	・節電を前提として世の中全体が動いており、現在の産業構造のもとでは、節電、生産力低下、収入低下、消費マインド低下、先行き不安とつながっている。そうした構造は急に変わらないので、景気浮揚までには数年はかかりそうである。
		スーパー（財務担当）	・メーカーの値上げ等による単価の上昇により、消費者の買い控えと買上点数の減少が続く。
		家電量販店（店長）	・アナログ放送停波によるデジタル放送対応型テレビの駆け込み需要も8月中旬までは期待できる。しかしその後はテレビの需要が大幅に減となることが予想されるが、現状ではそれを補う商品群が見当たらない。
		家電量販店（店長）	・季節商材の販売も落ち着き、地上デジタル放送への完全移行が始まっている状況で、特に業界としての大きなイベントもないため現状より悪くなる。
	良くなる	—	—
企業 動向 関連	やや良くなる	食料品製造業（総務担当）	・商品の品ぞろえに対する不安はあるが、夏場の中元商戦に向けここ2～3か月の状況からやや良くなる。
		化学工業（経営者）	・取引先の受注計画より今後2、3か月先にはほぼ震災前の生産量に回復するめどが立ってきている。
		鉄鋼業（総務担当）	・主要取引先である自動車メーカーでは今後フル生産が見込まれるため、当社もフル操業見込みである。ただし土木建築関連などは引き続き厳しい状況が続く見込みで、輸出関連も為替状況によっては先行き不透明で懸念材料も多い。
		鉄鋼業（総務担当）	・震災復興に向けた動きが加速していく。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・自動車向け材料の受注回復は続く見込みであり、その他製品も堅調である。
		輸送業（統括）	・東日本大震災の影響が少なくなれば、現状よりは必ず回復し景気は良くなる。
		通信業（営業企画担当）	・客との商談のなかで車の購入や家の増改築などの具体的な話題が増えてきている。
		金融業（自動車担当）	・円高が懸念材料だが、燃費性能を飛躍的に高めた新車の投入により販売台数は増加する。利益は前年並みにとどまるが、売上は確実に回復する見込みである。
変わらない		木材木製品製造業（経理担当）	・東日本大震災の影響でまだ不透明感が強い。
		金属製品製造業（総務担当）	・受注量は現状のまま推移していく見通しであり、回復傾向にある。しかしながら10月以降は鉄原料や資材の価格が値上がりする可能性もあり、懸念事項として挙げられる。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きに変化がない。
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	・自社製品の売上では海外向けは回復傾向にあるものの、国内向けは市場が冷え込んでおり厳しい状況が続く見通しである。
		電気機械器具製造業（広報担当）	・受注が回復するまでに至っていない。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・新製品需要により今月の景況感の良いものの、2、3か月先は落ち着く。
		建設業（経営者）	・市長の交代で事業の見直し等が懸念されたが、今後は一部修正となり最悪の事態は避けられた。しかしながら厳しい状況は続く。
		建設業（総務担当）	・受注先の投資決定が鈍っている。
		建設業（総務担当）	・起死回生となる要素が見受けられない。
		輸送業（運送担当）	・景気の底は脱したが、地方ではなかなか回復するまでにはいかない。
		金融業（営業担当）	・小売業、サービス業における業況は厳しいものの、東日本大震災の全容がみえてきたことから、当地においても消費に持ち直しの兆しがみえてきている。ただし景気に敏感である地元企業の経営者と話しても、明るい話題はなく当面現状と大きく変わらない景気が続く。
		広告代理店（営業担当）	・良くなる要素がこれといって見当たらない。
		会計事務所（職員）	・東日本大震災のマイナス面での影響は大分減ってきている。製造業では受注の低下傾向はほぼなくなったが、それでも回復までには至っていない。また他の業種も相変わらず厳しい状況にある。
		やや悪くなる	農林水産業（従業者）

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	
		食料品製造業（業務担当）	・個人消費、特に贈答品が回復してこない。	
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・震災応援も一段落し、自治体向け焼却炉の注文も一休みで生産量は低下する見込みである。	
		電気機械器具製造業（総務担当）	・受注量の不安定や原材料高騰など景気判断で好材料が見当たらない。	
		コピーサービス業（管理担当）	・年間を通じて閑散期の夏場になるが、景気が上向く見通しは皆無の状況である。	
	悪くなる	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・受注価格が下がってきている。	
	良くなる	—	—	
雇用 関連	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・東日本大震災の影響も底を突いた感があり、少しずつではあるが求人数が増加している。	
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数は徐々に増えつつあり、わずかながら上向きの兆しがある。	
		人材派遣会社（営業担当）	・半導体や携帯電話関連などいまだに苦戦している企業はあるものの、自動車業界や食品業界などで人材ニーズが高まっており、全体的にみても派遣需要が盛り返ってきている。	
		人材派遣会社（支社長）	・震災復興需要やエコ需要等で採用を希望する企業が増加している。	
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・求職者、企業とも求職、採用活動は夏場に向けたUターンやIターンへのニーズが高まってくる。	
		求人情報誌製作会社（支社長）	・東日本大震災前に予測されていた穏やかな景気回復基調に戻ってくる。	
		民間職業紹介機関（職員）	・6月に地元の大手自動車メーカーがメキシコ進出を発表したが、同社を取り巻く周辺企業がこれに付随して動き始めていけば地域雇用は活性化する。	
		変わらない	学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・東日本大震災の日本全域への影響は避けられ、安定してきた感があるため、それが景気に反映してきている。
		やや悪くなる	職業安定所（職員）	・化学関係を中心に製造業の業績は比較的好調で、下請企業を中心に求人意欲も高いが、販売、サービス業においては自粛ムードのためか求人数は減少している。有効求職者数はこのところ前年同月比で10%前後減少を続けており、今後も急激に求職者が増加する状況にはない。求職者数も減少するが求人数も減少している状況で、この状況がしばらく続く。
			新聞社〔求人広告〕（担当者） その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	・東日本大震災の影響で工場稼働率が低下しており、消費マインドも上向いていない。 ・東日本大震災の影響で部品が入らず、製造工程をストップせざるを得ない工場など、雇用調整助成金の活用を検討しているケースが多数あり、マイナス面が大きく影を落としている。
	悪くなる	職業安定所（職員）	・東日本大震災や円高の影響で雇用調整や生産調整のある製造業や、観光自粛などの影響で来客数が減少している旅館や宿泊サービス業で雇用意欲が引き続き下向きである。	

## 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	乗用車販売店（従業員）	・現状より景気が悪くなることはない。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・2～3か月先は、ビールなどの中元商品が多く売れる。
	やや良くなる	百貨店（営業担当）	・衣料品は、クリアランス前の買い控えは見られず、定価品の売行きが好調であった。中元商戦は好調に推移している。ブランド商品は販売単価、販売数共に前年を上回った。
		スーパー（店長）	・今年は猛暑が予想され、夏物が順調に売れそうである。また、東日本大震災の影響も薄れてきそうである。
		コンビニ（店長）	・建設業等の労働者に仕事に戻っており、消費も力強い。
		衣料品専門店（経営者）	・3月以降は、微増傾向で堅調に推移している。7月以降は、バーゲンの時期でもあり、この調子が続くであろう。
		乗用車販売店（従業員）	・自動車の生産ラインが徐々に回復し、年末100%稼働に向けて準備中である。生産ラインが復旧すると、先行きの景気も良くなる。
		乗用車販売店（役員）	・販売状況は少しずつ良くなっている。上期は厳しいと思っていたが、少し期待が出てきた。全体の景気も底堅い。

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
		その他飲食〔ファーストフード〕（経営者） タクシー運転手	<ul style="list-style-type: none"> <li>東日本大震災の影響や食中毒の事件を忘れて、外食ムードになってきている。</li> <li>2～3か月先は、帰省客など県外から人が戻ってくるであろう。しかし、東日本大震災の影響や高速道路料金引下げ終了により、週末、県外ナンバーの車が少なくなってきている。</li> </ul>
	変わらない	商店街（代表者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>高速道路料金引下げ終了により悪影響が出てくる可能性がある一方、東日本大震災の自粛ムードの収束、夏のイベント等の効果が期待できる。</li> </ul>
		商店街（代表者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>地上デジタル放送移行の関係で電気店は景気が良いが、季節商材を扱っている店は反応が悪い。</li> </ul>
		商店街（代表者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>平日の顧客動向はあまり良くないが、週末は少し良くなっている。</li> </ul>
		一般小売店〔生花〕（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>7月以降は、お供え用商品の動きを見込んでいる。</li> </ul>
		百貨店（販売促進担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>東北の復興支援やエコがキーワードとなる。気温の上昇とともに、外出を控える人が多くなるため、今のままの景気水準が続くであろう。</li> </ul>
		百貨店（売場担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>購買意欲が高まるには材料が乏しい。</li> </ul>
		スーパー（店長）	<ul style="list-style-type: none"> <li>景気が良くなる要因が見当たらない。消費税の議論が出ているが、税率が上がれば、景気は悪くなる。</li> </ul>
		スーパー（人事）	<ul style="list-style-type: none"> <li>政治の混迷により、将来への不安がぬぐえない。消費税の問題、原子力発電所の問題なども先が見えず、消費者は不安感を持っている。</li> </ul>
		コンビニ（総務）	<ul style="list-style-type: none"> <li>身の回りの景気の不透明感が否めず、先行きが見えない。</li> </ul>
		衣料品専門店（総務担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>顧客から景気の良い話は聞かえず、政治の動きを見ても良くなる要因がない。</li> </ul>
		家電量販店（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>今後は、販売台数の振れ幅が大きくなると思うが、全体的に前年並みは確保できそうである。現在の状況は、早い段階で落ち着きを戻すであろう。</li> </ul>
		乗用車販売店（従業員）	<ul style="list-style-type: none"> <li>今後、新車の供給が順調になるが、ガソリン価格の上昇などマイナス要因が多いため、景気の改善は期待できない。</li> </ul>
		乗用車販売店（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>自粛していた広告宣伝は、5月中旬から再開している。しかし、見込客が少なく、自動車に対する購買意欲はまだ戻っていない。</li> </ul>
		観光型旅館（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>3か月先の予約状況は分からないが、旅行はまだ活性化していないであろう。</li> </ul>
		旅行代理店（支店長）	<ul style="list-style-type: none"> <li>夏場に向け、個人旅行は回復傾向である。しかし、高速道路料金引下げ終了により、客の出足が鈍り、旅行需要に悪影響がでる可能性がある。</li> </ul>
		タクシー運転手	<ul style="list-style-type: none"> <li>昨年より暑くなれば、乗客が増え、暑くならなければ現状の良くない状態が続く。</li> </ul>
		通信会社（支店長）	<ul style="list-style-type: none"> <li>一部の新製品の売行きが好調であるものの、今後の販売状況には不安感もある。</li> </ul>
		通信会社（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>法人需要の落ち込みが顕著である。また、来店数が前年に比べ減少しており、大きく改善できる見通しが立たない。スマートフォン市場の更なる活性化に期待している。</li> </ul>
		ゴルフ場（従業員）	<ul style="list-style-type: none"> <li>予約状況から判断すると、今の状態が続くのではないかと思う。</li> </ul>
		美容室（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>今後も節約傾向が続く。</li> </ul>
		設計事務所（所長）	<ul style="list-style-type: none"> <li>土地の売り手と買い手の価格ギャップが大きい。</li> </ul>
	やや悪くなる	商店街（代表者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>放射能汚染の問題解決の糸口がつかめない。この問題を最優先に対処しなければ日本経済は立ち直らないと思う。福島県やその周辺地域だけの問題でなく、汚染の広がり、物流のみならず観光問題にも波及する。</li> </ul>
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	<ul style="list-style-type: none"> <li>高速道路料金引下げ終了により、県外客の減少が予想される。</li> </ul>
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>政治、経済の先行きが不透明であるため、消費者は節約ムードであり、財布のひもは固い。</li> </ul>
		百貨店（営業担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>7～8月は、節電の影響が出る。</li> </ul>
		スーパー（企画担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>梅雨明けのタイミングにより状況は異なってくる。早めの梅雨明け、気温上昇になれば、売上に寄与する。</li> </ul>
		スーパー（財務担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>東日本大震災、政治などの将来不安により、消費は低迷する。</li> </ul>
		スーパー（統括担当）	<ul style="list-style-type: none"> <li>東日本大震災からの復興や電力供給の問題など、先行きが見えないので、景気はさらに悪くなる。</li> </ul>

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（企画・営業担当）	・今夏の電力供給への不安から、節約・節電関連商材は好調な動きを見せている。しかし、高速道路料金引下げ終了や政局が不安定なことが、消費に悪影響を及ぼす懸念もある。
		コンビニ（商品担当）	・高速道路料金引下げ終了により、観光人口の減少が予想される。
		都市型ホテル（経営者）	・今までは、高速道路料金引下げにより、マイカー利用客が多かった。しかし、高速道路の料金引き下げ終了後は、客数の減少が懸念される。予約状況も芳しくない。
		通信会社（企画）	・地上デジタル放送移行後は、需要が低下すると思う。なお、東日本大震災の影響はない。
		観光名所（職員）	・高速道路料金引下げ終了により、乗客数が減少すると見込まれる。
		競艇場（職員）	・減少傾向がやや緩やかになったとはいえ、向こう2～3か月は好転材料が乏しいことから、右肩下がり傾向が続くであろう。
	悪くなる	一般小売店〔乾物〕（店員）	・東日本大震災の影響や高速道路料金引下げ終了、節電・節約・省エネなどの要素が、景気に悪影響を及ぼす。
		衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災からの復興に伴う増税は、景気に悪影響を及ぼす。
		家電量販店（店長）	・地上デジタル放送移行後は、テレビの需要が少なくなる。
		住関連専門店（経営者）	・東日本大震災以降、消費者は様子見の状態であり、買い控えをしているように感じる。
		設計事務所（職員）	・公共事業の東日本大震災復興への重点配分ならびに総事業量の減少により、四国では更に事業量が減少する懸念がある。また、運転資金の確保が課題となっている企業も多い。
		企業動向関連	良くなる
やや良くなる	鉄鋼業（総務部長）		・受注・売上の量的増加は見込めるものの、収益の改善は難しい。
	一般機械器具製造業（経理担当）		・受注面は想定以上に回復が早い。部品が確保できれば、売上に繋がる状況である。
	電気機械器具製造業（経営者）		・太陽光の設備、燃料電池のプラントなどの受注が、徐々に増加している。
	電気機械器具製造業（経理担当）		・販売先、仕入先ともに景気が上向きになっている。当社へも増産の問い合わせがある。
	通信業（部長）		・東日本大震災後、一部商品の調達の遅れが生じたが、秋ごろにはほぼ解消される見込みである。しかし、価格競争は依然厳しい。
	変わらない		建設業（経営者）
建設業（総務担当）			・小口の見積依頼件数が回復しつつある。しかし、収益面は、採算ラインすれすれのものが多い。
輸送業（経営者）			・政府に対する絶望感から、当面は現在の景気状態が続く。
通信業（総務担当）			・電力消費量の削減施策により、企業の生産性は低下する。
不動産業（経営者）			・不動産業界は、米国の大手金融機関の破たん以降、厳しい状況にあり、東日本大震災で、さらに厳しくなってきた。今は、先行きが全く見えない。
広告代理店（経営者）			・自動車関連の広告は、工場生産の回復により、徐々に元の状態に戻るであろう。しかし、消費低迷が続いているため、全体的には広告費の削減傾向が続くであろう。
やや悪くなる	食料品製造業（商品統括）	・原子力発電所の問題で、各地で高濃度放射線が観測されており、その警戒心から外出、消費行動が抑えられる。	
	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・夏は需要が伸びない時期なので、売上も伸びない。価格修正が遅れると、採算がさらに悪化する。	
	公認会計士	・取引先の経営者の多くは、税負担が増えることに対して不安を持っている。また、不動産価額が下落することによる信用収縮により、金融機関からの借入れが難しくなるのではないかと懸念を持っている。設備投資も控えめになっている。	
悪くなる	輸送業（支店長）	・現状では、荷主の生産調整の回復は見込めない。また、燃料価格も下落しないと思われる。4月から人件費の削減を凶ってきたが、限界に達し、もはや設備投資を中断せざるを得ないと判断する。	
雇用関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（営業部長）	・生産機能を西日本へシフトする企業があり、人材の需要も高まる可能性がある。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・働く場や住まう場として、西日本、四国が注目されているのであれば、雇用面も好転するかもしれない。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・東日本大震災への復興需要を期待する企業の声が聞こえてくる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・7月開催予定の合同企業説明会の参加企業が、昨年より1割増え、県外企業からの参加も増えるなど、採用に積極的な企業が増えてきた。
	変わらない	人材派遣会社（営業）	・大幅な景気回復は見られないが、限られた予算範囲内で、必要最低限の人員を確保する動きがある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・自動車関連企業は持ち直すであろう。しかし、観光関連業者は高速道路料金引下げ終了により痛手をうけるであろう。また、増税論議が深まることにより、消費者マインドが冷え込む恐れもある。
		職業安定所（職員）	・昨年12月をピークに求人数は下降気味である。東日本大震災の影響もあり、不透明な状況が続くであろう。
		民間職業紹介機関（所長）	・東日本大震災後、景気が持ち直している業種がある一方、サービス業のように客が減少した業種もあり、全体的に不透明感がある。
やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・節電ムードによる生産業・販売業への影響が懸念される。	
悪くなる	—	—	

## 10. 九州（地域別調査機関：（財）九州経済調査協会）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連	良くなる	都市型ホテル（総支配人）	・東日本大震災や福島第一原子力発電所の事故から3か月が経過し、ビジネス客や外国人観光客の集客率が増え始め、需要回復の傾向が見受けられる。
		旅行代理店（業務担当）	・旅行の予約は例年よりも客の動きが間際化している。夏の旅行は通常6月から活発な動きをみせるが、今年は6月末になって、ようやく動き始めた。夏から秋に向けてより活動的になる。
やや良くなる		商店街（代表者）	・これから各地区でイベントや催し物が多くなり、外出する人が多くなる。今年は例年以上に暑くなる予報もあり、夏物衣料品の動きがやや期待される。飲食店も猛暑に備えた準備を進めている。
		百貨店（販売促進担当）	・中元商戦や夏のクリアランスセールが始まり、東日本大震災による買い控えの反動が出る。
		百貨店（業務担当）	・東日本大震災の影響から先延ばしにされていた旅行やイベントが、最近、動き始めている。夏休みにかけて、ますますその動きが強まれば、消費は夏の涼感商品の需要と共に伸びる。
		スーパー（店長）	・売上が前年比110%で推移している。特に鮮魚の伸びが良い状況である。東日本大震災による消費の自粛はなくなり、今後はこの状況を継続する。
		スーパー（店長）	・今後、野菜の価格高騰が予想されるが、全体的に来客数が伸び、客の買上単価も伸びているため、今後は若干良くなる。
		スーパー（店長）	・商品の調達には東日本大震災以前の状況に戻ることが期待される。消費電力の削減目標が15%であることやクールビズ、省エネ等関連商品の消費拡大も期待できる。また、7月以降予定されている小麦粉の値上げと食料品の値上げがあるが、程よい価格に値上げにされれば、客単価のアップとなり、売上の増加が期待できる。
		スーパー（店長）	・高速道路料金引下げが6月19日で終わり、お盆の帰省客が大幅に減ることが予想される。一方、近場の行楽地やレジャー客が増え、地元食材、自然環境商材の消費は今以上に上昇する。
		コンビニ（販売促進担当）	・7月から小麦粉が値上げになるが、そのなかでパンの売れ筋商品は据置きにする。包材は若干値上げなると予想されるが、全体としては売上にそれほど影響しない。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・今まで滞っていた国産銘柄のたばこが少しずつ入ってくるようになり、国産銘柄のたばこを購入する客が増えてくる。これから夏休み等外出する機会も増え、来客数は伸びる。
		衣料品専門店（経営者）	・資金繰りは厳しい状況であるが、店が100周年を迎えるため、イベントを考えている。客の動きは少し良くなる。
衣料品専門店（総務担当）	・特殊事情ではあるが、近隣の百貨店や競合店の閉店により、短いスパンで見ると、ややプラスの方向に動く。		

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
		家電量販店（総務担当）	・今夏は猛暑が予想されており、季節商材が販売量を引っ張っていく。
		乗用車販売店（従業員）	・メーカーの生産が正常に戻りつつあり、来店客が増えれば、通常通りの受注を行うことができ、良くなる。
		乗用車販売店（総務担当）	・メーカーが増産体制となり、本格稼働している。新車が十分に供給されれば、下取車も中古車市場に出回り、ディーラーにとって業況は好循環となる。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・7月はリキッド系飲料の需要が伸びる。7月中旬から8月にかけて中元シーズンになるので、コーヒーのギフトや進物関連商品に動きが出るため、売上は上がる。今年は前年比120%となる見込みである。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・東日本大震災の自粛ムードが和らぎ、夏場にかけて夏祭りが始まる等、人の動きが活発になり、来客数が増加し、売上の増加が見込める。
		高級レストラン（専務）	・これから値段が安く、食事に魅力があれば、リピーターは増える。
		一般レストラン（経営者）	・今年の夏場は北ではなく南への観光需要が増える。また、学生の合宿が増え、街が活性化する。今がひどすぎるため、反動で良い結果が出る。
		その他飲食〔居酒屋〕（店長）	・当地は九州新幹線全線開業により交通の便が良くなり、波に乗っており、県内の景気は良い。県民みんながそういう気持ちになっており、雰囲気が良い。
		観光旅館組合（職員）	・梅雨が明け、夏休みに入ると子ども連れの旅行客が増える。今年も期待できる。
		観光ホテル（総務担当）	・シティホテルにとっては、7～9月は売上が伸びない時期であるが、東日本大震災による自粛の反動もあってか、前年同期は上回る見込みである。夏場は九州新幹線全線開業の効果も期待される。
		都市型ホテル（総支配人）	・梅雨明けから夏本番となる季節で、天気や気温、台風等に激しい変化や状況がなければ景気は良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・夏の予約も順調に伸びているが、旅行需要は安近短の傾向が強い。家族旅行は福島第一原子力発電所の影響もあり、東京方面は避けられている。
		通信会社（業務担当）	・7月は夏キャンペーンセールが実施され、スマートフォンを始め、新商品の発売が予定されており、販売数は更に上向く。
		テーマパーク（職員）	・年間でもっとも高稼働の夏休みを迎えるにあたり、例年以上にアクティビティを増やしている。ファミリー客が増えるためやや良くなる。
		ゴルフ場（従業員）	・梅雨が例年より早く明け、夏の暑い時期を迎えるが、各種イベント等で前年以上に予約が入り、非常に良い傾向にある。
		美容室（経営者）	・数か月前に比べて、横ばいか減少傾向にある。個人経営、大手企業を含め、少しは活気付いてくる。
理容室（経営者）	・これからは暑くなるため、髪の毛を切る客の来店スパンが少し短くなり、動きは若干良くなる。季節がら例年通り忙しくなる。		
変わらない		商店街（代表者）	・商店街は天候に大きく左右される。天気が良いと人は動くが、天気が悪いと人は動かない。7月20日ごろまでは今の状況が続き、梅雨が明けると今度は暑過ぎて人が出てこなくなる。今の状況を脱するだけの要因はない。
		商店街（代表者）	・商店街は、屋外であるため夏は暑く、冬は寒い。また6、7月は台風の時期で、商店街は前年もその前の年も水害にあった。商店街では市の助成を受ける等、対策をしているが、現状では良くなることを期待できない。
		商店街（代表者）	・景気回復ムードへの期待はあるが、今夏は電力供給力不足があり、どういう現象が起こるのか不透明な部分が多い。また欧州金融危機がどう収束するのかという問題もあり、それ次第ではリーマンショック再来の懸念もある。
		商店街（代表者）	・個人消費が上向く要因が全くない。6月は中元商戦に入るが、そういう状況が感じられない。厳しい状況が続く。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・景気が変わる要素が見当たらない。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・暑い時期となり、鮮魚が売れる気がしない。今年は例年以上に暑くなる予報があり、電力供給力不足も懸念され、厳しい状況が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場主任）	・東日本大震災の影響はほとんどないが、景気を今以上盛り上げる要素が見当たらない。
		百貨店（営業担当）	・人気の物産催事やDM催事、招待店外催事等を行い、来店促進を図ったが、父の日対象商品が振るわなかった。また、婦人衣料の動きも今一步となり、買物への慎重な姿勢は続いている。一方、百貨店以外では九州新幹線全線開業効果により、県外観光客が増加し、景気回復の明るい材料となっている。
		百貨店（売場担当）	・近隣の百貨店が閉店し、商店街の来街者数がどうなるのか動きがみえない。増えた場合は売上は上がるが、現状ではどちらとも言えない。市内の景気動向としては悪くない状況が続く。
		百貨店（営業政策担当）	・夏場の電力供給力不足が懸念される。エコ商品等ニッチな特別需要はあるが、景気全体を押し上げるまでの力強さはない。福島第一原子力発電所問題や復興のための増税、加えて政局不安定など、社会的な不安が消費マインドを停滞させる状況が今後も続く。ただ、ビジットジャパンキャンペーンのモデルエリアともなっており、東日本大震災以降、中止されていた中国船クルーズも再開される等、外国人観光客に期待されるが、その動きは未だ不透明である。
		スーパー（総務担当）	・食品、住居用品の売上は前年並みもしくは若干上向き傾向にあるものの、衣料品は前年並みに回復する兆しがみえない。消費者は依然買い控え傾向にある。今後もその状況が続く。
		スーパー（経理担当）	・ピーク電力の節電や東日本大震災の復興、福島第一原子力発電所問題等のマイナスイメージが収束するまで、景気は現状から脱しない。
		スーパー（業務担当）	・東日本大震災の影響は薄らいでいるが、以前より続く購買動向の低下は回復する材料が見当たらない。節電への対策や所得の低下等のネガティブなイメージは当分払しょくされることはない。
		コンビニ（経営者）	・客の様子をみても、先行きが良くなる要素が全くみえない。政治は停滞しており、何も変わる要素はない。
		衣料品専門店（店員）	・消費動向は通常に戻っている。酷暑にならなければ、このまま前年並みの売上が続く。
		衣料品専門店（取締役）	・気候の影響が大きいファッション業界であり、現状は立ち上がり商材に魅力を打ち出すことしかできず、先行きは不透明である。
		家電量販店（店員）	・6月に猛暑を記録し、扇風機やエアコンが非常に売れている。ただ供給が追い付かず、見通しが立たない。東日本大震災の影響で製造能力が落ちており、需要はあっても供給が足りない厳しい状況である。
		乗用車販売店（販売担当）	・販売量の動きをみると、やや需要が回復基調にある。これから秋の需要期に向かって新商品も出るため、やや良くなる。客は依然として購入には慎重であり、先行きは不透明である。
		乗用車販売店（代表）	・良くなる要因が見当たらない。東日本大震災の影響で中古車の流通が悪くなっており、仕入れ価格が高くなっている。
		住関連専門店（店長）	・今夏、日本は節電やエコがテーマとなっているが、当地は本州に比べてその意識が薄く、夏に売れる商材や販売量は例年とあまり変わらない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・高速道路料金引下げが終了し、車による遠出は減少する。ただ、今年は梅雨明けが例年に比べ早くなりそうなので、好天気によるレジャーの拡大に伴う消費拡大に期待できる。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（総支配人）	・東日本大震災による自粛ムードは収まってきたが、消費者の節約や生活防衛意識が高まっており、消費に勢いはない。政治混乱の収束や震災復興の道筋、福島第一原子力発電所問題解決の見通し等がたつまではこの傾向が続く。
		観光型ホテル（スタッフ）	・東日本大震災の影響はだいぶ薄れている。まだ先行きの不透明感はぬぐえない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・ホテルでは夏枯れの時期に入るが、各部門の予約数は前年と比べて動きが鈍い。東日本大震災の影響が長期化しそうなこともあり、今年度はリーマンショック時と同様の厳しさになる。
		都市型ホテル（副支配人）	・大会物が非常に減っているほか、東日本大震災の影響でインバウンドも戻っておらず、先行きにあまり良い材料がない。

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
		タクシー運転手	・今のままでは景気の回復は望めず、3か月後も景気回復の要素がない。
		タクシー運転手	・これから夏に向けていろいろな催し物が開催されるが、それにつれて客がぼちぼち動く気配がある。
		タクシー運転手	・ボーナスが出て、3か月先は消費者の財布のひもがいくらか緩くなっており、かなり期待が持てる。
		タクシー運転手	・今年は特に暑いことが予想されており、人の動きは昼も夜も悪くなる。厳しい状況が続く。
		通信会社（店員）	・節電、節約傾向が強くと、販売業や製造業は、現状維持が精一杯となっている。
		通信会社（企画担当）	・光回線エリア拡大効果による販売量の増加傾向は持続するが、その他の低迷状況に変化はない。
		ゴルフ場（支配人）	・7、8月の夏場は日中を避けて朝、夕の涼しい時間帯にプレーするため、多くの入場を見込めない。気温は平年より高めとの天気予報であり、見通しは厳しい。
		美容室（店長）	・来客数が減少しており、景気の先行きも全く見通しがつかない。
		設計事務所（所長）	・良くない状態がずっと続いており、3か月先も今と変わらない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・7、8月は、繊維商品が動かない時期であるので、今年も良い傾向はない。
		商店街（代表者）	・夏物衣料のバーゲンが始まるが、販売単価が下がり、購入点数も増えないため、売上の減少が予想される。
		商店街（代表者）	・東日本大震災及び福島第一原子力発電所問題の収束の兆しが見えない限り、景気は徐々に悪くなっていく。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・静岡茶葉の放射性物質検出問題から茶葉の値上げが噂されているため、数か月は売上の増加に期待できない。
		百貨店（営業担当）	・今夏のボーナスの状況をみると、金額の前年比は落ちていないが、金融機関のアンケートでは貯蓄に回す人が増えており、買物に回す人が非常に減っている。昨今の福島第一原子力発電所の状況や来客数の状況をみても、今後はやや悪くなる。
		百貨店（営業企画担当）	・政治の不透明感や東日本復興計画の遅れ、企業の海外流出などで、景気の好転は予測できない状況にある。
		百貨店（企画）	・高速道路料金引下げが終了し、広域から集客しているショッピングセンターの来客数は減少する。また、電力供給力の状況によっては、節電等の要請で店休日の増加や営業時間の短縮等で営業に影響が出る可能性もある。また客も無駄な電力を使用しないため、不要な外出を抑制する傾向が高まる。
		スーパー（店長）	・東日本大震災後の復興や福島第一原子力発電所の問題等、先行きに対する不安を払しょくできず、政治の混乱状況が続くと更に景気が悪化する。
		スーパー（店長）	・客の様子をみても、好転する理由が見当たらない。
		スーパー（総務担当）	・本格的な夏場を前に電力供給力不足の懸念から、節約志向が更に強まる恐れがあり、経済全体への影響は避けられない。業種を問わず、節電、節約に奔走するあまり、経済の萎縮が懸念される。
コンビニ（エリア担当）	・まだ東日本大震災の影響が続いており、一部商品の流通が滞り、品切れしている商品もある。また、エコ意識の高まりで無駄を省く動きがみられ、高額商品の売行きが減少している。まだまだこの傾向は続き、厳しい状況に変わりない。		
衣料品専門店（店長）	・商店街全面改装に伴い、これからアーケードの取り外し、道路工事が実施されるため、来客数は減り、売上に響く。		
住関連専門店（経営者）	・当社、同業他社とも、小物家具の動きはあるが、国産の大型家具の動きが良くない。安価な下等品や輸入品はあまり動かないが、クレームが劇的に多い。地上デジタル放送の完全移行に伴い、これまで好調であったテレビボードの売行きも動きはなくなる。		
その他専門店〔書籍〕（代表）	・東日本大震災の影響による景気悪化や増税の懸念もあり、客の買い控えが進行している。		
高級レストラン（経営者）	・これから暑い時期に入って、料亭にとっては例年通り厳しい月になる。特に8月は一番売上が下がる月であるが、それでも夏に向けて、客に訴求できるような当地の美味しい物、料理を前面に打ち出していく。7月の終わりから8月にかけては法事等も増えるため、集客しなければならない。		

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
		高級レストラン（支配人）	・電力供給力不足により、消費者に止どまらず、大手企業も消費意欲が抑制する。
		通信会社（管理担当）	・今以上に東日本大震災の影響が出てくる。
		通信会社（総務担当）	・地上放送デジタルへの完全移行までは駆け込み需要が期待できるが、その後についての売上増の見込みは不透明である。今後の景気上昇に期待したいところであるが、現実はやや悪くなる。
		競輪場（職員）	・東日本大震災や電力供給力不足の問題等の影響があり、厳しい状況が続く。
		美容室（経営者）	・東日本大震災後、九州でも景気はかなり下向いている。
		美容室（店長）	・これから夏場にかけて、電力供給力不足の問題が影響してくる。厳しい状況となる。
		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）	・今年は例年以上の猛暑が予想されており、前年の状況を踏まえると、客の減少に繋がる懸念される。
		音楽教室（管理担当）	・景気が悪くなり、子どもにかかるお金がなくなってきている。我々の業界でも客が減っていく。
		住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災の復興に向けて、公共事業等の資金が振り分けられるため、公共用地の移動がなく、土地の動きは非常に少なくなる。景気の先行きは悪くなる。
	悪くなる	一般小売店〔青果〕（店長）	・青果は地元の野菜がほとんどなくなる。信州や北海道が中心の県外野菜は、需要が少ないうえに輸送コストも高くなり、この2、3か月はかなり厳しい状況になる。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・今後の見通しは大変悪い。夏場は暑いため、花のギフトは控えられ。秋になれば需要はそこそこあるが、東日本大震災の影響もあり、厳しい状況が続く。
		百貨店（営業担当）	・電力の問題が景気にどう影響するか不透明である。夏が本格的に始まると、電力供給力不足の影響で人の動きが非常に鈍くなるのが予想される。マーケットはかなり時期を前倒して販売しており、7、8月は人が動かないなか、非常に厳しい状況になる。
		衣料品専門店（店長）	・婦人服、特に零細小売業はこれまで同様、だんだん悪くなる。
家電量販店（店員）		・エコポイント制度や地上放送のデジタル化により、家電は非常に良い販売動向であった。ただ、耐久消費財であり、地上デジタル放送に完全移行した3か月先は、テレビの売上が落ちることは避けられない。	
競馬場（職員）		・電力供給力の不安よりも政治的安定が望めず、厳しい状況となる。	
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）	・前年は農産物原料が不作だったため、商品在庫が現在少ない。それを補う生産と新規の受注が見込める。
	家具製造業（従業員）	・商業施設の建設やマンション建設等が震災前の状態に戻りつつある。自粛ムードも一段落しているが、飲食店の来客数はいまだ戻っていない。そういったなかで商業施設向け家具需要の回復にはまだ時間がかかる。	
	鉄鋼業（経営者）	・東日本大震災発生以降、それまで若干回復基調にあった建築物の先行きが不透明となっている。4月以降、現在に至るまでゼネコンからの発注量が大きく後退している。また鉄くず価格の軟化から製品市況にも先安感が台頭し、需要減と相まって価格が下落している。ただ、ここに至るまで西日本地区では鉄くずの発生量が少ないことから、価格が底打ちとなり、市況も変わり目となっている。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・設備の引き合いが多く、今まで以上に忙しくなるが、その先は不透明である。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・タービン関連の仕事の話が、少しずつ具体化している。1～2か月先の景気は今より回復する。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・仕事の引き合いが多くなっている。これが6月末から7月の時点で受注に結びついていく。景気の方向的にはやや良くなる。	
	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・東日本大震災の影響で減産となった分の生産が計画されている。	
	建設業（社員）	・3か月後に工事を受注できる業者と、受注できない業者が極端になっている。役所が受注量を加味して指名をすれば、偏った受注にはならないが、実際は偏っている。	

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
		金融業（営業担当）	・製品及び資材の調達は東北が中心になっていたが、その動きは次第に緩和されつつあり、九州の受注量も増えている。中小企業の経営者の大半は、秋口から現状より業況が良くなると期待を持っている。
		金融業（営業）	・製造業の供給体制が整備され、生産は東日本大震災前の水準に回復する見込みである。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・東日本大震災の影響で人の動きが止まり、節約ムードが高まっていたが、ここにきて節約に疲れてきたのか、人とお金が動いているのを実感する。通勤手段の新幹線も乗降客は2、3か月前からすると数倍に増えているようである。夏場は電力問題があるかもしれないが、若干良くなっていく。
		その他サービス業【物 品リース】（役員）	・業況マインドの改善には至らないものの、東日本大震災の影響は薄まりつつあり、サプライチェーンの地方分散等の話も出始め、復興需要に期待される。また、増産等へ向けた動きも出てくると予想され、若干ではあるが、上向きに転じる。
	変わらない	農林水産業（経営者）	・7、8月は梅雨明けもあり、ビールの消費に合わせた焼き鳥等の需要に期待できる。ただ食品全体をみると、東日本大震災以降の消費不振の後遺症も残りそうである。卵や鶏肉の供給量は減っているにもかかわらず、相場は期待した相場は出ておらず、不安を感じる。
		農林水産業（従業者）	・今までとあまり変わらない厳しい状況である。餌の価格はまだまだ高止まりの状況であり、畜産物販売についても景気の悪い状況のなか、福島第一原子力発電所問題の影響もあり、非常に厳しい状況が続く。
		食料品製造業（経営者）	・南九州への観光客数は前年より増加傾向にあり、売上は今のところ好調である。東日本大震災と景気悪化の影響で需要が著しく増加したという実感はないが、西日本方面を目的とした旅行が増加している。ただ、高速道路料金引下げ終了前の駆け込み旅行が多かったため、今後楽観はできない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・景気は良いかと思えばそうでもなく、悪いかと思えばそうでもなく、先行きは非常に不透明な状況である。
		精密機械器具製造業（従業員）	・受注計画ではこれから2、3か月先、投入量が徐々に増える計画であったが、今月は計画より減少した。ただ極端に減ってはいるので、今のところ悪くならない。
		輸送業（総務担当）	・電力供給力不足の問題がどう影響するか不透明ではあるが、自動車産業が休日出勤で生産するとなれば、それに合わせて出勤しないといけない。経費が増えるのは間違いなく少しずつ影響が出てくるが、急激な変化はない。
		通信業（職員）	・節電、省エネに関する関心や投資は上向きだが、それ以外の分野においては低調なまま推移する。
		金融業（得意先担当）	・当地域は観光産業で成り立っているが、これから7～8月にかけて例年観光客が増加する季節であり、観光客の動向によって景気は左右される。引き続き、各社の業況を注視していきたいが、現時点ではどちらともいえない状況にある。
		金融業（調査担当）	・東日本大震災直後に比べると景況感の良いが、取引先等のヒアリングからは回復の勢いは感じられない。そのため、身の回りの景気は変わらない。
		不動産業（従業員）	・都心部の商業施設の売上が前年並みで推移している。
		新聞社（広告）（担当者）	・今夏は節電を呼びかける自治体や企業の広告が見込めるものの、流通や旅行等消費意欲を喚起させる広告出稿の予定はなく、全体として大きく変わらない。
		広告代理店（従業員）	・取引先の状況は6月は良いが、7月以降が不透明である。
		広告代理店（従業員）	・新聞折込業界は東日本大震災以後、受注枚数や金額は前年を下回っている。6月の新聞折込枚数及び受注金額は前年比95%と回復の兆しがみられない。ただ5～8%の落ち込み状態が3か月続いているが、それ以上、下がることはないの で、底を打った状態が続いている。東日本大震災前の状態に戻るには時間がかかる。
		経営コンサルタント	・コンサルタント関係では新しい動きはあまりない。これから仕事の量が増えるとも考えられず、今のよう状況がずっと続く。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・引き合いの状況や取引先の投資姿勢に大きな変化がみられない。
	やや悪くなる	窯業・土石製品製造業（経営者）	・消費不振で厳しい状況である。マーケットが縮小し、伝統的産地がますます暗くなり、減っていく。

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
	悪くなる	金属製品製造業（企画担当）	・今年度も猛暑が予想されるなか、電力の供給力不足による企業活動の抑制や福島第一原子力発電所の先行き不透明感、進まない東日本大震災の復興等、明るい材料がない。
		繊維工業（営業担当）	・電力の供給力不足問題も解決しないまま、夏を迎えようとしており、厳しい状況である。中小企業は、大企業の動向に合わせなくてはならず、不安でいっぱいである。倒産するところもあると予想される。
		建設業（従業員）	・先行きが不透明であり、個人投資家や企業の設備投資の動きが鈍っている。また、公共工事も減少しており、民間工事も利益確保が大変厳しく、経営を圧迫している。
		経営コンサルタント（社員）	・このまま売れない状況が続く。海外より商品が大量に流れてきており、価格面で対応できない。
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・市町村の建設関係の業務は、補助金が削減されていることで予算化されることが少なくなっている。請負業者は極力仕事を受注しようと半額以下で入札している。従業員が少ない事務所は閉鎖し、代表が他の仕事のアルバイトをしているところもある。福岡に支社ビルを所有していた東京に本社のある大手のコンサルタント会社が賃貸ビルに転居し始めている。
雇用 関連	良くなる やや良くなる	—	—
		人材派遣会社（社員）	・東日本大震災で自粛していた件が夏を機に動き出している。セールの販売要員の要請や携帯販売員の要請も増えている。
		人材派遣会社（社員）	・業種によって違うが、人手が欲しいという企業は以前より多く出ている。新聞や求人誌にも新規の雇用等が見受けられる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・夏休みシーズンの求人数は例年少ないが、今年は駅ビルのリニューアル効果が夏まで続くものと考えられる。また東日本大震災の自粛ムードも一段落し、九州新幹線の利用者が増加傾向にある。通年に比較して求人も活発に動く。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・大震災から企業活動が立ち直りつつあり、求人数の増加が見込まれるが、夏の電力不足が懸念され、求人への影響が心配される。
		職業安定所（職員）	・夏場に電力需要が最大になることに伴う消費電力の削減等の不安定要素はあるものの、求人状況は全体として堅調な動きとなる。
		職業安定所（職員）	・企業間で差があるものの、業況の改善がみられる企業も多く、新規求人数は9か月連続で前年同月比増で推移している。
		学校〔大学〕（就職担当者）	・東日本大震災による被災の復興が進み、求人数は増加している。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・東日本大震災の特殊要因はあるものの、ここ数年のリストラや財務体質の改善を経て、前向きに採用をする企業が出始めている。これにより九州エリアはわずかながら好転が期待できる。
		変わらない	
人材派遣会社（社員）	・7、8月は事務の人材需要が落ち込むため、低調に推移する。		
新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人数はしばらく横ばいが続く見込みである。早くとも10月以降の回復になる。		
職業安定所（所長）	・新規求人数みると、回復している様子がうかがえるが、依然として長期失業者、無業者等の有効求職者が横ばいもしくは滞留している状況である。		
職業安定所（職員）	・新規求人数は足踏み状態にあり、新規学卒にかかる求人も大きな改善は見込めない。国家公務員給与の削減報道が地方公務員の給与にも影響を与えるものと考えられ、これが民間給与改善に悪影響を与えかねない。消費者の購買意欲も押し下げられる。		
職業安定所（職員）	・東日本大震災の影響で部品が調達できず、雇用調整を行う事業所があったが、今月は予想していたより雇用調整する事業所はなかった。		
民間職業紹介機関（社員）	・東日本大震災による事務派遣は、大きな需要は見込みがない。九州地区への本社移転、生産移転も新聞やテレビで報道されているが、人材派遣分野においては影響はない。		

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
	やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・東日本大震災の復興計画が具体的になれば、内容次第では消費活動は縮小する。現状維持かやや悪くなる状況が年内続く。
	悪くなる	民間職業紹介機関(支店長)	・派遣需要の伸びは全くない。前年比マイナスであり、東日本大震災の影響も考慮すると、今年度も前年比マイナスは確実である。

### 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	一般小売店〔靴・袋物〕 (経営者)	・中国や香港、台湾からの観光客が、少しずつ回復している。
		スーパー(企画担当)	・消費マインドの低下は顕著であるが、震災の商品供給への影響は徐々に回復している。また、新規テナントの売上が底上げし、販売力は上向きになると考えられる。
		コンビニ(経営者)	・今後は生産体制が良くなり、売れ筋商品の入荷が安定してくると見込む。
		コンビニ(エリア担当)	・現在より観光客の戻りは期待できると判断する。また、県内経済も観光を除いては東日本大震災の影響は薄れており、落ち着いてくるものと判断する。
		その他専門店〔楽器〕 (経営者)	・那覇市の中心部の再開発事業の一環として「那覇の日」の7月8日にイベントがある。会場である新しい商業施設は、那覇市の図書館など様々な施設が入居しており、イベントの広場もあるので目抜き通りが更ににぎわいのある元気な通りになる。
		観光型ホテル(総支配人)	・沖縄観光の繁忙期を控え、予約の間際化が一層顕著であるが、予約は好調に推移している。前年並み集客はみえてきている。ただし、客単価の大幅低下で売上は15%前後減の見込みである。
		観光型ホテル(マーケティング担当)	・東日本大震災の影響を受け、当初はかなり厳しい状況が長続きすると予測していたが、この夏場は、予約受注の動きが前年並み若しくは、前年を越える状況となってきた。旅行マーケット自体が自粛傾向から回復してきているのが感じられる。
		ゴルフ場(経営者)	・沖縄観光は、他府県より好転の兆しがあるので、その分やや良くなるかもしれない、とみている。
		その他のサービス〔レンタカー〕 (営業担当)	・前年の7月は全国高校総体の特需で比較はできないが、今のところ前々年並みの予約が入って来ている状況にあり、先行きに期待できる。
	変わらない	百貨店(営業企画)	・中元ギフトシーズンとなる7～8月、衣料品については改装効果による前年を上回る予測を立てているが、主力となるギフト商品の動向については、東日本大震災後の客の心境に影響されるため、予測できない。
		スーパー(販売企画担当)	・前年から競合店出店が多いことやスーパーマーケットからディスカウントストアへと業態変更などもあり、競争は激化している。そのなかで来客数の減少は止まらないと考えられ、厳しい状況は変わらない。
		コンビニ(経営者)	・必要な物以外を購入しない節約ムードは、しばらく続くとみる。
		その他専門店〔書籍〕 (店長)	・夏に入り観光客の増加、学生の夏休み入りなど売上が上がる要素はあるが、ここ3か月の動向をみる限りではあまり期待できない。
		住宅販売会社(総務・企画分野)	・客自身が多くの展示場などを見学するなどして、情報を多く収集しているが、住宅を選ぶ判断基準が客によって違う。東日本大震災の影響などを考え、大きな買物である住宅購入をより慎重に判断しているとみている。しばらくは、現状のままで、景気は変わらないと推測する。
	やや悪くなる	家電量販店(総務担当)	・地上デジタル放送開始以降の需要減と前年のエコポイント制度の反動減が大きい。
		通信会社(店長)	・新商品の発売が多く現在は好調だが、人気商品に販売が偏っているため、納得のいく物にしか財布のひもが緩まない傾向があり、新商品が落ち着けばまた元に戻るとみている。



分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	商店街（代表者）	・現在、東日本大震災の影響も相当あり、観光客数が激減している上に、土産の消費単価が落ちているようである。地元客についても、消費単価が前年よりも相当落ち込んでいるとの話もある。中心商店街は大型店の影響も大きく、先行きは厳しい状況になるとみている。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・まだ節約志向が続いており、週末は例年並みだが、平日の集客に苦慮している。徹底した低価格志向になっている上に、仕入れの値上げがあり、中小店は四面楚歌状態である。
企業 動向 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	建設業（経営者）	・住宅の相談及び引き合い件数が増加している。
		通信業（営業担当）	・システム開発の受注も少しずつ持ち直してきているとの営業の話があり、先は明るい。
	変わらない	輸送業（代表者）	・東日本大震災の影響や原燃料価格の高騰などの不安要素は多いが、上期は現状どおりと予想する。
	やや悪くなる	窯業・土石製品製造業（経営者）	・公共、民間工事が減少する見通しである。
		広告代理店（営業担当）	・国や県の補助事業による新たな事業開発分野の支援活動は活発化しているが、肝心の個人消費が回復基調にないことから、県内企業の販促活動が低迷していくように感じている。
悪くなる	○	○	
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・契約終了のユーザーもあるが、それ以上に新規依頼が増加、また既存ユーザーも人数の追加や別部門での依頼もあるため、利益のアップが見込まれる。
		人材派遣会社（総務担当）	・コールセンター業界を中心に受注案件が増加しつつあり、また夏の観光シーズンに向けても販売及び接客業の派遣求人への依頼が少しずつ増えてきており、期待が持てる。
	変わらない	求人情報誌製作会社（総務担当）	・東日本大震災の影響で景気がやや悪くなると思われたが、震災から3か月で大きく変わった項目は無く、このままの水準で推移すると予想される。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・前年の同時期も求人や景気は良くはなかった。同様の状況が続く。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・採用したいが経営状況が厳しいとの声もあり、先行きははっきりしない。学生には、求人を待つのではなく積極的に意欲を見せることで求人を作り出すことも可能であると指導しており、求人増を期待する。
	やや悪くなる	—	—
悪くなる	—	—	