

・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	一般小売店〔土産〕（経営者）	・例年になく大雪の影響で、この時期になっても雪がまだまだ残っていることで春の準備が遅れており、悪い影響が出ている。それでも復興景気への期待が大きいことから、今後については良くなる。 ・本格的な観光シーズンが幕を開けており、今年度は前年の東日本大震災の影響から回復することが期待できる。	
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）		
	やや良くなる	商店街（代表者）	・春らしくなれば人の動きが活発になり、商品の動きも今よりは良くなる。	
		百貨店（販売促進担当）	・3月後半の気温低下と降雪により、春物商品の動きが止まったものの、天候要因を除けば、基調は良くなってきているため、今後についてはやや良くなる。	
		コンビニ（エリア担当）	・競争環境は厳しくなっているが、前年との比較では、前年のたばこ売上減少の反動で伸びが見込める。	
		衣料品専門店（店長）	・東日本大震災の影響が下火になるにつれて、売上も上向ってきている。前年、震災需要があった業種は別だが、全般的に消費が回復してきており、景気は回復傾向になる。	
		自動車備品販売店（店長）	・暖かくなるとともに、客の動きも戻ってくることになる。	
		旅行代理店（従業員）	・ゴールデンウィークの日並びも良いことから、観光需要がより活発になるとみられる。	
		タクシー運転手	・これから暖かくなることで、寒さによる需要減は少なくなる。今年のゴールデンウィークは期待している。	
		美容室（経営者）	・質の良い物で比較的買やすい商品は買うという雰囲気が出てきており、今後もこの傾向が続く。	
		住宅販売会社（経営者）	・株価の上昇や円安の状況がしばらく続きそうな雰囲気であるため、今後についてはやや良くなる。ただし、原油高、ガソリン高の影響が心配される。	
		住宅販売会社（従業員）	・需要が供給をやや上回っている現在の需給関係において、消費税が増税されることになれば、分譲マンションへの駆け込み需要が少しずつ出てくる。また、予算に制約のある現金買いの客が多いことも増税前の駆け込み需要を大きくする要因となる。	
		変わらない	商店街（代表者）	・現在の状況としては良くなるも悪くなるもない。将来に備えて全体的に消費を伸ばすというよりも、現状を維持しようという方向で動くことになる。
			商店街（代表者）	・観光客の利用が多い、ホテル、おみやげ関連、交通関連等の限定された業種の売上は増加するが、地域住民及び地元客についてはゴールデンウィークと当商店街のイベント実施時期との間の時期となるため、出控えが生じることになり、消費が減少する。全体としては大きな景気の変動はない。
	商店街（代表者）		・東日本大震災から1年が経過することで、旅行に行きたいという気持ちが強くなるとみられるが、円安傾向に転じているなかで原油高になることで物価の上昇が懸念される。すでに、値上げの連絡が来ているメーカーもあるため、このままインフレ傾向になれば、消費者の給料が増えない限り、景気は変わらないまま推移する。	
	一般小売店〔酒〕（経営者）		・景気の基調は従来と変わっていないため、今後2～3か月で変化することにはならない。しばらくは現在の足踏み状態が続く。	
	百貨店（売場主任）		・東日本大震災後の3か月間は、来客数、買上客数とも減少したが、今年はミセスを中心に来客数が好調に推移するとみられる。前年4月は暖かい日が続いたものの、震災の影響でカジュアルの動きが悪かったため、今年はカジュアル用品、特に旅行関係で動きが出てくることが期待できる。そのため、ジャケット、パンツ、カットソー、ニットなどの商品の動きが紳士服、婦人服とも良くなる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場主任）	・この1～2か月、買上客数の前年割れが続いている。回復の兆しがなかなか見えてこない。
		百貨店（販売促進担当）	・欧州の財政問題や原発の問題、国内政治への不信感から、震災復興の気運が相殺されてしまうため、今後の景気については右肩上がりとはならない。
		百貨店（役員）	・客の消費マインドは落ちていないため、雪解け後の状況に期待している。
		スーパー（店長）	・店内では、朝1番で目玉商品狙いの高齢層の客がずい分多くなってきている。また、生活防衛の観点から全年齢層に共通して買物が非常にシビアになってきている。チラシを持参して目的の商品しか買わず、余計な物は買わないという傾向が強くなってきている。これらの傾向から、今後についても変わらないまま推移する。
		スーパー（企画担当）	・健康面でブームとなっているヨーグルト、トマト、トマトジュースや、価格高騰の野菜など、一部の商品群の動きは活発であるが、一時的な側面は否めず、先行きの消費へのプラス材料とはなっていない。
		スーパー（役員）	・今年は3月終盤に雪が降るなど、全般的に雪解けが遅く、食品も春物商材が売れない状況にある。また、競合店もディスカウントストア業態の出店など加速していることから、ますますデフレが進む。そのため、商品単価が下がる傾向となり、今後の客単価の維持が難しくなるとみられる。また、人口の減少が進んでいる地域でもあるため、今後の景気が良くなる状況は考えにくい。
		衣料品専門店（店長）	・客と話をしても、景気が良くなるような考えを持っている人があまりいない。
		家電量販店（経営者）	・地上デジタル放送特需の反動が続いており、売上の減少が継続している。今後はロンドンオリンピックの効果に期待したいが、あまり大きな期待はできない。
		家電量販店（店員）	・4～5月はエアコン需要に期待しているが、テレビの需要回復はまだまだ見込めない。
		家電量販店（地区統括部長）	・家電の主力であるテレビの販売量は、依然として厳しい状況が続くが、冷蔵庫、洗濯機など、テレビ以外の大物家電の販売が微増することで、全体としては前年とほぼ横ばいの状況が続く。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車効果やエコカー補助金の効果も今以上のものにはつながらないため、現状維持での推移となる。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・専門性ほか顧客優遇処置など、あらゆる手段を講じていかなければならない。
		高級レストラン（経営者）	・消費税が増税されることが決まれば、節約の方向に客の意識が向かうことになる。
		高級レストラン（スタッフ）	・外国人観光客が増えてきているが、高級飲食店の利用に影響することはなく、来客数が特段増えるわけでもない。一方、日本人客は消費動向が読みにくい。全体的に景気が上向きになる要素が見当たらない。
		スナック（経営者）	・2～3か月先の状況は分からない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・比較的単価の国内旅行商品とインターネット上での価格訴求型商品により、宿泊客数を稼いでいる状態であることから、今後も横ばいで推移する。
		旅行代理店（従業員）	・1月後半から徐々に来客数は増えてきているが、その一方で低価格志向も根強い。良化と判断できるような水準に達するには、あと2割程度の取扱量の増加が必要である。
		旅行代理店（従業員）	・東日本大震災があった前年と比べると、先行受注状況は良いが、2年前と比べると伸び率は低いことから、今後も景気はやや悪いままで推移する。
		旅行代理店（従業員）	・原油高騰や消費税の増税問題、消費低迷などの影響により、今後も我慢比べの状況が続く。
		タクシー運転手	・景気が良くなる要素が思い当たらない。ただ、一般法人からの問い合わせや注文がやや発生している。
		通信会社（社員）	・景気回復を期待させる出来事があるかを考えても、現在のところ何も思い浮かばない。一部の大メーカーは好調かもしれないが、下請や個人事業主にまでその影響が反映されている状態ではなく、身の回りの景気はどこも同じような状況である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	観光名所（職員）	・東南アジアからの来場者は期待できないため、国内の来場者に期待しているものの、今年は気温も低く、ガソリン高騰の影響も見込まれることから、今後の来場者の増加は期待できない。
		スーパー（役員）	・今後、ガソリンの高騰や電気料金の値上がり、消費税の増税などが見込まれるため、消費マインドが冷え込むことになる。
		コンビニ（エリア担当）	・気温の低下や雪解けの遅れにより、行楽需要が見込まれる週末の来客数が低迷している。消費マインドの低下は、ゴールデンウィークに向けて継続することになる。
		衣料品専門店（店員）	・消費税の増税が家計に一番響いてくるため、今後、消費税の増税が決まることになれば、やや悪くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・ガソリンの高騰により、軽自動車と小型車の売上比率がますます大きくなっていることから、今後も売上が苦戦することになる。
		高級レストラン（スタッフ）	・3月の決算期を迎えて、今年もまた厳しい状況である。歓送迎会などの縮小もあり、少人数の宴会が多いが、客単価の上昇はみられなかったことから、今後についてはやや悪くなる。
		観光型ホテル（経営者）	・全国的な電力不足による出控えで、遠出や長期間自宅を不在にすることが敬遠されることになる。また、九州新幹線の開通効果、東北地域における集中的なデスティネーションキャンペーン、沖縄への一括交付金による観光産業振興等で北海道への旅行需要は減退することになる。実際に今後3か月の先行予約状況は本州方面を中心に前年を下回っている。
		通信会社（企画担当）	・現行商品の大幅な値引きによる収益悪化が懸念されるため、今後についてはやや悪くなる。
		パチンコ店（役員）	・原油の値上がりで、ガソリンが今月で10円近く上昇している。今後も上昇傾向が続くとの情報も聞こえてきているため、企業にとって厳しい状況となる。
		美容室（経営者）	・どのような角度から日本社会の経済状況をみても、良くなる要素は1つもない。国民の上下の差がありすぎることも含め、生活が大変だということを国に考えてもらいたい。
美容室（経営者）	・季節的に期待できる時期だが、ガソリン高騰による影響などが生じることが懸念される。		
	悪くなる	その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・原油価格が下落する要素がないため、今後の日本経済に大きな影響を与えることになる。
		タクシー運転手	・例年、雪解けが進み、暖かくなるとタクシーの利用が極端に減ってくる。今年は例年よりも寒いが、4～5月になれば、2～3月よりもタクシーの利用客が減ることになる。
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	—	—
		金属製品製造業（役員）	・マンション物件が少しずつ回復傾向にあるため、今後については多少上向きになる
		建設業（経営者）	・2～3月に発注になった公共工事が、今後、本格的に動き始める。民間建築工事についても住宅を中心に工事が始まる。ただ、震災復興の影響で人手と機械、ダンプの不足、更には単価高騰が予想されるため、収益面でかなりのマイナス要素となることが危惧される。
		建設業（従業員）	・新年度予算による公共建築工事が一斉に発注されることに加えて、東日本大震災による東北復興の動きが活発になるため、今後についてはやや良くなる。
		輸送業（支店長）	・新年度を迎えて、震災復興の計画がいよいよ実行段階に入ることが期待できる。また、政府の新年度予算が遅れ気味であるが、北海道新幹線の延長にかかる案件のほか、札幌中心街の再開発、大規模自然エネルギー発電施設の建設と工事物件関連にかかる荷動きが見込まれる。
		通信業（営業担当）	・当社における来期の業績予測は回復傾向であることに加えて、取引先でも業績予測を増収傾向としている企業が多いことから、今後についてはやや良くなる。
		コピーサービス業（従業員）	・受注量は非常に増えており、先行きの受注予想も順調であることから、今後についてはやや良くなる。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・震災復興工事の受注が順調であるため、今後についてはやや良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・建築大型案件や北海道新幹線延伸にかかる工事、震災復興工事等が始まるなど、今後の工事量が確保されているため、今後についてはやや良くなる。ただし、受注単価が依然として低いため、安閑としてはられない。
		食料品製造業（団体役員）	・消費増税法案を取り巻く政治的混迷や原発事故処理問題の先行き懸念等があり、消費者の節約志向が一層強まる。
		家具製造業（経営者）	・原油高の影響が出始めて、景気に悪影響が及ぼすことが懸念される。
		金融業（企画担当）	・個人消費は所得環境の厳しさから好転しない。観光関連は、ガソリン価格の高騰による個人のドライブ控えが懸念されるが、大幅に落ち込んだ前年に比べれば持ち直す。建設関連は、復興需要による技能工不足から道内工事の進捗が遅れる。
		司法書士	・国の経済政策に積極性がなく、また、地域経済が活性化しない状況下であって、建設業や不動産関連は急速に上向くことはない。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・先行感が不透明なため、今後も変わらないまま推移する。
やや悪くなる	食料品製造業（役員）	輸送業（営業担当）	・原料や資材の値上げに加えて、今後の電気関係、燃料関係の値上げが見込まれるが、その値上げ分を商品価格に転嫁できないため、今後についてはやや悪くなる。
		輸送業（営業担当）	・イラン問題の影響で、船の燃料調整金が4～6月に値上げされることが決定しているが、荷主に転嫁することができないため、収支を大きく圧迫することになる。また、平成24年飼料穀物備蓄事業において、主原料となるコーンの政府在庫が43万トンから35万トンまで低減することになるが、全国的にコーンの在庫が薄く、営業サイロ業者の在庫が激減しているため、今後の収支は非常に厳しくなる。
		司法書士	・雪解けを待っての建物の新築工事の動きが少なく、工事の準備のための土地の売買も少ないため、今後についてはやや悪くなる。
		司法書士	・政局が不安定であり、解散総選挙が現実化するとみられる。また、ガソリン価格の高騰がマイナス要因となる。製品価格への転嫁ができなければ、中小企業はますます売上が減少することになり、景気は停滞することになる。
悪くなる	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・4月以降の案件が激減している。新しい年度の始まりだからというには減少幅が大きく、前年や前々年の同時期と比較してもかなり厳しくなりそうである。	
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）	・野菜や乳製品などの農産品加工業の出荷が安定していることに加えて、建設業の広告受理件数も前年から伸びていることから、地域産業全体への波及効果が期待される。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・道外からのコールセンター移設による求人増が見込まれるほか、自動車メーカー部品工場の求人が上向きになるとみられることから、今後についてはやや良くなる。
	変わらない	学校〔大学〕（就職担当）	・3月までの1年間、企業の採用意欲を強く感じた年度であったことから、各業界における4月以降の活発な経済取引が期待でき、それにともない今後の雇用状況もやや良くなる。
		人材派遣会社（社員）	・企業の景況感に変化がない。求職者の仕事に対する真剣さが低下していることは、今後の労働市場において大きな問題となる。職業訓練と合わせて、コミュニケーション能力の向上を図る訓練の導入が必要とみられる。また、行政より就職支援事業が数多く発注されているが、求職者のスキルが上がらなければ、求人側は採用を手控え、就職に結びつかない可能性がある。
		人材派遣会社（社員）	・良くなる理由が見当たらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・情報通信業や貨物運送業、不動産業など、一部で求人数の増加が目立つが、全体としては大きな変化は出しておらず、今後もこうした傾向が続く。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・今後も回復傾向が続くとみられるが、燃料代の高騰や公共事業の削減などの影響により、景気が良くなるという実感はない。
新聞社〔求人広告〕（担当者）	・農業が基盤産業である地元の景気には底堅さが感じられることから、今後も継続して前年を上回り推移する。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・全体の求人倍率は0.5倍台がここ数か月続いているが、景気のパロメーターである生産にかかる求人が常に0.3倍で推移しているため、景気のリバウンドが感じられず、今後も変わらないまま推移する。
		職業安定所（職員）	・求人倍率の0.54倍は21か月連続して前年を上回り、平成19年11月以来の水準にまで上昇したが、厳しい雇用環境が改善したとまでは言えないため、今後も同様の状況が続く。
	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	衣料品専門店（店長）	・現在、高単価商品の売行きも良く、来客数及び単価が上がっている。この動きは、クールビズが始まって継続する。
		旅行代理店（店長）	・各業界においても受注量が増えているという話を多く聞くことから、景況感も良くなっている様子である。今後もそのような状況が続く。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・ガソリン価格の高騰と高速道路無料措置の終了というマイナス要素もあり、今後の行楽シーズンに水を差す懸念もあるが、安近短ということで、街なかが活性化するのではないかとみている。
商店街（代表者）		・東日本大震災以降、来客数及び客単価が大きく落ち込んだため、前年より良いのはもちろんだが、2年前との比較でも良くなるのではないかと期待している。	
商店街（代表者）		・4～6月にいわてデスティネーションキャンペーンが当県で行われるため、観光客誘致が見込め、盛り上がり期待できる。	
一般小売店〔書籍〕（経営者）		・ガソリンの高騰や失業保険の給付終了などの懸念材料はあるものの、世帯当たりの預金残高の状況は消費マインドをある程度喚起するとみている。	
一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）		・売出し等で集客を試みるが、目標に到達するかは不透明である。	
百貨店（売場担当）		・今月気温が安定しなかったことを考えると、4月以降も春物の需要は高まる。	
百貨店（経営者）		・震災特需のカテゴリーは厳しいが、他部門は引き続きやや良くなることが予想される。豪雪により春物の動きは鈍いものの、気温の上昇により一気に上がってくるとみている。販売適時は短いとそのタイミングを逃さない準備や体制を確立していきたい。	
百貨店（経営者）		・震災復興資金の浸透により販売量が伸びているが、その傾向はこの先も続く。	
スーパー（経営者）		・前年とは違い、世の中が落ち着いているはずである。営業を自粛していた前年よりはプラスになる。	
スーパー（経営者）		・野菜や生魚の価格の高止まり感や、電気、ガス料金の値上げ、原油の高止まり状態が長引くと各方面に悪い影響も出てくるだろうが、最近では景気に対して停滞感の強い話が少なくなってきた。また、復興対策の効果の広がりもあるのか、雇用も企業業績も良くなっているようである。今後も復興投資などが効果的に波及、浸透して再生産活動に結び付き、お金の循環が良くなっていくことを期待したい。	
スーパー（店長）		・今月は前年の震災特需の反動で、一部の部門を除き、売上が最低を記録しているが、特需が落ち着く2、3か月先は今月よりはやや良くなる。	
コンビニ（経営者）		・売上は月を追うごとに確実に上昇している。買上点数や客単価も伸びており、なかでも、客単価の伸びは良く、景気の明るさを実感している。今後もこのような好調が続く。	
コンビニ（経営者）		・ロードサイドの店舗なので、車で来る客がほとんどであり、ガソリン価格の値上がりは懸念材料となっている。しかしながら、天気が良くなればいくらかは客足も良くなるのではないかと期待している。	
衣料品専門店（店長）		・暖かくなり、客も気分的に購買意欲がアップする。	
乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金制度の効果とエコカー減税延長を受けて、新車需要は安定推移が期待される。		

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
		乗用車販売店（店長）	・4月からエコカー補助金制度の交付申請が始まるため、向こう数か月は需要が期待できる。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・気候も良くなるので、消費者に少しでも余裕ができて購買意欲が高まることを期待している。また、ゴールデンウィークには当地域で大きな祭りが開催され、桜の開花時期とも重なるため、少しずつ戻っている観光客の誘致にも勢いをつけたい。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・東北観光博も始まるので、人の動きも活発になり、景気も良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・今年の冬は寒く客足はかなり悪かったため、その反動もあり、暖かくなるにつれて客足も少しずつ戻るのでないかと期待している。また、予約も少しずつ入り始めている。
		通信会社（営業担当）	・沿岸部に関してはまだこれからであるが、内陸部の景気は悪いわけではないので、今後も良くなっていくのではないかとみている。
		通信会社（営業担当）	・現在、新生活応援キャンペーンを展開しており、その効果も徐々に現れ始めている。新規加入動向の上向き傾向は今後も期待できる。
		遊園地（経営者）	・ゴールデンウィークのカレンダーまわりが良いこと、前年激減した学校、団体が戻ってくる見込みであることから、若干の回復が期待される。
		住宅販売会社（経営者）	・被災者移転に伴い、3DK以上の賃貸の空きが全く無く、鉄筋コンクリートの賃貸の建築を考えるユーザーがかなり出てきている。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・建築現場が徐々に震災前の状況に戻りつつあり、明るい兆しがみえる。
		変わらない	
一般小売店〔酒〕（経営者）	・年金問題など先の生活の不安があり人々は支出は控えるので、景気は良くならない。		
一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・健康関連商品の動きは悪くないが、化粧品などの美容関係は控えめである。普通であれば1か月たたないうちに次のものを買ってくる化粧品なども、1か月以上たたなければ買いに来ない。雑貨も必要なもの、安いものに集中しており、売上を上げるのは難しい。こういった状況はなかなか変わらないとみている。		
一般小売店〔寝具〕（経営者）	・震災復興の遅れに加え、職を失った人も多く、先行きが見えない不安のなか、商品の買い控えはもうしばらく続くともみている。		
百貨店（売場主任）	・気温も上がり、本来の春らしさが戻ることで、それぞれのライフスタイルに合わせた購買行動が活発になることが予想されるが、動きに依然として不透明感があり、判断しづらい。		
百貨店（総務担当）	・節電が求められるなか、衣料品について、どこまで前年のような動きが見られるかは不透明である。また、消費税の問題が消費マインドにどう影響するかが分からない。		
百貨店（企画担当）	・春物衣料のずれ込みが予測される。クールビズなど節電に対応した商品の需要は一巡した感があるため、エコ関連の新製品などの動き次第になるのではないかとみている。		
百貨店（営業担当）	・震災から1年が経過し、買換え需要も一巡するため、通常の商売に戻る可能性が高い。新たに獲得した顧客の囲い込みを行いつつ、現状の売上を確保していきたい。		
スーパー（経営者）	・経済は円安の傾向ではあるが、政治は混んとしており、先行きは不透明である。先々の見通しは良い状況ではない。		
スーパー（店長）	・競合店など近隣の状況は変わらないため、販売数量も変わらない。		
スーパー（営業担当）	・景気が良くなる要因が見当たらない。		
コンビニ（経営者）	・復興需要はまだしばらく期待ができる。また、女性客を中心に日配商品の朝食及び夕食需要が見られ、動きが良くなっている。この傾向は今後も続く。		
コンビニ（経営者）	・前年と同水準で推移するものと予測している。		
コンビニ（エリア担当）	・来客数は予想を下回っており、鈍化してきている。年度替わりの時期だが人の動きに大きな変化はないとみている。ただし、高速道路の無料措置が今月末で終了するため、一般幹線道路沿いの店舗では客数増が見込める。		
コンビニ（エリア担当）	・競合店の出店が多いため、早期の売上回復は見込めない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（店長）	・震災があった前年との対比であれば数字は良くなっているが、見通しは楽観できない。来客数の動きも震災の影響が薄れ通常に戻りつつあり、今後は県外から流入している建設関係の人の動向次第ということになる。
		衣料品専門店（経営者）	・被災地の復旧復興に全力で取り組み、早急に全体像を示してほしい。がれき処理の問題も国が安全基準等を明確にし、国全体で取り組むことで、早期解決につなげてほしい。
		衣料品専門店（経営者）	・営業圏内の卸問屋の廃業で関東や関西圏に新たな取引先を確保した。しかし、服地の確保に時間がかかり、納期が遅れるなどしており、今後も顧客のニーズに応えきれぬか不安である。
		衣料品専門店（店長）	・11月以降、気候が2～3週間ずれ込んだ状態が今月まで続いているが、客の購入モチベーションは徐々に上がってきているので、平年並みの気候に戻ることを期待している。
		衣料品専門店（総務担当）	・政治の混乱や震災復興が遅れている状況のなかで、被災地における建設業界の景気は良いと聞くが、全体の消費マインドは変わらない。
		家電量販店（店長）	・景気上向きの材料はなく、景気回復の抜本的な対策もない。
		家電量販店（店長）	・消費が活発になるような要素も景気が上向きになるような要素も見当たらないため、今後の景気動向もあまり変化がない。
		家電量販店（店長）	・建設、建築関係の客からは仕事が増えたという話も聞くが、農家の客からは将来の見通しに対する不安が聞かれる。今のところは復興需要もうかがえ、電力会社からの賠償金を見越して買物をする様子も見られるが、そのような状態がいつまで続くかは不透明である。
		乗用車販売店（経営者）	・当面の間、エコカー減税及びエコカー補助金の支援策により需要が喚起され、前年比50%増で推移するとみている。ただし、順調に回復しているようにみえるが、これは前年が震災後の低迷市場であったためである。また、支援策による需要の先食いでもあり、その後の反動が非常に怖い。
		自動車備品販売店（経営者）	・エコカー補助金制度及びエコカー減税で新車が増えることから、メンテナンスと車検を生業にしている業者はこの先、前年よりまた一段と落ち込む。
		住関連専門店（経営者）	・地域全体に沈滞したムードが漂っており、現在の悪い状況が変わるとは考えられない。
		住関連専門店（経営者）	・建築物が少しずつ戻ってくれば、家具も動き出すが、2、3か月先の話ではない。しばらくは現在の状況に変わりはない。
		その他専門店 [呉服]（経営者）	・商店街の他の店からも、客がなかなか訪れないという声が聞こえてくる。こういった状況は変わらない。
		その他専門店 [靴]（従業員）	・高速道路の無料措置の終了により、行楽シーズンの客の動きがどうなるか次第である。
		その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	・当県の需要を支えているのは、復興工事と除染事業である。放射線の影響で人口の減少に歯止めがかからない状況のもと、復興関連事業の予算が執行されるまでの期間、需要の低迷が懸念される。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税が取りざたされているが、3か月後にすぐ実行されるわけではないので、当面は変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・このまま、良くも悪くもない状態が続くのではないかと予想している。
		観光型ホテル（経営者）	・震災復興の関連事業の好況が続けば、見通しも明るい。
		観光型旅館（経営者）	・休前日や連休に客が集中し平日は極端に予約が少ない状況は今後も続く。
		都市型ホテル（経営者）	・現在、県外客の利用により、宿泊、宴会、レストランの各部門共に堅調な推移となっているが、この状況は変わらないのではないかとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・大手電子部品メーカーの関連工場閉鎖の影響が、全県にわたって響いてくるのではないかとみている。唯一の救いはデスティネーションキャンペーンにより東北に目が向けられていることである。

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
		都市型ホテル（スタッフ）	・4月からの値上げや社会を取り巻く環境、外的要因に対する不安から企業並びに個人ベースで防衛意識が非常に高くなる。少しでも明るさがみえるよう、政治の世界においても具体的なことをいろいろな形で開示し、コスト削減をしていたいただきたい。増税についても、国民が理解できるような丁寧な説明が必要である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・前年よりも予約状況は芳しくない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・震災復興特需が続いており、法人利用の一般宴会も2か月先まで前年の売上を上回る予約状況となっている。
		タクシー運転手	・県外からも東日本大震災の被災者が多く避難してきているが、仕事がないという話をよく聞く。仕事が見つからない人が多いような状況では、近々に景気が良くなることはない。
		通信会社（営業担当）	・期末決算を控えている企業や震災復興支援金を受けている自治体の動きにはまだ時間がかかることが予想されるため、2、3か月後も景気は変わらない。
		通信会社（営業担当）	・景気好転の要因が見当たらない。この先も全体的に変わらない。
		通信会社（営業担当）	・良くなる材料が乏しく、現状のまま変わらない。
		通信会社（営業担当）	・復興支援や景気拡大策の効果が目に見える形で現れるのは、まだ先である。
		通信会社（営業担当）	・日経平均株価が回復基調にあることや、円安傾向にあるとの報道から、好況の兆しはみられるものの、増税論議に終始する政治への不信感も根強いいため、消費拡大に至らない。
		通信会社（営業担当）	・例年同様になるとみている。
		競艇場（職員）	・売上は低下傾向にあるものの急激に下がることはないともみている。一方で、上昇に転じる要素も見受けられない。
		美容室（経営者）	・復興事業もプラス要因ではあるが、全体を押し上げるまではいかないともみている。低迷状態が続くのではないかと。
		設計事務所（経営者）	・現在のような良い状態がしばらくは続く。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・復興景気とは名ばかりで、当地は恩恵にあずかっていない。今後も期待できない。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・現在、政治の世界は混とんとし、消費税増税の問題もあることから、消費者はなお一層身の回りの買物に気を使い、消費意欲も衰えてくるのではないかとみており、これから非常に厳しくなる。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・さまざまな経済対策や補助金等により、周囲の人々の生計も平静を取り戻しつつあるが、雇用が十分に確保され、実体経済が活況を呈しない限り、消費行動の盛り上がりも一時的に過ぎない。一次産業を中心に地域の産業が疲弊している現状を考えれば、景気回復は一筋縄にはいかない。
		百貨店（経営者）	・3～4月上旬は厳しかったものの、その後消費が急回復した前年と比較すると、今年はそこまでの実績確保は難しいとみている。また、原油価格上昇の影響が消費に出始めている。
		スーパー（店長）	・商圈内の競合状況は激しくなり、特にディスカウントスーパーの影響は続くものと予想される。震災後続いていた特需的な状態は終了し、厳しくなる。
		スーパー（店長）	・前年4、5月も東日本大震災の影響が大きくあった月であり、グロサリー、生鮮とも商品の仕入に苦労し、チラシ販促も中止していた。また、一部商品を除き、売場に並べれば通常価格で売れた月であった。今年は被災地域の店舗は前期営業していない店舗の売上がそのまま増加となるが、会社全体では若干のマイナスが予想される。
		スーパー（販促担当）	・消費税増税の問題が不透明なことに加え、原油の高騰が確実視されていることから、景気は悪くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・市場が縮小するなか、業界内の競争はより厳しい局面になることから、既存店の伸びは鈍化する。
		コンビニ（エリア担当）	・前年はゴールデンウィークを境に、震災特需で日販及び来客数が増加しているため、前年比では非常に厳しい実績が予測される。
		衣料品専門店（経営者）	・前年は震災の影響で、被災者や支援者の購買が目立っていたが、1年を経過し、徐々に震災の影響が落ち着いてくる。
		衣料品専門店（店長）	・クールビズの浸透により、年々スーツの需要が減少しているため、単価ダウンによる影響が出てくる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（経営者）	・6月以降はボーナス商戦の影響で上向く。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金制度は続くものの、エコカー減税の基準変更により、販売台数は大幅に落ち込み、かなり厳しくなるのではないかと。
		乗用車販売店（店長）	・当社はエコカー減税の対象車種が少なくなるため、景気は悪くなる。
		乗用車販売店（店長）	・ガソリンの値上がり傾向に歯止めがかからないことや、最需要期である3月の反動、新型車効果の減少などから、今後は景気が若干落ち込むのではないかと予想している。
		住関連専門店（経営者）	・現在の震災による好景気が持続することはない。震災需要は職種によってばらつきもあり、今後は景気の格差がはつきりしてくる。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・受注があっても価格を下げられたり、安い仕入先に鞍替えされたりなど、提案する商材が落ち着かない状態である。震災後、廃業に追い込まれた企業が少なからずあり、体力勝負になる。
		その他専門店〔酒〕（営業担当）	・農業の繁忙期が一段落する時期であるため、少しは動きが出てくるが、現在の状況が続くとみている、上向きになる材料もないため、少しずつ悪くなる。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・夏物商材は今年もクールビズで引き合いがあることが予想されるが、単価が安いことと過当競争気味のため、利益確保は難しい。
		高級レストラン（経営者）	・良くなるきっかけさえあれば、景気はどんどん上向いていく。
		一般レストラン（経営者）	・例年だと花見や新入学などで忙しい時期になるが、今年と同様に忙しくなるかどうか先行きが不透明である。
		一般レストラン（経営者）	・新年度に入るが、必要な物の購入は既に済んでおり、景気を左右するような大きな宴会等も期待はできない。ゴールデンウィークに向けて節約傾向が出てくる。
		スナック（経営者）	・経費削減で歓迎会を開かない会社も多いという話を客から聞くので、この先、歓迎会による収入増は見込めそうにない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・依然として続く放射能汚染問題の風評被害、復旧されない幹線道路、高速道路の無料措置終了の影響など、懸念材料が多く、客は戻らないのではないかと危惧している。
		観光型旅館（スタッフ）	・予約が不調である。予約客数は減少傾向にあり、今後ますます厳しい状況になることが予想される。東日本大震災の被災地3県に注目が集まる一方、その他の県には目が向けられない懸念がある。
		旅行代理店（従業員）	・販売量に勢いがなくなっており、2、3か月後はやや悪くなるのではないかと不安がある。
		通信会社（営業担当）	・原油高が継続すれば、物価高にも影響を及ぼす。
		観光名所（職員）	・ガソリン価格の値上がりに消費者が敏感に反応しているようにみえる。今のところ、高止まりの感じはないので、この先も若干悪くなる。
		美容室（経営者）	・今後、原油価格が更に上昇すれば、客の財布のひもはますます固くなる。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・暫定予算は通過したものの、先行きへの期待は感じられず、燃料の値上げ、公共料金の値上げ、社会保障負担の増加など生活を厳しくさせる材料の方が多く、消費はますます低迷するのではと危惧している。
		悪くなる	
スーパー（経営者）	・東日本大震災後との比較ということもあり、震災特需的な要素があった前年とのギャップを埋めるだけのインパクトのある企画商品は少ない。また、社会保障改革に伴う先行き不安等から、マインドの低い状況が続く。		
タクシー運転手	・復興支援で多くの人に来ていたため、繁華街だけはにぎわいをみせているものの、にぎわっているのは繁華街だけであり、近距離客が中心なので、売上の増加は見込めない。		
テーマパーク（職員）	・ガソリン高の影響により、レジャーの自粛ムードが懸念される。また、資材関連の値上げも予想され、収益面でも更に厳しくなる。		
企業動向関連	良くなる	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・株価が上昇してきており、安定感が出てきている。また、原発事故がらみの補助金対策が進んでいるため、景気の押し上げ効果が出てきている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや良くなる	その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者）	・復興土木事業も本格化し、作業関係者から多くの人が県外から流入する。宿泊の拠点となる地域では飲食店向けの需要が更に伸びる。
		食料品製造業（総務担当）	・景気低迷が長期間続いているが、震災特需を契機に回復基調に転じる。
		木材木製品製造業（経営者）	・住宅部材の需給バランスが改善され、価格が適正水準に向かう。
		通信業（営業担当）	・春商戦の新商品に期待している。
		広告業協会（役員）	・消費動向も改善してきており、今後流通関係の出稿が見込まれる。また、住宅関係も県外のメーカーから展示場への出展などの引き合いが多くなってきている。太陽光や再生エネルギーなどの住宅への取り込みなどをセールスポイントに進出を図っている。
		公認会計士	・復興需要が一段落した状態であるが、予算が付いた工事等の着工が始まれば、徐々に上向きになる。
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・県から支給される損害賠償金が各家庭に入ることにより、2、3か月後は、景気がやや良くなる。
	変わらない	農林水産業（従業者）	・風評被害による価格低迷が心配される果物は、前年同様先行きが見えない。これでは、生産資材に資金を回す余裕もない。
		食料品製造業（経営者）	・震災復興についての予算の消化が進めば、現在のやや良い状況も継続するのではないかとみている。
		食料品製造業（経営者）	・観光シーズンにもなるので、観光客の増加に期待したいが、なかなか難しいとみている。
		食料品製造業（総務担当）	・景気の変動に関係するような要因は、今のところ見当たらない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・復興需要があるので、当分は状況は変わらない。
		建設業（経営者）	・新年度に入るので、公共工事を引き金として、民間工事の掘り起こしや増加を期待している。
		建設業（従業員）	・復興需要を受け、業界としても一定の受注量は継続的に確保できると想定しているが、一方で資材や労務単価の高騰が顕著になりつつあるなどの不安要素もあるため、総体的な景気は横ばいで推移するとみている。
		通信業（営業担当）	・一部顧客からの受注増の傾向は続くともみているが、いつまで続くかについては予断を許さない。
		金融業（営業担当）	・特に大きな変化要因はない。
		金融業（広報担当）	・全体の傾向としては緩やかに持ち直していくと考えるが、ここへ来ての原油高の動向を見極める必要あり、良くなるとの判断までは至らない。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・新聞購読者の話を聞くと、就職や求人の状況は不安定で、仕事が決まらない人も多くいるため、景気の上向きは期待できない。
		経営コンサルタント	・為替と政局の安定次第だが、企業の経営環境は悪くない。
		司法書士	・不動産取引は一般に低調のまま推移しており、この先も変わらない。
その他企業〔企画業〕（経営者）	・住宅の復興需要は盛り上がりを見せているものの、当方が顧客とする住宅会社は規模が小さく供給量が少ないため、変わらない。ただし、潜在需要はまだ続く。		
金属工業協同組合（職員）	・見積依頼は増加傾向にあるものの、短納期、品質等が厳しいことには変わりはなく、受注単価もコストダウンにより非常に厳しくなっている。そのため、売上や収益の増加には結び付かない。		
やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・大雪の影響で農作業の開始時期が遅れることが予想される。	
	繊維工業（経営者）	・東京電力福島第一原子力発電所の問題は長期化が予想される。また、円高や製造業の衰退、原油の値上がり等、悪い材料しかない。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品については、グローバルな競争の激化による販売価格の低下と、新規引き合いに対応するための技術者の増員により、収益は悪化する。	
	電気機械器具製造業（企画担当）	・現在、経営状態が悪化し非常に厳しい状況に陥っているが、今後、リストラクチャリングがあるのも明らかで、2、3か月後は最も悪い状態になり、経営、財務状況が改善するまでは悪い状態が続く見通しである。唯一の好材料は為替が円安に振れている点である。	
	建設業（企画担当）	・労賃等の値上がりの影響が出てくる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送業（経営者）	・海上コンテナの外国航路が4月上旬で廃止となることが決定し、4月からは高速道路の無料化措置も廃止となることから、業界としては苦しい状況が予想される。
		広告代理店（経営者）	・不動産関連は動きがあるものの、全体的には特需も落ち着いてきており、景気の悪化が予想される。
		コピーサービス業（経営者）	・今月の状況からみて、5、6月ごろも売上が伸び悩むことが容易に予想される。復興予算もそれほど多く使われず、現在の状況が続く。
	悪くなる	その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・震災から落ち着きを取り戻したかのように見えるが、前途多難である。
雇用 関連	良くなる やや良くなる	—	—
		人材派遣会社（社員）	・原子力損害賠償支援機構等からの受託は4月以降も継続する。また、年度末の終了数よりも新規開始案件数が上回る見通しであることから、やや良くなる。
	人材派遣会社（社員）	・求人件数が増えているが、求人をかけても募集した人数に満たないケースが増えてきているため、今後も求人活動は続き、景気はまだまだ上向きが続く。	
	アウトソーシング企業（社員）	・復興関連の仕事が引き続き増加することを期待している。	
	職業安定所（職員）	・新規求人が10か月連続で増加していることや、求人者の求人意欲が上向いていること、有効求人倍率が前年より上昇しているといったことから、見通しは明るい。	
	職業安定所（職員）	・新規求人は増加基調が持続している。特にフルタイム求人よりパートタイム求人の増加幅が大きい。これは雇用情勢改善時に見られる特徴である。また、平成25年3月卒の大学等新卒者向け求人の受理が始まっているが、前年同月比で4割増加しており、滑り出しは順調である。	
	職業安定所（職員）	・製造業が苦戦をしているものの、消費は徐々に拡大傾向にあるため、今後はやや良くなっていくのではないかとみている。	
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・復旧から復興へのシフトを実感できる変化が数値に表れない。建築や建設、設備業も営業職の採用を進めつつあるが、ミスマッチにより停滞している。市場の人材との温度差がどこかで埋まらないかぎり、上向きにはならない。
		人材派遣会社（社員）	・求人件数は前年比での伸長率が横ばいになっており、この先も同様であると予想している。
		人材派遣会社（社員）	・労働者派遣法の改正により、人材サービス業界は縮小傾向にある。企業側も柔軟な人材配置に窮し、求人求職のミスマッチは更に広がるのではないかと懸念している。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今、被災地経済を支えている京阪地域の企業に雇用を促進してもらわなければ、先行きは良くならない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は増えているものの、国の緊急雇用創出事業による求人が多いことから、先行きが懸念される。
		職業安定所（職員）	・東日本大震災の影響は計り知れない。新規求人数は前年同月比で11か月連続で増加しており、月間有効求人数も前年同月比で11か月連続で増加している。有効求人倍率はわずかず上向きに移行している。今後の動向については予断を許さない状況であり、注視していきたい。
		職業安定所（職員）	・新規学卒者向けの求人数は前年度並みであるものの、他の求人数が減少傾向にある状況は変わらない。
職業安定所（職員）		・雇用調整をしている事業所が依然として多く、新規求人が大幅に増加するような要因は見つけにくい。	
やや悪くなる	職業安定所（職員）	・現在は新年度に向けての求人や、東日本大震災の支援事業に係る求人、新規開業に係る求人などもあり、求人は増加している。円高傾向が続いていることやガソリン価格の高騰、各種制度の変更など不安材料も多く、今後の状況について注視しなければならない。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・円高の影響で、県内の大手電子部品メーカーの関連工場の閉鎖が続いている。新規雇用が伸びないばかりか、失業が社会問題化しそうである。	

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
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・3月の広告出稿が予想を上回る高水準で推移したため、その反動が出たり、様子見をするところが出る。
	悪くなる	—	—

3. 北関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	コンビニ（経営者）	・冬の天候には本当に苦勞したが、3月に入って春めいた日には大きな伸びを見せている。これからは雨が大変だが、雪に比べたら大分楽であり、良くなる。
		コンビニ（経営者）	・行楽シーズンの到来や、近隣の遊具施設の増設に伴い、確実に客数が増えてやや良くなる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・東日本大震災から1年がたち、観光客など平年の人出が期待できるため、やや良くなる。
		一般小売店〔家電〕 (経営者)	・季節商材、エアコン等の販売に期待ができる。また、太陽光発電の補助金等が新年度で出てきているため、それにも期待ができる。
		百貨店（営業担当）	・気温上昇に伴って春物の動きが活発になり、やや良くなる。
		百貨店（店長）	・徐々に売上が上向いているため、やや良くなる。
		コンビニ（経営者）	・今までの経験上からもそうであるが、これからますます気温が上昇するなかで、季節的にも当業界は来客が見込める。
		コンビニ（経営者）	・気温の上昇と共に出掛ける人が多くなり、少し良くなる。
		衣料品専門店（統括）	・一般的日用品については、どうしても郊外ショッピングセンターに行ってしまう客が多いようである。中心街の元気が出ることはまだ先かと考えるが、春になって地域の催事や祭等が徐々に各地区で始まる。専門店で扱うような、特に祭用品等については幾らか販売量が増えてきているため、やや良くなる。
		家電量販店（店長）	・映像関連で期待が持てる話題として、ロンドンオリンピックがある。7月27日開催に向けた記録メディア商材、テレビの大型買換え需要やブルーレイレコーダーなどに人気が出そうであり、やや良くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金の実施で販売台数が伸び、順調に推移しているため、やや良くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・販売も1～3月は徐々に良くなってきているので、4～6月もこのままの状態が続く。販売台数だけでなく、来客数も前年の倍近くと、かなりの数があるため、やや良くなる。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕 (従業員)	・今よりは悪くならない。
		一般レストラン（経営者）	・諸条件が悪いのであまり期待はできないものの、春を迎えて人が動き出し、やや良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・東日本大震災から1年がたち、少しずつ客の消費動向が上向きになってきている。同業者からも少しずつ売上が伸びているという話を聞くため、やや良くなる。
		観光型ホテル（営業担当）	・当観光地も冬のクローズ期間が終了し、いよいよ来月オープンする。今シーズンは何かと追い風もあることから、来客数増を期待している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・前年は東日本大震災の影響が非常に大きく、当社もキャンセル等いろいろあって非常に大変な時期があった。今年はそのようなことはないと思うが、それほど景気が良くなるとはまず考えられない。それほど早く伸びる予定はないが、多少は良くなるかもしれない。
		旅行代理店（経営者）	・特にないが、徐々に暖かくなって人が動くので、これから消費が伸びる。
		旅行代理店（所長）	・依然として収束しない福島原子力発電所の事故や、昨今問題になっている電気料金の値上げなどが心配だが、東京スカイツリーの開業を5月に控えて、スカイツリーと絡めたツアー客の予約が増えてきているようである。さらには、学生の修学旅行や林間学校もこれから始まり、一般、学生、インバウンドの来訪に大きな期待感がある。
		旅行代理店（営業担当）	・徐々に気候が良くなって旅行シーズンを迎えたり、5月には東京スカイツリーが開業するため、客の出足を期待している。

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
		タクシー運転手	・円安、株価、復興、スカイツリー開業とマインドの面でプラス要素が多いため、やや良くなる。
		通信会社（経営者）	・一般中小企業からの受注は見込めないが、年度末の見積を考えると、年度明けの受注はやや多くなる。
		通信会社（販売担当）	・原油高や電気料金の値上げが不安なため、まだ先行きは不透明であるが、円高がある程度落ち着いてきたことや、消費税の増税をにらんだ駆け込み需要が増えることから、景気はやや回復する。
		ゴルフ場（副支配人）	・3月からオープンしたと同時に、ほぼ毎週のように土日に雪が降ってクローズになっているが、3か月過ぎるといわゆるトップシーズンに入ってくるため、来場者数も当然増えていく。
		ゴルフ場（支配人）	・大手同業他社の倒産問題発生後、会員権の償還問い合わせが多くなっている。また、企画コンペや割引客の来場比率が高いが、4、5月の予約は順調に伸びている。
	変わらない	商店街（代表者）	・春になってスポーツの季節になってきたので、今の景気はしばらく続く。秋になると悪くなる毎年のパターンであり、今年も何とかいけそうである。
	変わらない	商店街（代表者）	・歴史的な円高からやや緩やかに元に戻りつつあると報じられているが、この先、地方の零細企業まで好転してくるのはいつになるのか。
	変わらない	商店街（代表者）	・季節行事で新たな遠足の記念撮影の注文が入ったが、一般の記念撮影の注文が入ってこないため、変わらない。
	変わらない	一般小売店〔精肉〕（経営者）	・花も開花が間近になり、暖かくなって人の動きも出始めれば良くなってくるとも思うが、消費税増税の議論や電気料金の値上げなど、足を引っ張る材料があるため、変わらない。
	変わらない	一般小売店〔家電〕（経営者）	・夏商戦に向けて早期に季節商材を売り込みたいところだが、必要に迫らないと消費者は動かない。前年のように猛暑でも来れば商品全般の売上が期待できるが、どうやって消費者に購買意欲を出させるかが難しい。
	変わらない	百貨店（販売促進担当）	・増税議論の本格化やガソリン価格の値上げ等、購買行動の抑制が予想され、不要不急品の購入を控える動きは更に顕著になる。
	変わらない	百貨店（販売促進担当）	・需要の喚起を促すための施策は行っており、その都度少しずつ売上に反応が出ているが、継続した売上には結び付かず散発で終わっている感がある。今後も今と変わらない状況が続く。
	変わらない	百貨店（店長）	・消費税増税の議論や電気の問題を始めとして、政治経済はいまだ混迷を極めているため、変わらない。
	変わらない	スーパー（店長）	・過去3か月変わらないので、このまま変化はない。
	変わらない	スーパー（総務担当）	・円高の修正や株価の上昇が見えるが、まだまだ低い状態である。小売業では、企業より客の収入が増える状況にならなければ回復しないため、変わらない。
	変わらない	スーパー（統括）	・為替や株価の動きも底打ち感が出て、客数が堅調に伸びるなど、景況感の見通しに明るい兆しが出てきている。ただし、電気料金の大幅値上げ、ガソリン価格の値上げなど、消費マインドを減退させる要素が景気回復にブレーキを掛けることも懸念される。
	変わらない	コンビニ（店長）	・客単価は特別変わっていないため、あとは客数だけ上がってくれば良いという形である。客数は若干戻りつつあるような気がするため、現在とそれほど変わらない。
	変わらない	コンビニ（店長）	・元気がなくて困っている。近隣の24時間営業の安いスーパーが閉店したが、当店への影響は全くない。街中の商店街がますます寂れていくのを感じる状況は変わらない。
	変わらない	衣料品専門店（販売担当）	・今までの悪過ぎて、今月と比較しても先行きは何も良い材料がない。この春の陽気に誘われて出てきた客たちの意識がそのまま続けばいいが、残念ながら取り巻く環境はあまり良い材料はないため、それほど期待できない。ただし、今月後半は幾分良くなってきたような雰囲気なので、希望的観測を含めて、それが今後も変わらない状況で移行して欲しい。
	変わらない	乗用車販売店（統括）	・自動車販売業界はエコカー補助金終了までは良い状態で変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（販売担当）	・2、3月は恐らく特別な月であった。今後4～6月の観光シーズンを控えて、観光客が当地域の観光地に戻ってきてくれるかが大きな鍵となる。当地域は風評被害がまだまだ残っていて観光客数が減っているため、ホテル、売店、物産展関係の売上が落ちてきている。そのため、新車等の売行きは恐らくそれほど良くなる。それほど良くなる要素がないため、ほぼこのまま変わらない状況である。
		乗用車販売店（営業担当）	・3月は過去の販売台数、保有台数が多く、販売、サービス共に少し活気があったが、先行きはそれほど数字が上らない。
		住関連専門店（統括）	・消費税、電気料金、年金等の不安材料が多く、消費控えが生じる可能性もある。
		住関連専門店（仕入担当）	・前年は東日本大震災後の特需があり、デフレの対応も含めて埋め切れていない。
		一般レストラン（経営者）	・宴会予約等は月後半にかけて良いものの、うなぎ等を仕入価格の高騰によって値上げした影響がどう出るか、先行きは不安である。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税の議論や政治の不透明さなど、プラス要因があまり見当たらない。
		スナック（経営者）	・もう今はどん底で、これ以上悪くならずに変わらないようにという要望である。日本全体が今大変である。何とかここを切り抜けたと思うが、本当に何か良い話があったら教えて欲しい。
		観光型ホテル（経営者）	・福島第一原子力発電所の事故の収束次第で情勢が大きく変わるため、今の時点では何とも言えない。
		都市型ホテル（営業担当）	・4月は3月に引き続き、人の移動や会社の人事異動があるため、それに伴い新人研修等があり、ホテルの需要が増えるかもしれない。5月はゴールデンウィークなどがある。観光地は別だが、ビジネス系のホテルについては逆に稼働が上がるといふことで、上がったたり下がったりで、ほぼ変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・変わるような要因が見当たらない。
		旅行代理店（副支店長）	・現状同様、販売量は伸びていないと思うため、変わらない。
		旅行代理店（副支店長）	・前年のこの時期は東日本大震災でほとんどキャンセルになったことを考えると、現状は受注も前々年とほぼ同じ程度だが、前々年に戻っただけで景気が良くなるとは言えない。むしろ消費税増税の議論や為替変動、燃料価格高騰の影響がこの先大きく出てくる。
		タクシー（経営者）	・不景気感があるため、この先も変わらない。
		通信会社（経営者）	・家庭用LPガスの販売もしているが、中東情勢の不安から原油価格の高止まりが続いているなか、特にLPガスは独歩高といえるほど記録的な高騰が続いている。イスラエル、イランの問題の早期解決が難しいとなると、円安も進むなか、更に厳しい状況に陥る可能性もある。
		通信会社（総務担当）	・個人消費の低迷が続く。
		通信会社（局長）	・家計の出費はできるだけ抑えたいという考えが依然として根強く見られる。将来への不安が拭えなかったり、節約志向が高まったりしている。
		テーマパーク（職員）	・観光シーズンに入るものの、風評被害が払しょくされないことから、良くなるとは思にくい。
		遊園地（職員）	・東日本大震災が発生して1年がたち、回復テンポが緩やかになってきているため、今後の景気はあまり変わらない。
		ゴルフ場（業務担当）	・今月は毎週土曜が悪天候のため、来場者とその分だけ減少している。総体的な売上も出ず、土日の単価が出ていないため、売上は鈍化している。向こう2、3か月、特にゴールデンウィークの取り込みが今のところ鈍っており、例年よりもやや少なめな状況で進んでいる。土日の取り込みは徐々に伸びつつあるが、なかなか厳しい。平日については間際にならないと予約が入ってこないため、囲い込みに苦労している。安い料金等のプランについては飛び付くが、パーティ等いろいろ取り込んだプランについては、なかなか出だしが鈍っている。
		競輪場（職員）	・本場開催分の売上がなかなか伸びない状況にあり、先行きも変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他レジャー施設 [アミューズメント] (職員)	・少しずつ景気が良くなる傾向にはなっているが、これから取り立てて大きく変化することは少ない。特に客が楽しむようなアミューズメント系は、ある程度家計の中では最後のほうにくるため、支出のウエイトはそれほど上がりもしないが、逆に落とすほど大きいものでもないため、この少し良くなる傾向がこのまま、ある程度は続いていく。
		美容室(経営者)	・4月以降、電気料金、燃料費の値上げ、年金の減額等、いろいろな悪くなる要素が出てきている状況なので、これから先は不安である。景気が良くなることは難しく、現状維持あるいはマイナスである。
		その他サービス[清掃](所長)	・就職、ゴールデンウィークなど消費の期待が持てる部分もあるが、消費税や年金の問題など消費動向が鈍ることが多く、景気回復の期待はできない。
		設計事務所(経営者)	・電気料金の値上げ等、企業への負担は大きくなり、良くなるとは思えない。
		設計事務所(所長)	・今月は決算時期で新規物件も増えたが、まだまだ厳しい状況なので安心はできない。今後もこの状況を維持できるよう、いろいろとイベントなど考えていく必要がある。
		設計事務所(所長)	・この先2、3か月の間に景気が上向くとは感じない。一部の輸出関連企業は円安傾向による好転が期待できるが、多くの零細企業までは期待できない。一般消費者の心理は、消費に消極的な思いが強く、景気的好転にはいまだ時間が掛かる。
		設計事務所(所長)	・クライアントからの問い合わせは少しずつ増えてきているが、実現化するにはもう少し時間が掛かりそうである。
	やや悪くなる	商店街(代表者)	・4月1日からの電気料金値上げ、増税の懸念、年金問題など、不安要素が増加している。
		一般小売店[衣料](経営者)	・自然的に新芽が出たり花が咲くなどいろいろな要素が入ってくるため、多少良くなると思うが、現状では良くなるような要素は全くない。
		一般小売店[青果](店長)	・4月1日から食品に含まれる放射性物質基準の厳格化により、当市近辺の山の幸、たけのこなど、数多くの品物が売れなくなると思う。地物が魅力のある商品だったので、ますます大変なことになる。
		百貨店(総務担当)	・来客数が年々減少しているなか、売上につながる新アイテムが少ない。このところ消費税増税の議論といった話題が多くなり、ますます当店への来客、特に年齢層の高い客の購買意欲がなくなってきた、売上が減少する。
		スーパー(店長)	・前年は祭事などを自粛していた時期なので、そこにはチャンスがあると思うが、東日本大震災の特需が一番あった時期になってくるため、これから厳しくなる。
		コンビニ(経営者)	・前年10月以降、競合店の出店が相次いでいる。今年も5月以降にまた1店出店があるため、今後の景気は少しずつ悪くなっていく。
		衣料品専門店(店長)	・原油価格の高騰により、各商品の値上がり懸念され、消費を控える傾向が強くなるため、やや悪くなる。
		乗用車販売店(経営者)	・4月以降は車検の対象台数が少なくなるため、やや悪くなる。
		自動車備品販売店(経営者)	・エコカー減税の終了やいろいろな法制度の変化が生じ、購買が一時低下する時期が4、5月に来る。平常に戻るまでには2、3か月掛かる。
		高級レストラン(店長)	・閉店する店や空き店舗が多くなってきているため、やや悪くなる。
		スナック(経営者)	・不景気なニュースばかりが多すぎる。何でもいから、元気になるような話をもっと出てきて欲しい。
		都市型ホテル(経営者)	・増税、値上げの影響で庶民の財布のひもは固くなる。
		都市型ホテル(支配人)	・当地域で行われる大会など大きなイベントで、風評被害の影響でキャンセルや参加人数が少なくなっている。ここ2、3か月の予約状況は例年より悪くなっている。
		美容室(経営者)	・客との話題はとても暗い。更に消費税が上がるとしたら、現在の料金設定では店の経営は成り立たない。公共料金の値上げも心配である。美容室の電気料金はおよそ5万円であるが、消費の冷え込みを考えるとこの値上げ分を料金に反映できるか、どう対処するか悩んでいる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・例年だと3、4月は異動の時期で、それに合わせて定期券の契約並びに解約を含めた移動がある。現状は通常の6割くらいの申込状況で、解約はほぼ横ばいで同じと、伸びがないため、やや悪くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・電気料金、ガソリン、灯油価格など、生活関連費用の増加によって慎重な消費姿勢のため、やや悪くなる。
		住宅販売会社（経営者）	・需給のバランスで地価も上昇するのが普通だが、地価は下落傾向でデフレも解消されない状態では、当業界は停滞する。動きがない以上、悪くなるとしか言いようがない。
		住宅販売会社（従業員）	・期末の動きが一段落したあと、4月の立ち上がりが見え始める。原油価格の高騰がエネルギー単価に影響を与えるような事態になると、企業の生産計画等に支障が出てくる。
	悪くなる	一般小売店〔乳業〕（経営者）	・消費税増税の議論、ガソリン価格の高騰等、消費意欲を抑える話題が世間を騒がしているなか、消費意欲を高める話題は皆無に等しい。
		スーパー（経営者）	・近隣の製造業を中心にしたリストラの進行により、消費マインドが更に悪化していく。
		衣料品専門店（経営者）	・円高、石油の値上げ、東日本大震災の処理が上手くいっていない等のいろいろな状況があり、すべて買う状況になっていない。
企業動向関連	良くなる やや良くなる	—	—
		食料品製造業（営業統括）	・最近はやや安の安定化、株価の1万円突破と、景気も徐々に回復傾向となっている。これから行楽シーズンに入り、消費者の購買意欲も回復してくる。
	窯業・土石製品製造業（経営者）	・体験工房の新規契約もあり、シーズンインによる売上も多少見込まれ、動向に期待感がある。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・新型スポーツカー向け部品の受注が好調で、フル生産での対応を予定している。また、今年の年明けから落ちていた建設機械、油圧機器関連の仕事も徐々に回復が予想されており、東日本大震災の復興対応の動きも更に出てくる。	
	金融業（役員）	・車、ディーラー関係の販売についてはエコカー減税などがあるため、かなり増産体制で売上が上がることは可能だが、それ以外の小売や卸関係は、利幅が相当少なくなっており、大変な業況である。まだ3月の数字が出ていないので分からないが、東日本大震災等の影響で特需があるなど、上向くと客も推測しているため、若干良くなる。	
	金融業（経営企画担当）	・観光業がシーズンに入る。また、新年度で購買意欲が増すため、やや良くなる。	
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・原油価格の上昇や電気料金の値上げが今後どう影響するか不透明である。
		化学工業（経営者）	・この数年は景気が悪かったため工業用の部署では人を大幅に減らしてきたが、9月までかなりの注文が入ってきたため人手不足になり、フル生産の体制になっている。しかし、半導体関連では3月から大幅の受注減となり、4月からは最悪になりそうである。
		金属製品製造業（経営者）	・現在よりもこれ以上良くなるという話は全くなく、先行きは不透明であり、不安である。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・当社は部品加工をしているが、特別に量が増えたようにも思えないため、先行きも変わらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・客先からの4月以降の製造日程予定表によると、現状と変わらない推移になっている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・安定した仕事が入り、しばらくは受注が見込める。
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先の様子では、年度が明けても新規の立ち上げ又は販売の拡張などはあり得ないため、2、3か月は低空飛行が続く。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・前年より4、5か月はずっと良い状況で変わらずきているため、このまま取引先、受注量、販売量は変わらずに2、3か月は続く。取引先が10社くらいあるため、1、2社が落ちても他の取引先でカバーできる状況であり、ほとんど変わらない。
		その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・来月以降は行政向けがメンテナンス込みのリースで9月まで予定がほぼ埋まっているため、良い状態は変わらない。
その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・4月は催事の季節なので多少期待感を持っているが、現状からは売上の大きな伸びは期待できそうもない。		

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
		輸送業（営業担当）	・防災、震災備え等の商材の動きが良い状況であり、物量も増えている。また、5月の金環日食等の商材も物量が増えている。今後、夏場に向けて扇風機等、節電グッズとして今年も節約家電が伸びる予定だが、例年ほどではない。また、現状の燃料高によるコストもあり、また大手の値上げ、電気料金の値上げ、コスト見直しもあり、厳しい状況にはなる。
		通信業（経営者）	・景気はなべ底状態で、一向に上向き気配がない。
		広告代理店（営業担当）	・商機の変化は乏しいが、こまめに営業活動していると案件が見つかる。ただし、受注単価は若干の下落傾向があり、販売促進広告については変わらない。
		新聞販売店〔広告〕（総務担当）	・中小企業、小売店などに聞くと、もうしばらく様子を見ないと判断できないとの返答が多く、見通す材料が見つからないとの話である。
		社会保険労務士	・まだ残業するほどは忙しくなく、所得が増えていないなか、原油価格の高騰が進むと影響が出てくる。
		経営コンサルタント	・3月までの季節要因による余波でそこそこの上向き傾向はあるかもしれないが、景気を持続的に押し上げる消費マインドの上昇次第と言える。
		司法書士	・どう見ても、良くなると考えられる材料がない。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・引き合い、受注量から推測すると、改善の兆しが出てきつつある。まだ弱含みであるが、変化は見られる。
やや悪くなる		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・仕事は忙しいことは忙しいが、やはり見積りにかけられ、少しでも値段の安いほうとなることが多い。
		一般機械器具製造業（経営者）	・4月以降の受注量は現在計画中で、不透明な点が多く立案困難を極めているが、漸減の傾向にある。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・民間の設備投資が非常に少ないなか、公共工事も計画段階で、発注される時期も先になるそうだし、先行きの見通しが非常に不透明になっている。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・主力自動車メーカーからのコストダウン要請は3月で決着したことが非常に大きいですが、4月以降については今度は電気料金、ガス料金の価格転嫁が思うようにいかない。受注の水準は高いが収益は大幅に減少するため、非常に困った問題である。特に関西系企業との電気格差がこれからますます大きくなっていくため、取引についてはコスト転嫁が一つのポイントになってくる。
		不動産業（経営者）	・雇用条件の改善、雇用の創出がなされ、税を払える層を厚くしない限り、経済活動の停滞は必至であるが、何も有効な布石がなされていない。資源を必要としない産業に対してどれほど冷淡な態度が示されているかを目の当たりにしていると、将来に対して不安を通り越して怖れすら感じる。
悪くなる		食料品製造業（製造担当）	・商品原価に灯油などの値上げ分を乗せられず、特に製造、配送コストが経営を相当圧迫してくる。また、買い控えなどで景気はますます悪くなる。
		建設業（総務担当）	・公共工事主体で土木、舗装工事を行っているが、今後発注が少なくなる時期なので、新規得意先の確保が急務である。ひとえに営業に注がなければならないが、同業他社も同じ状況なので、営業努力をするのみである。
		不動産業（管理担当）	・維持管理の面で、管理会社やオーナーから一律に管理費を削減して欲しいという依頼がある。一律で削減されると当方も利益の幅を減らすしかないため、その点で利益を減らしても仕事を取るのか、それとも仕事自体を受けられない形になるのかという判断を迫られている状況が多い。売上や利益の減少の可能性が非常に高い。
雇用関連	良くなる やや良くなる	—	—
		人材派遣会社（経営者）	・小売販売等の募集の傾向が多く見られる。サービス部門ではどちらかというと介護関係、その他のものが見られ、住宅関連では少し活発が見られる。転勤、異動、進学等での運送関係でも動きが見られるため、やや良くなる。
		人材派遣会社（経営者）	・このところ仕事が増え、売上も上がり、会社も少し良いため、やや良くなる。
		人材派遣会社（営業担当）	・円安の時代で地域の輸出関連産業が好調に推移するため、やや良くなる。
		職業安定所（職員）	・求職者数は少し増えているが求人数がそれを上回り、企業の動向がやや良くなってきているのではないかと思うため、やや良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	職業安定所（職員）	・雇用につながる明るい要素が見当たらないため、このままの状態がまだ続く。
		職業安定所（職員）	・最近の求人数は比較的多い水準で推移している。特にサービス業やこれまで少なかった情報処理関係での求人が少しだけ多くなっているが、企業のヒアリングなどを見ると、円高に対する懸念がやはり非常に残っており、先行きは少し不透明であるという回答が非常に多い。また、一部の業種で離職者が出るなど、やや安定していないようにも見られるため、先行きはどうか分からない部分が非常に多い。
		職業安定所（職員）	・円高などが大きく影響し、自動車関連や半導体関連などの製造職求人が増えていないため、求職者とのミスマッチは続いており、景気回復は期待できない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・自動車業界に堅調さが見られるものの、他の大手製造業では期末で相当数の開発、設計関係の派遣技術者を契約終了とし、求職者が混乱している。4月は新卒者の入社で求人は期待できず、しばらくは難しい状況が続く。
		学校〔専門学校〕（副校長）	・新学年の新規求人数も相変わらず少ない。求人企業として将来を見越した求人活動を行えている企業は少ない。平成24年度も厳しい就職活動が予想される。
	やや悪くなる	人材派遣会社（管理担当）	・新年度4月の状況は、東日本大震災の影響が無くなり、通常の生産、稼働となるため、やや悪くなる。
職業安定所（職員）		・今月は多少の就職者増も見られるが、今後も管内で会社都合の離職が大量に出るため、求職者が滞留し、景気は下降する。	
	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	衣料品専門店（経営者）	・衣替えの季節になり、また父の日の行事もあって例年売上が上昇する月なので、期待している。
		乗用車販売店（渉外担当）	・エコカー補助金、エコカー減税が継続中のなか思ったほど受注は伸びていないが、今までの受注残が順調に登録され、メーカーも一部増産で実績は伸びている。収益も良い状態は今後も続く。
		その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・各企業の業績が顕著に上向いてきていることが大きな原因である。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税の議論や電気料金の値上げがどうなるのか全く見当が付かないものの、東日本大震災から1年がたち、多少は人も動いてきた気がするし、また気温がだんだん高くなるにつれて人が出てくる。株価やアメリカの経済も少し良くなってきているため、そういった影響も出てくる。
		旅行代理店（支店長）	・東京スカイツリーがよいよ5月22日に開業する。その関連の旅行を取り扱っているため、個人及び団体の動きが更に加速する。実際どうなるか分からないところが多々あるため、一部に不安要素はあるものの、販売又は身の回りとしては非常に、期待も含めて良くなる。
		観光名所（職員）	・観光地なので、これから春を迎えて新緑の季節となるため、客がかなり増える。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・気候が良くなるのが前提だが、寒過ぎた冬の反動で人が街に出てくる気配がある。イベントの仕込への反応も良い。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・全体的に客は日本の復興ということを考え、その意味では財布のひもも緩んでくる。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・国内外での政治や経済の情勢が今よりもやや落ち着いてくると思うため、期待している。
		百貨店（売場主任）	・気温上昇の期待により、スプリングコートやジャケットの動きが上昇すると見込めるため、やや良くなる。
		百貨店（広報担当）	・消費税増税の議論、原油高の問題はあるものの、春先から東京ソラマチを始め、原宿東急プラザ、渋谷ヒカリエ、お台場ダイバシティなど各種大型施設がオープンし、消費を後押しすることになる。前年の東日本大震災から1年が過ぎ、不要不急品以外の買い控え心理や各種催物の自粛ムードも徐々に薄れ、景気回復の背景はそろってきている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（販売管理担当）	・株価の回復による高額所得者の買上需要の上昇や、絆消費に見られるような、必要なものは購入するという一般消費者の買上需要の上昇傾向が顕著になりつつあるため、やや良くなる。
		百貨店（営業企画担当）	・気候が例年に比べて不振であり、春物の動きがその分遅くなっているため、今後の売上伸長を見込んでいる。
		スーパー（総務担当）	・今年は寒さが続き桜の開花が遅れているため、客自体は動き出しているが、現状はまだ活発に消費に回っていない。春闘でプラスの回答が多かったことや輸出が伸びていることから、先行きは期待ができる。
		コンビニ（経営者）	・建設関係の業界が現状、大分動き出してきているため、それによって若干の景気対策が見込まれるのではないかと期待している。
		コンビニ（経営者）	・総菜、弁当など高品質な商材の売上が伸びている傾向は続くため、やや良くなる。
		コンビニ（経営者）	・政治の混乱が非常に困った状況なので、それらがどのように展開するかは少し疑問が残るものの、今までの経緯から見てやや良くなっているため、このままの状態が続くと季節的要因もあって業況は好転する。
		コンビニ（商品開発担当）	・少しずつではあるが、ワンモアセールスの効果が出てきているため、やや良くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・客の商品選びは大変慎重だが、購買意欲は感じられる。慎重になっているが買いたいという気持ちはかなりあるため、良くなっていく。
		衣料品専門店（経営者）	・目先の収入に直結する消費税の議論、年金問題などが良い方向に動き出せば、安心して消費も活発になる。
		家電量販店（営業統括）	・3月に入り、新しく住居を購入して家電製品を買換える客の増加が目立つようになってきている。消費税増税がどのような結果に落ち着くかによって消費動向が大きく変化するので、販売戦略を決めにくい状況が継続しているが、円高、株安の是正が進むと消費する雰囲気生まれてくる。
		家電量販店（統括）	・3月の特需に一旦終止符が付き、4月は現状よりも若干は回復傾向が見込めるが、7月末までは依然厳しい。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税増税の議論が気になるが、国民の復興への気持ちがさらに増し、景気が回復する。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金は早ければ8月にも終了してしまうという見通しも出ており、それ以降の商売が不安だが、導入によって客が動いているため、やや良くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー減税は6月で終了予定とのことで、今年の前半は良いが後半については心配しているが、整備は順調に入っており、販売もエコカー減税によってやっと伸びるようになってきているため、やや良くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・自動車販売では政府のエコカー補助金制度の恩恵を受けているため、やや良くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・期末ということもあって法人や企業の買換えが多い。また、個人ユーザーもエコカー補助金のためか需要が高まっていて受注につながっているため、まだしばらくはこの状況が続く、やや良くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・トラックのエコカー補助金は5、6月くらいまで残るだろうということで、まずピークは5月ごろに来る。そういったなかで3月の年度決算、4、5月と今後2、3か月間は販売台数が増えるため、景気は良くなる。また、修理についても一般入庫の伸びが大きく、やはり輸送量が増えてきたようである。輸送量が増えてくると車両のトラブルが増えるため一般入庫も増えるということになっているため、全体的に見て今後はやや良くなる。
		高級レストラン（支配人）	・4、5月は例年と比べるとまだ低調で、本格回復は夏以降になるが、ばらつきはあるものの企業の業績回復に伴って会合の受注は増えてくる。
		一般レストラン（経営者）	・2、3月と売上、客数は共に既存店ベースで前年を上回ったが、これは当たり前のことで、これからが将来の判断のための重要な月になってくる。消費税増税の議論や欧州の信用不安等、まだまだ予断はできない。今回も希望的判断である。

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
		一般レストラン（経営者）	・秋口のアメリカ大統領選もあり、若干だが世界的に景気を押し上げてくるような政策が取られる。他にもロシアや中国などの首相、大統領交替があるため、そういった感じになる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・スカイツリーの効果で集客増が見込めそうである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・春からの行楽シーズンや、入学、就職、節句のお祝い行事等、個人の記念日消費の時期となり、レストランの予約は多く入っているが、前年とは比較できない。前々年比ではわずかに増えている。宿泊は近隣でのイベント開催が前年より多くあるため予約は増えているが、早割など限定の安いプランにのみ反応して入り、それ以外が増えない。法人宴会は人数、予算の縮小が多く、新規案件の掘り起しもなかなか進まず苦戦しているが、ホテル主催のイベントを開催して売上をカバーする予定である。
		旅行代理店（経営者）	・天候も定まって暖かくなってきて、あちらこちらで桜やいろいろな花が咲き出し、客の足も自然に外に出向いてくる傾向が見られるため、今後に期待したい。
		旅行代理店（従業員）	・先行販売受注が前年比120%であるため、やや良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・業務性需要が堅調であり、やや良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・50名前後の国内団体旅行、特に社員旅行の動きが目立ってきている。東京スカイツリーのオープンに合わせ、各地から関東への予約が伸びてきている。
		タクシー運転手	・法人の運転手の集まりが悪いということで実車率が上向いてきているようで、東北の復興景気も上がってきたようである。また、チケットの利用が今月は特に上向いてきたような気がするため、今後はやや良くなる。
		通信会社（経営者）	・東日本大震災後1年がたち、世の中が少し落ち着いてきている。消費に向かう心理状況になりつつあるように感じるため、やや良くなる。
		通信会社（管理担当）	・新商品を常に先取りし、客へいち早く届けることができる体制が整ってきたため、やや良くなる。
		通信会社（営業担当）	・期待も込めてだが、アメリカの景気動向が上向いてきているとのニュースも耳にするようになったし、東証株価も上昇傾向と思われるため、やや良くなる。
		ゴルフ場（支配人）	・引き続き夏場までの間は予約状況が好調である。
		その他レジャー施設 〔スポーツ施設〕（支配人）	・当社には直接の関連性は軽微だが、世間一般的に円高に伴うデフレ傾向が一段落したことで、国内消費がやや持ち直す。
		その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（支配人）	・東日本大震災から1年がたち、自粛ムードから解放され、消費意欲が高くなってくる。
		その他レジャー施設 〔アミューズメント〕（店長）	・2月後半から非常にゆっくりとした基調ではあるものの、特にマイナス要因の無いま回復傾向で推移しているため、やや良くなる。
		その他サービス〔福祉 輸送〕（経営者）	・受注量が増えている。また、まだ通常の年に比べて繰越の受注残が相当量あるため、この登録やエコカー減税による車の受注の伸びで、3か月後くらいまでは順調に推移すると見込んでいる。
		設計事務所（所長）	・止まっていた物件が動き出したということは、多少なりとも良くなっていく。
		設計事務所（職員）	・例年どおりではあるが、新年度に入りプロポーザルなどの発注件数が増える傾向にある。また、東日本大震災の復興にかかわる発注の動きが本格化する兆しがある。
		住宅販売会社（従業員）	・現在、契約数、販売に力を入れているため、2、3か月先には効果が表れて良くなると見込んでいる。エリアの見直しも検討中であり、弾みが付けば今後も緩やかに良くなっていく。
		住宅販売会社（従業員）	・前年より展示場への来場者数が若干増えつつあり、資料請求も若干増えつつあるため、やや良くなる。
変わらない	商店街（代表者）	・季節変動を抜きにすれば、現在が底のように思える。	
	商店街（代表者）	・多少なりとも良くなっているが、今後、電気料金が1割近く上がってくるものの反応が飲食業でどのように出てくるかで、大分変わってくる。	

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
		商店街（代表者）	・天気が悪いことが大きな原因である。今の政治の流れから見て、この景気の悪い時に消費税を上げるなどいろいろやっているが、なぜこの時期に消費税を上げるのかと、普通の人は皆、賛成ではない。少し景気を上げることを考えないと駄目である。
		商店街（代表者）	・大企業では3月決算でかなり赤字を出しておきながらも、来期からはしっかりと利益を出すような体制を取っているというのがよく分かる。少し円が安くなったり株価が上がってきたりと良い条件は整ってはいるが、そのような感じが中小企業まで回ってきて、受け止められるようになるのはまだ先の話である。
		一般小売店〔家電〕 （経理担当）	・すぐに良くなる理由が見えない。移動の時期なのでそれに期待している。あとは、地道な訪問活動で頑張る。
		一般小売店〔家電〕 （経理担当）	・家電店全般で売上が落ちていると思うが、今は客がどこで買おうか選んでいるようで、店のすみ分けがされているようである。
		一般小売店〔印章〕 （経営者）	・やはり東日本大震災の復興を第一に考えていく以上、政府から1兆8千億円の支援を要請しながら電気料金の値上げとは、少し筋が合わない。政府から支援を受けること自体が税金からの支援なので、それでおかつ消費税増税となるのは考えものである。
		一般小売店〔医薬品〕 （経営者）	・世間一般では景気は上向いているようにいろいろと報道されているが、実感としては今の景気が続いていくと思うため、変わらない。
		一般小売店〔家具〕 （経営者）	・相変わらず、物はとにかく売れない。小売店では売れない時代に入っており、内装、工事関係は今までどおり変わらない。
		百貨店（総務担当）	・感触では好転していくことに期待しているが、消費税も含めた政治の低迷や電気料金の値上げ問題等があるなかでは、今後期待することは難しい。
		百貨店（総務担当）	・東日本大震災後、復興のスピードは予想以上に早かったというのが一般的な見方だが、欧州の信用不安や今行っている増税の議論もあり、極めて不透明である。したがって今後の景気動向については必ずしも上向きになるとは今のところ言えない。
		百貨店（総務担当）	・円高の修正が進み景況感の改善につながっているが、一方で原油高などの影響から景況感が悪化し、全体として足踏み状態が続く。
		百貨店（営業担当）	・東日本大震災による大幅な売上減となった前年と比べると、婦人服、服飾雑貨、紳士服は伸びているが、前々年比では横ばいである。欧州の信用不安は後退したものの、電力料金の値上げ問題は産業界を直撃しており、景気回復の足かせとなる。
		百貨店（営業担当）	・増税の議論などの状況の中では買物も堅実にならざるを得ないとの客の声が多数あり、買物心理も依然低調で変わらない。
		百貨店（営業担当）	・東日本大震災の影響による反動がこの2～3か月は見られ、見かけ上は伸長しているように見えるが、実情は現在と変わらない。円高の高止まり懸念は一段落したが、半面でイラン情勢も含めた原油価格の高止まり、及び製品の値上げが懸念され、消費が大きく伸びることは考えにくい。また、消費税増税についての動きも明確になっていないため、消費に対する不安は拭えない。復興需要も含め、消費全体は上昇すると思われたが、これらのマイナス要件と相殺されてしまい、今とあまり変わらない。
		百貨店（販売促進担当）	・品ぞろえとニーズのギャップにより、現状の春ニーズを乗り越えて夏物まで購買を控える傾向が危惧される。
		百貨店（店長）	・株式は値上がり傾向で円安にも進むことから悪くないように思うが、来月からは東日本大震災後のゆり戻しで、前年は好調に推移した経緯がある。そのため、現状と変わらず推移する。
		百貨店（営業企画担当）	・数か月は前年比プラスの状態が継続される。
		百貨店（副店長）	・ギリシャ政局を中心とした世界経済の不安定さ、原油価格の高騰、国内の消費税増税の議論、電力料金の値上げなどから、変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（経営者）	・今後2、3か月先の景気は今までと変わらない。当社に限っては競合店が2店出店してくるため、やや悪くなると思うが、一般的な景況感は現状と変わらない。
		スーパー（店長）	・円高の解消や株価の上昇といった良い面も見られてはきているが、逆にやはりまだ消費税増税の議論や年金あるいは短時間雇用者の保険の問題等、先行き不安な部分が出積みである。相殺されて、変わらない状況になる。
		スーパー（店長）	・必要最低限の消費しかしない状況と、消費税増税の議論や景気の先行き不安もあり、同じような状況が続く。
		スーパー（店長）	・3か月後の景気が今と変わらない理由として、商品の産地、出所を1品ずつ確認しながら買い求めている客がかなり多くいる。客がそういう買い方をするということは、特売やスポットで安く販売してもそれが売れるという状況にはならない気がする。産地などを選びすぐって導入していかないと、なかなか数字は改善できない。
		スーパー（営業担当）	・現在、防災用品が非常に高稼働しているが、その点は将来に渡っての震災に対する不安である。さらには今後の世界情勢悪化による不安等、将来の不安が相当根強く、それが今後の景気に大きく作用してくる。
		スーパー（仕入担当）	・東日本大震災から1年が経過したが、まだまだ復興は進んでいない。今後の電力への不安、産地を気にする放射能問題、消費税増税の議論等、不安材料が多く、消費が活発になる要素は見当たらない。
		コンビニ（経営者）	・今年は例年よりも気温が低く、まだ春らしくなっていない。桜の花もまだ開花の情報が入っているくらいである。桜の咲く時期が早くなると店のほうも客の動きが活発になり、来客数も販売量も増えるのだが、今年はそうならない。来月からは徐々に天候も回復するという事なので良いほうに考えてはいるが、実際には変わらず、このまま推移する。
		コンビニ（エリア担当）	・株高を除き、景気浮上のための要素が少ないため、変わらない。
		コンビニ（商品開発担当）	・2～3か月前と直近の販売動向を比較して回復傾向の兆しがなく、今後も販売動向が上向きような消費動向や経済環境の見込みがないため、変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	・変わらないとしたが、実際のところは分からないというのが本音である。確かに今月の販売量は前年は東日本大震災があった月なのでそれよりは良いのだが、今後どうなるかはいろいろな不安定要素があるため、分からない。
		衣料品専門店（店長）	・前年の東日本大震災直後の落ち込みから比べると良いが、1～3月の売上傾向が前々年と比べてほとんど変わっていないため、先行きも変わらない。
		衣料品専門店（店長）	・3か月後はクールビズ需要で客数は活発化していくと思うが、単価で苦しむため、これ以上の上積みはそうはない。
		家電量販店（経営者）	・テレビを中心に全体的に商品単価が下がっている。昨年は3月末でエコポイント制度が終了したが、7月下旬の地上デジタル放送化まではテレビが売上がけん引していたため、先行きは変わらない。
		乗用車販売店（営業担当）	・タイの洪水や東日本大震災などの影響がまだにあるのか分からないが、生産が遅れたりして客足が遠のいている感じが否めない状況は変わらない。
		乗用車販売店（総務担当）	・エコカー減税の影響で台数維持は見られるが、対象車種の限定によって幾らか苦しくなる。集客は多いものの、購入に至るまでの数が今一つである状況は変わらない。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・競合店の数は増え続けているため、決して良い方向ではない。もっと軸足をコンサルティングに向けて活動をしていくので、その結果に期待する。
		その他専門店〔服飾雑貨〕（統括）	・生活必需品を中心に売上は構成されており、し好みやぜいたく品の売上動向は鈍化している状況は変わらない。
		高級レストラン（店長）	・宴会予約の推移から、変わらない。
		一般レストラン（経営者）	・売上の自然増加が望めないため、イベント、同業の連携など自助努力が必要である。
		一般レストラン（店長）	・2、3か月先はボーナス期になってくるが、今年は皆、貯蓄に回すような感じで、飲食にまで回ってくるとはなかなか考えにくい。

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（スタッフ）	・少し悪くなっていくため、変わらないということである。景気自体はまだ電気料金が上がる、消費税増税の議論など、景気が悪いことばかり言っているため、とても上がるとは思えない。ただし、少し落ちてでも当店は他店よりは良いため、これを維持していかなければと思っている。新しい店はどんどんつぶれており、当店のようによくやっていると割と客は信用して来てくれるが、良くなるとは思わない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・景気というより政治の不安定で、消費税増税の議論等の問題があるため、先行きが全く読めない。
		都市型ホテル（統括）	・今のところ景気回復への決め手になる政策が見えてこないため、変わらない。
		タクシー運転手	・少し暖かくもなり、歓送迎会、花見といったお酒を飲む機会も増えると思うため、期待している。
		タクシー（団体役員）	・例年行われている歓送迎会等によって人出はあると思うが、タクシー利用に結び付くかは分からない。景気が良くなる要素が見当たらず、変わらない。
		通信会社（経営者）	・テレビ需要の復調が当面見込まれないため、営業力増強でカバーし、インターネット、電話の計画値を上げるべく、新年度予算を修正中である。
		通信会社（営業担当）	・収入は横ばい又は減少であっても、消費税増税の議論等、将来にかかる支出に備えて貯蓄する傾向があるため、変わらない。
		通信会社（局長）	・一部の若者のスマートフォン関連の伸びは期待できるが、消費税増税の議論や東日本大震災の復興など、山積みしている問題が多いため、お金を持っている団塊世代以上の出費が期待できない。
		通信会社（営業担当）	・多チャンネルサービスの契約数に持ち直しの兆しがあるものの、若年層のテレビ離れには歯止めが掛かっておらず、今後も苦戦する見込みである。
		通信会社（局長）	・長期割引サービスのメリットを享受するために一時的な出費を決断していることから、別の視点では当面景気が良くなる見込みから先々のお得感に消費意欲がわいているとも言え、景気回復への兆しがあるとは思えない。
		通信会社（営業担当）	・インターネットサービスでは低価格化がより一層進みそうであり、好転する気配を感じられない。
		通信会社（支店長）	・引っ越しから大学生、特に就職活動をしているような大学生と新社会人等の需要が見込まれ、2、3か月はこの状況を維持する。
		通信会社（管理担当）	・4～6月は販売量が増加する傾向だが、現状同様、下降トレンドを含めて変わらない。
		パチンコ店（経営者）	・本当は少し悪くなると予想されるが、期待を込めて、今のあまり良くない状況は変わらない。やはり夜の客が入ってこない店の売上もなかなか伸びず、厳しい。また、宣伝、広告などができないという規制も幾らか響き、マイナスになる。
		その他レジャー施設（経営企画担当）	・催事の開催予約などは好調に推移しているが、初夏に入る時期なので、電力事情によっては消費の停滞が懸念される。
		その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・悪いままで変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・住宅ローン減税の金利の優遇幅が行き過ぎているということで、4月以降は優遇幅を抑える傾向のようである。それほど影響があるとは思えないが、税制や市況を見ても景気が変わる要素が見当たらない。2年ぶりぐらいに取引業者で倒産した会社が出ている。新築分譲住宅が思うように売れておらず、中古住宅をリフォームして再販売する買取業者は調子が良く、販売量を伸ばしているようである。
		住宅販売会社（従業員）	・今月の集客状況を見ても目新しい動きは見当たらないため、特別な変化は感じられない。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・復興需要が出てくるまではあまり大きな動きはなく、停滞した感じで変わらない。
	やや悪くなる	一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・電気料金の値上げやガソリン代の高騰など、消費者の財布はこれから厳しくなる。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・すべてにおいて単価が下がってきている。外商、通信販売、小売業、すべてに行っているが、すべてにおいて極端に単価が下がっている感がある。このまま1人当たりの、1案件当たりの購買単価が下がっていくと、どうしようもなくなってくる。

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〔茶〕(営業担当)	・今後、新茶の時期にかかってくるが、放射性物質等の風評被害による影響がどこまで続くかが深刻な問題である。
		百貨店(総務担当)	・消費税増税の議論もあり、好転するとは考えづらい。むしろ先行き不透明で消費は鈍ると考えられるため、注視していく必要がある。
		百貨店(営業担当)	・前年から見ると上がることは予想できるが、東日本大震災の影響があるので比較はできない。今後、電気料金値上げによる商品への価格転嫁による物価上昇など、良いことは何もない状態である。
		百貨店(営業担当)	・これといった景気回復につながる材料は見付からず、先行きの不透明感のほうが大きいなかでは、現状維持も厳しい。
		スーパー(店長)	・消費税増税の議論や電気料金の値上げなど、とにかく支出が増える感覚がある。残ったお金の使い道で、食品関係が縮小される可能性がある。
		コンビニ(経営者)	・駅の中に店が多くできたため、当店は非常に厳しい状況である。客数は前年比15%減、単価はそのままなので何とか救われているが、この先不透明な部分が多い。消費税増税の議論等があるが、やはり客もそのことを気にしており、とても不安がって買い控えが行われている。
		コンビニ(経営者)	・ガソリン代の高騰や増税の心理的影響が大きいいため、やや悪くなる。
		コンビニ(店長)	・競合店の出店による影響は2、3か月と考えられるが、続けて出店があるため、立ち直りがかなり厳しくなる。
		衣料品専門店(経営者)	・昨年と同じような時流でリードアイテムが無く、商材的には不透明になっている。このまま夏物のような感じになると春物商材の消化も悪く、売上も予測しにくい。また、近隣に安売りの大型店の出店が多く、商店街全体が安売りの街になってきているため、やや悪くなる。
		衣料品専門店(営業担当)	・消費税増税の議論や各保険料の値上がりなどすべてが増え、どうしたって景気が良くならない政府の方針である。
		衣料品専門店(営業担当)	・不況と大地震のため、売上は低調で推移する。
		家電量販店(店員)	・これから低価格化を行ったとしても、消費者が動かなければ何もならない。国自体が国内企業を活性化させる起爆剤がなければ、永遠と変わらないままデフレスパイラルが続く。
		乗用車販売店(店長)	・とにかく政治、経済が停滞している。ここで大口需要の電気料金値上げ、消費税増税の議論による不安定化と、すべて良い方向には動いていない。また、原油の1バレル当たりの単価が30%も上がり、今後は更にガソリンの値上げが予想されるため、やや悪くなる。
		住関連専門店(統括)	・消費税増税の議論や、景気回復の根拠等が見当たらず、消費を抑える傾向がいろいろなところで出ているため、まだまだ景気の低迷は続く。
		その他小売〔ショッピングセンター〕(統括)	・電気料金の値上げによる悪影響で、やや悪くなる。
		一般レストラン(経営者)	・3か月後は夏ごろだが、やはり3月のほうが人の動きが激しいため、今月のほうが売上がある。3か月後はニッパチの8月が近付くので人の動きがやや少なくなり、売上は今よりもやや悪くなる。
		都市型ホテル(スタッフ)	・宿泊、レストラン利用についての動きは例年並みに回復傾向にあるが、宴会部門は先々の引き合いが少なく、動きが読めない。全般的に法人利用の動きが鈍くなる。
		タクシー運転手	・ますます不安になってきており、何か大変なことである。
		タクシー運転手	・消費税増税の議論等、波乱含みの政局が落ち着くまでは、世の中の景気もあまり良くならない。消費の末端である業界も、悪いまま推移する。
		その他サービス〔保険代理店〕(経営者)	・根本的な景気回復対策が期待できない。
		その他サービス〔学習塾〕(経営者)	・東日本大震災や地震情報の影響で、遠くから通ってくる生徒が少なくなっているため、生徒数の減少にも歯止めが掛からない状態であり、この先は景気が更に悪くなる。
		設計事務所(所長)	・国の財源不足から始まり、消費税等の増税の議論もいろいろと物議をかもしているが、いずれにしても国がそれに見合った対策を講じていかないとますます冷え込むことは事実である。仕事量がないということが、現実である。

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
	悪くなる	住宅販売会社（従業員）	・1～3月までの受注量の落ち込みに加え、東北地区の復興需要に職人がシフトしており、人手不足から施工原価の上昇も見込まれるため、利益は減少する。
		一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・競合店のオープンにより、しばらくは前年の売上を上回ることは難しい。
		一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・客は大変な低価格志向になっている。また、給料も上がっていないなかで消費税増税の議論ということは、当店では転嫁できない部分があって非常に苦しくなるし、客にとっても実質値上げということになってしまうため、景気は非常に悪くなる。これから議論がどうなるにしても、そういった雰囲気は既に非常に悪く、心配している。本当に商売をこれからやっていけるのかどうかという心配までしている。
		百貨店（総務担当）	・世の中があまりにもグローバルになり過ぎ、それに加えて少子高齢化の拍車、年金問題のため、政治の不在等を考え合わせると、庶民としての希望がなく、先の将来が見えないことが一番の要因である。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・今後、仕入単価の値上がり懸念される。
		都市型ホテル（スタッフ）	・婚礼予約が非常に厳しく、前年同月比でもかなり落ち込んでおり、予約が入ってこない、伸び悩んでいる状態が続く。
		ゴルフ場（従業員）	・ガソリンの高騰、電気料金の値上げはあらゆるものに影響が出る。景気が良くなる要素が見当たらない。
		住宅販売会社（経営者）	・政府が思い切った景気対策を打ち出さない限り、先の見通しは立たずに真っ暗な状況が続くため、将来も景気は良くなる見えない。
		企業動向関連	良くなる やや良くなる
金属製品製造業（経営者）	・国内向けは復興需要が動き出し、やや良くなる。		
電気機械器具製造業（経営者）	・大口物件が受注できたことによりやや良くなるが、電気を多く使う商品が例年に比べてさっぱり引き合いが来なくなっている。本物よりも代替品ばかりであり、砂糖に代わるサッカリン、ガソリンに代わる木炭自動車みたいなものである。		
その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・現在そのまま推移すれば、やや良くなる。		
輸送業（経営者）	・原油高騰の原因もあるため、一概には安心はできない状態だが、為替が円安に振れており、株価も非常に高値を付けてきているような状況から見て、金融関係の改善が見られる。		
輸送業（経営者）	・貨物量の増加に力強さが感じられるようになったため、やや良くなる。		
金融業（統括）	・原油高の不安はあるが、円が落ち着いているし、東日本大震災の需要も出てくると思うため、やや良くなる。		
金融業（渉外・預金担当）	・株価も安定しており、復興も始まれば景気は回復するという見込みの取引先が増加してきている。		
金融業（支店長）	・投資家も今しばらく株価は上昇すると考えており、資金運用にますます積極的になる。		
税理士	・株価もリーマンショック前の水準になり、円高も収まったようなので、回復して欲しい。		
その他サービス業〔警備〕（経営者）	・施設警備の仕事は継続性の仕事であるため、良くなる。		
その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・円安になるため、やや良くなる。		
変わらない	食料品製造業（経営者）		・電気など、少し不安要素もある。
	食料品製造業（経営者）		・まだまだ不安要因として消費税増税の議論、原油高などがあり、消費にお金が回りづらい。
	繊維工業（従業員）		・依然として若者や一般消費者の購買意欲は低価格帯にある。国内繊維産業が国内で生産し、消費者に提供しようとする価格帯には、一部の付加価値が分かる高齢者か高所得者に限るようである。
	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・現在は年度末という特殊状況のため受注が多くなっているが、先の状況が好転していく感触はつかめていない。	
	出版・印刷・同関連産業（所長）	・どのクライアントを見ても、今年は広告費を削減する動きが目立つ。前半は我慢の状況が続くため、しばらくは低空飛行が続く。	

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
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・法人関係は非常に緩やかだが、上向きになってきている。ただし、店に来る個人客はまだ横ばいである。3月なので例年並みに注文は多いものの、それ以上の数の注文はなく、総合すると見通しは変わらない。
		化学工業（従業員）	・原油の値上がりで、原料の値上げが来ている。製品の押し上げは現状では困難であり、受託先の在庫も極力抑え気味で、増加する要素はない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・円安の方向、株等の値上がりはあるが、全体の流れとして原油高等ですぐに景気が良くなるとは思えない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・原油高による材料の値上げや電気料金引き上げによるコスト増が心配である。
		金属製品製造業（経営者）	・受注増により納期遅れが始め、人手不足を感じるようになってきたが、まだ業種間でのばらつきが大きい。
		金属製品製造業（経営者）	・新年度の客先の予定がはっきりしないので楽観はできないが、リピート品の流れ、注文が今までよりも数量が多くなってきているため、このまま続いて欲しい。ただし、電力不足にならないよう対策してもらわないと、加工は先行き難しい。
		一般機械器具製造業（経営者）	・気候も徐々に良くなってきたので、少しは景気も上向きになる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・引き合いの中で細かい注文が増えてきている。円安と株高の影響もあるのか、平均的に受注量が増えていこうとしており、今後良くなるという期待が持てる状況が続く。
		精密機械器具製造業（経営者）	・受注量が増えるという情報もあるが、実際になってみないと分からないのが現在のメーカーの発注システムである。システムは変化に対応できていないため、メーカーの購買力のなさが露呈している。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・車は正月休みが長いこともあって1、2月が悪かったが、今月になって1か月働けるくらいの仕事量が出てきている。ただし、トラックの場合は8トン車あるいは10トン車等、どれを重点的にするかなどによって部品も変わってくる。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	・世の中では非常に景気が落ち込んでいるなどいろいろ言われているが、当社の関係するところではずっとこういう状況で続いてきているため、今後もこのまま続く。
		建設業（経理担当）	・年度が替わると東北地方の復興が本格的に始まるため、材料費や人件費の高騰が心配である。この分が受注価格に転嫁できればいいが、当地方は競争が激しいので転嫁できる受注は望めそうになく、原価がかさむような工事ばかりが残りのようである。
		建設業（営業担当）	・最近は見積から契約までに時間がたつと、契約した金額はさほど動かず、建設資材が高騰し始めると予算や一般管理費が削られていくため、請負金額が多少増えても予算的には厳しくなる。
		輸送業（経営者）	・景気が良くなってももらいたい気持ちは山々だが、そのようなことは読めない。
		通信業（広報担当）	・2～3か月先の経済環境に大きな変化はない。
		金融業（従業員）	・東日本大震災から1年が経過し、多くの企業で業況への影響はほぼ収束したと判断されているが、足元の景況感は依然厳しく、今後の電気料金の値上げや原材料価格の上昇が懸念されているようである。
		金融業（役員）	・足元で好材料が出てきたが、製造業は電力に対する不安と料金引き上げの影響から、設備投資に対しては相変わらず慎重な態度を崩していない。
		不動産業（従業員）	・不動産全体を見れば賃貸、売買共に動き始めているように思えるが、住居系に限定されている。また、価格もここ数か月を見ても下げ止まらない状況である。
		広告代理店（従業員）	・3月は年度末の印刷物等が予定外に入ってきて良かったが、4月以降は受注、販売とも前年と変わらず推移する。
		広告代理店（営業担当）	・クライアント各社の来年度の予算は変わらず、むしろ更に広告宣伝費が減る所が多いが、新規クライアントとの取引も増えそうであるため、差し引きゼロとなり、変わらない。
		社会保険労務士	・良くなる要因が見当たらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		経営コンサルタント	・中小企業でも中期経営計画を策定する企業が多くなってきている。出来上がったものを見ると、地道な内容のものが多い。策定の前提となる、この先の経営環境の読みが非常に難しいとのことである。大企業と違って経営資源にゆとりがないため、思い切った策が打てない。しばらくこのような状態が継続すると見ているようである。
		税理士	・北米、アメリカに対する自動車の輸出が悪く、代わりに新興国、中国を始めとして輸出等がぐんと伸びている大勢は変わっていないが、もうひとつは政治である。野田政権の、この大改革を何もしない政権でずっとやっていくと低減していくばかりで、早く橋本氏や石原慎太郎氏に替わって大改革をしてもらいたいと思う。そうしないと、このままではどんどん悪くなっていく。政治である。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・映像制作業に関しては各業種の景気がかなり良くなると思わない。動き出さないため、2、3か月で良くなるとは思わない。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・例年、年度末が近付いてくると駆け込み受注があり、受注件数が伸びていくが、今年は年末から低調な状況が続いており、回復の兆しが見えてこないため、変わらない。
	やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・どの業種にも共通していることだが、増税や電気料金の値上げなどの報道が製造過程ではマイナスの要素として大き過ぎる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・この先の内示を見るとあまり良くないような計画であるが、計画だけなので、はっきりしたことは分からない。
		建設業（経営者）	・夢や希望がなさすぎる。消費税増税の議論で少しは仕事が増えそうな気はするものの、今までは違う気がする。
		金融業（支店長）	・客の今の状況では売上が上がってこないし、財務内容が悪くなっている。また、今後は電気料金が上がることや消費税増税の議論を加味すると、やはり景気は一段と冷え込むと思うため、やや悪くなっていく。
		不動産業（経営者）	・賃貸業界は厳しい状況を迎えている。築30年を越した物件の需要が激減し、完全に二極化が始まったようであり、やや悪くなる。
		不動産業（総務担当）	・今後もオフィスでは大口テナントの退去が見込まれるほか、商業テナントも業種によってかなり売上が落ちており、賃料の滞納が心配な状況になる。
		広告代理店（経営者）	・来期予算獲得活動の激しさの割に、その成果の手応えが軽い。予算縮小が大勢だから仕方ないのかもしれないが、元来の構造不況を東日本大震災が後押ししてしまったのかもしれない。
		経営コンサルタント	・原油価格の高騰、政策決定の大幅な遅延による東日本大震災復興の遅れ、大手の製造部分の一層の海外移転など、国内景気の悪くなる要因が増大している。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・現状のデフレ状態が続くと予想され、また先行きに対する不透明感も根強いいため、やや悪くなる。
		建設業（経営者）	・消費税増税の議論で更に冷え込むと感ずるため、悪くなる。
悪くなる	輸送業（経営者）	・受注量の増加等があり、少しだが景況感に明るさが見え始めてきた感がある。しかし、ここ最近の燃料価格の急騰はそうした状況を消し去ってしまうほど大変な恐れがあり、その点を非常に危惧している。	
	輸送業（総務担当）	・荷主の出荷量がまばらな状態で、運賃が低水準であり、軽油価格が急騰し、異常な状態になっている。ぎりぎりの線での経営状態であったが、完全に赤字に転落する。運送業として経営は成り立たなくなる。	
	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・大口の減額要請が来ているため、かなり厳しくなる。中国関係の新規事業の話は来るが、成約には至っていない。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・4、5月に5、6件、相当大きな動きを今とらえており、それがかなり期待できる。3か月後の6月はまた少し落ち込むような状況にはあるが、何とか食い止め、4、5月の相当な盛り上がりを目指したい。	
雇用関連	良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・4、5月に5、6件、相当大きな動きを今とらえており、それがかなり期待できる。3か月後の6月はまた少し落ち込むような状況にはあるが、何とか食い止め、4、5月の相当な盛り上がりを目指したい。
	やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・このまま新規の外注や求人が増えれば、やや良くなる。
		人材派遣会社（営業担当）	・東日本大震災直後からリスク分散を理由に地方移転の計画を立てる企業があったが、今、計画を実行に移している。反面、震災復興の特需求人が増えており、今後も増えてくる見込みである。

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
		求人情報誌製作会社（編集者）	・景気に多少明るさが見え、留学生採用の予算が増えるかもしれない。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・時期的なこともあるが、新規オープンのためのスタッフ募集がいつもより多い。この傾向が幅広い業種に見られるようになれば、より期待できる。
		職業安定所（職員）	・ここ数か月の求人の動きを見ていると、上昇局面に入っているのが分かる。当面は求人減少するようなマイナス要因が見当たらないため、緩やかに求人倍率の上昇が続く。
		職業安定所（職員）	・東日本大震災復興関連で建設作業員の求人数が増加している。また、平成24年3月の高校卒業予定者の求人受理件数も前年比で件数で5%、求人数で10%増加しているため、やや良くなる。
		民間職業紹介機関（経営者）	・景気底打ち感が出てきたため、やや良くなる。
		民間職業紹介機関（職員）	・企業の採用意欲が高く、現状の求人増加の勢いはもうしばらく続く印象を持っているため、やや良くなる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・経営者たちと話をしたが、電気料金の値上げ、ガソリン等燃料費の高騰なども含め、夏あるいは5～6月あたりまでは今のままでいったとしても、良くなる方向にはないと言う人が多い。そのため、昨年からの検討している海外生産などを積極的に進めていくという会社が2社ほどあった。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・求人の需要は引き続き増加傾向だが、各企業の先行きが不透明なため、状況は横ばいである。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・求人数は若干ではあるが、増加傾向で推移している。しかし、募集条件面も同時に高くなっており、採用数が比例して増加していないため、数か月先も大きな状況変化はない。
	変わらない	求人情報誌製作会社（営業担当）	・既に一巡している様子である。
	変わらない	職業安定所（所長）	・求人の増加、求職の減少基調は変わらないものの、製造業などで人員を削減する企業がやや増えている感があり、楽観的な見通しは難しい。
	変わらない	職業安定所（職員）	・周囲に変化が出ていないため、変わらない。
	変わらない	職業安定所（職員）	・人手不足の医療、IT関連の求人が増加しているが、採用については様子見している零細企業も多く、変わらない。
	変わらない	民間職業紹介機関（経営者）	・海外での企業活動は増加傾向だが、国内生産物の輸出競争力がいろいろな意味で弱っているため、国内での労働者市場が伸びず、人材業界も困っている。
	変わらない	民間職業紹介機関（職員）	・現在の状況が続くと考えるため、変わらない。
	変わらない	学校〔専修学校〕（就職担当）	・来年度採用計画について、昨年の調査結果から大きな変化はなく、新規採用企業の増加はほぼ見られない。
	変わらない	学校〔短期大学〕（就職担当）	・企業からの求人票は前年同月より若干減少しており、過去5年間、減少し続けている状況にある。企業が各学校に求人票を送付せず、業者に任せてインターネットの求人サイトからの受付になっていることからこのような状況が起きている、とも考えられる。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・改正労働者派遣法成立に伴い、特に日雇い派遣について、企業が利用を控えることが予想される。
	やや悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・自由化業務抵触による終了が大量に控えており、先行きは明るくない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・今月の受注は短期的なものですぐ終わってしまうし、3か月後以降は期待が持てる情報がない。
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社（広報担当）	・当社を含め、業界内で具体的な明るい兆しが見えない。東日本大震災の特需的なものも落ち着きを見せてしまっている。利益が増えず、賞与が今回も大幅に少なくなりそうである。
	悪くなる	—	—

5. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計	良くなる	○	○
動向	やや良くなる	商店街（代表者）	・東北が復興しており良くなっていく。

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
関連		一般小売店〔薬局〕 (経営者)	・株式会社況も良くなり客も多少お金に余裕が出てきている。特売などセールを打てば来客数が増え売上も増えている。店としては地道な努力をしないと駄目であるが、売上は最近天候にかなり左右されている。天候が不順にならないことを祈る。
		一般小売店〔書店〕 (経営者)	・なんとなく悪かったところから少しずつ脱却しつつある。以前は全く売れなかったCDが売れ出したり、少しずつ良くなっていく。
		一般小売店〔自然食品〕 (経営者)	・食品の放射能基準も厳しくなり、考え方もかなり変化してきている様子である。流通する食品の安全について早くから取り組んでいるのでそれなりの信頼も得てきていると思われ、新規の客の来店も多くなっていく。
		百貨店(売場主任)	・春になり新しいスーツや靴などを購入する客が多く、平日も会社帰りの客などで暇な週末よりも売上がある日もあり、少しずつ百貨店に客足が戻っている。また、出張で立ち寄る客も増加し、平日の売上が増加していることから上向き傾向になる。
		百貨店(店長)	・前年同月比では回復がある。
		百貨店(販売担当)	・失業率の改善や株価上昇といった良いニュースが入るようになり、消費者マインドも上向きになっていく。
		百貨店(営業企画担当)	・円高、株安の流れに歯止めがかかってきており、景況感も良くなってきていることから、一般消費に好影響を与える。
		百貨店(販売担当)	・現状では力強さが回復してきたことを考えると、よほどの世情や天候の変化がない限り上昇傾向に変化はない。商品単価や1人当たりの購買点数も向上しており、良い物へのニーズが更に高くなる。
		百貨店(経営企画担当)	・東日本大震災から1年が経過し、一区切り感がある。一時の円高も一服し、株高でもあり、引き続き高額品を中心に動きが見られる。
		スーパー(販売担当)	・季節の変わり目で購買意欲をそそられる。
		スーパー(商品開発担当)	・円安傾向と、前年の東日本大震災で自粛されていた動きが回復する。
		コンビニ(企画担当)	・円高解消の流れ、今年の夏に向けての節電対策も整いつつあり雰囲気は良くなる。
		コンビニ(店長)	・新年度や気温の上昇により、人出が多くなり経済活動が活発になってくる。
		衣料品専門店(経営者)	・買い控えも限界となり、外出や買物をしたいと思うようになって欲しい。
		家電量販店(店員)	・前年は東日本大震災やタイの洪水などで暗かったが、季節の影響もあってか動きが軽くなる。
		乗用車販売店(従業員)	・減税制度が変わり恩恵を受ける車種は少し減るが、補助金の効果がしっかり出てくる。
		乗用車販売店(経理担当)	・エコカー補助金の効果を考えれば2、3か月先でも現状を維持して推移していく。
		住関連専門店(営業担当)	・東日本大震災による工事の増加、オフィスビルや企業などの設備投資等の増加、住宅の消費税増税前の需要による前倒しが少しずつ見られる。
		一般レストラン(経営者)	・長い冬が過ぎようやく春になるという気配もあり、消費にお金を使う人が増える。
		スナック(経営者)	・ゴールデンウィークの予約が多少入っているので、売上は少し期待できる。
		都市型ホテル(経理担当)	・徐々に客足は東日本大震災前に戻る。
		旅行代理店(経営者)	・東日本大震災から1年が過ぎ、震災復興が徐々に全国に広がってくる。
		旅行代理店(従業員)	・今年度の夏までは、オリンピック景気に便乗できそうな感じがする。ロンドンと比較的訪れやすいので、オリンピックツアーに参加して渡航する人が増える。
		美容室(経営者)	・行楽や入学シーズンでおしゃれをして出掛ける機会が多いので、来客数は増加する。
		住宅販売会社(従業員)	・消費税の法案が決まり、今から準備しないといけないという人の来場が、ゴールデンウィークなどに期待できる。3月の動きも良かったため、これから上向き傾向になる。
		変わらない	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（代表者）	・好転するような材料が全くない。低い客単価や買い控えの傾向はまだまだ当分続く。
		商店街（代表者）	・家電市場はかつてない冷え込みである。完全地上デジタル放送化以降のテレビの落ち込みは改善の兆しすら見えず、白物家電のみがやっと前年並みを維持する。
		一般小売店〔酒類〕 （経営者）	・客の飲食店の来店頻度はまだまだ安定して伸びない。
		一般小売店〔土産〕 （経営者）	・変わらない。
		一般小売店〔生花〕 （経営者）	・政治、経済がなかなか安定しないなか、原油高も手伝って、良くなることはしばらくない。
		一般小売店〔食品〕 （経営者）	・東日本大震災からの復旧もあまり進んでおらず、消費税増税案も先送りではつきりせず、株価の上昇はあるがしっかりとした景気の見通しはない。
		一般小売店〔和菓子〕 （企画担当）	・復興景気で多少上向きであるが、政治等の不安要素が払しょくできず先行き不透明である。
		百貨店（売場主任）	・必要な物以外は購入しない。
		百貨店（企画担当）	・今月は前年の東日本大震災の反動もあり、前年を超える売上を確保できるが、来月以降は前年の落ち込みも小さかったためプラスを継続するのは困難である。また、消費税の増税が法案通過すると、一時的には必ず今まで以上に景気を引き下げる要因になる。
		百貨店（経理担当）	・円高の影響は一段落したが、3月のように気温が低い状態が続くと衣料品等の動きが活発化しないため、だだらと夏物へ移行する恐れがある。
		百貨店（営業企画・販売促進）	・消費税と社会保障の話題が落ち着かない限りは、消費意欲は上がらない。
		百貨店（販売担当）	・春物の動きが遅く、かといって冬物はもう動かないので、中途半端な期間が長引く。
		百貨店（販売担当）	・必要なものだけ買う傾向は変わらず、景気の上向きも期待できない。
		スーパー（経営者）	・燃料費の価格上昇、所得控除の減額と、家計を直撃する要素が多く、販売増加に期待したいところであるが難しい。
		スーパー（経営者）	・ヨーロッパが不安定のため、中国やアジアで生産しヨーロッパに輸出しようとした商品が日本に低価格で輸入され、国内生産品は原価ギリギリで販売しなくてはならない。各企業は利益が出ず中小下請にそのつけをまわし、中小企業で働く多くの労働者は給料が増えず、全体の購買力も変わらず、3か月後の景気も良くない。
		スーパー（経営者）	・現状は過去最悪であるが、改善する見通しは立たない。
		スーパー（店長）	・雇用は若干上向きになっているが、ガソリンが非常に高騰し各種商品の値上がりと考えられ、消費の落ち込みが危惧される。今後景気が回復する要素は見当たらない。
		スーパー（店長）	・新年度が始まる時期で、いろいろと物入りのようで、特売でも集客できない。今のあまり良くない状態は継続する。
		スーパー（店長）	・今後、特に客単価や買上点数を押し上げるといった顕著な買物行動は見られない。前年に比べ春の新製品を各社が発売しているが、超ヒットするような商品は見られない。今後も景気は変わらない。
		スーパー（店員）	・前年は東日本大震災特需の売上割合が高い。今後良くなる要素も悪くなる要素もなく、状況は変わらない。
		スーパー（営業担当）	・雇用の状況、原油高騰、明確で説得力のある税制の構築ができないなか、将来への安定感が得られていない政治状況にあり、滞留している金融資産が消費に向かうとはいえない。
		スーパー（販売促進担当）	・東日本大震災、福島第一原子力発電所事故の復旧が効果的に進んでいない状況では、真夏に向けて電力需要の問題等で楽観はできない。
		コンビニ（エリア担当）	・今があまり良くないので、この状態がしばらく続く。前年は東日本大震災の特需等もあったが、今年はその見込みはなく、これ以上悪くなる要素も見当たらないので、しばらく今の状況が続く。
		コンビニ（エリア担当）	・今後も当面は今月同様の売上状況が継続する。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数の前年同月比は上昇しているが、客単価が同様に2%程度低下する。
		コンビニ（店長）	・年度替わりで来客数が増加するかもしれないが、あまり期待できない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（商品開発担当）	・たばこの販売効果が落ち着きを見せているマイナス要素と、一般商品の伸びが東日本大震災から1年経過しプラスに転じるプラス要素の相殺で、変わらない。
		家電量販店（店員）	・前年は東日本大震災の影響で落ち込んで比較ができないが、例年並みであり特に悪くもならない。
		乗用車販売店（従業員）	・補助金制度のおかげで自動車販売は順調であり、数か月は月間目標達成が見込める。
		乗用車販売店（従業員）	・ガソリン価格の高騰傾向が続き、検討車両に燃費の比重がより高くなっていく。しかし、エコカー補助金の終了が意外と早まりそうなので、生産を待たなければならぬ車両の購買意欲がいつまで続くか不安もある。
		乗用車販売店（従業員）	・今後も補助金や新型グリーン税制、重量税の引下げなどで、引き続き新車販売は堅調であるが、収益の要である工場への在庫量が上向かない限り良くならない。ガソリンも高くなり、5月の自動車税の支払に向けて、普段のメンテナンスにはお金を掛けないという人が増えてきそうである。
		乗用車販売店（営業担当）	・減税の延長がなされたことで引き続き販売しやすくなり、基本的にはハイブリッドの販売量は変化せず、その他の車両は分からないので、当面は変わらない。
		乗用車販売店（販売担当）	・新型発表もあるが、減税対象車がかかり減少しているため、変わらない。
		高級レストラン（スタッフ）	・直近の実績は上向いてきたが、予約件数は伸び悩んでおり、先行きは楽観できない。
		一般レストラン（従業員）	・景気は相変わらず低いレベルで安定している。客から、お金がないため最近ではスーパーで発泡酒や焼酎を買い込み、自宅でホームパーティー形式で楽しむという話をよく聞く。
		都市型ホテル（支配人）	・ゴールデンウィークの予約が入っていない。
		都市型ホテル（営業担当）	・良い状態で横ばいが続く。
		旅行代理店（経営者）	・引き続き原油高の影響を受ける。それ以外は、緩やかではあるが、好転する。
		旅行代理店（経営者）	・新入学がある4月以降は、ゴールデンウィークなど大型連休もあるため、景気は底上げされる。
		旅行代理店（経営者）	・少子化、高齢化で販売量が拡大するわけではないため、国内需要は徐々に減っていくなかで、販売量は減少していく。
		旅行代理店（従業員）	・企業の景気調査では景気動向が良くなるということであるが、旅行業では周りの景気が本当に良くなるとなかなか上向きにはならないため、それほど変わらない。
		タクシー運転手	・まだまだ東日本大震災からの復興や海外の水害などで産業も大変なので、悪くはならないが現状から変わらず横ばいである。
		タクシー運転手	・暖かくなり人が出てきそうであるが、出てこない。節約ムードが依然として続いている。無駄を無駄と思わずにやって欲しい。
		タクシー運転手	・今月は前年よりかなり良くなっているので、このまま推移して欲しい。
		通信会社（企画担当）	・消費税率の上昇、電気料金の値上げなど、先行きが暗い要素が多く、なかなか改善に向かわない。
		通信会社（営業担当）	・次世代ネットワークについて、大きなメリットがあれば良いが、今のところない。料金変更も進められつつあるので、期待したい。
		テーマパーク（職員）	・周辺の関係異業種の人と話をするなかでは、楽観できる情報は出ておらず、あまり変化はない。
		テーマパーク（経営企画担当）	・売上は微増になると予想しているが、水道、光熱費の上昇が利益を押し下げたため、変わらない。
		ゴルフ場（企画担当）	・来月から5月にかけては来場者の予約数が増えており、来場者数は前年を上回る見込みである。5～6月はゴルフシーズンでもあり、来場者数は大きく減少しない。
		美顔美容室（経営者）	・新規オープンしたエステサロンも多く、なかなか新規客が集まらない。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・介護保険の制度改正により事務的な義務化項目が増加し、多くの点で労働コストは増加する。
		住宅販売会社（従業員）	・特に変わるような要素はない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・客の様子からは、原油高等の影響で油製品等の価格への影響が懸念される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔土産〕 (経営者)	・ガソリンの値上がりが異常である。車社会でガソリン代や駐車料等が値上がりすると、観光客の減少につながりそうである。
		一般小売店〔贈答品〕 (経営者)	・高齢化が進み香典返しは増加しているが、結婚、出産等の件数が減り、お祝い、お返しが減少している。さらに派手さがなくなり、質素になっている。
		スーパー (店員)	・客単価が低く必要な物しか買わないため、今後見通しは暗い。
		コンビニ (店長)	・配送用の燃料価格が下がる見込みがなく、消費税が増える可能性もあるため、良くなる要素がない。
		コンビニ (店長)	・低温傾向により来客数が落ち込んでおり、元に戻るには時間が掛かる。
		衣料品専門店 (経営者)	・景気の低迷は長く続き、明るい話は聞こえてこない。
		乗用車販売店 (経営者)	・補助金が続く限りしばらくは好調が続くが、3月ほどの需要は見込めない。
		乗用車販売店 (従業員)	・自動車業界は基本的に1～3月は良く、4～6月は厳しくなるため、今後自動車業界は少し悪くなる。
		その他専門店〔雑貨〕 (店員)	・消費税増税案に経済政策が盛り込まれていない。
		スナック (経営者)	・ゴールデンウィークが大型連休になる企業が多く、営業日数が少なくなり、連休明けはレジャー代に流れてしまうことから、繁華街は静かになり、売上は落ち込む。
		その他飲食〔仕出し〕 (経営者)	・政治の不安定化が更に増せば、明らかに景気は悪くなる。
		観光型ホテル (経営者)	・宿泊の予約状況は、前年は東日本大震災の影響があったが、今年は影響がないにもかかわらず予約が早く入ることもなく、動きは緩慢になっている。
		観光型ホテル (販売担当)	・4月以降の予約状況が全く思わしくない。前年にキャンセルされたものが戻って来ない。いくら円安傾向にあっても、中小の下請業者はまだまだ苦しい立場にある。旅行業界でも、良い風が吹くのはもっと後になる。
		都市型ホテル (経営者)	・客単価はまだまだ回復せず、一層厳しくなる。
		旅行代理店 (経営者)	・石油の価格相場が不安定であるため、電気、ガソリン、石油製品等の値上がりにより、消費が冷え込む恐れがある。
		タクシー運転手	・今の状況が続くのも歓迎会の時期までであり、その後の明るい材料は他に見当たらない。
		通信会社 (サービス担当)	・引越しシーズンが終わるが、回線の変動がないため、景気は今よりも悪くなる。
		通信会社 (営業担当)	・資源の少ない日本で、津波被害後の復興も進まず、かつ石油の値上がりという日本の最大の弱みが続くため、やや悪くなる。
		観光名所 (案内係)	・政治の不安定さから、景気の良くなる要素は見えない。
		美容室 (経営者)	・今の景気はイベント等による一過性のものなので、2～3か月後はまた少しずつ元に戻り、来客数は減少する。
		美容室 (経営者)	・今の景気の状態だと、客もお金を使う気にならない。政治も不安で、先行き不透明である。
		その他サービス〔語学学校〕 (経営者)	・事業規模を縮小したため、後はやや悪くなる。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔室内装飾業〕 (経営者)	・今月の好景気は、年度末納期の仕事を中心である。新年度以降の見積依頼はほとんどない。
		その他住宅〔住宅管理〕 (従業員)	・不動産の場合、消費税の金額が大きいので不安が大きく、導入の時期が決まるまでは客の動きは鈍い。
	悪くなる	商店街 (代表者)	・ガソリン価格が上昇している。
		一般小売店〔時計〕 (経営者)	・消費税増税になると先行きが不安定になる。
		スーパー (店員)	・ガソリン価格の高騰が更に追い討ちを掛ける。客の財布のひもは固くなる。
		その他専門店〔貴金属〕 (店長)	・相変わらず客単価が低く、売上が前年を上回る見込みはない。必要な物以外は買わない状況で頭打ちが続く。
		パチンコ店 (経営者)	・業界全体が低単価傾向になる。
		理美容室 (経営者)	・ガソリンの値上がりや消費税増税により、ますます悪くなる。
		理容室 (経営者)	・景気はまだまだ良くならない。

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	
		住宅販売会社（経営者）	・全体的に物価が上昇し、住宅の購入となると毎月の支払がきつくなるのではないかとのちゅうちょが見られる。	
		住宅販売会社（従業員）	・以前の消費税増税の時は建築の駆け込み需要が多くあったが、消費税増税により生活費の負担が多くなるかもしれないということで、支障がない限り建築への投資は抑える傾向にある。	
企業 動向 関連	良くなる	金融業（法人営業担当）	・地元自動車メーカーの増産計画を反映して、今後も自動車関連部品、素材メーカーでの生産増加が見込まれる。	
	やや良くなる	食料品製造業（経営企画担当）	・株価も少しずつ回復基調にあり、3月期決算企業の業績にも少なからず良い影響が出る。そうした傾向から、更に消費の拡大につながる。	
		紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・自動車産業向け及び食品向けの梱包材が、今後2、3か月先に向けて順調に伸びていきそうである。	
		化学工業（企画担当）	・日経平均株価が1万円台を回復し、円安傾向となったこと及び欧州の信用不安が一定の落ち着きを見せ、米国の景気回復も穏やかながら進みつつあることから、輸出産業を中心に上向きに転ずる。	
		電気機械器具製造業（企画担当）	・欧州や中国などに不安材料もあるが、米国の景気が上向き基調にあるため短期的には好転する。	
		電気機械器具製造業（営業担当）	・ケーブル業界でも、消費税増税の前に大型設備投資の兆しが見られる。	
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・取引先の生産計画が上向きになると聞いている。	
		建設業（経営者）	・色々な懸念材料があるものの、特に大きな動きがなければ順調に回復していく。	
		輸送業（エリア担当）	・円安基調にあり、タイヤの生産が復活し、東北の復興も進んでいく。	
		企業広告制作業（経営者）	・低迷した時代には、一見無駄な物のように思われる女性向け商品が売れる。「〇〇女子」のように「女子」を付ければ、消費は拡大できる。	
		行政書士	・新年度の動きが出てくる。	
		会計事務所（職員）	・建設業者では、この先1年間で新築予定が例年に比べて急に増えているとのことである。これは明らかに、消費税増税を意識して見積発注をしているようである。新築の場合、計画から施工まで期間を要することから、早めの手当をしている様子である。	
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・新規案件を受注したくても調達できず失注してきたが、状況が変わりつつある。	
		その他サービス業〔広告印刷〕（従業員）	・問い合わせ等の動きが、多少増えてきている。これが実際の受注に結び付けてくれればと思う。	
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・中国から仕事が戻ってくるということもあるが、円安状態が続くと仮定し、車の売行きも安定し景気の上昇となれば良いが、なかなか難しく景気は安定しない。	
		変わらない	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・現在も比較的好調であるが、このままの状態が続く。
			化学工業（人事担当）	・現在の円安傾向、欧州の信用不安の危機感は薄らいでいるが、不安は依然とすくずぶっている。短期的に良くなっても景気が勢いよく上昇することはしばらくない。
一般機械器具製造業（営業担当）	・引き合いと受注件数は増えているが価格競争は相変わらず厳しく、為替レートが現在の水準であるとまだまだ利益の確保は難しい。			
電気機械器具製造業（営業担当）	・円安傾向の先行きが見えない。			
電気機械器具製造業（経営者）	・現状が維持される。			
電気機械器具製造業（経営者）	・車載電子とFA市場では、先進国の回復と新興国のピークアウトの前兆が受注の先行指数に少しずつ出始めてきており、景気判断は極めて難しい。			
建設業（営業担当）	・どこかの会社が良くなればどこかの会社が悪くなるので、全体では変わらない。			
輸送業（エリア担当）	・発送、到着の伸びよりも、単価の下落が厳しい。今後は大幅な設備投資も控えているため、収入が大きく伸びない以上、経費を節減するしかなく、社員の自然減が必要である。パートを社員化しなければ持たなくなってしまう。			
輸送業（エリア担当）	・自動車関連の仕事は少し落ち着いてきているが、設備等のプラント関連の動きが良くなってきている。しかし、燃料代がじわじわ値上がりしてきているので、とても心配である。			

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信業（営業担当）	・新年度を迎える会社が多いが、期待はしているがまだ変化はない。
		金融業（企画担当）	・当面は現在の状況が続くと思われるが、潮目は変わってきている。
		不動産業（経営者）	・現在の状況が変わるとは思えない。
		不動産業（管理担当）	・景気は変わらないが、客の予防的処置として、より安い事務所への移転が進む。
		不動産業（開発担当）	・工事費の上昇は極端なものではないため、2～3か月で大きく状況が変わることはない。
		広告代理店（制作担当）	・どの企業もなかなか広告予算が増えないため、活発な動きはなく、現状維持である。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・取引先がチラシの配布地区を縮小し、チラシの大きさも小型化する傾向が見られる。
		会計事務所（社会保険労務士）	・円安で大企業の業績は好転するというが、中小零細企業までその恩恵が届くには少々時間が掛かる。3か月程度では変化は望めない。
やや悪くなる		窯業・土石製品製造業（社員）	・3月になってから、急に受注量が減ってきたが、その原因が分からない。円高で海外製品との競合が厳しくなるなかで、原料は輸入品であるにもかかわらず、品薄から価格上昇は20%にも達して、苦しい状況に拍車を掛けている。
		金属製品製造業（経営者）	・内需関連の引き合いが減少している。
		輸送業（従業員）	・原油価格が依然として高騰を続けており、天井が見えない。また、原発問題で電力供給が不安定であり、景気全体を悪化させる要因になっている。
		輸送業（エリア担当）	・2～3月は荷物量の伸びが見られない。家電大手の減益や生産の海外シフトなどが進み、国内の物流が確保されていない状況で、付随して関連企業でも業績は悪化していく。
		金融業（従業員）	・4月以降は生産量が減少し暇になることから、この先も見通しが立っていないという話をよく聞く。
		公認会計士	・円高、燃料高等の不安要素が多い。政治が不安定である。金融円滑化法の期限が迫っている。
		経営コンサルタント	・消費税増税の駆け込み需要は見込めるが、根本的に給与水準や雇用や失業率が良くなる方向にはないため、明るい兆しは見えていない。復興需要や株高の影響が出てくるとは思うが、地方圏ではまだ見えにくい。
悪くなる		鉄鋼業（経営者）	・3月決算に向けた動きのなかで、受注量が伸びる時期にかえて減っている状況では、通常よりも更に受注量、販売量は落ちていく。現状で約2割減であるが、このままでは3割減にまでいきそうな状況である。
		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、来年度上半期の生産台数は減少すると聞いている。
		輸送業（経営者）	・原油の価格が為替と関係ないところで大幅に上昇を続けており、軽油価格はしばらく高騰を続けそうである。
雇用関連	良くなる	人材派遣会社（経営企画）	・取引先の研究開発ニーズは継続することが見込まれる。
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・海外進出企業の現地法人での採用が活発化している。
		アウトソーシング企業（エリア担当）	・新年度上期の9月ごろまでは、自動車生産は上向き傾向にある。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比で20か月以上連続で増加しているが、円高が止まり、増加傾向は全産業に波及しつつある。
		民間職業紹介機関（営業担当）	・自然災害におけるリスク管理が企業の投資となって表面化する。BCP（事業継続計画）対応、設備投資等による店舗、施設の開設、工場の立ち上げに伴い、金の流れができる。
	民間職業紹介機関（支社長）	・自動車業界だけでなくサービス業界の求人意欲が高まりつつある。	
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・政治情勢の不安定さにより、企業の投資意欲は減退する。
		人材派遣会社（営業担当）	・日経平均株価が1万円を回復したものの、景気回復を加速させる大きな要素はない。
		職業安定所（所長）	・エコカー補助金やエコカー減税に加え、このところの円安への動きなどから、自動車部品を製造している事業所の生産は、多少増減はあるものの現状を維持すると思われる。しかし、運輸関連産業やプラスチック・化学製品等を取り扱う事業所では、原油価格の高騰により、求人数は今より減少する。

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
		職業安定所（職員）	・現在の求人数の増加傾向は、まだ数か月は続く。しかし、労働条件が改善するわけではないため、横ばいである。
		職業安定所（職員）	・製造業を中心とした中小零細企業が、まだまだ円高などの影響で受注は増えてこない。
		職業安定所（職員）	・企業訪問を行い状況を聞き取りするなかで、先行きが見えないことを理由に2～3か月の範囲で動いている企業が多い。
		職業安定所（職員）	・卸小売業、運輸物流等の分野で人手不足感がうかがわれ、改善の兆しが見られる一方で、円高、原油高等の影響により、受注が不安定な製造業、特に零細な下請企業では依然として厳しく、まだらな状況であり、全体としては大きな変化は見込めない。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・次年度の採用計画が未定である。新卒よりも組織的に30代の中核層に空洞化が見られ、過去の採用抑制が影響している。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・歓迎会の予約状況が現状ではあまり良くなく、直前の予約に期待したい。
		職業安定所（次長）	・自動車関連の雇用調整以外に大きな動きは今のところ見られないが、円高の影響が電気機器製造業などで広がっている感触がある。
	悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・既存の派遣契約が更に自由化契約や直接雇用に切替わる可能性があり、景気の悪化が避けられない情勢となっている。具体的には、全派遣契約の約3割を占める営業事務において納期調整を実施した場合、自由化契約とみなされるため、多くの営業所で派遣契約が終わる。

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）	・東日本大震災の影響も少しずつ薄れており、購買意欲が高まると予想される。自粛マインドも薄れる方向にある。
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・東日本大震災の影響も薄れており、顧客全般に購買意欲が戻ってきた。
		百貨店（売場主任）	・前年の東日本大震災での落ち込み分はカバーできると考えられるが、懸念材料は原油価格の高騰であり、消費マインドに影響を与えそうである。しかし、エコ関連商材は継続してプラス要素として見込める。
		百貨店（営業担当）	・ファッションの動きは不透明であるが、イェナカ消費という観点からは、住食関係は堅調に推移していくであろう。一般的にはわずかでも消費の盛り返しが実感されよう。
		コンビニ（店長）	・給料日明けの動向をみると回復傾向がわずかだがうかがわれる。3月末ごろには回復感が見られたので、4～5月にかけてもこの流れが続くと思われる。客との会話でも景気の悪い話は聞こえてこない。
		コンビニ（店舗管理）	・東日本大震災があった前年度との比較では閉塞感の緩和がみられる。
		衣料品専門店（経営者）	・最近の株高、円安などをどう評価するか。一方、ガソリンの高騰や給与の停滞をどう評価するか。どちらに重点を置くかによって先行きの判断が変わる。自分のポジションがどこにあるかで変わる。
		乗用車販売店（経理担当）	・エコカー補助金の復活やエコカー減税の継続などにより、今以上に需要を喚起するものと思われ、新型車効果も含めて、しばらくは前年以上の販売が期待できる。
		その他専門店〔医薬品〕（総務担当）	・冬場は車での来店が多いが、天候がよくなれば、自転車や徒歩での来店が増加する。また、農作業が始まるので飲料や菓子などの食品や栄養ドリンク、シップ剤の動きが活発になる。
		観光型旅館（スタッフ）	・3月より予約状況は前年の120%を超えている。しかし間際受けがどれだけ伸び、インターネットでの予約がどれだけ伸ばせるが課題といえる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・前年の東日本大震災の影響を考慮した場合、どの部門とも予約は例年並みに受注している。
		旅行代理店（従業員）	・既存の客はもちろん新規の客からも問い合わせや申込が、団体個人を問わず増えている。また、これまで控えていたと思われる東北方面への旅行企画依頼も増えている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
変わらない		テーマパーク（職員）	・個人旅行の動きは堅調に推移しており、募集ツアーや団体旅行の先行予約も、前年同月比では順調であるため、ややプラスの方向に改善する。
		美容室（経営者）	・今年に入って来客数、売上、客単価といずれもが前年同月を上回っており、この上向き傾向は本物のように思える。
		住宅販売会社（経営者）	・見込み客の様子を見ているとやや良くなる感触である。
		住宅販売会社（従業員）	・将来の消費税増税が見えており、増税前に新築を考える人が増えてきた。今後ますます増えてくると予想される。
		商店街（代表者）	・イベントや行事が年々減少し、生活自体に消費の抑制が感じられる。
		商店街（代表者）	・前年は東日本大震災直後ということで景気が低迷していた時期であり、前年比だけで見ると好調のようだが、前年同月が悪くだけである。景気が良くなったといえるまでにはまだまだ時間がかかりそうである。
		一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	・希望的観測では悪化はないだろうが、良くなる材料も見当たらない。
		百貨店（営業担当）	・春物、初夏物のなかでは特に大きなヒット商品の予測もない。また、春物の立ち上がりから見ると、お出かけ用の衣服一式を購入するのではなく、後々使い回しのできるものの購入、家にあるものを併用してプラス1点の購入などなるべく量を増やさないように買物をしているようで、今後大きく数字が伸びる予想は立てにくい。
		百貨店（営業担当）	・最近の1か月では、自社カードのダブルポイント付与や分割払い手数料無料など特典を付けると集客、売上が確保できた。そのため、今後の予定からみるとほぼ現状の水準を確保できるだろう。
		百貨店（売場担当）	・生活に必要な最低限のものを購入するといった姿勢に変化はない。ただし、雪解けや春らしい気候が続くと徐々に衣料品を中心に売れると予想している。
		スーパー（店長）	・今のところ、悪くなる要素も良くなる要素も見られない。ただ、この後、消費税増税議論の影響は出てくるであろう。
		スーパー（店長）	・現在、食品の買上点数、客単価ともに前年を下回っており、まだまだこの状況が継続する。東日本大震災による需要も商材によってはまだかなりあり、しばらくはこの傾向が続く。
		スーパー（総務担当）	・ガソリンの値上げによる影響が、製造や物流のコストに大きな影響を与える可能性が高いのが不安材料である。消費についてはやや上向き傾向と思われる。
		スーパー（総務担当）	・電気料金、健康保険料など値上げが続くため、消費者は引き続き無駄な出費を控えるだろう。
		コンビニ（経営者）	・ファストフード類や店内調理の惣菜、おにぎり、サンドイッチ、デザートなどは好調だが、日用品や飲料などは悪くなっている。今後もこの傾向が続くとみている。
		衣料品専門店（経営者）	・今後、現状が大きく好転していくことは考えにくい。消費者の価値観と合う商品については、価格にかかわらず引き続き売れていく。
		衣料品専門店（総括）	・消費税、電力料金、ガソリンなど不透明な点が多く消費が回復するとは思えない。
		家電量販店（店長）	・現状では期待できる商品が少なく、前年のエコ家電需要も今年は薄れている様子が見受けられる。
		家電量販店（店長）	・節電商品を押し出して高単価の商品でテレビの落ち込みをカバーするのがやっとである。前年同月は地上デジタル放送移行でテレビの販売額が全体をけん引していたが、今年ほどここまでカバーできるか難しい。
		家電量販店（管理本部）	・大型商品の販売状況の推移を見ると、今後新しいカテゴリーの商品が出てこない限り売上に大きな変動は見込めない。
		乗用車販売店（経営者）	・小型化、低燃費で低価格の戦略車と限定車に対応して受注を獲得するが、大きく期待はできない。
		自動車備品販売店（従業員）	・前年と比べても4月以降の特需的な要素がなく、現状の単価低下、高額品の買い控え傾向からの変化はない。
		住関連専門店（店長）	・良くなる兆しが見えず、現状がまだまだ続くと考えられる。
その他専門店〔酒〕（経営者）	・人や物が動く季節になるが、それほど多くの期待は持てない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		高級レストラン（スタッフ）	・前年5月以降では売上は底を打ったが、3年後に開通する北陸新幹線以外に環境が良くなる要因が見当たらない。
		一般レストラン（スタッフ）	・消費税や電気料金値上げの問題もあるが、車社会の北陸にとってガソリンの値上がりが一番家計を圧迫している。休日は近場で過ごす傾向にある。
		スナック（経営者）	・会社経営者の客からの話では良くなっていく気配があると思っていたが、先々の不透明感や原料高、国際的要因によるリスクなどで落ち込むようでは、プラス要因も相殺されてしまう。
		観光型旅館（経営者）	・春以降、東京スカイツリーの開業や東北支援など人の流れが東へと動いていくように思われる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・「春」という季節が消費者心理を浮き立たせることはあると思われるが、今より良くなるという積極的な理由は見当たらない。
		旅行代理店（従業員）	・消費税をめぐる政局の不安定感や原油高さらには原子力発電所問題からくる夏場へ向けての電力不安などが影響し、旅行業界への先行きが明るくなる要素が見当たらない。ただし、当地では比較的電力事情が安定しているため、不安定になると予想される地域を避け当地に目を向ける可能性も残されている。
		タクシー運転手	・変化するための明るい要因に乏しく、さらに他社と競合するためこの先期待できない。
		通信会社（職員）	・これといった良い材料がなく、現状を維持するのが精一杯である。
		通信会社（社員）	・携帯電話の販売量は大きくは変化しない。
		通信会社（営業担当）	・新商品が発売され、スマートフォンの買換え需要は伸びているが、販売量はここ2～3か月は横ばいで推移している。今後も著しい変化はないであろう。
		通信会社（役員）	・大手通信事業者との競合がますます厳しさを増すなかで、当社でも高速通信サービスの内容見直しや強化に努めており、今後その認知度の高まりにより、市場の拡大と契約数の増加に寄与するものと考えている。
		競輪場（職員）	・現状を打開すべき解決策が見当たらない。引き続き厳しい状況が続くと予想される。
		住宅販売会社（従業員）	・新築の注文住宅に積極的な動きがみられず、横ばいである。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税の問題がどう決着するのかを含め先行き不透明である。客の値引き依頼も依然として強く、契約件数が横ばいでも金額で伸び悩むとみている。
やや悪くなる		一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	・この時点でわかる限りでは、まとまった案件がない。世の中が動くようになれば、OA関連の入替えなどのタイミングがあると予想されるが、現状では動く気配がない。
		スーパー（店長）	・消費税増税に対する不安感が客にみられる。
		コンビニ（経営者）	・前年の東日本大震災時の飲料や電池、小物品など特需の反動で、今後3か月は粗利が大きく落ち込むと予想される。
		衣料品専門店（経営者）	・中東情勢をにらんだガソリンの値上がり、景況感を押し下げる要因の1つとなる。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー減税やエコカー補助金による需要の前倒しが見られ、その反動が予測される。
		タクシー運転手	・ガソリンや食料品が値上がりする一方で、所得が上がっていないことを考えると景気は冷え込んでいくものと思われる。
		通信会社（営業担当）	・毎年恒例の新商品発表前の買い控えが発生すると思われる。また、在庫処分商品の販売価格低下が見込まれるため、在庫不足に陥り、購入を希望する客にいきわたらない可能性がある。
		その他レジャー施設（職員）	・子ども会員の減少分の確保が新年度当初には難しい。また、燃料費が大きく上昇しており、当面下がる見込みが少ないと判断している。
		住宅販売会社（従業員）	・当社の実績に表れていないが、公表される着工棟数などの前年同月比が低下している。また、資金的に厳しい客も増えている。
悪くなる		—	—

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
企業 動向 関連	良くなる	一般機械器具製造業 (総務担当)	・円高が幾分是正されており、欧米への輸出が7割近い当社にとっては円安は良い材料である。
		繊維工業 (経営者)	・衣料関係では、これから秋冬物の仮需が発生し受注が良くなるとともに、非衣料関係では、車関係で先行きの受注見通しが明るい。
		電気機械器具製造業 (経理担当)	・引き続きスマートフォン関連の部品の受注は、2～3か月後まで異常なほどの受注が入っている。ただし、その後は全く状況が見えない。
		金融業 (融資担当)	・原油高や消費税増税問題で消費者心理が冷え込む恐れがあるが、株価が底打ちした心理的影響のほうが大きく、消費者は心理的に明るくなるであろう。この影響で、消費者に近い業種から川上までさかのぼり、製造業にまで好影響を及ぼすであろう。
		税理士 (所長)	・公共事業でのデフレ的な工事発注による価格低下がマイナス要因ではあるが、民間では物の流れが良くなっていると感じている。原油高で問題はあるものの、物が動き始めていると実感しており短期的には回復が見込まれる。
	変わらない	繊維工業 (経営者)	・為替が多少改善しているものの、円高基調は変わらず、輸出関連の苦戦が続く。一方、国内は復興需要が期待でき、大きな下支えになる。
		プラスチック製品製造業 (企画担当)	・今の状態は3～4か月で変わるものではなく、半年、1年続くとみている。
		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と変化がない。
		一般機械器具製造業 (経理担当)	・国内需要、特に設備投資の回復が見込めない。
		精密機械器具製造業 (経営者)	・3か月先までの生産計画数量は、現状と同水準の推移となっている。海外向けについても一時的かもしれないが、為替の安定感から現状と同水準が続くであろう。
		金融業 (融資担当)	・円高の修正、株価の修正で目先の期待感はあるものの、足元の実態としては引き続き現状の状態が続くと思われる。
		不動産業 (経営者)	・同業者や法人取引先に聞くと、一部に先行き明るくなる期待感があつたものの、良い話は少なく現状が続くものと思われる。
		新聞販売店 [広告] (従業員)	・東日本大震災後から1年が経過する3月11日以降の受注の増大は長続きせず、特需にすぎないように感じる。
		司法書士	・マンション新築や住宅新築などであれば、今後、建築業、ホームセンターなど波及効果が考えられるが、多くの取引があつた既存マンション、中古住宅の売買が中心では大きな変化は見込めない。
		やや悪くなる	食料品製造業 (企画担当)
	輸送業 (配車担当)		・消費税の増税が予想されるなかで、消費者の購買意欲が減退し、また、一週間単位で原油価格が上がっているため燃料費の負担が大きくなり、経営を圧迫するであろう。
	悪くなる	建設業 (経営者)	・4月の手持ち工事がほとんど無い状況であり、新年度に発注予定されている工事も地域的に偏っており、受注の見通しが立たない。発注時期も7月以降になると思われる。
		建設業 (総務担当)	・製造業では計画中の設備投資の先送りが続いており、工事発注量は依然として低調な状況が見込まれ、受注価格競争はますます厳しさを増していく。
	雇用 関連	良くなる	—
やや良くなる		人材派遣会社 (社員)	・新年度を迎えるということもあり短期の案件が主であるが、求人数が徐々に増えており今後も微増傾向にあると思われる。
		職業安定所 (職員)	・製造業や建設業など基幹産業の求人が増加しているが、個人消費関連企業の求人が減少しており、注視が必要である。
変わらない		人材派遣会社 (役員)	・企業側での特別企画要員や業務多忙による増員計画でもない限り、派遣需要は増えそうもない。
		求人情報誌製作会社 (編集者)	・正社員の雇用計画をあまり聞かない。
		職業安定所 (職員)	・3月に入り、原油高騰など先行きに不安感が出ている。事業主から休業実施計画届の相談はあるものの、新規休業実施計画届の提出は今のところない。
		民間職業紹介機関 (経営者)	・派遣やパートの求人広告をだしても問合せや応募者が極めて少なく、求職者探しが難しくなっている。

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
	やや悪くなる	—	—
	悪くなる	—	—

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	商店街（代表者）	・週末は買得品の多いことが客に浸透してきたため、商材をうまく選ぶことで売上の増加につながる。
		一般小売店〔菓子〕 （営業担当）	・4、5月は気候も良くなり、入学や入社、ゴールデンウィークなどで人の動きが良くなるため、このチャンスを売上増加につなげる。
		百貨店（売場主任）	・徐々に暖かくなっており、株価も上がりつつあるため、今後は少しであるが良い方向に向かう。
		百貨店（企画担当）	・季節商材の動きが悪いものの、実需期になれば活発に動くほか、株価の上昇で高額品の動きも良くなることから、見通しはやや明るい。
		百貨店（営業担当）	・一部の富裕客には根強いブランド志向がみられるため、春夏物が本格的に展開し始めると、特選ブランドを含めた受注が増える。
		百貨店（販促担当）	・消費税率の引上げなど不透明な部分はあるが、株価も1万円を超えたことで、富裕客にも動きが出てくる。
		百貨店（商品担当）	・今後も外商関連や高額品、高級輸入品を中心に、売上が若干伸びていく。
		百貨店（売場マネージャー）	・前年の東日本大震災による落ち込みの反動で、特にミセス層では前年に買い控えていた商材の購入が増える。また、原子力発電所の停止による電力不足で、スーパークールビズなどの商材は前年に続いて購入量が増える。
		スーパー（経理担当）	・株価の回復や円高の一服で消費マインドは改善が進んでいる。消費税率の引上げや、パートタイマーによる厚生年金の加入問題が水を差すが、当面は消費を冷やす材料にはならず、売上は堅調に推移する。
		スーパー（広報担当）	・夏に向けた電力不足の影響次第では大きく悪化する可能性もあるが、円高が一服し、株価も回復基調にあるため、今後は若干良くなる。
		スーパー（社員）	・今月は天候に恵まれなかったこともあり、春物商材の鈍い動きが続いている。ただし、チラシの折込時やイベント実施時の来客数は堅調であるため、安定した天候が続けば、今後は客の消費意欲も高まってくる。
		コンビニ（経営者）	・来客数が微増に転じつつあるため、値下げをしなくても売れるような魅力ある商品をそろえれば、売上の増加につながる。
		コンビニ（店員）	・暖かい季節になれば来客数が伸びる。
		コンビニ（広告担当）	・消費税率引上げなどの方向性次第では消費マインドが低下するものの、今後2～3か月は多少良くなる。
		家電量販店（経営者）	・太陽光発電関連の施工が増えるほか、夏に向けて節電志向が高まるため、省エネ家電の動きが良くなる。
		家電量販店（企画担当）	・消費税率引上げの動きに大きく左右されるが、販売量や来客数が増えているため、先行きは良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・クーポンサイトの活用や周年関連のイベントの増加により、来客数やリピート客の増加につながるため、薄利ではあるが先行きはやや良くなる。
		観光型旅館（団体役員）	・東日本大震災や台風の影響はほぼ落ち着きつつあるほか、4月以降の団体客などの動きにも回復がみられるため、先行きはやや良くなる。
		都市型ホテル（総務担当）	・宿泊部、宴会部の予約状況が順調であることから、4、5月は好調な動きとなる。
	都市型ホテル（客室担当）	・株価の上昇や円安の進行による安心感もあり、前年は自粛された宴会が戻りつつあるほか、今年はゴールデンウィークの曜日巡りも良いため、先行きはやや良くなる。	
	旅行代理店（従業員）	・株価や為替の動向に左右されるが、見通しは良い。	
	通信会社（経営者）	・株価の上昇や円安の進行による景気の回復で、先行きはやや良くなる。	
	通信会社（社員）	・新しい割引プランなどの導入で、市場が少し動き出しているため、先行きの見通しは良い。	

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
		テーマパーク（職員）	・今月中旬に新施設がオープンし、これから春休みを迎える。本格的な観光シーズンとなり、メディアにも大きく取り上げられているため、来客数の増加につながる。
		観光名所（経理担当）	・約50年前から続いている盆栽展への来場客がかなり落ち込んでいる影響で、当施設への来場も前年比35%減となり、大幅な売上減につながっている。前月と同様に、土日や休日はそれなりの来客数となるが、平日は特に団体客が少ない。ただし、来月からの行楽シーズンを前に、前年よりも大規模なイベントを行っているため、先行きは良くなる。
		その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・プロ野球のシーズンが始まるほか、4～6月にはコンサートが14日間開催され、5月には家族向けのイベントもあるため、若年層を中心に来場客数が増える。
		その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・毎年暖かい時期になると来客数が増える。
		住宅販売会社（総務担当）	・政府の需要促進策が固まってくれば、消費税率の引上げによる駆け込み需要もあるため、先行きは良くなる。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要はまだ顕在化しないものの、今が買い時という雰囲気は続くため、不動産の購入マインドは上昇する。
		変わらない	
一般小売店〔衣服〕（経営者）	・消費税率の引上げといった暗いニュースが多く、明るい材料がなかなか見当たらない。		
一般小売店〔事務用品〕（経営者）	・消費税率の引上げ議論が進むなか、一般的に消費は冷え込む。事業所関係では省エネや防災対応で動きも出てくるが、全体を押し上げるまでには至らない。		
一般小売店〔菓子〕（経営企画担当）	・12～2月の売上前年比を、各地区別に上位5店舗の平均で見ると、関西は92.3%、関東は106.7%、中国は106.1%、中部は95.9%となり、各地区合計の平均は97.8%となっている。前月と同様に地区によって差はあるが、特に関西地区の状況が悪いため、見通しは厳しい。		
一般小売店〔家具〕（経営者）	・4月から家庭の社会保障負担などが増えるので、買い控えが進む。		
一般小売店〔衣服〕（経営者）	・今年は冬が長く、春物商戦が苦戦しているほか、政治の混乱で消費者が安心感を持ってなくなっている。購買意欲は低く、楽観的な様子も全くないため、今後も厳しい状況となる。		
一般小売店〔雑貨〕（店長）	・今後税率が上がれば、ますます売上が落ち込むため、廃業も避けられない。		
一般小売店〔花〕（店長）	・原油価格の高騰のほか、天候不順による農産物の不作などが物価の上昇につながるため、消費者の財布のひもは固い状態が続く。		
一般小売店〔酒〕（店員）	・今月に入り進物需要がみられるが、例年よりも件数や単価が悪化しているほか、まとめ買いも少ない。来客数は前年と比べても大きな変化はないが、客単価は厳しく、上向き気配はない。		
一般小売店〔カメラ〕（販売担当）	・ここまで悪い状態になれば、一部の企業が良くなっても、消費者の生活が少しでも良くなるまでには相当な時間がかかる。		
百貨店（売場主任）	・国内需要の拡大や、円安による輸出の増加などで景気が上向き、消費全体の増加につながらなければ、先行きは良くなるらない。		
百貨店（売場主任）	・消費税率の引上げ議論の進行で、消費者心理に大きな影響が出る。		
百貨店（売場主任）	・消費税率引上げの負の側面ばかりが取り上げられ、増税で生活が良くなる面がみえてこないため、客が消費に対して消極的になる。		
百貨店（売場主任）	・直近で商圏内に大きな変化はない。他社との商品の差別も困難ななか、当店だけが好調となることはない。		
百貨店（売場主任）	・円高水準の継続や大手メーカーの業績悪化、所得の減少傾向、ガソリンなどの値上げ懸念などで、消費マインドが上向きことはない。1～3月に苦戦した衣料品関連の動きは、今後活発化が予想されるが、全体を押し上げるまでには至らない。		
百貨店（企画担当）	・気温が上がり、春物商材の動きが良くなる時期となるが、原油価格の高騰や消費税率の引上げといった不安なニュースが続くため、消費意欲の低下につながる。		

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）	・円安傾向や金価格の高騰により、海外ブランドの宝飾品などの値上げが進むものの、上位の富裕客では買い控えが進む気配はない。
		百貨店（サービス担当）	・福島第一原子力発電所の事故による海産物への影響が今後の問題となるなど、見通しは厳しい。今後は、食品の安全表示や広告などによる情報提供が必要となる。
		百貨店（婦人服）	・原油価格の上昇や消費税率の引上げ、年金に対する不安などで、今後も消費に慎重な姿勢が続く。
		スーパー（経営者）	・客の多くが運転手や公務員であるが、仕事がまた休みになったという声がよく聞かれるなど、上向き兆しはない。
		スーパー（経営者）	・当地域は日本有数の高齢化、過疎化地域であり、人口の減少にも歯止めがかからない状況が続いている。高齢者が買物に行く足もなくなり、宅配購入に頼っているため、今後も上向きことはない。
		スーパー（店長）	・今年は前年以上に電力不足が厳しくなるため、節電関連の市場は拡大する可能性があるものの、原油価格の上昇懸念などで好転する気配はない。
		スーパー（店長）	・今後も客の節電志向や原油価格の上昇、消費税率引上げなどが、消費に悪影響を及ぼす。
		スーパー（店長）	・株値上昇や円安の流れは良いが、電気料金の値上げや消費税率の引上げ問題もあるため、夏に向けて節約志向が更に強まる。
		スーパー（店長）	・前年は東日本大震災の特需で被災地向けの水や米の需要が伸びたため、前年比で見ると安定的に良くなることはない。
		スーパー（店長）	・原油価格の高騰や、それに伴う配送費などの経費の増加が進むため、上向き判断は難しい。
		スーパー（販売担当）	・ポイント加算やシールの配布といったサービスをうまく利用して、少しでも安く買う客が増えているため、今後も売上は増えにくい。
		コンビニ（経営者）	・近隣の会社の移転やビルの空室の増加により、11～14時ごろの来客数が約10%減っており、明るい見通しは持てない。
		コンビニ（店長）	・景気の回復は期待できず、たばこの販売も伸び悩んでいるが、気温の上昇に伴って来店頻度も上がるため、ほかの商品の売上増でカバーできる。ただし、売上全体が増えるまでには至らない。
		コンビニ（店員）	・まだまだ客の財布のひもは固く、業況が上向き兆しはみられない。
		衣料品専門店（販売担当）	・客が出費を抑える動きは変わらないため、今後も現在の状況が続く。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金による効果が思ったほど出ていないため、先行きは不透明である。
		乗用車販売店（経営者）	・欧州の信用不安や、いまだ本調子でない米国経済、国内の政治の混乱、東日本大震災の復興の遅れなど、消費を刺激する材料には乏しいため、まだまだ景気は上向かない。
		乗用車販売店（経営者）	・例年3、4月は新車がよく売れるが、今年は新車の売行きが悪く、車検や修理の予約もあまり見込めないため、見通しは厳しい。
		乗用車販売店（販売担当）	・エコカー補助金の延長に対する期待感はあるが、4月以降は少し一服感も出てくる。
		乗用車販売店（営業担当）	・現行のエコカー減税が終了するほか、決算時期も終わるため、客の動きには勢いがなくなる。
		住関連専門店（店長）	・消費税率引上げの動きに伴い、客の動向には良くも悪くも影響が出てくる。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・今の株高、円安傾向が続けば、徐々に消費マインドは高まるため、今後も堅調な動きが続く。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・大企業の赤字決算が報じられ、それに伴って給与の削減も進みつつあるため、消費者の購入意欲は高まらない。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・現状から大きな変化はない。
		その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・株値の上昇もあって経済は上向いているが、消費税率引上げ議論の動向次第では消費が再び冷え込む。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・一時に比べれば円高は落ち着いたが、今後も海外旅行などに客が流れていく。
		高級レストラン（スタッフ）	・今月に打ち上げや飲み会が増えた動きは、来月には落ち着く。
		高級レストラン（支配人）	・日本人観光客は徐々に戻りつつあるが、外国人観光客はまだまだ少ないため、回復までには時間がかかる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（経営者）	・消費の動きが大きく変わる要因が見当たらない。
		一般レストラン（店員）	・店の体制が変わって売上が伸びているため、今後も悪化することはない。
		スナック（経営者）	・長年にわたって利用のあった団体客から、最近ではインターネットで新しい店を探しているという声も聞かれるなど、今後も上向く兆しはない。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・東日本大震災の復興需要に期待が集まっているが、西日本では景気回復の材料が見当たらない。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・競合店の開店などで客を奪われているため、今後の見通しは良くない。
		その他飲食〔ジャズバー〕（店員）	・今までのようにお金を使えなくなり、終電で帰る人が多くなっているため、今後も厳しい状況となる。
		観光型ホテル（経営者）	・個人客、団体客共に動き出したものの、価格に対しては相変わらずシビアなままである。いかに値打ちのある商品を提供できるかについて、今後は業界内での競争も一層激しくなる。
		観光型ホテル（経営者）	・依然として政治や経済に明るい方向性がみられないため、よほど明るいニュースがない限り、現状とはほとんど変わらない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・単価の上昇は見込めないが、宿泊や宴会の販売は今月同様に好調となる。歓送迎会のようなイベントはないものの、平日は会議を伴う宿泊や懇親会が増えており、稼働率の上昇につながる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊、宴会共に予約状況は良くないが、最近では実際に動く傾向が強いため、予測が困難な状況となっている。
		都市型ホテル（マネージャー）	・個人客は堅調な動きが続くとみられるが、企業の利用については不透明である。株価の上昇といった多少のプラス要因はあるが、予約状況に大きな変化はみられない。
		旅行代理店（経営者）	・65歳を迎えた団塊の世代のリタイアが始まるほか、今の円高水準や株価の上昇も海外旅行には有利であるが、燃油サーチャージの上昇が水を差す。今後も悪くはないが、良くもない状態が続く。
		旅行代理店（広報担当）	・ロンドンオリンピックに向けて高揚感が高まり、欧州向けを中心に申込が増える。ただし、円相場が現状と変わらず、欧州の信用不安やエジプト情勢にも変化がなければ、旅行需要はあまり変わらない。
		タクシー運転手	・不況のどん底となっているが、今後もデフレ傾向が続けば、更に状況は悪化する。
		タクシー運転手	・原子力発電所がすべて止まったままになれば、深刻な電力不足となる。企業も残業を控えるため、それに伴って夜の街のにぎわいも少なくなる。
		タクシー運転手	・東日本大震災以降、政府の対策の遅さと共に、不況感が浸透してしまった状況では、景気回復に期待が持てない。
		通信会社（企画担当）	・世界経済の先行きが依然として不透明であるほか、東日本大震災の復興や消費税率の引上げの方向性も定まらないなど、先行きの見通しが立ちにくい。
		観光名所（経理担当）	・近隣の美術館で展示が久しぶりに始まり、当地域を訪れる客が増えている。ただし、一部の飲食テナントの売上は増えているものの、当施設の入館者数が増えるまでには至っていないため、今後も厳しい状況が続く。
		競艇場（職員）	・客単価や来場者数は横ばいで推移しており、今後悪くなる要素もない。
		その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・消費税率の引上げが閣議決定されたが、自分の好きなアーティストを追いかけけているような若年客への影響は少ない。
		その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・ガソリン価格の高騰がレジャーにとって大きな逆風となる。経費面での悪影響もあるなど、好転する要素は見当たらない。
		美容室（経営者）	・少し暖かくなれば、来客数が増加する一方、4月は様々な出費が増えるため、客単価の低下につながる。
		美容室（店員）	・売上を伸ばすためにはスタッフの成長を待つ必要があるため、3か月程度の期間では変わらない。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・原油価格の高騰などもあり、なかなか景気は上向かない。

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
やや悪くなる		その他サービス [ビデオ・CDレンタル] (エリア担当)	・大型店舗の出店により、シニア向けの書籍や文具の販売増につながる。
		住宅販売会社 (経営者)	・消費税率引上げの動きに伴う駆け込み需要も考えられるが、それ以前に景気の先行き不安感が強いいため、今後も低調な推移となる。
		住宅販売会社 (従業員)	・株高や円安傾向が進む気配もあるため、現在の水準は維持できる。
		住宅販売会社 (従業員)	・事業用地の仕入競争が激化すると同時に、建築費の上昇も進んでいる。マンションの販売価格は上昇しておらず、収益の悪化につながるため、今後は新規事業が非常に難しくなる。
		その他住宅投資の動向を把握できる者 [不動産仲介] (経営者)	・金融機関の融資姿勢が厳しいため、景気が良くなることはない。中小企業の仕事量は若干回復しているものの、景気に与える影響はあまり大きくない。
		その他住宅 [展示場] (従業員)	・例年、住宅展示場への来場組数は4月から増加に向かうが、今年は特別に増える要因も見当たらないため、例年並みの推移となる。
		商店街 (代表者)	・長すぎた冬の反動もあり、売上は多少増えるが、ガソリン価格などの値上げが始まっているため、見通しは良くない。
		一般小売店 [花] (経営者)	・3、4月は卒業や退職、転勤、入学、入社などで花束の需要が増えるが、季節的な動きであり持続しない。
		一般小売店 [時計] (経営者)	・気温が高くなるにつれて、原子力発電所の停止による電力不足や、電気料金の値上げといった問題が出てくる。それに伴い、買物をする心の余裕もなくなってくるため、先行きの見通しは厳しい。
		一般小売店 [珈琲] (経営者)	・電気料金の値上げや消費税率の引上げなど、目先の出費が増えることへの不安から、消費の減少が進む。
		一般小売店 [衣服] (経営者)	・天候や気候の影響もあるが、今の来客数から判断すると良くなることはない。
		百貨店 (店長)	・最寄り駅までの沿線に新しい駅ができるため、来客数の減少につながる。
		百貨店 (マネージャー)	・やはり全体的な経済情勢だけではなく、自分たちを取り巻く環境の先行き不透明感がぬぐえないため、生活防衛意識が更に強まる。
		スーパー (企画担当)	・外部環境が好転する動きはみられないため、来客数が微減となる傾向は続く。
		スーパー (管理担当)	・原油価格の高騰などで原材料コストの上昇が続くほか、消費税率引上げに対する不安も高まってくる。
		スーパー (開発担当)	・原油価格の高騰でガソリン価格が上昇するほか、関連商品の値上げや消費税率の引上げもささやかれているため、景気が良くなる理由が見当たらない。
		衣料品専門店 (営業・販売担当)	・夏にスーツやネクタイを着用しない習慣が浸透し、紳士物が売れなくなっているため、見通しは非常に厳しい。
		乗用車販売店 (販売担当)	・エコカー減税は継続するが、減税対象が厳しくなるため、販売に悪影響が出る。
		乗用車販売店 (営業担当)	・決算期が終わり、現行のエコカー減税も終了となるため、今よりも客の動きは鈍くなる。
		悪くなる	一般レストラン (スタッフ)
一般レストラン (経理担当)	・先行きの見通しは厳しいため、政府による景気底上げ策に期待している。		
観光型旅館 (経営者)	・ガソリン価格の高騰による影響が出てくる。		
都市型ホテル (支配人)	・原油価格の上昇で光熱費の値上げが進むため、消費マインドは冷え込む。		
タクシー運転手	・京都はこれから花見のシーズンとなるため、少しは乗客も増えるが、全体としては下り坂となる。		
通信会社 (企画担当)	・好転する材料が見当たらない。		
その他サービス [コインランドリー] (経営者)	・例年の売上の推移から判断すると、これから閑散期に入る。		
一般小売店 [自転車] (店長)	・原油価格の高騰で様々な商品が値上がりするため、消費者の購買意欲が今まで以上に低下する。		
一般小売店 [花] (店員)	・増税に向けた動きなどで、ますますぜいたく品である花は売れにくくなり、売上は落ち込む。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（企画）	・電気料金の値上げやガソリン価格の急騰など、出費の増える話題が多いため、消費者の間では少しでも無駄な出費を避ける心理が強まる。
		衣料品専門店（経営者）	・この4、5月は定価品が中心となり、安く売る商材が少なくなるため、売上は下がってくる。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税率の引上げに備えて、消費が冷え込む。
		乗用車販売店（経営者）	・ガソリン価格の高い状態が続いており、更に上がる気配もあるため、景気の回復は進まない。
		一般レストラン（経営者）	・良くなる要素が見当たらないほか、消費税率の引上げなどで景気が冷え込む。
		競輪場（職員）	・最近は何年にも比べて悪くなっているほか、消費税率の引上げ問題やガソリン価格などの物価上昇、賃金の抑制など、好転する要素が見当たらない。
企業動向関連	良くなる やや良くなる	—	—
		食料品製造業（営業担当）	・今年も気温の上昇に伴って飲料水の需要が高まるが、その中でもミネラルウォーターの需要が大半を占める。
		木材木製品製造業（経営者）	・新規事業が近々動き始めるため、売上、利益共に増加する。
		化学工業（経営者）	・今月が良くても来月が悪いなど、毎月の売上が安定せず、一進一退を続けている。ただし、大きな流れとしては少しずつ良くなっているため、見通しは明るい。
		一般機械器具製造業（経営者）	・原子力発電以外の分野に方向転換を図る設備投資が活発なため、しばらくの間、当社を取り巻く環境は良くなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・海外市場はしばらく安定した状態が続くほか、円安の進行、世界的な金融緩和などで景気は上向き傾向となる。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・ロンドンオリンピックの開催に伴い、家電の需要が高まってくる。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・東日本のがれき処理が進むことで、各地域の再建につながるため、経済全体の活性化につながる。
		輸送用機械器具製造業（経理担当）	・海外向けの受注が増加傾向にあるため、見通しは良い。
		輸送業（営業担当）	・取引先の新店舗が近隣にできるため、配達量が増える。
		広告代理店（営業担当）	・春からゴールデンウィークにかけてのイベント関連の動きが良いため、先行きはやや上向く。
		その他非製造業〔衣服卸〕（経営者）	・為替が若干円安水準で落ち着いているほか、消費税率引上げの議論も政府主導で進み出したことで安心感が広がるため、消費は堅調な推移となる。
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・ロンドンオリンピックなど世界経済を刺激するイベントが控えているため、見通しは明るい。
	変わらない	家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達量に変化がないため、今後も現在の状況が続く。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・受注の増加につながるような商談がないため、今後も現在の状況が続く。
		出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・住宅メーカーと家電量販店との連携や、自然エネルギー関連の動きなども出てきているが、政策による支援が遅れている。その一方、医療業界では、製薬企業や病院関係からの販促物の依頼は安定しているため、今後も大きな変化はない。
		化学工業（企画担当）	・特に変化する要因が見当たらない。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・今後も景気は底の状態が続く。
		電気機械器具製造業（経営者）	・円安が進めば景況感が良くなり、その雰囲気によって業界全体が更に上向くため、今後しばらくは為替動向に注意が必要となる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・年度末は例年売上が増えるが、4月以降の受注は増加しておらず、現状と大きな変化はない。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・東日本大震災の復興が本格的に始まれば景気も上向くが、まだまだ進んでいない。
		建設業（経営者）	・東日本大震災の復興事業の本格化により、職人不足や賃金の上昇につながる。既に一部で職人不足が発生しているほか、国の予算配分も復興が中心となるため、地方の公共工事は更に厳しくなる。
		建設業（経営者）	・東日本大震災の被災地で建設需要が高まっており、人件費が上昇し始めた業種もあるため、コストへの悪影響が懸念される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		建設業（経営者）	・最近では東日本大震災の関係で、東北からの相談案件が増えている。例年であれば後は受注が減る時期となるが、今年には復興関連や再生可能エネルギー関連の案件が増える。
		輸送業（営業担当）	・円安の進行で製造業が少し回復しており、プラスチックや金属、電子部品の荷物が増えているため、今後も現在の傾向が続く。
		金融業（営業担当）	・消費税率の引上げが決まれば、住宅や自動車を購入する動きが出てくる。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込広告が回復の兆しをみせているが、読者の高齢化や若年層の新聞離れで購読数が減少傾向にあるため、収益は今後もそれほど変わらない。
		広告代理店（営業担当）	・売上の前年比は東日本大震災の影響でかなり良いが、今年に入ってから動きは安定しないため、先行きの見通しは不透明である。
		経営コンサルタント	・関西圏内の顧客企業の業況は、今後も横ばいで推移する。
		司法書士	・短期間に大きく変わる要素がないため、今後も大きな変化はない。
		経営コンサルタント	・ガソリン価格の上昇など、先行きは不透明であるため、景気が良くなることはない。
		コピーサービス業（店長）	・春夏商戦に向けての集客策を打ち出す予定であるが、依然として不透明感が強いいため、今後も来客数の微減傾向は続く。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・原油価格の高騰のほか、関東に工場がある店では電気料金の値上げでコストが増えるため、物価の上昇につながりやすくなる。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・ここ数か月は変化が感じられないため、これから上向くことはない。
その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・見積件数の動きに変化がないため、今後も現在の状況が続く。		
やや悪くなる		食料品製造業（従業員）	・今後も底値での販売が続くため、ますます経営は厳しくなる。これで増税が決まれば更に厳しくなり、景気の底上げどころか停滞感が強まる。
		繊維工業（団体職員）	・原油価格の高騰などで加工費が増えるため、採算面への影響が出てくる。
		繊維工業（総務担当）	・円安が若干進んだことで、業種によっては好転の兆しがみえてきたが、靴下関係では何の変化もなく、更に悪くなる気配すらある。
		繊維工業（総務担当）	・売上の20%に相当する受注が取消しとなるなど、先行きの見通しは厳しい。
		化学工業（管理担当）	・ナフサ価格の高騰による原材料価格の上昇で、製品の価格も上がっていくため、消費者の購入意欲が低下する。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・今月の好調は期末の駆け込み需要によるものであり、来月以降は消費を刺激する要素があまり見当たらない。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・電気料金の値上げに注意している。東京電力管内の同業他社もあることから、業界への悪影響が出てくる。
		金属製品製造業（経営者）	・消費税率の引上げや電力不足、原油価格の上昇などで景気が減速するため、見通しは厳しい。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・原油価格の高騰により、今後は原材料価格が引き上げられる。
		輸送業（営業所長）	・イラン情勢の緊迫化で燃料価格が高騰すれば、利益の圧迫につながる。
		広告代理店（営業担当）	・どうしても年度明けは厳しくなるのが例年の動きであり、今年もそのような雰囲気がある。
その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・この先、当面は良くなる要素がない。		
悪くなる		金属製品製造業（営業担当）	・大手鉄鋼メーカーが自動車メーカーとの契約で大幅な値下げを行ったとのうわさが流れ、取引先からは大幅な値引きを要求されている。市場価格が下がっているわけではないため、今後は厳しい状況となる。
		不動産業（営業担当）	・円高などで今後も事業所の撤退が続く。それに伴い、事務所やマンションの賃料も下がるため、景気の更なる悪化につながる。
雇用関連	良くなる	学校〔大学〕（就職担当）	・円高傾向の緩和で製造業が回復に向かうため、先行きは良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・雇用情勢が前年よりも力強さを増している。特に、福祉や介護関係は6月ごろにならなければ詳細が判明しないが、今の流れでは需要がかなり強まる。	
		人材派遣会社（役員）	・東日本大震災の本格的な復興で景気が下支えされるほか、欧州の信用不安が少し落ち着いている。日本銀行による金融緩和策の心理的効果も大きいため、株価が上がり、円高にも歯止めがかかっていることから、先行きはやや良くなる。	
		人材派遣会社（営業担当）	・復興需要や円安などによって企業の業績が回復する。	
		人材派遣会社（支店長）	・政治の動向によって消費税率の引上げの動きも大きく変わるが、徐々に回復傾向が進む。	
		新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・ここ数か月は求人広告の出稿が増えており、わずかであるが回復が進んでいるため、見通しは良い。	
		職業安定所（職員）	・円高修正の流れもあり、緩やかな持ち直しの動きが続いているが、先行きは原油価格の上昇による雇用への影響が懸念されている。ただし、現時点でも有効求人倍率の上昇は毎月0.01ポイントずつと弱いため、2、3か月先も回復の動きを維持することは可能である。	
		民間職業紹介機関（大学担当）	・株価の回復や円安傾向は、企業の採用活動の追い風となるため、先行きの見通しはやや明るい。	
		民間職業紹介機関（支社長）	・東日本大震災の復興需要や自動車産業の回復に伴い、求人や雇用が増加傾向となる。	
		変わらない	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・新聞の求人広告の動きには、まだ明らかな上向き傾向が感じられないため、今後も現在の状況が続く。
			新聞社〔求人広告〕（担当者）	・不安要素はあるが、関西の学校や中小企業を中心とした製造業に元気があるため、新年度のスタートもやや好調な状態が続く。
職業安定所（職員）	・新規求人数は一進一退の動きを続けており、今後も大きな変化はない。			
職業安定所（職員）	・円高や電力不足などにより、今後も企業による事業の見直しが進む。			
民間職業紹介機関（営業担当）	・短期間で求人の動きが改善することはない。			
やや悪くなる	求人情報誌製作会社（企画担当）	・新年度のスタートで求人数が落ち着くため、やや悪くなる。		
	新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・生産拠点の海外移転に伴い、求人数はますます低迷する可能性がある。物価が上昇しつつある割に、企業利益を押し上げる要素は少ないため、賃金も伸びない。それに伴い、当然ながら求人数が大幅に増えることもない。		
	職業安定所（職員）	・産業によって差はあるが、全体的な求人の増加傾向は続く。ただし、円高や電力不足などで企業の雇用意欲が減退し、求人の提出をちゅうちょする動きも進むなか、大手電機メーカーによる雇用調整や請負契約の打ち切りで求職者が大幅に増えるため、雇用情勢の悪化が進む。		
	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	—	—
	やや良くなる	商店街（代表者）	・同業者や仕入れ業者、買物に行った先の店主のいずれも以前とは違って明るい表情になっており、何より客の態度、表情が良くなってきている。
		商店街（代表者）	・消費税問題に対する政府の施策次第では景気減退の可能性もあるが、株価の上昇、円高の緩和により売上額は前年に比べ多少増加して推移する。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・商店街や近隣エリアでのイベントが多い時期なので来街者が増加することに加え、販売促進内容も充実させるので売上が伸びる。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・会社関係の注文のなかでも、個人会社や有限会社から株式会社へ切り替える印鑑注文が増加しており、前向きな取組をしている動きが見受けられるため、景気は上昇する。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・時期的に観光客が増加しており、それに伴って売上も増加する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由		
		百貨店（営業担当）	・テナントの約半数の売上が前年同月比で100%を超えるなど回復の兆しがあり、全体の売上も良くなる。円高も是正されつつあり、株価も上昇していることから、客の購買意欲も回復する。		
		百貨店（営業担当）	・売上が前年比の7%増で推移しており、月々の目標値比でも10%増となっており、高額品が動き景気も良くなる。		
		百貨店（販売促進担当）	・前年は5月まで東日本大震災の影響が大きかったが、現在は高級品の動きが良くなってきているため、消費活動も上向いてくる。		
		百貨店（電算担当）	・一部にマイナス傾向はあるものの、売上は前年比7%増で、春物衣料と化粧品、食料品が好調に推移している。昨年は東日本大震災の影響で、卒入学式には地味に行動する客が多かったが、今年はおしゃれをするようになる。		
		スーパー（店長）	・来客数、販売点数ともに上昇傾向にあり、大きな環境の変化がなければ、店の売上も増加する。		
		スーパー（営業システム担当）	・天候が安定して生鮮商品の価格変動が少なくなり、円高も落ち着いてきたので、不安定要素が減っただけ催事関係に伴う消費が期待できる。		
		コンビニ（エリア担当）	・新製品の売上好調が続き、新商品の開発も順調に推移するため景気は良くなる。		
		コンビニ（エリア担当）	・気温上昇に伴い、中食の動きが良くなれば、現状よりはやや上向きになる。		
		コンビニ（地域ブロック長）	・昨年の東日本大震災後の自粛傾向も収まり、今後は人の動きが大きくなる。		
		乗用車販売店（統括）	・昨年は東日本大震災による影響があったが、今年はエコカー補助金効果で需要が喚起されている。		
		乗用車販売店（店長）	・来客数も増え販売も順調に伸びる。		
		乗用車販売店（副店長）	・エコカー補助金の原資がなくなる前の駆け込み需要が増える。		
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・大河ドラマの進行とともに売上が増加する。		
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・円高の回復や株価の値上がりで東北の復興も本格的に進むが、日本全体の景気が良くなるには時間がかかる。		
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・暖かくなってくると観光客が増える。		
		一般レストラン（経営者）	・給与の下げ止まり感もあり、消費が上昇してくる。		
		一般レストラン（外食事業担当）	・東日本大震災や食中毒の影響で昨年は良くなかったが、今年は上向く。		
		スナック（経営者）	・暖かくなれば花見や歓迎会で人出も多くなる。		
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・週末の来客数が増えれば良くなる。		
		観光型ホテル（スタッフ）	・旅行を控えていた人が動き始める。		
		観光型ホテル（支配人）	・宴会部門の婚礼予約が前年の3分の1と苦戦しているが、外国人を含む宿泊予約は好調に推移しており、飲料部門の売上にも波及効果が見込める。		
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊では大河ドラマの効果が期待できる。		
		都市型ホテル（総支配人）	・山陰地区の宿泊キャンペーンもあり、観光客数は前年を上回る。		
		テーマパーク（業務担当）	・全園開園記念イベントを重点的に展開することで利用促進を図る。		
		テーマパーク（広報担当）	・春から広告宣伝に力を入れてキャンペーンを行うことにしており、また新規事業もスタートするので来客数は増加する。		
		ゴルフ場（営業担当）	・昨年は東日本大震災の影響で予約が激減したので、今年はその反動で上向きになる。		
		設計事務所（経営者）	・消費税増税が決まれば、増税前に家などの大きな買物の駆け込み需要が出てくる。		
		変わらない		商店街（理事）	・政治不安や物価などを考えると良くなる要素はない。
				一般小売店〔茶〕（経営者）	・まだまだ現状と同様の経済状況が続く。

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
		一般小売店〔酒店〕 (経営者)	・4月は花見や歓送迎会などのイベントがあり、人や物が動き、為替が円安方向になって輸出と自動車関連は良くなるものの、消費税増税や電力供給の問題もあり、今後上向くことはない。
		一般小売店〔酒店〕 (経営者)	・ガソリン高騰の影響もあり大きく好転しない。
		百貨店(売場担当)	・衣料品が値下がりする一方で、食料品は値上がりする傾向にあり、消費に力強さが感じられない。急速な高齢化に商材や販売システムは対応できず、品ぞろえのミスマッチが起きる。
		百貨店(購買担当)	・高額品の動きが鈍いが、今後機能性に富んだ商材が豊富に出回るため、客足が伸びて売上の増加につながる。
		百貨店(売場担当)	・前年との比較ではしばらく良い状態になるが、地域的な疲弊は続いており、様々な要因で状況は変わらない。
		百貨店(販売担当)	・株価の上昇など景気回復に良い話題もあるが、消費税増税のマイナス面もあり、現状では好転しない。
		百貨店(営業企画担当)	・雇用関連が安定していないため、しばらく現在の状態が継続する。
		スーパー(店長)	・景気を判断する材料がない。
		スーパー(店長)	・野菜の高騰を始め生鮮食料品の供給が厳しい状況下で、景気が回復する判断材料が乏しい。
		スーパー(店長)	・昨年は東日本大震災に関連した特殊需要があったが、今年は小売が上昇する材料が見当たらない。
		スーパー(販売担当)	・来客数は例年どおり推移しているため、今後も変わらない。
		スーパー(販売担当)	・客層や客の購買意欲に変化はない。
		コンビニ(エリア担当)	・来客数の動きが悪のまま推移する。
		衣料品専門店(地域ブロック長)	・来客数が増えることはなく、単価を上げることによって状況は変化しない。
		家電量販店(店長)	・気候も良くなるため、エアコンや冷蔵庫に力を入れ、売上の回復を図る。
		家電量販店(店長)	・エコポイント特需の反動は3月末で終了したが、アナログ停波までのテレビとレコーダーの特需は続き、夏に向けて節電意識の高まりで高省エネタイプの冷蔵庫、エアコンは好調に推移して単価を押し上げる。太陽光発電システムも販売が好調で需要が高まる。
		家電量販店(販売担当)	・オール電化などの取組強化を行い、売上を維持する。
		乗用車販売店(店長)	・エコカー補助金の予算がある9月までは、現状の来客数が持続する。
		自動車備品販売店(経営者)	・良くなる要素はない。
		その他専門店〔時計〕 (経営者)	・しばらく景気は変わらないが、株価や為替の上昇が続けば景気が上向く。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕 (従業員)	・ゴールドデンウィークで来客数も増えるが、売上は変わらず推移していく。
		高級レストラン(スタッフ)	・予約状況は前年並みで、年度が替わり人の動きが落ち着くので、どちらとも言えない状況になる。
		一般レストラン(エリア担当)	・宴会客や夜の集客が悪い状況が変わらない。
		旅行代理店(経営者)	・景気対策となる材料がなく、ガソリンの高騰等もあり、このまま変化はない。
		タクシー運転手	・客単価は低下するが観光客が増加するので、売上は横ばいで推移する。
		通信会社(社員)	・サービスの販売に関して特に問い合わせなどに変動がない。
		通信会社(営業担当)	・良くなる要因がなく状況は変わらない。
		通信会社(営業担当)	・節約、低価格志向が完全に定着しており、消費マインドの改善につながる要因がないためこのまま推移する。
		通信会社(総務担当)	・買い控え傾向で需要の好転が見込めない。
		テーマパーク(管理担当)	・来館者数、購買率、売上単価が横ばい状態で上昇しない。
		競艇場(職員)	・今月と同等のレースの開催があり変化はない。

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
		その他レジャー施設（アミューズメント）	・隣接する映画館で話題作の公開が少なく、大幅な集客増が見込めない状況が続く。
		美容室（経営者）	・広告宣伝効果はほぼみられないので、地道な集客がこれからも続く。
		設計事務所（経営者）	・客の動きに変化はなく、しばらくは現状のまま推移する。
		設計事務所（経営者）	・住宅所得に対する新しい景気対策が打ち出されない限り、現状の閉塞感は変わらない。
		住宅販売会社（販売担当）	・ガソリン価格の上昇が続いており、その他の物品単価も安値に転じる気配がない。
		住宅販売会社（営業担当）	・変化する要因がない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・前年に比べて売上、来客数ともに減少傾向にあり、気候の影響もあるが、景気が上向きになる様子は感じられない。
		商店街（代表者）	・経済的閉塞感で客の気持ちが消費に向きにくい。
		商店街（代表者）	・東日本復興支援イベントの効果がなくなる。
		スーパー（店長）	・4月1日から電気料金、ガソリンが値上がりし、客は生活防衛に向かうため景気が悪くなる。
		スーパー（総務担当）	・ガソリン、電気ともに値上がり傾向にあり、食品消費の減少が懸念される。
		スーパー（業務開発担当）	・大手家電メーカー合併に伴う工場閉鎖が関連企業にも影響を及ぼし、地域全体が先行き不安で沈み込んでいる。食に対しては節約ムードのみである。
		スーパー（管理担当）	・ディスカウント店がオープンしたことによる影響が大きく、売上は減少傾向で推移する。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・競合店出店の影響が1年間は続き、それ以降も大量出店が懸念材料となる。
		衣料品専門店（経営者）	・景気の良くなる要素がなくむしろ悪くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・新聞やニュース等の報道からこれからの展開が非常に不安定で、景気は安定にも緩やかな上昇にも程遠い。
		衣料品専門店（販売担当）	・客単価が低下する状況が継続する。
		家電量販店（店長）	・3月の決算を過ぎ4月になると来客数が減少する。
		乗用車販売店（業務担当）	・エコカー補助金の打ち切り間際には再度の駆け込み需要が起こるが、車の最大需要期は3月で、4月以降はエコカー減税の基準も変わるので売上は下降していく。
		その他小売店〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・昨年と比較して休日の並びが良くないため、よほど景気が上向きにならない限り苦戦する。
		タクシー運転手	・域内は公務員の数が多く、その給料が下がる模様なので利用が減少する。
		通信会社（通信事業担当）	・新年度へ向けての新規加入に関する問い合わせが少なく、例年に比べても動きが遅いので景気は悪くなる。
		美容室（経営者）	・新しい企画や商品を客に提案するが、現状の価格よりも安い物を求めるので景気は悪くなる。
		その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	・4月から福祉施設に関する法律が変わり、これまでと同じように営業しては客単価が低下して利益が確実に減少する。
		住宅販売会社（従業員）	・来場者の反応が思わしくなく、今後の受注状況にも影響する。
	悪くなる	商店街（代表者）	・新幹線が鹿児島までつながり、東日本大震災の影響で地域間競争が激化する。
		スーパー（店長）	・ガソリンの高騰、消費税増税で客の消費マインドが減退し、加えてデフレ傾向、競合店との集客合戦の激化もあり小売には非常に厳しい状況になる。
		スーパー（財務担当）	・消費の低迷により、競合店との価格競争がますます激化して買上単価が下落する。
		家電量販店（企画担当）	・ヒット商品の販売がない限り景気は好転せず、客単価が下がる。
		自動車備品販売店（経営者）	・近隣の大きな企業が破たんしたため、町全体が買い控えムードになる。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税の法案が通ればこの先景気は悪くなる。
		通信会社（営業担当）	・新生活需要のある4月中旬を過ぎて7月の夏商戦までは閑散期に入り、来客数も販売量も新生活需要期からは大きく減少する。

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	
企業 動向 関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・新車種の生産で忙しく、順調に景気も良くなる。	
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・受注環境に大きな変化はないが、受注済みの焼却炉新設案件の製造着手により生産調整は回避できる。	
		鉄鋼業（総務担当）	・インフレ目標の設定が功を奏する。	
		金属製品製造業（総務担当）	・得意先からの値下げ要請を受け入れたが、原材料となる鉄の価格が4月より値下がりするため、値下げ分をカバーでき、また得意先の案件が増えるので、受注量は増加する。	
		電気機械器具製造業（総務担当）	・円安により中国や台湾の競合他社との価格差が減少することで受注の可能性が増える。	
		輸送業（業務担当）	・2月中旬から荷動きに変化が出ているので良くなる。	
		通信業（営業企画担当）	・新しい情報系サービスへの注目度が高まっており、効率化できることで導入に前向きな案件が増加する。	
		金融業（自動車担当）	・為替が円安に振れ輸出も徐々に増加し、主力の環境対応車の受注も順調に推移して、売上は前年から大幅に回復する。	
	変わらない	広告代理店（営業担当）	・経済状況が全般的に動き始め、客も徐々に始動時期に入る。イベントも多数入っており、景気は上向きになる。	
		農林水産業（従業者）	・今のところ何とも言えない。	
		食料品製造業（総務担当）	・価格改定を行ったばかりなので、客のニーズがまだつかめていない。	
		繊維工業（統括担当）	・景気が良くなるような変化はない。	
		木材木製品製造業（経理担当）	・住宅着工件数の急速な増加が予測しにくい。	
		非鉄金属製造業（経理担当）	・事業状況に特段の動きはみられず、先行きにも変化はない。	
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きに変化はない。	
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	・自社製品の売上に対する国内市場の冷え込みと、海外向けの円高による為替の影響は長期化し、厳しい状況が当面続く。	
		電気機械器具製造業（総務担当）	・消費税上げの影響で駆け込み需要があるが、その反動による冷え込みが大きくなる。	
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・夏以降の新製品の生産開始までは好材料に乏しい。	
		建設業（経営者）	・建設、不動産ともに景気が良くなる材料がなく、悪いまま変化がない。	
		建設業（総務担当）	・工事予定の遅延などもあり、先の見えない状況が続く。	
		金融業（営業担当）	・売上の下げ止まり、微増の兆しのある企業もあるが、資材や燃料の高騰が業績の足かせになる。当地の中小企業の経営者にとって費用面での心配も重なっている状況であり、株価上昇の影響は当地にまで波及しておらず、今後3か月も景気は横ばいである。	
		会計事務所（職員）	・夏以降の商談や引き合いはあるものの、具体的な成立までには至っていないケースが多く、多くの企業では春以降についての予測は全くない。	
		やや悪くなる	化学工業（経営者）	・原油価格の値上がりに比例して、主原料となる苛性ソーダの仕入れ価格の値上げを4月より受諾せざるを得ない状況になっている。国内景気の低迷により受注量が減少しているため、値上がり相当分の販売価格への転嫁が難しく、収益の圧迫要因となる。
			鉄鋼業（総務担当）	・主要顧客である自動車メーカーの生産台数が減少し、造船、建築、土木等他の顧客からの発注数量も減る。
			輸送用機械器具製造業（総務担当）	・原油価格の値上がりによるガソリン価格の上昇で消費が落ち込む。
			輸送業（総務担当）	・地域の大手メーカーの経営統合による規模縮小の影響で景気が悪くなる。
			不動産業（総務担当）	・賃貸住宅の需要時期のピークを過ぎる。
コピーサービス業（管理担当）	・年度末後は受注が落ち込む時期であり、株価や円相場は改善の兆しが見えていますが、国内景気回復につながらない。国内景気の回復なくして景気好転はない。			
悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・原油関係、円安に伴う原材料費が高騰しているが、末端価格の上昇が見受けられず、販売価格も低下し、良い要因がひとつもない。		
	その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・原油や社会保険料の値上げが相次いでおり、海外生産の流れを止める政策が打たれないとますます国内製造業が低迷する。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
雇用 関連	良くなる やや良くなる	—	—
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・景気の先行指標である公示地価は下落率が縮小した上、4年ぶりに上昇地点が現れ、一部に下げ止まり傾向がみられた。日経平均株価が1万円の大台を回復したことは、3月決算の企業は業績が改善し、雇用者所得が増加するなど、良い循環が生まれるきっかけになる。
		職業安定所(職員)	・11月に管内大手石油精製業の事業所が石油精製業からの撤退を公表したり、大手化学工業の事業所で大規模な事故が起こったり、隣接地域のシリコン製造工場が5月に閉鎖を発表し、500人以上の解雇者が出るのが判明したりと、昨年からの不安定要因が増えているが、雇用面においては当初心配されたほどの大きな影響は出ず、円高も一段落し、派遣業を含むサービス業で求人意欲が高くなる。
	変わらない	民間職業紹介機関(人材紹介担当)	・企業の業績もメーカーを始め上向きになっているので、夏に向けて消費が増加する。
		人材派遣会社(営業担当)	・為替が円安基調で推移すれば、それが派遣求人数に好影響となる。
		人材派遣会社(営業担当)	・ここ最近の景気からは、数か月先の変化が見込まれない。
		人材派遣会社(支社長)	・依然として製造業からの求人数は減少しているが、販売職や医療系での求人ニーズは増加しており、横ばいとなる。
		求人情報誌製作会社(広告担当)	・就職活動が例年より2か月遅れでの解禁となった影響で、大手企業中心の動きが長引いており、中堅企業まで目が行き届いていない。最終的に内定を出した学生が残ってこないのではないかとという不安が多く聞かれる。
		新聞社〔求人広告〕(担当者)	・人口減少、上がらない給料などで消費面からの景気回復は期待が薄く、地元中小企業は依然として先行き不透明である。
	やや悪くなる	職業安定所(職員)	・慢性的な人手不足の医療分野と介護分野の職種、飲食店の調理やホール係などの求人意欲は引き続き高いものの、円高の影響を受けた輸出関連の製造業は求人意欲が低い。
		人材派遣会社(社員)	・地場大企業の業績悪化による新卒採用大幅減の報道により、その関連企業も軒並み採用活動を控える。
		民間職業紹介機関(職員)	・国内大手メーカーの破産、地場大手企業の人員整理計画など負の話題が連鎖するなか、浮揚材料はない。
		学校〔短期大学〕(学生支援担当)	・ガソリンの価格上昇が景気の足を引っ張る。
悪くなる	その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕(職員)	・年明けの大手電機メーカーのリストラによる大量離職の発生後、傘下の協力工場を始めその他の多くの業種で求人意欲が冷え込む。	
	—	—	

9. 四国(地域別調査機関:四国経済連合会)

(-:回答が存在しない、○:主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる やや良くなる	—	—
		商店街(代表者)	・地域で定期開催されているイベントが完全に軌道に乗っている。月1回の開催だが年間の集客力は1万人を下回ったことがなく、地域の回遊性にも貢献しつつあることから、先行きはやや良くなる。
		商店街(代表者)	・商店街では、空き店舗を含めて店舗の新陳代謝がかなり活発になっている。飲食店を中心に新規店が数多くオープンする予定である。
		商店街(事務局長)	・商店街内に大型の商業施設がオープンするため、来街者も増え、売上増に期待がもてる。
		百貨店(営業担当)	・東日本大震災の影響の反動から、景気は持ち直すと思う。
		スーパー(店長)	・東日本大震災による自粛ムードが薄れ、行事・催事関連の需要回復が見込める。
		コンビニ(店長)	・客の様子から購買力はあると感じる。今後もう少し良くなると考えている。
		その他専門店〔酒〕(経営者)	・暖かくなると、少しずつではあるが、飲み物やビール関係が売れて、売上が増える。
		都市型ホテル(経営者)	・最近、予約状況が活性化してきた。大型の案件も多く入ってきているので、若干良くなるのではないかとと思う。
通信会社(支店長)	・春のキャンペーンによる販売量の推移などを総合的に判断し、やや良くなると思う。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		美容室（経営者）	・転勤などで県外からの新しい顧客が増えていることから、先行きはやや良くなる。	
		設計事務所（所長）	・市内中心部に分譲マンションの建設が増えてきたため、先行きはやや良くなる。	
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税の時期が近いのではないかとこの見込みで来場される方が多いため、受注が増えるのではないかと思う。	
	変わらない	一般小売店〔生花〕（経営者）	・母の日の注文が、送別用商品と同様に単価が低くなるのではと思う。	
		一般小売店〔菓子〕（総務担当）	・買い控え等はないものの、支出の優先順位など意識の変化が見受けられるが、先行きは現状と変わらない。	
		百貨店（営業担当）	・ラグジュアリー商品はブランド及び品目により動きにばらつきが見られた。衣料・雑貨共に春物及び高感度商品が概ね好調であったが単品買いが目立った。食品物産展には多数の来客があったものの、購入単価は前年並みであった。この傾向は今後も続く。	
		スーパー（統括担当）	・来客数に変化がないので、あまり変わらないと思う。	
		コンビニ（商品担当）	・良くなってほしいが、光熱費・ガソリン代の高騰が取りざたされている中では、消費者の食品・消費財への支出拡大は厳しい。	
		コンビニ（総務）	・気温や天候にも左右されるが、景気が良くなるような要素が見当たらない。	
		衣料品専門店（経営者）	・良くなる要素がない。	
		衣料品専門店（総務担当）	・例年に比べ気温の上昇が遅いため、春物の良い動きはまだ続くと思われる。しかしながら長期的に景気が上向きになるという要素は見当たらない。	
		家電量販店（店長）	・主力のテレビが売れないため、変わらないと思う。	
		家電量販店（営業担当）	・季節柄、一時的な需要が戻ってきているが、買換え需要の低迷が続いており、新規の取り組みに苦戦を強いられている。この傾向は今後も続く。	
		乗用車販売店（従業員）	・販売量は好調に推移しており、このまま夏ごろまで続くと思われる。	
		タクシー運転手	・人事異動や入学式も終わり、通常の生活に戻ることから、現状と比べても変わらないと判断する。	
		通信会社（営業担当）	・例年、春休みが終わるとボーナス商戦時期までは落ち着く傾向にある。人気商品が登場しないかぎり大きく市場が変化するとは思えない。	
		通信会社（企画）	・大きく変化する要因が今後もないので、変わらない。	
		ゴルフ場（従業員）	・暖かくなり始め、人も動きやすい季節にはなるが、予約状況はやや厳しい状況となっており、週末の予約も以前より減ってきている。この状況がしばらく続く。	
		競艇場（職員）	・新スタンドオープン後は新規顧客の獲得も期待できるが、それまでは現状での推移が続くものと思われる。	
		やや悪くなる	商店街（代表者）	・サービス業であり、今月と比較すると売上高が下がる。
			スーパー（店長）	・今年は昨年のような品切れがないので、良くなると思う。
スーパー（企画担当）	・前年は東日本大震災後に需要が伸びたため、前年比でその影響はまだ数か月は継続すると見られる。			
スーパー（財務担当）	・株価は若干持ち直しているが、消費税増税、福祉・年金、電気料金の値上げなどが大きく報道され、将来への不安から少なからず消費への影響はあるとみている。			
衣料品専門店（経営者）	・原油高によるガソリンの値上げ等により買い控えがおきるのではないかとみている。			
家電量販店（店員）	・新商品の価格がこの先低下すると考えると、今以上に単価が下がって厳しくなると予想する。			
乗用車販売店（従業員）	・決算月の3月以上に良くなるということは、よほどのことがないとあり得ない。			
乗用車販売店（営業担当）	・2月、3月が良くなっているのは、エコカー補助金効果であり、一時的なもので、長続きはしないと思う。			
乗用車販売店（役員）	・減税や補助金効果から市場の盛り上がりが出てきているが、今後、ハイブリッド車の受注が頭打ちとなって、一昨年の販売状況になるのではないかと予想する。			
観光型旅館（経営者）	・4月、5月の予約状況が例年より少し悪い。			
旅行代理店（支店長）	・北朝鮮の衛星打ち上げや欧州の信用不安、衆議院選挙の実施等、日本を取り巻く社会情勢が不安定な為、旅行を控える客の増加が心配である。			
タクシー運転手	・暑くなるとお遍路をする客が減るので、当然今より売上は落ちる。			

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	美容室（経営者） 設計事務所（職員）	・乗客数の減少、客単価の低下などの傾向が今後も続く。 ・手持ちの仕事が減少する時期に当たり、今後、販売量が低下する。
		一般小売店〔乾物〕（店員）	・電力不足、増税、原油高騰など、景気に水をさすことばかりで心配している。
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	・景気が好転する要素がないので、消費者の財布のひもは固い。
		乗用車販売店（従業員）	・ガソリンの高騰が徐々に影響しており、ハイブリット車と小型車・軽自動車の割合が高くなっている。新車購入補助金が終了した時点での落ち込みは想像できない。
		住関連専門店（経営者）	・販売量が伸びない状況が長く続いている。今後は、東日本大震災や原子力発電所の影響で、ムード的に良くならないような感じがする。
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	—	—
		食料品製造業（商品統括）	・ガソリンや電気料金等の価格上昇がネックになると思われる。
		繊維工業（経営者）	・これまで抑えられていた購買意欲が回復してきていると感じられ、小売店の中にも新規店舗を開設する動きなどがみられることから、先行きはやや良くなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・再生可能エネルギーの固定価格買取制度の価格が決まれば、非常に、景気が好循環するとみている。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・輸出台数、受注、あるいは上期、年間の予想ともに若干上向きとなっている。上積みの台数は少ないものの期待感が出てきている。また、円安傾向であることも、あわせて期待感がある。
		輸送業（支店長）	・公共投資による受注量アップが見込めるものの、原油高によるコストアップの影響を受けると予測される。
		不動産業（経営者）	・消費マインドが冷え切っていたのが、少し上昇してきているように思われる。このような状況が今後も続くと予想される。
	変わらない	農林水産業（総務担当）	・末端消費の動きは今後も横ばいで推移する。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・現在の引き合い件数をみると、あまり変わらないだろう。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・今以上の円安は期待できない。
		建設業（経営者）	・災害復旧工事の案件もあるが、まだまだ良くなるまではいかない。
		輸送業（経営者）	・原油価格の高騰や原子力発電所の停止など取り巻く環境は厳しいが、日経平均株価が1万円台に回復し、雰囲気は良くなる感じがする。
		通信業（部長）	・消費税率の引上げ等の不安材料を抱え、通信料金の節約を望む企業が多く、先行きは変わらない。
やや悪くなる	広告代理店（経営者）	・新年度予算の復活或いは増加を期待しているが、県外得意先は現段階では不透明で、地元得意先の広告費削減も続いている。したがって、多くの得意先の様子は、あまり変わらない見込みである。	
	公認会計士	・地価の下落や夏場の電力不足に不安を感じている経営者が多く、設備投資に積極的に取り組めない状態にある。景気は横ばい状態がしばらく続くのではないかと考えている。	
	鉄鋼業（総務部長）	・直近の為替レートの水準では、受注先の好転につながっておらず、依然先行き不透明感は払しょくされていない。	
	通信業（総務担当）	・好転する材料が見当たらない。	
悪くなる	金融業（融資担当）	・昨年と比べて大口の公共工事がなく、受注工事は減少しており、先行きはやや悪くなる。	
	建設業（総務担当）	・地価公示価格は、相変わらず下落傾向に歯止めがかからない。投資意欲は冷え切ったままで回復の見込みがない。	
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・夏の需要などで、工場内作業の求人の増加を見込んでいる。
		求人情報誌（営業）	・求人状況が良くなりつつあり、若干の景気回復がみられそうである。ただ、業種・職種とも限られており、まだ十分とはいえない。
求人情報誌製作会社（従業員）	・新社会人を獲得しようと求人数が増えてきていることから、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
		学校〔大学〕（就職担当）	・求人件数は前年同時期とほぼ同じ件数が届いており、また例年より前倒しに採用活動をしている企業が多くある。採用活動の活発化が感じられ、先行きは明るい。
	変わらない	職業安定所（職員）	・有効求人倍率は先月から横ばいであり、今後もこの傾向が続く。
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業部長）	・円高、消費税増税問題があるため、先行きはやや悪くなる。
		人材派遣会社（営業）	・年度が替わると、消費意欲が一度安定期に入り、必要以上の消費よりは計画的な貯蓄を意識し始める。求人ニーズは新体制に入って落ち着きを取り戻し、やや減少すると思われる。
		職業安定所（職員）	・4月以降の求職者の増加により現在の求人倍率の高い状況が継続できるとは思えない。国の緊急雇用対策も少なくなり、今後厳しくなると思われる。
		職業安定所（職員）	・求職者にあきらめムードが出てきており、景気を良くするような心理的要因も見当たらない。
		民間職業紹介機関（所長）	・採用面においては、中途採用を極力減らしていく企業が増えており、会社内あるいは組織内で人員を充当しようとする姿勢が見受けられる。先行きはやや悪くなる。
	悪くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・収入が減少しているのに消費税増税が実施されると家計防衛に走るのは必至である。景気浮揚策も全くなく、地方に中央の金が分配されるシステムも全くない。仮に円高が解消し、景気が持ち直しても、地方には影響が及ばない。

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）	・乗客数の動きが前年と比較し、格段に良くなってきている。
		住宅販売会社（代表）	・住宅は消費税増税前に工事をしたいという客が増えている。これから1年半はその流れで景気は良くなる。ただし二極化が進んでおり、忙しいところは忙しいが、仕事が取れていないところは取れていない状況が今後も強まる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・例年通り気候が良くなれば消費は上向く。
		商店街（代表者）	・気温の上昇と共に、人の動きが良くなる。少なくとも低迷した今月よりは良くなる。客の様子をみても、そういう期待を持っており、購買意欲は高まる。
		百貨店（売場主任）	・3月の気温が低く、衣料品の動きが悪かったが、紳士カジュアルウェアは気温の上昇とともに動きが出ている。売上は3月よりはやや上向きに推移する。
		百貨店（販売促進担当）	・異常気象による寒さが落ち着き、売上が鈍化していた正価販売品の春夏物商材の動きが良くなる。
		百貨店（売場担当）	・前年7月の競合店の閉店に際して、前年は4月から売出しなどを行っていた。その反動で前年比2けた弱の増加が6、7月まで続く。周辺の2つの大型商業施設の売上も前年比100%を下回ることなく、大型店については良い状況が続く。景気はやや良くなる。
		スーパー（店長）	・客の様子をみると、東日本大震災から1年が経過し、心理的な不安も薄まりつつある。客は消費意欲がかなり強くなっている。これから3か月、4か月後についても、期待できる。
		スーパー（店長）	・円安が落ち着き、株価が上昇し、復興事業が進んでいくため、全般的に景気は良くなる。
		スーパー（業務担当）	・食品の放射能汚染問題への企業努力や東日本大震災復興関連の需要が出てくる。値下げや食品の安全性の確保など、中長期的な対策は継続されており、消費者の安心感が高まれば、景気は向上する。ただし、石油価格の安定化や消費税率の問題など、不確定要素は依然として根強いので、政府の景気対策が同時進行する事が大前提である。
スーパー（売場担当）	・前年に比べて、桜の開花が遅れた。しかし、4月は行楽関係の商材が好調になり先月の遅れを取り戻せそうである。		
	コンビニ（エリア担当・店長）	・政令指定都市になり、共同コンセプトの弁当の効果が出るため、売上は伸びる。ただし、一時的なものにならないように店で努力する必要がある。暖かくなるにつれ、客は少しずつ増える。	

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
		衣料品専門店（経営者）	・新しい客が増えており、今後、景気は良くなる。
		衣料品専門店（総務担当）	・前年は競合店閉店セールや東日本大震災による心理的な落ち込みにより、非常に悪い状況であった。それに比べると今年は必ず若干良くなる。
		自動車備品販売店（従業員）	・新車販売の動きが良くなっている。
		その他専門店〔コーヒード豆〕（経営者）	・3、4月は卒業、入学シーズンとなり、ちょっとしたギフト物が頻繁に出るようになった。また来客数も増え、今後は売上は増加傾向となる。
		その他専門店〔書籍〕（地区支配人）	・復興需要が本格化し、経済効果は九州へ波及する。社会インフラ整備への経済効果は4月ごろから本格化するが、九州へは期待は薄い。観光産業は前年同様、流入を促進するため外部から九州への需要が取り込める。前年は日本全体が節約、緊縮ムードであったため、その反動でみかけの成長だけでも伸びる。よって経済もやや良くなる。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・単価の低い商品の販売数量が大幅に増えており、売上は回復している。今後、単価の高い商品の売行きが回復すれば、売上の増加が期待できる。
		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）	・欧州の信用不安や円高などが改善傾向にあり、消費は上向きになりつつある。来客数の増加に加え、衣料品などの専門店の売上が上昇している。今後もこの傾向は続く。
		高級レストラン（従業員）	・これから夏になるので、例年通り当店はやや良くなる。
		その他飲食〔居酒屋〕（店長）	・当地は県外の客が増えている。また観光業界が当地を周遊するような観光ルートを考えており、当地の観光業界は盛り上がりつつあるため、景気は良くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・法人及び任意団体の九州大会開催もあり、宴会部門及び宿泊部門が好調である。レストラン部門もゴールデンウィークの予約が好調である。
		テーマパーク（職員）	・ゴールデンウィークは例年並みの行楽マインドが期待され、やや良くなる。
		美容室（店長）	・今月より2、3か月先は気候も良くなるので、例年通り良くなる。客からは旅行に出かけるという話をよく聞く。
		設計事務所（代表）	・問い合わせが増えており、今後もこの状況が続く。
		変わらない	
商店街（代表者）	・良くない商況が続いており、消費者の経済環境を考えると、少々のごことで景況感が好転する状態ではない。		
一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・気候的には良い時季ではあるが、出かけることも多くなり、魚屋の売上は悪くなる。		
一般小売店〔精肉〕（店員）	・特に景気の変動が予兆できるような事情が見当たらない。		
一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・新茶の時期に入るが、例年の売上を維持することは期待できない。それにもまして消費税まで上がれば、消費者は買い控えをするため、売上はますます減少する。		
百貨店（営業担当）	・株価の問題や欧州の信用不安が一段落したのか分からない。資源や石油の問題を中心に、不安材料がまだまだたくさんある。国内についても消費税問題があり、先行きの不透明感がまだまだ払しょくできない。景気が徐々に上がっていくとは考えにくい。		
百貨店（営業担当）	・今年に入っても来客数が前年を上回らない。消費税や年金問題も懸念される。当地の場合は地元大型企業の運営会社が変わり、地元経済界は厳しい状況であるため、前年からの復調はない。		
百貨店（営業統括）	・景気回復のきっかけがない。政治が国内外で目まぐるしく動く。東日本大震災復興の動きはスピード感に欠ける。この状況だと地方の閉塞感はますます増長される。		
百貨店（企画）	・景気が好転する見込みがない。前年実績を確保するには、様々なイベント等の施策を講じる必要がある。		
百貨店（業務担当）	・増税などの話が客との会話で多く聞かれるようになった。購買に慎重な客の姿勢が更に強まる。		

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）	・競合店が5月前にできる予定であり、4月から競合店対策用のチラシなどを周りの店が出しているが、厳しい状況が推察される。また消費税問題も少し懸念される。生鮮食料品の動きは良いが、前年の震災需要の反動で売上は減少しており、前年比10%減で推移している。来月までは苦戦するような状況が見受けられる。
		スーパー（総務担当）	・競合出店の影響などもあり、今まで好調だった食品の売上が下降気味となっている。客は価格へ敏感になっている。
		スーパー（総務担当）	・若干ながら円高に改善兆候がみえているが、原燃料価格の高騰などが懸念材料となっている。このため、価格を据え置いた戦略からの脱却は困難であり、来客数の確保ができるかどうかポイントとなっている。競争激化の状況下では、当分変わらない状況が続く。
		スーパー（経理担当）	・ディスカウントストアやドラッグストアなど、拡大戦略をとる企業との競合になり、厳しい状況が続く。
		コンビニ（経営者）	・客の消費マインドに変化がみえない。相変わらず客の経済状態は非常に厳しい。今後、3か月先についてもそれが変化するような要因はない。
		コンビニ（店長）	・ゴールデンウィークは春休みの今と変わらない状況となる。
		衣料品専門店（店員）	・百貨店の従業員のリストラなど、マイナスの話題が多く、景気の先行きに不安を感じる。
		衣料品専門店（チーフ）	・3月末から4月上旬にかけて来客数が増加し、売上はピークになる。その後はまた落ち着く。
		衣料品専門店（取締役）	・景気が回復する理由が一つもない。消費税問題は非常に中途半端な状況となっている。国民から税金を取るだけとって、無駄をなくすことをしないことに不安を感じる。消費者の先行きへの不安材料となっている。
		家電量販店（店員）	・アナログ放送の停波により、前年7月まではテレビの売上が非常によかったため、一巡しない限り景気はずっと悪い状況が続く。
		家電量販店（店員）	・3月は売行きが良いとはなかなか言えない。日経平均株価は上がってきているが、まだ実感はない。売上は前年比60%となっており、大変な状況である。とても回復基調にあるとは言えず、今後もこの状況が続く。
		家電量販店（総務担当）	・薄型テレビなどについてオリンピック需要に期待しているが、あまり多くは望めない状況である。
		乗用車販売店（総務担当）	・新車販売においては、エコカー補助金の制度が広く認知されることで需要が押し上げられ、3か月先も好調を維持する。
		乗用車販売店（代表）	・良くなる要因が見当たらない。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・政局次第でどちらへ転ぶか不安定であるため、様子見の状況が続く。
		ドラッグストア（部長）	・明るい兆しもみえるが、国内外ともに景気に対する不安要因が多い。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・燃料油の小売価格が高止まり気味であるので、ガソリンや軽油の需要減退が心配される。また、これから灯油の需要は減退する。ただ、人の移動シーズンや行楽のシーズンの到来により、当地を訪れる観光客の増加による消費が期待できる。
		高級レストラン（支配人）	・ニュースなどで見られる電気料金の値上げや石油価格の高騰など、不景気感がある。今後も厳しい状況が続く。
		一般レストラン（スタッフ）	・寒い日が続いており、客の出足が良くない。今後もこの傾向は続く。
		スナック（経営者）	・現状の経営状況について打開策が見当たらず、じっと耐えるのも限界にきている。
		観光型ホテル（スタッフ）	・向こう3か月の予約状況は良いとは言えない。
		都市型ホテル（副支配人）	・団体客に頼っていた営業であるが、インターネット販売を中心に個人客がどんどん伸びている。
		旅行代理店（従業員）	・国内旅行は東京スカイツリーの開業や震災からの復興などがあり順調だが、海外は円安傾向や原油価格の高止まりもあり、特にゴールデンウィークは低調である。
		旅行代理店（企画）	・これから暖かくなるにつれ、今後ますます旅行意欲は高まる。ただ、原油価格の高騰や円安が進む懸念もあり、海外旅行においては、現地ショッピングも含め、割安だった近場の旅行が減少する可能性がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		タクシー運転手	・景気が良くなる要素が見当たらない。
		タクシー運転手	・客の出控えや買い控え傾向が強くなり、市内で1、2番のホテルの経営者が変わったりするなど、大変厳しい情勢となっている。
		通信会社（管理担当）	・すぐに景気が良くなる状態ではない。
		通信会社（営業担当）	・東日本大震災の復興が早く進み、なおかつ消費税問題も一応の決着をつけて、新しい方向性が見出せれば、景気は少しは回復する。
		通信会社（総務局）	・東日本大震災復興需要により、国内の景気は良くなるが、当地においては逆に悪くなる。
		通信会社（業務担当）	・4月は新年度が始まり、例年は3月の反動で、販売台数が少し落ちるが、今年はスマートフォンとタブレット端末を中心に需要は伸びる。
		通信会社（企画担当）	・季節要因の変動はあるかもしれないが、大きな変動を起こす要因がみられない。
		ゴルフ場（支配人）	・4月は雨が少ないという長期予報であり、天候要因が大きいゴルフ場では期待が持てる。コンペも大口ユーザーからの予約が堅調に入っている。しかし、小グループのコンペは比較的直前に入るため、先行き不透明な部分もある。
		理容室（経営者）	・今月は卒業、入学、就職などの社会行事があり、動きは良かったが、今後はその反動で来客数は減少する。
		美容室（経営者）	・新年度になると必ず売上が上がる。人は新しい気持ちとなり、計画的に物を購入する消費者が増え、景気回復につながる。ただ、現状をみると、そういった例年の動きがみられない。中小企業が頑張れる土台がなければ厳しい状況が続く。そのなか、消費税増税問題により、更に厳しい状況となる。
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）	・4月からの介護報酬改定は事業者によっては実質減収となるため、加算などの増収対策を構築できなければ、利益減となる。客のサービス使用状況も先行きは不透明である。		
やや悪くなる		商店街（代表者）	・消費税増税や社会保障費負担など支出が多くなる状況があるので、なかなか買物にお金を回せない状況になる。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・消費税が8～10%前後になった場合、自分の生活をどうしていくかということに心配する客が多く、むだな物を一切買わないという傾向が強まっている。また、量目設定を少な目にしたほうが、商品がよく動く。これから厳しい月が続く。
		百貨店（営業担当）	・新規ブランドの導入やクレジットの分割10回の無金利催事により、レジ客数、正価販売品の売上が増加しており、買上単価も上昇している。ただ、一昨年水準には達せず、現金取扱高の減少が継続している。消費税増税問題もあり、今後、今月みられた新しい物やお得な買物への関心は減退し、ちょっとしたぜいたくな買物への慎重な姿勢は強くなる。
		百貨店（営業政策担当）	・海外情勢について欧州の信用不安は一服した感もあるが、原油価格の高騰を始め、原材料資源価格の高騰が長引いている。国内では原発再開の是非も含めた見通しが立たないなか、電気料金の引き上げが企業業績を更に圧迫する。また消費税増税に対し、消費者の生活防衛意識は今後ますます高まっていく。消費者にとっては、中期的に所得面と支出面での二重苦となることが大いに懸念される。
		スーパー（店長）	・先行きの不透明感から、消費者の購買動向はより慎重になっている。しかも競合店の出店が次々と計画されており、周りの環境は今より厳しくなっていく。
		スーパー（店長）	・単価の低下に加えて、ここ数か月、購入点数にも減少傾向がみられる。
		スーパー（店長）	・今後も競合店出店の影響が出るため、景気が良くない状況が続く。
		コンビニ（販売促進担当）	・月々の際物商品がほとんど前年割れとなっている。客の給料も上がらず、使える小遣いの金額も少なくなっていくなかで、パンの売上がやや減少傾向にある。今後の景気も若干悪くなる。
		乗用車販売店（従業員）	・ガソリン価格の上昇により、燃費の良い車が動く。ただし現行のエコカー減税が終わり、先行きは厳しい。
		住関連専門店（経営者）	・3、4月はキャンペーンや地域の祭りなどいろいろな催し物があるが、置き家具業界は冷え込んでいる。3月末に地元周辺の中堅家具メーカーが倒産し、先行きは予断を許さず厳しい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		高級レストラン（経営者）	・4月の予約状況が悪く、5月のゴールデンウィーク時期の予約状況が改善されれば景気は良くなるが、予約状況は鈍い。
		一般レストラン（経営者）	・飲食については、来月、再来月に売上が増える見込みがない。九州新幹線などの活路を見出せるのは一部の業種だけである。何か景気が上向きになる条件が今のところないので、景気は悪くなる。
		タクシー運転手	・例年3月下旬の状況が4月末まで続いている。今年は特にタクシーの利用状況が悪く、それが今後も続く。
		タクシー運転手	・病院通いの客がいくらか減っている。病院に行かず、なるべく自宅で過ごす人が増えている。またお年寄りが亡くなり、需要が減っていることも景気が悪くなる大きな要因である。
		ゴルフ場（従業員）	・ゴールデンウィークの予約状況は前年に比べて良い。ただ、それ以降の予約に関して客単価の交渉があり、客単価を抑えざるを得ない状況となっており厳しい。今後もこの状況が続く。
		競輪場（職員）	・電力供給の問題があり、厳しい状況となる。
		競馬場（職員）	・来客数、販売量共に前年度を下回る実績が続いている。
		その他サービスの動向を把握できる者 〔フィットネスクラブ〕（営業）	・地元工場の撤退や消費低迷により、良い方向へは向かわない。
		音楽教室（管理担当）	・転勤の時期が4月もしくは5月であり、生徒の人数が落ち着かない。さらに年々、親の財布のひもはシビアになっている。
		設計事務所（所長）	・今月はたまたま案件が少し増えて忙しくなっているが、これがずっと続くとは限らない。また新しい案件もこれから先は出てこない。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税問題や原油価格の高騰、電力料金の値上げが見込まれる。消費税増税に向けての駆け込み需要もなく、将来的には景気はあまり伸びない。
		悪くなる	
一般小売店〔生花〕（経営者）	・毎年、5月第2週の日曜日の母の日までは良いが、それが終わると不況や東日本大震災の影響もあり、花どころではないという印象が根強く、先行きは不透明である。		
コンビニ（エリア担当）	・たばこの売上が5月から前年を大きく下回る。たばこ以外の商品の売込みを図りたいが、今のところ見通しがつかない状況である。また、大型競合店の出店が激しく、今後も更に厳しい状況が続く。		
衣料品専門店（店長）	・商店街のアーケード撤去工事が続いており、客が少ない。今後もこの状況が続く。		
衣料品専門店（店長）	・東日本大震災の影響ではなく、大型チェーン店の影響が大きい。数年前からの地域の区画整理のため、交通網が改善され、チェーン店が続々進出してきている。競争が激しくなり、個人店の経営は厳しい状況となっている。今後もこの状況は変わらない。		
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（営業担当）	・新規車両の生産が増える。
	やや良くなる	繊維工業（営業担当）	・これまでが悪すぎたので、これから景気は良くなる以外はない。ただ、消費税増税と電気料金の値上げがそれを妨げる可能性はある。
		家具製造業（従業員）	・今後、復興需要が見込まれ、大手スーパーや商業施設の東北への出店が加速すれば、その出店に伴った家具の需要が増える。
		電気機械器具製造業（経営者）	・全体的に仕事は厳しいが、納期や品質、コスト、価格への訴求が強く、急激な好転は見込まれない。ただ景況感は少し良くなる。
		通信業（経理担当）	・これからの復興需要も相まって景気回復方向に向かっている。
		金融業（調査担当）	・取引先の業績はまだ確認できていないが、超円高の解消など、マインド的には好転の方向にある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		経営コンサルタント (代表取締役)	・通勤で新幹線を利用しているが、新幹線の乗客数が前年に比べると増えている。特に熊本市では4月1日より政令指定都市になるため各所でイベントなどが行われ、若干明るい兆しとなっている。したがって、これからしばらくは良い方向に向かう。
	変わらない	農林水産業（経営者）	・量販店、居酒屋向けは4、5月の行楽シーズン、異動シーズンで例年どおり少しは期待できる。それ以降は国産、輸入物を含め、供給過剰となり、価格が下がることが予想される。
		農林水産業（従業者）	・今から先についてはゴールデンウィークもあるため、例年通り今より上向くが、根本的には非常に厳しい状況が続く。
		食料品製造業（経営者）	・非常に予測しにくい状況であるが、九州新幹線および地方交通線の観光列車が好調であることから、当地への観光客にはそこそこ期待できる。ただ、デフレ傾向は依然として続いており、業績を大きく伸ばすことは困難であると考えられるので、景気はあまり変わらない。
		鉄鋼業（経営者）	・最近の受注内容をみると、新規マンションの建築は着実に回復している。その他は相変わらず病院の増改築、特別養護老人ホーム、学校の統合などによる移設が中心である。企業の設備投資や物流の増加に伴う倉庫などの案件が少なく、インフラ整備への建築需要に期待できないため、先行きの需要に不透明感がある。
		金属製品製造業（企画担当）	・ガソリン価格の高騰が気になるところであるが、消費税増税を始めとする政治の迷走は当分続く。
		一般機械器具製造業（経営者）	・現状も決して良い状況ではないが、先行きは全く不透明である。ただし、自動車関連は前年より受注があると聞いている。ただし、今後伸びるであろう地域が東南アジアのため、低価格車となり、海外からの受注は今以上に苦しくなる。国内は低価格で受注しなければ、仕事がなくなる。
		一般機械器具製造業（経営者）	・今後の見通しが不透明であり、その時になってみないと景気の動向はわからない。
		精密機械器具製造業（従業員）	・今後の受注計画が不透明であり、今よりも減少する話が出ている。まだまだ、景気低迷が続く。
		輸送業（従業員）	・悪くならないが、今より良くなる兆候もない。
		輸送業（総務）	・景気回復に期待するが、あまり望めない。
		金融業（営業担当）	・年度末を過ぎると建設業を中心とした中小企業は受注が一旦落ち着く。ただ、1年前の東日本大震災直後のような極端な売上の落ち込みは春以降の受注状況をみると考えられない。したがって現在の状況とさほど変わらない。
		不動産業（従業員）	・オフィス賃貸部門の稼働率は横ばいの状況が続く。
		新聞社（広告）（担当者）	・年度初めは広告出稿を積極的に行わない企業が多く、大きな伸びは期待できない。ただし、前年と比較すると東日本大震災の影響が少ないため、広告出稿量は増える。
		広告代理店（従業員）	・前年の東日本大震災の際は日本経済が混乱し、新聞折込にも多大の影響が出たが、今年の3月の新聞折込受注枚数も前年比1.4%減と前年実績に届かなかった。消費税増税問題もあり、市場は沈滞ムードが続く。
		広告代理店（従業員）	・東日本大震災から丸1年が過ぎたが、そのダメージは大きく、回復の兆しはない。3月は前年をクリアするが、それは前年実績が悪過ぎたためであり、震災直前の前年3月前半の勢いの影すらみえない。
	経営コンサルタント	・会社の方針が内向きの傾向が非常に強く、内部管理のコスト削減などに取り組む企業が多い。新規の事業を始めるといふよりも守りの姿勢となっている。	
	経営コンサルタント (代表取締役)	・業況が急速に悪化している取引先は見当たらず、一方で急激に良くなっているという話も聞かない。	
	やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・オフシーズンとなるため、今の時期より受注は減少する。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・年度末の駆け込み受注は終了した。先行きは6月頃から良くなると見込んでいる。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・例年3、4月の荷動きは良いが、その先は消費税増税問題もあり、受注動向は難しい。
		建設業（従業員）	・業界全体的に仕事量が少なく、どの企業も手持ち工事があまりない。また消費税増税問題や65歳まで希望者全員の雇用確保を義務化する法案などが決定したら、景気はますます後退する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送業（総務担当）	・荷動きがだんだん悪くなってきている。一部には在庫が増えているところがあるが、荷動きはあまり良くない。今後もこの状況が続く。
		通信業（職員）	・営業情報や案件が増えず、2012年度の受注予算は2011年度よりも減少している。今後もこの状況に変わりはない。
		金融業（営業）	・生産が順調な企業がある一方で、大手メーカーの海外移転が進み、需要が先細ると予想する企業が多い。需要減退とまではいかななくても、受注状況の先行きは不透明である。雇用調整助成金を申請し、休業する企業も出てきた。
		金融業（得意先担当）	・金融円滑化法の是非になるが、一生懸命企業努力を行っている企業が、今の状況下では非常に苦しい立場になっていくと予想されるため、当面このような状況が続く。これから景気は下振れする。
		その他サービス業〔物品リース〕（役員）	・九州新幹線の全線開業から丸1年となり、観光面で開業効果は出ている。しかし設備投資については、ホテルの増築、改装など周辺整備が一段落し、大手の半導体関連の取引先も苦戦中であることから、先行きは厳しい。
悪くなる		建設業（社員）	・平成24年度より官公庁の一般競争入札は、1億円より5千万円の工事が拡大される。このことで発注者側の体制がすぐには整わない状況となっている。指名入札にも影響が出て、発注が遅れるのではと危惧している同業者も少なくない。発注がどのような方法でされるのか不明であるため、厳しい状況が続く。
		経営コンサルタント（社員）	・取引先の状況をみる限り、倒産件数はこれから増えていく。
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・市町村への補助金などの減少から、市町村は新規のプロジェクトや事業を考えにくい状況にある。市町村は、補助金や交付金などが無い限り、独自の財源で建設関係の調査や設計などの予算を組まない傾向にあるため、受注量は減少する。
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・ゴールデンウィークでの需要が十分期待できる。特に飲食店を含む観光業界からの注文がよくきているので、引き続き見込みがある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・3月中旬より各業界で動きが出始めている。株価上昇と円安により、心理的にも回復が期待できる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税問題があるが、円安や株価の上昇などにより、ここ数か月は良い傾向が続く。
		職業安定所（所長）	・例年に比べ3月の求職者数は減少しており、求人は増加傾向にあるなど、景気は回復基調にある。
		職業安定所（職員）	・労働力需給状況は比較的良好となっており、今後も求人数は増加し、求職者数が減少する状況が続く。
		職業安定所（職員）	・新規求職者数や雇用兼受給資格決定件数がこのところ減少基調にある。
		民間職業紹介機関（職員）	・求人数が前年に比べ2割増で推移している。好調なサービス業や通販業に加え、製造業からのオーダーが増加している。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・ここ数年の採用抑制の反動で、求人件数は増加傾向にある。アジア進出や国内における外国人へのサービスへの対応に関する新たな採用も増えており、今までと違った動きもみられる。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・好転要素がない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・取扱求人件数はこれまで前年を15%程度上回って推移してきた。今年度は新たな商業施設などの予定もないため、大幅な求人数の増加は見込めない。
		職業安定所（職員）	・原油価格上昇などの懸念はあるが、求人数の増加や求職者数の減少傾向などから依然として企業の採用意欲は堅調である。しばらくは現在の状況が続く。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は19か月連続で前年比増で推移しており、現在のところ改善傾向である。ただ、円高など不安要素もあり、企業整備を行う企業なども多少目につくようになっている。このため先行き不透明な状況が続く。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・厳選採用という現状の厳しい就職環境は、しばらく継続する。
やや悪くなる		人材派遣会社（社員）	・取引先等の状況から、今後ますます雇用状況は悪化する。

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
	悪くなる	民間職業紹介機関（社員）	・新年度に向けて活発な人材需要は乏しい。例年上期は落ち着くが、今年も今のところ出だしは前年と変わらない。
		人材派遣会社（社員）	・消費税増税問題や責任を取らない電力会社に資本注入し続けることに不安を抱く。国有化し早く発送電分離を進めなければ、中小企業は丸倒れとなる。
		人材派遣会社（社員）	・人員不足については新入社員などで補充され、求人数は減ってくる。
		民間職業紹介機関（支店長）	・注文数の減少が止まらない。

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	百貨店（営業企画）	・東日本大震災後の目黒からの回復、改装効果等を考慮すると、悪くなる要因が無く、また、アジアの客の増加も見込まれ、良くなる予測している。
	やや良くなる	コンビニ（経営者）	・今後、他府県からの観光客が増加すると共に、夏場に向けては地元客に対して飲料関係商品がよく出るようになる。
		コンビニ（エリア担当）	・前年は東日本大震災の影響により観光客数が減少し、県経済に大きな打撃を与えられたが、今年は観光客数が回復してきており、県内景気は底支えされると判断する。
		その他専門店〔楽器〕（経営者）	・少しずつ観光客が戻ってきている感があるので、良くなる。ただし、沖縄に年に何回も訪れるリピーターも増えているので、新規や外国人観光客の誘致方法を考え、更に沖縄ファンを増やしていけば良い。大きく沖縄観光が発展するためのターニングポイントかもしれない。
		観光名所（職員）	・予約状況が良く、景気に良い影響を与える。
		住宅販売会社（総務・企画分野）	・新年度の開始といった季節的要因につられて、住宅建設の検討を始める人が増えるほか、消費税増税の状況によっては、駆け込み需要が考えられ、契約などの状況は良くなる見込む。加えて、沖縄県への移住者の状況も、良い影響を与えるとみている。
	変わらない	コンビニ（経営者）	・周囲に新規オープンのお店が増えてきており、地域活性化が進むと見込まれる。
		コンビニ（エリア担当）	・量販店の繁盛振りを見ていると購買意欲は活気があり、低価格指向の根強さを痛感する。米飯類やホットスナック系の価格見直しで集客を図らないと客離れが大きくなっていく。また販売促進をかけても利益確保に至る回転数に達しないことも多い。
		衣料品専門店（経営者）	・ここ数か月同じ状況が続いている。今月は前半の天気の影響したのか、客が少なかったが、後半に天気が回復しても大して変わりが無い。客の買い控えは今後も続く。
		衣料品専門店（経営者）	・ただでさえ不景気な上に東日本大震災後の福島第一原子力発電所事故の問題など、世の中の先行きが不安定な状況で、景気が良くなることは期待できない。
家電量販店（総務担当）		・今年の7月までは、前年の地上デジタル放送の切替え効果で売上を伸ばした反動が出る。	
その他専門店〔書籍〕（店長）		・今年に入ってからの状況を踏まえると、今後2、3か月間は景気の上向きを気にするというよりは、いかに下げ幅を抑えるか、ということが重要になる。	
観光型ホテル（マーケティング担当）		・この先の予約状況から、稼働率としては前年を上回るものの、それほど大きな差は見込めない。ゴールデンウィークは前年を上回る見込みであるが、その他の期間に関してはまだ大きな予約の動きが無い。	
住宅販売会社（代表取締役）		・円高、原油高や消費税増税議論等々の影響があり、景気の回復が見通せない。	
やや悪くなる	商店街（代表者）	・集客は多少回復したものの、消費単価が落ちている感があり、今後も危機的状況が続く。	
	スーパー（販売企画担当）	・電気、ガス、ガソリンなどの値上げがあり、また、消費税率も上がる方向で動いてきている。これでは客の財布のひもは固くなると予想する。	
	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・先の見えない社会情勢の中で内食、中食が増え、客の財布のひもは固くなる一方である。低価格メニューか食べ飲み放題でないかと入客が確保しにくい。	
	ゴルフ場（経営者）	・単価上昇の要因、並びにそのために施策をどうするか、現状では非常に難しく、なかなか好転はしない感がある。	

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
企業 動向 関連	悪くなる	—	—
	良くなる	—	—
	やや良くなる	通信業（営業担当）	・待機開発要員が無く、契約会社や協力会社からの要員確保が増えてきている現状から、今後も景気は良くなる。
		広告代理店（営業担当）	・基幹産業である観光産業が元気になることが前提であるが、観光客を含む県外消費が活発化することで県内企業の景気も上向くのではと期待している。
	変わらない	食料品製造業（管理部門）	・競合他社と競争が激化しているため、対応策を実施し、現状を維持していく。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・期初は工事全体的に大きな変動は無い見通しである。
		輸送業（代表者）	・宮古だけは依然好調ではあるが、全体的には下降気味である。燃料費の高騰が大きく影響してくる。
		会計事務所（所長）	・消費者の財布のひもは、今後もそう簡単にはゆるくならないとみる。
		コピーサービス業（営業担当）	・すべてにおいてデジタル化しているため、印刷業界の仕事量は減っていくとみる。2～3か月では、それほどは変わらないとみるが、1～2年後は今よりも仕事量が減ると予想する。
	やや悪くなる	建設業（経営者）	・引き合い件数の動きが鈍い。
悪くなる	—	—	
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（総務担当）	・ここに来て、円高の是正傾向、株価上昇で、企業の景気に対する不安要素が薄らぎ、新年度開始の4月以降の案件の受注も増加している。新年度の営業体制に向けた採用の動きがみられ、景気上昇の期待が持てる。
		職業安定所（職員）	・求人数の増加傾向が続く見通しである。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・しばらく依頼の増加が続いていたが、その伸びが少し停滞しつつある。契約終了も併せて多く出てくるので、売上はあまり変化が無いものとみる。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・大型連休を迎えるため基本的に求人数は減るが、観光業においては忙しくなるため求人数全体ではプラスマイナスゼロくらいで考えている。
	やや悪くなる	—	—
	悪くなる	—	—