

・景気の先行きに対する判断理由

景気の先行きに対する判断の理由について、その主だったもの及び特徴的と考えられるものを取りまとめると以下のとおりであった。

1. 北海道（地域別調査機関：（株）北海道二十一世紀総合研究所）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------|----------------|---------------|---|
| 家計 動向 関連 | 良くなる やや良くなる | - | - |
| | | スーパー（店長） | ・4～6月までは販売量も下降トレンドにあったが、7～8月は販売量が少しずつ伸びている傾向にあるので、今後もう少しは伸びるだろうと考えられる。 |
| | | コンビニ（店長） | ・開店まだ5日目だが、近隣に出店した新店が好調な滑り出しを見せている。自店においても来客数のダウンがさほどみられない状況で、両店合わせての来客数は間違いなく増加するとみている。これから秋・暮れに向けて良くなることが期待される。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・大手家電量販店がオープンするので、市内全体で活気が出る。 |
| | | 乗用車販売店（役員） | ・新車のモデルチェンジの時期であるが、最近の傾向から受注が期待できる。 |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | ・旅行業界では、沖縄人気やオリンピックで停滞していた北海道への需要が回復するとされている。 |
| | | 観光型ホテル（スタッフ） | ・道外客の予約が好調で、道内客の動きも徐々に景気の回復の浸透もあって活発化しつつある。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・猛暑が和らいだ8月の第4週から来客数が増加しており、10月以降の国内旅行申込が順調に増加している。 |
| 変わらない | 変わらない | 観光名所（役員） | ・予約状況が堅調である。 |
| | | 商店街（代表者） | ・天候やイベントなど一過性の要因で売上が伸びているが、安定した景気浮揚となる要因は見当たらず、今後もトレンドは変わらない。 |
| | | 商店街（代表者） | ・ある程度の秋冬のトレンドというのは見えてきているが、客がどの程度興味を示し、商品の動きにどう現れるかまだ分からない。 |
| | | 一般小売店〔酒〕（経営者） | ・販売数量がやや伸びているものの、依然として単価が低い。ビールであれば発泡酒等が良く売れているなど、なかなか売上が増えてこない。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・高額品の動きがやはり鈍い。中元商戦も単価・客数含めて非常に厳しかった部分があり、3か月先も同様に厳しくなる。特にコート関係の厳しさが心配される。 |
| | | スーパー（店長） | ・秋物衣料についても割引等を実施しているが、客の反応はあまり良くなく、依然として消費の厳しさは続いている。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・暑さで、飲料水・ビール・アイスの売上が伸びたが、その他の商品の売上はあまり増えていないため、今後も変わらない。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・来客数はあまり変わらず、前年と同じ程度であり、まだ不景気といった感じがする。 |
| | | 住関連専門店（営業担当） | ・気候は前年と同じような条件で変わらないが、売上アップにならない。一部の製品に単価のアップがみられるが、消費者の購入意欲は盛り上がってこない。 |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | ・客単価は上昇していないが、数か月先の予約件数は前年並みである。景気の良い本州観光客に期待している。 |
| | | 一般レストラン（スタッフ） | ・来客数は堅調に推移しているが、単価が低く、売上の増加につながらない。この状態がしばらく続きそうだ。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | ・豊作による地元客・道内客の増加に期待するが、景気回復感に乏しいだけに増加が期待できるか未知数である。また、紅葉が早そうなので道外客も期待できると考えられるが、天候次第の面がある。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・海外旅行が増加しているが、国内旅行が減少しており、全体としては変わらない。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・回復基調の海外旅行と停滞気味の国内旅行でトータルの販売額は平行線となる。 |
| | | タクシー運転手 | ・北海道は秋から冬にかけて輸送繁忙期となるが、ここ数年の動向をみると楽観はできない。 |
| | | 観光名所（職員） | ・いつもタクシーの空車状況について注意を払っているが、依然として空車の数は多いままである。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------|---|--|---|
| | | その他レジャー施設（職員） | ・北海道を本拠地とするプロ野球チームが優勝争いに関与すれば、景気は上向きとなるが、そうでない場合にはプロ野球のシーズン終了前に下向きになる。 |
| | | 設計事務所（所長） | ・建築業界の場合、1～2か月ごとに上下するものではないが、少し上向きの現状維持といったところだろう。 |
| | やや悪くなる | スーパー（店長） | ・価格強化の販促手法で約3年が経過しており、店頭での消費行動に大きな変化はみられないが、買上点数がやや回復傾向となっている。直近の数値では単価が前年比93%に対して、買上点数が前年比100%と、確実に客一人当りの買上点数は増加してきている。ただし、社会トレンドからも、単価の下げ止まりについては想定できない状況である。 |
| | スーパー（企画担当） | ・夏場商戦の寄与要因であった猛暑効果、オリンピック効果も一段落し、また、高校野球夏の甲子園大会での駒大苫小牧校の初優勝の話題も北海道を大いに盛り上げたが、消費の心理的な持上要因にはなり得ていない。 | |
| | コンビニ（エリア担当） | ・低価格志向は依然として強く、また1回当たりの購買額も増加していない。消費拡大に向かっていとは思えない状況である。 | |
| | コンビニ（エリア担当） | ・幹線沿いの店舗では、早朝と夜間の客数の減少傾向が継続しており、今後も観光と公共工事の減少が影響する。 | |
| | 家電量販店（地区統括部長） | ・猛暑とオリンピック景気の反動がくる。 | |
| | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者） | ・原油価格の暴騰により、暖房用の灯油・重油価格、運送用の軽油価格が急騰し、企業や家計を圧迫する。 | |
| | タクシー運転手 | ・規制緩和以降、札幌市内ではタクシーの台数が増えているが、利用客は減っているため、タクシー1台当たりの売上は減少している。過当競争でタクシー業界の状況はますます厳しくなる。 | |
| | 美容室（経営者） | ・客の購買意欲が冷めているように感じられる。 | |
| 住宅販売会社（従業員） | ・販売量の低下と来客数の動きが比例関係にある。所得の減少、不安定さが相変わらずであることが要因と考えられるため、状況としては現状維持とはならない。 | | |
| | 悪くなる | | |
| 企業 動向 関連 | 良くなる | | |
| | やや良くなる | 家具製造業（経営者） | ・コントラクト物件の見積り件数が増えてきた。 |
| | 輸送業（営業担当） | ・農作物の輸送・保管はもとより、紙製品の輸出が大幅に増量する見込みがある。 | |
| | 通信業（営業担当） | ・客との会話の内容から、設備投資への意欲や消費意欲が感じられる。さらに業績的に余裕が出てきたためか、直接短期的には収益にならない実験的な試みへの参加も積極的になってきた。 | |
| | 通信業（営業担当） | ・企業の投資意欲が増加しているという流れはしばらく続く。 | |
| | 変わらない | 食料品製造業（団体役員） | ・原油高騰による経済動向への影響は大きく、製造企業でのコスト上昇の要因となり、収益の低下が考えられる。また原材料の高騰が続いており、先行き不安感が増している。 |
| | 金属製品製造業（統括） | ・建築設備の需要環境において、鉄骨・パイプ等の素材価格の上昇が設備機器の値下げ圧力になっている面も感じられ、明るい展望がみられない。 | |
| | 金融業（企画担当） | ・好調に推移してきた家電製品の一巡や猛暑効果の反動で、個人消費は弱い動きが続くものとみられる。 | |
| | やや悪くなる | 輸送業（支店長） | ・現在のところ道内向けの鋼材・建材の荷動きは順調に推移しており、入荷もそれなりにある。しかし、具体的な道内の物件が少なく、そのため在庫が多少増加傾向にある。これが2～3か月後に景気の頭打ちにつながるのではないかと心配されている。 |
| | その他サービス業〔建設機械レンタル〕（総務担当） | ・会議で各地区からの報告をまとめたところ、秋がれが心配されるという結論に達した。 | |
| | 悪くなる | | |
| 雇用 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・求人数の伸びも、本州の製造業の活況の影響だけではなく、多くの業種で伸びをみせており、この状況はまだ続く。 |
| | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・依然として非正規雇用の求人の伸びが中心ではあるものの、求人のマイナス要因となるものが見当たらない。 | |

| 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 |
|----|-----------|--------------------------------------|---|
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・期間従業員や構内請負作業の募集ニーズが高く、道外勤務に関する求人の動向が上向きである。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・卸・小売業、飲食業の求人が増加傾向にあるほか、造船関係では新造船の受注が好調である。 |
| | 変わらない | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・求人広告受理件数は増加しているが、消費基盤を支えている常用雇用が相変わらず少なく、本当に改善につながっているかは不明である。 |
| | 職業安定所（職員） | ・大型スーパー出店に伴う雇用需要は見込まれるものの、パートが主体である。 | |
| | やや悪くなる | - | - |
| | 悪くなる | - | - |

2. 東北（地域別調査機関：（財）東北開発研究センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 | |
|------------|----------------|----------------|---|---|
| 家計動向 関連 | 良くなる やや良くなる | 一般小売店〔カメラ〕（店長） | ・この秋はデジカメ関係の新製品が多数発売されるため、販売増につながる。また、行楽のシーズンとなり写真のショット数も増える。 | |
| | | 百貨店（経営者） | ・イベントを実施すると集客ができるので、9月以降はイベントを拡大する。客の買い物の仕方がシビアで必要以上のものは買わないというのが現状である。 | |
| | | | 百貨店（売場担当） | ・当社では、売れる商品、売れない商品の区別を明確にし、売れる商品をより売れるようなディスプレイをしたり説明をする等して、購買意欲を刺激するような展開をしているため、売上は取れていく。また催事等も計画しており、そのシャワー効果も期待できる。 |
| | | | コンビニ（エリア担当） | ・8月末から酒類販売を開始する店舗が数店あり、そこが売上をけん引する。 |
| | | | 乗用車販売店（経営者） | ・9月から続々と新車のモデルチェンジが予定されている（2か月で4モデル）。不景気時に長くなった乗用車の代替を促進する材料が増える。また猛暑の影響で潤った企業、その社員の懐も緩くなる。 |
| | | | スナック（経営者） | ・今月はお盆明けから、人出が途絶えている。ある程度落ち込みは予測していたが、ここまでひどいとは思わなかった。今後は、今月の状況に比べれば少しは良くなる。 |
| | | | 観光型旅館（経営者） | ・今年は夏の異常気象も無く、秋の紅葉が順調に綺麗になると予想されている。また、米も順調に生育しており秋の行楽シーズンはなんとか前年並みには回復すると考えている。 |
| | | | 通信会社（営業担当） | ・投資案件に関わる商談の増加や、その価格も額が大きくなっており、将来的にここ数か月以降の決定案件も増え始めてきている。 |
| | | | 住宅販売会社（従業員） | ・受注予定物件が確実に契約できている。 |
| | | | 住宅販売会社（従業員） | ・個人はまだあわてずにじっくり検討している状況がうかがえるが、法人（店舗など）は大型物件の引き合いが拡大してきている。 |
| | 変わらない | | 商店街（代表者） | ・極端に少ない9～10月の予約状況を見ると、このまま悪くなると思われる。不景気な状態で世界的な大イベントがあると、テレビ中継の関係で外出する人が減り、大打撃となる。昔とは逆の現象である。 |
| | | | 百貨店（売場主任） | ・婦人衣料の夏物処分が終わり、今後は秋冬物のプロパー販売となるが、消費者の生活防衛意識が高まっており、今後2～3か月はダウントレンドが続く。 |
| | | | 百貨店（販促担当） | ・一昨年、昨年と同様に今年もフロアの全面改装があり、それにより売り尽くしセールで売上をヘッジし、改装オープンで秋のプロパー販売というパターンとなり、これが順調に行けば昨年並みの売上は確保できる。 |
| | | | スーパー（経営者） | ・当地の場合、秋の米や農作物、果物の作柄が景気に大きく影響を与える。今日も台風が来ており、気象の異常で、景気はあまり良くなれないような気がする。 |
| | | スーパー（経営者） | ・基本的に客の購買スタンス、買い物動向については、食料品中心のスーパーマーケットでは、そう大きな変化は見られない。心配なのは原油価格高騰により石油製品や関連商品の値段が上がった時に客の動向にどう影響を与えるかということである。 | |

| 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 |
|----|----------|------------------------|---|
| | | スーパー（店長） | ・台風の影響で、果樹に大きな被害が出ている。農業県として、現在のところ米の作柄は良好であるが、今後の台風等により米にも影響が出るようであれば、農業収入減が消費低迷に直結し、不安である。 |
| | | スーパー（店長） | ・価格競争も収まらないままの石油製品の高騰で、包装資材の値上げにより経費までかさむ状況である。ガソリンの値上げ、ポリ袋の値上げで客の買い控えはまだ増える。 |
| | | スーパー（企画担当） | ・商品面でこれといったヒット商品もなく、現在の売上トレンドは変わらない。今後もこうした状況が続けば、流通業同士の競争も激しくなる。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・末端のビジネスをしているが、そういった業界の中で、今後景気が良くなるというのは考えられない状況である。その要因は雇用の問題や年金の問題等であり、最寄品を扱っているため、必要以上に売れるとは考えにくい。逆に良くなる理由があるのなら教えてもらいたい。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・経験上、夏物の動きから、消費者の慎重な品選びに変化はなく、2～3か月先もやや悪いまま変わらない。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・重衣料の販売不振が続いているが、ホワイトカラー客層の減少の影響が大であり、今後回復の期待は持てない。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・2～3の新型車の発売で、一時的には受注販売は上向くが、需要の基調としては現状と変わらずに推移する。 |
| | | その他専門店〔呉服〕（経営者） | ・生活に無駄な金を使えなくなってきたており、売る側にとっては大変である。 |
| | | その他専門店〔パソコン〕（経営者） | ・全体的な流れとして小売業は注文先が仕事が無い状態では物の消費もない訳で、また、官公庁がらみの仕事、注文でも利益が出せない程の金額のやりとりになっている以上、今後の流れは良くなるとは考えられない。 |
| | | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当） | ・秋口から冬場の需要期に向けて灯油等を中心に販売量が増加していくため、需要面では期待できるが、値上げによる大幅な価格改定が予想されその影響による需要減退の幅が予想できないため横ばいと推測する。価格がどれだけ転嫁できるかで収益が変わってくるためその部分が不透明となっている。 |
| | | その他飲食〔そば〕（経営者） | ・昼の営業をしていなかった近所の居酒屋が、今月からランチを始め、価格も採算が合うのか疑問を持つほど低く設定している。周辺のオフィス人口が増えていない中で客の奪い合いとなり、先行きは厳しい。 |
| | | 観光型ホテル（経営者） | ・現在での入込数は、9、10月は前年比10%減、11月は団体客、12月は地元の忘年会の客で、前年比10%程度増加している。なおインターネットの予約は右肩上がりに増加している。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・良くなる雰囲気があるが、ここに来てまた石油の値上げが発表され、良くなる雰囲気に水を差す。また、市町村合併の問題で負債が大きい市町村等の名前が上がるようになり、公共工事がさらに削られる雰囲気がある。 |
| | やや悪くなる | 商店街（代表者） | ・小売業に限って言えば、良くなる要素よりも悪くなる要素の方が多し。ガソリンの値上げ等は必ず消費に影響を及ぼし、一部の高級店を除き大部分の店では苦戦を強いられる。 |
| | | スーパー（経営者） | ・客数の増加はみられるが、秋に向かい、農産物が前倒しになっており高値が予想される。消費税の総額表示で価格が高いというイメージが未だに払拭されない。こうしたことから買上個数の減少が今後も続く。なかなか景気回復、個人消費の回復には至っていない。年明け頃まではこうした傾向が続く。 |
| | | スーパー（店長） | ・昨年24時間営業を始めたが、1年経過してプラスアルファの売上に底が見えてきた。企業の乱立により購買場所が増え、固定客の獲得がさらに困難になっている状況である。 |
| | | スーパー（総務担当） | ・原油高で燃料費、ガソリン、ガス等の料金が上がり始め、直接消費者の財布を直撃し買い控えも予想される。また10月には社会保険料も上がる。景気が大してよくなるもなく、商品の一品単価も低下している中で、公共性の高いものだけがなぜ上がるのか。会社も今まで以上にコスト削減のために、パート比率を引き上げていく様にしなければならなくなって来たように感じられる。それは被雇用者所得水準を抑える事でもある。 |

| 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 | |
|----------------|----------------|------------------------|--|---|
| | | スーパー（総務担当） | ・当県は台風15号の塩害や果樹の落果等の影響が出ている。特に塩害では野菜等が品薄状態になり、米にも白穂が出て収穫が減少する見通しであり、やや下向きのマインドとなる。 | |
| | | コンビニ（店長） | ・猛暑だった今年の夏のような、ドリンクやアイスクリーム等の商材の特需は期待できない。また反動も手伝って、今後は悪くなる。 | |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・秋物のスタート時であるが、接客の中で個人消費の冷え込みが感じられ、やや厳しくなる。 | |
| | | その他専門店〔酒〕（営業担当） | ・地元では台風15号での塩害等農家に悪影響が出ており、状況によっては悪くなりそうな様相である。 | |
| | | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当） | ・原油高が続き、先行き不安である。各種業種の単価が上がれば、これ以上ガソリンや軽油の値段が上がれば、買い控え等が起き、景気は悪くなる。 | |
| | | 都市型ホテル（経営者） | ・これから先の婚礼受注が芳しくない。また一般会合や展示会の予約状況も芳しくなく、売上増は期待できない。地元の中規模のバス会社倒産等相変わらず倒産が続いており、一部回復している企業はあるものの、全体ではレストランの動きや予約状況から回復の兆しはない。 | |
| | | タクシー運転手 | ・日々の客の少ない現状、今後まだ増車が予定されている等、悪くなる要因はあるものの、良くなるような要因は見当たらない。 | |
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・展示場来場者、客はじっくり時間をかけて検討するようになり、まさにローン減税効果需要の反動落ちが出始めている。 | |
| | | 悪くなる | スーパー（店長） | ・競合店が相次いで開店予定であり、影響が懸念される。オーバーストアの状態がまた一段と強まる。 |
| | | | 自動車備品販売店（経営者） | ・今季は台風の影響で近隣の農家が打撃を受けている。稲作や果樹等の農家収入が減る懸念が出ており支出を今以上に抑える。 |
| 企業 動向 関連 | 良くなる やや良くなる | 農林水産業（従業者） | ・今年はずっと暑い夏で、桃の売行きが良く、価格高もこのまま持続すると期待できる。 | |
| | | 食料品製造業（経営者） | ・9月中旬以降になれば、秋冬商品の本格的な需要期に入り、売上増も期待できるが、今年は再び主原料のすり身価格が高騰し、トレイやラップ類の石油関連資材の値上がりもあるため、収益面では厳しいものが予想される。 | |
| | | 食料品製造業（経理担当） | ・需要期に入るため、小売店における商品の動きが良くなる。また原料事情としては原料の米が今秋は安くなっており、それらがプラスに働く。 | |
| | | 繊維工業（総務担当） | ・秋冬物は前年並みに何とか近づくと予想しているが、春夏は企画の段階から前年よりも多い状況で、前年実績を上回ると予想している。 | |
| | | 広告代理店（従業員） | ・売上そのものはあまり変わらないが、顧客からの引き合いが、3か月前から比べると増えてきている分、今後売上は増える。 | |
| | | 経営コンサルタント | ・設備投資が徐々に動きつつある。さらに金融機関の後押しがあれば中小企業が動き出す。 | |
| | | 公認会計士 | ・電子部品製造5部門のうち、4部門の売上が予算比155%と好調に伸びており、これは当面持続する見込みである。 | |
| | | 司法書士 | ・通年、年末に向けて不動産業界は活性化する。また、破産等債務整理希望者も昨年より減少している。 | |
| | | その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者） | ・8月中旬のお盆前まではとても暑く、昨年よりとても成績が良い。例年であれば盆を過ぎると天候は別にして、その反動が来るが、今年はそれ以降でも好調が続いており、今後もこの傾向で推移する。 | |
| | | その他非製造業〔飲食料品卸売業〕（経営者） | ・酒類の消費傾向は、焼酎の供給力がどの程度上がってくるかが鍵である。また、清酒は需要の巻き返しを狙って、新商品の投入が多くなる。 | |
| | | その他企業〔企画業〕（経営者） | ・夏物等の季節商品の売行きが良く、年末消費にも好影響が出るというこれまでの傾向から、よくなる。 | |
| | | 変わらない | 出版・印刷・同関連産業（経営者） | ・1年を通じて、おおむね前年割れで推移しており、この状況に変わりはない。 |
| | | | 一般機械器具製造業（経理担当） | ・自動車部品は輸出を中心に高水準で推移するが、現状の水準を大きく上回ることはない。携帯電話用部品は、現状の水準を維持する。 |
| | | | 建設業（経営者） | ・民間工事がやや増加傾向にあるようであるが、公共工事の発注量の減少により相殺される。 |

| 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 |
|----------|-----------|--|--|
| | | 金融業（営業担当） | ・地方交付税の削減により、公共工事が少なく、今後この影響は無視できない。企業収益もやや持ち直し傾向にはあるが、設備投資には回らず、総じて横ばい状況が続く。 |
| | | 広告業協会（役員） | ・オリンピック終了後のテレビ広告の申込状況は思わしくない。下期はかなり厳しい見方を各局ともしている。 |
| | やや悪くなる | 電気機械器具製造業（経営者） | ・先々の受注量は、9月、10月頃に設備関係で縮小傾向の情報が入っている。各取引先も最近在庫量を見て抑え気味で発注するような体制になってきている。今年5月頃に比べ、今後は80%程度の受注量で推移すると見ている。 |
| | | 電気機械器具製造業（企画担当） | ・半導体投資が行過ぎたという情報もチラホラ見受けられる。シリコンサイクル的にもそろそろ下降局面に転ずるのでは、という不安を感じる。 |
| | | 建設業（経営者） | ・当社においては、上期よりも下期の見通しの方が立っているが、これは時期がずれ込んだだけである。コンサルタント等は忙しくなっているというが、景気回復の実感はない。 |
| | | コピーサービス業（経営者） | ・官公庁も独立行政法人化の動きに伴って予算の動きが悪く、買い控えの状態である。また民間企業においては購入意欲が減退したままである。コピーサービスに最も関わりのあるゼネコンの景気は不調である。 |
| | 悪くなる | | |
| 雇用 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 人材派遣会社（社員） | ・規模の程度はまちまちであるが、間接部署の人員合理化に伴う外注化の打診が続いている。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・7月の県内有効求人倍率は2か月連続で改善している。主な要因は9月末にオープンする県南の大手スーパーセンターの320人の新規求人等である。その他に建設業、サービス業でも増加している。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・事業所訪問等の情報で、求人増の話が、特に製造業で聞かれるようになってきている。 |
| | 変わらない | 人材派遣会社（社員） | ・いわゆる「景気の良い」話はなく、コストダウン要求は厳しくなるばかりである。派遣社員の所得は低迷する一方で改善の見通しはない。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・登録者の確保が懸念材料となっており、ここが上向かないと先々の業績は厳しくなる。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・長期雇用が定着しつつあるため以前のように辞める人も少なくなり、急激な人員増員とはなり得ないと思う。 |
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・求人意欲は更に高まっていくと考えられるが、広告掲載料金単価は各企業とも抑制傾向に変化はない。求人意欲が高いと言っても、優秀な戦力がいればという条件付きであり、人件費アップへの警戒感是不変わる。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・地方にあっては、未だに企業倒産、事業所閉鎖や人員整理が収まりを見ない状況である。また需要があっても一時的で常用的雇用には結びついていない。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・企業における固定費抑制の動きは継続しており、雇用形態においても非正規型の不安定要素が強くなっており、雇用環境は必ずしも改善していない。 |
| | 職業安定所（職員） | ・求人は増加しているものの、就業場所が管外であったり、また県外の派遣請負会社からの大口求人目立ち、求職者が減少している中で就職数は減少し、必ずしも雇用の改善につながっていない。 | |
| | やや悪くなる | - | - |
| | 悪くなる | - | - |

3. 北関東（地域別調査機関：（財）日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------|-----------|---|---|
| 家計 動向 関連 | 良くなる | | |
| | やや良くなる | 百貨店（売場主任） | ・このところ随分涼しくなり、秋物が順調にスタートしている。秋の商品トレンドはカントリーがまた戻ってきて、必ず9月は景気が良くなる。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・季節のサイクルが半月ほど前倒しになっており、百貨店の商品サイクルと合致することから予断を許さない状況ではあるが、やや良くなる。 |
| | コンビニ（経営者） | ・先々のことをすべて前倒しで行い、客に楽しい店との印象をアピールすれば、結果がついてくる。 | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-------------------|---|
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・これからは秋物商戦になるので、いろんな形で客にアプローチをして売上を伸ばしていく。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・新型車が続々と誕生するため、販売量の増加が見込まれる。 |
| | | 乗用車販売店（販売担当） | ・地元銀行の破たん問題も山場を迎え、うみが出るものは出つくし、これからはそこまで悪い状況、悪いことはないのので、景気は多少良くなっていく。 |
| | | スナック（経営者） | ・オリンピックが終わったのでここまでひどい状況は終わる。客に帰り癖がついていると厳しいが、宴会の動きは堅調で、前年並みかやや良いくらいである。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | ・現在の受注状況を見ると例年より申込が早く、売上も若干上向いているので良くなる。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・オリンピック終了後から各家電メーカーにてデジタル対応テレビの価格を下げるという話があり、更にテレビ購買が増えると消費に結び付く。 |
| | 変わらない | 商店街（代表者） | ・農家の繁忙期に入るので、夕方から夜にかけての買物の時間がシフトする。1～2日分の買物を自宅近くで済ますため、来客数は増加するが、客単価が低下する。 |
| | | 一般小売店〔金物〕（経営者） | ・建築工事、土木工事がこれから急激に良くなることは考えられず、現在と同様の良くない状況が続く。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・特別ヒット商品がないので、大幅な売上増は見込めない。この数か月は身の回り品、買い回り品を中心に前年実績をキープしているので、大幅な低下もない。 |
| | | スーパー（総務担当） | ・食品は安定しているが、衣料品は天候に左右されるので見通しが立たない。競争が激化しており、楽観的な予測はできない。また、良くなるような要因も特にないので大して変わらない。 |
| | | スーパー（統括） | ・実質所得が下がり続ける中での五輪特需なので、反動が予想される。秋物は、厳しい残暑で例年より期間が更になり、どれだけ売れるのかは不透明である。来客数は安定的に微増となっているが、絶対客数の増加ではなく、来店回数が増加しているだけで、その分売上単価が低下する。 |
| | | コンビニ（店長） | ・地域的に製造業関連の景気が割合良いということだが、消費者は今までもお金がないわけではなく、特別な物がないから買わないというだけなので、今後も状況は変わらない。 |
| | | コンビニ（店長） | ・8月後半以降、来客数、売上とも前年比101%で動いている。中華まん、おでんなどのホット商品も好調で、秋に向けて良い感触がある。 |
| | | 衣料品専門店（統括） | ・秋まで祭りがあるので商品の動きはあるが、町の状況が非常に悪くなっている。この1～2か月の間に中心街から大手スーパーが撤退、地元の大型スーパーが郊外に移転し、来街者が激減している。商店街では来月から日を決めて門前町の縁日を再開しようと動き始めている。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・あまり大きな材料がない。あるのは、現在進行中の地上デジタル放送関連での商品の伸びであるが、数量的に顕著な動きは期待できない。緩やかな動きとなる。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・車両のマイナーチェンジ、新車等の発売もあるが、決して長続きするものではなく、先行きは相変わらず不透明である。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・オートローンを使つての新車の商談が少し出てきている。 |
| | | その他専門店〔携帯電話〕（従業員） | ・ここ1～2か月多くの新商品が発売され、発売後すぐに欲しいというユーザーの需要は大きい。今後2～3か月先は需要の少なくなる時期であるが、値下げ合戦に拍車がかかり、現在とあまり変わらない販売量となる。 |
| | | 高級レストラン（店長） | ・飲食業界では個人消費が本格的に回復しない限り、厳しい状況が続く。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・時期的には、予約の少ない月に入るが、例年並みで良くも悪くもならない状況が続く。 |
| | | 観光型ホテル（スタッフ） | ・個人の利用状況は変わらないが、法人利用は全く見込めない。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・2～3か月先の宿泊、宴会、各レストランの予約が一向に伸びない。前年並みの数字である。例年、秋は催し物が特に増えるが、今年はかなり営業回りをしても宴会、会議等がほとんど入らない状況である。 |

| 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 |
|----------------|-------------------|---|--|
| | | 都市型ホテル(スタッフ) | ・会議、セミナーの予約は良いが、宴会関係の予約が少ない。婚礼は秋のシーズンに入るが、前年の半分程度の件数である。 |
| | | 旅行代理店(従業員) | ・秋の旅行シーズンを迎え、問い合わせはあるが、契約には至らない。相変わらずの安値競争状態である。 |
| | | 旅行代理店(営業担当) | ・農産物価格低迷による収入減が農家の消費活動を低下させており、顕著な景気上昇の気配はない。 |
| | | 観光名所(職員) | ・今後紅葉シーズン等に入り、客の入込は例年並みと思われるが、自分の別荘等を利用する客が多く、レストラン、ホテルの売上は例年を若干下回る。 |
| | | ゴルフ場(支配人) | ・予約が非常に遅く、毎月誘客活動を加えなくては不安な状況が続いている。周辺コースも同様で、料金の値下げに歯止めがかからない。会員権市場も低迷している。酷暑でグリーン等に病気が発生し、殺菌剤等の使用が非常に多くなっていることが不安である。 |
| | | ゴルフ場(副支配人) | ・猛暑の影響で、過去数年間で最低の入場者を記録している近隣のゴルフ場がいくつかある。ただし秋口、10~11月は前年並みの取り込みとなっているので、全体的には変わらない。 |
| | | 設計事務所(所長) | ・景気が良くなっているといわれているが、ごく一部の話である。企業の景気が一般に浸透するまでには時間がかかる。住宅建設、企業の設備投資でも工場の建設などにはまだ及ばない。建設関連業種が良くなるには、まだ時間を要する。 |
| | 住宅販売会社(経営者) | ・全体の景気が良くならないと住宅販売は上向きにならない。当地域ではしばらく良い影響は望めない。 | |
| | やや悪くなる | 一般小売店[家電](経営者) | ・残暑は秋物に良い影響を与えないので、やや悪くなる。 |
| | | 一般小売店[青果](店長) | ・地元唯一の百貨店の来春撤退が決定した。当地域に明るさはみえない。 |
| | | スーパー(店長) | ・今年に入り2回目であるが、当店から直線距離で800mの所に新しい競合店ができる。努力はするが、このままではいけないので、やや悪くなる。 |
| | | 衣料品専門店(店長) | ・客の購買意欲は高まっているが、所得が増加していないので、いざ買う段階になると良く考え直すという傾向が定着している。 |
| | | 一般レストラン(業務担当) | ・9、10月の宴会予約は前年同月比60%程度である。法事関係の予約件数は前年並みであるが、1件当たりの客数が前年の60%程度に減少している。 |
| | | 都市型ホテル(スタッフ) | ・景気が良くなっているのは大会社で、中小企業の景気はまだ良くはならない。地方が回復するにはまだ時間がかかる。 |
| 悪くなる | コンビニ(店長) | ・9月半ばには、商店街に大型ショッピングセンターが開店するので大きく影響を受ける。 | |
| | 衣料品専門店(販売担当) | ・今後3か月間はかなり悪くなる。近隣10キロ以内にシネマコンプレックスが2つオープンし、4キロ先に大型ショッピングセンターがオープンする。更に破たんした地元銀行の不良債権問題が年末に向けて顕著になってくるので、財布のひもは相当きつくなる。 | |
| 企業 動向 関連 | 良くなる やや良くなる | - | - |
| | | 食料品製造業(営業統括) | ・今年は、天候にも恵まれて、ピンテージイヤーになるものと予想される。したがって、輸入ワインに先駆けて、国産スーパーの動きが活発になる。 |
| | 化学工業(総務担当) | ・半導体関連では、10~11月の仕事が入ってきている。鉄鋼関連では受注まではいかないものの、機械等の引き合いが増えていると販売店から聞いている。現状では入っていないが、もう少しで高圧ガスの使用増があると期待している。 | |
| | 一般機械器具製造業(生産管理担当) | ・例年、秋から動きが活発になる四輪駆動車向けの仕事に関して、前年以上の伸びが見込める。 | |
| | 広告代理店(営業担当) | ・物販、外食産業などに年末商戦への意気込みが感じられる。早い段階での販促プラン提案依頼がきているので、広告出稿件数は伸びると見込んでいる。 | |
| | 変わらない | 金属製品製造業(経営者) | ・現在の良い方向でこのまま推移していくと思うが、ここに来て原油高騰が続いているので、今後これが資材高騰につながることを懸念している。 |
| | | 一般機械器具製造業(経営者) | ・建設機械関係部品は多少減少するが、自動車関連部品は増加し、作業量は現状並みとなる。 |
| | | 電気機械器具製造業(営業担当) | ・原油の高騰や原材料の高騰などの不安材料がある。 |

| 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 |
|--------|-------------|--|---|
| | | その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者） | ・通常9月ごろから秋、冬のセール、展示会等が始まるので期待しているが、現状の冷え込みから前年度並みへの回復が精一杯ではないかと考えている。 |
| | | 建設業（経営者） その他サービス業〔放送〕（営業担当） | ・需要も増えず、競争は更に激化する。 ・大手企業を中心とした下半期の契約が2～3%の落ち込みとなる見込みである。コマースの値引き要求も強く、新規のスポットコマースでは埋めきれない。 |
| | やや悪くなる | 窯業・土石製品製造業（経営者） 電気機械器具製造業（経営者） | ・当社だけでなく園芸関係全体の動きが鈍い。 ・6～8月と新規客の特需があったが、それ以降は続かず途切れてしまったので、9～11月はかなり厳しい状況となる。既存の得意先は前年同期と比べて落ちている。中には1～2社、増えているところもあるが、全体の売上を押し上げるほどではない。 |
| | 悪くなる | 輸送用機械器具製造業（総務担当） | ・今まで2けた台であった伸びが、9～10月は1けた台前半になるというインフォメーションが出ており、若干かげりが見えてきている。 |
| | | 不動産業（管理担当） | ・ビルの立地は良いので入居の下見などはあるが、客は賃料にシビアでなかなか成約に至らない。また、東京まで新幹線で1時間のため、営業所、支店の統廃合対象になっているテナントもあり、今後も予断を許さない状態である。 |
| | | 建設業（総務担当） | ・公共事業削減のため構造的な不況の建設業に対し、国と県が建設業者団体協力のもと、新分野進出に関する調査研究を発足し、当県でも5名の建設業再生アドバイザーを任命している。当社も検討を始める。 |
| 雇用関連 | 良くなる | 求人情報誌製作会社（経営者） | ・求人広告がここへきて伸びているので、環境は非常に良くなっている。現在、肌で感じる限りでは、今後もかなり良くなる。 |
| | やや良くなる | 求人情報誌製作会社（経営者） | ・広告内容を見ると、新商品の開発や新しい事業の展開、新店のオープン等、産業・商売に対する各周辺企業の積極的な動きが分かる。先行きはやや良くなる。 |
| | | 学校〔短期大学〕（就職担当） | ・ハローワーク等主催の来年3月卒業生向けの合同就職面接会が今月2回開催され、参加企業が前年比45%と大幅に増加している。増加した22社の内訳は、電機、機械部品を中心とした製造業17社、情報、介護などのサービス業である。求人も約20%増えているが、内容は開発、設計、情報の営業等、専門的な技術を要する職種が目立っている。わずかではあるが事務職の追加募集も出ている。 |
| | 変わらない | 人材派遣会社（社員） | ・以前のような契約金の値下げの依頼が減少してきているので、景気は若干良くなる。首都圏の景気が回復したことが、地方に及び始めてきている。 |
| | | 人材派遣会社（営業担当） | ・損保関連、電子部品メーカー、旅行関連、観光関連など人材の引き合いは様々だが、売上増イコール契約成立増ではない。個々の発注は欠員補充や若干の増員という程度で、景気回復という実感はまだ薄い。売上は前年実績と比べると着実に底上げしてきており、ひとことと比べ、やや高水準ではあるが、この先しばらくは目立った回復や上昇は見込めない。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・製造業の一部で求人数が増加しているが、その半数以上を請負求人が占めているため、安定した雇用にはつながらない。また、1、2名程度の企業整備が月に数件出されている。 |
| やや悪くなる | 人材派遣会社（経営者） | ・今年は暑かったので家電製品が売れ、生産も伸びている。周辺企業で電子関連、家電などの電気部品等の生産が伸びると見込んでいるところもある。雇用関連については時給は横ばいで良くはならない。 | |
| | 悪くなる | - | - |

4. 南関東（地域別調査機関：（財）日本経済研究所）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|--------|----------|--------------|--|
| 家計動向関連 | 良くなる | 都市型ホテル（スタッフ） | ・8月はオリンピック観戦の影響で来館者数が少ないが、最近では販促施策に対する客の反応も良く、景気が上向いているように感じる。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・10、11月の団体旅行の動きが良い。受注量も増加している。 |

| 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 |
|-------------|---|-------------------|---|
| やや良くなる | | 観光名所（職員） | ・乗客数はこの数か月間、20%増以上を確保しているため、当分の間この状態が続く。 |
| | | 住宅販売会社（経営者） | ・ローン控除の最大のメリットを享受できる期限が年内中のため、今後は様々な販売方法が考えられる。 |
| | | 一般小売店〔文具〕（販売企画担当） | ・現在引き合いがある物件の数が多く、今後も現状を維持できる。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・10月に新館リニューアルオープンを迎えるまで、売り尽くしセールが継続するが、競合店が秋物を立ち上げる中で苦戦を強いられる可能性がある。新館のオープン以降が勝負となるが、得意客への招待会など話題性は多く、当面は期待が持てる。 |
| | | スーパー（店長） | ・若干気温が下がってきたが、依然として残暑が続き、夏物のウェイトが高い状況である。今後秋物を導入するので、商品入替えによる売上増加を期待している。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・今後も天候には左右されると思われるが、客の買い渋りが底を打ち、購買意欲の高まりが感じられることから、先行きはやや良くなる。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・冬のスーツ等、現時点で秋冬物の需要が出ていることから、今後はやや良くなる。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・デジタル地上波放送等のサービス開始に当たり、デジタル機器の販売が好調に伸びる。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・映像関係の薄型テレビ、DVDレコーダーに関しては、この8月は、オリンピック特需とまではいかないものの、昨年比で業績はアップする見込みである。また、パソコンの秋冬モデルのラインアップも、夏モデルに比べると良い形になると期待している。 |
| | | 乗用車販売店（販売担当） | ・グリーン税制に対応した新型車がメーカーから投入されることにより、今後、販売台数が徐々に伸びる。 |
| | | その他専門店〔燃料〕（統括） | ・原油が高値で取引される中、国内においても値上げが実施され、市況価格の安定につながり、適正口銭が確保される。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・猛暑やオリンピック等、客足が鈍る要素が多い中で、現状やや客足が戻っているため、先行きはやや良くなる。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・個人の慶弔関連の受注が、昨年より増加している。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・多少ではあるが、先行受注が安定してきている。 |
| | | タクシー運転手 | ・最近、乗務員が集まらないという声を聞いている。今後、業界への乗務員の参入が少なくなれば、過当競争も落ち着き、売上がやや良くなると期待している。 |
| 設計事務所（所長） | ・8月は全く進展はなかったが、今後は計画物件が徐々に動き出し、契約に持ち込むことができる気配を感じる。 | | |
| 住宅販売会社（従業員） | ・年末に向けて、年内に転居を考えている客の契約が予想されるため、現在よりは良くなる。 | | |
| 変わらない | | 一般小売店〔衣料・雑貨〕（経営者） | ・今年の夏は猛暑続きで、売上が伸び悩んでいる。今後は値ごろ商品を中心に展開していくしかなく、秋物商品は厳しいが、高齢者関連の商品は売れる。 |
| | | 一般小売店〔CD〕（営業担当） | ・低価格の商品は需要が増加しているが、高額商品の需要やまとめ買いは減少傾向にあり、今後も大きな変化はない。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・7、8月の動きをみると、猛暑やオリンピックの影響等、特需的な要因が強く、今後、秋冬商材が活発に動くかどうかは不透明である。 |
| | | 百貨店（広報担当） | ・ prestige性、希少価値、付加価値の高い商品を中心に扱う都心の大型店は、この数か月回復基調にあるが、ボリューム商材が中心で他業態との競争も激しい郊外店は、引き続き厳しい商況が続くと予想される。ごく一部の富裕層とボリューム層との消費の格差が広がる傾向が生じている。 |
| | | 百貨店（広報担当） | ・趣味雑貨や通信、時間消費型施設等への支出が増加する反面、百貨店が得意としている服飾雑貨関連への支出が減少している。これに対応し、リビンググッズやレストラン街、食品などを充実させているが、服飾雑貨関連の減少を補てんするには至らない。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・百貨店にとっては季節の始まりの動きが重要であるが、秋物の動きが悪く、トレンドの行方がつかみ切れないのが現状である。売れ筋を確保できないまま、冬物本番を迎えることになり、今後の売上に大きな期待ができない。 |

| 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 |
|----|----------|-------------------------|---|
| | | スーパー（店長） | ・季節商品の動きが早く、旬の走りに商品が早く出回っているため、相場安を起こしている。このため、本来であれば販売の最盛期に当たる時期に欠品が発生することが予想される。 ・アメリカ産牛肉の輸入再開の目途が立っておらず、販売点数のダウンと他地域産の牛肉、豚肉の相場高が続く。 |
| | | スーパー（店長） | ・県南部を中心に、今後スーパーが4～5店オープンする予定になっている。従来はオープンした店舗のみで販売促進策が行われていたが、昨年以來、競合店が広範囲で販促を実施しているため、複数の地域で価格競争が同時に発生する恐れがあり、自店の近隣に新規出店がなくても、影響が出る。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・残暑が厳しいと予想されているので、今後も来客数は前年よりは良くなるが、現状を上回るとは思えない。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・来客数が減少しており、客が欲しい物しか買わない傾向は、今後も変わらない。 |
| | | 衣料品専門店（次長） | ・売上数量が前年並みを維持しており、景気回復の兆しが若干出ているが、決定的な力強さは感じられない。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・秋に冷蔵庫や調理家電等で様々な新商品が発売されるが、客はまだ使えるものは使うということで、財布のひもは固い。 |
| | | 乗用車販売店（販売担当） | ・原油の高騰が続く限り、トラック業界の景気は良くならない。トラック関係は、運賃の値上げが抑えられているので、ユーザーがトラック本体の販売価格を抑えようと交渉してくる。 ・新型対応車の中で、環境規制をクリアした車が出ているが、通常よりも高い価格で売ることができない。 |
| | | その他専門店〔キャラクターグッズ〕（従業員） | ・来客数、客単価とも回復基調にはなく、今後大きく好転する兆候もないため、現状とほとんど変わらない。余暇時間が確保しにくいという客もあり、この点も良い傾向ではない。 |
| | | その他専門店〔眼鏡〕（店員） | ・サングラス以外の通常一般フレームは、昨年実績を3ポイント程度下回っている。新商品も際立って良いものが出ていないことから、今後もほとんど変わらない。 |
| | | 一般レストラン（店長） | ・これから9、10月の連休に客はレジャー等に金を使うため、飲食まで金が回らない状況が続く。現状からみて、この状況が12月まで続くのではないかとさえ危惧している。 |
| | | 一般レストラン（スタッフ） | ・オリンピックが終了したのに伴い、客足は少しずつ増えるが、単価の大きな上昇は見込めない。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・客室予約状況が、相変わらず良くない。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・今後の予約状況、販売量等も、大きく伸びる兆しがみえない。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・2、3か月先は秋本番で、秋の旅行が増える時期であるが、オリンピックや、順調な国内旅行需要を喚起した夏の暑さ等、現状を支えている外的な大きなプラス要因はない。 |
| | | 旅行代理店（支店長） | ・販売量の動きに、これまでの勢いがなくなっている。 |
| | | タクシー運転手 | ・この夏はかなり暑い日が続いたため、タクシーを利用する客が多少増加している。今後、年末に向けて期待したいところだが、現在は、例年の状態に戻りつつある。9月に国体が開催されるため、客数が増加することを期待したい。 |
| | | タクシー（団体役員） | ・過去の例では、マスコミ等で景気回復が報道され始めてから、タクシー業界に波及するまでに約半年かかっているが、今回はその気配がみえない。今しばらくは現状と変わらず推移する。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・今後は、オリンピックの反動が懸念される。地上デジタル放送への関心も予想外に低い。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・次世代携帯電話の本格展開に向けて、新規需要から買換え需要へ切り替わる。 |
| | | その他レジャー施設〔アミューズメント〕（職員） | ・9月以降は、業界でショウが開催され、活気づくると予想され、7月までのトレンドに戻る。家庭用ゲームは依然として欧米でよく売れており、日本での不足分を補っている。 |
| | | その他サービス〔学習塾〕（経営者） | ・2学期からの入塾申込者数が、昨年度とほぼ同じである。 |
| | | 設計事務所（所長） | ・今年に入り、一時期は計画物件が入っていたが、そのほとんどが来年へ先送りとなっている。3か月先も現状と変わらない。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------|--------------------------------------|------------------|---|
| | やや悪くなる | 住宅販売会社（従業員） | ・今年度に入ってからキャンペーン等の仕掛け作りを積極的に展開してきたにもかかわらず、販売量は低水準で推移している。税制、金利等の市況を考えても、変化の起こる要因が見当たらない。 |
| | | 一般小売店〔家電〕（経営者） | ・今後の設備投資等の見積の話が、徐々に減少している。販売の見込める商品等をこの夏の暑さでそろえてしまった客がいるため、この1、2か月はやや悪くなる。 |
| | | 一般小売店〔茶〕（経営者） | ・9月には国体が開催されるため、商店会を含め地域全体に経済波及効果があればと期待している。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・オリンピックで電気製品の売行きが好調であったことの反動、保険や年金問題に対する将来不安、雑貨、洋服に関しては主力となるトレンド商品が見当たらない等、やや悪くなる懸念材料がある。 |
| | | 百貨店（営業企画担当） | ・集客のかなめである催物の売上減少に歯止めがかからない。特に、地方の物産展はこれまで堅調であったが、衣料品催事と併せて、落ち込みが目立ち始めている。 |
| | | スーパー（店長） | ・昨年に引き続き、今年も6月に商圏内にショッピングセンターが1店舗開店したほか、秋にもスーパーや大型ショッピングセンターの出店予定があり、商圏内の競争が一層厳しくなる。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・近所に大型店が開店しており、小規模店舗が伸びる可能性は非常に低い。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・秋物の立ち上がりについては、相変わらずデフレ傾向が続いており、販売点数は昨年と同じでも、売上を確保するのが難しいと予想される。 |
| | | 家電量販店（営業統括） | ・オリンピック需要が一巡し、秋商戦から年末にかけて目立ったヒット商品が見当たらない。高額所得層とその他の層で消費動向に大きな差が出ている。全体的な景気の浮揚力はまだまだ大きい。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・婚礼が伸びない分、土日は同窓会、お茶やお花といった宴会受注を強化しているが、婚礼の穴を埋め切れていない。宿泊も問い合わせはあるものの、内容以前に価格だけで決定し、大手の安いホテルに客が流れているため、先行きも厳しい。 |
| | | 通信会社（総務担当） | ・アテネオリンピックが終了し、デジタルサービスの需要が減少する。 |
| 通信会社（営業担当） | ・放送加入は比較的順調だが、インターネット加入にはこの先も期待できない。 | | |
| | 悪くなる | 商店街（代表者） | ・下町の商店街は、良い方向に向かう兆しが全くない。イベント等を実施しようとしても、資金もなく、補助金も減額されている中で、どのように町を活性化すればよいのか、大変苦慮している。 |
| | | 衣料品専門店（営業担当） | ・客が最初に消費を削る物は衣料品である。メーカー等も前年割れの状況であり、今後は悪くなる。 |
| 企業 動向 関連 | 良くなる やや良くなる | - | - |
| | | 食料品製造業（関連会社担当） | ・現状の流れからみて、季節の変わり目が通常どおりであれば、今後は多少良くなる。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | ・受注量、売上ともに徐々に増加しているので、この先もやや良くなる。 |
| | | 金融業（渉外担当） | ・今後、メガバンクの融資増強に一層拍車がかかり、今以上に不動産が動き始め、景気が好転すると見込んでいる。 |
| | | 広告代理店（従業員） | ・下半期に取引先で新製品の販売が多くなるので、宣伝等の需要増が見込まれる。 |
| | | 広告代理店（営業担当） | ・取引先の今後のラインナップが、以前よりもハイペースで予定されている。 |
| 変わらない | | 出版・印刷・同関連産業（経営者） | ・良くなっているというムードだけが先走っている感がある。どうしても今必要な商談は決まるが、大きな仕事、量が多い仕事はなかなか決まらない。 |
| | | 化学工業（従業員） | ・8月の需要が少し多いが、これは予測の範囲内であり、生産量を増加させるまでには至らない。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・最近、見積依頼に対する受注の決定率がやや停滞気味で、発注が減少傾向にある。 |
| | | その他製造業〔靴〕（経営者） | ・この業界では、海外製品に対抗できる強力な国産の商品が開発されない限り、業績が回復するのは難しい。ただし、特徴のある製品については声がかかっているので、期待したい。 |

| 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 |
|-----------|-----------------|---|--|
| | | 建設業（経理担当） | ・多少工事案件が動き出したが、受注量そのものを大きく増やすほどではなく、受注の価格も厳しい状態が続く。 |
| | | 輸送業（総務担当） | ・毎年9月は上半期の締めなので、9、10月の荷量が増加するが、ユーザー生産が国内から海外へシフトしている関係もあり、さほど国内荷量の増加が見込めない。 |
| | | 通信業（営業企画担当） | ・通信機器を始めとして、価格競争が激化しており、販売量も伸びない。景気の回復はまだまだ先である。 |
| | | 金融業（審査担当） | ・製造業では、受注増加に伴い工場拡張を計画している企業があるが、一部に限られている。全体的には、設備投資に対して慎重な企業が大半である。 |
| | やや悪くなる | 金属製品製造業（経営者） | ・新しい客先の仕事は入ってきているが、まだ慣れないので時間がかかる。新規設備を整えて対応した仕事が、予定どおりに入ってきていない。 |
| | | 金属製品製造業（経営者） | ・材料費は値上がりしているが、受注価格はそのままである。このところ受注も減少してきている。 |
| | | 輸送業（経営者） | ・原油高が国内の生産コストに与える影響が非常に大きい。今後の原油価格の推移によっては、景気が悪くなる。 |
| | | その他サービス業〔廃棄物処理〕（経営者） | ・オリンピックが終わり、デジタル家電景気の反動で、電器関連の客先企業の工場稼働率が下降気味である。価格競争も、より厳しくなる。 |
| | 悪くなる | プラスチック製品製造業（経営者） | ・原油高騰のおおりで、原材料の値上げが続いているので、この先景気は悪くなる。 |
| | | 輸送業（総務担当） | ・軽油の価格が、5月以降毎月確実に上昇し、9月1日からは大幅な値上げをすると、石油販売会社から通知されている。価格上昇分を運賃に転化できず、大変苦慮している。トラックの稼働率の上昇とともに変動費も増加し、採算が取れなくなる。 |
| 雇用 関連 | 良くなる やや良くなる | 人材派遣会社（社員） | ・求職者数が減少している。派遣登録者数も減少しており、派遣依頼に対して適切な人選ができにくくなっている。一方、派遣依頼は増加が見込まれている。 |
| | | 求人情報誌製作会社（企画担当） | ・直接雇用の求人は安定しており、先行きに不安はない。派遣、請負などの人材系企業の募集は爆発的に増加しており、今後も増加する見込みである。 |
| | 求人情報誌製作会社（企画担当） | ・企業の採用意欲が高まっている。来年4月の新卒採用についても、9月末に開催される合同説明会は、既に120社の参加で一杯となり、今年最後の説明会は活況を呈している。中途採用意欲も相変わらず高い。 | |
| | 職業安定所（所長） | ・来春の新規学卒求人が、前年同期比43.2%増となっており、中でも製造業、卸・小売業での増加が目立っている。 | |
| | 職業安定所（職員） | ・速報の新規求人数は、一般社員が15か月連続、パート社員も8か月連続で、前年同月を大幅に上回っている。一般社員ではイベント案内、誘導係員とタクシー、ハイヤー乗務員、パート社員では外国為替投資相談テレホンアポイントの大量求人が目立っている。 | |
| | 職業安定所（職員） | ・当地区の7月の有効求人倍率は1.31倍で、前月を0.08ポイント上回っている。地区の開発で大手企業の本社が次々と移転してくる影響か、建設業や運輸通信業で求人が伸びており、今後も堅調に推移する。 | |
| | 学校〔短期大学〕（総務担当） | ・事業拡大や店舗増設等で、2次募集を実施する企業が今後増加する。 | |
| | 変わらない | 人材派遣会社（社員） | ・3か月後は、現状のやや良くなっている状況は変わらない。中小企業の社長も、数か月は良い状況で推移すると話している。 |
| | | 人材派遣会社（支店長） | ・派遣依頼は少しずつは増えているが、大きく増加する可能性は低い。求職者の動きが鈍い。 |
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・緩やかな回復基調にあるが、企業は中途人材での補充、派遣社員の活用でしばらく様子を見るようである。特別な業界の大手企業は別として、中堅企業で新規学卒採用に予算が回るには、もう少し時間がかかる。 |
| 職業安定所（職員） | | ・求職者数は、前年比1割前後の減少が続いているものの、求人も請負求人等が出始め、正社員の求人の伸びが鈍くなっている。 | |
| | | 民間職業紹介機関（経営者） | ・良い人材に求人案件が集中し、いくつも内定を受ける人がいる一方、採用条件が厳しく、求人を紹介できない求職者が増加している。この傾向は今後も続く。求人案件数は増加しているものの、採用条件が緩和されることはない。 |

| 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 |
|----|----------|----------------|--|
| | | 学校〔専門学校〕（教務担当） | ・以前のような企業の積極的な雰囲気を感じられなくなっている。 |
| | | 学校〔専修学校〕（就職担当） | ・採用継続企業の中には、採用予定数を満たしていない状況でも採用活動を終了する企業が見られる。新規に採用計画を立て、今年度の採用を予定している企業は非常に少ない。 |
| | やや悪くなる | - | - |
| | 悪くなる | - | - |

5. 東海（地域別調査機関：（株）UFJ総合研究所）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------|-------------|---|--|
| 家計 動向 関連 | 良くなる | 旅行代理店（経営者） | ・今のところ悪い材料はない。 |
| | やや良くなる | 一般小売店〔土産〕（経営者） | ・徐々に良くなっている実感がある。 |
| | | 一般小売店〔土産〕（経営者） | ・旅館などの予約状況をみると、秋の観光客はプラスの見込みである。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・企業業績に明かりが見え始めているため、歳暮やボーナス商戦に期待がもてる。 |
| | | 百貨店（外商担当） | ・8月はマイナスだったが、オリンピックの影響が大きい。今後は平常に戻り、消費意欲も上がってくる。 |
| | | スーパー（総務担当） | ・夏物の売上状況をみていると、秋冬商品が動くのも早い。 |
| | | コンビニ（店長） | ・天候の長期予報では残暑も厳しいと予想されるため、引き続き飲料が売上を引っ張る。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・新型車が投入されるため、客の購買意欲が高まっている。他社も新型車を予定しており、相乗効果が期待できる。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・足元の状況が良い。また、今後新型車が発表されるため期待が持てる。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・前回の消費税増税時に駆け込み購入された車の下取りが増えている。今後は新型車の発売も予定されており、受注増が期待できる。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・金利がかかる割賦は敬遠されがちで、現金一括で購入するケースが増えており、慎重な姿勢もみられる。しかし予算をオーバーして購入する客も多く、良い物にはお金を出す傾向もある。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・年末にかけて多くのメーカーが新型車の発売を計画しており、市場が活性化される。 |
| | | 住関連専門店（営業担当） | ・自動車リサイクル法が来年から施行されるため、古い車に乗っている客が買換えに向かう。 |
| | | スナック（経営者） | ・一般建設物件やマンション、住宅は横ばいである。しかし民間企業の設備投資が増加しており、その方面の需要はおう盛である。 |
| | | スナック（経営者） | ・客の様子では、好調な会社と不調な会社ははっきりしている。景気の悪い客の話や話を聞くと先行き不安になるが、景気の良い会社では接待も明らかに増えており、全体ではやや上向いている。 |
| | | 観光型ホテル（スタッフ） | ・セルフサービスの割安商品とサービス密度の濃い高額商品に二極分化しつつあるが、宿泊など利用客は増えている。 |
| | | 都市型ホテル（支配人） | ・年末の忘年会受注は前年より若干早い。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・宿泊予約は早目に入ってくる。宴会場も、婚礼、その他の宴席で予約は前年を上回っている。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | ・予約内容は愛知万博関連が多く、レストランの個室なども需要が高まる。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・ゴルフのグループツアーが増えている。 |
| | 旅行代理店（従業員） | ・キャンペーンやイベントを行うとそれなりの成果が得られる。消費者には、余暇や趣味に金を費やす余裕が少なからず出てきている。 | |
| | 住宅販売会社（従業員） | ・今後も引き続き、住宅ローン減税の縮小に伴う駆け込み受注が増える。 | |
| | 住宅販売会社（従業員） | ・土地所有者の老齢化に伴い、アパートやマンションを建設し家賃収入を期待する人の増加が見込まれる。 | |
| | 変わらない | 商店街（代表者） | ・暑さのせいでも、商店街全体で来客数は減っている。客の購買意欲にも強さがないため、このままの状況が続く。 |
| | | 商店街（代表者） | ・この夏は猛暑とオリンピックにより販売が延びているが、2～3か月先には特に材料がない。 |
| | | 商店街（代表者） | ・ここ数年間はまったく状況が変わっていない。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-----------------|--|
| | | 商店街（代表者） | ・今月も相変わらず悪い状況が続いている。 |
| | | 一般小売店〔電気屋〕（経営者） | ・中小企業が良くならない限り大きな変化はない。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・今年は残暑が長引くため、秋冬物の売行きに影響する。猛暑の翌冬は暖冬になるため、重衣料の売行きにも不安がある。客の様子や秋冬のトレンドからみても、売上は回復しない。 |
| | | 百貨店（経理担当） | ・紳士服を中心に景気回復はまだ遠い。 |
| | | スーパー（経営者） | ・消費者は金を持っているようだが、年金問題が不安となって本当に厳しい生活となっており、金の使い渋りが続く。 |
| | | スーパー（経営者） | ・客の様子をみても、景気が良くなるとは考えられない。 |
| | | スーパー（店長） | ・他業界ではインフレ傾向も出ているが、小売業ではまだまだデフレが続いている。しばらくはこの状況が続く。 |
| | | スーパー（店長） | ・客単価の回復がみられない。消費税総額表示以降、割高感が出ないよう以前の本体価格を総額価格としているが、これが粗利益を圧迫し経営を苦しめている。 |
| | | スーパー（仕入担当） | ・今後しばらくは売上の伸びはあまり期待できない。消費者は購買よりも節約の意識が強い。また競合店が価格を一層下げることが予想される。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・来客数は伸びているが、集中的に競合出店があり、影響が出てくる。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・現状と比較して、客の購買意欲が急に良くなることはない。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・客の購買意欲の上昇は感じられるが、ますます厳しくなる競合状況を考えると、全体では変わらない。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・7月には上向き期待が持てたが、8月はまた元に戻っている。天候などの外的要因に変化がなければ変わらない。 |
| | | コンビニ（店長） | ・2か月連続で売上高は前年をクリアしているが、客の様子をみると、まだまだ先行き不透明である。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・例年8月は売上が増加しないが、加えて月の後半に落ち込みもあり、景気の上昇の見込みはない。 |
| | | 衣料品専門店（企画担当） | ・消費を喚起できる要素が少ない。特にミセス層が硬い。 |
| | | 家電量販店（経営者） | ・客の慎重な様子は今後も変わらず、景気が上向きになるとは考えられない。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・問い合わせ、来客数が増えていないため、絶対量が大きく変わることはない。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・大きく良くなっていくという期待感はない。しかし悪くもならない。 |
| | | 乗用車販売店（総務担当） | ・客の様子から判断すると、現状維持が精一杯である。 |
| | | 自動車備品販売店（経営者） | ・消耗品の耐久性が増し、販売数量は落ち込み始めている。カー用品店も淘汰される時代に入っており、景気の上昇は見えない。 |
| | | 住関連専門店（店員） | ・秋物商品の出足はあまり目立たない。購買の価格帯が低価格と高価格に二分化しつつあり、傾向がつかみにくい。 |
| | | その他小売〔総合衣料〕（店員） | ・8月は夏休みとオリンピック効果があったが、秋には冷え込み、消費は厳しくなる。 |
| | | 高級レストラン（スタッフ） | ・家計や企業は限られた予算の中でやりくりしており、月々の業績は変動しやすくなっているが、平均すると大きな変化はない。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・夏が終わると11月の紅葉時期までは来客数の伸びは期待できないが、このまま残暑が続けば現状を維持できる。 |
| | | 一般レストラン（スタッフ） | ・お盆など客がお金を使う時期には集客があるが、その後は反動がきつい。 |
| | | スナック（経営者） | ・年内は12月を除いてはあまり期待できない。街角は入出も少なく良い話は聞かれない。テナントの出入りも激しく、長年営業している店も閉めており不安である。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・何事も起きなければ変わらないが、台風の影響でキャンセルなどが相次ぐと、売上は大きく減少する。 |
| | | タクシー運転手 | ・業界には良い材料はあまりない。当分この状態が続く。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・景気が回復する材料は見当たらない。待ちの状況はもう少し続く。 |
| | | テーマパーク（総務担当） | ・過去3か月間では、来場者数、園内消費単価とも前年を下回っている。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|--------------|--|--|---|
| | | 観光名所（案内係） | ・中高年やお年寄り、外に出る人と出ない人に二分しており、外出したくても出られない人も増えている。 |
| | | ゴルフ場（経営者） | ・3か月先までの予約数は前年を下回っており、回復の兆しはない。東海3県下の来客数も前年を下回っている。 |
| | | ゴルフ場（企画担当） | ・季節的にはゴルフに良い時期であるが、客は安い金額を望んでいる。料金を極端に下げるゴルフ場も増えており、厳しい状態はまだ続く。 |
| | | パチンコ店（経営者） | ・客の様子をみていると、景気はまだ変わっていない状況である。 |
| | | 美容室（経営者） | ・客の来店動機がしっかりしない限り、来店サイクルが長い状況は続く。 |
| | やや悪くなる | 商店街（代表者） | ・客は必要不可欠な物は買うが、日常使う物、食べる物の出費には慎重である。 |
| | | 一般小売店〔酒〕（経営者） | ・客は、残業もなく給与が伸びていない中小企業関係者が多い。その上、ガソリン価格が上昇しているため、他商品の値上がりなどを見込んで消費を抑えるのではないかと懸念している。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・紳士靴は実用的で履きやすい商品が主流だが、今年になって、履きやすさに流行のデザインを加えた靴を選ぶ客が増えている。しかし両方を兼ね備えた商品が少なく、売上につながらない。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・夏物が不足した影響もあり店頭は秋物を中心に展開しているが、動きは鈍い。8月の商品動向により秋冬ファッション商材の売上が決まる年が多いため、今年の秋冬商戦を非常に不安視している。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・ビジネススーツの動きが悪く、中堅サラリーマン層の購買は進んでいない。また、一部の高級婦人服の動きは依然好調だが、本来の景気の良さではない。 |
| | | スーパー（店長） | ・近隣への大型店出店から1か月が経つが、関連業種では3～4割の売上減という影響が出ている。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・現在好調なのは天候要因が大きく、3か月後も同様とは考えにくい。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・原油価格の高騰が様々な面に効いてくる。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・現在の好況は夏の暑さとオリンピックという特殊要因に支えられているが、今後は大きな行事も予定されていない。 |
| | | その他小売〔貴金属〕（経営者） | ・依然として消費者の購買意欲は上がっていない。経済や社会の様々な不安定要因が影響している。 |
| | | その他小売〔雑貨卸〕（経営者） | ・小売店では自社で在庫を抱えて販売しようとする動きがない。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・大口の予約が少ない。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | ・10～12月の予約状況は昨年よりもやや弱い動きになっている。オリンピック後の景気対策がないと景気は悪くなっていく。 |
| | | 理美容室（経営者） | ・消費者は本当に必要なときにしか金を使わなくなっている。 |
| | | 設計事務所（経営者） | ・規模の小さな案件が多いため、現在の仕事は2～3か月以内には終わってしまう。現時点で3か月先の実施設計につながる計画件数は少ない。 |
| 住宅販売会社（企画担当） | ・原油価格の高騰によりガソリン価格が上昇しており、その影響で下請の価格が上昇する。そのため、販売不振が続く。 | | |
| 住宅販売会社（業務担当） | ・原油価格高による資材の値上げを販売単価に転嫁できない。住宅着工数も、110万戸を割ると予想する人もいる。 | | |
| 企業動向関連 | 悪くなる | | |
| | 良くなる | 窯業・土石製品製造業（経営者） | ・窯業界の景気は2～3か月前の新規住宅着工件数の動向に左右されるが、4～6月の着工件数は301,649戸であり、直近と比較して約16%増加している。そのため10～11月の業績は大幅に改善される。 |
| | やや良くなる | 電気機械器具製造業（営業担当） | ・第1、第2四半期の売上が芳しくないため、それに比べれば第3四半期、第4四半期は良くなる。 |
| | | 輸送業（従業員） | ・新卒者や中途のドライバー採用が、景気がやや上向いている影響で以前より少し難しくなっている。 ・その一方で原油価格の高騰が続いており、運輸業では経営への影響が大きい。また、石油関連製品の価格が上昇すると物流費の値下げを要請されることが見込まれ、心配である。 |
| | 輸送業（エリア担当） | ・順調に景気回復しており、秋から冬にかけてのクリスマス商戦の貨物も増加する。 | |

| 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 |
|--------------------|-----------------------|--|---|
| 雇用 関連 | 変わらない | 輸送業（エリア担当） | ・集荷に回る客先のオフィス内には活気が出ており、景気は上向きになっている。 |
| | | 金融業（企画担当） | ・物の動きが出ているが、それにつれてお金の動きも出てくるため、今後は良くなっていく方向である。 |
| | | 広告代理店（経理担当者） | ・より広い範囲の客から問い合わせがある。また、広告を大きくしたり本数を増やしたりといった追加注文が増えている。 |
| | | 行政書士 | ・現在の仕事の状況が継続する。 |
| | やや悪くなる | 食料品製造業（企画担当） | ・消費税総額表示の影響で、ギフト商品の高額品は販売不調であり影響が出ている。消費はまだ回復基調にはない。 ・原油価格の高騰は材料価格を上昇させるが、消費の動きが鈍いため小売価格に転嫁できない。そのため企業収益にも影響が出てくる。 |
| | | 一般機械器具製造業（経理担当） | ・取扱商品によって受注量に波があり、短期的にみると景気は変わらない。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・2～3か月先の国内販売は、今のところ大型物件の受注が見込めないことから、2～3か月前とほぼ同水準と予測している。 ・最近の原油価格の高騰が長期化することになれば、収益面に影響してくる。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・家電製品の受注は、既存商品のリピートが中心で、しかも同数量の受注が続いているためほぼ横ばいである。 |
| | | 電気機械器具製造業（従業員） | ・原材料業者では海外からの仕入価格が上昇傾向にあるようだが、販売価格に転嫁できず苦しんでいる。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（経理担当） | ・当業界の景気は数か月前から悪くない。これ以上の景気回復には他業種の回復が必要だが、まだ不透明感が残っている。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（工務担当） | ・1日当たりの生産高は高水準を維持している。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（統括） | ・主要取引先からの受注は厳しい状況にあるが、現時点でもかなり低いと、これ以上はそれ程落ち込まない。 |
| | | 建設業（経営者） | ・受注機会はあがるが、採算ベースからみると厳しい状況が続いている。この状況は数か月先も同じである。 |
| | | 広告代理店（従業員） | ・高品質の商品を自信を持って販売していこうという気概が感じられない。 |
| | | 広告代理店（制作担当） | ・競合他社との価格競争が厳しいため、新規の受注予定はなかなか決まらず、現状維持である。 |
| | | 新聞販売店〔広告〕（店主） | ・新聞販売量やチラシ受注量は今後も変化なく推移する。 |
| | | 公認会計士 | ・中小企業の経営者は多少の業績回復を感じてはいるものの、積極的に設備投資をしたり、従業員を雇用したりすることについては、まだまだ控えている。 |
| | | 経営コンサルタント | ・名古屋では地価が上昇しているという話があるが、三重県では地価はまだ下がるという認識があり、土地の買い控えは続いている。 |
| | | 税理士 | ・関与先の中小企業では、原油や鋼材など原材料価格の値上がりによる価格転嫁できない状況にある。中小企業では景気回復はみられず厳しい。 |
| | | その他サービス業〔ソフト開発〕（社員） | ・今年度中の動きはある程度みえている。 |
| その他非製造業〔デザイン〕（経営者） | ・現在の引き合いが継続する見込みである。 | | |
| 悪くなる | 鉄鋼業（経営者） | ・信用不安や、原材料不足などに関連した黒字倒産などが、鋼材を扱う業種で増加しそうな気配がある。 | |
| | 一般機械器具製造業（経理担当） | ・3か月後の受注はまだ出来ておらず、これからである。 | |
| | 輸送業（エリア担当） | ・輸送業者の生命とも言える燃料単価が65円から71円に9.23%も値上がりし、9月からはさらに4円程値上がりする。石油製品などの値上がりも予想されとても心配である。 | |
| 良くなる | 非鉄金属製品製造業〔鋳物〕（経営企画担当） | ・引き合いが減っており、販売価格の低下は継続する。 | |
| | 人材派遣会社（社員） | ・愛知万博が近づいているが、募集しても運営スタッフが集まりにくい状況である。また製造業への派遣では自動車関連の需要が高く、人材の確保が困難になりつつある。 | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------|----------------|---|--|
| | | 求人情報誌製作会社（企画担当） | ・愛知万博、中部空港関連の求人や、引き抜かれた労働力の補充があり、これから数か月の求人は相当の競合状況に入る。 |
| | | 職業安定所（所長） | ・来春の新卒高校生向けの求人が8月15日現在で2,029人あり、前年より約500人、28.5%増加している。若年労働者に対する採用意欲が向上している。 |
| | | 学校〔大学〕（就職担当） | ・自動車関連メーカー、同販売会社、機械工具関連商社、工作機械メーカー、段ボールメーカーの業績が好調で、求人意欲もおう盛である。 |
| | やや良くなる | 職業安定所（職員） | ・求人状況は、建設関連では引き続き公共事業縮小の影響があり、特に中小企業で厳しい。しかし、電気機械器具製造業、特に民生電気器具製造業の増加が著しく、輸送用機械器具製造業も好調を保っている。 ・求人内容は、派遣、請負の求人が新規求人の4分の1を占めている。企業のアウトソーシング化が進む中で、雇用形態は変化しつつも、取り巻く環境は改善傾向がうかがえる。 |
| | | 民間職業紹介機関（経営者） | ・求人数は、自動車業界の好景気に引っ張られ、高い水準を維持している。 ・中途採用も、これまでは企業は新卒採用を優先させてきたため動きは鈍かったが、ここにきて採用活動が本格稼働し、増加し始めている。 |
| | | 学校〔専門学校〕（就職担当） | ・半年前には、今春の新卒者や教員採用試験受験者、公務員試験受験者からの就職相談が多かったが今は見当たらず、どこかに就職できているようである。 ・同業他社でも専門職の採用募集をしており、全体的に雇用の拡大傾向がみられる。 |
| | 変わらない | 人材派遣会社（社員） | ・派遣受注は引き続き増加しているが、派遣スタッフが不足しており、需給バランスが悪い。 |
| | | 人材派遣会社（社員） | ・この夏の特需であった電化製品関連メーカーからの受注は今後収縮していくが、自動車業界が依然として堅調であり、全体としては変わらない。 |
| | | アウトソーシング企業（エリア担当） | ・輸送用機器関連やIT関連などの製造業は全般的に好調であり、多忙を極めている。そのため求人数は増加しているが、求職者数は伸びていないため、深刻な人手不足が1年程続いている。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | ・一部の輸出依存型の製造業は引き続き好調に推移する。しかし、増産のなかでも短期雇用型の派遣、業務請負に依存する傾向は強まっており、正社員を大量に雇用する動きはない。 |
| 新聞社〔求人広告〕（担当者） | | ・求人広告は現在のやや好調な状況がしばらく続く。しかし営業広告は下降気味であり、求人だけが今後もさらに伸びていくとは考えにくい。 | |
| 職業安定所（職員） | | ・求人数は増加しているが求職者数は減少もしくは横ばいであり、求人求職のミスマッチは増加傾向にある。請負、派遣の求人が増加していることが背景にあり、ミスマッチはなかなか解消されない状況である。 | |
| 職業安定所（職員） | | ・企業業績は回復基調にあるものの、企業が長期雇用を進め賃金条件なども改めない限り雇用不安は解消せず、景気回復は一部にとどまる。 | |
| 職業安定所（管理部門担当） | | ・有効求人倍率は改善しているものの、求人求職のミスマッチは大きい。指標の動きは好調に見えるが、厳しい雇用実態は今後も続く。 | |
| 民間職業紹介機関（職員） | | ・この業界では求人数が増加しており、引き続き同水準を保つ。 | |
| やや悪くなる | 求人情報誌製作会社（編集長） | ・中途社員の募集ニーズに少しかげりが見えている。 | |
| 悪くなる | - | - | |

6. 北陸（地域別調査機関：（財）北陸経済研究所）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|--------|----------|-----------|---|
| 家計動向関連 | 良くなる | | |
| | やや良くなる | 百貨店（営業担当） | ・2か月続いた猛暑の影響で、客は秋のファッションを待ちこがれており、秋物需要が期待できる。 |
| | | スーパー（店長） | ・7、8月の販売量は前年実績をクリアしており、9、10月もこの状態で推移する可能性が高い。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|-----------------------|--|
| | | コンビニ（経営者） | ・たばこの売上が非常によい。酒を飲んだり遊びに行く場合に喫煙することが多いため、先行きは若干明るい。 |
| | | 乗用車販売店（総務担当） | ・今月モデルチェンジした商用車、引き続き好調なコンセプトカー、10月にフルモデルチェンジする主力カーなどが寄与するため、今秋は売上高、販売台数ともに期待が大きい。 |
| | | 観光型旅館（スタッフ） | ・先月までは9月から12月までの予約保有が前年を大きく下回っていたが、今月になって9月は前年比減少しているものの、10、11月は前年並みとなり、若干回復傾向にある。 |
| | | 通信会社（社員） | ・通信料金の定額制の浸透により、携帯電話の販売台数が増加する。 |
| | 変わらない | 商店街（代表者） | ・低迷期が続いているが、再開発中の隣接商店街で新しい店の開店が続けば、人の流れが多少変わる。 |
| | 変わらない | 百貨店（営業担当） | ・現在の買上客数のトレンドからみて、今後2、3か月は変わらない。また、駅前再開発に伴う道路工事の影響で来客数が若干減少する懸念がある。 |
| | 変わらない | スーパー（店長） | ・7月の福井豪雨や5か月経過した消費税の総額表示に対して客の態度も落ち着いてきた。ここ2、3か月は来客数は微増、客単価は微減が続く。 |
| | 変わらない | スーパー（店長） | ・3～8月の動きを見ると、単価は消費税の総額表示の関係で低下しているが、来客数は前年の110%で推移し、売上も順調に推移している。この上向き傾向は下期も継続する。 |
| | 変わらない | スーパー（総務担当） | ・気温の上昇で飲料等は売れているが、日用品にまでは波及せず、この状況が続く。 |
| | 変わらない | スーパー（副店長） | ・来客数が増加しても、客単価の低下が続いている。客には商品をより吟味し、パーゲンでも必要量以上は買わないという態度が根強く続いている。 |
| | 変わらない | 家電量販店（経営者） | ・7月までは好調であった冷蔵庫、洗濯機、食器洗い乾燥機などの白物家電も単価の低下が激しく、数量は前年比で上回っているものの売上は下回っている。 |
| | 変わらない | 家電量販店（店長） | ・地元では10月から地上デジタル放送が開始されるため、関連商品が動く。また、近隣に新築物件が見られるので、この需要も見込める。 |
| | 変わらない | 乗用車販売店（経営者） | ・全体の景気は変わらないが、秋商戦、ニューモデルの影響で売上は多少上向く。 |
| | 変わらない | 乗用車販売店（経理担当） | ・福井豪雨の影響で車の買換え需要が生じたが、新車は増えたものの、中古車が減っているため、全体としては変わらない。 |
| | 変わらない | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者） | ・原油価格は高騰しているが、石油業界の淘汰はまだ続いており、スタンドのマージン率は依然として低い。 |
| | 変わらない | その他専門店〔医薬品〕（営業担当） | ・既存店の売上は前年比106%と伸びているにもかかわらず、利益額は前年並みという現状から判断して、厳しい競争が今後も続く。 |
| | 変わらない | 都市型ホテル（スタッフ） | ・来客数の減少が7月後半から8月も続き、今後の伸びが期待できない。 |
| | 変わらない | 都市型ホテル（スタッフ） | ・予約状況から見て、現状維持が精いっぱいである。 |
| | 変わらない | 旅行代理店（従業員） | ・海外ではテロ、国内では温泉の泉質問題があるため、9月以降の受注が非常に悪い。 |
| | 変わらない | タクシー運転手 | ・客の増加要因が特にない。一方でタクシーの台数は増えたままの状態、客の奪い合いが続く。 |
| | 変わらない | 通信会社（営業担当） | ・ボーナス期が終わり、やや低迷する時期であるが、新機種が発売があるため、売上はあまり変わらない。 |
| | 変わらない | 設計事務所（職員） | ・受注に直結する計画の持ち合わせがなく、また引き合いや照会に多少の動きはあるものの、当面は期待できない。 |
| | やや悪くなる | スーパー（営業担当） | ・客の来店頻度や買上点数を見ると、必要な物以外は買わず、チラシ広告を見ての買い回りが続いている。販売する側よりも客の方が価格に詳しく、競争激化から単価は更に下がる。 |
| | やや悪くなる | 高級レストラン（スタッフ） | ・夏休みと行楽シーズンの谷間に入るため、予約状況は明るくない。 |
| | やや悪くなる | 観光型旅館（経営者） | ・今年は温泉表示問題、福井豪雨、原発事故など、非常に厳しい夏であった。予約のキャンセルは豪雨の影響だけにとどまったが、今後風評被害による予約の伸び悩みが心配である。 |

| 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 |
|----------------|--------------------------------|--|--|
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・7月から8月にかけて暑い日が多く、展示場への乗客数は約3割減少した。この影響が秋から冬にかけての販売数量の低下につながる懸念がある。 |
| | 悪くなる | コンビニ（経営者） テーマパーク（職員） | ・近隣の競合店の影響から、今後売上は減少する。 ・団体旅行、企画募集旅行の動きが大変鈍いため、向こう3か月の予約は前年同月比で10%以上減少している。また、個人、グループでも他地域の大型イベントの影響があり、全体的に悪くなる。 |
| 企業 動向 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 電気機械器具製造業（経営者） | ・10、11月の売上は例年どおり推移するものの、12月以降の商談が増えており、先行きは改善する。ただ、品質維持やコストダウンについては相当な注意が必要である。 |
| | | 通信業（営業担当） | ・他社の電話回線への参入が予想されるため、市場規模は膨らむが、厳しい状況になる。 |
| | 変わらない | 繊維工業（経営者） | ・先行きに若干の期待感はあるが、一方では原材料や原油の値上げなどコストを押し上げる要因があり、相殺される懸念がある。 |
| | | 化学工業（営業担当） | ・大手医薬品メーカーからの受託製造案件が多くなっているが、4、5社のコンペ方式が多いため、低価格を出さない限り成約に至らない。 |
| | | 金属製品製造業（経理担当） | ・企業サイドでは良い方向に進んでいるが、原油価格の上昇やアメリカの大統領選挙の行方など、未知数の部分がある。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | ・8月は季節要因もあって、引き合い件数、引き合い金額とも若干勢いが落ちているが、前年比ではかなり強含みで推移しており、先行きはほぼ変わらずに推移する。 |
| | | 通信業（営業担当） | ・携帯電話市場は料金競争が続くため、厳しい状態は変わらない。 |
| | | 金融業（融資担当） | ・取引先では業種によって設備投資による増産体制をとる会社が増えているが、一方では中小企業の中で、特に卸売業者の廃業が目立つ。 |
| | | 司法書士 | ・不動産の購入や増資などを行う会社も一部に見られるが、全体の景気を押し上げる状態にない。 |
| やや悪くなる | 金属製品製造業（経営者） 精密機械器具製造業（経営者） | ・先行きの注文量が減少している。 ・例年は秋の眼鏡商戦を迎え、新型を含めて生産が増える時期であるが、新型の出荷があまり良くなく、また年末に向けて在庫調整が行われるため、各社の受注はかなり減っている。 | |
| | 輸送業（配車担当） | ・景気は多少上向き傾向にあるが、燃料代など経費の増大から悪影響が出る。 | |
| 悪くなる | 建設業（経営者） | ・地元ではランクの高い工事が全くなき、これから毎月赤字が増えていく。同業他社でも2割が廃業を視野に入れている。 | |
| 雇用 関連 | 良くなる | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・先を見据え、積極的に求人を行う動きが企業側に見られる。 |
| | やや良くなる | 新聞社〔求人広告〕（担当者） 職業安定所（職員） | ・4～8月の求人数は少しずつ安定して伸びている。 ・求人は依然として請負や派遣が多いものの、求人の増加、求職者の減少が見られる。 |
| | 変わらない | 職業安定所（職員） | ・新規求人はサービス業、製造業で増えている。内容は派遣求人、請負求人であるが、仕事を探している人は正社員を希望しているため、就職がなかなか決まらない。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・卸・小売、食品関係で求人が低調である。また、非正規型求人が依然多い。 |
| | やや悪くなる 悪くなる | - - | - - |

7. 近畿（地域別調査機関：りそな総合研究所（株））

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------|----------|-------------------------------|--|
| 家計 動向 関連 | 良くなる | 一般小売店〔酒〕（経営者） 乗用車販売店（営業担当） | ・9月後半に月間のグルメ情報誌に掲載されることもあり、良くなる。 ・9月以降に新型車が出る効果によって、販売量が更に増加してくる。 |
| | やや良くなる | 一般小売店〔衣服〕（経営者） | ・フォーマルや婚礼布団等が少しずつ動いてきた。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|-------------|--|----------------------------|---|
| 変わらない | | 百貨店（売場主任） | ・今冬はヒットアイテムが出そうであり、コートやニット、ファーの動きも良く、顧客以外の反応も良い。 ・新型車の発売が続くため、良くなる。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・法人旅行需要については、回復傾向が鮮明となってきたおり、削減に向かっていた企業の福利厚生費も社員のロイヤリティアップのために見直される動きも出てきている。こうした動きから今後が期待される。 |
| | | 旅行代理店（営業担当） | ・案件量が年末にかけて増加傾向にある。 |
| | | 通信会社（経営者） | ・秋の行楽シーズンを迎え、団体客の問い合わせが昨年より多くなっている。 |
| | | 遊園地（経営者） | ・DVDタイトル数の増加によるDVDレンタル・販売が依然好調であり、その傾向が今後も続く。 |
| | | その他サービス〔ビデオ・CDレンタル〕（エリア担当） | ・当社販売物件の来場者数が増加しており、客の購入意欲も高くなりつつある。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・展示場イベントにおいて、冷やかしの客が減り、真剣に建築を考えている人が増えてきている。 |
| | | 住宅販売会社（総務担当） | ・金利の上昇局面で、割安感のある都心近郊部の一戸建て分譲も、引き続き好調に販売されると思われる。 |
| | | その他住宅〔情報誌〕（編集者） | |
| | | 商店街（代表者） | ・購買単価の二極化が進むが、商店街においてはより単価下落志向が続くと考えられる。 |
| | | 一般小売店〔時計〕（経営者） | ・価格が安ければそれで良いとする客も相変わらず多く、財布の中の余裕のなさがうかがえ、そういう傾向は当分続く。 |
| | | 一般小売店〔衣服〕（経営者） | ・秋物の動きをみると、過去と比べ、動きの早いものは低価格品であり、良くなる要素が身の回りから出てこない。 |
| | | 一般小売店〔衣服〕（経営者） | ・近隣の百貨店が新装オープンするため、先行きの見通しは厳しい状況である。 |
| | | 一般小売店〔家具〕（経営者） | ・家具については、給料が増えないと購入してもらえず、今後については現状維持が精一杯である。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・売上が伸びず、仕入先の倒産、リストラも続いており、今後良くなる材料がない。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・10、11月に競合店の出店が予定されているため、集客力は高まるが、その反面、影響も大きいとみている。9月に改装予定であるが、プラス効果は薄いと考えている。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・先行きが見えない状況であり、先買いや予約販売などよりも、実売傾向が強くなる。 |
| | | 百貨店（企画担当） | ・有力ブランドの動きが、相変わらず前年実績を大幅に下回る状況となっており、改善する兆しがみられない。 |
| | | 百貨店（経理担当） | ・百貨店に恩恵が少なかったエアコンやデジタル家電の消費が一段落すると思われるが、その分が百貨店に回るかは不透明であり、今の悪い状況から脱却するとは考えにくい。 |
| 百貨店（サービス担当） | ・9月からは、各フロアにおいて一部改装とブランドの入替え等を実施するが、全体的な売上の引上げ効果は期待できない。 | | |
| スーパー（経営者） | ・スーパーの長時間営業が普及したのか、夜の9時台、10時台に普通の買物をする客も多く、当面は営業時間延長効果でまずまずの状態が保てそうである。 | | |
| スーパー（店長） | ・昨年は在阪球団に関する盛り上がりがあったので、今年はその反動が予想される。 | | |
| スーパー（経理担当） | ・郊外型大規模店の進出の影響が、限られた商圈で展開する中小店舗にとっては非常に大きい。 | | |
| 家電量販店（経理担当） | ・猛暑やオリンピックにより、エアコンやAV機器が好調に推移した反動が予想されることや、今秋以降はこれといった目玉商品が見当たらないことから、冬期商戦までは期待できない。 | | |
| 家電量販店（営業担当） | ・予報では暑い日が続くといわれており、そのまま暖冬という流れになるので、今の悪い状況が続く。 | | |
| 乗用車販売店（経営者） | ・車検や車の販売が伸び悩み、板金等の予約もあまりない。 | | |
| スナック（経営者） | ・家族連れで来店するグループが増えてきている。 | | |
| 都市型ホテル（支配人） | ・3か月先の予約状況は大きな変化もなく、レストラン、喫茶部門の来客数は伸び悩んでいるが、客単価は下げ止まり傾向にある。 | | |
| 旅行代理店（広報担当） | ・10～12月の受付状況が現段階では芳しくない。しかし、オリンピック終了後、そろそろ秋の旅行計画をたてる客が増えて、申込が増えるのではないかと考えられる。 | | |

| 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 |
|---------------------|-----------------------|---|---|
| | | タクシー運転手 | ・深夜の客の乗車機会が増加傾向になく、景気回復感がもう少し加速しないと需要の回復はない。 |
| | | タクシー運転手 | ・オリンピックも終わり、多少客が戻ってくると考えているが、夜間の客は減っており、今後も変わらない。 |
| | | 通信会社（経営者） | ・需要を刺激するため、現行商品の値下げを行う予定であるが、購買増の大きな助けにはならない。 |
| | | 設計事務所（所長） | ・建築資材の価格が徐々に上がってきているため、景気は良くならない。 |
| | | その他住宅〔展示場〕（従業員） | ・来場者の建築意欲に変化はなく、今後目立って良くなる要素もないが、住宅展示場の秋のイベント開催における集客効果に期待感がある。 |
| | やや悪くなる | 一般小売店〔食料品〕（経営者） | ・今までニッチだった業界に大手資本が参入したため、競争が激化しており、厳しい状況が予想される。 |
| | | 一般小売店〔精肉〕（管理担当） | ・アメリカ産牛肉の輸入が解禁されるかどうか、12月の最大の繁忙期へ向けての相場に大きく影響を与えそうであり、今年は年末商戦での利益確保は非常に難しいとみられる。 |
| | | 一般小売店〔カメラ〕（販売担当） | ・カメラがデジタル化されて、プリントの量が激減しており、それが今後も続く。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・秋物が早く動きすぎていることや、天候不順から予想すると、冬物の最盛期に当たる3か月先は、コート商材が苦戦しそうな気配である。 |
| | | 百貨店（売場主任） | ・商業施設の出店や、競合店の改装も予定されている中で、当店は改装の予定もなく、その影響が出てくる。 |
| 都市型ホテル（役員） | | ・秋口から婚礼件数が大幅に減少しており、ホテル全体の売上を引き下げる。 | |
| 都市型ホテル（営業担当） | | ・宿泊に関しては、団体客が前年並みに見込まれるが、個人客は前年のような需要が今のところ見込まれない。宴会は婚礼数が前年よりやや減り、一般宴会は上半期のような需要は見込めない。 | |
| その他レジャー施設〔球場〕（企画担当） | | ・プロ野球がシーズンオフに入り、現時点では企業イベントもあまり多く入っていないため、来場者数があまり期待できない。 | |
| 悪くなる | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者） | ・原料高のなかで、製品デフレの基調は変わっていないので、今後景気は悪くなっていく。特に輸送業界では、軽油の値上げの吸収力がなく、今後の懸念される。 | |
| 企業動向関連 | 良くなる | 出版・印刷・同関連産業（情報企画担当） | ・9月決算を境に各企業の予算化された商品が動き出す。これによって来年3月までの受注・発注が増大する。 |
| | | 金属製品製造業（営業担当） | ・大型物件、マンション物件などの受注が決まっている。秋頃には、現在の生産ライン、人員では対応できなくなる。 |
| | | その他サービス業〔イベント企画〕（経営者） | ・愛知万博の動きがいよいよ本格化され、その影響が出てきつつある。 |
| | | その他非製造業〔民間放送〕（従業員） | ・オリンピック効果で8月閑散期も乗り切り、更なるスポット需要により、年末年始の繁忙期までこの状況が続く。 |
| | やや良くなる | 輸送業（営業所長） | ・輸入貨物で秋冬物の商品が動き出すので、売上増加が期待できる。また、空港への連絡橋の通行料が、期間限定ではあるが大幅値下げになり、経費削減になっている。 |
| | | 新聞販売店〔広告〕（店主） | ・新開発地域に分譲地やマンションが建ち、売出しがなされ、すでに入居が始まっているところもある。その中で量販店やコンビニもでき、活気づき始めているため、今後の見通しは良い。 |
| | | コピーサービス業（従業員） | ・今秋は早くから訪れそうで、秋・冬物商材の動きが良好ではないかと思われる。商戦が激しくなれば、印刷業界も企画書や販促物等の受注量が増える。 |
| | 変わらない | 繊維工業（団体職員） | ・年末の需要期に入っていくが、原材料の綿糸価格が下降傾向であり、取引先より値下げの要請がある中、原油価格の高騰で外注加工賃の値上げ懸念がある。 |
| | | 繊維工業（総務担当） | ・冬物商品の出荷が始まれば、売上が夏場よりも伸びると思われるが、昨年との比較では、安価な中国からの輸入商品に押され、好転することは期待できない。 |
| | | 金属製品製造業（経営者） | ・10月から更なる鋼材値上げが発表されているが、最終製品への転嫁が難しく、今後厳しい状況になる。 |
| 金属製品製造業（総務担当） | | ・官民とも、建築工事案件の予算がまだまだ厳しく、当分奪い合い競争が続く。 | |
| 電気機械器具製造業（経営者） | | ・製造については忙しくなると思われるが、原油高の影響により、設備投資に対する慎重さが出てくる。 | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|------|----------|-------------------|---|
| | | 建設業（経営者） | ・官庁関係工事の先細りにより、民間関係工事の激しい受注競争が続く。 |
| | | 建設業（経営者） | ・新聞チラシや住宅情報誌に折込や掲載をしても、反応が悪い。販売現場に客が来場しても、本気で住宅を探している客はごく一部である。これから2～3か月で状況が良くなるとは考えにくい。 |
| | | 金融業（営業担当） | ・期初の事業計画において販売額の増加を見込んでいた企業が、計画を下方修正するケースが増えてきている。 |
| | | 不動産業（経営者） | ・分譲マンション、建売住宅は依然おう盛であるが、価格面で地域ごとの格差が出てきている。 |
| | | その他非製造業〔衣服卸〕（経営者） | ・消費税の総額表示に伴う価格ダウン要請などもあり、売上、利益ともに良くなることは困難で、今後、優勝劣敗の傾向が増幅される。各社の営業コストダウンや事務合理化が更に問われることになり、企業間の最終利益の格差が更に顕在化する。 |
| | やや悪くなる | 食料品製造業（経理担当） | ・原油の値上がりりが鮮明になってきており、原材料の価格改定の依頼が増えてきている。 |
| | | 金属製品製造業（営業担当） | ・対米・対中輸出関連の受注が息切れしてきている。 |
| | | 電気機械器具製造業（宣伝担当） | ・オリンピックの終了とともに、今後、これまでけん引していたAV商品の荷動き鈍化が懸念される。 |
| | | 建設業（経営者） | ・建設公共工事において、工事量の減少、価格の低下に加え、PFIなど中小企業に不利な条件が多くなってきた。今後は、少なくなった工事を中小企業で奪い合う状況がますます顕著になる。 |
| | | 輸送業（営業担当） | ・仕事量は増えてきているが、燃料費が高騰してきているため、運送業にとっては厳しい状況が続く。 |
| | 悪くなる | | |
| 雇用関連 | 良くなる | 人材派遣会社（営業担当） | ・求人数が大幅に増加しており、受注内容もこれまでの短期的な派遣から、長期的な派遣へと安定性を取り戻しつつあり、先行きに期待が持てる。 |
| | やや良くなる | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・新卒募集が増えてきており、派遣・紹介案件も企業からのオーダーにこたえきれないほどの状況である。企業ニーズが高く、橋渡しの成立が難しくなる状況が今後も続く。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | ・新聞媒体での求人広告に関しては、やや活性化してきている。新聞以外のチラシ、インターネットの求人広告に関しても好調であり、求人数が増加傾向にある。 |
| | | 民間職業紹介機関（支社長） | ・中小・中堅企業の採用数減少や絞り込みの企業はまだなく、今年度はこのままの状態が続く。 |
| | | 学校〔大学〕（就職担当） | ・学生の内定率は、文・理系ともに昨年同時期と比べて若干上昇している程度であるが、中小企業の採用意欲は夏休み中でも継続しており、この傾向は採用予定数を充足するまで続く。 |
| | 変わらない | 新聞社〔求人広告〕（営業担当） | ・正社員の採用が少なく、短時間労働のパートなどの募集件数が増える傾向にある。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・求人倍率については改善傾向にあるものの、依然として雇用形態が不安定な求人が多く、今後もミスマッチが続く。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・事業主都合離職者が減少傾向にある反面、自己都合離職者は若干増加傾向にあり、そのことが完全失業率の増加につながっていることから、しばらくは状況を注視する必要がある。 |
| | やや悪くなる | 民間職業紹介機関（職員） | ・今月は少し良くなっているが、これから更に良くなるかについては、建設関連の求人業者や求職者の中では懐疑的な声が多い。 |
| | | 人材派遣会社（経営者） | ・求人がおう盛だった製造業における人材需要が一巡する。 |
| | 悪くなる | - | - |

8. 中国（地域別調査機関：（社）中国地方総合研究センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|--------|----------|-----------|---|
| 家計動向関連 | 良くなる | | |
| | やや良くなる | 百貨店（営業担当） | ・天候気温の影響により大きく売れ筋商品が変わることと、依然として一点買いの傾向が続く。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|---------------------------|---|
| | | コンビニ（エリア担当） | ・客数は若干下降気味だが、客単価が伸びてきている。 ・長時間スーパーマーケットが時短に形態変更したり、競合店もスーパーマーケットも出店がなかったり、落ち着いてきており下降線をたどる要素はない。 |
| | | 衣料品専門店（地域ブロック長） | ・夏物衣料で高額商品が売れたのと同様に、冬物衣料も高額商品が動く。 |
| | | 家電量販店（予算担当） | ・オリンピックは終了したものの、液晶テレビやプラズマテレビなど映像関係の需要は引き続き好調に推移する。 |
| | | 乗用車販売店（店長） | ・8月は猛暑やオリンピックのため客足が伸びなかったが、9月からこれらは解消される。 |
| | | 住関連専門店（営業担当） | ・売上実績は前年対比102%ぐらいである。 ・新築の問い合わせが110～115%になり、新築のお客様の動きが活発になっている。 ・婚礼については例年並みである。 |
| | | その他専門店〔書籍〕（従業員） | ・9月には大型海外人気小説シリーズの続編が発売される。また、10月には、その小説の発売日を選んだ大型商品が相次いで刊行される。 |
| | | 通信会社（企画担当） | ・新サービス、付帯商品の売行きが多少活発化する傾向にある。 |
| | 変わらない | 一般小売店〔靴〕（経営者） | ・季節動向の強い商品を扱っているが、季節の変わり目がはっきりしそうになく、季節の初めに商品が動くか予測できない。 |
| | | 百貨店（購買担当） | ・婦人服の今年のトレンドが昨年と似ており、ヒット商品として期待できるものが今のところ見受けられない。 ・暖冬が予想され、高単価である重衣料が苦戦する。 |
| | | 百貨店（売場担当） | ・気温の動向に左右される可能性もあるが、ミセス単品セーターの苦戦が懸念される上、けん引する大きなヒットアイテムが出てきそうにない。 |
| | | 百貨店（売場担当） | ・秋物シーズンに入るが現時点では動きは鈍く、商品量も例年より少なく、メーカー側も昨年より売れないと見通しを立てているため苦戦する。 |
| | | スーパー（店長） | ・消費税総額表示後の食料品単価下落の改善見込みはたえず、顧客の買い回り現象により、買上点数も増加してこない。 |
| | | スーパー（総務担当） | ・客数、売上高とも伸びてきている。客単価が1～2ポイントしか上がっていないため不安はあるが、少なくとも今の状況は持続する。 |
| | | スーパー（店員） | ・残暑が続くと見込んでおり、その期間は、売上が見込める。 ・総額表示に伴い売価が低減しており、ますます低くなっていくと予測している。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・大きな新規取引が見込めないが、若干の出店の取引も入っており、年末にかけては新規店の取引があることも期待している。しかし、既存店舗の閉鎖や年初に負債を出した店舗の出方次第では厳しくなる。 ・涼しくなれば、既存店の売上増加も見込める。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・秋発表予定の商品ティザー活動を推進中であるが、お客様の反応に期待出来る物が少ない。 |
| | | 自動車備品販売店（店長） | ・お盆まではある程度の売上が見込めたが、それ以後の売上増の見込みはあまり無い。したがって、今後もどうなるか分からない。 |
| | | 観光型ホテル（経理総務担当） | ・当月は前年よりお盆期間中は客数が伸びたが後半は伸びなかった。9月以降についても予約状況から見て前年並みである。 |
| | | 都市型ホテル（経営者） | ・受注見込みは前年同月と比べて数字は良いが、3か月前と変わらないため今後も変わらない。 |
| | | 都市型ホテル（総務担当） | ・宿泊の売上は多少伸びると予測されるが、婚礼や宴会の受注状況からホテル全体としては変わらない。 |
| | | 通信会社（社員） | ・通信関係サービスでは、無料サービスを中心に価格競争が続いており、売上の伸びが期待できない。 |
| | | テーマパーク（財務担当） | ・宴会の客は伸びているが、通常の入場者数は伸びておらず、今後も伸びるとは予測できない。 |
| | | その他レジャー施設〔温泉センター〕（営業企画担当） | ・8月度は予約が多かったが、今後の月は逆に事前予約が少ないことから、先の状況についてまったく楽観できない。 |
| | | 美容室（経営者） | ・依然ほど景気が良いという声も聞かれず、周りでも、良くなるといった感じの顧客もない。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|------------------|-----------------|---|---|
| | | 住宅販売会社（経理担当） | ・新規発売物件が継続して予定されているので、全社的にはモデルルームへの来場者は高水準で継続し、販売戸数も予定を上回る。 |
| | やや悪くなる | 商店街（代表者） | ・近隣の町に大型店が1か月前にオープンし、その影響からか来客数及び商店街を通行する交通量も極端に減少した様に感じられ、この状態が続く。 |
| | | 百貨店（販売担当） | ・競合店のリモデルにより厳しくなる。 |
| | | スーパー（店長） | ・新規競合店の出店、競合店活性化オープンの影響が出る。 |
| | | 住関連専門店（広告企画担当） | ・お客様の準備期間が非常に短くなる傾向がまだまだ進行している。景気の良いときには、準備期間が長くなる傾向がある。 |
| | | 都市型ホテル（従業員） | ・今後2か月間の宿泊バスツアーの集客状況が悪くなっている。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・団体客の予約が少ないため、売上の見通しは立っていない。 |
| | | タクシー運転手 | ・例年に比べて、販売量は減少している。また、原油が値上がりすることにより、1か月の燃料負担が増加するので、全体的に売上はマイナスになっていく。 |
| | | タクシー運転手 | ・先行きへの不安がお客様の様子から見て取れ、観光という雰囲気ではない。 |
| | | 設計事務所（経営者） | ・今後も購買の動向に変化がみられない。 |
| | 悪くなる | | |
| 企業動向関連 | 良くなる | 輸送用機械器具製造業（経理担当） | ・どこまでの増産に対応できるか、取引先が確認をするため、関係する会社を訪問している。最大生産能力の受注となりそうである。 |
| | やや良くなる | 農林水産業（従業者） | ・8月15日に2か月間休養していた沖合底引網が始まった。水揚量もスタートとしてはまずまずである。これから冬に向けて、水揚げ増に期待できる。 |
| | | 輸送業（統括） | ・5月から7月にかけて引き合いのあった仕事が、10月から11月にかけて2、3点の新たな業務として開始される予定がある。 |
| | | 輸送業（営業担当） | ・今後も荷物の量は増加傾向にある。 |
| | | 金融業（営業担当） | ・手元流動性を確保しながらでも借入れをしようとする動きが出ており、商売を広げようとする動きが見られる。 |
| | | 不動産業（経営者） | ・取引先の状況が、少し好転されているように見受けられる。 |
| | | 広告代理店（営業担当） | ・新山口駅南開発が順調で、大手量販店グループを中心とした大型ショッピングモールの周辺に病院施設、企業立地が進ちよく中である。 |
| | 変わらない | 化学工業（総務担当） | ・経費節減や業務の合理化、効率化などの社内体制の整備により少し利益が出るようになったが、依然として物流費や原燃料費高騰の影響を受け収益面での景気回復は厳しい。今後は、原燃料費については石炭税等が収益に影響する。 |
| | | 窯業・土石製品製造業（総務経理担当） | ・需要が現在の水準を継続する見込みであり、生産量は低価格商品も受注していけば、まずまずの量が確保できる。 |
| | | 鉄鋼業（総務担当） | ・中国などで設備投資を抑制する動きがあり、在庫増加の懸念もあったが再び盛り上がりを見せ始めている。中国、東南アジアの活況を受け、製造業を中心に内需が堅調に推移してきている。 |
| 金属製品製造業（総務担当） | | ・仕事量は好調であるが、今後、原油ややすずの値上がりによる生産コストアップの影響が考えられる。 | |
| 輸送用機械器具製造業（総務担当） | | ・受注価格に上向き加減が感じられない上、現在、受注も控えみである。 | |
| 通信業（営業企画担当） | | ・企業通信サービスへの最近の要求は、一時の利用コスト最優先に比べると品質重視の声も高まりつつあり、サービス内容を見直す動きが出てきている。しかしながら、この変化はサービス価格アップを期待できるレベルではなく、業界にとってはさらに厳しい競争状態が続く。 | |
| | | | |
| やや悪くなる | 食料品製造業（総務担当） | ・例年、9月以降はおでんシーズンであるが、猛暑が続いており、例年以上に売上がダウンする。 | |
| | 化学工業（総務担当） | ・石油価格の状況が心配である。今月から一部のガソリンスタンドでは値上げするところも出ており物流に影響がでる。 | |
| | 電気機械器具製造業（広報担当） | ・液晶において生産能力の拡大が続いており、需給関係が若干緩むことにより価格が低下する。 | |
| | コピーサービス業（管理担当） | ・ITインフラの整備が進み、紙から電子化への文書管理が各企業で進んでいる限り、紙から紙への単純なコピー需要が減少する傾向が続く。 | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|--------------|------------------------------|--|--|
| | 悪くなる | - | - |
| 雇用 関連 | 良くなる | 人材派遣会社（支店長） | ・ 求人企業側からのニーズは衰える気配はなく、また、若年層を中心に就業者数も増えており、派遣に限らず、紹介や紹介予定派遣での就業者も確実に増加していく。 |
| | やや良くなる | 求人情報誌製作会社（支店長） | ・ 新卒求人の代替としての若手中途求人が増えつつある。9月以降は更に増えていく。 |
| | | 新聞社〔求人広告〕（広告営業担当） | ・ 途中で優良な人材を採用しようとする企業より、新卒で良い人材を採用するほうが効率的と判断する企業が増加している。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・ 来春高校を卒業する高校生向けの求人募集が、前年と比べて大幅に増加している。 |
| | | 民間職業紹介機関（職員） | ・ 相変わらず自動車関連が好調。新規取引先も増え、人員不足感が日に日に増している。 |
| 学校〔大学〕（就職担当） | ・ 9月内定を見込んだ求人が出ており、求人の好調は続く。 | | |
| 変わらない | 人材派遣会社（経営者） | ・ 人材派遣の需要はオフィス系以外に、製造派遣や販売職派遣など拡大しており、堅調であるが、有効求人倍率の上昇とともに、スタッフの供給が困難になってきている。また人材サービスへの参入も増えており、競争は激化する。 | |
| | 求人情報誌製作会社（支社長） | ・ 現在が好調であるので、これ以上は変わらない。 | |
| | 新聞社〔求人広告〕（担当者） | ・ 中小企業で未だ景気が上向いておらず、消費にも動いておらず、全般な動きが上がらない。 | |
| | 職業安定所（雇用開発担当） | ・ 有効求人数増加の動きが鈍っており現状が続く。 | |
| | 職業安定所（職員） | ・ 求人数は増加しているが、パート求人の割合が増加しており、また求職者数も減少していない。 | |
| | 民間職業紹介機関（職員） | ・ 特に製造業の中で、中国を中心に、外国との取引が比較的多い企業は注文の先細りを考えているところがあるのできている。 | |
| | 学校〔短期大学〕（就職担当） | ・ これまでのパターンからは、秋を迎えれば各企業の採用活動は多少活発化するが、現時点では地元景気が活性化する材料が乏しく期待は持てない。特に、営業や販売系に比べ事務系の求人が極めて少なく、事務系を希望する学生は苦戦を強いられる。 | |
| やや悪くなる | 職業安定所（職員） | ・ 新しい企業の進出予定もなく、工場の閉鎖予定、公共投資減少による建設業の人員整理が増加する。 | |
| 悪くなる | - | - | |

9. 四国（地域別調査機関：四国経済連合会）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------|---------------|--|--|
| 家計 動向 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 衣料品専門店（経営者） | ・ 直前の動きとして、少し単価の高い物が売れ始めてきたことから、今後やや期待を持っている。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・ 引き続き新型車が発表される予定である。 |
| | | 乗用車販売店（営業担当） | ・ 新型車の投入で良いスタートが切れており、さらに11月にも新型車が出る予定で、当分の間、良い方向に進むと期待している。 |
| | | ゴルフ場（従業員） | ・ 予約状況が前年より増えている。 |
| 変わらない | 設計事務所（所長） | ・ 県内各地で大型小売店出店の動きがある。 | |
| | 商店街（代表者） | ・ 魅力ある商品がないという理由かもしれないが、来客数が少なく、商品もあまり動いていない。 | |
| | 一般小売店〔乾物〕（店員） | ・ 石油関連製品、ガソリンなどの値上がりの影響が景気を悪くするのではないかと心配である。 | |
| | 百貨店（総務担当） | ・ 依然として、客は、プロパー商品（通常価格の商品）よりバーゲン商品に目が向いており、大幅割引、全館割引セールを待っている客が多い傾向は変わらない。 | |
| | スーパー（店長） | ・ オリンピック効果で家電製品など一部の売上が伸びたが、次に売れる商品が見当たらず、厳しい状況がまだ続く。 | |
| | スーパー（企画担当） | ・ 消費税総額表示導入以降の商品単価の下落影響もあり、客単価は依然、前年を割ったままであり、この傾向が今後も続く。 | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------|--|-----------------|---|
| | | スーパー（財務担当） | ・今年のお盆商戦は、曜日の並びが悪かったにもかかわらず、前年比2.4ポイント上回り好調に推移したが、客単価は3月以降、毎月前年比を下回っており、今後もこの傾向が続く。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・猛暑の影響で、秋物の立ち上がりが鈍い。来客数が減少しており、客の必要な物しか買わない単品買いの傾向は当面続く。 |
| | | 家電量販店（店長） | ・デジタル映像機器、エアコン、パソコンなど主軸商品に注力して需要を確実に取っていかないと、売上確保は難しい。 |
| | | 一般レストラン（経営者） | ・今月は大勢の客が来店した感じはするが、相変わらず低価格帯の注文しか入らず、売上はあまり変わらなかった。こうした状況から判断すると、良くなるとは思えない。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・特に秋の行楽シーズンを迎えて、社員、グループ、家族旅行とも期待でき、順調に推移していく。 |
| | | 観光名所（経営者） | ・10、11月は当観光地の一番の繁忙期であるが、今年は曜日の組合せが悪く期待が持てない。 |
| | | 美容室（経営者） | ・客の動きが鈍く、来店周期が非常に長くなっており、今後もっと長くなる気がする。 |
| | | 住宅販売会社（従業員） | ・住宅ローン金利が上昇すると言われているにもかかわらず、客の様子に変化がみられない。 |
| | | その他住宅〔不動産〕（経営者） | ・土地の値下がりはまだ続くと思われるし、しばらく景気が良くなるとは思えない。 |
| | | やや悪くなる | |
| タクシー運転手 | ・夏のイベント、盆などで出費がかさんでおり、人の動きは悪くなる。また夏休み後は、再びサービス残業が増えて、遊びに出る機会は減るとの客の声が多く聞かれる。 | | |
| 企業 動向 関連 | 悪くなる | - | - |
| | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 通信業（営業担当） | ・民間企業から出先とのネットワーク化等について提案要請がある。また客との会話の中で、投資の話題が増えてきた。 |
| | 変わらない | 繊維工業（経営者） | ・一部には、国産品が見直されており、順調に注文が入っている。ただし、輸入の勢いは止まっておらず、予断を許さない状況に変わりはない。 |
| | | 一般機械器具製造業（経理担当） | ・西日本地区では大型クレーンの稼働率が上昇している。しかし、元請の安値受注や資材高騰のしわ寄せがリース料金の低下という形で現れており、当分、ユーザーの購買意欲に大きな変化が表れるとは思えない。 |
| | | 一般機械器具製造業（経理担当） | ・循環型社会への取組など、案件は出てきているが、許認可問題など、業界の難しさを感じている。また、東海地区の排ガス規制による更新の動きもあるが、関東地区ほどのパワーは感じられない。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・電気機器のDVDレコーダー、LED関連など一部業種は非常に好調だが、従来からの客である食品、化学関連などは依然停滞気味である。 |
| | | 電気機械器具製造業（経営者） | ・原材料、素材関係、特に樹脂、鉄鋼価格の値上がりなど悪い要素があり、景気は良くならない。 |
| | | 建設業（総務担当） | ・民間工事の引き合い件数は、若干増加傾向にあるが、収益面では、かなり厳しい状況がまだまだ続く。 |
| | | 公認会計士 | ・取引先企業の設備投資に対する考え方は慎重であり、また、不動産価格も下げ止まった感じがしない。小売業、建設関係も、売上の伸びが期待できないという話が多く、ここ3か月で景気が立ち直るとは考えにくい。 |
| やや悪くなる | | 化学工業（営業所長） | ・一般的に石油関連製品は値上がり基調となっており、再値上げの動きがみられる。しかし、値上げが末端まで転嫁できず、流通段階、中間業者が吸収しなければならぬ場合、非常に厳しくなるので、倒産する会社が出てくるとみられる。 |
| | | 輸送業（役員） | ・原油価格の急激な値上がりによって、どの業界でもコストアップの影響を受けているが、現在の景気状況では販売価格には転嫁できないので、一部の業種を除いては、原油価格の上昇が景気の足かせとなる。 |
| 雇用 関連 | 悪くなる | - | - |
| | 良くなる | 民間職業紹介機関（所長） | ・採用増に伴い、生産性が向上している。 |
| | やや良くなる | 人材派遣会社（支店長） | ・引き続き、派遣・アウトソーシング等の依頼は堅調で、10月以降も求人がある見込みであり、やや良くなる。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|----------------|---|
| | | 求人情報誌製作会社（編集者） | ・多様化した中途採用に加え、今時期から年末にかけて新卒採用の企画の受注が増える。全体的にも、景気の若干の回復も見込まれ、新卒採用問わず、少し底上げされる見込みである。 |
| | 変わらない | 職業安定所（職員） | ・新規求職者数は例年に比べ、パート求職者を中心に、2か月連続して増加した。大規模な雇用調整はみられないが、自己都合離職者の増加傾向が続いている。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・新規求人は前年同月比でマイナスとなったが、一方で、パートを除く派遣や請負求人は、前年同月比2割増となっている。 |
| | | 学校〔大学〕（就職担当） | ・新卒者の採用数に関しては、世間で言われる景気上向きと連動している様子はない。 |
| | やや悪くなる | - | - |
| | 悪くなる | - | - |

10. 九州（地域別調査機関：（財）九州経済調査協会）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------|----------------|---------------|---|
| 家計 動向 関連 | 良くなる やや良くなる | スーパー（店長） | ・現在のところ、総額表示導入により買物の動きが非常に悪くなったことから、単価を下げ、値入れが落ちている。この状況が、下期から若干改善するのではないかと。 |
| | | スーパー（総務担当） | ・猛暑の影響で、今まで不調であった衣料品、住居用品が少しずつ上向きである。今後も少しずつ伸びる。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・今の状況が継続するようであれば、客数、客単価ともに維持でき、売上増も期待できる。 |
| | | コンビニ（販売促進担当） | ・パン、弁当の売上は落ちているが、際物のらくがんについては、どうにかクリアできた。このことから、3か月先のクリスマスケーキが前年と比べて大幅に伸びるのではないかと。前年は前年比108%だったので、2けた伸張すると予測している。 |
| | | 衣料品専門店（総務担当） | ・9月の着物大展示会開催にむけてダイレクトメールを送っているが、客の反応が良い。高級品に関して手ごたえがある。 |
| | | 家電量販店（経営者） | ・客の購入単価、購入頻度とも増えており、財布のひもが緩くなっている。 |
| | | 家電量販店（企画担当） | ・ボーナスも昇給もまあまあであり、商品も相応に売れているので、全体的に潤ってくる。 |
| | | 乗用車販売店（従業員） | ・10月から新型車が4車種出るため、価格競争にならず、利益も上がるのではないかと。 |
| | | 高級レストラン（経営者） | ・海の幸、特にふぐのシーズンに入るので、来客数の伸びが予想される。景気が伸び、客がもう少し動いてくれれば、更に良くなる。 |
| | | 一般レストラン（スタッフ） | ・おいしいものにはそれなりの金を払ってでも、外食費くらいは金を気持ちよく使いたい、という流れを感じる。 |
| | | 都市型ホテル（副支配人） | ・予約の動きをみると、団体、個人ともに上向いている。景気は上向く。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・オリンピックが終わり、人の動きが活発になる。海外も韓国に加え他の方面が増え始め、単価の伸びが期待できる。 |
| | | 通信会社（総務担当） | ・例年秋口には販売量が増えてくるが、今年もデジタル家電の販売が非常に伸びる。 |
| | | ゴルフ場（従業員） | ・今月に比べ、先の予約状況はかなり良い。 |
| | | 設計事務所（所長） | ・官公庁に加え、民間でも企画の相談がぼちぼち来ている。景気はやや良くなる。 |
| 変わらない | | 商店街（代表者） | ・年配向けの商品が多いが、税金、年金問題や医療関係の出費が多くなっていることで、消費が手控えられている。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・街場への動員増につながる変化がないため、今後2～3年の苦戦を強いられる。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・製造業等は底離れしたようであるが、末端の消費はまだである。ガソリン代が上がること等が影響するとみられる。また、一部高額品の動きが良くなっているという話を聞かすが、それはIT関連企業の経営者等、一部の高所得者層の動きである。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・9月以降は秋物商戦が本格化するが、長期予報では残暑が長く続くともみており、秋物の動きもあまり期待できない。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----|----------|----------------------|---|
| | | 百貨店（営業担当） | ・楽観はできないが、今月より悪くなることはない。オリンピックの影響で消費が前倒しになっているとみられ、その反動が懸念される。 |
| | | 百貨店（営業担当） | ・中元ギフトの客単価、買上点数ともに前年割れとなった。薄型テレビ等の好調もオリンピック特需であり、一時的なものであった。また、猛暑の影響から秋物プロパー商品への先行需要も伸び悩んでいるほか、台風襲来等自然災害への備えなど、消費意欲を高揚させる好要因が見当たらない。 |
| | | 百貨店（販売促進担当） | ・オリンピックが終わり、多少人の動きが活発になるものの、景気回復の起爆剤となるようなモノ・コトが見当たらない。 |
| | | 百貨店（業務担当） | ・消費マインドを引き上げる要素が見当たらない。チラシ等による訴求効果も見られなくなっている。 |
| | | 百貨店（売場担当） | ・数パーセントの減少がほぼ継続している。若干回復したとしても、さほど変わらない。 |
| | | スーパー（店長） | ・儀礼的なギフトが減り、どうしても必要なものだけを買っている。また、衣料品を中心に、我慢できるものは我慢し、必需品だけを買う状況が見受けられる。ぜいたく品は特に我慢している。 |
| | | スーパー（店長） | ・隣で建設している大型施設でスポーツジム等レジャー関連施設が完成したことで、来店客数はかなり増えている。ただし、総額表示の影響が長く尾を引いている。特に青果関係やギフト等で相対的に単価が下がっており、かつてのように高額品がまだ売れていない。客数増加の分だけ多少伸びるということは考えられるが、そう上向くことはなく、現状維持である。 |
| | | スーパー（総務担当） | ・大手企業の決算は非常に好調ということであるが、まだまだ末端の消費者までは浸透せずに消費購買力のマインドそのものはまだ冷え切った状態である。したがって、消費はまだまだ横ばいである。 |
| | | 衣料品専門店（店員） | ・7～8月にセール慣れした客が、定価品を買ってくれるのかどうか懸念材料である。 |
| | | 家電量販店（店員） | ・販売量のわりに利益が伴わず、薄利多売の傾向が競争の中で加速していくのではと懸念している。 |
| | | 乗用車販売店（経営者） | ・来客が非常に少なくなっている。また、客は安い単価を提示してくる。零細企業ではボーナスが出ていないところや賃金カットを行っているところもかなりあるようだ。 |
| | | 乗用車販売店（販売担当） | ・今年に入り、販売量、単価ともほぼ前年と変わらない。今後この状況が好転するとは思えない。 |
| | | 乗用車販売店（管理担当） | ・ガソリンの値上げという悪い要素もあるが、車は必需品であるため、代替、買換え需要は尽きないとみられ、これ以上悪くはならない。しかし、急激に良くなることはない。 |
| | | 住関連専門店（経営者） | ・婚礼家具の動きは出てきたが、全体的な荷動きはまだ良くない。家具業界の景気回復はほど遠い。 |
| | | その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括） | ・9月の元売より燃料油仕切り価格はまた値上げが予定されており、小売価格へ転嫁せざるえない状況である。 |
| | | 都市型ホテル（スタッフ） | ・現在の予約状況や営業部門の動きからは、2～3か月後は良好とまでは言い難い。 |
| | | タクシー運転手 | ・オリンピック、夏休みも終わり、仕事、レジャーが少しは良く動き出す。それに伴い、利用客も少しは増えてくる。 |
| | | タクシー運転手 | ・客待ちの時間が長くなった。また、スナック経営者たちの話でも、あまり良くないそうである。 |
| | | 通信会社（経営者） | ・大手企業は末端の下請業者を締め付けて良くなっている。この状態では、大手の収益は上がっても全体の日本経済としてのアップにはならないので変わらない。 |
| | | 通信会社（営業担当） | ・何らかのイベントがないと、上向きになることは難しい。 |
| | | 観光名所（職員） | ・ゴルフ場については、プレー料の低廉傾向は相変わらずであり、値段を上げられそうもない。 |
| | | 美容室（経営者） | ・四季に関係なく、今一動きがない。 |
| | | 設計事務所（所長） | ・新規の仕事の件数が少なく、悪い状態がまだ続いている。 |
| | やや悪くなる | 商店街（代表者） | ・駅ビルのオープンの影響が当面続く。 |
| | | 商店街（代表者） | ・購買力が非常に悪い。消費者にとっては景気は全く良くなっていない。 |
| | | 百貨店（売場担当） | ・大分市や別府市で屋外の娯楽施設（水族館など）がオープンし、週末の来店数が減少傾向にある。同業他社との競争も依然として厳しい。 |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------|----------------|---|---|
| | 悪くなる | スーパー（店長） | ・近々、競合店がまた出店予定である。今後もまだ厳しい状況が続く。 |
| | | スーパー（経理担当） | ・客数、販売数から景気はわずかに上向きと考えられるが、客単価、一品単価の下落傾向が続き、販売額総額としてはむしろ下降している。 |
| | | その他専門店〔医薬品〕（従業員） | ・客数は一時的に減少している。また客単価も回復する傾向はない。そのため3か月後も回復しない。 |
| | | 旅行代理店（従業員） | ・秋の旅行商品の販売に取り組んでいるが、今一客の伸びが良くない。前年割れが懸念される。 |
| | | 旅行代理店（業務担当） | ・10月以降の社会保険料増額から、余暇・レジャー支出は更に減少する。 |
| | | 衣料品専門店（店長） | ・7、8月の売上は前年比20%減となっている。販売状況、来店状況からは、景気が良くなるとは思えない。 |
| | | 高級レストラン（経営者） | ・今秋は団体の予約がほとんど入っていない。 |
| 企業 動向 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 農林水産業（経営者） | ・冬場の鳥インフルエンザの発生が心配であるが、今から秋口の行楽シーズンに向けておおむね好調である。国内の原料価格に少し不安もあるが、年内は順調である。 |
| | | 鉄鋼業（経営者） | ・民間建設プロジェクトの具体化に伴い、必要資材の発注も増加する。実需に見合った生産を維持することで、原材料・運賃などの価格上昇分を販売価格に転嫁できると期待している。 |
| | | その他サービス業〔物品リース〕（役員） | ・取引先の状況や景況感に対する反応、契約額等が若干上向き傾向であるため、景気は良くなる。 |
| | 変わらない | 窯業・土石製品製造業（経営者） | ・ギフト商品がほとんど出していない。一方で当地区では倒産も新たに起きている。今の悪い状態が今後も変わらないのではないかと心配している。 |
| | | 一般機械器具製造業（経営者） | ・オリンピックが終わり、需要が減少するため、受注量が少なくなる。 |
| | | 輸送用機械器具製造業（営業担当） | ・相変わらず国内での仕事は受注量も少なく、単価も非常に厳しい。 |
| | | 建設業（総務担当） | ・公共工事は公募型が多くなり、1案件に対して30～40社応募するため、受注のチャンスが少なくなった。また民間の設備投資も上向いてきたが、投資金額は少ない。 |
| | | 輸送業（従業員） | ・猛暑の影響から8月は出荷が低迷したが、秋冬物の出荷が順調になれば、7月までの荷動きが戻ってくる。 |
| | | 輸送業（総務担当） | ・どの得意先も荷動きは安定しており、特に変化はない。 |
| | | 金融業（営業担当） | ・中小企業経営者から、まだ景気については先行き不透明であるという話が聞かれる。 |
| | | 広告代理店（従業員） | ・金融関係で商品の説明やPRが少し活発化しているが、他は好材料があまりなく、広告活動は依然停滞気味である。 |
| | | 広告代理店（従業員） | ・この3か月は受注量は上向きであるが、更に上昇するような気配はない。微増のまま推移する。 |
| | | 経営コンサルタント | ・酒類小売店において、ギフトの売上が良くない。例年より早く終わり、ピーク時には売上があまり上がらなかった店が多い。消費動向は変わらない。 |
| やや悪くなる | 電気機械器具製造業（経営者） | ・半導体のリードフレーム関連では、ここきて大手企業の動きが非常に悪くなってきており、先行きの見通しもはっきりしていない。また、精密機械加工においてもやや受注にむらが出てきている。 | |
| | 不動産業（従業員） | ・宅地販売部門においては、販売価格・販売戸数ともに回復がみられない。 | |
| 雇用 関連 | 悪くなる | | |
| | 良くなる | 職業安定所（職員） | ・大企業が中心となるが、県内のボーナスは、金額、月数とも前年を上回っている。年末に向けて自動車関連、カメラ製造関連等の工場の立ち上げがあり、雇用が増えるため、個人消費は今より上向き。 |
| | やや良くなる | 人材派遣会社（社員） | ・営業職において活発な募集がみられるため、徐々に好転する。 |
| | | 求人情報誌製作会社（総務担当） | ・企業の採用マインドが高まっている。ただし、どんな人材でも良いわけではなく、厳選採用・即戦力を求める声は根強い。 |
| 民間職業紹介機関（支店長） | | ・自動車・半導体エレクトロニクス・家電等の好調な業種からの商談は、年度後半から年末商戦時期まで継続的に需要が出てくる勢いを感じる。 | |

| 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 | 人材派遣会社（社員） | ・精密機械、半導体関連の事業所からのオーダーが目立っているが、ここに来てリストロの話があったり、長期の契約が切れたり、一進一退である。 |
| | | 職業安定所（職員） | ・企業は利益が上がっておらず、雇用もすぐ増やそうという感じではないし、雇用を増やす余裕がない。 |
| | | 民間職業紹介機関（職員） | ・若年層の採用が活発になり、人材不足を起こしている状況が続いているが、決して景気が良くなっているとは思えない。また、中高年層の採用状況が若干は伸びているが、数パーセントに過ぎない。 |
| | やや悪くなる | | |
| | 悪くなる | | |

11. 沖縄（地域別調査機関：（財）南西地域産業活性化センター）

（-：回答が存在しない、：主だった回答等が存在しない）

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|-----------------|----------|--|--|
| 家計動向 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | コンビニ（エリア担当） | ・秋の観光客も順調に伸びると予想される。テロ等外的マイナス要因がなければ、コンビニとしては、団体よりも、個人観光客の方が恩恵を受ける。 |
| | | 衣料品専門店（経営者） | ・ここ数か月間、来客数、販売量、単価等、特に変化は感じないが、全体的な雰囲気からは景気は少しずつ上向いているように感じる。 |
| | 変わらない | 百貨店（担当者） | ・主力の衣料品が、台風の影響を受けて、来客数が減少していることにより苦戦している。夏物処分から初秋へ展開を図ることにより9月以降の消費が維持されると判断されるが、絶対額の大きい夏物処分品の単価低下が今後も懸念される。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・この1年間を通して、客単価に変化はない。原油の価格が上がってきているが、それを加味しても特に変化はないと推察する。 |
| | | コンビニ（経営者） | ・客の様子は明るい、財布のひもはまだ固い。 |
| | | その他専門店【楽器】（経営者） | ・観光客の入域はピークとなる9月までは好調に推移するものの、前年同月に比べると売上は減少しており、競争相手も増加していることから、利益の確保は今後も厳しい。 |
| | | 高級レストラン（副支配人） | ・今後の予約状況をみると、昼の時間帯を含め今月よりは若干の増加が見られるが、例年との比較ではさほど上昇していないことから、特に変わらない。11、12月に期待し、イベント、企画等を考えているところである。 |
| | | 観光型ホテル（商品企画担当） | ・今後2、3か月はほぼ前年と同様か、若干下回る稼働率が想定されるが、販売単価の上昇で、売上はほぼ昨年並になる。 ・宿泊の集客状況から、前年同月と比較して大きな変化はないだろうが、度重なる県内や本土への台風の襲来でマーケットが停滞するのではないかと懸念がある。 |
| | | 旅行代理店（経営者） | ・しばらくは、現状維持で推移する。 |
| | | 観光名所（職員） | ・沖縄観光は沖縄ブームに支えられて好調となっており、今後も旅行環境に大きな変化はなく、好調さが当面は続く。 |
| | やや悪くなる | 一般小売店【衣料品・雑貨】（経営者） | ・10月以降は団体ツアーの増加に伴いホテルショップでの購入者は増加するが、観光客が全体的に減少すると見込めるため店舗への来客数は減少し、売上も減少する。 |
| | | スーパー（経営者） | ・益の時期のずれにより、前年同月比では売上は大幅に上昇しているが、先月後半に競合店の出店等があり、次以降かなり厳しい状況になる。 |
| | | コンビニ（エリア担当） | ・同業及び他業種の店舗出店により、客の分散化傾向がやや出てくる。 |
| その他飲食【居酒屋】（経営者） | | ・現段階では地元客の来客数は増加しているが、原油高騰など値上がりに対する不安の声が多く、これからの仕入値の上昇、客の引締めが懸念される。 | |
| 住宅販売会社（経営者） | | ・沖縄県の景気は観光と公共投資で成り立っており、特に公共工事の削減は建設業界に大きな影響を与えており、今後、景気は悪くなる。 | |
| 住宅販売会社（従業員） | | ・景気は回復傾向にあると言われているが、戸建ての住宅需要は停滞している。消費者自身が先行きに対してまだ不安感がぬぐえていない様子がうかがえ、金利の上昇や資材価格の高騰で一部の住宅価格の上昇もあったことから、慎重になっているのではないかと推察される。 | |

| 分野 | 景気の先行き判断 | 業種・職種 | 景気の先行きに対する判断理由 |
|----------------|----------|---|--|
| | 悪くなる | 商店街（代表者） | ・中心商店街においては、観光客の乗客はあるものの、売上には結び付いていないとの声がほとんどで、外周部の大型店に日々、客が流れていることから、一般的な買い回り品を売っている店舗では毎月、来客数及び売上が下落している状況で、先が見えない状況にある。 |
| 企業 動向 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 不動産業（支店長） | ・成約への動きが出てきており、今後が期待される。 |
| | 変わらない | 建設業（経営者） | ・受注及び販売量が若干増えたとしても、原価の上昇や販売価格の下落で採算の悪化は変わらない。 |
| | | 通信業（営業担当） | ・法人向けの新サービスは予定されておらず、現行サービスでの増加は期待できない。 |
| | やや悪くなる | 輸送業（営業担当） 通信業（従業員） | ・今後は観光客の入域数が低調となる。 ・弊社はIT関連企業ではあるが、ここに来て台風という自然現象の影響を受ける場合があることが見えてきた。台風の影響でインターネットの回線つまりインフラが安定しない場合があり、いつでも安心して使える安定的なインフラでない と日常業務に溶け込むことは難しいことから、インフラ整備への支出が必要となれば、短期的に売上増加は見込めない。 |
| 悪くなる | - | - | |
| 雇用 関連 | 良くなる | - | - |
| | やや良くなる | 人材派遣会社（営業担当） | ・全体的な求人数が依然として好調に推移しており、今後も期待される。 |
| | | 求人情報誌製作会社（営業担当） | ・周辺企業からの求人広告掲載件数は増えてきたが、求職者数の動きは良くない。しかし、企業は広告枠を広げたりとPR効果を拡大するために努力しており、旧盆後はその効果が表れてくる。 |
| | | 学校〔専門学校〕（就職担当） | ・観光産業の好調に伴い、県内産業全体への波及効果が今後も期待される。 |
| | 変わらない | 職業安定所（職員） | ・新規求職申込件数及び月間求職者数は、前年同月比で新規14.6%、月間有効4.5%とそれぞれ増加しており、過去6か月間の推移をみると新規、有効求職者とも増加傾向となっている。特に新規求職者申込件数においては、雇用保険受給者及び県外希望の求職者が増加している。また、新規求人数は前年同月比で22.2%増加しており、過去5か月間の推移をみると増加傾向となっている。今後も、改善の動きはみられるものの、求職、求人ともに増加で推移し、雇用情勢は依然として厳しい状況が続く。 |
| 学校〔大学〕（就職担当） | | ・観光関連業の好調さは持続するものの、公共工事の落ち込みで建設業界の不振が予想され、景気の好転はあまり期待できない。さらに、中東情勢による石油製品の高騰も不安要素の一つとなっている。 | |
| やや悪くなる | - | - | |
| 悪くなる | - | - | |