

## ・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	商店街（代表者）	・年末大売出しの開始日が例年より早くなり、開催期間が長く設定されたことに加えて、景品等も商品券主体となって刷新されたことから、期間中の来街者の増加が見込めるとともに売上の増加も期待できる。
		スーパー（店長）	・派手な支出は期待できないが、うちエコと団らんをキーワードに出費内容が変わることが見込まれる。前年は家電エコポイントによる特需があったが、今年は家電以外での消費の増加が期待できる。ただし、来客数の回復に時間がかかっていることが懸念材料となっている。
		家電量販店（地区統括部長）	・前年の家電エコポイント制度は11月がピークだったため、11月までは反動減による厳しい状況が続くが、逆に12月からは若干であるが回復傾向に転じることになる。
		乗用車販売店（営業担当）	・新商品の投入による売上増加が期待できる。
		タクシー運転手	・東日本大震災の影響も徐々に回復してきており、これから冬にかけて寒さが厳しくなるに連れて、タクシーの需要が増える。
		通信会社（社員）	・客の消費行動は着実に前進している。障害になるような出来事がなければもう1歩前進することが期待できる。ただし、TPP参加交渉などの進捗次第では、消費マインドに変化が生じることが懸念される。
		観光名所（従業員）	・国内客はまずまず回復しており、残すは海外客であるが、12月から韓国との国際定期便が復活することから、アジアからの集客が期待できる。
		美容室（経営者）	・東日本大震災後の自粛ムードが和らいでいることから、今後についてはやや良くなる。また、地域の基幹産業である農業の出来高があまり悪くないこともプラス要因となる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・本格的な冬期間を迎える前に、公共事業が急ピッチで進行することから、車両輸送を中心に輸送量が増加する。
	変わらない	商店街（代表者）	・12月のクリスマス商戦は、東日本大震災の影響で派手なことをできないため、その影響が懸念される。また、フェア物の値段が高騰しているため、冬物の買い控えや、バーゲン待ちの客が増えることになる。
		百貨店（売場主任）	・前年は暖冬に加えて、中国との尖閣諸島問題の影響に伴うメーカーからのコートの納品遅れなどもあり、売上が厳しかったが、今年は例年どおりの寒さとなれば、コート等の動きも顕著に出てくるのが期待できる。お歳暮も11月から早期受注が始まるため、その売上也期待できる。
		百貨店（売場主任）	・買上客数が前年を下回る状況が続いているため、今後も厳しいまま変わらない。
		百貨店（販売促進担当）	・景気の先行き不安から、消費が上向くことが厳しくなりつつある。来店しても購入までには至らない客が増えている状況であり、今後も小康状態が続く。
		百貨店（販売促進担当）	・来客数や買上客数の減少といったマイナス要因をカバーする客単価の上昇がみられるが、今後も客単価が大きく伸びていくことにはならないため、現状のまま推移する。
		スーパー（店長）	・前年のエコポイント制度の効果が一巡することになるため、12月からは状況が変わってくる。また、12月以降、携帯電話やゲーム、おもちゃの新商品の発売が見込めるため、現状の厳しい状況と比べて、若干上向き傾向になる。
スーパー（役員）	・東日本大震災以降、景気が悪いまま変わらず推移している感が否めなく、今後しばらくはこの状態のまま進む。年金や税の問題等の将来保障の不安から、各年代の消費行動が守りに入っていることが来店頻度にも表れている。		
スーパー（役員）	・電気代が前年との比較で値上がりしているなど、これから冬に向けて、エネルギー関連の費用負担が増大するため、今後の消費支出が減ることになる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（エリア担当）	・公共工事の減少もあり、現在の傾向は基本的に変わらないまま推移する。一方、最低賃金の改正により、中小企業は経費緊縮傾向となり、ボーナスへの影響が懸念される。ボーナス支給額が減少することになれば、年末商戦は厳しいものとなる。
		家電量販店（経営者）	・地上デジタル放送への完全移行に伴う需要の反動減が今後もしばらく続く。
		家電量販店（店長）	・プラス要因が見当たらないため、今後も変わらないまま推移する。
		家電量販店（店員）	・エコポイント制度の反動減は、もうしばらく続くと思われるため、今後も厳しいまま推移する。
		乗用車販売店（従業員）	・タイの洪水による自動車部品工場の操業停止の影響により、今後の車両生産に影響が生じることが懸念される。
		高級レストラン（経営者）	・景気が良くなる材料が見当たらないため、今後も変わらないまま推移する。
		高級レストラン（スタッフ）	・11月以降は減少傾向に転じるとみられるが、予約状況からはさほど大きな落ち込みとはならない。
		観光型ホテル（スタッフ）	・恒常的な低単価傾向が続くなか、需要を喚起するようなイベントや大会の開催もないため、今後も変わらないまま推移する。
		旅行代理店（従業員）	・来客数は増えているが、客の需要は先へ先へと伸びており、直近の販売量が増えない状況となっている。
		旅行代理店（従業員）	・先行受注状況を見ると、国内旅行は11月が前年比97.3%、12月が前年比92.5%となっている。一方、海外旅行は11月が前年比105.9%、12月が前年比107.0%となっている。10月の状況とほとんど変わらないため、今後も変わらないまま推移する。
		タクシー運転手	・今年は初雪も遅く、暖かい日が多くなりそうのため、今後のタクシーの売上増加は期待できない。
		住宅販売会社（従業員）	・経済情勢と客の動向については、今後も概ね現在の状態が継続する。ただし、増税などが現実化した場合、それが分譲マンションの販売にどのように影響してくるかは判断が難しい。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・国の政策が悪いのか、客は何かと景気が悪いと話す状況にあるため、今後についてはやや悪くなる。
		商店街（代表者）	・将来への先行きが見えない不安から、客の財布のひもが固くなっており、特にし好品は売れにくくなっていることから、今後についてはやや悪くなる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・増税論が急出しているなか、観光客も将来の不安を口にすることが多くなっており、経済の失速ムードが客単価にも表れている。また、町内、同業者間でも先が読めないという会話が多くなっていることから、今後についてはやや悪くなる。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・年金の支給開始年齢の引上げや消費税の増税などの報道の影響で、一般消費者が支出に慎重になっている。今後は、年末の季節的な要因で売上が多少増加することになるが、根本的には客の消費マインドが冷え込むことになる。
		スーパー（店長）	・年末商戦を控えて、全社挙げてのキャンペーンと目玉戦略を合わせたセールを打ち出しているが、どこまで効果があるかが不透明であり、景気浮上の糸口がつかめない状況にあることから、今後についてはやや悪くなる。
		スーパー（企画担当）	・折込チラシの特売商品に対する客の関心度はますます強まっている。競争デフレの様相が強まりこそすれ、弱まる状況にはないことから、今後についてはやや悪くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・夏以降、飲料水や酒などにおいて、容量の大きい商品の販売量が減少するなど、客単価の低下が続いている。今後、年末商戦に向けてそうした傾向が一層強まることになる。
		衣料品専門店（店長）	・客と話していても、景気が良くなっていると感ずることがないため、今後についてはやや悪くなる。
		衣料品専門店（店員）	・G20サミットでの消費税10%への引上げ方針の報道や年金問題など、将来の生活に対する不安要素がたくさんあるため、年末に向けて消費がより貯蓄型になる。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・冬期間の燃料費が高騰しそうなことから、今後、客の買い控えが起きることになる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		高級レストラン（スタッフ）	・円高などの影響で年末の海外旅行が増えることになれば、高級飲食店の来客数が減ることになる。アジアからの観光客も入込数は足踏み状態であり、当分、増加は見込めないため、今後についてはやや悪くなる。
		観光型ホテル（経営者）	・急激な円高により、東日本大震災で減少した海外客が、今後、更に減少する懸念がある。全体の需要が弱含みで推移しているため、宿泊単価の低下も懸念される。
		タクシー運転手	・東日本大震災と福島第一原子力発電所の放射能問題の影響が大きい。海外からの観光客は、まだまだ日本全体に原発の影響があると勘違いしている。PRの方法を工夫する必要があるが、企業努力にも限度があるため、来客数が増える要素も思い当たらない。
		観光名所（職員）	・年内は東南アジアからの観光客が期待できない。また、修学旅行や個人旅行などの国内観光客も、これから閑散期に入ることから減少傾向となる。
		美容室（経営者）	・年金の問題や先行きへの不安感により、警戒感のある内容の話題が増えており、客の消費意欲が低下することになるため、今後についてはやや悪くなる。
		悪くなる	○
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）	・長期固定金利住宅ローンの終了や消費税の税率アップの可能性を見越して、住宅建築に駆け込み需要が生じることになるため、今後についてはやや良くなる。
		通信業（営業担当）	・販売単価の上昇と案件の大型化の傾向がみられるため、今後の身の回りの景況感としてはやや上向きとなる。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・今後については、農協から農家への支払時期となるため、農家からの需要が増えることが見込まれる。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・受注残を抱えているため、多少の売上減少はカバーできるとみられる。ただし、3か月先以降は厳しい状況となる。
	変わらない	家具製造業（経営者）	・円高や欧州の信用不安、タイの洪水など外的なマイナス要因が多すぎることから、今後についても厳しいまま変わらない。
		建設業（従業員）	・100億円を超える複数の大型建築工事の発注が年度末に控えており、それまで目立った建築工事の発注は見当たらない。
		輸送業（営業担当）	・生乳の生産量が回復してきているなか、道外向けの生乳輸送は落ち着きを見せ始めている。一方、道内乳業メーカーはクリスマス、年末を控えて、ケーキや菓子用のバター、生クリームの生産量を増やしているが、年末にかけて一般家庭用のバターが不足気味になるとみられる。全体としては、今後も変わらないまま推移する。
		輸送業（支店長）	・廃材処理などの震災復興案件の話も出始めているが、具体化はもう少し先になる。時期的にはサケを始めとする魚の輸出が活況を呈するはずだが、円高に加えて不漁が重なっていることから、今後の取扱量の増加は見込めない。今後、しばらくは同じような取扱量で推移することになる。
		金融業（企画担当）	・個人消費は冬期賞与が抑制されることで、年末年始商戦の盛り上がりが見込めないこととなる。しかし、観光関連は持ち直しが期待できる。建設関連などでは震災復興需要も徐々に顕在化する。総じて景気は横ばいで推移する。
		司法書士	・時期的な面を考慮すれば、年内は大きな変化がないと見込まれる。ただし、東日本大震災の影響が少なくなっているため、年明け以降の動きに期待が持てる。
		司法書士	・東日本大震災からの復興に向けての増税がほぼ決まりつつあることから、心理的要因として消費は当面控えることとなる。さらに、これから冬を迎えるため、冬物の衣料品などは消費が増えることとなるが、不動産の売買などの大型消費は横ばいか低下で推移することとなる。全般的には現在と変わらない状況が今後も続く。
		コピーサービス業（従業員）	・ここ数か月で急激な変化は期待できないため、今後も変わらないまま推移する。

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
		その他サービス業 [ソフトウェア開発] (経営者)	・日本に限らず、世界的に景気の方角性が不透明であるなか、国内に関しては、震災復興や福島第一原子力発電所の問題、放射能の除染、T P P、雇用、円高、対米対中対韓問題など、不安材料が山積している。そうした状況にもかかわらず、いずれの問題も解決も進展もしていないように見える。将来への方向性が見えないことで、企業も設備投資を含めてぎりぎりまで我慢しようとしている状況にあるため、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)	・今月後半から急速に受注量が減ってきていることから、今後2～3か月先の見通しとしては悪くなる。
		出版・印刷・同関連産業 (従業員)	・受注量が非常に落ち込んでいるため、今後についてはやや悪くなる。
		その他サービス業 [建設機械レンタル] (総務担当)	・公共工事の前倒し発注が終わり、今後については公共工事の減少が見込まれる。
	悪くなる	建設業 (経営者)	・公共工事の発注がほとんど終わり、残りは工期の関係から小工事に限られるため、工事稼働のピークは年内でほぼ終了することになる。また、東日本大震災後に凍結されていた5%分の公共工事が解除されたが、それらは設計変更か小工事での発注になる。3次補正については、ほとんどが来年度への繰越工事となる。民間の工事や建築案件については、降雪期を迎えて、プランニングや設計、積算業務が中心となる。これらのことから、今後については悪くなる。
		司法書士	・冬を迎えるため、今後の建物の改装や新築は見込めない。
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)	・年末に向けて、あらゆる業種の求人増が見込まれるが、なかでも飲食店や娯楽業、小売業やコールセンター、派遣の求人増が期待できる。
	変わらない	人材派遣会社 (社員)	・すべての業界が飽和状態にあることから、今後の景気が良くなる見込みがない。
		求人情報誌製作会社 (編集者)	・基幹産業となる農業、畜産業の求人は、今後、2次加工や3次の流通、販売に求人件数がシフトするため、総体的な人の流れに大きな変動はない。
		求人情報誌製作会社 (編集者)	・求人をけん引してきた製造業が、円高の影響を受けて、求人を控えることが懸念される。
		職業安定所 (職員)	・求人数は増加しているが、更新求人やパート求人が多い。また、工場等の進出など、安定した雇用につながる動きも見当たらないことから、今後も変わらないまま推移する。
		職業安定所 (職員)	・雇用環境については、持ち直しつつあるものの、改善したと実感できるほどのものではないことから、今後も変わらないまま推移する。
	やや悪くなる	人材派遣会社 (社員)	・冬が近づくと同時に、建設関連の工事も減少するため、年末には季節雇用労働者が一斉に失業給付を求めることになり、消費活動も停滞することになる。今後もサービス業に力強さがみられなければ、景気は停滞することになる。
		新聞社 [求人広告] (担当者)	・今月までは、農業関連事業に下支えされていたことから、今後、農閑期になることで、反動により景況感が落ち込むことが懸念される。
	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, O: 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)	・いろいろな職業の客から、おしなべて景気は良くなっており、今後は今以上に忙しくなっていくという話を聞く。当店においても、客からは例年以上に冬を迎える準備をしっかりとしようとする様子がうかがえる。スーツやコートを新調する客も多く、売上も伸びていくのではないかと予測している。
		高級レストラン (支配人)	・当地は震災復興の拠点となっているため人が集まり、飲食をしてお金を落としている。そういった状況は、今後数か月継続する。
		タクシー運転手	・乗客が途切れなくなってきたという現在の状況は、今後も続くのではないかと見ている。
	やや良くなる	商店街 (代表者)	・年末までは、1品単価及び客単価の上昇傾向が続くのではないかと見ている。

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
		商店街（代表者）	・飲食店を含め、一部の店では苦戦を強いられているものの、客単価の向上など概ね良くなってきているとの声が聞かれる。年末商戦に向けて、動きが活発になる。
		百貨店（売場担当）	・防寒衣料については、気温さえ下がればまだまだ実需の動きが高まり、売上も伸びていくことが予想される。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数の増加及び客単価の伸びに期待が持てる。年末に向けて商品施策を強化していきたい。
		コンビニ（エリア担当）	・消費が拡大する年末にかけての需要を取り込むことで、売上向上が図れると考えている。特に震災の影響もあり、外食から中食や内食へシフトしているため、コンビニにとってはチャンスとなる。
		家電量販店（店長）	・復興需要による客単価の上昇や来客数の増加といった、上向き傾向が続くと見ている。
		乗用車販売店（経営者）	・今後発売予定の次世代環境対応車、並びにエコカー減税の終了に伴う駆け込み需要が期待されており、市場は活発化すると予想している。ただし、2年前と同じ水準を予想しており、本格的な回復には程遠い。
		乗用車販売店（経営者）	・10月末にハイブリット車が発売されたことに加え、12月には軽自動車の新車が発売の予定であり、販売増を大いに期待している。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・防寒着の動きがまだ鈍い。今年はメーカーの一斉値上げがあり、ユーザーも多少のとまどいがあるように見受けられる。現状、在庫はたくさんあることから、今後の寒さ次第で動くのではないかと期待している。
		一般レストラン（経営者）	・当業界の年末年始は、今現在より悪くはならない。地域経済の事情を考えても、例年のデータと照らし合わせて今月より悪くなるような要素は無い。
		都市型ホテル（スタッフ）	・来月の予約状況も前年を上回る状況が続いており、上向きの傾向で推移する。
		旅行代理店（店長）	・大手電力会社の賠償金の本払いが開始され、企業にも個人にも現金が入るため、景気はやや良くなるのではないかと見ている。
		旅行代理店（従業員）	・今後の復興関連需要については不透明な面もあるが、需要が伸びることは確実ではないかと見ている。
		通信会社（営業担当）	・新発売のスマートフォンの効果に加え、アンドロイド携帯の人気も衰えておらず、客の購買意欲は冬商戦に向かって伸びていくと見ている。
		美容室（経営者）	・疲れている客が多く、リラクゼーションメニューなどの注文が多くなっている。その傾向はしばらく続くと見ている。
その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・震災後の契約物件のリフォーム完了が上がりはじめる。		
変わらない		商店街（代表者）	・12月の新幹線開業1周年に向けて集客イベントを検討中である。
		商店街（代表者）	・震災の復興資金が還流するのではないかと見ている。
		商店街（代表者）	・期待していた平泉の世界遺産登録の効果もごく一部に限られ、観光客の目立った増加もない。数か月先まで、現在のような消費意欲の低い状態は続く見通しである。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	・復興需要の落ち着き、社会不安に対する消費マインド低迷の持続等に加えて、円高といった国際的な要素が消費マインドの停滞に更に拍車がかかるのではないかと懸念している。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・消費者が必要なものしか買わない状況は続く。
		一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）	・現状のまま低調で推移すると見ている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・普段は必要なものを必要なだけ購入するという状況が定着している。売出しのときには、いつも使っているものを1つ2つ多めに買うという傾向はあるが、それ以上ということはない。年内はこのような状態が続くと見ている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・復興施策が奏効しつつあるように見えるが、周囲の多くの方が生業を失っていることを考えると、楽観的にはなれない。復興施策の効果次第である。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・支援物資をもらっている震災被災者の買い控えが続いている。今後、寒くなるまで様子見をしているようである。
		百貨店（売場主任）	・冬物アイテムは堅調に推移しており、当面この状態が続くことが予想される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（企画担当）	・現在の状況で年末商戦まで推移するものとしている。欧州の信用不安、円高ドル安、タイの洪水被害などが、日本経済にどのように影響するのか懸念している。歳末商戦への影響が少ないことを願っている。
		百貨店（営業担当）	・現在の景気の状況が続くと思われ、今の水準が大きく変化するまでには至らない。ただし、今年のお歳暮商戦は中元と同様、ギフトの需要が高まり、初売りも好例の祭りとしてにぎわいが出るのが予想される。
		百貨店（経営者）	・海外を含めた外的要因による悪化に加え、想定する復興景気が一向に見えてこない。さらに、市内の求人も改善の兆しが見えてこない。そのため、2、3か月先の現状は変わらない。
		百貨店（経営者）	・株安、円高の悪影響が懸念材料となっている。
		スーパー（店長）	・1品単価が落ち込んでおり、同じような機能、品質であれば、安い商品を買って求める傾向が目立っている。各社、付加価値をうたい、少しでも単価アップを図っているが、改善は望めそうにない。
		スーパー（店長）	・商圏内の競合状況は2、3か月後も現在と変わらず、景気の回復についても見込めない。
		スーパー（店長）	・景気回復の材料が見当たらない。電力不足が懸念されるため、ウォームビズ関連の衣料品やカイロ、湯たんぼなどの暖房小物は例年の3～5倍の需要を見込んでいるが、クールビズほど大きな影響はないと見ている。
		スーパー（店長）	・この先、上向き又は下向きになると判断できるような材料は見当たらない。
		スーパー（営業担当）	・景気が良くなる要素が見当たらない。
		スーパー（販促担当）	・円高やタイの洪水被害による製造業の生産能力の低下など、マイナス要因が高まる一方、国内製造業を中心に景気が浮上する要因は見当たらない。
		コンビニ（経営者）	・買上点数が伸びており、客単価もプラスと好調を維持している。しかしながら、年末商戦は、震災の影響も出るのではないかと見られ、プラスマイナスで数字が大きく変わることはないのではないかと見ている。
		コンビニ（経営者）	・復興需要の増加傾向に加え、テレビコマーシャルの効果により、女性客の増加も継続するのではないかと見ている。
		コンビニ（経営者）	・このまま来客数の安定した状態が続くことが予想される。
		コンビニ（店長）	・義援金が被災者の手に渡るまでは、小康状態が続くと見ている。
		衣料品専門店（経営者）	・実需的な買い方が顕著であるが、そういった今必要なものをできるだけ安く買う傾向は今後も続くとしている。
		衣料品専門店（経営者）	・東京電力福島第一原子力発電所事故の収束及び震災復興に対する明確な指針を早急に提示してもらわなければ、先行きの見通しがたたない。
		衣料品専門店（経営者）	・生地問屋の廃業などから考えると、いかに小売店が売れてないか、右肩下がりがわかるので、この先も期待できない。
		衣料品専門店（店長）	・暖冬傾向が続くようでは、冬物商材の定価販売期間が短くなり、セール期偏重型の状況が予想される。売上は確保できても、利益面に影響が出ることが懸念される。
		衣料品専門店（店長）	・年末年始のセールの時期を迎えるが、必要以外の買物が増える状況にはならない。
		衣料品専門店（店長）	・来客数及び客単価の低迷は続く。
		家電量販店（店長）	・テレビの代わりとなる主力商品がなく、期待できない。
		家電量販店（店長）	・日本経済の先行き見通しが全く立たないため、消費マインドは冷え込む方向に働くのではないかと予想している。
		乗用車販売店（経営者）	・東京モーターショーの開催が購買の刺激になることを期待しているが、タイの洪水被害の影響で、車両や部用品の供給が再び滞る懸念もある。
		乗用車販売店（従業員）	・客からも景気の良い話が聞かれることはあまりなく、2、3か月先も景気が良くなるとは考えられない。
		住関連専門店（経営者）	・地方の人口が減少しているため、今後も厳しい状態が続くことが予想される。震災対策予算が執行され消費が活性化することを期待しているが、一時的なものに過ぎないのではないかと見ている。

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
		住関連専門店（経営者）	・客足は少しずつ伸びてきている。また、東日本大震災による資材不足等で遅れていた新築物件がようやく完成に向かっており、家具や什器等の需要が少しお盛になってきている。しかし、客の懐は厳しいようで、そう大きな改善にはならないと見ている。
		その他専門店〔呉服〕（経営者）	・客同士の会話を聞いていても、年金や消費税など不景気だという話ばかりであるため、景気が上向くことは期待できそうにない。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・震災関連が中心で、一般の受注はほとんどない状態であり、利益が無い仕事でもお金が回ればよしと考えている企業が多く見られる。震災関連の仕事が落ち着けば、先行きは不透明な状況になりかねない。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・良くなる材料がない。米の値上げ、たばこ増税の報道など消費者にとって不安要素となり得る情報だけが聞こえてくる。このような状況では、冬に向けて消費者の財布のひもはますます固くなるばかりである。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・厚生労働省が、食品中の放射性物質の暫定規制値見直しにようやく動き出したが、浸透するまでにはまだ時間がかかるようで、状況は変わらない。
		その他専門店〔靴〕（経営者）	・冬を迎えるに当たり、長靴や防寒靴の需要は例年とあまり変わらないと見ているが、初雪のタイミングや降雪量といった天候にも左右されるので、現時点での判断は難しい。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・東京電力福島第一原子力発電所事故による賠償問題等の報告が見えてこない状況が続き、今の状況のまま推移すると見ている。震災の影響から脱出するにはもう少しばかり時間がかかる。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・東京電力福島第一原子力発電所事故の影響は深刻である。景気の良し悪しの方向性も読めない。補償をもっと早くしてもらえれば、消費者の動きも良くなっていくのではないかと見ている。
		高級レストラン（経営者）	・披露宴など、震災の影響でできなかったいくつかの行事が動いているが、3か月後くらいには一段落し、あまり良くなかった前年並みの水準に戻るのではないかと見ている。
		一般レストラン（経営者）	・良くなる要素も悪くなる要素も見当たらず、特に変わることはない。
		一般レストラン（経営者）	・少し盛り返していた客足が、秋になりまた鈍っている。今後も厳しい状況が続くと見ている。
		観光型ホテル（経営者）	・10、11月は観光シーズン、12月は忘年会と復興支援に助けられ、年内の入込は良好である。しかしながら、1月の予約状況については前年比約20%減となっている。
		観光型ホテル（スタッフ）	・本来の観光目的の客が増えるには、もう少し時間がかかりそうである。
		観光型旅館（経営者）	・慰安会や忘年会の予約状況は前年よりはやや多いものの、一般の旅行者の予約が少ないため、平日の営業が厳しい。現在の状況から、大きな変化は見られないと予想している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・円高、T P P、天候不順などにより、先行きが不透明ななかで、企業並びに個人ベースでの防衛意識が非常に高くなっている。忘新年会のセールスへの反応も鈍く、予約状況も例年の半分程度と大変厳しい状況であり、非常に厳しい。
		都市型ホテル（スタッフ）	・忘新年会のセールスを早めに仕掛けたが、定例大型以外の中小の反応は鈍く、宴会場の空き日が目立つ。タイミングをみながら、二度目のローラーセールスを実施する予定である。
		タクシー運転手	・乗客からは、就職先がないという話をよく聞く。仕事がないような状態では、景気が良くなるとは思えない。
		通信会社（営業担当）	・年末商戦の時期に入り、良くなっていくことが期待されるが、景気が上向く具体的な要素は少ない。
		通信会社（営業担当）	・景気回復に向けた好材料が見当たらない。
		通信会社（営業担当）	・良くなる材料が見受けられない。
		通信会社（営業担当）	・東日本大震災の復興策が、いまだ具体的に見えてこないため、状況は変わらない。
		通信会社（営業担当）	・被災地ではいまだに復興計画の詳細も決まっておらず、半ばあきらめに似た感覚が漂っており、変化は期待できない。
		通信会社（営業担当）	・企業へスマートフォンの導入を勧めているが、当面は既存のフィーチャーフォンを利用しながら様子見をしている傾向が強い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（営業担当）	・スマートフォンやタブレット型コンピュータといった携帯端末の販売好調に伴い、当社などの固定インターネットサービスの契約は減少を続けているため、あまり期待できない。
		テーマパーク（職員）	・政府による東京電力福島第一原子力発電所事故の収束宣言等が出されない限り、回復は望めない。
		観光名所（職員）	・2、3か月後の予約状況も現状と同様、前年と比べ3割減少している。
		遊園地（経営者）	・東日本大震災の復旧事業により一部業種は特需になっているようだが、全体に波及するのは復興事業が進んでからと見ている。
		競艇場（職員）	・現在の好調は一過性のものであり、失業保険の期限切れや震災復興関係が一段落すれば下降していくことが予想される。
		設計事務所（経営者）	・景気が良くなったといえるのは、1～2年先になるのではないかと予想している。
		住宅販売会社（経営者）	・来春までの受注残があり、当面、計画受注は順調に進められる。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・震災特需が終わり、踊り場に入った状態である。前月からの落ち込みが激しい状態であり、この先も徐々に悪くなることが予想される。
		一般小売店〔雑貨〕（経営者）	・現在の円高やタイの洪水被害が影響して、冬のボーナス商戦が低迷することになれば、あるいは消費税増税の具体化といったことを考慮すると、非常に厳しい状況に入っているのではないかと見ている。
		百貨店（経営者）	・来客数が改善しないため、現在の好調も一過性のような気配がある。雇用、円高に加え、放射能汚染による食の安全などが改善されないため、先行き不安が払しょくできない。
		スーパー（経営者）	・来客数、売上高、買上単価の低下傾向は年末まで続くと思われている。
		スーパー（経営者）	・タイの洪水被害、欧州の信用不安、円高など地元の工場にとっての先行き不安材料が多い反面、回復する要因は見当たらない。
		スーパー（店長）	・震災から立ち直っていない地域もあり、企業の年末のボーナス支給についても不透明感がある。
		コンビニ（エリア担当）	・現状、復興需要の減速は心配したほどではなく、長期はともかく短期の景気動向は大きく変化しない。ただし、行楽需要の減少に見られるように、積極的な消費は期待できず、景気が良くなるような要素も見当たらないことから、今後の景気の見通しは徐々に悪くなっていく。
		乗用車販売店（経営者）	・タイの洪水被害の影響がじわじわと部品調達へ影響を及ぼしている。一部商品は完全に欠品状態で、車販減だけでなく更なる整備台数減へ繋がっている。
		住関連専門店（経営者）	・売上の不振はしばらく続くと思われている。
		その他専門店〔酒〕（営業担当）	・地元でも工場の閉鎖など、経済停滞の影響が出てきている。今の状況が劇的に変わるようなことはない。
		観光型旅館（スタッフ）	・旅行シーズンも終わり、冬は完全に閑散期となる。冬季の主な客であるインバウンドは、東日本大震災及び東京電力福島第一原子力発電所事故の放射能による風評の影響からほとんど見込めず、国内需要についてもそれに代わる売上は期待できない。
		都市型ホテル（経営者）	・宿泊部門については、復興支援の需要がどこまで続くのかということが一番不安な部分である。婚礼については、東日本大震災の影響で春から秋に変更となっている。会合は例年通りの予定が入っているものの、新年会以降の来年の宴会については、予想がつかない。全体的にみると、悪くなるのではないかと見ている。
		タクシー運転手	・東日本大震災の影響は非常に大きく、タクシーを控える人が多い状況は変わらない。
		通信会社（営業担当）	・TPP参加の是非や年金の延長問題、あるいは消費税の増税論議など、政府が打ち出している検討項目はすべて消費動向の低迷に繋がっている。加えて、タイの洪水被害により日本企業が打撃を受け、GDPは下がる傾向にあるため、景気は悪くなる。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・震災復興財源のための増税や年金支給の削減が論議されていることで、消費者の財布のひもが急に固くなったように見受けられ、先行きが懸念される。

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	
	悪くなる	スーパー（経営者）	・年末を控えていることや、税金や保険料の値上げが重なり、消費者の財布のひもは更に固くなることが予想される。	
		コンビニ（経営者）	・放射能汚染の問題で沖縄や関西方面に避難している人が多く、地域の人口が減少している。こういった人たちが戻らない限り、景気が良くなることはない。	
		コンビニ（エリア担当）	・たばこの増税による値上げ効果も一巡し、効果が薄れてくることに加え、たばこ以外の売上も低下傾向で推移する。	
企業 動向 関連	良くなる	建設業（従業員）	・緊急性の高い大型インフラ整備案件の出件が見込まれている。	
		建設業（企画担当）	・震災復興関連の土木工事が具体的になっており、今後の受注が期待できる。	
	やや良くなる	金融業（営業担当）	・分譲地の新築案件が目立ってきている。	
		広告業協会（役員）	・早くも正月初売りの新聞広告の引き合いがきている。また、テレビの年始スポットなども各社早めにセールスに取り掛かっている。問い合わせも今年は早くからきており、多少は明るい正月を迎えられる見通しである。	
		公認会計士	・東日本大震災の復興需要は当分続き、建設、小売関係のクライアントにおいては、現在よりも業績が改善するところが増加すると見ている。	
		コピーサービス業（経営者）	・復興計画が実行される段階に入ると見ており、相当の需要があるものと期待している。	
		その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・県やその他の機関、団体による観光、物産キャンペーンも予定されており、観光旅館等での飲食や土産等の需要回復が期待される。	
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・取引先の住宅業界各社から、リフォーム及び新築の受注残が多くなっているため、着工することでお金が回るのではないかと話を聞いている。	
		変わらない	食料品製造業（経営者）	・今のところは良くなる要因も悪くなる要因もなく、現状のまま変わらないと見ている。当地への入込客及び地元客のお歳暮や見返し向けの需要があるかないかで景気は左右される。
			食料品製造業（総務担当）	・雇用情勢が好転する気配がないなか、消費者の購買意欲の向上は期待できない。
			木材木製品製造業（経営者）	・地域によって、需給バランスが悪くなってきている。改善には時間がかかる。
			電気機械器具製造業（営業担当）	・しばらくは現在の状態が続くと見ている。
			輸送業（経営者）	・販売量が震災前の水準まで戻るかといった不安な面もあるが、順調にいけば各社共に操業設備が復旧する見込みであり、物流の増加に大いに期待が持てる。
金融業（広報担当）	・欧州の信用不安による円高の影響やタイの洪水被害に端を発する生産停止で影響を受ける業種がある。一方、設備投資や消費抑制マインドの後退から持ち直し傾向が続く業種もある。全体として景気は横ばいではないかと予想している。			
広告代理店（経営者）	・復興による持ち直しの第1次ピークは過ぎたのではと見ている。今後しばらくは、現在の状態が続く。			
新聞販売店〔広告〕（店主）	・仮設住宅に住む人は支出を手控えているし、水産加工業者等、津波で職場を失った人も多く、消費が活発になるのはまだ先である。			
経営コンサルタント	・風評も含め、放射能汚染の問題がいろいろな局面で尾を引いており、先行きの状況は変わらない。			
司法書士	・新たな住宅建設に向けた税制優遇策が見あたらず、景気が上向き要因に欠ける。			
その他非製造業〔飲食品卸売業〕（経営者）	・人口も取引先も減っている状況のなか、経営は明らかに下向きになっている。			
やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・東日本大震災後、下火になっていたTPPへの参加論議が再燃し、農産物を巡る状況は極めて厳しいものになると予想される。		
		繊維工業（経営者）	・円高及びユーロ安等、為替の変動が大きく、特に工業製品等に大きな影響が出ており、景気全体に大きな影響があるのではないかと見ている。我々が扱っている衣料の消費にも影響が出てくるのではないかと懸念している。	
	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・原子力発電所関連で特需があったため、やや上向いているように見えるが、全般的に徐々に悪くなっていくのではないかと見ている。		

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
		土石製品製造販売（従業員）	・タイでの洪水被害により、海外工場が大きな打撃となっている。また、節電対策により日本各地での工場稼働が難しい状況であり、見通しは暗い。
		金属工業協同組合（職員）	・自動車関連、震災復興関連の動きはまだ良いほうだが、半導体、機械加工関連の取引先の動きが依然として停滞しており、日々の受注量が減少し先が見えない状況が続く。
	悪くなる	農林水産業（従業者）	・今後出荷が始まるりんごについても、桃と同様に、風評被害で収入が例年の半分以下になることが懸念される。
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品については、円高による輸出環境の悪化に加え、タイの洪水被害の長期化も懸念され、経営に大きな影響が出る見通しである。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・復興税による消費の低迷が始まり、デフレスパイラルに向かっていく。円高が続く輸出産業の財務状態が悪化することや、国内事業の海外シフト等によるリストラで失業率が上昇することなどが懸念される。
		通信業（営業担当）	・既存契約を維持するためには、ある程度の値下げに応じざるを得ないため、社内のコスト削減策に取り組みなければならず、今年度の収支に大きな影響を与える見通しである。
その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・例年であれば増える年末に向けても受注はあまり伸びていない。会社は余剰人員150名程度の配置転換を始めている。今までアウトソーシングとして下請関連会社に委託していた作業は内部化が図られたという話も聞いており、見通しは暗い。		
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・専門職の派遣依頼は、2、3か月先まで続くと考えている。
		人材派遣会社（社員）	・2013年4月入社採用について、検討中の企業が多かったが、ここにきて採用に踏み切るという判断をする企業が増えている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・がれきの本格的処理や住宅関連等、復興事業が地元を活性化する方向に向かっていていると見られ、しばらくの間はやや上向きで推移することが予想される。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今後被災地においては、3か月以内により具体的な復興計画が自治体から示され、それによって街の再生が始まっていくことが考えられる。最初は建築土木関連から始まり、その後他業種に広がって経済が動いていく。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・欧州の信用不安及び超円高により、景況は悪化すると見ている。
		職業安定所（職員）	・製造業などでは、円高の影響が出ている企業が徐々に増えてきており、先行きに不安がある。
		職業安定所（職員）	・新規求人の増加幅が小さくなってきていることから、雇用情勢が大きく改善する見通しは立たない。
		職業安定所（職員）	・東日本大震災の影響は計り知れず、新規求人数は前年同月比で6か月連続増加しており、月間有効求人数も6か月連続で増加している。有効求人倍率はわずかずつ上向きに移行している。今後の動向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）	・新規学卒者を対象とする求人数が前年同期比で減少となる傾向は変わらない。
職業安定所（職員）		・雇用情勢は今後の震災復興に期待したいところであるが、円高の進展や欧州の信用不安等の影響も注視していかねばならず、楽観はできない状況にある。	
職業安定所（職員）		・求人は増加しているものの、期間雇用求人も多い。もう少し求人の増加傾向は継続しそうではあるが、製造業では円高の影響により、受注先の海外シフトを警戒しているところもあり、注意が必要である。	
やや悪くなる	アウトソーシング企業（社員）	・回復の兆しがなく、仕事量の減少による価格競争を懸念している。	
	職業安定所（職員）	・新規求職申込者は、引き続き減少基調が続いている反面、新規求人数に陰りが出始めている。また、新卒求人は大学や短大向けの求人が増加しているものの、専修学校の求人が減少するなど、様々な要因からまだ模様である。そのため、先行きの見通しはやや厳しい。	

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
		職業安定所（職員）	・タイの洪水被害の影響で、生産が滞る事態が起こり始めている。当分はその分を国内でまかなおうとするであろうが、人件費の関係で、タイ以外の海外への生産移管が進むことが予想される。そのため、製造業やその派遣なども一時的には忙しくなるが、臨時的な回復と思われ、その反動で景気はやや悪化する懸念がある。
	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	百貨店（営業担当）	・今月末から物産展の大型催事がある。11月後半からはギフトセンターのオープンに伴って、百貨店本来の来客数が非常に多くなる。それぞれ下の階へのシャワー効果が期待できる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・飲食関係は3月の書き入れ時、歓送迎会シーズンに当店でも四十数件のキャンセルがきて痛手を受けたが、これからは年末、新年会等で、いろいろと飲み食いする機会が多くなるため、良くなる。
		通信会社（営業担当）	・年末商戦が始まるため良くなる。
やや良くなる	やや良くなる	一般小売店〔家電〕（経営者）	・年末に向かい、エアコン等、暖房器具に期待が持てる。また、エコ商品にも少しは期待できる。
		スーパー（店長）	・ちょうど年末年始の商戦に入るところだが、こういう年は必ず年末は売れる。
		コンビニ（経営者）	・クリスマス、年末商戦を控え、これらの需要の獲得がうまく成功すれば、若干の上乗せは可能という見通しである。
		コンビニ（店長）	・商圈内に同業店がオープンして3か月が経過したので、10月は良くなると予想していたが、近所の主要道路が全面工事に入ったため、お昼を中心に来客数がかなり影響を受け、悪い結果となった。3か月後は工事はないと思うので、黙っていても良くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・12月に新型の軽自動車の発売予定がある。また、3月までのエコカー減税の駆け込み需要が始まる。
		都市型ホテル（営業担当）	・11～12月あたりの年末に掛けて、忘年会や会合の需要が伸びてくるため。例年同様にやや良くなる。
変わらない	変わらない	商店街（代表者）	・アパレル関係の業者は少々明るさが見えると言っているが、当地域では売上が良いという声が聞こえてこない。
		商店街（代表者）	・年末の贈答需要は例年より伸びることは考えられないが、何とか品ぞろえ等で前年並みに持っていきたい。
		商店街（代表者）	・今年は総体的に景気が悪いが、それでも例年並みには販売量も伸びているので、良くはならないと思うが、何とか変わらずにいく。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・観光地での紅葉を楽しむツアーなどでお金が落ちるため地元も潤ってくるが、それも控えめな状態が続いていることから、現状維持がやっとである。
		百貨店（営業担当）	・円高等、景気においては一進一退という状況で、まだ個人消費が盛り上がるという状況にはない。購買についても消費者の慎重さが見受けられる。
		百貨店（販売促進担当）	・円高、株安などから、消費マインドが大幅に回復するとは思えず、特に高額品への影響が懸念される。ただし、ファッション関連は気温の低下と共に比較的好調に推移しており、期待ができる。
		百貨店（販売促進担当）	・売上の柱となっている婦人衣料がほぼ横ばいである。また、他の商品群も店全体の売上を押し上げるほどの勢いはなく、今後も同様の流れが続いていく。ただし、節電などを背景としたウォームビズなどの衣料施策が大きなトレンドとなれば、売上の上積みも期待できる。
		スーパー（統括）	・冬場の節電対策がどのレベルになるのか具体策を策定しているが、灯油ガソリンの高騰も予測されるため、生活物資へ影響が出る懸念がある。
		コンビニ（経営者）	・来客数が増えた分、この先も今月同様に上向きでいく。
		コンビニ（経営者）	・客の単価が非常に低くなってきているが、来客数はそれほど減っていないので今後は幾らか良くなる。

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
		コンビニ（店長）	・ここ最近、ニュースなどでいろいろ経済的な情報は入ってくるが、身の回りに限って言うと大きく変動する理由がない。客の様子を見ると温度変化や天候に左右される状態が続いているが、特価品がなければ特別大きな変化はないので、あまり変わる様子はない。
		衣料品専門店（店長）	・記録的な円高による株価の下落や年金支給年齢の引上げ等の社会的な問題により、将来の不安感が高くなるにつれて財布のひもは固くなり、買物にお金を使ってくれない傾向が続く。
		家電量販店（営業担当）	・景気は全く良くなっていないが必要な物は動き、特に冬に向けて石油ストーブ等は人気がある。しかし、生産が追いつかない状況で売上が見込めない。
		乗用車販売店（従業員）	・これから需要期に入ってくるが、販売台数が前年と同じように回復し伸びるかは非常に厳しく、国内外の経済状況に左右される。
		乗用車販売店（販売担当）	・今後2～3か月先で余程良い材料でもあればいいが、風評被害で周辺観光地の客の入りはまだ全盛期の6～7割と、とにかく冷え込んでいるため、年内は景気が悪い状態である。
		乗用車販売店（営業担当）	・軽自動車、ハイブリッド車、エコカーに商談が偏りつつあるが、利益は相変わらず思うように上がらない。
		乗用車販売店（販売担当）	・今月はたまたま売れたが、周りを見ても良いことが何もないので、今と景気は変わらない。
		自動車備品販売店（経営者）	・身近な会社が倒産したり海外に移転したりといった雰囲気、あまり前向きではない客が増えてきている。なかなかプラスになるのは難しい。
		住関連専門店（仕入担当）	・住関連商材の動きが落ち着きつつあり、日用消耗品も必要以上に購入しない傾向にある。クリスマスや年末商材への支出も抑えられる傾向にあるため、プラス要因よりマイナス要因が上回っている。
		一般レストラン（経営者）	・根付いてしまった消費しない風潮と、相当な薄利でないと思えない風潮は、そう簡単に改善されるとは考えられない。
		都市型ホテル（経営者）	・底値安定が続いており、この状態が続くと今後不安が残る。
		旅行代理店（所長）	・これからオフシーズンの冬を迎え、これまでにない厳しさになりそうである。異常なほどの円高にもかかわらず、海外旅行の受注もそれほど伸びず、先行きの不安は拭えない。
		旅行代理店（副支店長）	・年末年始の動きが鈍い。海外旅行も情勢不安や天災等で足踏みが続いている。国内旅行は間際予約が増えているため、先が読めない。修学旅行の期日変更のため厳しい予約状況にあり、今後は例年実施している旅行が難しい。
		タクシー（経営者）	・昼も夜も動きが悪く、不況の状態は変わらない。
		通信会社（総務担当）	・個人消費が慎重な状況は変わらない。
		通信会社（局長）	・冬のボーナス、年末商戦等は消費刺激にはなるが、景気の変化につながる材料ではない。景気回復に期待したいところだが、良くなる材料、悪くなる材料、傾向共に見当たらない。
		テーマパーク（職員）	・東日本大震災の影響が大きく残っているのか、前年を大きく下回る状況は変わらない。
		遊園地（職員）	・東日本大震災から7か月が経過し、レジャー、サービス業界は徐々に回復傾向にあるが、持ち直しのテンポが緩やかになってきていることから、今後の景気はあまり変わらない。
		ゴルフ場（業務担当）	・ここ2か月くらい前年比をなんとかクリアするような状況になっており、総体的に来客数が前年比プラスで売上は横ばいである。11月は前年を若干上回っているため、12月も取り込みは前年並みくらいは届くが、来客数は確保できても単価が伸び悩んでいる。平日の取り込みについては価格次第である。各競争相手も低価格でより良いサービスを行っているため、収益面においてははなかなかに改善しない。
		ゴルフ場（支配人）	・精密機械関係会社の来場が少なくなり、また、それに関連する中小子会社社員の来場も少なくなってきている。これから先、円高がますます来場にも影響する。
		競輪場（職員）	・他競輪場の記念競輪の売上が、ほとんど同じくらいの金額で推移しているため、変わらない。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] （職員）	・平日が増えている状況の変化に対応できれば、当然売上は上がるし景気も回復する。しかし、それを行うためにはある程度の経費も必要になるため対応が難しく、バランスがポイントとなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		美容室（経営者）	・七五三、成人式等の予約数を確保しようと販売促進物を出したが、まだ申込が少ない。これから七五三の予約が入ってくる予定ではあるが、景気が悪い時は間際に入ってくる。
		その他サービス〔清掃〕（所長）	・給料等の増加は見込めず減少する一方であり、生活品等の購入は少なくならざるを得ないが、急激な変化は考えられない。
		設計事務所（経営者）	・企業の設備投資にはまだ時間が掛かり、大型物件の依頼は少ない。
		設計事務所（所長）	・もうこれ以上は落ち込めないところまで来ているので、変わらない。何かのきっかけがあり景気が良くなることを願っている。
		設計事務所（所長）	・東日本大震災の復興関係の工事が活発な状況がしばらくは続くが、現状より良くなる可能性は今のところ考えられない。また、現状でも一部業者に限られている。
		設計事務所（所長）	・今まで低迷していたのでいきなり景気が良くなるとは考えられないが、少しずつ案件も増えてきているので今月のような状況を保つことができればいい。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・東日本大震災の復興は大分落ち着いてきているが、節約が定着してきたのか、本当に必要な物しか購入しないため、やや悪くなる。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・安価な家電商材は海外製造が多く、東日本大震災の時より商品の流通が懸念される。消費者は必要な物であれば高価であっても購入せざるを得ないが、買い控えも予想される。したがって、多少でも商品の動く年末に向かって厳しい状況になる。
		一般小売店〔乳業〕（経営者）	・今の状況は未経験なので分からないが、良くなる要因は見当たらない。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・当店では12月には福島産の自然乾燥干柿や茨城産の干芋の地方発送や各地方のリピーターからの注文が多かったが、今年は福島第一原子力発電所の事故で福島産の干柿が全く駄目で、茨城産の干芋も風評被害で動きがかなり鈍る。
		百貨店（総務担当）	・月々の来客数が減少しており、このところ平均90%以下の日が多い。今年3月末に有名メーカーのお菓子の取扱が無くなって7か月が過ぎたが、まだ毎日来客や電話の問い合わせがある。売上ナンバーワンだったお菓子のコーナーが無くなるということは、店の売上予測も読めないくらい厳しいものがあり、それに伴う来客数減により、他部門の売上も下がっている。こういった現状では、先行きも非常に厳しい部分がある。
		百貨店（営業担当）	・円高による工業品輸出産業の業績低迷や、自然災害による生産縮小の影響が、家計にも悪い影響をもたらす。
		スーパー（総務担当）	・回復してきている企業では残業等や所得が増えているとのことだが、復興資金捻出のための増税の話で全体では所得が減ることが懸念され、消費は減る。
		コンビニ（経営者）	・欧州の信用不安、円高、放射線等、各種の不安要因から、買い控え、節約ムードが高まる。災害、天災等も多く、生活に不安を感じる人も少なくない。
		高級レストラン（店長）	・東日本大震災以降、地域の集客力が極端に低下しており、昼休みの時間でさえ、通行人が少ない。
		一般レストラン（経営者）	・土地柄からこの先は県外客より地元客次第だが、このままではまだまだ期待できない。
		一般レストラン（経営者）	・同業者の話では、同じように夜の来客数が非常に少ない状態が続いているとのことである。売上が非常に伸び悩み、減少していく傾向が強い。
		スナック（経営者）	・これ以上落ちようがないが、良くなっていくともとても思えない。現状維持か、軽く落ち込んでいく。
		観光型ホテル（営業担当）	・婚礼の予約が減少している。忘年会、新年会の予約はほぼ前年並みの件数だが、単価が下がり、また、大口から小グループ化の傾向である。
		都市型ホテル（支配人）	・風評被害がいまだ収まらない。茨城空港利用の運休中の国際線は再開にめどが付いていないため、2～3か月後は観光客がまだ戻ってこない。
		通信会社（販売担当）	・長期化している円高とタイの洪水により製造業が低迷しており、消費に対し消極的だと感じているため、やや悪くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・ホテルの予約状況、サービス券の購入、各テナントのサービス券の利用状況を見ても、横ばいか下降である。各店舗の売上も悪くなっており、それに伴い駐車場の利用も少なくなる。	
		住宅販売会社（従業員）	・復興増税に関する議論などが具体化しつつあり、消費意欲の低下が予想されるため、やや悪くなる。	
		住宅販売会社（経営者）	・円高など不安要因が多く、地元では自動車関連の2次下請が多いため、このまま円高水準が続くと、コストダウンや生産調整などいろいろな状況の変化が出てくる。悪い要因が多いことが不安である。	
		住宅販売会社（従業員）	・良いニュースと比較して悪いニュースが多く、原材料の不足による生産調整や金融不安が景気の高揚を抑制する。	
	悪くなる	一般小売店〔衣料〕（経営者）	・当地域では福島第一原子力発電所の問題で放射線量が結構高い数値になっていることも上手いいかない要因の一つであり、早めに回復するような状況は生まれていない。	
		衣料品専門店（販売担当）	・現在の客の動き、来客数が激減している状況を見ると、今後、何か良い要素があるとすれば年末商戦くらいである。しかし、年末に向かって具体的な明るい兆しが見えず、期待するものは何もない。客に来てもらう工夫を積み重ねていくが、残念ながら悪くなる一方である。	
		家電量販店（店長）	・生産拠点であるタイの洪水被害で、既にデジタルカメラなどの入荷が遅れている。	
		スナック（経営者）	・長いことやっているが、ますます冷えていく気がする。本当に良くなる要素が全然見付からない。	
	企業 動向 関連	良くなる	その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・家電エコポイント制度が終了したが、他の商品の仕掛けは各地で予算待ちである。
		やや良くなる	窯業・土石製品製造業（総務担当）	・需要、供給とも八方ふさがりの状況ではあるが、多少、季節的に動きが出る。
金属製品製造業（経営者）			・復興事業も徐々に本格化してきており、大型の自家発電装置や特装車両の受注が増えてきているため、やや良くなる。	
金属製品製造業（経営者）			・取引先からいろいろと仕事の話があり、これからも多くなる様子であり、期待している。	
一般機械器具製造業（経理担当）			・いろいろな所で災害があるので、復興により上がっていく。	
電気機械器具製造業（経営者）			・取引先の下期生産計画から、来月中旬以降に当社受注が上昇するため、やや良くなる。	
金融業（役員）			・自動車部品の製造を中心とした各種製造業において受注の増加が継続されており、今後もその好調さが期待されている。	
広告代理店（営業担当）			・今の活況が年末商戦までつながれば、東日本大震災以降の大きな回復となる。	
変わらない			食料品製造業（営業統括）	・ドルに対して急激にユーロ高が進んでいる影響で、ヨーロッパばかりでなく、アメリカ、オーストラリアからの安価なワインが出回っており、今後苦戦が強いられる。また、T P Pの交渉の行方も気掛かりである。
		化学工業（経営者）	・年内の仕事量は確保できたが、来年1月からの受注がまるで入ってきていない。タイの洪水の影響が国内自動車産業に出て、それが当社にもかかわってくるのではないかと多いに心配している。	
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・年末年始は毎年受注の谷間に当たるので、今期も懸念している。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・9月は一時的に仕事量が増加したが、タイの洪水等のマイナス要素が加わり、また8月以前の状態に戻りそうである。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・大きな変化はなく、しばらくは安定した生産になる。	
	電気機械器具製造業（経営者）	・当社は自動車関連のため輸出の仕事結構しているが、今のところ円高の影響は出ていない。今は大丈夫だが、これからどうなるかは分からず、現状くらいで推移する。		
	電気機械器具製造業（営業担当）	・当社は現在ある程度の受注は確保しているが、円高の影響により、県内の各企業で収益が悪化しているとの情報が多く、この先の受注の減少が予想される。		
	輸送用機械器具製造業（経営者）	・9月までは非常に良かったが、10月は取引先各社で一服といった感じで、半期決算が終わって仕事量が少し減ったが、これから徐々に増えてくる。		

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（営業担当）	・例年だと年末年始に向かって景気も上向きになり、冬場商材等物量が増える状況になるが、このところタイの洪水や自動車メーカーなどの部品不安、円高の負担で先行き厳しい部分も出ており、全体的には例年並みである。
		通信業（経営者）	・これ以上悪くなりようがなく、最悪の状態は変わらない。
		新聞販売店〔広告〕 （総務担当）	・税理士の話では、2か月前に訪れた製造業で好調と聞いた企業が、最近では落ち込んで先行きが見えないとのことである。短期間に変わる景気の変動で、設備投資の見極めも付かないと困惑している。
		社会保険労務士	・東日本大震災後の持ち直しの動きと円高などの影響で、踊り場にいるような感じである。事業所の売上や人の動きなど、大きく変化するとは思わない。
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・引き合いは増加傾向にあるが、先行きの変化を見ていきたい。
やや悪くなる		食料品製造業（製造担当）	・関東近辺でも、どんどん放射能が検出されてきている。ただでさえ風評被害で価格が上昇傾向なのに、農作物にまで影響が及んでくる可能性は否定できない。合わせて景気回復の兆しが見えないなかでデフレの改善はできないため、ますます物価が安くなる。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・印刷業者間の価格競争が激化している。安値でないと仕事が取れないという状況が続く。
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車関連の東日本大震災の復旧業務については忙しい状況が続くと思うが、タイの洪水の影響がどのように出てくるか不透明である。また、油圧建設機械に関しては年明け減産を予定する取引先が出てきており、全体としてやや悪くなる。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・主力取引先の自動車メーカーからの生産の3か月見通しでは、11月がピークで12月からやや下がる。また、タイの洪水によって部品供給が一部不足するとの情報が入ってきているため、1月以降は生産が大幅に減少してくる。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・売れ筋商品の平均単価が極端に下がってきているため、販売量が大きく増えない限り、売上維持が難しい。
		金融業（経営企画担当）	・東日本大震災や円高等、直接的ではないが、材料の仕入や客の状況に多少影響がある。
		金融業（調査担当）	・県内は製造業のウエイトが高く、海外の動向に左右される見通しである。海外の弱い動きやタイの洪水の影響が顕在化した場合には下振れの懸念がある。
		不動産業（管理担当）	・現在は冷暖房をあまり使用しないため、空調関連の費用が少ないが、これから寒くなってくるとその費用が増えてくる。電気や燃料もじわじわ値上げしており、節電意識の浸透はあるものの、経費増の要因になってくる。
		悪くなる	
雇用 関連	良くなる	人材派遣会社（管理担当）	・引き続き自動車関連企業への派遣が増加する。
	やや良くなる	職業安定所（職員）	・求人倍率が改善傾向にあり、求職者の傾向及び求人数から、やや良くなる。
		職業安定所（職員）	・風評被害により県外へ移転していた事業所が工場を再稼働したこと、高齢者の福祉施設が来年度開業することにより、それぞれ求人募集があり、今後求職者からの活発な動きが期待される。
	変わらない	求人情報誌製作会社（経営者）	・例年では、これから冬場に向かってパート、アルバイトの求人は増加傾向になるが、円高の影響により、地元の大手製造業の正社員募集は極端に少ない。
		職業安定所（職員）	・短期的な求人が多くなってきたため、先行き不透明である。
		職業安定所（職員）	・求職者数が減少せず、人員整理による離職者が増大するようだと、雇用環境は厳しいままである。
		職業安定所（職員）	・円高等により先行き不透明という声をよく聞く。そのため、今後何らかの残業規制なり雇用調整の可能性も出てくると思うので、良くなるとも言えず、それほど変わらない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・求人を含ん引する製造業において、海外展開に歯止めが掛からず、特に製造現場の技能者求人は厳しい状況が続く。
	やや悪くなる	人材派遣会社（経営者）	・親会社が安定していないので、子会社はもっと安定しない。

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
		人材派遣会社（営業担当）	・円高がこれ以上続くと、国内での製造は無理に等しい。これではメーカーはどんどん海外に流出し、国内の雇用は失われる。
	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）	・これから寒さに向かって年間で一番売上が見込める時期に入るため、また、近郊の同業者が減ってきて新規客が増えつつあるため、期待している。
	やや良くなる	百貨店（営業企画担当）	・歳暮商戦やクリアランスでの来客数増を見込んでいる。また、カード会員向けの特別対策を盛り込んでいるため、売上に増に期待したい。
		スーパー（店長）	・夏と同じで特に節電関係、家の中で過ごす商品あるいは食品といった冬物商材が、今後2、3か月で動きが良くなる。ただし気温次第になるので、冬らしい冬がくれば、売上あるいは景気が良くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・客との会話で旅行の予定等が非常によく出てくる。おしゃれ物を扱っている関係上、接客が多いが、このところ接客に対する反応がとても良く、売上も良いため、今後もやや良くなっていく。
		家電量販店（経営者）	・前年11月はエコポイント効果が最大になり、異常値を示していた。12月以降は回復に向かう。
		乗用車販売店（経営者）	・円高が心配だが、国内販売は徐々に上向きになってきている。
		乗用車販売店（販売担当）	・前月同様、新型車導入のおかげで受注も伸びている。また、これから12月に開催されるモーターショーの話題もプラスになって来客が増え、商談数も増えていく。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・最繁忙期の年末になるので、しっかり気持ちも販売促進も盛り上げていく必要がある。良くなるために仕掛けていく。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・市場全体の変化に歯止めが掛かるわけではないが、今年は例年以上に大型タイトルが年末商戦に集中し、更に新ハードの発売もあるため、盛り上がり期待できる。
		一般レストラン（経営者）	・当商売は暮れは動きが活発になるため、売上は今よりも少し良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・今月の前半は悪かったが、中盤から少し上向きになっている。ここまで悪くなれば後は上がるだけである。
		旅行代理店（従業員）	・円高は経済全体にとっては厳しく、引っ張り合いが続くが、観光旅行には追い風である。
		旅行代理店（支店長）	・当社の場合、グループで東京スカイツリー関連商品販売を始める。11月からは団体の受付も始まるので、スカイツリー効果だけではないが、非常に問い合わせ等が増えている。今後も来年の開場に向けて客からの問い合わせがかなり増えるだろうということが、一番の理由である。
		旅行代理店（営業担当）	・申込状況が以前より伸びている。
		タクシー運転手	・これから忘年会やクリスマスなどが入るので、当業界では一番忙しくなる時期である。
		通信会社（経営者）	・10月最終週からテレビの集合住宅一括契約が回復兆候にあり、2～3か月先の年末年始には顧客のテレビ意識も回復する。
		通信会社（経営者）	・東日本大震災以来の節約気分が払しょくされてきている。
観光名所（職員）	・観光は生活の次である。旅客がかなり戻ってきたため、これから期待できる。		
ゴルフ練習場（従業員）	・来客数が増えており、以前よりゴルフやレクリエーションに参加する機会が増えているため、景気はやや良くなっていく。		
その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・寒くなってくるため衣料品の買物客が増え、年末年始用の買物客も増える。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
変わらない		設計事務所（経営者）	・今までは気持ちの部分で悪さがあったが、言っても仕方がないことである。当所では新しいものがやや見えてきて、それに対する心構えができてきたような気がする。もっと頑張らなければと、周りがそうしていかなければならず、少し上向きのような感じがしている。
		住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災後の慌ただしさも落ち着き、様子見していた客が動き始めたように感じる。物件供給側もエンドユーザーが様子を見ている間に土地の仕入を積極的に行っており、販売価格を抑えた物件供給が見込めるため、販売増につながり、景気はやや良くなる。
		商店街（代表者）	・欧州の信用不安や行き過ぎた円高など、地域経済のはるかかなたでマイナスの報道が連日あり、復興財源の問題もあり、客に不安な色を感じる部分がある。
		商店街（代表者）	・現在の状態ではとにかく良くなるとは言えない。
		商店街（代表者）	・現状の低迷した状態が続くが、今後4月からの子ども手当の廃止や身の回りの非正規従業員の比率の増加が足かせになるのではと危惧している。
		商店街（代表者）	・客の購買意欲がかなり減退してしまっている。景気の先行き不安が大前提にあり、その結果、買物を少し控えていこうという感じをかなり強く受ける。
		一般小売店〔和菓子〕（経営者）	・11月もまとまった注文等が入っており売上が見込めそうだが、年末年始にかけてはまだ不透明な部分が多い。今後どうなるか、不安材料がまだまだ残っている。
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・毎日が開店休業のような状態であり、回復する気配がない。
		一般小売店〔米穀〕（経営者）	・年末のお餅の注文がどうか心配しているが、昨年より値上がりしても変わらない。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・今月の状態はそれほど際立って良いわけではないので、このままこの調子が続き、変わらない。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・今月は非常に良かったため、この状態が2、3か月後も持続する。
		一般小売店〔文具〕（販売企画担当）	・現在、客の会社の倒産等が始まっているが、その数はこれからそう多くはならない。今が相当悪い状態であり、これより悪くはならないため、変わらない。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・放射性物質が規制値以下であっても、卸売先から昨年度産を求められたりと、風評被害が続いている。
		百貨店（売場主任）	・消費に慎重な傾向であり、株安、円高等で年末ボーナスの期待も薄いため、必要とする物の消費のみである。
		百貨店（総務担当）	・売上は前年を多少上回る状況が続いており、この傾向がしばらく継続する。
		百貨店（総務担当）	・円高やタイの洪水被害、あるいは東日本大震災対応を含めて、景気が上向き要素があまり見当たらないなかでは、それほど大きな改善は見られない。
		百貨店（総務担当）	・原因がどこにあるのかを確認して対策を打つ必要があるが、現在まで確固たるものが出てきていない。自然に売上が伸びるとは考えづらく、当分は厳しい状態が続く。
		百貨店（広報担当）	・景気を上向きにする要因が全く見当たらず、東日本大震災の買い控えは治まったように見えるが、別の要因で顧客の不安な心理状態は回復されないままである。購買行動も慎重にならざるを得ない環境にあり、近い将来の景気浮上は全く期待できない。
		百貨店（営業担当）	・婦人服、紳士服のファッション関連は気温の低下と共に秋物や冬物が売れているが、美術品、時計、宝飾品の動きが悪い。円高、株安の影響はしばらく続く。
		百貨店（営業担当）	・百貨店の婦人服は天候で売上が大きく左右されるなど、環境と件次第な所もあるが、上昇しない一番の理由は不安感である。衝動買いをしない状況は厳しい。不要不急な物は購買から外れ、店頭にも足を運ばない状況が続く。
	百貨店（営業担当）	・円高による景気悪化、雇用不安が報道されるなか、ますます消費者の財布のひもは固くなる。特に年末に向けて、歳暮、クリスマス商戦が始まるが、法人関連の需要が少なくなる。また元来中食と言われる食料品に強みがあったが、近年はネット環境、物流環境の整備により、店舗に買いに行かなくても手に入る状況であり、東日本大震災後その利用率が高い傾向にある。そういった別業態の脅威の影響も受ける。	

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）	・食品の放射能汚染問題の影響が長引いていることに関する懸念材料はあるものの、ウォームビズ関連商材の新規需要が期待できることから、プラスマイナスで見ると大きな変化はない。
		百貨店（営業企画担当）	・年金の見直しや増税の議論などの話もあり、売上が伸びていくような力強さは感じられない。
		スーパー（経営者）	・現在のあまり良くない状態がこの先も続いていく。当社固有の理由としては、競合店がこれから出店するため、更に競争が激しくなって非常に厳しくなる。なかなか良い方へいくような感触はない。
		スーパー（店長）	・食の安全に対する客の不安感がやはりある。食品の放射能汚染問題の影響により、客が非常にシビアに産地をチェックしながら購入している様子を見ると、これが解決しないとなかなか良い形に表れないという気がする。例えばお米なども特売を打つが、産地で客は判断するため茨城、福島のお米は非常に売れていない。現段階では3か月後の景気は今と変わらない。
		スーパー（総務担当）	・東日本大震災からのダメージ、買い控えについては終わったと思うが、今後に向けての増税や円高、世界経済の情勢から、なかなかお金を使いつらい、欲しい物を買いつらい、必要な物しか買えないというような状況がある。
		スーパー（営業担当）	・年金制度の行く末によって自己防衛感が強まる可能性があり、特に制度改定により、相当景気が左右される。
		スーパー（仕入担当）	・相変わらず競合店も含めて価格訴求が継続されているため、少しの差額であっても客が購買する状況にない。物産物や駅弁等、価値訴求による単価アップと併せて売上の維持を図っている状況である。
		スーパー（仕入担当）	・タイから輸入している商材は多く、タイの洪水が長引くと輸入量が少なくなってしまう。また、中国へのオファーが集中し、品不足と価格が高騰している。
		コンビニ（経営者）	・高品質な商品と安価な商品の二極の売上が伸びているが、売上総額としては伸び悩みが続く。
		コンビニ（商品開発担当）	・カテゴリーによって開きがある。また、店舗からインターネット通信販売への流れはかなり拡大傾向にある。
		衣料品専門店（店長）	・東日本大震災の復興需要、節電のための保温素材など、実用品は追い風になってきており、年末までは現状くらいを維持できる。春夏は当初予想されたトレンド方向ががらりと変わったため、今後の節電ムードが過度になってくると流行の購買意欲が薄れてトレンド系衣料の方向が変わってしまう恐れはある。
		衣料品専門店（営業担当）	・災害支援のための増税や年金の支給年齢引き上げに関する議論等、小売業にとっては良い話がまるでなく、大変厳しい状況である。
		乗用車販売店（経営者）	・世界的な状況を不安視している客もおり、今より良くなるとは思えない。
		乗用車販売店（販売担当）	・景気は東日本大震災後、やや持ち直していると思われているが、原油の高止まり、円高といった外部的な要因のもと、なかなか国内景気が上がらないのであれば、今後数か月間は変わらない。車関係は3月の震災後、なかなか生産ができなかったが今期は落ち着き、需要のある物に対して車を出しているため、販売台数、登録台数については増えている。景気としては伸びているものの、今後はこの伸びに対して期待感が持てないため、変わらない。
		乗用車販売店（渉外担当）	・今までの受注残により新車登録が進み、実績は良くなっている。ただし、新車契約はエコカー購入補助金が終わって悪かった前年を上回ってはいるが、思うように伸びていない。世界経済の不安定が影響しているのか、エコカー減税はあるものの、この先も不透明である。
		乗用車販売店（営業担当）	・12月の歳末商戦というが、客とメーカーの意識には大きな差がある。来年のエコカー減税の終わりなどを周知させ、購買意欲をかき立てて欲しい。
		その他専門店〔雑貨〕（従業員）	・年末に向けた商品の早割等の企画もやっているが、伸び悩んでいる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・円高の進行、増税や年金受給年齢の引き上げに関する議論が取り沙汰されており、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。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		高級レストラン（店長）	・前年の予約状況から判断して、変わらない。
		高級レストラン（支配人）	・円高や欧州の信用不安により、当社利用企業のなかにも影響が出始めている所がある。企業によってかなり格差があるが、先行きにあまり明るい見通しは持っていない。
		一般レストラン（経営者）	・今後も今と変わらない。飲食店でも値下げばかりやっていた安い店は厳しいだろうが、当店みたいな4,000円くらいとある程度客単価がある店だと、それほど客が減ることは考えにくい。
		都市型ホテル（支配人）	・この先2、3か月の販売量も今月と大きく変わらない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・依然として企業や一般社団法人、協会の宴会は単価減や参加人数減等で件数、人数共に増えず、売上も上がらない。また、婚礼は周辺の施設との競合に勝る材料に乏しく、大変苦戦している。地域の人々とのコミュニケーションを取り、地域のイベント等に積極的に参加して地域の宴席を取り込んでいるが、単価は上がらず、利益の出ない宴席を取り込んでいる状態が続く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・具体的な景気回復材料がないため、今後の見通しが付かない。
		都市型ホテル（統括）	・原子力発電所の問題が景気回復を遅らせる。
		タクシー（団体役員）	・契約顧客の多くが、今の円高の影響を受けて大変厳しい状況であるという話をしている。今でも必要経費の削減をしていると思うが、特に交際費や交通費の削減はしやすいため、今以上に厳しい営業環境が来る。
		通信会社（営業担当）	・件数確保のためにはキャンペーン等の策を打たねばならず、収支を圧迫する。
		通信会社（局長）	・増税の議論が不安要素としてのしかかっている。
		ゴルフ場（支配人）	・年内は予約等でやっと前年並みとなっている。この間、料金の値下げを行わず、営業してきている。
		パチンコ店（経営者）	・12、1月あたりは業界的には面白い機械が出て良くなるが、規制その他で販売促進、営業活動がなかなかしづらい。また客の財布のひもが少し固くなっていることもあり、今の状況とあまり変わらない。
		その他レジャー施設 [ボウリング場]（支配人）	・9月の下旬より、急激にジュニア層の来場者数が減っている。理由は不明だが、近隣のセンターも同じ様子である。今後は円高に対する消費マインドの低下が売上減につながる。
		その他レジャー施設 [アミューズメント]（店長）	・落ち込みは下げ止まっているものの、ここから脱却を図る材料が市場環境に無く、特に客数に関しては現状の推移がしばらく続く。
		その他レジャー施設（経営企画担当）	・海外経済の減速や円高の進行が国内景気に及ぼす影響は懸念材料だが、足元景気の指標としている来客数について、今後の動向を推測すると当面大きく増減する要素は見当たらないため、今の状況が続く。
		設計事務所（所長）	・何か大きな動きがない限り、零細関係は良くならない。
		設計事務所（所長）	・民間の物件がすぐに決まるわけではなさそうなので、やはり良くなるのは来春以降ぐらいである。
		設計事務所（職員）	・東日本大震災の影響による資器材の調達遅れ、がれき処理に掛かる職人コスト上昇など、じわじわと建設コストが上昇していると聞く。しかし、業界全体では大きく影響を受けない。
		住宅販売会社（従業員）	・現在の状況を見ると悪くはないと思うが、良くなるとも言いきれない。周りの話を聞いてみてもあまり良い話が出てこないため、変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災後半年が経過して、客の動きにも大分落ち着きが見えてきている。
		住宅販売会社（従業員）	・受注残が多少増えつつあるので売上は前年を上回るかもしれないが、契約は目新しい動きが見当たらないため、このまま横ばいである。
		その他住宅 [住宅資材]（営業）	・欧州の信用不安、タイの洪水の影響、円高の問題等で長期的に見ればプラスの材料はないと思うが、ここ2、3か月に限って言えば若干持ち直してきており、このトレンドが続く。
	やや悪くなる	一般小売店 [茶]（経営者）	・東日本大震災や福島第一原子力発電所の事故による食品の放射能汚染問題の影響で、お茶の需要が伸びず、売上も低迷する。

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
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・自動給茶機の使用再開をしない会社がまだまだあるが、さらに給茶機を使用せず今後返却したいという会社まで出てきているため、やや悪くなる。
		百貨店（営業担当）	・ドル安からくる円高や製造業の海外拠点であるタイの洪水等、大手企業の業績悪化が予想されるなか、消費者の自粛心理が働き、消費が冷える。
		百貨店（営業担当）	・消費者の購買意欲が上向く材料が全く見当たらない状況のなかで、景気が上向くことは考えにくい。
		スーパー（店長）	・年末やクリスマスでの一時的な需要は見込めても、普段の生活は以前と比べて何ら変わりはない。更なる価格競争により同業他社の体力も消耗してきているため、以前より厳しくなる。
		スーパー（店長）	・年金の支給年齢又は増税の話など、将来における不透明感が買い控えや低価格の拾い買いなどに結び付く。
		スーパー（ネット宅配担当）	・円高とタイの洪水被害による製造業の業績悪化が避けられないなか、消費は確実に冷え込む。また、国内では物価の下落も想定され、当面は厳しい状態が続く。
		コンビニ（商品開発担当）	・長引く東日本大震災の問題や円高、政治の停滞など明るい材料がほとんどなく、消費マインドの改善につながると思えないため、やや悪くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・当地域は車産業の工場が多く、昨今の円高で消費意欲が落ち込んでいる。今後しばらくは良い状態が戻らない。
		衣料品専門店（営業担当）	・不況と東日本大震災のため、今後急に売上は伸びない。
		家電量販店（営業統括）	・タイの洪水、急激な円高など製造メーカーの体力を奪うことが多発している。商品供給の懸念と、販売促進施策の急減に陥るといふ危惧を感じており、販売低迷に拍車がかかる可能性がある。消費者をわくわくさせる新製品も少なく、年末商戦がどこまで盛り上がるか、不安は募る一方である。
		乗用車販売店（総務担当）	・不安要因が山積して先が見えない。タイの洪水による部品供給の遅れ及び欠品による納車遅延が予想されることと、円高による景気後退が懸念され、車購入離れが起き、とても不安定な時期となる。
		乗用車販売店（店長）	・東日本大震災後、やっと潤沢に復旧したところでタイの洪水と、頭打ち状態にある。従業員もモチベーションがなかなか上がらない。また政情やT P Pといろいろな不安で良くなる要素がない。
		住関連専門店（統括）	・景気が良くなる見込みがない。年金問題や東日本大震災など、まだまだ控えるという考え方があまり変わらない状態が続く。
		一般レストラン（経営者）	・宴会需要が見込めない今、家ご飯隆盛で、家庭内食と差別化したメニューが求められている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・円高がかなり進んでいるので、その影響が徐々に始まる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・来客数が伸び悩んでおり、先の予想が全くつかない。直近の動きはあるが、先の動きが全くない。
		旅行代理店（従業員）	・国内団体旅行は年明けの北海道と沖縄に集中しているため、スポットで何も無い時期を迎える。団体旅行の問い合わせは8割が年明け以降のものになる。
		タクシー運転手	・これから本来ならば繁忙期に入ってくるのだが、今月のタイの洪水の問題や、国内的にも非常に景気が落ち込んでいる状況では、良くなるという要素がない。
		通信会社（支店長）	・人気機種複数キャリアの投入により、競争が激しくなる。また、日本メーカーの端末の動きがそれによって鈍くなっている。現在、機種変更の数が伸びていることにより、先食いをしているような状況になっている。
		通信会社（営業担当）	・同業他社も顧客獲得に苦戦している。顧客獲得には工夫が必要であるため、しばらくは厳しい環境である。
		通信会社（営業推進担当）	・デジタル家電の普及が一段落しており、ボーナス商戦も下火になる。
		通信会社（総務担当）	・復興増税の議論や円高の影響で今後も財布のひもが緩むことはなさそうである。年末年始は有料テレビの売り込み時期でありキャンペーンも実施しているが、顧客の反応はすこぶる鈍いため、ここ数か月は期待できない。

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
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・前月同様、東日本大震災の影響で遠くからの生徒が来なくなり、近くの前に通うようになってきている傾向は変わらず、遠くからの問い合わせはあまりない。中学3年生の生徒も高校が決まってきているため退塾者が出ており、全体的に売上は下がっていく。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・2学期からの入塾希望者数が前年度の2割減くらいになっている。
		設計事務所（所長）	・3月11日の東日本大震災以来、仕事量が非常に増えるかと思ったら、とんでもなかった。中小、大企業が海外へ続々と工場等を移すなかで、国内で工場を新たに建てたり増築したりという話は一切ない。したがって店舗事務所も空き家がどんどん出ているのが現状であり、先行きは更に一段と厳しくなり、皆が守りに入る。
		住宅販売会社（従業員）	・欧州の信用不安、福島第一原子力発電所の事故の問題が改善しないため、やや悪くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・販売エリアが放射性物質濃度が極端に高い地域として報道されたため、顧客が物件の購入や検討を見合わせる等の影響が懸念される。
	悪くなる	一般小売店〔家電〕（経営者）	・設備投資など話が今のところ出ていない。年末に向けての商品や、年末商戦の雰囲気も何となく沈んでいる気がする。今後どのようになるか心配である。
		一般小売店〔家電〕（経理担当）	・大手の電気店、メーカーなどは太陽光で売上を見込んでいるが、個人宅で実際のところメリットがどのぐらいあるのか不透明である。
		一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・世界経済の情勢悪化もあり、将来の不安感は増幅するばかりで、消費意欲は低下する。
		一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・飲食店をしている客等に話を聞くと、非常に状況が悪いそうである。東日本大震災前からそうだったが、ずっと良くない。景気が良くなるような状況が見えないため、どんどんひどくなっていくのではないかと皆心配している。
		百貨店（副店長）	・欧州の信用不安、米国経済低迷、円高、株安、先進国政治情勢の不安定さから、悪くなる。
		コンビニ（経営者）	・1、2か月は今の状態が続くがそこで頭打ちとなり、それからいかに盛り返せるかである。
		衣料品専門店（経営者）	・年内はやや暖かいという長期予報から、冬物商戦の苦戦とセールの前倒しが予測される。集客力の弱い商店街では売上が苦戦し、粗利益が低下する。
		その他専門店〔服飾雑貨〕（統括）	・東日本大震災による復興特需も重なり、客単価増の影響で売上は前年比を超えても客数の動きは前年割れのため、一部のマーケットに支えられている感がある。
		一般レストラン（店長）	・ただでさえ今はどん底なのに、線路をはさんだ向かい側の地区に新しい商業施設ができて、更にそちらに客を取られるという事態が発生する。更に悪くなり、どこまで悪くなるか分からない。
一般レストラン（スタッフ）		・人通りがまず少ない。	
タクシー運転手	・タイの洪水が収まらない限り、自動車産業等生産に影響が出る。そのためにタクシー需要は必要最小限に切り捨てられるため、しばらくの間景気の回復は望めない。		
その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・過去1年の様子を見ても、短期的に上昇する要素が見当たらない。前年減はあっても前年同等以上の売上は期待できない。		
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）	・年内から正月にかけてのまとまった注文の引き合いが来ている。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・住宅エコポイントの復活などで、建築、リフォーム関連のクライアントより広告案件の引き合いが多くなっている。この流れに乗りながら年末の繁忙時期に突入し、良い方向へ推移することを願っている。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・法人関係の仕事の他に、店頭売りの個人の実印や銀行印等もあるが、そちらも同様に、わずかだがやや上向きである。1人の客が2、3本といったまとめ注文のような動きが出てきているため、少し良い。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・全体が悪いわけではなく、うまくいっている所はうまくいっている状況になりつつある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
変わらない		不動産業（総務担当）	・空室率の改善が進むなか、フリーレントの要求が高く、収入に結びつくには時間を要するものの、この先は確実に収入増につながっていく。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・引き続き受注が見込めるので、このまま推移していく。
		繊維工業（従業員）	・当分は現状が続く。
		出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・年末に向けて商用のちらしやポスターなどの受注量は例年並みに確保できると思うが、冊子やパンフレットなどの分野は依然として自粛される。発注量の減少と原材料の値上げのため、利益の確保が難しい。
		化学工業（従業員）	・受注が少し増加したので生産量を上げたが、在庫が増えただけで販売量に変化はない。今後も同様であると思うため、変わらない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・悪い状態のまま変わらない。欧州の信用不安、そして災害等が多くあり、良くなる要素がない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・住宅関連部品は受注が2割ほど減少したまま2～3か月推移するとの情報が入ってる。医療容器、化粧品容器も円高の影響で顧客が様子見に入り、増産は期待できない。逆に仕入に関しては値上げの依頼が来ている。
		金属製品製造業（経営者）	・以前の見積の仕事が決まりつつあり仕事量は増えてきたが、なお一層の合理化を考えなければ利益につながらない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・受注量が変わらず、新しい仕事もなかなか見つからないため、変わらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・これから冬場に入り、また節電に関する報道が増えると電気製品が売れなくなる。空調業界は電気を使う商品は敬遠され、ガスエンジン・ヒートポンプ・エアコンが見直されている。石油ストーブや練炭火鉢、湯たんぽなどがまた売れ出し、懐かしの昭和がよみがえるのかもしれない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・業界の流れで、まとまった発注がない限りは景気が良くなるとは思えない。現在の状況を続けて、良くなるのを待つより仕方ない。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	・大きく変化することは今のところ特別無いようで、安定してきている。仕事が切れない状況が続く。
		建設業（営業担当）	・建設業界の景気変動は、今後の資材高騰や政治の動きに左右される。また、TPPの交渉へ参加するかどうかによって今後の全体の景気に影響してくる。
		輸送業（経営者）	・現在の経済の流れから総合的に判断すると、景気が良くなるという様相はない。
		輸送業（所長）	・会社全体としては東日本大震災の特需で出荷が伸びている営業所もあるが、それ以外の営業所では落ち込んでいる所もある。特に人材派遣部門では、受入先の人員整理で派遣人数が減っている。全体的には、まだこのまま推移していくため、景気回復にはもう少し時間が掛かる。
		通信業（広報担当）	・海外経済の減速等に伴って国内経済も伸び悩むため、大きな変化は望めない。
		金融業（支店長）	・取引先の受注状況は将来的な見込みとして高くなっておらず、現状とあまり変化がない。
		金融業（従業員）	・地域の景況感はおおむね横ばいで推移しているが、依然として低い水準にある。製造業を中心に、円高の影響や取引先の海外シフトなどに危機感を募らせている企業もあり、業況改善の兆しを感じるにはもう少し時間を要する。
		金融業（渉外・預金担当）	・現状より悪くなりようがない。業務継続はしているが現状維持に全力を挙げているだけで、現状維持ができなくなれば即退場となる可能性も高まりつつある。
		金融業（役員）	・円高や電力事情の影響で大手製造業の動向が消極的であり、関連する中小企業にも影響が出てきている。地域経済をけん引する原動力がない状態である。
		不動産業（従業員）	・基本的には個人の住宅地の需要は落ちないものの、企業の設備投資意欲は低調であり、変わらない。
		広告代理店（営業担当）	・新規相談は多くなったものの、レギュラー一定着するものが少ないため、変わらない。
		経営コンサルタント	・年末商戦に入って少しは良くなると思うが、製造業では円高やタイの洪水の影響がじわじわと出てくる。
		社会保険労務士	・良くなるという要因が見当たらない。
		経営コンサルタント	・世界規模での経済不安の影響が出てくる。

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		
		経営コンサルタント	・経済の国際化で、景気の動向も複雑な要素が絡むようになってきている。欧州の信用不安一つ取ってみても、時間がかかりそうである。企業経営者も生活者も、先読みの難しさに困惑している状態はまだ続く。		
		税理士	・明るい材料は見当たらない。		
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・今後2、3か月先くらいでは景気が良くなったり悪くなったりする要因が見当たらない。今後もこのまま変わらず、若干の好調が続く。		
	やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・固定化されている受注品目以外、新規受注が期待できる要因が見当たらない。		
		金属製品製造業（経営者）	・円高による加工単価値下げの協力依頼が出てきている。また、相次ぐ自然災害により先行きが見えなくなっている。		
		輸送業（経営者）	・今年も年末年始の特需は望めそうもなく、現状が維持できれば良いほうである。ここ数年の売上の推移から、2、3か月先の状況は厳しいものがある。		
		金融業（支店長）	・取引先の会社関係の客によると、先行きの見通しがまだつかない、売上減、利幅減ということで、今後かなり悪くなっていくのではないかとということである。		
		広告代理店（経営者）	・今月の雰囲気と同じ路線にある。期が改まるのをとり合えず待つしかない。		
		広告代理店（従業員）	・売上が増える予定がなく、前年同月の売上を確保できる見通しがない。		
		広告代理店（従業員）	・タイの洪水で車の部品等に影響が出て、自動車販売に影響し、宣伝等も若干自粛になりそうである。		
その他サービス業〔映像制作〕（経営者）		・年末を迎え良くなる要素が見付からない。むしろ円高や不安定な要素が多く、発注も例年に比べて控えるのではないかと懸念している。			
その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）		・タイの洪水の影響ばかりでなく、欧州の信用不安を始めとした欧米の先行きに対する懸念が依然として大きく、低迷状態がしばらく続きそうである。			
その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）		・時期は分からないが減額要請が来ている物件があるため、先行きは悪くなる。			
	悪くなる	金属製品製造業（経営者）	・海外向けがけん引してきていた製造業は、海外が悪くなっているため受注量が伸びてこない。国内向けも一部、被災地向けの受注が増えているが、根本的に国内の需要は多くないため、海外向けが増えてこない受注量は増えない。中国の景気や円高を考えると、良くなるとは思えない。		
		一般機械器具製造業（経営者）	・来月一杯で月に5万個流れているものがアメリカに行ってしまうため、売上は落ちる。		
		精密機械器具製造業（経営者）	・円高、欧州の信用不安、タイの洪水被害による減産とマイナス要因のほうが多い。		
		建設業（経理担当）	・年末年始に向けての新築がらみの商談がなく、この先不透明である。		
		輸送業（経営者）	・同業者と会ってもお互いに仕事がないかという話ばかりで、どこへ行っても仕事をくれる業者がおらず、頭を悩ませている。これから先どうなるかは全く分からない。		
		輸送業（総務担当）	・東日本大震災の復旧、復興の需要による出荷が当分望めない状態であり、輸出に関しても一向に進まず、この状態が当分続く。また、ここに来て燃料が高値で推移している。経営環境はすべてにおいて更に厳しい。		
		金融業（支店長）	・タイの洪水による被害が深刻化し、部品メーカー等の生産に影響が出る。		
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・円高株安の影響で来年度の予算組みが厳しくなるため、悪くなる。		
		雇用関連	良くなる	—	—
			やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・契約開始数、終了数があまり変わらず、就業人数の増減がない状態が続いているが、前年ほどではないものの、年末に向けて販売を中心に短期採用が増加している。
求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人数の動きが増えてきているため、やや良くなる。				
新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年明けに新たな増産や営業所増などという企業が幾つかあるので、その注文を確実に受ける。また、年末の期間限定の募集を確実に取ることで、何とか少し増える。				

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
変わらない		職業安定所（職員）	・ 今後は欧米の景気失速が懸念材料であるが、今月、新規求人倍率、有効求人倍率が共に最高を記録したことを考えれば、一時的に新規求人が落ち込むことがあっても2～3か月のスパンで考えると良いほうに振れる。	
		学校〔短期大学〕（就職担当）	・ 求人依頼のため企業訪問を行っている。東日本大震災以降、厳しい状況が何か月も続いたが、9月以降は前年並みに売上を伸ばしてきたとの話だったので、良くなっていく。	
		人材派遣会社（社員）	・ 今月になって円高が更に進んでいる。製造業では非常に心配しており、良くなる兆候はないと言っている。	
		人材派遣会社（営業担当）	・ 現状の求人数は数か月前に比べて若干増加傾向にあるが、雇用が回復傾向にあるという程度である。	
		人材派遣会社（支店長）	・ 東日本大震災や台風対応業務での増員は契約終了の可能性はあるが、太陽光発電エネルギー関連等の受注が見込まれる。	
		人材派遣会社（営業担当）	・ 雇用が増えない限りは景気が回復するとは思えない。年末に向けて雇用は横ばいの印象である。	
		求人情報誌製作会社（編集者）	・ 採用を増やす企業には偏りがあり、一般的に新卒採用には慎重姿勢の企業が多いため、変わらない。	
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・ 9月には製造業のパート募集など、東日本大震災復興の兆しを思わせるような動きが求人企業に見られたものの、その勢いは持続しないようである。相変わらず求人件数は右肩上がりには伸びない。	
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・ 取引減と取引増のバランスが取れてしまっており、増加の見込みが立たない。	
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・ 中途採用の採用数は新卒に比べるとまだ全然数が少ないため、企業の新卒採用が復活しないと本物とは言えない。さらに東日本大震災、円高、タイの洪水と、次々にマイナス要因が降りかかって、新卒採用はかなりのブレーキが掛かる。	
		職業安定所（所長）	・ 東日本大震災による復興需要が一段落する。タイの洪水による被害、欧州の信用不安等、不安要素が多く、今より良くなるとは思えないが、急激な悪化には至らない。	
		職業安定所（職員）	・ 10月の初めには一時的に新規求職者が増加したが、月末には減少している。就職件数が上がっているわけでもなく、紹介件数も伸び悩んでいる。マッチングできる求人が少ないため、先行きも全く見えてこない。	
		職業安定所（職員）	・ 円高が続いており、先行きに不透明感があることから、企業が採用に慎重になっている。タイの洪水によるサプライチェーンの混乱で先が見えない状況が続いているため、景気は変わらない。	
		民間職業紹介機関（経営者）	・ 生産を維持する状況はいろいろと難しくなっているようである。技術開発や営業、一部の管理関係はニーズがあり必要性もあるようだが、その他については非常に消極的な動きになっていく。	
		民間職業紹介機関（職員）	・ 求人の絶対数は少なくないものの、増加率は落ちており、こしばらしくは様子見の状態となる。	
		民間職業紹介機関（職員）	・ 米欧の状況や株安、円高により金融業界が少し影響を受けだしている。ニーズはあるものの求人数が横ばいになりつつあり、難易度が上がっていくことが想定されるが、メーカーがどう判断をしていくかが見えない。	
		学校〔専修学校〕（就職担当）	・ 今後の求人獲得数見込みは、当初予定されていた採用計画から増加する傾向は見られず、新卒採用については依然厳しい状況が継続する。	
		やや悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・ 年度末に向けての繁忙依頼は徐々に出てきているが、期間限定の依頼のため、長期的な業績の好転にはつながらない。
			職業安定所（職員）	・ 雇用調整の事業所が増加している。
職業安定所（職員）	・ 零細企業においては円高等、経済動向の様子見している事業所も多い。			
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
家計動向関連	良くなる	一般小売店〔結納品〕（経営者）	・ 今後は新規の乗客数が増加する見込みである。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・ 東日本大震災以降、客は消費を我慢していたが、このところは動きが出てきており、明るい兆しが見えつつある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
変わらない		一般小売店〔土産〕 (経営者)	・東日本大震災の影響や高速道路料金引下げの終了に伴う影響は収束に向かっており、今後はやや良くなる。
		一般小売店〔酒類〕 (経営者)	・週末の飲食店への来客数が増加していることもあり、新規オープンする店から当店への問い合わせが出てきている。
		百貨店(販売担当)	・ここ数年の買い控えの反動というよりは、必要な物は購入するという意欲が明確になってきていることから、今後は良い物、新しい物の売行きが良くなる。
		百貨店(販売担当)	・ボーナスで購入する目的での下見が、今年は例年よりも多くなっているため、ボーナス時期の景気はやや良くなる。
		スーパー(経営者)	・近隣の神社への年末のお礼参り、正月の参拝客数の増加が見込まれるため、今後はやや良くなる。
		スーパー(総務担当)	・ポジョレーヌーヴォーの予約数が、前年に比べて増加している。
		乗用車販売店(従業員)	・エコカー減税の終了に向けて駆け込み受注が見込まれ、販売台数は増加する。登録が間に合わなくなる車も出てくるため、先取り受注が見込まれる。
		乗用車販売店(経理担当)	・エコカー減税の終了が近付くにつれて、駆け込み需要の増加が見込まれる。
	商店街(代表者)	・個人客は来店するが、会社関係の来客数が以前と比べて減少しているため、今後も売上の厳しい状態が続く。	
	一般小売店〔書店〕 (経営者)	・客の様子を見ていても、動きははっきりしない。売上が良い日、悪い日のばらつきが大きく、今後もこのような状態が続く。	
	一般小売店〔生花〕 (経営者)	・客の様子を見ていても、財布のひもは固い。当面は良くなるらない。	
	一般小売店〔贈答品〕 (経営者)	・製造業が多い当地域では、これまで投資に回復傾向が見られたが、急激な円高やタイの洪水の影響により、現在は足踏み状態である。従業員の所得も増えるとは思わず、2、3か月先も変わらない。	
	一般小売店〔惣菜〕 (店長)	・東日本大震災以降、名古屋の景気はある程度持ち直してきたが、冬のボーナスが前年比で増えるとは思わず、当面は現状維持が続く。	
	百貨店(売場主任)	・地元プロ野球チームの優勝セールで来客数は増加しているが、優勝セールの対象外になっている売場では、セール時期まで買い控えが見られる。	
	百貨店(売場主任)	・低価格かつ買得感がない限り購入しないという傾向は、今後も続く。	
	百貨店(企画担当)	・地元プロ野球チームの優勝セールといった好材料はあるものの、不安要素のほうが多い。一部の百貨店では高額商品の売上が伸びているとの報道もあるが、実際にはそのような傾向は見られず、今後数か月間で良くなることはない。	
	百貨店(経理担当)	・今月の来客数は大幅に増えているが、この状況は続きそうにない。また、円高等が、お歳暮商戦にも影響する。	
	百貨店(販売担当)	・クリスマスギフトの需要や年始のセールへの反応は、年々小さくなってきている。先行セールを開始する時期でも、売上に大きな変化が出ることはない。	
	百貨店(店長)	・中元商戦が不振であったため、経験で判断すると、お歳暮商戦もあまり良くない。	
	百貨店(販売担当)	・コートが鈍いため、今後も厳しい。	
百貨店(営業企画担当)	・円高が継続すると、当地域の企業は収益が圧迫される。冬のボーナス商戦時期の消費意欲も、低下することが懸念される。		
スーパー(経営者)	・大型、中型のスーパーは、コンビニのようにチェーン組織化しており、小型スーパーは消えつつある。今後も厳しい状態が続く。		
スーパー(店長)	・消費者は現在の生活水準の維持を重視しており、最小限の支出以上の消費は今後も見込めない。		
スーパー(店長)	・B級グルメブーム等の押し上げ材料はあるものの、購買行動は相変わらず慎重であり、節約、買い控えは今後も続く。また、牛肉の買い控えも続く。		
スーパー(店員)	・客は安売りスーパーに流れており、今後も変わらない。		
スーパー(営業担当)	・ポジョレーヌーヴォーの予約状況は、芳しくない。年末年始の需要も、前年同月と比べて大きく増えることはない。		
スーパー(販売促進担当)	・前々年から競合店の出店が相次ぎ、店舗数が過剰になっており、消耗戦の状態が今後も続く。設備の改善や社員教育を実施するなど、対応を図っているところである。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（企画担当）	・タイの洪水や円高などの影響は懸念されるものの、資産を所有している60歳以上の年代層への影響は小さく、子どもや孫に援助するなど、消費は全体として底堅い。このような状態が今後も続く。
		コンビニ（エリア担当）	・前年度のたばこ増税に伴う影響は、今後収まってくる。全体の購買意欲が変化する兆しは、特に見られない。
		コンビニ（店長）	・この数か月間、消費者は無駄遣いをせず、最低限しか買わない傾向にある。今後もこの傾向は続く。
		コンビニ（商品開発担当）	・前年と比べると自動車関係の仕事が多くなっている分、期間労働者などの労働人口が増えており、今後も今の傾向が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・バーゲン時期に入り来客数が増加しても、妥協して購入する客が減少しているため、苦戦する。
		家電量販店（店員）	・来年1月ごろには少しは良くなるが、タイの家電メーカーの操業停止が長引く場合は、影響が出てくる。現在でも、タイに生産拠点を持つ家電メーカーの商品の入荷には遅れが出ている。
		乗用車販売店（従業員）	・今後発表される新型車の情報を気にする客が多く、車への関心は高まってきている。しかし、関心が購入に結び付くかどうかは、まだわからない。
		乗用車販売店（従業員）	・タイの洪水により、車はもちろんカーナビ等の生産も止まっている。次第に影響が出始めているため、対応を誤ると、計画目標を大きく下回る懸念もある。
		乗用車販売店（総務担当）	・東日本大震災の復興需要が、いつまで続くかわからない。
		住関連専門店（営業担当）	・個人消費の低迷により、飲食店や物販店の開業数は横ばいである。ただし、持家住宅や分譲マンションはやや上向いており、公共工事も減少傾向が止まり、やや上向いている。全体的に見ると、多少の変動はあるものの、横ばいが続く。
		一般レストラン（従業員）	・年末は忘年会などで活気付く時期であるが、最近では会社単位の忘年会はなくなり、4、5人のグループ単位での忘年会がある程度であり、売上は増加しない。
		スナック（経営者）	・忘年会や新年会等で繁華街の人出は増えるが、客によると、景気の悪化のため企業は忘新年会どころではないとの話である。
		観光型ホテル（経営者）	・回復傾向にはあるものの、更に拡大するかどうかは不透明である。ただし、前年並みの売上は見込めている。
		観光型ホテル（販売担当）	・忘新年会の受注件数は、受付当初は良かったが、最近では前年同時期と比べて悪くなっている。今後のディナーショーやおせちの販売にも不安がある。
		都市型ホテル（従業員）	・予約件数の傾向は、現在と変わらない。
		都市型ホテル（営業担当）	・年明けの予約件数は、現在と比べて大きく変わっていない。当面変わる様子もない。
		旅行代理店（従業員）	・旅行シーズンは過ぎるが、忘新年会や日帰り旅行を中心に予約は順調であり、今後も変わらない。
		タクシー運転手	・例年ならば人の動きが活発になる時期であるが、今年は減少してきている。円高の影響のためか、自動車関連製造業で働く人の繁華街への外出が、控えられている様子である。景気が上向く気配は全く感じられない。
		通信会社（企画担当）	・県内の同業他社の動向を見ると、今後競争はますます激化する。好転の兆しは全く感じられない。
		テーマパーク（職員）	・冬季のシーズンに向けて営業活動を行っているが、反応は今一つである。
		ゴルフ場（企画担当）	・12、1月の予約件数は、ほぼ前年並みである。今後も横ばいが続く。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・単価は低水準で推移しており、薄利多売の状態は今後も続く。
		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）	・設備投資に対する企業からの引き合いは少なく、住宅関係の受注もあまり多くない。今後も、現在の水準で推移する。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・近隣では大規模な商業施設や日用品等を扱う新規店の開業が相次いでおり、人の流れに偏りが出ている。今後もこの傾向は続き、競争力が弱い店舗の衰退に拍車が掛かりそうである。
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・節電も含めて、消費を抑える生活スタイルが定着している。今後はこの傾向がより顕著になってくる。

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
		百貨店（経営企画担当）	・現状では消費意欲の低下は見られないが、円高が長期化しているため、今後は企業収益の悪化やそれに伴う雇用環境の悪化によって、消費意欲の低下が懸念される。
		スーパー（店長）	・競合店の改装をきっかけに、価格競争が激化している。来客数の維持のため、当店でも対応せざるを得ない状況にある。このため、利益が圧迫される。
		コンビニ（店長）	・消費はなかなか回復しない。余分な物を買わない傾向は、今後も続く。年末商戦でも、自動車関連の客が多いため、円高やタイの洪水の影響が懸念される。
		コンビニ（エリア担当）	・良くなる要素は見当たらない一方で、競合店の出店や円高の進行など悪くなる要素がいくつかある。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・寒くなってきているため冬物が動き始めるが、比較的安い商品が中心であるため、売上は少ない。また、節電グッズの購入などに支出されているため、今後は伸び悩む。
		家電量販店（店員）	・地上放送のデジタル化に伴う駆け込み需要の反動減は、予想以上である。今後もこの影響は続く。
		家電量販店（店員）	・円高、東日本大震災、タイの洪水、欧州の信用不安など、海外も含めて良くない要素が多く、消費意欲は低くなっている。この傾向は今後も続く。
		乗用車販売店（従業員）	・タイの洪水の影響が、今後は各メーカーに波及し、景気は落ち込む。
		乗用車販売店（従業員）	・円高とタイの洪水の影響で、今後の経済活動は停滞する。
		高級レストラン（スタッフ）	・円高によって企業収益が悪化したり、タイの洪水の影響によって国内企業の間には生産調整が広がったりすると、来客数に影響が出てくる。
		スナック（経営者）	・年金生活の客が多く、年金問題の方向性によっては、影響を受けて今後は厳しくなる。
		都市型ホテル（経営者）	・来客数、客単価共に、不安要素が多い。
		都市型ホテル（支配人）	・冬は閑散期であるため、例年ならば単価を下げて外国人客で宿泊を埋める。しかし今年は、福島第一原子力発電所事故の影響に伴う外国人客の落ち込みが、まだ本格的には回復していない。また、輸出企業の客が多いため、円高の影響で価格交渉が厳しくなっている。
		旅行代理店（経営者）	・本来ならば円高は海外旅行にはプラス要因であるが、行き過ぎた円高は客の所得に影響する可能性があるため、今後はやや悪くなる。
		旅行代理店（従業員）	・増税によって旅行への支出が減らされるため、サービス業は厳しくなる。
		テーマパーク（職員）	・天候が不安定であり、地震発生に対する不安もあるため、客は外出を控えている様子である。この傾向は今後も続く。
		テーマパーク（経営企画担当）	・予約件数は前年並みであるものの、個人の消費は冷え込む兆しがある。
		設計事務所（経営者）	・新築設計の件数が落ち込んでから、長い月日が経っている。そのため、耐震改修やリフォーム、住宅性能評価等の仕事に移行する以外にないが、こうした案件も多くない。
		住宅販売会社（従業員）	・円高やタイの洪水の影響が、当地域の主力産業である製造業を直撃する。東日本大震災から回復してきたところに、追い打ちをかけられる。住宅エコポイントなどのプラス要素もあるが、買い控えはそれ以上に進む。
		その他住宅〔住宅管理〕（従業員）	・広告、チラシを入れても、問い合わせの電話はほとんどない。このペースでいくと、2、3か月先の契約はほとんどない。
	悪くなる	商店街（代表者）	・地上放送のデジタル化に伴う需要がほぼなくなり、テレビの売上は大幅に減少している。テレビの販売割合は大きいだけに、影響は大きい。省エネ商品、太陽光発電といった商品は簡単には売れないため、地域の専門電気店の経営は今後も厳しい。
		その他専門店〔貴金属〕（店長）	・節約が続いているなか、円高や株安の報道もあり、来店客からは先行きを不安視する話題が出ている。これは客の消費意欲の低下につながっており、売上も増えてこない。
		一般レストラン（経営者）	・周囲では廃業する同業者が続出しており、良くなる兆しは全く感じられない。
		理美容室（経営者）	・客の話によると、仕事はあっても、儲けは出ていない様子である。今後は更に悪くなる。

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
		住宅販売会社（経営者）	・金融機関の融資条件は、依然として厳しい。買い控えもあり、厳しい状況が今後も続く。
		住宅販売会社（従業員）	・一般住宅の案件でも、入札に掛けたり、インターネットの情報を使って価格交渉したりするなど、値引きを求める傾向が顕著になってきている。それでも引き受ける企業と廃業する企業に分かれてきており、非常に厳しい状態が今後も続く。
企業 動向 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者） その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・近隣の大企業の工場の景況が良く、その影響で飲食店の売上も増えてきている。今後はやや良くなる。 ・今後の仕事も増加する見込みであるため、要員の拡大は今後も続ける。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・タイル、食器等の販売動向は住宅着工件数に影響されるが、住宅建設の動きを見ると、今後も横ばいが続く。ただし、東北地方の復興が軌道に乗ると、特需が生まれる可能性もある。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合いは依然として低調であるため、今後も厳しい状態が続く。
		一般機械器具製造業（営業担当）	・北米、アジア市場共に、設備投資意欲がおう盛な客と全くない客に二分化されている。設備投資が盛んな客の要求に応じない限り受注できないが、現状では円高が足かせとなっている。この状態は今後も続く。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・タイの洪水による影響は一時的であると思われるが、円高の影響は収まる目処が立っていない。
		輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・取引先の生産計画を見ると、当面は低い水準での横ばいが続く。
		建設業（営業担当）	・年末に向けての調整により、清掃の仕事などは出てくるかもしれない。しかし、全体の仕事量が減少する傾向は、今後も変わらない。
		輸送業（経営者）	・荷主からの値下げ要請は、今後も続く。また、軽油価格の高止まりや消費意欲の落ち込みも、引き続き厳しい。
		金融業（従業員）	・客の話によると、自動車関連企業は全体としては良くなってきている。しかし、今後も好調が続くかどうかは、わからないとのことである。
		金融業（企画担当）	・円高や欧州の信用不安が落ち着いた限り、企業は動きにくい。当面、現在の景気が続く。
		不動産業（開発担当）	・工事費が上昇傾向にあるため、今後それが販売価格の上昇につながると、販売が低迷する可能性もある。
		広告代理店（制作担当）	・年末商戦に向けての広告受注量は、前年以上は見込めない。ただし、エコ関連の広告は、多少増えそうである。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・新聞購読者数の減少が懸念されるため、チラシ量の増加に期待したいところであるが、先行きは不透明である。
		やや悪くなる	紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）
	印刷業（営業担当）		・良くなる兆しは見えていない。東日本大震災の影響に伴う材料価格の高騰によって、状況は悪化する見込みである。
	窯業・土石製品製造業（社員）		・タイの洪水に伴う自動車の減産の影響により、取引先の工場では稼働率が更に低下する可能性が高い。
	電気機械器具製造業（経営者）		・取引先の業界では、来年1、2月の設備投資が増加する見込みはない。
	電気機械器具製造業（経営者）		・半年以上前には受注できていた工作機械関連にも、陰りが見えてきている。数か月前から続く円高の影響によって、最近では受注が取れていない。発注量の激減により、今後は悪くなる。
	輸送用機械器具製造業（総務経理担当）		・円高の影響とタイの洪水の影響で、完成車メーカーによる生産台数は減少してくる。
輸送用機械器具製造業（財務担当）	・タイの洪水の影響によって、取引先では減産が避けられない。		
		輸送業（エリア担当）	・タイの洪水の影響により、輸出品の出荷調整が始まっている様子である。この影響で、今後はやや悪くなる。

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	
		金融業（法人営業担当）	・現在は、東日本大震災の影響に伴う大幅減産を取り戻すべく、自動車部品メーカーを中心に増産が続いている。しかし、円高の定着によって、忙しくても利益は出ていない様子である。また、欧州の信用不安や米国、中国の景気減速に対する不安もあり、今後はやや悪くなる。	
		不動産業（管理担当）	・欧州の信用不安の行方次第では、生産や消費が影響を受け、ひいては賃貸アパート需要等にも影響が出てくる。	
		広告代理店（経営者）	・当地域の企業では、広告予算に対して慎重になってきている。今後はやや厳しくなる。	
	悪くなる	鉄鋼業（経営者）	・景気が良くなる要素は見当たらない。来年の案件の見積依頼や発注も全くない。	
		輸送業（従業員）	・円高によって、輸出企業では業績が悪化する。また、原油価格の高止まりにより、製品価格に転嫁できない産業や企業では、業績に影響が出てくる。	
雇用 関連	良くなる やや良くなる	－	－	
		人材派遣会社（経営企画）	・来期以降の開発需要が徐々に明らかになっているが、これを見ると、当面は技術者派遣需要の増加が見込まれる。	
		人材派遣会社（営業担当）	・年内は、復興需要による一時的な回復が見込める。	
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・新聞の求人広告量を見ると、全体としては良くなっている。ただし、タイの洪水など、地元の自動車製造業等が影響を受ける材料が次から次へと出て来ており、動きは弱い。	
		職業安定所（職員）	・建設業の求人数が、前年同月と比べて連続して増加している。全体的にも、新規求人数は増加傾向、新規求職者数は減少傾向と、良い傾向が続いている。この傾向は今後も続く。	
		職業安定所（職員）	・年末から年明けにかけて円高等の影響が出てくる可能性はあるが、下請企業が多い当地域ではすぐには波及してこない。現在の求人意欲の高さは、当面続く。	
		職業安定所（次長）	・円高による先行き不安もあるが、改善の方向性が大きく変わるとは考えられない。	
		民間職業紹介機関（営業担当）	・裾野が広い自動車業界における生産回復が、今後も各産業に対して良い影響をもたらす。	
	変わらない		人材派遣会社（経営者）	・この1年数か月間、求人にはほとんど動きがない。あったとしても、ピンポイントの求人である。今後もこの状態が続く。
			職業安定所（所長）	・自動車の生産回復によって、有効求人数の前年同月比は改善傾向になっている。ただし、円高の影響から先行き不安が出始めており、求人に関しても様子見する事業所が出てきている。
			職業安定所（職員）	・輸送用機械器具製造業が堅調であるが、二輪車に関しては下向きであり、この傾向は今後も変わらない。
			民間職業紹介機関（支社長）	・求人数は現状では微増傾向にあるものの、半導体業界の減速や、スマートフォンの勢いが一段落していること、欧州の信用不安、円高などの不安要素もあり、今後は横ばいとなる。
			学校〔専門学校〕（就職担当）	・例年、新卒採用に大きな変化が見られない時期であるが、現時点のエントリー数、説明会への出席者数、内定者数を見ても、前年を上回ってはいない。
	やや悪くなる		人材派遣会社（社員）	・中高年の失業者が増えており、職業紹介への登録者数が増加している。これにより、今後の景気は悪くなる。
			人材派遣会社（支店長）	・タイの洪水の影響により、当地域の景気は若干悪くなる。
			人材派遣会社（支店長）	・労働者派遣法の改正や行政指導による影響は継続しており、県内企業では派遣から契約社員などの直接雇用への切替が多くなっている。このため、今後は売上が減少する。
			求人情報誌製作会社（企画担当）	・現在の求人数をけん引している製造関連業界では、雇用を見直す動きがある。
			職業安定所（職員）	・円高による影響が、輸出関連企業を中心に顕在化してきている。生産台数が回復し休日出勤でカバーしていた自動車関連でも、円高に加えてタイの洪水による影響も出始めており、先行きは不透明である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	—	—

## 6. 北陸（地域別調査機関：（財）北陸経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
家計 動向 関連	良くなる	通信会社（営業担当）	・新商品の発売に伴い、スマートフォン需要も高まり、販売台数を大きく底上げする。	
	やや良くなる	一般小売店〔精肉〕（店長）	・当店が入居するビルの各テナントの改装が一段落し、客数が増えている現状は変わらず、今後しばらくは続く。	
		一般小売店〔書籍〕（従業員）	・ここ数か月は買い控えが厳しいものの、年末に向け必要なものは購買するように、市場も活気づき、販売数、来客数とも上がってくる。	
		百貨店（売場主任）	・株安、経済状況の不安定さなどはあるが、顧客の消費に対する意欲は減退しているとは思われない。冬物商材も、エコでの販売分がプラス要素として見込まれる。	
		家電量販店（経営者）	・震災の影響や地上放送のデジタル化による反動も薄くなり、太陽光発電などの節電関係の注目度合いが上がっている。回復傾向に向かうのではないかとと思われる。	
		乗用車販売店（経理担当）	・スモールハイブリッド車の発売が予定されているので、購買意欲促進効果の一助になればと期待している。冬のボーナス商戦と合わせて受注促進に努めたいが、タイの洪水の影響がこれから東日本大震災と同様に出てくるのではと懸念している。	
		その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	・普段の生活に必要なもの、冬に向けては暖房用品、暖房用具などはすでに動き始めているので、冬本番に向けては、堅調に推移すると予想している。	
		一般レストラン（店長）	・来客数の増加により底を打った感があり、客単価も上昇傾向にあることから明るさが見える。	
		タクシー運転手	・長期予報によれば、12月になれば例年どおり寒くなり、雪も降り、足元が悪くなるとされ、また、忘新年会などもあり、現状と比較すればタクシーを利用する機会は多くなるう。	
		通信会社（職員）	・全国的に冬の賞与支給の見込みもよいと聞いていることから、若干の消費意欲向上が期待できる。	
		通信会社（社員）	・スマートフォンを始めとした携帯電話の新機種の発売によって改善した消費者の購買意欲に衰えは見られない。	
		住宅販売会社（従業員）	・第3次補正予算案が閣議決定され、住宅エコポイントの再開が位置づけられたので、客の動きができてきそうである。	
		変わらない	商店街（代表者）	・今後もテナント出店の引き合いが続きそうな気配である。
			商店街（代表者）	・これから寒くなるにしたがって、また節電意識が高まると、例年並みの人出は見込めそうにない。今も、消費の冷え込みを痛感している。
	一般小売店〔鮮魚〕（従業員）		・しばらくは今の状況が続く。半年ほど先の話だが、タイの洪水の影響により冷凍エビ類が品薄となり値上がりが見込まれる。	
	百貨店（営業担当）		・2～3か月先は、冬物のプレセール、オープンセールの時期になるが、買いだめや安いからもう一点購入するという態度にまではいかないとされる。買物はしたいという意欲はあるので来客数は見込めるが、売上にまではつながらない。	
	百貨店（営業担当）		・客層で一番多い高齢者の不安材料は年金問題であり、今必要としないものは極力買い控えておく消費態度がみられる。例年だと、冬のファッショントレンドやイエナカ消費がみられるが、現状の動きを見ている限りでは動きが弱い。	
	百貨店（売場担当）		・冬に備えて、寒さ対策、節電に対する意識が非常に高いように感じる。ウォームライフ、防寒という言葉を意識し、準備を進めている人が目立っている。ただし、価格、機能性を十分に見極め、慎重に購入している客が多い。	
	スーパー（総務担当）		・円高による好材料がまったく感じられない。TPPも先の話とはいえ期待と不安では不安が先立ちそうに感じる。消費税アップも同様である。ただし2～3月後では現状どおりと思われる。	
	スーパー（総務担当）	・高単価商品は相変わらず売行きが悪いため、景気が上向くとは考えづらい。		

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（経営者）	・客単価は前年を維持しているが、たばこの要因が大きく、ほかの商品は下降気味である。このままでは売上、利益ともにいい方向に向かず、売上を維持するのが精いっぱいである。主力の弁当などについても販売数、売上ともに上がっていくことはなく、単価は下落傾向にある。
		コンビニ（経営者）	・年末に向けて、クリスマスケーキやおせちなどの売行きに左右されるため、なかなか予想がしにくいものの、通常の商品については例年どおり推移するであろう。
		コンビニ（店長）	・これからクリスマス商戦に入るが、前年が芳しくなかったため、伸びてもらいたい期待感はあるものの、消費が冷え込んでいるため、例年どおり推移するものと予想している。
		コンビニ（店舗管理）	・円高基調で、工場で働く人の消費行動が低下したままである。
		衣料品専門店（経営者）	・食事や休日の外出などは抑えていないが、スーツについては、金に困っているわけではないが、持っているもので済まずという話を取引先の銀行員から聞いた。これでは景気が上向くはずがない。
		衣料品専門店（経営者）	・景気が悪いという状況が続いているため、最近では、これが普通の感覚になってしまっているが、極端な買い控えもないように思われる。
		衣料品専門店（総括）	・景気の先行き不透明感は変わらず、無駄な消費は増えない。
		乗用車販売店（経営者）	・車購入に対して慎重な意見を多く聞いている。将来的に車歴が長くなりそうな話も多く、今後の新車需要、買換え需要に期待できない。
		高級レストラン（スタッフ）	・大きな変化は期待できないが、ゴールデンウィーク後の約半年間は安定しており、例年の集客を上回っている。過去10年にない推移となっている。
		観光型旅館（経営者）	・特に個人客の予約の間際化が進んでおり予約状況が読めない。そのため、ダンピングをして予約を取るか、我慢するか非常に判断に迷う。一方、団体客やグループ客については、予約数からみると現状どおり推移するであろう。
		観光型旅館（スタッフ）	・10月以降の予約保有も12月を除き3月までは、104%から150%の前年同月比増加となっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・欧州の動向が企業の受注状況にどの程度影響を与えるか不明である。このまま推移するとすればマイナス要因とはならないであろう。したがって、企業利用は引き続き単価を低く抑える傾向が続き、また、今後目立った改善要因も無いため大きく変わることは無い。
		旅行代理店（従業員）	・コンベンションをはじめ展示会や会議・研修・セミナー開催などの法人のMICE需要案件が回復しない限り、現状のままで推移するであろう。金融市場や政局、気候が安定し、東日本大震災から1年が経過する来年3月以降には、法人需要を始めとした力強い需要回復を期待したい。
		通信会社（営業担当）	・スマートフォンをはじめとして新商品の発売もあるが、大きく変わるとは思えない。
		通信会社（営業担当）	・携帯電話の新機種の販売が見込めるので、冬商戦に期待したい。
		通信会社（役員）	・例年、年末に向けてケーブルテレビ・インターネット契約の獲得が増加する傾向にあり、今年も年末キャンペーンを実施する中で、獲得の増加を期待している。
		競輪場（職員）	・年末にビッグレースを控えているが、それ以外は目新しさが全く無く、今後も引き続き厳しい状況が続くと予想される。
		美容室（経営者）	・テレビ、新聞などの景気に関する報道で悲観的なものが多く、主たる客層である主婦層をはじめとして、消費気運が盛り上がらない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・天候による出遅れは、通常では回復できない。
		一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	・年末の見込みがないのはもちろんだが、東日本大震災の影響、タイの洪水の問題など生産拠点が海外を含み被災地にあるメーカーからの商品供給が難しい。需要があっても物の供給ができないことがある。
		スーパー（店長）	・今月に入り、天候不順、放射能問題などから入荷状況が不安定になっている。特に野菜の価格高騰により客の買物動向に変化がみられ、今後も景気回復につながる見込みが無い。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・景気が回復する要素が見当たらない。年金の問題、復興財源も含めた増税などが大きくのしかかり、買い控えや貯蓄に回す消費者が多くなってきているのではないかと思われる。
		スーパー（店長）	・自社カードの割引デーに偏って来店客が多い。また、割引企画日にまとめて購入するといった動きがまだ見ることができ、上向いていく状況は感じられない。
		家電量販店（店長）	・売上をけん引していたテレビの苦戦が今後も強いられる。レコーダーなどの録画機でもカバーしきれない。
		乗用車販売店（経営者）	・購入条件に過敏な状況は変わっていない。ローンやリースの金利、手数料やメンテナンスの保証延長など先行きの事柄もしっかり確認してからクロージングとなるケースが増加している。それだけライバルとの比較項目が増えており、商談が長引く原因となっている。
		自動車備品販売店（従業員）	・冬用タイヤは、例年より気温が高いため今後の天候に左右される。また、海外での部品供給懸念からナビゲーションシステム関連では商品確保の動きが目立ち、過剰な在庫保有となっている。今後の販売施策内容で大きく経営を圧迫する恐れがある。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・景気がよくなる要素を身近で見つけることができない。
		一般レストラン（スタッフ）	・野菜、乳製品が高くなり、加えてタイの洪水による砂糖や養殖エビなどクリスマスから年始にかけて食材が高騰すると思われる。年金の問題など、将来に対する収入の不安もあり中高年の消費は控えめ、若年層はファストファッションの話題が中心になっている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・予約は各部門において弱含みで、前年と比べても厳しい。
		旅行代理店（従業員）	・秋のシーズンが終わる12月以降は、団体客が動かない分、個人客の動向がカギを握るが、相変わらず、間際予約、安近短とこれまでと変わらない状況である。現在12月以降の予約が伸びておらず、厳しくなると予想している。
		その他レジャー施設（職員）	・10月に入って会員数は何とか維持できたものの、欧州の信用不安や円高、タイの洪水など心理的に財布のひもが固くなる出来事が多く、入会を見合わせるなど様子見の客が多くなってきている。
		住宅販売会社（従業員）	・円高などで企業の業績が伸びない状況においては、個人の消費意欲の向上が見込めず厳しさを増す可能性がある。一方、企業の設備投資意欲は改善している。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税や年金問題など見通しが不透明である。それが原因かどうかは不明だが展示場来場者数の減少に歯止めがかからず情報収集量が不足してきた。
		住宅販売会社（従業員）	・客足が減少している状況では、受注獲得競争の中で価格のダンピングを行う会社も増加し、その中に巻き込まれても利益にならない。そのため競合にならない客の対応に限定されており、取扱量が増えない状況にある。
悪くなる		その他専門店〔酒〕（経営者）	・よくなっている兆しも見えない。これから先さらに悪くなっていくように思えて仕方がない。
		スナック（経営者）	・タイの洪水災害は一部の客の工場にも被害を及ぼし、しばらく深刻な状態が続きそうだと言っている。加えて世界的な経済動向など、ますます厳しさが増すような気配を感じている。
		テーマパーク（職員）	・個人客の動きをこれまでの流れから推測すると、まずまずの水準で推移すると思われる。一方、団体については、予約状況から予測すると、前年と比較し4割から3割減の水準にある。景気動向や円高の影響、自然災害による自粛などもあり、全体としては厳しい集客状況が予想される。
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（総務担当）	・タイの洪水により、現地での生産が出来ない状況である。代替生産を日本国内で行うための設備投資の特需があると考えている。
		不動産業（経営者）	・売物件の問い合わせが徐々に増えており、3か月先になれば動きそうである。
変わらない		食料品製造業（企画担当）	・業界を取り巻く外部環境及び社内環境において、大きく変動する要素が見当たらない。

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
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・産業資材はいまだに見えない部分が多く、住宅市場も短期的には上向くとは思えない。回復するのは長期的なスパンに立たないと見えてこない。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・電子部品業界では、スマートフォン関連が一番忙しい。ただし、複雑なものができる会社は良いが、そうでないところは円高の影響を受け、海外製品に押され受注が減少している。総合的に見れば横ばいと判断せざるを得ない。
		輸送業（配車担当）	・ここ2～3か月の円高により、引き続き輸出関係の繊維、機械関係の荷物の動きは鈍いようである。
		金融業（融資担当）	・地域の産業の特徴として機械製造業が多く、東南アジアや中国への輸出の活性化で回復がみられたが、昨今の円高基調もあり、受注などについては今後横ばいが続く。
		新聞販売店〔広告〕（従業員）	・10月は特需による売上があったが、今後、継続した出稿が見込めない。また、倒産、閉店の店舗がありそうで、先行きが見えない。
		司法書士	・創業40年、50年という会社の解散が増加している。
	やや悪くなる	繊維工業（経営者）	・円高の定着及び世界市場の減速で輸出関連、特にスポーツ関係の受注減少が予測され、受注の確保が難しくなりそうである。また、タイの洪水の影響も懸念される。
		繊維工業（経営者）	・当面円高が続くと思われ、海外製品との差別化が一層求められる。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注の入り具合から見ると、現状よりは悪くなる。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・タイの洪水に起因する自動車関連の生産減少が、好調であったアジアからの受注に影響を及ぼし、今後、ある程度の期間続くことが懸念される。
		精密機械器具製造業（経営者）	・特に海外向け商品については、円高などの影響で、今後の販売状況は一層厳しくなる。
		通信業（営業担当）	・円高、タイの洪水の影響が地域内の中小企業にも出ている。通信設備の更改を決定しながら、信用調査の審査が通らなかつたり、輸出の発注がストップになったりしている。この影響が当面続く。
	悪くなる	税理士（所長）	・全体的に需要が少なく、販売量、出荷量とも減少傾向にある。サラリーマンの可処分所得は社会保険料関係が圧迫している。企業も個人も消費意欲が低下している。
		建設業（経営者）	・来年に繰り越す工事が現時点ではほとんど無く、今年の1月の前年からの繰越工事量より悪い予想しか立たない。とんでもなく苦しい年越しになりそうである。
		建設業（総務担当）	・工事発注量は低調な推移が見込まれることから、受注価格競争は厳しい状況が続くと予想される。
雇用関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	○	○
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・新規のプロジェクトやイベントも少なく、また技術者需要も増える傾向が見られない。
		職業安定所（職員）	・休業計画実施届を新規に提出する事業所は前月同様少ない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は依然として増加傾向にあるが、円高の影響により、製造業からの求人の伸びが鈍くなっており、今後の動向が懸念される。
	やや悪くなる	人材派遣会社（役員）	・来春の採用も控えている企業は、ここ3～4か月は社内保有人員でなんとか切り抜けそうなので、人材需要は見込まれない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・製造派遣の動きが鈍くなると聞いているので、求人の件数も減少傾向にある。
民間職業紹介機関（経営者）		・地域内にある大手電機メーカーの工場の事業縮小検討開始は、従業員削減につながりかねない。	
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	一般小売店〔酒〕（店員）	・今月に入って運物用などのまとめ買いも増え、客単価が全体的に上がっている。自宅用のワイン選びでも、以前に比べて価格が500円～1,000円高い商品を買う動きが目立っているなど、客の動きがかなり良くなっているため、先行きの見通しは明るい。

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
やや良くなる		コンビニ（経営者）	・たばこを目当てにした客の来店回数が増えることで、売上の増加につながる。
		商店街（代表者）	・消費が活発になりつつあり、商店街のイベントも年末まで毎週開催するため、先行きはやや良くなる。
		一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・購入の動きにはつながっていないが、来客数は増えている。年末年始に向けた消費者の購買意欲は感じられるため、先行きはやや良くなる。
		百貨店（売場主任）	・先行きの増税懸念などで財布のひもは固くなっているが、大阪府、大阪市のダブル選挙などで、ある程度は市況も盛り上がる。
		百貨店（売場主任）	・少しずつ株価が上がっているが、食料品の売行きも株価に若干連動しているため、今後少しは上向いていく。
		百貨店（営業担当）	・一般客には買い控えの動きが出てくる一方、ごく一部の富裕顧客では、高額な美術品やブランドの宝飾品の買上が更に増える。
		百貨店（販促担当）	・欧州の信用不安や円高による株価低迷もやや緩和しつつあり、個人消費の回復が期待される。また、我慢する時期が長く続いたことから、年末には自分へのご褒美、家族の絆をキーワードにした関連商材のほか、節電に伴う需要が出てくるため、先行きはやや良くなる。
		スーパー（店長）	・エコポイント制度の終了で落ち込んでいたテレビの売上が上向いてくるほか、節電対策で新商品への需要が増えるなど、社会の変化に対応した商品は動きが良くなる。
		家電量販店（経営者）	・テレビの販売減を補うため、太陽光発電の提案を積極的に行っており、その成果が徐々に出てくる。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車の発表が続くため、受注台数が伸びる。
		乗用車販売店（営業担当）	・電気自動車の販売が好調になれば、景気は徐々に良くなっていく。
		乗用車販売店（販売担当）	・来月からは当社車両でエコカー減税の対象となる車種が大幅に増える。購入する車を減税対象車から選ぶ客も多いため、今後は販売量が増加する。
		乗用車販売店（営業企画）	・新車市場の動きが活発化しつつあるため、先行きはやや良くなる。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・8、9月に比べて客の動きが良くなっているため、先行きはやや良くなる。広告内容にもよるが、最近は販売促進策の効果が高まっている。
		高級レストラン（支配人）	・来客数や販売量、客単価が徐々に前年を上回り始めるなど、観光シーズンに入って回復の兆しがみられるため、先行きはやや良くなる。
		一般レストラン（経営者）	・東日本大震災やタイの洪水による影響はあるが、少人数での宴会需要は増えつつあるため、効率良く営業すれば、少しは良くなる。
		一般レストラン（経理担当）	・法人の宴会や中高年者の会合による利用は堅調に推移しており、先行きには期待が持てるが、秋以降の気候によってメインのメニューである鍋料理の受注が大きく左右される。
		都市型ホテル（スタッフ）	・先行きの3か月予想は前年を大きく上回っている。宿泊・宴会共に単価も順調に上昇しているため、増収につながる。
		その他サービス〔コインランドリー〕（経営者）	・これからの繁忙期で地域での知名度が更に高まるため、先行きはやや良くなる。
		変わらない	
一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・今でも良い商品を求める客は多いが、最近はインターネットで買う人も増えたため、全国の専門店と競争するような状態となっている。これに勝ち残っていくのは至難の業であるため、当面は食肉専門店の苦戦が続く。		
一般小売店〔野菜〕（店長）	・苦境を打開する活路も見出せないため、今後も厳しい状況が続く。		
一般小売店〔雑貨〕（店長）	・更なるたばこの値上げなどがなければ、当分は一定の売上を維持できる。		
一般小売店〔コーヒー〕（営業担当）	・辛うじて存続している取引先にも、開店休業の状態でも苦戦を強いられている店舗が多く、商品の流通も停滞しているため、今後も厳しい状況となる。		
一般小売店〔菓子〕（営業担当）	・来月にはお歳暮商戦も始まり、年末に向けて少しは上向くが、消費者の財布のひもはまだ固いため、大きな変化はない。		

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
		百貨店（売場主任）	・冬物商材の実需期に向けて、ウォームビズや節電関連商品の売上は良くなるが、増税への動きや、円高、株安が消費マインドを悪化させるため、全体的には現状維持となる。
		百貨店（売場主任）	・金融不安や円高、年金・税金問題といった不安要素が多く、内需が活性化する要素は少ない。ファッション関連では、気候の変化や商品確保の状況が売上を左右する。
		百貨店（企画担当）	・気温の低下に伴って重衣料の売上も伸びるが、増税や年金支給年齢の引上げといった景気の悪い話により、買い控えの動きが増える。
		百貨店（企画担当）	・欧州情勢をはじめとして暗い話題が多いが、クリスマスに関連したイベント消費は堅調な動きとなる。
		百貨店（営業担当）	・外商の上位顧客では、ブランド品を中心に宝飾品や時計、バッグなどの受注もみられるが、全体的には目立った動きがないため、今後も現状維持となる。
		百貨店（店長）	・前月の天候不順で落ち込んだ反動もあって今月は良くなっているが、不透明感はぬぐえない。依然として不安定さが残るため、今後も現在の状況が続く。
		百貨店（婦人服）	・円高が続くほか、タイの洪水による影響も出てくる。また、T P Pへの参加次第では輸出入の両面に悪影響が及ぶため、消費行動は一進一退の状況となる。
		百貨店（サービス担当）	・お歳暮商戦が本格的に始まり、販売促進策の一環として、買上ごとにポイントが付くカードを新たに導入する。今後は客の囲い込みが最大の課題であり、ポイントカードの普及によって売上の確保を図るため、現状は維持することができる。
		百貨店（マネージャー）	・経済環境などの先行き不透明感が払しょくできておらず、年金や増税の問題もあるなど、好転する材料に乏しい。ただし、店頭の様子をみると、消費に対して消極的な雰囲気もないため、好転も悪化もしない状況が続く。
		スーパー（経営者）	・その日のチラシの内容や特売の有無により、客が目まぐるしく動く状況が今後も続く。
		スーパー（店長）	・食料品の値上げが進むなか、消費者の節約志向が強まっており、余分な買物をしなくなっている。客1人当たりの買上点数も前年比で1～2%の減少が続くなど、良くなる材料が見当たらない。
		スーパー（店長）	・客単価の引上げにも限界があり、売上を伸ばすには来客数を増やす必要がある。ただし、商圏人口の増加には期待できないため、今後も現在の状況が続く。
		スーパー（企画担当）	・競合状況などに大きな変化はないため、例年どおりの動きとなる。
		スーパー（経理担当）	・年末商戦は例年以上に二極化が進み、品質の良い物や価格の高い物が売れる一方、節約志向や単価の下落も進む。
		スーパー（販売担当）	・広告初日の目玉商品は走ってでも買う動きがみられるが、通常の商品、特に品質の高い商品はなかなか買ってもらえない。
		スーパー（社員）	・客の買物姿勢は、一時期に比べてかなり活発になっている。このまま年末に向けて更に上向き期待もあるが、円高による製造業の不振が徐々に消費の抑制につながる。
		コンビニ（店員）	・客の間には、より安い商品を買いたい求める様子がみられるなど、景気が上向き気配はない。
		家電量販店（企画担当）	・年末に向けて電力不足の懸念も広がるため、まだまだ消費が回復するまでには時間が掛かる。
		乗用車販売店（経営者）	・車の販売や車検、一般修理のすべてで売上が伸びておらず、これから良くなる見込みもない。
		乗用車販売店（経営者）	・良くなる要因が見当たらず、先行きの見通しも立たない。
		住関連専門店（店長）	・買うつもりがなく、商品を見るだけの客が増えていることから、今後も厳しい状況となる。消費者の消極的な意識を変えることは困難であり、企業努力だけではどうにもならない。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・円高による株安傾向が続くほか、金価格の上昇も続くため、宝飾品を取り巻く状況が大きく変化することはない。
		その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・東日本大震災の復興増税、欧州の信用不安などで消費者の不安が高まり、株価にも影を落とす。株価の上昇が日本の景気回復のかぎであり、上昇しなければ富裕客による消費も増えない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・クリスマス商戦の時期となるが、円高の影響で、客が海外旅行やブランド品の購入に流れる。
		一般レストラン（スタッフ）	・長らく同じ状況が続いており、好転する要素はない。
		一般レストラン（店員）	・年末に向けて忙しくなるが、全体の動きは大きく変わらない。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・企業収益の好調が一部では報じられているが、その恩恵が社員に還元されている様子はなく、個人消費が改善する手ごたえもない。
		観光型ホテル（経営者）	・今月は今年度で一番売上も良く、景気の回復が感じられる。年末に向けたイベントの予約件数をみても、今後も好調な動きが続く。
		観光型旅館（団体役員）	・台風による道路の寸断も徐々に復旧し、和歌山県全体の8割程度は通常の旅行を受け入れられる状態となっている。街全体で緊急経済対策にも取り組んでいるため、少しは状況も良くなる。
		都市型ホテル（支配人）	・政治不安やTPP参加への議論、今冬の節電実施など、先行きには明るい材料がない。
		都市型ホテル（マネージャー）	・宿泊、宴会共に予約状況は芳しくなく、これから大きく伸びる要素も見当たらない。クリスマスイベントやおせち料理の動きも予測が立たないほか、節電要請が出ることで、暗くて寒い冬になりかねない状況である。
		都市型ホテル（客室担当）	・円高や海外の景気減速といった不安要素もあるが、間際予約が増えているため、今後も最終的には良い結果となる状況が続く。
		旅行代理店（経営者）	・関東の人気テーマパーク関連の予約がほぼ前年並みに戻り、九州も前年比で150%以上の伸びがみられる一方、和歌山が大きくダウンしているほか、東北も厳しい。海外旅行も予約人数は伸びているが、韓国が5割を超えているため、客単価が下がっている。全体としては、今後も横ばいの流れが続く。
		旅行代理店（広報担当）	・不安定な世界情勢などの影響で消費マインドが低下し、客が旅行に求める条件も厳しくなっている。また、今年は年末年始の曜日配列があまり良くなく、長期休暇が取りにくいほか、今冬の節電対応で企業の休みがどう変わるのかも不透明である。
		タクシー会社（経営者）	・例年であれば、今後2～3月は年末年始の繁忙期でタクシーの利用も増えるが、今年はそのような活気が感じられない。今後も、法人、個人共に財布のひもが固いままとするため、厳しい状況が続く。
		通信会社（経営者）	・特に大きな変化の兆しもないほか、近隣の工場では大規模な人員削減が行われるなど、今後も厳しい状況が続く。
		通信会社（経営者）	・今月はスマートフォンの新商品が販売開始となり、来客数が増加している。2、3か月後には冬商戦も始まるが、今の好調を維持できる。
		テーマパーク（職員）	・冬が近づくにつれて観光シーズンはオフになるほか、今冬も節電要請が出る見通しであり、消費者が外出する機会も少なくなるなど、明るい材料が見当たらない。
		観光名所（経理担当）	・現在放映中のテレビ番組の影響もあり、好調な動きが続いている。また、今月は市街地で様々なイベントが開かれたほか、天候にも恵まれたため、かなりの人出となった。客単価は依然として横ばいであるが、来客数、売上は前年比145%となっている。今年はテレビ番組の放映による影響で客が増えているため、今後も好調な動きが続く。
		その他レジャー施設〔イベントホール〕（職員）	・来場者はほぼ横ばいであり、売店やグッズにも目新しい物は見当たらない。客の間で節約ムードも定着しつつあるため、先行きの見通しは不透明である。
		その他レジャー施設〔球場〕（経理担当）	・11～1月には人気歌手グループなど、例年を上回る11組のコンサートが開催されるため、来客数は増加傾向で推移する。
		その他レジャー施設〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・円高が当分続くなど、国内での好材料は特にない。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・来月に無料体験キャンペーンを行うため、その結果次第で生徒数に変化が出る。

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 [マッサージ] (スタッフ)	・例年は暖かくなると客が増えるが、今年は増えていない。昼間はゼロに近い数字であるため、先行きの見通しも厳しい。
		その他サービス [ビデオ・CDレンタル] (エリア担当)	・明るい材料は少ないが、インターネットとの競争に負けない大型店を展開中であるため、全体的には現在の状況が続く。
		住宅販売会社 (経営者)	・引き合いの動きはあるが、客の予算が少なく受注が難しい。また、土地から探すケースでは、建物に充当できる予算が少なくなる傾向があるため、今後も厳しい状況となる。
		住宅販売会社 (経営者)	・東日本大震災後の自粛ムードは脱したが、実際の販売数が増加するまでには至っていない。銀行での住宅ローンの審査も厳しくなってきたため、景気が良くなるまでには時間がかかる。
		住宅販売会社 (従業員)	・タイの洪水や円高などによる企業業績の先行き不安で、住宅の取得を断念する人がみられる。その一方、近い将来に増税が予測されるなか、それまでに住宅の取得をねらう人が増えるため、全体としては変わらない状況が続く。
		住宅販売会社 (総務担当)	・決定が早いのは購入を急ぐ客だけで、多くの場合は親からの援助などに時間がかかるなど、明るい材料がない。
		その他住宅 [展示場] (従業員)	・住宅エコポイントの復活により、リフォーム需要の喚起にはつながるとしても、新築需要が増えるまでには至らない。
	やや悪くなる	商店街 (代表者)	・デフレ下で競争の激化が進むため、全体的に厳しくなる。
		一般小売店 [時計] (経営者)	・客の平均年齢が上がっており、若年客には経済的な厳しさが感じられるため、先行きには明るさがない。先日、親と来店した小学生の子どもが、時計は100円ショップで買うといった話をするなど、将来への厳しさが感じられる。
		一般小売店 [衣服] (経営者)	・将来の年金制度に関する報道が増えているが、消費者からもその話題をよく耳にする。将来に対する安心感が全くなく、世界的な天災や欧州の信用不安など、消費者が不安を感じる材料が多いため、先行きの見通しは厳しい。
		百貨店 (売場担当)	・高級ブランドやアクセサリ売場では、高額品の大口商談や購入が少なくなっているほか、化粧品でも高額な輸入ブランドが苦戦しているため、見通しは厳しい。
		スーパー (経営者)	・地方の抱える人口減少問題が深刻になりつつあるため、先行きの見通しは厳しい。
		スーパー (経営者)	・世界経済の先行き不安やタイの洪水などで見通しは厳しく、所得が伸びる要素もない。さらに、年金支給開始年齢の引上げなど、将来不安が高まる材料が増えているため、節約ムードが解消される見込みは薄い。
		スーパー (店長)	・前年はエコポイント制度の終了に伴う駆け込み需要で大きく伸びたため、今年はその反動減で家電関連は非常に厳しい。また、厳冬となった前年は、防寒、暖房関連の動きが全体的に良く、冬物バーケンも好調となったが、今年も省エネ、エコ関連の動きは良くなる一方、1品単価が全体的に低いため、売上は大きく伸びない。
		スーパー (管理担当)	・農作物の作付けが前年よりも良いのは明るい材料であるが、増税の話が進んでいるため、年末商戦に向けて消費が冷え込むのは明らかである。
		スーパー (企画)	・今冬の電力不足による節電や近い将来への増税議論など、景気回復につながる明るい材料が見当たらない。
		コンビニ (経営者)	・近隣に大型スーパーが出店し、品ぞろえでは太刀打ちできないほか、価格面でも不利なため、来客数の減少につながる。
		衣料品専門店 (経営者)	・客の関心が、本当に必要な服や物を安い価格で買うことだけに集中しているため、見通しは厳しい。
		衣料品専門店 (販売担当)	・増税の動向も不透明なため、客の買い控えが更に進む。
		衣料品専門店 (営業・販売担当)	・クールビズの実施期間は終了したが、秋になってもネクタイやスーツを不要とする雰囲気が続いているため、今後の見通しは厳しい。
		乗用車販売店 (経営者)	・株安や円高、タイの洪水など、消費マインドを悪化させる要因が多いため、今後は徐々に悪くなっていく。
		乗用車販売店 (経営者)	・販売が上向く材料に乏しく、ボーナス商戦もどこまで伸びるのかが不透明である。
		乗用車販売店 (販売担当)	・新規受注がハイブリッド車に偏っており、商品の確保が難しくなっている。今後はこの傾向がしばらく続くことになる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	悪くなる	一般レストラン（経営者）	・忘新年会のシーズンとなるが、客が激安店に流れる傾向も強まっているため、先行きは悪くなる。
		観光型旅館（経営者）	・歴史的な円高による経済の混迷、企業の業績赤字によるリストラなどが、景気回復に悪影響を及ぼす。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊については大きな変動要因もなく、今後も価格競争が続く。また、宴会では忘新年会の予約の動きが弱く、特に高額商品は反応が悪いため、直近になれば競合店との価格競争が激しくなる。
		都市型ホテル（総務担当）	・円高や増税の動向のほか、欧州を中心とした海外情勢も不透明である。さらに、今後の決算発表で通期の業績予想が公表され、収益状況の実態が明らかになるため、法人需要だけではなく、個人客の消費マインドも更に悪化する。
		タクシー運転手	・海外へ出て行く企業が増えており、街の過疎化が進むため、先行きの見通しは厳しい。
		通信会社（社員）	・競合相手との競争が激化しているほか、地上デジタル放送に関する特需も無くなっている。状況が改善する兆しはないため、見通しは厳しい。
		観光名所（経理担当）	・イルミネーションやクリスマスイベントなどで集客の増加を図るが、全体としては前年よりも悪くなる。
		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）	・消費マインドが低下傾向にあるほか、金融機関の融資姿勢も厳しくなりつつあるため、見通しは厳しい。
	悪くなる	商店街（代表者）	・冬に向けて節電対策が進むなか、ガソリン価格などには円高による恩恵もみられないため、消費の増加にはつながらない。
		コンビニ（広告担当）	・今後は、冬の電力不足や円高、復興増税といったマイナス要因が多いため、厳しくなる。
		衣料品専門店（経営者）	・例年は定価品が一番売れる時期であるが、今年は値下げ競争が繰り広げられている。客の間で価格の信頼性が失われ、市場が崩壊する感もあるため、先行きの見通しは非常に厳しい。
		家電量販店（店長）	・レジの通過回数が前年比で90%、1品単価が75%となるなど、前年のエコポイント制度による特需の反動減で落ち込んでいる。テレビや冷蔵庫、エアコンといった主要商品の買換えが前年で終わり、今年はそれ以外の商品が中心となっているため、1品単価の上昇で売上不足をカバーすることはできない。
		乗用車販売店（経営者）	・欧州の信用不安や円高の長期化、タイヤの洪水による部品供給の停滞、TPP参加への議論など、国内外に大きな問題がみられる。どの問題も解決の糸口が見出せないままであるため、景気の悪化が進む。
		観光型ホテル（経営者）	・大規模な法要関連の団体客の増加も来月で終わるため、12月以降の集客については予測が立たない。団体客も予約の間際化がますます激しくなっているため、現時点での12月以降の予約状況は例年よりもかなり悪い。
企業動向関連	良くなる	旅行代理店（従業員）	・海外旅行、国内旅行共に、好転する要素がみられない。
		輸送業（営業担当）	・取引先の新店舗のオープンが11月に集中するため、今後は良くなる。
	やや良くなる	食料品製造業（営業担当）	・年末に向けて、受注増をねらった価格競争が激しくなるが、全体としては上向き傾向となる。
		木材木製品製造業（経営者）	・新規事業が好調なため、売上、利益共に増加する。
		出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・企業の間ではインターネットや携帯電話、タブレット端末といった利便性の高い媒体の活用が進んでおり、今後は市場の拡大が進んでいく。従来技術をベースに新しいコンテンツを生み出すべき時期にきている。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・金属関係が動き出しており、樹脂の動きに波及するのはしばらく後になるが、先行きはやや良くなる。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・受注や引き合いが若干多くなっているため、先行きはやや良くなる。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・利益の確保は決して簡単ではないが、販売店からは上向いているとの声も聞かれるため、先行きはやや良くなる。
		建設業（経営者）	・問い合わせの状況をみると、これから年度末に向けて土地の動きが出てくるほか、外資系企業の移転なども増える。
		輸送業（営業担当）	・輸入材料の値下がりによって、プラスチック系製品の国内生産が増えているため、先行きはやや良くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
変わらない		広告代理店（営業担当）	・年末に向けて乗客数が増えるほか、冬物商材がヒットすれば1品単価も上がる。
		コピーサービス業（店長）	・年賀状の印刷受注が好調であるほか、年末に向けて店の利用も増える。
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・テレビコマーシャルのスポット受注量が増加するなど、先行きはやや良くなる。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・受注量が増えているため、先行きはやや良くなる。
		繊維工業（団体職員）	・一定の需要は見込めるが、受注量の前年比や価格の推移については不透明である。
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達量に変化はないため、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）	・景気に変化する要因はいくつかあるが、大きく変わることはない。
		金属製品製造業（経営者）	・東日本大震災後の減産分を取り戻すため、今年度中は自動車関連の動きが活発になる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・先行きの不透明感がどの業種にも大きく影響しているため、今後も厳しい状況となる。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・客の消費マインドは高まっているが、タイの洪水に伴う商品の供給不足や、円高、株安などの不安定要素が景気に与える影響は不透明である。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・受注の伸びは少し落ち着いた感があるため、今後も現在の状況が続く。
		建設業（経営者）	・円高の長期化や東日本大震災の復興の遅れなどで、取引先にも活気がないなど、良くなる気配がない。
		輸送業（営業所長）	・新規の案件が乏しいほか、値下げにつながりそうな案件も多いため、今後も厳しい状況となる。
		通信業（管理担当）	・ボーナスの支給時期まで回復する見込みがない。
		金融業（営業担当）	・先行きに不安要素が多いほか、業況の悪化している取引先が多いため、今後の見通しも厳しい。
広告代理店（営業担当）	・ここ数か月は前年の売上を何とか上回っているため、今後も回復傾向が続く。		
広告代理店（営業担当）	・これ以上良くなる要素はあまりみられないため、現在のよう状況が続く。		
経営コンサルタント	・取引先の中小企業は設備投資に踏み切り始めているが、楽に回収できるとは考えていない。特に、大企業も大規模な設備投資を行っており、競合した場合は業績の悪化が避けられないなど、先行き不透明な状況は今後も続く。		
その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・今冬も電力不足に陥るため、夏と同様に消灯などの対応が求められる。エアコンの設定温度を下げる影響は夏ほど大きくないが、部分消灯は今夏も各店舗で影響が出たという報告があるため、今冬も悪影響が出てくる。		
やや悪くなる		食料品製造業（従業員）	・業界でも景気が上向き話は聞かれず、海外進出を考えているという話ばかりであるため、見通しは厳しい。国内では売上増が望めないため、海外展開も考えていかなければならない。
		食料品製造業（経理担当）	・原材料価格が高騰しており、利益が圧迫されているため、先行きの見通しは厳しい。
	繊維工業（総務担当）	・周囲の同業者は売上が2割ダウンしている。売上を伸ばすためには値下げが必要であるが、経費の削減も限度に近い。さらに、催事での来客数が減りつつあるなど、年末に向けた買い控えが懸念される。	
	化学工業（経営者）	・受注案件などの納期が延びているため、今後は景気が悪化に向かう。	
	化学工業（管理担当）	・円高やタイの洪水で自動車関連の生産が削減されるほか、米国のクリスマス商戦も動きが鈍いため、先行きの見通しは厳しい。	
	一般機械器具製造業（設計担当）	・今後2～3か月先の取引先や当社の受注見込みが良くない。	
	新聞販売店〔広告〕（店主）	・折込件数が減少したまま、持ち直す気配がないため、見通しは厳しい。	
	司法書士	・案件数の少ない状態が続いているが、今月は更に少なく、良くなる要素もない。	
	経営コンサルタント	・急激な円高や東日本大震災の影響など、先行きに明るい材料がない。	
	悪くなる		繊維工業（総務担当）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		金属製品製造業（営業担当）	・高水準の円高で輸出が前年の半分以下になっているほか、年明けからは国内での受注にも円高の影響が出てくる。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・欧州の信用不安や円高による悪影響が出てくるため、今後は間違いなく悪くなる。ただし、当社への直接的な影響は半年ぐらい先になる。	
		不動産業（営業担当）	・円高の影響で海外移転が進み、国内の空洞化につながるため、市況が悪化していく。	
		その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・円高による悪影響が出るほか、先行き不安も高まっているため、見通しは厳しい。	
雇用 関連	良くなる やや良くなる	—	—	
		人材派遣会社（経営者）	・関東から社員を関西に移す動きが一段落し、関西では人手が足りなくなっている。特に、図面を作成できる人が集まらないため、今後も需要はおう盛な状況となる。	
		民間職業紹介機関（支社長）	・当業界では求人媒体の売上が先行指標となるが、ここ数か月は前年比で50%以上の伸びがみられる。	
	変わらない	学校〔大学〕（就職担当）	・10月になると多くの企業では採用が次年度に繰り越されるが、今年はまだ積極的に続けている企業が目立つため、今後も活発な動きとなる。	
		人材派遣会社（経営者）	・これまで求人数を押し上げてきた自動車産業の求人が高止まりしているほか、円高も続いているなど、好材料が見当たらない。	
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・円高やタイの洪水などによる先行き不透明感から、企業に採用抑制の動きが多少出てくる。	
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・欧州の信用不安やタイの洪水による景気への影響を含めて、先行きは不透明である。一方、在阪企業の新聞広告出稿は前年並みとなっており、今後もこの傾向が続く。	
		職業安定所（職員）	・円高の影響は多少あるが、賃金調整や雇用調整を考えている企業はないため、大きな変化は起こらない。	
		職業安定所（職員）	・業種によるばらつきはあるが、求人は一般、パート共に増加傾向にある一方、求職者は減少しているなど、雇用情勢は回復が進んでいる。その一方、円高の進行などで企業の雇用意欲は減退しており、求人をちゅうちよする動きもみられるなど、全体的には一進一退の動きとなる。	
		職業安定所（職員）	・東日本大震災で崩壊したサプライチェーンが復旧し、生産増加などの動きもみられるが、円高の長期化で先行き不安が高まっている。また、製造業では派遣や請負といった非正規求人が増えつつあるなど、良い材料が見当たらない。	
		民間職業紹介機関（職員）	・期待されていた東日本大震災の復興事業も、近畿の日雇労働者への需要につながるほどではないとの見通しが強まっている。	
		民間職業紹介機関（大学担当）	・ようやく中堅大学で内定率が50%を超えたという声が出始めている。報道されているデータはモニター調査などに基づくもので、実際よりも2～3割高めに出る。来月も合同企業説明会が予定されており、企業の採用意識もますますであるが、学生は少し元気を失いつつあるため、今後も厳しい状況が続く。	
		民間職業紹介機関（営業担当）	・一部の業界では採用が増えたが、全体的な回復とはいえないため、今後も現在のような動きが続く。	
		やや悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・企業の間では円高や業績低迷によるリストラが進んでいるなど、先行き不透明感が高まっている。
			人材派遣会社（役員）	・金融不安やタイの洪水による企業業績の悪化で景気回復が遅れるため、当面の求人需要は弱含みとなる。
			人材派遣会社（支店長）	・自動車産業の一部では特需的に求人が増えているが、そのほかの業種ではまだまだ少ないため、見通しとしては厳しい。
			新聞社〔求人広告〕（管理担当）	・新卒内定率がやや改善したと報じられているが、製造業が中心であり、当業界では実感がない。その製造業についても、タイの洪水や欧米の財政悪化により、今後は自動車業界などに悪影響が出てくる。
新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・先行き不透明感はますます高まるため、求人の動きも更に低迷する。			
職業安定所（職員）	・電力不足や海外経済の減速、円高、タイの洪水などによる、雇用への悪影響が出てくる。			

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
	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	観光型ホテル（スタッフ）	・乗年放送される大河ドラマの影響も多分にあり、オフシーズンの予約が例年より多くなっている。
		通信会社（営業担当）	・11～12月のボーナス商戦に向けて冬春モデルの新商品が順次発売開始になる。
		競艇場（職員）	・12月中旬の大きなレースや、中旬以降の場外発売のレースがあり売上増加が見込める。
やや良くなる	やや良くなる	スーパー（店長）	・生鮮食品の相場も高騰からやや落ち着きを示し、一部の品不足もほぼ解消されつつあるため上向く。
		家電量販店（販売担当）	・年末に向けて高付加価値商品が出るようになる。
		乗用車販売店（統括）	・昨年下半年は補助金がなくなることで、東日本大震災で大変苦戦したが、今年下半年は前年を上回る販売量が確保できそうである。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・県内が舞台となる大河ドラマの影響が出てきそうである。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・12月に入るとバーゲンセールなどが始まり、客の動きも良くなって景気はやや上向く。
		観光型ホテル（支配人）	・現段階での11～12月にかけての入込は総じて良く、大型宴会の受注もあり前年を上回りそうである。円高は懸念材料ではあるものの、欧州の信用不安はひとまず落ち着きそうであるため、総体的には当ホテルにもプラスに動く。
		都市型ホテル（スタッフ）	・今後もビジネスマンの長期連泊はしばらく続く見込みであり、予約も増えている状況である。
		テーマパーク（業務担当）	・冬季利用促進のイルミネーション行事の開催により、例年以上の来園者数の増加が見込まれる。
		テーマパーク（広報担当）	・団体旅行の入込や土産物などの売行きもやや伸びてきており回復の兆しがある。クリスマスのイベントを予定しているので、それによる伸びも期待できる。
		住宅販売会社（経理担当）	・第3次補正予算が閣議決定され、住宅エコポイントやフラット35Sの金利優遇に予算が確保されたので、住宅購入者への追い風になる可能性がある。
		住宅販売会社（販売担当）	・税制改正を控え増税前の一時的需要が見込まれる。また製造業関連の節電対策が一段落し、作業時間の安定とともに給与や手当などの収入の増額が期待できるため、それが一定程度消費につながる。
変わらない	変わらない	商店街（代表者）	・東日本大震災の復興も進んでいる一方で、円高に加えてタイの洪水を始めとした自然災害による不安要素があり、景気が良くならない。
		商店街（代表者）	・年末にかけて期待は持てるものの、たまに忙しくなるとまた暇になるといった傾向があるため、客の財布のひもはかなり固くなっている。
		商店街（代表者）	・増税やTPPに関する議論の影響で将来に対する見通しが立たない。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・名刺の注文が少なく、営業活動が活発ではないため、今後も今の状態が続く。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・年末に向けてクリスマスやお歳暮商戦などイベントは盛りだくさんだが、どこまで盛り上がるのか不透明である。
		百貨店（営業担当）	・気温が不安定なことに加えファッションに大きな変化がなく、購買に結び付く要因が見当たらない。
		百貨店（売場担当）	・市内中心部の百貨店が売りつくしを計画しているほか、総合スーパーを含め12月にかけての時期にバーゲンの前倒しが予測される。ただしウォームビズなど一部にはその兆しがみえるものの、平日の来客数は少なく、大きな売上の伸びは見込めない。
		百貨店（購買担当）	・天候が不安定ではあるが、例年より少し早くコートの動きが出てきており、3か月先も冬の寒さの到来で客の需要が高まり、売上につながる見込みであるため、状況としては今と変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場担当）	・年内の暖冬が予想されており、トレンドよりも気温に敏感な地域性のため、ファッション関連を中心に苦戦が予想される。ただ家庭用品の節電防寒関連は好調の見通しである。
		百貨店（販売担当）	・株安、円高に加え消費税増税議論もあり、消費マインドが向上する要素が見当たらない。クリスマス商戦がどのような結果になるかにもよるが、現状維持がやっつとである。
		百貨店（営業企画担当）	・客単価が下落した状況が今より良くなることはなく、消費マインドの冷え込みは更に続く。
		スーパー（店長）	・良くなる材料も悪くなる材料も見当たらない。
		スーパー（店長）	・ここ3か月来客数、販売点数ともに伸び悩み状態が続いており、それが2～3か月先も継続する。客は賞与が出て生活防衛が主体となり大きな消費にはつながらない。
		スーパー（店長）	・消費マインドの回復が感じられないため、自店シェア確保策として各小売店舗では売出しが激化しており、その結果市場の商品単価が低下する傾向が続く。
		スーパー（総務担当）	・客は決まった収入をどこでどう配分して消費するかにとらわれ、今後も消費の拡大にはつながらない。
		スーパー（管理担当）	・良くなる材料もなく、今後の状況は多分に現状維持の傾向にある。
		スーパー（営業システム担当）	・福島第一原子力発電所事故の影響で値上がりした商品もゆっくりだが回復しつつあり、落ち着いた様子を感じさせているが、売上の伸びは鈍く、消費者の購入意欲はいまだに低調である。年末年始がどうなるか予想がつかない点が不安である。
		コンビニ（エリア担当）	・東日本大震災の影響は一段落する一方で、たばこ特需の影響が一巡し、市場が落ち着いている。しばらくはこの状況が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・景気が良くなる見込みがない。
		衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災の影響も少し落ち着いてきているものの、いまだ全体的に将来への不安があり、今後も客の財布のひもは固い。
		衣料品専門店（販売担当）	・引き続き来客数が減少する。
		家電量販店（店長）	・昨年はエコポイント特需があったため、特に年末には当店で大きな構成比を占めるテレビ・冷蔵庫・エアコンが売れたが、今年はその反動で売れない恐れがある。今がどん底に近い状態であるが、数か月先にその状況が大きく変わることもない。
		乗用車販売店（店長）	・各社とも新型車を投入しており、当社も新型車お披露目の話題づくりで盛り上げたい時期だが、今一つパツとせず、前年に比べて販売台数も若干伸び悩んでいる。
		乗用車販売店（業務担当）	・タイの洪水の影響で商品の入荷のめどが立たないため、今後のことは不透明である。
		乗用車販売店（営業担当）	・先行きに不安があるので今はまだ金を使えないとの客の声が多いため、販売量も思うようには増えない。
		乗用車販売店（店長）	・これから先も客のニーズは変わらない。
		乗用車販売店（副店長）	・円高の影響が強く、今後ともメーカーの販売店に対する施策は乏しい。そのなかで政府の施策であるエコカー減税の恩恵のみで何とか需要を保っている感が否めない。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・観光土産品は特に団体客の動向に左右されるところが大きいが、数か月先の動向は予測不可能な状況にある。
		その他小売店〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・秋物から冬物にスムーズに移行すれば現在の基調を維持できるが、12月に隣県に競合店ができるため、その影響を受ける可能性がある。
		高級レストラン（スタッフ）	・今後の予約の見通しが立てにくい状況になっており、この状況が継続する見込みである。
		一般レストラン（経営者）	・増税議論などもあり、景気が良くなる状況にない。
		一般レストラン（経営者）	・政策が国民に良く分からない状況が続き、増税を含む実質手取額の減少が不安視されるなかで、客の外食の抑制が続く。
		スナック（経営者）	・東日本大震災後景気が全く回復していない。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕（支配人）	・行楽シーズンになり一時悪かった客の動きも昨年並みに回復しつつある。東北方面への観光などが減っている影響もあり、長期的に当地域への入込は低い変動幅で推移する。

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
		都市型ホテル（総支配人）	・現在の予約状況から判断すると、例年並みの乗客数が見込まれている。
		旅行代理店（経営者）	・景気が回復する好材料が見受けられない。
		タクシー運転手	・繁忙期になっても夜間の乗車率には今後も期待できない。
		タクシー運転手	・国体が終了したため人の動きが元に戻る。
		通信会社（社員）	・客の問い合わせ件数に変動がなく、今後もこの状況が続く。
		通信会社（営業担当）	・客の様子では今後2～3か月後に販売量が上向きになる要素がない。
		通信会社（営業担当）	・地上デジタル放送受信対策が一段落しており、多チャンネル放送サービスは来春くらいまで水面下の状態で推移する。
		通信会社（総務担当）	・全社的に販売実績が伸び悩んでおり、需要拡大が見込めない。
		通信会社（広報担当）	・増税やそれに向かう政府の動向によっては、消費が厳しくなる。限られた可処分所得のなかで、自社商品が購入対象となるのか注視が必要である。
		テーマパーク（管理担当）	・個人客、団体客ともに伸び悩む状況が続く。
		ゴルフ場（営業担当）	・県内全体の景気が下降傾向にあり、他のゴルフ場でも値安感をアピールするところが増えてきている。今後も来客数は変わらないが、売上を維持するのが難しい。
		美容室（経営者）	・景気が良くなる要因がなく、金を使う消費者も増えないため、景気は現状維持かより悪くなる。
		美容室（経営者）	・美容院の数は増える一方で、人口が少しずつ減少してきている。
		その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	・利用者はここ最近までは普段と変わらない生活を送っているため、今後2～3か月で経済的な変化が及ぶことはない。
		設計事務所（経営者）	・建築業界では公共建物の耐震化向け予算が増え、整備が急ピッチで進んでいるものの、民間主体の設計事務所ではほとんど変化が感じられず、物件もしばらくは動かない状況が続く。
		設計事務所（経営者）	・東日本大震災から時間が経過して戸建て住宅の引き合いがやっと出てきた矢先に、フラット35Sの1%金利引き下げが終了となったので、その再開の正式な発表があるまでは住宅購入も様子見となる。
		住宅販売会社（従業員）	・客の購買意欲はまだまだ回復してきていないため、今後も販売量や販売価格は横ばいとなる。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・現在商店街アーケード撤去工事に伴い、通行止めなどの交通規制を行っているため、来街者数が減少する恐れがある。
		一般小売店〔靴〕（経営者）	・客との会話に景気の良くなる材料がないため、年末から来年春にかけての景気も今より悪くなる。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・客や飲食店との対話で景気が上向き良い話が出ない。商圈地域の客の高齢化が著しく、年々消費能力が落ちており、厳しい状態になっている。地域の一般消費者を相手にした商売には限界がある。
		百貨店（営業担当）	・前年同月実績を上回っている店舗が約30%である一方で、下回っている店舗が約60%と苦しい状況が続いている。すべてが下回っているわけではないため客足が戻る可能性もあるが、隣接市域では今後大型総合スーパーのグランドオープンや駅前アウトレット店のオープン等が矢継ぎ早にあるため、当市内中心部へ及ぼす影響が大きく、当面は苦しい状況が続く。
		百貨店（販売促進担当）	・お歳暮やクリスマス商戦が今後本格化してくるが、公務員の賞与削減や大手企業のリストラの話もあり、消費低迷が懸念されることから、景気の高揚は期待できない。
		スーパー（店長）	・野菜の高騰は落ち着きそうだが、ボーナス商戦を迎える年末の客単価の低下が心配である。
		スーパー（業務開発担当）	・当地では家電メーカー大手の吸収合併により、吸収される事業所の閉鎖と人員整理が予定されているため閉塞感が出ている。節約の筆頭に上がる食料品では買い控えまではいかないまでも、影響が相当ありそうである。
		スーパー（販売担当）	・やや遠方ではあるが低価格の大型店が開店しチラシが回っている。今後は高速道路の完成により、車を利用する客の買物の仕方が変わり、まとめ買いをする客が流出することが懸念される。

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	
		コンビニ（エリア担当）	・販売量が増加する具体的な見通しが立たず、今後消費者の求めるニーズもみえてこないため、こうした傾向はしばらく続く。	
		コンビニ（副地域ブロック長）	・タイの洪水の影響で年末年始の商品供給が予定通りにいかない可能性がある。	
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・ウォームビズや景気悪化の影響でスーツを敬遠する人が増加し、販売数が減少する。	
		家電量販店（店長）	・野菜等の高騰で金は生活防衛に使われ、家電購入までには回らない。	
		住関連専門店（経営者）	・イベントを行うと盛況なのだが、購入にはつながらず、相変わらず消費に向けての動きが良くならない。こうした動きが顕著なため、今後とも状況はあまり良くない。	
		その他専門店〔時計〕（経営者）	・消費税増税議論もあり、高額品は買い控えられる。	
		タクシー運転手	・客の話では年末も含めて飲食の回数が減少している。飲食店の来客数も減っているため、タクシーの利用者も少ない見込みで厳しい状況である。	
		タクシー運転手	・観光シーズンでも観光の仕事は少なく、しばらくはこの状況が続く。	
		通信会社（企画担当）	・大きく落ち込むわけではないが、上向きの要素がないまま、円高や諸災害の影響が尾を引いており、客は来年以降への不安を抱えたままである。	
		通信会社（通信事業担当）	・新規加入キャンペーンなどの効果も薄く、解約数が加入数を上回る月が続いている。	
		設計事務所（経営者）	・仕事の受注量が減少するため厳しい対応が必要となる。	
		悪くなる	スーパー（販売担当）	・当店が入居する商業施設の閉鎖に伴い、当店も年内に閉店して当地区から撤退することが決定している。
			スーパー（財務担当）	・所得環境の改善が期待できないため、低価格志向が今後も続き、客単価が下落する。
			コンビニ（エリア担当）	・競合店が7月に閉店したため当店の売上は増加したものの、客単価は低下している。11～12月に店舗前の歩道拡幅工事のため、駐車場が狭くなって来客数も売上も減少する。
家電量販店（店長）	・昨年11月は家電エコポイント制度変更前の特需に沸き、対象商品を相当数販売しており、特に薄型テレビは空前の売行きであったが、7月のアナログ放送停波以降はテレビの販売数が大幅に減少し、単価も大幅に低下しており、現在その売上を補う商品群が見当たらない。			
自動車備品販売店（経営者）	・客の口から出るのは欧州の信用不安や年金問題などの悲観的な話題ばかりであり、景気は悪化する一方で明るい材料がない。タイの洪水でもカーナビ等の品不足を引き起こしており、悪影響が出始めている。			
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・タイの洪水の動向が不透明であり、生産台数に影響があるものの、12～1月に向けて自動車業界では新車の売出しが予定されていることから状況は良くなる。	
		食料品製造業（総務担当）	・新しい設備にも投資しており、年末に向けて大きく売上が伸びる。	
	やや良くなる	輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・モデルチェンジではない全くの新製品の生産開始により、景気はやや良くなってくる。	
		農林水産業（従業者）	・7～8月が最盛期の白イカ漁が今年は2か月遅れで現在好調だが、大量に獲れても価格が低迷しており生産者は泣いている。更に今後はその漁も終わりとなるため、景気は変わらない。	
	変わらない	食料品製造業（総務担当）	・消費者の節約志向が変わらず、量販店の売上が伸びる要素もみつからない。	
		化学工業（総務担当）	・国内は需要増の傾向にあるものの、海外の状況が不透明である。	
		一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きに変化がない。	
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	・国内市場の冷え込みにより、売上不振の状況が続いており、今のところ回復の兆しもみられず、当面厳しい状況が続く見通しである。	
		電気機械器具製造業（広報担当）	・来年1月にグループ会社の全事業再編が予定されており、社内でも事業構造改革を進める状況にある。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		建設業（経営者）	・地域の建設関連事業では、中心駅関連工事で自治体から60億円を超える発注がされている。ただし、公共事業なのに入札されず、全額鉄道関連企業との随意契約となり、売上のほとんどが県外に行ってしまう。工事はあるが地域の景気への刺激に全くつながらない状況が今後も続く。
		建設業（総務担当）	・近々に予想される大型物件がない。
		金融業（営業担当）	・当地での景気回復は地元中小企業がいかに売上回復の期待を持って設備増強を行うかにかかっているが、現況では設備投資を積極的に行うのは病院などに限られるため広がりが見えず、今後3か月もおおむねこの状況が継続する。
		広告代理店（営業担当）	・国体による特需が終わり、景気はしばらく横ばいとなる。
		会計事務所（職員）	・製造業、建設業ともに受注の動きは出てきてはいるものの、受注単価は低い。また東日本大震災以降材料費の値上がりが続いて原価高となっており、利幅が圧迫される状態が続く。
	やや悪くなる	木材木製品製造業（経理担当）	・東日本大震災からの復興需要は徐々に出てくるが、円高や国内外の情勢不安が拡大している。
		化学工業（経営者）	・欧州の信用不安、中国のインフレ対策による金融引き締め、タイの洪水、円高の長期化等日本経済に直結する不安材料が多く動向を注視しているが、設備投資等は控えて様子見の状態である。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼向け補修工事はスポット案件のため、生産水準の上昇も短期的である。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・国際的に地金価格が下落しており、世界的な景気後退を反映しているとすれば、日本の景気にも影響を及ぼしそうである。また、いまだ顕在化はしていないが、自動車向けや電子機器向けなどの製品にタイの洪水の影響が懸念される。
		金属製品製造業（総務担当）	・海外、特に中国の得意先からの受注が減少する見込みであるため、年明け以降の生産を20～30%減らさなくてはならない状況にある。
		建設業（総務担当）	・設備投資計画の縮小や中止が散見される。
		輸送業（業務担当）	・円高の勢いが収まる見通しがない。
		輸送業（総務担当）	・地域内で製造業のメーカーの撤退があるため、やや悪くなる。
		通信業（営業企画担当）	・製造業を中心に設備・インフラともにダウンサイジングの検討傾向にあり、大幅な設備投資に関する商談が減少している。
金融業（自動車担当）		・円高による輸出採算の悪化は深刻で、生産は堅調でも赤字転落の可能性もあり、人件費削減などを余儀なくされている。	
コピーサービス業（管理担当）		・円高等の外部要因が取引先の業績に影響し、年末に向けて経費節減等の対策を講じられる恐れがある。	
悪くなる	鉄鋼業（総務担当）	・円高が当面続くうえ国内のユーザーの販売状況も現状から回復する見込みは薄い。各ユーザーにヒアリングしても良い話はなく、今より悪くなるとする悲観論が多い。	
	鉄鋼業（総務担当）	・世界経済動向を眺めてみても、受注量の減少が短期に回復すると判断できる材料がない。	
	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・円高の影響で親会社も仕事が取れず、下請の当社に仕事が出来なくなってきたり、一部の仕事で材料調達から機械加工、そして組立までを当社が行うものも出てきている。また親会社から仕事も価格が下落してきており、これからはいろいろな仕事を独自に生み出していかなければならない。	
	その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・材料や人件費などの固定費は膨らむ一方で、価格の値下げ要請が増してきているうえに、増税の恐れもある。	
雇用関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・一時期の求人の落ち込みからは回復し、企業も積極的に動き出していることから、求人需要は増加する傾向にあるものの、まだまだ本格的回復の勢いではない。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・年末年始に向けて円高などの不安要素もあるが、3か月後は今よりも良くなる。
		求人情報誌製作会社（支社長）	・新卒者の採用意欲が前年に比べて増しているうえに、中途採用も堅調に推移しており、それだけ業績見通しに対して楽観的な企業が増えてきている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・求人票の様式変更により一時的に求人数が減少していたが、今後求人数は増加傾向で推移する。一方、このところの有効求職者数は前年同月比で10%前後の減少を続けており、今後も急激に求職者数が増加する状況にはない。卸小売業やサービス業などは買い控え等の影響からか、特にパートにおいて求人数の減少が目立つが、医療福祉業においては新たな大型施設ができる予定もあり求人意欲が高い。
		民間職業紹介機関（人材紹介担当）	・自動車関連や電気関連の製造業が生産始動したことにより、求人数も増加し、収入から消費の流れが上向く。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・依然として世界経済が不安定で円高傾向が続き、採用業務が停滞し縮小する企業も多いが、年末繁忙期にかけて求人が増加する企業もあり、全体的に景気は変わらない。
		人材派遣会社（営業担当）	・タイの洪水や続く円高などが製造業が集積する当地域にも確実にマイナスの影響を及ぼすため、間接的に雇用にも影響する。
	やや悪くなる	人材派遣会社（支社長）	・円高の影響や特にタイの洪水被害の影響が各製造業の生産にマイナス影響を及ぼし始めたため、特に製造業の採用に対する意欲が低下してきている。
		職業安定所（職員）	・円高傾向が続き製造業からの求人意欲が今後も低下していく傾向にある。
		学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・求人数が減って就職活動が停滞しているため、やや悪くなる。
		その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	・地元主要企業の電機メーカーのリストラが進行中であることと、円高等先行きの不透明感から多くの企業で求人意欲が冷え込んでしまう恐れがある。
	悪くなる	—	—

#### 9. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連	良くなる	その他専門店〔酒〕（経営者）	・秋祭が終わって一段落しているが、これから年末に向けて、よく売れる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・9月と10月は季節商材やアパレルを中心に売れているので、年末年始やクリアランス等も期待が持てる。昨年ほどではないが、観光客も土日を中心にかなり入っており、相乗効果で上向きになることが見込まれる。
		一般小売店〔菓子〕（総務担当）	・年間の消費動向から、季節的な変動要因が見込める。
		スーパー（店長）	・気候等は順調に推移しそうであり、利益は上がっていくことが期待できる。
		衣料品専門店（経営者）	・季節もので売上アップを期待したい。
		乗用車販売店（役員）	・販売の状況は少しずつ良くなると考えていたが、受注状況は依然悪い。年末から来年1～3月にかけてハイブリッド車の投入等があるので、市場が盛り上がることを期待している。
		タクシー運転手	・12月と1月は忘年会等があって、1年間でもっとも忙しい時期に入る。昨年は忘年会の頻度が少なかったが、平均月2回という声もあり、引き続き、今年も前年並みで推移するとみている。
		通信会社（営業担当）	・年末商戦に向け新端末が続々と登場することから、徐々に市場は活性化すると推測される。キャリア間競争も昨年と比べ熾烈になるのではないかと想定しており、反面脅威でもある。
		通信会社（支店長）	・新商品の販売、新サービス開始による販売量の拡大が見込まれる。
		通信会社（営業担当）	・新商品の発売開始を控えており、今後、年末と年度末の商戦期での販売拡大が見込まれる。
		観光名所（職員）	・来客数の動きが回復しており、今後も続くことが期待できる。
	美容室（経営者）	・例年通り年末年始に来客数が増えるであろう。	
	変わらない	商店街（代表者）	・年金その他収入の見込みが立っておらず、全般的に低調に推移する。
		商店街（代表者）	・年末年始の予約状況は伸び悩んでいる状況。現時点に比べ、景気が良くなる兆しは感じられない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔生花〕 (経営者)	・小規模の飲食店がいくつか開店し、年末に向けて開店祝い商品を見込んでいるが、その他の商品の売行きは鈍いので、良くなるとは言えない。
		百貨店 (営業担当)	・まだ先行きが分からない。今後の政治の状況によっては、景気が変わってくる可能性がある。
		百貨店 (営業担当)	・高額商品に動きがみられたが、ブランド商品群は前年割れとなった。購入単価は前年を上回ったものの、商品群にバラツキがある。
		スーパー (店長)	・円高による輸入品の売価が安くなって、販売量が増える可能性はあるが、全体的には変わらない。
		スーパー (店長)	・好転要素が見当たらない。冬の節電関連の需要増が予測されるが、自社の業態には直接影響しない。
		スーパー (企画担当)	・年末に向けて企業間競争が激化し、顧客の買回りがさらにシビアになると推定される。東北産地の商品が売りにくい分他の地方の商品も不足し価格の上昇につながり、買回りに影響がでると予測できる。
		スーパー (人事)	・変わらないではなく、分からないというのが本音。円高の影響も気になる場所である。
		コンビニ (店長)	・主力商品はほぼ前年並みで推移している。年内は今の状態が続くのではないか。お客様の様子から買い控えや節約といった感じは伝わってこない。
		コンビニ (総務)	・地域景気の好況が期待できず、来店客数の回復が見込めない。
		コンビニ (商品担当)	・食品等の消費拡大への好材料が見当たらず、楽観的な構想を描きにくい。
		衣料品専門店 (経営者)	・気温の低い時期は、単価の高い冬物商材が順調に売れるため、非常に期待が持てる。しかし、客数が少し減っているのが気がかりで、売上は伸びないものと推測される。
		家電量販店 (店長)	・テレビの需要が見込めないため、ほとんど今と変わらないと推測される。
		家電量販店 (店員)	・秋冬モデルが出て、単価が上昇すると思われるが、機能面を落としてでも購入価格を抑える傾向が強く、今後も景気が良くなる要因が見出せない。
		家電量販店 (営業担当)	・年末にかけて、テレビの買換え需要はほとんどないと予想され、その他の商品でカバーできる見込みもない。その上、増税についての不安や食費にかかる出費増に対する懸念などから、買い控えが一層強くなるだろうと推測される。
		乗用車販売店 (従業員)	・年末にかけて、販売量が落ちると予想される。
		乗用車販売店 (営業担当)	・当社に限っては、新型車効果で多少の上向きが期待されるが、ユーザーの購買意欲は良いとは言えない、また、低価格車の販売台数が増えたことから、売上単価が低下している。
		観光型旅館 (経営者)	・2～3か月先の予約状況は、今と変わらず横ばい状態。忘年会の予約などもまずまず入っており、客筋にもよるが、良くもなく悪くもないと予想される。
		旅行代理店 (支店長)	・円高での海外旅行需要の回復が続いているが、タイの洪水や欧州の信用不安などの影響で、今後の海外旅行需要の低下が懸念される。
		通信会社 (企画)	・季節要因の他には大きな要因がなく、現状と変わらない。
		ゴルフ場 (従業員)	・全体的な予約の状況をみると、3か月先も、昨年より弱いような状況。今年度初めから、ずっと減少している状況が続いている。
		美容室 (経営者)	・客単価の減少傾向が続いており、消費意欲の低迷が懸念される。
		設計事務所 (所長)	・地域産業等の草の根レベルで、NPO法人など地道な動きはあるが、景気浮揚までは至らない。
	やや悪くなる	一般小売店〔酒類〕 (経営者)	・地場大手スーパーの大型店舗が近く開店予定のため。
		スーパー (財務担当)	・来年度からの増税、円高の長期化など構造的にマイナスに働く要因が控えており、年末消費にどのような影響を与えるか懸念している。
		スーパー (企画・営業担当)	・今冬は、節電、節約志向からエコ関連商品に期待している。年末年始も自粛ムードから家で過ごすケースを想定し、自家消費が増えることを期待する。しかし、景気自体は良い方向に向かっていくとは考えにくい。

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	
		衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災のための復興増税が予定されているため。	
		衣料品専門店（総務担当）	・若干の購買意欲の変化を感じるが、円高や増税など景気にマイナスになる要因ばかりで、顧客や取引先からは景気の良い話は聞かない。景気が回復する兆しはまだ感じられない。	
		乗用車販売店（従業員）	・タイの洪水で自動車部品の一部製品が生産できない状態。東日本大震災からようやく立ち直りかけた矢先のことで落胆している。先行き不透明である。	
		住関連専門店（経営者）	・東日本大震災や原発の影響で、買い控え傾向が続いており、耐久消費財はなかなか厳しい状態が続いている。	
		都市型ホテル（経営者）	・円高で、海外進出企業の収支は悪化するであろう。今の政府が増税を前面に出しており、このままでは景気は悪くなっていくものと推測される。	
		競艇場（職員）	・売上増が期待できそうな材料は見当たらず、よくて現状維持か、やや落ち込むのではないだろうか。	
悪くなる		一般小売店〔乾物〕（店員）	・とにかく売上が悪い。将来については、年金問題、増税、円高など、良い話が全くないので、景気対策をしっかりしてほしい。	
		一般小売店〔酒〕（販売担当）	・景気が良くなる要素が何一つない。	
		設計事務所（職員）	・被災地以外の地方には、補正予算による公共事業配分が見込めず、例年と比べても大幅な減収、減益は避けられない。当地域の業界に勝者はいない。雇用確保、生活維持が精一杯。	
企業動向関連	良くなる	パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・11月と12月は年間で一番売上が上昇する時期なので、今後は良くなる。	
	やや良くなる	一般機械器具製造業（経理担当）	・海外需要はエネルギーや資源関連を中心に引き続き増加が見込め、国内需要は機械の老朽化による買換えで回復が見込める。	
		建設業（総務担当）	・現在のところ、手持ち工事に若干余裕がでてきたので、今後、明らかな赤字受注は避けられる見込み。	
	変わらない	建設業（経営者）	・台風や大雨の災害復旧工事にかけるしかない状況である。	
		輸送業（経営者）	・社会に閉塞感が漂っており、良くならないように思われる。	
		不動産業（経営者）	・この半年間、異常に低調な状況で推移している。住宅需要、事業用案件とも、非常に厳しい状況が続いており、今後も同じような状況がみられると思う。最近是不動産の収益に関する物件の問い合わせが増えてきている。株価低迷、為替の状況等から、そのようなことがみられると推測される。	
		広告代理店（経営者）	・今後2～3か月の間に新規オープン等の案件も少なく、多くの得意先情報では依然として広告費削減の状況が見込まれる。また印刷費の値上げ等もあり、更なる価格競争が予想される。	
		公認会計士	・関与先企業の経営者の話では、今の現状では設備投資も控えざるを得ないと判断をしている企業が多い。不動産価格が低迷していることや、電力問題等が影響しているのではないかと推測される。3か月先の景気は今と変わらず、先行きは非常に不透明である。	
	やや悪くなる		食料品製造業（商品統括）	・円高要因に尽きる。
			木材木製品製造業（経営者）	・悪くなる要素ばかりが見受けられ、プラス要素は見当たらず、全く不透明である。
電気機械器具製造業（経営者）			・産業用のエンジニアリングをしているが、今は、景気が止まったように感じる。電子材料は非常に好調であったが、ここへ来て少しストップした感がする。LED等の電気材料の設備は一段落したかなという感じがしている。今後もそれが続くともっている。	
電気機械器具製造業（経理担当）			・欧州の信用不安に円高の影響が加わり、景気は悪化している。受注量の減少、価格の値下げ要望が今後さらに強まる見込みである。	
輸送業（営業）			・新規顧客から引き合いがあっても、景気低迷による売上不振等を理由に、他社の運賃を提示して、より低い運賃による受託や過剰な付帯サービスを要求してくる事例が後を絶たない。適正運賃を大幅に引き下げると経営を圧迫するばかりか、輸送品質を低下させるので、極力応じないようにしている。	
悪くなる		鉄鋼業（総務部長）	・円高影響により受注激減は避けられない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		輸送業（支店長）	・荷主のコストダウン要請に対する同業他社との競争が激化し、固定費ダウンを図って経営を維持するも、もはや限界に達している。
雇用 関連	良くなる やや良くなる	—	—
		人材派遣会社（営業）	・様々な年末商戦に備えて労働力が不足気味になるので、派遣の引き合いも徐々に増加する。また、パート、アルバイトの季節雇用も増えていくことが見込まれる。
		職業安定所（職員）	・12月中旬頃まで現在の雇用特需の状況が続くと考えられ、求人状況は良くなると思われる。
	変わらない	人材派遣会社（営業部長）	・求人案件数は堅調に推移しているが、求職者の動きが鈍く、今後もマッチングには苦勞する。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年末に向け消費は高まるとは思うが、ファンダメンタルは上向きになる材料が無い。東京や大阪など大都市圏の広告出稿は上向きで景気も戻って来ているようだが、地方にまで回ってくる材料が見つからない。
		職業安定所（職員）	・医療、福祉分野での求人意欲が活発になっているが、有資格者の絶対数が不足しているミスマッチ状態であり、雇用の増えとは考えられない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・求人数の増える見通しがない。特に、事務職の求人は前年度に比べて大幅に減少しており、供給過多の状態にある。
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・新卒採用により、人材派遣の需要が一時減少する可能性がある。
		求人情報誌（営業）	・県内の地場企業の業績は前年並みか下がっているところが多い。年末賞与にも反映され、商業も振るわないことが予想される。
		求人情報誌製作会社（従業員）	・例年同様、年末にかけて求人数が減少すると考えられる。
民間職業紹介機関（所長）		・好転材料がなかなか見えて来ない状況である。タイの洪水の影響を受ける業界もあり、11月、12月にかけて生産を調整しようとする企業も出てきている。	
	悪くなる	—	—

## 10. 九州（地域別調査機関：（財）九州経済調査協会）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連	良くなる	高級レストラン（専務）	・乗年にかけて今後も鹿児島、熊本、福岡へ人の流れが増える。売上も少しずつ上がっており、前年を上回って推移している。今後もこの状況が続く。
		一般レストラン（経営者）	・クリスマスや正月がくると、今まで金を使わなかった人たちが、今年に関しては金をたくさん使う。以前、火山の噴火の影響があったときもそうだったが、年末年始は応援しようとか、元気を出そうということで客は金をかなり使っていた様子があった。今年も景気が若干ではあるが良くなる。
		都市型ホテル（総支配人）	・東日本大震災の影響もなくなり、激減していた来客数も順調に伸びている。売上及び稼働率は前年を上回る結果となった。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・これから歳末商戦に入り、単価の高い衣料品が売れる時期であり、やや良くなる。
		商店街（代表者）	・40周年キャンペーンを催すため、客のリポートが期待できる。
		商店街（代表者）	・節電意識の高まりにより関連の家電製品の動きがよく、客からは購買意欲が感じられる。当社のインターネット販売の売上も伸びており、今後もこの状況が続く。
		一般小売店〔精肉〕（店員）	・これから鍋物商材の需要が増えてくるため、販売量が増える。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・最近では催し物や祝いの際に花の注文が入り始めた。これから2、3か月後は、正月もあり、徐々に売上は伸びる。
		百貨店（営業担当）	・客の様子をみると、買物に慎重な姿勢は変わらない。しかし、高額商品をクレジットポイントセールで購入する客や、いつもよりお得な友の会入会、特典付きのクレジット新規入会の申込が好調である。また、物産催事、文化催事への来店も増加しており、購買意欲が向上している様子がみえている。新幹線や航空機利用の観光客の来店も増加している。
		百貨店（販売促進担当）	・気温も低下し重衣料などの動きが良くなる。また、お歳暮、年末に向けて来客数は増える。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（総務担当）	・競合店が閉鎖し、当社の売上はやや良くなる。このトレンドが続く。
		家電量販店（総務担当）	・節電及び省エネ関連商品の伸びが期待できる。
		乗用車販売店（従業員）	・来年3月決算までの追い込みで、客の来店が多くなり、にぎわってくる。
		乗用車販売店（総務担当）	・年末に新型車の発売が開始となり、販売台数は伸びる。エコカー減税終了に伴う駆け込み需要も重なり、会社全体の売上、利益は共に前年比で増加する。
		乗用車販売店（販売担当）	・今回の新型車両は客にかなり受け入れられており、需要は当分続く。2、3か月先も今の好調を維持する。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・年末にかけてコーヒーの需要が年間で最も多くなる時期であり、今年もその傾向となる。年末のお歳暮商戦に向けてギフト商品をまとめ買いする傾向もあり、来客数も寒くなるにつれどんどん増えている。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・九州新幹線全線開業後、初の秋の行楽シーズンが始まり多くの観光客が見込めるため、景気はよくなる。
		その他飲食〔居酒屋〕（店長）	・県外客の流れは当地に目まぐるしい様子で増えている。それを引き留め、リピーターにするには、やはりアイデアや努力が必要である。また広い年代層をターゲットとする必要がある。
		旅行代理店（従業員）	・年末年始は海外を中心に前年を大きく上回っている。国内を含めてレジャー需要は回復している。
		通信会社（総務局）	・10月よりキャンペーンを開始し、年末に向け売上は伸長する。
		通信会社（業務担当）	・11月はスマートフォンの新商品の発売とキャンペーン開始で、販売数は更に増える。
		ゴルフ場（従業員）	・年末年始の予約の問い合わせが非常に多く、今は良い状況となっている。4年前の平成19年頃の入場者数に次いで盛り上がり、県外客が観光地を訪れ、観光地も地域自体も非常に盛り上がり、県外客が観光地を訪れ、観光地も地域自体も非常に盛り上がり、地域的に非常に有意義な時期を迎えている。これがずっと続くかどうかは不透明であり、リピーターを増やすよう現場はサービスに力を入れる。
		ゴルフ場（支配人）	・11月と12月前半まではゴルフのベストシーズンであり、大型コンペや忘年コンペが例年通り入っている。天気予報によると11月は雨の日が例年に比べて多く、マイナス要因となる。
		理容室（経営者）	・11、12月は年末に近づいてくるので、客の動きは今月とは違い少し良くなる。客単価もパーマやカラーをする客が増えるため、若干良くなる。
		美容室（店長）	・2、3か月先は年末年始となるので、例年通り、少しは良くなる。
住宅販売会社（代表）	・客の様子をみると、これから年末にかけて市場が動いていく。		
変わらない		商店街（代表者）	・1月の販売量は例年下がるが、現在、需要期にもかかわらず、物が動いていない。年配の方の購買力が非常に落ちていることを実感しており、厳しい状況が続く。
		商店街（代表者）	・円高が続いており、増税も懸念され、消費が非常に落ち込んでいる。客の様子をみる限り、年末商戦に向けても期待できない。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・これから3か月先は年末商戦に入る。当地はぼんかんの販売が中心となるが、その相場を占うみかんの価格が例年の半値位に暴落している。年末もかなり厳しい状況になる。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・年末に向けて例年であれば、必ず売上が増加する時期であるが、客の様子から今後の予測が全くつかない。
		百貨店（売場主任）	・ウォームビズはクールビズのように大きな需要を喚起するまでに、客に浸透していない。
		百貨店（売場担当）	・当店は9、10月と前年比107%前後で推移しているが、大型店の市況をみても悪くない。マイナス要因が見当たらず、このままの状況で推移する。
		百貨店（業務担当）	・秋冬物の動きが良いものの、年末にかけて所得環境が改善されるわけではないため、消費意欲が向上することは期待できない。

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
		百貨店（営業企画担当）	・市場環境の改善する要因が見当たらない。世界的な不況や増税、年金開始期間の繰上げなどの話題で、消費環境は厳しい状態が続く。
		百貨店（企画）	・円高等、消費を取り巻く環境が相変わらず厳しいなかで、急激に好転する要素がない。現状のトレンドで推移する。
		スーパー（経営者）	・TPP等の諸問題や東日本大震災の復興の目処が立たないため、先行きに不安感がある。消費動向は改善しないまま推移する。
		スーパー（店長）	・今後お歳暮ギフトやクリスマス、年末年始など社会行事関連が続くが、今の社会状況のなかでは所得環境は変わらず、購買意欲向上にはあまり期待できない。
		スーパー（店長）	・気温に左右されるところが非常に多いが、気温が低くなる状況もなく、今のところ伸びる要素が見当たらない。
		スーパー（店長）	・東日本大震災直後の半年前に比べると回復基調にあるが、現在報道されている増税問題や円高問題により消費を取り巻く環境は改善されない。また、電力の供給力不足から冬の暖房費を懸念する声もあり、多くの不透明な問題がある。そういった不安が今後の消費に大きく影響する。
		スーパー（総務担当）	・夏場ほど節電関連商品の動きには期待できず、ヒット商品となるような商品が今のところ見当たらない。
		スーパー（経理担当）	・消費者の節約志向は東日本大震災から一巡する春頃まで続く。
		コンビニ（経営者）	・客の様子をみても、今後明るくなる材料が見受けられない。
		衣料品専門店（店長）	・客の買物単価をみると、低単価の商品は売れず、割と単価が高い商品が売れている。婦人服の場合、低単価の商品は大型店で購入し、商品説明や自分に似合うかどうかなど接客が必要な物は単価が高くて個店で購入するといったように、購入店舗を分けている。
		衣料品専門店（店員）	・新規の客を獲得できない期間が長く続いており、売上が上向き様子がみられない。今後も厳しい状況が続く。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・相変わらずの円高傾向が続き、さらに、タイの洪水で日本企業が大打撃を受けており、景気回復の望みは薄い。客の様子をみても、厳しい状況が続く。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・増税懸念などの先行き不安から、身近な物への節約志向がみられる。書店では、雑誌の販売数が落ちている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・今年の灯油の小売価格は、前年と比較して大きな変化はない。仮に寒波が早く訪れれば、灯油販売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）	・消費者は先行き不安があり、消費に力強さが感じられない。衣料品はやや上向き傾向にあるが、単価については、いまだ下落傾向にあり、今後もこの傾向は続く。
		高級レストラン（経営者）	・11、12月は忘年会等が集中してくるため、繁忙期となる。今より来客数は伸びるが、例年に比べると予約の入り具合が遅い。
		スナック（経営者）	・街自体が閑散としており、客の様子からも良くなる要素を感じられない。
		観光ホテル（総務担当）	・東日本大震災の影響が薄れ、10月の好調さがしばらく持続する。
		都市型ホテル（スタッフ）	・レストラン及び一般宴会の予約状況は前年並みで推移しているが、宿泊部門は依然として動きが鈍く、前年比90%の予約状況である。
		旅行代理店（企画）	・回復需要も一巡し、通常の営業状況に落ち着く。
		タクシー運転手	・来月の予約状況は大変良く、行楽シーズンの予約客が良く動いている。ただ、夜の客は大変少ない。一方で、同業大手の会社が他社に客を回すということもあり、先行きは不透明である。
		タクシー運転手	・ゴルフ、観光の時期であるが、タクシーの予約が少なく、客の増加が期待できない。
		通信会社（企画担当）	・競合他社との一時の強力な拡大販売競争が下火となりつつあり、需要の掘り起こしの勢いが低調となる。
		テーマパーク（職員）	・11月のスポーツキャンプやゴルフトーナメント、新しいレストランのオープンなど話題は多いが、10～12月でみても、厳しい状況は続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		美容室（経営者）	・年末年始は美容業界も非常に活気を呈する時であるが、昨今のお宮参りでもカジュアルなスタイルで行く傾向により、美容室の利用が減少している。年末年始の活況のある時期も普通の時期と少しも変わらない。
		設計事務所（所長）	・この仕事は話が出てから3か月から半年後に結論が出る。現状ずっと良くない状態が続いているため、悪いまま推移する。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・客からは景気が好転する要因よりも、悪化する要因を聞く機会が多い。厳しい状況が続く。
		百貨店（総務担当）	・年末商戦を迎えるにあたって、明るい見通しが全くないため、個人、法人とも支出を抑えようとする傾向が続く。
		百貨店（営業担当）	・当地では口蹄疫以降、回復の兆しがみられず、外商に関しては、昨今の不安定な経済情勢のなか、高額商品の動きが非常に鈍くなっている。高価商品、一般商品共に見通しは非常に厳しい。
		百貨店（営業担当）	・歳末商戦は客の層が厚くなり、売上のボリュームは大きくなる。しかしそのボリュームは、12月は前年に比べてかなり落ちると見込まれ、11、12月の歳末は非常に厳しい商戦を強いられる。
		スーパー（店長）	・依然として厳しい状況が続くなか、競合店の出店計画があり、店舗周りの競争は今以上に厳しくなる。
		スーパー（店長）	・天候条件などで単価が上がると途端に買い控えが発生する。客の表情も以前に比べて明るくない。購入時に安全、安心という言葉もよく聞かれる。全体的に購入に慎重な姿勢がうかがえる。
		スーパー（店長）	・今と変わらない状況で推移する。米は単価が高くなっても売れているが、落ち着いている。生鮮食料品の状況を見ると、青果の相場が上がっているが、売上は変わっておらず、少し厳しい状況となっている。一般食品、乾き物商品は値上げし、客単価は上がって推移している。全体では、前年並みで推移している。
		スーパー（総務担当）	・東日本大震災の復興に向けた財源を増税でまかなうことが濃厚となっており、消費マインドの悪化懸念、節約ムードなど、消費行動への更なるブレーキが懸念される。生き残りをかけたし烈な競争が企業体力を更に消耗しかねず、先行きは不透明である。
		コンビニ（エリア担当）	・景気は浮揚することなく、競合店出店を含めて厳しい状況が今後も続く。
		コンビニ（エリア担当・店長）	・ここきて、東日本大震災の影響が少しずつ出ている。年末年始に向けての予約やクリスマスケーキ等の季節商品があまり売れていない。
		コンビニ（販売促進担当）	・歳末商戦のなかで、小麦粉や卵、イチゴ、タイの洪水による砂糖の価格上昇が懸念される。客の様子から販売が前年より伸びるかも疑問であり、先行きは少し悪くなる。
		自動車備品販売店（従業員）	・タイの洪水の影響でカーオーディオメーカーの生産に大きな影響を及ぼし、商品は12月出荷及び納期未定等が発生している。
		住関連専門店（経営者）	・円高による国内産業への打撃や、TPP加盟の問題等の農業生産者の不安、節約傾向の高まりにより、買い控えが発生している。景気が回復する兆しがみられない。
		住関連専門店（店長）	・今年は暖かい日が続いており、冬物の販売量が軒並み前年を割っている。景気自体は悪くないが、小売業にとってこういった異常気象は非常に問題で、暖冬になればなるほど売上は落ちていく。
		高級レストラン（社長）	・10月は祭りがあったのでたまたま良かったが、この先どうなるか不透明である。
		都市型ホテル（副支配人）	・今後もインバウンドの動きが非常に悪い。特に円高が浸透してきて、外国人の宿泊が全くないと言っていいほど少なくなっている。
		タクシー運転手	・歓楽街の飲食店で閉鎖する店が結構出てきている。このような状況は今後も続く。
		競輪場（職員）	・東日本大震災や福島第一原子力発電所問題の対応の遅れが影響し、来場者数は減少する。
		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）	・季節的要因により毎年、入院やキャンセルが発生し、利用者が減少する時期である。来年4月の介護報酬改定の動向が明確でなく、利用者負担の増加も想定せざるを得ない。

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	
		音楽教室（管理担当）	・稽古ごとは家庭の収入の中から絶対必要なものではないため、収入が減ることで一番最初に削られる部分である。教育のなかでも音楽教育というのは趣味、趣向の部分に入るため、世の中の経済が悪くなると大変厳しくなる。今後も厳しい状況が続く。	
		設計事務所（代表）	・将来の増税や住宅用の各種補助金の終了に伴い、受注が減る。	
		住宅販売会社（従業員）	・東日本大震災の復興計画も落ち着かない。また、福島第一原子力発電所の再開に目処が立っておらず、電気料金関係で燃料費が上がることや事業計画が立ちにくく、景気は低迷する。世界的にも自然災害による自動車工場の閉鎖などがあり、景気は悪くなる。	
	悪くなる	スーパー（業務担当）	・TPPへの加盟が決まれば、生鮮関係を始めとして食品や日用品の価格は概ね上昇傾向となり、生産者は利幅確保のため現状よりも仕入れ原価を高く設定する。大量販売をするスーパーやディスカウントはエブリデーロープライス政策が有名無実化してしまい、プライベートブランド以外に勝負できる商品群が減少する。結果として、販売数量は更に低下する。	
		スーパー（売場担当）	・年末にかけて、いろいろな商品が例年に比べて欠品している。東日本大震災や猛暑の影響が大きい。	
		衣料品専門店（店長）	・アーケード撤去工事がいよいよ本格化するため、商店街への来街者数が減少し、売上も減少する。	
		家電量販店（店員）	・景気が良くなる材料は一切ない。TPPの問題、増税の問題、年金支給開始年齢の問題、さらに追い打ちをかけるタイの洪水等、ここ半年はかなり厳しい状況が続く。	
		乗用車販売店（代表）	・客の様子や経済状況を見る限り、良くなるような要因が見当たらない。	
	企業動向関連	良くなる	一般機械器具製造業（経営者）	・タイの洪水の特需により引き合いが始まっており、来年半ばまで忙しくなる。
		やや良くなる	農林水産業（経営者）	・11月は原料不足で少し厳しいかもしれないが、12月は年末特需でメーカー向けや居酒屋、量販店の納品に大いに期待できる。1月は例年厳しいが、来年は今の現状からすると冷凍食品メーカー向けの引き合いが強くなる。前年のような鳥インフルエンザ等の外的要因がなければ良くなる。
食料品製造業（経営者）			・お歳暮商戦に入り、今後2か月間は例年通り販売量が増加する。	
金融業（営業担当）			・建設業の中小企業は、年末から年度末にかけて受注が増えている。資金自体は動き始め、受注代金引当の運転資金借入需要もでてきている。	
変わらない		農林水産業（従業者）	・食肉関係は非常に厳しい状況である。しばらくは景気が低迷した厳しい状況が続く。	
		食料品製造業（経営者）	・原料が不作気味であるが、潤沢に確保さえできれば、受注は引き続き増加傾向で推移する。	
		食料品製造業（経営者）	・今月の業績は前年と比較して、大幅に改善されている。ただ納入先の来月以降の予約状況はいまだ芳しくなく、直前にならないと分らないとのことである。ただ売上は徐々にではあるが、増加傾向にあり、現在のところマイナス要因は見当たらない。	
		家具製造業（従業員）	・輸入家具は円高の影響で価格を安くできるが、価格を下げてもなかなか売れない状況である。価格の問題ではなく、低迷している景気のなかで家具の購買意欲がなくなっている。優先順位の高い物から消費し、家具などのインテリア商品に回す予算は削られている。	
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・東日本大震災の影響を受け、各自自治体でもハザードマップを作成する動きが早くなっている。しかし今から仕様確定及び予算確保となるため、ここ2～3か月の間の動きとしてはあまり変わらない。	
		金属製品製造業（企画担当）	・東日本大震災の影響により、遅れていた役所の発注が動き出している。今年度一杯この動きが続く。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・景気そのものは非常に不透明な状況にあり、これから良くなるか悪くなるかははっきり答えが出るような状況ではない。非常に不透明な状況でどちらとも言い難い。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・今製造している半導体関係は、社会に必要な物のひとつであるため動きが良い。ただ、景気の状況が良くならないと受注に結び付かない物も多い。大変厳しいが、じっと耐えるしか方法はない。	

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
		輸送業（総務）	・年末に向けて少しは好転する可能性はあるが、前年を上回る程の状況ではない。
		輸送業（総務担当）	・当社が預かる貨物をみる限り、大きな変化はない。
		通信業（職員）	・現時点では受注量、利益共に大きく変化する要因がない。
		金融業（調査担当）	・企業の倒産件数は若干増えているが、心配する程でない。また、設備投資等の資金需要も特段変化がないことから、景気は変わらない。
		新聞社（広告）（担当者）	・九州新幹線の全線開業に向けたトピックが豊富であった前年と比べると、広告出稿に結びつくトピックスに乏しい状況である。通販広告がベースになるのは変わらない。
		広告代理店（従業員）	・今のところいい材料も悪い材料も見当たらない。
		広告代理店（従業員）	・新聞折込枚数は前年比93%と回復の兆しがない。特にパチンコ業界の自主規制による広告出稿の減少が大きく影響している。流通業や通信販売、不動産も不調業種に数えられ、目立った好調業種がないのが低迷の原因となっている。
		経営コンサルタント	・現在、内向きな傾向が非常に強く、新しいことを始めようという動きがあまりみられない。それが現在の厳しい状況につながっており、今後もこの状況が続く。
	経営コンサルタント（代表取締役）	・取引先から聞く業況見通し及び自社の受注見通し双方について、大きく変動する兆候がみられない。	
	やや悪くなる	窯業・土石製品製造業（経営者）	・一番の需要期である9、10月が悪い状態であり、今後、年末にかけては落ち込みはまたひどくなるのではないかと心配している。市場関係も狭くなっており、また新製品、開けた市場もなかなかつかみにくい状態である。
		鉄鋼業（経営者）	・九州地区の建設需要は、建築を中心に4月から連続して前年を上回っており、数字の上では回復しているようにみえるが、全く実感に乏しい。足元では急速な円高や世界経済の失速等、景気浮揚の材料は全くなく、ただでさえ冷え込んでいる内需に追い打ちをかける状況となっている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車関連の東日本大震災の影響は一段落したが、タイの洪水等で風向きが変わってきた。国内生産向けの部品調達に困難になれば、国内生産はストップする。ただ、国内で部品調達に結び付けば忙しくなる可能性もある。
		精密機械器具製造業（従業員）	・取引先からの受注状況が低調のままで、今後の生産計画も若干減少している。今後は現状より悪化することが予想される。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・得意先の生産数の減少及びタイの洪水の影響が出てくるため、悪くなる。
建設業（従業員）		・受注競争の激化により、売上が抑えられ、利益確保が大変厳しいなか、景気は悪化する。また民間の設備投資も景気の先行きが不透明であるため、個人消費が低迷し、景気は悪くなる。	
建設業（社員）		・現在でも下請の見積提出に7、8社が競争している。2、3か月後には、今より厳しくなっている。10、11月に完成する工事も多い。	
輸送業（従業員）		・製紙業界では来年から大幅な人員削減が始まる。包材関係は公共事業の出資等が減っており、先行きに明るさがない。食料品等についてはある程度堅調に推移するが、全体的に大幅な伸びは期待できない。	
不動産業（従業員）		・観光業の予約状況が年末にかけて低調に推移しており、今後は不透明な状況が続く。	
その他サービス業【物品リース】（役員）		・取引先である半導体関連等の大手企業は、設備投資意欲があり、好調に推移している。しかし全体的には、円高の影響や景気対策の終了等から延滞等含め失速しており、当面この動きは継続する。	
悪くなる	その他サービス業【設計事務所】（代表取締役）	・これまで国や県の失業対策の緊急雇用事業で委託業務があったが、来年度から、その事業がなくなるため、発注する業務自体が減少する可能性がある。このため、建設コンサルタントや調査会社等は受注する業務が少なくなり、経営的に厳しくなる恐れがある。	
雇用関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・年末年始に向かいイベント関係の動きが見込まれる。春に東日本大震災で自粛した分を秋から冬にずらして実施する企業もある。
		人材派遣会社（社員）	・年末年始の需要で既に注文がある。前年と同じような条件で注文があるため、特に悪くはならない。

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
		人材派遣会社（社員）	・受注動向をみると、下半期は、東日本大震災によるキャンセルからの巻き返しが期待される。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・新車販売が回復傾向にあり、ディーラーの営業活動も戻りつつあることから、メーカーの求人は継続する。ただし、タイの洪水の影響が不安材料である。
		民間職業紹介機関（職員）	・先月からサービス業に加え、金融、製造業からの正社員求人が徐々にではあるが、増加傾向にある。また年末に向け派遣の需要も増加している。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・企業との話のなかで、前向きな経営方針を立てている割合が以前より増えてきている。九州が地政学的な優位にあるからかもしれないが、採用ニーズは今後増加する。
	変わらない	求人情報誌製作会社（編集者）	・小売業、飲食業等は人手を抑えて、ギリギリの陣容で店を回している。人材の確保が容易ではなくなっているため、中小企業には厳しい状況が依然続く。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・製造業は円高の影響を受けるが、流通やサービス業でのアルバイト求人や新聞の折込チラシの状況は良い。
		職業安定所（所長）	・求人数は9月に急増したため、先月を7%程下回る動きであるが、今後も比較的安定した求人の動きとなる。
		職業安定所（職員）	・個人消費の低迷や円高、デフレ懸念等国内外の景気が先行き不透明であるものの、好調に推移している。ただし、新規求人数の増加に歯止めがかかりつつある。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は14か月連続で前年比増加で推移しており、現在のところ改善している。ただ、円高等不安要素もあり、先行きが不透明な状況である。
		職業安定所（職員）	・欧州の信用不安、超円高基調が続いていること等から不安定要素はあるものの、当分の間は企業の採用意欲は高い傾向を示している。
職業安定所（職員）		・有効求職者数がこのところ高止まりしており、景気の先行きは不透明である。しばらくはこの傾向が続く。	
民間職業紹介機関（社員）		・年末年始を迎え、イベントの派遣需要が増加しているが、長期的な人材需要は増加していない。労働者派遣法の改正、円高の進行の行方によっては、人材需要が派遣から委託の方向へ変化する可能性がある。	
やや悪くなる	○	○	
悪くなる	民間職業紹介機関（支店長）	・人材派遣契約満了後の延長がなく、欠員補充や繁忙増員もない。派遣社員採用の手控えや数人の正社員採用のみ等、労働力市場の需要は低迷している。円高や金融不安等で社会情勢もプラス材料はなく、中間決算で通期の業績は前年割れが確実となっている。今後も厳しい状況が続く。	

## 11. 沖縄（地域別調査機関：（財）南西地域産業活性化センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向 関連	良くなる	－	－
	やや良くなる	コンビニ（経営者）	・有名な居酒屋の出店計画があり、工事と新規オープンで来客数の増加が見込まれる。
		通信会社（店長）	・現在は競合他社の影響で下降気味だが、年末より他社への対抗策も出ると予想されるので、持ち直す見込みである。
		通信会社（サービス担当）	・新機種が導入され、また人気端末の取扱いが増えて、新規顧客が取り込めそうである。
		観光名所（職員）	・予約数の増加が好影響を与える。
	ゴルフ場（経営者）	・今月は単価を上げる策が上手くいっており、単価の高い本土からのゴルフ客が前年の2倍以上ある。そのため、今後2、3か月は今月よりも良くなると見込む。しかし、他のゴルフ場が従来と同じように利用人数だけを追い求めると、単価は下がる一方で、改善しないのではないかと懸念もあ	
変わらない	百貨店（営業企画）	・衣料品を中心に、改装効果による前年超えは確実となるが、年末に向けた商品確保がどれだけできるかがポイントとなる。	
	スーパー（企画担当）	・既存店ベースでは8～10月はほぼ前年並みに推移しており、今後2～3か月も同様のペースで推移すると予想される。	
	コンビニ（エリア担当）	・前年は12月ごろからたばこの売上増が目立ったため、11月までは前年を上回る売上があると思われる。しかし観光客も減少傾向で、競合出店も目立ち個店の絶対客数の確保が不安定なため、収益は前年を下回る可能性が高い。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（エリア担当）	・県内経済は上ブレも下ブレも無く推移すると判断する。修学旅行生の増加により多少観光収入増は見込めるが、大きな影響は無い。
		衣料品専門店（経営者）	・売上も前年からあまり変わらず推移しているなど、市場全体が縮小しているように感じられるなか、全体を見回してみても、あまり先行きの良い材料が見当たらない。
		その他専門店〔楽器〕（経営者）	・年末にかけて、修学旅行などがあるため、観光客はやや持ち直す感はある。目抜き通り等もイベントで活気が出てきており、通りに面している店舗は少しずつ震災前の状況に持ち直しつつあると関係者から聞いている。しかし一方で、先行きのマイナス材料として、購入者数、購入金額がずっと前年割れしたままの現状がある。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・ここ3か月の推移を見ると、販売量自体は年末に向け上昇すると思われるが、前年比ではさほど上がるとは見込めない。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・今後の見込みとしては、予約受注状況からみて大きく変わらないと予測できる。ただ年末年始に関しては、円高傾向が非常に強く海外のリゾート地との方面競合が予測されるため、稼ぎ時である年末年始の予約受注が見えない状況である。
	やや悪くなる	スーパー（販売企画担当）	・今月は単価が少し上昇し売上は若干回復しているが、来客数の減少などを考えると2、3か月先の景気は、まだまだ不安である。
悪くなる	商店街（代表者）	・街も部分的には少し持ち直しているように感じられるが、やはり全体的に消費は落ち込んでいるようで、各個店は大変危機感を抱いている。	
	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・近くに本土の大手飲食店が開店する予定であり、客の奪い合いになった場合、中小店はかなり厳しい営業を強いられる。	
企業動向関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	建設業（経営者）	・引き合い件数の増加が、今後の業績に好影響を与える。
		通信業（営業担当）	・本土企業の話だと、東京では仕事が出てきている。沖縄側での人材の質と量の確保が今後の課題である、との話をよく聞く。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・今後の大型工事の案件が無く、生産、出荷は横ばいの見通しである。
		輸送業（代表者）	・東日本大震災の影響や、高水準で変動が激しい燃料価格問題等不安材料が多いが、当面は好調を維持するものと見込む。
		広告代理店（営業担当）	・県内企業の一部は売上高が多少上がってきた企業もあるが、その多くは収益率が厳しい状況にあるため、販売促進活動への積極的投資につながらない。
		会計事務所（所長）	・しばらくは先行き不透明感が強く、まだ民間の自力のみでは回復は難しい。
	やや悪くなる	コピーサービス業（営業担当）	・東日本大震災の影響が、まだまだ続くと予測する。
		食料品製造業（管理部門）	・競合他社との競争が激化し、マイナスの影響を受ける。
		輸送業（営業担当）	・観光客数が円高の影響で伸び悩むと推測され、今後の県内の流通業の消費減が予測される。
悪くなる	—	—	
雇用関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・最近では短期派遣より、長期の依頼が増えているため、安定して売上、利益につながる。契約終了もあるが、それ以上に依頼があるため、大幅な伸長ではないが、しばらくは確実に維持、伸びていけると見込む。
		職業安定所（職員）	・観光業を中心とした業況の回復が予想される。
	変わらない	人材派遣会社（総務担当）	・円高の状況が続いており、企業の景気に対する不安要素が強いため、派遣期間の更新よりも終了が多くなってきている。
	やや悪くなる	—	—
悪くなる	—	—	