

・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	商店街（代表者）	・消費増税前の特需が見込まれるため、売上は顕著に伸びることになる。外国人観光客も旧正月に向けて順調な予約状況となっていることから、過去にない売上が見込まれる。ただ、外国人観光客については、国際情勢に左右される面があるため、中国やタイの動向が懸念される。
		スーパー（店長）	・消費増税前への駆け込み需要による購買が顕著になる。ただし、消費増税後はその反動で一気に落ち込むことになる。
		家電量販店（地区統括部長）	・消費増税前への駆け込み需要がテレビ、パソコン、冷蔵庫、洗濯機といった大型商品を中心に出でくる。
		住宅販売会社（経営者）	・消費増税前への駆け込み需要が3月までの3か月間で大幅に出でくる。
やや良くなる		商店街（代表者）	・消費増税が決まったことの影響なのか高額商品の販売が良くなってきているため、今後についてはやや良くなる。
		百貨店（売場主任）	・4月からの消費増税を控えて、2～3月にかけての駆け込み需要が見込まれる。特に衣料品、雑貨関連、食品部門の売上が増加することになる。衣料品に関しては、各メーカーとも春物衣料の立ち上げを前年よりも2～3週間早くする予定であり、生産量も増やしているようである。
		百貨店（売場主任）	・消費増税に対する客の声がまだ多くないため、今後の駆け込み需要の拡大が期待される。
		スーパー（店長）	・4月の消費増税を控えて消費が活発になる。ただ、その後の反動が懸念される。
		スーパー（企画担当）	・サッカーワールドカップや東京オリンピックの準備を通じて、社会全体としてお金が循環する機会が増えることになり、それとともに客の財布のひもが緩むことになる。
		スーパー（役員）	・前年と比較して、天候が良く、降雪量も少ないことから、今後については期待できる。消費増税も控えていることから、3月までは良い方向に進むことになる。
		衣料品専門店（店長）	・客との会話から、今後については多少良くなる。
		家電量販店（経営者）	・3月には消費増税前への駆け込み需要が見込まれる。ただ、商品不足も想定されるため、爆発的な販売量の増加までは期待できない。
		家電量販店（店員）	・消費増税を見越して、高額商品の購買決定率が高かったことから、今後も3月までは少しずつ駆け込み需要が見込まれる。
		乗用車販売店（従業員）	・消費増税前への駆け込み需要により、今後についてはやや良くなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費増税前への駆け込み需要が見込まれる。
		自動車備品販売店（店長）	・3月には消費増税前への車検需要や新車納車後の用品購入で購買が大幅に増加する。
		旅行代理店（従業員）	・電気料金値上げ等の経費増加要因はあるが、観光消費を抑制するほどの影響はないとみられる。天候にも左右されるかもしれないが、地域の観光客の増加が期待できる。
		タクシー運転手	・冬期間はタクシーの利用が多いため、1～3月までの雪の降る時期は前年よりも良くなる。
		通信会社（企画担当）	・他社のサービスに流れる客の数が減り、自社のサービスに対する好反応が明らかに増えている。
		変わらない	
一般小売店〔酒〕（経営者）	・年末という特殊要因により、普段の月よりも売上が良く、幾分明るい兆しも見えてきている。ただ、売上においては今後もそれほど大きな変動はない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（売場主任）	・消費税増税前の駆け込み需要を期待しているが、12月現在の食品以外の高額商品の動きをみると、衣料品を中心に買い控えが生じており、結果的に景気は変わらないまま推移する。
		百貨店（販売促進担当）	・冬季の節電要請や灯油の価格高騰による暖房費の負担増などにより、購買に対する気運はなかなか高まらない。また、4月以降は消費税増税による消費マインドの低下が見込まれ、苦戦を強いられることになる。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税を控えた駆け込み需要が年明けから本格的になる。ただ、消費税増税直後の反動減が見込まれるため、全体としては相殺され、現状維持もしくはマイナスとなる懸念がある。
		百貨店（役員）	・現時点においては消費税増税前の駆け込み需要は全くみられない。年が明けてから、大型商品に動きが出てくるのかを見極めて判断したい。
		コンビニ（エリア担当）	・漁業等の1次産業は1年間の収入が年末で決まることになるが、今年は特に収量が悪いいため、悪い状態をそのまま3～4か月引きずってしまうことになる。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税やガソリン、灯油の価格高騰等が家計に大きく影響することになる。今後は物価が上がる傾向になるため、衣料品については、冬物から春物にかけての身の回り品の販売量が前年よりも減少する。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要により大きく期待したいところだが、自動車の場合は登録日が基準となるため、今月以上の伸びを期待することは厳しい。
		乗用車販売店（従業員）	・2～3か月後はまだ消費税が上がっていないため、その時点で車の登録が間に合うようであれば、販売台数が伸びることになる。ただ、4月以降は落ち込みが懸念される。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要は期待できないため、非常に厳しい状況になる。
		高級レストラン（スタッフ）	・食材の価格が値上がりしたため、消費税増税の際は増税分の3%分を上乗せしたうえで人気のあるメニューを続けるか、メニューを全く変えてしまうかのどちらかになるが、今後の景気が読めないため、対応を決めかねている。
		スナック（経営者）	・今後についてもそれほど変わらない。
		観光型ホテル（経営者）	・冬の観光シーズンに向けて、引き続き外国人観光客の予約が好調だが、消費単価が低いことやエネルギーコストの上昇等により、利益が相殺されることが懸念される。
		旅行代理店（従業員）	・国内旅行と海外旅行の販売量がともに増加してこない。海外旅行は12月から良化傾向がうかがえるようになったが、逆に国内旅行は前年比でかなり落ち込んでいる。
		旅行代理店（従業員）	・消費税増税を控えて節約目的での前倒し購入の増加を期待しているものの、必ずしも消費マインドが向上しているわけではないため、むしろ買い控えになることを懸念している。
		旅行代理店（従業員）	・今後に向けての良い要素がない。
		タクシー運転手	・この先の予約状況等から、今後も変わらない。
		観光名所（従業員）	・12月から2月までが、外国人観光客の冬季観光のメインシーズンであり、今月は天候に恵まれたが、1～2月は天候次第の面があるため、今月よりも良くなるとは考えにくい。ただ、外国人観光客の入込については変わらずに勢いがあることから、ほぼ今月並みで推移する。
		観光名所（職員）	・政府の景気対策は現在のところ一部の企業にしか恩恵がみられないため、今後についても変わらない。
		パチンコ店（役員）	・流通業は消費税増税を控えて売上が良いようだが、他の業種に関してはあまり景気の良い話は聞こえてこない。現在の景気回復は一部の業種によるものであるため、今後も変わらない。
		美容室（経営者）	・当面は大きな不安要素もないため、今後も同じような生活を維持する傾向が続く。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・世間一般の景況感と異なり、商店街では閉塞感が表面化してきている。マイナス要因が表面化してくると、集客力がより一層落ちてくるため、今後はやや悪くなる。
		商店街（代表者）	・消費税増税を控えて、様子見の状態が続く。
		商店街（代表者）	・当商店街においては、近年、2～3月にかけての買物客が減少する傾向にある。消費税増税直前とはいえ、燃料等にお金のかかる時期であるため、節約のため外出を控える傾向は今後も変わらない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		商店街（代表者）	・当地域全般にいえることだが、来客数が圧倒的に少ない状況にあり、2～3か月先もこうした状況が劇的に改善することではなく、同様の状態が続く。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・石油製品価格や資材価格の高止まりが続いていることに加えて、冬期の節電要請がムードを圧迫している。4月の消費税増税を控えて、今から引締めに入っているという客も多い。
		スーパー（店長）	・消費税増税を控えていることで、今後についてはやや悪くなる。
		スーパー（企画担当）	・燃料の価格高騰、野菜や食肉の価格上昇に加えて、消費税増税を控えて消費者心理にマイナスの影響が生じていることから、例年に比べてクリスマス商戦、歳暮ギフト商戦が盛り上がり欠けている。年末商戦もやや落ち着いたスタートとなっており、今後についてはやや悪くなる。
		スーパー（役員）	・3月は消費税増税前の駆け込み需要により、一時的に景気が良くなるが、電気料金やガソリン価格の値上がりもあり、4月以降は儉約ムードが強くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税により競合他社との価格競争が激しくなり、日用品、食品の売上減少が続く。
		高級レストラン（経営者）	・これから消費税が上がるため、一時的に景気は悪くなる。ただ、東京オリンピックの開催準備に向けて、建設関連の売上増加や株価の上昇が見込まれ、地方への影響は少ないが、一部では景気の良い会社も出てくることになる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・集客の目玉となるようなイベント、学会、スポーツ大会の開催が予定されていないため、今後についてはやや悪くなる。国内旅行会社の企画募集も低調であり、近隣アジア諸国からの観光客の動向も不透明である。
		旅行代理店（従業員）	・4月の消費税増税を懸念しているのか、3月の春休みの旅行の予約の出足が非常に悪い。
		タクシー運転手	・季節的な要因ではあるが、現在は燃料価格の高止まりにより、暮らし向きが厳しい状況となっている。また、一般商品の物価も次々と値上がりしており、4月の消費税増税を控えて、買い控えの傾向が一層強まることが懸念される。
		タクシー運転手	・景気回復がみられないなかで、物価上昇による負担増が大きくなっており、タクシーの利用も控えているという声が聞こえている。このため、2～3か月後は、今まで以上にタクシー利用が減少することになる。
		通信会社（社員）	・消費税増税前の駆け込み需要もすでに落ち着いてきている。企業はすでに4月以降を見据えており、活発な経済活動というよりは様子見の状況が強まることになる。今後については、不透明感が強く、どうなるのか判断できないとの声が多く、多くの客が4月以降の景気を消極的にとらえている。
		美容室（経営者）	・消費税増税による家計への影響が懸念されるため、売上は厳しくなる。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フェリー〕（従業員）	・厳冬期に入り、天候不順や流氷の影響による欠航等が懸念される。
	悪くなる	○	○
企業動向関連 (北海道)	良くなる	家具製造業（経営者）	・小売業への販売や直接販売等において、消費税増税前の駆け込み需要による受注量の増加が期待できる。
		その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当）	・規制緩和の進展や企業業績の回復、税制改正の効果が出てくる。
	やや良くなる	建設業（経営者）	・補正予算やゼロ国債による公共事業の発注が始まることになり、実需はまだともなわないが、マインド面は好転する。民間工事については消費税増税の影響がよく分からないものの、それなりの動きは見込める。
		建設業（従業員）	・現政権が景気浮揚のための3本目の矢を放つことから、公共工事の絶対量が増える。
		通信業（営業担当）	・受注量、案件数がともに増加傾向にあり、単価も上昇傾向を示していることから、今後もやや良くなる。
金融業（企画担当）	・個人消費は駆け込み需要により高額品を中心に盛り上がる。建設業界も平成26年度の公共投資予算が手厚くなったことから、先行きの懸念がある程度払しょくされ、引き続き好調に推移する。観光も円安傾向が続くことでアジアからの観光客が増加する。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	コピーサービス業（従業員）	・取引先から買取や吸収の話や設備投資の話をよく聞くことから、今後についてはやや良くなる。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（役員）	・石油製品価格や材料価格、消耗資材価格の値上げが相次ぎ、商品の確保が困難な状況にある。さらに、ものづくり補助金の適用顧客が多く、大型案件の納入や年度末に向けた工事案件も多く見込まれることから、全般的に売上は順調に伸びる。
		食料品製造業（役員）	・今のところ、増える案件も減る案件も見当たらないため、このままで推移する。
		金属製品製造業（役員）	・消費税増税前の駆け込み需要で受注が増えるとみる向きもあるが、北海道の場合は積雪の問題があるため、今後あまり変わらない。
		輸送業（営業担当）	・燃料価格が高止まりしており、陸上輸送も海上輸送も厳しい経営環境にある。それ以上に、全国各地でドライバーや車両の不足が一段と進んでおり、通常輸送に影響が出てくるのが懸念される。
	やや悪くなる	輸送業（支店長）	・年度末の新規案件に多少の期待を持っているが、北海道は冬期間の真っ只中であるため、新規案件は新年度以降の取組となる。
		その他サービス業〔ソフトウェア開発〕（経営者）	・短期的には、現在より良くなる要素も悪くなる要素もない。人手が足りず、新たな案件が出てきてもこなせない状況にある。
		司法書士	・例年、冬期間は土地の売買はともかく、建物の新築、増築は皆無の時期であり、消費税増税前の駆け込み需要も期待できない。
		司法書士	・冬期間の要因に加えて、消費税増税、円安進行によるガソリン価格、灯油価格の上昇などにより、今後、景気は停滞することになる。
		悪くなる	—
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）	・全業種的に人手不足感が顕在化していることから、今後、さらに需要が増えてくる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・現政権の経済対策も2年目となり、計画どおりに進めば、景気は順調に回復することになる。ただ、大手企業は真っ先に潤うが、中小企業まで効果が出るには時間がかかる。
		職業安定所（職員）	・消費税増税が実施されるまで、求人数の増加傾向は続く。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・年度替わりに向けて一時的に雇用が増加しているが、一過性のものであるため、今後も変わらない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・ここ数か月、求人数の伸びは落ち着いてきている。4月の消費税増税を控えていることもあり、一段の伸びは期待できない。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・消費税増税前の駆け込み需要がみられても、その後の需要減はまぬがれない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地方で現政権の経済対策の効果を肌で感じることはないが、これまでの非正規雇用を中心にした求人数は維持する。
		学校〔大学〕（就職担当）	・道内企業の新卒採用状況は依然として厳選採用が続いており、事業所拡大や設備投資にも慎重であることから、2～3か月後の景気もほぼ変わらない。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・円安による燃料価格の高騰が続いており、厳冬期を迎えて燃料価格がさらに高騰することになれば企業経営が一層苦しくなる。今後の雇用動向は経済活動に左右されることになる。
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	乗用車販売店（経営者）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要が見込める。
		乗用車販売店（経営者）	・来月1月の初売りから始まり、年間最大の需要期である3月まで大いに期待ができる。
		乗用車販売店（店長）	・年初に予定されている新型車発表により、新規及び自社客誘因も更に見込まれる。消費税増税に刺激された買換えマインドの上昇と年度最大需要期とが重なるので、かなりの期待が持てる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住関連専門店（経営者）	・消費税率が4月から上がるので、その前にある程度高額商品は動く予想している。
		その他専門店〔靴〕（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要に期待する。
		タクシー運転手	・悪くなるような要素が無い。当地ではこれから地下鉄も延伸するし、悪い状況にはない。12月だからそういう感じがするのかもしれないが、これからはずっと良くなっていくのではないかと考えている。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・これまでの経験からいっても、消費税増税前は駆け込み需要が必ず起こる。今回も期待している。
		商店街（代表者）	・景況が厳しい時は初売りはにぎわうとのジンクスがある。客の目は厳しくなってきたり、厳選された福袋にのみ集中するとみられるが、来年は消費税増税も決まっていることから、駆け込み需要もあり、初売りは期待される。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・客は必要であればわりとすんなりと買ってくれる。また、消費税増税前にある程度の買い置きをすることも考えられるので、上向きになるのではないかと考えている。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	・来年3月までは、消費税増税を控えた駆け込み需要で一時的に活況を呈するとみられる。一方、当店では、商品の仕入単価が軒並み上昇してきており、仕入先との交渉により前倒しで在庫を積み増しているところである。周囲の自営業者の話も多かれ少なかれその傾向がみられ、いずれ在庫調達が一般し仕入発注が減少する時期がくるものとみられる。それは消費税率上昇の時期と前後し、ダブル要因で来年4月以降の景況は予断を許さない。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税前の駆け込み需要がある。
		百貨店（企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要は2月以降春物商戦が本格化するにつれ、3月中旬をピークに盛り上がっていくとみている。ただし、前回の消費税増税時に比べればその変動は小さいと予測している。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税前の最後の駆け込み需要が見込まれる。特に学校制服など、従来は4月に計上していた商品が3月中に前倒しで計上されるケースが増えると予想される。また、高額品の家具、時計、宝飾品や生活必需品の化粧品などの売上は増加するとみられる。
		百貨店（買付担当）	・消費税増税が控えているため、駆け込み需要が期待できる。
		百貨店（売場担当）	・来年2、3月は消費税増税前ということもあり、かなりの駆け込みが予想される。特に百貨店の強みであるオケージョンという部分では、新入学や新生活に向けての準備ということもあるので、高額品は早いうちに、税率が上がる前に買っておこうという動きがみられることが予測される。
		百貨店（経営者）	・いつもより長い年末年始の連休からか、帰省客用の準備品が好調に推移している。また、消費税増税前の買い置きやまとめ買いに期待が持てる。
		百貨店（経営者）	・これまでは来客数、売上高共に前年実績を下回る状況が続いてきたが、今月に入り若干回復傾向がみられる。
		コンビニ（エリア担当）	・冬のボーナス上昇と消費税増税前の影響で、消費が活発化すると予測している。
		コンビニ（エリア担当）	・2、3か月後であれば、消費税増税の好影響が期待される。
		衣料品専門店（店長）	・世間一般でいわれているような、消費税増税前の駆け込み需要がどのように出るのか。3、4月にかけては限定的にスーツが売れる時期なので、需要が一般の人にも膨らむのではないかと予測している。
		衣料品専門店（店長）	・好不調のバロメーターである買上客数が伸びてきていることと、高単価商品の動きも少しずつではあるが動き出してきていることが、この先期待できる要素となっている。
		衣料品専門店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要で売上が伸びることが予想される。
		家電量販店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込める。
		家電量販店（店長）	・消費税増税を前に駆け込み需要が考えられる。既に新築需要もあるので、需要は底堅い。家電製品の柱であるテレビや冷蔵庫に関しては、テレビは回復気味、冷蔵庫は底堅いものの、大きく伸びたり悪くなったりするという極端なことはなく、なだらかな状況が当分続くともみている。
		家電量販店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要に期待している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		乗用車販売店（経営者）	・新車の駆け込み需要の発生に拍車が掛かるとみられるが、供給面での制約がかかって、販売では大きな伸び又は回復は期待できないと予想している。
		乗用車販売店（従業員）	・景気が良くなるということとは違いますが、消費税増税前の駆け込み客は間違いなく増える。販売台数も伸びるとみているが、消費税増税後は急に落ち込むことが予想される。
		乗用車販売店（店長）	・12月は販売量や売上など様々な面で苦しい時期となっているが、これから年度末にかけては、消費税増税前の駆け込みや初売効果、決算などもあり、景気の回復が見込まれる。
		住関連専門店（経営者）	・消費税増税前はいくらかは販売量が増えるのではないかとみている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税増税に伴う駆け込み需要があると考えられる。
		高級レストラン（支配人）	・年度末の異動や各種行事での利用に加え、消費税増税前の購買や利用の増加がある。
		一般レストラン（経営者）	・3か月後はまだ消費税が上がっていないので、特に悪くなる要素はない。
		旅行代理店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要により、各業界での販売好調が持続すると予見される。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税により購買意欲が上がり、一時的に景気が良くなる。
		美容室（経営者）	・消費税増税前ということで、わずかながらでも駆け込み需要が発生し、その分、若干来客数等も増える可能性はある。
		美容室（経営者）	・消費税増税前にパーマやカラーリングの機械を導入した。このように増税前は駆け込み需要が増えるのではないかとみている。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・4月の消費税増税までは、来客数、販売数、客単価のいずれも、前年及び前月より上昇する現在の傾向が続くとみている。
	変わらない	一般小売店〔書籍〕（経営者）	・競合店の動き、ネット通販の動き、その他の要因があつて、既存店の購入量、単価といった辺りで徐々に変化が見受けられる。売上は維持しているが、なかなか分析しきれない状況にある。
		百貨店（総務担当）	・消費税増税による3月の駆け込み需要、そして4月以降の反動による落ち込みという部分で、景気や消費がどうなるかという先行きは不透明であるが、3月までと4月からで大きく分かれるとみている。
		スーパー（経営者）	・3月は駆け込み需要、4月はその反動を予測している。その後は不透明だが、とりあえず3か月間はプラスと予測している。
		スーパー（経営者）	・1月も現在の円安株高が続くとみられるが、報じられているほどの好感はない。利益増の企業も国内への投資は少なそうである。また、被災地復興等への公的資金投入は続くので、その方面の雇用環境は良いように見える。ただ、輸出関係業界や建設関係業界を除き、地場産業など中小の会社は原料や資材価格、雇用コストの上昇で収益圧迫が続いている。地方企業の給与増の期待も薄い。減反政策転換もあり農家の収入減への心理的影響もうかがえる。地方の消費環境はまだである。大手企業の給与増による波及効果を期待したい。
		スーパー（店長）	・年金を含め所得は減少する一方で、消費税増税も控えている。特に当地方は寒さが厳しく、灯油の値上がりも続き、生活に直接影響がある。この先も不安は大きい。
		スーパー（店長）	・商圏内競合店の状況は変わらず、当業界の景気も横ばいとみられる。
		スーパー（店長）	・競合店の状況及び店内の状況が変わらないので、今後も変わらない。
		スーパー（店長）	・ここ2、3か月変化がないため、この先3か月も変化は無いとみられる。
		スーパー（物流担当）	・消費税増税への報道が多くなるにつれ、耐久消費財の先買いが増えており、その分食費の切り詰め等、余計な支出を抑えている。この傾向は当分続く。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数前年比は向上しているもののまだ弱く、前年比100%以上にはほど遠い。
		コンビニ（エリア担当）	・他チェーンを含め過去最大の出店が計画されており、既存店の前年割れの傾向は続くとみられる。

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
		コンビニ（エリア担当）	・人口減である以上、長期的な期待はできない。
		コンビニ（店長）	・消費税増税に対する意識がより一層高まり、食料品等への出費抑制が懸念される。また、競合店の撤退により、一時的に来客数は増加したが、客単価及び購買点数はやや下がってきており、今後に不安を残す形となっている。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税を控えていても、増税前の駆け込みの購買の声はほとんど聞こえてこない。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税前の3月までは動きが活発になるとみられるが、4月以降の商品の動きが心配である。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税への対応を考えると、頭が痛い。
		衣料品専門店（経営者）	・駆け込み需要が増えることに期待したいが、これからに備えて財布のひもも固くなりそうである。
		衣料品専門店（総務担当）	・景気回復といわれているが、給与やボーナスといった個人所得にはまだ反映されておらず、消費活動に循環されていない。
		家電量販店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要は多少あるとみられるが、その後の反動を均せば、景気の前予想は全くつかない。
		乗用車販売店（従業員）	・現在も消費税増税前の駆け込み需要があり、3月までは好調が続くとみられる。
		自動車備品販売店（経営者）	・例年に比べて、現段階では降雪がほとんどない。降雪並びに低温に付随する車両トラブル他、除雪車の稼働に伴う修理等は、例年に比べ低水準になると予想される。除雪業者の出動回数の減少は企業収入に直結する。
		住関連専門店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要は多少あった。内装工事については職人不足が深刻になっており、今後オリンピック工事が始まると更に不足することを心配している。
		その他専門店 [パソコン]（経営者）	・当分、職人不足の状態は続くと思われる。また、材料の供給もままならないため今後も仕事は進まず、お金の流れも鈍いままである。
		その他専門店 [白衣・ユニフォーム]（営業担当）	・消費税増税により、事前の買い増しが生じるとみられるが、制服などのサイズのあるものは難しいのではないかと。しかし、土壇場になってから慌てないようにアナウンスはしておくつもりである。
		その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	・暖房用の燃料の出荷は気温の状態が大きく左右されるため、この先1か月の状況で業績は大きく左右する。また、消費税増税の影響が出るために、春のタイヤ等の出荷が早まるとみられる。前年より需要期が前倒しとなりそうである。
		一般レストラン（経営者）	・基本的には今後もしばらく緊縮したお金の使い方が続くと思われる。消費税率も上がるので、非常に厳しい状態が続くと予想している。
		一般レストラン（経営者）	・1月の予約状況は例年と同じくらいで、良くなるというような要素も特に無い。
		一般レストラン（経営者）	・景気はあまり良くないが、それほど落ち込むこともないとみており、変わらないと推測している。
		観光型ホテル（経営者）	・入込は前年並みであるが前年はあまり良くなかった。特記すべき点は、金曜日の入込が非常に良いことである。内容は歓送迎会とみられるが、一般企業ではなく、公務員的な利用者が目立つ。
		観光型旅館（経営者）	・経済指標は上向きになってきているようだが、客の消費行動に影響が出るほどの実感は伴っていない。大きな変化をもたらすような景気回復の動きはまだまどうかがえない。
		観光型旅館（スタッフ）	・1月から3月の冬季は集客が悪く、計画も毎年赤字計画である。具体的な打開策も無く、おそらく赤字のままとなる見込みである。消費税増税も控えており、少しでも赤字幅を少なくしたいが厳しい状態である。
		都市型ホテル（スタッフ）	・クリスマス、年末年始、新年会と稼ぎ時であるが、クリスマスは日の並びの影響もあり前年割れとなっている。さらに、おせち関係についても食品表示問題の影響があるのか、前年を下回る予約状況である。年末年始の日の並びの影響も少なからずあるようだが、地道に消費者の求める商品を提供していかなければならない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・宴会場の予約状況は卒業式、送別会等である程度期待できそうだが、婚礼件数は少なく、宿泊、レストランも現状から好転する兆しはみえてこない。

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
		都市型ホテル（スタッフ）	・予約状況を見ると2月はイベント等があり、宿泊は入っている。3月の送別会シーズンも宴会場は満室となっている。しかし、外食産業にとっては、消費税増税の影響が大きく出ることが懸念される。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税を控えており駆け込み需要はあるものの、根本的な景気改善は期待できない。
		通信会社（営業担当）	・長期的に見て、改善に値するような好材料が見当たらない。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要で一時的な消費の盛り上がりはあるが、好況感とは捉えられない。来春のペースアップも一部の業界では報道されているが、地場系企業では期待できない。実体のない好況報道には気を付けたい。
		通信会社（営業担当）	・顧客のコスト削減要求が後を絶たない。
		観光名所（職員）	・来客数の若干の落ち込みを客単価の若干の増加で補うという形が前月から続いている。予約数も特に変わらないので、このまま続いていく。
		遊園地（経営者）	・シーズンオフに向かうことに加え、消費税増税前の駆け込みが見込まれない業種である。12月賞与の動向や物価の上昇が家計にどう影響していくかは不透明である。
		競艇場（職員）	・目玉となる商品での売上は見込めるが、消費税増税前の駆け込み需要があるような業態ではない。
		設計事務所（経営者）	・1、2月くらいまでの仕事はあるが、その先は全く見えない状況である。今後、災害公営住宅等が出てくると、我々民間ではほとんどのところは苦しくなるのではないかとみている。
		住宅販売会社（経営者）	・新築の受注量については鈍化するとみられるが、消費税増税前の3月末まではリフォームを含む短期工事のボリュームが多くなる。
		その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	・消費税増税を意識した、駆け込み需要的な工事があることを期待している。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・消費税増税に対する警戒感や精神的な問題で、前半は駄目なような状態になる。
		商店街（代表者）	・業種、業態によってばらつきは多少あるものの、全体的に雇用不足、人員不足、そして、資材価格の高騰により、再開発、大型建築の動きが遅れている。この動きが続くと、来客数の減少や客単価低下につながるのではないかと危惧している。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・雪が積もり、出歩く人が少なくなる。
		一般小売店〔寝具〕（経営者）	・今年は終盤になりやっと商品が動くようになったが、年間を通してみると売上は落ち込んでいる。寝具関係は低迷中であり、来年の動きも目途が立たない。
		スーパー（経営者）	・消費税増税前の2、3月は食品にとってはまだまだ儉約志向があり、駆け込み需要がある3月に関しては限定的であると予想される。
		スーパー（店長）	・4月の消費税増税が目前になり、一時的な駆け込み需要はあるが、その後しばらくは大きく落ち込むことが予想される。また、各社の価格表示が統一していないなど混乱が予想される。
		スーパー（総務担当）	・4月からの消費税増税の前に、3月は買い置き需要が多少あるとみられるが、例年1、2月は消費が低迷するので、景気はやや悪くなる。
		コンビニ（経営者）	・4月から消費税率が上がるので、3月の下旬はたばこ等の駆け込み需要が少しはあるかもしれない。しかし、他は期待できない。
		コンビニ（経営者）	・今月、近隣に競合店がオープンした。影響はまだ未知数ながら、ダウントrendは続くだろう。
		コンビニ（店長）	・例えばおせちの販売量が全般的に減っているなど、震災パブルの完全な崩壊と、来年の消費税増税によるマインドの低下が前月末あたりから顕著になってきている。3月は増税前の駆け込みでいくらか良くなることもあるかもしれないがマインドは確実に下がる。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・消費税増税の影響で駆け込み需要があるかもしれないが、消費量が多くなるわけではなく、消費者にとっては値上げと同じことになるので、結果的に悪い方向にいく。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他専門店〔酒〕 (経営者)	・天候にも大きく左右される地域柄のため、あまり期待はできない。政府は景気は上昇傾向にあるといているが、地方の中小企業に大きくその影響が出るにはまだまだ時間がかかる。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕 (営業担当)	・原発問題や消費税増税や社会保障費用等の負担増に対する将来への不安がある。
		高級レストラン(経営者)	・消費税増税もあるし、3か月後くらいまでは景気回復もあまり見込めないのではないかと。
		一般レストラン(経営者)	・年末年始でお金を沢山使う時期ですら節約志向がうかがえた。今後は消費税増税も絡んで更に節約志向が加速するとみられるため、その影響が景気を下げると予想する。
		スナック(経営者)	・忘年会シーズンも終わり、年明けからまた普通の状態に戻る。特に今年は新年会などを開催する話をあまり聞かないので、年明けから厳しい状況になるのではないかと予測される。
		観光型ホテル(スタッフ)	・電気あるいは灯油、その他生活必需品の物価が上がり、さらに、4月から消費税が8%となるため、個人消費に対するマインドが低下している。また、先行きの予約状況が芳しくない。
		都市型ホテル(スタッフ)	・デスティネーションキャンペーンが終わってしまい、取り立てて目玉がない。また、天気予報では新年から大雪になるということで、観光客は前年のこまちの脱線という嫌なイメージもあって客足が遠のいてしまうのではないかと。県にとっても当ホテルにとっても厳しい状況になるのではないかと考えている。
		都市型ホテル(スタッフ)	・震災被災地で2年ほど特需が続いていたが、現在は震災前の状況に戻っている。来客数、イベント数共に前年を下回り、来月以降の問い合わせ件数、予約売上も前年に比較してやや弱含みとなっている。
		旅行代理店(経営者)	・現在の売上からみると、これから4月に消費税率が上がる関係か、徐々に申込件数や団体の需要が戻す様子になっているようである。
		タクシー運転手	・極力車を利用せずに歩くように心掛けている人が多いようである。
		タクシー運転手	・乗客の話を聞いても、消費税を非常に心配している。これでは良くなる気がしない。
		通信会社(営業担当)	・一時的に購入するサービス商品ではなく、消費税増税後も継続的に料金を払って利用するサービスなので、4月以降加入が鈍化するとみられる。ますます節約傾向が強まることが考えられる。
		テーマパーク(職員)	・消費税増税を前に購買意欲がしばむ可能性があるため、現状よりも悪くなる。
観光名所(職員)	・冬季のイベントが終了すると閑散期を迎える。		
悪くなる	一般小売店〔医薬品〕 (経営者)	・大手企業など一部は非常に良い状況のようだが、一般消費者は4月からの消費税増税を控えて、直撃される状況を肌で感じている。小売店は非常に厳しい状況が続く。	
	コンビニ(店長)	・売上が前年割れを続けている上に、経費としての除雪代が重くのしかかってくる。今年は大雪であった前年よりも降ると予想されている。客足にも影響してくるのではないだろうか。	
	高級レストラン(支配人)	・勝ち組と負け組の格差がボディーブローのように効き始めてくる。そして消費税増税がくる。勝ち組の人口構成は明らかに少数であることから、高単価の外食は直撃を受けるのも自明の理である。	
企業 動向 関連 (東北)	良くなる	建設業(従業員)	・現在入札手続中の案件についても、年度末までに受注者が決定してくる。
	やや良くなる	木材木製品製造業(経営者)	・住宅部材の需給バランスが取れて、採算の改善が進む。
		電気機械器具製造業(営業担当)	・年度末までは仕事が入っているようなので、当面はやや良くなるとみられる。
		輸送用機械器具製造業(経営者)	・円安の進行により、自動車産業は凍結していた設備投資を段階的に行っており、中小企業への波及効果はゆっくりだが出ている。
		輸送業(経営者)	・当地方では景気回復の兆しはあまりうかがえないものの、全般的には物量も含め、良い方向に向かっている。
		金融業(広報担当)	・消費マインドの好転が期待される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		広告業協会（役員）	・消費税増税前の駆け込み需要はおう盛で、特に軽自動車は3月末納期まで受注しているようである。不動産についても戸建、マンション共に好調だが、広告界にとっては痛し、痒しの状態が続いている。	
		広告代理店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み受注が見込まれる。	
		広告代理店（経営者）	・受注量の増加が見込まれる。	
		経営コンサルタント	・ボーナスも例年より多めに支給されている企業が多く、消費マインドが高まっている。	
		司法書士	・消費税増税にからんで、来年3月末日まで引き渡しの注文住宅に関する業務が終了するまでの需要は確保されている。	
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・消費税増税に向け、駆け込み需要の発生が予想されるが、近年は流通、店舗での在庫を多く持たない傾向があり、限定的と推測する。	
		その他企業〔工場施設管理〕（従業員）	・装置の搬入が度々ある。今後も新品種立ち上げ等で物流も多くなる。	
		金属工業協同組合（職員）	・ここにきて、消費税増税前の駆け込み受注案件が目に見えて増えている。来年3月までの納期対応案件となっている。ただし、単価は依然として低単価である。	
		変わらない	農林水産業（従業者）	・自由出荷のふじりんごの精算書はまだ決済されていないが、原発の汚染水問題等の風評被害が影響を与えているとみている。
			食料品製造業（経営者）	・12月と同様、牛タン人気は順調であると判断している。したがって、やや良い流れのなかで今後も推移するとみられる。
			食料品製造業（経営者）	・良くなる要素が見当たらない。
			食料品製造業（総務担当）	・消費税増税やT P P参加の問題が控えてはいるが、し好みなので強い向かい風にはならないのではないかと。
			食料品製造業（営業担当）	・既存品の販売は前年をキープするのが精一杯な状況である。新商品投入やキャンペーンで売上増加を図っても効果が薄い。
			土石製品製造販売（従業員）	・数年前と比べ、各部署の正社員の割合が少なくなってきた。雇用面では、まだ景気が上向きとは言えないのではないかと。
電気機械器具製造業（企画担当）	・消費税増税の影響は、不動産や自動車などの大型商品分野においては影響があるだろうが、我々の電子機器分野ではそれほど影響はなく、逆に大型商品分野に消費しない分が電子機器、家電製品の消費拡大につながると考えられる。			
建設業（経営者）	・消費税増税後も2、3か月は受注が続くとみている。心配なのは技術者不足及び資材の高騰である。			
建設業（企画担当）	・消化能力が限界となっており、しばらくは現状維持が続くと予想される。			
通信業（営業担当）	・既存契約更新には依然として慎重な姿勢がみられるが、営業フォローの効果で今のところ契約切替えの兆しはみられない。			
通信業（営業担当）	・政治次第である。			
金融業（営業担当）	・全体的にマインドは良くなってきている。			
その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・依然、中小企業ではボーナスは出ない、給料は上がらないということが続いており、年間所得が前年よりも下がっているような状況である。そういった中小企業の景気が良くなれば大変な状況は変わらない。			
その他企業〔企画業〕（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要がいわれているが、業界によっては無縁もしくは、逆に値下げ要請に繋がること懸念されており、警戒している。			
やや悪くなる	繊維工業（経営者）	・天候の影響で店頭の販売が良くないので、先物の春物の展示会の受注が今までに無く悪くなっている。また、来年4月から消費税率が上がることで一般消費は冷え込むのではないかとみられる。		
	出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要により、一時的に景気は良くなるとみているが、4月以降は消費低迷で景気は悪くなる。		
	一般機械器具製造業（経営者）	・自動車部品については、消費税率引上げ後の反動が出ることに加え、新興国経済に陰りが出てきており、輸出がやや下振れるのではないかとみている。		
	輸送業（従業員）	・年始休暇、旧正月等で物流の停滞傾向が予測される。		
	通信業（営業担当）	・差し迫っては消費税増税による消費低迷が予測される。		

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
		公認会計士	・資材不足、人手不足が解消しないと、もう少し現在の状況が続く。また、4月以降は消費税増税が控えているので、心理的にも購入等の手控えがおこり、若干景気が落ち込むかもしれない。
	悪くなる	農林水産業（従業者）	・T P Pや減反政策の見直しにより米価格の下落が予想され、精算金の縮小が予想される。
		コピーサービス業（経営者）	・復興関連の仕事も我々の業界では少ない。今後も増えるような状況を確認できず、実感もない状況である。前年の売上の数字を守れるか、現状は不安な状況である。
雇用 関連 (東北)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・今の大学3年生を採用する採用活動が12月に入ってから始まっているが、どの就職情報サイトも募集している企業の数が前年より2、3割増加している。新卒採用活動を積極的に行う企業が増えている。
		アウトソーシング企業（社員）	・1月が思ったよりも仕事が多そうなので、このまま増えることを期待したい。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・消費税増税前の駆け込み需要がある。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・正月初売りも前景気は上々で、期待が高まっている。その勢いが消費税増税前の駆け込み需要と結び付けば、2、3か月先にかけては上向きになる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・今年度内は良い状況が続くとみられるが、消費税増税後の4月以降はどうなるか予測がつかない。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・地元放送局の状況等からも、2、3月は4月からの消費税率引き上げに向けた広告出稿が活発になるとみられる。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・県外企業の季節従業員の求人数は明らかに改善している。消費税増税前の駆け込み需要とも相まって3月末までは景気は上向きに推移するのではないかと。
		職業安定所（職員）	・求人数が増加し、求職者数が減少する傾向は続くともみている。また、有効求人倍率は高めに推移すると考えている。
	民間職業紹介機関（職員）	・製造業は相変わらず変化がないが、その他の業種では求人が増加傾向にある。	
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・景気対策の効果について実感が得られていない。
		職業安定所（職員）	・新たに求人をしようという企業の意欲がうかがえない。
		職業安定所（職員）	・前年に求人が非常に多かったことから前年比での減少傾向はこじばらく継続するとみられる。また、企業整備等の情報も少ないことから、求職者の急激な増加は考えにくく、年度末までこの状況は継続する。
		職業安定所（職員）	・求人数が増加傾向の一方で、消費税増税前の駆け込み需要による建築求人がピークを過ぎたことや、情報通信業では震災後の首都圏からの受注が東北に戻りつつあることなど、業種により温度差がある。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は1年間ほぼ同数で推移している。月間有効求人数は8月から11月まで4か月連続で前年比1けたの増加であり、当面はこの数値で推移するとみられる。
職業安定所（職員）		・求職者が減っているため、当初の有効求人倍率は1.07倍と前月を0.04ポイント上回っているが、求人数は微増状態が続いており、有効求人倍率どおりの景気回復とはいえない。	
職業安定所（職員）		・引き続き、復興需要に伴う求人の増加が見受けられる。しかし、求職者が減少傾向にあり、求人の充足状況は厳しい状況が続いている。	
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・東北全体の新規派遣登録者が前月比マイナス30%と依然伸び悩むなかで、成約率は前月比マイナス7%と鈍化している。	
	人材派遣会社（社員）	・アベノミクスは大手には一部効果があるようだが、全体的にはほとんどない。消費税増税も考慮し、新規採用は慎重になる傾向にある。	
	職業安定所（職員）	・半導体及び自動車関連製造業で、事業再構築のため希望退職者募集等の雇用調整が検討されている。	

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
	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）	・バレンタインデーやホワイトデー、節分などのイベントがある。また、練りに練った大雪対策も実行してみたいと思っている。チャンスはまだあると考えている。
		家電量販店（店長）	・年度内は景気が良くなる。物件需要に沿ってエアコン、冷蔵庫、洗濯機などの耐久消費財の買換えが促進されることが理由である。ただし、その後の景気がどうなるか。過去の事例から特需の後は厳しいと予測される。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・消費税増税前の駆け込みはあまり期待できないが、多少は売上に結び付くかもしれない。
		商店街（代表者）	・2月から新学期の販売が始まる。現時点では前年同様に注文を受けているので、2月ごろからは良くなる。
		商店街（代表者）	・3月までは消費税増税による駆け込み需要が増えるが、4月以降は急激に冷え込むと予想している。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・これから3月に向け、消費税増税前の駆け込みでの消費が若干出てくるのではないかと期待している。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要は期待できる。4月以降については若干マイナス傾向になるのではないかと。
		百貨店（店長）	・いよいよ次月からは消費税増税前の駆け込みが期待できる。
		百貨店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要があり、単価が高くても高品質の商品は購入するという客が増加している。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要が当然あると見込んで、今から準備している。
		スーパー（経営企画担当）	・消費税増税前の特需が若干見込まれる。ただし、増税後の反動がどうなるのか予測がつかず、心配である。
		コンビニ（経営者）	・現在は売上も底になっていると思うが、少しずつ来客数も増えてきているので、今後は客単価も少しは高くなって多少は良くなると思う。
		コンビニ（店長）	・近隣の同業店が11月末にリニューアルした影響が出て大変苦戦しているが、3月ごろは消費税増税を控えて一時的に客足が伸びる。ただし、その後はあまり期待できない。
		乗用車販売店（経営者）	・軽自動車の自動車税の税額増は小幅になりそうなので、軽自動車の売行きは引き続き良いのではないかとみている。
		乗用車販売店（管理担当）	・業界最需要期になり、4月からの消費税増税に伴う駆け込み需要をにらみ、各社新型車やモデルチェンジ車投入により消費者の購買意欲向上を図るため、景気はやや回復傾向となる。
		乗用車販売店（統括）	・消費税増税の実施前は良いと思う。
		乗用車販売店（店長）	・2～3か月は良くなると思うが、来年3月末以降はぐっと落ち込む可能性がある。反動が怖い。
		住関連専門店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が消費を促進する。それ以外の要素でも、先行き明るいと思われる景気の高揚感が、地方企業にも徐々に反映されてきている。
		住関連専門店（仕入担当）	・年明けから消費税増税前の駆け込み需要がさらに顕在化してくる見込みである。特に、新生活、新入学関連品の伸びは期待できる。
		一般レストラン（経営者）	・レストランへの来客数は確実に増加傾向にある。
		観光型ホテル（営業担当）	・景気が回復傾向であっても、即座に影響を受ける業種ではないため、緩やかに好況を感じていくことになる。
		観光型旅館（経営者）	・消費税増税前の需要はあると思われるが、その後は急激に冷え込むか心配である。
		通信会社（営業担当）	・株価が16,000円台を超え、景気回復の兆しが顕著になっていることから一般の消費マインドも高まってきて改善傾向にあることが感じられる。また、消費税増税前の駆け込み需要も影響している。ただし、低所得者層の動きは鈍いため、良くなるとは言いがたい。
		遊園地（職員）	・イベント、キャンペーンの実施や外国人観光客の増加により、今後も引き続き多くの来園客を期待している。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他レジャー施設 [アミューズメント] (職員)	・今の状態のままでいけば消費税増税までは良い状況で推移する。
		住宅販売会社(従業員)	・企業業績の回復、株価の上昇などによる期待感から、個人消費が上向くことが予想される。
	変わらない	商店街(代表者)	・駆け込み需要には関係ない業種なので、消費税増税後が今から心配である。
		一般小売店[精肉] (経営者)	・年明けの初売りがどうかというのが焦点だが、アベノミクスは地方には及ばないので変わらないと思う。価格も値下がり傾向にあるという状態が続いている。
		一般小売店[家電] (経営者)	・消費税増税前の駆け込み需要による売上を期待したいところであるが、必要のない物まで購入する消費者はいない。地上デジタル放送の時のように何らかの手を打たねばテレビが見られなくなるというのとは違い、必要でない物を購入してもらうには無理がある。
		一般小売店[青果] (店長)	・アベノミクスでボーナスが上がったといわれているが、電機や自動車輸出関連の大手企業のごく一部であり、当地域の主な工場、会社関係のボーナスアップはまずない。
		百貨店(販売促進担当)	・2、3月には消費税増税前の駆け込み需要があるだろうが、増税後の落ち込みで相殺され、半期トータルではプラスにならない。
		百貨店(販売促進担当)	・年明けよりいよいよ消費税増税ムードが本格化し、駆け込み需要が見込まれるが、不要不急な商品への消費は依然慎重と思われ、実質は大きく変わらない。
		百貨店(店長)	・耐久消費財を扱っているところには消費税増税前の駆け込み需要があるだろうが、その他はどうだろうか。円安も個人には現在のところマイナスの方が大きい。また、4月には確実に売上が落ちる。
		スーパー(経営者)	・価格競争から脱皮できず、変わらない。
		スーパー(総務担当)	・今後、個人にもお金が回るようになると思うが、消費税増税で結局状況は変わらない。小売は特に影響を受けると思っている。
		スーパー(統括)	・来春4月の消費税増税が押し迫ってくる中、電気料金、ガソリン、灯油の値上げ、更には円安ドル高の進行等々、スーパーマーケットを取り巻く環境は不透明さを増して、先行きに不安がある。
		コンビニ(経営者)	・いろいろ頑張ってはいるが、この来客数では難しい。
		コンビニ(店長)	・この2～3か月で大分客の動きが安定してきたのと、周辺に大きく上下するような理由もないので、特別変わってはいかないような気がしている。
		衣料品専門店(統括)	・今月は年末商戦の時期であるが、年末商戦というのが本当に今は昔のような感じがしている。世間ではやや景気が持ち直した風潮があるが、まだ商店街の実態は悪く、良くなっていない。暮れの品物や正月用品についても郊外店に行ってしまうような感じがしている。
		乗用車販売店(経営者)	・3月末までは消費税増税前の駆け込み需要が続く。
		乗用車販売店(経営者)	・消費税増税前の駆け込みで新車販売は少し伸びているが、特定秘密保護法、TPP、近隣諸国とのあつれき等の政情不安や、来年度の国家予算の庶民への重圧感などにより、消費意欲は減退するのではないだろうか。
		乗用車販売店(営業担当)	・燃費の良い軽自動車を中心に今までの商談が実りつつあるが、安定感はまだ足りない。
		乗用車販売店(販売担当)	・12月は1年間でも特別な月だと思うが、来年の見通しについては消費税増税前なので多少は今月の余韻が残ると思うが、おそらくそんなには良くなる。2～3か月前の状態でも来年も推移していくのではないかとみている。
		住関連専門店(店長)	・消費税増税前に少し駆け込み需要があると思うが、基本的には変わらない。
		一般レストラン(経営者)	・仕入原価高騰、消費税増税等によるメニュー価格の見直し時期に来ているが、客の反応がどの程度あるか不明である。
		一般レストラン(経営者)	・アベノミクスの経済効果は一極集中というか、東京や大企業だけに影響を及ぼして、地方まではその効果がいまだ表れていない。
		一般レストラン(経営者)	・地元企業の業況は数字的には若干の回復傾向が見られるようだが、今後の政策などに対する不安感から、飲食、サービス業へはなかなか還元されないように思える。

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		
		スナック（経営者）	・先行き不透明である。当業界には駆け込み需要は関係ないので不安の方が大きい。結構心配している。		
		スナック（経営者）	・本当に低迷していて良くなるような変化はない。		
		都市型ホテル（スタッフ）	・大企業及び輸出関連企業は非常に良くなっていくと思うが、まだ我々のような飲食、宿泊関係については決して良い状況ではない。今までとほとんど変わらない。		
		都市型ホテル（副支配人）	・都内等ではかなり景気が良く、料金の値上げなど強気な営業をしているようだが、地方では景気が良くなったとの実感がない。売上等を見ても、前年とほぼ同じくらいで推移しているので、景気の波が地方に波及するまではまだしばらくかかるのではないかとと思われる。		
		旅行代理店（所長）	・消費税増税前の駆け込み需要を期待したいところであるが、旅行商品については、一部海外旅行など高額商品などに限られる感じがする。消費税増税後は、必ず出控えが起きるだろうから、ここ数か月は厳しい状態が想定される。		
		旅行代理店（従業員）	・為替変動による影響が大きく変わる要素はない。		
		旅行代理店（営業担当）	・景気が良くなる要素がない。		
		タクシー運転手	・地方では、タクシーの利用客が増える要素が見当たらない。		
		タクシー運転手	・同業者の動きが活発である。		
		タクシー（経営者）	・夜の利用客が少し増えてきたが、12月は忘年会等があることによるので、この先も変わらない。		
		通信会社（局長）	・忘年会シーズンで前年より外食機会は増えているように見受けられるが、そうかといってこれが景気回復傾向の表れではないので変わらない。		
		テーマパーク（職員）	・日並びにより連休がないことや、寒いという長期予報が出ていることから、現状維持となる。		
		ゴルフ場（業務担当）	・今月に比べて2～3か月先は予約関係の引き合いも増えており、募集に関する問い合わせも来ているので、いくらか明るい見通しが立てられるとみている。ただし、営業売上は低料金化が進んでいることから、相応に結び付かない感じがしている。通常業務の営業収支についてそう改善は見込めないが、新たな形での取り込みが成功すれば全体の業績の回復につながると思っている。		
		競輪場（職員）	・他場や他競技の売上もほとんど変化がみられない。		
		美容室（経営者）	・例年成人式以降は暇になるので、これから先は客単価を上げる対策をしなければならない。		
		やや悪くなる		その他サービス〔立体駐車場〕（従業員）	・テナントとして入っているホテルや映画館の予約状況を見ても例年並み、来客数の動きも横ばいなので、車での来場数も変わらないと判断している。
				その他サービス〔イベント企画〕（職員）	・政権の支持率急落など不安定要素がある。
		設計事務所（経営者）	・年度末まで仕事量は多く、対応に追われそうである。		
		設計事務所（所長）	・毎月の達成率が非常に悪く、現状より急に良くなるとは考えにくい。		
		商店街（代表者）	・大手の景気の良さが下々まで来るのに何か月、また何年かかるか、更に3月からの消費税にどう対応してよいのか難しい。値段を上げれば人は買わない、今のままだと利益がなくなる、零細企業は悪くなる一方である。		
		一般小売店〔乳業〕（経営者）	・地方では消費意欲が改善する要素が皆無であること、底打ち感がまだみえない。		
		百貨店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要は見込めるが、増税後の反動があり、通期で見て良くなると楽観できない。		
		スーパー（商品部担当）	・消費税増税を前に大型商品の購入などが予測され、業種により良い分野もあると思うが、飲食に関しては控える傾向になるのではと予想している。		
		コンビニ（経営者）	・年間最大の売上が期待できる12月が例年と比べてあまり盛り上がり上がらなかったため、2～3月について、節分やひな祭り等の催しはあるものの、それほど期待はできない。		
		コンビニ（経営者）	・ここ2、3年の傾向で、12月より3月の方が来客数が少なくなるのでやや悪くなる。		
		衣料品専門店（販売担当）	・消費税増税前の駆け込みも、当店のような婦人衣料には縁遠い。とにかく客が出てこない現状なので、婦人衣料の場合、このまま我慢を続けて敬遠するし、幾分悪くなっていくだろうなという気がしている。		

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		
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税での需要は思ったほどなく、受注も伸びていない。		
		高級レストラン（店長）	・近隣の大型テナントビルの閉店、売却の話が出ている。現在でもかなりの空き店舗があるので、危機的状況になると予想される。		
		スナック（経営者）	・団体客は増えているが個人客が減っている。この先あまり団体は見込めないで、やや悪くなる。		
		観光型ホテル（経営者）	・年末年始を過ぎれば閑散期になるため、やや悪くなる。		
		旅行代理店（副支店長）	・今後3月までは消費税増税に伴う前倒しの受注が発生する。しかしながら当然一般企業の旅行や出張については経費削減に組み込まれ、受注減となりそうである。旅行代金についても据え置きは難しく、値上げは避けられない状況である。最初に抑えられてしまう業種であるため、厳しい受注状況になりそうである。		
		通信会社（経営者）	・LPガス販売については、円安で仕入価格高騰が続き、給与増どころか雇用の確保も難しくなってきた。ただでさえ人口減で売上が下がる一方なのに、更に利幅がなくなってしまえば、もう人件費を削るしかない状況である。アベノミクス以前のほうがまだましであったように思える。		
		通信会社（経営者）	・相変わらず地方では景気上向きの実感がない上に、消費税増税を控え節約志向が更に強まるのではないかと予想している。		
		通信会社（営業担当）	・現状では賃上げなんて夢のまた夢である。その上消費税が上がるとなれば当然の結果、悪くなる。		
		ゴルフ練習場（経営者）	・消費税増税を控え、身の回り品を見ている状態である。		
		設計事務所（所長）	・消費税増税の影響が大きいことから、今後3か月の建築工事自体は忙しいが、我々設計は下降気味となる。		
		住宅販売会社（経営者）	・消費税増税により経済全体の停滞の影響から、物件の動きが鈍くなるのが予想される。		
	悪くなる	一般小売店〔衣料〕（経営者）	・4月からの消費税増税で間屋もそのような動きになっており、このような状況の中では良くなるような気配はない。		
企業 動向 関連 (北関東)	良くなる	その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・3月より太陽光発電を開始する箇所があり、本年度5箇所まで4メガくらいまで開始予定なので、売上は大幅に増加する予定である。		
		窯業・土石製品製造業（総務担当）	・出荷、売上ともに増加することを期待している。		
		一般機械器具製造業（経営者）	・取引先ごとに状況はバラバラであるが、新規案件及び増産に対応するためのスポット対応依頼等が増えてきており、景況感間違いなく上向いてきている。		
		その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・1月は大きな卸売の展示会が開催される。消費税増税前の駆け込み需要に期待している。		
		建設業（開発担当）	・現政権になって1年、公共工事発注額が前年比16%以上増であり、国土強じん化を今行うことが重要だと思う。ただし、民間工事は住宅工事で消費税増税前の駆け込み需要があるものの、民間企業の設備投資、特に地方の動きはまだまだである。現政権の政策に今後も期待している。		
		金融業（調査担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の増加が企業業績を押し上げるため、やや良くなる。		
		金融業（役員）	・公共工事が続くことやいろいろな意味で消費税増税前の駆け込み需要が発生することから、先行きはやや良くなる。		
		経営コンサルタント	・大企業から中小企業、下請企業へ、拠点地域から地方、郡部へ、企業から個人へ、基幹産業から消費財、サービス業へ、ハードからサービスへという経済活動の波及効果が、個人、企業、地域の随所に表れてくると思われるが、一様に広がるのではなくまだら模様の浸透してくると思われる。		
		その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・中堅及び上場企業からの引き合い、商談が増えつつあり、情報化投資は増加すると思われる。		
			変わらない	食料品製造業（営業統括）	・和食の世界文化遺産登録に伴って、県のワイン組合も和食に合う甲州ワインを積極的に販売促進しようとして企画している。ただ、秋口と比べると進まないと思う。
		化学工業（経営者）		・3月の期末に向かって受注量が増えてきてはいるが、原材料価格が上がっているために利益には貢献してこない。	
窯業・土石製品製造業（経営者）	・受注状況は予想が難しいが、出張教室関係での伸びに期待している。				

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金属製品製造業（経営者）	・世間では景気が良くなっているというようなことをいっているが、当社にはまだ景気の明るい話はない。これからも企業努力で頑張っていこうとは思っているが、取引先からも先の話は何もないので困っている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・前月と同様横ばい状況に変化はなく、今後の長期予想は全く立たない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・電話システムの送受信器組立を主体としている当社では、景気動向の影響は特になく続いている。
		電気機械器具製造業（営業担当）	・現在は今まで受注した物件を手掛けていて忙しさはあるが、この先消費税増税問題、円安傾向等、決して楽観視できない状態にある。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・この1～2か月はどちらかというやや良いが、この状況が続けば良いという程度で、2～3か月先がこれ以上良くなるほどではない。
		建設業（総務担当）	・年度末までは現状のまま進行しそうである。
		輸送業（営業担当）	・新年に入ることにより新生活商品、特に白物家電や新入学商品等の物量は、例年並みに確保する見込みである。また、今年は消費税増税等により、住宅関連商材の輸送依頼も多い状況である。
		通信業（経営者）	・身の回りでは景気が良くなっていく気配は感じられない。また、今以上悪くなる感じもない。
		金融業（経営企画担当）	・製造業関連では円安による輸出の伸びやアベノミクス効果への期待感があるほか、建設、建築業関連でも現政権による公共工事の増加や消費税増税による駆け込み需要への期待感が見られる。しかし、観光地がシーズンオフになることや一般小売業については今後も消費拡大が見込めないことから、ほぼ変わらない見通しである。
		不動産業（経営者）	・二極化が激しさを増しており、努力だけでは改善されにくい点が多い。業種で左右されている。
		新聞販売店 [広告]（総務担当）	・元旦付けのチラシ出稿量は前年比95.8%で、地元のチラシ出稿が減少している傾向が見られる。景気回復を実感できないとする店主、店長の声は依然として多い状況である。
		社会保険労務士	・多少利益が出ても消費税増税でどうなるか分からないので、賞与支給を見送る事業所がある。
		やや悪くなる	
電気機械器具製造業（経営者）	・機械加工を中心にやってきたが、先が見通せず、企業形態の変更等を迫られそうである。現状では先行きは暗い。		
輸送用機械器具製造業（総務担当）	・主力の大手自動車メーカーとの取引において、3か月見通しを見ると、まだ高水準の北米を中心とした輸出が好調なので量的にはさほどの変化はない。ただし、原材料や燃料価格が値上がり傾向にあるなか、価格転嫁はしにくい状況にあり、増収減益がはっきり出てくるということでは、非常に厳しくなってくる。		
不動産業（管理担当）	・資材が値上がりしてきているが、その分を価格に転嫁することは難しい。		
広告代理店（営業担当）	・建築や自動車販売など、高額なものを扱う一部の業界を除き、景気が良くなる兆しは見えない。地方はこんなものである。		
悪くなる	食料品製造業（製造担当）		
雇用関連 (北関東)	良くなる やや良くなる	—	—
		人材派遣会社（支社長）	・求人意欲の高まりとは反して、求職者の動きが少ない。需要と供給のバランスの崩れが顕著に表れており、地方に行くほどアンバランスになってきている。
	職業安定所（職員）	・中央の景気回復が、やっと地方にも及んできた感がある。	
	職業安定所（職員）	・管内の動向を示す統計資料で求職者数が減少、求人者数が増加の傾向が続いているためである。	
変わらない		人材派遣会社（経営者）	・2月は全般的にどの業種の売上も横並びか落ち込むと見込んでいる。寒さがかなり厳しい状況であると、燃料費の高騰などでガソリン、灯油、運送関係にかなり影響が出てくる。電子部品等の製造業についても製造日数等もあり、若干落ち込み、他は大体変わらないと思われる。

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
		職業安定所（職員）	・新規求人、求職の状況では改善してきたような感じもうかがえるものの、周辺企業に現況を聞くと、受注はあるものの先の見込みが読めず厳しい状況との声が聞かれるところであり、状況的にはやや良くなってきた企業もあるが依然厳しい状況の企業もあり、全体としてみるとまだ変わっていないところである。
		職業安定所（職員）	・今までの流れから、急激に景気が回復することは期待できないものの、景気悪化を招くような大きな材料も見当たらないことから、ここ数か月はあまり変化なく、「変わらない」から「やや良くなる」の範囲内で推移していくのではないかとと思われる。
	やや悪くなる	人材派遣会社（管理担当）	・安い派遣業務のみが増加し、求職者が少ないために売上増は見込めない状況と考えている。
		人材派遣会社（営業担当）	・消費税増税による影響が出る。
	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	一般小売店〔文具〕 (販売企画担当)	・文具、事務用品だけではなく、当社ではオフィス家具や複写機などのオフィス機器も扱っている。こういったものの大型案件が消費税増税前の駆け込み需要で結構来ている。そのため2、3月はピークに達するのではないかと予測される。
		百貨店（営業企画担当）	・デフレ脱却期待から株価が堅調に推移していることに加え、大手企業から中小企業に所得増加の動きが広がることが期待される。ただし、消費税増税の影響が一時的なものにとどまるかどうかは予断を許さない。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要は間違いなくあり、今よりは格段に良くなると思う。ただしその先には必ず反動がある。2、3か月後は大きく売上を取るチャンスである。
		コンビニ（経営者）	・現在、景気はそんなに悪くないため、これからは季節的な要因が非常に影響すると思う。1、2月は非常に寒く、寒ければ寒いなりに景気が良い方に動く。
		家電量販店（営業統括）	・3月末までの期間で販売数量、客単価共に上昇すると予想している。企業が消費税増税前に備品調達することや、住宅市場が活性化していることもあり、現在でも住宅購入に伴う家電製品買換えは多くなっているが、年明けから3月にかけてピークを迎えると予想している。
		家電量販店（経営企画担当）	・消費税増税前の駆け込みが発生しているとは判断していないが、高単価商品の動きが強くなる傾向にあり、耐久消費財、高付加価値商品は増税前に更に動きが良くなると思う。
		その他小売〔雑貨卸〕 (経営者)	・政府の打ち出す政策が的確で国民のニーズをつかんでいる。
		タクシー運転手	・3月までは消費税増税前の駆け込み需要で大口の買物も多くて景気は良く、タクシー業界にもいくらかのおこぼれがありそうなので一時的に良くなる。
		その他サービス〔福祉輸送〕 (経営者)	・消費税増税前の駆け込み受注が膨らんできており、これらを納車し売上に結び付く2月、3月は販売各社とも売上実績が上がる。ただし、当然前倒しで受注しているため、既に3月納車に間に合わない車の受注は反動での冷え込みが予測されている。今後数年を通して推移を見ていかないと2014年の業況についての判断は難しい状況である。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税による駆け込み需要の反動もそろそろ収まる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・4月の消費税増税に伴う消費の前倒しなどにより、前半は良くなるのではと期待する。
		一般小売店〔家電〕 (経理担当)	・消費税増税前の駆け込み需要が見込まれ、白物家電、LED照明の販売が見込まれる。
		一般小売店〔家具〕 (経営者)	・4月から消費税が上がるので、その前の駆け込み需要に少し期待したい。
		一般小売店〔家電〕 (経営者)	・消費税増税前に駆け込み需要がある。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税前の駆け込み需要が客の中でも話題になり、買物に来る客が増える。

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
		百貨店（総務担当）	・2014年4月からの消費税増税前の駆け込み需要は、このまま変わらずにあると思う。高額品が中心だが、全体的に3月まではこの上向き傾向が続く。
		百貨店（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要をある程度見込めるため、一時的には良くなると考えるが、4月以降に落ち込むと想定できるので、何らかの対応をする必要がある。
		百貨店（総務担当）	・3月末までは、消費税増税前の駆け込み需要が見込まれる。
		百貨店（広報担当）	・現在の景況感で販売量や販売単価が上昇傾向にあるということに加え、消費税増税前の駆け込み需要も見込まれる。
		百貨店（営業担当）	・年末の状況は悪くない。このまま消費税増税前の3月までは順調に伸びていくと予想している。ただし、業界全体では商品確保が難しくなると考えられるので、今後商品確保が十分にできていないと、せっかくのチャンスを逃すことになる。一方、増税後の消費の落ち込みは十分に考慮すべきであり、そのバランスが難しくなると予想される。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税前の3月末までは冬物、耐久消費財、備蓄消費財等の購買が確実にあるので、景気は良くなる。
		百貨店（営業担当）	・消費税率引き上げによる駆け込み需要の影響が3月までは続く。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税前に高額品やまとめ買い等により一時的に販売の動きが良くなるが、4月以降は逆に厳しくなると推測される。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税前の駆け込み需要に期待している。ただし、4月の消費税増税以降は一時的に苦戦が予測される。
		百貨店（営業企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要で景気が上向く。
		百貨店（販売管理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要がピークを迎え、一時的に景気は良くなる。
		百貨店（店長）	・株価の上昇、賃金の上昇が期待できる。
		百貨店（管理担当）	・4月の消費税増税前の駆け込み需要でやや良くなる。
		百貨店（副店長）	・消費税増税対策の企画を年明けに連発し、需要を喚起するので期待できる。
		百貨店（計画管理担当）	・年明けのセールで重衣料の動きが良くなるのではと期待している。このところ単価の高い商品の動きが良くなっていることもあり、消費税増税前の駆け込み需要とも重なり、活発化するのではないかと考える。
		スーパー（営業担当）	・来年3月まではこの状況が続く。3月には消費税増税前の特需が期待されるが、4月以降は消費税増税の影響度合いによって景気が大きく左右されてくる。
		コンビニ（経営者）	・今のところ順調に推移しており、クリスマスも売上が前年比110%と好調である。
		コンビニ（エリア担当）	・3か月後には消費税増税に伴う駆け込み需要が見込まれるため、やや良くなる。
		衣料品専門店（経営者）	・過去2回の消費税増税時は、3月に駆け込み消費があった。1月から積極的にイベントを仕掛けて売上を作っていきたい。
		家電量販店（統括）	・年明け後、消費税増税前の駆け込み需要が鮮明に現れると思う。
		乗用車販売店（経営者）	・新年の売出しはテレビコマーシャルが大幅に増えることと、消費税増税前の駆け込み需要が期待できるので売上も増える。
		乗用車販売店（販売担当）	・現状よりは良くなるという気はする。消費税が4月以降5%から8%に上がるので、駆け込み受注で2、3月については一時的に景気は良くなる。ただし、オリンピックや東北の復興できちんと予算が執行されていくことによって景気は安定するのではないかと思う。
		乗用車販売店（渉外担当）	・消費税増税前の駆け込み客が見え始め、新型車の効果やエコカー減税対象で燃費の良いハイブリッド車を中心に検討する来店客が増えている。また、高額な車種の受注及び来店客も多く好調に推移している。3月までこの状態が続く。
		乗用車販売店（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要により、販売量が増える予想している。
		住関連専門店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要は少なからずあり、3月のピークまで少しずつ上がっていく。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		住関連専門店（統括）	・消費税の引上げに伴う駆け込み需要はある程度望める。ただし、一時的なものなので、継続的に売上が伸びるというのではない。
		その他専門店〔雑貨〕（従業員）	・百貨店などの人の出も割と良く、年末の買い出しムードがあふれているからである。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税増税前の駆け込み需要で2014年3月は期待できるが、その後の冷え込みが心配である。
		一般レストラン（経営者）	・アベノミクスなどで景気が良くなってきており、建設、不動産は良いということなので、企業が接待等で使ってくると飲食店にも少しずつサラリーマンが増えて良くなるような気がする。
		都市型ホテル（スタッフ）	・消費税増税前の駆け込み消費が必ずある。
		旅行代理店（従業員）	・団体の人数にばらつきがあり、悪いながらも2～3か月先の団体旅行の予約が入り始めている。
		タクシー運転手	・これからも若干良くなるのではないかという感じがする。ただし、これから消費税等が上がるので心配である。また、当業界としても消費税を今後どうするのか、まだはっきり決まっていない。それを含めて先行き不透明である。
		タクシー運転手	・悪くなる要素はない。業種的に景気回復は少し遅れるので、回復を感じるのは2、3か月よりまだ先になる。
		タクシー（団体役員）	・アメリカの景気回復が見られ、円安、株高に推移しており、大企業のみならず中小企業でも好業績を上げているところが多くなっているため、タクシー業界にも反映されるのではとの希望的観測である。
		通信会社（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要がある。さらにそれ以降も購買意欲は変わらない。
		通信会社（経営者）	・株式市場が活況になり、日経平均株価が5年ぶりの高値をつけ、今後も上昇が期待できる。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込まれる。新しい年を迎え、客も先行きの景気を明るく思っているようである。
		通信会社（営業担当）	・興味のあるサービスについてはお金を払ってでも加入する客の割合が上昇傾向にある。
		通信会社（局長）	・より良い商品を投入することで、サービス満足度と共に客単価が上がる見込みである。
		通信会社（総務担当）	・東京オリンピック関連の事業がスタートすることと消費税増税の駆け込み需要が想定される。
		ゴルフ場（支配人）	・1、2月は閑散期料金で安く料金を設定しているためか、予約状況が特に良い。
		ゴルフ場（支配人）	・アベノミクスで順調に景気が回復して、個人の所得が増加すれば、プレー客数の増加、客単価の上昇が見込める。
		美容室（経営者）	・客が増えてきており、買い回りも増えてきたようなので良くなるのではないかと思う。
		住宅販売会社（経営者）	・大企業においては業績が回復しているようだが、中小企業はまだ不況下にあるところが多い。中小企業向けの景気対策を期待している。また、個人消費が伸びていないので、個人消費が伸びる政策も期待しているところである。
		住宅販売会社（従業員）	・12月は例年景気が悪くなるため、年度末に向かい動きが出るのではないかと。建売やリフォーム案件はまだ消費税増税前の駆け込みが間に合うため、不動産が絡む業種、部門は動きが出る。
		住宅販売会社（従業員）	・今後もアパート事業は好調に推移する。ただし、建築のコスト、職人の確保がまだ厳しい状況である。戸建て用地の仕入は好調だが、消費税や市況による注意は必要である。
	変わらない	商店街（代表者）	・ここ数か月と違って12月の売上が良い方向で推移しているのは、消費税増税前の兆候なのか、その他の状況からなのかは分からないが、いずれにしても消費税増税前でというような客の反応があると思っている。
		商店街（代表者）	・これからの業については様々な販売方法が出てくるので、とにかく大変な時代を迎えている。誰にでも売れるような形を取るということが良いのか、悪いのか、国がしっかりと管理して考えなければいけない。
		商店街（代表者）	・今月が少し良すぎたので、2～3か月後はやや落ち着く。株価の数字や都知事選挙の結果次第では消費マインドがまた変わってくるかもしれない、更に良くなる要素としての可能性もある。

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〔和菓子〕 (経営者)	・消費税増税前の大きな買物に消費がいつてしまい、マイナスになる。
		一般小売店〔家電〕 (経理担当)	・例年1、2月は静かな時期であるが、消費税増税のことを考えると良くなるようにも思えるので今年の暮れと同じくらいではないだろうか。商品の手配も難しいところである。
		一般小売店〔祭用品〕 (経営者)	・にぎわいがいないため、年明けでも好転するとは思えない。
		一般小売店〔米穀〕 (経営者)	・今後、消費税の問題があるので収入が増えれば良いのだろうが、収入が増えずに消費税増税などで生活費がかさんでいくため、どのように展開していくのか分からない。
		百貨店(広報担当)	・現在の株価上昇傾向を前提に、好景気が続くものと思われる。また、消費税増税直前の3月末が近づくにつれ、高額品に加えて日用品関係、消耗品なども一時的に売上が上昇するものと考えられる。ただし、消費税増税の4月以降の反動減は避けられない。
		百貨店(営業担当)	・例年に比べて気温が低く、婦人服、紳士服、子ども服においてコートをはじめ防寒衣料の動きが良い。また、円安、株高の影響もあり、美術、時計、宝飾品をはじめ高額衣料品の動きも良い。ただし、全般的にはまだ景気が上向いているとは言い難い。
		百貨店(営業担当)	・消費税増税前の駆け込み需要は予想されるが、一般の家庭では日用品を中心に米、油、酒を買いだめするのではないかと予測しており、消費は衣料品ではなくそちらに回るのではないかと。
		スーパー(経営者)	・4月に消費税が上がるため、3月は駆け込み需要が多少あって良くなると思うが、またその後悪くなるので、通してみるともっと厳しくなる。年末商戦に関しては割と好調に推移している。やはりこういう時期は客がご馳走を作ったり、少し良い物を買おうという意識がある。
		スーパー(店長)	・当店を取り巻く環境として、今年だけで競合店が4店舗出店している。3か月後の景気について良いと答えたいところだが、年明けについてもかなり厳しい戦いを強いられると感じているため、現段階と変わらない。
		スーパー(店長)	・年末年始の出費も重なり、消費者の食料品に関するの儉約ムードはしばらく続く。
		スーパー(店員)	・客の購買商品は多少高単価にはなっている。より良い物をより安く買物していると思うが、数量的には前年を下回っている。
		スーパー(仕入担当)	・消費税増税前の来年3月末まで大型商材は駆け込み需要が期待できるが、4月の増税後一気に消費は冷え込むと思う。
		スーパー(仕入担当)	・来年4月の税制改正による駆け込み需要の予測がつかない。食品のような日々消費する商品は、調味料等の賞味期限が長いもの以外は買いだめができないため、どのような動きをするか予想できない。
		コンビニ(経営者)	・周りの状況に変化がない。
		衣料品専門店(経営者)	・所得が増え、景気が良くなるのはごく限られた人だけで、一般にはまだほど遠く、時間がかかりそうである。
		家電量販店(店員)	・消費税増税といえど、低価格から脱却しない限り量販店の景気は回復の見込みがない。
		乗用車販売店(経営者)	・乗用車の整備の方は順調に入っているが、販売の方では消費税が4月から上がるということで先月駆け込み需要があったが、今月はあまり芳しくない。
		乗用車販売店(経営者)	・消費税増税前の駆け込み需要が見込まれるが、反動減を考えると景気が良くなるとは単純には言えない。
		その他専門店〔ドラッグストア〕(経営者)	・消費税増税前なので、好機をつかむため頑張りたい。
		その他小売〔ゲーム〕 (開発戦略担当)	・新ハードの発売があり、予約も好調のようだが、初期ラインナップは海外製タイトルがメインであるため、楽観的ではいられない。
		一般レストラン(経営者)	・税金、法規制は一層厳しい状態になると予想されるが、飲食もインターネットやケータリングなどビジネスチャンスは広がっている。
		一般レストラン(経営者)	・この2か月、前年を大きく上回っている。消費税増税まではこの調子でいけるのではないかと。また、行ってほしい。心配は増税後の4月以降の売上ダウンがどのくらいになるかである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般レストラン（スタッフ）	・当店は焼き鳥屋のため、給料が増えて働く人が良くならなければお金が回ってこない。東京は良いと聞いているが、当地域はまだである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・家族の記念日での利用は確実に増えている。孫を囲む集まり、祖父母を囲む喜寿、傘寿等、三世代の食事会が多くなってきている。4月より消費税率が変更になることで、消費者の先の動きが読めない。また、インターネットでレストラン、宿泊の予約が瞬時に取れることから、先の予約の入りが遅くなってきていることも先が読めない要因の一つである。
		都市型ホテル（スタッフ）	・先の予約は年末ということもあり、問い合わせが少なく動きが鈍い。最近では直近で動くことが多いので年明けに期待したい。前年同月と比較しても大きく動いてはならず、景気動向は変わらない。
		旅行代理店（経営者）	・年末に入ってしまったので、問い合わせはちらほら来るが具体的に決定という段階までには至らないので、あまり変わらない。
		旅行代理店（従業員）	・先行の受注状況が前年を少し割っている。
		旅行代理店（従業員）	・旅行業界としては、景気は悪くない程度の受注状況にある。例年の客が不景気を理由に親睦旅行を取りやめることは比較的少なくなっている。
		旅行代理店（支店長）	・2～3か月後は4月からの消費税増税前となるが、旅行の場合、駆け込み需要というのはあまり期待できない。したがって従来通りの販売になる。2、3月は冬の時期ということもあり、法人団体もさほど伸びないし、個人も春休みを除いてはそれほど期待できない状況なので、今月と変わらない。
		タクシー運転手	・1、2月の状況を見なければ、はっきりしたことはまだ読めない。ただし、このペースでいくと変わらないような感じである。
		通信会社（経営者）	・加入獲得の好調が損益を圧迫しているため、SAC（1加入獲得コスト）を2月より削減予定である。年度末にかけて加入は抑制されると考える。
		通信会社（経営者）	・当社サービス商品の中で高額品サービスの販売見込数について前後3か月変動がない。また、客も機能、サービス内容、利便性よりも価格で選択する場合がまだ多い。
		通信会社（局長）	・1月から新サービスの販売が開始されるが、それが期待どおり底上げになるかまだ不明であり、しばらく様子見せざるを得ない。
		通信会社（経営企画担当）	・2～3か月先の受注動向に変化がない。
		ゴルフ場（従業員）	・景況感は「やや良くなる」と回答するまでにはいたっていない。
		その他レジャー施設（経営企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の影響はほとんどなく、現状維持の見込みである。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・問い合わせの件数は最近増えてきているが、実質的な売上、生徒数の変動はあまりない。景気が良くなっているとは実感できていない。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・冬期講習の申込者数が前年比で10%ぐらいマイナスになっている。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・風潮として景気が良くなると期待をするが、個々の顧客は今後の消費税増税を見据えて儉約に走ると思う。しかし、選択肢のある賢い儉約であり、販売量、単価はあまり変わらない。
		設計事務所（所長）	・今年は耐震業務が主体で、民間の業務はほとんどなかった。来年に大きな期待をしたい。
		設計事務所（所長）	・末端まで実感がわからないことには景気回復とは言えない。輸出をしているような大企業などに有利な状況ばかりで、地方や中小企業にはなかなか影響が出てこない。これからはいろいろな意味で大きな仕事を次々に出していかなないと景気は良くならない。
		設計事務所（職員）	・建設物価の上昇に伴う買い手市場への移行とともに、スピード優先でデザインビルド発注方式が増加するなど、設計市場に好況感は生まれにくいのではないかと。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税増税前の駆け込み案件が売上に貢献してくる。その反面、契約は買い控えが続くとと思われる。
		住宅販売会社（従業員）	・請負の落ち込みを分譲住宅などの売買物件でカバーしたいところだが、施工可能量にも限りがあり、なかなか難しい。

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
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・大型店はボーナスも多く出ているだろうが、商店街は非常に厳しい状況である。いろいろ試行錯誤して、イベントを実施し集客できても、客がお金を落としてくれないので、この先も厳しい状況が続く。
		一般小売店〔茶〕（経営者）	・昨年に引き続き市でプレミアム付き商品券事業を実施しており、今月は進物に使われた。12月の売上高は前年同月を下回っており、依然として厳しい状況が続いている。
		一般小売店〔文房具〕（経営者）	・現在、当商店街は私鉄の拡幅工事の影響で人通りも少なくなっており、客がゆっくり買物をしようという雰囲気ではない。これから閑散期に入ると悪くなるのではないかと予想される。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・スーパー、コンビニエンスストア、ショッピングセンターでは、年賀状などのシーズン商品をシステム化して受注する体制を整えているので、そこで用を足してしまう。ある程度限られたシステムの中での受注であり、そのシステムから外れた注文を受けてもらえないような特殊な物について、当店のような専門店に来店してもらえないので非常に客層が狭まってきている。今後ますますそういった環境に陥っていくのではないだろうか懸念している。
		一般小売店〔靴・履物〕（店長）	・年金生活者の客が多い商店街なので、4月から増税、年金が下がるということで皆非常に警戒しており、どう生活防衛をしていくかという感じで購買意欲はほとんどなく、消費が非常に冷え込んできている。これから現実になってくるとますます悪くなるのではないかと心配している。
		一般小売店〔茶〕（営業担当）	・冬は煎茶の注文が増えるが、会社の自動給茶機の撤廃や煎茶のランクを下げたりする傾向が激しさを増し、今年には特にお茶の売上が良くない。
		スーパー（総務担当）	・4月の消費税増税に向けて2～3月、特に3月の後半は大きく売上が伸びると思われるが、その反動で4月以降、かなりの落ち込みが予想される。平均するとやや悪くなるという形になってくると思う。趣味、娯楽、旅行等については伸びるだろうが、当店のようスーパーで販売している生活必需品については消費税増税の影響で今年の上半期については落ち込む。
		コンビニ（経営者）	・消費税率引き上げの影響が出てきそうである。
		コンビニ（経営者）	・大型店に客足を奪われ、さらに従業員を奪われ、売上減にもかかわらず大幅時給アップで青息吐息の状態が続いている。今後も続く可能性がある。
		コンビニ（経営者）	・3か月後ははいよいよ消費税増税の前月となる。その時点で客がどのような行動に移るか考えると、やはり耐久消費財、食品でも日持ちするような物を事前に買いに走るのではないかと。当店はそのような商品の取扱が大変少ないので、日々の商品がどれだけ落ち込まないで売れていくかということが重要なポイントとなる。
		コンビニ（商品開発担当）	・消費税増税が間近に迫り、節約志向の高まりにより買い控えが予想される。
		衣料品専門店（経営者）	・長期予報では寒い冬のことで2、3月の商材展開ができない。今期も秋がなく苦戦している。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税の影響で消費者は買物を控え、しばらくは安売りでしのぐようである。
		衣料品専門店（経営者）	・当地域ではなかなか景気が良くならない。アベノミクスという言葉があるが、来年に向けての良いニュースはないし、当商店街の誰に聞いても悪いという情報だけが入ってくる。消費税が上がると本当に良くなるのだろうか。良くない状況が続いている。
		衣料品専門店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要が若干あると思うが、それを含め買上点数が前年同時期と比べて減少傾向が続いているので、やや悪くなる。
		衣料品専門店（営業担当）	・2～3か月後は春物商戦となるが、今年の春は消費税が上がることもあり、客の話では、とにかく衣料品の購入を控えるということなので、あまり見通しは良くない。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税が施行されると、以前の補助金同様に反動減が予想されるため不安がある。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・今月は消費税増税前の最後の賞与という意識だったのか、近隣の競合施設オープンなどの環境の割に売上はそれなりのものとなった。ただし、駆け込み需要は業種的に限られていると考えている。増税後の冷え込みを懸念している。

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
		高級レストラン（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要に期待したいが、明るい兆しは見られない。
		一般レストラン（経営者）	・毎年のことだが2月は年間で売上が一番悪い時である。1、2月はどうしても客足が遠のいて今より悪くなる。売上も3割ぐらいダウンする。その後はまた良くなると思う。
		一般レストラン（経営者）	・建築関係が忙しいと皆が言っているが、一様に来年4月以降、仕事が減るのではないかという不安を持っている。下職の金額も取り合いで上がってしまい、今は忙しく仕事はあるけれども最終的な利益にはつながっていないのではないかという話を聞くので、4月以降は反動が大きく、下がっていくのではないかと思う。
		タクシー運転手	・来年4月からの消費税増税で、料金を上げざるを得なくなると思う。自然と客が減ってくるのには目に見えている。
		通信会社（社員）	・解約が増える時期ではあるが、消費税増税の影響でさらに解約が増えることが予想される。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税に伴い、マンション管理組合などでケーブルテレビ利用料の減額要請や解約が増えてきている。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税を控え、節約意識がより高まることで、本当にそれがどうかの取捨選択が強くなるのではないかと感じる。
		観光名所（職員）	・観光地のため、2、3か月後は旅客がほとんどいなくなる。まだ12月の方が良い。
		パチンコ店（経営者）	・変わらないと回答したいが、4月に消費税増税があるので、その前からお金を使わなくなるのではないかという心配もあるのではや悪くなると回答した。
		その他レジャー施設〔ボウリング場〕（支配人）	・ジュニア層を中心に来客数が激減している。この先、消費税増税を控えており、ますます余暇に対する消費は冷え込む。
		美容室（経営者）	・暮れの仕事がなくなり、普段の日曜日と変わらない状態になっている。
		設計事務所（所長）	・設計は期間が長いので、現時点で新しい物件がない場合良くなるはずもない。また、土地は比較的早く成立はするが高値であり、良い形の物件はほとんど出ていない。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・消費税増税前の駆け込みで需要のあった建材関係の客からは、今がピークだという情報が入っている。
		悪くなる	
その他小売〔生鮮魚介卸売〕（営業）	・円安の影響に加えて消費税の引き上げも控えている。良くなる訳がない。		
タクシー運転手	・来年消費税が上がることでタクシー運賃も上がる予定である。利用が減るのは目に見えている。以前の増税時でもかなり冷え込み、利用が激減した。覚悟していた方がよいようだ。		
その他サービス〔立体駐車場〕（経営者）	・例年、景気に関係なく12月はそこそこ来場数があったのに、今年は原因は分からないが来場数が毎日少ない。12月がこんなに悪いということは、年の初めも期待できない。		
企業動向関連 (南関東)	良くなる	電気機械器具製造業（経営者）	・飛び入り案件などで受注に結び付くようになり、1年前とはかなり様子が変わってきている。
	やや良くなる	食料品製造業（経営者）	・商談は多いように感じている。まだ実需につながっていない部分はあるが、期待はしている。
		食料品製造業（経営者）	・当業界ではこれからの季節は売上が良くなる時期なので期待している。個人よりも法人に期待している。
		食料品製造業（営業統括）	・消費税増税前の駆け込み需要に期待したい。
		出版・印刷・同関連産業（所長）	・消費税増税前の駆け込み需要の販促物が増えるので、プラスに転じる。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・現状で法人関係が上向していることを話したが、店頭販売の個人客では、必要に迫られてやむなく作るという場合の需要と、少し余裕ができたからと孫や娘たちに印鑑を作る場合があるが、後者の客が増えてきたことを現場で感じている。
		一般機械器具製造業（経営者）	・現在の生産見通しでは、少しずつ販売量、受注が増えているようだが、内示は内示なので当月にならないと分からない。
		一般機械器具製造業（経営者）	・アベノミクスの効果が少しずつ現れてくる。
		その他製造業〔化粧品〕（営業担当）	・まだ景気回復の実感サービス業にはない。2014年に向けて良くなるのではという期待感はある。

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
		輸送業（経営者）	・消費税増税があるので、その時点までは緩やかな景気回復が見込まれる。
		通信業（経営者）	・アベノミクスに期待している。
		通信業（広報担当）	・消費税増税前の駆け込み需要で3月までは堅調に推移する。
		金融業（統括）	・消費税引き上げ前の駆け込み需要で多少は良くなる。ただし、その後が少し不安である。
		金融業（支店長）	・現在のマーケット環境から見て、しばらく相場回復期待があり、個人投資家の投資意欲は好調さが維持すると思われる。
		金融業（役員）	・デフレ脱却が現実のものとなりつつある状況で、消費者、経営者共に積極的な動きを取り出したように思われる。
		税理士	・アメリカで日本車が売れていることと、中国等がどうなるか分からず不安があるが、国内ではアベノミクスで政治が引っ張っていている感じがする。まだ大企業を中心に中小企業まで全然下りてきていないが、少しずつ上向いていく。また、東京オリンピック開催で景況感が先導されていくのではないかと思っている。
		税理士	・株価が年内16,000円をキープできると、正月明けの株価が楽しい投資家も多いだろう。年末年始の旅行ラッシュもあり、景気はこのまま上向く。
		経営コンサルタント	・会合で会った市役所の職員の話では、地域振興のためショッピングセンターの誘致活動を行っているが、最近企業側の反応が少し変わってきたような気がする。話を聞く姿勢が前向きであり、日を置いた質問の電話がくるようになったという。
変わらない		化学工業（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要を期待していたが、材料メーカーや販売店等の情報によると、増税前の過剰在庫は持たないとのことなので期待薄である。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・アベノミクスの効果はまだ出てきておらず、増税に向けて全体的に不安がまだあるため、しばらく景気は良くならない。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・アベノミクス等ともてはやされているが、実際に受注増につながらず突破口をみい出せないでいる。そこに材料値上げの要求が増しており、懸念材料は多い。
		金属製品製造業（経営者）	・受注量は増えているが受注額は相変わらず低く、利益につながらない。
		金属製品製造業（経営者）	・年末からの続きで期日までは忙しくなると思うが、その先の予定がはっきりしないので、営業としては研究開発関係の仕事に力を入れていくようにしたい。
		電気機械器具製造業（経営者）	・拡大的な景気刺激のための予算は実行されると思うが、実際に零細企業まで波及してくるにはまだ時間がかかるので、景気が上向いてくる方向になるとはまだ考えられない。
		その他製造業〔靴〕（経営者）	・消費税増税が控えているので、その時どのようになるかだと思ふ。
		建設業（経営者）	・中小企業に対しての政策が実施されていない。
		輸送業（経営者）	・今の状況が続くと期待している。
		輸送業（経営者）	・新学期を控え、取扱量の増加が期待されるころではあるが、年明けに荷主が実施を予定している配送の再構築、また、円安傾向から生じる燃料価格の動向、それらを考慮すると変化はあまりない。
		輸送業（総務担当）	・消費税増税前のスポット的な業務で一時的には売上が増加する予測だが、継続的な案件にならず、今の状況が続くそうである。
		金融業（従業員）	・不動産業や建設業では業況が回復しつつある。しかし、他の業種では業況の厳しいところが多く、中小企業からは「景気回復は大手企業ばかり」との声が聞かれている。
		金融業（支店長）	・各業種の受注はまだそんなに増加していない。また、4月の消費税増税後の景気がどう動くか想像がつかないと話していることを鑑みると、まだ様子見が多いと思うので、変わらない。
		不動産業（経営者）	・当社のような小さい会社でも100戸以上の空室をかかえて苦労している。総括すると前年とあまり変わらない。
		不動産業（総務担当）	・都心型高級マンションの売行きは良いようだが、当社で分譲中の郊外型ファミリーマンションは売行きが悪い。モデルルームの来客数も落ち込み傾向にあり、打開策も値引き以外考えられない状況である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		広告代理店（経営者）	・上向いた景気が末端に回ってくるには時間がかかるし、回ってくる前に上向きの傾向が終わることもある。まだ判別できる段階ではないので変わらない。
		広告代理店（従業員）	・3月までは現状を保てるが、消費税が8%になった4月以降は心配である。
		広告代理店（営業担当）	・消費税増税前までは、各社宣伝展開を強気でやっていくが、その後はしばらく控えられてしまいそうである。
		社会保険労務士	・良くなる要素が見当たらない。
		経営コンサルタント	・大手企業の業績改善効果はまだ中小企業にはおいてこない。
		その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者）	・取引先工場の閉鎖などに関連した受注が多いため、短期的な売上にはなっているが、先行きは明るくない。
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（経営者）	・アベノミクス効果で円安、株高になり、一部の上場企業や大手企業では業績が良くなっているようだが、当業界にその影響は全くない。
		その他サービス業〔映像制作〕（経営者）	・年度末にかけての消費税増税前の駆け込み受注は当業界では考えられない。他の方へ消費が動くと思う。
		その他サービス業〔情報サービス〕（従業員）	・マンションの建築状況は好転してきたようだが、受注状況はまだ好転してこない。
		やや悪くなる	
建設業（営業担当）	・消費税の関係で繁忙も少し落ち着くと思うが、その後は資材価格の高騰や資材、職人等の不足により見積額が上がり、やや悪くなる。		
輸送業（総務担当）	・仕事量は確保できて低運賃のため、地場の配達はもちろん、地方の配達は走れば走るほど赤字になっている。元請として対応しているが、運賃の値上げ交渉がなかなか進まない。また、燃料の高値状態が続いていても運賃に反映できない状況である。		
広告代理店（従業員）	・定期的な取引先の売上がなくなり厳しい。		
経営コンサルタント	・4月以降の消費税増税の影響を懸念する声が多い。対策は検討しているが、一時的にでも資金繰りに影響する場合もあり、厳しい見方をしなければならない。		
その他サービス業〔警備〕（経営者）	・建築現場や道路工事も少しずつ落ち着いてくる。		
その他サービス業〔ソフト開発〕（経営者）	・景気が良いとは思えないこの時期に消費税を上げなければならぬので、どうなるか心配である。		
悪くなる		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・時期的なもので近年この時期は低下傾向にある。
		金属製品製造業（経営者）	・現在の受注増は消費税増税前の駆け込みと建機業界は排ガス規制前の特需のためであり、反動は避けられないと思っている。特需での受注増でなく底堅い受注増になれば景気は良くなる。しかし、国内向けは、5兆円の景気対策があるので回復は早いと思う。海外向けは、円安が続くかさらに円安が進めば国内製造業にとってはプラスと考えている。
		建設業（経営者）	・消費税増税で消費マインドが下がる。
		建設業（経理担当）	・現在は消費税増税前の駆け込み受注案件や、今年度の政府補助金対象の工事で手一杯だが、この先反動で仕事量が大幅に落ち込みそうである。
雇用関連 (南関東)	良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年明けの1～3月は圧倒的に伸びる時期である。事業計画なども客から相当数の話があるので、それが実現するよう良い年にしたい。
	やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・年度末特有の短期採用が見込める。また、消費税増税前にシステム変更等で短期的な需要が出てくる可能性もある。
		人材派遣会社（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要での繁忙が一部で見られる。それによる一時的な景気回復感はあると思われるが、4月以降の落ち込みも予測できるため、バブル的な繁忙における若干の景気回復が見込まれる。
		人材派遣会社（支店長）	・物流、住宅系の求人数が増加傾向であり、今後も見込める。
		求人情報誌製作会社（営業担当）	・このところ新規の問い合わせがやや増えてきている。小売業など消費税増税前の対応に動いている気配がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	変わらない	求人情報誌製作会社（営業担当）	・大手企業の景気が良くなってきていると聞いている。そろそろ下にも流れてきて、中小企業も景気が良くなる。
		人材派遣会社（社員）	・経営者と話をしたが、一番の問題は来年の消費税増税であり、どのくらい売上が落ちるかというようなことを気にしている人が多い。景気が良くなるとはとても思えないという中小企業の人が多かった。大企業は中国市場がどう変化するか非常に気になるということである。そのためアベノミクスと言っているが、景気はあまり良くなるとは思えない。一部の企業、一部の業種、業態が良くなるのではないかと人が多かった。
		人材派遣会社（社員）	・引き続き求人状況は各業種とも活発である。消費税増税が、今後どのような形で求人業界に影響をもたらすか不透明である。
		人材派遣会社（社員）	・消費税増税に向けて企業からの依頼数は更に増えると思われるが、採用が追いつかない状況が続きそうである。
		人材派遣会社（社員）	・顧客の人材ニーズの堅調さは継続が見込まれる。
		人材派遣会社（社員）	・年単位の長期で考えれば良くなるかもしれないが、給与水準の上昇も見られない現状では、短期間での景気回復は考えられない。
		人材派遣会社（支店長）	・景気好転による直接雇用求人数増で派遣登録者数の回復見通しが厳しいと思われる。
		求人情報誌製作会社（編集者）	・就職情報関連には遅れて影響が現れるので、来夏以降、少し良くなるのではないかと。
		求人情報誌製作会社（広報担当）	・一部上場企業は景気が良いようだが、中小企業の間では特に景気が良くなるような予感はない。
		職業安定所（職員）	・消費税増税に備えた景気動向が読めない。
		職業安定所（職員）	・求人の状況から、一部の職種を除き正社員求人にはまだ慎重な姿勢が事業主に見られる。
		職業安定所（職員）	・製造業からの求人にも力強さがまだなく、円安によるコストアップの悪影響の方が出ているように感じられる。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は年度当初から横ばいが続いてきたが、フルタイム、パートタイム共に減少傾向に入った。1～3月は最も求人が多い時期になるが、前年同月比でマイナス傾向が続くことが推察される。一方、求職者も減少傾向が続くことが推察されるため、雇用を取り巻く環境は現状と変わらない。
		職業安定所（職員）	・上向き傾向にあると思うが、消費税増税を目前にしていることから、本質的にどうなるのかつかみづらい部分がある。
		民間職業紹介機関（経営者）	・中高年の採用数は高止まり感がある。採用条件に合う人材が枯渇気味である。
		民間職業紹介機関（経営者）	・海外関連企業が多く、内外比率は6対4といった感じで、国内経済状況に影響を受ける比率が高く、現時点では先行きの明るさに期待はしているものの、人材採用には慎重である。
		民間職業紹介機関（職員）	・来期に向けた事業や要員計画が固まっていくなか、争奪戦で採用できない企業も出てくるため、人員確保が課題になっていくことが想定される。
		民間職業紹介機関（職員）	・求人数、採用数の勢いに陰りはみられない。
		学校〔専修学校〕（就職担当）	・当初予定されていた求人募集、採用数増員などの計画に大きな変化はなく、求人状況に変化はない。
		やや悪くなる	—
	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	百貨店（企画担当）	・前回の消費税増税時に比べると緩やかと思われるものの、3月までは増税前の駆け込み需要が見込まれ、一時的に景気は上向くと思われる。その反面、4月以降は反動が予測される。
		百貨店（経理担当）	・2、3月から消費税増税前の駆け込み需要が発生すると考えているが、今月からその兆しがみられる。年初から更に需要は高まるため、景気は確実に上昇局面となる。
		百貨店（販売促進担当）	・消費税増税前の駆け込み需要で購買意欲が高まると予想している。

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
		百貨店（販売担当）	・消費税増税前の3月は駆け込み需要が間違いなく起こり、それまでは特に変化がない。長期保存ができるものや、必ず毎日使用する物に関してのまとめ買いが予想される一方、増税後の家計の厳しさを考えて、余分な物への消費はしないため、食材などの一部ぜいたく品への消費抑制は強くなる可能性が高い。
		百貨店（営業企画担当）	・3月までは消費税増税前の駆け込み需要が期待できるため、短期的には景気は上向きと考える。
		衣料品専門店〔紳士服洋品〕（売場担当）	・消費税増税の影響で、3月までは単純に売上増が見込める。
		家電量販店（店員）	・消費税増税前の駆け込み需要で忙しくなりそうである。
		家電量販店（店員）	・消費税増税を目前にしているため、2、3月は駆け込み需要で良くなるように思われる。
		乗用車販売店（経営者）	・今後は消費税増税の影響も重なり、3月までは好調が予想される。
		乗用車販売店（従業員）	・1月にモデルチェンジする車の予約も順調に入っており、消費税増税前の3月までは前年以上の販売増加が見込まれる。
		乗用車販売店（総務担当）	・3月までは消費税増税前の駆け込み需要が大きいと思われる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・消費税増税前の駆け込み需要が期待できる。
		商店街（代表者）	・客の様子からは若干ながら購買意欲の向上がみられ、景気は良くなるように思われる。
		一般小売店〔結納品〕（経営者）	・小売業では、消費税増税前の駆け込み需要で少しは良くなる。
		一般小売店〔薬局〕（経営者）	・今後インフルエンザが流行すると、薬・マスク・栄養剤などの売上が伸びる。ただし、ファッション、書籍などの他業種の店長の話では、地方都市においては、アベノミクスで何の恩恵もないとの嘆きが聞こえる。年末セールも例年に比べ、来客数が減少している。
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・客の様子では、購買の内容などから先行き明るく感じる。
		百貨店（売場主任）	・年明け早々クリアランスセールが始まり忙しくなる。1月から値上げのブランドもあり、客からの問い合わせもある。消費税増税前に購入しておこうという客もあり売上が増加するであろう。
		百貨店（販売担当）	・3月半ば頃には消費税増税前の駆け込み需要が最も見込める。逆にそれ以降は大幅に落ち込む。
		百貨店（経営企画担当）	・高額品需要に加えて消費税増税前の駆け込み需要もそろそろ動き出し、プラスアルファが見込まれる。
		百貨店（販売担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込める一方、買い控えも予想される。増税後は更に厳しくなるので増税前のうちに売上増加を期待したい。
		百貨店（販売担当）	・クリスマスギフトの需要が思ったよりも大きく、購買意欲はあると思われる。
		スーパー（経営者）	・当地は5月ぐらいまでは遷宮の効果で景気が良いと思う。
		スーパー（店長）	・雰囲気としては、良くなっていく感じがしている。ただし、消費税増税後、客の心理がどのように動かが心配である。
		スーパー（店長）	・消費税増税を前に消費拡大の傾向が続くと思われる。食品に関してもほぼ同じと思われる。
		スーパー（店員）	・アベノミクスの効果を感じはじめている。今のまま好調を維持できると思うが、消費税増税前にメディアで節約を話題とするニュースが取り上げられると、消費者マインドがマイナスに転じはしないかが気がかりである。
		スーパー（総務担当）	・クリスマスケーキの販売量が、前年を5%程上回っている。
		コンビニ（店長）	・発泡酒、第3のビールに比べ、本当のビール類が売上を伸ばしており、少し明るい兆しがある。
		衣料品専門店（販売企画担当）	・商品の注文が入り始めている。
		家電量販店（店員）	・消費税増税に向かって日本中が動いていく。身の回りも動いていく。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要で3か月先までは景気が良い状況が続くが、その後は不透明である。

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（従業員）	・これからの3か月が勝負どころである。消費税増税前の駆け込み需要の発生で、前年をはるかに上回る注文が入ると思われる。工場への入庫やタイヤなどの部用品の販売も、消費税増税前にかなり増えることを期待している。
		乗用車販売店（従業員）	・2～3か月は消費税増税前の駆け込み需要があり、まだ多少良い状況が続く。ただ、消費税増税後の反動がどのくらい出るのかは、怖さを感じる。
		乗用車販売店（従業員）	・例年と比べると販売量にしても客のアクセスにしても動きが出ている途中で、漠然とではあるが少し良くなるのではないかと見込む。
		乗用車販売店（経理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要の顕在化が、実績にも反映してきている。
		住関連専門店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要で、建築業界全体が、新築物件、リフォーム物件の追い込みに入ってきている。また、個人客のカーテン、リフォーム需要についても、3月までに納品・完成したいという案件が増えている。
		その他専門店〔雑貨〕（店員）	・消費税増税前の駆け込み需要による。
		その他専門店〔貴金属〕（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が期待される。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（営業担当）	・消費税増税を控えて一時的に売上が上昇してくると考えられる。
		一般レストラン（スタッフ）	・景気が良くなってきているなか、企業が採用を積極的に行うため、当地区では人材の採用が難しくなっている。
		観光型ホテル（販売担当）	・もともと年間を通じて一番ボトムになる時期ではあるが、祝賀会を2件ほど受注することができたため、現時点では予算クリアが望めそうである。
		都市型ホテル（経理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が増える。
		都市型ホテル（営業担当）	・悪くなる要素は消費税だけで他は見当たらない。中小企業まで少し好景気が回ってきたのかもしれない。
		旅行代理店（経営者）	・4月に消費税が増税されるため、3月まではやや上向きになる。
		旅行代理店（経営者）	・早くも、ゴールデンウィーク・夏休みの家族旅行先を検討している客が多い。寒い1月や2月は動きが悪いなかでも、連休がらみの週末の海外行きは混雑している。暖かい旅行先が好調である。
		通信会社（サービス担当）	・価格の値下げにより加入しやすくなったため、既存のブロードバンドサービスから光回線へ乗換えをする客が増えている。
		その他サービス〔介護サービス〕（職員）	・介護ベッドのトップメーカーが新商品を発売する。発売当初からその商品の台数を確保できるため、その商品力で受注量増加を目標に取り組む。
		設計事務所（経営者）	・止まったままであった案件が少しずつ動き始めている。
	変わらない	商店街（代表者）	・消費税増税の直前には駆け込み需要が少なからずあるはずなので、好調だった今月と同程度くらいに売上も増えるとみている。
		商店街（代表者）	・必要以外の物を買わない傾向が続いている。自分のための消費が伸びてこないと販売量、売上高の増加につながらない。
		商店街（代表者）	・法人関係の注文が増えてこない状況なので、当面は現状が続く。
		商店街（代表者）	・消費税増税前の最後の駆け込み需要があるのではないかと見込む。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・現在の状況がゴールデンウィークまでは持続する。
		一般小売店〔土産〕（経営者）	・大変ありがたいことではあるが、これ以上当地に客が来ても対応できないレベルで推移している。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・年金生活者の客などは、高額商品は買わない。すべての人が景気が良いわけではない。
		一般小売店〔贈答品〕（経営者）	・地方では工場関係も都心部のように給料が上がらない。事業者ではしばらく様子見が続く、地方に景況の上昇感が表れるのはもう少し先である。

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〔食品〕 (経営者)	・12月は年末の要素で数字が多少上向き、一見景気が良くなっているように感じるが、基本的に賃金は上がっていない状態であるため、年が明けると元の生活に戻る。景気の先行きはまだまだ横ばいの状態が続く。
		一般小売店〔書店〕 (経営者)	・都会では、アベノミクスの効果でそれなりにボーナスが出ているところもあるかもしれないが、地方では変わったというイメージはほとんどない。
		一般小売店〔果物〕 (店員)	・3か月ほどでは状況は変わらない。
		一般小売店〔和菓子〕 (企画担当)	・大企業と自動車産業等一部に向けては販売量がやや上向いてきているが、小売営業においてはまだまだ需要が戻ってきておらず、不安定である。
		百貨店(売場主任)	・日用品の購入に関してシビアな姿勢は変わらない。依然として財布のひもは堅く、購買意欲は感じられない。
		百貨店(経理担当)	・消費税増税前の駆け込み需要に期待はするが、全体の流れは変わらない。
		スーパー(経営者)	・消費税増税前の駆け込み需要が3月には増える。円安を受け輸出が伸びる自動車産業等は良いが、輸出と関係ない国内市場中心の中小企業との差は大きく、利益の差は更に大きくなる。今後とも弱小中小企業は倒産、廃業に追い込まれ、消費税増税により更に企業の廃業、倒産が増える。
		スーパー(店長)	・食品の仕入れ価格が相次いで高騰しているが、簡単には売価に反映ができない。競合店の価格をにらみながら設定する必要があり、利益確保が大変厳しい状況が続いている。今後、消費税増税前の駆け込み需要は考えられるが、ディスカウント販売が更に加速し、利益圧迫は必至の状況となる。
		スーパー(店員)	・客の取り合いのため来客数が増えていくことは難しい。購入も必要な分だけという状況であり、なかなか景気の良い状況にはなっていない。
		スーパー(営業担当)	・消費税増税のリスクもあり、消費は拡大しているようには思えない。
		スーパー(商品開発担当)	・消費税増税までは現状と変わらないと予想する。
		スーパー(支店長)	・現場では厳しい状況が続く。中小零細企業は年明けには更に厳しくなるだろう。
		コンビニ(企画担当)	・近隣国中国との緊張関係が大きな懸念材料である。しかし、海外からの旅行者や全体的な輸出や輸入などでマイナスの報道をあまり耳にしない。
		コンビニ(店長)	・消費税増税まではこのままの状態が続きそうである。直前に多少の需要アップがあるのではと見込む。
		コンビニ(エリア担当)	・当面は今月と同様に売上が前年を超える状況が続く。
		コンビニ(エリア担当)	・消費税増税による一部商品での値上げ等があり、一時的に改善されるかもしれないが、基本的にコンビニ業界への影響は少なく現状維持が予想される。
		コンビニ(店長)	・周りの環境から多少なりとも景気は良くなっているように感じているが、4月には消費税増税も控えており、消費についてはそれほど伸びないと思っている。
		衣料品専門店(経営者)	・天候の影響で春の訪れが遅くなると、春物商品の動きが遅くなる。
		乗用車販売店(経営者)	・変化要因が見当たらない。
		乗用車販売店(経営者)	・特に良くなる要素が見受けられない。
		スナック(経営者)	・来年は消費税増税もあるため、しばらくは様子を見る傾向にある。しかし業績向上の企業もあると聞いているため、良くなっていくのではないかと期待している。
		観光型ホテル(経営者)	・2、3月の予約状況が、9月に比べて8~10%伸び良くなっている。この状況が持続する。
		都市型ホテル(従業員)	予約数の推移から判断して、景気の現状は変わらない。
		都市型ホテル(支配人)	・客単価上昇ができるかがカギである。一方、光熱費や輸入食材等の値上げの影響は食い止められず、収益を圧迫している。
		旅行代理店(経営者)	・消費税増税前の駆け込みによる特需があまり感じられない。円安の加速も早く先が読めないで、地方が潤うのはもう少し先になる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		旅行代理店（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要よりも、少子高齢化が影響すると思われる。海外観光客の取り込みを中小旅行業者としてどのように行えるのかが今後の勝負である。
		旅行代理店（従業員）	・消費税増税による駆け込み需要が多少は見込めるかと思うが、余力が旅行にそれほどまわってこない。
		旅行代理店（従業員）	・初詣の旅行者は遷宮の関係で増加気味であるが、ソチ冬期オリンピックの需要はあまり期待できず、3月の卒業旅行需要も、今のところ大きな増加は感じられない。国内で大きなイベントがあれば関連需要があるが、今期は特にそのようなものもなく、現状維持が続く。
		タクシー運転手	・良くなったという言葉は耳にするが、実際に街なかの飲食店、繁華街の動きは良くない。12月は、木、金曜日には多少人が出て、平日は10、11月の平日と変わらないくらいであり人出も非常に少ない。
		タクシー運転手	・今は12月で活気があるが、またすぐ元に戻る。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み受注のため、3月末まではこのまま変わらない。
		テーマパーク（職員）	・外国人旅行者数は良いものの、中部圏では伸びていない状況なのであまり変化が期待できない。
		ゴルフ場（企画担当）	・2月の入場者予約数は、前年同日を下回っているゴルフ場が多い。寒い日が続くと予約が鈍る傾向がある。今の段階では2～3か月先の見通しは立てづらいが、今月とあまり変わりなく推移していくと考えている。
		設計事務所（職員）	・アベノミクスや消費税増税の影響で、先行きは不透明である。
		住宅販売会社（従業員）	・職人不足により契約単価が高騰している。また職人不足により工期が伸びている。契約金額の高騰で受注の足踏みが懸念される。
		その他住宅〔不動産賃貸及び売買〕（経営者）	・状況は悪いなりに年明けから繁忙期に入るため、先行きに期待はしている。
	やや悪くなる	一般小売店〔酒類〕（経営者）	・消費税増税を前に消費者は金の使い方にますます厳しくメリハリをつけていく。余分な支出となる外食や飲む機会が増えるのは難しい。会社の接待等についても、メリハリをつける傾向がある。外食需要が減るため厳しい状況が続いていく。
		スーパー（経営者）	・ジリ貧状態が徐々に進んでいる。
		スーパー（店長）	・消費税増税を控えて高額な商品が動く。その分食品については厳しい状況になる。いろいろな商品での値上げも絡んでいるため、食品は非常に厳しい状況になる。
		スーパー（販売促進担当）	・平成21年以降、毎年競合店が相次いで出店しており、来客数の減少が止まらない状況である。
		スーパー（営業企画）	・消費税増税に向けて、消費頻度の高い商品については、今後更に堅実な消費傾向が強くなると思われる。高額な耐久消費財は一時的に上向くと思われるが、スーパーマーケットには恩恵は薄い。
		コンビニ（エリア担当）	・売上は少しずつではあるが伸長基調である。しかし、競争店の出店により一定割合の店舗が大打撃を受けることにより、トータルではやや悪くなると考える。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税が増税されるが、コンビニに置いてある商品は駆け込みで事前に買われるということはない。逆に消費税増税後は、商品の値段が高くなってしまい、今まで以上に売れなくなってくる。
		コンビニ（店長）	・例年の傾向であるが、年末年始が終わった後は、買上単価、買上個数ともに落ちる。
		コンビニ（商品開発担当）	・景気回復の兆候がみられない。付加価値のある商品に対する購買意欲は感じられるが、反面、普段使用する商品に対する目や購買行動は厳しい。消費税増税も控えプラス要素が乏しい。
		乗用車販売店（従業員）	・ハイブリッド車両は、消費税増税の影響がほぼそのまま客の負担となる。受注落ち込みの対策として新型車両が投入されるが、実際に消費税増税後の客の動きがどうなるかは読めない。既に人気車両は3月までの登録可能台数を超えているので、これからの市場環境は非常に厳しくなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・決算期を過ぎて、1月から3月は販売量の動きが鈍くなる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他専門店〔雑貨〕(店員)	・消費増税が控えている。
		高級レストラン(役員)	・消費増税直前となり、個人消費は耐久消費財への支出のため、高単価な外食には抑制的になると思われる。4月以降は企業接待の増加への期待感があるが、不透明感が強い。
		スナック(経営者)	・例年通りとは期待できない。消費増税に向けて支出の引き締めがある。
		その他飲食〔仕出し〕(経営者)	・消費増税を前にして、買い込むよりは恐らく買い控えに走ることが考えられる。
		都市型ホテル(経営者)	・消費の伸びが今一つである。
		旅行代理店(経営者)	・消費増税までは、このまま推移していく。4月以降の受注も発注が間際になる予想をしている。
		タクシー運転手	・2、3月頃は人の集まりや催し物も少なくなり、夜の客も12月よりは少なくなる。今よりは悪くなる。
		通信会社(企画担当)	・新規加入時の初期費用を無料としているため、消費増税前の駆け込み需要はあまり期待できない。消費者は増税に備えて毎月の支出を抑える方向に動く。
		観光名所(案内係)	・消費増税のため、消費者は貯蓄をするなど金を使わない方向に動く。
		パチンコ店(経営者)	・薄利多売の営業形態が業界全体に広がっている。
		理美容室(経営者)	・客との話では、消費増税を気にする話題ばかりである。
		美顔美容室(経営者)	・これから3月末まではこれといったキャンペーンがないため、例年通り売上がダウンする。
		美容室(経営者)	・消費増税のため、今までの料金より3%分上乗せしなければならず、客は大変になる。
		その他サービス〔語学学校〕(経営者)	・ベテランスタッフが退職する予定であり、マイナスの影響が予想される。
		住宅販売会社(従業員)	・新築住宅を新たに検討中の客との契約には、消費増税後の反動と部材や材料の高騰が収まるまでは、営業的に時間がかかると思われる。
	その他住宅〔住宅管理〕(経営者)	・どの契約でも客にはかなり慎重な姿勢がうかがえ、全体的に受注単価の上昇はまだ先で、報道で言われるほど景気が回復したとは思わない。	
	悪くなる	一般レストラン(経営者)	・消費増税前の駆け込み需要では、外食等にかかる金は使われない。
		美容室(経営者)	・1～3月は寒い客の出足が悪くなる。
		住宅販売会社(経営者)	・住宅は価格が高いため、消費増税分の3%が大きなウェイトを占める。それによって売行きにかなりブレーキがかかる。
	企業動向 関連 (東海)	良くなる	窯業・土石製品製造業(経理担当)
やや良くなる		窯業・土石製品製造業(社員)	・海外競合企業から注文を取り戻した製品は、とりあえず3か月先までの発注見込みを得ているので、売上の伸びが期待できる。
		一般機械器具製造業(営業担当)	・米国はじめ多くの国では1月から新年度が始まるため、例年、新年度予算が組まれることにより設備投資欲が回復してくる。
		電気機械器具製造業(企画担当)	・消費増税前の需要の先取りもあり、2013年度中は順調に推移すると思われる。消費増税後については現時点ではわからない。
		電気機械器具製造業(営業担当)	・円安傾向が続けば好影響がある。
		電気機械器具製造業(総務担当)	・現在の環境が非常に悪いので、期待を込めて良くなると思いたい。価格(コスト)だけでなく、提供する品質(パフォーマンス)を重視してほしい。
		電気機械器具製造業(経営者)	・客との話からは、消費増税前の駆け込み需要で1～3月くらいまでは現状に比べると若干は物が動くのではないかと思われる。ただ、販売価格に関しては非常に厳しいものがあり、需要の増加というよりは前倒しになる程度である。
		輸送用機械器具製造業(総務経理担当)	・104円という円安のため、完成車メーカーの輸出が増えていく。消費増税前の駆け込み需要により、3月ごろまでは景気が良い。
		輸送業(従業員)	・景気が良いのは消費税が現行の3月末までで、それ以降はその反動もありしばらく低迷が予想される。輸入原材料や石油製品が値上がりしており、輸送業界では厳しい経営が続く。高速道路の実質値上げは、観光業界にも影響が大きい。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		輸送業（エリア担当）	・荷物の伸びが安定してきている。今後は経費も調節ができそうである。	
		輸送業（エリア担当）	・輸入、輸出ともに増加しているのは、景気が良くなっている証拠と判断できる。	
		金融業（従業員）	・自動車産業において生産量に大きな増加はないが、建築関係や小売業に関して、比較的良い傾向にある。	
		金融業（法人営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要に伴う自動車増産から、当面、素材・部品メーカーでの生産増加が見込まれる。	
		企業広告制作業（経営者）	・近隣諸国との関係悪化が問題である。	
		会計事務所（職員）	・消費税増税前ということもあり、この2、3か月は年度末とともに消費が活発化し、景気は良くなる。	
		会計事務所（社会保険労務士）	・消費税増税やパソコンの主要OS（基本ソフト）のサポート終了のため、パソコンやソフトの買換え需要が発生する。NISA（少額投資非課税制度）で投資を始めたいという話も耳にする。消費に積極的になる傾向が出てきている。	
		その他サービス業〔ソフト開発〕（社員）	・IT投資についても徐々に増えつつある。基幹系システムの再構築など大型案件についても引き合いが発生しつつある。	
	変わらない		食料品製造業（経営企画担当）	・消費税増税が消費マインドに与える影響を懸念する。特に生活必需品では必要な物しか購入しなくなる傾向が強まる。安定した実績が見込める定番商品のウェイトが高まり、新たな需要を生むであろう新商品が育ちづらい環境となることが予測される。
			紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・来年度から仕入れ材料価格が上昇する可能性もあるので、良くなる状況は考えにくい。
			化学工業（人事担当）	・基本的に日本経済は少しずつ良くなっており、多くの会社で賃上げ、ボーナスの増額が期待される。ただし消費税増税があるので、しばらくは現状のまま変わらない。
			鉄鋼業（経営者）	・消費税増税前の駆け込みなども予想されるため、需要は堅調であろうと予想されるが、実際の需要（当社への注文）を持っている客はまだ少ない。
			金属製品製造業（経営者）	・引き合いの量はさほど増加しておらず、ほぼ横ばいの状況である。
			金属製品製造業（従業員）	・上り調子とまではいかないが、受注単価が下がらないなど、少しずつ回復傾向がうかがえる。
			一般機械器具製造業（経理担当）	・受注量、販売量が変わらない。
			電気機械器具製造業（経営者）	・消費税増税前の3月に向けてパーラー業界の設備投資が期待できるために、2、3月も同様の売上が期待できる。
輸送用機械器具製造業（品質管理担当）			・客先や自社の社内でも、景気回復の兆しが見えてきている。この状態が春先まで続く。	
輸送用機械器具製造業（経理担当）			・販売予測にあまり変動がない。	
建設業（営業担当）			・県内で当業種はまだ守られている部分があるが、役所など公共施設でも下水道管につながると状況は変わり、大型の清掃業務がなくなっていくため、その部分の需要は減る。山間部では変わらず浄化槽が健在であるため、良い悪いのどちらとも言えない。	
輸送業（経営者）			・3月までは、この調子が続くとみている。	
輸送業（エリア担当）			・荷物が動き出して来たので備車（車両不足等の際に他社から借りる車両）を集めるのに苦労している。燃料となる軽油が高止まりしていて、会社の収支内容は苦しい。	
輸送業（エリア担当）			・原料費や人件費、資材費の値上がりがあるいろいろな業種に及んできている。コスト上昇は運賃や品物価格の上昇につながるが、それが利益を生み出すわけではない。コストが上がっているから価格が上がっているだけであり、利益幅は全く変わっておらず、景気回復は全く見込めない。	
通信会社（法人営業担当）			・庶民の財布のひもは堅い。	
金融業（企画担当）			・当面は円安、株高が続くことにより個人の資産は増加していくため、消費も引き続き相応に活発となるとみられる。	
不動産業（経営者）	・不動産売買よりも建設投資が増えると見込まれるため変わらない。			
不動産業（用地仕入）	・2、3か月の短いスパンで景気を左右するような事柄は考えられない。			

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	
		不動産業（管理担当）	・中小企業の事務所物件の需要がまだ動いていない。アベノミクスの効果が表れるまで、まだ少し時間がかかる。	
		広告代理店（制作担当）	・消費税増税前の駆け込み等で、広告量は多少は増えそうであるが、相変わらず利得的には薄い状態が続きそうである。	
		経営コンサルタント	・従業員の給料が上がらない状況であるため、消費税増税後の先行きが心配である。富裕層では、株や不動産の資産価値向上の効果もあり消費の面でも二極化が進む。	
		公認会計士	・売上高増加やマインド向上はみられるが、中小企業の収益性は向上していない。むしろ材料高や電気料金値上げ等のコストアップ要因が見え始めている。そういう点から、消費等はそれほど増加しない。	
		その他非製造業〔ソフト開発〕（経営者）	・一層の円安が進んでおり、日本にとって貿易収支の大幅な悪化がとて心配である。原材料の高騰は中小企業にとってダメージが大きく、価格転嫁が難しい企業は倒産となる。より細やかな金融支援が必要である。	
	やや悪くなる	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・年初早々原材料の値上げがあり、一方で取引先への価格転嫁は難しく、厳しい状況になる。	
		印刷業（営業担当）	・この1年、売上が前年同期を上回った月がない。周囲でも良い話は全くなく、倒産する会社もあるとよく聞く。中小企業に関しては全く良い話はない。消費税増税により更に怖い状況になっていく。	
		建設業（経営者）	・せっかく景気回復が軌道に乗りつつあるのに、消費税増税で腰折れすることを懸念している。	
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・消費税増税を前に既に始まっている購読中止をどこで止めることができるかが課題である。	
	悪くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・4月以降減産することだけは確かであるが、どうなるか全くわからない。ある取引先は半減との情報があり、1割減という話もあったりで、情報が錯綜している。	
雇用 関連 (東海)	良くなる	アウトソーシング企業（エリア担当）	・消費税増税前の駆け込み需要で、国内の新車販売数も増加の予想である。生産体制も年明けから増える見込みである。	
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・求職者の再就職するスピードが以前より早くなり、企業の採用が活発になっている。	
		人材派遣会社（支店長）	・自動車メーカーや自動車部品メーカー各社の人事担当者からの、業務繁忙による人材の引き合いは今後も継続する見込みという話や、例年の年間での求人動向からも回復に向かって動くと考えられる。	
		人材派遣会社（営業担当）	・株価は数か月先の景気を表すとも言われており、期待も込めてやや良くなるとみている。	
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要と株価上昇を受けてやや良くなる。	
		職業安定所（職員）	・大型スーパーの出店や野菜カット工場の進出等に伴う従業員の確保のため、求人活動全体が活発である。採用条件の改善など求職者に有利になることが考えられ、現従業員にも少なからず労働条件改善等の兆しがある。	
		職業安定所（職員）	・新規求人数が増加する一方で新規求職者数が減少している。若干ではあるが正社員求人数が増加している。	
		職業安定所（職員）	・底堅い消費を反映して、宿泊・飲食業の求人が前年同月比で4か月連続増加している。	
		民間職業紹介機関（営業担当）	・今後1～3月にかけて採用活動を強化して4月1日入社に間に合わせたいと考える企業が増えている。この時期には即戦力となる中途入社を採用を求める企業が増える傾向がある。	
		民間職業紹介機関（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要により景気が上向く可能性が高い。	
		学校〔専門学校〕（就職担当）	・2015年度卒業生の採用活動が始まっている。前年のこの時期には、まだまだ前年の就活生がたくさんいたが今年はさほどみられず、採用枠の拡大を感じる。	
		その他雇用〔広告代理店〕（求人広告担当）	・求人広告やその他の広告に関しても、急激に増えることは当面ないと思うが、転職イベントなどについては、出展社数も以前に比べると増えており、好調ようである。	
		変わらない	人材派遣会社（経営者）	・同業者の話でも、派遣登録する人がほとんど集まらないとのことである。提供できる人材が不足しているため売上が増加しない。企業でも人を育てるという意識が欠けており、ピンポイントの条件の募集しか行わないという状況が続いている。
			人材派遣会社（社員）	・有効求人倍率の上昇から雇用が増えてきているが、消費税増税による消費の落ち込みが懸念される。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		人材派遣会社（営業担当）	・今年度中は現状維持と見込まれる。一方、来年度は消費税増税に伴う景気回復の足踏みを懸念する声が、商談の場でも話題に上がっている。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・景気が好転するような兆しがみられない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同期比で2けた増加しているが、前月比では横ばい状態である。
		職業安定所（職員）	・新規求人において、賃金は前年度と比較すると建設業・製造業の一部でしか上昇していない。また、パート求人においては、全業種で比較すると前年度から40円程度、時間給の落ち込みがある。
		職業安定所（職員）	・大手企業は円安の効果で良くなるかもしれないが、当所の管内は中小企業が多いので大手ほど収益を上げておらず、現状維持が精一杯の状況である。
		職業安定所（職員）	・基幹産業である製造業は、消費税増税までの期間は生産量を増やしており、臨時、派遣スタッフを雇用しているところもあり、求人増加の要因となっている。4月以降の反動がどれくらいかを予想するのは難しいが、このまま景気回復につながると感じている企業は少ない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・今の時期が良すぎたせいか、少し悪くなるように感じられる。
悪くなる	—	—	

6. 北陸（地域別調査機関：一般財団法人北陸経済研究所）

（－：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	一般小売店〔精肉〕（店長）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要により、今後2～3か月先までは多忙な状況が続き、全体としては今月より良くなると予想している。ただし、当該税率の引上げ後の状況については不明である。
		家電量販店（店長）	・来年3月までは消費税率引上げによる駆け込み需要に期待を持てるが、同年4月以降については当該需要に対する反動が大きく出ると考えている。上述の件により、今後2～3か月先の状況は良くなると予想する。
	やや良くなる	一般小売店〔事務用品〕（店員）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要がピークになることから、売上が増加すると想定している。
		一般小売店〔鮮魚〕（従業員）	・食品表示問題に起因する単価の上昇傾向や売上の増加傾向は今後も続くと考えている。また、北陸新幹線開業前までは観光客数の減少が懸念されていたが、当地においては当該客数は減少していないように感じている。上述の件により、今後2～3か月先の状況についてはやや良くなると予想する。ただし、来年4月の消費税率引上げ後の状況については、上述の傾向が続くかどうかは不明である。
		百貨店（営業担当）	・今月は前年同月より客の購買量が増加傾向にあり、また、購買単価についても上昇傾向にあるように感じている。多少ぜいたくをして良いものを購入するという購買行動が出てきており、この傾向が本物であれば、先行きは少し明るいと考える。上述の件により、今後2～3か月先の状況についてはやや良くなると予想する。
		百貨店（営業担当）	・来年4月からの消費税率引上げに伴い、春物商材を来年3月までに購入しようという傾向が客に生じると考えている。上述の件により、今後2～3か月先の状況についてはやや良くなると予想する。
		百貨店（一般顧客訪問担当）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要が見込めることから、今後2～3か月先の状況についてはやや良くなると考えている。ただし、当該税率引上げ後の来年4月以降については、景気が低迷すると想定している。
スーパー（総務担当）	・消費税率引上げ前の来年3月末までは駆け込み需要などが想定され、売上が減少する要因が無いことから、今後2～3か月先の状況についてはやや良くなると予想している。ただし、来年4～6月については、当該税率引上げの影響が売上においても表面化すると想定している。		

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
		家電量販店（店長）	・今月は全体的に客単価が前月より上昇傾向にある。特に、パソコンについては来年4月に代表的なOSの旧バージョンのサポートが終了することにより、買換え客が増加してきている。上述の件により、今後2～3か月先の状況についてはやや良くなると考えている。
		乗用車販売店（役員）	・消費税率引上げに伴う駆け込み需要が一層加熱してくると考えているため、来年3月までは売上は増加する予想している。
		自動車備品販売店（従業員）	・来年の春商戦については、消費税率引上げ前の買換え需要や車検関係の前倒しが想定されており、売上の多少の増加を期待している。
		住関連専門店（店長）	・一時的には、来年4月の消費税率引上げ前の駆け込み需要により、売上は増加すると想定しているが、当該税率引上げ後の状況を懸念している。上述の件により、今後2～3か月先の状況はやや良くなると予想する。
		通信会社（役員）	・来年度に向けて利用者ニーズを先取りする形で当社商材を相当リニューアルする予定であり、また、冬季賞与が増加傾向にあることより、当該状況を契機とした契約件数の増加を期待している。
		通信会社（営業担当）	・学生向け割引の開始に伴い販売量の増加は見込めるが、前年同月比約8割になると想定している。なお、今後2～3か月先の状況については全体としては今月よりやや良くなると予想する。
		通信会社（役員）	・例年加入者が伸びる時期であり、また、12月における契約の推移状況を考慮すると多少高額コースへの契約数の増加が想定されることにより、今後2～3か月先の状況についてはやや良くなると予想している。
変わらない		商店街（代表者）	・今月は例年どおり客への招待セールを行ったが、購買意欲が高くないことから、景気回復は実感できない状況下にある。上述の件により、全体としては今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想する。
		商店街（代表者）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要が期待されるところであるが、当該期待感を抱くことができないほど売上が減少してきている。現時点においては上述のような状況にあることから、消費税率引上げ後の状況を大変懸念している。なお、全体としては今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想する。
		百貨店（売場主任）	・来年4月の消費税率引上げ前までは、しばらく消費は控えめに推移すると想定している。上述の件により、全体としては今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想する。
		スーパー（店長）	・来年4月に消費税率が8%に上げられることにより、同年3月においては駆け込み需要が見込め、売上が増加する要素はある。しかし、最も近隣にある競合店が他店へ変わることを考えると、今後2～3か月先の状況については、売上はプラスマイナスゼロとなり、業況に変化は無いと想定している。
		スーパー（店長）	・11月からの天候不順の影響も一因と考えているが、客の買物動向をみると、必要なものを必要な数だけ購入したり、他の店舗へ買い回りをしたりといった状況下にある。なお、当該状況が変化するとは考えられないことから、今後2～3か月先についても同じ状況が継続すると想定している。
		スーパー（総務担当）	・来年4月の消費税率引上げ後は駆け込み需要の反動に伴い売上の減少が予想されるが、当該税率引上げ前の3月までは、売上が増加傾向にあると考えている。なお、全体としては今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想する。
		コンビニ（経営者）	・現在の状況が良くも悪くも、今後3か月で急激に変化する要因は見当たらない。上述の件により、売上については低迷気味の状態で推移すると考えている。
		衣料品専門店（総括）	・年末商戦の序盤においても売上が今一つ増加していない。なお、衣料品業界においては消費税率引上げ前の駆け込み需要があまり期待できないため、今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予測する。

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）	・来年3月までは消費税率引き上げの影響により駆け込み需要が見込まれるため、今月と同様の傾向が続くと予想する。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・株価の上昇や円安などにより、景気の良い業種が存在すると聞いているが、当業界においては景気の良さを肌で実感することができていない。なお、今後2～3か月先の状況についても当該状況は変わらないと考えている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・売上については、高額品は増加するが、消耗品については減少傾向に推移すると考えている。なお、今後2～3か月先の状況については全体としてはほとんど変わらないと想定している。
		その他専門店〔医薬品〕（総務担当）	・買物動向については、特に食品について顕著であるように値段の安いもの及び買上ポイントを重視しており、複数のドラッグストアを買い回る傾向にある。実際、同一価格であれば、ポイントの高い店で買物をする事により、生活防衛をしているように見受けられる。全体としては、今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想している。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（統括）	・消費税率引き上げ前後の客の購買動向が不透明であるため、今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想している。
		高級レストラン（スタッフ）	・来年の1月及び2月の受注状況については、例年同月より多少減少傾向にある。なお、今後2～3か月先の状況については全体としてはほとんど変わらないと想定している。
		一般レストラン（店長）	・来年4月の消費税率引き上げ前の駆け込み需要とはほとんど関係が無い業種であることから、全体としては今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想している。ただし、当該税率引き上げ後、景気が停滞状態に入ること懸念を抱いている。
		一般レストラン（スタッフ）	・来年4月の消費税率引き上げ前に、電化製品や自動車などの駆け込み需要は発生すると思われるが、単価の安い飲食関連業界においては、客の動向にほとんど変化はみられないと想定している。
		観光型旅館（経営者）	・2月までは予約が順調に入っており、3月についても消費税率引き上げ前の駆け込み予約を想定している。なお、全体としては今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想する。
		観光型旅館（スタッフ）	・来年3月までの予約状況については前年同月比102～108%となっており、当該月を上回っているが、間際受け及びオフシーズンによる地元客の確保が大きなポイントと考えている。なお、全体としては今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・予約状況は今一つであり、今月と同様に苦戦を予想している。
		都市型ホテル（スタッフ）	・前回の消費税率引き上げ時においては駆け込み需要が無かったことから、今後2～3か月先の状況については全体としてはほとんど変わらないと予想している。なお、当該税率引き上げ後における売上の減少が予測できない。
		タクシー運転手	・今月は、忘年会などが集中する金曜日及び土曜日については非常に多忙であったが、日曜日及び平日については大変閑散としていた。なお、今後については、新年会需要などにより上述のような状況が継続された場合、業況に大きな変化は無いと想定している。
		通信会社（職員）	・新規及び解約ともに拮抗状況が続き、現状と特に大きな変化は無く推移すると想定している。
		通信会社（営業担当）	・今月は客からの問い合わせが多少増加傾向にあったことから売上の増加を期待していたが、加入者数及び解約者数ともに3か月前と比べて変動が無かったことにより、景気が良くなる方向性がみえない。
		通信会社（店舗統括）	・売上が大幅に増加する要素は見当たらないことから、全体としては今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想している。
		その他レジャー施設（職員）	・いまだに景気に上向き感が無いが、悪くなった感も無い。全体としては今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想している。

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）	・消費税率引上げを直前にして、しばらくは消費マインドの向上は見込めないことから、全体としては今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想する。
		住宅販売会社（従業員）	・年末は例年客の動きが少ない時期ではあるが、展示場への来場者数及び問い合わせとともに同様の傾向にある。また、他社においては、積極的に広告宣伝をする動きは無く、静観している模様である。なお、今後2～3か月先の状況については全体としてはほとんど変わらないと想定している。
		住宅販売会社（従業員）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要の動きが落ち着いているため、しばらくは売上が低迷することが想定される。なお、今後2～3か月先の状況については、全体としてはほとんど変わらないと予想している。
	やや悪くなる	一般小売店〔書籍〕（従業員）	・来年4月の消費税率の引上げに伴い、売上については一時的に増加するが、その後は買い控えにより購入頻度が減少し、また単価についても低下すると予想している。なお、今後2～3か月先の状況については全体としてはやや悪くなるかと予想している。
		スーパー（統括）	・来年以降、消費税率引上げに向けた買いだめや買い置きが発生することにより、日用雑貨を中心とした単価が一時的に上昇し、買上点数も増加することに伴い、景気が良くなるかと想定しているが、当該状況のしわ寄せが来年4月以降に表面化すると考えている。一方、他の商材の売上については、上述の雑貨を中心とした買い置き可能な商材などに需要が集中するため、減少すると予想している。全体としては、今後2～3か月先の状況についてはやや悪くなるかと想定している。
		コンビニ（経営者）	・常連客の購買動向をみると、これまでよりも値段を重視する傾向がみられる。また、本店のみに存在するものについては本店において購入するが、価格の安いものについては他店において購入する傾向は、今後一層強まると想定している。
		コンビニ（店長）	・年末の前年同月比の売上動向をみると、従来は全体的に約5%割れで推移してきたが、今年の年末については約10%割れに変化してきた。なお、当該要因は、競合店が出店したわけではなく、また、単価は例年とほとんど変わらないことから、純粋に来客数が減少していることに起因していると感じている。今後2～3か月先の状況については、売上が前年同月比約5%程度の割れであれば変わらなく推移すると考えていたが、上述のような状況であることから、やや悪くなるかと想定する。
		コンビニ（店舗管理）	・近隣に競合他社の出店が複数予定されていることから、今後、売上の減少は回避できない状況にあると想定している。
		衣料品専門店（経営者）	・今後、衣料品の駆け込み需要は期待できず、むしろ消費税率引上げが足かせとなることから、大変悲観的に考えている。
		衣料品専門店（経営者）	・前年から今年にかけて北陸新幹線開業特需を実感し、今後も期待する声が多く聞かれるが、来年4月の消費税率引上げに向けて売上は減少すると想定している。なお、当地においては、景気回復は関係が無いと考えている。
		乗用車販売店（従業員）	・天候が悪い日が続いた場合、来客数が減少し、売上にかなり影響すると考えている。上述の件により、今後2～3か月先の状況についてはやや悪くなるかと予想する。
		スナック（経営者）	・来年4月の消費税率の引上げなどにより、客の気持ちが構えてしまい、消費が抑制されることを懸念している。上述の件により、今後2～3か月先の状況についてはあまり期待が持たず、やや悪くなるかと予想している。
		旅行代理店（従業員）	・来年の団体客に関する案件照会が発生していない。また、同年の個人客の状況については、今年の伊勢神宮や出雲大社の遷宮、建て替え完了後の歌舞伎座の開館及び東京スカイツリー開業1周年などのように、話題となる新しいスポットや来年4月の消費税率引上げを打破するようなイベントの開催予定が無い。上述の件により、来年の旅行業界は、一層厳しい状況になると想定している。
		旅行代理店（従業員）	・消費税率引上げやETC割引率の低下などが予定されていることに伴い、当該業界に手控え感がある。上述の件により、今後2～3か月先の状況についてはやや悪くなるかと予想している。

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	
		テーマパーク（職員）	・今後3か月間の予約状況については、海外客はまだ正確な状況は把握できないが引き続き好調に推移すると想定され、一方、国内の団体客については前年同月と比べ大幅に減少傾向にある。上述の件により、当該期間においては今月よりやや悪い状況に推移すると予測している。	
		競輪場（職員）	・今後2～3か月先の状況については、年末のグランプリレース及び年初のグレードレースの開催をピークに、売上が減少していくと想定している。	
		住宅販売会社（経営者）	・今後2～3か月先の状況についてはやや悪くなると予想している。なお、消費税率引上げ後の受注の落ち込みを懸念している。	
	悪くなる	タクシー運転手	・今月は活気があって多忙となったが、2～3か月後は節約志向に戻って悪くなると予想している。	
		住宅販売会社（従業員）	・受注件数の減少もさることながら、円安による資材の高騰に加え、内地材も値上がりしており、しばらくは完工で忙しくなるものの、収益面で足を引っ張ることになる。	
		住宅販売会社（従業員）	・現行の消費税率が適用される請負工事契約の締結時期の影響に伴う駆け込み受注が9月末で終了したことに伴う影響が続くことから、今後2～3か月先の状況については悪くなると予想する。	
企業 動向 関連 (北陸)	良くなる	一般機械器具製造業（総務担当）	・国内においては、「ものづくり中小企業・小規模事業者試作開発等支援補助金」などの効果により受注量が増加している。また、欧米からの受注量についても増加傾向にある。上述の件により、今後2～3か月先の状況については良くなると予想する。	
	やや良くなる	繊維工業（経営者）	・消費税率引上げの影響が懸念されるが、円安による輸出関連の動きや景気回復による国内商材の受注量の増加が期待できることから、今後2～3か月先の状況についてはやや良くなると予想する。	
		繊維工業（経営者）	・円安による受注の国内回帰と輸出額の増加に期待していることから、今後2～3か月先の状況についてはやや良くなると考えている。	
		化学工業（総務担当）	・今後の受注状況については増加が見込まれることから、増産を予定している。	
		プラスチック製品製造業（企画担当）	・消費税率引上げの影響により住宅需要がかなり増加してきており、来年2～3月においては今よりも高い水準になると想定している。	
		精密機械器具製造業（経営者）	・複数の新製品の受注の増加が重なっているため、年明け後は数量ベースで今月より20～30%の増産を計画している。	
		建設業（総務担当）	・過度な受注価格競争は緩和傾向にあるが、技能工の不足により、外注費の上昇及び工期面における影響が一層深刻化すると予想している。なお、今後2～3か月先の状況については全体としてはやや良くなると想定している。	
		輸送業（配車担当）	・円安によるコスト負担が利益を圧迫していることについては問題と認識しているが、来年4月からの消費税率引上げの影響に伴う受注の前倒しにより、今後2～3か月先の状況については、今月より物量の動きは活発になると想定している。また、同様の状況は、同年の5～6月ごろまでは続くと考えている。	
		通信業（営業担当）	・取引先の状況から製造業及び建設業を中心に繁忙期を迎えていることにより、人と金が動いていくと予想している。	
		金融業（融資担当）	・来年4月の消費税率引上げ前の駆け込み需要が増加すると想定されることにより、今後2～3か月先の景気についてはやや良くなると考えている。	
		金融業（融資担当）	・個人消費が力強くなれば、今月よりも更にムードが良くなると考えている。なお、北陸新幹線開業を見据えて投資活動も活発になってきていることから、今後2～3か月先の状況はやや良くなると予想している。	
		変わらない	食料品製造業（役員）	・一般的には需要の増加傾向がみられるが、高額品など頭打ちになっているものも散見されることから、特別な施策を出さない限り、これ以上の需要の増加は難しいと考えている。全体としては今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想する。
			金属製品製造業（経営者）	・今後2～3か月先の受注状況により、業況に変化は無いと想定している。

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
		一般機械器具製造業 (経理担当)	・円安傾向が持続されることから、海外向け受注量及び消費動向に大きな変動は無いと考えている。
		建設業(経営者)	・民間工事の受注がほとんど無く、正月明けは社員に代休の消化や有給休暇を取得させることを考えている。公共工事についても、12月の議会で決定した補正予算はあまり大きくは無く期待できないため、例年のように除雪作業が主な業務になると想定している。全体としては今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想している。
	やや悪くなる	不動産業(経営者)	・個人からの問い合わせが減少傾向にあり、また、今後法人関係者より期待できる話が出てくる様子も無いことから、今後2～3か月先の状況についてはやや悪くなると予想している。
		司法書士	・今月の住宅の新築などは消費税率引上げ前の駆け込み需要であることから、来年以降は反動により需要は減少すると想定している。
		税理士(所長)	・来年4月の消費税率引上げ前の需要の先取りも想定されるが、日本の企業家や消費者が正しく情報を理解することにより景気は悪化しないと考えている。なお、円安に伴う輸入価格の上昇については懸念している。本来は円安により輸出が容易な状況となり、円建て価格は上昇しやすい傾向にあることから、当該状況に伴う利潤が中小企業にも回ってくることから、同企業においても給与の上昇がしやすくなり、良い循環が期待できると考えている。ただし、消費税率が3%から5%へ引上げられた時のような購入の抑制の事態が起きることを懸念しており、今後2～3か月先の状況については、全体としてはやや悪くなると想定している。
	悪くなる	—	—
雇用 関連 (北陸)	良くなる	—	—
	やや良くなる	職業安定所(職員)	・製造業における新規求人数が増加傾向にあることから、雇用情勢の改善が予想される。
		民間職業紹介機関(経営者)	・消費税率引上げ前の駆け込み消費が次第に増加すると考えていることから、一時的ではあるが雇用についても活発化すると想定している。
	変わらない	人材派遣会社(役員)	・景気の回復傾向がみられないため、今後の需要動向については少ない状況にあることから、今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想する。
		人材派遣会社(社員)	・様々な職種において人材の不足感が強まっており、しばらくは厳しい状況が続くと想定している。
		求人情報誌製作会社(編集者)	・正社員の募集が増加するような企業の進出などが見込めないことから、今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想する。
		新聞社[求人広告](役員)	・消費税率引上げによる動向に注視しているが、今後2～3か月先の状況については全体としてはほとんど変わらないと想定している。
		新聞社[求人広告](担当者)	・求人数の増加は鈍っているが比較的高いレベルで安定した状況にあることから、今後の増加状況については不透明であると認識している。上述の件により、今後2～3か月先の状況についてはほとんど変わらないと予想する。
		職業安定所(職員)	・求人数の増加に関しては良い傾向と考えているが、求職者の動きが緩慢であることを懸念している。なお、最近数か月は新規求職者数及び有効求職者数も減少傾向にある。当該影響であるかは不明であるが、就職件数があまり増加していない。今後2～3か月先の状況については全体としてはほとんど変わらないと想定している。
		職業安定所(職員)	・求人数は多少減少傾向にあるが、求職者数も同様の傾向にあることから、求人倍率としては横ばいに推移すると想定している。
やや悪くなる	—	—	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	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	百貨店（企画担当）	・消費税率の引上げまでは、現在の状況に加えて駆け込み需要が予測されるため、売上は好調な推移となる。ただし、時計や宝飾品、特選ブティックなどの高額品売上の増加が現在の好調を支えている部分が大きいため、4月以降の反動減による影響はかなり大きくなる。
		家電量販店（経営者）	・消費税増税前の本格的な駆け込み需要が期待でき、増税前の太陽光発電やリフォーム案件の工事成約にも期待が持てる。
		家電量販店（店長）	・消費税増税の特需により、3月までは高単価商品の販売台数が増えるため、景気は良くなる。ただし、2、3月はメーカーの在庫切れが心配の種である。
		乗用車販売店（経営者）	・消費税率が上がる前に新車を購入する客が多く、一般修理・車検などの予約も好調である。
		乗用車販売店（販売担当）	・消費税増税により駆け込み需要が加速する。4月以降、自動車取得税率は2%下がるが、消費税率は3%上がるため、客はその前に購入を検討する。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税前で、新型車も出るなど、様々な波がきているため、しばらくは景気が良い。
		住関連専門店（店員）	・消費税増税の影響で販売の前倒しが予想される。
		観光型旅館（経営者）	・消費税増税までは好調が続くようである。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・消費税増税による早期購入が見込まれ、イベントも活発になることで購買意欲も高まる。ただし、4月からが不安であり、より一層の努力が必要となる厳しい1年になる。
		一般小売店〔酒〕（社員）	・消費税率が上がる前の駆け込み需要で、売上や来客数は伸びると思われるが、4月以降のダウンは免れない。
		百貨店（売場主任）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込まれる。高額品のみならず、量販品についても、春物、夏物や必需品の先買いの動きが出てくる。取引先も商品の増産や前倒し投入を計画しているところが多い。また、施設自体も全館開業を控えており、今まで以上の集客が期待できる。
		百貨店（売場主任）	・株高などによる資産効果と消費税増税前の駆け込み需要により、3月末までは期待できる。
		百貨店（売場主任）	・3月までは消費税増税前の駆け込み需要が期待できる。ただし、過去の例をみると、消費税率アップの年は5%ぐらいの悪化が見込まれる。
		百貨店（売場主任）	・やはり消費税増税前の駆け込みが影響し、3月は売上が大きく伸びそうな雰囲気を感じる。また、それをねらった施策も計画されている。
		百貨店（企画担当）	・消費税増税に伴って駆け込み需要が増える見込みであり、高額品の動きも良くなる。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税の駆け込み需要の動きが顕著になってくる。
		百貨店（営業担当）	・消費税率が上がる前に、化粧品などの買いだめできる商品の売上が大きく伸びる。
		百貨店（マネージャー）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込める。耐久消費財の家具やインテリア商材が、その影響で好調となる。
		百貨店（服飾品担当）	・消費税増税を前に、客からはプライダル商材などはいつまでに注文すればよいのかといった声が出てきている。特に高額商材については、購入予定のある客に積極的なアプローチをすれば、通常よりも決断が早いと感じられ、この傾向が3月までは続く。
		百貨店（外商担当）	・消費税増税前の3月までは駆け込み需要が続くほか、株高と円安によって好景気となる。
百貨店（売場マネージャー）	・消費税増税前の動きに期待しており、商材についても準備している。高額商品は今の傾向で推移すると思われ、一般消費者にまで購入が広がるかが課題であるが、期待している。		
百貨店（売場マネージャー）	・消費税増税前の大きな駆け込み需要はなさそうであるが、化粧品や保存食品、寝具、宝飾品、家電などで多少の動きは出てくる。		
百貨店（店長）	・アベノミクスの浸透による経済効果が広がる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（商品担当）	・株価が上昇すれば、海外特選ブランドや宝飾品などの高額品を中心に好調となる。消費税率が上がるまでは、この様子が続きそうである。
		百貨店（外商担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が出てくる。
		百貨店（販促担当）	・消費税増税までの期間は、耐久消費財や高額品はもちろん、様々な商品で駆け込み需要が期待できる。3月末までの期間限定ではあるが、まとめ買いなどへの対応の差が、売上の伸びの差につながる。
		百貨店（サービス担当）	・来月からは、消費税増税前の駆け込み需要が本格化することが予想される。高額商材を集めた催事を多数企画し、集客力を高めることで売上を確保する。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要も含めて、上向き傾向となるはずであるが、現状をみる限り、明確に好転の判断をするのは難しい。確かに一部の層を含め、上向きの動きがあることは確かであるが、それが全体に浸透していないのが現状である。
		スーパー（店長）	・ちょうど消費税増税前の駆け込み時期となるため、消費の拡大が見込める。高額品はもちろん、心理的な影響を考慮すれば、直前には消耗品でさえも瞬間的に売上増となる。
		スーパー（企画担当）	・消費税率引上げ前の駆け込み需要が見込まれる。
		スーパー（社員）	・おせち料理など的高額商品を中心に、例年よりも年末商材の動きが良く、客の消費意欲は確実に高まっている。消費税増税の影響が心配であるが、今の動きをみれば、消費への影響も最小限にとどまる。
		スーパー（企画）	・3月に駆け込み需要が一時的に出てくるものの、4月以降は単価や来客数に反動減の影響が出る。
		コンビニ（経営者）	・コーヒーマシンの導入に伴い、更にファストフードやデザート類の売上が伸びることが期待され、客単価が押し上げられる。
		衣料品専門店（経営者）	・日中、日韓関係が良くないため、団体の観光客が激減している一方、人数的には多くないが、中国、韓国からの個人観光客は確実に増えている。特に、ドラッグストアや家電量販店以外で日本製品を買い求める客が増えているため、4月以降、外国人観光客に対する免税が拡大されると景気が良くなる。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・高額なスーツに興味を持つ客が増えている。
		家電量販店（企画担当）	・来年4月までの駆け込み需要のほか、2015年3月のデジアナ変換サービスの終了に伴い、4Kテレビが売れ始めている。
		乗用車販売店（経営者）	・4月までは消費税増税前の駆け込み需要があるが、4月以降は反落する。
		乗用車販売店（経営者）	・来年は消費税増税前の駆け込み需要もあり、多くの商談がまとまっている。数か月先までは消費が刺激され堅調な推移となるが、4月以降の落ち込みが怖い。
		乗用車販売店（販売担当）	・新型車の登録が増えており、消費税増税の駆け込み需要にも多少は期待できる。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税率が上がる前に、購入に踏み切る客が増える。
		乗用車販売店（営業企画）	・3月までの需要は安定するが、4月以降の反動は大きいと予想される。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・周りの環境は、少しであるが良くなっているように感じる。4月からの消費税率の上昇も決まり、消費者はせめても自己防衛策として、必要であれば早めの購入に動く。
		その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が一部で発生する。
		その他飲食〔コーヒーショップ〕（店長）	・年末のボーナスが前年よりも増えているとの報道が多く聞かれる。足元でその実感はないが、景気回復に向かう期待はある。
		その他飲食〔ファーストフード〕（店員）	・今後2～3か月は、消費税率引上げ直前の駆け込み需要で売上の増加が見込める。

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
		都市型ホテル（スタッフ）	・宿泊部門では、リニューアルに伴ってインターネットでの客室単価を上げたところ、稼働率も上昇する結果となった。4月からの消費税増税を見据えて、今から単価を上げる動きもあるように、増税後の値上げは難しい。一方、宴会部門では会議利用の減少が続いているが、一般宴会は例年どおりの開催が見込まれる。食堂部門は、季節商品の予約が好調であるため、売上増を見込んでいる。
		タクシー運転手	・企業関係のタクシー予約などが増加傾向にあり、営業回りの予約が増加している。
		タクシー運転手	・今年は冷え込みもあり、寒い日には近距離でも乗る客が多い。寒さが続く限り、タクシーの利用は増える。
		通信会社（社員）	・現在の加入獲得は、ほかのインターネット事業者からの乗換えが8割以上を占める状態になっており、新規獲得が望めない。今後は4Kテレビ対応など、新たなニーズにこたえる必要がある。
		通信会社（企画担当）	・アーケードゲームの良さが見直されつつある。
		ゴルフ場（支配人）	・今月の来客数や3月以降の予約数を考慮すると、緩やかではあるが景気は良くなる。
		その他サービス〔保険代理店〕（経営者）	・厳密には今とあまり変わらないものの、半年後に向けて業績や景気、株価は踊り場となり、その状況のなかで景気回復のトレンドが生まれてくる。
		その他サービス〔生命保険〕（営業担当）	・景気の先行きに対する期待感が高まっているため、生命保険の加入を検討する客は増える。
		住宅販売会社（従業員）	・企業業績の回復が徐々に進んできており、向こう3か月はこの流れの継続が期待できる。
		住宅販売会社（総務担当）	・消費税増税の駆け込み需要と、その後の落ち込みを考慮しても、販売量は前年を上回る。
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔不動産仲介〕（経営者）	・消費税増税の駆け込み需要があるため、一時的に消費は増加する。
	変わらない	商店街（代表者）	・主にオーバーストアや少子化による競合状態が続くなど、良くなる要因がない。
		一般小売店〔花〕（経営者）	・消費税増税を控えて、ほかの業種は売上が伸びる一方、生花などの生鮮品は例年どおり動きがないと予想される。
		一般小売店〔珈琲〕（経営者）	・消費税増税までの駆け込み需要のしわ寄せが、買い回り品に出てくる。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・いよいよ消費税増税の時期となるので心配である。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・今の状況をみていると、景気が回復している状況ではない。
		一般小売店〔野菜〕（店長）	・良くなっているのは大手企業ばかりで、我々のような小さい企業が良くなるのは、かなり後になる。
		一般小売店〔自転車〕（店長）	・ガソリン価格の上昇が進んでおり、様々な仕入価格の上昇にもつながるため、消費を抑える傾向となる。
		百貨店（売場主任）	・更なる国内景気の押し上げが必要であり、例えば宝くじも1等が7億円ではなく、1億円の数を増やすなどの対策が求められる。
		百貨店（商品担当）	・消費税増税前の駆け込み需要は限定的で、大きな動きにはならない。駆け込み需要と買い控えを合算すると、マイナスになる可能性が高い。
		スーパー（経営者）	・景気回復の兆しは全く感じられない。
		スーパー（経営者）	・生鮮品の相場高は、輸入品が多い関係で今後も続くと考えられる。また、3月は消費税増税前の駆け込み需要で大きく売上が伸びるが、その後の落ち込みは景気動向や4月以降の賃上げにかかっており、厳しい状況が予想される。
		スーパー（店長）	・消費税増税の駆け込み需要はあるが、その後の反動減も必ずある。前はそこから回復するまでに半年ほどかかった。今回はそれほどではなくても、数か月は読めない状況になる。
		スーパー（店長）	・好調に推移している商材は、消費税増税前の駆け込み需要と思われる、白物家電を中心とした大型家電のみである。ほかの商材に好調の兆しはない。
		スーパー（店長）	・4月から更に悪くなる。
		スーパー（経理担当）	・いよいよ、消費税増税の本番を迎え、本格的な駆け込み需要と増税後の落ち込みが予想される。食品に関しては大きな波はないと思われるが、節約志向が強まる恐れがある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（広報担当）	・消費税増税前の駆け込み需要によるプラスは、その反動によるマイナスで相殺される。
		スーパー（販売担当）	・客の買物動向をみていると、広告初日の商品やポイント何倍といった特典のある店をうまく買い回り、安い値段の商品だけをかごに入れて、すぐにレジに並ぶ動きが見受けられる。
		スーパー（開発担当）	・消費税率が上がるため、駆け込み需要が増えるが、4月からはその反動で消費が減ってくる。
		コンビニ（経営者）	・近隣のマンション建設から1年半となり、平日の夜や土日の利用が定着した。売上も以前に比べると10%強増えており、今後も5%程度伸びる見込みである。
		コンビニ（店長）	・消費税の増税までは、特に良くも悪くもならない。客の様子や販売量、来客数にも、特に変化は感じられない。
		コンビニ（店員）	・景気が上昇する期待は薄く、横ばい状態が続く。
		住関連専門店（店長）	・若干はぜいたくをするようになって、年金問題などの将来不安をあおるニュースが後を絶たないのが現状である。日々の接客から、客の経済に対する不信感、慎重さは変わっていないと感じる。
		その他専門店〔宝石〕（経営者）	・二極化がますます進むと思われるため、景気の良さを感じる客の定着化を急がなければ、来年の4月以降は更に差が出る。
		その他専門店〔宝飾品〕（販売担当）	・宝飾品の購入についてはマスコミなどによるキャンペーンなどもなく、消費者にとっての優先順位は不動産や自動車ほど高くない。
		一般レストラン（経営者）	・一般消費財については、消費税増税を見越した駆け込み需要も見込まれるが、飲食については期待できず、現状の状況が続く。
		一般レストラン（店員）	・客単価は変わっておらず、今後も変動要因が見当たらない。
		スナック（経営者）	・今月は12月であったため良かったが、1、2月は予想がつかない。
		観光型ホテル（経営者）	・世の中の景気は良くなっているといわれているが、売上は前年よりも5%ほど減少しており、大きな期待を持つことは難しい。
		観光型ホテル（経営者）	・今後も、ここ数年間の来客数に比べると若干増えると予想されるものの、極端な閑散日への対策が必要となる。
		観光型旅館（経営者）	・天候にも影響される状況であり、来客数が増える見込みは大きくないが、景気回復の兆しが見受けられるため、客の購買力は伸びる。
		観光型旅館（団体役員）	・全地域で滞在時間の延長など、消費単価の上昇に向けた努力をしているが、目立った動きはみられない。
		都市型ホテル（支配人）	・消費税増税、最低賃金の引上げ、原材料の値上げ、輸入品の円安による高騰などにより、期待しているほど景気は良くなるらない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・法人客からは、仕入価格の上昇分を販売価格に転嫁できていないという声が多い。さらに、消費税増税による影響を考慮すると、設備投資などの攻めの行動に移れないといった声が多く聞かれる。
		都市型ホテル（総務担当）	・宿泊の予約件数は、今月と同様に前年よりも5%程度多いため、好調を維持できる。
		都市型ホテル（マネージャー）	・客室部門は外国人観光客の増加が見込めるなど、堅調な推移が予想される。宴会部門は消費税増税前の法人需要にやや期待が持てるが、あくまでも一時的なものであり、需要の増加が継続するとは思えない。
		都市型ホテル（客室担当）	・消費税増税以降は不透明なところが多分にあるが、4月までは悪くなる要素が思い当たらない。
		旅行代理店（経営者）	・国内旅行は、関東のテーマパークや伊勢神宮、出雲大社が引っ張っていたが、この後の目玉がない。海外旅行も、円安の影響で価格が大きく上がってくる。この2つをクリアできるぐらいに景況感が良くならなければ、株高だけでは不安がある。
		旅行代理店（店長）	・先行きは良くなるという見方と、良くならないという見方に別れるが、良くならないと思っている人は多い。
		通信会社（経営者）	・地方にまで景気回復の動きが及ぶかどうかは不透明である。
		通信会社（企画担当）	・状況が変わる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
		テーマパーク（職員）	・消費税増税の影響が想像できないので何ともいえない。個人的には、プラス面よりもマイナス面の影響が大きいように感じられる。
		観光名所（経理担当）	・これから閑散期に入るが、情報発信やイベントの開催により、前年比110%という今年度の好調を維持していきたい。
		観光名所（経理担当）	・今年は例年降る雪もみられず、強い寒さもなく、天候条件としては良かったが、数店舗が改装に入っているためか、来客数も売上も芳しくない。やはり施設全体の店舗が営業できない影響は大きい。ただし、このような事情を考慮したとしても、あまり活気がないなど、景気浮揚効果の気配はまだ感じられない。
		遊園地（経営者）	・日本経済全体では景気回復傾向にあるが、客単価など個々の客の様子をみる限り、個人消費への明確な影響は出ていない。
		パチンコ店（店員）	・周囲では、特に景気が良くなる話も出ていない。
		競艇場（職員）	・来場者数が減少傾向にあるなかで、単価の回復はボーナスなどで所得が増加した影響と思われ、今後2～3か月で元に戻る。
		その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・プロ野球のシーズン前の時期であるが、コンサートや展示・販売関係のイベントが予定されており、昨年並みの観客を期待している。
		その他レジャー施設 〔飲食・物販系滞在型施設〕（企画担当）	・消費税率アップまでの間は現状と大差ないと思われるが、今のところ4月以降はマイナス要因の方が大きいと感じられる。
		美容室（経営者）	・今は静観の時で、いろいろな手を打っても効果がない。ミニバブルが起きれば波に乗れるかもしれないが、年金は減額となることが多いので、年配客が多い当店では来店サイクルが伸びている。
		その他サービス〔マッサージ〕（スタッフ）	・オイルマッサージで服を脱ぐため、毎年冬になると来客数が減少する。
		その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当）	・今月もオープンした新しい超大型店舗が、どれだけ客の支持を得られるかに左右されるが、今後の出店戦略に期待したい。
		住宅販売会社（従業員）	・来年3月までに引渡し可能な新築マンションは、消費税増税の駆け込み需要も予想されるなど、好調な状況が続く。
		やや悪くなる	
一般小売店〔花〕（店長）	・来年度の消費税増税での駆け込み需要で、花の購入も多少は増えているが、今後は客の財布のひもが固くなる。		
スーパー（経営者）	・毎年1～3月にかけては非常に売行きが悪くなるが、来年は今年よりも更に悪くなりそうである。		
スーパー（店長）	・2、3月は消費税増税前の駆け込み需要に期待が持てるが、増税後は購買意欲が一気に下がるほか、社会保障制度などへの不安も高まり、景気は下降する。衣料品の不振が続けば利益への影響も大きく、建て直しには梅雨が早く終わり、夏が暑くなることを期待するしかない。		
コンビニ（広告担当）	・来年からの消費税増税や値上げなど、良くなる要素が少ない。その分、収入増になれば変わるが、まだまだ変わらない。		
コンビニ（店員）	・客単価が低下しつつあり、客との会話のなかでも、節約という言葉聞く機会が増えている。		
衣料品専門店（販売担当）	・消費税増税前の駆け込みで商品を購入する客が数人みられる。これから先は増税前の駆け込みが続く一方、増税後は買い控える客が増える。		
その他小売〔インターネット通販〕（企画担当）	・低所得者を中心に、消費を抑える傾向が強まる。		
高級レストラン（スタッフ）	・年が明けると、客の動きが例年落ち着いてしまう。		
高級レストラン（支配人）	・来客数は3か月前と変わっていないが、販売量の増加で客単価がかなり上昇している。ただし、今後維持できる要素がなく、期待はできない。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		一般レストラン（経営者）	・年末ということで、ボーナスや会社の補助もあって、単価や来客数は上向いているが、年始からは状況が変わる。特に、個人客は消費税増税の対策などで、飲食ではなく物販関連の消費を増やす。	
		一般レストラン（スタッフ）	・夏から秋の天候不順による、食料品全般の価格上昇が影響してくると思われる。特に、関西地区は価格に対する意識が高いため、日常の消費が抑えられる。	
		一般レストラン（経理担当）	・消費税増税の直前となり、ますます耐久消費財への需要が高まる分、交際費の予算や一般的な外食支出は抑えられる。	
		観光型ホテル（経営者）	・特に大きなイベントもなく、閑散期であることや、消費税増税への不安もあって、景気は悪くなる。	
		旅行代理店（広報担当）	・消費税増税までのカウントダウンが始まり、耐久消費財などにお金が流れるため、不要不急の買物は後回しとなる。	
		タクシー運転手	・毎年、京都では1、2月は客足が遠のく。	
		競輪場（職員）	・先月に比べると、やや良くなっている。株価上昇や円安により、景気回復とはいかないが、やや持ち直している。ただし、好調業種だけを相手にしているわけではないので、大幅な回復にはならないほか、増税や物価上昇によって落ち込む懸念もあるため、今後はやや悪くなる。	
		住宅販売会社（経営者）	・3月末までは、現状のまま推移すると思われるが、消費税増税後はいったん冷え込む。	
		住宅販売会社（経営者）	・建築業界の駆け込み需要が、新築物件については明らかに目減りしている。引き続き改修工事のニーズはあるが、新築については今後どうなるのかが大変不安である。	
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・来年4月の消費税増税後の動きが全く読めない。注文住宅市場では住宅展示場の客の動きがピタッと止まっている。	
		その他住宅〔情報誌〕（編集者）	・不動産価格の上昇が来年以降の発売物件では表面化してくるため、販売状況が鈍化することが予測される。特に、建設コストの上昇が顕著であり、来年以降の発売価格には不安が大きい。	
		悪くなる	一般小売店〔衣服〕（経営者）	・この春も、景気は東高西低の傾向が続くそうである。春の消費税率アップをどう乗り越えるか、スタッフ全員で2週間に1回は集まり、検討を続けている。
			一般小売店〔貴金属製品〕（従業員）	・消費税率が上がるため、消費者が身構えている。
			一般小売店〔衣服〕（経営者）	・店頭販売よりも、インターネットでの販売が増えている。しかし、インターネットでの販売は利益がほとんど見込めず、むしろ在庫を確保しなければならない分、かなり厳しい。消費税増税前の駆け込み需要も、当店では高額品の販売がほとんどないことから、期待は全くできない。仮に数か月後、景気が上向いたとしても、小さな町の小売店には恩恵が全くないように感じる。
			衣料品専門店（経営者）	・今後悪くなっていくことが目にみえている。消費税率が上がる前の駆け込み需要はあるものの、今はプレセールを含めて悪い状況が続いている。
一般レストラン（経営者）	・消費税増税に伴い、消費者の財布のひもはますます固くなる。客からは、東京の景気は良いが、大阪はなかなか厳しいという声をよく聞く。			
住宅販売会社（経営者）	・建築コストの上昇は今も続いているが、来年度は住宅設備機器（キッチンや浴室、サッシ、フロー材など）の大幅な値上げが確定しているため、分譲住宅の販売は激減すると予想される。			
企業動向関連 (近畿)	良くなる		化学工業（管理担当）	・米国の景気回復により、円安と株高が進む。
		広告代理店（営業担当）	・年始からの福袋や初売バーゲン、消費税率アップに向けての駆け込み需要が予測されるので、4月までは良い。	
	やや良くなる	食料品製造業（従業員）	・消費税増税が迫っており、食品関係は増税の直前に駆け込み需要が増える。一方、円安が進み、原料価格が高騰することは覚悟しているが、製品への価格転換は遠い先の話となる。仮需要があるのは間違いのないものの、その後が不安である。	
		食料品製造業（営業担当）	・4月からの消費税増税に伴い、3月までは需要が伸びる。	
		食料品製造業（経理担当）	・デフレ脱却の傾向がみられるが、今後もその動きが継続するかどうか、低単価品を扱っている企業は不安である。	
		繊維工業（団体職員）	・国内景気の上向き感が報道されるなか、多少であるが法人需要は良くなっているように感じられる。	

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	
		家具及び木材木製品製造業（営業担当）	・配達が追いつかず、残業になることが多くなってきている。	
		木材木製品製造業（経営者）	・新規事業が伸びてくることで、売上、利益共に増加する。	
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・消費税率が上がる前の仮需が予想されるため、やや良くなるが、4月以降は悪くなる。	
		出版・印刷・同関連産業（情報企画担当）	・消費税率のアップによる駆け込み需要の影響が考えられるが、国の景気対策によって好調が持続することを願っている。一方、医療業界では、デジタル化によるインターネットでの情報公開やデータベース化が継続して進んでおり、今後も景気に左右されることなく持続していく。	
		プラスチック製品製造業（経営者）	・引き合いの数が3か月前より倍増しているほか、案件が多岐にわたっているなど需要に厚みがある。	
		金属製品製造業（経営者）	・アベノミクス効果が浸透してくる。	
		金属製品製造業（営業担当）	・自動車関連の取引先からは、年度末にかけて増産するので、発注量が増えると聞かされている。	
		電気機械器具製造業（経営者）	・アベノミクスの影響か、取引先の姿勢が前向きになってきている。	
		電気機械器具製造業（企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が予想される。	
		電気機械器具製造業（営業担当）	・年度末で仕事が少し増えるぐらいである。	
		その他製造業〔履物〕（団体職員）	・4月からの消費税率アップ前の駆け込み需要に期待している。	
		その他製造業〔事務用品〕（営業担当）	・新学期に向けて新商品が発売されることもあり、少しずつ売上が増えてくる。	
		建設業（経営者）	・顧客への年末のヒアリングや問い合わせなどでの感触から、しばらくは今の傾向が続くと予想される。ただし、再生可能エネルギーに関しては、平成27年度以降は買取価格の優遇期間の終了による落ち込みが懸念される。	
		輸送業（営業担当）	・ライバルの大手運送会社が、西日本での取扱量を制限することになり、恐らくほとんどの荷物は当社に来ることが見込まれる。	
		輸送業（営業担当）	・消費税増税前に家具を購入する客が増える。	
		金融業〔投資運用業〕（代表）	・消費税増税前の駆け込み需要が企業業績を押し上げる。	
		経営コンサルタント	・取引先の社長たちは、政府による円安誘導や助成金交付の影響で良くなっていると認識している。消費税率が引上げられるまでは、駆け込み需要も含めて景気は良くなる。	
		その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・円安で日本の製品が買いやすくなっていることで、海外の船舶会社からの注文が多くなっていく。	
		変わらない	化学工業（経営者）	・取引先との会話でも消費税増税の話がよく出ており、3月末までは今の動きが続く。
			化学工業（企画担当）	・例年の傾向ではあるが、年末に向けて食品の消費量が増え、販売量が伸びている。昨年と異なる点といえば、クリスマス商材などで質の良い、比較的高級な商材が好まれる傾向が感じられる。
窯業・土石製品製造業（経営者）	・安倍政権になって雰囲気が良くなっているように感じるが、当社の実績には変化がない。			
一般機械器具製造業（経営者）	・今後数か月では現在の停滞した状況は変わらない。			
一般機械器具製造業（設計担当）	・全体的に期待感はあるが、中小企業の業況に反映されるまでには時間がかかりそうである。			
電気機械器具製造業（経営者）	・今は国内と海外の景気が同じような水準にある。国内外からの引き合いが増えているため、今後期待できるが、電機業界の低価格競争は更に厳しくなっており、企業側の苦勞も大変である。この市場環境では人件費の上昇は無理だと感じるが、先行きを注視している。			
電気機械器具製造業（営業担当）	・3月までは売上も増えるが、4、5月の引き合いはない。			
電気機械器具製造業（宣伝担当）	・消費税率アップ前の駆け込み需要は見込まれるが、4月以降の冷え込みも予想されるなど、需要の先食い感が否めない。			
建設業（経営者）	・4月の消費税増税に向けて小規模工事の需要は増えるが、人手不足や資材の高騰を考えると、採算が厳しくなると予想される。			

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		
		建設業（経営者）	・現在の仕事量が4月以降も続くかどうかは不透明である。東北の本格復旧や東京オリンピック関連工事による建設資材や工賃の上昇も予想が立たない。		
		金融業（営業担当）	・大手企業については景気が上昇傾向といわれているが、地元の中小企業はまだまだ厳しい状態にある。受注は少し増加傾向となっているが、単価が厳しい。		
		不動産業（営業担当）	・神戸から企業が撤退していく動きが続いており、事務所や社宅のニーズも減っている。賃貸マンションや貸事務所の相場も下がっている状況で、この傾向は今後も続く。		
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・読者数が若干ながら増えているほか、折込件数も増えており、景気が上向いている感覚はある。ただし、12月だけのことであり、1月の様子もみなければ何ともいえない。		
		広告代理店（営業担当）	・ここ3か月ぐらいの状況をみていると、売上も前年並みで推移しており、安定的な増加はみられない。		
		広告代理店（営業担当）	・今年度中は大きな変化がなさそうである。		
		司法書士	・今月は30年以上続いていた会社の解散や、長く続いた商店の廃業があった。現状は良いとはいえないものの、少しは案件がある。今後については、2～3か月の期間で大きな変化があるとは思えない。		
		コピーサービス業（店長）	・消費税増税に伴い、価格改正などの印刷物が増加する可能性があり、しばらくは好調な動きとなる。		
		その他サービス〔自動車修理〕（経営者）	・アベノミクスの効果はまだ感じられない。		
		その他サービス業〔店舗開発〕（従業員）	・住宅や自動車、大型家電の購入予定がある人については、消費税率アップ前の駆け込み購入が見込まれるが、そのほかの人は通常と変わらない消費が続く。		
		その他サービス業〔ビルメンテナンス〕（営業担当）	・4月以降の消費税増税の影響が、どのような形で表れるかが分からない。		
		その他非製造業〔電気業〕（営業担当）	・経済状況の見通しが見つからない。		
		やや悪くなる		繊維工業（総務担当）	・消費税率のアップによる影響について、前倒しでの販売が増えるか、更に節約が進むかで、販売に影響が出る。小売店による商品確保が減っているため、売上予測が難しい状況であり、前年比で10%以上の減少となる可能性もある。
				電気機械器具製造業（経理担当）	・関係者による業界の予測が悲観的である。
輸送用機械器具製造業（経理担当）	・海外物件の受注が伸び悩んでいるほか、国内での大型受注も見込めない。				
輸送業（商品管理担当）	・毎月の給料は上がらないなかで、ボーナスは減っている。その一方、物価は上がっているため、景気は良くない。				
悪くなる		繊維工業（総務担当）	・中国の自社工場や協力工場から輸入しているソックスやタイツの仕入コストが、一段の円安の影響で更に上昇すると予想される。		
雇用 関連 (近畿)	良くなる	人材派遣会社（支店長）	・3月までは良くなる。		
	やや良くなる	人材派遣会社（経営者）	・すべての業種にわたって採用に前向きな姿勢がみられ、人材派遣の依頼も出ているが、人手不足が否めない。		
		人材派遣会社（支店長）	・有効求人倍率が米国の大型金融機関の破たん前までの水準に戻ってきているほか、消費税増税前の駆け込み需要が出てくることから、良くなると見込んでいる。		
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・新聞の広告量については、消費税増税前の駆け込み需要を考えれば、多少は上向きになる。		
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・年明け以降、関西地場企業の動きが活発になりそうである。特に、不動産、流通、旅行関連が好調となる。		
		職業安定所（職員）	・円安や株高が進行するなど、経済状況の好転が続くと思われるため、雇用についてもプラスの影響が続く。		
		職業安定所（職員）	・今後も消費税増税に伴う、建築関係、家電関係の駆け込み需要が期待される。		
		民間職業紹介機関（大学担当）	・消費税率のアップによる影響が気になるが、3月までは採用者数は伸びていく。		
	変わらない	アウトソーシング企業（社員）	・求人があっても、年齢や経験といった求職者の条件が合わない。		
		アウトソーシング企業（営業担当）	・増えている事務職の採用についても、有期雇用が前提であり、可処分所得がものすごく増えるわけではないため、景気への影響は軽微にとどまる。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		求人情報誌製作会社 (企画担当)	・2、3か月の短期間で良くなるとは思えない。あと1年程度で実感が出てくると予想される。
		新聞社 [求人広告] (管理担当)	・日本全体としては輸出関連の大企業が経済をけん引しており、良くなっているようだが、内需中心の中小企業が中心の関西では、求人の伸びも勢いを失っており、現状を何とか維持しているのが実情である。
		新聞社 [求人広告] (営業担当)	・景気を反映した求人が増えているような実感はない。消費税率アップを目前に控えた動きが注目される。
		職業安定所 (職員)	・新規求人数はしばらく増加傾向で推移しそうであるが、消費税増税の駆け込み需要のピークは過ぎたほか、国内での設備投資も活発ではないため、今以上に状況が好転するかどうかは不透明である。
		職業安定所 (職員)	・来年4月の消費税増税後は、求人や雇用面に影響が出てくることを心配している。
		民間職業紹介機関 (職員)	・若い建設労働者の流入などがあれば、日雇い求人数はまだまだ伸びていくが、それもないため、現場では頭打ち感が否めない。
		民間職業紹介機関 (営業担当)	・短期的には大きく変わらない。
		学校 [大学] (就職担当)	・医療関係は慢性的な求人難であるが、特段の変化は起こりそうにない。
	やや悪くなる	人材派遣会社 (営業担当)	・来年度の前算案をみても、家計の負担が軽減する材料は少ない。消費税増税もあり、景気の落ち込みが懸念される。
		職業安定所 (職員)	・アンケートを行うと、40%の企業は、やや悪いという回答である。
悪くなる	—	—	

8. 中国 (地域別調査機関：公益社団法人中国地方総合研究センター)

(－：回答が存在しない、○：主だった回答等が存在しない)

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
家計 動向 関連 (中国)	良くなる	百貨店 (営業担当)	・消費税増税の影響で、4～5月納品の商品が2～3月に前倒しで納品され、催事もあわせて前倒しするので、年明けの売上はかなり伸びる。
		百貨店 (営業担当)	・消費税増税前に高額商品の売上が伸びる。
		家電量販店 (店長)	・消費税増税前の駆け込み需要で、年末から年度末まで、大型商品や高単価商品の動きが活発になる。住宅購入に伴う家電品の需要も高まる。
		乗用車販売店 (業務担当)	・消費税増税前の駆け込み需要が見込まれる。
		乗用車販売店 (営業担当)	・客のボーナスは前年より良かったようで、消費税増税前の駆け込み需要が見込める。
		乗用車販売店 (営業担当)	・消費税増税前の駆け込み需要が予想される。
		一般レストラン (外食事業担当)	・消費税増税前の新年会、歓送迎会の需要を期待している。
		その他飲食 [サービスエリア内レストラン] (支配人)	・消費税増税前の駆け込み需要が期待できる。現状でもその傾向がみられる。
	やや良くなる	商店街 (代表者)	・商店街の店主や客と会話しても、景気は良くなってきていると感じる。
		商店街 (代表者)	・消費税増税前の駆け込み需要が期待できる。
		百貨店 (営業担当)	・消費税増税前の3月までは、駆け込み需要が期待できる。雑貨、衣料品関係には大きな伸びは期待できないが、美術品、宝飾品等の高額商品は大きく伸びる。
		百貨店 (販売促進担当)	・正月、冬季セール、バレンタインデーなどの大型商戦がスタートする。年が明ければ、月を追うごとに消費税増税前の駆け込み需要が強まる。絨毯、宝飾品、フォーマル服等への仕掛けを強めれば、3月までは消費が大きく上向く。
		スーパー (店長)	・消費税増税前の駆け込み需要が見込める。
		スーパー (店長)	・個人所得が増加し、消費税増税までは客単価が上昇する。
		スーパー (店長)	・消費税増税前の駆け込み需要が期待される一方、その後が心配である。
		スーパー (店長)	・前年より売上は伸びてきており、消費税増税前の駆け込み需要も期待できる。
		スーパー (営業システム担当)	・当社売上の前年比をみると、6月から増加傾向にある。

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
		コンビニ（エリア担当）	・たばこなどは消費税増税前の駆け込み需要が期待できるが、他の商品はあまり変わらない。
		衣料品専門店（地域ブロック長）	・消費税増税前の駆け込み需要を見込んでいる。
		家電量販店（店長）	・客は消費税増税に敏感で、決算月である3月には新生活需要も高まるため、現在よりも来客数は増加し、客単価は上昇する。
		家電量販店（企画担当）	・消費税増税前の3月末までは好調である。
		乗用車販売店（統括）	・年明けからは、消費税増税前の駆け込み需要が予想される。
		乗用車販売店（総務担当）	・新商品の問い合わせが好調である。当社は、例年より年度末決算時の商品状況に恵まれているため、やや良くなる。
		自動車備品販売店（経営者）	・希望的観測を込めて、好景気の恩恵を受けにくい当業界にも、そろそろ好景気がやって来て欲しい。
		住関連専門店（営業担当）	・来客数が相当伸びている店舗があり、景気は上向く。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・年末年始は長期休暇を取る人が増加し、来客数の増加を見込めるが、物販への消費動向は鈍く、レジャー関連やサービス関連への移行を予想する。また2～3月は消費税増税前の駆け込み需要で、家電関連や耐久消費財の動向が顕著に上昇する。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（運営担当）	・今年の年末年始は曜日まわりも良く、消費税増税前の年末年始ということで、消費者の購買意欲の高まりに期待する。
		観光型ホテル（支配人）	・ホテル業界では、消費税増税前の駆け込み需要は期待できないが、企業活動が活発になれば売上増を見込める。また、交際費の制度改正にも期待できる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・前年に比べて、早くから新年会や春の送別会の予約が入っており、好調である。
		都市型ホテル（企画担当）	・団体の先行受注などを踏まえ、個人客の動きも今より活発になると見込んでいる。間接的な波及効果として、消費税増税前の駆け込み需要にも、少し期待している。
		旅行代理店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要は重要である。
		通信会社（企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要で、購買数や契約数は増加する。
		通信会社（工事担当）	・需要期を迎える。
		通信会社（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要があり、短期的に良くなる。増税後は企業の雇用面の改善がどの程度進むかによる。
		ゴルフ場（営業担当）	・政府の取組によっては、今後、需要が拡大する可能性を秘めている。少しは上向きになる。
	変わらない	商店街（代表者）	・まだ地方都市では、客からは景気が良くなるような雰囲気を感じられない。
		商店街（理事）	・景気が良くなるからではなく、消費税増税の影響で商品の動きが出てくる。
		商店街（代表者）	・消費税増税前の駆け込み需要に期待しているが、その後は心配である。
		商店街（代表者）	・消費税増税の影響で、客の買い控えは続く。
		商店街（代表者）	・今後2～3か月先までは、消費税増税前の駆け込み需要により、景気は良い方向で推移する。
		一般小売店〔印章〕（経営者）	・近隣にオープンした遊技施設に、あまり客は入っておらず、ゆとりを持って金を使うほど景気は回復しない。
		一般小売店〔食品〕（経営者）	・客が特売商品を中心に購入する傾向に変化はなく、景気が回復する気配はない。
		百貨店（営業担当）	・景気が良くなりつつあると言われながら、アパレルは低迷が続いており、上向き兆しもみられない。客の購買意欲が他に向いているとしか思えない。年明けのセールに期待したい。
		百貨店（売場担当）	・食料品の動きがやや悪く、デイリーユースの店舗では価格指向が強く、苦戦が続く。
		百貨店（購買担当）	・消費税増税前ということで、宝石、美術品などの高額商品は動くが、衣料品関係に対する厳しい客の目に変化はない。
		百貨店（売場担当）	・地域経済の地盤沈下は進んでいくと思われるが、商店街は一体となり懸命に集客に取り組んでいる。双方が相殺されて、全体としては変化はない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・競合店の影響を判断できない。
		スーパー（総務担当）	・天候等の影響で生鮮品の価格が安定しないため、1～2か月は売上の伸び悩み状態が続く。
		スーパー（業務開発担当）	・競合店との価格競争が激化する。客単価は上昇せず、客の節約傾向は変わらない。
		スーパー（財務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要は期待できるものの、客の節約は続く。
		スーパー（管理担当）	・消費税増税の影響が予測できない。
		スーパー（販売担当）	・地方ではアベノミクスによる景気回復が感じられず、景気が良くなる要素も見当たらない。
		コンビニ（エリア担当）	・工事の増加により、来客数と売上は増加するが、急激な伸びは考えられない。
		コンビニ（エリア担当）	・消費税増税を控えており、単価の高い商品の動きが悪い。
		コンビニ（副地域ブロック長）	・直近1年をみても、来客数が前年をクリアした月がない。
		家電量販店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要に期待する。
		家電量販店（販売担当）	・決算月、消費税増税前など、良い要因があるので、現状は維持する。
		乗用車販売店（店長）	・来客数と販売量は、現状よりも大幅に良くなることはないが、現状は維持する。
		その他専門店〔和菓子〕（経営者）	・増減する要因がない。
		その他専門店〔海産物〕（経営者）	・初詣を含めて、客が多い状態が続く。
		その他専門店〔ファッション雑貨〕（従業員）	・消費税増税に備えて、日用品以外では、買い控えが懸念される。
		高級レストラン（スタッフ）	・個人利用の予約状況は前年並みであるが、企業利用は低迷が続く。
		一般レストラン（経営者）	・現在の状態が続く。
		一般レストラン（店長）	・ボーナスで一時的に財布のひもが緩んでいる部分はあるが、通常はまだ期待ができない。また、景気回復を実感している客もいる一方、サービス業関係など、あまり影響を受けない客も依然としている。
		旅行代理店（経営者）	・年明けからは、消費税増税の心理的な影響を受け、客は旅行どころではなくなる。
		タクシー運転手	・全体としては、横ばい状態が続く。客の動きがこれ以上増える雰囲気はない。
		タクシー運転手	・消費税増税の影響はあまり受けないが、天候で売上の上下がある。
		タクシー運転手	・9月ごろからの流れが変わらない。
		通信会社（社員）	・販売量は変わらないが、パソコンを買い換えたため設定を知りたいとの客からの問い合わせが、以前より増えている。
		通信会社（総務担当）	・販売数は増加傾向にない。
		通信会社（広報担当）	・アベノミクス効果が、まだ中国地方の消費者まで届いていない。直接、消費者の賃金が上がるまでできていない。
		テーマパーク（管理担当）	・業種によっては消費税増税前の駆け込み需要があるが、当業界には影響がない。
		テーマパーク（業務担当）	・年度末の忙しい季節になり、また、正月休みが過ぎれば連休等のまとまった休みもなく、人の動きも少なくなるため、当業界にとっては、大きな景気回復は見込めない。
		美容室（経営者）	・12月は来客数、売上ともに伸びる月であるが、今年はそうでもないため、今後が不安である。
		美容室（経営者）	・仕事は増えているが、利益が増加するわけではなく、客が金を使う環境は整っていない。もっと遊べる機会があれば美容院にも来てもらえるかもしれない。
		その他サービス〔介護サービス〕（介護サービス担当）	・ここ1年以上、身のまわりで景気の変化がなかったことから、2～3か月で景気が変わるとは考えにくい。
		設計事務所（経営者）	・4月までの受注消化に追われる。
		設計事務所（経営者）	・消費税増税による影響が心配である。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		設計事務所（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要はなくなるものの、現在引き合いのある物件は、ほとんど増税後の計画である。建築費の高騰と人手不足が不安材料としてあるが、他には大きな変動要因が見当たらない。
		住宅販売会社（従業員）	・4月の消費税増税までは、しばらく落ち着いた感じが続く。
		住宅販売会社（営業担当）	・変動要因が特に見当たらない。
		住宅販売会社（販売担当）	・景気回復につながる賃上げがなければ、現状から大きな変化は見込めない。
	やや悪くなる	一般小売店〔茶〕（経営者）	・アベノミクス効果も、地方に波及するには、まだまだ時間がかかる。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・都会では景気の良い話が聞かれるかもしれないが、地方には全く関係がない。今後の消費税増税で、さらに冷え込む可能性がある。
		スーパー（販売担当）	・富裕層と貧困層の格差が、以前にも増して鮮明になっている。これは買い求める商品のグレードや価格に反映されており、小売業界にとっては好ましい傾向ではない。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税後には、高価な商品の売行きが鈍る。
		衣料品専門店（経営者）	・消費税増税による将来への不安で、貯蓄を崩したくないという声を客から聞く。原材料価格の値上げや消費税がゆくゆくは10%になることもあり、小売店はますます厳しくなる。
		乗用車販売店（営業担当）	・消費税増税後の動向が気になる。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・消費税増税が4月から実施されるが、地方ではアベノミクス効果がほとんどないので、消費が落ちるのではないかと心配である。
		一般レストラン（経営者）	・生活防衛として、実質の出費を抑える傾向にある。
		都市型ホテル（企画担当）	・4月からの消費税増税に伴い、宿泊部門は変わらないが、レストラン部門に関しては落ち込む。
		都市型ホテル（総支配人）	・閑散期に入り、利用客が減少する。
		通信会社（通信事業担当）	・新規加入案件よりも、解約が多い月がずっと続いていて、良くない状態から抜け出せない。
		テーマパーク（営業担当）	・消費税増税への対応で値上げを余儀なくされ、売上にも大きく影響する。
		競艇場（職員）	・今月ほど売上が見込めるレースの開催が、しばらくの間ない。
		美容室（経営者）	・消費税増税の影響で、消費の冷え込みがある。
		設計事務所（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要が一段落し、建築工事は、建材の値上げや職人不足の影響で、少し様子見の状況となる。
		悪くなる	百貨店（営業推進担当）
自動車備品販売店（経営者）	・閑散期に入るので厳しい。		
その他専門店〔時計〕（経営者）	・このまま景気が停滞しては経営が成り立たないし、地方では消費税増税前の駆け込み需要も期待できない。		
観光型ホテル（スタッフ）	・秋の行楽シーズンまでは、今までにないほどの忙しきであったが、12月に入ってから、年末年始の空室も出てきている。急激な変化に、今後の不安を少し感じている。		
企業動向関連	良くなる	輸送用機械器具製造業（経営者）	・自動車関係、住宅関係の動きが大きくなり、年度末に向かって忙しくなる。
		不動産業（総務担当）	・賃貸物件の需要時期に入るため、来客数、成約件数は増加する。
(中国)	やや良くなる	繊維工業（統括担当）	・消費税増税前の駆け込み需要があり、景気は上向く。
		木材木製品製造業（経理担当）	・3月までは消費税増税前の駆け込み需要があり、景気は上向く。
		化学工業（経営者）	・取引先の生産計画が増産に転じ、受注量が増加基調にある。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・鉄鋼向け工事案件、焼却場の工事案件の生産を見込んでおり、現状より生産水準は上昇する。
		鉄鋼業（総務担当）	・消費税増税に伴う駆け込み需要を見込んでいる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		電気機械器具製造業（総務担当）	・設備投資の話題で持ち切りになっているが、設備投資には今後の需要の読みが重要で、取引先と互いに、腹を探り合う状態である。しかし、確実に前向きな思考である。
		輸送業（業務担当）	・消費税増税に向け、取扱量の増加を見込む。
		輸送業（支店長）	・通信販売関係の荷動きが好調で、生活スタイルの変化によって電子商取引の受注が増える。高い水準で荷動きが持続する。
		金融業（自動車担当）	・自動車業界は、現状程度の為替水準が続く限り、輸出の好調が継続し、増収増益基調が続く。
		金融業（貸付担当）	・年度末に向けて資金需要はさらに増加する。賃上げ報道も今後多くなってくると思われるが、所得増加の雰囲気消費増加につながるようであれば、景気はさらに良くなる。
		コピーサービス業（管理担当）	・消費税増税前の予算付け案件が出てきている。
	変わらない	農林水産業（従業者）	・水揚げは、不漁な状況が今後も続く。
		食料品製造業（総務担当）	・消費税増税前後の商品の動きは予想できない。
		鉄鋼業（総務担当）	・自動車、建築関係の好調が継続する見込みで、引き続き、需給はタイトな環境が継続する。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・円安のプラス要因はあるが、国内外でエネルギーコストの上昇等がある。地金・為替相場は安定状況にあり、大きな変動はない。
		金属製品製造業（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要についても、工事を伴う設備関連の受注は、これ以上増えない。原材料価格についても、良い情報も悪い情報も共に無く、現状のまま推移する。
		電気機械器具製造業（総務担当）	・新年度に向けて納品が継続するものの、その先が不透明である。
		輸送用機械器具製造業（経営企画担当）	・人気製品向け部品の受注数量は高止まりで、新製品の好調とあいまって、好調さを維持する。
		輸送用機械器具製造業（財務担当）	・仕事量は増加していく見込みであるが、原材料価格高騰や販売単価下落等、収益悪化となる要素もあるため、景気は変わらずに推移する。
		建設業（経営者）	・最悪の状態からは抜け出したが、年度末以降には不安が残る。
		輸送業（総務担当）	・客から良い情報が得られない。
		通信業（営業企画担当）	・ボーナス時期にもかかわらず、前年に比べて、個人消費に関する話題が少ない。
		通信業（営業担当）	・マスコミ等は、アベノミクス効果で、上場企業の景気は良いと報道するが、SOHO市場では消費税増税を控えて、景気回復基調にあるとは見受けられない。
		広告代理店（営業担当）	・受注量及びクライアント情報からすると、2月は少し停滞し、3月からは増加傾向で推移するが、現状とあまり変わらない。
		会計事務所（職員）	・中小零細企業では、給与・ボーナスは大企業ほど増加しておらず、ほとんどの事業所の賃金水準は前年とあまり変わっていない。消費動向が上向きになることは期待薄である。
やや悪くなる	その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・消費税増税や原油価格上昇等、コストアップ要因が目白押しとなっており、円安も加速している。	
悪くなる	食料品製造業（総務担当）	・原材料費の高騰、販売価格の下落、消費税増税など、悪い要因が多々ある。	
	一般機械器具製造業（総務担当）	・受注量や販売量の動きが悪い。	
	建設業（総務担当）	・2～3か月先までは、現在の職人不足や建設資材価格の高騰は継続する。	
雇用関連 (中国)	良くなる	—	—
	やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・求人数の増加を感じている。雇用の創出が社会全体の景気回復につながればと思う。
		求人情報誌製作会社（広告担当）	・人事担当者と話をする、年度末までは消費税増税前の駆け込み需要により、企業の採用活動は積極的であるとの印象を持つ。
		求人情報誌製作会社（採用支援担当）	・引き続き、企業の採用意欲はおう盛で、しばらくは広告の出稿依頼が増え続ける。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・有効求人倍率から、雇用情勢は持ち直しの動きが続いている。また、消費税増税前の駆け込み需要が見込める。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・正社員の新規求人数が増加傾向にある。

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
	変わらない	職業安定所（雇用開発担当）	・2014年3月卒業者に対する求人は、前年に比べて伸び率は下がったものの、着実に求人申込がある。
		民間職業紹介機関（職員）	・米国経済の安定、円安による輸出企業の好調、株価の右肩上がりなど、好材料がたくさんある。
		その他雇用の動向を把握できる者〔労働機関〕（職員）	・来春の新規高卒求人は、製造業、医療・福祉、卸売・小売業、サービス業で増加が目立ち、ほとんどの業種が増加したことから、全体では前年同月比で2割増となり、新卒労働市場に明るさがみられる。
		人材派遣会社（社員）	・全体的な景気は上向いているが、4月の賃上げ等で既存社員の人件費の割合が増えるため、新規雇用には至らない企業が多い。
		人材派遣会社（支社長）	・年末年始のセール対応を終え、販売員の需要はいったん落ち着いている。例年と比較して、セール後の大きな落ち込みはなく、堅調に推移していく。
		新聞社〔求人広告〕（担当者）	・人手が足りない業種と人を削りたい業種、景気の波に乗る業種と波に乗れない業種が、くっきりと色分けされ始めている。当地は中小企業が多いだけに、全体の景気動向が段々つかみにくくなっている。
		職業安定所（産業雇用情報担当）	・建設業は公共工事の増加によって求人を増やしているが、他業種には目立った動きがみられないので、求人数にあまり変化はない。
		学校〔短期大学〕（学生支援担当）	・特に変化する要因が見当たらない。
	やや悪くなる	—	—
	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	スーパー（店長）	・消費税増税のインパクトが大きく、3月は良くなるとみている。逆に4月以降はマイナスに転じるとみている。
	やや良くなる	商店街（事務局長）	・消費税増税前の駆け込み需要は一部の高額品に限定されており、全体では慎重な消費態度がみられる。株価や大手企業の賃金は上昇しており、年明け以降は消費行動の改善を期待したい。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要に期待している。
		百貨店（営業推進）	・消費税増税前の駆け込み需要で、宝飾など的高額品の動きが活発になっている。
		スーパー（財務担当）	・売上は消費税増税前の3月までは前年比プラスが続く。4月以降は節約志向と駆け込み需要の反動で若干下落するとみている。
		コンビニ（店長）	・店の周辺では、解体工事、宅地造成、新築やリフォームなどが活発で、来客数も増加している。
		乗用車販売店（従業員）	・新型車の販売開始、消費税増税前の駆け込み需要等で3月末まで売上は堅調に推移するとみている。
		乗用車販売店（従業員）	・駆け込み需要の勢いが3月まで続く見通し。しかし、ハイブリッド車の生産が需要に追い付かないため、3月末までに受注車全体の登録が完了できない。結果として苦しい状況は変わらない。
		乗用車販売店（営業担当）	・現状の動きは駆け込み需要によるものであって、4月以降は激減する事が目に見えている。
		住関連専門店（経営者）	・耐久消費財については、消費税増税前の駆け込み需要があるという期待感を持っている。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（支配人）	・2月、3月は消費税増税前の駆け込み需要が見込まれる。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（副支配人）	・消費税増税前の駆け込み需要に若干期待しているが、それ以上に4月以降の反動減を懸念している。
		旅行代理店（支店長）	・4月からの消費税増税の影響で、旅行申込の駆け込み需要が大いに期待できる。
		通信会社（営業担当）	・新生活シーズンとなる今後数か月間は例年需要が増加する。
通信会社（企画）	・客の状況もここ半年ほど良好であり、景気はやや良くなるとみている。		

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
	変わらない	競艇場（職員）	・1月、2月、3月と本場での開催が多く生まれ、場外も記念レース・SGレースの発売があり、売上増を期待している。
		商店街（代表者）	・忘新年会の予約状況は前年と変わらず、まだ地方では景気回復の兆しを感じられない。
		商店街（代表者）	・3年目を迎えた「とくしまマルシェ」や「マチアソビ」等のイベントは、中心街に2万から5万人（県外客も含む）を集めるまでになった。今後は、開催期間中のさらに幅広い回遊性と期間外の対応についてどうすべきかが課題になっている。
		一般小売店〔文具店〕（経営者）	・景気回復が地方に波及するには、まだ時間がかかるとみている。
		一般小売店〔乾物〕（店員）	・4月の消費税増税前の駆け込み需要が期待されるが、それ以降は売上低下が懸念される。
		百貨店（総務担当）	・景気回復や株価上昇が報じられているが、消費税増税を控えているため、現状では良い悪いの判断ができない。
		スーパー（企画担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が始まり、売上に貢献するとみるが、それは景気よくなる動きではない。増税後の反動減も懸念される。前回の増税時も年間で2～3%の売上減少が発生している。
		コンビニ（総務）	・景気や消費は天候や気温等にも左右されるが、景気が上向きになってきているという実感はなく、また消費も目に見えて伸びていない。
		衣料品専門店（経営者）	・1月は1年で一番大きなバーゲン月となる。年末の動きをみる限り期待感はある。
		衣料品専門店（総務担当）	・消費税増税前の一時的な駆け込み需要があると考えているが、その後はそれ以上に売上は落ち込むと考えている。
	家電量販店（店員）	・消費税増税前の駆け込み需要で現状維持するとみている。	
	乗用車販売店（役員）	・賞与支給と消費税増税を控え、販売面は上向くとみている。ただし、車種によっては3月末までの登録ができないことが気掛かりである。	
	観光型旅館（経営者）	・観光面では、関東地区や京都、大阪、九州などは外国人客も多いが、四国は取り残されている状況にある。四国内でも道後温泉は一定数の観光客を確保できているものの、四国全体では依然厳しい状況が続くとみている。	
	都市型ホテル（経営者）	・消費税増税までは今の状態が続くとみている。それ以降の展望は難しいと考える。	
	タクシー運転手	・忘年会等の回数が少なくなっており、タクシー業界には痛手である。消費動向としては量販店の安価な商品に消費者が引き寄せられているように見受けられる。	
	ゴルフ場（従業員）	・予約状況、客単価ともに、12月と変わらない。	
	美容室（経営者）	・新しい動きはない。	
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・百貨店では4月の消費税増税を目前に、高額商品については、かなり先取りで売れている。一方、商店街の店舗では一般商品、消耗品を含めて、高価な商品を扱っているところが少なく影響はない。今後は買い控えのほうが強くなって、ますます消費者の財布のひもが固くなっていくとみている。
		一般小売店〔生花〕（経営者）	・例年、年末に物が動いて、年明けは暇になるが、今年は年末の人出が少なかったため、年明けに良くなるとは考え難い。
		一般小売店〔菓子〕（総務担当）	・消費税増税前後で消費の波があり、消費は一時的に厳しくなるとみている。
スーパー（統括担当）		・消費税増税前の駆け込み需要はあるとみているが、可処分所得が減っていることから、景気は後退していきだろう。	
コンビニ（店長）		・当店で、年末関連商品が堅調に推移したこととライフサイクルの需要にうまく対応出来たため、12月の売上は堅調であった。1月以降はまだ状況が読めないが、消費税増税前の特需に動き出すと、コンビニやスーパー等の小売業界は頭打ちになるのではないかと不安。	
乗用車販売店（従業員）		・消費税増税後は新車販売台数が減少するとともに、車検対象台数の減少傾向にあり、サービス売上も減少が予想される。小幅な車体課税減税では売上減少をカバーすることは出来ない。	
その他専門店〔酒〕（経営者）		・今月はクリスマス用品や年末ギフトで大変にぎわっている。しかし、2、3か月先は消費税増税で今より少し売行きが悪くなるとみている。	

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
		タクシー運転手	・例年12月は繁忙期であるのに、客足は鈍い。年明けはさらに厳しくなり、2月、3月はお遍路は少なく、街もまた静かになり、今後に期待感を持てる材料もない。
		美容室（経営者）	・顧客は来店時期を年末に合わせているので、年明けは閑散期に入る。今年は消費税増税直前でなおさら財布のひもが固くなるとみている。
		設計事務所（所長）	・建設費の高騰が続くと、景気上昇機運も失速してしまう。
	悪くなる	一般小売店〔酒〕（販売担当）	・清酒の値上げと消費税増税を控え、消費者の財布のひもはますます固くなるだろう。地方は不景気、不況から脱していない。
企業 動向 関連 (四国)	良くなる	食料品製造業（商品統括）	・自動車など輸出業に有利な円安を好感しており、今後も円安が伸長・継続すると感じる。
	やや良くなる	一般機械器具製造業（経理担当）	・受注・商談状況から、国内海外ともに景気は堅調に推移するものとみている
		食料品製造業（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要、原材料の高騰で製品価格が上昇すると、デフレ脱却に向けて進むと推測する。
		繊維工業（経営者）	・景気回復基調はしばらく続くものとする。
		電気機械器具製造業（経理）	・翌四半期の受注（見込含む）量に微増傾向が窺える。
		建設業（経営者）	・1月から年度末までを納期とする業務が予定通り完工すれば、新たな業務の受注が可能となる。
		輸送業（経営者）	・国の借金を考えると、期待感だけでは景気動向を判断できない。
		輸送業（支店長）	・消費税増税前の駆け込み需要を期待している。
		通信業（部長）	・12月期は若干受注量も増え、冬春商戦も本番を迎えるため良くなる見込み。
		金融業（融資担当）	・株価も緩やかに上昇しており、一過性でない景気回復基調が感じられる。
		広告代理店（経営者）	・地方経済の実態は依然として厳しいが、今後消費税増税前の販促広告が期待できる。最近になって得意先より販促広告の復活あるいは新規案件等が少し増えてきている。
	変わらない	鉄鋼業（総務部長）	・造船業界の2014年問題は回避できる見通しから受注増加が若干期待できるが、受注単価は底値が続いており景気上昇感はない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・太陽光発電関連商材の受注は徐々に減少傾向にある。足元の工事は順調に進んでいるが、次が読めない。競争相手も増えており、太陽光発電機器の市場自体が一巡したのではないかと考える。
		建設会社（経理担当）	・受注量は若干増加傾向にあるが、資材価格上昇や、仮設材や職人の不足により、材料費や労務費も増えている。
建設業（経営者）		・人手不足や材料費の高値が続いている。	
輸送業（営業）		・消費税増税を前に、一部の食品等を除き、増産が見込まれるため、2～3月は取扱物量がやや上向くとみている。しかしながら、長引く景気低迷により多くの企業は設備投資を控えており、慢性的な車輛不足や運転者不足から、自社で捌ける物量には限度がある。そのような環境の中では案件をすべて受託する事が難しく、大幅な増収に繋がる事はないとみている。	
やや悪くなる		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・1、2月は1年間で一番落ち込む時期であり、売上が12月に比べて下落するのはやむを得ないと考えている。
	悪くなる	不動産業（経営者）	・3か月先は消費税増税が目前に迫っており、不動産市場は冷え込むとみている。
雇用 関連 (四国)	良くなる	求人情報誌製作会社（従業員）	・例年、年明けとともに求人数が増加する。
	やや良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・消費税増税前の駆け込み需要が一時的に景気を押し上げる。ただし、円安株高の恩恵は全く感じられないのでその反動が厳しいとみている。
		人材派遣会社（営業）	・消費税増税の影響などもあり、業種によってはより一層の人手不足が予想される。慢性的な人手不足（スキルのある求職者の不足）を解消できれば、更に景気は上がると考える。
		人材派遣会社（営業担当）	・消費税増税は気になるが、求人が全般に増えている。製造業も増加傾向にある。
	人材派遣会社（営業担当）	・首都圏を発端とした景況感向上の波が地方まで届くには、まだ時間が掛かると考えている。また自動車関連や工作機械等の製造業集積が希薄なため、恩恵も軽微と考える。	

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
		求人情報誌（営業）	・新卒採用を中心に人員確保に動いている地元企業が増えてきている。
		職業安定所（職員）	・月間有効求人倍率が、前月比0.07ポイント上昇、前年同月比0.19ポイント上昇している。
	変わらない	職業安定所（職員）	・雇用労働者の労働条件が改善されなければ、現況に変化は起こらないと感じている。
		民間職業紹介機関（所長）	・冬の賞与が例年と比較してアップしている報道も多く見られるが、私の担当している企業、法人では、そのような声は聞こえてこない。
		学校〔大学〕（就職担当）	・消費税増税を前にして、足踏み状態となると考える。
	やや悪くなる	職業安定所（職員）	・4月の消費税増税を控え、求人に慎重な姿勢がみられる。
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	百貨店（営業統括）	・来年4月の消費税増税前の駆け込み需要がピークを迎える可能性が高い。
		コンビニ（販売促進担当）	・消費税増税前までは、このまま消費の拡大が進むとみている。全体的に販売数量、売上の前年比も上昇傾向にある。
		衣料品専門店（総務担当）	・3月は間違いなく消費税増税前の駆け込み需要が発生するため、売上は前年比を大きく上回ると考えられる。
		家電量販店（店員）	・12月は前年をかなり上回る実績が出た。かなり景気が良くなってきているのを実感する数字が上がった。また消費税増税を控え、駆け込み需要も見込まれるので、景気がかなり良くなってくる。
	やや良くなる	商店街（代表者）	・小売店や飲食店関係でサービスを提供しやすい時期になる。新入卒、就職時期に関連した商品の販売店では来客数が増えていく。
		商店街（代表者）	・消費税増税前の駆け込み需要に期待している。
		商店街（代表者）	・消費税増税前の駆け込み需要で、新年早々から若干上向く。しかし、4月以降、かなり落ち込むと心配している。
		商店街（代表者）	消費税増税前の駆け込み需要で、3月までは景気が上向くと想定される。
		百貨店（企画）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込まれる。
		百貨店（売場担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が当然発生してくる。近隣の百貨店が2月末に閉店するので、3月は多少当店に客が流れてくると予想される。今のところ、客の消費マインドに対してマイナスイメージはない。宝飾美術関係については相変わらず購買意欲が高い。
		百貨店（営業政策担当）	・当社でも顕著だった時計・宝飾等の高額品の売行きは、先月くらいからやや一服感が出始めた。当月も昨年実績プラスながら、10月までのような2けたプラスまではみられない。ただし、消費税増税前の2月後半から3月にかけては、駆け込み需要が想定される。
		スーパー（経営者）	・消費税増税前の駆け込み需要がある。
		スーパー（店長）	・昨年末、今年のお盆と比較して人出が増えている。実際の販売額の問題は残るものの、来店客の表情が以前に比べるとずいぶん明るくなっている。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要が高まる。衣料品や住居関連の売上が上がる。競合店次第では、3か月先も今と変わらない状況と見込まれる。
		スーパー（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要があり、一時的に上向くと考えられる。
		スーパー（総務担当）	・3月までは耐久消費財等を中心に消費税増税前の駆け込み需要が高まる。また、それを見越した小売全体の仕掛けも活発となり消費者の購買意欲も強くなる。
		スーパー（業務担当）	・消費税増税については、販売側よりも客の方が意識が高い。耐久消費材や高単価商品の価格動向に関する問い合わせも若干増加傾向にあるので、一定の駆け込み需要が期待できる。
		家電量販店（店員）	・消費税増税前の駆け込み需要が見込まれる。12月の年末商戦時期に、前倒しで需要が発生すると思われたがあまりなかった。その分1、2月にずれ込んでくる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		家電量販店（総務担当）	・間違いなく消費税増税前の駆け込み需要があると予想している。
		家電量販店（広報・IR担当）	・消費税増税前の駆け込み需要で、やや良くなる。
		家電量販店（従業員）	・消費税増税前に買換えを考えている人が多い。
		乗用車販売店（従業員）	・消費税増税を控え、年明けから3月までは客の動きが良くなる。
		乗用車販売店（総務担当）	・消費税増税前の駆け込み需要がピークを迎え、新車販売台数を押し上げる。
		自動車備品販売店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要がある。
		その他小売の動向を把握できる者〔ショッピングセンター〕（統括者）	・ここ2、3か月は消費税の駆け込み需要がある。
		その他小売〔ショッピングセンター〕（広報担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が発生する。食品や消耗雑貨など日持ちする商品群を中心に買だめが増える。また、入学や就職による新生活前でもあり、4月に購入予定の物が2～3月に前倒しで購入され、逆に4月以降の消費の冷え込みが予想される。
		都市型ホテル（副支配人）	・例年通り、団体については2、3月の予約が入っており、単価も非常に高いところで止まっている。
		旅行代理店（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要なのか、春休みを中心に3月の予約が順調である。
		タクシー運転手	・3月までは今のまま良い状態でいく。
		ゴルフ場（従業員）	・年明けの予約状況も非常に良く、週末の入場者数がかかなり良くなってきた。単価も上向き傾向であり、ここ半年ぐらいいは良い。
		競輪場（職員）	・売上が段々と上がってきており、少なくとも年度末まではこの状況が続く。
		住宅販売会社（従業員）	・9月末の消費税増税の経過措置終了に伴う駆け込み需要の反動も一段落して、年明けからは新税率適用客が増えてくる。
		住宅販売会社（代表）	・消費税増税前までは良い状況が続く。4月の消費税増税後は、次の8%から10%への消費税増税に伴う駆け込み需要が発生すると予想される。それ以降はかなり不透明である。
変わらない		商店街（代表者）	・物品販売の厳しい状態が続いている。
		商店街（代表者）	・株価上昇の恩恵を受けるのは、お金に余裕がある人だけである。年金受給者は、年金が減少していて生活防衛に非常に苦慮している。商店街の客はそのような人が中心であるため、あまり良い方向に動いていかない。
		商店街（代表者）	・来客の様子や商店街の経営者の表情は去年と比べれば明るさが戻りつつある。商店街一丸となって、来街者が増加するようにイベントを実行する。
		一般小売店〔鮮魚〕（店員）	・全く売れる気配がしない。売れそうな材料もない。
		百貨店（営業担当）	・最盛期に入り寒波も来たが、婦人・紳士衣料が苦戦した。また、全店催事・クレジット催事も苦戦した。クリスマス、ボーナス商戦では、消費税増税を控え、高額の時計や宝飾は自家需要により依然好調であったもののアクセサリは苦戦している。また、商品券の受注は減少したが、金額がアップしているお歳暮ギフトは商品券への切替えもみられる。
		百貨店（業務担当）	・処分期に販売量が増えても売上高は目減りする。また、処分期の期間が短くなるなか、買いが強くなることは期待できない。消費税増税を控え、現段階で客は慎重に見極めている感がある。
		百貨店（店舗事業計画部）	・消費税増税前の駆け込み需要と直後の反動減で、差し引きマイナスと見込む。年末時点では駆け込み需要の動きはまだみられず、高額品の動きは通常の年末年始に近い。
		スーパー（店長）	・1月は、客数や客単価の伸びがほとんどない状況で、消費税増税前で買い控えも発生する。
		スーパー（総務担当）	・買上単価は、大きく変動しておらず、競合店舗に対抗した集客施策で競り合っている場合を除き、客数にも変化はあまりない。そのため、今後も大きく変化するとは考えていない。消費税増税まで、現状のまま推移すると考える。

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
		スーパー（経理担当）	・消費税増税を控え、3月は酒などの長期保存ができる商品が一時的に売れる可能性がある。しかし、生鮮食品を始めとする賞味期限の短い商品はそれほどの影響がない。
		コンビニ（店長）	・消費税増税前の好景気が続く。
		衣料品専門店（店長）	・消費税増税前の駆け込み需要もみられず、落ち着いている。
		衣料品専門店（店長）	・アベノミクスの効果は地域へ波及していない。11月から1月半ばまで、毎週金曜日にイベントを開催しているが、来客は少なく効果は出ていない。
		衣料品専門店（店員）	・一部の客以外は、堅実な買い方をしている。客との会話でも景気の良い話は聞かない。
		衣料品専門店（取締役）	・3月は消費税増税を控え、宣伝活動にあおられて物が動くかもしれないが、売上が上がったとしても景気が上向くほどではない。
		住関連専門店（経営者）	・4月の消費税増税前の駆け込み需要は期待できる反面、地域の景気回復はまだ感じられないので、先行きは不透明である。
		住関連専門店（店長）	・消費税増税が小売業の売上にどう影響するのか、不安が大きい。消費税増税前の駆け込み需要も思ったほどは伸びていない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・顧客からは、冬期の賞与支給状況が昨年並み、あるいは昨年より厳しく、消費よりも預貯金に回りそうだとの声を聞いた。寒波による燃料油販売やカーケア商品の販売増に期待したい。
		その他専門店〔書籍〕（代表）	・多少上向いてきているが、消費税増税が控えているので、本格的な景気回復とはいかない。
		その他小売の動向を把握できる者〔土産卸売〕（従業員）	・7～12月まで前年比5%増で、毎月売上が増えていた。今後も同じペースで売上が伸びる明確な根拠がないため、現在と変わらないとした。
		高級レストラン（支配人）	・予約状況をみる限り変化はない。
		一般レストラン（経営者）	・消費税増税や食品表示問題もある程度落ち着きを見せるなか、賃金上昇が促されれば消費拡大に繋がる。客のニーズに合っている店舗であれば業績は良くなる。
		居酒屋（経営者）	・東京や大阪などの都市部は良いようなので期待はしたいが、地方の鹿児島までは、まだその波は来ない。
		観光型ホテル（専務）	・景気が良くなる要素が見当たらない。
		都市型ホテル（販売担当）	・消費税増税によるシステム変更、チラシ表示などの変更があり、経費がかさむ。今後もあまり変化はない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・4月以降の宴会等法人関係の予約状況はほぼ昨年並みではある。しかし、個人消費部分のレストラン及び宿泊部門に消費税増税の影響がどのように出るのか不安である。
		都市型ホテル（総支配人）	・ホテル関係の宿泊・宴会動向の良い案件が少なく、売上増加が見込めない。
		旅行代理店（企画）	・大きく変化する要素は見当たらない。
		タクシー運転手	・これから先は不確定要素が非常に多い。今のところ株価が回復傾向であり、消費税増税前の駆け込み需要もあるが、その後はいくらか悪くなる可能性がある。
		タクシー運転手	・例年1、2月は寒くて人が動かないので、タクシー利用も少ないと見込む。
		タクシー運転手	・客の話では、消費税増税や税金関係で良い話が聞かれない。
		通信会社（企画担当）	・景気浮揚のきっかけが想定できず、販売量の低調が続く。
		通信会社（総務局）	・現状において景気回復による好影響は期待できない。
		通信会社（業務担当）	・1月は年始需要で月半ばまでは売上も上がるが、下半期は通常の来客数に戻り、販売台数は先月同様伸びないと予想される。
		ゴルフ場（支配人）	・景気動向の影響よりも、天候に左右されるところが大きい。
		美容室（経営者）	・3月は春になり少しずつ明るい兆しが出てくるので、景気は若干上向きになってくる。しかし、4月に消費税が上がると、相当な落ち込みがある。
		美容室（店長）	・美容室では消費税増税前の駆け込み需要はないため、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
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・年末年始行事や行楽等でかなり出費している。さらに、卒業、入学、就職を控えてかなり財布のひもが厳しくなる。
		商店街（代表者）	・商店街では高額な商品を扱う店舗は少なく、消費税増税前の駆け込み需要は見込めない。さらに、増税後の4月以降は消費マインドが落ち込むため不安である。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・今年夏以降から、客単価が下がり、消費税増税への準備をしているようであった。増税以降、消費者が落ち着くまでは、そこそこ厳しい状況が続く。
		一般小売店〔茶〕（販売・事務）	・消費税増税を控え、売上は減少していく。消費者が増税に慣れることに期待しつつ、買いやすい金額での販売を心がける。
		百貨店（総務担当）	・消費税増税の影響が不確定である。経験から言うとやや厳しい。
		百貨店（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要が起こるとみているので、多少は上がる。前回の3%から5%の増税時よりも需要はかなり低いと見込むが、2、3月で駆け込み需要をとっていかないと非常に厳しい状況に陥る。
		百貨店（営業担当）	・1月初商いの福袋の予約状況が前年を下回っている。消費税増税を控え宮崎の景気は現状より悪くなると予測する。
		コンビニ（エリア担当）	・3か月後の公共料金の値上げや物価上昇を考えると、厳しさがさらに増してくる。
		その他専門店〔コーヒー豆〕（経営者）	・例年のことだが、12月の年末商戦でコーヒーが出回った後の1月ということで、当然買い控えも起こる。また、12月購入分を消費するまでの1、2か月間は売上が下がる。
		その他専門店〔書籍〕（地区支配人）	・消費税増税の問題は避けて通れない。過去の増税の時も売上が下がっている。良くなる気配はない。
		高級レストラン（経営者）	・1月の予約状況をみると少しずつ動きがある。今までずっと悪いと回答していたが、少し向上したのでやや悪くなると回答した。
		高級レストラン（専務）	・年が明け、消費税増税に向けて世の中が動いている。当店では、客が少ないうえに、材料代がどんどん上がっているため、価格を上げるか悩んでいる。外食は家計に響くので、ますますマイナス方向にいく。
		通信会社（販売部）	・例年の傾向からやや悪くなる。新商品が出そろい、現段階で販売数が落ち込んできており、需要が落ち着いた感がある。
		競馬場（職員）	・来場者数、販売金額ともに前年を下回る傾向が続いている。
		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）	・当社の顧客の中心である高齢者層にとっては、消費税増税など負担増のみが重くのしかかることとなるため、支出を控えることが懸念される。
		その他サービスの動向を把握できる者〔フィットネスクラブ〕（営業）	・消費税増税を控え、やや悪くなると考える。
		設計事務所（所長）	・我々の仕事は3か月から半年後に結果が出る仕事である。現在新規の仕事は少ないため、現況より悪くなると判断している。
		設計事務所（代表）	・消費税増税を控え、やや悪くなる。
		住宅販売会社（従業員）	・アベノミクスによる株価の上昇、円高の解消によって、会社や輸出産業等の景気は良くなったという判断になっている。しかし、一般に消費者の給料は上がっていないし、デフレ状態である。今後の経済対策に期待しているが、今の安倍政権のやり方は地に足がついてない。また、国際社会で孤立する可能性もあるので景気はまた悪くなる。
		悪くなる	スーパー（店長）
企業動向関連 (九州)	良くなる	○	○
	やや良くなる	食料品製造業（経営者）	・今年は東日本への観光のシフトが顕著で業績が落ち込んだ。しかし、1月からのNHK大河ドラマが黒田官兵衛に決まったことで、九州観光の増加が期待できる。それが、業績回復に少し役立つのではないかと期待している。
	繊維工業（営業担当）	・2、3か月先は、消費税増税前の駆け込み需要で良くなるかもしれないが、その後が心配だ。	

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
		家具製造業（従業員）	・全般的に景気回復感があり、見積件数と金額も増えてきた。また徐々に高額商品の問い合わせが増えており、実際受注に繋がって1件当たりの受注金額も増えている。
		出版・印刷・同関連産業（営業担当）	・年度末に向け、予算消化を検討する自治体・民間企業が増える。
		化学工業（総務担当）	・冬の賞与がアップし、今後の賃金も若干アップすることが予想される。
		一般機械器具製造業（経営者）	・客先の様子では、消費税増税前の駆け込み需要のピークは過ぎているが、まだ若干の伸びが見込まれる。
		電気機械器具製造業（経営者）	・仕事量は当分増加の一途を辿る。納期を守るために残業や休日出勤で対応するため、コストは上がっている。収益面はやや厳しいが仕事量は確保できている。合理化を進め生産性を上げる必要がある。
		電気機械器具製造業（取締役）	・取引先からのお歳暮の数が昨年より一段と増えた。
		精密機械器具製造業（従業員）	・受注先から、中国向け家電製品用の部品注文が増えたため、増産体制にある。下期いっぱいには増産計画にある。
		その他製造業（産業廃物処理業）	・取引先の生産ラインが増えるとの報告がある。また、関連メーカーでも同様に増加傾向である。
		輸送業（総務）	・消費税増税前の駆け込み需要の影響で荷動きが良くなると考えている。
		通信業（経理担当）	・消費税増税前の駆け込み需要によって、3月まで景気が良くなると考える。
		金融業（従業員）	・機械受注が増加するなど、企業の設備投資意欲が改善してきている。また、マンション等の住宅建設や公共工事が本格化している。さらに、人材派遣会社への問い合わせがかなり増えているなど、求人も増加傾向を示している。
		金融業（営業担当）	・消費税増税前の駆け込み需要があり、3月まで建設業を中心に売上、利益ともに増加する見通しである。
		金融業（営業）	・すでに需要は増加しているが、消費税増税前の駆け込み需要などで、3月までは高い水準での需要が期待できる。
		金融業（調査担当）	・多くの取引先で景況感の向上がみられる。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・取引先に今後の見通しを聞くと、多くの企業から順調に推移しそうであるとの回答を得ることが多い。
		経営コンサルタント（代表取締役）	・消費税増税前の駆け込み需要で、3月にかけてかなりプラスになると予想している。
		その他サービス業【物 品リース】（支社長）	・補正予算が付いた関係で年度末は多忙を極める。また、東京オリンピックの関係では、海外からの宿泊者向けの食料品を調達するため、東京のホテルから問い合わせもある。企業訪問しているが、社長から今後のビジネスについての話がよく聞かれる。足元は好調である。
変わらない		農林水産業（経営者）	・1、2月は正月疲れもあり、一時的には中だるみで消費は落ち込む。3、4月は原料も元に戻り、生産も安定してくる。イベントなど行楽シーズンで加工メーカー、居酒屋、スーパー、引き合いは強くなる。鳥インフルエンザの発生など、トラブルがなければ順調な流れになるとみている。
		農林水産業（従業者）	・消費者は高い畜産物を買わない。しばらくは現状のままいく。
		農林水産業（営業）	・特需期に入り、市況により販売が順調である。
		食料品製造業（経営者）	・繁忙期ではなくなるが、受注量が見込める。
		窯業・土石製品製造業（経営者）	・受注関係はあまり変わらないが、原材料、下請の材料関係の値上げが迫っている。値上げ分を単価に上乗せするのは現状では難しい。諸雑費の高騰は本当に痛く、業績はあまり芳しくない。
		鉄鋼業（経営者）	・既に着工した建築物の工事が本格化しているため、販売量が増加している。しかし、鉄筋工などの人手不足や、製品を出荷するトレーラー不足で予定通りの販売量が達成できない事態が発生している。このような事態が今後の需要に影響するのではないかと懸念している。
		金属製品製造業（事業統括）	・受注残が増えているので、良くなるはずだが、確証があるわけではない。消費税増税の不安材料も払しょくできていない。
		輸送用機械器具製造業（営業担当）	・生産量の計画も大きな変動なく安定している。

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
		輸送業（従業員）	・消費税増税前の駆け込み需要が考えられる。ただし、メーカー側は、増税前に商品をたくさん売ると、4月以降の反動減が激しいため、あまりたくさん売りたいという意図も見える。2、3か月先はどうなるのかみえない状況である。
		金融業（得意先担当）	・年度末までは、現在の状況に大きな変動要因はないと見込まれる。そのため、引き続き現在の景況感が続くと考えられる。
		不動産業（従業員）	・オフィスビルの稼働率は横ばいに推移している。
		新聞社（広告）（担当者）	・消費税増税に伴う広告出稿は、3月まで増えると見込むが、年度始めの4月は出稿の動きが鈍くなる見込みである。
		広告代理店（従業員）	・取扱数量が前年割れのまま推移している。
		経営コンサルタント	・攻めるよりも守りの経営というイメージが非常に強く、新しいことに取り組もうという傾向があまりみられない。
		経営コンサルタント（社員）	・12月のボーナスにより、年に1回のぜいたくをする傾向がみられた。
	やや悪くなる	建設業（従業員）	・建設業界は、型枠工、鉄筋工などの技能職で人材不足が深刻化し、工期の延期や単価の高騰で採算が悪化してきている。それに伴う入札の不落で、受注にも影響が出始めている。
		建設業（社員）	・早期に繰り越し工事を発注したいと思っている業者は少なくないが、年明けにならないと、繰り越し工事の発注が出てこない。今は手持ち工事があるが、3か月後は悪くなるのではと不安でならない。
		輸送業（総務担当）	・円安が続いており、生産コストや輸送コストが高くなり、荷動きが悪くなっている。合理化の話ばかりが目立っている。
		通信業（職員）	・情報通信関連の補助金終了により、年度内の受注確率が高い案件はなくなった。今後は、補助金に頼らない別のサービスを提供して受注量を確保する必要がある。
		広告代理店（従業員）	・12月の新聞折込受注枚数は前年比97%と相変わらずである。クリスマス商戦・年末年始商戦ともに前年並みの結果となっている。アベノミクス効果は、我々の業界に影響がなさそう。消費税増税を控えているので消費マインドは低くなり、新聞折込枚数は受注減となりそう。
		その他サービス業〔設 計事務所〕（代表取締役）	・民間の建設需要は、消費税増税前の駆け込み需要が見込まれるが、一度に受注できる業務も限られ、3月までの完成が発注の条件になるため、発注量は今後1か月程度で下降していく。そのため、今後2、3か月先の景気は悪くなると考えられる。
	悪くなる	不動産業	・消費税増税により、売買の動きが鈍くなると想定している。
雇用 関連	良くなる	人材派遣会社（社員）	・円安は当面続き、金融業界は活況である。このままオリンピックまで、冷や水が浴びせられなければ景況感はじわり右肩上がりであると推測される。
(九州)	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・消費税増税前に消費をあおるイベントや宴席が増えると予想される。
		人材派遣会社（社員）	・求人依頼数が堅調であり、期末に向かい、更に求人数の増加が見込める。
		人材派遣会社（社員）	・年度末へ向けての注文も頂いている。新規オープンの小売店や工場などの影響もあり、雇用は引き続き見込まれる。
		人材派遣会社（営業）	・建設とIT関連、さらにその周辺業種は、今後、求人数が増える見込みである。
		新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・公共工事は年度末に向けて更に件数が増加すると予想される。ようやく地方にも景気回復の波が届きつつあるようだ。
		新聞社〔求人広告〕 （担当者）	・年末年始から3月までは、消費税増税前の駆け込み需要で、新聞やテレビなどのマスメディアの広告枠も売れており、需要が堅調のようだ。ただし、単価は下がっている。
		職業安定所（職員）	・今後も求人数の増加傾向はしばらく続くともみている。逆に求職者は、前年と比較して減少傾向が続く。
変わらない		求人情報誌製作会社 （編集者）	・取り立てて大きな変化はない。
		職業安定所（職員）	・景気上昇には個人消費の伸びが重要である。しかし、一部の大手企業等を除き、賃上げが進んでおらず、個人消費の伸びはあまり期待できない。当面は、消費税増税前の駆け込み需要が期待できるが、そう大きくは変わらない。
		職業安定所（職員）	・新規求職者数は減少傾向にあるものの、新規求人数は鈍化しており、消費税増税を控え先行きに不透明感がみられる。

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
		職業安定所（職業相談）	<ul style="list-style-type: none"> 消費税増税前の駆け込み需要に対応する求人増が見込まれるが、一過性のものである。求人への伸びに一服感もあることから、今後とも注視する必要がある。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		民間職業紹介機関（社員）	・例年並みの依頼があるが、新規登録者が減少しているため、派遣就業につながらない傾向が出ている。
		民間職業紹介機関（支店長）	・景気が上昇しているにもかかわらず、求人数が伸びない。派遣労働者の需要よりも直接雇用化の動きが強い。年明けから来年度にかけての商談数が、前年同時期に比べ1割少ない。
		学校〔大学〕（就職支援業務）	・2014年卒業予定の学生に対しては、引き続き求人が来ているが、将来の景気を判断する材料としては弱い。
	やや悪くなる	—	—
	悪くなる	—	—

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）	・雑貨アイテムの構成比が拡大している現状の中、今月は買上客数は前年の6%増と集客できている。店舗企画の強化により売上回復は期待できる。
		コンビニ（経営者）	・街の周辺に飲食店が増え、来客数の増加が見込める。
		その他専門店〔楽器〕（経営者）	・県に多くの予算が下りるので良くなるかもしれない。外国人観光客は年々増加しており、また格安航空がより盛んになることにより、リピーター率が増加すると期待している。
		通信会社（店長）	・新入学シーズンとなるので需要が増える見込みである。多様化する購入動機をしっかりととらえて販売につなげていきたい。
		観光名所（職員）	・予約状況が良い。
	変わらない	コンビニ（経営者）	・客の購買意欲が弱く、売上が上がらない。
		コンビニ（エリア担当）	・今後の消費税増税を踏まえ、たばこやし好品の駆け込み需要が見込めるが、その反動は必ず来る。販売・販促活動を戦略的に行い、いかに客を獲得し購買につなげるかがポイントとなるが、正直先が読めない。
		コンビニ（エリア担当）	・観光を中心とした県経済の安定は消費税増税前の3月まで続くと予測する。
		衣料品専門店（経営者）	・年末ということでも少し期待していたが、街中の人の数が少ない。売上は前年を若干上回る状況が続いており、今のところ流れはあまり変わらないと感じる。
		観光型ホテル（マーケティング担当）	・予約状況から推測できる先2、3か月の稼働率も今月と同様に前年同月実績を下回ることが見込まれる。年末年始を除いて予約の伸びが鈍化している。
		旅行代理店（マネージャー）	・賃金などが上がっているわけでもないのに、特に変わらないとみられる。
		ゴルフ場（経営者）	・客の数自体は相対的に増えてはいるが、本来なら高単価である本土客が、低単価に流れており、その辺りが難しい。ただ、売上の的にはそう変わらないだろうとみている。
	やや悪くなる	一般小売店〔菓子〕	・消費税増税による買い控えの噂が既に話にのぼっている。駆け込み需要の無い業態では、3か月後の状況についてはあまり良い材料が無い。
		その他専門店〔書籍〕（店長）	・年末に向け少しは期待していたが、全くと言って良いほど伸びず、むしろ販売量は落ちた。年明けからは更に客の財布のひもは固くなると思われる。
		住宅販売会社（代表取締役）	・9月の、消費税増税前の駆け込み需要の反動による受注の減少や人件費負担の増加が懸念される。
	悪くなる	商店街（代表者）	・消費単価が全然伸びなく、アベノミクスの効果が末端の庶民まで来るには数年かかるのではないかと。短期間で回復することはあまり考えられず、その間に小規模店舗は大変危機的状況に陥ると思われる。希望としては早く良くなってもらいたいが、現実なかなかそうはいかないようである。中心商店街では、特に小売店で売上が低下して困っているようである。
		その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・周りに飲食店舗が急激に増え、客の取り合いになっている上に、来年4月の消費税増税の影響か、財布のひもも固い。原価率や人件費が上がり対応に追われている。
	企業 動向 関連	良くなる	—
	やや良くなる	窯業・土石製品製造業（経営者）	・年度末に向け、公共工事の着工が始まると予想する。

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
(沖縄)	変わらない	会計事務所 (所長)	・年明けも今の回復ムードが残っていると予想する。また、消費税増税前の駆け込み需要の影響も大きいと考える。
		建設業 (経営者)	・引き合い件数や、モデルハウスへの来場組数が減少している。
		輸送業 (代表者)	・消費税増税までは需要が堅調に増えている。建設会社、骨材製造会社、弊社のような輸送会社とも受注残を消化するのに時間が掛かる。
		輸送業 (本社事業本部)	・取扱量の変動する要因は見当たらない。消費税の変更に伴う需要が増える可能性はあるが、それほど大きく変動する要素にはならないと考える。
		通信業 (営業担当)	・契約前の単価が安価な案件が多く、また受注側の経営努力を必要とする案件が増えている。
		広告代理店 (営業担当)	・景気が上向きの企業と逆に下降気味の企業に二極化しているように感じる。総じていうと景気の先行きは大きく変わらない見通しである。従って、販促投資額が拡大することも期待薄である。
(沖縄)	やや悪くなる	—	—
	悪くなる	食料品製造業 (総務)	・米国の金融緩和の縮小による円安が更に進むことが予想されることに加え、米国でも原料の価格上昇が予想されており、現状より更に原料価格が上昇しそうである。
雇用 関連	良くなる	—	—
	やや良くなる	求人情報誌製作会社 (営業担当)	・例年どおり求人数が増加する。
		学校 [専門学校] (就職担当)	・新卒、既卒向けの求人が増えている。景気が回復傾向にあると感じる。
		学校 [大学] (就職担当)	・株価上昇等の影響で、求人数が増加すると信じたい。
	変わらない	人材派遣会社 (総務担当)	・消費税増税前に派遣や紹介予定派遣で採用して、良い人材であれば直接雇用に切り替えたいといった企業の雇用のミスマッチ防止の動きがみられる。景気は、しばらくは落ち着いた今の良い状態が続くとみられる。
	やや悪くなる	—	—
悪くなる	—	—	