

・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	家電量販店（店員）	・地上デジタル放送の開始に伴う薄型テレビの需要は、年内一杯続くことが見込まれる。
		家電量販店（地区統括部長）	・札幌以外の地方都市においては、地上デジタル放送開始により年末の薄型テレビの需要が一層促進される。また札幌圏においても年末は前年の反動減がなくなるため、全体としては微増となる。
	変わらない	商店街（代表者）	・原油高に伴うコスト増による各商品の値上がりは必至で、消費者の生活防衛意識が強まるが見込まれる。
		商店街（代表者）	・2～3か月後は既にバーゲンの時期となっているが、まだ冬物が本格的にスタートしていない今年の状況から、それなりの購買が出てくる。ただ、今年は防寒衣料の価格が元々高めになっており、このことがセール時に影響してくる可能性もある。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	・消費マインドは依然として冷え込んでおり、何か月後かに好転するという予測は立たない。年末に入るので売上は多少伸びるかと思うが、基調は今と変わらない。
		百貨店（売場主任）	・3か月の長期予報が発表になり、11～12月と寒くなるという予報があるので、防寒物やウォームピズ関連の商材に動きが出てくる。
		スーパー（役員）	・北海道の消費者にとって、この冬における灯油の値上がりが一番痛い。現在のところ客単価の落ち込みも無く推移しているが、越冬野菜、漬物関連商品の動きが悪いことから、今後の動きが心配される。
		その他専門店〔医薬品〕（経営者）	・購買傾向はやや上向きだが、全体的にはほとんど変わらない。
		高級レストラン（スタッフ）	・灯油代の値上がりや消費税の増税論など、個人の消費意欲をそくようなニュースが目についており、今後、景気が上向くとは考えにくい。
		観光型ホテル（経営者）	・食への疑惑、ノロウイルス問題など、決して良い環境にない。地元道内客の入込に期待するが、楽観視できる状況にはない。
		旅行代理店（従業員）	・景気が上向く要因が見当たらず、上昇感が感じられない。
		旅行代理店（従業員）	・この秋は道外客が堅調に推移しているが、道内発着分については一般団体旅行の落ち込みが目立っている。10～12月上旬は修学旅行の需要で底支えされているが、全体的な状況は変わらない。
		タクシー運転手	・この先、本格的な冬の訪れとなる北海道だが、欠かすことのできない燃料、灯油が大幅な値上がり傾向にあり、各家庭ではより一層財布のひもが固くなる。景気が良いとされるのは一部の大企業であり、中小企業、零細企業が圧倒的に多い地域性から、景況感が悪い状況は今後も変わらない。
		観光名所（役員）	・9月以降、観光入込客は若干ながら増加傾向が続いているが、国内団体客が不振であり、海外客の増加に頼る部分が大きく、先行きに対する不透明感がある。
		美容室（経営者）	・今後への不安感は多少解消されてきているが、これから高騰した灯油を使用するシーズンに入ること、また除雪費の支出も増えることから、当面は現状維持の状況が続く。
住宅販売会社（従業員）	・労働条件の悪化、賃金の低迷が業績低迷の大きな理由になっていると感じる。経済の抜本的な部分が変わらない限り、そう簡単に状況は変わらない。		

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	百貨店（販売促進担当）	・年金問題の影響で消費税の税率引上げが論議され始めていること、また原油高等に起因する食品などの値上げが続いていることから、消費マインドの低下が心配材料として急浮上している。癒しに分類される自分へのご褒美的な購買は影響を受けにくいと思われるが、その他の購買については、生活防衛意識の高まりから、値段の安いものやワンランク下のものを買ったり、余分なものは買わないといった行動が取られるようになり、財布のひもが固くなりそうである。
		スーパー（企画担当）	・原油価格高騰による冬場の暖房費の負担増が懸念される一方で、商品価格の値上げ圧力も高まってきており、年末から年始にかけてかなり厳しくなることが予想される。
		コンビニ（エリア担当）	・来客数は前年並みだが、客単価が前年を下回っている。客の買上点数は前年と変わらないが、商品の単価が下がっているほか、たばこやビールのまとめ買いが減少している。ただ、年金支給日についてはまとめ買いが増加している。これらのことから消費者の節約志向がうかがわれる。
		コンビニ（エリア担当）	・周辺の第一次産業の実績が悪化している。農業は水稲において周辺エリアのみ著しい不良となっており、漁業も継続して低迷している。食品小売が安売り合戦となっていく流れにあり、低利益率での経営を強いられる環境となっている。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（経営者）	・原油価格が過去最高値を更新したことから、冬の暖房用灯油の価格も最高値になることが予想され、家計への影響が大きい。
		一般レストラン（スタッフ）	・北海道はこれから灯油の需要期に向かうが、灯油価格、ガソリン価格が値上がりしていることから、今後については厳しくなる。
		観光型ホテル（経営者）	・個人客については今後もそれなりに期待できるが、団体客の動きが今一つであることから、全体としての来客数は減ってくる。
		観光型ホテル（スタッフ）	・現時点での宿泊予約は順調であるが、サブプライムローン問題の影響で、国内経済に対する警戒感が強いことから、レジャー産業全般で厳しくなることが予想される。
		旅行代理店（従業員）	・航空運賃や燃油サーチャージ料金の価格上昇といった原油の高騰による直接的な影響に加えて、ガソリンや灯油といった様々な商品の値上げ、年金問題や消費税率引上げの機運などから、将来的な不安を感じる人が多くなる。レジャーや旅行はゆとりあってのものであるため、それらに掛ける費用が抑えられることになる。
	その他サービスの動向を把握できる者	・シーズンオフの時期に入るが、団体客が少人数化しており、今後急激に回復する要素は全く見当たらないことから、今年の入込客数は5年連続のマイナスとなることは必至である。特に今年は7～8月のピーク時の減少が大きかったことから、過去5年の中でも最も大きな落ち込みとなることが見込まれている。	
	悪くなる	コンビニ（エリア担当）	・原油高騰に伴う、各種の製品価格の値上がりから、家計の支出が減少する。特に北海道では、これから暖房費の掛かる時期となるので、原油高騰の影響はより大きくなると見込まれる。またハウス農家の栽培時期に入ってくるが、規模の縮小といった話も出てきているようであり、ハウス農家についても原油高騰の影響が出てくる。
		設計事務所（職員）	・建築基準法改正の影響で着工が保留されたり、引き伸ばされたりしているため、建設関係各社では今期の売上に悲観的な予想を立てている。売上回復のための残る手段は短期的な不動産取引しかないというような状況である。企業倒産のうわさも出ているような状況であり、今後については悪くなることが見込まれる。
企業動向関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	家具製造業（経営者）	・請負物件が増加傾向にあることから、当面は受注が活性化していくことが見込まれる。
	変わらない	金融業（企画担当）	・個人消費は、冬季賞与の抑制で年末年始商戦も期待できないことから弱含みで推移する。建設関連は官民工事の減少で厳しさが続く。観光は、豪州からのスキー客や東南アジアからの冬まつり見物客の増加が見込まれる。総じて景気は横ばいが見込まれる。

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
		その他サービス業〔建設機械リース〕（営業担当）	・建設工事量が増加する要因が見当たらない。
		その他サービス業〔建設機械リース〕（支店長）	・コスト増分が売価に反映される見込みがない状況であり、今後についても厳しいまま変わらない。
	やや悪くなる	食料品製造業（団体役員）	・定率減税の廃止や国と地方の財源移譲に伴う給与や賞与の税負担感増に加えて、冬期に向かった暖房費の高騰があり、今後の消費動向が厳しくなることが見込まれる。
		出版・印刷・同関連産業（役員）	・紙、電気の値上がりなど、コストの増加が大きく影響してくる。
		輸送業（支店長）	・建築基準法の改正、一部ゼネコンの指名停止等の問題もあり、建築関係については、ここに来て大きな遅れが出てきているため、第3四半期の状況がかなり悪くなるが見込まれる。
		通信業（営業担当）	・販売量は微増傾向にあるが、一方で販売価格低下への圧力が再度強まっており、この先の景況感はやや悪くなるが見込まれる。
		その他非製造業〔鋼材卸売〕（従業員）	・下期の受注実績が見通しを下回っている状況であり、年内の建築着工の増加は見込まれないことから、今後の景気減退は避けられない。
	悪くなる	建設業（経営者）	・公共工事の受注がほぼ終わり、民間工事についても今後の需要があまり見込めない。
		司法書士	・原油価格の値上がりにより、灯油などの各種生活用品が値上がりしている。また郵政民営化に伴い、定額小為替の交換手数料が10倍に値上がりするなど、市民生活の環境が更に悪くなる。
	雇用 関連	良くなる	-
やや良くなる		-	-
変わらない		人材派遣会社（社員）	・販売等については年末商戦があるのかもしれないが、今のところ雇用面で大きな動きはみられず、今後についても変わらない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数は2か月ぶりに前年を上回ったが、有効求人倍率は3か月連続で前年を下回っており、今後についても厳しいまま変わらない。
		職業安定所（職員）	・新規求人の減少が11か月も連続しており、求人が増加する要因が見当たらない。
やや悪くなる		求人情報誌製作会社（編集者）	・道外の業務請負業、人材派遣、病院・介護サービス、コールセンターなどでは前年よりも求人件数を伸ばしているものの、飲食、小売、個人向けサービス業の求人件数は総じて前年割れとなっていることから、今後についてはやや厳しくなる。
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	家電量販店（店長）	・11月から地上デジタル放送が始まるため、関連商品の売上増加が数か月は見込める。
	やや良くなる	一般小売店〔カメラ〕（店長）	・年末に発売になる高額デジタルカメラなどもあり、年賀状印刷なども始まるため、売上の増加につながる。
		スーパー（店長）	・米や野菜の出来が良いなど1次産業が良くなっていることで、主食のほかにシュークリームやケーキなど菓子類も売れており、今後の景気は良くなる。
		コンビニ（経営者）	・来客数、買上点数はプラスに転じている。パン、ペストリーはいまだ前年を下回っているものの、主力の米飯商品の不振が底を打ち回復している。年末に向けて客単価は上昇する傾向でもあるため、今後はプラスで推移する。
		衣料品専門店（店長）	・ビジネス需要の減少分をカジュアル需要で補っていることに加え、クリスマス、プライダルなど明確な目的買い需要を予測どおり取り込めている。
		家電量販店（店長）	・年末商戦、お正月商戦の時期に合わせ、地上デジタル放送の開局もあることから、傾向は良くなる。
		乗用車販売店（経営者）	・新型車の発表があり、受注状況が非常に良く今後にも期待が持てるとともに、他の車種にも相乗効果が表れてくる。

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
	変わらない	住宅販売会社（従業員）	・新規来場者からの受注の見通しが立ち、前年同月比では上回りそうである。
		商店街（代表者）	・客層が日用雑貨、食料品に固定化される傾向にあり、イベントで一時的な集客を図っているものの、通常では売上の減少傾向が今後も続く。
		百貨店（経営者）	・郊外に新しい商業施設ができたことによる来客数の減少はしばらく続く。加えて、灯油など石油価格が跳ね上がっており、寒くなるにしたがって消費者の生活防衛意識は今以上に高まっていく。
		百貨店（経営者）	・販促による効果があるとしても、ならしてみればトレンドは変わらない。客の購買意欲が向上するような商材が少なく、あったとしても現在の経済状況からすれば消費が拡大することはない。たんす在庫にあるような商品は厳しいと予測されるため、毎日消費される食料品にてこ入れして売上増加を目指していく。
		百貨店（経営者）	・気候、気温の変化に伴い秋物衣料品の動きは出てきているものの、単品買いが多く、長続きするような状況にない。また、ヤング層の婦人服、洋品の購買意欲が低下している状況も垣間みえる。
		スーパー（経営者）	・中越沖地震の被災エリアにある店舗も、落ち込みはみられない。
		コンビニ（経営者）	・客単価は例年どおり年末にかけて上がっていくが、来客数の動きに変化がみられないため、状況はあまり変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・改善に向けた期待感が持てるようになってきたものの、その一方でガソリン価格の高騰などが最寄り品の消費を抑制するのではないかという不安もある。期待と不安が入り混じっている状況であり、景気が良くなるとは言えない。
		コンビニ（エリア担当）	・競合店が閉店した店舗もあれば、近くにスーパーが進出してきた店舗もあり、全体的な競合の状態は変わらない。
		衣料品専門店（経営者）	・食に関して原料や賞味期限の偽装表示があまりにも多く発生し、小売業全体に不信感を抱かれる懸念があり、景気回復の足止めになる。雇用にも影響が出る。
		衣料品専門店（経営者）	・この時期で販売量が少ないという状況からすれば年末、年明けは期待できない。
		衣料品専門店（店長）	・バーゲンの時期における40代、50代の客の動きがポイントになる。今の状況からすれば、動きが少し遅くなることはあっても、およそ平年並みに推移する。
		家電量販店（従業員）	・暖房機の動きが遅く、今後多少寒くなったとしてもばん回できそうにない。石油暖房機については灯油の値上がりで買い控えの懸念がある。
		乗用車販売店（経営者）	・東京モーターショー開催、各メーカーの新型車ラッシュが市場を活性化することを期待しているが、ガソリン高騰による買い控えや若者の車離れをカバーできるかは不透明である。
		その他専門店〔食品〕（経営者）	・首都圏や大都市圏向けの営業強化が必要であるが、そう簡単に進むものではなく現状維持が精一杯である。
		その他専門店〔酒〕（経営者）	・この地域は農業従事者が大変多く、今年の米価が予想以上に下がったためか消費者の衣食住にかかわる消費が非常に悪くなっている。この状況が2、3か月で良くなるとは考えにくい。
		高級レストラン（経営者）	・大企業の誘致など明るい話題はあるものの、地元経済そのものは活性化しておらず、現状のやや悪い状態が継続する。
		一般レストラン（経営者）	・レストランウェディングや小規模のパーティーなどの予約は比較的順調であるが、一般客の予約は厳しい情勢となっており、このような状況はしばらく続く。
		一般レストラン（経営者）	・これから飲食店は繁忙期を迎えるが、現在のように特定の日に来客が集中し、それ以外は全然だめという状況が今後も続く。
	観光型ホテル（経営者）	・この先は旅行シーズン、忘年会と続くが予約数は前年並みであり、リニューアル効果はいまだ少ない。日帰りの女性客は非常に増えているが、総売上にはあまり影響が無い。	
	観光型旅館（経営者）	・忘年会シーズンを迎えるが、例年よりも出足が遅い。しかしながら、1、2月という冬の時期の予約申込状況は悪くない。ホームページの改訂作業が終わったが、1日当たりの検索数が約2,000件とほぼ想定どおり順調に立ち上がった。	

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
		都市型ホテル（スタッフ）	・競争力のある会社は比較的順調であるが、それ以外は後退基調のようであり、全体的な市場環境としては変わらない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・地元企業の状況が良くないことになりが、最大限の企業努力によって、何とか現状を維持していく。
		タクシー運転手	・求人倍率の上昇など明るい話題もあるが、タクシー業界については車両の供給過剰が変わらず、前年実績を下回る状態が続く。
		美容室（経営者）	・景気回復への期待は持っているが、現実的には来客数、売上共に低迷している状況が長く続いており、改善の兆しはみえない。しかしながら、これ以上悪くなるような流れでもなく、低迷した状態のまま推移する。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・景気が好転するような状況になく、大手企業でボーナスが多いたるところは別にして、全体的な消費動向は悪くなっていく。
		百貨店（広報担当）	・原油高騰による物価の上昇に伴い、消費が抑制される傾向は強まっていく。
		百貨店（売場担当）	・最近、大型ショッピングセンターがオープンし、更に厳しい状況に陥るのではないかと懸念している。百貨店とショッピングセンターとでは基本的に対象客が違うのでは、と思う反面、量販店の気軽さや値段、また、家族全員で楽しめる施設といった部分で脅威を感じる。
		スーパー（経営者）	・原油価格の上昇分を販売価格に転嫁できるかがポイントになるが、商品価格の上昇は買い控えを招くこと、また、ガソリン代の上昇は買物頻度の減少を招くことから、売上が伸びない状況が当面続く。
		スーパー（経営者）	・これから寒くなるため、灯油、ガソリン価格の上昇は直接的に家計を圧迫する。米価の低下により農家の収入も減っていること、地域経済が停滞しており勤労者世帯の手取り収入も増えていないことなど、明るい見通しは立てられない状況である。
		スーパー（経営者）	・原材料の値上げによる商品売価変更で、消費者心理への影響が懸念される。
		スーパー（店長）	・原材料価格高騰により、製品価格の値上げがメーカーより相次いで発表されている。今後の消費者への影響が懸念されるとともに、原価が値上げされても販売価格を据え置く商品も出てくるため、今期の増益はますます厳しくなる。
		スーパー（店長）	・ガソリン、灯油の値上げが続いているほか、食料品に続きトイレットペーパーなど様々な商品価格値上げの報道が相次いでいるため、購買行動はより慎重になり状況は更に厳しさを増す。
		スーパー（店長）	・原油高騰の影響で、食料品などの商品価格も値上げとなる物が多くなるため、消費が冷え込む可能性がある。
		スーパー（店長）	・原油価格の高騰に伴う商品価格の値上げは続くことから、買上点数、売上などの下降傾向は更に強まる。
		スーパー（店長）	・大型ショッピングセンターやディスカウントストアのチラシ攻勢により低価格化がますます進行しており、客は特売品の購入のため買い回りにしている状態である。このような状況から、来店頻度、客単価の低下は今後も続く。
		コンビニ（店長）	・原油価格が史上最高を記録するなどしており、また、ビールなどの値上げもあるなどインフレの懸念が高まっており、生活費の負担も多くなることからこれから消費は良くなる見込みはない。
		衣料品専門店（経営者）	・原油価格の上昇が更に続き、この先本格的に寒くなる時期に灯油などはまた値上げされるとのことである。客は「どのようにして冬を過ごすのか」という話をしており、買い控えが進むなど、今後の見通しは悪い。
		衣料品専門店（経営者）	・衣料品の購買動向は、今持っている物に買い足す、という傾向が強くなっており、客単価の低下が懸念される。
		衣料品専門店（店長）	・商圏内に競合店がオープンするため、1か月程度は影響が出る。
		乗用車販売店（経営者）	・冬に向かう時期であるが、灯油、ガソリンなどの価格が更にまた大幅な値上がりとなることから、車の台替えには不利な条件となる。車両整備もこの地方の厳しい経済情勢を反映して「安く仕上げてもらえればやる」という客の声が多く、企業として利益を上げていくことが難しい情勢である。

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（経営者）	・依然として買われる車の多くは燃費重視のコンパクト車中心で、利幅の大きい高級車などは敬遠される傾向にある。他のメーカーからも続々と新型車が投入されてきているが、市場を活性化させる起爆剤にはなれない。これから雪のシーズンということもありスタッドレスタイヤの問い合わせは多いが、最安値商品が取引の中心である。どれをとっても明るい話題は無い。
		乗用車販売店（従業員）	・需要期にかかわらず、来客数、販売台数共に伸びないため、今後もあまり良くならない。
		住関連専門店（経営者）	・今月は大きな案件があり一時的に売上が良かったものの、長くは続かない。ガソリンなどの高騰の影響もあって売上は低くなっていく。
		その他専門店〔化粧品〕（経営者）	・郊外型の複合商業施設が、9月に引き続き、11月、来年3月と立て続けに立ち上がる。出店はこれで一段落するものの、中心街区と郊外の商業集積地との戦いが始まり、しばらくは新店効果もあって中心街区の来客数は減少する。
		その他専門店〔酒〕（営業担当）	・酒類販売の低迷は飲食店の落ち込みによる部分が大きく、飲食店の状況が向上するには抜本的な景気回復が必要である。宴会の多い時期を迎えるが、販売量が前年と同じでも単価が下がるという事態になる可能性もあり、懸念している。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・灯油の需要期を迎えるが、卸価格の大幅な値上げが予定されており、消費者の買い控えが顕著になることが懸念される。個人所得が伸び悩んでいることも、燃料関連支出の低迷につながる恐れがある。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（営業担当）	・11月以降もガソリンなど石油製品の値上げが予定されており、石油販売業界はますます厳しくなっていく。
		観光型旅館（経営者）	・米価の低迷で、農業関係者の忘年会予約が無い状況である。1～3月は、例年は農家の女性が動く時期であるが、収入減が見込まれるため旅行する望みは薄い。
		都市型ホテル（経営者）	・一般宴会は忘年会シーズンに入ることもあり前年並みを期待できるが、宿泊部門、料飲部門の売上は低下傾向であり、客単価も下がってきていることから、全体的な傾向としてはやや悪い方向である。
		観光名所（職員）	・予約の申込状況が若干悪くなってきている。
		観光名所（職員）	・地域を舞台にしたドラマや観光キャンペーンなどのプラス要因は終了し、この先は目立った話題が無い。
		遊園地（経営者）	・ガソリン、灯油の値上がりがかかりが家計に響いてくる。
		美容室（経営者）	・原油の高騰に伴い物価が上がり、客の財布のひもが一層固くなっている。美容に関することには余計に引き締めが強くなる。
		設計事務所（経営者）	・建築基準法改正に伴う工事件数の減少による影響が、今後ますます発生してくる。
		悪くなる	
コンビニ（経営者）	・ガソリン価格やその他物価の上昇についてテレビや新聞で連日報道されている影響もあり、消費者の財布のひもは固くなる。		
住関連専門店（経営者）	・建築確認において耐震性の審査が厳しくなり、許可がなかなか出ないため新築着工が大幅に減少しているが、今後回復するか心配している。		
一般レストラン（経営者）	・年末になるが、一般市民に閉そく感が漂っており、例年のような忙しさにはならない。		
その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	・寒冷期に向けて、灯油代など暖房費用が前年よりも相当掛かり増しになると予想され、法人、個人を問わず支出を絞り込む傾向がみられる。この先の消費動向は一層厳しくなる。		
企業動向関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	出版・印刷・同関連産業（経営者）	・年末に向けて年賀状印刷の需要があることに加え、地元で市議会議員選挙がある。
		出版・印刷・同関連産業（経理担当）	・ガソリンや原材料などの価格がどんどん上昇しており、値上げに対しての感覚が麻痺してくるため、良い意味でのインフレ効果が出てくる。

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		
雇用 関連	変わらない	食料品製造業（経営者）	・数か月の間にアメリカからの牛肉輸入量が増えて相場が安定するとは考えにくく、現状の商品価格で推移すれば需要は停滞したままで推移する。		
		電気機械器具製造業（企画担当）	・ガソリン高騰、株価不安定、政治的不安定要素などマイナスイメージは多々あるが、意外と景気は底堅い。		
		広告代理店（従業員）	・特に大きな案件も少なく、大型物件の受注は望めない。		
		その他非製造業〔食料品卸売業〕（経営者）	・地域格差と言われるが、地方の中小企業を取り巻く環境は非常に厳しい。量販店の進出などにより、卸売業の取引先となる小売店は廃業が目立ち、良くなる兆しはみえない。		
	やや悪くなる	農林水産業（従業者）	・全農からの米の仮渡金が1俵（60キログラム）当たり7,000円と大幅な下落となり、しかも来年度以降の金額も予断を許さない状況になっている。		
		食料品製造業（経営者）	・食品や日用品など値上げをしている商品が多く物価が上がり、消費者は年末に向け歳暮などギフトの費用を抑えようとする。		
		食料品製造業（総務担当）	・原材料価格の値上げが浸透してくるが、コストアップを製品価格に転嫁するのは難しく収益面で大幅に減益になる可能性がある。		
		一般機械器具製造業（経理担当）	・国内での自動車販売は不振が続いており、自動車部品の製造はその影響を受ける。また、最大のマーケットであるアメリカ経済が落ち込む恐れもあり、業績全体が悪化する懸念がある。		
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先各社の状況は、下期に入り国内向けの製品需要は頭打ちの状態である。減速感が強く、年度計画の達成は厳しい状況にある。同業他社も同じような傾向であり、今後ますます価格競争に拍車がかかる。		
		建設業（経営者）	・原油価格の高騰により資材価格や生活用品の値上がりがある状況からすれば、客は工事の発注を先延ばしにする傾向となる。		
		建設業（企画担当）	・厳しい価格競争のなか、原材料等の上昇によるコストアップが利益を圧迫する懸念がある。仕事量でみると、宮城、福島は元気であるが他県が低迷しており、格差が広がっている。		
		輸送業（経営者）	・当社の事業は原油価格の動向に影響を受けやすく、冬場に向かいますますます厳しくなる。		
		広告代理店（営業担当）	・原油高や小麦などの原材料高に伴い、ビール会社のキャンペーンが無くなったりしている。		
		経営コンサルタント	・建設業は、1社倒産すると従業員が独立開業して事業者数が増え、その結果競争がますます激しくなるという悪循環が続く。		
		公認会計士	・発注元から下請への受注価格の引き下げ要求が止まらず、先行きは更に厳しさを増してくる。		
		悪くなる	通信業（営業担当）	・既存契約のつなぎ止めにも限界があり、やむを得ず解約となる可能性が高い案件が増えそうな状況である。価格以外の信頼度など条件面で付加価値を持たせ契約関係を築いていく必要があるが、現実的にはかなり厳しい。	
			広告業協会（役員）	・引き合い案件が非常に少なく、金額ベースでも減少している。	
		雇用 関連	良くなる	-	-
			やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・自動車関連業種の求人が伸びている。
新聞社〔求人広告〕（担当者）	・駅前や郊外に大型の商業施設が来年度には進出することから、そろそろ求人も動き出す。雇用面ではこの動きが景気浮揚につながる。				
職業安定所（職員）	・新規求人は横ばいの状態が続いているものの、有効求人倍率は徐々に上昇している。県内の鉱工業出荷額が上昇したとの報道もあり、今後期待できる。				
職業安定所（職員）	・新規求人数の増加傾向と、新規求職者数の減少傾向が続いていることから、有効求人倍率、新規求人倍率共に上向いていく。				
変わらない	職業安定所（職員）	・新規求人数は前年同月比での減少が続いているが、前々年との比較ではほぼ同水準であり、前年度が特別だったととらえれば、やや楽観的な見方ができる。			
やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・求められるスキルを持った人材の確保が、非常に困難な状況になってきている。			

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	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	通信会社（営業担当）	・年末商戦により家電に対する需要が高まり、景気は上向く。特に、年末の賞与に対しては、給与に比べ企業利益を反映する傾向があるので消費が上向くと見込んでいる。
	やや良くなる	衣料品専門店（販売担当）	・最近出た今年の冬は寒くなるという長期予報も後押ししてか、幾分ニット類などの要望が増えてきている。それほど厚手のものではないが、羽織物の要望もかなり多くなっているため、先行きはやや良くなるとみている。
		都市型ホテル（スタッフ）	・忘新年会がピークを迎える時期なのでやや良くなると思うが、老舗の競合店舗が廃業してから初めて迎える年末年始だけに、自社の努力、営業力によるものではなく、競合減少により、予約がいつもに増して活況になっていると理解している。
変わらない		住宅販売会社（経営者）	・当地域の人口は増加傾向にあり、住宅、マンションの建設ラッシュが続いている。客の購買意欲にも期待が持てる。
		一般小売店〔精肉〕（経営者）	・今月も原材料の値上げ、また、電力、ガス等の値上げの話が出てきている。これが商品代金に上乗せとなるが、乗せない訳にはいかないので、景気が良くなるとは考えられない。
		百貨店（営業担当）	・客の様子を見ているとあまり変化は無い。買上単価、販売量共にあまり変わった様子は無い。
		百貨店（販売促進担当）	・ショッピングセンターを含め競合店とのパイの争奪戦は、お歳暮、クリスマス商戦に向けて更にし烈になることが予想され、現在同様厳しい状況が続く。
		スーパー（総務担当）	・消費動向からみると景気全体は全く変わらず、良くなっていない。不透明感、不安感もあり、横ばいあるいは若干下降気味といった状態が続いている。
		衣料品専門店（店長）	・食料品やガソリン等、家計に密着した商品の値上げの影響が、消費マインドの冷え込みにつながり、なかなか景気回復にはならない。
		乗用車販売店（営業担当）	・新型車の導入もなく、まして車への関心が希薄になっているため、集客率を上げることはできない。
		乗用車販売店（販売担当）	・これから年末にかけて年末商戦の折込チラシ、広告宣伝を打つが、同業者の販売店やディーラー関係で聞くと、新型が出ているのに宣伝してもなかなか客が寄り付かないということである。全体的に低いレベルで客が来て、売れる台数も低調であり、これから2～3か月先についても、宣伝や広告をしても大して変わらないのではないかとということで、周囲も含めて意見が一致している。
		住関連専門店（仕入担当）	・年末に向け、原油高騰による影響が危惧されるが、販売への影響はさほどでもない。暖冬で厳しい状況となった昨年よりは上積みが可能である。
		一般レストラン（経営者）	・ガソリンの値上がり、酒酔い運転による罰則の強化が客に相当影響するのではと思っていたが、今のところその様子はない。
		都市型ホテル（経営者）	・都心部のみ景気が良いようで、地方都市まで景気の波は来ていない。
		旅行代理店（支店長）	・2、3か月後は年末年始となるが、今年はカレンダーの配列が良く、海外を中心に販売が活発である。また、正月を中心に国内の宿泊客も増えている。
		旅行代理店（副支店長）	・都市部と違って地方の場合は景気が良くなる要素がないとは言えないが、少ない。また、燃油等の値上がりがこの先、地元農家、個人事業主に大きなダメージを与えることは必須である。収入源になり、余分な貯蓄もできないために、余暇で旅行に足を向けようとはなかなか思わないので、景気は悪化する可能性の方が高い。
タクシー（経営者）	・夜の動き、特に深夜の動きが伸びないので先行きが心配である。12月の夜の動きに期待したい。		
ゴルフ場（従業員）	・来客数はこれといって予約が伸びているわけでもなく、単価の動きもこのまま横ばい、若干プラスぐらいの推移と見込まれるため、総じて変わらない。		

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
		競輪場（職員）	・他の競輪場、公営競技共に、販売額、入場者数の変化はそれほどない。
		設計事務所（所長）	・少しずつではあるが情報が入ってくるようになり、先月よりは少し状況が改善されてきているが、これ以上改善される見込みはない。
		住宅販売会社（経営者）	・首都圏の小バブルとは異なり、状況打開の要因がなく、状況が急転することは考えにくい。需要に関しては潜在的なものも多く、動きが良くなれば自然に好景気感が感じられる要因も出てくると思われる。
		住宅販売会社（従業員）	・今後、金利は上昇するのか判断に迷い、もうしばらくは様子を見るという客が多く、成約に結び付かない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・連日報道される食に関するブランド不信が年末にかけてポディブローのように効いてきそうである。
		商店街（代表者）	・路面店の営業は非常に苦しくなる一方である。大型店の進出と共にネット販売が激しくなり、店での買物客は年々減少している。
		百貨店（総務担当）	・ガソリンの再値上げ、小麦粉の高騰、配送加工により諸物価の更なる高騰が考えられるため、消費は低迷する。
		百貨店（販売促進担当）	・地方の百貨店では客のほとんどがマイカーでの来店であり、昨今のガソリン代の値上げ、一部食料品の値上げ続きで、マインド的に客が買い控えをすることが懸念され、売上は減少する見込みである。
		スーパー（販売促進担当）	・原料高騰による買い控えは今後一層進む。店で価格上昇分を負担している部分もあるが、メーカー加工品などで量目が減ったり、値段が高くなっているものがあるため、客は全体的に高くなっていると感じているようである。チラシでの特売訴求効果にも限界があり、なかなか客の財布のひもを緩めにくい状況である。
		スーパー（統括）	・食品各メーカーの値上げ報道により、消費者の警戒感が増す恐れがあり、特定商品の価格凍結宣言などを駆使しているものの、全体傾向としてガソリンや基礎調味料の値上げで、消費意欲の減退は避けられない情勢である。
		高級レストラン（店長）	・繁忙期に近付いてきたが、忘年会、新年会の宴会予約は出足が遅く、今のところ前年を下回りそうである。
		一般レストラン（業務担当）	・11、12月の忘年会予約は組数、客数、料理単価、いずれも前年を下回っている。通信販売部門も9月までは前年比150%の成績だったが、10月は前年並みである。今後の見通しもおおむね前年並みの予定である。
		スナック（経営者）	・ガソリン代やもろもろの物価が上がってきており、消費は落ち込んでいくと思われ、良くなる要素はない。とにかく居酒屋の飲み代というのは真っ先に削られていく部門なので、先行きが心配である。
		観光型ホテル（経営者）	・過去のデータが参考にならないほど、消費者の生活習慣や趣味趣向が変化してきて、対応が難しい。
		都市型ホテル（スタッフ）	・2～3年前からの利用客にダイレクトメール等を送っているが、なかなかリピートが取れない状況である。旅行会社、インターネット予約等があまり活発でないという心配もあり、今後特に代理店へのセールスを強化しないと非常に不安である。身近な企業、団体の忘年会は何とか取れそうである。
		タクシー運転手	・法人からの依頼が減少している。
		通信会社（営業担当）	・地方ではただでさえ人口が減り、高齢化が進んでいる。もともと購買力が乏しい上に、年金問題などのあおりを受け、加えて各種石油製品の高騰で、購買意欲が一層減衰している。
		ゴルフ場（支配人）	・ガソリン代など燃料費の急騰により、遠距離からの来場者は乗り合わせが多くなる。この状況が続くと近場のゴルフ場に場所を変更することが予想され、来場が減少する。
		美容室（経営者）	・地方の小さな町では、格差社会を実感する。他業種でも新規に開店をした飲食店が1週間後には客が遠のき、大変そうであるなど、人口が増えないところでは客の奪い合いだけで厳しい。大手の企業も参入してくるので、地元でこつこつ営業していたところは一気に売上が下がってくる。シャッターを閉めるメインストリートを見ていると、希望的には思えない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		設計事務所（所長）	・法の改正により、建築確認の審査が遅れており、着工が大幅に遅れている。特に大型物件でそのような現象が見られるとのことであるが、一般の住宅にも影響が出ている。建築関係の動きが停滞しているため、先行きの景気動向は悪くなる。
		設計事務所（所長）	・3か月前と比較して、客の動きも仕事量も変わっていない。危機感を持っている企業も少なくない。
	悪くなる	商店街（代表者）	・ガソリンを始めとする原油の高騰により、食品、雑貨等が軒並み値上がりしており、前年同時期はこのような値上げがなかったことから、先行きは不安材料が多い。
		一般小売店〔青果〕（店長）	・今まで30年近く商売をしているが、今年ほど悪い年はない。とにかく悪い。政治的にも将来お金が掛かる話ばかりで、不安から客が買い渋りしている。
		コンビニ（店長）	・原油はどんどん値上げされ、それに付随する諸物価も上がり、景気は悪化し我々の生活も苦しくなる。
		衣料品専門店（経営者）	・当店のイベントセールスのマンネリ化や客の90%以上が固定客で高齢化しているなど、問題も大きい。中心市街地の衰退による極端な来街者数の減少にも拍車がかかっており、とどまるところを知らない。将来に対する展望は開けない。
		家電量販店（店長）	・原油や原材料の高騰で物価が上がっている中、趣味嗜好品の大型テレビやパーソナルコンピュータなどが買い換え対象として、消費者の中で購入優先品となるか、非常に心配である。
		住関連専門店（店長）	・商品の販売単価の高騰及び競合他社を含めた店舗の飽和状態にある。
観光名所（職員）	・個人の所得が毎年減少しており、高額な買物についての消費は落ちている。特に、当社が扱う別荘については、金額も高いので、販売量が大きく減少してきており、今後もそのような傾向が続く。		
企業動向関連	良くなる	その他製造業〔環境機器〕（経営者）	・当社の仕事は4つほど種類がある。そのうちの環境機器については、開発、製造、直売、リースまでを一手に行っているが、予算の時期に入り、1～3月で決まってくるところがみえてきたので、仕事は上向きとなる。
	やや良くなる	その他サービス業〔情報サービス〕（経営者）	・引き合いが多く、客は情報化投資におう盛であるものの、原油相場が高値で推移し、急激なコスト増につながると、先行きの不透明感から一時的に投資が停滞することも予測できるため、難しい局面に差し掛かってきたと感じている。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（経営者）	・取引先の年末商品受注は見込めるが、当店の店頭商品の販売動向が大変悪く、PRしても商品に対する地場的な価値観が少ないため、反応が非常に少なくなっている。
		輸送用機械器具製造業（経営者）	・受注量、販売等、新規の仕事も大変入っており、このまま忙しい状況が2～3か月は続く。
		輸送業（営業担当）	・物量確保の輸送受注は例年並み以上は確保できそうである。現状、コスト削減対策でドライバーに対してのデジタコ（デジタルタコグラフ）管理や運行指導、燃費向上のための車両入替えなどを行っているが、11月からの燃料値上げに対し、荷主の運賃転嫁と協力会社の輸送稼働を増やして対応していかなければならない状況になりそうである。
		司法書士	・司法書士をしているが、現在も破産関係の事件が多くあるので、近い将来そう良くなるということはない。
	やや悪くなる	食料品製造業（経営者）	・材料や基本的な商品の値上げが景気全体に悪影響をもたらしていく。
		食料品製造業（営業統括）	・例年であると既に国産ヌーボーも出回り、やや景気も持ち直す時期であるが、相変わらず出荷量も伸びず、原価の上昇要因もあるため、ますます厳しい状況になりつつある。
		一般機械器具製造業（生産管理担当）	・建設機械、油圧機器分野の増産傾向は変わらないが、他分野での大きなプロジェクトが終了することもあり、そのマイナス分を埋めることは困難である。
		電気機械器具製造業（経営者）	・仕事はあることはあるが、やればやるだけ持ち出しという形になってきている。製造業はこれからどうやっていけばいいのか、非常に苦しい状況が続いている。ここが思案のしどころか、という気がしている。中国価格が一般的になり、日本の賃金体系ではどうしても採算が合わない仕事が増え続けている。

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
		電気機械器具製造業（経営者）	・大企業の繁栄に比べ、小企業はいまだにコストダウン、生産調整などを余儀なくされ、厳しい状態が続いている。大企業との格差はますます広がり、小企業はより一層苦しくなっていく。
		広告代理店（営業担当）	・年末年始の商戦に向けた販促の引き合いは前年比1割減となっている。実績のなかった都内の代理店が地方にまで仕事を取りに来ていて、体力の少ない地元代理店は都内から競合の激安価格に対応できない。今後もこの傾向は続く。
	悪くなる	その他製造業〔宝石・貴金属〕（経営者）	・8月から前年比での売上ダウンが続いている。秋、冬用の商品の動きも鈍く、見通しは暗い。
		建設業（総務担当）	・当地における建設業者、特に土木、舗装工事主体の会社は相変わらず安値受注で、決算は当期欠損、前年に続き2期連続赤字の会社がほとんどである。公共工事発注先も建設行政の今後について、真剣に展望も共に考える時期である。
		不動産業（経営者）	・近年の大手や老舗の消費期限問題等をみても、そうでもしないと経営的に成り立たない構造的な問題があるのではないかと思わせる。また、インフラを含め、会社が人を育てられない状況では、基盤がぜい弱かつ、うんでおり将来性は期待できない。中小企業個人商店の廃業倒産数と額も増大している。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（経営者）	・大手がオープンを控えているため、雇用はかなり発生している。年明けにはアウトレットの増床オープン、国道沿いに大型商業施設の計画も出ているので、かなり雇用については活性化するので、求人情報誌の景気は上向いてくる。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・地域の基盤企業の間接決算、今後の見通しでは、通期の決算に下方修正などなく、当初通り、強気の見通しである。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・景気の低迷で、人材派遣の募集広告枠が以前よりも平均して小さめになってきている。
		職業安定所（職員）	・新規求人は横ばいで推移しており、大きな変化は見られない。
		職業安定所（職員）	・新規求人数が前年比、前月比共に減少傾向を示しているが、求人数が大幅に増加する要因は特に見受けられないため、変わらない。
		民間職業紹介機関（経営者）	・求人を含め、製造業の求人は堅調であるが、原油高の影響を懸念する動きが顕著になってきている。
やや悪くなる	職業安定所（職員）	・新規求人数が前年同月比で大幅に減少している。特に、主要産業である製造業の減少幅が大きい。	
	職業安定所（職員）	・小口の人員整理や零細企業の倒産が数件あり、今後も増えそうな状況にある。原油や原材料の値上げが中小零細企業に重くのしかかっているようである。	
	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	家電量販店（営業統括）	・通販のホームページへのアクセスが昨年比で20%上昇している。株価、為替相場、冬季賞与などが、消費者の経済環境に大きく影響を与えるが、省エネ家電や薄型テレビへの買換え消費活動が活性化する。
	やや良くなる	衣料品専門店（営業担当）	・売れ筋を早めに見極め、量を確保することで、秋冬物の重衣料が売れることから単価も上昇する。
		家電量販店（経営者）	・PCに弾みがつくと弱点なくなる。AVはブルーレイレコーダーと50インチクラスの高画質大画面が期待できる。季節家電は昨年のような暖冬による低迷はないであろうし、デジタルカメラも新発売の一眼レフの新製品は市場の評価が非常に高い。
		その他専門店〔雑貨〕（従業員）	・現在、これといったセールや特集、イベントはないが、販売量が幾分好調であることから、今後期待できる。
		都市型ホテル（支配人）	・先々の受注残も好調な伸びを見せている。
		旅行代理店（従業員）	・下期に入りようやく先行受注状況が上向き、12月までの前年同期比が100を超えるようになってきたことと、販売店からの声も含めると、堅調に推移する。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（経営者）	・当社はケーブルテレビの会社であるが、デジタル対応が増えてきており、ボーナスによる地上デジタル対応の液晶テレビ等の売上が景気をけん引する。
		通信会社（経営者）	・数か月先は、来年度受注が今までより増えている関係で、人員の業務発注がしやすくなり、資金予定も立てやすくなってきている。
		その他レジャー施設 [アミューズメント] (職員)	・稼ぎ頭である年末、年始がまもなく到来する。1年のうち1番活況を呈する時期でもあり、昨年に比べてもその盛り上がりは比ではない。ただし、商品による優勝劣敗は極端で、売れるものはよく売れるが、ダメと評価された商品は全く購入されない。
		住宅販売会社（従業員）	・年末、年度末に向けて住宅不動産が動く時期であることに加え、地価が上昇したことにより買換えの動きがやや出てきたのか、売却物件が増えており、買換え層が動くため、やや景気が良くなる。また、大型分譲マンションの供給があり、地域の住宅購入意欲が上がる。
	変わらない	商店街（代表者）	・ここ1年ほど続いている、当地域のゆっくりとした右肩上がり、日本全体や、東京全体で大きな変化が出現しない限り続いていく。
		商店街（代表者）	・最近の客の動向を見ていると、商品を買う意志はあるが、非常に慎重になっていること、購入までに相当時間を掛けていることが目立つ。一方、単価はかなり低くなっており、なかなか景気は回復できない。
		一般小売店 [衣料・雑貨]（経営者）	・近隣に大型店がオープンするため、一時的な影響はあるが、その後は地元に戻ってくる。
		一般小売店 [雑貨]（経営者）	・相変わらず、街のにぎわいが新しい場所に移動したままであり、将来が不安である。
		一般小売店 [文房具]（経営者）	・毎年11月は年賀状の印刷等でとても忙しくなるのだが、パソコン等の発達によってそれも期待できない状況である。本来であれば、同業者が1軒撤退した分がプラスになるのだが、現状ではそのような面が見えない。
		一般小売店 [鞆・袋物]（従業員）	・相変わらずシーズンイベントの需要は伸びている。夏冬物の動きは良いが、春秋物のシーズンののはざまの商品、一般生活用品については非常に動きが悪い。ギフト需要は、単価、来客数共に前年比アップとなっている。
		百貨店（売場主任）	・秋冬物の動きが非常に鈍く、特に中心となる婦人ジャケット、コート、ブーツの単価、数量共に大きく減少しており、今後も回復が見込めない。
		百貨店（総務担当）	・個人差が激しい。
		百貨店（総務担当）	・消費性向は、ここ数か月の向上は見込まれない。その要因としては、一部企業を除き国内需要は全般的に下落していること、商品単価はやや下落傾向にあること、原油価格は上昇基調にあること、租税等の負担感及び年金問題等将来不安が払しょくされていないこと等が挙げられる。
		百貨店（総務担当）	・大企業の業績は良いため、冬季賞与も前年並みかやや上昇すると見込まれるが、中小企業は、非製造業を含め業績が悪化しているため、全体としては景気は変わらない。
		百貨店（広報担当）	・10月も引き続き来客数が増加傾向にあり、今年は、前年より日曜日が1日少ないものの、前年比プラスとなっている。来客数前年比を上回る売上の伸びで、1人当たりの買上単価は増加傾向にある。
		百貨店（店長）	・税金の上昇、石油価格の高止まり、食品商材の値上げ等、消費マインドが冷え込む経済的要因が多い。またファッショントレンドやスタイリングでの大きな変化が見当たらず、購買意欲を刺激する新鮮な商材が少ない。
		百貨店（業務担当）	・お歳暮から年末商戦にかけて、単価ダウンが顕著に出ると売上が厳しくなる。単価ダウンが消費動向に影響するため、今後非常に心配である。
		百貨店（店舗政策担当）	・歳暮商戦は、法人、個人共に需要が年々減りつつある。また、食品関連の会社の不祥事が続いていることも若干の影響がある。
	スーパー（統括）	・季節どおりの気温の冷え込みが期待できるが、ガソリン代の高騰等により財布のひもはあまり緩まない。	

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）	・ 来客頻度や買上点数、単価等を見ても、なかなか3か月先が良くなるという見通しが立たない。店としてはいろいろ単価政策を考えて、良い商品売っているつもりだが、客は安いからといって多く買うわけではなく、点数と単価のバランスが取れず、売上につながっていない。
		スーパー（仕入担当）	・ 産地偽装、賞味期限の改ざん等食品会社の不祥事が続き、消費者の食の安全性に対する目が一層厳しくなったため、国産の産地を指定できる原料、及びトレーサビリティが求められる。また、原料の高騰等仕入価格の安定、物量の確保が難しくなる。
		スーパー（統括）	・ 客の動向では、広告初日の価格を強調した商品への反応は良く、行列を作ることもあるが、価格訴求をしていない商品への動きは決して良くない。
		スーパー（統括）	・ ここ3～4か月の売上推移を見ると、販売量は変わらないが、物価の値上がりが出てきていることから消費者の財布のひもは一段と固くなっており、しばらくはこの状態が続く。
		コンビニ（経営者）	・ クリニックビルの中に病院がオープンしたり、あるいは今まで閉まっていた店がちょっとした喫茶店になっていたり、少しずつ状況が変わってはいるのだが、商店街の空洞化は依然として続いており、集客ができないことから、苦戦が続く。
		コンビニ（エリア担当）	・ 来客数、客単価共に、前年比100%、98%と、前年と同水準の動きであり、今後大きな環境変化、新規催事等が考えられない。
		コンビニ（商品開発担当）	・ 販売動向等が上向くプラス材料が見えない。
		衣料品専門店（経営者）	・ 暖冬になるか厳冬になるか、読めず、客も皮膚感覚で購入する傾向にあるため、品ぞろえが難しい。また、全体的に近隣店舗の早期のセール突入が懸念され、利益の確保が問題である。
		乗用車販売店（経営者）	・ 自動車整備は順調に入っているが、販売はあまり芳しくなく、昨年より3割ほど減っている。消費税の値上げとなれば、もっと悪くなる。
		乗用車販売店（販売担当）	・ ガソリンが高くなってきているせいか、新型車が出たにもかかわらず、購入意欲も薄れ気味で今一販売が伸びていない。今後モーターショーの開催の伸びに期待したい。
		乗用車販売店（渉外担当）	・ ガソリン価格、物価上昇などの不安定材料はあるが、東京モーターショー開催での需要喚起と各社の若年層向け新商品投入で前年比伸長は微少で推移する。
		乗用車販売店（総務担当）	・ 東京モーターショーの開催により各店舗への来客数アップが期待されることに合わせて、新型車が投入されている。活気あふれる市場となつてほしいが、客の購入意識に疑問を感じてしまう現状であるため、前年並み、もしくは少し下がる。
		高級レストラン（支配人）	・ 来客数については多少波があるが、客単価が若干下がっているため、売上はさほど変わらず推移していく。
		都市型ホテル（スタッフ）	・ 婚礼の競合店舗の進出がまだ続くため、競争はますます激しくなる。一方で、新たに地域に進出してくる企業や、取引先を集めての懇親会を復活させたり、社員対象の忘年会を復活させたりする企業も出てきており、法人利用はまだまだ伸びる余地はある。婚礼のパイの奪い合いでの減少と、法人宴会利用の増加や利用時の単価アップを相殺すると先の見通しは変わらない。
		タクシー（団体役員）	・ 12月よりタクシー運賃が値上げになり、値上げ当初はタクシーの利用を控える人が出るが、2、3か月後には現状に戻ると予想するため、変わらない。
		通信会社（営業担当）	・ デジタル及び薄型テレビはこれから販売が本格化し、それを契機としたテレビ、インターネット、電話のトリプル加入が見込まれる。
		通信会社（営業担当）	・ 電波障害等にかかわる大口の再開発事業が若干継続はしているが、戸建住宅の新築、建て替えは一時より減少傾向で、先行き不安も残る。
		その他サービス〔語学学校〕（総務担当）	・ 秋の販売実績は前年を多少上回ったが、冬場は集客が伸び悩むので新しい集客方法を考えないと厳しい。
		住宅販売会社（従業員）	・ この地域の土地価格や住宅展示場等の集客状況は横ばいであり、良くなる要素が感じられない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・いよいよ1キロ圏内に安売りの食品スーパーができるので、非常に危機感を感じている。たださえ非常に落ち込んでいるので、どのような売出しを掛けるかによるが良くはならない。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・量販店との絡みで、どうしても値段を比べられてしまうので、その分値引きをしたり低価格に設定したりと単価がどんどん下がっていく傾向にある。いまだ具体的な消費税の話はないが、例え上がるといっても現実味がなく、客は、増税でも価格が低くなるととらえている。
		一般小売店〔家電〕（経営者）	・去年に比べ、来客数が非常に悪く、単価も下がっている。月末行うイベントに対する電話の反応も非常に悪い。
		一般小売店〔食料雑貨〕（経営者）	・専門店も、好立地へ大型で出店できる資本力のある企業は業績を伸ばせるだろうが、先行して進出を検討しても、大企業に持っていかれてしまうケースもある。また、オーバーストアで投資回収も難しくなっている。
		百貨店（営業担当）	・話題性のあるショッピングスポットへの客の流れは今後も続く。一方、年末に向けて、ぜいたくすべき場面には惜しみなく消費が続けられるため、全体感としては景気の変化はない。ただ、地域ごとの格差が顕著になってきていることも事実であり、現在、来客数については厳しい状況が続いているので、楽観はできない。
		百貨店（営業担当）	・天候不順に加え、米国のサブプライム問題での世界株価低迷による消費マインドの冷え込み等により、婦人服、婦人服飾雑貨を中心に美術、宝飾品等が低調である。当分の間、景気は低迷する。
		百貨店（販売管理担当）	・平年並みの冬型にならないとの予測もあり、コートなど冬物の動きが弱まる懸念がある。株価等の動きも不安定さがあるため、クリスマス、年末年始商戦への影響が心配される。
		スーパー（店長）	・食品の値上げが実施されれば、一時的な買い控えが起きると推測される。また、生活関連全般の値上げも見込まれる。
		衣料品専門店（経営者）	・ガソリンの値上がりすべてに影響しているため、収入が増えない限り消費は増えない。また気温が高いため、コートやジャケットの動きが期待できない。
		衣料品専門店（次長）	・原油の高騰が1番だが、中国国内、特に沿岸部の人件費の急上昇により工場での人手不足が発生しつつあり、生産コストがかさんでいる。その分商品価格が上昇してしまい、売上が落ちているが、生産工場を人件費の安い内陸部に移すには運送コストと技術レベルの問題があり、すぐには解決できない。
		家電量販店（店長）	・物価上昇の影響により景気は良いとのことだが、接客をしていても、一部を除きそのような傾向は見られない。
		乗用車販売店（販売担当）	・原油の高止まりが、今後も景気をどんどん悪くしていく。軽油は一時期の約4～5割アップになっているが、対する運送事業の運賃は上がるどころか逆に下がっているため、人件費も上げることができずドライバー不足に陥っている。その他、トラック業界においては、安全、環境等、様々な要因が出てきており、収支が相当厳しい状況であるため、景気は一段と悪くなる。
		その他専門店〔ドラッグストア〕（経営者）	・値上げ感が広がり、客は、今まで以上に価格に対してシビアになってきている。信頼性やイベントなどで来店する客はいるが、新しい客の取込みが難しい。競合は大手上場企業が多いため、価格面で太刀打ちできないことが多く、新しい客への差別化ができていない状況である。
		その他小売〔雑貨卸〕（経営者）	・消費税の値上げ論争が本格化し、購買力にブレーキを掛ける。
		旅行代理店（従業員）	・先行受注が不透明である。申込の受注のタームが国際化しているため、先行受注の状況だけでは判断できないが、現在としては厳しい状況である。
		通信会社（総務担当）	・当地区自体は、11月中旬から来年2月中旬まで開催されるイルミネーションでかなりのにぎわいが予想されるが、当社を取り巻く事業環境は、競合企業の出現と過激な営業活動の展開により、ますます厳しさを増し、当社の経営そのものを圧迫しかねない。
		美容室（経営者）	・商店街で生鮮商品の店が段々と閉店していくなか、来客数が減っている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		設計事務所（所長）	・単価の低価格競争に入っており、建築基準法の改正による仕事の大幅な停滞が致命傷になりかねない状況である。
		設計事務所（職員）	・中国の発展や小麦生産量縮小による争奪などによる一般消費品などの値上げの、社会生活への影響が徐々に表面化してきている。建築資材は公的資料では表面化していないが、急激に値上がりしており、市場に対する悪影響が懸念される。
		住宅販売会社（従業員）	・12～1月は不動産が動かない時期になるので、今よりは悪くなる。
		その他住宅〔住宅資材〕（営業）	・建築基準法改正の問題はすぐ解決できるような問題ではなく、しばらく時間が掛かるとみている。住宅着工数が落ちれば、その他の産業、例えばプラズマテレビや薄型テレビといった、今まで好調だった家電関係の仕事への影響もある。
	悪くなる	商店街（代表者）	・法人の申告所得が至上最高の57兆円となり、16年ぶりの最高黒字を見込んでいるとの報道があるが、これは大企業を中心としている話である。地域の中小企業は、これに追いつくのに精一杯であり、努力はしていても、毎日の売上を見るとどうしても意欲がそがれるのが現実である。
		コンビニ（経営者）	・売上、来客数共に減少が続き、回復の兆しが見えないなか、さらに競合店が増え続けている。
		その他専門店〔服飾雑貨〕（統括）	・客の動きが明らかに鈍化している。買上単価は現状を維持するも、来客数の減少が売上減の要因となる。
		旅行代理店（従業員）	・中旬以降、問い合わせの電話本数や団体旅行の見積件数が極端に減ってきている。スペシャル料金を打ち出してテコ入れするも、客の反応が今一つである。
		タクシー運転手	・現状では、規制緩和により新会社が増えるなか、特に利用客が増えているわけではないのに、既存の会社が台数を増車したことにより需要供給のバランスが崩れている。一方で、乗務員の収入が世間一般に比べて低いこと等を要因として、いよいよタクシー運賃が改定され、平均7.22%の値上げとなった。そのため、客に受け入れられないことは目に見えており、今後のタクシー景気は悪くなる。
		設計事務所（所長）	・このまま手続きが遅れると工事着工もできず、かなり大きな打撃で、改正建築基準法不況に陥る可能性が強い。
企業 動向 関連	良くなる やや良くなる	-	-
		建設業（営業担当）	・建築基準法、都市計画法の改正により、6月以降着工されない物件が多く、メーカーの建築資材が在庫として残る状態が続いている。来年早々に工事着手できるようになれば、一気にメーカーや人手が足りなくなり、物資や工事価格が上がる。
	変わらない	金融業（審査担当）	・個人の住宅購入意欲はおう盛で、不動産会社も土地価格上昇を背景に土地購入に積極的である。また、銀行の貸出競争もより一層激しくなっている。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・月々によるアップダウンが激し過ぎ、将来がみえない。
		出版・印刷・同関連産業（総務担当）	・例年、受注量の多くなる時期であるが、低価格での販売や仕入単価の上昇により、利益の確保が難しい。
		化学工業（従業員）	・中国向け輸出生産品は好調であるが、国内向け生産量はやや減少気味である。
		プラスチック製品製造業（経営者）	・原油価格高騰の影響が懸念されるものの、当面、受注量に大きな落ち込みはない。
		金属製品製造業（経営者）	・原材料、ガソリン等の値上がりによるコストアップが長期化しているが、それをカバーする好材料も今のところ感じられない。
		建設業（経理担当）	・受注機会を得た工事案件も、受注希望価格よりはるかに安い価格設定になっている。このような状態がまだまだ続きそうなので、景気が上向くなど到底望めない。
		輸送業（経営者）	・12月は年末ということで、この業界でも荷動きが活発化するが、1月に入ると低迷してくるので、平均すると変わらない。
金融業（審査担当）	・小売業は、販売単価は下げ止まったものの、数量が伸び悩んでおり、依然として売上は増加しない状態が続いている。		
不動産業（総務担当）	・2～3か月先に身の回りで懸念される材料は見当たらず、順調に収益を上げられる状況にある。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
	やや悪くなる	繊維工業（従業員）	・アパレルメーカーは、収益拡大を図って製造小売業化を進める一方、原料生産業界は、利益拡大を図ってアパレルメーカーとのパートナー探しを始めている。中間である製造業は取引の蚊帳の外に置かれ、収益の悪化が予想される。
		輸送業（財務・経理担当）	・燃料が上昇しているなか、好転は難しい。
		金融業（支店長）	・製造業等の原材料の高騰及びガソリン等の原油高が当分続くことから、各企業の利益を圧迫する。実際に、去年と比べて金利の上昇等が各個人の自宅ローンや法人の借入等を圧迫し始めているなか、今後消費税等が上がる懸念を踏まえると、消費が大分落ちてくる。
		広告代理店（従業員）	・入札等が増え、さらには、当社では原価割れとなる値段で落札されてる場合も多々見受けられ、当社で落札する案件も利益率が下がる状況が続いている。
	悪くなる	食料品製造業（経営者）	・暮れの商戦は、小売店では太刀打ちできない。
		輸送業（総務担当）	・出荷量が計画を下回っている状態がいつまで続くのか読めないうえ、燃料価格が値上がり続けるなかで運賃に転嫁できない状態である。
雇用関連	良くなる	新聞社〔求人広告〕（担当者）	・11、12月は例年落ちていく時期にあるが、年明けの1月は年間で一番盛り上がる時であるため、差し引くと、相当の好調となる。
	やや良くなる	人材派遣会社（営業担当）	・年末商戦に向け、短期間販売員の募集が一時的に増えている。
		人材派遣会社（営業担当）	・個人の資産形成は順調であり、それを扱う金融機関のメンバーも増加している。資産形成と並行して消費もしているとみられ、景気はまだやや良くなる。
		学校〔専門学校〕（教務担当）	・コンピュータ専門学校の就職担当をしているが、ソフト開発の仕事はいくらでもあるようで、今年度分の採用を続けたいが未内定の学生がいなかったため、今年度はあきらめるが来年度は是非当社に学生を送ってほしいというIT企業が多い。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・求職者が少なく、人員確保に苦慮しているため、求人広告費が多くなり、利益を圧迫している。
		人材派遣会社（支店長）	・自由化業務により派遣している企業で、期間制限が到来する企業が出始めることから、短期的に派遣契約枠が減少する。
		人材派遣会社（支店長）	・年末に向け、販売職の依頼はあるが、単価については低いままアップが見込めない。
職業安定所（職員）		・現状は、大量求人の申込の見込みがなく、M & A等に伴う雇用調整なども散見されることから、当面、横ばいで推移する。	
職業安定所（職員）		・新規求人数はやや減少傾向で、パートタイム、派遣、請負等非正社員求人の割合は依然として高い状況が続いている。当面は大きな変化は見られない。	
民間職業紹介機関（経営者）	・求職者数はかなり高いが、これをピークにして、それほど極端に増えるということはない。しかし、求人企業も採用条件を甘くしてまで採用しようという感じではなく、適切な人材がいれば採用したいという企業が、当社の取引先では多い。		
やや悪くなる	求人情報誌製作会社（営業担当）	・アルバイト、パート、社員等の求人活動にかかる外部調達の難易度が高く、採用コストが上昇しているため、外部調達に頼らない内部体制の整備に力を入れる企業が増えている。今後、研修等で定着率の向上を図り、採用コストを抑える動きが広がる。	
		職業安定所（職員）	・大手企業が早期退職を実施しており、また、近隣の工場が段階的に地方に移転するといった情報もある。
	民間職業紹介機関（経営者）	・サブプライムローンの影響が、邦銀系投資会社が中途採用を急ぎストップし、中途採用の手控え感が見られる。	
	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	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		
動向 関連	やや良くなる	百貨店（販売担当）	・名古屋駅前地区では、新しい高層オフィスビルが完成してから初めてのクリスマス、ボーナス期を迎える。キャリア層の需要が見込まれる。		
		百貨店（販売担当）	・クリスマス、年末年始の商戦は、短期化の傾向はあるものの、自分へのプレゼント需要がある程度見込める。		
		スーパー（総務担当）	・ボージョレーヌーボーワインの予約が、昨年より8%ほど増えており、この先パーティー需要も見込める。		
		乗用車販売店（経営者）	・年末から年明けにかけて、主力車種のフルモデルチェンジが控えている。これがカンフル剤になる。		
		タクシー運転手	・タクシー料金が0.9%ほど値上げされたが、今のところ影響はあまりない。そのため、忘年会時期の売上は増加する。		
		ゴルフ場（企画担当）	・12月の予約件数は、前年並みである。対売上目標では、現在よりやや良くなっていく。		
		住宅販売会社（従業員）	・金利の動向や税制改正の面で不透明な部分はあるものの、住宅取得への意欲は出てきている。2、3か月先には、それが具体化する。		
変わらない		商店街（代表者）	・原油価格の上昇に伴い、原材料や包装資材の価格が上昇すると聞いている。また、小麦粉や燃料費の価格高騰が個人消費に影響するなど、良い材料は見当たらない。		
		商店街（代表者）	・食品メーカーの不祥事問題の影響で、土産物や食料品に対する風当たりが強くなる。		
		商店街（代表者）	・薄型大画面テレビの売行きはますます好調であるが、単価の下落が激しく、利益にはあまり貢献しない。今後は、冷蔵庫、エアコン等の高付加価値、省エネ商品の売上が伸びる。		
		一般小売店〔自然食品〕（経営者）	・固定客数は安定しており、固定客の減少がない限り、今後も大きな売上減にはつながらない。		
		百貨店（売場主任）	・購買意欲はまだまだ高くない。買って得したと実感できる物しか購入しない傾向は、今後一層強くなる。		
		百貨店（企画担当）	・メーカーの生産調整の動きもあり、客の購買意欲を高めるには、商品の魅力ではなく、割引セールといった価格に訴えざるを得ない。この数か月間は、この傾向が続く。		
		スーパー（経営者）	・景気回復が大企業を中心に60か月以上も続いて、中小企業への波及効果は特でない。地方では中小企業で働く人が大半であるため、給与やボーナスは増えておらず、今後も消費動向は良くならない。		
		スーパー（店員）	・かなりの商品の価格が値上がりしている一方で、値下がりした商品は全く無い。その中でも、スーパーではセールで値下げしないと売れないため、今後も厳しい状況が続く。		
		衣料品専門店（売場担当）	・クリスマス商戦に入るが、なかなか寒くならないため、コートなどの単価の高い商品には買い控えが起きる。		
		乗用車販売店（従業員）	・自動車販売の営業を13年間やっているが、この年末に売れるのか売れないのかは、皆目見当がつかない状況である。		
		住関連専門店（店員）	・寒くなったり暖かかったりで気候がはっきりせず、冬物の売行きも今一つとなる。		
		都市型ホテル（従業員）	・予約件数は、例年と変わらない。		
		旅行代理店（経営者）	・予約件数は、例年と比べてあまり増減はない。		
		旅行代理店（従業員）	・中国への旅行客数は、食品の安全問題の発生以降、減少している。しかしビジネス客は、視察旅行も含めて、依然として多い。その他の方面では顕著な増減は見られず、3か月先も横ばいが続く。		
		テーマパーク（職員）	・高速道路の便利が良くなったという好材料はあるものの、外出を控える傾向が強くなり、全体的には変わらない。		
		ゴルフ場（経営者）	・3か月先の予約件数は、前年と同程度である。近隣のゴルフ場でも、同じ動きで推移している。		
		住宅販売会社（企画担当）	・建築資材の価格がここ2、3か月上昇傾向にあり、消費税率もいずれ上昇されると見込んで、駆け込み需要が増加する。		
		その他住宅投資の動向を把握できる者〔室内装飾業〕（経営者）	・新築物件は、依然として低調が続く。ただし、企業の設備投資には、若干数の引き合いがある。		
		やや悪くなる		商店街（代表者）	・得意先企業からの和菓子の予約件数は、例年よりも減少している。年末に向けて、お歳暮の問い合わせも少ない。
				商店街（代表者）	・様々なコスト上昇は今後も継続するため、良い状況にはならない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		一般小売店〔酒類〕 (経営者)	・諸物価が値上がりする一方で、収入は追い付いていない。そのため、販売量は減少する。
		百貨店(販売担当)	・株価が不安定で、原油、原材料の価格の高騰にも歯止めが掛からないため、消費者には先行きに対する不安がある。欲しい物が特にないという消費者も多く、購買意欲は今後も向上しない。
		百貨店(売場主任)	・今年は冬物が少なく、防寒用ブーツもまだ出ていない。また、雑誌を見ての来客があるが、高価な靴は見るだけで、結局安価な商品に流れてしまう。今後も、売上の増加は難しい。
		百貨店(企画担当)	・婦人服の売上不振は、気候による影響も大きい。消費者の先行き不安による買い控えも強い。そのため、今後も厳しい状況が続く。
		百貨店(婦人服販売担当)	・以前は、冬物商品が出たら買って、寒くなったら着るという客がほとんどであったが、最近は実際に寒くなってからでないと買わない。特に今年は、この傾向が強い。
		スーパー(経営者)	・食品メーカーの不祥事問題の影響で、来客数や売上は減少する。
		スーパー(経営者)	・大型店の出店が止まらないため、今後は競争の激化どころか、小規模店では倒産に追い込まれる。
		スーパー(経営者)	・季節的に良くならなければならない時期に、悪い状況が続いている。今後は更に悪くなる。
		スーパー(店長)	・原油、小麦関係など諸物価が値上がりする一方で、給与など収入はあまり増えないため、生活が苦しくなる。今後は、その影響が現れる。
		スーパー(店長)	・食品の一斉値上げの影響で、買い控えと利益への圧迫が進む。また、食品メーカーの不祥事問題も次々と出ており、食品に対する不信感が高まる。今後は、悪化傾向となる。
		スーパー(店員)	・今後、競合店が出店する情報がある。競争が一層激しくなるため、良くなることはない。
		スーパー(販売担当)	・当店より大きな競合店が出店するため、売上はもっと悪くなる。
		スーパー(仕入担当)	・商品価格が広範囲で値上がりするため、仕入価格の上昇から、スーパーの特売価格も減少する。単価の上昇により、消費者の購買意欲は低下する。
		コンビニ(店長)	・諸物価が値上がりしてきており、消費は冷え込む。
		コンビニ(エリア担当)	・来月末に近隣に競合店が出店するので、影響は必至である。
		コンビニ(商品開発担当)	・食品の値上がりが目立つことに加えて、生活必需品等の値上げ要請も頻繁にある。今後の見通しは悪い。
		衣料品専門店(経営者)	・諸物価が値上がりする中、衣料品は真っ先に節約されるため、今後もあまり良くない。
		乗用車販売店(経営者)	・ガソリン価格は上昇する一方で、良くなる見込みがない。
		その他専門店〔貴金属〕(店長)	・厳しい状況が続く中、定番商品の売行きが悪く、回復する望みはない。
		その他専門店〔雑貨〕(店員)	・米国の景気問題や原油高に伴い、消費意欲は今後も悪くなる。
		一般レストラン(経営者)	・増税の影響が現れるなど、景気が良くなる要素は見当たらない。
		観光型ホテル(経営者)	・高速道路の便利が良くなったため、新しい方面からの来客数が増える。しかし、原材料費の高騰に伴う企業業績の悪化が著しい影響で、個人の所得は増えないため、今後はその影響が現れる。
		都市型ホテル(経営者)	・来客数の動きに、ばらつきが出てきている。今までの経験から、今後は稼働率が低下する。
		都市型ホテル(支配人)	・食材を始め、様々なコストが上昇傾向にあるが、今後も販売価格に転嫁できない。
		旅行代理店(経営者)	・諸物価の値上がりのため、一時的にせよ買い控えが生じ、景気は後退する。
		パチンコ店(経営者)	・規制強化に伴い、客離れが進む。
		理美容室(経営者)	・諸物価の高騰に伴い、来客数は減少する。
	悪くなる	コンビニ(企画担当)	・原材料価格の高騰が、諸物価の上昇につながる。更に税負担も高まり、家計を圧迫する。心理的にも、大きなマイナス要因となる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（店長）	・競合店の増加で、乗客数の落ち込みが激しい。今後も、乗客数の増加は望めない。
		住関連専門店（営業担当）	・建築基準法の改正に伴う建築の遅れ等の影響により、建築関連企業の多くは悲鳴を上げている。今後もこの大きな影響は続く。
		高級レストラン（スタッフ）	・企業では、人手不足のため、売上は伸び悩んでいる。その影響で、一般客の減少が続いており、今後の予約件数も鈍化している。
企業動向関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	パルプ・紙・紙加工品製造業（総務担当）	・販売価格の値上げもあり、販売量、受注量共に、前年同月比で5～8%ほど増加する。
		出版・印刷・同関連産業（経営者）	・広告掲載の契約を検討している企業が、複数ある。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・新規の仕事が入りそうである。
		輸送用機械器具製造業（統括）	・主要取引先からの受注量は、今後も順調に増加する。
	変わらない	窯業・土石製品製造業（社員）	・主要原料のみならず、副資材の値上げ依頼も多い。しかし、自社製品の値上げは、失注が怖くて出来ない。そのため、今後も業績回復の目途が立たない。
		一般機械器具製造業（販売担当）	・主力の米国市場では、相変わらず大手自動車メーカーでのリストラや工場閉鎖が続き、設備投資は盛り上がらない。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・今後も前年同期程度の受注残高を確保しており、現状維持が続く。
		電気機械器具製造業（経営者）	・取引先業界の設備投資計画は、10～12月はほとんど変わらない。
		電気機械器具製造業（経営者）	・電子材料の高騰や情報通信市場が先行き不透明である等、不安材料もあるが、自動車関連の拡大など好材料もあり、今後も大きな変化はない。
		輸送用機械器具製造業（総務経理担当）	・取引先からの発注数量見込みは、今後3か月間も変わらない。
		行政書士	・顧問先企業では、事業に積極的というよりは、維持する姿勢の方が強い。
		公認会計士	・原材料高、人件費高、建築申請の遅れ等の問題は、短期的には改善されない。
		会計事務所（社会保険労務士）	・上半期に業績を伸ばした一部の顧問先企業では、余裕資金を使って設備投資を行う予定である。ただし、全体としては変わらない。
	やや悪くなる	食料品製造業（企画担当）	・業界では、原油高に伴う原価の上昇分を、まだ販売価格に十分転嫁できていない。今後、転嫁が進めば、消費動向に影響が出て、ひいては食品メーカーにも影響が現れる。
		紙加工品〔段ボール〕製造業（経営者）	・個人所得は変わらないか悪化する中で、年末に向けて日用品の物価が上昇するため、買い控えが起きる。その結果、販売量が減少する。
		化学工業（総務担当）	・今後、原材料価格の値上がりの影響が現れる。
		化学工業（企画担当）	・今後、原材料価格の高騰などの影響が出てくる。
		化学工業（人事担当）	・原油高や米国の住宅ローン問題の影響が、今後現れる。
		金属製品製造業（従業員）	・建築着工の遅れの影響が、今後も続く。
		電気機械器具製造業（経営者）	・原油価格の高騰に伴い、段ボールなど関連資材の値上げが次々に実施され、負担が増加している。また今後は、消耗品、電力費等の上昇もあるが、それらの価格転嫁は非常に困難であり、収益が更に圧迫される。
		輸送業（経営者）	・為替の不安定な動き、原油の高止まりによるコスト増は、今後も続く。
		輸送業（従業員）	・原油価格の高騰が、経済全体を停滞させる。特に石油製品のコスト割合が高い業界では、極めて厳しい経営を強いられる。
		輸送業（エリア担当）	・燃料費が、更に大幅値上げされる。タイヤ、シート、その他も軒並み値上げされるが、運賃値上げは思うように進まず、収益が一段と圧迫される。
	悪くなる	窯業・土石製品製造業（経営者）	・建築基準法の改正に伴う建築着工の遅れにより、住宅着工件数はここ3～4か月低迷している。その影響で、先の見通しは暗い。

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
		鉄鋼業（経営者）	・ 建築基準法の改正に伴う建築着工の遅れの影響で、今後も建設需要が増えることが見込めない。
		金属製品製造業（経営者）	・ 建築基準法の改正に伴う建築着工の遅れの影響が、一段と深刻化する。見積の引き合い件数も、減少傾向である。
		輸送業（エリア担当）	・ 原油価格の高騰の影響が、一般生活物資の荷動きを一層悪化させる。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる		
	変わらない	人材派遣会社（経営者）	・ 技術者の不足は慢性的であり、今後も続く。
		人材派遣会社（社員）	・ 求人数は、前年比で圧倒的に減少している。正社員雇用と派遣社員の長期安定化が、その背景にある。また、人材派遣業界では競争が激化しており、スタッフの奪い合いになっている。このような現状が、今後も続く。
		人材派遣会社（社員）	・ 派遣や人材紹介の依頼は多数あるが、人材不足で要請にこたえられない。企業も人材を補充できない状態が続いている。このような状態は、今後も続く。
		求人情報誌製作会社（企画担当）	・ 企業の人手不足感はまだまだ残っているが、求人数は頭打ちが明確になってきており、今後は横ばいである。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・ 来年4月の新卒募集数は若干増加傾向にあるが、業種間、企業間の差が激しくなっている。業種別では、製造業は堅調であるが、サービス関連では募集が遅れている。
		職業安定所（所長）	・ 主力産業を中心に人手不足が続いており、求人数、求職者数共に、引き続き安定した動きである。
		職業安定所（職員）	・ 原油価格高騰の影響により、採用者数が減少する状況は、当面続く。
		職業安定所（職員）	・ 自動車産業等の求人数は上向きであるが、その他の業種では下向きにあり、全体としては変わらない。
	職業安定所（管理担当）	・ 有効求人倍率は高水準を維持するものの、正社員の求人数は前年同月比で減少する。	
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・ 景況を反映する短期派遣の求人が、減少傾向にある。今後もこの傾向が続く。
		新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・ 有効求人倍率は、低下傾向にある。今月の求人広告の減少と考え併せると、今後はやや悪くなる。
		職業安定所（職員）	・ 新規求人数の前年同月比は8か月連続のマイナスであり、今後もこの傾向が続く。
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	タクシー運転手	・ 忘・新年会シーズンに向かうが、飲運連の罰則が強化されたため、タクシーの利用が増加する。
	やや良くなる	百貨店（営業担当）	・ 賞味期限の改ざんや食品の偽装など、食の安全・安心が大きく揺らいている。小売の立場でも製造責任の原点に立ち返り、消費者に対してきちっとした商品提案をすることが最も大切である。
		その他専門店〔医薬品〕（営業担当）	・ 生活習慣病対策がいよいよ本格的に一般家庭にも広がることから、この需要が来店動機となり、売上の増加につながる。
		観光型旅館（スタッフ）	・ 10、11月の予約は前年を若干下回っているが、12月以降は本館、姉妹館とも前年並みの水準となっている。直前予約の動向に注目しながら、前年並みの予約を期待している。
		通信会社（社員）	・ 携帯電話の割賦販売方式が導入されるため、客の選択幅が広がる。
	変わらない	一般小売店〔精肉〕（店長）	・ 新製品の導入などで来客数の増加を期待していたが、現状の動きを見る限り、数字を下方修正しなければならない。
		百貨店（営業担当）	・ 秋冬物の立ち上がりの遅さから予測すると、特にファッション関係では秋冬物のピークをうまく乗り切れず、厳しい数字のままセールに突入するおそれがある。ただ、秋冬物をそれまで買っていない客がセールに集中することから、セール自体はそれほど落ち込まずに推移する。
		百貨店（売場担当）	・ 販売量は天候や気温などの影響でやや回復傾向にあるが、客の購買意欲に変化が見られない。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		コンビニ（経営者）	・乗客数は増加しているものの、最近低下傾向を見せている客単価の推移が心配である。
		家電量販店（店長）	・年末に向けて、音響・映像関連商品は動くが、単価下落は避けられない。
		乗用車販売店（経営者）	・ガソリン価格の値上げ、冬季ボーナスの見直しなど、生活に直結する不安が解消されていない。客の消費に対する欲求はまだまだ我慢できる段階であり、景気の押し上げは難しい。
		乗用車販売店（総務担当）	・新型車の効果は当分続くものと期待しているが、降雪の時期が近づいているため、天候が気に掛かる。
		自動車備品販売店（従業員）	・車を取り巻く環境はまだ厳しい状況が続く。地上波デジタル放送の移行に伴い、客は家電商品への支出を優先している。
		高級レストラン（スタッフ）	・忘年会、新年会の利用客にプレゼントが当たるキャンペーンを新聞、雑誌、ホームページ等で告知しているため、12月の予約は例年より微増で推移している。
		スナック（経営者）	・原材料の高騰により、会社経営が厳しいという客の声が聞かれ、業種による格差も感じられる。
		観光型旅館（経営者）	・秋の行楽シーズンに入り、客は動き出しているが、宿泊予約日が週末に集中し、込み合う日と暇な日の差が激しい。
		都市型ホテル（スタッフ）	・年末年始の予約は低迷しており、見直しは厳しい。
		旅行代理店（従業員）	・予約状況から見て、現状と大きな差がない。
		通信会社（役員）	・年末・年始を控え、例年ケーブルテレビ多チャンネル番組の視聴ニーズが最大となる時期に入るため、契約増に結び付く。
住宅販売会社（総務担当）	・諸物価の値上げなどにより、消費者は低価格帯の住宅を中心に検討している。そのうえ選択の際の態度もますます慎重となり、厳しい状況が続く。		
やや悪くなる		商店街（代表者）	・9月の売上減少が大きく響いており、この分を取り戻すのはなかなか難しい。11月末にはバーゲンに突入するため、利益確保が難しくなる。
		一般小売店〔事務用品〕（営業担当）	・文具業界では来年1月からの値上げを取引先に案内しているが、販売量、利益面でますます厳しくなる。
		百貨店（売場主任）	・原油価格や原材料の高騰が小売価格に転嫁されつつある。消費者にとっては消費税率のアップなども含め不安材料が多すぎる。
		スーパー（店長）	・売上の前年実績維持は可能だが、利益率では大幅低下の可能性が大きく、経営は苦しい。さらに新規競争店が11月に2店舗オープンする。
		スーパー（営業担当）	・原油価格の高騰や穀物の世界的高値の影響から食品価格の値上げが予想されるため、客の消費が落ちる。
		コンビニ（経営者）	・ガソリン価格の高騰や最低賃金の上昇などから、経営内容の向上は見込めない。
		コンビニ（経営者）	・12月以降、主力商品のパンや食材関係の値上げが予想され、ガソリン価格の上昇も止まらない。加えて、近くの大型公園の人出も少なくなり、売上は減少する。
		衣料品専門店（経営者）	・秋冬物のシーズンに入って客単価が上昇したが、ガソリンや他の商品の値上がり等の影響から、客の財布のひもは固い状況のまま推移する。
		乗用車販売店（営業担当）	・ガソリンの高騰により、高級車の販売に悪影響が出る。
		一般レストラン（スタッフ）	・原材料の値上げが相次ぎ、経営を圧迫する。他社のように便乗値上げをするわけにいかず、利益を出すのは厳しい。
都市型ホテル（スタッフ）	・前年好調だった製造業関係者の宴会が低調なことに加え、客室稼働率も低調に推移している。レストラン利用客数の前年割れが続いており、出口が見えない。		
住宅販売会社（従業員）	・低所得者の住宅購入希望者が増えているが、住宅ローンが見合わせになるケースもあり、受注につながらない。また住宅動向は新築よりも増改築にシフトしてきている。		
悪くなる		スーパー（店長）	・ガソリン以外に、家計費の中で大きな比重を占める灯油の値上がりが目前に迫ってきた。食品の購入にブレーキが掛かり、スーパーにとって大きな痛手となる。
		スーパー（総務担当）	・11月から年末にかけて値上げする食品が多いため、消費が落ち込む。また、石油製品の値上がりにより、客の購買態度に変化が生じ、売上が減少する。

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
		住関連専門店(店長)	・新築・結婚件数の減少、年金問題などが大きな要因となり、更に買い控え傾向が強くなる。
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	-	-
	変わらない	プラスチック製品製造業(企画担当)	・原油高騰により原材料の不安定な状況が続いており、先の見通しが立たない。
		一般機械器具製造業(総務担当)	・欧州や米国市場は良いが、国内市場が冷えている。全体としては変化なく推移する。
		電気機械器具製造業(経理担当)	・携帯電話向けの電子部品の受注は年未まで現状のまま推移するが、1月以降は不透明である。
		通信業(営業担当)	・設備投資は10月前半まで好調だったが、年末に向けて電話機などの更改を抑える動きが出てきている。光回線の技術ばかりが先に進み、利用者側がついていけないのか、先が見えない状況にある。
		金融業(融資担当)	・自動車、電機など一部の業種のみ好調であるが、個人消費は相変わらず横ばい状態で推移する。
		司法書士	・中小貸金業者の資金のひっ迫が更に進んでおり、多重債務問題の深刻化が予想される。
	やや悪くなる	繊維工業(経営者)	・原油価格の高騰により、原材料、燃料のコストアップが懸念される。さらに消費に力強さが欠けることから企業経営に悪影響が出る。
		繊維工業(経営者)	・衣料関係の落ち込みを非衣料関係でカバーしているが、今後もコストアップの影響で厳しい。
輸送業(配車担当)		・原油の値上がりによる輸送コストの上昇から、収益がますます圧迫される。	
新聞販売店[広告](従業員)		・受注量はほぼ前年並みに推移しているが、折込チラシの柱の1つである通信販売系が減少傾向を示している。	
悪くなる	食料品製造業(企画担当)	・販売量の鈍化に加え、原料、包装資材および燃料費の高騰など、取り巻く環境はますます悪くなる。	
	建設業(経営者)	・石油製品の更なる値上げによる材料費、運搬費などの増加と、収まる気配のないダンピング受注とのダブルパンチで、地方の建設業者のほとんどは利益を上げることができなくなる。	
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	-	-
	変わらない	人材派遣会社(社員)	・紹介予定派遣を希望する求職者が少しずつ増えているが、技術や経験を問われるため、採用は厳しい。
		人材派遣会社(社員)	・企業からの求人は順調で、今後の大きな変動は考えにくい。一方、人材不足は依然として続く。
		職業安定所(職員)	・9月の有効求人倍率は1.56倍と上昇傾向で推移しているが、正社員に限ると0.8倍と1倍を切る状況が続いており、改善の兆しが見られない。
やや悪くなる	職業安定所(職員)	・新規求職者数が増加傾向であるのに対し、新規求人数は減少傾向で推移している。この結果、有効求人倍率も下降傾向にある。	

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
	悪くなる	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・原油の高騰などが仮に上げ止まったにしても、地方ではこの影響を長く引きずる。

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	その他レジャー施設 〔球場〕（経理担当）	・今月は大きなイベントが少なかったので来場者数は非常に少ないものの、12月にはコンサートや格闘技イベントが開催されるため来場者が増える。
	やや良くなる	一般小売店〔花〕（経営者）	・季節商品の注文が徐々に入っており、前年度並みの売上となることから、通常の商品も伸びて活気が出てくる。
		百貨店（売場主任）	・秋冬物に対する需要が遅れており、これからジャケットやコートなどが本格的に動き出す。
		住関連専門店（経営者）	・飲食店向け商品を中心に、問い合わせが増えてきている。
		高級レストラン（支配人）	・例年、観光シーズンの到来に伴って来客数が増えるが、今年は予約受注件数が例年になく多い。
		スナック（経営者）	・公務員の異動に伴う団体客は少なくなった一方、個人客は増えており、徐々に良くなっている。
		その他レジャー施設 〔イベントホール〕 （職員）	・年末年始の公演予約が満杯状態であるほか、新規のイベントも企画されている。
		その他住宅〔情報誌〕 （編集者）	・徐々に建築確認が下り始めることで、年末年始には新規物件が大量に売り出され、市場がかなり盛り上がる。
	変わらない	商店街（代表者）	・真剣に商品を選んでいる客が少ないなど、まだまだ購買意欲が低い。
		商店街（代表者）	・今月は京都で最も観光客が増える月であるが、観光客の動きが消費に結び付いていないのが現状である。
		一般小売店〔鮮魚〕 （営業担当）	・商品の値上げにより、客離れが起きている。
		一般小売店〔野菜〕 （店長）	・様々な物の価格が少しずつ上がっているため、商品がますます売りにくくなる。
		百貨店（売場主任）	・石油価格の高騰に加え、ヒット商品の不足や取引先での生産調整もあり、今後売上が伸びることは非常に難しい。
		百貨店（売場主任）	・防寒品を中心とした季節商材の動きが出てきたものの、大きなヒット商品は見当たらない。全般的には実需に伴う動きが中心であり、大きな変化はない。
		百貨店（企画担当）	・平年並みの寒さとなった場合も、既に消費者は一通りのアイテムを持っているため、売上の確保は非常に厳しい。
		百貨店（経理担当）	・今以上に悪くなることはないものの、ガソリン価格の上昇や株価の下落が家計に与える影響は大きく、不安定な状況は変わらない。
		百貨店（営業担当）	・進物などを含めて必要な物のみの買物が多いほか、50万円以上の高級品については動きが少ない。
		百貨店（営業担当）	・月後半から時計や家具などの引き合いが出てきており、多少の明るさがみえてきたものの、日々の店頭売上が伸びる気配はない。
		百貨店（マネージャー）	・今年の冬は寒くなるとの予報が出ているものの、客の百貨店離れを止める対策を打ち出せていない状態である。
		百貨店（商品担当）	・急に寒くなることで婦人服、雑貨などの身の回り品が売れる。
百貨店（サービス担当）		・暖冬傾向で冬物商材の売行きが鈍くなるほか、食品の偽装問題や原油高による商品の値上げもあり、売上は伸びにくい。クリスマス商戦も前年並みの推移となる。	
百貨店（売場担当）	・シーズンの立ち上がり時期に厳しい状況が続くと、アパレル側で供給調整が始まるため、気温が下がっても厳しい状況は続く。		
スーパー（経営者）	・来客数の落ち込みはほとんどないものの、単価や買上点数が落ちている。各商品で値上げが進んでいることで、客の間では節約傾向が強まっている。		
スーパー（店長）	・客には積極的な購買意欲が感じられず、できるだけ節約するなど必要な物以外の購入がみられない。プラス1品の購入がなくなってきている。		

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		スーパー（店長）	・前年とは気温変化のタイミングが異なることで、今は一時的に好調となっている。これからの年末商戦で今の好調が続くとは限らない。
		スーパー（企画担当）	・物価も横ばいで推移しており、大きな変化はない。ただし、暖冬になれば冬物商材の売行きが悪化し、売上全体に悪影響が出る。
		スーパー（広報担当）	・食品や日用品の値上げにより、客の間では購買意欲が低下する。
		スーパー（管理担当）	・原油高に伴う食品の値上げや包装紙の値上げで、客の間に値上げイメージが浸透するため低迷が続く。
		コンビニ（店長）	・ここ数か月は客の動きが変わっておらず、年末年始の各種イベント時期にも、売上を押し上げるほど客は動かない。
		コンビニ（店長）	・来客数が若干減少し、客1人当たりの買上点数も減少していることから、今後も厳しい状況となる。従来傾向では、客単価が下がっても来客数は横ばいを維持することで、売上は2%程度の減少にとどまっていた。
		コンビニ（マネージャー）	・会社全体で大型キャンペーンが実施されており、今まで来店の少なかった女性客の囲い込みに成功しつつある。また、電子マネーの普及も追い風となる。
		乗用車販売店（経営者）	・新車の販売台数や予約件数が少ないほか、ガソリンの値上げで車の運行台数も減っている。大型車の車検、一般修理も減っていることから、年末にかけて深刻な状況となる。
		乗用車販売店（営業担当）	・修理の依頼はあるものの、ガソリンなどの高騰で新車の売上が伸びない。
		一般レストラン（スタッフ）	・忘年会、新年会シーズンに入るが、予約状況をみても客単価は例年とさほど変わらない。
		観光型ホテル（経営者）	・トップシーズンである11月のほか、忘年会シーズンの12月の週末、そして正月期間は既に満室となっている。
		観光型旅館（団体役員）	・11月の予約の引き合いは来ているものの、キャンセルの発生などもあり、好転するまでには至らない。
		都市型ホテル（支配人）	・予約や問い合わせの状況には、大きな変化はみられない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・間際予約が伸びていた宿泊に陰りが出ている一方、今後は大きなイベントもない。会議、宴会関係でも、例年と同様に目立った動きはみられない。さらに、食材価格が10%近く上昇しているが、販売価格への転嫁が難しいため、収益状況は厳しくなる。
		都市型ホテル（マネージャー）	・宴会、宿泊の予約状況や、今月の動きをみると、年内の利用が増えることはない。ただし、年明け以降の動きはさほど悪くはならない。
		旅行代理店（経営者）	・先の予約状況を見ると、合計では前年を若干上回っている。ただし、月ごとには前年を下回ることもあり、先行きが非常に読みにくい。
		旅行代理店（広報担当）	・冬のボーナス支給が前年を上回るとの報道もあり、遅れていた紅葉目当ての客にも動きが出てきた。ただし、原油高に伴う航空運賃の高騰が、客の気持ちにブレーキを掛け始めたとの声もあり、全体としては変わらない。
		タクシー運転手	・ガソリンスタンドのほか大きなビルも次々と取り壊されており、良くなる兆しが無い。
		通信会社（社員）	・多チャンネルテレビサービスへの申込がダウンしている分、光ファイバーサービスへの申込が増えている。
		観光名所（経理担当）	・来客数は増減も小さく、何とか横ばいを維持している状況である。今後2、3か月は目玉となるイベントもないため、この傾向は変わらない。
		観光名所（経理担当）	・天候に恵まれて地域のイベントに多くの人々が訪れたが、来客数の割に売上が伸びず、客単価の低い状態が続いている。財布のひもが固くなっているのか、品ぞろえが間違っているのかは判断が難しい。
		その他サービス〔学習塾〕（経営者）	・来月に無料参加キャンペーンを行うため、その結果によっては生徒数が増える。
		住宅販売会社（経営者）	・マイホームの購入希望者は多いものの、十分に収入のある人が少ない。そのため、チラシや住宅情報誌などへの反応も少ない。

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（従業員）	・高額所得者の間では高額な住宅の購入や賃貸ニーズが高まっている一方、一般のファミリー層は住宅価格の上昇について行けず、販売不振となっている。
		その他住宅〔展示場〕（従業員）	・建築基準法改正による建築確認の遅れにより、着工がスムーズに進んでおらず、客も契約に対して慎重になってきている。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・日曜、祝日の来街者が目立って少ないなど、年内は苦戦が続く。
		一般小売店〔ゴルフ用品〕（店長）	・今はゴルフで一番良い時期であるにもかかわらず、商品の動きが悪いことから、先行きの見通しは不透明である。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・これから最大の繁忙期を迎えるが、商品の値上げに加えて、食品会社の不正問題による影響が出てくる。
		一般小売店〔衣服〕（経営者）	・気温の影響で冬物の仕入れが進んでおらず、先行きは不透明である。
		一般小売店〔花〕（店員）	・原油高や商品の相次ぐ値上げなど、この先も状況が変わることはない。年末、年明けに向けてますます節約ムードが強まる。
		一般小売店〔精肉〕（管理担当）	・ガソリン高騰のほか、当社関連では穀物相場の上昇から原料価格が上がっている。一時的にせよ、消費者の間では低価格志向が進む。
		一般小売店〔コーヒー〕（営業担当）	・年末商戦でばん回を図るものの、原油高騰に伴って既に数回の値上げを行っているため、出足が不調である。
		スーパー（経営者）	・11、12月は各メーカーの商品の値上げが目白押しとなるため、消費は落ち込む。
		スーパー（店長）	・原料高騰による値上げが広がり、客の間では買い控えや節約志向が強まる。小売店でも、価格交渉力の違いによって好不調の差が広がる。
		スーパー（管理担当）	・原料の高騰で仕入価格は上昇しているものの、販売価格は依然として競争が激しく、価格転嫁が難しい。
		コンビニ（経営者）	・近隣に定食屋がオープンした影響で、弁当類の売上が若干不振であるため、客単価がやや低下する。
		コンビニ（店長）	・来月からパンやラーメンなどの小麦製品の価格が上がることから、売行きが悪くなって売上が落ちる。
		衣料品専門店（経営者）	・原油高騰に伴う物価の上昇で、客の財布のひもが固くなる。
		衣料品専門店（営業・販売担当）	・同業者、仕入先共に売上が減少している。
		乗用車販売店（経営者）	・市場自体が縮小傾向に陥っており、有効な対策が見当たらない。
		乗用車販売店（営業担当）	・この10月は新型車の発表があったが、来場者数は予想を大きく下回った。新車の買換え周期がこれまでの84か月から延びつつあるなど、市場環境は今後ますます厳しくなる。
		その他専門店〔スポーツ用品〕（経理担当）	・原油価格の高騰によって食品の値上げが相次ぐなか、今後は繊維製品にも影響が出てくる。
		一般レストラン（経営者）	・先の予約に力強さがなく、単価も下がり気味である。
		一般レストラン（経営者）	・依然として、価格の安い店に客足の向かう傾向がみられる。
		一般レストラン（スタッフ）	・原油高騰の影響が食品価格にも出始めているなか、牛ミンチ肉の原料偽装問題や、和菓子メーカーによる製造日偽装問題など、食に対する不信感が高まっている。これらは今後、飲食店にとって逆風となる。
		観光型旅館（経営者）	・周辺施設では、宿泊予約がなかなか伸びていない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・企業の経費削減で日帰り出張が増えているほか、宿泊特化型ホテルへの新規参入増加で客足が分散しており、来客数は全体的に減少している。
		都市型ホテル（役員）	・宴会の受注状況を見ると、年明けからの予約件数が前年よりも減少している。一方、宿泊やレストラン部門では前年並みで推移することから、ホテル全体では今よりも悪化するものの、前年を下回るほど悪くはない。
		都市型ホテル（営業担当）	・11月の宿泊は、旅行代理店経由の個人客による予約が多くなっている。10月と同様に客室単価を例年よりも上げているため、売上は増える。宴会では、一般宴会、婚礼共に下半期の受注が伸びておらず、今後はホテル全体の収入にも影響が出てくる。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由	
		タクシー会社（経営者）	・ガソリンが高騰するなかで需要期を迎えるので、年末の繁忙期とはいえ厳しい状況となる。	
		その他レジャー施設 [飲食・物販系滞在型施設]（企画担当）	・ガソリン価格の高騰など、レジャー業界にとってマイナスの要素が多い。	
		その他サービス [生命保険]（営業担当）	・保険金不払い問題の調査や再発防止への対応に人手が取られており、営業関連への対応が遅れている。	
		住宅販売会社（経営者）	・新築着工件数が全国的に下がっているほか、京都は新景観条例の影響もあるため、しばらく業界は良くならない。	
		住宅販売会社（経営者）	・京都市内では、これまで商業地での地価上昇に伴って住宅地も上昇してきたが、商業地で徐々に下落傾向が始まっている。	
		住宅販売会社（従業員）	・年収が増えないなかで住宅価格の上昇が続いているため、いくら商品が良くても、客の購入意欲は低下する一方である。	
	悪くなる		商店街（代表者）	・既に大型商業施設がある地域に、新たに大型商業施設がオープンすることで、客の動きは更に悪くなる。
			一般小売店 [衣服]（経営者）	・客が冬を感じられる気候にならなければ、冬物衣料へのニーズは増えない。
			乗用車販売店（経営者）	・材料費、部品費などのコストが上昇しており、客も純正部品よりも安価な社外品、OEM商品を選ぶようになってきている。
			住関連専門店（店長）	・客の購買スタイルがマイペースになるなかで、秋を感じないままバーゲンセールを意識し始める11月を迎えるため、秋物商材をプロパーで売る機会がなくなる。
通信会社（経営者）			・総務省の指導で携帯電話の販売奨励金を見直す流れにある。それに伴い、携帯電話の需要が大きく低下することになる。	
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（営業担当）	・ダム関係の仕事が予定されている。	
		建設業（営業担当）	・価格競争が続いているものの、先端製造施設や研究開発施設といった高付加価値の建設需要も増えつつある。今後、価格以外に重点を置くプロジェクトが増えれば、工事価格の上昇にもつながる。	
		輸送業（営業担当）	・月後半は個人向けの荷物が増えている。この時期に増えるのは珍しいことであり、これが来月まで続けば景気の拡大につながる。	
	変わらない	繊維工業（総務担当）	・催事での売上が伸び悩んでいる。	
		パルプ・紙・紙加工品製造業（経営者）	・この数か月は受注量が安定していることから、大きな変化はない。	
		化学工業（経営者）	・度重なる原材料の値上げを販売価格に転嫁できない状況が続いており、収益を圧迫している。ただし、建築確認が徐々に下り始めたことから、受注は少し持ち直す。	
		金属製品製造業（経営者）	・建築基準法改正に伴う建築確認の遅れなど、景気の良くなる要素が少ない。	
		金属製品製造業（管理担当）	・今後も受注は安定して推移する。	
		金属製品製造業（総務担当）	・受注量は増加傾向にあるものの、まだまだ価格面では厳しい競争が続く。	
		一般機械器具製造業（経営者）	・既に年内の受注は確定しているため、現状維持である。	
		電気機械器具製造業（営業担当）	・工場設備の大型冷凍機の注文は、半年先のみで決まっている。	
		電気機械器具製造業（宣伝担当）	・良くなる要因が見当たらない。今秋は各社から次世代DVD関連の商品が本格投入されるが、消費者の間では様子見の状態が続く。	
輸送業（営業所長）		・燃料高騰で大変な時期であるにもかかわらず、一部の客からは度重なる値下げ要請が来ている。運輸業界は競争が激しいため、要請を断り切れない状況である。		
金融業（営業担当）	・紳士服製造・卸売業の取引先は、冬物商材の出荷に関して不安を持っている。			
不動産業（経営者）	・交通アクセスが良好で規模のまとまった工場用地や、物流センター用地への需要がおう盛である。			

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	
		不動産業（営業担当）	・今までは不動産ファンドの活発な購入によって地価、賃料が上昇してきたが、アメリカのサブプライムローン問題による影響でファンドが動かなくなり、価格が下がり気味になってきている。	
		新聞販売店〔広告〕（店主）	・今月は折り込み件数が良いものの、購読数は横ばい傾向にあるなど先が読めない。	
		その他サービス業〔イベント企画〕（経営者）	・年末年始もほぼ前年並みの状況で、新しい動きはない。	
	やや悪くなる		食料品製造業（従業員）	・業界では原材料、資材の値上げが毎日のように起こっている一方、販売価格は据え置きであることから、メーカーの努力も限界まで来ている。
			繊維工業（団体職員）	・年末の需要期に入るものの、外注加工費の値上げなどで採算は悪化傾向となる。外注加工費の値上げについては、値上げ前に駆け込み需要が発生することになる。
			金属製品製造業（営業担当）	・建築基準法改正による影響が、各方面に出てくる。
			一般機械器具製造業（経営者）	・取引先では設備投資意欲が低下しており、引き合い件数が少なくなっている。
			電気機械器具製造業（企画担当）	・住宅着工件数が伸びず、月を追うごとに売上目標との乖離が大きくなっている。売上不振や材料高により、年度末の利益は例年に比べて半減する。
			建設業（経営者）	・建築確認の申請の停滞により、工事の着工は11月ごろにまとめて始まることになる。それに伴い、技能労務者の取り合いや賃金の上昇が起こるほか、原油の高騰による建設資材価格の上昇も進む。
			金融業（支店長）	・原油価格の高騰が続けば、中小のガソリンスタンドは大型店との競争に負け、閉鎖に追い込まれるところも出てくる。
			広告代理店（営業担当）	・年明け以降、広告にプラスとなる要素が見当たらないので、年内に比べて出稿量は減少する。
			経営コンサルタント	・クライアントの先行受注や生産、販売状況に陰りがみられる。
			その他非製造業〔機械器具卸〕（経営者）	・見積依頼や引き合いが少なくなってきたため、先行きの見通しは暗い。
			悪くなる	
化学工業（企画担当）	・需給関係が落ち着いた後も、原料価格の高止まりは続く。			
その他製造業〔履物〕（団体役員）	・原油の高騰による収益の圧迫が進む。			
雇用関連	良くなる	-	-	
		やや良くなる	職業安定所（職員）	・大阪府の有効求人倍率は1.3倍と6か月ぶりに低下したものの、事業主都合離職者は2か月連続で前年を下回っており、当面は雇用失業情勢は改善傾向が続く。ただし、新規求人数や正社員の有効求人倍率が前年を下回っているほか、減少幅が拡大している。
			職業安定所（職員）	・前月に続いて、新たな求人に訪れる事業所が若干増加している。ほかの媒体を使っても効果が薄いとの声が聞かれ、従来から利用のある事業所からの求人が増えているほか、前回よりも賃金を増額して再求人するところも増えている。その一方、派遣求人も少しずつ増えてきている。
			学校〔大学〕（就職担当）	・就職情報サイトを通じた3年生のエントリーがスタートしたほか、企業は早くもオープンセミナーを実施するなど、優秀な学生の確保に向けた積極的な採用活動が目立つ。
			変わらない	人材派遣会社（経営者）
			人材派遣会社（経営者）	・企業からの派遣需要については微増傾向が続く。派遣会社は研修による既存派遣スタッフのスキルアップなど、企業の需要にこたえる体制づくりに力を入れている。
			人材派遣会社（支店長）	・今後も新規登録者の確保が困難な状況は続く。
			新聞社〔求人広告〕（営業担当）	・新卒求人は活発であるが、中高年層の雇用状況が不安定な状況はしばらく続く。

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
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・企業にも以前ほどの好調さが見受けられず、商談においても当社の利益率が薄くなってきている。
		職業安定所(職員)	・短期的には良くなる材料も悪くなる材料もないが、原油価格の高騰が予想の範囲を超えれば一気に悪くなる。
	やや悪くなる	新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・広告会社と来年1～3月に向けた営業会議を行っても、好転の兆しが見当たらず、年度内は厳しい状況が続く。
		新聞社〔求人広告〕 (担当者)	・今後2、3か月の新聞広告出稿量が芳しくなく、特に関西企業からの出稿が少ない。
		職業安定所(職員)	・原油価格の高騰による影響は雇用面まで及ばないものの、これ以上の高騰には耐えられないという事業所が出てきている。
	悪くなる	新聞社〔求人広告〕 (営業担当)	・新しいビルの増加で設備関係の技術者に対する募集が増えている反面、派遣スタッフの募集がますますインターネットに流れており、厳しさが増している。

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	通信会社(販売企画担当)	・最上位機種となる新商品の販売開始とともに、それに伴う販促プロモーションを強化するため、市場が活性化される。
	やや良くなる	百貨店(営業担当)	・季節が移り変わり、消費意欲も我慢の限界に来ている。タイムリーな企画を打ち出すなどし、買物への動機付けを積極的に行う。
		百貨店(販売促進担当)	・10月の動きを見ると、9月までよりは徐々に上向いている。今まで買い控えていた客が、積極的に買物をしてくれるという期待も持てる。
		百貨店(売場担当)	・11月に入り百貨店そのもののイベントもあり、店舗のイベントもある。昨年と同じイベントが、過去最高の売上だったこと、今年はショートコートよりロングコートの動きが良いことなどから良くなる。また長期予報で寒い冬になるとのことなので、防寒用が徐々に売れ出している。
		スーパー(店長)	・11月1日、駅構内商業施設がリニューアルオープンするので、商圈としての集客力は確実に上がってくる。また地域周辺の活性化という点からみても期待できる。
		コンビニ(エリア担当)	・年末商談もうまくいっている。最近では食の安全も厳しいが、当方も12月に予定している価格改定が寄与するので、悪くなることはない。
		家電量販店(予算担当)	・昨年の冬は暖冬であり、元々のハードルがさほど高くない。また民間企業の冬季賞与も期待できる水準との報道があり、外部環境は整っている。
		乗用車販売店(統括)	・新型車の攻勢で若干、全体の需要は良くなる。
		その他小売(営業担当)	・現在、来客数は増加傾向にあり、このまま継続する。
		その他飲食〔ハンバーガー〕(経営者)	・上昇傾向はまだ続いている。新商品の導入による底上げもある。
		旅行代理店(営業担当)	・関東・関西地区の景気動向がこちらに徐々に浸透してきて、これから良くなる。
	美容室(経営者)	・年末年始を迎え、客の動きは良くなる。来年に向けての企画も組んでいるし、組織の改編も考えている。	
	変わらない	商店街(代表者)	・活動、空き店舗問い合わせなどから見ても、商店街として良くなる変化がみられない。また街中の子供の数が減少して高齢化に向かっており、居住者そのものの増加も期待ができない。
		一般小売店〔紙類〕(経営者)	・原油の高騰で商品の値上げが進んでいる。客の購買意欲が薄れるなか、値段が上がることによって、ますます販売が難しくなっていく。
百貨店(営業担当)		・石油の値上がりに伴い生活必需品も値上げが予想され、家計の中で衣料品はカットされることが増えてくる。	
百貨店(営業担当)		・先月は残暑が厳しく秋物商材の動きだすのが遅れたが、10月に入り気温の低下とともに高単価の商材が動きだした。このまま寒くなれば同様のペースで消費が活性化する。	
百貨店(販売促進担当)		・今後も郊外大型店の価格を切り口にした販促はより強まってくると思われ、最大の商戦である年末年始含め、かなりの影響が出てくる。	

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		百貨店（購買担当）	・クリスマスやお正月のクリアランスを迎えるが、年々クリスマスギフトの傾向が一点豪華主義で趣味し好的なギフトの需要が高まってきており、単価も上昇して売上也増加する。また今年は猛暑で、暑い夏の年は寒い冬がやってくるという話もあり、現在やっとコートも動き出している。
		百貨店（販売担当）	・このまま気温が低下すれば、今まで買い控えられていた冬物アイテムが売上を押し上げてくれる。メーカー在庫は十分にあるので、売上増につながっていく。
		スーパー（店長）	・年末を控え、お歳暮客の取り込み、顧客の囲い込みを目的に、価格競争を筆頭に競争が激しくなり、前年の売上・利益の確保が非常に難しくなる。
		スーパー（店長）	・販売点数、客単価、平均単価共に、ここ半年以上同じ状態で推移しているため、今後もこの傾向は変わらない。
		スーパー（店長）	・12月1日、1月1日に値上がりが発表されている食品・雑貨商品が多数ある。そのため、値上がり前の需要増があり、値上がり後は単価アップが若干期間続くので、現状のやや良い状態が続く。
		スーパー（管理担当）	・競合店の出店により販促強化をするものの来客数、販売量の増加がみられない。買い回りをする客が多く、固定客がつきにくくなっておりこの傾向は変わらない。
		コンビニ（エリア担当）	・まわりの状況あまり変化がなく、来客数など、このままの状態推移する。ただし前年比では、来客数で104～105%、売上で102～103%は確保できる。
		コンビニ（エリア担当）	・売上が昨年に比べて微減傾向が続いていて、今後回復するとは思えない。
		コンビニ（エリア担当）	・今月は前半は良かったが、後半売上が落ちてきた。特に客単価が低下し、来客数の割には買い控えや安い商品の購入が目立ってきている。
		家電量販店（店長）	・原油の高騰、また気候が不安定なことなどから、様々な業界について価格への影響が出てきている。日常生活での出費増への不安のため、電気製品の購買どころではなくなる。
		家電量販店（店員）	・11月、12月にも地上デジタル放送が開始される地域があり、需要が増える要因はあるのだが、今月の状況を見ると来客数の増加は見込めず、変わらない。
		乗用車販売店（サービス担当）	・新型車は投入されるものの、高額なものばかりで、販売台数の増加は望めそうもない。
		乗用車販売店（販売担当）	・新しい商品の投入も今後はなく、現状のままできればは推移する。
		自動車備品販売店（経営者）	・来客数、販売量共に良くなるという実感は薄いだが、販促次第では何とか前期実績以上を確保できるか、という状況である。
		自動車備品販売店（店長）	・単価の動きは少し良くなっているが、反面来客数が若干減少しており変わらない。
		その他専門店 [カメラ]（店長）	・春からの流れが一層悪くなっているため、回復するには少なくとも1年は掛かる。
		その他専門店 [書籍]（従業員）	・近隣に新規店舗ができ、競争が今後も激化する。
		都市型ホテル（従業員）	・宿泊予約は、引き続き、団体、グループによる予約が減少しており、勢いを感じない。
		都市型ホテル（スタッフ）	・忘年会シーズンとなり、宴会・レストラン共、順調に予約が入っている。客単価も前年並の様である。
		都市型ホテル（総務担当）	・年末、年始にかけての動きが出てきてはいるものの、原油の高騰あるいは、食に対する不安感がある。プラス要因が少ないこと、不安材料があるということから変わらない。
		タクシー運転手	・12月に向けての運賃値上げの問題がうまくいっていないことや、客から不景気という声を良く聞く。
		タクシー運転手	・夜の動きは消費者の財布のひもが固くなる傾向にある。そのため飲食店等の閉店という形でも現れ、夜の営業に影響してくる。日中は観光等の動きが増加してくるが、このため24時間ベースで考えるとプラスマイナスゼロとなる。
		通信会社（社員）	・新たに提供できるサービス素材が無い。
		通信会社（企画担当）	・年末にかけて冬のキャンペーンなど仕掛けていくが、昨年に比べて変わり映えのする内容ではない。客側にも期待の持てる要因は現在特に無いので、成果に関しては楽観的にとらえづらくなっている。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		通信会社（総務担当）	・年末にかけて新商品・新サービスを導入し、新たな購買層の獲得を目指している。
		テーマパーク（業務担当）	・「秋」が無かった分、冬に盛り返したいところではあるが、長期予報では寒くなる見通しもあり、引き続き天候要因には不安がある。
		設計事務所（経営者）	・郵政の民営化のあおりを地銀及び第2地銀が受け、中小企業の資金繰りが更に圧迫されてきている。
		設計事務所（経営者）	・構造計算書偽装問題の再発を防止する目的の法改正がネックとなり、着工件数は当分の間確実に減少する。
		住宅販売会社（販売担当）	・土地、建売住宅、中古住宅の商談は増えているが、契約増にはなっていない。
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・販売量の低下は、今後も続くと思われる。特にこれからのシーズンはオフに入るので、やや悪くなる。また中長期にわたる見通しでも、非常に悪い。
		商店街（代表者）	・大企業や大都市では景気が良いという話だが、地方ではそんなことは全くない。客の可処分所得の増加が全く感じられず、客の財布のひもは固いままである。非常に厳しい状態が続く。
		一般小売店〔酒店〕（経営者）	・地方の小さな我が市は、好転するような材料が見あたらぬ。4年生大学があるが、今年4月入学学生数は昨年の7～8割程度で、来年度も同様減少の厳しい状況にある。マンション、アパートの空きが増えて客の減少が著しい。
		一般小売店〔印章〕（営業担当）	・来月から年賀状印刷時期に入るが、郵政民営化は街の民間印刷業者にとって大きく不利になる。
		百貨店（売場担当）	・売場の売上不振が問屋、工場に影響が出始めている。仕入量の削減が生産量の削減につながる事が常態化しており、商品が入ってこない状況が続く。
		百貨店（売場担当）	・年内は暖冬の予想であり、防寒商品の本格需要の11月中旬以降以降厳しくなる。また商業地域としての地盤沈下に歯止めが掛かっておらず、空き店舗も徐々に増加しているため、地域としての集客力も低下傾向にある。
		スーパー（店長）	・来月競合店の出店予定があり、価格を下げてくるため単価のダウン傾向がこの先も続く。
		スーパー（店長）	・原油高騰に伴い、消費の縮小と食品の相次ぐ値上げにより、景気の上向きは見込めない。
		スーパー（総務担当）	・単価上昇で販売点数が伸びず、少量パック・バラ売り・量目の変更等を余儀なくされているため、クリスマス・年末商戦も前年に比べ小粒になる。
		スーパー（財務担当）	・今後更に仕入価格の上昇が見込まれ、消費者の低価格志向が強まる。
		スーパー（販売担当）	・食料品の値上げに加え、紙等の生活用品も値上げになるようなので、景気はやや悪くなる。
		コンビニ（エリア担当）	・小麦粉関連の商品が値上げをするため、売上が減少する。
		衣料品専門店（販売促進担当）	・本当に必要な時にしか購入しない客や、バーゲン待ちの客が増えている。特にカード比率が高くなっているのが気掛かりである。
		家電量販店（店長）	・原油や諸原料の高騰により食品を始め市場価格が徐々に上がりつつあり、耐久消費材への出費を各個人が抑える。
		乗用車販売店（経営者）	・当面原油の高騰は続くようであるし、これが非常に大きく影響する。また、モーターショーの効果も例年だと幾らかは望めるが、この燃料高騰の中では期待しにくい。
		乗用車販売店（営業担当）	・新規客の減少に加え、既納客の台替えの伸び悩みで大変苦しい状況が続いている。量販車の発売を控えているので、既納客への拡販活動に一層力を入れているが、成果がどれだけ上がるか、予断を許さない。
		乗用車販売店（店長）	・各社とも新型車を投入し弊社でも新型車のお披露目の話題づくりで盛り上げたいが、今一つパツとしない。前年に対し販売台数も若干伸び悩んでいる。
		乗用車販売店（統括）	・これからボーナスシーズンとなるが、客からはその話より、倒産や失業についての話題の方が多し。今までは口では景気が悪いと言いながらもそうでもない事の方が多かったが、今は現実にもそのような雰囲気が出ており、買い控えが懸念される。実際単価の安い方へ流れている。

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
		住関連専門店（広告企画担当）	・とにかく安く、という客が非常に増え、価格チェックも厳しい。この傾向は当面続く。
		その他専門店〔布地〕（経営者）	・地域差があると思うが、非常に客の財布のひもが固い。金回りが悪いということではないか。
		その他専門店〔スポーツ〕（経営企画）	・初任給は上昇傾向にあるが、中高年の給料は抑えられている。そのような中、値上げを発表しているメーカーが多い。インフレ下の不景気になりそうだ。
		一般レストラン（店長）	・「食欲の秋、忘年会シーズン」と見通しは明るいはずだが、ここまで夜の集客が悪いと期待できない。
		一般レストラン（店長）	・まだまだ原油高の影響が止まらないので、車による来客の多い当店は、このままでは客足がどんどん遠のいていく。
		観光型ホテル（スタッフ）	・温暖化の影響で、紅葉の時期がずれてしまい、来客数が増加しない。
		観光型ホテル（経理総務担当）	・11～12月の予約状況も、週末は入っているものの、平日は空いている日が多い。忘年会の予約も、現段階では、昨年に比べて、件数、予算共に減少している。
		都市型ホテル（経営者）	・前年同期と比較し、予約率が落ちている。
		通信会社（管理担当）	・販売システムの変更に伴い、様子見層が多くなり、機種買換え期間が長くなる。
		テーマパーク（広報担当）	・昨年は異常な暖冬で来客数が大幅増となった。今年も同じ程度の暖冬でないと前年割れとなる。
		設計事務所（経営者）	・受注減の影響が年内までは続き、また年内年初は工事が冷え込むため悪化する。
		設計事務所（経営者）	・建築確認申請業務の円滑化が急激に改善される見込みがないことに加え、建設コストが上昇しており、業務が停滞する。
		住宅販売会社（従業員）	・原材料も徐々に上昇傾向にあったが、更なる上昇が余儀なくされてきているため、利益の圧迫が更に続く。
		悪くなる	
コンビニ（エリア担当）	・まず、来客数は回復する兆しはなく、客単価も下げてきており、非常に厳しい状況になっている。原因は、競合店や異業種の出店によるものである。		
衣料品専門店（経営者）	・郊外の大型店の影響が当分続く。		
スナック（経営者）	・夏の猛暑から引き続いて、悪いままである。飲酒運転の取締りも厳しく、納品が少ないので、酒屋やメーカーがこのような飲食店を相手にしなくなってきている。規制緩和でコンビニで手軽に冷えたビールが買えるので、皆それを買って帰って家で飲む傾向がますます強まる。		
通信会社（通信事業担当）	・法人ユーザーなどで、回線の見直しを検討した結果、電話やFAXなどとセットで割引を行っている、大手通信事業者への乗換えが増えている。こちらはケーブルテレビとセットでの割引が中心になるので、企業ユーザーなどへのアピール度は低く、苦戦が続く。		
美容室（経営者）	・毎年10～11月の売上で、年末年始の売上の予想がつく。今年あまりに悪いので、この先不安である。		
企業動向関連	良くなる		
	やや良くなる	輸送業（統括）	・来年からの業務も今月に決まり、収入の増が見込める。
	変わらない	化学工業（総務担当）	・原燃料、物流費の高騰が続くが、当社はまだ価格転嫁できる余地がある。
		鉄鋼業（総務担当）	・鋼材需要は、国内、輸出とも概しておう盛な状況が続いている。引き続きフル操業を継続していく見通しである。
		鉄鋼業（総務担当）	・現状の景気は続くと思われるが、為替安やガソリン等エネルギー関連費用の上昇が景気の懸念材料となる。
		金属製品製造業（総務担当）	・原材料価格が上がる可能性は否定できないが、需要は強く、フル操業での対応は今後も続く。
		一般機械器具製造業（経営企画担当）	・長期にわたり国内市場の悪化が続き、売上は当面厳しい状態が続く。
		電気機械器具製造業（広報担当）	・受注は見込めるものの、販売価格の低下が想定される。

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
		電気機械器具製造業（総務担当）	・自動車関連は欧米、国内共に安定した受注の予想である。年末商戦に向けて、家電・携帯関連もますますの受注が見込まれるものの、発注元は取り上げて強気の生産計画ではなさそうである。
		通信業（営業企画担当）	・諸物価の値上がり問題など、金融や製造系以外の業種は好況と言えない。引き合いなどは活発とは言えず、プレゼン機会がなかなか得られないといった状態が続く。
		金融業（営業担当）	・新山口駅周辺では、東京資本の不動産業が来て売買という話も出ているが、その他では、不動産、建設、工事の話が全くない。地方経済にとっては、まだまだ厳しい状況が続く。
		金融業（業界情報担当）	・米国経済の鈍化から米国向けの需要はやや伸び悩んできたが、欧州・アジア圏では引き続き需要好調で、当面は高水準の受注が続く。
		広告代理店（営業担当）	・この2～3か月良かったのは、求人広告の出稿が前年の120%だったのが大きい。しかし、求人の出稿元はほとんどが派遣会社であり、企業そのものは低迷 リストラ 契約社員移行の図式である。したがって、見通しは明るくない。
		会計事務所（職員）	・販売業関連はおおむね売上高が逡減傾向で、現状維持がやっとの状態である。ガソリン価格の値上げ等で流通コストがアップすると、今後の経営環境は厳しくなる。
		その他サービス業〔清掃具レンタル〕（情報管理担当）	・健康目的等の商品の動きは良いが、それ以外の厳しい状況は変わらない。
やや悪くなる		食料品製造業（総務担当）	・取引先の大手委託メーカーが商品の価格を値上げしてきている。その影響で、当社も数か月先には価格の変動をせざるを得ない状況である。また食品関係は、現在品質表示等が大きく取り上げられており、消費者や購入業者の目がいよいよ厳しくなっていく。
		窯業・土石製品製造業（総務経理担当）	・10月の生産水準は高いが、工事案件も一段落するため、生産量は減少する。ただし上期水準よりは高くなる見込みであり、また年末ごろより大型案件の生産に着手する予定である。
		非鉄金属製造業（経理担当）	・政治状況が不透明、原油高・株価下落もあるので年明け以降の電機業界や自動車業界の需要減退が予想されるため、素材需要の先行きも厳しくなる。
		輸送用機械器具製造業（総務担当）	・受注量・生産高共に横ばいの状態が続く。その中で石油製品・原材料・諸物価の上昇傾向や、人件費・社会保険料の負担増など利益圧迫要因が多く、厳しい状況が続くと思われる、先行きが懸念される。
		その他製造業〔スポーツ用品〕（総務担当）	・原油の値上がりや特に中国の人件費等のアップにより、どの素材や部品についても値上げラッシュが続いている現状に加え、それを商品価格に転嫁できない。
悪くなる			
雇用関連	良くなる	職業安定所（雇用開発担当）	・8～9月の求職者の動向を見ると、前年比で減少傾向に推移しており、求人のプラス要因と相まって、求職者を取り巻く雇用環境は引き続き改善されていく。
	やや良くなる	求人情報誌製作会社（担当者）	・人材の不足感が相変わらず企業側に強い。
		求人情報誌製作会社（支社長）	・年末に向かって、来期の4月以降の体制に向けての企業側の求人が増加する。
	変わらない	人材派遣会社（営業担当）	・引き続き人材確保は続くと思われる。
		職業安定所（職員）	・製造業を中心に、原油価格など原材料費高騰の影響が多少あるものの、今のところ雇用面に関しては特に影響はなく、今の傾向が続く。
		職業安定所（職員）	・求人の内容は正規職員以外の募集が多く、労働者の生活が安定しないため個人消費が上がらない。そのため景気も変わらない。
	学校〔短期大学〕（就職担当）	・求人件数は増加しているが、職種が限られている。また、正社員に比べ派遣社員の求人も増加している。	
やや悪くなる	職業安定所（職員）	・一向に上向かない景気の影響で、建設業を始め多くの業種で事業廃止となる事例が見られ、求人面でも都会地とのギャップが際立っている。また、地元のクレジット会社においても、グレーゾーン金利廃止の影響で、大幅な人員整理の動きが進んでいる。	

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
	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	商店街（代表者）	・商店街内のいろいろな大型開発物件が前向きに進んでいる。年末年始、かなりのにぎわいになる。
		通信会社（管理担当）	・今後、新端末の販売が開始されることや、11月下旬からの販売方法の変更による買い控えが現在起こっており、その反動が2～3か月先に予想されることなどにより、やや良くなる。
		ゴルフ場（従業員）	・予約は間際になってキャンセル等が出て若干苦戦しているものの、週末・平日共に徐々に埋まってきている。
	変わらない	商店街（代表者） 一般小売店〔生花〕 （経営者）	・客足に活気が出つつあるが、それほどは変わっていない。
			・例年秋から冬にかけて売上が伸びるが、大型店の出店が多く、1店舗当たりの売上がどんどん低下している。12月は年末に向けて結構かき入れ時だが、大型店が安売りをするので心配である。
		百貨店（営業担当）	・前年に比べ秋物商品の動きが見られない。特にファッション商品群については、展開は平年どおりだが客が付かない。また、インポート商品も値ごろ商品の動きが少ない。
		スーパー（店長）	・前月に続き、大手建設業の倒産による連鎖倒産などがあり、好転するような外的要因が全くない。
		衣料品専門店（経営者）	・相次ぐ競合店の出店や気温の影響による低迷が続いている。消費者が儉約に徹しており、当分の間は前年割れの状態が続く。
		家電量販店（営業担当）	・冷蔵庫、洗濯機などが例年より思うほど伸びなかったため、全体の売上が低迷している。客の反応も弱く、期待通りの数字になるのは難しい。
		乗用車販売店（従業員）	・ガソリン代の高騰、地方景気の低迷など景気が上向く要素があまり見当たらず、回復は見込めない。
		乗用車販売店（従業員）	・ガソリン価格の上昇が続けば、小型車の販売は厳しい。
		乗用車販売店（従業員）	・来客数・販売量共に、前年・例月比で非常に悪く、良くなる理由がない。
		乗用車販売店（管理担当）	・車の販売は前年割れが続いている。長期間使用している客も、まだ乗れるからという回答が多く、成約できない。
		乗用車販売店（営業担当）	・12月には主力車種がモデルチェンジするが、今月もおそらく前年割れであり、新型車効果はあまり期待できない。
		住関連専門店（経営者）	・販売量が、計画したようには伸びない。
		一般レストラン（経営者）	・週末以外は客の足音がしない。
		観光型旅館（経営者）	・忘年会などの予約は、今のところは例年よりあまり良くない。比較的安い料金で忘年会をしようとしている。
	設計事務所（所長）	・土地や不動産の動きが鈍く、動きがあっても東京からのファンドや資金での動きにとどまっている。	
	やや悪くなる	一般小売店〔乾物〕 （店員）	・経費・仕入価格の上昇が、収益を押し下げる。
		スーパー（店長）	・今後、食料品を中心に値上げが続く。値上げ分がそのまま売上になればいいが、先行きは不透明である。
		スーパー（店長）	・単価の低いものへのシフト、購入点数の減少が顕著にみられる。
		スーパー（企画担当）	・11月からパン・ラーメン等食品価格の値上げが発表されており、店頭価格への影響も出てくる。店頭価格を抑えれば企業収益が悪化するし、店頭価格が上がれば消費動向に直結するなど、板挟みである。
		家電量販店（店長）	・商品単価が非常に低くなっている。
		都市型ホテル（経営者）	・来月より先の予約状況が悪い。消費動向は非常に低迷している。
		設計事務所（職員）	・地方の中心地区の人通りは少なく、特に個人商店や飲食業の売上は大きく減少している。また、建設業において企業規模の縮小や従業員の収入減少が目立つ。この状況は今後も変わらない。むしろ事業の廃業等が顕在化してくる。

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
企業 動向 関連	悪くなる	衣料品専門店（経営者）	・原油高によるガソリン代の高騰や電気代の値上げ、食品の値上げで買い控えが起きている。
	良くなる	-	-
	やや良くなる	電気機械器具製造業（経営者）	・周辺で大型の設備投資が行われており、受注の見込みがある。また、オリジナル商品である特殊噴霧乾燥機の注文も入っており、忙しくなる。
	変わらない	通信業（支店長）	・新しい販売方法が導入され、当初は市場が活性化される。
		食料品製造業（従業員）	・値上げ等の交渉の部分で問題点が出てきており、今後良くなるか懸念が残る。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・下水道維持管理や産業廃棄物処理の仕事は減少気味で、あまり期待が出来ないが、来月から期末受注に向けての動きが出てくる。
		一般機械器具製造業（経理担当）	・建築基準法の変更により認可が遅れていたビル建築だが、ここにきて認可が大量に出始め着手件数が急増している。相変わらず大型クレーンの供給不足から需要が供給を上回っており、しばらくはこの状況が続く。
		電気機械器具製造業（経営者）	・依然、価格競争が厳しい。
		建設業（経営者）	・仕事は取れても、受注価格が非常に低い。
		通信業（営業担当）	・年末年始に向けイベント等も多くなり、個人消費が伸びるとの期待の声も聞く。しかし、原油の高騰でガソリン・灯油などの値上がりの影響により、現状のまま新年を迎えそうとの悲観的な声を聞くことも多い。
	広告代理店（経営者）	・広告予算は新聞広告等のマス媒体を中心に削減傾向が続いており、今後も回復は難しい。	
公認会計士	・景気が良くなると判断している経営者はほとんどおらず、設備投資にもあまり積極的でない。景気が落ち込むのではないかと不安を持ちながら経営をしている。資金繰りについても、十分に良くなっているという企業は非常に少ない。		
やや悪くなる	輸送業（役員） 不動産業（経営者）	・燃料価格の動向が不透明であり、運賃転嫁が容易でない。 ・中古住宅や宅地の売買、あるいは新しい分譲マンション、新しい戸建ての販売等、非常に厳しい。同業者も同様である。	
悪くなる	建設業（総務担当）	・建築基準法の改正による認可遅延により、元請・下請共に、今後資金繰りに支障をきたすのではないかと心配である。	
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	学校〔大学〕（就職担当）	・事業所の採用が進み始め、少し期待が持てる。
	変わらない	職業安定所（職員）	・新規求職申込件数・新規求人数共に減少傾向で推移していることから、先行きもあまり変わらない。
		職業安定所（職員）	・求職している企業に聞くと、原油の高騰、それに伴う原材料高に伴い経営が厳しく、まだしばらくこの状況が続くという声が多数聞かれる。
	悪くなる	職業安定所（職員）	・正社員雇用を求め、失業期間の長期化が見られる。

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	百貨店（売場主任）	・10月下旬から気温が下がりはじめ、26日から実施した販促策で売上も上向いた。このまま気温が下がればコート、ジャケット、セーター等の冬物衣料が動き出す。
		家電量販店（総務担当）	・大画面薄型テレビの単価が下落傾向にあり、年末の需要期に期待できる。
		家電量販店（企画担当）	・液晶テレビを中心にオリンピックをにらんだ商戦が活発に行われているので、良くなっていく。
		住関連専門店（店長）	・物価の上昇が落ち着いたら、また客の購買意欲が復活する。

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	商店街（代表者）	・良くなる要因がない。また、消費税がアップすれば、消費は悪くなると同時に、納める業者も大変になる。中小店は他店より少しでも安く販売しようと努力しているので、税込み1,050円で売りたいところ、税込み1,000円で売る等、消費税分を何とか企業努力で補っている。増税となると中小商店は一段と窮地に立たされる。
		百貨店（営業担当）	・クレジットでの購入への抵抗感や催事場での売上、来客数等から判断すると、消費者の購買への慎重な姿勢は今後も続く。また、可処分所得が減少し、欲しいものを吟味するといった消費に慎重な姿勢が続くことで、主力の婦人服への購入意欲が減退し、現状維持となる。
		百貨店（営業担当）	・今月は来客数も良く、消費者の購買意欲はある。消費を喚起するヒット商品の登場や、ニーズにあった品ぞろえが求められている。
		百貨店（業務担当）	・今、売上を底上げするためには、定番商品に加えファッション性の高い商品が動かなければならないが、ヒット商品並びに売場全体をけん引する商品が出てくるとは思えない。今の傾向が今後も続く。
		スーパー（店長）	・原材料の高騰等による値上げ商品が増えている。また近隣店との競合に加え新規出店等の話も結構あるため、現状よりも厳しい状況になる。
		スーパー（店長）	・購買意欲が天候に大きく左右される。また、原油高騰等による値上げに加え、社会不安等もあり、買い控えの傾向が強まっている。景気は良くならない。
		スーパー（総務担当）	・衣料品、住居用品の売上において、天候、気温の変化に左右される状況が続いている。今後も客は本当に必要になった時のみ購買につながる。
		衣料品専門店（店員）	・3ヶ月後はセール時期と春物の立ち上がりの時期であるが、あまり良い材料が思い浮かばない。販売量は伸びるが金額的には現状とあまり変わらない。福岡の市場は激戦区で、これからも厳しい状況が続く。
		乗用車販売店（従業員）	・新車の受注台数が増えない。
		乗用車販売店（従業員）	・ガソリン価格の高騰が響き、小さい車の話しか出ず、利益がなかなか上がらない。
		その他専門店〔ガソリンスタンド〕（統括）	・11月の燃料油メーカー仕入価格は上がる予定である。よって、燃料油小売価格も値上げせざるを得ない。灯油の需要期を迎える時期であるため心配である。また、燃料油高騰を受け、客の暖房器具が灯油用品から電気、ガス用品へ変わらないか懸念している。
		スナック（経営者）	・宴会シーズンに期待したいが、最近の客の様子からみて、控えめなものになる。
		都市型ホテル（スタッフ）	・年末年始の忘・新年会の受注状況は例年と大きく変わりはない。ただ、消費者の財布のひもは固そうである。
		旅行代理店（従業員）	・年末年始の海外旅行の予約は例年よりも早い。一方、国内は今年も予約が遅れ気味である。
	通信会社（管理担当）	・営業活動が実績につながっておらず、引き合いが芳しくない。この傾向が今後も続く。	
	観光名所（職員）	・観光施設については良い材料が見当たらない。催し物も毎年同じなので、特に増えることは期待できない。企画をこれ以上しても客は増えない。	
	やや悪くなる	商店街（代表者）	・商店街の中でも、人件費の掛かる中型店が閉店している。商店街の中でも目立つ店が閉店していくので、もっと悪くなる。
		百貨店（営業担当）	・石油製品の値上げ等もあり、商品自体の価格が上がってくるので買い控えが生じる。
		百貨店（営業担当）	・中心市街地の小売業の勢いは鈍化傾向に陥っている。中心街の来客数の減少が売上の減少につながっている。
		百貨店（販売促進担当）	・原油価格が高騰している。消費者はムードに弱いため、支出できる金はあるが、消費者の行動は停滞する。
百貨店（営業企画担当）		・客の購買力は低下傾向にあり、必要な良い物を必要数だけ購買する等、堅実な消費行動へと変化している。	
百貨店（売場担当）		・11月末から12月頭にかけて近隣に大型商業施設がオープンし、競争が激化していく。	

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
		スーパー（店長）	・地方との格差、所得の格差があり、年末商材やイベント等の仕掛けはほとんど当たらず、客の財布のひもは固い。ただし、おいしいものに対しては値段にこだわらないマーケットである。小売店の店舗展開が大型店から中型店にシフトし、競合店もできているので、これから年末に向けて厳しい状況である。
		スーパー（店長）	・来月は周年セールを控えているが、値上げの情報がたくさんあるので、前年実績を超えることはなかなか難しい。
		スーパー（総務担当）	・原油高によるガソリンの高騰、諸物価の値上げが、微妙に消費マインドを消極的にさせている。今後も消費マインドはなかなか向上しない。
		スーパー（企画担当）	・当面は冷え込みが強くなる見通しもなく、単価の張る鍋・おでん商材等の動きが活発化することが期待できない。また、食品の偽装問題が次々に取り上げられているため、買い控えの傾向も強くなるのが懸念され、食品を中心に苦戦する。
		スーパー（経理担当）	・まちづくり3法改正に伴う大型店の駆け込み出店がある模様で、来春にかけて出店ラッシュが続くそうであり、競争が激化する。
		コンビニ（販売促進担当）	・11月から原材料の値上げが徐々に進み、12月よりパンの値上げに踏み切るが、現在の販売量が減少傾向の中では、売上は前年並み、利益は減少の状況が続く。
		衣料品専門店（総務担当）	・暖かい天候が続き、客足が大幅に減少している。すぐに客足は戻らない。
		家電量販店（店員）	・寒くならないと季節商品が売れないので、エアコン、ファンヒーターの売行きが伸び悩んでいる。これから3か月は売上は厳しい。
		家電量販店（店員）	・期待のデジタル家電やパソコン等の価格下落により、売上は落ち込んでいる。ただ薄型テレビ、地上デジタル放送対応機種への買換えが進むと期待している。
		住関連専門店（経営者）	・石油製品や穀物の値上げにより、仕入価格の上昇が家具業界にもかなり出てきている。経費の値上がり等も経営に影響を与えている。住宅着工の鈍化、婚礼時の家具の購入の減少等、客単価は今後とも減少するため、今後も置き家具業界は厳しい。
		高級レストラン（経営者）	・例年であれば、そろそろ大口の忘年会の予約が入ってくるが、大きな団体の予約がほとんど見受けられない。
		その他飲食[居酒屋]（店長）	・近隣に大型店ができたことで毎日の客の流れが悪くなり、商店街が空になった。対策に苦心している。
		タクシー運転手	・今後もいろいろなもの値上げが多くなり、どこかで切り詰めなければならなくなる。タクシー業界にしわ寄せが来るのではないかと懸念している。
		競輪場（職員）	・前年、この時期は月ごとに発売額が上昇しているが、今年は減少しているため、今後も厳しい。
	悪くなる	その他飲食の動向を把握できる者	・夏から秋にならず冬になったような状態なので、コーヒー等の出前が少なくなる。
		設計事務所（所長）	・建築確認の手続きが長引いており、当然着工できない。今後も悪くなる。
企業動向関連	良くなる やや良くなる	一般機械器具製造業（経営者）	・当社の現在の受注量については少し乏しく、決して良い方向とは言えない。しかし、今後、取引先で新規設備投資があるため、景気はやや良くなる。
		通信業	・現在は不透明感が強いが、ここ2、3か月で回復してくる。
		金融業（得意先担当）	・年度末に向けて工事が出てくる時期にようやく差し掛かった。ただ、受注の状況も今まで以上に取れているが、会社の規模によって取れている企業とそうでない企業の明暗がはっきりしており、今後も厳しい。発注量は若干明るさが出てきた。
		不動産業（従業員）	・商業施設において、周辺での新規開業により供給過剰感があり、客の選別も厳しくなっている。ただし、地域全体の売上状況は堅調に推移している。
		新聞社（広告）	・例年であれば新聞広告は年末動きが鈍るが、正月や年始にかけてやや活発になりそうである。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		その他サービス業〔物 品リース〕（従業員）	・受注のボリュームは落ちてきているが、取引先からの案件 引き合いはそう落ち込んでおらず、意欲がある。年末にかけ 受注は再び盛り返す。
	変わらない	農林水産業（経営者）	・相次ぐ食品の表示問題で鳥もその話題に上がっているた め、消費に影響がないか少し心配である。ただ、大型スー パーの進出もあって受注は順調に伸びており、加工メーカ ー筋も生産時期に入っているため、11～12月始めは順調に伸び てくる。
		食料品製造業（経営 者）	・原材料、燃料のコスト高や販売不振はすぐには改善されな い。
		食料品製造業（経営 者）	・得意先の集客情報や予約状況はほぼ前年並みで、これと いった売上増加の要因は特にない。悪くはなっても大幅に良 くなることはない。
		窯業・土石製品製造業 （経営者）	・例年、年末から年明けにかけて荷動きは良いが、原材料 アップ、値上げの状態から判断すると、荷動きはあまり変わ らない。
		窯業・土石製品製造業 （取締役）	・増税、消費税の高騰から消費が伸び悩み、消費財の業種は 厳しくなる。企業格差が出て、良い業種と悪い業種の差が出 る。
		鉄鋼業（経営者）	・6月の改正建築基準法の施行以来、新規の建築物件は大幅 に減少し、また既に着工されていた物件でも工事の遅れが目 立ち、建材需要は大幅に減少している。特に需要の中軸であ り動きが早い中小物件は全く途絶えている。このため、小棒 を中心とした建材の荷動きが大幅に減少しており、回復がい つになるのが全く不透明である。建材取扱い業者の信用不安 も気掛かりである。
		電気機械器具製造業 （経営者）	・最近原料が非常に高騰し、材料の早期手当や仕事計画等の タイミングが難しい。価格の点では非常に競争が激しくなっ てきているので、下げていこうとする。業況は何とかこれか ら少し持ち直すのではないかという話はあるが、半導体はこ れから非常に厳しい状況になる。
		建設業（総務担当）	・年末を控え工事の進捗率が上がり、現場は忙しくなるが、 着工にいたる新規案件がなく、受注産業型の弱い面しか見え てこない。リフォームなどの需要の掘り起こしが大事になっ てくる。
		輸送業（従業員）	・世間一般で原油や小麦粉、ダンボール、パルプ等の様々な 物価がこれから上がっていく。そのため消費者が買い控えを し、なかなかこの低迷からは抜け出せない。
		通信業（職員）	・中小規模の折衝件名が多少出てきているものの、大きな回 復にはつながりそうにない。
	やや悪くなる	繊維工業（営業担当）	・原油も更に値上がりするようであり、取引先もいろいろな 面で値上がりを言われているようである。しかし販売価格が 上げられず大変苦戦している。それが私たち工場にも影響し てくる。
		家具製造業（従業員）	・ガソリンも含め原材料がすべてに渡って高騰してきてお り、予算とのせめぎ合いが続いている。これらの要因もあっ て買い控えも起こっている。金利引き上げも当分先送りの状 況で、これらは好転しない。
		金属製品製造業（企画 担当）	・銅・アルミ等の材料の値上げをVA（価値分析）等でカ バーできず、また、価格競争が厳しいなか、販売価格への転 嫁も容易ではない。工場の操業維持のため厳しい価格でも受 注せざるを得ず、利益なき繁忙になりつつある。
		一般機械器具製造業 （経営者）	・出図が遅れ、工程が崩れている。今後は、仕事が少ないの に納期残業をすることになりそうである。
		電気機械器具製造業 （経営者）	・全体的に半導体や部品用金型等の先行きは非常に不透明感 があり、大手、中堅共に状況が読み取れない。今後景気が上 向くは考えられず、下降線をたどる。
		輸送業（従業員）	・軽油価格が高騰し、トラック輸送は直接的な影響を受けて いる。また調達資材等の価格も上がってきており、経営に深 刻な影響を与えている。
		輸送業（総務担当）	・天候によるものか、燃料や材料費の値上げによるものか、 とにかく荷物が動かない。
		金融業	・原料高の影響が、好調であった企業にも影響を及ぼす。

分野	景気の先行き判断	業種・職種	景気の先行きに対する判断理由
		金融業（営業職渉外係）	・サブプライムローン問題や原油高騰等、家計・企業に悪影響を及ぼす問題が山積しており、景気は良くならない。景気が良いのは都市部の大手企業で、地方の中小企業の経営は一層悪化する。
		金融業（調査担当）	・原油価格の動向やサブプライムローン問題に加え、建築基準法の改正による建築件数の低迷等、不安材料が多い。
		広告代理店（従業員）	・10月は折込広告枚数が前年比95%と最近では最も悪い数字となった。折込広告の主要な需要先である流通部門の受注が悪化しているのが原因である。求人広告は順調に推移しているが、不動産販売広告が低調なままである。今月下旬の大型商業施設の開業が地区内の広告需要の刺激になることを期待している。
		経営コンサルタント	・石油製品を中止とした値上げがいろいろな部分に広がってきて、仕入れ価格を押し上げているが、販売価格を上げるところまでは行きつかないために、どうしても厳しい状況になってきている。このような状態が早急に解決するとは思えないし、かといってプラスに作用するような状況もなかなか想像しづらい。今後、景気は更に悪化する。
	悪くなる	建設業（従業員）	・建築確認に要する日数が以前よりかなり長く掛かり、設備投資が手控えられているようで、見積物件が少なくなっている。また、石油価格や材料費の値上がりから、景気はまだまだ悪くなる。
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	人材派遣会社（社員）	・紹介予定派遣の問い合わせが多く、企業側の積極的な採用意欲を感じる。
		民間職業紹介機関（社員）	・例年、年末年始や年度末の繁忙期に向けた短期の派遣需要があり、今年も例年並みの需要を期待している。特に、民営化した郵政関連の派遣需要と関連企業の案件に期待している。
	変わらない	人材派遣会社（社員）	・景気が良いため求人を増やすというよりも、人集めの困難さからあらゆる方面に求人を出す動きが、年末へ向けて多くなる。
		職業安定所（職員）	・学卒求人は求人数、内定状況とも前年を上回っているが、一般求人では、パートや派遣等の非正社員の占める割合が大きく、多くの求職者が希望する正社員求人の増加がほとんどない。この傾向は当分続く。
		職業安定所（職員）	・今後、求人数の極端な落ち込みや倒産の増加といった状況はない。
		民間職業紹介機関（職員）	・求人数、登録者数は共に堅調に推移している。10月は特に管理職クラスの求人が増加し、需要と供給のバランスが改善傾向にある。この傾向が今後も続く。
		学校〔大学〕（就職担当者）	・3か月後は企業側が本格的な採用活動に入る時期である。新卒学生への求人意欲は高水準と思われるが、今年度を上回る採用枠を設定するかどうかは不透明であり、現行と大きな変化はない。
	やや悪くなる	人材派遣会社（社員）	・秋口はイベントなどの人材需要が増えてくる時期であるが、引き合いが少ない。この傾向が今後も続く。
		求人情報誌製作会社（経営者）	・団塊層の退職等で来春卒業の高校生の求人が前年を若干上回っているが、現実的には景気は悪い。8、9月は今後の金利上昇を見込んだ一戸建てやマンションの販売広告が見られたが、最近ではすぐに金利も上がりそうにもないので、駆け込みをおおるような宣伝広告が少なくなった。
		職業安定所（職員）	・工事の減少により、中小の建設業の縮小や倒産が続き、求人数の減少と求職者の増加が見込まれる。
		職業安定所（職員）	・地場クレジット会社が親会社へ統合されることによるリストラが年末に予定されている等、雇用面での厳しさが増している。
職業安定所（職員）		・事業所訪問による業況調査によると、多くの産業で原油や原材料価格の高騰の影響を少なからず受けている。まだ雇用への影響は出ていないが、コスト増を価格転嫁してこなかった企業の努力は限界に近づいている。このまま高騰が続くようであれば、雇用にも影響が出てくる。	
民間職業紹介機関（支店長）		・金融系、営業・販売職系の需要は好調さを維持するが、労働者派遣の一般事務系は伸びが鈍化し、下振れする傾向にある。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
	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	衣料品専門店（経営者）	・来客数はまだそれほど変化は無い。しかし、単価、客単価とも前年と比べ少しずつ上昇してきているので、段々とこれから良くなっていく。
		観光型ホテル（総支配人）	・先行予約は順調ではあるが、週末集中で平日稼働が低い。よって最終的にはほぼ半年並みにとどまる可能性が高い。パンケット部門は微増で、総売上としてはやや良くなる。
		ゴルフ場（経営者）	・例年下期は本土客の客が入ってくるが、今年は暖冬対策も考えているため、前年よりも良くなる。
	変わらない	一般小売店〔衣料品・雑貨〕（経営者）	・例年11月からは修学旅行が増えるため、顧客内容が大幅に変わる。それに伴い客単価が減少する。修学旅行生などの客層に合わせた商品手配が必要であるが、上代の低い商品のため相当量の商品回転が見込めないと利益につながらない。
		百貨店（担当者）	・原油高騰を始めとして悪化与件が多く、まだ先行きに回復の兆しがみえない。それでも天候さえ戻れば幾分かは回復すると判断するが、状況的には厳しい。
		スーパー（経営者）	・現在、売上、来客数共にほぼ前年並みで推移している。今後はチラシ販促内容にもよるが、このような状況が続く。
		コンビニ（経営者）	・平日は暇な時間帯が増えている。来客数、売上が減少しているが、週末は前年売上に戻ってくるのでまだ良い状況ではある。
		コンビニ（エリア担当）	・競合店や来客の様子を見る限り、現状は変わらず景気が良くなるはならない。特に沖縄ではこの状況から抜け出すめどが立たない。
		コンビニ（エリア担当）	・消費動向に大きな改善はみられない。この動きは続く。
		衣料専門店（経営者）	・アパレル業界だけで言えば、沖縄地域は地理的な理由によって、いつまで経っても変わらないのが現状である。
		観光型ホテル（商品企画担当）	・11月以降はほぼ前年並みで推移する見込みである。
		観光型ホテル（営業担当）	・年度上期の好調さがまだ続いており、一般客が順調である。
		観光名所（職員）	・沖縄観光は順調に推移している。これから先も、沖縄への入域観光客数は各種マラソン大会、正月催事等イベントの開催、修学旅行等により順調に推移する。
	やや悪くなる	家電量販店（従業員）	・年末に向かい好景気が期待されがちだが、ガソリン等の燃料費の高騰、食料品等の値上げ、庶民の財布のひもは固く閉ざされる。とかく不安材料は多い。
		その他専門店〔楽器〕（経営者）	・郊外のショッピングセンター近郊に博物館や新しい観光名所ができて、そちらに人が流れる。また、商店街のイベントも予算が無いので継続的なイベントが無く地元の人の集客が減っている。年末年始の商戦に力をいれて商戦を乗り切る。
高級レストラン（営業担当）		・予約量が少ない。	
悪くなる	商店街（代表者）	・現在、観光土産品店と飲食店が多くなって競合しており、売上の分散化が起きている。将来的には本島中部にも大型店ができるという話もあり、今後中小企業・店舗は大変苦戦を強いられてお互いが食い潰し合いで倒産すると大変危惧している。	
	その他飲食〔居酒屋〕（経営者）	・これから年末の繁忙期に向かうが、スタッフ不足がより深刻化しているため最低時給も50円以上上がり、人件費の負担が増えている。その上、食材の値上がりや燃料費の値上がりが圧迫している。車を使う地元固定客の夕食回数も確実に減っている。	
企業 動向 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	食料品生産業（管理部門）	・新製品を導入する。

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	広告代理店（営業担当）	・県内企業から見る市場動向は「まだまだ混沌としている」と理解できるので、販売促進活動を含む企業のマーケティングコストが増大するとは言い難い。また、県内市場における経済が活発化する要素（トピックス）が乏しいことを考えると、逆に企業活動が低迷する可能性もある。
		会計事務所（所長）	・現状が今後も継続する。特に携帯電話は各社の競争が厳しいので、通信会社としては、業績の向上が望めない。
		コピーサービス業（代表者）	・これまで印刷物の媒体は書物、情報誌、団体の記念誌や市長村の「...のあゆみ」といった冊子物が主流であった。それらがほとんど廃止になり、印刷業者が減っても仕事が全体に行き渡るほどには無い。この試練は今後1～2年間は続くのではないかと覚悟している。ただし、手をこまねいて時間を待っていたのでは消滅するだけで、いかに生き残るかは私たちの努力にかかわる問題になる。
	やや悪くなる	輸送業（営業・運営担当）	・原油価格の更なる高騰が平成20年以降も続くことが予測される。ほとんどの生活物資が海上輸送で行なわれていることもあり、陸送部分の原価増も合わせ荷主へのコスト増の転嫁ができない状況もあるため、今後も厳しい状況は続く。
	悪くなる	-	-
雇用 関連	良くなる	-	-
	やや良くなる	学校〔大学〕（就職担当）	・IT、観光ともに好調で、説明会を開いて積極的な採用活動を展開しており、今後は内定の増加が見込まれる。
	変わらない	-	-
	やや悪くなる	求人情報誌製作会社（営業担当）	・求職者の動きが悪い。
		職業安定所（職員）	・建築基準法改正による工事着工の遅れ、建設業への負担、また更なる原油高、原材料高等による価格の転嫁、自動車の国内販売の不振、電気料金値上げ見込み、暖冬による販売不振等の不安要因からして、雇用状況は良くはならない。
	悪くなる	-	-