

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	旅行代理店（支店長）	・東京スカイツリーの開業に伴う団体客の好調が引き続き続く。団体の予約は6か月前からとなっているため、今後1年間はこのような状況が続いていく。個人客もやはり入場したいということで、個人のチケット及びパンフレットの問い合わせが多くなる。また、学校などのセールスも来年にかけて始まるため、そういった面でも多くなり、良くなる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・電気の事情があまり良くない。空梅雨であればいろいろな面で衣料、飲料水等が非常に売れると思うが、天気次第である。また、沿線なので東京スカイツリーの効果が多少あると期待している。
		一般小売店〔家電〕 （経理担当）	・今は爆発的に売れる商品がないが、本当に良い物は高くても買う傾向にあるため、対面して販売する小売店にとっては売りやすくなる。
		一般小売店〔家電〕 （経理担当）	・エアコンの季節になるため、やや良くなる。冷蔵庫も省エネ型はよく出るので期待している。周りの状況はあまり良くないのだが、提案、訪問などをして勧めるつもりである。
		一般小売店〔家電〕 （経営者）	・今年の夏は全体的な事情から節電ムードが高く、節電商材の動きがより増してくると期待している。
		一般小売店〔祭用品〕 （経営者）	・今月末から少しずつ動き出していることを感じるため、やや良くなる。
		百貨店（売場主任）	・昨年より梅雨入りが遅れる見込みである。また、クリアランスセール開始も後倒しの見込みのため、昨年より夏物の動きが活発になると想定でき、やや良くなる。
		百貨店（広報担当）	・東京スカイツリーや関連施設がオープンし、事前の想定を超える速さで100万人を超え、開業5日間で113万人以上が来場している。その経済効果は絶大であり、他の商業施設と併せて、夏休みを迎える2、3か月後には首都圏全体で客足の増加が見込まれる。
		百貨店（店長）	・客の購買意欲は落ちていないように思えるため、やや良くなる。
		百貨店（営業企画担当）	・中元期が始まり、来客数増が見込まれる。また、開業20周年を迎え、記念イベント等を企画して販売にもつなげていく予定である。
		スーパー（店長）	・昨今の円高あるいは株安傾向は続いていくとは思いますが、前年のように節電ということで買い控えもなく、気温も高くなり、夏物衣料あるいは節電商材あたりが昨年以上に販売ができる。今月からすると購買意欲が上がってくる季節になることが予想されるため、好調になる。
		コンビニ（経営者）	・売上や来客数を見ると、従来よりは少し違っているという見方ができるため、やや良くなる。
		コンビニ（経営者）	・毎年のことだが、暑い時期は客の動きも良く、売上も伸びるため、今後2、3か月の間はやや良くなる。
		コンビニ（経営者）	・気温も上がり、客数がいつもどおりでいくと増えるため、やや良くなる。
		コンビニ（商品開発担当）	・他社の動向から、期待したい。
		衣料品専門店（経営者）	・オリンピックが近くなり、客が浮き浮きするような事柄が増えていく。店でも便乗してイベントを仕掛けていくため、ここ3か月は良くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・8月の電気料金の値上げや消費税増税の議論、年金の問題等、また、天気もかなり消費に影響を与えると思うが、東日本大震災復興事業の本格稼働によって全体的に動きが出てきているため、消費も喚起してくる。
		家電量販店（統括）	・昨年の地上デジタル放送移行による駆け込み特需が終了した後、少し明るい兆しが見られる。
		乗用車販売店（経営者）	・既存の法人客の景気も上向いてきており、販売量が増えていくため、やや良くなる。
		乗用車販売店（渉外担当）	・低燃費車、小型ハイブリッド車の販売が50%を超えているため売上単価が低く、エコカー補助金も8月には終了との予測もあって楽観視はできないが、景気対策が続き、ハイブリッド車を中心に台数は好調に推移する。
乗用車販売店（販売担当）	・エコカー補助金対象の車両などを購入するユーザーにとってメリットがあるし、特に低価格の車両等はお買い得感があるため、まだまだ販売台数は伸びる。		
その他専門店〔雑貨〕 （従業員）	・これからまだ新店ができる予定もあり、節電対策のような商品等も売れ始めているため、やや良くなる。		

その他小売 [ゲーム] (開発戦略担当)	・定番のスポーツタイトルや、秋から年末商戦を見据えたタイトルの発売があるため、盛り上がってくる。	
一般レストラン (経営者)	・ホームページなどでこちらから情報発信することへの反応は良い。売上増加もやり方次第である。	
都市型ホテル (スタッフ)	・宿泊とレストランは、お得感のあるプランや記念日プランを出してそれなりに個人利用があり、今後も継続してこの対策を進めていく。宿泊はイベントや学会のスケジュールが発表されており、団体予約はこの先大きく増加はしないが、小さなグループ利用を中心に前年同期比で手持ちが良く、レストランも同様に前年同期比で予約が多い。宴会も、企業の周年利用や、個人の婚礼以外のお祝い利用で予約が入ってきており、やや良くなる。	
旅行代理店 (経営者)	・客はそれぞれお金は蓄えて持っている感じで、夏に向けての予約等の問い合わせが頻繁にあるため、良くなっていく。	
旅行代理店 (従業員)	・円高、ユーロ安が続いて海外へ旅行に行く要素が整い、またローコストキャリア等の台頭もあり、活発に人が動きそうであるため、やや良くなる。	
旅行代理店 (従業員)	・取引先からの依頼が増えてきているため、やや良くなる。	
タクシー運転手	・これからも徐々に良くなる。客からも若干忙しくなってきたという話を聞くため、これから乗務員の確保が難しくなってきたり稼働率が下がるということになると、かなりプラスになって動く。	
タクシー運転手	・東京スカイツリー景気でタクシーにも徐々ににおこぼれが回って来そうな感じがするため、少々景気は良くなる。	
通信会社 (管理担当)	・オリンピック開催による需要が高まるため、やや良くなる。	
通信会社 (営業担当)	・主力商材である多チャンネルサービスの低迷はしばらく続く。	
通信会社 (管理担当)	・携帯電話の新商品発表や、当社の新サービスの提供など、販売向上要因があるため、若干の販売増が見込める。	
その他レジャー施設 (経営企画担当)	・東京スカイツリーが予定どおり開業し、夏季には国内観光客のスカイツリーへの来場増が予想される。この観光客の増加による、都内の観光、レジャー業全体への波及効果を大いに期待したい。	
設計事務所 (所長)	・ただ単に期待するしか手立てがないが、方向性としてはプラスに向いていくような気はする。	
設計事務所 (所長)	・耐震設計があるうちは、2、3か月というより年度内は忙しい。	
住宅販売会社 (従業員)	・現在の状況は、正直まだまだ契約数が足りないため、今後も営業に力を入れて景気を良くしていきたいと考えている。周りの中では悪い話が出ていないため、当社次第で、今後良くなっていく。	
変わらない	商店街 (代表者)	・前月は伸びていくような気配を感じたが、今春の天候不良はかなり影響がある。また、首都圏内に大型商業施設が幾つかできたため、その影響も出そうである。
商店街 (代表者)	・何も決められない現状の政治で、真に効果のある施策が期待できない。	
商店街 (代表者)	・今年はロンドンで行われるオリンピックがあるが、オリンピックで良い成績を取って金メダルが増えるようなことになれば、かなり景気も上向いてくるのではないかと期待している。なるべく頑張ってもらいたい。	
一般小売店 [和菓子] (経営者)	・電気料金の値上げや消費税の議論等の問題で、まだまだ政治的に不透明な部分が多いため、これから良くなるとは思えない。	
一般小売店 [文房具] (経営者)	・今月は少し普通の月とは違い、大口の案件が何件もあったため、全般的に良かったのではないかと思っている。そのため、6月になればまた普通に戻る。	
一般小売店 [印章] (経営者)	・電気料金の値上げ、消費税の議論と、生活していくうえでダブルパンチ以上のトリプルパンチがいつ来てもおかしくない状況であり、皆の購買意欲は、生活必要最低限の買物しかないような感じがする。非常に財布のひもが固くなっており、あまり良い環境ではないが、早く景気の良い商店街になりたい。	
一般小売店 [医薬品] (経営者)	・しばらくは今の景気の状態がずっと続く。	
一般小売店 [家具] (経営者)	・これから先の見通しは、良くなるような要素が一つもない。客の様子を見ても、景気が良くなるような感じはしない。	

一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・今の悪い状態が良くなるような要因が見当たらず、非常に心配している。悪くなる要因は政局の混乱等いろいろあるため、良くなることはないだろうが、悪くなって欲しくないため、変わらないということである。
一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・あまり案件がないと言えないのだが、先に見えていることは見えているため、変わらない。秋口に近隣に大型の駅ビルができるため影響されるのではないかという危惧が今からあるが、店頭売りのほうも、これ以上下がることはとりあえずはないようである。
一般小売店〔茶〕（営業担当）	・県や市の協力を得てお茶の応援キャンペーンを展開している。客にも安全性が伝わっているように感じ、デイリーについては購入者が増えているが、ギフトはまだ販売量が少なく、売上は大きく変わらない。
百貨店（総務担当）	・円高や欧州の信用不安、株価の不安定、また、電力供給や料金値上げの問題、消費税など増税の議論等、景気が好転する要素が見当たらない。
百貨店（総務担当）	・良くなる要素が見当たらず、厳しい状況が続く。消費者のマインドを持ち上げるような企画や品ぞろえ、顧客満足などをよく考えて、対策をしていく必要がある。
百貨店（総務担当）	・業態によっては明るい兆しも見えているものの、欧州の信用不安や原油価格の高騰等、また、この夏はもしかすると電気料金等も値上げされるため、非常に不安定要素が多く、消費動向もまだ決して上向きにはならない。
百貨店（営業担当）	・急激な円高、株安の影響で宝飾品、時計、美術品、家具等の高額品の売上は前年を大幅に下回っているが、婦人服、婦人服飾雑貨を中心とした婦人ファッション関連商材は堅調に推移しているため、変わらない。
百貨店（営業担当）	・関東圏の節電は昨年比べて強制的なものではないものの、消費者心理的には節電モードである。節電関連商材は昨年購買済みの点を考慮し、現状維持が妥当である。
百貨店（営業担当）	・東京スカイツリーのオープンなど、東京には活気が戻っている感じはあるものの、根本は変わっていない。今後の創造ができず、小売と顧客の心理には隔たりが大きい。
百貨店（営業担当）	・景気回復を予感させるニュースがあまり聞こえてこない。
百貨店（営業企画担当）	・天候にも左右されるが、衣料品はこのまま堅調に推移する。
スーパー（経営者）	・4、5月は良いものの、6月も良いかどうかは少し分からないが、変わらない状況だと思う。7月にまた競合店が出てくるため、当社としては少し悪くなる可能性もあるが、景気に関しては変わらないでいく。
スーパー（店長）	・社会情勢に良い兆しもなく、夏場に向けて節電等の節約ムードも重なり、消費に対する節約も関心が高くなってくる可能性がある。
スーパー（店員）	・消費税の議論や電気料金の値上げ等、可処分所得が減少するなかで、本当に必要な物、必要な量に販売動向が変わっていく。景気自体はそれほど変化がないにしろ、ポイント還元や特売を利用した買物が増えてくる。
スーパー（営業担当）	・円高、株安、更に欧州の信用不安等、世界的な状況についても非常に混んとした形で動いている。日本経済の立ち直りの様相がまだに見えてこない。
スーパー（仕入担当）	・電力不足、放射能、増税等、不安要素は山ほどあり、特に夏に向けて節電＝節約的なイメージとなり、消費は低迷すると懸念している。
スーパー（仕入担当）	・競合店も含めて単価減の傾向になっており、点数増の施策に向いている。点数ベースでは前年並みに動くが、前年と状況が違うため、売上に影響が及んでいる状況は変わらない。
コンビニ（経営者）	・現在は買上点数も増加したが、夏に向かって昨年以上の節電で店内の室温も上がるため、滞留時間減少が避けられず、今以上の売上増は望めそうにない。
コンビニ（経営者）	・悪くなる要因も無いような気がするが、今の状況では何とも判断が付かない。
コンビニ（経営者）	・盛夏時の気温や暑さの続き方等に左右されるとは思うが、節電志向ということで、いろいろな分野でお金の使われ方が変わっていく。店の商品は、夏はやはりアイスクリームなど冷やしておく物や、冷たくしておく飲物などに電気料金が掛かるようになってくる。経費負担が増えて利益が上らない構造になっていくのではないかと少し懸念している。
コンビニ（エリア担当）	・トレンド予測を実施しているが、特に変化は見られないため、変わらない。

コンビニ（店長）	・各分類項目の中の検討や、野菜はあまり置いていなかった ので野菜導入の検討、この2点ほどを緊急に品ぞろえして いく予定である。したとしてもそれほど良くなるとも、すぐ には良くなるとも思えないが、努力はしたい。
コンビニ（商品開発担 当）	・客数の低下傾向が続いており、先行きを見通しても客数が 増加傾向に向かう要因が見当たらない。
衣料品専門店（店長）	・UV対策インナーや省エネルギー、暑さ対策商材などの夏 物実需品が、電力不安対応として立ち上がりと共に動き始 め、消費を押し上げていく。昨年夏の関東ほどの消費ブレ ーキは掛からない。
衣料品専門店（営業担 当）	・消費税や税金の議論など不安材料は多くあるが、客が求め ている物を店が努力して用意し、うまく回していけば、 やっと前年を超えることができる状況は変わらない。当業界 は、前年比100%以上というのは大変厳しくなっている。
乗用車販売店（経営 者）	・せっかくエコカー減税があるのに、販売、整備とも前月よ り3割減となっており、あまり良くない状況は変わらない。
乗用車販売店（営業担 当）	・夏くらいにはエコカー補助金も無くなると予想されるた め、良くも悪くもならない。
乗用車販売店（総務担 当）	・エコカー補助金の最終めどが7月か8月と予想されるなか で駆け込み需要が増えてきているが、6月に終わってしまう と、顧客も遠のいてしまう。できれば延長を望みたいが、希 望薄で終わってしまいそうである。
住関連専門店（店長）	・電気料金値上げに対しての節約や、逆に節電、省エネに対 する費用は支出しているため、変わらない。
その他専門店〔ドラッ グストア〕（経営者）	・景気が悪くても日用品は買うため、提案次第で良くなり得 る。
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）	・2、3か月先も今と変わらないような円高で、株価も上が らず、景気が不透明で消費が冷え込む。政治も安定しないた めに、売上が伸びない。また、サラリーマン等の景気は、 ボーナス等良くないようなので、その分費用もなくなってい る。
一般レストラン（経営 者）	・欧州の信用不安の再燃や金融不安で株価が下がり、消費税 の議論など政治不信が続く。これでは景気が良くなる訳がな く、どうにかして欲しい。
一般レストラン（経営 者）	・昨年から比べて若干良くはなっているものの、この後さら に良くなるというような感じはしない。逆に今年よりも少し 下がってくるような感じでもなく、一進一退を繰り返してい きそうである。
一般レストラン（経営 者）	・2、3か月先というと7、8月であり、当業界ではニッパ チと言って売上はあまり期待できず、恐らく今とそれほど変 わらない。
一般レストラン（店 長）	・特段良くなるというようなことは全くない。
旅行代理店（従業員）	・2、3か月先は旅行代金上がるため、団体旅行は見積件 数は増えているものの受注にまでは至らず、伸び悩んでい る。
タクシー運転手	・全体的に少しだけ良くなっているようだが、雨や明るい ニュースを期待しているようでは、この先不安だけである 。
タクシー運転手	・この先どの方向に向かっているのかが全く見えないため、 それが一番不安である。
タクシー（団体役員）	・景気と天候に左右される業界であるため、契約企業や一般 顧客に今の節約傾向が続く限り、現状と変わらない。
通信会社（経営者）	・現在の経済上の課題、消費税の議論、欧州の信用不安等は 解決していないと思うため、変わらない。
通信会社（経営者）	・今後ロンドンオリンピック等があるが、テレビ需要は弱い ため、顧客獲得を達成するためには営業力を強化せざるを得 ない。インターネットや電話は、クロスセルやアップセル営 業で順調に増加し、需要がインターネット系にシフトしてい く。
通信会社（営業担当）	・先行きの景気に不安があり、消費者が消費を控えているよ うである。
通信会社（局長）	・東日本大震災の復興支援の問題や、消費税増税の議論を含 む政府の方針に先行きの明るさがなく、そのうえ国内教育問 題や中国、北朝鮮を始めとする外交問題も山積していること から、そう簡単に現況を脱すとは考えにくい。
通信会社（営業担当）	・引き続き他社との競合が続くことが見込まれ、キャンペ ーン等の施策合戦となり、現状維持で推移する。

通信会社（局長）	・雇用状況が改善しない限り、消費意欲は低迷している。エアコンを買換えたい気持ちはあるが、十数万円を向こう10年の電気料金で取り返せると分かっているにもかかわらず消費に至らないのは、景気の先行き不安から雇用の安定に不透明感が感じられるためである。														
観光名所（職員）	・5月は1年の中でもゴールデンウィーク等があり、繁忙期である。3か月後は夏休みには入るものの、旅客はそれほど伸びないのが毎年の傾向である。														
ゴルフ場（支配人）	・秋口にシーズンになってまた来場者の増員が望めるが、7～9月の夏場は来場者が落ち込む。														
パチンコ店（経営者）	・単価の動きから、やはり客がお金を使わなくなってきた傾向がある。これは急には改善されず、なかなか厳しいため、今と変わらない。														
その他レジャー施設 〔スポーツ施設〕（支配人）	・数か月前と比較して変化が見られないため、変わらない。														
その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（支配人）	・インドアスポーツであるボウリング場は、昨年東日本大震災の影響でアウトドアスポーツを敬遠する世の中の風潮により特需があったが、今年はその反動が出ており、この傾向は秋まで続く。														
その他レジャー施設 〔アミューズメント〕（店長）	・好材料が見られず、客数の増加では賄い切れない。														
設計事務所（経営者）	・周りでは建築の施工関係において非常に不景気が見られるが、当方では一生懸命に努力した結果、現在に至って仕事が大変多くなっている。これも今まで2、3月に一生懸命頑張ってきた実績ではないかと思っている。行政面においても仕事の発注が大変多くなり、問題なくこなせるかどうか心配なほど仕事が出ているというのが実情である。もっともっと頑張らなければいけない。														
設計事務所（職員）	・新年度に入って建築業界（ゼネコン）の安値受注傾向が弱まり、東日本大震災の復興需要を見据えた動きが読み取れるが、明確な変化には至らない。														
住宅販売会社（従業員）	・ゴールデンウィークを始め、今月のイベント、キャンペーンの集客は前年と変わらない結果だったため、良くなる要因は感じられない。														
住宅販売会社（従業員）	・注文住宅の請負、建売住宅の売買は共に受注見込客の増加には至っておらず、これまでとさほど変わらない状況がもうしばらく続く。														
その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・客に今後の見込みを聞いても、大型物件やその他増量の見込める話がないと同時に、逆にどんどん減っていくような要素もないため、変わらない。														
やや悪くなる	<table border="1"> <tr> <td>商店街（代表者）</td> <td>・今の世界情勢から考えると、客の購買意欲はかなり委縮しているようである。不安を考えると、消費をすることに対して非常に慎重になるため、消費はなかなか伸び悩む。</td> </tr> <tr> <td>一般小売店〔茶〕（営業担当）</td> <td>・新茶の風評被害による売上の伸び悩みもあるが、もう一つ、大きな柱となる自動給茶機のお茶の売上も縮小し続けている。今後もメディアで報道されている節電により、給茶機の電源を落とす会社が増え、それに伴って売上の低下が懸念される。</td> </tr> <tr> <td>百貨店（営業担当）</td> <td>・通常7月から実施しているクリアランスセール開始時期を2週間遅らせることにより、どのくらい影響を受けるのか判断が難しい。最近は6月後半より値下げが行なわれているため、商材の確保及び取引先の協力、客の反応すべてにおいて、やってみないと分からない状況である。客の反応としては、必要ない物は買わないという行動がより明確になり、売上減、利益は前年並みというところか。クリアランスでお祭りのような要素が欠けることに、消費行動全体の低迷が心配される。</td> </tr> <tr> <td>百貨店（販売管理担当）</td> <td>・夏のクリアランス開始を後倒しすることが確実となり、今までの一斉スタートと比較すると、消費者のマインド的な勢いに大きな違いが生じ、消費意欲が減少すると考えるため、やや悪くなる。</td> </tr> <tr> <td>百貨店（副店長）</td> <td>・欧州問題により、やや悪くなる。</td> </tr> <tr> <td>スーパー（総務担当）</td> <td>・これから夏に向けて、節電や消費税増税の議論がある。必要なことは分かっているが、なかなか心理的に購買を後押しすることの妨げになっている。また、大きな流行となるような事柄がないことから、消費が低迷し、やや悪くなる。</td> </tr> <tr> <td>コンビニ（経営者）</td> <td>・消費税の議論がどうなるのか、小売業には直撃すると思うため、不安だらけである。</td> </tr> </table>	商店街（代表者）	・今の世界情勢から考えると、客の購買意欲はかなり委縮しているようである。不安を考えると、消費をすることに対して非常に慎重になるため、消費はなかなか伸び悩む。	一般小売店〔茶〕（営業担当）	・新茶の風評被害による売上の伸び悩みもあるが、もう一つ、大きな柱となる自動給茶機のお茶の売上も縮小し続けている。今後もメディアで報道されている節電により、給茶機の電源を落とす会社が増え、それに伴って売上の低下が懸念される。	百貨店（営業担当）	・通常7月から実施しているクリアランスセール開始時期を2週間遅らせることにより、どのくらい影響を受けるのか判断が難しい。最近は6月後半より値下げが行なわれているため、商材の確保及び取引先の協力、客の反応すべてにおいて、やってみないと分からない状況である。客の反応としては、必要ない物は買わないという行動がより明確になり、売上減、利益は前年並みというところか。クリアランスでお祭りのような要素が欠けることに、消費行動全体の低迷が心配される。	百貨店（販売管理担当）	・夏のクリアランス開始を後倒しすることが確実となり、今までの一斉スタートと比較すると、消費者のマインド的な勢いに大きな違いが生じ、消費意欲が減少すると考えるため、やや悪くなる。	百貨店（副店長）	・欧州問題により、やや悪くなる。	スーパー（総務担当）	・これから夏に向けて、節電や消費税増税の議論がある。必要なことは分かっているが、なかなか心理的に購買を後押しすることの妨げになっている。また、大きな流行となるような事柄がないことから、消費が低迷し、やや悪くなる。	コンビニ（経営者）	・消費税の議論がどうなるのか、小売業には直撃すると思うため、不安だらけである。
商店街（代表者）	・今の世界情勢から考えると、客の購買意欲はかなり委縮しているようである。不安を考えると、消費をすることに対して非常に慎重になるため、消費はなかなか伸び悩む。														
一般小売店〔茶〕（営業担当）	・新茶の風評被害による売上の伸び悩みもあるが、もう一つ、大きな柱となる自動給茶機のお茶の売上も縮小し続けている。今後もメディアで報道されている節電により、給茶機の電源を落とす会社が増え、それに伴って売上の低下が懸念される。														
百貨店（営業担当）	・通常7月から実施しているクリアランスセール開始時期を2週間遅らせることにより、どのくらい影響を受けるのか判断が難しい。最近は6月後半より値下げが行なわれているため、商材の確保及び取引先の協力、客の反応すべてにおいて、やってみないと分からない状況である。客の反応としては、必要ない物は買わないという行動がより明確になり、売上減、利益は前年並みというところか。クリアランスでお祭りのような要素が欠けることに、消費行動全体の低迷が心配される。														
百貨店（販売管理担当）	・夏のクリアランス開始を後倒しすることが確実となり、今までの一斉スタートと比較すると、消費者のマインド的な勢いに大きな違いが生じ、消費意欲が減少すると考えるため、やや悪くなる。														
百貨店（副店長）	・欧州問題により、やや悪くなる。														
スーパー（総務担当）	・これから夏に向けて、節電や消費税増税の議論がある。必要なことは分かっているが、なかなか心理的に購買を後押しすることの妨げになっている。また、大きな流行となるような事柄がないことから、消費が低迷し、やや悪くなる。														
コンビニ（経営者）	・消費税の議論がどうなるのか、小売業には直撃すると思うため、不安だらけである。														

コンビニ（経営者）	・客単価はこしばらく落ちてきており、今後も回復が難しい。様々な材料を見ても、今後景気が回復する材料が見当たらない。
衣料品専門店（経営者）	・業界全体や商店街全体にも起爆剤が無く、例年並みの流れでは売上減少が予想される。特に週末の売上が低下し、客の価格と商品を見る目はより一層冷たくなる。
衣料品専門店（経営者）	・最近の政治不安、東日本大震災、福島第一原子力発電所の事故等の暗いニュースばかりがいつまでも続き、消費者は衣服への購買意欲が低下している。1か月単位での落ち込みは数%でも、半年、1年のトータルで考えると、金額的にはかなり大きな落ち込みになる。
衣料品専門店（経営者）	・この夏の電気がどうなるかがまだ見えてこないため、なかなか景気が上向きかどうかは分からない。周辺には関連会社が多いため、工場等の電気の状況によっては景気が悪くなる可能性がある。
衣料品専門店（店長）	・クールビズの影響で、重衣料、スーツ、フォーマル、ジャケット等の来客が少なくなる。
家電量販店（営業統括）	・夏の電力需給の問題とも関係するが、節電関連商材の動きは良くなっており、扇風機、エアコンの販売が好調になっている。LED電球も普及期に入り、数量は増加しているが、単価が大幅に下落しているため、単価を上げていく効果は薄い状況である。LED関連商材はコモディティ化がより一層進行する。
乗用車販売店（販売担当）	・今後3、4か月は悪くなる。大手ITメーカーの破たんや日本のIT産業問題の中での人員削減、また、電機関係でもテレビを国内で製造しないなど、相当人員削減の話が報道で出ている。そういった環境の中で、車両についてはエコカー補助金の間は増えていくが、今後、拡大はなかなか望めないと理解している。3か月先については、今より悪くなるのではないかと危惧している。
乗用車販売店（店長）	・今はエコカー補助金に支えられている。補助金がなくなった時はバックオーダー不足を純受注の大量獲得でカバーする計画だが、純受注の契約が未達に終わると、また非常に厳しい状況になる。
住関連専門店（統括）	・まだまだ景気が上向く条件はない。公共料金の値上げ等を控えている現状では、売上の伸び悩みが必至である。
その他専門店〔服飾雑貨〕（統括）	・夏の賞与支給額は減少し、購買意欲が向上するようなニュースもなく、賞与は税金やローンの支払にすると声を客からも多数聞いている。夏に向けて、電気料金等の値上げも、精神的に消費マインドの低下につながるため、やや悪くなる。
その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・欧州の信用不安が日本に波及し、景気の足を引っ張る。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・光熱費の値上げ等で悪影響が出る。
高級レストラン（支配人）	・法人より個人の予約、問い合わせが増えてきている。今後、同窓会、趣味の会等、団塊の世代を中心に取り込みを強化していきたい。ただし、夏場の電力不足で少なからず影響があり、やや悪くなる。
一般レストラン（スタッフ）	・結果的に電気料金や消費税が上がることはもちろん必要なのだろうが、良い話題が全く無い。東京スカイツリー効果により日本の景気は良くなったと思うが、その他の材料は全く良くないため、良くなるとは思わない。
都市型ホテル（スタッフ）	・夏期に入って節電、停電など懸念材料が多く、先行きが不透明である。予約もその影響から先々の案件が動かず、読めない状況が続く。夏は例年、売上もそれほど上がらない時期ではあるが、一層厳しさが増しそうである。
都市型ホテル（スタッフ）	・相変わらず結婚式の受注の伸びが非常に弱く、前年比でもかなり落ち込んでいる状態が続く。
都市型ホテル（スタッフ）	・円高や政治的不安定、夏の節電、消費税増税の議論等、非常に経済に悪い状況がそろっているため、悪くなっていく。
通信会社（支店長）	・学割需要が5月で終了し、起爆剤となるような新商品の発売予定も特にないため、これからは良くなることは厳しい。
美容室（経営者）	・いろいろな条件があると思うが、よく分からない状況である。
美容室（経営者）	・早く天気が安定して欲しい。

	その他サービス〔福祉輸送〕（経営者）	・多くのディーラーで現在抱えている受注残の登録、売上は、今年度のエコカー補助金の対象が恐らく4、5月の受注ですべて出尽くし、エコカー減税だけになると消費者にとっては少し高めになるため、今までの状況に比べれば受注のペースが落ちる。したがって下半期に向けては、何らかの新車の販売等がない場合、受注量が減り、売上もその影響を受け、やや悪くなっていく。
	その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・電力供給の不安を始めとして、政治不信による経済不安がまん延し、経済活動が沈滞する。ますます購買意欲が低下し、消費には向かない。
	その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・東日本大震災の影響に加えて地震等の情報などで、学校からもあまり遠くに行かないようにといった書類が出ているようである。そのため、塾でも遠くから通う生徒が辞め始め、前年より2、3割程度売上が下がっているため、夏の集客も見込めない状況である。
	設計事務所（所長）	・いずれにしても仕事量がないなか、職人たちが廃業に追い込まれている。現実として、設計業務等では新築が非常に激減していると同時に、大手が非常に小さい仕事にまで手を伸ばしている。こういった状況から、景気そのものが悪くなるなか、仕事にもなかなか有り付けない。
	住宅販売会社（従業員）	・来場者数が減っており、集客が苦戦している。物件供給数も抑えてきている、もしくは仕入ができていない状況のようで、景気が良くなる要素が見当たらない。
	住宅販売会社（従業員）	・来場者数が前年より減っているため、やや悪くなる。
悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者）	・福島第一原子力発電所の事故が報道され、放射性物質による風評被害の影響が大きく、客数、販売量共に減少している。今月は景気の悪化で本当にひどく、最悪の状況になってしまったため、悪くなる。
	一般小売店〔家電〕（経営者）	・まず家電の流れが全くない。テレビは行き届いているし、商品に関しても、LEDの交換等でも客は皆、価格で見えており、手が付けられない。今後が本当に、どのようになっていくかが怖い。
	一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・オーバーストアのため、悪くなる。
	百貨店（総務担当）	・資本主義の終えんに掛かっていること、伸び切ってしまったことに気付きもせず無為無策の政府、少子高齢化への対策も無し、そこに加えて財務省の言いなりで消費税一本やりと、消費の低迷で小売業としてももう限界に来ていると思う。やはりサラリーマンの可処分所得を多くしないと、景気は絶対に良くならない。
	百貨店（広報担当）	・更なる競合店の出店から、売上減は必至である。
	スーパー（店長）	・できれば期待値を込めてやや上向きになるという回答をしたかったが、ちょうど3か月後に半径500メートル商圏に競合店が出店するというので、今より更に厳しい戦いになりそうであり、悪くなる。
	スーパー（ネット宅配担当）	・競合店の出店があり、客数、単価共に大きく影響が出る。
	衣料品専門店（営業担当）	・不況であり、また気温が例年に比べてあまり上がらず、衣料品の売上が落ちていく。
	乗用車販売店（経営者）	・客の購買意欲がとても低い。エコカー補助金の駆け込み需要を期待したいが、このまま盛り上がりもなく終了してしまいそうである。
	その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・世の中全体が守りに入ってしまったため、悪くなる。
	ゴルフ場（従業員）	・福島第一原子力発電所の事故の問題、電力不足、大地震への恐怖、異常気象、先行き不透明な経済状況、政治への不信感、消費税増税の議論、年金問題など、何をもって回復の兆しがあるのか。日本人が元気でいられる、何にでも耐えられる健康増進への取り組みが一番かもしれない。
	その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・乗客数からすると、もうこれ以上悪くなりようがないと思っているが、それでも毎月悪くなっているため、悪くなる。
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して実行しない限り、先の見通しは真つ暗な状態にあると思うため、日本経済は良くならない。	
企業動向関連	良くなる	—
	やや良くなる	一般機械器具製造業（経営者）

	その他製造業 [化粧品] (営業担当)	・この夏は暑そうなので、季節需要が拡大しそうである。
	不動産業 (従業員)	・店舗用地、工場用地の引き合いは少ないが、住宅用地の引き合いは増加傾向にある。また、それが契約に直結している場合が多々あるため、やや良くなる。
変わらない	食料品製造業 (経営者)	・電気料金値上げなど、良いイメージがわからない。
	繊維工業 (従業員)	・日本の景気は良くなりつつあると言うが、中小製造業者にとっては注文があって始めて生活できるのであり、その注文が本格的でない分、今後の景気に不安が付きまとう。
	出版・印刷・同関連産業 (経営者)	・当社は、夏場に受注量が大きく低下する傾向のある顧客が中心だが、3か月後から年末にかけて受注増が見込めるため、プラスマイナスで変わらない。
	出版・印刷・同関連産業 (所長)	・価格競争の激化や諸々の不安定な状況を打破しない限り、現状の低空飛行状態は変わらない。
	出版・印刷・同関連産業 (営業担当)	・法人関係の得意先は、電力関係では非常に少なく、変わらないかやや下向きである。建築関係では、新築ビルの仕事の注文が出るたびにゴム印の注文が来るが、その件数もやや少なくなっている感じで、横ばいかやや下向きである。一方、個人需要の実印や銀行印はやや上向きであり、トータルすると変わらない。
	出版・印刷・同関連産業 (総務担当)	・昨年は自粛していた花火大会やイベントが復活し、今年の夏は華やかにはなると思うが、復興のムードが徐々に薄れてきている感は否めない。便乗して景気を上げようという材料も無いため、疲労感のみが強調されてしまう。
	化学工業 (従業員)	・東日本大震災の復興による建築関連製品の動きはまだまだ先のように、期待はできないようである。また、海外、特に中国向けの製品の動きも少し停滞気味である。
	金属製品製造業 (経営者)	・地域内大手企業の県外移転の影響もあり、業種によって受注量の減少が大きくなっている。
	一般機械器具製造業 (経営者)	・来月以降の予定表が出てきているが、今月と変わらないようなペースの受注である。どの客もそうであるため、良くなるような気はしない。
	電気機械器具製造業 (経営者)	・景気の良くなる要素がすべて見られない状況で、中小企業、特に零細企業で景気が良くなることは当分ないものとして、経営を頑張っている。
	輸送用機械器具製造業 (経営者)	・ここ3か月ほどは、トラックは材料もどンドン動き、良いほうへ向かっている。円高やユーロ安など要素は多くあるが、8月の夏休みまで続くのか、秋まで続くのかは分からない。しかし、今のような状態であれば、夏休みの8月までは大丈夫だと思っており、今年一杯はそのような状態であればいいと希望している。
	その他製造業 [靴] (経営者)	・社会状況の中で景気が上下するというよりも、得意先での相当の努力が出ているということである。そういった意味でこの状況が続いて欲しく、大きく上がったたり下がったりはしない。
	建設業 (経理担当)	・客はやりたい計画があるようだが、どこも少ない予算で計画しているため、建設業としてはなかなか上向きの判断は取れないし、受注に結び付くことも難しそうである。
	建設業 (営業担当)	・昨年の東日本大震災以来、東海、関東での地震対策に顧客が対応し始め、建替えや新規設備への投資を検討する顧客が増え始めている状況は変わらない。
	輸送業 (経営者)	・取扱量の少量化が定着しつつあり、収入増加に結び付く材料も見当たらず、現状で推移する。
	輸送業 (経営者)	・これ以上どんなことがあっても悪くならないように希望を持ちたい。燃料価格の高騰等で毎日が首を絞められるような気持ちで一杯だが、荷主に聞いても良い話が戻ってこないのが残念である。
	通信業 (広報担当)	・しばらくは堅調な需要が見込めるため、変わらない。
金融業 (統括)	・東日本大震災の復興等の良い材料はあるが、円高や欧州の信用不安等でまだまだ不安要素があり、とても良くなるとは思えない。	
金融業 (従業員)	・建設業では一部で新築工事の受注が好調で、売上も順調に増加しているとの声を聞く。しかし大手を含む同業者との競争や価格低迷の影響により、収益の改善までには至っていないようであり、変わらない。	
金融業 (渉外・預金担当)	・欧州の信用不安や株価の変動等の要因のほか、電気料金の値上げによるコスト上昇を不安視する先が多く、個人においても消費が低迷する見通しの意見が多い。	

	金融業（役員）	・復興需要を中心に建設業に持ち直しの傾向が見られるものの、全体の景気に影響するほどではないため、変わらない。
	不動産業（総務担当）	・相変わらず、新規入居希望テナントは足下を見て賃料のさらなる減額を要求してくるのみならず、フリーレントも求めてくるなど、完全な借り手市場となっている。この状況は今後も新築ビルの竣工が相次ぐため、当面は変わらないと見ている。
	税理士	・良くなる材料は見当たらない。節電の夏を前にエコグッズに関心は向くだろうが、景気を良くする材料にはならない。
	社会保険労務士	・良くなるという要因が見当たらない。
	経営コンサルタント	・消費を大きく改善させる要因がない。
	経営コンサルタント	・政治の混迷が続き、消費税増税の議論など、結論が先に延びそうである。加えて、非製造業系の中小企業の話では、このところ輸入品を中心とした仕入価格の上昇が目立ってきているということである。収益に直結する問題で、克服には時間が掛かりそうである。
	税理士	・北米での売上がそれほど伸びず、画期的にそれほど変わっていない。新興国、中国始め東南アジアは伸びており、この両面でバランスを取り、日本はやっていていると思っている。もう1つは内的要因であり、日本の今の政治では全く、これから先の展開はないと思う。財政改革をしないで消費税増税の議論をしていたりと、何の手も打たない。政治が変わらないといけな。
	経営コンサルタント	・良くなる材料はない。
	その他サービス業〔警備〕（経営者）	・まだ具体的な受注がないため、変わらない。
	その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・夏に向けて新しく受注するような傾向もなく、景気が良くなるような要素は見当たらない。
	その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・同業他社との価格競争が当面続きそうである。
	その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・インターネット環境整備についてはある程度の割合で整備済みとなっており、今後の新規需要が見込みにくいいため、変わらない。
やや悪くなる	プラスチック製品製造業（経営者）	・2、3か月先には電気料金の値上げ等があるし、消費税の議論が政治的にどう決着が着くのかまだ見えない所があるが、景気が良くなる要素はなく、むしろ悪くなるイメージのほうが強い。
	プラスチック製品製造業（経営者）	・期待している新企画が決まり、プロジェクトが始まれば一気に活気付くが、従来品だけでは息切れするのは時間の問題である。材料価格値上げの要求もここに来てエスカレートし、厳しい状況が続くため、やや悪くなる。
	金属製品製造業（経営者）	・いつも流れている自動車関連の仕事は少なめながら出てくるようだが、一部の他の仕事は客先が海外発注の話などをしているため、この先が心配である。
	電気機械器具製造業（経営者）	・電気が元に戻らないと、また節電や計画停電とマイナスなことばかりが日本中を駆け巡る。早く原子力発電所を稼働させないと、日本の産業は駄目になる。
	輸送業（経営者）	・今、政治の世界で取り沙汰されている消費税の議論が非常に大きな要因となり、景気は悪くなる。
	輸送業（総務担当）	・長年取引している荷主の出荷量が、これほど長く減少状態が続いたことがない。現在はスポットの荷主の輸送がそこそこ確保できているが、夏場で終了予定であり、やや悪くなる。
	金融業（支店長）	・これから消費税が上がる様子が見られることで各消費が落ち、電気料金の値上げで大まかな景気悪化の雰囲気はかなり出てきている。取引先で融資の延滞又は自己破産が増えているため、やや景気は落ちる。
	不動産業（経営者）	・空室状況には好転の兆しもないようであるため、やや悪くなる。
	広告代理店（経営者）	・ほぼすべてのクライアントが今年度は予算を削減している業界環境であり、仮に日本全体の景気が上向してきたとしても、それを実感できるのはかなり先になる。また、感覚的には単位売上に対して費やされる手間暇が膨らむ一方であるため、景気回復が「もうかっている感」に直結しなくなる。
	広告代理店（従業員）	・このところ売上の減少が続いているため、やや悪くなる。
	広告代理店（営業担当）	・取引先の数が増えておらず、既存クライアントの業績もあまり芳しくない所が多いため、やや悪くなる。
	その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・まだまだ欧州の信用不安が尾を引き、株価に冷や水を掛けそうであるため、やや悪くなる。

	悪くなる	金属製品製造業（経営者）	・国内政治の不安定、円高、国内景気の回復の遅れ等から、景気が良くなるとは考えられない。大手メーカーは国内市場を見ずに海外市場を見ており、為替の影響で輸出するより海外現地生産を考えているため、国内製造業は厳しく、悪くなる。
		精密機械器具製造業（経営者）	・放射能を理由に日本以外での生産検討、突然の生産中止実施等といった内容を、国を挙げて調べて欲しい。このことが本当であれば、日本は壊滅的ダメージを受けることになる。
		建設業（経営者）	・明るい兆しが見えないため、悪くなる。
		建設業（経営者）	・今現在もそれに近いが、競争が今までより激しくなり、採算なしの低価格競争になる。
		建設業（経営者）	・政策が実行されていないため、悪くなる。
		金融業（支店長）	・欧州の信用不安はなかなか収束しそうにない。日本も財政状態が悪く格下げされたが、相対評価から円高水準のままである。投資に最適な環境になるにはほど遠い。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・法人、個人共に節電の影響で消費が落ち込み、悪くなる。
雇用 関連	良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・そろそろ出てきているが、中元時期や夏限定の募集がおよそ20社近くある。手を打っている所が出ると、相当の売上がある。
	やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・新たな取り組みや、新たな事業を試そうとしての取り組みが、規模は小さいながら複数聞こえ始めているため、やや良くなる。
		人材派遣会社（営業担当）	・需給バランスはまだ買い手市場に推移しているが、派遣求人に関しては増加傾向で推移している。このままの状態が続く可能性があり、景気が良くなる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・例年になく学生の動きが活発ではないため、6月からの再スタートで大多数の学生が慌てて活動し、その動きにあわせて中堅中小企業の採用が本格化し、少し採用費を掛ける。
変わらない	人材派遣会社（社員）	・経営者たちと話をしたが、消費税、電気料金、法人税の問題等、いろいろとはっきりしないため、良くなるという期待が持てないという人が多い。	
	人材派遣会社（社員）	・一部の製造業は依然厳しいことが予想されるが、引き続き販売、サービス職の求人は堅調に推移する。	
	人材派遣会社（営業担当）	・求人数は若干増えているが、採用された人材の定着率がやや悪くなってきているようである。欠員分については補充があるので採用数に変わりはないが、これから求人数が増えるような材料は見当たらない。	
	求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人数の大きな増減はない。また、医療、介護、理美容など有資格業種も相変わらず同様の顔ぶれで、先につながらるような動きが見当たらない。	
	求人情報誌製作会社（営業担当）	・現在の伸びにそれほどまでの力強さを感じないため、変わらない。	
	職業安定所（所長）	・新規求職者は減少、新規求人は微増だが、円高、欧州の信用不安等の不安要因が多過ぎることから、景気が良くなるとの予測はしがたい。	
	職業安定所（職員）	・電気料金の値上げなどいろいろなものが、例えば停電等になれば当然、企業、特に製造に影響すると思うため、もしかしたらもっと悪くなるかもしれないが、逆に変わらないで欲しい。	
	職業安定所（職員）	・有効求人倍率等、数値の上では若干上向いてはいるものの、管内においても希望退職募集などの情報が寄せられており、先の見通しが付かない。	
	職業安定所（職員）	・窓口における事業主の話では、製造業は9月までは仕事が入っているが、10月以降の仕事量は不透明であり、正社員募集の求人も増加していないということである。	
	職業安定所（職員）	・周囲の状況に変化が出ていないため、変わらない。	
	職業安定所（職員）	・製造業、サービス業の新規求人数が伸び悩むため、変わらない。	
	民間職業紹介機関（経営者）	・条件が悪くなければ考える中高年潜在求職者が吹きだまりのように増えているが、一気に表面化する企業業績とまではいかない。一部若年層で成約が増している。	
	民間職業紹介機関（経営者）	・海外途上国での成長に伴う規模の拡大などはあると思うが、韓国、中国企業の勢いも顕著であり、死守、攻勢も難しい状況が多々見られる。	
民間職業紹介機関（職員）	・新規求人数や、実際の採用決定数から、変わらない。		

	民間職業紹介機関（職員）	・大きな変化の兆しはあまり見られていない。構造改革を行いながら成長を目指すために人員を採用するという、両方を実現していく難しいかじ取りを各企業がしている。
	学校〔専修学校〕（就職担当）	・定期的な採用計画調査において、募集計画の復活や採用人数を増加する企業は若干しか見られず、雇用環境においては変化を感じられない。
	学校〔短期大学〕（就職担当）	・近隣の企業に関しては、アルバイト、パート等での求人は増えているようだが、合同企業説明会に参加している企業が少ないようである。
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・製造業関連、自動車メーカーの人材募集は横ばいである。電気関連は一部大手企業を始めリストラもあり、人材募集は低調となる。
	人材派遣会社（支店長）	・節電、円高、欧州の信用不安など当面は景気に水を差す材料が多く、採用も手控える企業が増えてくる。
	人材派遣会社（支店長）	・派遣契約について見れば、契約開始よりも終了のほうが確実に多い状況が見込まれているため、やや悪くなる。
	求人情報誌製作会社（広報担当）	・雇用が減れば収入が減る人が多くなり、支出を抑えるため、やや悪くなる。
悪くなる	—	—