

・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 (北海道)	良くなる やや良くなる	○	○
		家電量販店（地区統括部長）	・アナログ放送の終了にともなう特需の反動は、今月がピークであるため、今後は徐々に上向きに推移する。
		自動車備品販売店（店長）	・新車販売が伸びているなかで、純正スタッドレスタイヤの販売が伸びていないため、今後の量販店での購入が見込まれる。
		高級レストラン（スタッフ）	・現在の予約状況が良好なため、これから夏休みに入っても、同様に宿泊客の増える傾向が続く。
		観光型ホテル（スタッフ）	・前年に東日本大震災の影響で控えていた大会やツアーの催行、中国本土からのチャーター便の増加がプラスに作用する。
		旅行代理店（従業員）	・9月までは東京便の航空機の大型化による供給座席数の増加により、インバウンド、アウトバウンドともに旅客数の増加が見込まれる。
		タクシー運転手	・夏休みに入り観光客などの入込に期待したい。暑い日が続くと、タクシーに乗ってもらえる回数が増えるため、2～3か月先はやや良くなる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・9月以降は航空運賃の割引率が大きくなることから、ツアー需要が増加する。
		住宅販売会社（経営者）	・為替の修正、株式市場の回復等が見込まれるため、少しは良くなる。
	住宅販売会社（従業員）	・消費税の増税が可決されることになれば、2014年3月までに引き渡しできる物件については、確実に駆け込み需要が発生する。分譲マンションの場合は、客が欲しい場所で販売物件をすぐには買えるとは限らないため、早めに購入することになり、増税が決まったら、すぐに駆け込み需要が発生するとみられる。	
	変わらない	商店街（代表者）	・暑い日が秋まで続きそうなことから、秋物の販売が後手になり、秋物の値下げが始まる時期まで横ばいで推移する。
		商店街（代表者）	・客の反応は以前と変わらない。将来的にもこの状態が続く。
		百貨店（売場主任）	・3か月の長期予報で、秋は気温、雨量とも平年並みとなっていることから、秋物の動きが前年より良くなる。
		百貨店（売場主任）	・買上客数のダウン傾向が続いている。
		百貨店（販売促進担当）	・国内外からの旅行客数が増えるという報道があるが、観光地への集客は感じられるものの、市内中心部への集客が弱い。
		百貨店（役員）	・東日本大震災の影響はほとんどなくなり、観光客の入込もかなり戻った感があるため、お金の流れが全体に広がることを期待している。
		スーパー（店長）	・極端な特売目玉について、客が価格に慣れたせいか殺到しなくなり、集客力が落ちてきた。現状から変わらない今の沈滞ムードを払しょくする手だてを模索している。
		スーパー（役員）	・全般的な印象であるが、生活保護費、年金支給、各業界の給料日など、月間の山が5回ほどあるが、支給日当日か翌日の売上は向上するものの、それ以外の一般日の売上は厳しい状況にある。貯蓄のような将来不安からの消費行動ではなく、現状が厳しいことの表れとみられる。
		スーパー（役員）	・計画停電が報道されているためか、外出を控えて近場で買物をする傾向が強くなっている。今後も計画停電の対象期間が続くことから、ますます外出を控える傾向が強くなる。
衣料品専門店（店員）		・消費税の増税問題や計画停電などの影響により、消費動向に節約ムードがある。	
家電量販店（経営者）	・良くなる見通しがなく、中小企業への景気対策が望まれる。		
家電量販店（店員）	・8月も暑さが続けば白物家電の動きが少しは期待できる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（経営者）	・新車の受注は新型車の投入やエコカー補助金の効果等により前年を上回っている。そのため、新車の販売台数も当面は東日本大震災前の水準を維持できる。
		乗用車販売店（従業員）	・新しい車種が発表されたが盛り上がり欠けており、新型だからといって需要が集中するような反応もみられない。
		乗用車販売店（営業担当）	・秋にかけて新型車の投入による上昇を期待したいが、エコカー補助金の予算切れの影響も若干出てくるため、現状維持で推移する。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・自動車用燃料の販売量は引き続き大幅に減少している。
		高級レストラン（経営者）	・景気が上向いていく要素がない。節電の影響で入居しているビルがクーラーを高い温度設定にしているため、客からの苦情が多く、来客数が減ることを懸念している。
		高級レストラン（スタッフ）	・東日本大震災のあった前年の夏よりも、観光客の活気はあると感じるが、今夏は道民も旅行やレジャーに出かける予定が多いのか、地元客の予約が乏しく、飲食業界では不況の風が吹きっぱなしである。
		観光型ホテル（経営者）	・3か月先までの先行予約状況は前年を上回っているが、夏のボーナス減や過度な円高など、経済環境の悪化が懸念されるため、プラスマイナスゼロで推移する。
		旅行代理店（従業員）	・秋以降の受注は増えてきているが、6月以降、直近の販売に最後の伸びが足りない状況が続いている。
		旅行代理店（従業員）	・8月の先行受注状況を見ると、国内旅行が前年比86.4%、海外旅行が前年比142.6%となっており、全体的に夏の旅行は8月に集中している。一方で、9月は国内旅行が前年比98.0%、海外旅行が前年比67.6%となっており、平均すると今月の景気と状況は変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・下期は前年比84%、年間では前年比99.8%と動きが平行している。
		タクシー運転手	・6～7月のタクシーの利用状況や売上から判断して、これからタクシーの売上が増収になるとは思えない。
		タクシー運転手	・経済の下方修正もみられるなかで、夏の電力需要に対する警戒感、それにともなった各企業の縮小傾向等がみられるため、この先においても状況は変わらない。これから、秋口、冬口に向けてどうなるのか心配がある。
		タクシー運転手	・問い合わせやオーダーの受注状況から、景気が上向きになるような要素が思い当たらない。注文数も前年並みで推移している。
		通信会社（企画担当）	・他社との競合状態が現状のまま継続する。
		観光名所（従業員）	・前年の夏から秋にかけては、本州方面、特に首都圏から北海道に避暑や計画停電を避けるという観光動向が強かったが、今年は北海道も電力不足が懸念されているため、観光動向の面からマイナスの影響がある。ただ、9月以降、台湾からの航空便が定期便となることからプラスの影響もあり、全体としてはほぼ変わらない。
		観光名所（職員）	・節電の影響から、北海道を訪れる国内観光客は増加傾向になるが、依然として東南アジアからの来場者が期待できない。
		美容室（経営者）	・上昇又は下降する大きな要因が見当たらない状況であるため、当分は現状維持の状況が続く。
		美容室（経営者）	・ずっと不景気が続いており、景気が良くなるような予想ができない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・修学旅行等を除き、一般観光客は中心部に足を運ばない時期であるため、観光客限定の業種においては売上の増加は見込めない。また、当商店街の最大イベント後であり、地元客に対する集客イベント等も歩行者天国以外はほとんど行われないため、全体として売上は増加しない。
		商店街（代表者）	・北海道自体の観光の状況が悪いなか、計画停電の影響もあり、7月こそ避暑地として観光客が入りそうだが、3か月後はやや悪くなる。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・気温差が異常であることや、節電の声で消費に影を落としている。政府の今の状況に不満が出ており、円高への不安を考えると、今より良くなると思えない材料が多過ぎる。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・今月の売上の低迷ぶりをみると、今後2～3か月は厳しい期間が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（販売促進担当）	・秋から冬へ向かうにつれて、北海道では冬の節電問題が出てくることになる。夏以上に節電、節約への関心が高まることは必至であり、商況が好転するとは考え難い。
		スーパー（企画担当）	・節電の夏ということもあり、冷蔵庫の在庫をあまり持ちたたくないという消費者心理の表れか、客の節約ムードが漂っており、足元の来客数、買上点数ともに状況はあまり良くない。
		コンビニ（エリア担当）	・国会での増税論議があるなかで、小売の消費が回復することは難しい。また、大手を含めて安売り競争が継続しており、単価が上昇することも難しい。
		コンビニ（エリア担当）	・気温が上昇しても、過去のように来客数が大きく増加しない。節電の取組から、節約志向が強まっているためか、夜間の来客数が減少傾向にある。
		コンビニ（エリア担当）	・夏の繁忙期に入っているが、今一つ景気が悪く、今後もこの動きが継続する。
		乗用車販売店（従業員）	・取引先や客の様子から先行きに期待が持てない。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金の終了にともない、販売量が減少する。
		その他専門店〔造花〕（店長）	・今後の消費税の増税問題や政治不安のため、購買意欲の衰退が想定される。
	悪くなる	その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・イベントを行っても顧客に響いていないようであり、今後、更に不況感が強まる。
企業 動向 関連 (北海道)	良くなる やや良くなる	—	—
		建設業（経営者）	・官民、土木建築ともに受注が進み工事の稼働が最盛期を迎える。ただし、東日本大震災の復旧復興需要の影響で、人手、資機材の不足や単価の高騰が予想されるため、工期や収益の面で厳しい状況になることが心配される。
	変わらない	輸送業（営業担当）	・いまだに北関東では原発の風評被害があることで、北海道産野菜の出荷が順調であるほか、道内乳業メーカーの産地パック牛乳の本州向け出荷も好調である。農産物の作況もほぼ前年並みに回復している。
		輸送業（支店長）	・震災復興関連の貨物はいまだに本格的な動きとはなっていないが、引き合い案件は確実に増えている。下期からの具体化に期待している。
		通信業（営業担当）	・当社の需要層の投資意欲の回復を如実に感じており、この先の身の回りの景況感としては、これまでよりは少し明るさを感じる。
		コピーサービス業（従業員）	・少しずつではあるが、金額の大きな案件も増えてきており、それと同時に売上も増えてきている。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・作物の生育が回復していることにより、農業の繁忙が見込める。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・鉄骨加工の仕事量は年内一杯分が確保されている。受注単価の底上げに期待したい。
		食料品製造業（役員）	・2～3か月先についても、今と変わらない受注状況が続く。
		家具製造業（経営者）	・外的な経済要因が悪影響を及ぼし続ける。
	出版・印刷・同関連産業（従業員）	・良くなる要素がない。	
	金属製品製造業（役員）	・建築着工件数及び申請件数が増えていない。	
	金融業（企画担当）	・エコカー補助金の打切りで乗用車販売の反動減が懸念される。しかしながら、観光関連は東日本大震災の影響を脱し、個人客の増加が期待できる。建設関連では復興需要がみられることになる。	
	広告代理店（従業員）	・消費が回復する要素が見当たらない。	
司法書士	・建築関連、特に個人住宅の建築状況が、今一つ低迷しているなかで、今後の動向としては若干の上昇傾向になる。		
司法書士	・駆け込み需要を狙ってマンション等の建設が増加するのではとの見方があるが、その需給関係が終了した後の反動を考えると、一時的な景気上昇はあるものの、全体的な景気回復には至らず、その後の反動の方が大きくなるとの見方もあるため、景気は変化がない。		
やや悪くなる	食料品製造業（団体役員）	・電気料金の値上げや予定される最低賃金の引上げ、消費税の増税問題など、先行きへの懸念材料が増すばかりであり、景況感は悪化する。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		建設業（従業員）	・大型建築工事の発注が一段落し、今後の着工予定の案件も少ないため、建設業界の総量を埋めるような見直しにはほど遠い。
	悪くなる	その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・新規案件が全くといっていいほど出てこないにもかかわらず、継続案件で打切りになるものが次々として出てきており、全体の受注量が急減している。
雇用 関連 (北海道)	良くなる	—	—
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・建設、建築系業種も道内の需要増により伸びてきており、まだまだこの上向き傾向は続く。
		職業安定所（職員）	・6月の有効求人倍率は0.51倍と前年を0.11ポイント上回った。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・IT関連の専門性の高い求人は今後も継続して増加傾向にある。また、経理や営業なども高いスキルの求人は継続して存在しているが、求めるスキルに見合う人材が少なく、ミスマッチの状況がしばらく続く。求人は増加傾向でも企業の業績は決して良いとは言えず、景気は横ばいで推移する。
		人材派遣会社（社員）	・良くなる要素が感じられない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・土木建設関連の求人が微減傾向にあり、農畜産とともに地域を支える産業に陰りが見え始めている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今月のような外部要因による好況は、9月ごろには一山を越えるとみられるが、10月に入っても農作物の作況次第で雇用環境は維持される。
		職業安定所（職員）	・有効求人倍率は25か月連続して前年を上回っているが、依然として低い水準で推移しており、厳しい雇用環境が続いている。
		職業安定所（職員）	・フルタイムの新規求人が増えない状況のなかで、パートの仕事を掛け持ちするダブルワークの働き方もみられる。最低並みの時間給と雇用期間の定めのあるパート求人が増えていることは、事業主にとっても先行きへの不安定感が大きいものとみられるため、両者の動きからも景気が良くなるという実感はない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・変動要素がない。
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社（編集者）	・1～2年前と比べて求人件数は多いが、高水準で推移してきたファストフードの求人件数が前年を下回り、宿泊業も求人が落ち始めており、全体的に春先のような勢いが感じられない。8月の気温の状況によっては衣料品販売の求人件数も前年並みに戻る可能性がある。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・基本的に、当地の経済は全盛期を過ぎて縮小傾向にある。地元発信の景気刺激策や起爆剤となるような良い変化がないと縮小傾向に歯止めがかからない。
	悪くなる	—	—

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (東北)	良くなる	タクシー運転手	・現在、乗客が途切れることがない。この先、お盆や七夕祭りで当地を訪れる人も多くなるので、現在の状況が続くとみている。
	やや良くなる	一般小売店〔書籍〕（経営者）	・史上最高の銀行預金率がありながら、欧州の信用不安、アメリカの状況、国内の政治の状況などにより、しばらくは消費マインドが上がらないとみているが、材料としては整っている。
		百貨店（企画担当）	・夏のギフト商戦も終わり、今後自家需要については、消費者が自分の生活に潤いを与えるためのものや自分にとって価値のある商品を求める傾向が、秋の商材に変わり今以上に強くなるのが予想される。
		百貨店（売場担当）	・7、8月の夏物セール商戦はグループのセール時期の考え方の変更で2週間後ろ倒しでのスタートさせたため厳しい結果となったが、秋物商戦はこの反動がうまく秋冬の商売につながるのではないかとみている。客は夏のセールが2週間後ろ倒しになった分2週間気持ちに後にはずれているわけではなく、もう夏物には飽き飽きしており、既に関心は夏物セールにはないのではないかとみている。8月はまだ体感的にも暑く、秋物を買う意欲にまで繋がらないとしても、その分、9、10月の反応は早いのではないかとみている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（経営者）	・本店の方針で、近くて便利の方向性の下に品ぞろえが変化し、当店ではそれが客足増に良い結果となっている。ただし、客単価の伸びが悪いのは、これもそうした取り組みにおける一環だと判断される。冷凍食品その他が100円均一、お弁当等も300円台、200円台のものが増えてきており、そういったことの影響からとみている。一方、買上点数が伸びているので、方向性がマッチしているようで、良い方向に向かっているようである。客足が伸び、客単価は若干落ちてはいるが、買上点数が増えている点で成績は良好になっており、今後もこの状況が続くことが予想される。
		コンビニ（エリア担当）	・梅雨明け後の来客数増加に期待している。前年震災後の自粛ムードとの対比で伸長が期待できると考えている。
		衣料品専門店（店長）	・割引率や低価格といった商品に踊らされる客が減少し、気に入った商品が予算内であれば購入していく客層が増えている。このことから、天候が暦どおりに推移すれば、回復の兆しが出てくるとみている。
		衣料品専門店（店長）	・秋物が本格的に入荷して、売上も伸びるのではないかとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・東北の夏祭りを機に、県がキャンペーンをしている「ようこそ、秋田へ」などの一連の動きが上向いてくると考えられる。関東以西は非常に暑いようだが、東北はそれほどでもなく非常に過ごしやすいため、そういった意味では人々の心がまた北に向いてくるのではないかと期待している。加えて、プレデスティネーションキャンペーンの開催により、客の目がまた東北に向いてくるとも考えられる。
		旅行代理店（従業員）	・今の見積り依頼や問い合わせの件数からみると、非常に良い形で推移していくことが予想される。ただ、この需要が本当の景気に対する需要ではなく、特需の感があるようにもみえるので、その辺で不透明感はある。
		通信会社（営業担当）	・夏祭りの時期であり、観光業では期待している。
		美容室（経営者）	・お盆前に美容院を訪れる客が多い。また、暑くなるとカットをする人が増える。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・先行予約などから、この先も好調は継続するとみられる。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・震災後約1年半を経過し、業界的には順調に仕事が回る状況まで回復してきている。一方で、事業者の淘汰も進む時期に入っている。
	変わらない	商店街（代表者）	・震災後閉じていた店が開店予定で、来月の七夕まつりを迎えるころには店舗の整備等により活況を呈することが予想される。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・ねぶた祭りやお盆も終わり、また静かになってしまう。
		一般小売店〔スポーツ用品〕（経営者）	・催事を繰り返すことでしか売上の確保ができないような雰囲気がある。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・今の悪い状態はすぐには良くなり、2、3か月は続くと考えている。消費行動を起こす要因が非常に少ない上、特に暑いので自宅にこもる傾向に向かうのではないかと考える。あまりに暑くて外には出ず、お金も使わず、家の中で冷房に浸っていた前年の今ごろと同じ状況になるのではないかと。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・売上が良くなってきているのは事実だが、来客数の減少は止まっておらず、微々たるものだが減っていつている。季節的なものもあるので、需要はあるとみているが、以前のような売上を作るのは至難の業である。客も必要なものは買うが、それ以上は買わない傾向が続いている。今後もあまり変わらないのではないかと。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・客の動向が全く読めない。
		百貨店（営業担当）	・定価品の売上が堅調であることから、秋物商材についても引き続き好調さが継続するとみられる。また、復興の本格化に伴い、更なる需要喚起も見込める。
		百貨店（買付担当）	・復興需要の鈍化に加え、家電エコポイントの終了と地上デジタル放送への移行前駆け込み需要の反動により、数字の伸びが期待できない。
		百貨店（経営者）	・復興景気も当地の場合はほとんど無く、今後2、3か月のスタンスでは景気好転の材料に乏しい。

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
		百貨店（経営者）	・中心市街地、商店街全体が活性化しないので吸引力が弱い。特に日曜日を定休日にする商店や、閉店店舗が多くなっている。郊外への新店オープンやショッピングモールへの無料バスなども影響し、先行き回復がみえない。
		スーパー（経営者）	・8月は、猛暑の影響がさらに続く様なら、農産品への悪影響で品質悪化と品薄での高騰が始まる反面、水物、涼味商材は動きが活発化し、継続して幾ばくかは良くなる。一時的にせよ売上前年比伸び率が若干上向き傾向を示しているため、その傾向が続くことを期待したい。
		スーパー（店長）	・近隣に大型店が出店し1か月が過ぎた。各社、価格競争に拍車がかかっている。お盆を間近に控え、この状況はますます激しさを増すことが予想される。オーバーストアといわれて、価格競争は避けては通れないが、このままだと商品価値がどんどん失われ、なおかつ消費の動きが良くなるならないという悪循環に陥っている状況はしばらく続く。
		スーパー（店長）	・競合店の数も変わらず、チラシディスカウント攻勢も続くとみられる。現状と変わらないと予想している。
		スーパー（店長）	・前年8月以降は震災による影響もほとんどなくなっている。天候が安定していれば、前年同様の売上は確保できる。
		スーパー（店長）	・競合の状況、周辺の状況が変わらないので、現状のままと予想される。
		スーパー（営業担当）	・景気が良くなる要件が見当たらない。
		スーパー（販促担当）	・現在好調な自動車関連もエコカー補助金終了が近づいている状況と震災復興需要も一段落した感があり、景気浮上までには至っていない。特段の景気浮上策も見えず、景気については変化がない。
		コンビニ（経営者）	・まだまだ雇用情勢が厳しく所得が増えない。この情勢は当分続くと考えられる。
		コンビニ（経営者）	・前年は震災の影響で来客数が多かったため、前年比で考えると悪い数値だが、この先数か月の傾向は変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・プラス要因がほとんど無い。また、震災特需の裏年でもあるため、売上の前年比が悪い状況が続く。
		コンビニ（店長）	・今月の前半は天候が悪く苦戦したが、梅雨明けと同時に来客数が戻ってきており、全体的には前年を若干上回っている。特に変わる要素もなく、下がる要素もないような状況である。被災地の方では前年と比べ、数字が大分悪いようだが、それでも2010年以前と比べるとまだ高い水準だということである。どちらかといえば、多少は良くなっていくのではないかと。
		衣料品専門店（経営者）	・東日本大震災以降の観光客の減少や電子部品関連企業の縮小や休業等による不況感が県内に漂っている。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税法案が通るなど、先が見えない。
		衣料品専門店（店長）	・「一時期よりは普通に戻ったが、でも忙しい」という言葉を客からよく聞く。我々はビジネスに関わる衣料を提供しているため、客が忙しくなれば我々の出番も増えてくるし、暇になってくれば出番は減る。そう考えると、今のままの推移を続けていくのではないかと予測している。
		衣料品専門店（総務担当）	・経済の不透明感により、最低限必要なものしか購入しない様子が見られる。
		家電量販店（店長）	・これから伸びるとみられる家電商品はこれといって無いので、売れていく商品に敏感になっていかないと対応しきれない景気の不透明さがある。
		家電量販店（店長）	・電力会社からの賠償や復興需要での就職率など、当県は他県に比べて良い状況である。また、農家の収入所得に対する補償等もあり、一部建設業だけでなく、そういった農家の方の客も平年並みの買物に戻ってきているようである。長続きするとは思わないが、当面はこのような状態が続くとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金が終了するため、この先2、3か月は販売量が伸びなくなることが予想される。
		自動車備品販売店（経営者）	・車検入庫数に変化はないとみる。市場から高年式車が消えたため、補修台数も増える見込みはない。補修市場が縮小している。
		住関連専門店（経営者）	・震災の影響から抜け出していない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住関連専門店（経営者）	・当県の住宅着工件数は若干上向きだが、耐久消費財、特に家具については、そこに入れられるものの購入単価も下がってきているので、回復の見通しは厳しい。低価格の商品がまだ売れており、高級品との差別化でやっているが、その辺りが多少鈍い。
		住関連専門店（経営者）	・まだまだ新築の需要があるようなので、建築関係を中心に、当店にも関連商品の需要が回ってくることを見込んでいる。
		その他専門店〔パソコン〕（経営者）	・昨今の動きからして、客はかなり買い控えをしているようである。本当はこうしたい、あれが欲しいなどの思いがあっても、企業も一般消費者も、今後、何があるかわからないからとかなりお金の使い方にシビアになってきている。また、収入が減ってきていることの影響が出てくることも予想され、厳しい状況はまだ続く。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・年末までは、様子を見ながらの低水準傾向となるのではないかと。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・良くなる要素が見当たらない。
		その他専門店〔酒〕（営業担当）	・地元では収穫期後の動きに期待しているが、財布のひもが固くなっているため例年並みと予想している。今のところ米の出来が順調とのことなので、問題が無ければそのまま推移すると考えている。
		その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	・衣替えの時期が遅れている。10月1日も従来どおりに一斉に衣替えにならず、おそらく時期がずれ込むであろう。また、秋冬物に関しても動きが読めない状況である。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・需要の低迷が長期化しつつあり、急激な回復は望めない状況である。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・復興が思ったよりも進んでおらず、進むことも期待できない。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税や選挙になるといった話もあるが、それがあつたからといって、特に景気が良くなったり悪くなったりすることはないと今のところは考えている。ただし、自動車はエコカー補助金が終了するため、売れなくなるのではないかと。
		一般レストラン（経営者）	・現在の状況は、もう震災の影響ではないとみている。日本の経済全体が力を失っており、価値観の変化、レストラン離れ、そういったものに歯止めが掛からないのではないかとこの不安が日々募っている。
		一般レストラン（経営者）	・この時期に内陸でお金が動かないと、2、3か月後に使えるお金が各家庭に潤沢には貯まらないであろう。お盆等では一時的に帰郷する人でにぎわうが一過性のものであり、それ以外には冷めた景気が続くかと予想している。
		スナック（経営者）	・ボーナスが出たところで、本来であれば売上も変わってくるはずなのだが、今年はボーナス後も客足は悪く、思ったように集客できていないのが現状である。この先、お盆休みなどもろもろあるし、この先の売上もかなり厳しくなることが予想されるので、ある程度の覚悟は必要かとみている。
		観光型旅館（経営者）	・夏休みの手ごたえも、震災前のようなにぎわいはなく、かろうじて7月よりは良い程度である。この先もこのような感じで推移すると予想している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・基本的に、どうしたらホテルに足を運んでいただけるか、動機づけや購買意欲のわく商品を作り出せるか、更にはリピートいただける仕掛けや仕組みをいかにして構築するかである。常に他のホテルに先駆けてスピードを上げて専門性を高め、情報をいかに公開していくかである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会、婚礼等先々の予約がある程度見込めるため、しばらくは現状並みが確保できる。
		旅行代理店（店長）	・大きく変動する要素に乏しい。
		タクシー運転手	・震災復興の遅れや放射能対策の遅れ等で、気持ちも暗く、仕事が少なく、仕事のない人も多い。このような状態で、景気が良くなることは考えられない。
		通信会社（営業担当）	・8月も変わらず、景気は持ちこたえたとみている。問題は10、11月にどうなるかということだが、このまま推移すると予測している。
		通信会社（営業担当）	・景気が向上する材料が見当たらない。
		通信会社（営業担当）	・好転するような良い材料が見当たらない。

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
		通信会社（営業担当）	・好況感は大手一部の企業限定の感があり、その他の企業は投資に慎重である。景気回復への期待感強いものの、好況感を実感するまでには至っていない。
		通信会社（営業担当）	・大手通信会社の集中的なWi-FiCM展開の影響で、新たな顧客の掘り起こしが進んでいる。しかし、本来の個人消費が下降気味なため、これまでの利用者の解約数を補い、上回るまでにはなっていない。このため、差し引きすると大きな変化は見られない。
		テーマパーク（職員）	・東京電力福島第一原子力発電所事故の風評被害により、夏休み中のファミリー層の来客の伸びは期待できない。9月以降の団体旅行シーズンでの動きに期待したい。
		観光名所（職員）	・これから夏休みや秋の観光シーズンを迎えるため、期待したいところではある。
		遊園地（経営者）	・広告及びイベントを震災前のレベルに戻すことで、不安要因もあるが、順調に回復していく見通しである。
		競艇場（職員）	・今月の売上状況と今後2、3か月先の売上には変化がみられないと予想している。
		美容室（経営者）	・財源関係の法案が全然進んでいないこともあり、選挙が無い限り、先行きは見通しがきかない部分がある。今の状況がしばらく続くとみている。
		美容室（経営者）	・客との会話のなかでも、あまり良くなっていないという声が多く聞かれる。
		設計事務所（経営者）	・今と変わらない状況が続くとみている。
		住宅販売会社（経営者）	・受注量は大きく伸びる要素は無いが、長期事業計画依頼が数件あり、半年程の準備後受注につながる予定がある。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・前年の7月は震災特需そのもので、売上は結構増加したが、今年はそういったことも全くなく、非常に悪い状態になっている。この先2、3か月は同様の状態が続くとみている。
		商店街（代表者）	・現在、景気の踊り場にある。これから上がろうとする踊り場ではなく、上から下におりてきた踊り場のような気がしており、今後は少々心配である。
		商店街（代表者）	・東日本大震災の影響もあり、約1年は逆に、地域外から元気づけようということで、観光客の入込数、そして新幹線開業入込効果があった。今年度はそういったことが一段落したことに加え、電力不足や将来の政治不安等により、需要が大分少なくなってきた。客の動きを見ると、将来の状況が分からず不安だということが、買物にも大きく影響している。
		商店街（代表者）	・省エネは消費意欲自体を削ぐ。
		商店街（代表者）	・6月まで行われたデスティネーションキャンペーン他、東北の観光キャンペーンが終了し、一服状態のままお盆を迎えそうである。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・震災直後から開始された各種の負担軽減措置が、震災後2年目に入り平年通りに課金されるようになってきている。
		百貨店（売場主任）	・政治の混迷等景気が上向きになる要素が無く、今後に備えて消費を控えている傾向から、やや悪くなってくると予想している。
		百貨店（総務担当）	・身の回りの売上高の推移や混乱する政局、消費税の問題など、先行き不安定の要素はいろいろあり、先行きがなかなか読めない状況にある。
		百貨店（経営者）	・世界経済も国内景気も良くなる要因がない。
		スーパー（経営者）	・今月の良くない状況の要因は天候だけではないような気がする。
		スーパー（総務担当）	・1点単価及び買上率が前年より低下し、売上も1点単価が下がった分前年より低下している。客は買物に慎重になっているようである。
		コンビニ（エリア担当）	・売上、来客数の動向については、同じエリア内でも店ごとの格差が明確になってきている印象がある。比較的好調な店についても、右肩上がりというわけではなく、ごく一部の店を除いて伸びは鈍化してきている。
		コンビニ（エリア担当）	・人口減少と高齢化が進む本県においても、当社含め競合他社の出店は継続していくことから、シェア争いが激しくなることが容易に予測できる。
		衣料品専門店（経営者）	・震災復興の特需の影響も一段落し、消費税増税や原発、電力値上げ等、明るい話題がないなかで、購買意欲を向上させる要因は全く見当たらない。

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
		衣料品専門店（店長）	・欧州の信用不安を含め、景気の雲行きが非常に怪しいため、消費者の財布のひもが固くなってきている。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金終了後の反動減が予想される。新型車効果で埋めきれないマイナスが懸念される。
		乗用車販売店（経営者）	・自社での施策も予定はしているが、8月初旬で終了するエコカー補助金の反動が確実に起こる。
		乗用車販売店（店長）	・間もなくエコカー補助金が終了する見込みであるため、このまま高水準が持続するとは考えていない。反動減を小さくするために各社新型を投入し、エコ以外での付加価値の創造、販売戦略が目立ってきている。
		乗用車販売店（店長）	・エコカー補助金の予算残額が7月26日現在で570億円となり、申請状況からみて8月中旬の終了が予想される。8月はいくらかの駆け込み需要はあると予想されるが、2、3か月先をみると、客の動向が悪化することは間違いないだろう。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・繁忙期を過ぎれば、売上は減少するとみている。それに加えて、消費税増税などの経済への不安要素が多く、消費者の財布のひもはますます固くなる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・現状は政策が非常に先行き不透明であり、ファミリー層の消費動向が減少傾向にある。現在はゲームセンターやレストラン、フードコートの落ち込み分を物販でカバーできているとはいえ、館内全体の来客数も減少傾向にあるのは事実である。今後、景況感が向上しなければ、館全体の売上も落ち込むことが懸念される。
		高級レストラン（支配人）	・オリンピックの日本勢に期待しているが、それも一時しのぎに過ぎず、政局の混迷はすぐそこか。強いリーダーが現れない限り、日本の明日は曇り続きである。
		高級レストラン（支配人）	・先走りした消費行動が落ち着いて、見守りの姿勢が見えてくる。通年よく感じる傾向である。
		一般レストラン（経営者）	・良くなる要素が無い。来客数や仕入、市場の関係を見ても、今より悪くなるような気がする。
		観光型ホテル（経営者）	・入込は8、9月は前年並み、10月以降は前年を下回っており、復興支援にも勢いが感じられなくなっている。
		観光型ホテル（スタッフ）	・海岸線の復興などがまだまだ良くなっていないということが流布されているため、一部の観光地だけが良く、総合的に東北地方に来たいと思われていない様子がうかがえる。本来の観光などが目的の集客については、本当の意味での観光あるいはグルメといったものはまだまだ条件がそろっていないため、しばらくは現在の状況が続く。
		観光型旅館（スタッフ）	・販売単価の下落スピードに運営での修正改革が追いつかないため、経費負担が大きくなり、収益がどんどん悪化している。
		都市型ホテル（経営者）	・前年の東日本大震災及び東京電力福島第一原子力発電所の事故で大きな被害を受けた地区では宿泊施設が足りないため、当市にもかなりの人が来ている。現在はそのような形で総体的に良い状況を維持しているが、秋くらいから極度に減るだろうという話もあり、そうなれば人の動きも悪くなる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会場の予約状況は週末の定例物件以外、婚礼、宿泊共に全く動きが無い。
		タクシー運転手	・わざわざ駅の近くまで自家用車で迎えに来る人の数が増えているようである。
		通信会社（営業担当）	・不安定な政治により、景気回復は厳しい。先行きに明るい材料が無いため、やや悪くなるとみている。
		観光名所（職員）	・前年の7月も唯一来客数が前年の90%まで達した月であった。夏は暑いという条件さえ守れば、売上も例年並みになるとみられるが、9月10月と進んでいく上で、季節にめりはりが無い月は売上はさほど上がってこないため、今よりはやや悪くなるのではないかと。
	悪くなる	スーパー（経営者）	・2014年、2015年、消費税増税がほぼ決まり、それに伴うマインドの変化による景気の悪さが如実に始まってきている。
		コンビニ（経営者）	・放射能の関係などいろいろあるが、農家の人もかなり悪くなっており、建設業関係もかなり下火になってきているので、2、3か月後にはもっと悪くなると予想している。
		コンビニ（エリア担当）	・コンビニ各チェーンの出店が更に多くなることが予想される。

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	
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金が8月の中旬ごろには終了し、その後の反動減が予想される。何とか新型車発売等によって、受注喚起策で減少幅を抑えたいと思っているが、減少幅は20%前後の前年割れになるのではないかとみている。	
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金も終了が近づき、客の購買意欲の衰退が起きている。このままの景気の低迷感が続けば、自動車業界ではかなりの悪化が予想される。	
		高級レストラン（経営者）	・円高が続く現在の景気からいって、期待できる要素はない。	
企業 動向 関連 (東北)	良くなる	—	—	
	やや良くなる	木材木製品製造業（経営者）	・下半期に向かい、住宅の需要がやや強くなると予想している。	
		建設業（従業員）	・民間企業を発注支援業務等に活用する前提において、復興案件の出件、受注がある程度進捗することが想定される。加えて、作業員や資機材の不足も時間の経過とともに解消されていくと考えられる。	
		輸送業（従業員）	・国際定期便の就航により、やや良くなる。	
		通信業（営業担当）	・若干ではあるが震災復旧支援に関連した案件が増えてきており、先々の契約に繋げられるような活動を展開している。	
		広告業協会（役員）	・広告市場を支えてきた遊技場関係の出稿が規制により今後は厳しくなることが予想される。しかしながら、復興がらみの自治体広報活動が活発であることに加え、住宅関係も依然受注残を抱えており、それほどマイナスにはならないとみている。	
		広告代理店（経営者）	・受注案件が増加してきている。	
		経営コンサルタント	・お盆休みを核に帰省、レジャー消費に期待をしている。	
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・当市は県からの補助金が9月ごろに支給されると聞いている。子供20万円、大人4万円が支給されるので、各家庭の景気が少し良くなり、身の回りの景気が少し良くなるのではないかと。	
		変わらない	農林水産業（従業者）	・果物、特にももの仕上がりが天候の加減で遅れをばん回しそうである。お盆前にはある程度の高値で売れる見込みはあるが、風評被害でまだまだである。
			食料品製造業（経営者）	・特に大きな変化は無くきている。ただ、今後において、アメリカの牛肉に合わせて、牛タンもそうだが、30か月齢以上のものが輸入可能だという方向に流れており、これに対してアメリカの食肉関係の団体が日本で牛肉及び牛タンを含めたキャンペーンを行っている。この結果、需要が伸びれば、牛タンの売上が上向きになると予想されているが、今の段階では未知数である。
			食料品製造業（経営者）	・前年の特需的要素はないので、状況はあまり変わらない。
			食料品製造業（総務担当）	・需要期に入るが、業界を引っ張るような新製品がない。
			食料品製造業（総務担当）	・景気を押し上げる条件が見当たらない。
繊維工業（経営者）	・周りでは放射線除染作業が行われており、関連業界は非常に活発になっている。しかし、その他の業種はあまり芳しくない。			
電気機械器具製造業（企画担当）	・欧州の財政が安定せず、円買い傾向が続くため、円安に向かう兆しがみえない。			
建設業（経営者）	・所得の伸び悩みもあるが、住宅の建て替えや新築をしなくても、当分はリフォームで過ごすという意識が強いようである。			
建設業（企画担当）	・既に労務者不足、労賃資機材高騰等の声が聞こえており、今後の影響が心配される。			
通信業（営業担当）	・政治の影響による。消費税増税、原発再稼働、社会保障制度など、国民の希望に反する方向で進んでいることが多く、国の借金を減らそうと考える政治家は皆無である。自転車操業で資金繰りをしている今の政治家が先導する以上、戦略的な経費回復は見込めず、景気は永続的に徐々に右肩下りの傾向から脱却はできない。			
金融業（営業担当）	・特に大きな変化要因はない。			
金融業（広報担当）	・消費税増税の動向から、住宅建設業者の面談件数が増加傾向にあるものの、必ずしも契約には至っておらず、動向を見極めていく必要がある。			
司法書士	・消費税増税前の駆け込み需要の動きはまだ見られない。			

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
		公認会計士	・復興需要にかかる予算執行が秋以降になるとみられるので、年内は現状維持が続き、一服感が出る。
		コピーサービス業（経営者）	・政局の動きが安定すれば、震災関連の予算ももっと活発に動き出すと考えられるが、現在の状況では景気が上昇することは考えづらい。例年どおりの流れでいけば、3か月先くらいからは景気が上昇する。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・地域の中小企業は、給料そのものが前年と全然変わっておらず、下がっているというのが実情で、ボーナスも半分以上の企業が出せない状況にある。不安要素が非常に多く、景気が回復するにはもう少し時間がかかるのではないかと。
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・復興関連従事者の来県により、引き続き、飲食店からの需要が見込まれる。更に好調となるには、今夏の観光需要の回復が鍵となるが、予想は厳しい。
		その他企業〔企画業〕（経営者）	・被災地の住宅需要は資金の借入を起こさない人に限られる。また、土地不足と供給不足がしばらく継続するとみられる。
	やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・転作作物である蕎麦の出荷先業者によれば、畑作物の戸別所得補償制度がスタートしたことにより、蕎麦の作付けが全国的に増えたことから、玄蕎麦の在庫が余剰気味とのことである。よって、今年度の玄蕎麦買取価格は、大幅に下落することが予想される。
			出版・印刷・同関連産業（経理担当）
		土石製品製造販売（従業員）	・円高や株価の下落が続いている以上、景気は回復しない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品については、円高が長期化することの懸念と軽自動車及びスモールカーのウエイトが高まったことによる付加価値の低下が懸念される。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・回復がみえるのは年末から来年にかけてとの予想があり、当面は良くなる要素が見当たらない。
輸送業（経営者）		・荷主の環境が早々に好転することは予想できない。	
広告代理店（経営者）		・不動産や観光の業種では伸びしろはあるだろうが、震災の特需的な物件は落ち着きを見せている。経費圧縮による価格競争は更なる激化が予想される。	
金属工業協同組合（職員）		・今後とも受注環境は全く不透明であり、良い材料は見受けられない。これまで良かった建機等の受注も減少している。	
悪くなる		通信業（営業担当）	・消費税増税の影響で景気は悪くなる。
雇用関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	アウトソーシング企業（社員）	・新しいことに取り組む客が出てきているので将来に期待したい。
(東北)	変わらない	人材派遣会社（社員）	・2、3か月先の需要案件に乏しく、自治体の入札案件に依存する度合いが依然として高い。
		人材派遣会社（社員）	・人材紹介の引き合いが強い一方で、人材派遣のオーダーが沈静化している。
		人材派遣会社（社員）	・ここにきて、中堅中小企業を含めて、来年の春に卒業する大卒の求人の問い合わせが増えてきている。
		人材派遣会社（社員）	・復興需要等、先行きがいまだ不透明である。
		人材派遣会社（社員）	・住宅関連の復興需要は、長い目で見れば期待できる要因だが、その動きは遅く、早々に景気をけん引するとは考えづらい。中心部の繁華街を中心とした市内の飲食店やホテルは、復興支援のために他県から訪れた人たちが売上を伸ばしていたが、最近では震災前の状況に戻りつつある。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・求人については相変わらず首都圏の企業がメインであるが、その数は大分減ってきており、地元の方が増えつつあるので、当面は、相殺されて今と変わらない状態が続くとみている。地元が完全に回復すれば、上向きになる。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・予測不能ではあるが、劇的に景気が好転することは考えられない。エコカー補助金の打ち切りや解散総選挙など、景気にとってはマイナス要因しか思い浮かばない。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・建設関連など直接復興に関わっている企業を除き、内陸地域には復興景気がやや落ち着いた感があり、今後の動きが読めない状況である。	
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・前年と比べて小さな動きではあるが明らかに上向きである。しかしながら、様子見の部分もあり、大きく上向きまでには至っていない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		職業安定所（職員）	・弱電関連の事業所数社から人員整理の相談を受けており、更に広がらないか危惧している。
		職業安定所（職員）	・新卒求人の出足も良く、求人が好調な状態はもうしばらく続きそうであるが、有期雇用の求人が多く、在職求職者は増加している。円高の長期化や、製造業の海外シフト等、気になる点はあるが、現在の状態がしばらく続くと思われる。
		職業安定所（職員）	・がれき処理等の作業が順調に進んでいる状況のなかで、この後は住宅移転にかかる造成等の需要、作業といったことが予測されるが、現段階ではその具体的な時期がみえていないため、2、3か月先は現状と変わらない。
		職業安定所（職員）	・製造業においては、円高で外需が不振であり、設備投資も減少傾向である。また、他産業においても、大幅に改善する要素に乏しい。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・円高等の影響により、大手製造業が生産拠点再編を行っているため、新規学卒者対象を含む求人数が減少している。
		職業安定所（職員）	・県内で工場閉鎖や大量の希望退職者の募集が数社出てきており、その影響が県内各企業に多少出てくることが予想される。
		職業安定所（職員）	・15か月連続で新規求人数は前年比プラスであったものが、6月にはマイナス3%となっている。また、有効求人12か月連続で前年比50%を超えていたものが、6月には前年比35%増加と、50%の大台を1年ぶりに割り込んでいる。
		職業安定所（職員）	・製造業、情報通信業、特に食品及び機械器具製造の求人が減少しており、今後も求人の大幅な増加は見込めない。
		民間職業紹介機関（職員）	・企業業績の低迷によって雇用情勢の悪化が懸念される。
	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 (北関東)	良くなる	コンビニ（経営者）	・暑い夏がやってきている。売れ筋の在庫をしっかりとって売り込みたい。天候に左右されるといっても、客の買い方や店の売り方にも徐々に工夫が見えてくる。
		衣料品専門店（統括）	・今は夏祭りが最盛期ということである。昨年東日本大震災後の祭り自粛は、最近まで大変影響があった。最近になって、今年は夏祭りが非常に元気で、これからも景気に反映していく。
	やや良くなる	コンビニ（経営者）	・昨年から海の客が全然来なかったが、今年になってかなり戻ってきている。
		家電量販店（営業担当）	・省エネ商材の販売量は増えてきている。LED照明、産業用の太陽光発電の売電に対する依頼は増えている。今後、期待できる商品である。
		乗用車販売店（販売担当）	・2、3か月先はそれほど極端に良くはならないが、多少なりとも新規客が来始めているため、風評被害が払しょくされて観光客が来てくれれば、当地は観光地なので良くなると思う。新規客がちらほらと増えてきているため、多少良くなってきている感じがする。販売台数もそれなりに横ばいで、何とかやっている状態である。
		住関連専門店（仕入担当）	・昨年は8月から石油ストーブが売れ出すなど、まだまだ東日本大震災の余波による商品動向が顕著であった。その分のマイナスを埋めきれない傾向は継続し、デフレ傾向も相変わらずであるため、厳しい8月が予測される。
		一般レストラン（経営者）	・来客数、客単価共に多少上がってきている。
		旅行代理店（副支店長）	・秋口から秋の行楽シーズン時期までの受注は悪くない。景気が回復してきているとは言えないものの、受注件数や問い合わせが増えてきている。円高と原油価格等、安定が心配ではあるが、今月より先の旅行者は増えてきている。
旅行代理店（営業担当）	・旅行業界にとって、今の国内状況はプラスの要素ばかりである。		
通信会社（経営者）	・半期を越えたあたりからの行政予算や、秋のイベントの見積等が動き始めている。このあたりで多少持ち直さなければ、年を越すことさえままならない。		

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
		その他サービス [フィットネスクラブ] (マネージャー) 設計事務所 (所長)	<ul style="list-style-type: none"> ・国際情勢もある程度安定してきて、日本の政局も一時の不安定な状態から安定に向かっていると思う。その点を考慮して、景気は良くなると思込む。 ・消費税増税の議論もあり、そろそろ補助金頼みではない民間物件が増えてくる。
		住宅販売会社 (従業員)	<ul style="list-style-type: none"> ・酷暑、電力ひっ迫、原子力発電所の問題等から、首都圏の富裕層が県内にセカンドハウスを購入しようとする需要が広がることを期待している。
		住宅販売会社 (従業員)	<ul style="list-style-type: none"> ・消費税増税前の駆け込み需要で一時的に良くなると思うが、円高、欧州の信用不安等、将来に対する不安が大きく長続きはしない。
	変わらない	商店街 (代表者)	<ul style="list-style-type: none"> ・このまま暑さが続けば、人が動かず、購買意欲がなくなる。
		一般小売店 [精肉] (経営者)	<ul style="list-style-type: none"> ・納涼祭や夏祭り等イベントが多く行われているが、暑さには勝てない。その日だけの動きなので、全体では見込みはない。
		一般小売店 [家電] (経営者)	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者は必要に迫られた出費が多く、売る側が仕掛ける施策にはなかなか乗ってこない。相変わらず商品の動きは期待できない。
		百貨店 (総務担当)	<ul style="list-style-type: none"> ・ここ1、2年でシルバー労働者が増加しており、正社員が以前より少ない。各家庭の収入も全体として、一部を除いては消費に回るようなお金が以前から比べると少なくなっている。また、車もテレビも買換えなどがもう終わってしまい、これからは全体的に大型のお金が動かなくなっていく。お金があるかないかは分からないが、あまり使わない傾向になっていく。
		百貨店 (販売促進担当)	<ul style="list-style-type: none"> ・中元ギフト商戦は大苦戦したまま終了した。また、夏物クリアランスの日程が遅くなって短期決戦となったが、すぐに終息してしまった感がある。今後は季節要素での上下はあるだろうが、好転させる材料が見当たらず、売上は変わらない。
		百貨店 (店長)	<ul style="list-style-type: none"> ・政治経済の環境が好転する見通しを持ち得ないことが大きい。
		スーパー (店長)	<ul style="list-style-type: none"> ・周りに大きな与件の変化はない見込みであるため、このままの状況が続く。
		スーパー (店長)	<ul style="list-style-type: none"> ・曜日ごとの客数は、数か月間変化がない。
		スーパー (総務担当)	<ul style="list-style-type: none"> ・増税と年金を含めた社会保障の先行きに不安があり、依然として財布のひもが固く、今必要な物だけを買う状態が続く。
		スーパー (統括)	<ul style="list-style-type: none"> ・給与、賞与の減少、ガス、電気料金の値上げ、ガソリン価格の高止まり等で、可処分所得が減少してきており、消費意欲の先行きを懸念する。
		コンビニ (経営者)	<ul style="list-style-type: none"> ・8月も7月に引き続き暑さ関連の商品が中心であるため、ある程度持続すると思うが、9月以降はまた、ある程度下降する。
		コンビニ (店長)	<ul style="list-style-type: none"> ・街中の再生ということで各種イベントを行っているが、各地の大型イベントには比ぶべくもない。年々人出も少なくなっているようで、こういった傾向が今後とも続き、現状維持が精一杯である。
		衣料品専門店 (経営者)	<ul style="list-style-type: none"> ・電線類の地中化工事が終わるまで現在のままである。
		衣料品専門店 (店長)	<ul style="list-style-type: none"> ・涼しい日が続けば単価の高い秋物の動きが良くなるだろうが、長期予報によると残暑が厳しいようなので、期待はできない。
		衣料品専門店 (販売担当)	<ul style="list-style-type: none"> ・物の買い方が今までとは少し違い、単価が若干上がってきている。この背景にボーナスシーズンがあるかは何とも言えないが、そういった状況を踏まえて波が出てきたことは、もしかしら幾分なりとも希望が持てるような背景があるのかもしれない。そのあたりを考えると、今月とは変わらないくらいで推移していくという印象を持っている。
		家電量販店 (店長)	<ul style="list-style-type: none"> ・当業界は、3か月後は一応閑散月に入る。
		乗用車販売店 (営業担当)	<ul style="list-style-type: none"> ・エコカー補助金が終了間近ということで駆け込み販売が少々あったが、まだまだ低調である。
		自動車備品販売店 (経営者)	<ul style="list-style-type: none"> ・身の回りで活発に動く要因がない。インフラの整備など良い話が多いがあまりないため、このままの状態プラスマイナスゼロといったところである。

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
		住関連専門店（統括）	・消費税や政局の問題によって支出を控える傾向に加え、天候が高温の影響も受けて、安定的な客数が見込めない状況である。
		一般レストラン（経営者）	・経済状況が今のままだとそれほど良くなるとは思わないが、これ以上は悪くならないと思うため、変わらずにあまり良い状況ではない。
		一般レストラン（経営者）	・秋の行楽シーズンまでは現状が続く。
		スナック（経営者）	・これより下はないと思うが、これが続くともう災害みたいなものである。少しでもいいので、良くしていく努力をして欲しい。
		スナック（経営者）	・先行き不透明ではあるが、今月より良くなるとは思えない。
		スナック（経営者）	・これ以上悪くなって欲しくないという希望から、変わらない。
		観光型ホテル（営業担当）	・今年の国内の傾向は、南方面への旅行が好調であり、甲信越への旅行に大幅な伸びは期待できない。
		観光型旅館（経営者）	・現在の景気の低迷が続くと思う。
		都市型ホテル（支配人）	・現状はまだ客の動きが悪く、2～3か月先もそのまま継続する。
		都市型ホテル（スタッフ）	・相変わらず景気は、変わらない現状が続く。いろいろな大会や催し物が入ってこない、限られた人口なので、それほど動きがない。
		都市型ホテル（営業担当）	・ホテルはやはり年末に向けて多少、稼働が上がっていくところがあり、それを期待したいため、現時点よりは多少良くなる。
		旅行代理店（経営者）	・株価は毎日値下がりが大きくなっているため、世界的な不景気が大きく押し寄せるのではないかと大変危惧している。早く政権をしっかりと固めて進めることが大切である。
		旅行代理店（所長）	・秋の行楽シーズンの動向は弱含みである。まだまだ福島第一原子力発電所の事故に関する不安もあり、さらには景気の先行き不安も足を引っ張っている感が否めない。
		旅行代理店（副支店長）	・旅行商品の間際化が年々激しくなり、1か月先の見通しも立たない。
		タクシー運転手	・円高、株安、マインドが悪い。
		通信会社（経営者）	・猛暑が続き、エアコンは例年より販売台数が伸びているが、その分LPガスの消費量は減っている。全般にはあまり良くない状況が続いている。
		通信会社（営業担当）	・電気料金の値上げ、節電等ネガティブ要素が多いため、節約傾向が強く、消費については停滞状況が続く。
		通信会社（局長）	・アメリカ経済の見通しなどから、国内においても当面、2、3か月先は大きな変化はなく、変化が表れるのはその先ではないか。
		通信会社（総務担当）	・景気の先行きが不透明であり、消費が低迷したままである。
		テーマパーク（職員）	・風評被害や天候不順などの要因があり、良くなると思える材料が乏しい。
		遊園地（職員）	・夏の新規アトラクションがオープンしたことや、学生の夏休みシーズンが継続することにより、2～3か月先の景気も現状を維持する。
		ゴルフ練習場（経営者）	・県や市が復興の公共事業をして街に活気を出してくれないと、街に明るさが戻らない。
		ゴルフ場（業務担当）	・2、3か月先の予約状況もコンペなどの引き合いがあり、土曜、日曜又はそのコンペの取り込みもほぼ進んでいる。ただし単価的には、やはり価格面での交渉の引き合いが結構あるため、取り込みはできて売上も伴うか少し疑問である。今のところ、今年は猛暑のために若干伸び悩んでいる部分が秋のシーズンに入って持ち直してくれればと思っているが、来場者は確保できて収益の改善がどの程度見込めるかは疑問である。
		ゴルフ場（副支配人）	・来場者数の予約の動きは、前年実績を見ると2、3か月先まで予約が入っている状況で、さほど変わりはない。ただし、電気料金の値上げ、消費税の今後の増税等を考えると、先行きにあまり良い材料はない。
		競輪場（職員）	・全国の記念競輪の売上がほぼ同額で推移している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		美容室（経営者）	・8月に向かって外気温が上がってもカットの客が増えない状況にある。美容院にとって、以前は猛暑はプラス要因だったが、マイナス要因になりつつある。これから先、来客数は不透明な状況になっている。
		その他サービス〔清掃〕（所長）	・消費税の議論等を考えると、先行きの需要に大きな変化は見られない。
		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・各テナントやホテルの予約状況は、ほぼ横ばいである。単価もほぼ横ばいで、総体的な販売も横ばいであるため、変わらない。
		設計事務所（経営者）	・復興支援・住宅エコポイント制度も終了し、更に建設着工数は減る。
		設計事務所（所長）	・非常に厳しい状態だが、上半期決算を控え、お盆キャンペーンなどイベントを行い、受注できるよう努力したい。
		設計事務所（所長）	・景気が良くなるという要因が全く無い。先行きの不安ばかりが募る状況である。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・消費税引き上げ前の需要の気配は全く見られない。最近の暑さで、外を歩いている人がいない。
		商店街（代表者）	・世間一般が景気が悪いと言うせいとか、皆お金を使うのを控えているようであり、今後も決して良くなるとは思っていない。また、当店の扱うスポーツにおいては、特にお盆を過ぎると毎年のように売上が悪くなっていく。
		商店街（代表者）	・給料は減るは負担は増えるは、余分な物を買う心境ではなく、気分は節約であると、来客が言っている。
		一般小売店〔乳業〕（経営者）	・良くなる要因がない。相変わらずの停滞感である。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・この先、核になる商品が見当たらないことが不安である。
		百貨店（営業担当）	・天候が不順になる。
		百貨店（販売促進担当）	・増税の議論に電気料金値上げなど、景気が好転する要因は皆無である。また、長期予報では残暑となる見込みで、秋物衣料への影響が懸念される。
		スーパー（経営者）	・業界全体でも同じ傾向にある。競争激化とともに、更に悪化する模様である。
		コンビニ（経営者）	・夏休みが終わり、来客数が減ると思う。
		コンビニ（店長）	・同業他社がまた急に出てくるようになり、今後は少し厳しい。また、他のスーパーなどの形態で安売りや時間帯変更等があり、その部分でも今後は大分厳しそうである。
		家電量販店（店長）	・前年比の尺度では改善の方向へ向かう。地上デジタル放送特需の影響が一巡し、オリンピック需要が映像の回復を後押しする。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金終了の反動が発生するのではないかと危惧している。お盆の月は需要が低迷し、9月は需要が伸びない時期に入るため、悪くなる状況になる。
		乗用車販売店（統括）	・エコカー補助金の終了による反動減が予想される。
		高級レストラン（店長）	・当社のビルにテナントで入居していた靴屋が倒産してしまった。後の入居も決まっておらず、家賃収入分を稼ぐのは至難の業である。
		一般レストラン（経営者）	・良くなる要因が全くなく、一般の飲食店、レストランがまともな経営をしていくことがかなり難しい状況になっている。地方の何とか、町の何とか、といった商売が、近い将来なくなってしまうそうである。
		タクシー（経営者）	・客の出足が悪いため、この先も悪い。
		通信会社（販売担当）	・日本の大手電機メーカーの業績不振が続いている。また、円高、株安など好転する材料がないため、年末に向けて不安である。
		ゴルフ場（支配人）	・7月下旬から猛暑が急に来たため、年配客の来場が多い平日予約では、熱中症などを気にして屋外のスポーツを控えており、来場が少ない。
		その他レジャー施設〔アミューズメント〕（職員）	・様々な意味で、生活防衛型になる傾向が強まっている。消費税の議論も含め、電気料金の値上げ他、いろいろな形で日本全体でも個人的にも使えるお金が減りそうであるため、生活防衛的な流れがこのまま続いていく。客数がそれほど減るとは思わないが、単価が元に戻ったり上昇することは予測しづらい。

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
		住宅販売会社（経営者）	・消費増税の議論、欧州の信用不安などによる円高、株価低迷など悪い材料が多いなか、将来への不安も深まり、長期の借入を控える傾向もあって、消費並びに景気は低迷することが考えられる。高額で生活に直結する不動産などは回復が最後であるため、まだまだ悪くなる。
	悪くなる	一般小売店〔衣料〕（経営者）	・今、テレビではオリンピックの様子が放映されている。日本人選手の活躍が毎日のように報道されており、こういうことは良いのだが、景気のほうは何も良いような要素は見えない。
		コンビニ（経営者）	・今後はコンビニの開店がまだ続いている。まして食品をディスカウントするスーパーが非常に多くなってきているため、それが止まらない限り、当店の近くは景気が悪くなる一方である。
		衣料品専門店（経営者）	・デフレの傾向がますます強くなっている。
		乗用車販売店（経営者）	・8月にもエコカー補助金が終了するためである。
		乗用車販売店（販売担当）	・今のところエコカー補助金や、メーカーのほうでも施策でいろいろな補助金を出しているので販売は変わらないが、恐らく2、3か月後に終わってしまうため、その時の売上はがた落ちになると思う。前回の補助金の時もそうだったので、今回も同じである。
		住宅販売会社（経営者）	・不動産に対するムードが全くない。買う意欲も借りる意欲もないため、悪くなりそうである。
企業動向関連	良くなる	その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・10月の決算までに、第3の柱として太陽光発電の社内導入設置を計画中である。
	やや良くなる	広告代理店（営業担当）	・夏場の観光時期は、広告宣伝が多少活発になる。
（北関東）	変わらない	食料品製造業（営業統括）	・国産ワインコンクールによる認知度のアップや、ソムリエの力を借りて市場の拡大を図っているが、相変わらず円高の影響による輸入ワインの攻勢に苦戦が続く。
		化学工業（経営者）	・生産工場であるため、電気を結構使っている。電気料金の上昇分は、市況が悪いため製品価格に転嫁はできないと判断している。全部当社での負担となるため、誠にづらい。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・年末季節商材の見込みはあるものの、試作品如何により動向は不透明である。当社が展開している夏休み体験工房の予約は僅かながら見込める。
		金属製品製造業（経営者）	・3か月先は良くなるという確信はないが、現在、平均的な仕事量があるため、このまま変わらないでいく。
		一般機械器具製造業（経営者）	・自動車関連は好調を維持するものの、建設機械関連は秋口に回復する見込みが立たず、全体としては現状と変わらない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・今まで注文があった企業がなくなって、減少している。
		電気機械器具製造業（経営者）	・自動車関連は8月以降は落ち込みそうである。住宅関連は10月ごろから東日本大震災の復興需要が出てくるのではないかとされているが、出てみなければ分からないし、今のところ復興需要は当分先になるという気がする。
		電気機械器具製造業（経営者）	・2～3か月は仕事を確保できそうである。それ以降は、確定はしないものの、営業努力によって確保していきたいと思っており、何とかなる。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・受注量や取引先の様子は毎月目まぐるしく変わり、これから先のこと、特に2、3か月後は毎月分からない状況である。非常に良い会社も悪い会社も客にあるため、2、3か月後の状況は変わらないぐらいの状況でいけばいい。
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・ここ2か月はジュエリーの展示会も少なく、秋口の需要回復を期待しながら新商品を開発する時期に当たるため、大きな変化は見込めない。
		輸送業（営業担当）	・具体的に景気が上向きような材料がない。国の助成金制度やエコポイント等の対策も乏しい状況なので、季節替わりの衣類、家電等の例年並みの荷動き、物量はありそうだが、現状では現状維持が精一杯である。取引先の中ではインターネット販売等向けの物量の伸びが目立っており、他は少し減っているため、今後とも厳しい状態が続くそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金融業（調査担当）	・底堅い海外需要や東日本大震災の復興需要が国内景気を下支えするとみられるが、県内では海外需要の下振れへの不安に加え、復興需要への期待も小さく、先行きに慎重な見方をする企業が多い。特に国内受注が中心の中小製造業では受注競争の激化を懸念しており、今後景況感の格差が一層拡大することも予想される。
		金融業（経営企画担当）	・円高が改善する要素がなく、打開策がない。
		新聞販売店 [広告]（総務担当）	・広告主への積極営業の割合より、広告主の意向によるところが大きいチラシ媒体の停滞は、そのまま積極展開をちゅうちょする広告主の意思表示ともみえる。一部量販店を含め、小売店の様子見状態は続く。
		経営コンサルタント	・住宅等、生活関連にやや動きがあるが、全体的にどの業種もあまり変化はない。
		司法書士	・一進一退の中で、恐らく変わらないレベルだと思う。一つだけ、近隣施設が世界遺産に推薦されることによる波及効果が出てくる可能性もあると考えているが、期待薄の線のほうが強そうである。
		社会保険労務士	・夏のイベントが例年どおり行われるようになったが、元に戻った程度である。秋以降も大きな変化はなく、今の状態が続きそうである。
		その他サービス業 [情報サービス]（経営者）	・先行き不透明感があり、情報化投資も抑えられている。厳しい状況が続く。
やや悪くなる		食料品製造業（経営者）	・電気料金の値上げや将来の増税に備えて、消費を控えていく傾向が強まっていくのではないかと心配する。
		一般機械器具製造業（経営者）	・先月同様、海外進出の様相の線上にあり、長い時間をかけて、ある点に止まりそうである。
		電気機械器具製造業（経営者）	・新機種の計画待ちであり、この動きによって受注が左右されるため、現状では先行き不透明である。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・政治不信や円高など、景気を良くする材料が見当たらない。仕事量が少ない分、受注の価格競争がし烈になっている。
		通信業（経営者）	・社会保障制度の改革もおざなりにして、消費税増税を決めようとし、電気料金の値上げを認める政府である。庶民は将来の不安を考えたら節約するしかないだろう。将来の不安がないのは能天気な政治屋と公務員だけである。
		金融業（役員）	・円高で国内の製造業が海外に行ってしまうなかで、国内の下請業者は価格面で相当たかかれており、非常に収益面で厳しくなっている。それに伴い、夏の電力需要の関係でもかなり生産がセーブされ、売上が上がらず、収益が出ない。このあたりの連鎖反応が今後出てくる。
		不動産業（経営者）	・先が見えない不安感が浸透しており、諦め、消極思考が、会う人々の口によく上るようになっている。
悪くなる		食料品製造業（製造担当）	・このような状況下でも、下をくぐり抜ける業者が跡を絶たないため、本当は苦しくて資金的にも厳しいが、売上欲しさに安売りが横行して原価割れし、支払が厳しくなる企業が出てくると思う。見た目は分からないのだが、財務内容が相当悪くなる。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・毎月の資金繰りが本当に大変である。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・主力自動車メーカーからの生産の3か月見通し上では、今月がピークでゆるやかな減少傾向に入っている。しかも直近ではそれ以下に落ち始めているようで、7月が踊り場的な状況となっているため、3か月後以降は非常に状況が悪化する。特に電気料金の値上げに伴い、関西系企業との競争が激しくなってきたこともあり、非常に困った状況である。
		建設業（総務担当）	・公共工事主体で土木、舗装工事を行っているが、今期も決算まで2か月となってしまった。後で資金繰りが厳しくなってしまうので、工期短縮による利益計上を重点に行動したい。
		不動産業（管理担当）	・管理を委託されているビルの売却の話がある。新しいオーナーが引き続き当社に管理を委託するにあたって、受注価格の見直し、引き下げは当然要求してくると思う。ビル全体の管理は受注金額が大きく、受注額の減少は売上の減少に直接かかわってくるため、危機感を持っている。
雇用	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
関連 (北関東)	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・家電関係のエコの冷房機、冷蔵機などが少しずつ動きを見せている。衣料品はまだ伸び悩んでいる状態と見られるが、食品関係、飲物、ビール、発泡酒等がやはり活発さを見せてきているため、少しずつ期待を持っている。依然として自動車関連の部品関係あたりは少し不透明なところがある。 ・9月の住宅関連の求人依頼数が増えている。
		人材派遣会社（管理担当）	
		職業安定所（職員）	・求職者の減少に伴い求人数が増加してくると申し分ないが、企業サイドの採用意欲は横ばい傾向にあり、求人申込状況は前年とほぼ同水準にある。景気のプラス要因が見えてこない、雇用動向は厳しいままである。
		職業安定所（職員）	・製造業は円高等の影響もあって求人数が伸びてこないが、それ以外の業種においては人手不足感がある。求人社の採用意欲も高まっており、就職に向けた相談が多くなっている。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・今後3か月ぐらいは忙しい状態が続く。その後は分からないが、今は最高に良い。
		人材派遣会社（営業担当）	・円高と欧州の経済不安で地域企業がダメージを受けている。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・業種により夏のパート、アルバイトの求人はあるものの、あくまで季節的なもので、求人状況は上向かない。
		職業安定所（職員）	・各数値を見てみると、ほとんど動きがない。細かく見ると、新規求職者数と雇用保険受給者数はわずかだが減少傾向が見られる程度である。
		職業安定所（職員）	・円高が続いていることと、オリンピック終了後の欧州の信用不安関連の動きが不透明なためである。
		職業安定所（職員）	・管内の状況は、前年同月比で求人数は微増しているが、前月比では若干減っている。介護関係では求人が増加しているが、前月から見ると販売、営業、接客、サービスで減少している。また、製造業の企業の話でも、受注が1～3か月程度で、まだ先が読めない状況が続いているということである。
学校〔専門学校〕（副校長）	・一般の求人もさることながら、高校生の求人が少ない。この状況で過当競争となっている。景気の動向を見ながら求人を控えている企業や、より質の高い求職者を求めている傾向もみられる。		
やや悪くなる	○	○	
悪くなる	—	—	

4. 南関東（地域別調査機関：（株）日本経済研究所）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (南関東)	良くなる	コンビニ（経営者）	・今の景気は暑さと祭りである。夏祭りが数か所であったため、非常に客の出入りが多かった。これが長続きして全体的な景気が良くなるとは思っていないが、若干でも弾みとして景気が良くなるかと思うため、ぜひそれを期待したい。
		観光名所（職員）	・3か月後になると、観光地は秋のトップシーズンに入るため、今月より良くなると期待している。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・ようやく暑い夏がやってきて、イベントへの反応が良くなってきており、テレビ撮影が幾つか立て続けに入っているため、希望も含めて若干良くなる方向である。
		百貨店（総務担当）	・現状の傾向から、現在よりはやや回復すると思う。秋には消費税増税前の駆け込み需要なども期待できるが、一過性のもので、その後の落ち込みも想像できる。
		百貨店（販売促進担当）	・今月の混乱も時間が経つごとに収束していく。
		スーパー（店長）	・競合店ができて1か月が経てば何とか落ち着いてくるという希望的な観測を含め、3か月後の状況は今よりも改善する。
		コンビニ（経営者）	・昨年より梅雨明けが遅れて心配だったが、下旬から猛暑日が続く、冷たい物を中心に売上が好調である。今年は記録的猛暑という予報もあり、8、9月と期待できる。
コンビニ（商品開発担当）	・8月前半は猛暑、後半は残暑と、ドリンクや冷麺を中心に来客数、販売数ともに見込める。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（営業統括）	・梅雨明けから一転して猛暑が続いており、季節家電の動きが良くなっている。家電エコポイント終了によってエアコンの実績も低迷していたが、7月に入り、顧客の購入動向が着実に改善されている。オリンピックによる消費の底上げは期待できないと予測しているが、日本選手の活躍で一転し、盛り上がることに期待したい。
		その他専門店〔雑貨〕（従業員）	・夏休みなどで旅行などに行く客も増え、いつもとは違う物が結構売れるようになる。
		その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・政局次第である。
		一般レストラン（経営者）	・2、3か月後の景気は、この7、8月の真夏よりもかなり良くなっていく。人の動きも激しくなっていくため、9、10月の時期は今よりも良くなっている。
		一般レストラン（経営者）	・価格競争だけでなく、多様化傾向がみられる。新規開店は若いオーナーが増えている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・結婚式の新規来館組数が増えており、ブライダルフェアの企画も改善されつつあるため、8、9月も来館の見込みがある。
		旅行代理店（従業員）	・既に秋口の国内団体旅行商戦が始まっており、見積りや予約依頼が入ってきている。特に北海道方面や東京スカイツリー目当ての地方からの依頼が好調である。
		旅行代理店（従業員）	・3か月先の天候状況は非常に良い。
		タクシー運転手	・東京スカイツリー景気とロンドンオリンピックの相乗効果で、向こう数か月は好景気が続きそうである。
		その他レジャー施設（経営企画担当）	・来客数の多さが期待できる催事の予約が増えている。
		住宅販売会社（従業員）	・マンション販売における消費税増税前の駆け込み需要が見込める。
		住宅販売会社（従業員）	・現在の状況から判断すると、このまま大きくは変わらない。8月は稼働日や休日の関係、お盆で伸びないと思うが、9月からは良くなる方向に動くと感じている。営業の工夫は怠らないようにしていかないと苦戦する。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・東日本大震災の復興需要や消費税増税前の駆け込み需要で、住宅関係に多少動きが出てくるのではないかと期待している。
	変わらない	商店街（代表者）	・季節的には涼しくなるため良くなるだろうが、既存の商圈に大型ショッピングモールや中型スーパー等の乱立が、商店街を巡る環境を苦しみ続けることには変わりはない。ここでしか手に入らない商品を扱える商店を核として、今までのように気軽に自転車や徒歩で立ち寄れる商店街を再生させねばと痛感する。その解決策の一つとして、商店街での歩行者天国などの規制緩和がある。昔あった、路地に商品が並ぶ活気ある商店街が、商店街の高度化整備の名目で作った歩道により、歩道には物を置けないなどの自縛にはまっており、整然としたが活気のない商店街と化している。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・このところの大体の傾向は、あまり良くないと思うと特別注文が入ったり、良いかと思うとあまり芳しくない。ただし、それほど悪いということはないため、大体平均して良いようである。そのため、商店街全体から見れば、良いほうであり、上出来ではないかと考えている。
		一般小売店〔祭用品〕（経営者）	・来月、再来月と、夏の時期の祭事は勢いがありそうである。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・自動給茶機のメニューで、黒ウーロン茶やスポーツドリンクが人気が出てきたが、逆に飲まれなくなるメニューも出てきており、総売上に大きな変化はない。冷たいメニューも、麦茶に人気が集まって単価が安いため、売上は伸びない。
		百貨店（売場主任）	・残暑が長くなる予報のため、秋物の動きが遅くなり、買い控えにつながる。
		百貨店（総務担当）	・決して経済的にインフラが回復しているわけではない。今回、当業界ではセールの後ろ倒しというチャレンジをしたが、それが結果的にどうかはこれからの検証を待つという状況であり、客の動きが前向きになるというインフラの部分では何一つ明るい兆しは見えていない。
		百貨店（総務担当）	・電気料金の値上げや消費税増税の議論、また、政権の不安定など、景気の上向く材料が見当たらない。

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
		百貨店（広報担当）	・政権の混迷、米国景気の後退、株価の下落、円高、ボーナスの平均支給額の減少と、景気が上向く材料が見当たらない。首都圏では大型店の基幹店リニューアルを計画、または実施している店舗もあるが、政府の積極的な景気刺激策もなく、今後もしばらくはこのままの状態が続きそうである。
		百貨店（営業担当）	・前半は天候不順とセール会期の変更等により、婦人、子ども、紳士衣料が大きく前年からマイナスとなったが、後半は夏らしい暑い日が続いており、衣料及び服飾雑貨の動きが良い。株価及び為替の乱高下はさほど影響もなく、景気より天候による購買行動が見られる。
		百貨店（営業担当）	・良くなる要素はない。物価が安定していないことが一番であり、今後、秋冬に向かって高騰する資材が増え、今後の価格に反映されるだろう。土台がしっかりしないと、安定的な消費にはつながらない。
		百貨店（営業担当）	・この時期の不振は、セール時期を先送りするといった施策面での影響が大きいと推測される。今後については、夏のボーナスも下がり、消費を喚起するようなイベントも見られない一方で、電気料金の値上げによる心理的な買い控えが予想され、秋の立ち上がりとはいえ、楽観できるような状況ではない。
		百貨店（営業担当）	・経済状況の好転が見えないなかでの景気上昇はあり得ない。
		百貨店（営業担当）	・円高、株安、欧州の信用不安などネガティブな情報が氾濫し、先行きの不透明感が増している状況のなかで、消費が伸びることが想像できない。
		百貨店（販売管理担当）	・2、3か月後は、現在の主な不調要因であるクールビズや季節商材等の影響はなくなるものの、株価の回復や失業率の改善といった景気回復要素が見込めない。
		スーパー（経営者）	・2、3か月先はやはり変わらず、ずっとあまり良くはない状態が続く。特に当社の現状では、7月下旬に競合店が近くにオープンしたため、多少影響が出そうであり、悪くなるほうへいくかもしれない。しかし、基調としては変わらない方向である。
		スーパー（店長）	・夏休み、秋の行楽や帰省などでの出費も重なり、夏場の節電ムードなどで消費は減退方向へ向かい、食生活への出費は今まで以上に苦戦を強いられる。
		スーパー（店長）	・客の買上の動きを見ていると、現在の状況とあまり変わらず、必要最低限の物しか買ってもらえない。この2、3か月先でも、買上に結び付くようないろいろな企画が今のところは見当たらない部分もあるため、現在の景気からさほど変わりがない。
		スーパー（店員）	・変わらない理由として現在、若干ではあるが客数また取引数が、多少上向きに変化している。特別良いという流れではないが、多少の上向き傾向ではあると思う。それを踏まえて、消費が活発に動かなくなるのと引換えてプラスマイナスと、現状と変わらないような動きとなる。
		スーパー（営業担当）	・円高並びに欧州の信用不安等いろいろあるが、特に将来に対する不安が景気を押しとどめている一番大きな要因である。
		スーパー（仕入担当）	・競合店の出店対策として、上位商品の価格政策を実施する店舗が増えているため、単価ダウンを起し、売上と粗利を圧迫する状況となっている。
		コンビニ（経営者）	・競合店が近隣に多く出店している。
		コンビニ（経営者）	・売上の伸びは期待できないが、高付加価値のプライベートブランド商品は伸びており、利益率は上昇している。良い物なら買おうという客の意思が明確になってきている。
		コンビニ（経営者）	・今、夏のセールを毎週、週替わりでいろいろなことをしている。子どもが来店してくれるようなフェアや、高齢者が使いやすいような商品構成と、いろいろと客数を増やす努力をしている。しかし、客単価等については若干下がる傾向にある。来客数は何とか上向きだが、客単価が減り、そのため売上が変わらないというような状況が続いていきそうである。
		コンビニ（店長）	・依然として競合店の影響があり、いつになく長引いているようである。
		コンビニ（商品開発担当）	・来客数の増加につながるような大きなトピックスもなく、引き続き厳しい状況が続くようである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（店長）	・秋物衣料の急激な販売の高まりがない限り、ここから先変わることはない。
		家電量販店（統括）	・メーカーの新製品次第である。家電の需要を喚起するような商品は、あまり期待できない。
		乗用車販売店（経営者）	・整備は順調に入っているが、販売があまり芳しくない。先月まではエコカー補助金のおかげで売上が良かったが、7月からは客がエコカー補助金が終了することを警戒して2割減となった。来月以降、補助金の予算がなくなる可能性が高いため、それ以降は不透明になっている。
		乗用車販売店（経営者）	・秋になれば消費税の件が解決して、不安要素がなくなりそうである。
		乗用車販売店（販売担当）	・来客数も少し減ってはきているが、エコカー減税などで客にとってお買い得感がある。また、前月、前々月から比べれば受注も少し減ってはきているが、市場はまだ動いているため、もうしばらくこの状態が続くそうである。
		乗用車販売店（営業担当）	・お盆の時期に入ると、徐々に客が来なくなり、販売も低迷する。
		乗用車販売店（総務担当）	・新型車が出るので期待は大きいが、3か月後にはエコカー補助金も終わっている可能性が高く、痛しかゆしである。
		住関連専門店（店長）	・電気料金の値上げや、厳しい残暑が予測される。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・前年の落ち込みを取り戻すべく、いろいろな販売促進をしているが、結果は前年並みである。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・時間消費としての来客数が増え、客単価が伸び悩み、買上率も横ばいである。総売上は伸び悩んでいる。
		その他小売〔ゲーム〕（開発戦略担当）	・欧米でホリデーシーズンに向けて有力タイトルが発売になってくるため、徐々に盛り上がってくる時期である。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・前月まで心配されていた電力需給も落ち着いていると考える。特段、上下に振れるような要素がない。
		高級レストラン（支配人）	・しばらくは特に悪くはないが、決して良くないという状況が続くそうである。今のところ、先の受注状況は昨年をやや下回っている。
		一般レストラン（経営者）	・2、3か月先も今とあまり変わらない。景気が良くなる要因も決して見えない。公共事業等が増えるわけでもなく、不動産が良くなるわけでもなく、お金が動くようなことはないと思うため、飲食店の売上が伸びるような要因はあまり考えられない。サラリーマン及び企業が良くならないと、決して良くならない。
		一般レストラン（経営者）	・相変わらずのユーロ、ドル安、円高、株安、欧州の信用不安、原子力発電所、政治不信と、働く人の給与が上がらない。いよいよ財布のひもは固くなるばかりである。
		一般レストラン（経営者）	・今後も国会が空転したり、あまり景気の良い話がありそうではない。逆に極端に悪くなる材料の情報も特にないため、暮れまではだらだらと現在のよう状況が続く。
		一般レストラン（店長）	・今はボーナスが出た後なのに全く客数が増えないということは、将来的にもっと悪くなるような感じがする。少なくとも今より変わらないようにしていかないと、今より悪くなったら大変なことになる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・円高、株の低迷、消費税の議論等、不確定要素あるいは不安要素がたくさんあるため、今と変わらない。
		都市型ホテル（統括）	・相変わらず政界の混迷が続いており、景気の上向き糸口すら見えてこない。
		旅行代理店（経営者）	・今のところ3か月先などの話は出てはいないが、客の様子や来客の状況などを見ていると、現状維持になりそうである。
		旅行代理店（支店長）	・東京スカイツリーに関連して、9月ぐらいでは年内の予約が団体はほとんどもう取れないことが一番大きな理由である。また、秋以降という話もあるが、今の状況だと例年ぐらいになる予定である。
		タクシー運転手	・いずれにしても先の不安がぬぐえないということで、やはり不安がまだまだ尾を引きそうなので、客は様子を見ている状態である。
		タクシー運転手	・今年に入って極端に良い月、悪い月があったわけでもなく、3か月先もあまり変わらなそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		タクシー（団体役員）	・契約企業や個人顧客の経費節約が今後も続く。景気動向が投影している業界としては厳しい営業環境が今後も続き、現状維持が精一杯だと思う。
		通信会社（経営者）	・当面は営業力強化で獲得目標を毎月達成させる予定であり、需要の増大は見込めないと考える。下期から始まる新商品の販売に向け、新規需要開拓を目指していきたい。
		通信会社（営業担当）	・景気の先行きが不透明なため、購買意欲の大きな向上は見込めない。
		通信会社（管理担当）	・新商品の販売等の要因がないうちは、しばらくは現在の状況が継続する。
		通信会社（営業担当）	・客は所得が伸びないため消費に消極的であり、所得を増加させて消費を積極的に推し進める対策が必要である。
		通信会社（営業担当）	・多チャンネルサービスの低迷に加え、次世代ワイヤレスブロードバンド、スマートフォンの普及もあり、固定通信サービスも伸び悩みつつある。
		通信会社（局長）	・相変わらず政治の失態にめどが立っておらず、電気料金を含めて、企業と個人の消費欲をかき立てるような施策が一向に出てきていない。
		通信会社（営業担当）	・景気回復の材料が見当たらない。
		ゴルフ場（支配人）	・引き続き、向こう2、3か月の予約状況が順調である。
		パチンコ店（経営者）	・やはり先々の消費税のこともあり、遊ぶという感覚は徐々に厳しくなっている。店舗の中では、1円パチンコという安く遊べるコーナーを増やす方向で考えている。そういったことで客がお金を使うことに対して控え気味になるかもしれないが、やや期待も込めて、変わらない。
		その他レジャー施設 〔ボウリング場〕（支配人）	・昨年は節電の夏となり、安近短レジャーであるボウリングへの来客数が増えたが、その反動を受けて伸び悩んでいる状態である。
		その他レジャー施設 〔スポーツ施設〕（支配人）	・経済情勢の進展や政治的な不安が何も解消していない。
		その他サービス〔立体 駐車場〕（経営者）	・政治家が増税争いをやめ、景気対策をしてくれないと、じり貧になる。
		設計事務所（所長）	・このような状態が今年度中は続く。
		設計事務所（所長）	・どのような方向性で、どういった方向へ向かうのか、皆目見当がつかない。また、あまりにも悪いため、これ以上悪くなることもなさそうである。
		設計事務所（職員）	・東日本大震災の復興需要の本格化や消費税増税前の駆け込み発注により、建築業界自体は上向く兆したが、工事費や物価の上昇が予想され、良くなるとまではいかない。
		住宅販売会社（従業員）	・キャンペーンやイベント等を企画して広告を打っても、反応が良くない。集客状況が上がらないと、先行きが不透明である。
		住宅販売会社（従業員）	・雨の少ない梅雨であったにもかかわらず来場者数が減っており、販売減につながってしまう。消費税増税の議論に関しては、客の意識に特に動きは出ていないと感じる。例年暑い時期は住宅建築等の検討が進まないため、景気はやや悪い状況で変わらない。
		住宅販売会社（従業員）	・例年、夏は分譲住宅の現地見学会への来場者数が減少するため、受注棟数が落ち込むことが多く、それを共同住宅や店舗建設等の部門でカバーすることは容易ではない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・今の状況は、非常に物が売れる時代から、そうではない時代が変わってきたことと、売れる商材が年々変わってきているということがあると思う。また、やはり消費税が今後増税されるということも懸念される要因である。いろいろ考えると、今後景気は下方に振れていきそうである。
		商店街（代表者）	・今の政治のやり方では、良くなるという考え方はまず持てない。とにかく日本の国の景気を良くするというところで、いつまでも東北地方が、1年4か月たっても今のままでは、とても皆の気持ちは向上しない。東北を何とかしなければ、日本の国全体が良くなるということは考えられない。
		商店街（代表者）	・今、ニュース面でも大豆価格の値上がりなど、あらゆる物の価格が上がってくるような状況である。また、ガソリン価格や電気料金なども非常に厳しく、シビアになってきている点を考えても、決して良くなる材料はなさそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔家電〕 (経営者)	・とにかく商品の単価が下がっていることと、テレビその他、家電製品は全然出なくなっている。強いて言えばこの暑さでエアコンが出ているだけだが、単価が非常に安くなっている。周りの量販店の値段などと比べてしまうため、台数ベースでは出ているが、単価自体は下がっている。
		一般小売店〔和菓子〕 (経営者)	・8月に入ってからも猛暑がまだまだ続きそうであるため、客足が鈍くなるのではないかと思う。また、電気料金の値上げ等があり、消費が厳しくなりそうである。
		一般小売店〔家電〕 (経理担当)	・客の格差が広がっているように感じる。家電製品も壊れなければ買わない人が多いが、余裕のある人は暑さに関係なく購入している。
		一般小売店〔家電〕 (経理担当)	・展示会もあるが季節的な要因は期待できないため、キャンペーン商品などで頑張るしかない。
		一般小売店〔家具〕 (経営者)	・これから先は景気が良くなる見通しが何もない。来客数も悪く、売上も落ちている。
		一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・消費税の議論や原子力発電所の問題など、世の中が非常に不安になってくる状態であるため、今後ますます悪くなりそうである。
		一般小売店〔家電〕 (経営者)	・夏場を中心となっているエアコンなどの商品がピークを過ぎてしまうため、これから販売量が減って売上が下がる。
		一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	・業界の中で店売りをやめるような所が多々出てきていることが、不安要因として出てきている。これに関しては他の業界、例えばコンビニや量販店などに食われているということもあるだろうが、それにしてもやはりビジネス、B to Bにおける、文房具などの消費量が徐々に、極端に減ってきている。それだけ世間の仕事量が減っている。また、もしくはOA化によって必要なくなってきたのかもしれない。
		百貨店 (店長)	・前年の東日本大震災後からの需要拡大に比べると、かなり落ち着いた感じがする。客の気持ちも平静になったようである。
		百貨店 (副店長)	・欧州の信用不安、円高、株安などの経済情勢の不安定さから、個人消費が減退する。
		スーパー (総務担当)	・夏のボーナスについても支給額が昨年より下回っている。今後の消費税の問題、東日本大震災以降の節電を含めた景気低迷のなかで旅行等、昨年よりは大きく伸びているが、例年に比べたらそれほど特別良くはないというところだけが伸びている。それ以外の日用品の、頻度性の高い物の買上については、客は財布のひもが締まっている状況になっている。
		スーパー (仕入担当)	・電気料金の値上げが決まり、節約ムードはますます高まっているため、消費は縮小する。
		スーパー (ネット宅配担当)	・競合店の出店により、収益が悪化する。
		コンビニ (経営者)	・客数も単価も落ちており、下げ止まらない状況である。
		コンビニ (経営者)	・夏場の一時的な現象と思う。
		コンビニ (エリア担当)	・景気も不透明であり、たばこの顧客の離反が効いており、今後も見通しは厳しい。
		衣料品専門店 (経営者)	・行楽の季節になるが、天気次第で売上は左右されると思う。また、消費者の心理として、手持ち品の整理をするような話も結構聞いている。特別な収入がない限り、消費は抑える雰囲気になっている。
		衣料品専門店 (経営者)	・6月から住民税、10月から厚生年金保険、来年の1月には復興税と増税続きであり、客の気持ちが落ちている。これでは、バーゲンを増やしたり安売りをしても、販売量は増えても売上を達成するのは非常に厳しそうである。
		衣料品専門店 (経営者)	・夏物があまり動かない状態である。いろいろな理由があると思うものの、昨年の東日本大震災に比べると良いが、その前の平常時から比べると悪い傾向にある。政治が混乱しているのか経済が混乱しているのか分からないが、現状ではそういう形である。
		衣料品専門店 (経営者)	・先行き不透明な経済状況のなかで、消費税増税の議論などの不安材料が多く、あまり期待できない。
		衣料品専門店 (店長)	・消費税増税の法案が通るめどがたった報道以降、すぐの増税ではないにしても、消費意欲を削ぐ傾向にあると思う。今回は電気料金の大幅値上げがあり、こちらは待ったなしのため、影響は早く出てきそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		衣料品専門店（営業担当）	・今後の消費税の行方や不安材料があり過ぎて、個人は節約に走るだけである。本当に今の政治が変わらなければ、景気はもっとひどくなる。
		家電量販店（店員）	・今後の景気を長い目で見ると、すべてにおいて最悪になる可能性があり得る。このまま利益のない販売を続けることによって人件費が膨大になり、企業の倒産が目の前になりつつある。
		乗用車販売店（販売担当）	・乗用車にもトラックにも、環境にやさしい車についてはエコカー補助金が出たのだが、トラックへの補助金は既に終了しており、7月はやはり相当受注量が減ってきている。よほど政府のほうから何か特別なものがないと、現状の景気ではトラックの拡販は無理であるし、中古車需要もなかなか売れていないという状況であるため、今後については悪くなる。
		乗用車販売店（渉外担当）	・エコカー減税、免税は続くが、補助金が8月には終わる見込みのため、やや悪くなる。各社、新型車や特別仕様車等を市場に投入するが、販売量が落ちることは否めない。
		住関連専門店（統括）	・景気の良くなる要素がなかなか見当たらず、消費者も買い控えになっている状態である。これも今後はまだまだ続きそうである。
		一般レストラン（スタッフ）	・世間を見ていると良い所が全然ない。当店だけのことだが、客は皆、もらうお金が増えてないため、やはり外で使う分も少なくなる。また、当店で酒も出すが、今は酒に対してもいろいろなことでうさくなっている。電車に乗って帰らなくてはならない、終電に間に合うように帰らなくてはならないという、場所にもよる。当社では3店あるうちの駅に近い店は忙しいが、少し遠い所は少し敬遠されてしまう。客はいろいろなものでやはり切り詰めているようである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・婚礼は競合他社との料金競争で単価が下がり、集客も伸びない。宿泊も同様で、料金の安いほうへ流れるばかりで、厳しい状況が続くそうである。レストランもお得感のあるメニューを出しているが、先の予約人数は前年を下回っている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・秋口の動きが非常に鈍く、特に9月は夏休み消費の反動が懸念される時期でもあり、数字が伸び悩むなか直前での取り込みが課題である。景気は時期的なものもあるが上向くとは思えない状況である。
		タクシー運転手	・これからも先行きは、非常に見通しは暗い感じがする。また、原子力発電所の稼働など、早く稼働して1日も早くまた景気対策を打って欲しいと実感している。
		通信会社（経営者）	・欧州の信用不安、株安、円高等、まだ数か月続きそうである。また、オリンピックが行われるが、それでもテレビが売れない。
		通信会社（管理担当）	・オリンピック需要がなくなると一時的に景気は下がる。
		遊園地（職員）	・景気が良くなるような材料が見当たらない。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] (店長)	・強く売れるアイテムが出そろってきたなかでの減少傾向が現状であり、客数についての回復要因が想像できない。
		美容室（経営者）	・商店街に空き店舗が多くなってきているようである。
		その他サービス [学習塾] (経営者)	・地震関係で、遠くから通ってくる小学生が減っているという事実は相変わらずであり、前年比でも3割減といったところである。また、製造業等の子どもも不景気の影響や電気料金の値上げ等の関係で、授業料が払えないと言って辞めていく生徒がいるため、今後の見通しは非常に悪い。
		その他サービス [福祉輸送] (経営者)	・受注残がまだしばらく、2、3か月は続くと思うので売上面は良いが、既に8月で切れるとされているエコカー補助金の10万円分の減額により、受注は大分勢いが衰えそうである。
		その他サービス [保険代理店] (経営者)	・客の所得が上がるとは考えられず、ますます買い控えや、より廉価なものを購入する等、客の選択がより厳しくなると思う。世間全般に不景気感が漂い、現政府に対する幻滅感にさいなまれている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		設計事務所（経営者）	・景気が良いか悪いかについて、情報があまり入ってこない。当社は3月からの行政の指名を多く受けて、現在は仕事に満ちあふれており、日ごろから残業で困っている状態だが、これから3か月先にはほとんどの仕事が完了してしまう。その先が全く見えず、新しい仕事にチャレンジをと考えている。今、オリンピック景気かどうか分からないが、何か仕事のことについての情報が見えない。
		設計事務所（所長）	・仕事量が少なく、逆に業者が増えているなかでの競争になると当然、低価格競争となっていく。生き残りを賭けたサバイバルは更に進んでいくのではないかと、毎日のように痛感している。
	悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者）	・連日の猛暑で日中は人通りもなく、ひっそりとしている。節電中のポスターが店頭に貼り出してあり、商店街が少し暗い感じがしている。景気が悪くなる。
		一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・1つの商売で長く生活ができる環境ではない。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・身の回りを見るだけでも、あまり良い話が1つもないため、景気がほとんど動いていないということではないかと思う。また、やはり現在、日本が抱えている消費税増税の議論や電気料金の値上げなど、あまり良い方向の話題がなく、マイナス面の話題が多いように感じ、非常に低迷している。
		一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・金利が上がるようなこともなく、消費税の議論など、非常に客の消費マインドは低くなっていくと思うため、心配している。
		コンビニ（経営者）	・欧州の景気、日本の経済、政治、外交関係の低迷と、今は非常に問題が山積しており、解決するには非常に難しい問題が多いと思う。そういった影響もあって株価も下落し、消費マインドが落ちる。
		衣料品専門店（経営者）	・残暑が予報されており、秋物の立ち上がりが苦戦しそうである。夏物は売れず、初秋物も売れず、厳しい秋の展開が予想される。現状も予測できずに、仕入が弱くなっている。
		衣料品専門店（営業担当）	・オリンピックも始まり、アパレル衣料の販売が低下している。
		乗用車販売店（経営者）	・前回の比ではないが、エコカー補助金が終了すれば購買意欲が下がる。
		その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・世の中がこう不安定では良くならない。
		ゴルフ場（従業員）	・日本のこれからのビジョンが国民に明確に示され、それぞれの役割を認識できると少しは景気が回復していくのではないか。真の日本のリーダーが誕生することが、景気回復の鍵だろう。
		美容室（経営者）	・特に分からない。
		住宅販売会社（経営者）	・政府が消費税を上げることと政権争いに集中しており、思い切った景気対策を何も出していない。このままでは先の見通しが全く立たず、真つ暗な状態が続いているため、ますます景気は悪化していく。
企業動向関連 (南関東)	良くなる やや良くなる	—	—
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・10～12月に、当社にとっては書き入れ時の業務が予定されている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・こここのところ売上も少々伸びてきており、注文も少しずつ増えてきている。
		建設業（営業担当）	・新築や改築等の話や、電気料金の値上げの情報に伴い、太陽光発電機の設置を考える企業や家庭が増えており、受注額も増えてきている。
		輸送業（経営者）	・これからは少しは良くなるという話だけを、得意先からこの前教えてもらった。果たしてどうなのかは分からないが、それを期待している。
		輸送業（経営者）	・納品先であるコンビニの新規出店が増加傾向にある。取扱量の増加が期待できそうである。
		不動産業（従業員）	・外在物件が減少してきており、価格が安定してきているような兆しが見える。
		不動産業（総務担当）	・空室率が改善傾向にある。賃料水準も落ち着いてきているため、若干ながら景気の回復がみられる状況にある。
		その他サービス業〔警備〕（経営者）	・この状態がしばらく続きそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・新規物件が決まりそうであるため、少しは良くなると思う。中国関係の新規事業も大手と折衝中のため、決まれば大きな成果が出る。少しずつではあるが、見積案件が以前より増えてきているようである。
	変わらない	食料品製造業（経営者）	・年金問題などがはっきりしないと、高齢者の購買意欲がわからない。
		繊維工業（従業員）	・今後も当分は、ファストファッションにみる低価格品に消費者の関心は集中する。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・個人注文の需要がやや見えてこない、あるいは少し下向きと感じている。一方で、法人関係は業種にもよるが、社会福祉法人で老人ホームなどを経営している方面は割と景気が良いようで、注文がいつもよりも多きたりといった部分がある。個人がやや下向きで、法人は上を向いていると感じているため、総合して変わらないという見通しをしている。
		出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・景気が良くなる要素も、これ以上悪くなる要素もないため、当分の間はこの状況が続く。
		化学工業（従業員）	・東日本大震災復興による受注は年内には発生しそうななく、建築関係の需要も増加する見込みがない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・政治的な動きもまだ不安定で決まるべきものも決まっていないため、景気が良くなる要素が見当たらない。
		金属製品製造業（経営者）	・価格面は厳しいが、難易度の高い加工でも受注はできている。減っている分をカバーできているため、今のところは変わらない。
		金属製品製造業（経営者）	・同業他社の仕事量が減ったことで、当社の仕事に参入してくることが心配である。値下げ交渉に対処できるよう、加工法などを日夜研究しているところである。大企業が海外進出したために国内の仕事が減少し、下請も営業活動を海外展開するような時期が来たようである。
		電気機械器具製造業（経営者）	・長年会社を経営してきた我々でも、この先どうたらいいのか見当がつかない。日本のマーケットはこの先魅力がないため、できれば海外を目指したい。
		電気機械器具製造業（経営者）	・景気の良くなる要素が全くないため、今までの流れが当分続くという考えから、現状が続いていく。
		精密機械器具製造業（経営者）	・円高、企業の海外進出の加速が大きな要因である。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・トラックのほうは、ここ4、5か月はコンスタントに材料も出てきて、絶好調ではないがやや良い状態である。しかし周りを見ても円高、いろいろ高、エコカー補助金ももうなくなるといふ。あまり良くないのに、なぜなのか。来月は夏休みが8日あり、これは恒例のことなので仕方がないが、今月と今年のゴールデンウィークのように、材料が出ていて休めれば一番良い状態だが、今後、夏休みが終わってからどのように変化するか。悪いほうに行くのか、良いほうに行くのか、全く最近では分からない。
		その他製造業〔鞆〕（経営者）	・特別良くなるとか悪くなるという情報はないが、仕事が安定して落ち着いた状況の中で進んでいるということなので、大きな変化はない。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・今の状態は良いが、先に好材料がないため、良くて現状維持である。
		輸送業（経営者）	・今までの景気の流れから考えてステップアップできないような状況だが、この夏に入って猛暑が続いており、夏物商材が結構売れている気がするため、押しなべて大した変化はなさそうである。
		輸送業（営業担当）	・予想外の受注が入る可能性は排除できないが、現時点では予測できない。
		金融業（従業員）	・建設業や不動産業では、売上等が回復している取引先も見られるが、まだまだ力強さは感じられない。復興需要への期待感はあるものの、実際に受注増が見込まれている取引先は限定的である。設備投資への意欲も乏しく、先行きへの不安感を訴える声が多い。
		金融業（支店長）	・企業業績は回復傾向にあるが、設備投資は活発にはならず、しばらく今の状態が続きそうである。
		金融業（役員）	・足元で明るい材料が出始めているが、欧州の信用不安を始め、先行きに関しては不透明である。円高の影響も深刻化しており、海外進出あるいは逃避を真剣に考える中小企業も多い。

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
		広告代理店（経営者）	・直近で、今までにはない新たな提案方法に着手してみる。それがうまく回ればやや良くなるだろうし、無効に終わればやや悪くなるが、予想が全く立たないため、現時点ではどちらとも予測できない。
		社会保険労務士	・良くなるという要因が見当たらない。
		経営コンサルタント	・良くなる要因が見当たらない。
		税理士	・良くなる材料が見当たらない。オリンピック目当ての家電製品の売上も、地上デジタル放送化後のため期待薄である。
		経営コンサルタント	・商工会議所職員の話では、倒産、業績不振による廃業が原因で、会員数の減少に歯止めが掛からないとのことである。特に今年に入って顕著となり、後継者の不在もあって、こうした状況は当分続くのではないかとっている。構造的な問題だけに、景気動向にも深くかかわってきそうである。
		経営コンサルタント	・景気そのものはあまり変化しない。政治の空白、ヨーロッパやアメリカの不活発、中国の限界などが要因として考えられる。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・受注量を確保するために、受注価格の値下げを断行せざるを得ない状況が続くそうである。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・秋にはレギュラーの仕事が決まってはいるが、新規の仕事が見込めないため、変わらない。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・インターネット環境の整備されたインターネットマンションが当たり前の状況になってきている。新たにインターネット環境の構築を行うマンションの件数が減ってきており、今後大きな需要は見込めない。
	やや悪くなる	出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・競合他社による、受注量確保のための値引きが止まりそうにない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・円高と新興国の追い上げで輸出関連の受注に良い見通しがない。新企画に期待するが、各顧客とも動きは鈍い。
		プラスチック製品製造業（従業員）	・スポット受注が終了し、他の受注は見込めない。
		金属製品製造業（経営者）	・ヨーロッパと中国経済の影響が大きく、世界景気が下がっている影響を受けている。また円高による影響もあり、世界経済が良くなることが考えにくい。
		建設業（経営者）	・先行きが不安であり、先が見えない。夢が無い。
		建設業（経理担当）	・先々の工事案件の話も幾つかあるが、どれも予算が厳しく、赤字覚悟で受注しないと、この先仕事がなくなりそうである。消費税がらみの駆け込み受注を望むところである。
		輸送業（総務担当）	・出荷計画が大幅に下回っている状態がこのまま続くとは思えないが、荷主の生産量は増えていない。
		輸送業（総務担当）	・特にない。
		通信業（広報担当）	・欧米や新興国の景気減速の影響で、受注の伸びが更に鈍化する可能性が高い。
		金融業（統括）	・欧州関係の急激な円高が発生しており、更に株価も下がっていて不安材料が大きいため、マイナスである。
		金融業（支店長）	・各客先の、今後の売上見通しがあまりついていない。また電気料金なども上がり、現場などを含めると、やはり仕事の量が減ってくるのではないかと思う。小売業も皆が控えているため、今後は今よりは悪くなりそうである。
		金融業（渉外・預金担当）	・夏季に向けて節電や停電も不安視しており、稼働率も下がり、好材料が見当たらないとの声強い。
		不動産業（経営者）	・当社のような零細企業は、地道に小さいことも大切にやっていくように心掛けている。
		広告代理店（従業員）	・とにかく新しい仕事が入ってこない。既存の仕事が目減りしただけ、総売上が減少となっている。
		税理士	・アメリカの景気があまり良くないため、北米での日本製品の売上が良くない。新興国、中国等に対する輸出がまあまあ良いため、バランスが取れていると思う。日本の国内政治の混迷がはっきり悪く、手を打てないところがあるため、消費税増税も含めて大きな問題だと思う。早く政権が替われば、中から景気が変わってくる。
	悪くなる	出版・印刷・同関連産業（所長）	・現状の予測では、この状態が年末繁忙期まで続くと考えるため、何か起爆剤となる事例がない限り、非常に厳しい。
		一般機械器具製造業（経営者）	・来月の受注は今年よりもっと悪くなるような内示を受けている。9月に関して少し戻るといような、非常に悪い内示が出ている。

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
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・もう既に得意先が海外へ出ることになっている。したがって国内の仕事が向こうに行ってしまうため、仕事が減るということである。
		建設業（経営者）	・政策が実行されていない。
		建設業（経営者）	・先行き不安定な材料しかないためである。
		その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・円高や株の下落で投資ができない。
雇用 関連 (南関東)	良くなる やや良くなる	－	－
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数も微増ではあるが増えてきているため、徐々に人材市場も回復してくると思う。ただし、労働者派遣法改正における不安要素はまだ多くある。
		人材派遣会社（営業担当）	・雇用が増える前提である。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・リーマンショック以降、採用を抑えてきた反動で、来期の採用数を増やす企業が出てきた。中途採用の広告出稿数も増え始めている。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・お盆明けから9、10月にかけてのほぼ確実な予約注文が今7社、新規で7件あり、これがかかなり大口であるため、入ってくると多分違う。
		職業安定所（職員）	・離職者が減少傾向にあり、新規求職者も減少傾向にある。ハローワークを利用したことがない客から、新規の求人の問い合わせなどが出ている。業種はやはり広範囲である。
		民間職業紹介機関（経営者）	・職種に格差はあるが、求人需要が増えてきた。ただし求人条件、採用基準は厳しい。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・ここから秋にかけて、景気が良くなるという見通しの根拠になるものが全くない。結果的にはお金が回っていない、需要が増えていない、買上が増えていないと言う経営者たちが多かった。少しも良くなる見通しが無い。
		人材派遣会社（社員）	・製造業では円高、欧州の信用不安等を払しょくできず、依然として先行き不透明感がある。販売、サービス業については、大手中心だが採用活動は堅調である。全体的には求人数は横ばいで、好感材料が乏しい。
		人材派遣会社（社員）	・クライアントとの話の中で、増員を検討している話はほとんど聞かない。
		人材派遣会社（支店長）	・節電や総選挙の可能性もあり、個人も企業も様子見が続くようである。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・そこまでの勢いを感じない。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・求人数が増えるための材料が見当たらない。町の再開発に伴う地元での求人活動も積極的ではなく、イベント開催に向けてのスタッフ動員の動きもあまり見られない。どうも企業側に活力がないようである。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・それほど求人の動きも変わらず、やや減っていると思うため、景気もそれほど変わらない。
		職業安定所（所長）	・前年同月比でみると求人数は増加、求職者数は減少しており、改善の方向であるが、雇用保険受給資格決定件数は、ほとんど減少していない。また、円高等の不安要因を加味すれば、あまり期待はできない。
		職業安定所（職員）	・中小零細企業は、採用について経済動向の様子見している企業も多い。
		職業安定所（職員）	・周囲の状況に変化が出ていないためである。
		職業安定所（職員）	・円高の長期化による、景気の不透明感が続いている。事業主からの話を聞く限りは、あまり見通しは良くない。
		職業安定所（職員）	・求職者数は落ち着いてはいるものの、このところ管内外の企業の人員整理や倒産の情報が目立ち、事業主都合の離職者も多い。秋ごろにかけて大量離職が頻発する兆しも見られる。
		民間職業紹介機関（経営者）	・国内景気の改善は、現状からは難しいような感じがする。これからは大幅に見方を変えた発想が必須である。
		民間職業紹介機関（職員）	・復興需要やアジアなどが成長しているため、企業側の内需は悪くないが、欧州やアメリカの大統領選の影響を含め、不透明である。
		民間職業紹介機関（職員）	・求人数の動きから見た、企業の採用意欲レベルである。
		学校〔専修学校〕（就職担当）	・今後の採用予定企業及び募集人数の増加などは、以前の調査状況から増減はなく、求人獲得数の増加は見込めない様子である。

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
		学校〔短期大学〕（就職担当）	・ハローワークでも、前年同月と比べて新卒対象者の求人票があまり届いていない状況にあると聞いている。
	やや悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・国内景気の見通しが悪化する不安が強いなか、増やしたくても人を増やせないという話を、企業から聞くようになってきている。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・取引先でも業績が思わしくなく、更にリストラをするという話を聞いている。
	悪くなる	—	—

5. 東海（地域別調査機関：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
家計動向 関連 (東海)	良くなる	○	○	
	やや良くなる	商店街（代表者）	・地上デジタル放送開始後落ち込んでいたテレビ販売がようやく底打ちした感があり、今後は薄型テレビの買換え需要が徐々に増えてくる。	
		商店街（代表者）	・そろそろ景気が上がってくる頃である。	
		一般小売店〔酒類〕（経営者）	・飲食店での消費者の雰囲気を見ると、強い消費意欲を感じる。	
		一般小売店〔惣菜〕（店長）	・節電の影響などにより家で食事を作る人が減っている。そのため、惣菜や弁当がよく売れ始めている。	
		百貨店（売場主任）	・8月は1週目辺りまでクリアランスセールが続くが、その後売上があまり見込めない。9月は新しい高級ブランドが入ってくる予定である。ネットでチェックした客から問い合わせがあり、今後、少しずつ単価の高い物を買う客が増えてくる。	
		百貨店（経理担当）	・今月は、衣料品を中心に売上額が伸び悩んでいる。ブランドによりバーゲン初日が分散した影響による。これは特殊要因なので、来月以降は持ち直す。	
		スーパー（総務担当）	・うなぎの蒲焼きの予約販売数は、価格高騰により前年同月よりも少ない。しかし売上総金額は前年同月より多い。	
		家電量販店（店員）	・依然、主力商品である映像商品の販売台数の伸び悩みが続く。液晶テレビ・プラズマテレビの買換え需要が起こるまではなかなか軌道には乗れない。	
		住関連専門店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要と思われる住宅、マンションの購入、リフォーム等が増えている。また、各企業の設備投資についても順調に増えている。耐震工事ほか環境工事関係も増えている。	
		都市型ホテル（経理担当）	・婚礼件数が前期に対し下期以降増加する。	
		旅行代理店（従業員）	・今年、岐阜ではぎふ清流国体が実施されるため、宿泊施設や飲食店、交通機関などにはぎわいをみせる。また国体関連の二次需要も見込まれ販売量は確実に増える。	
		美顔美容室（経営者）	・来月からホームケアのキャンペーンが始まるので、売上がアップする。	
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・秋になれば行楽シーズンに入るので、外出用商品の受注増を見込む。	
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税法案が可決されれば、ちゅうちょしていた人も少しは駆け込みで新築に向けての決断をする。しかし、景気が回復しなければ一時的なものとなり、その後の冷え込みが恐ろしい。	
		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）	・ホテル改装工事やリフォーム工事の見積依頼が来ており受注が見込まれる。	
		変わらない	商店街（代表者）	・来客数は変わらないが単価が低い。社会情勢上、客単価が上がるとは思えない。
			商店街（代表者）	・今が底のような状態であり、変わらない。プラスに転じる要素が、今のところ全く見つからない。
			商店街（代表者）	・来客数は減っておらず、これ以上は悪くはならない。ただしこれ以上商品単価の低下が進むと包装資材費率が増えるので、減益の要因になる。
			商店街（代表者）	・家電業界があまり良くなく、メーカーも赤字が続いており、良い材料があまりない。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・良い要因も悪い要因も見つからない。このまま続く。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔土産〕 (経営者)	・良くなる理由も特に見当たらず、おそらく悪い状況がしばらくは続く。
		一般小売店〔土産〕 (経営者)	・心理的影響が収まるまで、今しばらく停滞する。
		一般小売店〔生花〕 (経営者)	・依然、客の財布のひもは堅い。衝動買いをすることはめっきり減っているし、景気の良い話が聞かれない限りこの状態がしばらく続く。
		一般小売店〔書店〕 (経営者)	・政権交代のような劇的なことがまた起これば、期待感で景気が良くなる可能性はあるが、そうでなければ今のまま変わらない。
		一般小売店〔自然食品〕 (経営者)	・前年同月と違い、消費税増税が現実味を帯びてきた。電力料金の値上げや食品への放射能の影響など、震災後の消費者の負担も見えてきて、消費行動にマイナス面が増えている。
		一般小売店〔薬局〕 (経営者)	・地元の大きな陶器商のほとんどが倒産し、特に若い人の雇用が悪い。なかなか働くところがないと聞く。60才以上の高齢者はお金を持っているが、景気の良かった頃に比べると衝動買いはほとんどしない。
		一般小売店〔果物〕 (店員)	・3か月ほど景況は変わらない。
		百貨店(売場主任)	・クリアランスセール開始日が分散した影響もあり、月全体でピークが分散している。そのため買い控えが見られ、結局買わずじまいという客がいる。
		百貨店(販売担当)	・夏のクリアランスセールでは、客は良い物を安く買いたいという気持ちが強い。この先も期待しにくい。
		百貨店(販売担当)	・オリンピックによる一時的な気持ちの高揚から消費が増える可能性はある。しかし、不安定要素が解消されるか、何か特殊な与件での景気浮揚策がない限り、上昇する気配はない。東日本大震災以降の不安がじわじわと顧客心理の中に浸透、常態化し、前や上を向きづらい状態になっている。
		百貨店(店長)	・固定客は堅調であるため、天候のめりはりで対応商品は順調に見込まれる。
		百貨店(販売担当)	・製造業が上向きになり、雇用情勢も好転しつつあるので、引き続き消費も堅調である。
		百貨店(営業企画・販売促進)	・政治的不安と社会保障の問題が解決されない限り、消費意欲は高まらない。
		スーパー(経営者)	・前月から、客が来ない、買い方がシビア等で極端に悪くなり、その状態が依然として続いている。今後も悪い状態が続いていく。
		スーパー(店長)	・スーパーマーケット業界は合理的な購買行動が常態化している中、競合店舗の発生がいまだに続くという異様な状態にある。各社がお互いの首を絞め合っているという状況が続くなかでは、今後も回復は望めない。
		スーパー(店員)	・ここ数か月の状況は全く変わらず、良くなる傾向も落ち込む傾向もない。今後は消費税増税によって、変化してくる。
		スーパー(店員)	・ここ数か月、同じ動きである。
		スーパー(店員)	・うなぎの高騰により土用の丑がどうなるか懸念を抱いていたが、それなりの売上があったので、極端に悲観することはない。かといって良くなる要因も見つからない。
		スーパー(営業担当)	・大手自動車メーカーの子会社の人員整理が実施され、厳しい雇用情勢が続いている。
		スーパー(販売促進担当)	・天候不順、消費税増税等の要因により客の消費意欲が見えない。暑い夏が続けば改善する。
		スーパー(営業企画)	・この先、3か月間は消費がこれ以上冷え込むこともなく、逆に上がる要素も特にない。
		コンビニ(企画担当)	・これ以上は悪化しない。
		コンビニ(エリア担当)	・今月の状態から劇的な変化はなく、当面同じ状態が続く。
		コンビニ(エリア担当)	・夏季の気温には多く左右される。しかし、売上・来客数・客単価共に、多少の変化はあっても全体的には大きく変化しない。
		コンビニ(店長)	・暑いなかで、やや来客数の動きが良くなっているが、夜の客の動き、購入の状況から判断して、あまり回復しない。
		コンビニ(商品開発担当)	・前年同月よりも残暑が厳しいと予想されるため、構成比の高いファーストフード及び飲料の販売が期待される。前年同月に続き節電需要効果も期待できる。その反面、サービス関連では主にチケット販売の不振が目立つ。現状がこのまま継続される可能性が高い。

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
		衣料品専門店（経営者）	・今年も残暑が厳しいといわれているので、秋物の売上に期待が持てない。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・消費税増税で、ますます財布のひもが固くなっている。
		衣料品専門店（経理担当）	・来客数は前年同月と同じである。販売量は2%減少している。ショッピングセンター協会、百貨店協会、チェーンストア協会の数値もすべて悪い。ショッピングセンターへの来客数が横ばいである要因は、朝7時開店への早朝シフト、節電の気運が高まり手軽に来店する、の2つと推測される。
		家電量販店（店員）	・夏場にエアコン・冷蔵庫の売上が増えないようでは他に伸びる要素もない。
		家電量販店（店員）	・欧州の信用不安、消費税増税等いろいろあり、客は不安感をもっている。それが購買にある程度影響してくる。当面、徐々に良い方向に向かっているが、足踏み状態の実感はある。
		乗用車販売店（営業担当）	・景気が良くなると思える要因がない。
		乗用車販売店（経営者）	・良くなる話題がない。
		乗用車販売店（経営者）	・好転する要因が見当たらない。
		乗用車販売店（従業員）	・先行き不安があり、波もある。今月は、全くだめというわけではないが、今一つである。たまたま今月だけなのか、先行きが分からない。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・消費を担う若年層が外出するよりもひきこもる傾向にある。高齢者のショッピングが増加する。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・特に回復するような要因がない。
		一般レストラン（経営者）	・良くなる理由が見つからない。
		一般レストラン（従業員）	・景気が低迷している状態が当たり前になってしまったことが怖い。
		観光型ホテル（経営者）	・2、3か月の景気見通しは、前年同月比15%増程度で宿泊は埋まっているので、変わらない。今後の景気対策は特に見受けられないが、それほど落ちるような状況ではない。
		観光型ホテル（販売担当）	・前月よりは秋口にポツポツと一般宴会の予約や問い合わせが入って来てはいるが、前年同時期と比べるとまだまだ弱い。引き合いはあるものの、成約になかなか至らないのが現状である。
		都市型ホテル（従業員）	・予約数が変わっていない。
		都市型ホテル（支配人）	・秋は、学会等で宿泊の稼働は見込めるが、宴会などの予約は弱い。
		旅行代理店（経営者）	・向こう6か月の受注も悪くないが、欧州の信用不安問題もあり、手離しで喜んではいられない。
		旅行代理店（経営者）	・客層が二手にわかれている。休みもお金もある層は通年通りである。
		旅行代理店（経営者）	・旅行業界としては、7、8、9月は良くならないので、変わらない。
		旅行代理店（経営者）	・消費者心理として無駄な買物はしない。夏休みのシーズンなので旅行は円高も手伝って増えているようには見えるが、格安航空会社も含めて節約志向には変化がない。
		旅行代理店（従業員）	・今年の夏は猛暑が予想されるので、8、9月は避暑を兼ねた旅行が多い。ただ、景気の動向は悪いので、付随して売上が伸びるとはあまり期待していない。
		タクシー運転手	・長い間悪い状態が続いている。繁華街に飲みに来るといって無駄なお金を使わず、財布のひもを締めている。人出が少ない状況が続いているので、2、3か月後も現状とそれほど変わらない。
		通信会社（営業担当）	・需要の増加と、他サービスの減少により、全体としては現状が続く。
		通信会社（サービス担当）	・提供エリアの拡大や新しいサービスの展開により、若干は良くなりそうであるが、他社との競合で、あまり景気は変わらない。
		通信会社（営業担当）	・回復に向けての見通し・兆し等明るい話題もなく、国民にも活気を感じられない。

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
		テーマパーク（職員） ゴルフ場（企画担当）	・秋に向けての期待できる要素が見当たらない。 ・来月8月は前年同月と比べると入場者予約がかなり増えている。前年の7、8月は、大企業が節電のため平日を休みにしたこともあり、かなり入場者数が増えた。今年の8月はそれよりも予約が増えている。しかし、9月の予約数は前年同月より悪く、今一つ、景気が良くなっているのかどうか分りにくい。
		美容室（経営者）	・高齢で歩いて来る客が多いため、10月の頭までは暑いので出足が悪くなり、今と変わらない。
		美容室（経営者）	・今はボーナスなどの臨時収入があり、レジャーなどでお金を使う人が多い。現状のままか、もしくは多少お金を使わなくなる。
		その他サービス〔語学学校〕（経営者）	・今のところ営業企画を控えている。
		設計事務所（経営者）	・計画案件数は少し戻しつつあるが、単価が全体に絞られている。
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税法案の影響が非常に強く、消費税率が結果的に上がるまでは今後も悪い景気が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・受注量が増加する要素が見られない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・今月の売上増加の原因が良く分からないが、それほど長続きはしない。秋にはいつも通りの数字に戻る。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・3か月先もマイナス傾向が続く。世の中の不安要素が多いので、消費者は給料が増えない分お金を使わないし、貯蓄をして将来に備える。従って、交際費が伸びず、交際費の勘定科目が多い贈答品店等では厳しい。客とのつきあいが減る傾向が2、3か月続く。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・国内はもとより、世界的に経済が低迷している状態が目立っている。急に農産物の値が上がり、デフレのなかで価格に転嫁することもできないので、この先しばらく厳しい経営を強いられる。景気の低迷がしばらく続く。
		一般小売店〔和菓子〕（企画担当）	・特に、欧州の信用不安等で先行きが非常に怪しいので、景気は良くならない。
		百貨店（企画担当）	・現状、景気は決して良くない。今後数か月で上向く材料も見当たらない。政治の混迷、消費税増税など景気に対してマイナスに作用する要因の方が多い。
		百貨店（経理担当）	・円高、消費税増税等の報道が過熱していくと消費意欲が後退していく。
		百貨店（販売担当）	・クリアランスセールは出だしの来客数が少なかったこともあり、動きがあまり良くない。
		百貨店（経営企画担当）	・欧州の信用不安、円高ユーロ安などの影響が今後さらに企業業績を圧迫し、賞与などの所得減となり、消費を縮小させる方向につながりかねない。
		スーパー（経営者）	・3か月先は、欧州の信用不安が確実に欧州各国の景気を悪くする。中国を中心とする新興国は、欧州への輸出が減少する。新興国の景気はそれぞれ徐々に悪くなっている。そのおろりで先進国、米国、日本にも影響があり、景気は徐々に悪くなっている。
		スーパー（店長）	・周辺競合店の価格競争はさらに厳しくなる。
		スーパー（店長）	・製造業は国内生産から海外生産へとシフトしてきたが、海外での生産も今まで以上の厳しい競争が続く。
		スーパー（販売担当）	・まだまだ安売り店が広告をしていくので、厳しい。
		スーパー（商品開発担当）	・競合他社もEDLP（年間を通じた低価格商品）を強化し、一段と価格に対しての価値観が強まってきている。所得の低下、将来への不安の表れで、節約できるところは節約しようという雰囲気が一層高まっており、景気は悪化する。
		コンビニ（エリア担当）	・競合店の出店がなお激しくなる。
		乗用車販売店（従業員）	・政治の不安定に尽きる。
		乗用車販売店（従業員）	・前回のエコカー補助金終了後は、受注先食いの反動により、大きく受注が減少した。今回はその経験を踏まえ、相次いで新型車を投入し、新車効果を期待している。しかし、客の財布のひもはかなりきつくなる。
		乗用車販売店（経理担当）	・実質的には、エコカー補助金は終了しているので販売台数の減少が見込まれる。前回の補助金終了後の落ち込み同様の結果になるのかは不透明である。

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	
		乗用車販売店（総務担当）	・新車販売においてエコカー補助金が8月半ばで終了予定のためやや悪化する。	
		乗用車販売店（販売担当）	・車のエコカー補助金がなくなるため悪化の予想が立つ。	
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・欧州の信用不安と国内の政局の不安定により悪化する。	
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・夏休みに財布のひもが緩んだ分を引き締めにかかる。	
		スナック（経営者）	・夏休み、お盆、連休は予約が少なく、あまり期待できない。	
		スナック（経営者）	・今まで接待費等で来店していた客が、自費で来店することは少ないため、個人的な消費が見込めない。現状では景気が回復しない以上、団体客を見込めることもないため、売上が伸びる要因がない。	
		その他飲食〔仕出し〕（経営者）	・国の財政云々よりも、実際の消費者の財布の状況から、消費税増税のストレスは厳しい。当然、販売、単価等に悪影響が出てくる。	
		都市型ホテル（経営者）	・企業の海外流出、円高を含めた景気の低迷、少子高齢化がじわじわと景気を悪化させる。	
		タクシー運転手	・例年、お盆休み明けは売上が低迷する時期である。自動車業界の明るい材料はあるものの、連休後の財布のひもは固く、一時的に落ち込む。	
		タクシー運転手	・毎年7、8月は旅行やお盆の帰省、スポーツの大会など非常に人の動きがある月なので、9月になるとどうしてもやや暇になる。	
		通信会社（企画担当）	・野菜やガソリン価格こそ落ち着いてきたものの、消費税増税など、先行き不透明感は強い。	
		観光名所（案内係）	・暑さが続きそうで、冬が短くなる。冬物製品の販売が、あまり伸びないので、景気はそれほど良くならない。	
		パチンコ店（経営者）	・業界が低貸の方向へ進んでいて今が過渡期である。	
		理美容室（経営者）	・景気が悪くなるという話をしていると客がお金を使わなくなる。	
		設計事務所（職員）	・円高が続く中、これといった景気対策が出る可能性がなく、回復の糸口がつかめない。	
		住宅販売会社（従業員）	・国会の動きが最近さらにわからない。動向を見守る人が増えそうで買い控えが進む。	
		その他住宅〔住宅管理〕（従業員）	・客の話では、正規雇用がかなり減っている。正規雇用を増やすような政策をしていかなければならない。	
		悪くなる	一般小売店〔時計〕（経営者）	・有効な景気対策がないままに消費税増税だけが決まると、景気が悪くなる。
			コンビニ（店長）	・消費税増税が現実的になって、消費の落ち込みが懸念される。今まで景気に左右されなかったたばこや宝くじの販売量が減っている。
			コンビニ（店長）	・ただでさえ売上増が期待できないなか、競合店の出店は今後の売上にずっと影響し続ける。
			乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金が終了することで一気に購買意欲が失せ、販売需要は停滞する。
			乗用車販売店（従業員）	・8月にエコカー補助金が終了すれば前回同様に大幅に販売台数は減少する。
			その他専門店〔貴金属〕（店長）	・来客数、客単価共に前年同月との比較では大幅に落ち込む。生活防衛の意識が高まって、景気が上向き気配が全くない。
			高級レストラン（スタッフ）	・大震災復興需要の効果はほとんど実感されない一方、公的負担の増加やボーナスの減少、企業の海外移転など、雇用・所得・消費の環境は逆風ばかりである。先行き明るい材料が見当たらない。
テーマパーク（職員）	・しばらく関東方面や九州方面への人の流れが続く。			
美容室（経営者）	・客がお金を使わない。次のヘアカットまでの間隔も、1か月から2か月、3か月へと伸びている。			
理容室（経営者）	・この先も景気は良くなるとは思えない。			
企業動向関連 (東海)	良くなる やや良くなる		—	—
			輸送用機械器具製造業（品質管理担当）	・客先の発注元が増産傾向になっているため、今後しばらくは忙しくなる。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・完成車メーカーが海外での生産数量を増やすと聞いている。ノックダウン生産の形で、当社の部品が完成車メーカー経由で輸出される数量が増える。	

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	
		建設業（経営者）	・消費増税の影響が少なからずあると思うが、全般的に景気回復している。	
		金融業（従業員）	・例年に比べて横ばいながらも、今後は少しオリンピック等の活性化もあり、景気が上向きになる。	
		不動産業（開発担当）	・消費増税前の駆け込み需要の始まりが本格化する。	
	変わらない	食料品製造業（経営企画担当）	・劇的な消費マインドの回復は期待できない。当面は徹底的なコストダウンで収益を確保することを考える必要がある。	
		化学工業（企画担当）	・今後3か月間の売上予測からは特段低調な傾向は認められない。しかし、スペインの信用不安やロンドンの銀行間取引金利の不正操作問題による世界経済への影響などで、円高ユーロ安や株価低迷が進行することが予測されることから、売上に影響してくる可能性がある。	
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・長引く構造不況下にあつて、なす術がない。	
		一般機械器具製造業（営業担当）	・欧州市場での販売不振が原因となつて、北米自動車メーカーが設備投資を減少させるのではないかと懸念する情報が北米市場の代理店から入っている。しかし、実際の引き合いの量や受注金額に大きな変化はみられない。	
		電気機械器具製造業（営業担当）	・円相場が不安定で先行きが見えない。	
		電気機械器具製造業	・日本全体に停滞感がある。この先何がきっかけで上下するかわからないこと自体に不安がある。	
		建設業（営業担当）	・ぎふ清流国体等が始まるからといって、売上もしくは受注が増える業種は限られている。2、3か月で景気が良くなるとは判断しづらい。今は我慢のときである。	
		輸送業（経営者）	・製造業の客の生産予定がしばらくは安定的に推移する。	
		輸送業（従業員）	・全国的な猛暑で飲料やドリンク類などの荷動きが活発である。その他夏物関連の商品の製造販売が活発になる。また、今年のお盆はカレンダーから例年より休みのところがやや多く、盆前の荷動きが例年以上に多くなると予想している。業界としては依然高値ながら原油価格がやや落ち着いており、一服感がある。	
		輸送業（エリア担当）	・経済状況が変化する要因がない。	
		輸送業（エリア担当）	・主要荷主からも仕事が増えるというような明るい話題が聞こえてこない。	
		輸送業（エリア担当）	・軽油の単価が下がり続けているが、8月に元売り各社で在庫調整があるので、今度は上げに転じてくる。ただ、産業そのものが活性化されるかというところではなく、軽油は相変わらず横ばい、又は売れないので下がる。産業復興の兆しが見当たらないという点で、景気はまだ横ばいである。	
		輸送業（エリア担当）	・お中元は若干減少しているが、取引先は品質を重視してきているため、当社の強みがいかにせる。	
		金融業（企画担当）	・欧州の信用不安は抜本的な対策、米国、新興国の景気は改善指標が出てこない、動きづらいつながり続く。当面は改善の見込みはない。	
		不動産業（経営者）	・底値低迷で動きがほとんどない。	
		不動産業（管理担当）	・不動産会社でオフィスの仲介を担当している。とにかく何も動きがないことから、景気は上向きでも下向きでもなく、変化がない。	
		広告代理店（制作担当）	・客からの問い合わせはあるが、なかなか受注までに至らない傾向があり、こういった状況はしばらくは続く。	
		行政書士	・良くも悪くもない。	
		会計事務所（職員）	・仕事量は増えているが、単価が安い、期間が短い、ロット数が少ないなど企業にとって利幅の薄い仕事が多い。	
		会計事務所（社会保険労務士）	・業績が回復してきても、これまでの赤字を埋めるところまでで、従業員の給与や賞与に還元されるのはもう少し後になる。	
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・案件があつても体制がつかれず、受注につながらない。	
		その他サービス業〔広告印刷〕（従業員）	・季節的要因以外、今のところ変化する要因が見当たらないので当面現状維持のみである。	
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・前年のタイの洪水から1年経ち、少しずつ国内の仕事がタイへ戻るようになってきている。国外への仕事の流出は、避けられない。	
		やや悪くなる	紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・段ボールケースの販売先が、価格競争の激化により売り負けし、他社から購入するケースが増加傾向にある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		印刷業（営業担当）	・身の周り全体に、あまり良い話を聞かない。一次会社、客、協力会社、どの会社を見てもあまり良くない。緩やかに景気が良くなっていると聞かすが、末端までには及んでいない。
		化学工業（人事担当）	・一番大きな影響は欧州、特にスペインの信用不安の動向である。為替レート（円高）にも反映するので、この問題が払しょくされるまで景気の低迷は継続する。
		窯業・土石製品製造業（社員）	・スマートフォン関連は、価格より部品供給を間に合わせることに主眼が置かれていたが、そろそろ供給が安定し、価格競争の段階に入りつつあり、値下げ対応を迫られることになる。
		鉄鋼業（経営者）	・円高により、ものづくりの海外流出、電力などの原料高、エコカー補助金の終了により、自動車販売台数の落ち込みが予測される。復興も一向に進まない状況で回復していく要素が見当たらない。
		金属製品製造業（経営者）	・引き合いは相変わらず増加していない。販売価格も低下傾向である。
		金属製品製造業（従業員）	・プロジェクトの動きが鈍く、仕事量の確保への心配がある。同業間でもその話を聞く。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・中国の景気刺激策等の効果は、秋以降である。欧州、米国景気は、しばらくはダラダラと横ばいである。一部自動車関連は、下降傾向との情報もある。今後2～3か月は悪化傾向である。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・欧州の信用不安の影響がアジアまで広がると、欧州の下落分をアジアで補うことも難しくなる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・産業用機器に使われるトランス関係あるいは設備用トランス関係が、全く動いていない状態が続いているため、まだ悪い状況は続く。今後、ますます悪くなる。一部自動車関係については好調な機種もあるが、まだまだ予断を許さないという状態で、増産、良くなる傾向はまだ見えてこない。
		建設業（経営者）	・景気が良くなる材料が全く見当たらない。特に政治家は自分の選挙のことしか考えず、国民のことを何も考えていない。大企業、電力会社も自分たちのことしか考えていない。国民全体でがんばっていこうという気概が、国民にも薄れてきている。
		通信会社（法人営業担当）	・円高、株安、貿易赤字と過去最悪の条件である。欧州の信用不安の影響、消費税増税により消費マインドが落ち込む。
		金融業（法人営業担当）	・エコカー補助金の終了による自動車国内販売の反動減、海外景気の悪化に伴う輸出の減少や円高進行など、先行きの景気下振れリスクが懸念される。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・新聞購読者が減りつつある昨今、さらに消費税増税の影響が出てくるのが怖い。
		経営コンサルタント	・企業の雇用がまだ回復していない状況のなかで、工場を売りたいという話も出ている。設備投資は、まだ盛り上がっていない状況である。雇用改善がなされない状況のなかでは、住宅購入の動きも見られないし、地価の下落傾向もまだ続いている。
公認会計士	・スペインを始めとする欧州の信用不安がある。中国経済が弱含みである。円高、国内空洞化等に対する政治的な政策がない。		
	悪くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・現状好転する業界が少ない。車業界も減産方向に向いている。
雇用 関連 (東海)	良くなる やや良くなる	-	-
		人材派遣会社（経営企画）	・今後も研究開発需要は堅調と見込まれる。
	人材派遣会社（社員）	・来月はイベント、同窓会、2～3月先は婚礼、法人関係の予約状況が好調である。	
	アウトソーシング企業（エリア担当）	・自動車生産に関して9か月連続して増加しており、今後もしばらくは増加する。	
	職業安定所（次長）	・新規求人が好調さを維持している。内容では正社員求人が依然として少ないが、求人数自体は増加している。	
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・求人の動きが良くなっているのは事実である。ただ、求職者がほとんど出てこないため、売上が上がらない。求職者が出てきたとしても、キャリアのある人間がいない、年齢が高いため、人を派遣できない状態が続いている。
人材派遣会社（社員）		・海外進出する企業が増えて、国内の雇用が頭打ち傾向にある。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		人材派遣会社（営業担当）	・求人数はここ最近では多かったが、日経平均は8500円前後を行ったり来たりしているため、景気回復はあまり期待できない。
		人材派遣会社（営業担当）	・エコカー補助金の打ち切りが生産減につながり、それに伴って雇用も減少していく。
		職業安定所（職員）	・求人数は増加しており、景気回復が見られる分野もある。しかし中小企業においては引き続き休業や人員削減等が見られ、ばらつきがある。
		民間職業紹介機関（支社長）	・欧州の信用不安など、マイナス要素も残っており、環境が好転するとは思えない。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・マーケットを同じくする同業他社も業績不振により採用を控えている。弊社もいい人材のエントリーがあれば検討するといった消極的な採用計画が続いている。
	やや悪くなる	人材派遣会社（支店長）	・エコカー補助金の終了に伴い、生産計画も反動で減少しているため、派遣活用を頂いていたクライアントとの派遣契約満了がすでに増えている。
		職業安定所（所長）	・介護・福祉関係の求人は増加するものの、自動車部品等の製造事業所ではエコカー補助金の終了により生産量はやや減少し、新規求人も同様に減少する。
		職業安定所（職員）	・企業の方から、3か月先の予定が立たない状況であるという声がよく聞こえており、景気が良くなっているとは思えない。
		職業安定所（職員）	・雇用調整助成金の計画件数が、6月ごろから若干増加傾向にある。このような場合は、企業の求人意欲が薄れることが多いので、やや下降する。
		職業安定所（職員）	・最近、中小規模事業所の廃業、規模縮小による離職者が増えている。
悪くなる	人材派遣会社（営業担当）	・エコカー補助金の終了に伴い悪化する。自動車購買数値の低下、ならびに欧州の信用不安の影響が懸念される。	
	職業安定所（職員）	・エコカー補助金が終了することで、下請を含む自動車関連の景況感が一段落する。これが、運輸・郵便業、飲食店・宿泊業、卸売・小売業、派遣業に間接的に影響を及ぼす可能性がある。	

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 (北陸)	良くなる	－	－
	やや良くなる	コンビニ（店舗管理）	・オリンピック開催年の夏を経て、閉塞感が若干薄らぐことに期待したい。
		家電量販店（店長）	・復興支援・住宅エコポイントの省エネ家電ギフト券への交換や、エアコンの省エネ機種への買替への需要がある。
		旅行代理店（従業員）	・秋の行楽シーズンでもあり、現在の受注量からすると期待はしている。しかし、上積み動きが鈍いため、社会情勢の影響を最初に受ける業種としては、多くは期待できない。
		旅行代理店（従業員）	・消費税のことがやや気になるが、メリハリ消費といわれるように、認められた商品にはしっかりとお金を使う様子がうかがえる。
		タクシー運転手	・前年の秋は自粛ムードもあり、行楽の人出は少なかった。今年は自粛ムードが解消され人出があると思う。そのため期待できるのではないかと思う。
		通信会社（役員）	・大手通信事業者との競合により、サービス利用者数の合計は増える方向に進んでいると考えており、今後の利用数の着実な拡大を期待している。
		住宅販売会社（経営者）	・成約見込み数の増加がみられる。
		住宅販売会社（従業員）	・高額物件の引き合いが出てきており、消費税増税見通しから需要の高まりが期待できる。
	住宅販売会社（従業員）	・客の動きは間違いなく増えており、今後の契約数は増加すると思われる。展示場来場だけでなく、今まで無かった事務所への来社も1か月で3件もあり、住宅を検討している客の動きは、これからさらに活発化すると思われる。	
変わらない	商店街（代表者）	・消費税のアップやよどんだ空気より浮かれるような話題が欲しい。悪い意味で変わらない。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（代表者）	・オリンピック以外に明るい話題も無さそうで、景気を刺激するほどの材料は無さそうだ。暑い日が続くそうで、お出かけの頻度も減りそうだ。
		一般小売店〔精肉〕（店長）	・新しい客も入っているため、売れる商品が変わっていくので、昔の客で売れたものが読めない。今後どうなっていくか見当がつかない状況である。
		百貨店（売場主任）	・天候に左右されることが多くなると思われるが、消費税アップの話題による買物へのモチベーションの低下も、ここしばらくは顧客の買物意識からなくなっている。クリアランスから秋物商品への提案を段階的に実施し、顧客への飽きさせない来店促進がカギとなるが、ここしばらくは安定した展開になると思われる。
		百貨店（営業担当）	・8月は猛暑が予測されているため、家の中でいかに涼しく、エコな暮らしを楽しむかというのは、引き続きあると思われる。通常の8月は、夏休みやお盆などで、外に出かける、旅行に行くといったお出かけ関連商材の動きがあったが、今年はそうしたものより家の中で楽しむということで、支出的には少し抑え気味なのかなと感じる。そう言った意味では、まだ厳しい時代が続く。
		百貨店（売場担当）	・節電が叫ばれており、涼しい素材の衣料品やひんやりグッズを、各社とも売れる見込みで相当数の在庫を用意して臨んだが、予想以上に消化率が悪く在庫が残っており、苦戦している状況である。8月以降も、どれだけ伸びるか予測しづらい状況である。高級雑貨や時計、宝飾などは前年同月比の76%ということで、生活必需品以外の苦戦が継続している。
		スーパー（店長）	・特に、周囲の競合店の動きを見て判断した。
		スーパー（店長）	・ここへきて猛暑日が続いている影響で、来店時間のズレや1人当たりの買上点数が、限られた商品に集中してしまい、家庭での食材料を買わない傾向が続いている。現在購入しているのは、即食品や簡便商品、飲料などに集中しているためだと思われる。
		スーパー（総務担当）	・政治の混迷が続き、景気が良くなる展望が持てないため、消費者は出費を控えようとする。引き続き客単価が下がると予測する。
		スーパー（総務担当）	・オリンピックによる消費拡大は瞬間的にあるものの、円高や消費税増税、穀物被害など暗い話題が多く、回復に向う兆しは無いように思う。
		スーパー（統括）	・特に変わる材料がない。現状は暑いため、この状況とこれ以降の前年との気温差によって、若干変わってくると思う。
		コンビニ（経営者）	・売れているものとしては、店で作っている揚げものなど、要はコンビニにしかないような商材である。できたての物であるとか、安い商品の目的買いに関しては、依然として高い伸長をしているため売上が期待できる。しかし、もっと稼げるもの、たとえば弁当類などに関しては前年を下回っているような状態が続いている。総体的には、売上が上がっていくことは見込めない状況である。
		コンビニ（経営者）	・前年の業界再編成後の売上レベルは維持できる。前年同月比の数字に限れば回復するが、景気が良くなるという実感は、まだまだないだろうと思っている。
		衣料品専門店（経営者）	・暑い日が続く中、残暑が厳しそう、夏物の実用衣料が中心に売れていき、秋物はそんなに早く売れていくとは期待しにくい。
		家電量販店（店長）	・暑さを過ぎれば、けん引してくれる商品は見つからない。太陽光など検討する来店客は多いが、金額がまだ高いためか成約となりにくい。
		家電量販店（管理本部）	・チラシ導入時の新規顧客の伸びが低い。
		乗用車販売店（経営者）	・小型車志向や低燃費化など需要を引っ張ってきた車種は、やや一巡したかに見える。新型スポーツカーや新型高級輸入車などが話題をつくるが、大きな台数を見込めない。
		住関連専門店（店長）	・このままいけば上がってほしいが、消費税問題がいつからどう動くかで一気に変わってくると考えられる。オリンピック商戦も、悪くでるか良く出るか微妙である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他専門店〔酒〕 (経営者)	・これ以上は悪くならないという希望的観測であり、実際のところは悪くなるのではないかという不安でいっぱいである。とにかくここ10何年と、こういったデフレ状態というか、景気の悪さが出ているのが、いつまで続くのか。いい加減に景気回復の方向へ向かって欲しいと思っている。
		その他専門店〔医薬品〕 (総務担当)	・必要な物を必要なだけ購入するという、節約モードが浸透している。新商品の購入にも慎重な姿勢が見られる。
		高級レストラン (スタッフ)	・お盆の暦がととてもよく、予約も例年の2割増しで入っている。オリンピックでのプラス要因はない。
		一般レストラン (店長)	・良くなる要素が見出せない。
		スナック (経営者)	・スナック業界も時代の流れなのか、客の混沌とした状態を聞くと先々も期待できない感じがする。
		観光型旅館 (経営者)	・8月は高校総体などで客数は稼げているが、9月以降の秋シーズンの予約状況は、非常に厳しい状況である。
		観光型旅館 (スタッフ)	・予約保有も7月から9月は前年同月比95%、10月は同80%とまだ回復傾向は見受けられない。
		都市型ホテル (スタッフ)	・夏季商材での取り込みはあるが、大きく変動する要素ではない。
		タクシー運転手	・タクシーは、夜は週末だけが何とか動くが、それ以外はあまり動かない。
		通信会社 (職員)	・オリンピック景気の後には、その反動からよほどのプラス材料がでてこない限り現状維持となるという話が、地元では大勢である。
		通信会社 (社員)	・堅調さを維持する見込みである。
		通信会社 (営業担当)	・携帯電話の新商品 (夏モデル) の発売前で、客が買い控えている状況がある。現行機種の下げを待ち、販売量の増加を見込みたい。
		通信会社 (営業担当)	・特定の機種を除き、全体的な在庫不足の中で、総数で更なる大幅な伸びは見込めないと思われる。
		通信会社 (営業担当)	・商品の見極めはシビアであるが、販売そのものは、ある程度順調に推移するのではないかと。
		競輪場 (職員)	・年に1回の本場記念開催が翌月に控えているが、地元有力選手の欠場が予想され、売上減に拍車がかかると予想される。
		美容室 (経営者)	・ここ半年ほど売上、来客数とも前年をクリアするようになった。この傾向はあと半年は続く雰囲気である。
		住宅販売会社 (従業員)	・客は購入のため動いているが、予算は厳しくなっている。1物件あたりの単価が下がり、かつ契約までに要する時間がかかるようになってきている。消費税率アップ前の駆け込み契約も含め、今後の動向が重要と考えている。
		住宅販売会社 (従業員)	・平成25年になると住宅取得資金の贈与税が減額されるので、今月同様、客の動きが増える。
	やや悪くなる	一般小売店〔鮮魚〕 (従業員)	・観光地は、依然、東京スカイツリーに食われているようであり、この猛暑で人の出入りが減少するように思われる。
		一般小売店〔事務用品〕 (役員)	・エネルギー不安、増税問題、海外、特にイタリアやスペイン、ギリシャの信用不安など、我々を取り巻く環境は非常にマイナスな方向に向かっている。そういった不安な時期に、客がなかなか投資をしない気がするため、2～3か月後の景気というのは、悪くなりつつあるのではないかと考えている。
		一般小売店〔書籍〕 (従業員)	・消費税問題をはじめ、一般家庭に影響のある問題が山積みで、周りの景気は悪くはなるにしろ、良くはならない。
		百貨店 (営業担当)	・夏の暑さが続く中で夏物の低迷がこのまま続けば、前年割れの状態が、翌月、翌々月も続くと思われる。ただ、アイテムとしての旅行用品についてはまだ客の動きが見られるため、それに関しては少し伸びしろがあると思われる。全体的には来客数も減少、買上客数も前年割れが続くと思われる。
		コンビニ (店長)	・消費税増税などの話があり、全体的に客の景気は良くない。事実、通常時の売上が徐々に下がっているのが現状である。イベント、例えば土用の丑のうなぎ弁当など、今後、盆や正月などに単価の高い弁当を買ってもらうことはできると思うが、そういったイベント商品を除く通常商品だけで見ると、年々落ち込んでいるように感じられる。総売上は前年を少し上回ってはいるが、うなぎやたばこの単価が上がったから結果的には売上が上がっているように見える。利益率などを考えると手元に入ってくる利益は年々減っている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（経営者）	・土木、建築関係でユーザーの倒産が複数件出ており、自社にも影響が少なからず出ている。景気状況はこれからも厳しくなると思う。
		乗用車販売店（役員）	・補助金終了後に、どのような市場になるのか大変不透明な状況だが、モデルチェンジの新型車の推進、販売を進めて行かざるを得ない。
		自動車備品販売店（従業員）	・新車需要、補助金も無くなり、新規購入客の減少が危惧される。車の使用年数の増加からメンテナンスにかかる客の増加に期待していたが、直近の客の反応からは必要最低限に抑える傾向が強く、見通しは悪い。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・消費税増税法案の衆院通過により、タイヤなど高額品はいずれは駆け込み購入が見られると思うが、こじばらくは心理的に購買意欲が落ちるであろう。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（一括）	・消費税増税もやむを得ないということがあり、個店としては、競合に対して、なかなか価格設定を合わせづらいということが、ずっと続くということが挙げられる。
		一般レストラン（スタッフ）	・学生は大手の安定した企業への就職を望んでおり、中小企業では新卒者の募集がなかなか集まらない。一方でフリーターを希望する人も多く、車など高額なものは欲しくないのので、今が楽ならば良い人も増えている。若年層の消費意欲は低く、団塊世代が定年を迎え年金生活者も増えている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・予約状況は弱く大型物件もない。厳しい見通しである。
		その他レジャー施設（職員）	・競合施設の出店が商圈内で決まり、オープン前販促で買い控えが出始めた。
		悪くなる	テーマパーク（職員）
企業 動向 関連 (北陸)	良くなる	—	—
	やや良くなる	金融業（融資担当）	・マイナスの材料が出尽くした感がある。消費税問題についても一定の目途がつき、方針が示されたことで、それを踏まえて前倒しの需要なども、今後発生することが考えられ、景気を下げる圧力が今は無くなったという判断をしている。
		不動産業（経営者）	・まわりの業者の話を見ると、今は少しずつ物件の問い合わせがくるようになったため、2か月先には動き出すのではないかとと思われる。
		税理士（所長）	・今のところは、政府関係の予算が順調に発注に回ってくる時期に入ってくると思う。そうした面で、いろいろなものの動きも順調になるのではないかとと思う。円高で元方の大手企業の予定が変わったりといった外的な要因がない限りは、本来の形の経済活動に、徐々に回復していく傾向が出るため、全体的な数値的な面ではよくなっていくのではないかと期待している。
	変わらない	食料品製造業（役員）	・大きく変化する環境、要素がまだ見えていない。
		繊維工業（経営者）	・為替の状況が悪化するなか、欧米市場および中国市場も減速しており、先行き不安が強まっている。
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・今の景気から言って、住宅市場が3か月や6か月で変わるとは思えず、新しい話題も今のところない。
		金属製品製造業（経営者）	・2～3か月先の受注の入り具合を見ると現状と変わらない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・好調であった新興国向けまでが減速してきており、回復の兆し、きっかけが見えてこない。
		精密機械器具製造業（経営者）	・受注はほぼ現状レベルで数か月先まで決まりつつあるが、世界情勢や政局、為替など、いろいろな意味で依然として不安要素が多い。
輸送業（配車担当）		・現状の経済状況が、急激に好転するとは考えられない。	
通信業（営業担当）		・事業所用のビジネス電話の更改については、製造業の多い当地の減衰が著しい状況にある。	
金融業（融資担当）		・欧州の景気回復に対する懸念はあるものの、円高の是正がなされると予想されるなど、引き続き景気を持ち直しのテンポは、現状の緩やかな状況が続くものと思われる。	
	司法書士	・倒産、会社の解散、事業廃止が多く、新規事業を始めるのは、高齢者対象の社会福祉法人など限定されている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	繊維工業（経営者）	・円高の定着により、先行きについては非常に慎重である。加えて来春についても今年の計画の60～70%と言われている。
		一般機械器具製造業（総務担当）	・国内の設備投資意欲が出てこない、八方ふさがりの状況である。景気刺激対策を国に望む。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・現在の受注量が異常なくらい多いため、その反動は必ず秋口から出てくるような判断をしている。若干の落ち込みや反動であればよいのだが、大幅な、急激な落ち込みを懸念しているところである。
	悪くなる	建設業（経営者）	・先日、得意先が自己破産し当社も損害をこうむったが、他にも手形の支払期日の延期を依頼され応じた得意先もある。資金繰りに苦しむ建設業の状況が、さらに進むと思う。
		建設業（総務担当）	・依然工事発注量は低調と思われる。受注確保のために、当分は低価格での受注競争が続くと予測され、工事受注面は引き続き厳しい見通しである。
		新聞販売店 [広告]（従業員）	・食品や衣料などの流通系チラシの出稿量が、ここ半年前年同月を下回って推移している。
雇用関連	良くなる	—	—
(北陸)	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・エコカー補助金終了を目前にした駆け込み需要と、消費税増税前の駆け込み需要が前倒しで起きている。
		新聞社 [求人広告]（担当者）	・各企業の求人に対する意欲は、やや高くなっていると思われる。
		民間職業紹介機関（経営者）	・7月の派遣求人数が上期平均より約20%増加傾向になった。
	変わらない	人材派遣会社（役員）	・景気回復による人員増加計画での派遣利用であれば、長期的な雇用も発生すると思われる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・特に大きな変化がない。
		職業安定所（職員）	・求人開拓推進員の事業所訪問の結果では、今後の需給見通しが良いとする企業は少ない。
		職業安定所（職員）	・先行き明るい、または受注好調などを要因とする増員求人はそれほど見られず、欠員補充のための更新求人が多くみられ、今後も同様の内容で推移すると思われる。
	職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比29か月連続して増加しているが、正社員求人数は全体の4割であり、この状況が続く。	
	やや悪くなる	—	—
	悪くなる	—	—

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（株））

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計動向関連 (近畿)	良くなる	乗用車販売店（販売担当）	・自動車販売は9月が繁忙月になるため、2、3か月先は良くなる。
		百貨店（企画担当）	・大飯原子力発電所が稼動し、電力不足には一区切り付けることができた。また、ロンドンオリンピックなどの明るいニュースが増えることにより、客の心理状態が良い方向に向かう。
	やや良くなる	百貨店（商品担当）	・少しずつではあるが、売上の前年比でのマイナス幅が小さくなる月が続いている。特に、特価品とぜいたく品が好調である。
		スーパー（社員）	・通常時の客の消費はあまり変わらないが、イベント日や催事では盛り上がりが見られる。今後、天候が安定してくれば、売上も良くなる。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・クールビズが終わり、少しはスーツ、ネクタイなどの販売量が増える。
		家電量販店（経営者）	・節電志向と太陽光発電の需要増加により、景気は良くなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・数か月前から比べると販売量が少しずつ増えている感がある。
		その他専門店 [医薬品]（経営者）	・まだまだ暑い日が続く、8月中旬ごろから残暑となるため、また体調の変化があると思われる。また、今後も暑いときにはあせもや日焼け、虫刺されの治療薬が動く。
		一般レストラン（経営者）	・歓送迎会や結婚式の需要が少し増えてくるシーズンに入るので、一般の営業は期待が薄い、中規模や大口の利用が多少増える。

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		観光型旅館（団体役員）	・関係団体、関係施設の意見を総合すると、やや良くなるのではないかという見通しとなるが、今のところは足踏み状態にある。
		通信会社（経営者）	・東日本大震災の復興需要が出てくる。
		通信会社（社員）	・申込の件数は増加しているが、最近では解約数も増加している。獲得しても純増数は目立って増えていないことが気になる。
		パチンコ店（店員）	・今はイベントに力を入れている。
		住宅販売会社（経営者）	・市内中心部の一部の好調な物件に引っ張られて、全体的なかさ上げが期待できる。
		住宅販売会社（総務担当）	・消費税の増税前の駆け込み需要を期待しているが、現状は様子見で動きがない。
		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）	・事業用物件については、少し購入意欲のある企業が増加した感がある。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・消費税増税に対する懸念から、その前に住宅を購入しようというだけの話である。
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・不動産会社側が、金利の更なる低下と増税前購入を促進することで、市場の活性化が進む。
			商店街（代表者）
	商店街（代表者）		・ここ数年は、単価の下落やオーバーストアによる来客数の減少のほか、客足の引きが早まる傾向は全く改善していない。今後もより一層この傾向が続くので、改善は期待できない。
	一般小売店〔花〕（経営者）		・盆休み等で会社の発注が減少する一方、お供えの花等で売上は維持できるが、節電問題で思わぬ影響も考えられるので、景気回復は期待できない。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）		・数字的に伸びる要素は少ないが、高額商品に目がいくような傾向がみられる。ミセスゾーンでは低価格のカジュアル品に飽きかきている。
	一般小売店〔鮮魚〕（営業担当）		・現状では変わり映えせず、良くなる材料は見当たらない。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）		・先行きに増税の問題があるので、景気については分からない。
	一般小売店〔家具〕（経営者）		・この暑さで客がいない。小売業は大変困っている。
	一般小売店〔衣服〕（経営者）		・社会面でも経済面でも現在の日本には元気がない。消費者の消費意欲が上向くとはとても見込めず、国全体が元気にならないと本当の意味で景気が上向いてくるとは思えない。
	一般小売店〔雑貨〕（店長）		・たばこの値上げなどがあれば、更なる売上減が想定されるが、何もなければ低位安定のまま推移する。
	一般小売店〔酒〕（店員）		・客単価の低迷はここ数か月続いている。例年の進物需要は期待を下回り、売上も前年を下回っている。近隣百貨店のリニューアルオープンと、進物時期に来店する客の減少が、今月の大きな敗因である。
	百貨店（売場主任）	・現状からいえば、先行きは良くも悪くも変わらないというのが実感である。	
百貨店（売場主任）	・国内の景気安定策が立てられていない。産業関係も不安定で、それによる物価や雇用の不安定感が大きい。		
百貨店（売場主任）	・当店では改装前の売り尽くしセールが始まり、売上が増加する機会はある。しかし、その機会を除けば、外的要因では景気が好転する材料に乏しいほか、増税、社会保障の不安等、消費が活発になる要素が全くといってよいほど見当たらない。		
百貨店（売場主任）	・節電、消費増税などで積極的に消費するムードが感じられず、商品を購入するにあたっては非常に慎重になっている。		
百貨店（売場主任）	・残暑のなかで秋物の実需が完全に後ろ倒しになり、消費者の来店頻度、購買個数共に減少すると予想される。		
百貨店（売場主任）	・今後も収入が増えないほか、消費税増税がある。節電で暑いので、秋冬のファッション商材は寒くなるまで購入しないという意識もあり、景気を押し上げる内容が少ないため、景気が良くなる見込みは小さい。		
百貨店（企画担当）	・近隣の競合店の増床オープンを控え、オープン前の競合店間で販売促進策の競争が激しくなることが予想される。		
百貨店（営業担当）	・お中元商戦も終盤に入ってきたが、相変わらず法人関係において経費節減の傾向がみられ、前年に比較してあまり芳しくない実績となっている。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業担当）	・超優良顧客の次に優良な顧客へと、裾野が広がる形で高額品の買上が増えてきている。消費税の増税に対しての前倒しの買上も徐々に増してくる。
		百貨店（販促担当）	・1か月予報では、今夏は平年並みかやや高めの気温であるため、盛夏商材の動きに期待が持てる。その反面、オリンピックの開催による外出率の低下で、前半は苦戦も予想される。政治や、欧州を含む経済も不安定なため、高額品の動きが改善するには今しばらく時間がかかる。
		百貨店（売場マネージャー）	・当面は現在の状況が継続する。
		百貨店（サービス担当）	・今月末から始まったオリンピック効果による関連グッズの販売増や、話題商材の展開による前年実績の確保をはじめ、関西初となる外食チェーンの新業態の出店による集客効果に期待する。
		百貨店（商品担当）	・消費増税が現実化しつつあり、消費には一層慎重になるため、衝動的な行動は少なくなる。
		百貨店（マネージャー）	・やはり景況感や先行きの不透明感など、消費者の動きが守りに入っており、閉そく感が広がっているように感じられる。特に、消費のパイが拡大しないなか、小売以外のほかのサービス、例えば旅行などに関心や支出が向かっている。
		スーパー（経営者）	・家族の収入がかなり悪化している感じで、一段と節約の動きがみられる。
		スーパー（経営者）	・販売点数、来客数は維持できているが、単価が伸びず、節約傾向も続く。
		スーパー（店長）	・節電、猛暑関連の商品の動きがかぎとなる。ただし、良い傾向に向かってもこれまでの悪化分の穴埋めにすぎず、今後大きく回復する必要がある。
		スーパー（店長）	・消費増税を中心とした環境下で節約志向も更に高まり、予断を許さない状況となっており、先行きの予想が非常に難しい。
		スーパー（店長）	・ボーナス商戦をみても盛り上がり弱く、消費マインドは依然低いと感じられる。景気回復の好材料も見当たらない現状では、まだまだ時間がかかる。
		スーパー（店長）	・株価や円高などの要因が大きく、景気回復は見込めない。また、残暑が厳しくなることが予想されるほか、ゲリラ豪雨や大型台風などの影響も考えられる。
		スーパー（店長）	・店頭での客の様子では、不況感の強い流れが当分続く可能性が高い。
		スーパー（開発担当）	・原油価格の高騰も落ち着き、関西では大飯原子力発電所を稼働して計画停電の可能性も低くなったため、総選挙まではこのまま落ち着く。
		スーパー（販売担当）	・客の買い方をみていると、値段の安い物や広告初日のお買得商品などには並んででも買おうという意欲がみられるが、付加価値の高い高額商品は買い控えている。
		スーパー（企画）	・消費を促す動きが全くない状態が常態化しており、その状況はこれからも当面の間は続くと思われる。
		コンビニ（経営者）	・季節的に飲料水の売上が減少してくるが、近隣のマンションの工事が始まって作業関係者の来店が増えるため、少しカバーできる。
		コンビニ（経営者）	・周辺のアパレルの入居率が低いままであるため、購買人口が回復しないほか、客単価も上がってくる要素が見当たらない。
		コンビニ（店長）	・今後もおにぎりやサンドイッチなどの割引といったキャンペーンの継続と、気温の上昇による来客数の増加が見込めるので、悪いなりに維持できるのではないかと思う。計画停電などの影響がないことを期待している。
		コンビニ（店員）	・夏から秋にかけては売上の順調な時期が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・今後も秋になってから悪くなり、現状の悪い状況が続くと思われる。来客数と客単価の悪化が大きく響いてくる。
		乗用車販売店（経営者）	・景気が上向く材料は何もないが、とりあえず気温が高いため、エアコン修理が今後も続くことを期待している。
		乗用車販売店（経営者）	・車検、車の販売のすべてがあまり良くなく、現状維持が続く。
		乗用車販売店（経営者）	・円高ドル安が中小企業の製造業の業況を大きく左右している。昔からオリンピックの年は景気が良くなるというが、今年は例外のような気がする。

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
		乗用車販売店（経営者）	・欧州の信用不安も、ここへきてスペインにまで飛び火して一向に収まらない状態であり、国内も新党の乱立や、大飯原子力発電所の再稼働、いじめ問題、オスプレイの配置など、将来が不安で国民が安心して消費できない状態である。この状態はしばらく続くため、景気は変わらない。
		住関連専門店（店長）	・輸入品を扱っているが、為替レートの不安定や消費税率引上げ前の動きが読みにくい。混とんとした経済情勢を意識してか、顧客は様子をうかがっているようで、購買の慎重さに拍車がかかっているように感じられる。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・株安と円高の連鎖反応がこのまま続き、その上に政情がますます不安定になるので、選挙がない限り国内の情勢、消費者の購買意欲の向上にはつながらない。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・天候次第であるが、大きくは変わらない。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・節電対策で在宅よりも外出を促す企業、業界に比べると、節約の影響で宝飾品の購買意欲の向上は期待できそうにない。
		高級レストラン（スタッフ）	・ビールの売上増加には期待するが、盆休みに入るため、売上全体はそう伸びない。
		高級レストラン（支配人）	・来客数の減少が大きいのが、観光客が関東方面へ流出しているのではないかと思われる。
		一般レストラン（店員）	・夏休みに入り、日中の来客数が多い。サラリーマンの客に加えてファミリーが増えている。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・今夏は猛暑との予測もあり、家庭での節電の影響で、近場の商業施設への避暑行動が見込まれるため、喫茶業としては追い風になるかもしれない。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・客のなかには、少し高い物であっても、付加価値があれば購入する傾向が目立つ。
		観光型ホテル（経営者）	・今後2、3か月先の予約状況を見ると、昨年よりも減り、売上見込みも落ちている。暑い日が続いているので、客足も減っている感じがする。また、客には快適な空間を提供したいため節電も難しく、光熱費は上がる一方である。
		観光型ホテル（経営者）	・世界的な不況の影響もあると思われるが、少なくとも日本の政治の不安定や株価の暴落的な要素が、国民生活に大変暗い影を落としている。景気が良くなる感じは全くない。
		観光型旅館（経営者）	・昨年は台風等の被害と風評の影響で客足は途絶えたが、災害等がなければ例年どおりの来客は期待できる。
		観光型旅館（経営者）	・特に良くなる要因が見当たらない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・7、8月については計画停電への不安による影響もあり、予約が別の地域に変更される等、少なからず収入減になった。延期された宴会等もあって先の予約は受注できているものの、前年並みの数字であり、今後の伸びに期待したい。
		都市型ホテル（マネージャー）	・宿泊部門は、秋の行楽シーズンや学会の開催により堅調に推移すると思われるが、宴会部門は予約状況も芳しくなく、厳しい予想となっている。
		旅行代理店（経営者）	・オリンピック期間中の出控えが気になるが、旅行気分が水を差すような大きな事件が起きていないので、急激なユーロ安を背景に海外旅行の堅調な動きは続く。
		旅行代理店（従業員）	・更なる円高傾向で海外旅行への関心は高まるが、消費マインドは低下している。
		旅行代理店（広報担当）	・節電の影響が関西でどの程度出るかにもよるが、客の申込状況をみていると、できるだけ涼しい所に長期で旅行する動きもあるが、その際は低価格の宿泊を選ぶなど、トータルで考えると現状とは変わらない。
		タクシー運転手	・例年この時期は夏休みの影響もあり、昼間は乗客が増えるが、夜の街の出足の悪さでマイナスとなる。今後も景気が良くなならない限りは平行線のままとなる。
		タクシー運転手	・周囲の状況のどれを取っても景気回復に向かう材料がない。
		タクシー運転手	・まだまだデフレ傾向が終わりそうにない。
		通信会社（企画担当）	・世界的な政治や経済の混乱などがあり、大幅な景気浮揚は難しい局面にあるが、国内景気は悲観するほどのものではない。

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
		観光名所（経理担当）	・ 昨年の異例な数字との比較では25%の減収になるが、前年以前の各年度との比較をすれば20%ほどの増収となる。今月は異例な梅雨前線の影響で、前半は雨の影響をかなり受けたが、中旬以降は天候の回復で持ち直したようである。最近はいあまりの酷暑で来客数が伸びていないが、夏休みに入るとガラス体験教室はやはり好調で、前年を上回る数字を上げている。物販の方は少し伸びていないが、飲食、喫茶はまずまずであり、トータルとしてはここ近年の数字を15～20%ほど上回っている。
		競輪場（職員）	・ 前年の傾向からみると変わらない。景気を上げる要因が思い当たらないので、今後もやはり変わらない。
		その他レジャー施設 〔イベントホール〕 （職員）	・ 電力供給不足の予想による節電が功を奏したのか、幸運にも計画停電に至っていない。また、原子力発電所が稼働してもしなくても、電力使用率は85%前後を維持しており、何ら変わっていない。これによって今後どのような影響が出てくるかが心配である。
		その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・ 8月にはプロ野球の公式戦が開催されるほか、人気アイドルグループなどのコンサートもあるので、例年と同等の来場者を見込んでいる。
		美容室（経営者）	・ 新メニューを加えて来客数の増加をねらっているが、定着するには時間がかかりそうである。
		美容室（店員）	・ 涼しくなると髪を伸ばす人が増え、来店周期が長くなるが、その分単価が上がる。したがって、来店周期と単価の関係をみても変化は少ない。
		その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・ 毎年夏場になると来客数が増えるが、今年は来客数が増えないので、秋も同じような状況になる。
		その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・ 依然として景気の先行きが不透明なため、生命保険の加入を検討する客は伸びない。
		住宅販売会社（経営者）	・ 契約済みと、契約見込みで複数の顧客がおり、当面の売上は見込めるが、その後がみえない。一時期順調に伸びていた新規の問い合わせにも陰りがみえ始めている。
		住宅販売会社（従業員）	・ 電力問題、増税問題、欧州情勢等、問題が長期化する不安材料が多い。
	やや悪くなる	一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・ 電力供給の今後の見通しが不透明なほか、消費者の財布のひもも固くなったままである。
		一般小売店〔時計〕（経営者）	・ 夏のレジャーや家族旅行など出費の重なる暑い夏が一段落して、一番財布のひもが固くなる時期になる。消費税や電気代などで値上げが待っていたりするので、金の使い方はシビアになる。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・ 消費税問題で財布のひもが締まっているのか、節電モードでお金も節約しているのか、とにかく使うときと使わないときのメリハリがものすごく大きくなっている。高級牛肉を扱う者にとっては厳しい状況が続いている。
		一般小売店〔菓子〕（経営企画担当）	・ 本年4～6月の売上前年比を、各地区別に上位5店舗の平均で計算すると、関西は102.0%、関東は97.6%、中国は104.9%、中部は105.6%となり、各地区合計の平均は102.3%となっている。先月と同様、地区によって多少のばらつきはあるが、昨年の東日本大震災の影響と思われる。しかし、お中元商戦が終盤に近づくにつれて状況は悪くなる。
		一般小売店〔花〕（店長）	・ 計画停電の不安や暑さでの出控え、商品の花持ちの悪さなど、花屋としてはこの夏も厳しくなる。
		一般小売店〔花〕（店員）	・ 増税などのニュースでますます節約志向が高まっていて、売上も落ち込んでいる。これから繁忙時期となるが、期待できそうにない。
		百貨店（店長）	・ 経済の不透明感や政局の不安定感など、いくつもの懸念材料が散見される。
		スーパー（経営者）	・ 景気回復の兆しが全くみえないなか、グローバルな食品価格は穀物の高騰により上昇が必至であるが、日本では価格転嫁の見通しが全く立たない。結果として、メーカー、卸売、小売、そして消費者の誰もが勝者にならない状況が続く。
		スーパー（企画担当）	・ 来客数、売上高はこのまま前年割れの傾向が進むとみられ、下げ止まり感がない。
		スーパー（経理担当）	・ 梅雨明けから、夏休み、盆商戦と売上が伸びる時期であるが、状況は今一つで、全般的な消費の低迷を感じる。消費税増税への不安感やボーナス減少が遠因と思われる。
		スーパー（管理担当）	・ 消費増税、電気代の値上げ懸念等、家計が財布のひもを引き締めにかかる材料には事欠かない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（広告担当）	・消費者の心理として、消費税率アップや原材料の値上げなどで買い控えが増える。また、社会保障制度も揺らいでいるなど、将来に対する不安要素ばかりである。
		衣料品専門店（経営者）	・様々な面で不安材料がある。万が一計画停電が実施された場合、それ以降の人出が減るのではないかと感じている。
		衣料品専門店（販売担当）	・電気代や消費税が上がり、消費者が貯蓄に走る。
		家電量販店（企画担当）	・季節商品の好調は長続きしないため、販売量としては減少する。
		乗用車販売店（販売担当）	・エコカー補助金が終了するほか、新型車の発表などの好材料にも乏しい。
		乗用車販売店（営業担当）	・エコカー補助金があと少しで終わるといわれるなか、最後の駆け込みが予想されるものの、終わってしまうと以前に経験したよりも厳しい反動減がある。
		一般レストラン（経営者）	・消費税問題など先行き不透明で消費を抑える傾向にある。
		一般レストラン（スタッフ）	・オリンピック以外は明るいニュースがなく、活断層という新たな原子力発電所の問題も出てくるなど、先行きは不透明である。ただし、猛暑と節電による外食機会の増加に期待している。
		一般レストラン（経理担当）	・有効な景気対策もないままに消費税の増税が決まれば、景気は落ち込む。
		観光型ホテル（経営者）	・円高で海外旅行志向が高い上に、今夏の国内旅行は新名所等で人気の首都圏や、格安航空会社を利用しての遠方への旅行が好調と聞かれる。昨年の西高東低の傾向が、今年は逆に東高西低に明らかに変わっていると感じる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・節電や円高などの不安定要因が多いなか、客足は停滞した状態である。夏休みの国内旅行が好調といったニュースが流れているが、大阪地区に限っては全くその様子がない。
		都市型ホテル（客室担当）	・円高ドル安やユーロ安で、海外旅行が魅力的な料金で行けることを考えると、国内旅行が活性化するとは思えない。
		都市型ホテル（総務担当）	・平日のビジネス客の予約が良くない。企業の景気動向を反映しているのか、平日の予約は減少している一方、週末は引き続き好調である。ビジネス客は単価の低いホテルへ流れていると考えられる。
		タクシー運転手	・今後は行事もないので、下り坂になる。
		通信会社（社員）	・ボーナス商戦も終わり、夏モデルの商品の売行きも落ち着く。
		テーマパーク（職員）	・増税を控え、消費動向にプラスとなる要素が見当たらない。景気を押し上げなければならないときに、なぜ今増税なのかと疑問を感じずにはいられない。
		観光名所（経理担当）	・近隣の美術館での展会示が今月で終了し、それ以降は当エリアへの来場者が減少し、商業施設内のレストラン等の売上も減少している。夏休み期間は何とかしのげるだろうが、秋の集客が落ち込むと予測している。
		競艇場（職員）	・購買単価の下落傾向、入場者数の減少傾向、一方で電気料金の値上げ、消費税増税などの要素があるため、景気の回復は遅れる。
		その他サービス [ビデオ・CDレンタル]（エリア担当）	・オリンピックの開催時期は、特にレンタル売上は例年より低調になることが予想される。
		住宅販売会社（従業員）	・近畿圏の分譲マンションの契約率をみると、80%を超えるなど非常に高いが、実態は大規模な苦戦案件は供給数を絞っている結果である。販売不振物件の今後の動向によっては、市場価格が下落する可能性がある。
住宅販売会社（従業員）	・低価格を売りにする新築戸建のデベロッパーが増えて価格の低下が進行し、一般の不動産業者、建築業者、それに付随する工事業者は疲弊している印象がある。大手ハウスメーカーが好調という構図が更に進行する。		
悪くなる		商店街（代表者）	・暑さで客の通行も少ないなか、スーパーの売上も低下しているので、ますますスーパー同士の値下げ競争が激しくなる。それに伴い、より一層各店舗が影響を受ける。
		乗用車販売店（経営者）	・エコカー補助金終了後の反動が出てくる。
企業動向関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・最近では配達量が多く、忙しくなってきた。

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
(近畿)		木材木製品製造業（経営者）	・現在計画している新規事業が予定どおり進んでいるため、今年中には具体的な数字が出てくる。
		化学工業（経営者）	・現在、売上は昨年よりも10%ぐらい落ち込んでいるが、引き合いが少なくなっているわけではなく、雰囲気も悪くなっているわけではないので、これから多少景気は戻る。
		建設業（経営者）	・太陽光発電は、個人用、産業用共に見積依頼も多くなっている。法律や制度等の追い風もあり、今年一杯は増えていくことが予想される。また、土地の動きについても、売買が増えている。
		建設業（経営者）	・電力不足による省エネ化工事の需要が増えていくと思われる。
		輸送業（営業担当）	・レジャー、スポーツ用品のなかでも、少し高価な商品の工場は荷物がよく動いている。不況下でも趣味、娯楽用品は少しは景気が良くなっている。
		広告代理店（営業担当）	・夏物の処分の後は秋冬物に順次移っていくが、秋は年間販促予算の割合が高くなるので、効果が期待できる。
		広告代理店（営業担当）	・広告出稿のホームページでの問い合わせが増えてきており、広告を検討してから出稿が決まるまでの期間が早くなっている。
		経営コンサルタント	・そろそろ各店舗、各企業から、増税対策としての拡販策が登場し、一時的な需要が喚起されてくるのではないかと思う。
		その他非製造業〔民間放送〕（従業員）	・欧州の信用不安の回避策が具体化しつつあるため、日本の景気にも後押しとなる。
		その他非製造業〔商社〕（営業担当）	・受注量の増加によりやや良くなる。
変わらない		食料品製造業（従業員）	・9月の決算に向け、今までの販売低迷分を少しでも取り戻すために、特売や新製品などで積極的に売り込みをかけていくが、特売では1回当たりの発注量が少なくなってきた。積極的に販売すると単価が大幅に下がり、利幅は少なくなるが、販売量を増やすことで利益を確保していく。
		食料品製造業（経理担当）	・電力不足が緩和されてきており、少しは消費者の気持ちも和らぐ。
		繊維工業（団体職員）	・今後は需要期に向かい、受注量は増加するが、景況感は特段良くならない。
		繊維工業（総務担当）	・現在は受注価格が下がり続けているために、製造コストの低下に力を入れてきたが、その効果は努力とは裏腹に全くみえてこない。
		化学工業（企画担当）	・食品業界では機能よりもコスト重視の状態が続いており、今後も傾向が変わると思えない。
		一般機械器具製造業（設計担当）	・徐々に良くなるのかもしれないが、兆しがみえない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・世界的に経済が収縮している感がある。先を読めない感じがあり、経済の不調も尾を引く。
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・良くなる要因が見当たらない。
		電気機械器具製造業（企画担当）	・住宅着工が回復しつつあるため、新規住宅向けの受注が増えてくるが、今後も家電商品が足を引っ張る状況が続く。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・相変わらず、同業者も景気が悪い。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・少し引き合いが増えてきたが、回復とまではいかない。
		その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・新商品も少なく、まとまった受注もない。
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・デフレが続いているほか、大飯原子力発電所の再稼動があったものの、電力不足の懸念が残っている。
		建設業（経営者）	・東日本大震災の本格復興が始まれば、工賃等の急騰が予想される。現在も職種によっては人手不足の傾向があり、東北中心の賃金の高騰が全国的に広がる傾向が予想される。工事量が増加しないまま、工賃や建設資材価格が上昇する可能性もある。
		建設業（営業担当）	・建築投資の情報量が少しずつ増えているが、仕事の内容に見合った付加価値が価格に転嫁されていない。
		輸送業（営業所長）	・新規案件も乏しく、大きな変化はない。
		輸送業（営業担当）	・今の例年どおりの状況が今後も続く。
		通信業（管理担当）	・良くな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
		金融業（営業担当）	・景気の回復がなかなかみられないのが地元の中小零細企業で、安定した売上確保が難しいのが実情である。
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・購読部数は維持できているものの、折込チラシの件数が減り、折込収入が減少傾向にある。
		広告代理店（営業担当）	・今の状況はしばらくは続きそうである。
		司法書士	・現在も案件は少なく、好材料が見当たらない。
		経営コンサルタント	・関西企業のみならず、様々な問題があるため、好転するとは思えない。
		コピーサービス業（店長）	・数か月先は早くも年賀状印刷の時期となる。本格的な受注はもう少し先になるが、今年もサービス強化、売上の向上を目指して対策を練っている。ただし、爆発的な受注増加は期待できないため、今後も厳しい状態を予想する。
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・間もなく開催されるロンドンオリンピックによる当面の経済効果は期待できず、日本人選手団の結果次第ではその後の経済効果が期待できるかもしれない。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・これ以上悪くなるという気配はないが、良くなる気配も感じられない。
やや悪くなる		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・円高の影響で価格競争が厳しく、受注が減少している。
		食料品製造業（営業担当）	・秋以降は節電対策が緩和し、過ごしやすい気候にもなるため、家飲み派が増える。その理由で現在よりも消費者の動きはやや悪くなる。
		繊維工業（総務担当）	・秋商戦に向け、受注や仕入れが出てくる時期であるが、雇事自体が取りやめや延期となるなど、取引が減ってきている。8月の休みも重なり、注文の予定数が読めない状態である。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・改善する要因が見当たらない。
		化学工業（管理担当）	・円高傾向のほか、ユーロ安及び中国経済の下降に伴う輸出減が懸念される。
		金属製品製造業（経営者）	・為替に対する政策がなく、このままでは中小零細の物づくり企業は全滅する。
悪くなる		一般機械器具製造業（経営者）	・顧客の投資計画が停滞しているように思われる。この状況ではこれからは景気が下降するかもしれない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・業界としての見通しは暗い。一般消費者が購入したいと思う商品がないか、もしくは既に持っている商品と大差がないので、購入の意欲がわからない。ごく一部の特化した商品は持ち直しているが、大半はまだ下降気味である。
		金属製品製造業（営業担当）	・取引先の自動車業界からは、エコカー補助金の終了に伴い、秋以降は生産調整を行うとの声が聞こえてくる。
		不動産業（営業担当）	・円高ユーロ安、ドル安になり、ますます日本から製造業がいなくなる。神戸からも事業所がいなくなり、それに伴って不動産の価格が下がるため、景気もますます悪くなる。
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・日に日に厳しくなっている。
		その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・経済の将来進むべき道がはっきりしていない。
雇用関連 (近畿)	良くなる	求人情報誌製作会社（企画担当）	・8～9月に向けてはアルバイト・パート市場が例年活性化する。
	やや良くなる	人材派遣会社（支店長）	・計画停電の懸念もいったんは収まったため、今の状況がしばらく続く。
		民間職業紹介機関（大学担当）	・これまでの採用を控えていた環境から、通常の採用環境に変化し始めたように思われる。
		学校〔大学〕（就職担当）	・企業の採用意欲が増しているように感じている。
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・派遣業界全体には底上げムードがあり、先月と同様に力強い動きをしているなかで、電機メーカーのIT技術者がかなり余ってきている。契約終了となる人もいるが、契約を終了せずに、お盆休みを長く取って様子を見るケースも出てきているため、今後の動きに注目したい。
		人材派遣会社（営業担当）	・欧州の信用不安、米国の雇用悪化等、世界的に良い材料がないほか、消費税増税に対応する経済政策も必要である。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・秋になって好転していくかどうか、現時点では何ともいえない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		新聞社 [求人広告] (担当者)	・このままの状態が推移することが予想される。オリンピックの影響もさほど感じられない。
		新聞社 [求人広告] (営業担当)	・国政の混とんとした状況や、自治体行政の改革が進むなか、関西の企業1社1社に対応した具体的な政策がみられないため、経営や雇用の低迷した状況は継続する。
		職業安定所 (職員)	・現時点では求人は増加傾向にあるが、先行きについては、長引く円高等が雇用にどのような影響を与えるかが懸念される。
		職業安定所 (職員)	・新規求人数の動きは6か月連続して増えているが、円高や消費税増税問題もあり、先行きは引き続き不透明である。
		職業安定所 (職員)	・新規求人の増加傾向は当分の間継続すると思われるが、新規求職者数は減少傾向にある。欧州の信用不安や円高などで景気の先行き不透明感は続くものの、企業からは、最悪であった昨年は別として、業績が一昨年並みに戻ってきたとの声も多く、悪化しているという声は少数である。
		職業安定所 (職員)	・求職者は減少しているものの、円高や欧州の信用不安といった不安定要素で求人が伸びてこないため、変わらない。
		民間職業紹介機関 (職員)	・建設部門が中心の日雇求人数はもう少し増える可能性があるが、地域の日雇労働者数が減っているという現実が、足を引っ張る状況が続く。
		民間職業紹介機関 (支社長)	・米国景気、円高、株安などの不安材料がまだ多い。
		民間職業紹介機関 (営業担当)	・まだまだ劇的には好転しない。
		やや悪くなる	
人材派遣会社 (支店長)	・改正労働者派遣法に対する理解不足に関しては、早々には解決されない。		
新聞社 [求人広告] (管理担当)	・関西は中小零細企業が多く、景気状況はすぐに求人広告に反映される。現在の求人数の若干の減少傾向は、景気が悪化しつつあることを反映している。		
悪くなる		—	—

8. 中国 (地域別調査機関: (社)中国地方総合研究センター)

(-: 回答が存在しない, 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 (中国)	良くなる	—	—
	やや良くなる	商店街 (代表者)	・過ごしやすい気温になれば来客数は増加する。
		スーパー (総務担当)	・季節的な催事等の要因から持ち直しが見込まれる。
		その他専門店 [和菓子] (経営者)	・大河ドラマ効果で増加傾向は継続する。
		その他専門店 [海産物] (経営者)	・秋になれば例年どおりの観光客が見込まれる。
		一般レストラン (外食事業担当)	・天候の回復、前年の食中毒騒動も一段落し、売上と来客数は伸びるものの、アルコール消費量は減少する。コンビニとの競争が激化しランチは苦戦する。
		都市型ホテル (スタッフ)	・夏休みの宿泊の予約が例年より早くから入ってきており、イベント関係の宿泊もあり予約は好調である。
		タクシー運転手	・イベントの復活で少しは良くなる。
		通信会社 (企画担当)	・価格相対の部分はあるが、サービス、商品の受け取り方が前向きになっており、逆行する要素はこのところない。
		通信会社 (広報担当)	・新商品の発売に期待が持てる。
		通信会社 (工事担当)	・9月は異動時期で通常申込が増加する時期となる。
		テーマパーク (広報担当)	・近隣エリアにおける大規模な博覧会の開催による話題性で、少しは観光客が動く。
		設計事務所 (経営者)	・消費税増税の報道を受けて早めに行動しようとする動きが見受けられ、消費に少し積極的になっている。
		設計事務所 (経営者)	・消費税率の引上げが実施されるまでは、駆け込み需要に期待している。ただし人手不足や材料の高騰が起こることを同時に危惧している。
		変わらない	
商店街 (理事)	・客は景気の善し悪しに対応した購買をする。		
商店街 (代表者)	・東日本大震災や円高の影響で国内旅行が落ち込む。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔酒店〕(経営者)	・良くなる材料が見つからず、地方経済は冷え込んでいる。
		百貨店(営業担当)	・3割引程度では単品買い、半額になってやっと2~3点のセット販売が増える状況で景気に変化はない。
		百貨店(販売促進担当)	・夏最終及び秋の立ち上がりがスタートするが、夏セールは会期短縮化を見込み各社生産調整を進めており、セール適品不足が懸念される。また、並行して展開する秋物については酷暑継続が想定されるなか、9月上旬までは大きな期待はかけられない。
		百貨店(購買担当)	・気温によって秋物の動きが懸念され、アパレル関係も品ぞろえに苦慮している。
		百貨店(販売担当)	・客単価は前年を上回る状況が続いているが、来客数は減少傾向にある。しばらく気温の高い日が続くとこの予報から、夏物最終には期待が持てるが、今後もこの状況は変わらない。
		百貨店(営業推進担当)	・政局やいろいろな報道等で、市民の心理的な要素が大きい。
		スーパー(店長)	・景気が良くなる判断の材料がない。
		スーパー(店長)	・現状のまま推移する。
		スーパー(店長)	・商圈内に環境変化がみられない。
		スーパー(店長)	・生活必需品関係を中心に季節商材は動くものの、政治の先行き不安と景気低迷感は今後も続く。
		スーパー(販売担当)	・競合店は独自の広告を出すなどいろいろな販売促進活動を行っており、現状では来客数の増加は望めない。
		スーパー(管理担当)	・客単価は前年並みだが、来客数の減少が続く。
		コンビニ(エリア担当)	・気温に左右される品物を主に販売しているため、暑さが弱まる10月ぐらいまで景気は良くない。
		コンビニ(エリア担当)	・来客数や客単価の動きをみる限り、停滞時期がまだ続く。
		衣料品専門店(経営者)	・景気が良くなる要素がみえない。
		衣料品専門店(販売担当)	・来客数は減少しても単価が良いので現状のまま推移する。
		家電量販店(店長)	・各メーカーの液晶テレビ、プラズマテレビに関する弱気な発言が浸透し、電気店は非常に困難な時期を迎える。
		家電量販店(店長)	・エコポイント制度や地上デジタル放送への移行完了の反動は一段落したが、テレビ、録画機の需要先取りの影響は否めず、代わりに軸になる商品は見当たらないが、白物家電は堅調に推移する。
		乗用車販売店(副店長)	・エコカー補助金制度がなくなると反動で落ち込みも予想されるが、エコカー減税や中間決算等の政策により、落ち込みも最小限に抑えられる。
		その他専門店〔時計〕(経営者)	・6、7月と売上では前年比を上回ったが、このまま維持できるかどうかは予測が難しい。株価の低迷もあり景況が上向くにはまだ時間がかかる。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕(従業員)	・夏休みや盆に消費した反動で購買の動きは鈍くなる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕(支配人)	・夏休みに入りレジャー関連の動向は良くなるが、金を使わず涼しく時間を過ごせる時間消費型の傾向が強くなり、物販への消費動向は依然として鈍い状況が続く。
		高級レストラン(スタッフ)	・予約状況は前年並みで現状のまま推移する。
		一般レストラン(経営者)	・何か大きなインパクトのある政策や景気動向に光明がささない限り、この停滞したムードを崩すのは難しい。
		一般レストラン(エリア担当)	・デフレの状況はまだ続く。少々の値引きでは集客できない状態で、値引き合戦が激しさを増してきている。
		スナック(経営者)	・客と景気の話をして、景気回復の兆しがみえてこない。
		その他飲食〔サービスエリア内レストラン〕(支配人)	・近隣に大きなイベントもなく伸びる要素はないが、客の様子をみると落ち込む要素も見当たらない。
		観光型ホテル(スタッフ)	・秋口にかけてトップシーズンに入るがこのままの状態では来客は見込めない。
		都市型ホテル(総支配人)	・神話博などの観光イベントに期待しているが、現在の観光客の流れは変えられない。
		タクシー運転手	・夏休みの間は少し客が増えるが、9月からは元に戻る。
		通信会社(社員)	・新規の申込に増加がなく販売量に変動要素がない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（通信事業担当）	・加入数より解約数が上回る月が続いており、今のところ好転する材料が見当たらない。
		通信会社（営業担当）	・オリンピックイヤーであるが、前回ほどの盛り上がりはなく、むしろ終了後の落ち込みが危惧される。
		通信会社（総務担当）	・販売需要の高まりが感じられない。
		テーマパーク（業務担当）	・消費税増税が現実味を帯びるなど、家計に直結するニュースが増え、行楽、外出にかかる費用も抑えられる傾向が続くことが懸念される。秋の利用促進イベントを開催するに際しては、低料金で十分に楽しめることを重点的に訴求し、好調を維持する。
		テーマパーク（管理担当）	・来館者の動きからも分かるように、客の動きが悪くなっている。
		ゴルフ場（営業担当）	・天候により左右されており変動はない。
		競艇場（職員）	・開催レースの内容に変化がない。
		その他レジャー施設（アミューズメント）	・隣接する映画館も苦戦が続き、娯楽関連で期待できる外的要因が少ない。商品となるゲーム機や景品にも期待される品ぞろえがみえておらず、しばらく苦戦傾向が続く。
		美容室（経営者）	・商店街の来客数が減少しており、このまま景気が良くなることはない。
		その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	・ここ数か月で景気の変化がみられなかったことから、特別何か大きな変化でもなければ2、3か月先で景気の変化はみられない。
		設計事務所（経営者）	・財政政策・消費政策・産業政策に何ら変化がみられない。革新的政治改革に期待するが、規制撤廃の政策は不明確である。
		設計事務所（経営者）	・復興支援エコポイント制度も今月で終了しており、消費税増税による駆け込み需要もまだ2～3か月先では増えていくことはない。
		住宅販売会社（従業員）	・来場者数は伸びず、購入価格もあまり上昇していない。
		住宅販売会社（販売担当）	・受注数がわずかながら上向き傾向にあり、受注から売上へのサイクルがしばらく継続するが、住宅エコポイント制度の受付終了に伴う反動も若干影響し、おおむね横ばいとなる。
住宅販売会社（営業担当）	・変わる要因が特にならない。		
やや悪くなる		商店街（代表者）	・消費税増税問題で消費低迷に転じ、景気に閉塞感があり明るい兆しが無い。
		商店街（代表者）	・客の話題の中心は消費税で、多くの人が家計をどうして乗り切っていくか腐心している。
		商店街（代表者）	・ヨーロッパの状況、株価の低迷、国内の政治状況など良い要素がない。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・イベントなどに出店して頑張っているが、客の財布のひもは依然として大変堅い状況が続く。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・猛暑が続けば街中の動きは活発にならない。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・大型店、ディスカウント店、チェーン店の低価格販売が激しく、地元商店にも徐々に影響が出てきている。出店は大手資本系、閉店は地元零細店の構図となっている。
		一般小売店〔紙類〕（経営者）	・費用をかけず旅行をする観光客が増えているため景気は悪くなる。
		百貨店（営業担当）	・当館のセール以後の売上状況は、周辺商業施設も含め低迷していることから、客の購買意欲が衰えている。この状態から回復する要因が見つからないことから、今後はじり貧傾向が続く。
		百貨店（売場担当）	・猛暑やオリンピックなど外出を控える生活パターンが予測されるとともに、セールの遅れから新商品の投入も9月以降になり苦戦が予測される。
		百貨店（売場担当）	・素材産業の街なので、企業の撤退や生産規模縮小などが続いていくことで、購買意欲の減退にもつながり地域的な疲弊はまだ続き、商店街の復活は難しい。
		百貨店（電算担当）	・当月売上は前年比5%減となっているが、婦人服、紳士服の売上は同6%減、リビングは同2けたのマイナス、中元商戦も今一歩となっており消費は確実に下降傾向にある。
		スーパー（店長）	・荒天により各地に被害が出ている状況から、この先生鮮食料品の価格が高騰すると予見される。

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		
		スーパー（業務開発担当）	・乗客数は変わらないが、客単価が下がってきている。また、暑さによる来店頻度の減少と食欲の減退が売上に影響を与える。		
		スーパー（財務担当）	・所得が減少しており、夏休みが終わり平常の生活になれば節約志向に戻る。		
		スーパー（営業システム担当）	・気温の高い日が続いており来客数が伸び悩んでいる。この時期の商品も価格が高いため、客は購入を熟慮する傾向にあり、今後暑くなると売上の増加は難しい。		
		衣料品専門店（経営者）	・政局も安定せず将来に不安を持つ客が多い。		
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・客の必需品のみを購入する傾向は変わらない。		
		家電量販店（企画担当）	・天候や気温に関わる商品の動きに期待したいものの、特に目新しい商品などもなく期待できる要素がない。今のままだと良くなる気配がない。		
		乗用車販売店（店長）	・エコカー補助金の駆け込み需要で販売は安定していたが、制度終了後の見通しが難しい。		
		乗用車販売店（業務担当）	・エコカー補助金の駆け込み効果が思った以上に悪くなっており、エコカー補助金が終了すると更に悪化する。		
		乗用車販売店（営業担当）	・今後消費税増税が待っており、貯蓄をしておかなければと考えている客が多く見受けられる。		
		一般レストラン（経営者）	・景気は厳しい状況が続く。		
		観光型ホテル（支配人）	・夏休み以降は、例年マイナスの反動がみられるうえに、今年はプラス材料も見当たらない。		
		都市型ホテル（企画担当）	・給与水準の低下が懸念される。		
		都市型ホテル（企画担当）	・予約状況が前年と比べ減少している。		
		旅行代理店（経営者）	・景気回復の兆しが見えず、財布のひもがかなり堅くなってきている。		
		タクシー運転手	・消費税増税の関係で、利用客数、利用回数が減少する。		
		通信会社（営業担当）	・夏モデルの新商品登場やボーナス需要で夏商戦の山が8月で終わると想定され、9月から冬モデルの新商品が登場する11月中旬ぐらいまでは販売数、来客数とも期待できない。		
		美容室（経営者）	・暑い月は髪を切る飛び込み客が多いが、秋口はその反動で売上、来客数ともに減少する。		
		美容室（経営者）	・消費税増税などのメディア情報で少し財布のひもが堅くなり、来店周期は更に延びる。		
		悪くなる		スーパー（店長）	・ボーナスの週末を越えても全く回復の基調がない。中元やギフトの動きも悪く、単価の低下がみられるため、今後、収入が下がった分、食品への買い控えが予想される。
				スーパー（販売担当）	・当店は電力不足への対応として、今月より営業時間の短縮に踏み切っている。検討、熟考を重ねたうえとはいえ、やはり影響は少なからずあり、来客数の減少に繋がると判断しており、今後しばらくは厳しい闘いを強いられる。
コンビニ（エリア担当）	・昨年の競合店閉店後の影響で売上伸び率が落ちている。天候が回復しても現状のまま推移する。				
コンビニ（副地域ブロック長）	・競合店出店は継続されると予測する。また、昨年のたばこ、東日本大震災特需の反動が継続する。				
乗用車販売店（統括）	・8月にエコカー補助金が終了するため厳しい状況となる。				
乗用車販売店（店長）	・エコカー補助金が終了し、現状より更に厳しい状況になる。				
自動車備品販売店（経営者）	・消費者は気分左右される部分が大きく、消費税が上がるほかいろいろ国民負担が増えることだけで消費が抑えられる。客はいらぬものは買わず安いもので済ませており、中小小売業はお手上げ状態のため、最後に残るのは大手直営店のみとなっている。				
自動車備品販売店（経営者）	・海外の単価の安い商品を消費者が望んでいるため、国内製造業の景気が悪く個人消費が落ち込むことが懸念される。国が国民に愛国心を持たせ、日本製の商品を購入するよう意識しないと更に景気は悪化する。				
その他専門店〔布地〕（経営者）	・政治家や霞が関の役人は東京しかみていない。地方は疲弊しており消費税が上がる情勢では、人は余分な金を使わない。				
企業動向	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・仕事量が多くこのまま好景気が続く。		

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
関連 (中国)	やや良くなる	木材木製品製造業（経理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が今秋ごろから見込まれる。
		化学工業（経営者）	・引き続き自動車関連部品等P P S樹脂向け原料受注が増加基調にある。
	変わらない	食料品製造業（総務担当）	・新商品で夏場を乗り切るが、秋から冬にかけての売行きは期待できない。
		化学工業（総務担当）	・経済動向について先行き不透明である。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・引き続き各所の注文が入っており、2、3か月は好調な生産が続く見込みである。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・特段の変化はみられない。
		金属製品製造業（総務担当）	・新たな情報がないため、今後数か月は受注、原材料価格とも大きな変化はない。
		一般機械器具製造業（経理財務担当）	・国内販売量の減少傾向に歯止めがかからない。農業従事者の高齢化、農家数の減少、国内経済の先行き不透明感等、今後も増加は見込めない。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・エコカー補助金が枯渇し、客の対象製品向け部品受注が減少する見通しであるが、客の大型新製品向け部品受注により回復を期待している。
		建設業（経営者）	・市議会や県議会選挙のたびにいろいろな施策が滞る懸念はあるが、現状のまま推移する。
		建設業（総務担当）	・引き続きまとまった工事の予測が立っていない。
		輸送業（業務担当）	・主要客に生産量を増やす計画がなく、今のところ良くなる要素がみつからない。
		輸送業（支店長）	・集荷数の伸びが鈍化して大きな増減はない。
		通信業（営業企画担当）	・新しい情報技術系のサービスについて客の関心が落ちてきており、提供サービス会社も増加していることから、大きな販売量の伸びもみられない。
		通信業（営業担当）	・政治も消費税増税審議が終わり一段落でデフレ対策を期待したいところであるが、特別な景気へのテコ入れもない状況であり変化はみられない。
		金融業（自動車担当）	・現状の円為替水準では、完成車メーカーは輸出採算を確保するのが精一杯であり、部品メーカーへのコストダウン要請は継続する見込みである。
	金融業（営業担当）	・地元企業の経営者で、将来に明るい展望をもつ人は少ない。通常将来に明るさがみえ始めると、設備投資の話が少しずつ出てくるが、それがあまり出ていない。景気回復を確認できる事象はなく、3か月先も景気は変わらない。	
	不動産業（総務担当）	・賃貸市場で需要時期となっていない。	
	広告代理店（営業担当）	・1クール先の受注量とクライアント情報、地域情報より現状維持となる見込みである。	
	会計事務所（職員）	・製造業の立ち直りのペースが想像よりも遅く、工業製品の部品の製造を請け負っている会社も、今期の利益は当初の予想をかなり下回る見通しである。	
コピーサービス業（管理担当）	・単純な複写・コピーサービスの需要はすでに衰退している。前段階であるデータの作り込み業務から受託しないと少ない複写・コピーサービスもさせてもらえない。		
やや悪くなる	鉄鋼業（総務担当）	・裾野の広い自動車産業での販売減が予想される。	
	電気機械器具製造業（総務担当）	・好転材料はなく消費税引上げや生産拠点の海外移転による製造業の国内空洞化等マイナス要因が押しよけてきている。	
	電気機械器具製造業（総務担当）	・エコカー補助金が終わりに近づき受注の反動がくる。	
	輸送用機械器具製造業（総務担当）	・手持ち工事量及び受注量が減少している。	
悪くなる	農林水産業（従業者）	・アジ、イカはシーズンにもかかわらず不漁で、夏枯れに入ったが、シイラ網漁は好調に推移している。	
	食料品製造業（総務担当）	・今後穀物系の不作により材料の値上げが明白な状況となっている。	
	鉄鋼業（総務担当）	・欧州の信用不安がいまだ終息していない。	
	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きが厳しくなっている。	
	その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・円高による海外生産増加、一方国内では各種料金の値上げが今後続くことが想定されており、国内空洞化がますます進む。	
雇用	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
関連 (中国)	やや良くなる	求人情報誌製作会社 (広告担当)	・求人数は一定の水準で福祉関連の求人は増加している印象を受けるが、円高の不安定な状況が続いているためか、製造業が伸びてこない。
		民間職業紹介機関(人材紹介担当)	・来春卒の大学生内定率が若干ではあるが向上傾向にあるという情報から、企業の来期計画が拡大傾向にある。
	変わらない	人材派遣会社(社員)	・政治状況や経済状況が流動的ななか、景気は上向き傾向だが、各社とも今夏の節電等経費削減に注力し、採用活動は半年程度になる。
		人材派遣会社(支社長)	・求職者の動きが活発でない。
		求人情報誌製作会社(サイト運営担当)	・採用企業の様子に大きな変化がみられない。
		求人情報誌製作会社(採用支援担当)	・現状ではどちらとも言えない。
		新聞社[求人広告](担当者)	・7月は県知事選があつて、県内は何となくにぎわいムードがあつたが、下旬からの猛暑でどこも人出は鈍い。経済活動そのものに好転の要素は少なく、特に雇用面からみる限り、明るい要素はない。
		職業安定所(雇用開発担当)	・求人数は全体的に増えているが、小売関係が減少している。この時期で小売が少ないのは景気が良くないことを示しており、現状のまま推移する。
		職業安定所(産業雇用情報担当)	・円高の影響や今夏の電力不足による節電の影響等により、各産業とも求人意欲が低い。
		職業安定所(産業雇用情報担当)	・新規にオープンする店舗はあるが、景気は変わらない。
		民間職業紹介機関(職員)	・以前ほどオリンピック効果も期待できそうになく、個人消費を底上げできる要因も見当たらない。
		学校[短期大学](学生支援担当)	・特に変化はない。
	その他雇用の動向を把握できる者[労働機関](職員)	・大手電機メーカーの事業再編の終了後も、なお製造業のみならず多くの業種にわたる企業で求人意欲が冷え込んでいいる。新たな企業誘致に関わって大量採用の話もあるが、来年再来年以降のことであり、今現在の求人に結びつかない。	
	やや悪くなる	人材派遣会社(営業担当)	・秋頃に改正労働者派遣法が施行されるが、法改正で短期の派遣依頼数に悪影響を及ぼす可能性がある。
人材派遣会社(営業担当)		・歴史的な円高、欧州の信用不安に端を発した世界的な経済不安による、特に製造業への影響は多大なものがある。	
新聞社[求人広告](担当者)		・エコカー補助金と住宅エコポイントの相次ぎ終了で、景気への影響が大きい自動車販売と住宅建築が内需の息切れを懸念させる。	
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 (四国)	良くなる	—	—
	やや良くなる	衣料品専門店(副店長)	・服飾関係は10月頃が商品のもっとも充実している時期になるため、今よりは良くなると思う。
		タクシー運転手	・9月、10月は、夏休みが終わり、通常の仕事のパターンに戻るため、例年、客数も増え、少し売上が増加する。
		タクシー運転手	・お遍路の客が増えてくるので、売上は上昇する。
		競艇場(職員)	・新スタンドオープン記念レースの後半戦、8月のお盆レース、9月には当ポート場最大の周年レースを控えており、今後の売上高増加に期待したい。
	変わらない	商店街(事務局長)	・今春オープンした商業施設の開業効果が今しばらく続くと思われる。
		一般小売店[生花](経営者)	・お盆やお彼岸などの関連商品は例年どおりを見込んでいる。お盆の前後に開店する店は少ないと思うが、閉店する店も減っているようなので、しばらくは落ち着くと思う。
		一般小売店[酒類](経営者)	・特になし。
		一般小売店[菓子](総務担当)	・年末まで消費傾向は変わらないと思える。し好の分散化と、よりいっそうの費用対効果を求める傾向がある。
		百貨店(営業担当)	・来客数は変わらない。
スーパー(店長)		・景気回復につながる好材料が見当たらない。	

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
		スーパー（企画担当）	・猛暑になる予測もあり、飲料、冷菓の動きが良くなれば売上増につながることも考えられる。
		スーパー（財務担当）	・8月が猛暑になれば売上は順調に伸びるであろうと推測する。
		コンビニ（店長）	・残暑の厳しさ次第だが、7、8月での支出を補うために9月から節約に向かうと、売上は減少する。建築業の客が少し上向きの兆しがあり、購買力も強くなっている。景気が後退することは無いと考える。
		コンビニ（商品担当）	・消費が上向くような政策が無いため。
		コンビニ（総務）	・天候や気温にも左右されるが、先行き不透明のため変化がないと思われる。
		衣料品専門店（経営者）	・同業者からも厳しいという話があり、今後も厳しい状況が続く。
		衣料品専門店（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。
		衣料品専門店（総務担当）	・衣料品のセール期間にあるが、買上点数の減少が顕著である。クリアランス効果は減少を続けており、購買意欲が高くなる傾向にはない。
		家電量販店（店長）	・オリンピック開催中であるにもかかわらず、家電のけん引商品であるテレビの動きは非常に悪い状況。今後も買換えまでの期間は、それほどテレビが売れないと考えている。
		家電量販店（営業担当）	・今後、来客数、単価の確保が難しくなってくるように思われる。
		旅行代理店（支店長）	・節電対策で外出機会が増え、旅行需要の拡大につながることを期待しているが、円高・株安など景気後退の不安材料もあるので先行き不透明である。
		通信会社（営業担当）	夏モデルの市場投入効果が一段落すると想定され、来客・販売数を押し上げる要素は見受けられない。
		通信会社（企画）	・引き続き大きな変動要因が無く、変わらないと予想する。
		ゴルフ場（従業員）	・予約状況は、全体的に昨年より悪い状況で推移している。秋のゴルフシーズンになっても、今の状況が続くと思われる。
		美容室（経営者）	・電気料金値上げや節電の呼びかけなどから節約傾向が強く出ている。
		美容室（経営者）	・これといった変化はない。
		やや悪くなる	
一般小売店〔酒〕（販売担当）	・この不景気の中、価格に左右される商売は厳しい。		
百貨店（総務担当）	・計画停電の可能性や予想される猛暑など消費マインドがマイナスに向かう要素が多い。		
スーパー（店長）	・最近、営業時間を延長する企業が増えているが、なんとか時間延長で売上を確保しようとしているのではないかと。各企業とも、今後、景気が良くなるというような期待していないのではないかと想像され、やや悪くなると予想する。		
家電量販店（店員）	・販売量が増える要因が見当たらない。また、新OS発売まではパソコンの買い控えもあると思われる。		
観光型旅館（経営者）	・7月半ばから8月、9月にかけての予約状況が昨年よりかなり悪い。夏休みに旅行に行ってお金をたくさん使うという傾向にない。これは政治が不安定なことや、先行き不透明で将来を心配していることと、現実には景気が良くないことから、我々旅行業界にその消費動向が顕著に現れているのではないかと想像する。		
設計事務所（職員）	・民間企業からの委託案件に関する問い合わせがほとんどなくなっており、今後、公共事業関連の発注が好転すると思われる第3四半期の後半までは厳しい状態が続くと想定される。		
悪くなる		商店街（代表者）	・当面、消費拡大など望めそうな状況にはない。
		乗用車販売店（従業員）	・エコカー補助金終了が、販売量に大きく影響する。どれくらい落ち込みになるのか想像できない。
		乗用車販売店（従業員）	・8月にはエコカー補助金が終了すると予想している。それ以降は、前回の補助金制度が終了した時と同様、新車の販売は一気に落ちると思う。
		乗用車販売店（従業員）	・新車購入補助金の終了に伴い、今までの反動もあり新車の受注が大幅に減少すると予想される。

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
		乗用車販売店（役員）	・8月以降は補助金もなくなり、当然、売上等も悪くなると思う。ただ、ハイブリッド、新しいモデルチェンジ車の投入が下支えになると期待している。
		乗用車販売店（営業担当）	・エコカー補助金の終了が8月末～9月上旬になるものと思われる。補助金終了とともに自動車市場は大きく落ち込むと思う。
		住関連専門店（経営者）	・販売量が伸びない。政治がごたごたしていることや、原子力発電所問題がはっきり解決の見通しが見えないことから、ムード的に悪い感じがする。
企業 動向 関連 (四国)	良くなる	電気機械器具製造業（経営者）	・再生可能エネルギーの固定価格買取制度の法律が7月1日より施行された途端、注文が殺到している。
	やや良くなる	繊維工業（経営者）	・梅雨明け以降は全国的に受注が増えている。
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・秋需、新商品もあり、少し上昇してくると予想する。
	変わらない	一般機械器具製造業（経理担当）	・為替の動向は気になるものの、復興需要はしばらくは増加傾向にあるものと考えている。
		輸送業（支店長）	・公共工事並びにスポット業務受注が確定している。
		通信業（部長）	・電力需給等も改善傾向がみられ、不安要素も少しずつ解消することで今後はやや良くなるものと考えている。
		電気機械器具製造業（経理担当）	・米ドル、ユーロともに為替の円高傾向は継続すると予想している。ただ、ここ数か月の数量、価格の変動等の取引条件に大きな変化はみられず、景気の動向も大きな変化はないと考えている。
	やや悪くなる	建設業（経営者）	・変わる要素が見当たらない。
		建設業（総務担当）	・案件ごとに受注検討会議を開いているが、適正な利潤が確保できる案件はほとんどない。
		不動産業（経営者）	・不動産業は、非常に業況が低迷している。客も先行きが見えないということで、買い控えの状況にある。
		広告代理店（経営者）	・長期消費低迷のため多くの得意先は、販促広告出稿意欲が少ないように考える。9月より新規得意先の広告受注が見込まれるものの、従来の得意先の広告費が不透明のためあまり変わらないと予想する。
		広告代理店（経営者）	・印刷物は増えるが、その分競争が激しくなるため、利益はそれほど変わらないのではないかとと思われる。
		公認会計士	・基本的に今の状況と変わらないだろうと話す社長が多い。特別に悪くなると判断する方も少ないし、良くなると判断する方も少ない。
	悪くなる	—	—
雇用 関連 (四国)	良くなる	—	—
	やや良くなる	新聞社 [求人広告]（担当者）	・消費税増税を見越して、今まで住宅の購入を悩んでいた客が購入に踏み切った例が数件あったとのことで、こういったケースが各業界で増えるのではないかと。
		職業安定所（職員）	・月間有効求人倍率が、先月と比較して0.05ポイント上回っており、前年同月比では0.09ポイント上回っている。
		学校 [大学]（就職担当）	・今後開催予定の説明会等も多く、求人数は今後も伸びると予想される。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・消費税増税、為替の影響があるため。
人材派遣会社（営業）		・猛暑が続く中、屋外施設の集客率が伸び悩んでいるが、暑さが徐々に緩和していくにつれて回復が見込める。特に夏休みシーズンでどれだけ企画し、集客を見込めるかによって、雇用の確保に影響が出るだろう。	
求人情報誌製作会社（従業員）		・現在は夏休みの学生アルバイトの求人が多い。夏休みが終わると正社員や、二学期が始まってから働こうという主婦層をターゲットにした求人が増えてくると予想される。	
	職業安定所（職員）	・正社員の求人倍率は0.3倍程度で変動がなく、企業の採用意欲も調整可能な非正規社員へと傾いている。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		民間職業紹介機関（所長）	・賞与時期であるが、前年並みというところが多い。また、建設業界では戸建の需要もやや増えていることから、消費動向が変化する可能性もある。
	やや悪くなる	人材派遣会社（営業担当） 求人情報誌（営業）	・新しい事業が発生しても既存社員（派遣）で対応する企業があり求人に不安を感じる。 ・特に正規雇用での求人数が減少傾向にあり、失業者・非正規雇用者の割合が高くなることが見込まれる。
	悪くなる	—	—

10. 九州（地域別調査機関：（財）九州経済調査協会）

（－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
家計動向 関連 (九州)	良くなる	—	—	
	やや良くなる	商店街（代表者）	・良く買物する客とそうでない客がいて、その中間層の客が大分減ってきている。収入が不安定になっている人が非常に多いので、不安要素はあるが、3か月先は行楽の時期であり、人が動くため、景気は良くなる。	
		商店街（代表者）	・2、3か月先は秋口に入り、暑さもいくらか和らいで、食欲が出てくる。秋の食べ物がたくさん出回り、売上はやや良くなる。	
		商店街（代表者）	・今回の九州北部豪雨で売上の落ち込みが最低の状況になっているため、現状よりは若干上向きになる。	
		商店街（代表者）	・9月になると、キャンペーンなどが始まるため、景気は良くなる。	
		スーパー（売場担当）	・今年は例年よりも梅雨が長く、雨が多かったため、売上が悪かった。しかし、梅雨明け後は売上が好調に推移しており季節商材もよく売れているので、来月以降も期待できる。	
		コンビニ（エリア担当・店長）	・オリンピック効果もあり、家庭での飲み会や食事のプラス1品買いが多くみられる。客の様子をみる限り、今の気候が続けば、少しずつ伸びてくる。	
		家電量販店（企画・IR担当）	・テレビの販売量は大きく伸ばはしないが、スマートテレビ等高付加価値商品の販売に期待できる。今より景気は若干上向く。	
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・夏場の中元商戦、お盆があるため、8月まではお中元のギフト物が出る。また、夏場のリキッドコーヒーのような冷たい飲料の販売量も増えており、9月ごろまでは売上が安定する。	
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・夏休みやお盆は人の移動シーズンであり、例年通り販売量は増える。	
		都市型ホテル（スタッフ）	・一昨年よりは中規模団体の動きが活発になる。	
		ゴルフ場（従業員）	・暑い今月から9月ごろまでは来客数はそう上向かないが、10月以降少しずつ予約が入っており、少しずつ回復しそうだ。	
		設計事務所（代表）	・金利が低下するため、動きが活発になる。	
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税に伴う駆け込み需要が今後見込まれる。	
		住宅販売会社（代表）	・住宅業界の景気はやや良くなっていく。少なからず消費税増税がプラスに影響する。	
		変わらない	商店街（代表者）	・夏場の節電意識の高まりが消費にも影響し、買い控えが起こっている。今後もこの状況が続く。
			商店街（代表者）	・増税をはじめとする将来への不安から、今後購買力の増加が期待できない。
			商店街（代表者）	・消費税問題や省エネ等、不安材料が多い生活環境のなか、消費者は必需品以外に購買意欲がわかない状況となっている。衝動買いをする気持ちにならないので、セール品は大苦戦である。
			一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・見通しが立たず、売れる気配がない。今後もこの状況が続く。
			一般小売店〔精肉〕（店員）	・暑い時期でも販売が好調であり、涼しくなれば一層、販売量が増える。
		百貨店（売場主任）	・梅雨明け後の晴天続きで気温が上がり、日中の来客数が減少している。オリンピックの影響で来客数の減少に影響する。厳しい状況が続く。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（営業担当）	・現在は前年より少し悪い状況であり、今後も、乗客数、買上数量、単価いずれも今の状況と変わらない。
		百貨店（営業担当）	・特選品衣料、化粧雑貨、猛暑除湿対策の電化製品等自家需要及び夏の必需品は好調な動きをみせている反面、特選バッグ、紳士衣料雑貨が依然苦戦している。記念催事、クールビズ商品、話題商品の提案等の来店促進策をするが、DM粗品催事のみが好調であり、客の慎重な買物姿勢は変わらない。今後もこの状況が続く。
		百貨店（営業担当）	・小売を取り巻く明るいニュースはあまりないが、一部高額品等の動きが出ている。宝飾品、時計並びに絵画の動きは確かに良くはなりつつある。したがって、何か明るい材料が出てくれば、今後秋先にかけて消費は少し活性化される。ただ先行きは不透明である。
		百貨店（営業統括）	・生活環境の改善がみられないまま、節電、政治不信等が重なり厳しい状況が続いている。
		百貨店（業務担当）	・県内は九州北部豪雨の災害にあった地区が多く、復旧への対応が必要な状況となっており、消費にお金はまわらない。被害のない客の消費マインドも不安材料である。これからは夏物処分品がどれだけ売れていくかにかかっている。厳しい状況が続く。
		百貨店（営業政策担当）	・海外事情では欧州経済や日中外交問題など、小売の商品調達に直結する問題は根深く、国内消費でも引き続き消費税増税や電力供給不安等、中長期・短期両観点から生活防衛意識が依然高い。景気好転は楽観視できない状況である。
		スーパー（店長）	・円高、あるいは株安、また夏のボーナスも少なく、消費税増税等もあり、景気が良くなる理由は何一つない。今後も商圏内のパイの奪い合いが激しさを増す。
		スーパー（店長）	・競合店対策をここ3か月やっているが、チラシの中身次第で客の来店はある。青果と一般食品、特売商品をメインに対策を打っていけば、来客数が増えている状況なので、先行きも前年実績は上回る状況が続く。
		スーパー（店長）	・競合店出店以来、来客数が落ちていたが、このところ上向きで来客数が増えてきている。ただこれ以上の伸びはない。
		スーパー（総務担当）	・景気の停滞感により、衣料品や住居用品を中心とした買い控え傾向がしばらく続く。
		スーパー（経理担当）	・客の様子をみると、一番身近な節約としての食費の節約が今後も続く。
		スーパー（業務担当）	・梅雨時期の生鮮食品の出荷量不足が、ここへきて若干の品薄傾向となっている。しばらくは猛暑が続くので、盛夏商材の動向に期待したいが、やはり日中の来客数の減少は如何ともしがたい。厳しい状況は続く。
		コンビニ（経営者）	・梅雨が明けても、夏物商品が上向きに転じない状況が続いている。今後もこの状況が続く。
		衣料品専門店（店長）	・商店街改造工事中につき足元が悪く、来客がほとんどない。今後も厳しい状況が続く。
		衣料品専門店（店員）	・客の来店サイクルが長くなっており、先の売上の予想ができない。景気が良くなっていく要素が見当たらない。
		衣料品専門店（チーフ）	・リニューアルするということもあり、1、2か月は景気は上向きの状況であると推測するが、その後に関しては前年と同様の傾向となる。
		衣料品専門店（総務担当）	・現在よりも良くなるという要素は全くない。今後も厳しい状況が続く。
		家電量販店（店員）	・昨年9、10月はアナログ放送停波の影響もあって落ち込んだ月であるので、前年比では若干改善する。ただし、落ち込みが非常に大きかったため、昨年の数字と同程度になったとしても、やや悪い状況である。その状態がずっと続く。
		家電量販店（店員）	・オリンピックが始まったが、テレビが多く売れるということもない。猛暑は続いているが、エアコンは昨年並みで、販売が伸びる要素はない。私が勤務する会社もとうとう業界1位の企業と業務提携、資本提携することになった。今後、良くなることが期待される。
		家電量販店（総務担当）	・回復に繋がるきっかけが見当たらず、現状の厳しい状況が続く。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・夏休み及び秋の行楽関連の客の話から、ファミリー旅行等の費用は昨年よりやや縮減している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		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〕（支配人）	・円高、株安や電気の需給状況及びそれに伴う電気料金の値上げなど、マイナス要因が目立つ。今後も厳しい状況が続く。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）	・先行きは電力量のひっ迫、消費税増税、国政問題等、将来への不透明感が増しており、景気が上向き要素がない。
		高級レストラン（専務）	・今後夏休みに入り、秋口の10月になると人が動き出し、9月ごろまで先払いなどの利用も少しある。もう少し様子を見てみたい。
		高級レストラン（支配人）	・価格で判断する客が多く、当店は少し高額な料理が中心であるため、今の消費者のニーズと合っていない。厳しい状況が続く。
		居酒屋（経営者）	・これから先を考えても、特に景気が良くなりそうなきっかけが今のところない。
		観光ホテル（総務）	・変化の要因が見当たらない。
		観光型ホテル（専務）	・消費税増税の不安から、旅行控えが増す。
		都市型ホテル（副支配人）	・昨年は5～10月まで震災の影響でプラスになっていたが、今年は一昨年同様の通常の年に戻っている。この状況が今後も続く。
		旅行代理店（従業員）	・予約状況を見ると、海外リゾートはハワイが好調だが、アジアのリゾート地の需要が減り、全体では前年並みである。国内は九州内の旅行が大幅に減っている。
		旅行代理店（企画）	・9月の旅行について、昨年よりも出足が鈍っている。
		タクシー運転手	・2、3か月先は、はっきり言って良くも悪くもないような状況である。
		タクシー運転手	・今月、来月にかけて被災地にボランティアで行くという会社が大変多く、市内は買物や行楽の状況が大幅に悪くなる。
		通信会社（管理担当）	・少し良い兆しが見えても、安定することなく一進一退が続いている。
		通信会社（総務局）	・今後も競争激化に加え、消極的な個人消費も続いており、しばらくこの状態が続く。
		通信会社（企画担当）	・市場拡大が見込めるようなサービス開発が自社、競合他社共にできておらず、厳しい状況が続く。
		通信会社（営業担当）	・通信会社ではスマートフォンを一生懸命売っているが、企業にとって、スマートフォンは1台当たりの単価が高くなることもあり、乗り換えは多くない。また、データ通信料等プランも携帯電話から高くなることを懸念されており、動きは鈍い。今後も厳しい状況が続く。
		美容室（経営者）	・2、3か月先は夏枯れの状況から少しずつ景気は回復してくる時期であるが、昨今は底辺の流れだけが残し、少しも景気は回復しない。今年も厳しくなる。やはり景気対策をどんどんやっっていけないことには客のマインドは動かない。
		美容室（経営者）	・企業努力が必須となっており、商売環境や客の様子は良くはない。今後も厳しい状況が続く。
		美容室（店長）	・年々、年金生活の客が多くなった。今後を考えて生活をしているようで余分な出費は控えている。
		音楽教室（管理担当）	・今の時期は生徒に変動がない時期であるが、秋頃になるとまた変動がある。
		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）	・8月における熱中症等の入院に伴う客の減少懸念はあるが、例年も客が増加する時期であり、今年も同様の傾向が期待できる。
		設計事務所（所長）	・我々の仕事は大体3か月から半年後に結論が出る。そういう意味で3か月前の景気も今も良くない状態であり、今後についても変わらない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・この猛暑で客足は鈍っており、9月いっぱい暑い日々が続くため、先行きも厳しい状況となる。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・長期予報で9、10月ぐらいまでは高温が続く。地元の野菜はかなり収穫量が減るため、どうしても他県の野菜に変えることになる。コスト高の商品を売るような状況になるため、かなり厳しい状況が続く。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・先行きは不透明である。2、3か月は暑さで売上は全く期待できない。景気が良くなるような要素もない状態である。
		百貨店（販売促進担当）	・年々、来客数が減少しており、それに伴い売上も減る。今後も厳しい状況が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場担当）	・競合店の閉店で昨年大きく売上を伸ばしたため、伸び率は今までより5～6%は落ちる。あとは天候要因が懸念材料として挙げられる。客単価がかなり上がり、現状は良い売上状況となっている。来客数は競合店が閉店しても前年実績を超えることがあまりない。厳しい状況が続く。
		百貨店（企画）	・今後、節電や7月の九州北部豪雨による被害の影響がこれから少なからず影響してくる。
		スーパー（経営者）	・消費税増税だけではなく、災害復興や地域の住民税、所得税等の税率アップがあるため、手取りが目減りする。
		スーパー（店長）	・店内での客の会話は、消費税や教育費に関する話題が多くなっている。その端々に、節約の話題が少なくないことを考えると先行きはいささか厳しい。
		スーパー（店長）	・今後実施される可能性のある計画停電による影響や消費税増税等の論議が、消費のマインドを大きく落とす。プラス材料を見つけるのが難しい状況となっている。
		スーパー（店長）	・消費者の節約志向は根強く、競合店の出店に伴う価格競争もあり、今より厳しくなる。
		スーパー（総務担当）	・原子力発電の停止に伴うエネルギー問題や消費税増税導入問題等、取巻く経営環境はこれまでにない厳しい局面を迎えている。また、消費に力強さはなく、景気回復の具体的施策と雇用安定への環境支援が喫緊に求められているが、何ら有効な手立てが講じられていない現状で、消費マインドの回復は当分の間、見込めない。
		コンビニ（店長）	・例年のことながら、夏休みにお金を使った分、秋口の消費は自粛される。
		コンビニ（店長）	・夏休みやお盆で行楽にお金が動くため、客が日常生活の節約を行う可能性が高く、厳しい状況となる。
		衣料品専門店（経営者）	・売上は伸びたが、資金的にかなり厳しい状況が続く。
		家電量販店（従業員）	・気温変化に連動し、徐々に需要が減っていく。厳しい状況が続く。
		乗用車販売店（従業員）	・今、車を購入する客のメリットは減税だけとなり、購買意欲がなくなってくる。
		乗用車販売店（代表）	・エコカー補助金制度の終了に伴い、業界全体がやや悪くなる。
		乗用車販売店（総務担当）	・3か月先はエコカー補助金が終了し、駆け込み需要の反動で新車販売台数が減少する。中古車とサービス売上の伸びを期待するが、新車売上の落ち込みをカバーすることはできない。
		住関連専門店（経営者）	・消費税増税や節電対策等で消費者の購買意欲は減少気味で、景気回復は感じられない。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・消費税増税や悪天候、ネット販売にシェアを奪われる等、地方の小売は良い材料があまり見当たらない。先行きについても厳しい状況が続く。
		その他専門店〔書籍〕（地区支配人）	・競合施設の開店景気が一巡し、特に大きな減少要因は見受けられないが、実需がみえてこない。業界にも大きな起爆剤となるような商材は見当たらず、オリンピック景気もほとんど影響はない。今後も厳しい状況が続く。
		タクシー運転手	・例年になく暑く、雨が多かった。九州には九州北部豪雨により被害を受けた観光地もあり、先行きは厳しい状況となる。
		タクシー運転手	・今から3か月後は非常に気候が良い時期なので、タクシー利用はあまり良くない。行楽シーズンでもあるので、近場でお金は使わず、遠出をしてお金を使う客が多い。タクシー業界としてはあまり良い季節ではない。
		通信会社（業務担当）	・例年、夏のキャンペーンが継続する月となり、販売がある程度見込めるが、商品の入荷遅延も懸念されるため、販売数は昨年ほど上がらない。今後もこの状況が続く。
		ゴルフ場（支配人）	・8、9月は猛暑が予想される。猛暑も梅雨時期の豪雨と同様に3年連続の異常気象であり、ゴルフ場にとって厳しい状況となっている。入場者数が伸びない。薄暮、早朝プレーが増え、プレー費が安いので、売上は落ちる一方である。
		競輪場（職員）	・電力供給の問題があり、厳しい状況となる。
		競馬場（職員）	・これまでの業績が前年割れを続けており、今後もこの状況は続く。

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
	悪くなる	理容室（経営者）	・3か月先の11月になると、お正月前ということで少し来店頻度が落ち、来客数が減るため、今よりは例年通り悪くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・不動産は長雨や大雨の被害が出ていることや電気、電力問題により生産活動が順調に回っていないこと等マイナス要素は多い。また、九州北部豪雨で建築被害を受けた方の経済活動も悪く、被害の復興に費用が出ていくため、今後、景気は悪くなる。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・このまま景気が上向きになる要素はなく、通常通りの花屋の営業ではかなり厳しい季節が続く。
		コンビニ（エリア担当）	・天候不順による売上低下傾向と消費税増税等の不安が押しよせられず、現状でも買い控えの影響が出ており、今後も厳しい状況が続く。
		コンビニ（販売促進担当）	・極端に売上が良くなっているチェーン、店舗は少なく、前年比2けた減という店舗が多い。消費者は使える小遣いの金額が減少しており、コンビニエンスストアの弁当をみても、非常に売上が下がっている。パンに関しては横ばいであるが、この傾向は今後も続く。
		衣料品専門店（店長）	・良くなる要素が見つからない。この夏場もどうなるかわからず、先行きも厳しい状況となる。
		高級レストラン（経営者）	・飲食業にとってこの8月はお盆もあり、かなり厳しい状況になる。ただ例年との違いは、法事の関係でお盆に予約が入ったが、全体で見ると苦戦しそうな月である。先行きは厳しい。
企業 動向 関連 (九州)	良くなる やや良くなる	—	—
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・当社商品のリリース内容に伴う発注が見込まれるため、景気は良くなる。
	変わらない	一般機械器具製造業（経営者）	・同業者のいろいろな打ち合わせのなかで、8月の後半から動き出すのではないかとニュアンスの話が出回っている。
		電気機械器具製造業（経営者）	・受注量は今より少し増えた状態で進むため、景気は良くなる。また、これまでなかった新規受注の客が少しずつ出てきている。新製品の開発も少し進んでおり、そういう面で景気はやや良くなる。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・今後の生産量がやや増加計画となっている。
		通信業（職員）	・節電対策が新たな事業分野として、受注拡大のきっかけとなりつつある。
		金融業（調査担当）	・消費税増税の見直しによる建物の早期着工等の動きがはじまっている。また、今秋には新型車種の投入、またスマートフォン関連の部品メーカー等の動きが活発化していることから、年後半に向けた景気の見通しに明るい材料がみられる。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・7月は大変厳しい月になったが、流れが悪くなっているというわけではなく、8、9月は回復基調である。取引先等からはプラスの声を多く聞く。
		農林水産業（経営者）	・暑い夏に焼き鳥等の消費が伸びるが、ただ昨年の生食事件の後遺症が残っており、本来夏に伸びる生食が思うように伸びていない。加えて、加工メーカー筋も春先ほどの勢いがなく、使用量が減ってきているのが今後の懸念材料となっている。
		農林水産業（営業）	・今の状況をみる限り、3か月後に良くなる材料はない。特に所得、給与が増えず、消費税が上がる見込みであるため、消費が横ばいなしは減少する方向になるので、景気は悪くなる。
食料品製造業（経営者）	・観光分野での新幹線効果はやや薄れつつあり、これまでのように集客効果が維持できるか疑わしい。今のところ好材料はなく、販売先の来客数及び客単価が低迷していることから、景気の動向は現状と変わらない。		
繊維工業（営業担当）	・消費税増税や電気料金の値上げ等将来不安なことが多いなか、景気が良くなることはない。身の回りだけを考えると、現状を維持するので精いっぱいである。		
家具製造業（従業員）	・東日本大震災以降、商業施設の出店や投資の多くが中止や延期となり、それらが今年1～4月に実行されたお陰でリーマンショック以前の好景気状況と同じような需要があったが、継続してはいない。内需が縮小するなか、箱物をつくって投資するビジネスモデルは通用しなくなっている。		
化学工業（総務担当）	・景気が好転する材料がない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・秋口に向かって例年いくらか受注関係は良くなるが、今年 は震災の影響も残り、不況も継続しており、今と変わらず厳 しい状況が続く。
		鉄鋼業（経営者）	・建築関係の新規着工物件が少ない。これまで多くみられた 病院や特別老人ホーム、学校等の新規物件に陰りがみえてい る。企業の設備投資による建築物が少なくなると、需要の 下支えとなっていた需要が減退し、先行きに不透明感が漂っ ている。
		金属製品製造業（企画 担当）	・当社の事業は公共投資に大きく左右される要素が強いが、 今年度は前年度と同様、歳出の4割以上を占める特例公債法 案の成立が大幅に遅れている。来年度の予算作成時期が近づ いているにもかかわらず、衆議院の解散時期の話が飛び交っ ているため、例年に比べ役所の工事発注が極端に少ない。今 後もこの傾向は続く。
		電気機械器具製造業 （経営者）	・景気の動向をみるとあまり変化はない状況で、今までの状 況が続く。
		精密機械器具製造業 （従業員）	・依然として生産計画数は変わらず、受注量が減少したまま である。来期の受注生産計画も見通しが見えない状態であ る。
		建設業（従業員）	・民間設備投資が依然不透明な中、公共工事の耐震補強等 で見積案件が増えている。造船関係は良い状態を維持してい るが、他の産業は現状維持か悪化している。
		建設業（社員）	・競争に参加する業者が偏っている。手持ちのない業者も発 注工事を選択している。ただ国土交通省が11月より下請業者 の労務者の社会保険加入を促す方向で動くようになれば、零 細企業は負担増で苦しくなるのが目にみえている。
		輸送業（従業員）	・物が売れるような時代ではないし、アイデアがあっても 厳しい状態である。当面の荷動きが悪い状況が続く。
		輸送業（総務）	・電力供給問題、九州北部豪雨等の影響があり、景気回復に はあまり期待が持てない。
		通信業（経理担当）	・変化する要素が見当たらない。
		金融業（営業担当）	・消費税増税を見越し、建設や住宅関係で一時的な駆け込み 需要が見込まれるが、エンドユーザーの動きはまだなく、当 面現在の状態が続く。
		金融業（得意先担当）	・現在の状況が今後、しばらく続く。景況の変化、改善とい うのは当面見受けられない。
		不動産業（従業員）	・賃貸物件の賃料水準が横ばいで推移しており、今後もこの 傾向が続く。
		広告代理店（従業員）	・7月の新聞折込受注枚数は前年比4%減となっており、4 月以降、前年を超えることがなく、むしろ前月より悪くなっ ている。新聞折込の4本柱であるスーパー、小売業、不動 産、娯楽いずれの業種も改善がみられず、縮小するばかりで ある。先の見通しも予算を縮小する話ばかりである。
		広告代理店（従業員）	・7月はボーナス時期であるにもかかわらず、業績は前年割れ となっている。今後も厳しい状況が続く。
		経営コンサルタント	・営業活動を行っているが、先方の反応が芳しくないので、 今後も厳しい状況が続く。
		経営コンサルタント （代表取締役）	・自社の受注動向や取引先から聞く業況から判断して、大き な変化が起きる予兆はみられない。
	やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・牛乳販売は値段が非常に安い物が売れており、ある程度の 価格の牛乳については、なかなか伸びてないのが現状で、厳 しい状況である。今後もこの状況が続く。
		一般機械器具製造業 （経営者）	・設備の引き合いや見積を行っていくうち、計画の延期や中 断の声が多くなってきた。先行きは厳しい。
		輸送業（総務担当）	・消費が増えるまではこのまま厳しい状況が続く。節電は懸 念材料となっている。
		金融業（営業）	・製造業は盆休み等による生産減に入るが、電力不足の問題 もあり、海外への生産移転が進むのではないかと心配され る。ここ数か月での需要増は見込めず、長期的にみても漸減 が予想される。
	悪くなる	経営コンサルタント （社員）	・販売価格の下落傾向が日増しに強くなっている。今後もこ の状況が続く。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス業〔設計事務所〕（代表取締役）	・市町村の公共事業の委託物件がこのまま減少すると、建設コンサルタントは受注物件が減少し、利益を生み出すこともできず、非常に厳しい状況となる。特に、東北地方に営業所のないコンサルタントは、東北地方の復興関係の仕事もできず、受注できる予算が減らされ存続が難しくなる状況にある。
雇用 関連 (九州)	良くなる やや良くなる	職業安定所（職員）	・新規求職者数の前年比は9か月連続で減少し、改善している。この傾向が続く。
		民間職業紹介機関（職員）	・製造業及びサービス業分野については、季節的要因を含め前年比20%以上の伸びがあるものの、人材確保が例年以上に困難な状況が続いており、案件決定数は昨年と同水準に落ち着いている。労働者派遣法の改正もあり、直接雇用を希望する人材が増加していることが要因である。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・求人の要望は増えたが、求職者の希望と合わないものが多く、景気改善にはつなげていない。この傾向は続く。
		人材派遣会社（営業）	・企業の求人意欲に変化がない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・電力不足が懸念されたが、今月は夏場の需要が景気を押し上げている。今後も特に不安材料も見当たらないので、景気は横ばいで推移する。
		職業安定所（所長）	・雇用状況に改善要素が見当たらない。地域の雇用関連の動きにも目立った動きはなく、この状況が続く。
		職業安定所（職業相談）	・円高に加え、夏場の電力供給能力も懸念材料となり、先行きについては依然として不透明である。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・厳選採用という厳しい就職環境は、しばらく継続する。また、採用予定数に満たなくても選考活動を終了している企業が見受けられる。
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・秋口になれば電力も安定して、次第に景気の見通しがみえてくるため、欠員を含めて採用が始まる可能性がある。ただし、現時点では厳しい話をする企業が多い。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・中元商戦が一旦落ち着くので、今よりは雇用の機会は少なくなる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・以前と比べ介護、福祉士の求人が減少している。求人広告を出しても集まらないという声を聞く。募集時期を選んでいるところが多く、今後もこの傾向が続く。
		職業安定所（職員）	・主要産業である製造業における求人の伸びが鈍い。また、エコカー減税や補助金等の終了による影響が出てくる。
		民間職業紹介機関（社員）	・改正された労働者派遣法の様子見の客が、どの程度利用頻度を上げてくるかが先行きを左右する。
悪くなる	人材派遣会社（社員）	・TPP等で競争力がなく、生産法人化もできない1次産業従事者も2次産業への雇用転換を図られるが、2次産業に雇用がなく、3次産業へと流れている。グローバル化ではなく海外に出稼ぎに行く時代の再来が始まっている。厳しい状況が続く。	
	民間職業紹介機関（支店長）	・エレクトロニクスや家電、自動車産業等の円高による生産の海外シフトの影響で、雇用調整が実施されている。有期雇用契約労働者の雇止めが多発する。	

11. 沖縄（地域別調査機関：一般財団法人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 (沖縄)	良くなる やや良くなる	百貨店（営業企画）	・現状は厳しいが、秋に向けてのフロアの一部改装もあり、計画的な改装前の売りつくしセールや改装オープンに向けた企画等でやや良くなると見込む。
		コンビニ（経営者）	・高齢者が付近に多くおり、手近なコンビニである当店で買物をする人が増えている。
		ゴルフ場（経営者）	・当方では集客のためのイベントを抱えており、来客数は増加するであろうとみている。
		住宅販売会社（総務・企画分野）	・2、3か月先は、当地では旧盆明けにあたる。住宅購入については旧盆で、親族等に相談することがあると考えられ、判断基準がある程度揃い、受注件数は上向きになると考える。旧盆明けという時期的要因もあるが、商談が活発化する時期ではあると考え、やや良くなると判断する。
		住宅販売会社（代表取締役）	・建築相談が増えているように感じられるため、順調な建築受注が見込める。

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	スーパー（販売企画担当）	・自社での新規出店が無い限り、しばらくは厳しい状況が続くとみる。	
		コンビニ（経営者）	・来客数が前年比110%で伸びており、それを維持して好調に推移するとみている。	
		コンビニ（エリア担当）	・7月下旬でたばこの安定供給から1年経過しており、たばこ購入客の減少が来店客減少の一因となっているが、7、8月は暑くなるため飲料、アイスを中心に売上は期待できる。それでも売上は前年比2%前後ダウンが見込まれる。	
		コンビニ（エリア担当）	・現在、沖縄県の景気は安定しており、大きく上ぶれ、下ぶれは考えづらい。しばらくは安定した状況が続くと判断する。	
		衣料品専門店（経営者）	・今月はほとんどの店でセールが始まっているが、客の反応は今一つで、売上の前年比でも変化が無く、これからもこの状況に変化があるとは見込めない。	
		家電量販店（総務担当）	・テレビの特需の反動は今月で終了するが、テレビそのものの販売単価は4年前の半分しかない。これは販売量が戻っても売上は半分しかないということで、この後も楽観視できない。	
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・夏休みに入り販売量は幾分上がったものの、前年を上回る程ではなく、この時期にこれだけの販売量ならばこの先良くなることを期待できない。	
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・今のところ予約状況は好調で、おおむね今月の状況から大きく変わらないことが予測される。夏休み旅行は、円高による海外方面との競合や、スカイツリー開業による東京地区と競合すると予測されたが、大きく影響は受けていない状況である。	
		観光名所（職員）	・現在のところ予約数の伸びが若干悪い。円高の影響もある。国内では関東地区は北海道、西日本地区は東京スカイツリーや関東の大型テーマパーク方面への販売が良いと旅行代理店より聞いている。	
	やや悪くなる	その他専門店〔楽器〕（経営者）	・例年恒例の夏祭りイベントが延期になり、イベントの動員数が少し減少する。しかし、外国人観光客が毎年増加傾向であり、外国人の沖縄観光も徐々に定着しそうである。一括交付金等によって観光客へのイベントや企画も増加すると期待され、少しずつ景気も上向きそうである。	
		通信会社（店長）	・最近の傾向から、好調は長く続かないので年末商戦までは落ち着くと推測する。	
	悪くなる	商店街（代表者）	・中心商店街のエリアは観光客が少しずつ増えているものの、消費者の財布のひもが固くてなかなか売上増加までは至らない状況である。今月から夏休みに入るため少しだけ期待感はあるが、様々な面で危機感が募っている。	
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・現状、食べ飲み放題は一律低価格がエスカレートし、利益率が悪くなっている。その上、平日の地元客の入客不足と、飲食の求人が思うように採れないことに伴う時給の上昇による経費増と、非常に厳しい状況が続いている。	
企業 動向 関連 (沖縄)	良くなる	—	—	
		やや良くなる	食料品製造業（管理部門）	・中元ギフト及び、夏休みに入りパーベキュー等の雇事需要が増える見込みである。
			広告代理店（営業担当）	・一括交付金を活用したソフト事業の恩恵による特需効果があるが、効果の継続性をどのように高めることができるのかが問われている。
	変わらない		窯業・土石製品製造業（経営者）	・公共、民間共に横ばいの見通しである。
			輸送業（代表者）	・伊良部架橋建設や新石垣空港建設等の大型物件は終わりを迎えるが、周辺工事や農業整備関連で、今年度に大きな変動は無い。
			通信業（営業担当）	・案件の確保は以前に比べて容易であるが、景気に影響するようなブーム的な案件はない。
			会計事務所（所長）	・東日本大震災の影響はほぼ無くなっていると考えられるが、消費者の低価格志向は根強く、今後も継続していくとみる。
			コピーサービス業（営業担当）	・失業後に、まだ就職できていない元同僚も何名かおり、全然景気は変わらない。
		やや悪くなる	建設業（経営者）	・現在、住宅の引き合い件数及び見込み客数の減少傾向がみられる。

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
		輸送業（本社事業本部）	・繁忙期を過ぎ、夏の季節商材から秋、冬への商品に変更していくことで取扱量減少の可能性がある。その他、受注量を増加させる要素は今のところ無い。
	悪くなる	—	—
雇用 関連 (沖縄)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（総務担当）	・県内への拠点移動による企業の求人意欲は、堅調に推移している。また、新規オープンのホテル等及びIT関連企業を中心にこれからも求人増が期待できる。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・少しずつ周りの求人数が増えている。
	変わらない	○	○
	やや悪くなる	学校〔専門学校〕（就職担当）	・次から次へと問題が浮上してきているなか、一番に政治の不安定さが心配である。
	悪くなる	—	—