

4. 南関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	百貨店（販売促進担当）	・台風以降、気候が秋めいたらすぐに大きく売上が回復し始めている。やはり現在はきずなに代表されるように歳時記や家族のつながりといったものが非常に重要になってきているので、それに対する消費も確実に回復していく。
		その他小売〔ゲーム〕 （開発戦略担当）	・ホリデーシーズンに大型タイトルが多数予定され、新ハードの発売も予定されている。それらの期待を反映して大型イベントの入場者が過去最大となるなどしているため、良くなる。
	やや良くなる	旅行代理店（従業員）	・秋の繁忙期及び円高の影響で海外が伸びる。
		一般小売店〔和菓子〕 （経営者）	・気温等、天候が落ち着きイベントも多い季節になるので、客数が増え、売上が増えると期待している。
		一般小売店〔家電〕 （経理担当）	・例年は静かな時期なので点検活動などの訪問をしているが、冬物の商品や提案商品が動くことを期待している。
		コンビニ（経営者）	・荷動きや来客数を見ても以前よりはかなり良くなってきており、これからも良くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・少しずつ秋の気配が感じられるようになり、日に日に下見の客が増えてきているので、期待したい。
		衣料品専門店（経営者）	・9月は来客数、売上共にいまだかつてない悪い数字を記録し、これよりは悪くなりようがないと思うため、やや良くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・春から旅行等を控えていた客が、秋になって急に旅行の話など多くなり、その目的買いが多くなっている。春に控えた分、秋物の需要が増えると期待している。
		衣料品専門店（店長）	・メンズ衣料としては9月がクールビズ、ウォームビズの端境期であり、客数、売上共に一番底になるため、今後の売上は上がる。
		乗用車販売店（経営者）	・円高が続くが国内販売は伸びてきている。
		乗用車販売店（経営者）	・東日本大震災後、納期が掛かると案内をしたところ、駆け込みの需要が増えてきている。エコカー減税終了が近いことも影響している。
		乗用車販売店（販売担当）	・先日の台風の影響で流通面が少し滞り、登録台数は伸びないものの、新型車の導入もあって少しずつではあるが受注が伸びている。また、整備は以前と同様に順調である。
		乗用車販売店（販売担当）	・バックオーダーに対してやっとメーカーの生産が追いつき、販売量が多少増えてきている。東日本大震災の瓦れき処理によって東北地区の産廃、土木業者は多少仕事が増えて活気が出てくる。それに対して車の供給、修理、整備もできるといことで、期待値を込めてやや良くなる。ただし、決して将来的に明るいという意味での判断ではない。
		乗用車販売店（渉外担当）	・消費者の動向は変わらずあまり良くないが、新車生産がほぼ東日本大震災前に戻りつつあり、受注残の登録は加速し、良くなっていく。今後、来年3月のエコカー減税終了や新型車の投入で、楽観視はしていないが受注も良くなっていく。
		住関連専門店（店長）	・東日本大震災の影響が残り、節電モードが変わらず続く。
		一般レストラン（経営者）	・先々増税の話等もあるが、東日本大震災の復興もやはり少しでも消費を増やさなければいけないという意識があり、今よりも多少は良くなっていく。不景気とは言ってもどこかには預貯金があるので、少しでも客が増えてお金を使ってもらえるよう維持努力する。あとは円高の問題が解決すれば良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・今まで客足がかなり少なくなっていたが、2、3か月先は暮れが近づいてきているので、今よりは少し良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・客のニーズは価格、品質共にバブル性が薄れ、コストパフォーマンスに移行しているため、やや良くなる。
		一般レストラン（店長）	・ボーナス、年末商戦、飲み会なども多少あるので、今よりは若干良くなる。
		旅行代理店（従業員）	・3連休あたりから間際の団体旅行の予約が増えてきている。取扱件数が増えてきているため、残業も少しずつ増えてきており、やや良くなっていく。
		旅行代理店（従業員）	・円高が定着すれば海外渡航、特に観光の追い風となる。
旅行代理店（支店長）	・11月は今年の場合、最盛期を迎えそうであり、12月も忘年会を中心とした引き合いが増えていているため、今より良くなると確信している。また、12月は海外や年末年始の旅行等で個人も動き、その販売が10月から始まるため、かなりの期待が持てる。		
通信会社（支店長）	・今後、冬商戦モデルの新商品が各キャリアから出そろい、スマートフォンの競争も今より更に激化する。		

	観光名所（職員）	・当地ではこれから秋に向けてトップシーズンとなるので、今月よりはかなり良くなる。
	パチンコ店（経営者）	・9月末までは節電のための輪番店休で月に3回、全店が休みである。10月からはそれがなくなるが、イベントその他がいろいろと規制になっているため、以前よりは厳しい。しかし、年末に向けて客も戻ってくると思うため、期待を込めてやや良くなる。
	その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（支配人）	・東日本大震災の心的影響からの脱却を図るため、ファミリー層を中心に身近なレジャーであるボウリングに足が向いている。今後もこの傾向がしばらく続く。
	住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災後、半年たって落ち着いてきて、客の動きが良くなっている。
変わらない	商店街（代表者）	・客の傾向を見ていると、非常に細かくなってきたということが全体的に言える。確かに利幅の強い店が残っている状況なので、一般的な食料品店は非常に苦境に達している。目の前にスーパーがあるので、その関連からも、一般の店はよほど努力しないと戻ってこない。
	商店街（代表者）	・今年の冬はかなり寒くなると言われているが、ある程度季節が変わらないと売物がなくて大変である。天候のことはよく分からないし心配しても仕方がないが、なるべく季節感のはっきり出たほうが良いのではっきりして欲しい。
	一般小売店〔家電〕 （経理担当）	・夏場よりも売上が落ちる。LED照明などエコ家電商材を販売したいと思うが、単価の高い物はあまり売れない。
	一般小売店〔酒類〕 （経営者）	・秋祭りがあるので一時的には販売量も増加するが、以後低迷が続く。
	一般小売店〔文房具〕 （経営者）	・小さい商店街の小売店では、天候にかなり左右されてしまう。9月は比較的荒れた天候が多かった割には売上が同じくらいでいったため、天候さえ良ければ維持できる。
	一般小売店〔印章〕 （経営者）	・利便性や時間の短縮等を考えると、どうしても大型ショッピングセンター等に客足が向き、車で行ってしまう。商店街は徐々に置いてけぼりを食らうような感じがしている。
	一般小売店〔家具〕 （経営者）	・悪いということが変わらない。世界的な経済状況を見ても、日本の今の災害復興等から考えても、少しも良くなるような感じがしない。
	一般小売店〔家電〕 （経営者）	・客の購入意欲、話を聞いての反応が悪いので、変わらない。
	百貨店（売場主任）	・円高、株安の影響でしばらく消費の拡大につながらない。
	百貨店（総務担当）	・前年の売上を前後する状況が続いている。9月の初めは残暑が厳しく秋物の衣料品の動きが鈍かったが、涼しくなると共に動いてきたので、前年並みになりそうである。当分は前年の売上を前後する状況が続く。
	百貨店（総務担当）	・秋の日差しが感じられるようになり、秋冬の衣料品の動きに期待はしているものの、景気低迷の理由のなかにある東日本大震災の影響あるいは円高、欧米の問題などを考えると、回復の要素は見当たらない。
	百貨店（総務担当）	・今の東日本大震災の影響や経済の先行き不透明感を考えると、インフラの回復はまだまだ期待できない。小売業としては、そのインフラがなかなか整わない限り客の購買意欲が高まっていけないため、当分この状況が続く。
	百貨店（営業担当）	・婦人服、婦人服飾雑貨、紳士服等のファッション関連及び布団、寝具は、景気より天候、気温に敏感に反応している。ただし、時計、宝飾、美術等の高級雑貨は景気動向に影響されている。
	百貨店（営業担当）	・株価低迷、円高が続く、企業業績は厳しく、大幅な所得増が望めないため、自由に使える金額が増えない。
	百貨店（営業担当）	・9月前半は一時的に暑くなり、秋物の動きが悪く台風も影響した。従来はこの変動が10月以降の伸び代として期待できたが、一方で所得税増税の論議も進んでおり、将来に向けての一般消費者のマインドは決して良い方向には向かわない。全般的に来客数減少のなかで、今までは単価アップにより前年を維持していたが、今後の期待は薄く、年末までは厳しい状況が続く。
	百貨店（販売促進担当）	・気候にも左右されるが、顧客のたんす在庫にない、今年ならではのニット、アウター等の秋冬商材を軸に、どれだけ早期に訴求できるかがポイントになる。8月からダウンベストなど、昨年より早い反応も見られたので、顧客の取り込みの早期化を仕掛けたい。
百貨店（販売管理担当）	・冬の電力事情の影響でウォームビズという新しい需要が期待できるが、円高や株価低迷の解決が不透明なことにより、消費意欲の刺激は限定的である。	
百貨店（営業企画担当）	・天候に左右される部分もあるが、増税の話等もあり、今後も苦戦が予想される。	

スーパー（経営者）	・今月が良くないので2、3か月先も変わらないというより悪くならないように必死で頑張るしかない。8、9月が非常に良くないので、これより悪くならないと思うが、あまり見通しは良くないので、できるだけ落とさないようにしたい。
スーパー（店長）	・景気が良くなる材料が今のところ見つからない。逆に悪くなる可能性は円高の継続だが、現状も円高が続いているので、これ以上大きな変化はない。
スーパー（店長）	・青果物や新米の産地は関東周辺に偏っており、風評被害もまだまだあるなか、今後の放射能問題も予断を許さない状況であるため、引き続き厳しい状態に変わりはない。
スーパー（店長）	・今が底といったところで、今より景気が回復するというより、このままの状態が続く。特に食に携わる者としては、放射能の問題等でいろいろと風評被害もあるので、このあたりを鑑みるとやはりそう大して変わらない。
スーパー（仕入担当）	・気温の低下によりホット商材の動きは良くなるが、単価の低い商品の購買が伸び、全体の単価ダウンにつながってしまっている。
スーパー（仕入担当）	・秋の農作物の収穫時期直前である8月下旬は雨の日が多かった。台風の影響も出て相場が安定せず、不安定な消費が続く。
コンビニ（経営者）	・最近、時間帯によって客数と売上に差がついている点が、前年から顕著に変わっている。朝から夕方5時ころまで店は比較的落ち着いているが、5時を過ぎてから多くの客が来店し、夜遅くまでその状態が続く。女性客でも家計のため、フルタイムあるいは遅い時間に働いたりといった感じで、働き方が夜型にシフトしているようである。全体的に売れる時間帯がずれているが、景気自体は変わらないで推移していく。
コンビニ（経営者）	・堅実な買物とより良い物を求める客の姿勢が強くなっており、お得でおいしいプライベートブランド商品の売上が伸びている。商品構成、売り場作りさえしっかりすれば、需要は見込める。
コンビニ（店長）	・東日本大震災以降、営業側も消費者側からも、自然災害等を含めて、安全や店内での危機管理意識がこれからますます繊細になる。それに影響された部分で、客の動向は若干控え気味になる。
コンビニ（商品開発担当）	・現在検討されている増税の影響が不透明である。
衣料品専門店（店長）	・冬にも電力不足が懸念されていることから、本格的な回復にはまだまだ時間が掛かる。ゆっくりとした回復ができれば良いという感じである。
衣料品専門店（営業担当）	・当業界は前年をクリアするのはとても難しく、どの分野でも物販は厳しい時代である。資金繰りができるかできないかで今、個人衣料品店は窮地に立たされている。
家電量販店（店員）	・この状態を維持していれば変わることはない。
乗用車販売店（経営者）	・整備は順調に入っていたが、あまり良くなかった販売も7月から前年同様に順調になってきている。ただし、本格的になるのは来年以降である。
その他専門店〔雑貨〕（従業員）	・節約や節電の気持ちはまだあまり変わっていないと思うため、今後もそれほど売上が伸びるということはない。
その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・天候不順や台風上陸の影響で秋物衣料が本格的な動きになっていない。円高株安で客のマインドが冷え込み、購買意欲が減退している。先行き不透明感が払しょくされておらず、厳しい状況が続く。
高級レストラン（店長）	・宴会予約の状況を見ると変わらない。
高級レストラン（支配人）	・9月に入り11月～年末の問い合わせや予約が増え始めたものの、例年に比べて動きがやや鈍く、法人、個人共に予算や規模も抑え気味のようなのである。円高、株安が確実に影響している。
一般レストラン（経営者）	・まだまだ東日本大震災や福島第一原子力発電所の事故の影響は続いており、円高、世界経済の悪化に加えて増税の話と、これでは消費マインドは上がるわけがない。
都市型ホテル（支配人）	・先々の販売量も大きな変化はない。
都市型ホテル（スタッフ）	・新たに忘年会、新年会を計画している会社もあれば、中止になるものもあり、入り混じっている。特に夜の少人数の接待利用での来客は件数、人数共に減少する一方であり、平日夜のレストラン集客が戻らないと景気は良くなったとは感じられない。

都市型ホテル（スタッフ）	・見込み客の来場が戻らないと安心はできない。	
旅行代理店（経営者）	・円高も影響しているせいか、海外を扱っている所は幾らか良くなってきているが、当店は国内専門で海外を扱っておらず、同じように国内を扱っている所はなかなか上手くいかないということである。円高が落ち着くことを希望している。	
タクシー（団体役員）	・東日本大震災後に見られた自粛ムードからは多少改善されているものの、契約企業や一般利用客は交通費等の経費の節約や削減をしているため、タクシー業界としては今後も厳しい営業環境である。	
通信会社（経営者）	・テレビコンテンツへの販売方法転換には3か月程度掛かり、また顧客のコンテンツへの回帰にも時間が必要なため、2～3か月では変わらない。	
通信会社（営業担当）	・地上デジタル放送対応が一段落してしまい、加入数を確保するためには、低価格のキャンペーンなどの手を打たざるを得ない。	
通信会社（局長）	・東日本大震災の復旧が遅々としていることもあるが、当社としては通信業界との競合のなか、新技術開発が必要と判断しているものの、画期的なサービスがまだ市場に提供できていないこともあって、現況から大きく良くなることは今のところ考えにくい。	
通信会社（企画担当）	・画期的な戦略が出るまでは変わらない。	
通信会社（営業担当）	・地上デジタル放送への完全移行が完了し、市場の低迷がしばらく続く。	
ゴルフ場（支配人）	・秋口のフリー客の予約は少しずつ回復の兆しがあるが、当ゴルフ場では数年来料金を落とさず営業しているため、コンペ等が減少傾向にある。	
競馬場（職員）	・東日本大震災時の売上減少の状況は抜け出したと言えるが、前年と同様の売上水準であり、良くなる兆しは見えない。	
その他レジャー施設 [アミューズメント] (店長)	・しばらくは好材料となる変化は考えられず、客数が伸びてくる気配も見られない。ただ底を打った感はある、現状の推移が継続する。	
その他サービス [立体 駐車場] (経営者)	・近くの大型店の混み具合を見ても、来客数が増えるような様子はない。	
設計事務所 (所長)	・今の状況をかんがみると、どこから上向いていくのか皆目見当がつかず、何か大きな変化がない限りは現状維持である。	
設計事務所 (所長)	・耐震関連の業務は今後も2年くらいは出ると思うが、今年上半期の9月時点で今年度分の受注をしている。これ以上の仕事は人材を増やさないと消化不可能であり、耐震業務は遅滞で動いている。	
住宅販売会社 (従業員)	・例年、年末、年度末に向かって来場者数、販売量共に増加が見込めることと、住宅ローン控除の年内利用を考えている客の駆け込み需要が見込める。金利も更に下がり基調であり、物件価格も下落傾向にあるため、購入に踏み切る客が今月並みに推移する。	
住宅販売会社 (従業員)	・今月の連休の集客については前年並みだが、前年が厳しい状況だったので厳しさは変わらない。よって今後の受注も好転する傾向はあまり感じられない。建物の受注金額も徐々に下がっており、こちらも厳しさには変わりはない。	
住宅販売会社 (従業員)	・新規の見込み客が増えてこず、受注に結びつく件数も増えない。	
その他住宅 [住宅資 材] (営業)	・経済全体が沈滞ムードである。客先に様子を聞いても、先行きが良いような話がない。	
やや悪くなる	商店街 (代表者)	・世界的な景気後退のなか、内需とりわけ地元商店街のカンフル剤的な対処は望めそうにない。
商店街 (代表者)	・客の購買意欲が非常に減退しているため、これから景気が良くなるという可能性は全く無く、少し悪くなると感じている。食材等についてはそう我慢をしているわけではないが、特に着物の世界においてはそういう考え方が非常に強くなってきたと感じている。	
一般小売店 [家電] (経営者)	・良い話が聞けないので、どうなっていくか不安である。	
一般小売店 [医薬品] (経営者)	・今月は大変良かったがこの状態がずっと続くとは思わないため、やや悪くなる。	
一般小売店 [茶] (営 業担当)	・電力使用制限令が解除されても、今まで給茶機を止めて営業できたのだからと復活してこない。これまでどおりコストダウン重視を継続している会社が多い。	

一般小売店〔茶〕（営業担当）	・放射性物質の暫定規制値が報道されるたび、売上が左右されている。全量検査による安全性が早く発表されない限り、低迷は続く。
百貨店（総務担当）	・株価が不透明であり、かなり厳しい状況が続く。場合によっては年末の商戦でも影響が出る。
百貨店（広報担当）	・株価の動向と百貨店顧客の買上行動はリンクすると言われていたが、最近は株価が低迷し、加えてヨーロッパの信用不安、直線的に高騰を続けていた金価格の下方へのぶれなど、各種経済指標が買上に水を差す方向に動いている。直近の売上や来客数も前年を上回ることなく、この傾向を裏付けている。
百貨店（広報担当）	・一般消費者における高額品の実需が戻っていないことや、円高の継続や株価低迷によって年末商戦にどのように影響が出るか不透明なため、やや悪くなる。
百貨店（営業担当）	・先行きの不透明感が増している状況で、なかなか回復は見込めない。
スーパー（総務担当）	・東日本大震災以降の節電に伴う事業時間縮小等により、所得が少なくなっているようなので、最低限の物しか買わないということと、今後、増税、たばこの値上げ等が決まれば買い控えが続く。
コンビニ（経営者）	・最寄り駅のエキナカに来月、新規店が多く開店する。それによって大幅な客数減が予想される。
コンビニ（エリア担当）	・円高を始めとする景気悪化懸念により、やや悪くなる。
コンビニ（商品開発担当）	・円高や株安といった景気、電力、増税等の外的要因が全く改善する気配もなく、消費マインドがより悪化することが予想される。
衣料品専門店（経営者）	・当地はベッドタウンであり、製造業も地元産業で結構ある。円高でそういう所の景気が良くならないと、当店にはなかなか足を運んでもらえない。
家電量販店（営業統括）	・冬のボーナス商戦時期がどのような展開になるか、非常に不透明である。住宅エコポイントの影響で住宅着工件数が9月をピークに下落していく状況になる場合、春に向かって更に厳しい状況となる。テレビ、冷蔵庫、エアコンの3機種が振るわないと、市場全体のボリュームが上がらない。
家電量販店（統括）	・12月以降は回復の兆しだが、11月は底である。
乗用車販売店（店長）	・東日本大震災での工場の壊滅的な被害を劇的に脱したところであったが、度重なる円高、ギリシャの債務危機を背景にEU市場が動揺し株価も下落、良い方向に経済が進んでいくとは思えない。
住関連専門店（統括）	・現在の景気の低迷、増税問題といった観点から、まだまだ買い控えは続く。
その他専門店〔服飾雑貨〕（統括）	・将来不安が先行している感があり、財布のひもが固い。
通信会社（経営者）	・アナログ放送が停止して、ケーブルテレビに加入する人が減っている。客足が回復するまで、今年いっぱいくらい掛かる。
通信会社（営業担当）	・地上デジタル放送化や新築マンション建築減少などマーケットが縮小傾向にある。
通信会社（管理担当）	・デジタル放送視聴者数は多チャンネル契約に対して様子見の傾向が見られる。
通信会社（営業担当）	・地上デジタル放送化以降、テレビ多チャンネルサービスは減少傾向である。テレビ離れもあり、今後も減少傾向は続く。
通信会社（営業推進担当）	・量販店の売上に連動しているため、家電製品の販売量の減少に伴い、当面は厳しい状況が続く見込みである。
遊園地（職員）	・増税の話題等、まだまだ景気回復となるような期待が持てないため、やや悪くなる。
その他レジャー施設〔スポーツ施設〕（支配人）	・東日本大震災後の復興も遅いうえ、円高も加わって先行きは不透明である。
その他レジャー施設（経営企画担当）	・円高の継続による、国内景気へのマイナスの影響を懸念している。
美容室（経営者）	・300メートルくらいの商店街だが、いろいろな店が辞めていき、生鮮3品が無くなったため、特に周りの商店は大変悪くなる。
その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・東日本大震災の影響で遠くから来る生徒が少なくなっており、そのため生徒数に減少が見られ、景気の回復は見込めない。
その他サービス〔フィットネスクラブ〕（マネージャー）	・増税の話が出ると徐々に財布のひもが固くなる。増税が決まればなおさらである。

		設計事務所（経営者）	・建築設計としていろいろなアイデアを出したり新しい客を獲得しようとするが、全く先が見えず、手探りのような状態である。当社は公共の建物を多く設計しているが、入札で何とか仕事を確保してはいるものの、その先が全く見えず、計画も立たない。
悪くなる		一般小売店〔茶〕（経営者）	・ブランド名茶から国の暫定規制値を上回る放射性物質が相次いで検出された問題など、消費者のお茶離れが進む一方である。9月も残暑が続いて台風などで売上が前年比3割減の状況であり、今後も悪くなる。
		一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・世の中の流れが悪すぎる。将来への不安で消費する気分にはなれない。生活必需品の消耗品しか動かない。
		一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・世界的な情勢もそうだが、街の大きなデパートが閉店してしまった。こんな情勢では決して良くなることはなく、どれだけ悪くなるか心配している。
		百貨店（店長）	・円高、株安、欧州の信用不安などもあり、消費者心理が冷え込んでくる懸念がある。5、6月と比べると明らかに厳しい状態になってきているため、悪くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・全く数字が読めず、仕入が難しく、苦慮している。晩夏、初秋物の在庫が消化できず、問題である。天候と社会的な景気の不安感で苦戦しており、東日本大震災以降の後遺症は現在も続き、客は無駄な買物は避けている。商店街内でも安物の店以外は不安感が大きい。
		家電量販店（経営者）	・前年12月にエコポイント制度の条件変更があり、その影響でテレビを中心に需要がおう盛になり10、11月と売上の異常値を示したため、前年比では今より悪くなる。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・今が一番良い時期なので、今後に関してはあまり期待できない。
		ゴルフ場（従業員）	・まだ景気そのものが良くなるとは思えない。失業、賃金カットなど、まだまだ底辺とは思えない。
企業動向関連	良くなる やや良くなる	—	—
		食料品製造業（経営者）	・受注量が少し上向いてきている。
	変わらない	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・新規受注は見込み薄だが、例年の慣例事業が継続されるといふ前提でかなりの受注が見込まれる。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・これから年末に掛けて受注が増える予定である。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・秋口に掛けてようやく新規事業が動き出すので、その結果を期待している。
		食料品製造業（経営者）	・今がピークのように思うので、このまましばらく続けてくれればよい。
		繊維工業（従業員）	・今後も金融機関の貸し渋りは厳しさを増し、中小、零細企業では、ますます経営が厳しくなる。
		化学工業（従業員）	・今月は関西方面で建築関連の製品の動きが良い。また輸出も少し良いが、このままの状況が継続するかどうかは見極めがつかない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・基本的には不安材料のほうが多いので景気が良くなるとは思えないが、新しい首相のもとで経済が動き出すことに期待感が持てれば若干良くなる可能性はある。
		金属製品製造業（経営者）	・市内の自動車部品金型工場が閉鎖される。社長の話ではメーカーの海外移転が進むなか、受注価格競争がより激しく、この先国内では採算のめどが立たないということである。
	金属製品製造業（経営者）	・仕事量が徐々に多くなっているものの、先が全く不透明なので、あまり変わらない。	
	一般機械器具製造業（経営者）	・作業内容や製作過程の機械設備等が変わらないため、少しずつ他の仕事を探すことを考えている。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・冬にまた電力が不足するとされると気持ちが暗くなり、商品が売れなくなる。電気を使いたいだけ使えないと景気は良くならない。	
	輸送用機械器具製造業（経営者）	・今月は大体8月と同じくらいで変わらない。もう少し生産量を増やし働きたいものの、これが現実である。年内もこのままいって欲しいが、どうなるか分からない。先が全然見えないため、皆が不安になって辞めたりしている。	
	その他製造業〔靴〕（経営者）	・当社と得意先との関係はそれほど大きく変わることはない。ただし、全体的には1日も早く東日本の復興が進んでいくという良いムードが盛り上がっていくことが景気を支えることにもなると思う。これはどちらが先かではなく、お互いの関係の中で進めていくものである。	
	輸送業（所長）	・顧客には9月に入って良くなると言われていたが、元々、その先に関してはどのように変わるか予測がつかないとの見通しであった。まだ先が見える状態ではない。	

通信業（広報担当）	・今月はやや持ち直したが、依然として中小企業の経営環境は厳しく、今後もこの流れが続くとは考えにくい。
金融業（支店長）	・年末にかけて景気がやや良くなっていく部分もあるが、円高等、また台風等の気候の影響でマイナス面もあり、総体的には特に変化はない。
金融業（従業員）	・東日本大震災による影響が依然残るものの、概ね落ち着きを取り戻しつつあるが、今後の懸念材料として円高や風評被害を主とする福島第一原子力発電所の事故による影響があげられており、先行きを不安視する声も聞く。
不動産業（総務担当）	・新規入居予定のテナントはいるが、フリーレント期間が長く賃料の発生が遅れるため、今後2、3か月先の景気は良くならない。
広告代理店（経営者）	・この分だと数か月後の前年同月にあった継続的な受注も、落ちて無くなるのは最低限で済みそうであるため、変わらない。
広告代理店（従業員）	・毎年秋は売上が見込める時期だが、取引先が発注を取り止める等で売上が前年度を下回る見込みであり、現状と変わらない。
経営コンサルタント	・自動車関係の特需があるか、建設関係はどうかと見ているが、さほど立ち上がりの兆しがない。
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	・円高などが消費マインドに与える影響がある。
経営コンサルタント	・世界経済の動向など先の読みにくいことは多い。国の方向付けが明確にならないうちは、国内の経済、産業などの今後の想定が難しい。東日本大震災の影響で方向付けがさらに先へ伸びたため、新たな動きが景気に影響を及ぼすには、もう少し時間が掛かりそうである。
税理士	・増税に関する議論が活発に行われており、とても消費への意欲は出てこない。
その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・頑張ろうという意識は顧客先でも感じられ、受注量の確保はしばらくできそうだが、同業他社との価格競争が厳しさを増してくる。また、顧客工場の海外移転など活発化する動きもあり、先行きの不安感は根強い。
その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・マンションにおける新たな設備投資は後ろ向きであり、受注が伸びない。今後2、3か月後もこのまま変わらない。
やや悪くなる	
出版・印刷・同関連産業（経営者）	・東日本大震災以来、8月ごろ少し仕事が動き出したかと思っただのもつかの間、9月の声を聞いたらぱったりと止まってしまい、電話も見積もない状態になっている。10月からが心配である。
出版・印刷・同関連産業（所長）	・クライアントに値上がり分を転嫁できる状況ではないので、ますます厳しくなる。
一般機械器具製造業（経営者）	・ショックが少なくなるように今、他の物を受注しているが、毎月5万個作っている物がアメリカへ行ってしまうということで、11月一杯でなくなる。自動車の部品まで現地生産するということなので仕方ないと思うが、結構な額になるため、なくなるのは打撃である。
輸送用機械器具製造業（経営者）	・問題は円高である。これがどんどん長期化すると大手企業は海外への生産を移行し、中小企業の国内生産は注文が減るので悪くなる。
その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・第2四半期の数字が悪く、また良くなる要因が見当たらないため、やや悪くなる。
建設業（営業担当）	・東日本大震災の影響が消えないうちに台風の影響が出て、各所で被害の対応に追われている。被害においては有償、無償があるが、ほとんどの物件は無償対応になることが多い。計画も持ち越す場合が出るので、今後の動向を見ていきたい。
建設業（経理担当）	・年末に向かって仕事が見えない。来年に向けての仕事量確保が心配である。たたき合いの受注ではなく適正価格での仕事はしばらく望めそうにない。
輸送業（経営者）	・4月の新年度から半年が過ぎたが、すべての月で前年同月の売上を下回っている。今後2、3か月で現況が好転する材料は現在のところ見当たらない。
輸送業（経営者）	・経済活動が停滞しているなかで失業率が非常に高い水準にあるため、なかなか活発な動きができないのが現状である。あわせて東北地方への復興支援もまだ軌道に乗っていないため、まだまだ経済は活性化しない。
金融業（支店長）	・超低金利状態が続いているにもかかわらず、企業の設備投資ニーズが弱いのは、先行きへの不安が強いからである。

	金融業（役員）	・欧州や米国の事情に起因する円高に対し、有効な対応策がない。中小企業の中で海外進出等を考えている企業にはチャンスかもしれないが、大半の企業にとってはマイナス要因となっている。
	金融業（支店長）	・将来的な仕事が入っておらず、人手も増やせず、設備投資もできないのが製造業の現状である。復興の増税の不安もかなりあり、消費が落ち込み、製造業と小売業にも影響が少なからず出る。また、このまま円高が進むことになれば、やはり国内の仕事が減少し、ますます製造業の業況が悪化し、不景気感が増す。
	その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・既存契約のなかで10月からの減額があるため、やや悪くなる。
悪くなる	プラスチック製品製造業（経営者）	・内需に起因する住宅関連部品の発注見込みが芳しくない。輸出関係も、円高の影響で厳しい展開が予想される。
	輸送業（総務担当）	・円高で輸出が全くないので今後も配達の増加は無く、国内の出荷も前年の50%以下である。年末までは仕事量が少ない見込みである。
雇用 関連	良くなる やや良くなる	—
	人材派遣会社（営業担当）	・自動車部品、精密機械、半導体等に求人動きが出ている。
	人材派遣会社（支店長）	・台風災害対応を始め、年末調整、入力、営業などの派遣ニーズが増え始めてきており、景気はやや良くなる。
	求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人動きが出てきている。
	職業安定所（職員）	・求人開拓で企業を訪問する担当の話では、事業主の求人意欲は増加傾向にあるということである。
	学校〔短期大学〕（就職担当）	・雇用対策強化の一環と思うが、今月からハローワーク、学生ジョブその他業者から説明会の案内が数多く届くようになってきている。
変わらない	人材派遣会社（社員）	・燃料費等が大分下がってきているが、特に大きく転機を迎えるような、景気に好影響を与えるようなものが見当たらないというのが、大部分の客の話である。すぐに良くなるという見通しは立てられないそうである。
	人材派遣会社（営業担当）	・年末に向けて短期的な採用が増えてきているが、どの程度増えるかは疑問である。また、東日本大震災から半年がたち、リスク分散を計画している企業が実際に動き始めるケースが増えてきている。今後、近いうちに首都圏から地方に雇用が分散されていくことが予想される。
	求人情報誌製作会社（編集者）	・採用を増やす企業がはじまっているが、年末に向けて更なる採用意欲の高まりを見せるかは、まだ少し様子見の状態である。
	求人情報誌製作会社（営業担当）	・正直に言って、現在の状況から先の予測を立てるのが非常に難しい。過去の経験値が当てはまらない場合が多い。
	求人情報誌製作会社（営業担当）	・例年なら年末需要が高まる時期だが、今年ばかりは先が読みづらい。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年内は年末に掛けて求人が落ちていくが、期間限定やボーナス時期を狙う正社員募集の予定が幾つかあると聞いている。それを確実に取って行けば、下がるのを防いで今と同じレベルにできる。
	職業安定所（所長）	・新規求職者数は減少基調にあるが、それ以上の割合で紹介件数が減っている。求人は増えているものの求職者のニーズに合致した良質なものは減っている印象があり、また、円高等の要因も楽観視できない。
	職業安定所（職員）	・円高による景気回復の先行きが不透明ということで、変わらない。
	職業安定所（職員）	・円高が改善されれば今後景気が上向く可能性はあるが、現在の円高が続いた場合、現状維持が考えられる。
	職業安定所（職員）	・周囲に変化が出ていない。
	職業安定所（職員）	・IT、福祉関係等の人材不足の企業からの求人数は増加しているが、円高等の経済動向の様子見し、新規、中途採用共に慎重な中小企業も多い。
	民間職業紹介機関（職員）	・円高、株安、世界不況等の世界情勢から、非常に先が読みづらい。現時点では良い面、悪い面合わせて、変わらない。
	民間職業紹介機関（職員）	・円高については70円台が通常化してきたことで対応力が上がってきていると思うが、アメリカだけでなくヨーロッパの影響がどれくらい出てくるのが不透明である。
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・生産回復に伴い増員を行っていた製造業の求人に陰りが見られる。また、市況の変化、円高による輸出関連企業の業績への影響を懸念している。

	学校〔専修学校〕（就職担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・企業側の採用意欲に変化はない。採用募集をしているが人員確保に切迫している企業は少なく、例年より高い採用基準をクリアすれば採用するというスタンスの企業が多い。よって、求人公開数が雇用環境の実情を表しているとは言い難い。
悪くなる	人材派遣会社（支店長）	<ul style="list-style-type: none"> ・自由化業務抵触日到来に伴う派遣契約終了が今後かなりの数出てくる予定があり、これに替わる受注見込みがない。
	求人情報誌製作会社（広報担当）	<ul style="list-style-type: none"> ・盛り上がっているのは中途採用の市場のみで、当社のような新卒採用の求人情報を提供している業界では相変わらず低調である。